



CSR

企業社會責任報告書

2017 Corporate Social Responsibility Report



關於本報告

自 2013 年起，和泰汽車已連續五年發行企業社會責任報告書。今年，和泰汽車於 2018 年 6 月公開第六本報告書的發行，更強調鑑別之永續發展的衝擊、風險與機會，以及回應利害關係人就永續發展提出的主要焦點、期望與要求。公司並朝向將營運策略結合聯合國永續發展目標之方向邁進，落實管理方針的實施來與全球合作伙伴一同並肩努力，一步一步落實和泰的企業社會責任。

報告書管理

內部審查

本報告書資料及數據經由各部門同仁蒐集與彙整，先由部門主管進行審查，再提交至報告書工作小組確認，同時委由外部輔導團隊提供改善建議。為確保數據與資料品質之可信度，待所有數據與資料完備後，由各部門主管逐層審閱，最後由高階主管核定後發行。

外部審查

本報告書由香港商英國標準協會太平洋有限公司台灣分公司（BSI Taiwan）查證，財務數據係經資誠聯合會計師事務所（PwC Taiwan）簽證之財務年報資料，以新台幣為計算單位。

邊界與數據

本報告書對於組織內資訊的揭露範疇主體為和泰汽車，資料涵蓋時間主要為 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日止，內容包括公司治理、經營績效、供應鏈管理、

環境永續、人力資本與社會公益等各種作為與績效數據。對於發生於組織內子公司與組織外價值鏈上之衝擊，乃以揭露和泰汽車之管理制度、策略或未來規劃為主。重大主題與邊界與前一年度未有重大改變，若有數據邊界或量測計算方式、結果上與前一版有所不同，會於段落中或圖、表之下方以註釋方式說明。

編撰原則

本報告書以全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）之準則（Standards）之核心選項為編撰基礎。在確保符合揭露精神且達到綱領要求之內容及品質的原則下，乃透過內部工作小組與外部輔導團隊協助，蒐集和泰汽車永續性議題與建立重大性議題鑑別流程。針對重大性分析的結果，篩選出屬於和泰 2017 年之重大議題與對應於準則之主題，於本報告書內容中揭露公司的管理作法、目標與執行成果。屬於非重大性議題或相關和泰汽車營運的更多資訊亦可前往本公司之官網：<http://pressroom.hotaimotor.com.tw/zh/>，或企業社會責任網站：<http://pressroom.hotaimotor.com.tw/csr>，財務資訊則揭露於投資人關係網頁：<http://pressroom.hotaimotor.com.tw/zh/article/00105> 中揭露。

發行資訊

和泰汽車每年公開發行企業社會責任報告書，並提供電子檔於企業社會責任網站供下載瀏覽：<http://pressroom.hotaimotor.com.tw/csr/article/EMIOLumvx>



2012



2013



2014



2015



2016



2017

目錄 CONTENT

1

經營者的話	02
重大性分析	04
昂首精進七十年	24

2

企業社會責任	44
1.1 企業永續政策	45
1.2 永續推動組織	46
1.3 企業永續具體作為	46
1.4 外部組織參與 / 獲獎	46

3

深刻感動	48
2.1 樂在 Toyota	49
2.2 顧客關係管理	51
2.3 產品設計與生產	58

攜手並進	64
3.1 經銷商管理	65
3.2 和泰汽車供應商管理體系	77

4

誠摯信賴	78
4.1 培育與職涯發展	79
4.2 權益與福祉	86
4.3 職業安全管理	92

5

環境永續	96
5.1 環保理念	97
5.2 環保產品設計	103
5.3 綠色營運	108

6

和諧共榮	118
6.1 五大主軸	119
6.2 守護百萬小學生安全	120
6.3 環境保護	121
6.4 弱勢關懷	123
6.5 文創與技職培育	124
6.6 藝文與體育活動	126

7

公司治理	128
7.1 董事會架構與運作	129
7.2 誠信經營 - 落實法規依循	131
7.3 資訊透明	133
7.4 風險管理	134
7.5 資訊安全	136
7.6 歷年財務績效	137

經營者的話



和泰汽車股份有限公司 董事長

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized Chinese characters.

邁入第七個10年的和泰汽車，我們設定新願景為「+hink Amazing」。所傳達的是「不自滿、大膽追求、勇於嘗試」，積極地以突破性新思維及作法，創造更多驚豔的成果。其中將「t」轉化為「+」，更代表著每位同仁與公司並肩一起Level up。佇立於70週年的新里程碑，回顧2011年在面對全球發展成熟且競爭的汽車市場下，我們以「跳脫框架・凌駕夢想」為願景，激勵同仁打破了當時的慣性思維，成功將和泰推升至事業新高峰。隨著變化快速的大環境與高度不確定性的需求市場來臨，我們除隨時保持危機意識、持續創新思維外，並應秉持「沒有最好，只有更好」的精神，造就下一步永續成長動能。展望2018年，全球經濟穩健擴張，加上政府汰舊換新貨物稅補助的效應延續，預估汽車市場可維持去年44萬台之水準；和泰也將持續提供予顧客超越期待的產品與服務，全力達成小型車17連霸與大型商用車9連霸之紀錄。

身為臺灣在地的汽車業龍頭，和泰一向秉持著以「心」為行及互信互利的原則，與外部所有主要利害關係人主動進行雙向的議合溝通。我們不僅關注於與本業相關的公益活動，包括：交通-提供汽車修護教具與教材，關懷-捐贈全臺灣國小導護裝備，環保-推動一車一樹活動，更以「取之於社會，用之於社會」的觀念，積極投入在社會扶助、學術、藝文、體育等共融活動，舉凡回收二手玩具、採購喜憨兒烘焙商品、繪畫比賽、說故事巡迴演出、環境月、響應捐血與交通安闖關網路公益。而於精進公司治理之水平上，和泰汽車不斷強化董事會功能與資訊透明度，因此在公司治理評鑑的上市組排名裡，在第三屆與第四屆連續兩次獲得全上市公司排名前5%之佳績。在TCSA臺灣永續報告獎的角逐中，和泰汽車連續兩年榮獲「臺灣企業永續獎」之單項績效《社會共融獎》與「臺灣企業永續報告類」之TOP50《服務業金獎》，以及2017年之TOP50「臺灣永續企業獎」。此外，和泰汽車於2017年第九度壹週刊「服務第一大獎」第一名、LEXUS微電影「影藏」獲Youtube年度Leaderboard排名第一名、TOYOTA微電影「我的幸福里程樹」及「人生轉運站」分別獲得第三及第五名、TOYOTA獲《商業周刊》臺灣百大影響力品牌調查汽機車產業第一名、LEXUS獲「臺灣服務業大評鑑」汽車賣場類別金獎等。永續績效如此深受外界高度的肯定，在在顯示和泰在汽車產業上的領導者地位。

我們堅持提供最高品質商品、超越顧客期待的服務，期許讓和泰汽車及代理的所有品牌，持續成為汽車市場中最具魅力的領導企業。為了能夠提供顧客完整與全面的服務，我們積極打造完整的服務鏈；不斷致力於創造良好的夥伴關係，也努力與供應商及經銷商共同建構上下游價值鏈的永續發展。自2002年起，市占率連續多年均蟬聯臺灣車市之No.1，獲利亦為臺灣汽車業之冠。2017年受惠國際景氣順風，順勢推升臺灣經濟成長表現。汽車市場在政府汰舊換新貨物稅補助的效應延續，加上各車廠紛紛推出新車及販促優惠的衝刺下，總市場登錄台數超過44萬輛，創下12年以來的銷售高峰。於此，和泰累積產品規劃、行銷與顧客服務方面的深厚經驗，持續穩健的發展。不自滿於車界標竿的身分，仍積極擴大汽車週邊服務網絡，驅動公司持續成長。2017年營業版圖納入蘇黎世產險，成立「和泰產險」，提供汽車消費者一站式(One-Stop Shopping)的優質車險服務；成立「和泰聯網」，正式跨足線上平台事業領域，整合原有的@bc好車網的中古車業務，目標打造全台最大汽車週邊服務網路平台；投資物流運輸事業，整合並優化集團物流，擴展事業經營版圖。

和泰汽車以提供優質服務為最高原則，由「心」出發，透過創新服務以及持續訓練，追尋顧客滿意以及員工滿意。我們致力成為「最值得信賴的標竿汽車集團」，以全球豐田體系經營價值觀「TOYOTA Way」為實踐基準，不斷從客戶的需求出發，無論是車輛的銷售、售後服務、整體資訊的整合系統、可靠即時的物流配送系統、主動關懷客戶、用心聆聽客戶的聲音，以客戶為中心。努力建構出全方位的服務體系，提供優質的服務，透過不斷地改進，挑戰並超越現狀，創造超越客戶的期待。為了提供客戶高品質的服務，早於2005年就領先同業，全面導入顧客服務專業資訊系統，將經銷商、總公司以及地方據點之資訊即時化與同步化，有效追蹤及控管顧客意見之處理情況。我們從2014年開始推動TOYOTA Only for YOU新文化，2017年TOYOTA顧客服務中心持續通過ISO 10002國際驗證，並導入「0800接聽顧客滿意度調查」、「VOC (Voice of Customer顧客聲音)情報分享」、「發單&結案簡訊通知顧客」等機制。今年將繼續營造員工「樂在TOYOTA」共好環境，深化顧客「樂在TOYOTA」喜悅經驗，推動經銷商發展在地化感動服務。

和泰相信「有滿意的員工、才有滿意的顧客」，發起了企業ES (Employee Satisfaction) 運動，以打造快樂的工作環境，讓員工享受「樂在TOYOTA」的幸福職場為核心精神，讓員工樂在工作，具備正面思考與價值觀，創造熱情的工作團隊，凝聚大家的向心力。在溝通管道部分，目前有勞資溝通會議、意見信箱以及和泰園地等。透過各種溝通管道及對話，同仁逐漸與公司建立「相互信賴，責任共與」的基本價值。公司同時致力提供安全、健康、舒適的工作環境，並提出感動照護，同時不斷改進、超越自我，持續改善提高職業安全衛生績效。和泰也期許員工能在職場上發揮潛能，每年訂定年度教育訓練計畫，針對各級人員職能、專業能力、職場力等開設課程，希望透過員工職能及素質的提升，同步強化自身與企業的永續競爭力。由於建置完善的人力資源資訊系統，和泰以高效率、高品質管理人事資料，清楚掌握組織中人員發展狀況，更透過加值化的分析進行人才策略發展規劃。

和泰的環境永續政策包含政府政策、污染防治、資源回收與環境意識四大面向；為朝向落實環境政策與產業永續發展而努力，和泰終極目標為“CO₂零排放”。於2001年正式成立環境管理委員會，並協同經銷商設立環境委員會事務局，透過環境保護計畫與方案的推動，來達成對環保的承諾與目標。自2003年起，積極推動經銷商及關係企業通過ISO 14001驗證，是國內汽車業相關產業第一家結合經銷商全數據點通過ISO 14001驗證的企業，目前共有168個據點取得ISO 14001國際環境管理系統驗證。透過以ISO 14001的PDCA循環精神，將環境管理系統拓展至價值鏈上的夥伴，同步進行改善來共同降低因營運而對環境產生之衝擊。長久以來，在國內相關廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源的法規遵循上，和泰全車型100%符合標準並取得合格認證。展望未來，和泰環管業務推展計畫於2018目標為強化環保理念與建立IT檢核機制及數據追蹤，2020為完成工作環境舒適工程與建設新能源設備，2022年是持續運用新能源。



和泰汽車股份有限公司 總經理

蔣純之

重大性分析

永續議題蒐集

和泰汽車為展現對永續發展的體認，並描述各面向議題如何與長期的組織策略、風險和機會結合，在編撰報告書前的永續議題蒐集上，我們遵循 GRI 準則（Standards）所建議之永續性脈絡。我們除參考國際上企業社會責任的相關準則與報告書編撰規範，包括 GRI（Global Reporting Initiative）、UN GC（United Nations Global Compact）、ILO（International Labour Organization Conventions and Recommendations）、SDGs（Sustainable Development Goals）與 ISO 26000 外，也同步考量到公司過去之營運狀況、未來業務規劃、利害關係人回饋、汽車服務業特有與外部顧問專家建議之議題，一共歸納出 5 大類、計 35 項與營運相關之永續議題。

利害關係人鑑別與溝通

釐清主要的利害關係人，並在報告中說明如何回應他們的合理期望與利益，是和泰汽車決定永續議題之後，進行企業社會責任報告書重大性分析的下一步驟。報告書編撰小組透過 AA 1000 SES:2015（AccountAbility 1000 Stakeholder Engagement Standard:2015）標準中的量化方式，依據五大原則（依賴性、責任、影響力、多元觀點、張力）評估 13 個相關之利害關係人對和泰汽車營運的影響程度。鑑別出 6 個主要的利害關係人，依照量化結果之重要程度為：經銷商、股東、員工、客戶、供應商、媒體。和泰汽車為了描述如何對主要利害關係人負責，建立了多元的溝通機制來聆聽建議，並於此報告內容導入利害關係人議合之結果。同時透過利害關係人給予之回饋，加速公司績效的向上提升。



永續願景與目標

- 公司治理
- 道德誠信
- 法規遵循
- 風險與危機管理
- 永續供應商管理



顧客管理

- 顧客隱私保護
- 經銷商管理
- 產品品質與召回
- 新興市場策略
- 綠色運輸與物流
- 綠色服務與維修
- 環保教育推廣



營運財務績效

- 稅務策略
- 公平交易
- 品牌管理與行銷



環境政策與管理

- 溫室氣體排放
- 能源管理
- 水資源管理
- 空氣污染防制
- 電子化作業
- 廢棄物管理與回收
- 環保投資與成效



職業安全與健康

- 勞僱關係
- 勞工權益
- 人權政策
- 職涯培訓與教育訓練
- 員工福利與薪資
- 人才留任與招募
- 社區參與/社會公益
- 利害關係人溝通與申訴機制

利害關係人 / 溝通管道

利害關係人身份	聯絡電話	e-mail
經銷商	+886-2-2506-2121#1831	angel@mail.hotaimotor.com.tw
股東	+886-2-2506-2121#1835	emilly@mail.hotaimotor.com.tw
員工	+886-2-2506-2121#1833	maychen@mail.hotaimotor.com.tw
客戶	TOYOTA 顧客服務中心免費專線：+886-800-221-345 LEXUS 顧客服務中心免費專線：+886-800-036-036 HINO 顧客服務中心免費專線：+886-800-522-567 產機顧客服務中心免費專線：+886-800-221-456	利害關係人專區 
供應商	+886-2-2506-2121#1831	angel@mail.hotaimotor.com.tw
媒體	+886-2-2506-2121#1847	fchen@mail.hotaimotor.com.tw
檢舉信箱	-	whistle@mail.hotaimotor.com.tw

利害關係人 / 經銷商

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
LEXUS 服務部	經銷商關係維繫及顧客車輛問題獲得解決	LEXUS 顧客對應支援	CARES 系統	不定時	提供必要協助，共同討論最佳對策	及時協助，順利妥善對應顧客問題
		LEXUS 車輛維修技術支援	TIC 系統	不定時	提供必要協助，並適時前往現車確認	及時協助，儘速解決車輛問題
TOYOTA 服務部	車輛入廠維修之零件供應	誤欠損品件數降低	經銷商零件主管會議	每年二次	制定誤欠損品發生率目標值，定期檢討誤欠損品改善對策	降低誤欠損品發生率
		降低誤欠損品件數	經銷商零件主管會議 業務交流月報	每年三次 每月一次	制定誤欠損品發生率目標值，定期檢討誤欠損品改善對策	降低誤欠損品發生率
		能滿足經銷商訂貨需求，減少缺貨情形	零件主管會議	每年二次	達成 2018 年零件供應率目標：97.8% 對策：大數據輔助需求預測	確保零件供應時效與品質，提升顧客滿意度
		缺貨零件交期資訊完整及準確度提升	業務交流月報	每月一次	改善車美仕、新加坡零件交期查詢 各商品到貨資訊即時更新改善	強化異常管理與對應

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
TOYOTA 服務部	車輛入廠維修之零件供應	零件訂貨系統功能作業標準建立	業務交流月報	每月一次	與經銷商資深零件人員協同建立標準 PCC(零件表單)系統流程簡化與改善	經銷商訂貨作業效率提升
TOYOTA 顧客關係部	經銷商關係維繫及顧客車輛問題獲得解決	TOYOTA 顧客對應支援	CARES 系統	不定時	提供必要協助，共同討論最佳對策	及時協助，順利妥善對應顧客問題
所長、副所長	知識有效傳承及培育 / 儲備優秀人才	透過定期的教育活動，達到職能提升、與專業知識學習效果	面對面	每年一次	定期舉辦副所長及所長教育	提升企業競爭力
教編室室長 / 擔當	協助訓練售後各職種之服務人員	提供教育所需資源及提升服務人員素質	經銷商服務教育主管會議	每半年一次	和泰提出現行有關教育之議題進行溝通、經銷商反應教育需求或和泰教育政策執行上的困難 / 問題點	了解經銷商實際需求，有效傳達教育相關政策以利後續教育展開。
	協助訓練售後各職種之服務人員	提供教育所需資源及提升服務人員素質	電子郵件	不定期	教育訓練、技術力查核等相關資訊傳遞	即時通知相關資訊，使運作與政策目標相符。
經銷商	車輛受訂 / 販賣之推進，達成年計目標	1. 掌握車輛配分台數，確認須達成年計目標 2. 重點業務之執行方向	1. 車輛部長會議	每年一次	1. 針對各經銷商之年計目標討論與確認，並針對年度重點業務進行說明	1. 順利推動舊換新貨物稅預付專案、年計目標順利達成
			2. EVENT 說明會 3. 月度訂貨	不定時 每月一次	2. 提供市場近況之統整，並確立販賣重點方向 3. 針對經銷商需求車型 / 車色進行確認	2. 階段性販賣重點之達成 3. 依照經銷商車型 / 車色需求進行滿足
	提供顧客優質的服務品質，達成服務目標，增加經銷商及和泰營收	顧客滿意及忠誠度，達成服務目標	經銷商相關業務交流會議	不定期	開發或研擬符合客戶需求的定保套餐及商品、規劃主題性顧客關懷活動、制定相關獎勵辦法	提升客戶對售後服務的滿意度、提升掌握率及定保台數、增加營收

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
經銷商	加強經銷商法遵意識，控管違法風險	因應經銷商遵法需求，擴大法律教育訓練	會議、公文、電話、電子郵件、線上課程	不定時	因應「違法零容忍」推展，提出符合一線人員業務執行常見法律爭議內容	降低相關違法及消費爭議，減少因違法支出之成本，降低商譽風險。2017 年共舉辦 33 場經銷商一線人員法律教育訓練達 900 人次，並推出線上課程教育達 4,646 人次
	負責車輛販賣與維修、市場情報提供	擴大商品 Line-up，符合顧客使用要求	會議	每月一次	持續與廠家檢討，並朝滿足市場及未來新世代駕駛者需求方向規劃	廠家同意協商導入
	擁有市場高佔有率、顧客高度評價的最親密夥伴、為客戶提供最好也最貼切的服務	遵守 TOYOTA、LEXUS、HINO 產品經銷商契約的規範	電子郵件、電話、函件等	不定期	進行重大經營事項決策時，是否遵循經銷商契約書的相關規範	遵守契約的規範
	擁有市場高佔有率、顧客高度評價的最親密夥伴、為客戶提供最好也最貼切的服務	協助建立「管理事務權責劃分表」	電子郵件、電話	不定期	以「和泰汽車公司管理事務權責劃分表」為範本，並依各子公司業務內容進行調整並提供修改意見	完備集團整體公司治理
	透過綜合遵法體制遵法查核，控管違法風險	因應法令遵循，藉由多面向查核，使經銷商了解自身遵法弱點，經銷商及子公司自行擬定改善計畫，降低業務違法風險	問卷、現地查核、會議	每年一次	針對查核之缺失，提供改善建議交由受查者擬定改善計畫	2017 年有 4 家經銷商完成查核，並由法務室回饋改善建議供受查者擬定改善計畫。
	召開「法遵推動會議」，落實法遵之公司治理與實踐企業社會責任	集團總體重大法律議題與法律政策施行狀況報告，希望由上而下強化法遵觀念	會議	每年一次	就整年度重大法律議題或集團內相關議題及法律面政策做整體檢討報告	借集團高階主管成員凝聚集團層峰法遵共識，並透過各小組跨部門橫向溝通強化責任感，因時制宜修正制度
	召開「集團法務大會」，集團法務相互交流、意見反映與知識共享	就整年度重大法律議題或集團內相關議題提供溝通平台與管道	會議	每年一次	就整年度重大法律議題或集團內相關議題做交流討論，並進行法律面政策推行與宣導	提升集團法遵團隊向心力與確立法律面政策共同目標以降低與法不符風險

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
經銷商內部講師	新進人員的專業知識有效傳承及培育 / 儲備優秀人才	透過內部講師對新人的教育活動，提高定著率及一線專業度	面對面	每年一次	定期舉辦新進內部講師培訓課程，並透過獎勵制度，提升內部講師授課素質	提升業代專業度及銷售能力
零件專員	經銷商滿意度	檢定考試期能更符合現場作業	零件主管會議	每年一至三次	2016 年將傳統作業內容題庫增加 持續考量現場作業加以簡化考試內容	提升經銷商滿意度
銷售顧問	協助一線販賣	協助販賣商談的工具	面對面	每年一次	透過說明 iPad 版本之 M-Sales 各項功能，讓銷售顧問能在商談中使用。	提升業代專業度、提昇顧客信任感
	協助一線販賣	教育一線對車輛銷售面及客戶服務等相關知識及能力	數位課程	不定時與新車上市時	針對車輛商品及交車說明等專業知識、銷售面及服務面、法律常識等各項技巧，製作教育影片，以協助業代日常工作	提升業代專業度及銷售能力
	提升顧客滿意度	銷售顧問日常工作負擔大，藉由組織及其他人員輔助，提高員工及顧客滿意度	面對面	每年一次	透過展間助理的聘請及專業接待教育，提升大型據點服務品質及細膩度	提升員工滿意度及顧客滿意度
	提升經銷商員工滿意度	銷售顧問日常工作負擔大，需投入較多時間處理行政事務，長期恐造成顧客服務滿意與員工 ES 滿意下滑	員工滿意度問卷	每年一次	和泰設定主題與方向，由經銷商自主展開 ES 施策推動，達成目標者予以獎勵	提升員工滿意度
營業所主管	協助一線販賣	銷售顧問離職率較高及因應年齡年資之日益提高，主管接班人之尋找及養成日益重要	面對面	每年一次	推出卓越菁英培訓班（儲備副所長）及儲備所長培訓班，持續培養未來可用之主管	提升儲備人才培育效益，因應未來人力需求

利害關係人 / 股東

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
股東	公司股份持有者，出席股東大會並行使表決權。	提高公司股票價值並發放股利	股東大會、官網之投資人關係專頁	每年一次及視需求	報告營運狀況、董監事出席董事會情形、股利政策、轉投資效益、預算編列等	透過公告或回覆投資人所需資訊，建立良好關係，吸引投資

利害關係人 / 員工

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
全公司人員	提升電腦維護品質及問題排除效率	電腦維護駐點人員服務	改善提案	每年一次	評選優良廠商，並透過員工問卷了解駐點人員服務品質	透過每年的廠商評估比較、有效提升廠商競爭優勢、提供較優良的服務
	提升職場環境，增加向心力及員工滿意度	持續推動辦公室更新工程	改善提案	視需求	1. 2017 年更新完成總公司 9F、13F 及楊梅等辦公室 2. 與使用單位主管確認需求 3. 設計師規劃、廠商施工	1. 提供員工舒適辦公環境，增加向心力及員工滿意度 2. 新辦公室符合員工需求，同仁滿意明亮潔淨的環境
	明確地傳遞公司理念及最新訊息，使員工有一致的價值觀，凝聚員工向心力	建立信任、尊重的共好關係	和泰園地新聞稿	每兩月一次 不定期	傳遞公司內 / 外部的最新訊息	持續與員工保持良好溝通及互動，促進勞資和諧。
	強化員工溝通，傳遞公司訊息	提供公司與環保議題之相關訊息	環保公報（電子郵件） 環保教育	每月一次 每年一次	讓員工瞭解公司針對環保議題之對策	提升員工之環保意識
	增加公司的競爭力	增加健康檢查特約機構	電子郵件	每年一次	定期針對健檢機構進行檢視並新增台北馬偕醫院健診中心，並與各健檢中心依照身體各大系統或同仁年齡進行健檢套組的規劃	同仁於健檢機構上的選擇性增加，並可以依照自我健康需求選擇適合的套組
現場作業人員	員工滿意度	安全、良好的作業環境	改善提案	不定時	節能燈具更換（照度改善）、規劃電瓶區庫位省力化設備（平板推車）、作業場降溫改善（設置空調）	安全提升、人因改善、作業舒適

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
零件部同仁	員工滿意度	工作環境改善	口頭、電子郵件、員工滿意度調查表	不定時、兩年一次	2016 年將廁所及茶水間改建，並增加置物櫃與免治馬桶。持續檢討改善工作環境	提升員工滿意度
總公司人員	提升工作效率	事務機器換裝更新	改善提案	每 5 年一次	訴求事務機品質及降低租借費用	透過機器更新、提供影印速度及品質，有效提升工作效率
櫃臺員工	櫃台為公司門面，影響公司品牌形象	櫃台接待品質及流程提升	會議	視需求	櫃台及大廳硬體設備提升、增設專職訪客接待人員、實施櫃台及接待人員禮儀教育訓練	建立完善的接待流程，並透過教育訓練，提升接待品質

利害關係人 / 客戶

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
一般客戶	確保顧客滿意度及長期公司永續經營	產品及服務品質優良	問卷、面訪	每月、每一年	會同和泰相關部門及經銷商檢討問題點，以持續改善	提升顧客再購及再回廠意願，增加營收
一般顧客與既有車主	品牌的潛在顧客與既有客戶，直接影響品牌營收與獲利	符合顧客需求的新車與活動訊息	廣宣品	不定期	於新車上市時，針對目標客群進行全媒體廣宣溝通	成功創造話題，有效吸引目標客群來店賞車及試乘
巴士客戶	商品購買者，為公司帶來利益	導入法規對應車型及改款新車	銷售業代	不定時	已因應市場需求，與廠家研討新車型	3 月導入 Coaster 改款新車、12 月導入 RM Wide Sus. 法規對應新車
外部顧客	藉由公益團體合作，提升公益形象	提供喜憨兒手工餅乾	服務廠	每半年一次	提供於服務廠客休室，有助於提高企業集團公益形象	提升企業公益形象
	有助企業環保形象之提升	分享環境改造之即時訊息與成果	環保特攻隊 FB 粉絲團	即時	利用社群媒體即時分享訊息	強化大眾之環保意識

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
企業客戶	重視顧客聲音，顧客滿意第一	產品及服務品質優良	免費專線、APP、電子郵件	不定時	針對顧客要望提供最佳處理對策，並轉知顧客建議予相關單位進行改善活動	降低客戶不滿並提昇再購 / 再回廠意願
	履行企業責任，維護企業形象	召回對象要求儘快處理	掛號信件、免費專線、網路	不定時	日本原廠通知對象車輛後，寄發掛號信通知車主並媒體公告	透過掛號信通知及媒體公告，提升客戶信賴
	重視顧客聲音，顧客滿意第一	車輛零件過保固要求免費維修	免費專線、文字客服、APP	不定時	邀約入廠實車確認	降低客戶不滿並提昇客滿意
車主	提升顧客銷售接待滿意度	希望顧客進入展示間時，營業所值班人員能立即做到接待服務，感受到接待人員的服務熱忱	神秘客調查 / 現地查訪	每半年一次	推動展間接待禮儀及展間友善服務，透過神秘客與現地查訪追蹤查核第一線實施狀況，確保顧客滿意度	提升顧客滿意度
	提升顧客交車過程滿意度	希望顧客交車時，擁有美好的交車體驗，促進再購與推薦	郵訪調查 / 同業調查	每月一次	推動交車紀念禮盒 / 物件優化，透過郵訪 / 同業調查追蹤落實度與顧客滿意度	提升顧客滿意度
	提供顧客汽車價值鏈相關之各項服務，快速滿足顧客需求，並創造集團獲利	與關係企業合作推動忠誠顧客禮遇相關方案，促進顧客關係經營	權益通知簡訊 / 廣宣	不定期	忠誠顧客制度建立、優惠禮遇發展	促進忠誠顧客經營
既有車主	品牌的既有客戶，直接影響品牌營收與獲利	提供顧客完善的服務	顧客關係活動	定期、不定期	提供更具魅力的來店禮 / 活動，吸引既有顧客回店賞車	有效吸引既有顧客來店賞車及試乘
貨車客戶	商品購買者，為公司帶來利益	導入符合市場需求車型	銷售業代	不定時	已因應市場需求，與日野研討增加車型	3 月導入 700 SCR 設變車型、4 月 500 系列新增 FC 長軸車型
新車顧客	營收獲利、回廠與再購	提升交車品質	問卷調查	每一顧客	提升車輛配件裝著品質	提升顧客滿意度

利害關係人 / 供應商

分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
TDEM (Toyota Daihatsu Engineering and Manufacturing Co., Ltd)	避免遭受駭客攻擊，防堵資安事件發生	通知對應資安威脅弱點	電子郵件	不定時	依 TDEM 要求，進行影響範圍評估與對策，消除資安弱點	防堵資安事件發生 (2017 年資安事件 0 件)
TMAP (TOYOTA 亞太公司)	TOYOTA 亞太區代理商物流改善之檢核評價	運輸車輛 CO ₂ 減量	電子來函	每年一次	制定 CO ₂ 減量目標，每月回報結果	減少運輸過程排碳量
	TOYOTA 亞太區代理商物流改善之檢核評價	包材回收再利用	電子來函	每年一次	制定包材回收目標，每月回報結果	提升包材回收量
	TOYOTA 亞洲代理商零件作業改善之檢核評價	規範和泰協助經銷商零件改善	電子來函	每年一次	定期現場評鑑並協助經銷商零件改善 (DPOK)：即時供應率、庫存月數、SOPH (BO 訂料管理看板)、倉儲管理等	提升經銷商庫存管理能力，以提供顧客最佳的零件供應服務
TMC、TMAP (TOYOTA 亞太公司)	台灣代理授權、進口車輛提供	確保新車交車品質、降低物流費用與 CO ₂ 排放	視訊會議、物流 KPI 月報	每年一次 每月一次	透過作業方式改善提升物流品質與降低成本及 CO ₂ 排放	達成指定 KPI、建立良好關係、確保代理授權
TMC/HINO	授權和泰代理 TOYOTA & LEXUS&HINO	遵守總代理契約的規範	契約、電子郵件、電話	不定時	各單位進行決策時，考量是否涉及總代理契約影響，並遵守之	維繫良好關係
台灣電綜	銷售巴士冷氣機給和泰販賣	暖氣機開發，提供顧客情報及相關導入時程計畫。	會議	每月一次	召開打合會議	雙方共同明訂欲配合之開發時程及後續相關展開事項
供應商	使用無害產品，減少環境汙染	有害物質管控	契約條文	定期	嚴謹的供應商評選機制	有效掌控產品的品質及生產流程，避免造成環境汙染。
配件公司拖運公司	協助新車檢查配件裝著、車輛托運	協同提升作業效率	現地立會、電話、網路系統	每季一次 即時	協助作業流程改善	達成指定 KPI、建立良好關係、確保代理授權
環保商品廠商	提升售後品牌形象、善盡企業社會責任	提供環保產品，降低對環境之汙染	會議、電子郵件	不定期	提供經銷商使用環保水性漆料等商品	減少環境汙染、一線人員健康促進

利害關係人 / 媒體

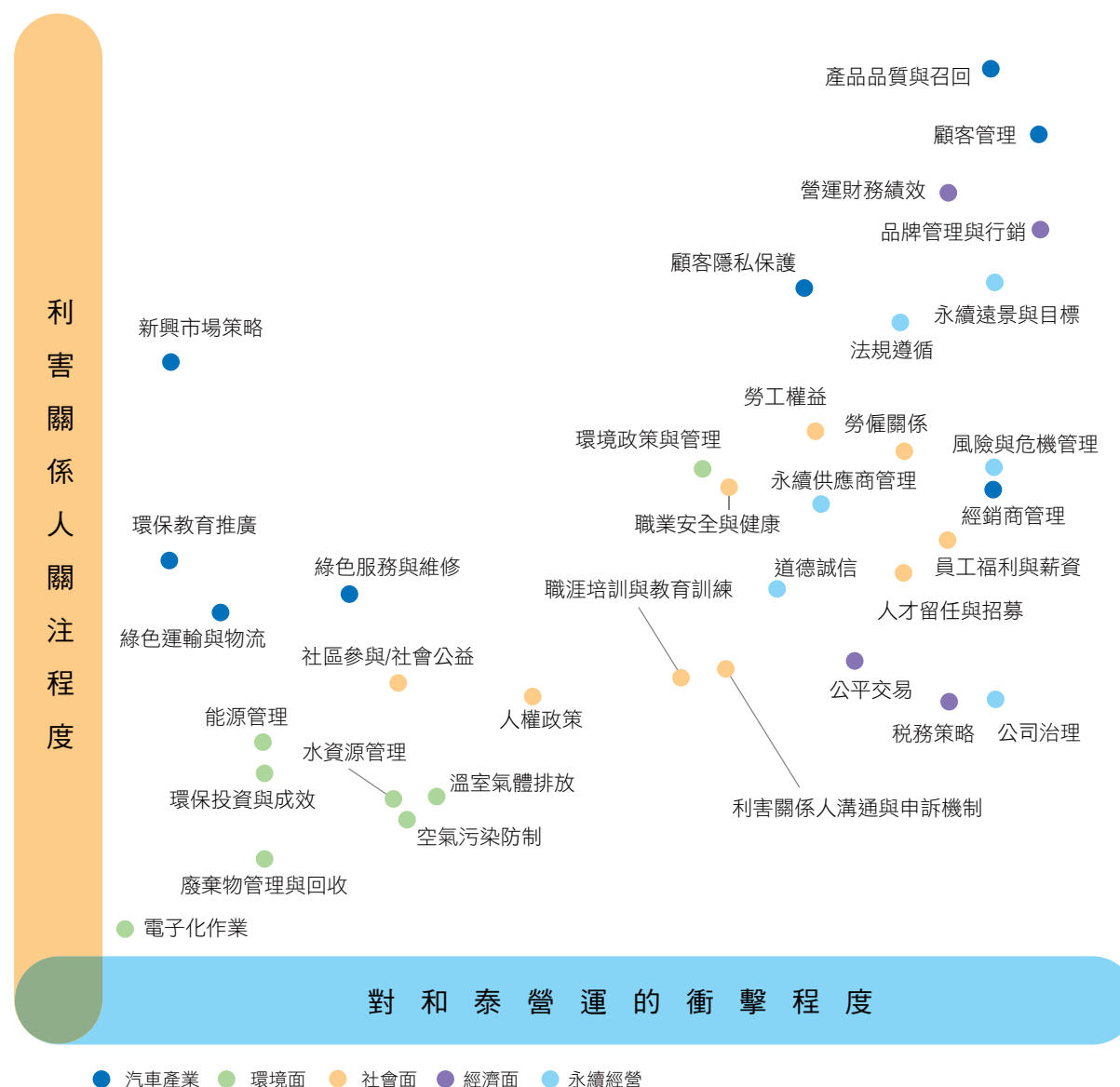
分類別	對和泰的意義或重要性	關注議題或對和泰期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
全媒體	擴散新車與活動訊息，創造話題	完整掌握新車上市與活動訊息	新聞稿	不定期	以新聞稿方式向媒體溝通新車上市訊息	大量曝光新車上市訊息，有效吸引目標客群來店賞車及試乘
	擴散新車上市訊息	完整掌握新車上市訊息	記者發表會	不定期	針對重點新車舉辦記者會，向媒體溝通重點新車上市訊息	創造上市氣勢，有效吸引目標客群來店賞車及試乘
	擴散新車上市訊息	實際體驗新車駕馭感受	媒體新車試乘活動	不定期	舉辦新車媒體試乘活動，讓媒體能直接體驗新車駕馭感受，增加對商品的了解	讓媒體更了解新商品的特點，將更完整的商品訊息傳遞予社會大眾
	扮演好企業及品牌對外溝通的重要橋樑	作為對外發言與溝通的重要管道，明確迅速地對外傳遞經營狀況及最新訊息	1. 新聞稿 2. 記者發表會 3. 媒體新車試乘活動 4. 官網 5. 廣宣活動(ex. 微電影)	不定期	1. 新產品 / 服務推出之說明與介紹 2. 針對媒體提問正確迅速加以回覆 3. 提供產業 / 市場及公司經營狀況之資訊與說明 4. 社會公益活動之訊息露出	透過多樣化地溝通管道，與媒體建立良好的互動環境

決定重大議題與考量面邊界

和泰汽車透過電子問卷的方式進行調查，以獲得利害關係人對各永續議題的關注程度。各永續議題從「非常關注」至「無關注」共分為 5 個等級，由受訪對象依據其本身之利害關係人身份勾選之。問卷調查期間為 2018 年 2 月至 2018 年 3 月，總計共回收 77 份問卷進行後續分析。

由於和泰汽車決定本報告書欲揭露之重大議題，必須一併考量「利害關係人關注程度」與「對公司營運之衝擊程度」兩項因素。因此除調查利害關係人的關注程度外，也透過報告書編撰小組來完成各永續議題對於和泰汽車營運的衝擊程度。各議題之衝擊程度以 5 個等級區分，10 個小組成員以公司整體的立場來評估其對永續營運的衝擊程度。根據此兩項量化數據製出重大性矩陣圖後，經報告書編撰小組成員協同討論後，決定出 22 項和泰汽車 2017 年的重大性議題。

除利害關係人溝通與申訴機制列為 GRI 103 管理方針內容以外，其餘共可對應 GRI 準則的 22 個主題，經濟面有 6 個、環境面有 6 個、社會面有 13 個。此 25 項重大議題並由報告書編撰小組成員評估，從增加營收、降低成本、增加品牌信任、降低商譽風險、增加員工向心力或發揮社會影響力六個要素，辨別出各重大議題與和泰汽車營運之關連。



面向	重大性議題	對應 GRI 準則主題	對和泰汽車營運的意義					
			A	B	C	D	E	F
永續經營	永續願景與目標	反貪腐、公共政策、反競爭行為、社會經濟法規遵循	●	●	●	●	●	●
	公司治理		●	●	●	●	●	●
	道德誠信				●	●		
	法規遵循				●	●	●	●
	風險與危機管理			●	●	●		
	永續供應商管理	採購實務、供應商環境評估、供應商社會評估、結社自由與集體協商、童工、強迫與強制勞動	●	●	●	●		
汽車產業	顧客管理	顧客健康安全、行銷與標示、客戶隱私	●	●	●	●	●	●
	顧客隱私保護				●	●		
	經銷商管理		●	●	●	●		
	產品品質與召回		●		●	●		
經濟面	營運財務績效	經濟績效	●	●	●	●	●	●
	稅務策略			●	●	●		
	公平交易	反競爭行為	●		●	●		
	品牌管理與行銷	行銷與標示、社會經濟法規遵循	●	●	●	●	●	●
環境面	環境政策與管理	經濟績效、能源、水、排放、廢汙水和廢棄物、有關環境保護的法規遵循			●	●		
社會面	職業安全與健康	間接經濟衝擊、經濟績效、市場地位、勞僱關係、職業安全衛生、訓練與教育、員工多元化與平等機會、人權評估、不歧視、結社自由與團體協商、童工、強迫與強制勞動、當地社區		●	●	●	●	●
	勞僱關係				●		●	●
	勞工權益						●	●
	職涯培訓與教育訓練				●		●	●
	員工福利與薪資				●	●	●	●
	人才留任與招募				●		●	●
	利害關係人溝通與申訴機制	GRI 103 管理方針			●	●		

A：增加產品銷售，提高公司營收。
 B：提升效率或減少支出，降低營運成本。
 C：增加外界對和泰品牌的信任，提高顧客忠誠度。
 D：降低因商譽衝擊可能帶來的營運風險。
 E：增加員工對公司的向心力，增進營運效率。
 F：發揮對社會正面的影響力，促進社會和諧與共融。

將選定的 25 個重大考量面，經由報告書編撰小組成員逐一評量，辨別每個議題在組織內實體（和泰汽車與子公司）與組織外價值鏈（供應商、承攬商、客戶）可能發生衝擊之所在位置。針對發生在和泰汽車之衝擊，本報告書於各章節中同時描述管理制度、因應之道與績效成果；對於發生於組織內子公司與價值鏈上之衝擊，乃以展現和泰汽車之管理作法為主。

面向	實體名稱	組織內實體					組織外							
		和泰汽車	子公司				主要供應商			經銷商				終端使用者
	重大主題		和潤	和運	和展	和泰產險	國瑞	日本豐田	日野	TOYOTA 經銷體系	LEXUS 經銷體系	長源汽車股份 有限公司	台灣豐田 產業機械	車主
經濟面	經濟績效	●			●			●				●		
	市場地位	●												
	間接經濟衝擊	●												
	採購實務	●												
	反貪腐	●										●		
	反競爭行為	●			●							●		
環境面	能源													●
	水											●		
	排放											●		●
	廢汙水和廢棄物							●				●		●
	有關環境保護的法規遵循	●						●						
	供應商環境評估	●												
社會面	勞雇關係	●			●			●				●		
	職業安全衛生	●			●			●				●		
	訓練與教育	●			●			●				●		
	員工多元化與平等機會	●			●							●		
	結社自由與團體協商	●			●									
	童工				●			●				●		
	強迫或強制勞動	●			●			●				●		
	供應商社會評估	●												
	公共政策	●												
	顧客健康與安全	●			●			●				●		●
	行銷與標示	●			●			●				●		●
	客戶隱私	●			●			●				●		●
	社會經濟法規遵循	●			●			●				●		

面向	議題	管理方針		
		和泰管理政策與相關作法	目標	行動方案
永續營運	永續願景與目標	突破販賣極限、顧客服務革新、價值鏈效益再升級、擴大集團規模並落實管理	全集團各產業別 No.1	訂定 2018-2022 年和泰集團中長期計劃
	公司治理	由投資人關係室負責提升公司治理文化，完善公司治理制度，成為公司治理的標竿企業	公司治理評鑑排名達全上市公司前 5%	1. 提升董事會效能，導入董事會績效評估制度 2. 持續增加網站資訊豐富及透明度 3. 完善公司規章辦法之制定
	道德誠信	由法務室與稽核室負責，本於誠實、透明及負責之經營理念，對於不誠信行為採取零容忍政策鼓勵檢舉不誠信行為，並承諾保護檢舉人不因檢舉而遭不當處置	0 件不誠信行為	制定「反賄賂誠信經營作業程序及行為指南」，確立完善檢舉流程及建立相關文件
	法規遵循	發現任何違法情事，均有因應或處置措施	一線人員全面法律教育，參與率達 90% 以上	1. 由法務室對全經銷商進行「違法零容忍」示範講座 2. 由經銷商法務做為種子講師對一線人員授課 3. 由法務室拍攝線上課程及測驗
		透過法務室、各經銷商 / 關企法務，協助集團內各公司了解自身遵法弱點，有效控管經營法律風險，落實公司治理與實踐社會責任	1. 本公司、4 家經銷商及 2 家關係企業參與遵法評核 2. 逐年降低違法缺失項目	由集團法務配合進行遵法查核，檢視公司整體運作適法情況，針對缺失規劃改善方案並予以實行
		強化集團法令遵循，以層峰為首訴求法遵，達上行下效成就，落實公司治理與實踐企業社會責任，控管經營法律風險	每年召開定期會議檢視集團法令遵循狀況及風險對應	成立「法令遵循推動會議」，由總經理擔任主席，和泰部長級以上、經銷商及關係企業總經理擔任成員，並設七大權責小組負責各業務領域遵法事宜，每年召開一次定期會議，並針對突發性重大議題召開臨時會議
		法務室負責深化全員遵法意識傳達法律遵循重要性及概念	深化全員遵法意識	邀請外部講師講授業務執行或生活相關法律知識，並製作年度全員遵法指南及測驗

面向	議題	管理方針		
		和泰管理政策與相關作法	目標	行動方案
永續營運	風險與危機管理	面對媒體採訪情況，建立統一之對應標準流程	能正確且即時的對應採訪和降低品牌商譽之損害風險	對應流程 1. 經銷商銷售 / 服務據點接獲媒體採訪需求 2. 回報相關業務單位主管 3. 確認是否受訪及回復說法 4. 回應媒體 / 受訪
		遵循職安法規範，擬定員工安全健康守則及相關辦法，並定期檢視內容之適法性	每季定期召開「職業安全衛生委員會」，擬定安全健康相關政策及辦法、計畫相關活動，以降低職災發生率及促進員工之健康	由總經理擔任「職業安全衛生委員會」主任委員，各園區主管偕同勞工代表擔任委員，以公司整體觀點來規劃並進行職業安全衛生相關事務，針對擬定之安全衛生政策提出建議，審議、協調及建議安全衛生相關事項，並規劃督導與推動安全衛生管理事項，指導相關部門實施以及報告現行安全衛生活動執行狀況。2017 年主要的健康促進活動為年度健康檢查及安全健康相關講座、計步到雲端健走活動、健康測量讚之定期自我監控血壓及體重活動
	永續供應商管理	杜絕仿冒品，並強化永續經營理念，與供應商共創價值	完整且高品質的零件供應體系	1. 定期展開定例會議，追蹤本公司與供應商之合作情形。 2. 針對零件不定期做市場調查，以推出符合市場需求的產品
		以進行市場研究掌握市場動向和展開定例會議與供應商合作的方式，與主要供應商日本豐田汽車約定應遵守地方、國家及國際之法律及社會規約，實踐企業社會責任，並致力提升 TOYOTA 品牌形象	與供應商成為永續經營之夥伴	1. 定期簽訂代理商合約 2. 導入適當商品 3. 定期擬定販賣計畫

面向	議題	管理方針		
		和泰管理政策與相關作法	目標	行動方案
汽車產業	顧客管理	持續通過 ISO 10002 客速處理認證	顧客服務在地 No.1	1.0800 外包接聽顧客滿意度調查、舉辦顧客月活動（強調顧客喜悅，降低抱怨） 2. 電訪 / 郵訪 / 同業面訪調查
	顧客隱私保護	導入程式碼弱點掃描機制，提供安全無虞之系統服務，妥善保護顧客個資	妥善保護顧客個資	1. 導入原碼掃描工具 2. 資安事務局建立掃描機制 3. 掃描機制施行 （系統上線前，需進行弱掃並排除問題點）
		導入可自動偵測駭客程式的威脅分析技術（ATA），及早發現並對應可疑入侵行為，避免資安災害（個資外洩）	避免個資外洩	1. 導入 ATA 工具 2. 即時監控使用者行為軌跡、對策可疑行為
	顧客隱私保護	委外廠商保管個資作法再查核與改善追蹤，確保委外廠商妥善保護我方顧客個資	妥善保護顧客個資	1. 現地稽核委外廠商，並審閱廠商個資自評報告 2. 要求廠商限期改善個資控管弱點。
		執行惡意郵件攻擊模擬演練，強化並檢驗同仁資安意識，避免惡意郵件導致個資外洩	避免個資外洩	1. 執行惡意郵件攻擊模擬演練 2. 蒐集並分析同仁郵件點擊行為 2. 進行教育訓練，提升同仁資安意識
		建立集團資安事件快速應變體制，預先防堵資安威脅，避免個資外洩	避免個資外洩	1. 成立集團資安應變小組 2. 建立快速應變機制規範 3. 及時發出资安事件威脅告警，集團全面對應。 4. 掌握集團資安事件，避免資安災害或大
	經銷商管理	若商品發生品質議題，將負責召回並予以修復，由地區擔當員反映實況回總公司進行處理	規範一定時間內需協助顧客進行召修	將此項目列入方針設定，定期跟催監控，若表現優良將提供獎勵旅遊
	產品品質與召回	確保提供顧客高品質的車輛	1. 交車中心不良點 < 0.25 2. 90 天解決率 >80%、 180 天解決率 >99%	1. 新車上市前檢查 / Hotline 活動 / 交車中心檢查 2. 既售車品質快速反映廠家改善
		召修作業強化，確保車輛使用安全	召修完成率 80%	1. 擴大召回改正活動訊息宣傳深度及廣度 / 媒體露出 2. 顧客信函第二次（以上）代寄 3. 實施進度追蹤

面向	議題	管理方針		
		和泰管理政策與相關作法	目標	行動方案
經濟面	營運財務績效	公正且透明的財務報導，忠實反映營運財務績效。	遵循法規	依法令時程及規範出具財務報告至公開平台，供投資大眾了解財務績效
	稅務策略	遵循各項稅務法令	控制稅務風險	因應稅務法令變更與會計師進行稅務知識交流
	公平交易	建立全面性的公平法遵法機制，避免員工涉入違法風險高的不當行為。不進行聯合行為，不限制轉售價格，不濫用優勢地位。各風險單位設置公平交易法遵法擔當，每年進行遵法自評	0 件裁處案件	1. 制定公平交易法遵法守則 2. 每年進行公平交易法遵法查核
	品牌管理與行銷	新車廣宣、藝文活動、顧客關係活動等品牌形象及商品訊息之溝通；傳達品牌多元、活力形象，滿足顧客對新車活及動訊息之需求	透過品牌溝通，滿足大眾或特定族群對商品訊息、品牌精神了解之需求	1. 新車上市記者會：C-HR、PRIUS PHV、台北新車大展 2. 藝文活動：TOYOTA DreamCar、BOTY、其他藝文活動贊助 3. 車主與其他活動：FAMILY DAY、籃球夏令營
		日野官網改版，以符合消費者手機、平板、PC 等多元使用習慣	網頁可隨顧客使用載具規格調適版面	網頁採 RWD 版響應式網頁設計
環境面	環境政策與管理	發展永續環境、減少商品之資源及能源消耗、提供有益環境與人類的車輛。確保在新車銷售前取得排氣、噪音、油耗、安全審查等四種合格認證	順利取得各車型合格證，2018 年式 TOYOTA 共計 17 個車型，LEXUS 共計 28 個車型	參加各項法規會議，掌握未來法規動向及時對應

面 向	議 題	管理方針		
		和泰管理政策與相關作法	目標	行動方案
社 會 面	職業安全與健康	遵循職安法規範，擬定員工健康守則及相關辦法，並定期檢視內容之適法性。盡力維護職場安全，積極邁向健康促進	降低職災發生率，促進員工之健康	計步到雲端（健走活動）、健康測量讚（定期自我監控血壓 & 體重活動）
	勞僱關係	遵循勞工法規	提昇員工滿意度	舉辦全員共好相關活動
	勞工權益	定期召開勞資會議	提昇員工滿意度	無
	職涯培訓與教育 訓練	依據各級人員之職能內容，規劃相關培育機制及安排適當之教育訓練課程，每年約投入約 1,000 萬元。	透過培訓協助各級人員職能強化	新人教育、CS 教育、職能強化課程
		售前與售後教育單位根據不同職位，先訓後用。方式為訓練中心、e 學院平台、遠距互動教學、各職級實體教學	人員質量比例	年度訓練計畫
	員工福利與薪資	定期審視員工薪資並適時調整	提昇員工滿意度	舉辦全員共好相關活動
	人才留任與招募	擴大增才管道，建立新進關懷制度	降低離職率	參加校園徵才活動

重大議題與聯合國永續發展目標

聯合國永續發展目標需要企業與政府一同努力才能達成。因此和泰汽車追逐步透過連結 GRI 的資訊揭露、企業永續和 SDGs 的關聯性，與全球攜手共同往一致性的目標邁進。我們在管理重大議題與制訂目標的同時，已遵循由 UNGC 偕同 WBCSD 與 GRI 所建立之「永續發展目標羅盤」（SDG Compass）中的五大步驟（了解 SDGs、鑑別優先次序、制訂目標、整合、揭露與溝通），將與和泰汽車相關之全球永續發展的願景，納入公司企業社會責任發展的核心策略之中。目前所鑑別出可對應之相關永續目標有 SDG3、4、5、8、12、15、16、17，共 8 個目標。



面向	重大性議題	對應 SDGs	對應章節	章節名稱	頁碼
永續經營	永續願景與目標	SDG 12 ：確保永續消費及生產模式	-	昂首精進 70 年	24
	公司治理	SDG 8 ：促進包容且永續的經濟成長 SDG 16 ：促進和平且包容的社會	7 全	公司治理	128
	道德誠信	SDG 16 ：促進和平且包容的社會	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131
	法規遵循	SDG 5 ：實現性別平等 SDG 16 ：促進和平且包容的社會	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131
	風險與危機管理	SDG 13 ：採取緊急措施以因應氣候變遷及其影響	5.1	環保理念	97
	永續供應商管理	SDG 12 ：確保永續消費及生產模式 SDG 17 ：強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係	3.2	和泰汽車供應商管理體系	77

面向	重大性議題	對應 SDGs	對應章節	章節名稱	頁碼
汽車產業	顧客管理	SDG 12 ：確保永續消費及生產模式	2.2	顧客關係管理	51
	顧客隱私保護	SDG 16 ：促進和平且包容的社會	2.2	顧客關係管理	51
	經銷商管理	SDG 12 ：確保永續消費及生產模式	3.1	經銷商管理	65
	產品品質與召回	SDG 12 ：確保永續消費及生產模式	2.3	產品設計與生產	58
經濟面	營運財務績效	SDG 8 ：促進包容且永續的經濟成長	7.6	歷年財務績效	137
	稅務策略	SDG 8 ：促進包容且永續的經濟成長	7.6	歷年財務績效	137
	公平交易	SDG 17 ：強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131
	品牌管理與行銷	SDG 12 ：確保永續消費及生產模式 SDG 17 ：強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係	-	昂首精進 70 年	24
環境面	環境政策與管理	SDG 15 ：保護、維護及促進領地生態系統的永續使用	5.1	環保理念	97
社會面	職業安全與健康	SDG 3 ：確保健康及促進各年齡層的福祉	4.3	職業安全管理	92
	勞僱關係	SDG 3 ：確保健康及促進各年齡層的福祉 SDG 5 ：實現性別平等	4.2	權益與福祉	86
	勞工權益	SDG 5 ：實現性別平等	4.2	權益與福祉	86
	職涯培訓與教育訓練	SDG 4 ：確保有教無類、公平以及高品質的教育	4.1	培育與職涯發展	79
	員工福利與薪資	SDG 3 ：確保健康及促進各年齡層的福祉	4.2	權益與福祉	86
	人才留任與招募	SDG 4 ：確保有教無類、公平以及高品質的教育	4.2	權益與福祉	86



和泰品牌

和泰的成立與發展歷史

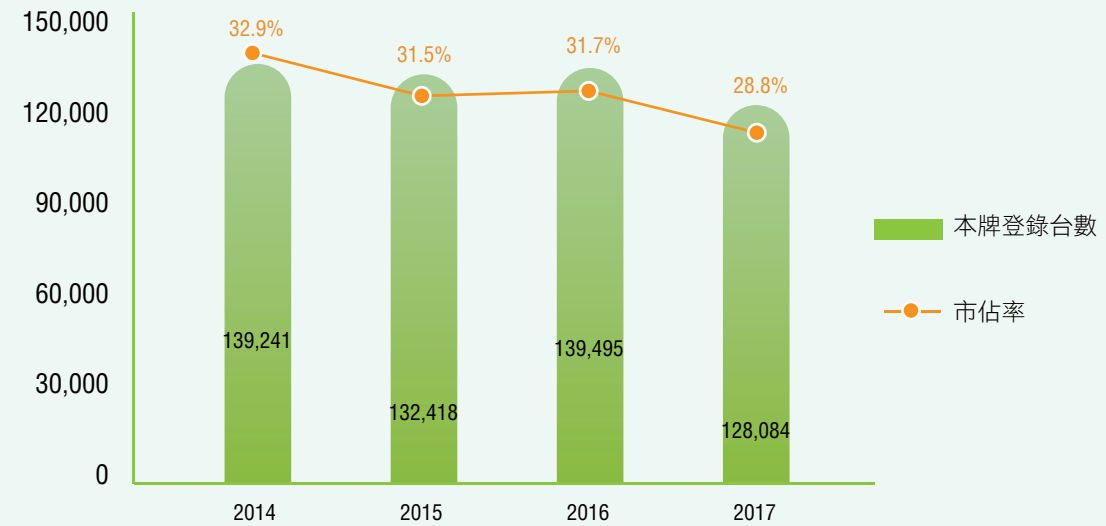
和泰汽車創立於 1947 年，迄今走過 70 個年頭，初期以貿易為主要業務，隨後陸續取得豐田、日野、凌志等汽車知名品牌之代理權，為日本豐田汽車海外市場的首家總代理，一路走來始終抱持著「沒有最好、只有更好」的信念，以及和泰人的 DNA- 熱誠與誠信，以熱情不懈的精神持續突破，和一群懷抱相同熱忱的人共同打拚，奠定今日和泰汽車成為台灣汽車業龍頭的基礎。未來，我們將持續堅持提供最好的產品與服務，同時落實各項顧客滿意活動，用最踏實的心貫徹和泰人的使命，始終以『心』為行事的出發點，站在客戶立場思考，也站在員工的立場思考，在互信互利的基礎上，取得滿意的最大值。



和泰汽車於 1997 年正式於台灣證券交易所掛牌上市，股票代號 2207，總公司位於台北市松江路 121 號 4 樓及 8 至 14 樓，售後服務本部設於新莊綜合園區（新北市新莊區明中街 10 號），供應全國售後維修零件的主要倉庫則在楊梅物流中心（桃園市楊梅區高獅路 560 號）。

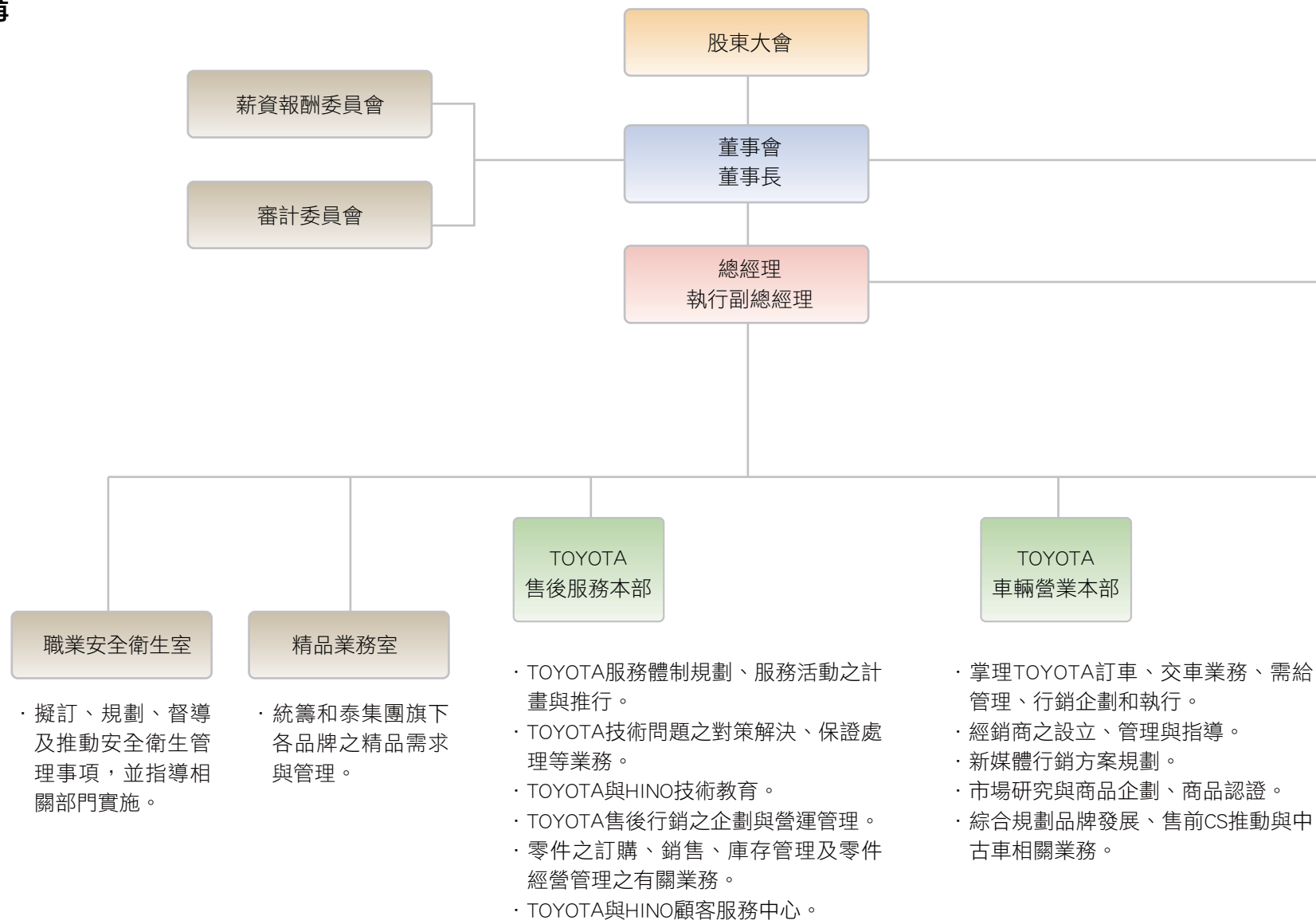
為因應能源短缺及油價高漲等永續性經營議題，和泰汽車自 2006 年起率先引進日本豐田汽車具備先進環保技術的油電混合動力車 (Hybrid)，經過多年推廣，已逐漸被消費者接受並衍生出國產化需求。同時，我們所代理的 LEXUS 豪華進口車、TOYOTA 乘用車及 HINO 商用車，皆以優異的品質以及完善的售後服務聞名於業界，多年穩居市場佔有率第一名。

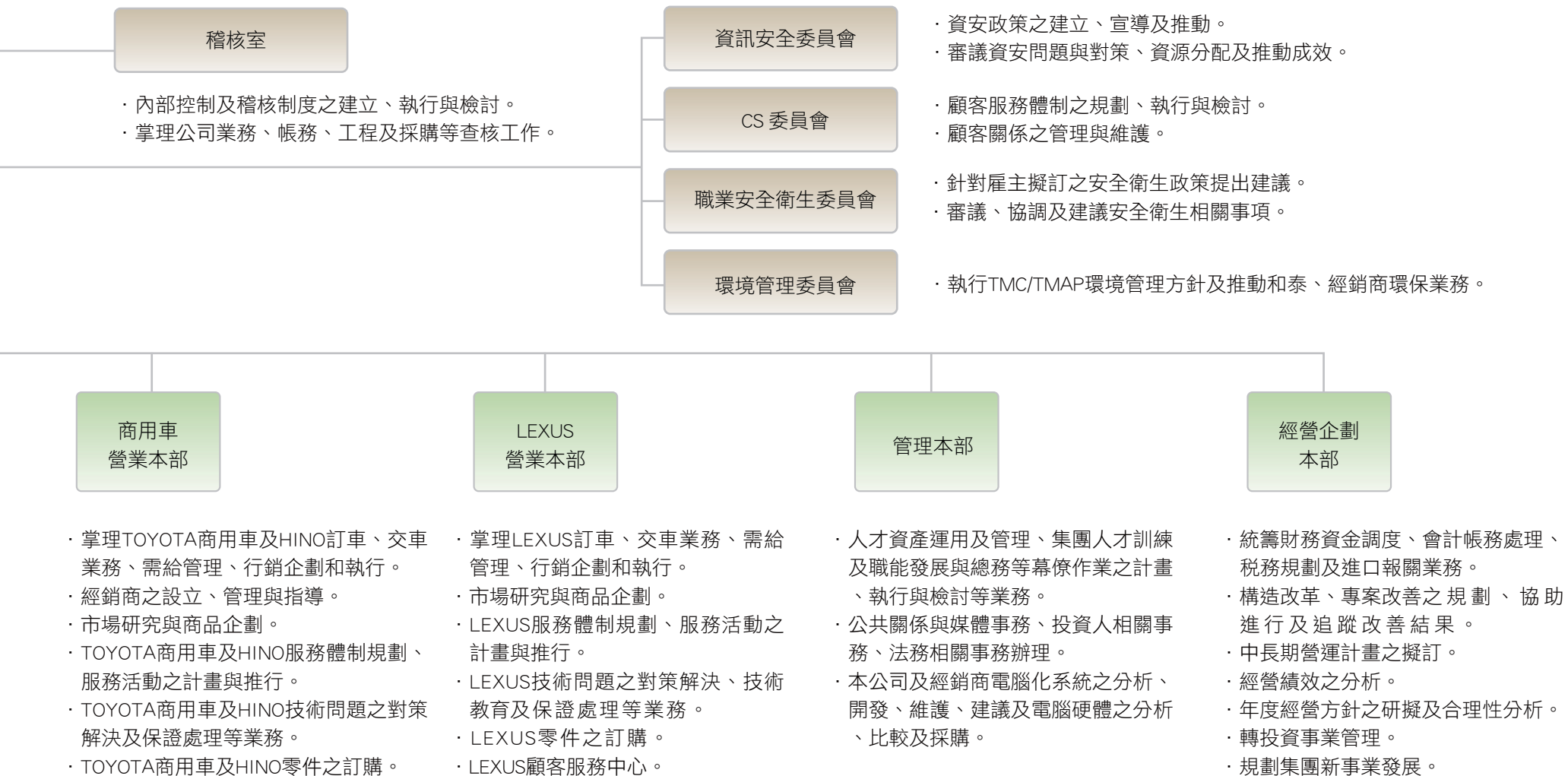
市場佔有率



創立日期	資本額	年度	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
1947 年 9 月	54 億 6 千 2 百萬元	銷售台數（台灣）	139,241 台	132,418 台	139,495 台	128,084 台
		營業收入	1,038.7 億元	1,019.7 億元	1,103.5 億元	1,122.6 億元
		每股稅後盈餘	16.84 元	17.90 元	19.66 元	18.52 元
		員工總人數	530	549	554	538

組織架構





產業鏈

和泰汽車價值鏈

隨著汽車市場與整體市場的快速變遷，和泰汽車將自身的定位，由商品代理經銷商轉變為整合集團力量，產生加值服務，將「商品代理 / 販賣」導向轉變為「顧客服務」導向，以創造『Life time customer 終身顧客』作為終極目標。為了能夠提供顧客完整與全面的服務，我們積極的建構服務價值鏈，透過企業價值鏈的多元化與積極拓展，逐步使集團的整體架構朝向標竿汽車集團邁進，並漸趨成熟，使和泰汽車邁向成為 21 世紀「堅持完美品質 締造領導品牌」之標竿集團。



和泰汽車股份有限公司

代理 LEXUS、TOYOTA、HINO 品牌台灣販售業務，透過經銷商體系提供商品與服務滿足消費者需求

國瑞汽車股份有限公司

生產多款 TOYOTA、HINO 車輛、底盤與零件，除提供台灣市場外，亦出口至海外

TOYOTA 經銷體系、TOYOTA 認證中古車體系

透過台灣八家經銷體系（國都汽車、北都汽車、桃苗汽車、中部汽車、南都汽車、高都汽車、蘭揚汽車、東都汽車），負責 TOYOTA 新車、認證中古車銷售並提供車主完整售後、週邊服務，創造「樂在 TOYOTA」的用車體驗

LEXUS 經銷體系、LEXUS CPO

透過台灣八家經銷體系（體系同 TOYOTA 汽車），負責 LEXUS 新車、CPO 中古車銷售並提供車主完整售後、週邊服務，創造超越顧客期待、Experience Amazing 的用車體驗（CPO 業務目前共由六家經銷商經營）

長源汽車股份有限公司

經營大型商用車銷售及維修業務

台灣豐田產業機械股份有限公司

代理銷售豐田產業車輛、零件等商品及售後服務業務

和泰聯網股份有限公司

經營集團汽車生活圈等多元電子商務業務

和潤企業股份有限公司

經營汽車分期付款與專業理財金融業務

和運租車股份有限公司

經營長、短期租車、專業接送等各方位用車業務

和運國際租賃有限公司

於上海及多個城市經營長、短期租車、專業接送、包車等業務。另亦經營設備融資租賃業務

和運（上海）商業保理有限公司

經營上海地區供應商及客戶保理業務

和昭實業股份有限公司

經營大型商用車輛及其他商品分期融資

和泰產物保險股份有限公司

經營意外保險、汽車強制險、醫療保險等各種產物保險業務

和安保險代理人股份有限公司

代理汽車保險及各類財產保險業務

和全保險代理人股份有限公司

代理各類人壽保險業務

車美仕股份有限公司

經營 TOYOTA 授權正廠用品與 Carmax 自有品牌用品之設計、開發、銷售、售後服務業務

興聯科技股份有限公司

車用電子產品及車載多媒體系統之設計、開發及銷售業務

凱美士汽車科技有限公司

為台灣車美仕投資之專業汽車精品公司，服務和泰集團之大陸車輛經銷店

廣汽長和汽車科技有限公司

為台灣車美仕股份有限公司與廣州汽車集團商貿有限公司合資之汽車用品公司。為廣汽集團車輛用品供應商。

多羅滿汽車零配件股份有限公司

經營專業汽車零配件批發、零售業務

和通汽車投資有限公司、雷克薩斯體系、

一汽豐田體系、廣汽豐田體系

和通汽車為和泰汽車集團中國總部，經營雷克薩斯、一汽豐田及廣汽豐田 4S 店（含營業所/服務廠）

上海和乾物流設備貿易有限公司

經銷豐田產業車輛之銷售及售後服務

上海和德二手車經營有限公司

經營上海等多個地區豐田認證中古車專業收購、銷售相關業務

上海和冕汽車科技有限公司

提供汽車領域內技術開發及技術諮詢及業務

棗庄和萬汽車銷售服務有限公司

提供汽車及零配件銷售服務

走過

70年

1947

1947.09

和泰商行創立，資本額新台幣81萬元，員工10餘人，主要經辦兩岸貿易業務。公司位於台北車站右邊之路旁



1950S

1955.04

改組為和泰貿易股份有限公司

1952

與日本日野汽車公司簽訂台灣區總代理契約

1949

取得豐田及橫濱輪胎代理權，成為兩間公司第一家海外代理商

1960S

1969.04

本公司透過中信局代理進口第一批日本豐田小汽車706台，占日本進口車的80%，奠定TOYOTA小汽車台灣市場

1968.01

改組為和泰汽車股份有限公司

1966.10

新莊工廠建廠，土地面積8000餘坪。係當時國內最具規模之修護廠



1974.09

與味全和泰興業及大全彩藝等關係人共同捐資新台幣2千5百萬元成立純青社會福利基金會

1973.02

結束六和汽車銷售業務

1970.02

日本豐田汽車與六和汽車股份有限公司技術合作生產可樂娜轎車，本公司為其總代理

1970S

1989.05

TOYOTA CORONA 上市（國產第一台小型車）

1988.05

本公司與國內八大經銷商簽訂第一次豐田產品經銷契約

1987.04

豐田新事業展開，小型商用車與轎車生產及銷售相關業務啟動

1986.01

經濟部投資審議會通過豐田汽車公司投資國瑞汽車公司

1980S



1984.03

和泰投資國瑞汽車，4月國瑞成立；11月中壢工廠開始生產

1983.06

經濟部投資審議會通過豐田汽車之設廠投資案（即一般所稱之大汽車廠案）

1999.06

和潤與和運公司成立

1997.11

大陸首家據點上海和裕開幕

1997.09

正式引進LEXUS品牌至台灣

1997.02

本公司以第一類股票在台灣證券交易所掛牌買賣。



2009.05

東部汽車公司成立

2008.04

中古車拍賣事業「和運勁拍中心」開幕

2008.04

和泰增資國瑞汽車至30%

2007.05

楊梅第二倉庫開幕

2003.01

長源汽車、台灣豐田產機成立

2000.03

楊梅物流中心正式啟用

2000S



1990S

1996.12

本公司代理銷售之日野大卡車、大巴士、豐田中型卡車、小轎車、產業車輛，全車種銷售首次榮登市場佔有率居 NO.1。

1995.03

國瑞觀音廠落成

1994.12

第一次突破年銷售 10 萬台紀錄，並奠定年銷 10 萬台銷售體制

2017.12

TOYOTA及LEXUS 2017年總登錄台數共128,084台，蟬聯台灣車市龍頭寶座16年。

TOYOTA ALTIS、RAV4、SIENTA坐擁乘用車款銷售排行前三名。

LEXUS RX 穩坐豪華SUV霸主地位。

HINO連續第8年大型商用車NO.1。

2017.12

國瑞汽車榮獲106年國家職業安全衛生最高榮譽「企業標竿獎」

2017.04

「TOYOTA一車一樹」公益植樹計畫展開

2017.03

併購蘇黎世產物保險並正式更名為和泰產物保險

2016.12

TOYOTA《驅動城市》App歡慶突破200萬下載

2016.08

和泰汽車顧客服務中心榮獲「ISO10002顧客意見處理管理系統」國際驗證，為台灣汽車業首例



2010S

2014.12

國瑞汽車年產量突破20萬台，創下台灣車廠新紀錄

2014.12

完成入股全國經銷商

2014.12

中古車交易網站「@bc好車網」正式上線

2014.06

和運租車創台灣業界先例 推出iRent 24小時自助租車服務

2013.03

TOYOTA 首創台灣車壇All-in-One行車生活服務APP-「驅動城市」

2011.09

TOYOTA在台銷售200萬台



2017

和泰汽車的願景 -

+hink Amazing

2011 年，在面對成熟且競爭的汽車市場下，我們以「跳脫框架・凌駕夢想」為願景，激勵同仁打破了現有的慣性思維，成功將和泰推昇至事業新高峰；然而，大環境變化快速，資訊科技發達的網路新世代來臨，在面對如此詭譎多變的市場環境，我們除隨時保持危機意識、持續創新思維外，並應秉持「沒有最好，只有更好」的精神，造就下一步和泰成長動能。為此，在和泰 70 週年的新里程碑，我們設定和泰新願景為「+hink Amazing」。

「+hink Amazing」所傳達的是不自滿於 NO.1、大膽追求、勇於嘗試以突破性新思維及作法，創造更多驚豔的成果。其中將「t」轉化為「+」，代表 Level up，「i」代表每一位同仁，所期望的就是每一位同仁都要 Level up，我們也藉由舉辦「Amazing 創意提案競賽」，以跨單位、跨職級，打破組織建置的參賽方式，激發同仁 Amazing 的思維，並鼓勵同仁以沒有侷限的思維，超越眼界的創新與驚豔，只有和泰能夠超越自己、超越極限的態度，面對每次迎面而來的挑戰！



和泰汽車的使命 -

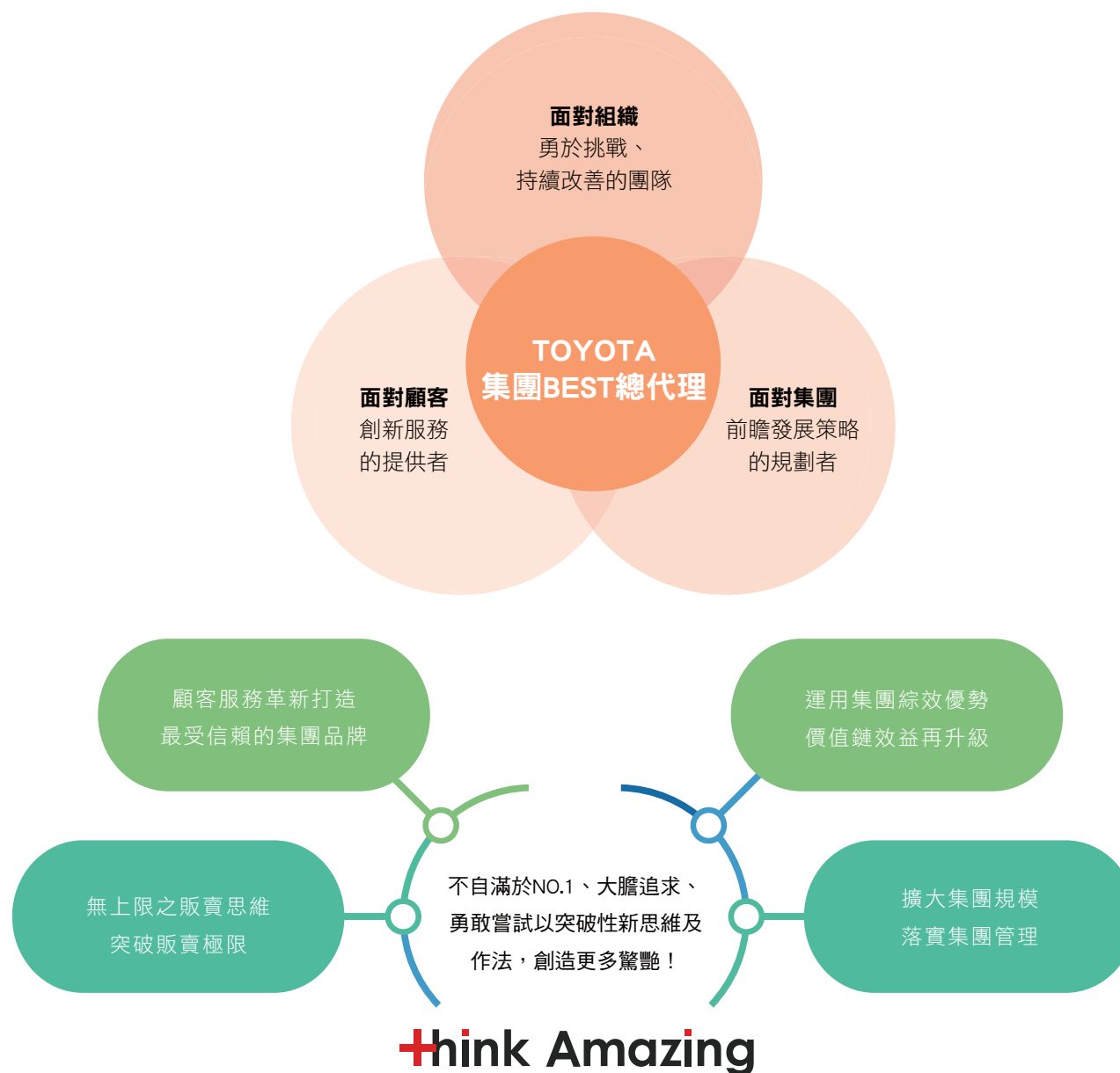
TOYOTA 集團 BEST 總代理
(TOYOTA World's Best Distributor)

和泰汽車透過集團的前瞻發展策略規劃、組織面的建構勇於挑戰、持續挑戰的團隊、直到成為顧客的創新服務提供者，始終秉持成為「TOYOTA 集團 BEST 總代理」的企業使命。

發展目標 -

2018-2022 中長期計劃

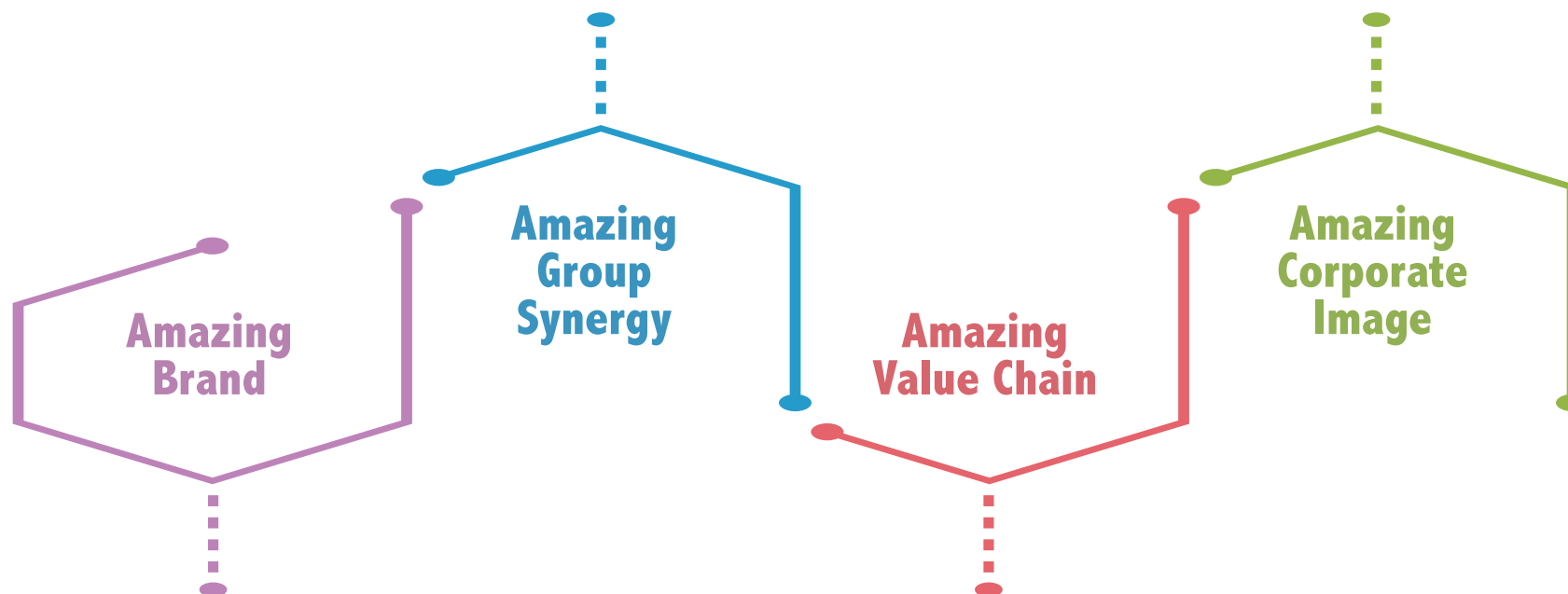
和泰汽車向來堅持提供高品質商品、超越顧客期待的創新服務，透過建構完整的汽車服務價值鏈，提供滿足顧客各項汽車周邊服務與產品，期許讓和泰汽車及代理的所有品牌，持續成為汽車市場中最具魅力的領導品牌。我們延續過去幾年，以「掌握方向、堅持更好」的策略主軸，強化車輛銷售、售後服務及組織與人才等三個層面上，累積下一階段的創新服務能量。展望未來發展，我們將秉持「+hink Amazing」的企業願景，持續創造成長動能，同時提升經營效能，向社會大眾展現企業社會責任的落實，以最大的努力與決心，來達成所有目標。



2018 年經營方針

- 強化集團成員公司治理，建立財務及人資管理體制
- 善用集團優勢，整合資源，最大化發揮集團綜效
- 培養各領域經管人才，建立儲備主管培訓計劃
- 全集團資安強化，持續更新系統，提升作業效率
- 深化集團內控及法遵觀念，監控營運風險

- 保障消費者權益，投入社會關懷，建立健康職場環境，善盡企業社會責任
- 因應環保節能趨勢(如：碳排放、能源管理等)，執行環保政策，塑造綠色環保企業形象



	車輛→搶攻市佔率	服務→CS No. 1
TOYOTA	佈局完整商品Line-up	創新客製化行銷活動
LEXUS	Brand Shift(高質感品牌)	創造獨特服務體驗
商用車	強化販賣競爭力	構築堅強服務品質與效率

和 潤：持續擴張分期業務，發展多元產品、通路
 和 運：創新租賃及競拍模式，提昇營運規模
 車 美 仕：研發車聯網相關商品，拓展全球商機
 長 源：鞏固大型車領先優勢，建立周邊價值鏈
 產 機：強化販賣服務體制，擴展周邊業務
 和 通：持續提升本業獲利，發展汽車價值鏈
 和泰產險：提供多元化商品及通路，提升車險市佔
 和泰聯網：整合集團優勢，建構專業汽車價值鏈電商平台

綿密的銷售網絡與服務

和泰汽車深耕台灣市場 70 年，為國內汽車銷售服務業的第一大品牌，代理 TOYOTA、LEXUS、HINO 等品牌，在小型乘用車的部分，與國都汽車、北都汽車、桃苗汽車、中部汽車、南都汽車、高都汽車、蘭揚汽車及東部汽車等八大經銷夥伴長期合作，形成全國經銷體系。在商用車的部分，西部地區由長源汽車進行經銷，東部地區則由蘭揚汽車及東部汽車負責經銷。

新莊綜合園區 - 東南亞規模最大的汽車綜合園區

和泰汽車於 1997 年設立教育研修中心，佔地 8,852 坪，斥資新台幣七億多元興建，包括「小型車維修大樓」、「大型車維修大樓」、「研修大樓」三大部份，總建坪為 12,561 坪，堪稱東南亞規模最大的汽車綜合園區，近 20 年來，培育出無數的專業人才。秉持 TOYOTA 的經營理念與專業態度，並迎接 21 世紀日新月異的科技，教育研修中心不僅配有先進、高效率的教育設備及各式教育訓練教室，可提供汽車維修及第一線銷售人員各項訓練設施及場地，更可大幅提高小型車及大型車的維修能力，同時亦提供學員清靜優雅的專用宿舍、餐廳及休閒、交誼等設施，每年教育訓練約 2,000 人次參與；另外配合大型活動需要，研修中心更配置可容納 250 人的國際級大禮堂及 600 人的多功能大型活動場地。



新莊綜合園區

楊梅物流中心

和泰汽車為了提供顧客最好、最有效率的服務品質，於 1999 年 8 月，成立佔地 35,238 坪的楊梅物流中心，作為零件倉庫和新車整備中心。而為因應逐漸成長的零件需求業務，於 2007 年完成第二倉庫擴建，以更強大的倉儲與配送能力，提供全台維修零件之需求。

楊梅物流中心以豐田生產管理系統 (Toyota Production System, TPS) 的精神與做法，藉由零件資訊系統提供之精確資訊，以及完善的作業流程，扮演集團補給零件供應鏈樞紐的物流專業角色，提供顧客快速、正確且彈性的物流服務。楊梅物流中心採集中式物流，由楊梅主倉庫供應全台維修零件需求，透過與專業的第三方物流業者合作，配送零件至全台服務據點。

為培育專業的汽車零件管理人才，楊梅物流中心設有多樣化之人才培訓設施，包括 TPS 教育館、零件識別教育館、綜合教育館以及 CPD 道場 (Central Parts Depot)*，提供學員能有完整與專業的學習空間。

* 模擬現場實際作業，可將一個循環的作業切成 12 個自行定義的動作，藉由觀察作業者的實際操作掌握作業改善的空間。



和泰汽車始終秉持「顧客第一主義」為核心，持續推動「Only for YOU 啟動關鍵」的顧客服務活動，以員工滿意為起始，且讓顧客感受 TOYOTA、LEXUS 及 HINO 品牌的用心，與各經銷商全力合作，於全台灣提供綿密的服務網絡。為了提供顧客最優質的服務，於全國經銷據點共有 162 個，維修據點為 173 個；其中 TOYOTA 經銷據點共 109 個、維修據點為 122 個；LEXUS 經銷據點共 27 個，維修據點為 25 個；HINO 經銷據點共 18 個，維修據點為 18 個；豐田產機經銷據點共 8 個，維修據點為 8 個，形成綿密的經銷服務網絡。

TOYOTA

經銷據點 **109**
維修據點 **122**
合計 **231**

LEXUS

經銷據點 **27**
維修據點 **25**
合計 **52**

HINO

經銷據點 **18**
維修據點 **18**
合計 **36**

豐田產機

經銷據點 **8**
維修據點 **8**
合計 **16**

合計

經銷據點 **162**
維修據點 **173**
合計 **335**

2017 永續亮點



排名前**5%**

連續第三屆與第四屆
公司治理評鑑

100%

新進人員反賄賂教育訓練

254萬下載數

驅動城市APP累積下載數

18.52元

每股盈餘

28.8%市占率

小型車市場占有率

174個據點

自2003年起積極推動經銷商及關係企業通過ISO 14001驗證，是國內車業第一家結合經銷商全數據點通過ISO 14001驗證的企業。

1st

2017年新車銷售128,084台，為台灣第一

台灣首家通過ISO 10002國際驗證之汽車業者

領先台灣同業，首創車主App服務

台灣汽車業界第一家總代理及經銷商，上、下游廠商均通過ISO 27001認證的汽車經銷體系



環境

100%符合法規之商品

全車型符合環保署、經濟部與交通部法規標準並取得合格認證

28噸R134a冷媒回收機

建置經銷商R134a冷媒回收機，2017年之總回收量。

73%能源效率等級2以上

能源效率標示在等級2以上之車型比率。

減少**50**噸揮發性氣體排放量

使用環保水性漆塗料，平均每年可減少有機溶劑揮發性氣體的排放量。

4,000萬元環保支出

近三年環保支出金額，包含環境教育、環保設備、環境管理系統與廢棄物處理

降低**4.2%**溫室氣體排放強度

人均年度溫室氣體排放強度，2017年比2016年降低的百分比。

181萬公斤廢棄物減量

2011年起協助經銷商服務據點導入中央給油設備以來減量2,592萬機油瓶，共減少廢棄物之總重。



937 萬元教育訓練經費

2017年教育訓練投入經費達937萬，比2016年成長25.77%，總經費創近五年新高。

100% 育嬰留停復職率

2017年育嬰留停復職率為100%，顯見工作環境友善，同仁樂意回歸職場。

100% 教育訓練達標

全體、職能、經銷商所長與副所長等教育訓練，連續五年完訓率達100%。

1.02 倍女性酬金高於男性

在事務室長職級，女性平均酬金為男性的1.02倍，績效優於男性，促進男女平權。

0 件意外工安事件

秉持「恪守法規」、「風險防範」、「全體參與」、「持續改善」為目標，並提出感動照護，近四年來員工發生重大工安意外件數為0，且承攬/外包商工安事件數也為0。



社會

1,078萬銷售人員教育訓練經費

2017年售後服務人員教育訓練投入經費達1,078萬，投入經費創近四年新高。

425.06公噸減碳

和泰汽車推動一車一樹活動，邀請員工與車主一同種樹響應環保，2017年已種植9萬棵樹，共減碳425.06公噸。

2,502萬元教材捐贈

長期投入培育新一代汽車維修技術人才，自1991年協助技職學校培育汽車修護人才，與多所工業職業學校建教合作，並捐贈各式和泰汽車高科技教具及教材，累計捐贈2,502萬元。

63,000套榮獲裝備捐贈

和泰汽車於2015年完成首輪全台灣國小導護裝備捐贈，考量到裝備需要汰舊換新，2016年展開第二輪之巡迴捐贈，至2017年總計捐贈超過6萬3千套，守護百萬小學生的安全。

75噸二手玩具回收

2016年起在全台TOYOTA服務據點提供玩具回收服務，回收車主及一般民眾的二手玩具，累計至2017年底已回收超過75噸的二手玩具，所減少的二氧化碳相當於18,000棵樹一年的吸碳量。

2,369萬元採購喜憨兒商品

全台122個TOYOTA服務據點全面採購喜憨兒烘焙商品，2015-2017採購金額合計2,369萬元。

專題報導 - 一車一樹

有些環境破壞是無法復原，且會對生活在土地上的生物造成永久的影響，我們一直認為提供車主及下一代安心的生活環境和便利的行車體驗一樣重要。和泰一直以來秉持日本豐田母廠對環境保護「人、車、地球的和諧」的願景為目標。當我們得知臺灣部分地區海岸線在過去 30 年嚴重退縮 100-650 公尺，希望趁現在還來得及，盡力保護美麗的海岸。由於種樹不但可以吸收二氧化碳、減緩氣候暖化，還可以固砂、保護海岸線，是保護及改善環境最好的方法之一。因此為了保護臺灣美麗海岸線，和泰汽車與經銷商啟動企業界歷年最大規模的海岸造林計畫，2017 年 4 月起只要賣出一台新車，就替新車車主於沿海種下一棵樹，搶救臺灣逐漸退縮的海岸線，減緩暖化效應，維護海岸線的水土保持，一同創造美麗的永續家園！

由和泰汽車與全台 TOYOTA 經銷商攜手，由林務局出地，委由具專業植樹經驗的慈心有機農業發展基金會執行種樹，並舉辦公開植樹志工活動，邀請員工與車主一同種樹響應環保。在新北市萬里、苗栗後龍、雲林麥寮、嘉義布袋、屏東恆春、台東東河的海岸線，預計栽種 10 萬棵新樹，約有 30 公頃。自 2017 年 4 月 1 日起至今年底止，種植數量已超過 9 萬棵。在沿海風大、土壤鹽度高的惡劣環境下，和泰汽車仍不放棄，堅持保護臺灣的海岸線，持續種樹，實現守護美麗家園的承諾。而車主可隨時查詢自己的樹寶寶種植何處及生長狀況，並為其取下可愛的名字及心



願、分享於 FB，喚起親朋好友對環保的重視。同時特別製作植樹微電影《我的幸福里程樹》，刻劃父親對子女的深情守護，希望透過民間參與認同，重視海岸生態。

海岸線退縮是自然現象，但是人為活動加劇了這個自然現象發生的速度，因此和泰以植樹防止海岸後退期待能解決：

景觀上	經濟上	環境上
人工海堤是海岸線退後的原因之一，以樹木取代海堤的建造，有助於減少過多工程與人工設施對海岸線的破壞，保留沿海自然景色，促進當地生態旅遊推動。	臺灣沿海是重要的漁業捕撈與養殖重地，利用植樹減緩海岸線的倒退，可以協助於漁民將經濟上的負面衝擊減緩。	氣候變遷可能造成全球海平面上升，對於海島型的臺灣會帶來更顯著的風險，如侵蝕與鹽化。因此透過植林可以保護國土與確保平原地區的農業活動不會立即受到嚴重影響，緩衝全球暖化的威脅。

苗栗後龍

數目 **6,392** 公頃數 **2.6**

植物種類：

黃槿、臺灣海棗、水黃皮、白千層等



雲林麥寮

數目 **34,052** 公頃數 **9.9**

植物種類：

黃槿、白千層、瓊崖海棠、厚葉石斑、內
冬子、枯里真、鵝掌藤、山欖、水黃皮、
台東石楠、臺灣海桐、草海桐、木麻黃、
苦楝、黃連木、朴樹、大葉山欖、大葉欖
仁、樹青、相思樹、白水木等



嘉義布袋

數目 **3,240** 公頃數 **0.8**

植物種類：

木麻黃、繖楊、水黃皮、欖李、草海桐



新北市萬里

數目 **16,533** 公頃數 **5.5**

植物種類：

雙花蟛蜞菊、濱刺麥、林投、黃槿、蔓荊
、苦林盤、草海桐、海欖果、海桐、白千
層、臺灣海棗、穗花棋盤腳、臭娘子、宜
梧、朝鮮紫珠、濱柃木、白水木、日本女
真、厚葉石斑等

總計 數目 **90,417** 公頃數 **30**

*減碳數據引用經濟部能源局節能彙編手冊-0.833公斤

台東東河

數目 **12,700** 公頃數 **4.2**

植物種類：

木麻黃、茄苳、臺灣海棗、繖楊、水黃皮等



屏東恆春

數目 **17,500** 公頃數 **7.0**

植物種類：

木麻黃、黃槿、欖仁、相思樹、黃連木、
臺灣樹蘭、無患子、臺灣欖樹等





《我的幸福里程樹》是描述一位熱衷種樹的父親，即便一己之力有限，仍默默不斷地種樹，要為子女守護美麗的家園。劇情巧妙帶入樹與家庭生活連結的歷程，而這每一段哩程發生的美好回憶，都刻劃入里程樹之年輪中，情節溫馨感人，吸引大眾關注並提高民眾對環保的重視及本植樹活動之認同。



設計交車小卡，將委由業務代表交付車主，並告知車主和泰集團為車主種了一棵樹，車主可掃描小卡上QR code連結至活動網站，以車牌和ID登入車主專區(或直接從驅動城市APP進入，不須再登入)，查看自己樹苗的種植地點，並可為樹苗命名、留言，再分享至個人FB專頁，藉由以上機制強化車主對環保植樹作法的認同，進而擔任志工參與或自發性植樹綠化環境。



內容為一車一樹相關簡介，附QR code亦可連結至活動網站。提供營業所放置於商談桌上，讓顧客認識本活動並進而一同守護臺灣美麗的自然環境。



窗入貼計劃貼於門/窗，作為往來行人廣宣工具，促進民眾對環保活動之認識與接觸。

1



企業社會責任
Corporate Social Responsibility



1.1 企業永續政策

和泰汽車走過 70 年，在所有利害關係人的支持下，成為國內汽車產業的龍頭，我們了解利害關係人對我們的期望與關切，對於未來，我們將秉持著尊重過去、著眼未來、善盡社會責任的態度，以建立長期穩定的市場 No.1 地位共同打拼，使和泰汽車成為 21 世紀「堅持完美品質 締造領導品牌」之標竿集團。和泰汽車將「向大眾展現企業社會責任」作為 2017 年的管理方針，展現和泰汽車全體對於企業社會責任實踐的決心，也是我們對社會進行回饋的誠意。

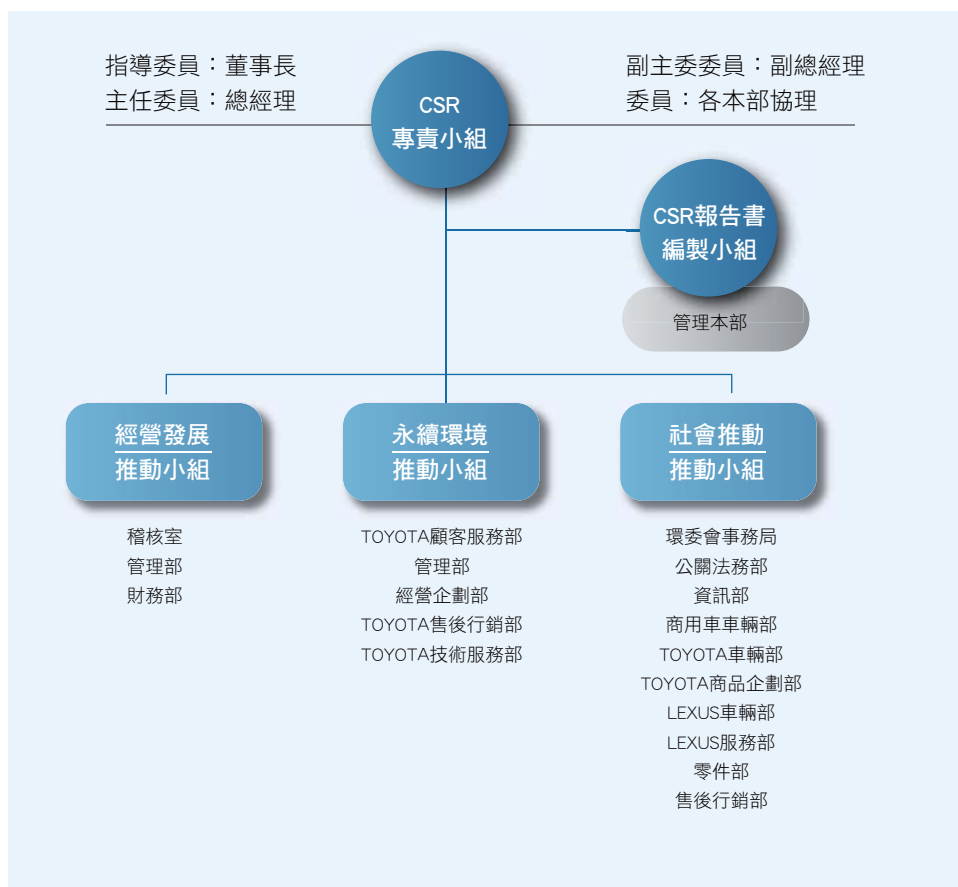
和泰汽車為徹底落實永續經營之理念，已訂定由董事會通過之「和泰汽車企業社會責任實務守則」，要求本公司與整體集團之所有營運活動，必須以符合平衡環境、社會及公司治理發展之國際趨勢，並透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業責任為本之競爭優勢為出發點。

我們相信透過有效的管理及執行，將 CSR 行動與經營策略結合，且內化為發展與營運策略之根本，並偕同員工對社會永續發展創造持續貢獻。和泰汽車對於企業社會責任之實踐，係遵循「落實推動公司治理、發展永續環境、維護社會公益、加強企業社會責任資訊揭露」等四大原則，並且參考國際相關倡議之精神，針對四大原則提出指導方針，作為日常作業中之依循。



1.2 永續推動組織

和泰汽車設有「企業社會責任專責小組」，負責制定企業社會責任發展策略以及各項活動之展開與監督。企業社會責任專責小組之組成，由董事長擔任指導委員，總經理出任主任委員，副總經理為副主任委員，並由各本部協理為專責小組委員。透過整體經營團隊的投入，並且深入了解各個利害關係人的關注議題，擬定和泰汽車整體企業永續發展脈絡，並向下展開成各權責單位或部門的管理方針，具體將企業永續發展融入日常運作中，每年六月將會針對各方針的執行狀況進行檢視，並就進行狀況進行下半年度方針的修訂，並適時將整體企業永續策略執行狀況呈報董事會，彙整董事相關指導，並採取適當行動及對策。



和泰汽車為針對不同面向之永續議題皆能有效掌握與回應，並及時展開相關作為，特於專責小組下成立三大永續方向推動小組，分別為「經營發展推動小組」、「永續環境推動小組」以及「社會參與推動小組」，涵蓋所有相關部門。而為進一步追求資訊揭露之強化與落實，責成公關法務部擔任「CSR 報告書編製小組」，負責整體和泰汽車永續作為與績效之公開揭露，與利害關係人展開有效溝通。

1.3 企業永續具體作為

和泰汽車為落實節能減碳及溫室氣體減量，於 2006 年開始積極向日本豐田汽車爭取引進環保節能油電混合車，展現降低對自然環境衝擊的用心，至 2017 年底，和泰汽車油電混合車累計銷售量已達 89,126 台，不僅實際彰顯對環境的友善，也帶動台灣汽車界追求綠能運輸的風潮。

1.4 外部組織參與 / 獲獎

外部組織名稱	職務
中華民國三三企業交流會	會員
財團法人商業發展研究院	常務董事
國家文化總會	會員
中華民國工商協進會（交通運輸研究委員會）	委員
台北市進出口商業同業公會	會員
台日商務交流協進會	會員
台日經濟貿易發展基金會	會員
社團法人台北市日本工商會	會員
社團法人中華公司治理協會	會員
中華民國公開發行公司股務協會	會員
台北市汽車代理商業同業公會	常務理事
台灣區車輛工業同業公會	會員
台灣區汽車修理公會	會員
東亞經濟會議台灣委員會	會員

2015

第 15 度 NO.1

LEXUS 獲台灣區豪華車 SSI(新車銷售顧客滿意度) 第一名

頒獎單位：J.D. POWER

連續 3 年獲獎

LEXUS 獲「金牌服務大賞」第一名(汽車原廠服務業)

頒獎單位：天下雜誌

連續 2 年獲獎

TOYOTA 獲「台灣服務業大評鑑」金獎榮耀。

頒獎單位：工商時報



2016

和泰汽車獲台北市政府庇護工場支持感謝獎牌

頒獎單位：台北市政府

連續 7 年獲獎

TOYOTA 獲 Young 世代品牌調查「最常使用品牌」第一名。

頒獎單位：遠見集團《30》雜誌

第 17 度 NO.1

LEXUS 獲台灣區 CSI(汽車售後服務顧客滿意度) 第一名。

頒獎單位：J.D. POWER



2017

2017 年度最成功廣告影片

(年度 Leaderboard)

LEXUS 微電影「影藏」獲 Youtube 年度 Leaderboard 排名第一名；TOYOTA 微電影「我的幸福里程樹」、「人生轉運站」分別獲得第三、第五名。

頒獎單位：Youtube



和泰汽車連續第 2 年獲「TCSA 台灣企業永續獎」

社會共融獎，服務業報告書金獎，並首度獲台灣企業永續獎。

頒獎單位：台灣永續能源研究基金會



第 9 度獲獎

和泰汽車第九度獲壹週刊「服務第一大獎」第一名。

頒獎單位：壹週刊



和泰汽車獲「公司治理評鑑」排名前 5%

頒獎單位：台灣證卷交易所



連續 2 年獲獎

LEXUS 獲「臺灣服務業大評鑑」汽車賣場類別金獎

頒獎單位：工商時報



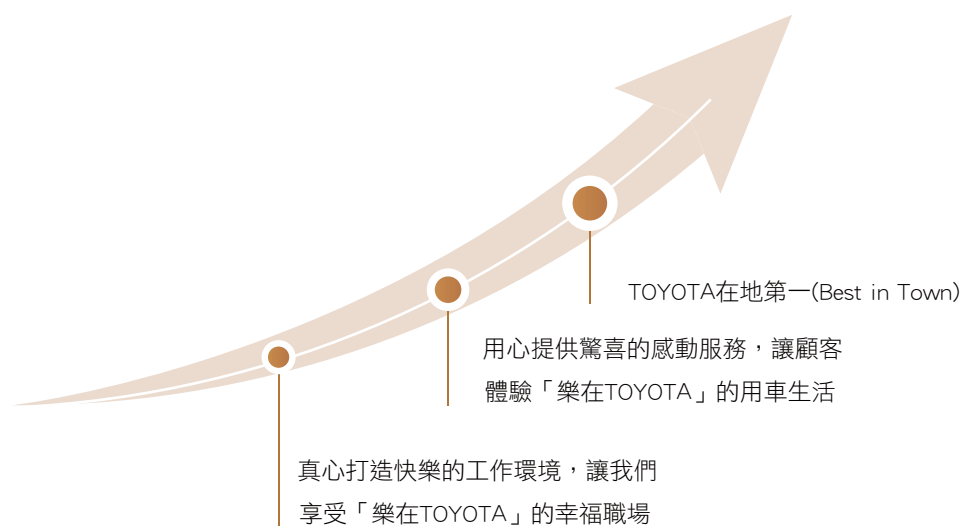
深刻感動
CUSTOMER
SERVICE

和泰汽車秉持 TOYOTA Way 的「持續改善」與「人性尊重」兩大精神，讓服務不僅是工作，時時站在客戶的角度思考，從售前的銷售，到售後的維修，在整體的流程服務上，提供最專業貼心，並值得信賴的服務品質，積極帶動服務升級，以創造超越客戶期待的感動服務為目標，建立與客戶間長期的信賴關係，持續以最高標準打造永遠的第一品牌。

2.1 樂在 TOYOTA

和泰汽車以提供優質服務為最高原則，由「心」出發，透過創新服務以及持續訓練，追尋顧客滿意以及員工滿意。

為了成為在地第一名的品牌，我們從 2014 年開始推動了 TOYOTA Only for YOU 新文化，一切從 ES(員工滿意)開始，強化 ES → CS(顧客滿意)的理念教育、顧客服務品質的各種改善活動、以及品牌服務形象 Campaign 的推動等，在和泰與全體經銷商投入下，透過打造快樂的工作環境，讓員工享受「樂在 TOYOTA」的幸福職場，以提供驚喜的感動服務，讓顧客體驗「樂在 TOYOTA」的用車生活，透過專業服務與熱誠，及系統化的管理與改善流程，落實「顧客第一」的服務。從員工滿意為起點，顧客滿意為目標，加上實際執行改善 SOP，並藉由專案的活動及獎勵，達到員工及顧客皆滿意的雙贏局面。2016 年開始建構傳遞幸福的共好團隊為使命，將客服品質更進一步提升，強化員工及顧客在 TOYOTA 的愉悅體驗，確保顧客與員工都「樂在 TOYOTA」並達成 TOYOTA 在地第一(Best in Town)的目標。



和泰董事長、總經理、執行副總及本部長以上主管共同發表顧客滿意文化承諾海報；總經理Top Message 激勵集團全員

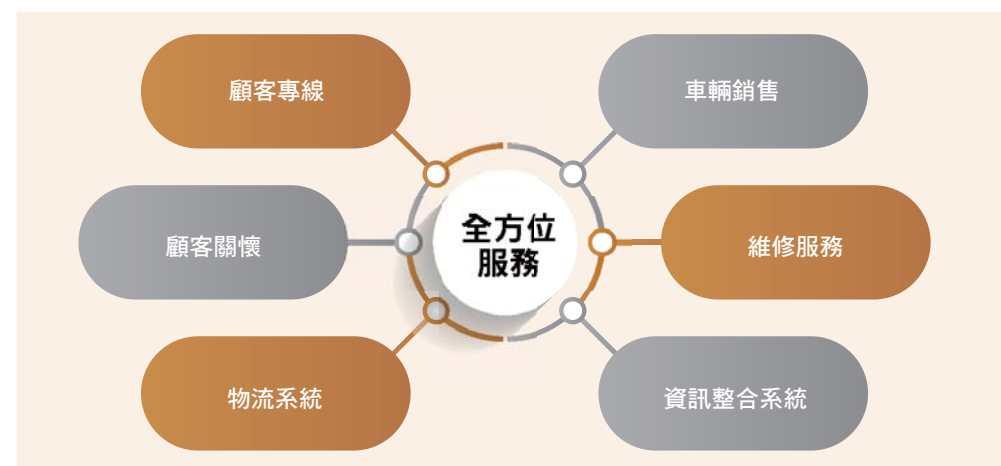
全員顧客滿意文化塑造

定期跨部門顧客滿意委員會、跨經銷商期中/期末分享及執行成果發表會、每月和泰及經銷商SSI/CSI 成果檢視

每年舉辦全員顧客滿意教育課程，持續導入最新服務概念、學習異業成功經驗，激發更貼近顧客的服務精神



和泰汽車致力成為「最值得信賴的標竿汽車集團」，以全球豐田體系經營價值觀「豐田模式 TOYOTA Way」為實踐基準，從客戶的需求出發，不論是車輛的銷售、售後服務、整體資訊的整合系統、可靠即時的物流配送系統、主動關懷客戶、用心聆聽客戶的聲音，都以客戶為中心，建構出全方位的服務體系，提供優質的服務，以沒有最好、只有更好的信念，透過不斷地改進，挑戰並超越現狀，創造超越客戶的期待。

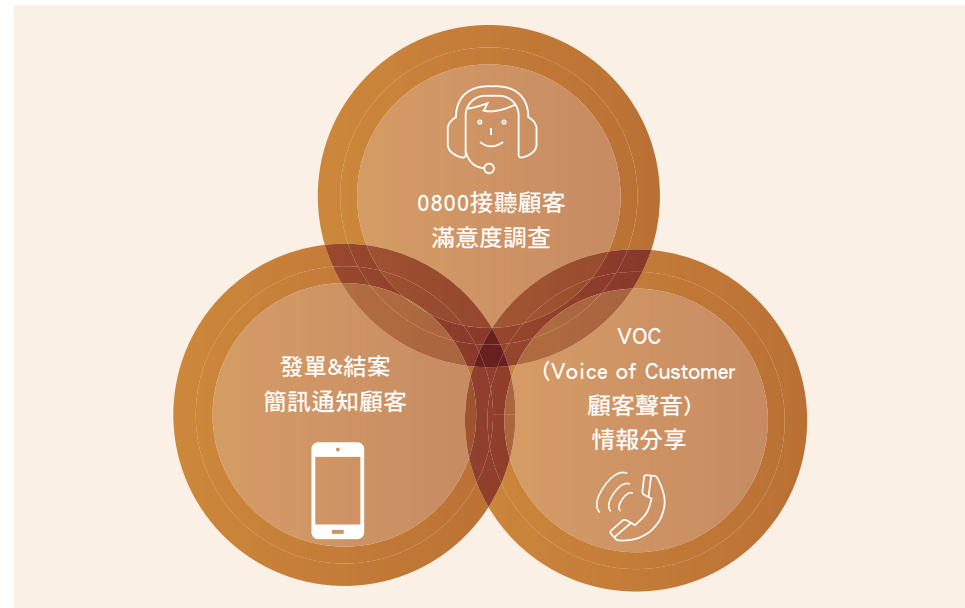


2.2 顧客關係管理

2.2.1 用心傾聽顧客的聲音

和泰汽車以「總是為您設想」的服務理念，打造「顧客第一」的服務目標，讓所有和泰汽車的經銷商與每一個成員，都能以專業貼心的服務，並以顧客的權益為前提，提供超越顧客期待的服務品質，讓顧客在每一次的接觸中都充滿驚喜與感動。

為了提供客戶高品質的服務，和泰汽車早於 2005 年就領先同業，全面導入顧客服務專業資訊系統，將經銷商、總公司以及地方據點之資訊即時化與同步化，有效追蹤及控管顧客意見之處理情況。我們也特別設置「顧客服務中心」，透過統一的窗口接收與處理相關諮詢或申訴，並且透過標準化的管控機制，確實將每個顧客的意見進行檢視與改善。在 2017 年，TOYOTA 顧客服務中心持續通過 ISO 10002 國際驗證，並導入「0800 接聽顧客滿意度調查」、「VOC(Voice of Customer 顧客聲音) 情報分享」、「發單 & 結案簡訊通知顧客」等機制，透過全流程管理來提升顧客整體服務品質。



2017 年 VOC 來源統計

VOC* 來源	TOYOTA*	HINO	LEXUS	執行單位
電話	75%	58%	85%	TOYOTA 及 LEXUS 顧客服務中心 商用車服務行銷室
網路	8%	39%	5%	
文字客服	7%	-	-	
電訪、郵訪問卷	5%	3%	10%	均委託外部單位進行

*VOC：Voice of Customer，顧客的聲音

*TOYOTA 數據未達 100%，包含”其他”：信函、親訪等

顧客意見回饋管道

顧客為品牌最重要的資產，為長久維繫顧客關係，我們不僅傾聽顧客的聲音，也非常重視顧客的寶貴意見，透過 0800 24 小時免付費電話、官網、電話訪問、問卷、APP 等多元管道，提供顧客回饋意見，以即時掌握顧客滿意度及意見回覆。

顧客意見回饋管道		
顧客服務中心 0800 24hr 免付費服務電話	TOYOTA：0800-221-345 / LEXUS：0800-036-036 / HINO：0800-522-567	
官網	www.toyota.com.tw / www.lexus.com.tw / www.hino.com.tw	
電話訪問	TOYOTA 1. 全數撥打 2. SSI 對象：交車滿 7 日車主 3. CSI 對象：結帳出廠滿 7 日車主（每月抽樣約 1,220 件）	LEXUS 1. 每月抽樣 2. SSI 對象：交車滿 7 日車主（每月抽樣 100 件） 3. CSI 對象：結帳出廠滿 7 日車主（每月抽樣 300 件）
問卷	TOYOTA 1. 一年四次，每次隨機抽樣前 3 個月調查名單 2. SSI 對象：新車交車車主（每次抽樣 8,000 件） 3. CSI 對象：結帳出廠車主（每次抽樣 15,000 件）	LEXUS 1. 每月抽樣 2. SSI 對象：新車交車滿 6 個月內車主（每季抽樣 2,000 件） 3. CSI 對象：結帳出廠滿 3 個月內車主（每季抽樣 4,000 件）
APP	TOYOTA All-in-One 行車生活服務 App「驅動城市」	LEXUS All-in-One 行車生活服務 App「LEXUS Plus」

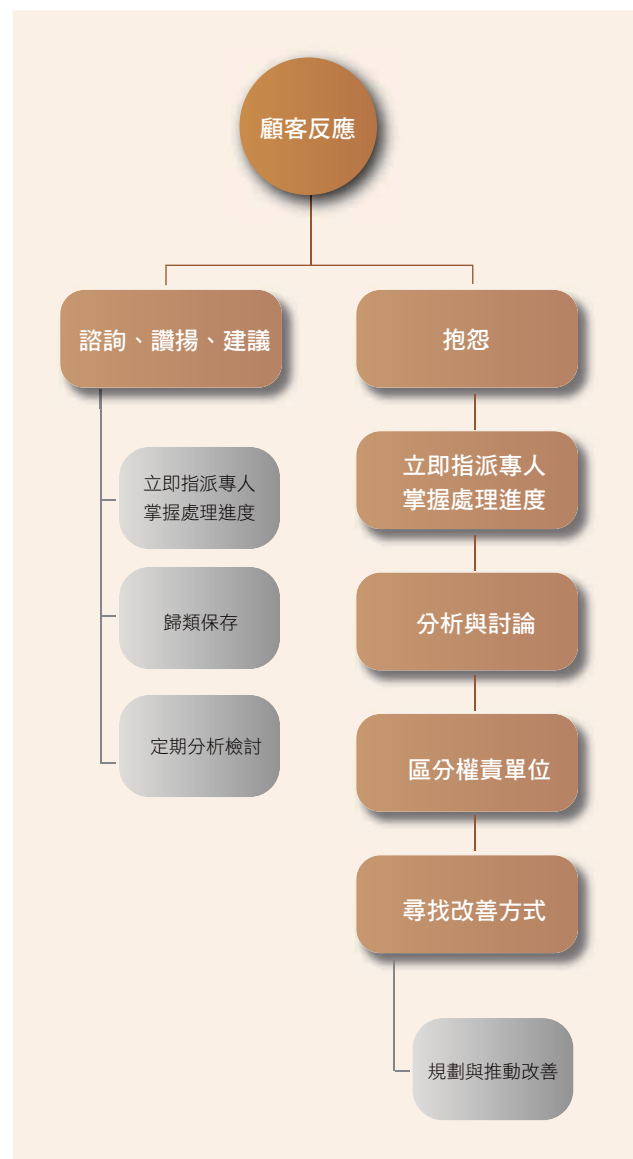
註 SSI：Sales Satisfaction Index、CSI：Customer Service Index

顧客反應處理

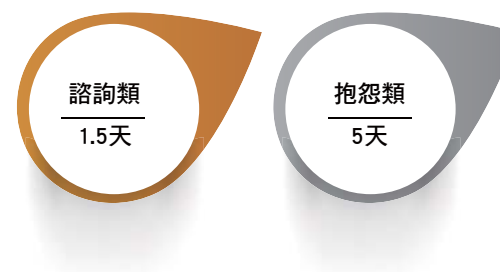
我們在乎每一個客戶的聲音，透過標準化的服務流程，將客戶的反應狀況區分為諮詢、抱怨、讚揚、建議等四大類別，並且針對反應內容，交由相關權責單位進行研究及討論，再據此規劃及推動相關改進措施。

所有的客訴案件均有專責的客服主管妥善處理顧客意見，在處理完畢後將進一步分析問題點與進行改善，以避免相同問題再發生，確保顧客滿意，並從顧客的建議中學習，以提供更好的服務，與顧客建立無可取代的信賴。

顧客反應處理流程



各類服務處理時效



顧客反應各類別之比例

品牌	類別	2014	2015	2016	2017
TOYOTA	1. 諮詢類	78%	83%	86%	88%
	2. 抱怨類	11%	7%	4%	5%
	3. 讚揚類	8%	3%	3%	3%
	4. 建議類	3%	7%	7%	4%
LEXUS	1. 諮詢類	77%	72%	70%	61%
	2. 抱怨類	1%	12%	11%	14%
	3. 讚揚類	11%	14%	15%	21%
	4. 建議類	11%	2%	4%	4%
HINO	1. 諮詢類	80%	60%	60%	60%
	2. 抱怨類	18%	8%	8%	8%
	3. 讚揚類	2%	0%	0%	0%
	4. 建議類	0%	32%	32%	32%

行動化服務 - 「驅動城市」和「LEXUS Plus」

和泰汽車一直致力於提供更便捷、更安全的行車體驗，期望帶給全台用路人更便利之行車資訊服務，於 2013 年就領先台灣同業，首創車主 App 服務，強調「行車生活 All-in-One」概念，提供行車全方位服務（如即時路況、停車場、加油站、高鐵 / 台鐵 / 航班時刻等資訊），用戶不限 TOYOTA / LEXUS 車主，iOS/Android 用戶皆可免費下載使用。

TOYOTA 與 LEXUS 車主更有車主獨享的「愛車秘書」功能，協助車主掌握愛車保修資訊，並搭配保養檢修、保險到期自動推播提醒，以及線上預約回廠服務、不定期享有電子優惠券，全面提倡無紙化作業，不僅落實企業環保責任，所有功能更是一次到位，讓眾多下載 App 的車主皆給予高度評價及肯定。

TOYOTA 和 LEXUS 領先車界推出 All-in-One 的行車生活服務 App「驅動城市」和「LEXUS Plus」，初期每年下載量均超過 50 萬，近年因用戶高評價推薦，下載量及驗證量穩定成長，2018 年將透過 App 功能優化，並結合異業活動，提供車主更多加值服務，提升下載率及使用率。



App	項目	2014	2015	2016	2017
驅動城市	當年度下載次數	52 萬	58 萬	50 萬	41 萬
	累積下載次數	105 萬	163 萬	213 萬	254 萬
	平均滿意度 (滿分 5 分)	-	-	平均達 4.5 分； 整體評價為非常滿意	平均達 4.5 分； 整體評價為非常滿意
LEXUS Plus	當年度下載次數	28,531	19,550	19,339	44,547
	累積下載次數	104,482	124,032	143,371	187,918
	平均滿意度 (滿分 5 分)	4.6	4.6	4.6 (92% 以上的使用者給予 4 星以上評價)	4.6 (94% 以上的使用者給予 4 星以上評價)

2.2.2 顧客隱私權與關係維護

保護顧客隱私權

和泰汽車相當重視客戶隱私，並透過各種完善的措施保障客戶權益，建置全集團個人資料管理制度，從企業策略面著手定位組織管理與運作，透過業務流程與資訊系統的分析，檢視個人資料取得、處理、傳遞、儲存、封存與銷毀等過程的生命循環及存取控管情況，規劃最完善的個資保護解決方案，確實保護顧客隱私。此外，為保障顧客線上隱私，使其安心使用和泰汽車及相關品牌官方網站所提供的各項服務，官方網站皆同步遵循「個人資料保護法」蒐集及運用顧客資料，並盡力以合理之技術及程序來保護顧客隱私權。

為完善保護顧客個資，和泰汽車個資事務局每年定期進行個資教育訓練及個資侵害演練，並於 2015 年建立委外廠商個資防護規範，要求廠商遵循，且自 2016 年起，每年一次定期審閱委外廠商交付之個資自評報告並執行實地稽核，確保委外廠商妥善防護車主個資。

此外，鑑於惡意郵件攻擊造成企業個資外洩之案例時有所聞，和泰汽車特別於 2017 年執行一次惡意郵件攻擊模擬演練，並針對集團全體同仁完成一小時的線上教育訓練，提升強化同仁對惡意郵件的資安意識，預防資安事件發生。

顧客關係維護

台灣車市已進入一個 Car Life Cycle，成為以換購為主的成熟市場，隨著消費者選擇越來越多，消費者期待也越來越高，現今汽車產業已不再是單純的行銷、廣告、接待、維修等傳統服務，而是「服務創新」的新產業，與顧客建立長久密切的關係，贏得顧客的信賴，才是和泰汽車能夠在台灣市場屹立不搖的根本。從賞車、買車到售後服務，甚至在用車的汽車生活中處處展現以客為尊的行動，同時為了強化與顧客的連結，更舉辦各式各樣的顧客關係活動。隨著行動服務與社群網站的蓬勃發展，我們更透過數位媒介與顧客產生連結，與顧客產生更即時的互動模式，展現「Experience Amazing」的專業服務與熱忱。

隱私權聲明



主動 Call out

針對購車流程經驗-於交車7天後電訪關懷顧客用車情形，蒐集意見回饋並核對聯繫資訊。

針對進廠經驗-於出廠3天內電話關懷顧客用車情形，藉以了解顧客出廠後維修或保養經驗。

業務代表拜訪

針對LEXUS車主進行主動邀請及聯繫，針對近6年購車之車主，每年送生日禮。

顧客關係活動

和泰與經銷商不定期舉辦諸如美食、財經講座、音樂會、咖啡及財經講座等多元類型車主活動，除了維繫與車主的互動關係，也透過活動後的問卷分析，了解顧客對活動的喜好與建議。

季刊雜誌

於每期LEXUS雜誌後附問卷，定期調查車主(約12萬多位)對章節的喜好程度，以提供更符合車主興趣之議題內容。

主動召回

汽車是相當先進而且複雜的產品，由一萬多種以上的零組件共構而成，儘管供應商都經過嚴謹的評比與遴選，所供應之零組件則須通過不斷的測試及抽驗，而標準化的組裝過程更是通過層層檢驗。即使如此，各品牌瑕疵召回依舊難免，卻也是對汽車消費者的負責態度。向來高度重視顧客權益的和泰汽車，一旦接獲日本豐田汽車的召回訊息，即主動對被影響車主掛號寄出由總經理具名的「安全性召回改正通知」，詳細說明召回原因、瑕疵可能造成的影響、改正對策、檢修或更換所需時間以及何時開始啟動召回等，並為召回可能導致的不便表達歉意。2017 年並無因衝擊健康與安全而被動召回之產品或終止之服務、也沒有導致罰款的違規事件及金額、導致警告之違規事件、違反自願性準則的事件等情形，我們始終秉持誠實、負責、主動與儘快改正的積極態度，讓所有顧客都能安心享受駕馭的舒適及快意。

TOYOTA 車系	影響台數	LEXUS 車系	影響台數
ALTIS, YARIS, ALPHARD, VIOS 乘客側氣囊召回	167,657	IS 250 車型前乘客座氣囊充氣裝置召修	5,799
CAMRY EPS 搭鐵線	6,533	ES 350 車型前乘客座氣囊充氣裝置召修	3,898
PRIUS PHV HV 電池保險絲	37	HINO 車系	影響台數
CH-R 煞車控制 ECU 程式更新	2,098	300 車系燃油濾清器更換	1,571
CH-R 排檔桿座護蓋	1,827		

2.2.3 顧客滿意度調查

和泰汽車致力於提供令顧客感動的服務，「顧客第一」一直是和泰汽車永續經營的重要經營理念之一，顧客滿意也絕對是售前與售後營運最優先的考慮要項。特別是從新車販賣到售後服務，每一個流程與細節，都是我們努力的關鍵。公司內部除了不定期實施品質與 SOP 稽核外，也委託外部市調公司進行顧客滿意度調查，作為改善參考之依據，以符合並超越客戶之期待。此外，每年亦會參照台灣車市主流市調公司及權威雜誌所公布的顧客滿意度調查，以檢視品牌在市場上的競爭力與顧客滿意的表現，並作為改善的依據，建構客戶長期的滿意度與信賴關係。

在汽車銷售產業中，顧客滿意度調查主要區分為 SSI（Sales Satisfaction Index，SSI）新車銷售顧客滿意度指標與 CSI（Customer Service Index，CSI）汽車售後服務顧客滿意度指標。不論是 TOYOTA 或 LEXUS，多年來均已贏得無數獎項的肯定與榮耀。和泰汽車長期以來重視服務的用心與表現，已第四度榮獲今周刊「商務人士理想品牌大調查」非豪華汽車類首獎與第九度榮獲壹週刊「服務第壹大獎」第一名的肯定。

為了確保顧客滿意，和泰汽車透過多種形式的顧客滿意度調查（包括電訪、郵訪、面訪等），將蒐集之顧客意見提供給顧客服務中心處理，也要求經銷商及一線人員因應並改善，期許不斷改進，提升顧客滿意度。此外，多年來深耕顧客滿意認知教育，以員工滿意為基礎，透過 Top-down 的高層參與及 Bottom-up 的現場即時改善，期許 TOYOTA 成員樂在工作，以同理心出發並獲得顧客的信賴與肯定，以兼備顧客滿意及顧客確保，維持 TOYOTA 在地第一的地位。

品牌	調查方式	2014	2015	2016	2017	2018 目標
TOYOTA	SSI 電訪（成績）	97.2	97.7	97.6	97.0	97.0
	SSI 電訪（滿意率）	82.0%	85.8%	84.9%	87.9%	87.9%
	CSI 電訪（成績）	97.4	97.2	97.2	96.2	96.0
	CSI 電訪（滿意率）	81.3%	81.1%	81.3%	82.3%	82.3%
LEXUS	SSI 電訪（落實度）	99.4%	99.4%	99.2%	99.3%	-
	CSI 電訪（落實度）	98.4%	98.5%	98.6%	98.8%	-
	SSI 郵訪（滿意度）	977	983	984	985	980
	CSI 郵訪（滿意度）	971	980	977	975*	975
HINO	CSI- 電訪	95.3	94.9	94.9%	95.4	94
	SSI- 電訪	-	92	92.3%	93.4	-

調查方式說明

一、TOYOTA

SSI 電訪（成績）：整體 TOYOTA 營業所之滿意度之分數平均。

SSI 電訪（滿意率）：整體 TOYOTA 營業所調查樣本中，達 A+(95 分)以上的高滿意比例。

CSI 電訪（成績）：整體 TOYOTA 服務廠之滿意度分數平均。

CSI 電訪（滿意率）：整體 TOYOTA 服務廠調查樣本中，達 A+(95 分)以上的高滿意比例。

二、LEXUS

電訪：整體 LEXUS 營業所 / 服務廠之落實度分數平均。

郵訪：整體 LEXUS 營業所 / 服務廠之滿意度分數平均；滿分為 1000 分，975 分為 2017 年目標，因已達成，無另行分析。

自 2018 年起不執行電訪，故未設定目標。

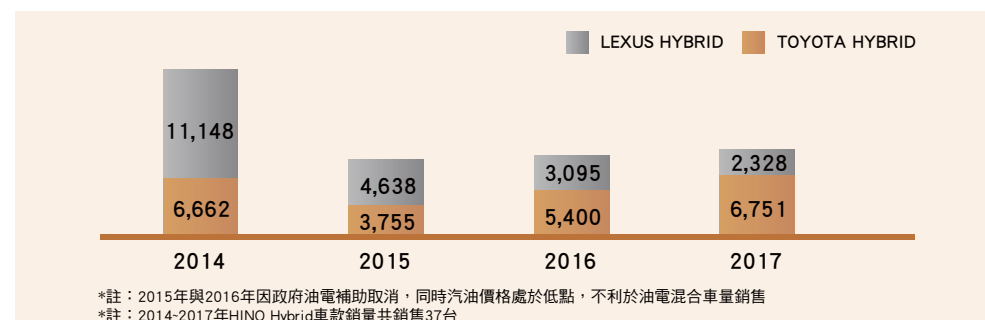
三、HINO：SSI、CSI 透過電訪。

2.3 產品設計與生產

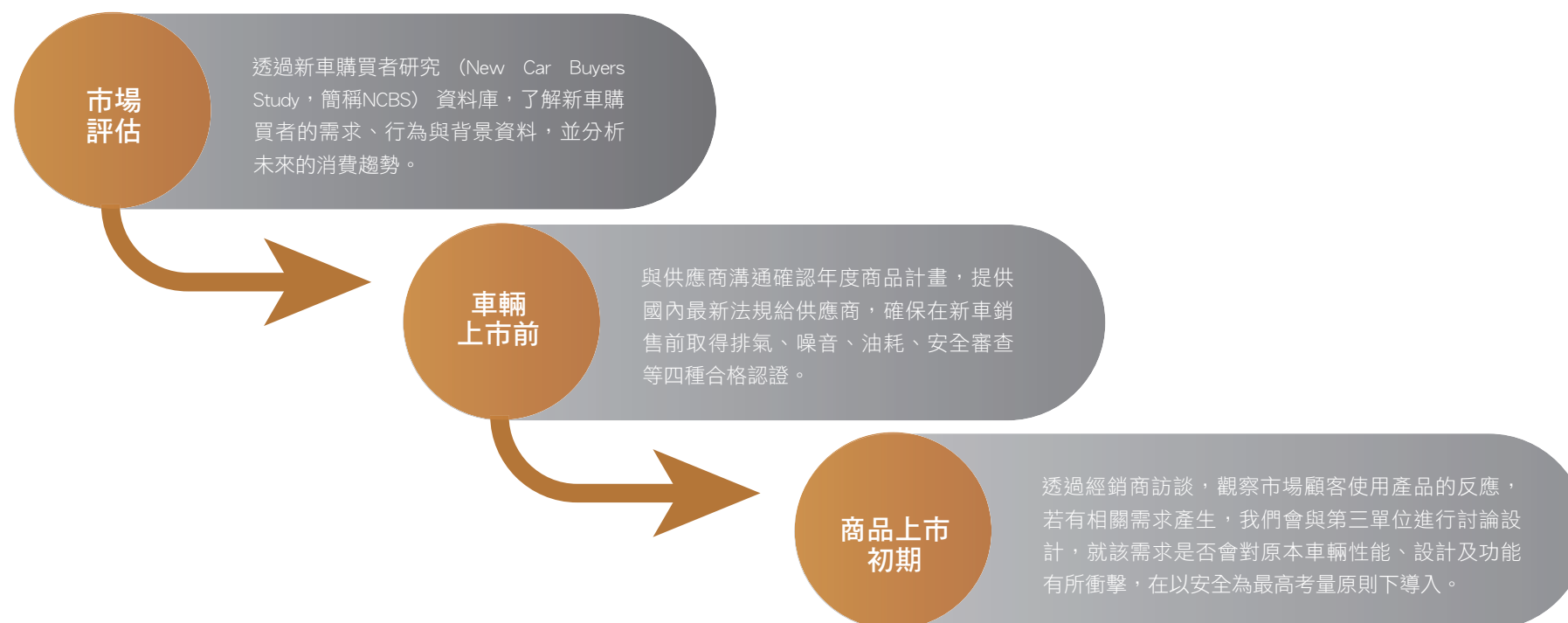
2.3.1 導入適切產品

和泰汽車向來重視顧客需求，於導入商品及相關零件前，會先透過新車購買者研究 (New Car Buyers Study, 簡稱 NCBS) 資料庫，來了解新車購買者的趨勢、需求、行為與背景資料，並傾聽消費市場的發展趨勢。近年來，隨著環保意識的提升，以及油價的變動，混合動力的車型在全球掀起風潮，和泰汽車領先我國同業，率先引進 Hybrid 車型，帶給台灣消費者更美好、更純淨的綠能生活，讓車主安心享受最舒適的節能體驗。

小型乘用車 Hybrid 銷售量



產品導入評估流程



HSD vs PHV 說明

油電複合動力車

- 油電複合動力 (Hybrid Synergy Drive, 簡稱 HSD), 指的是兩種不同動力來源結合在一起, 並採最適當之能源分配以進行最具效率的車輛驅動。TOYOTA 所研發的 HSD, 能將浪費的動能轉換成動力, 達到 150% 的資源運用並可減少 50% 的燃料需求, 降低 80% 的環境污染。
- 第四代 PRIUS 於 2016 年 2 月全新上市, 透過重新設計進氣口與 EGR 廢棄循環系統等工程, 提升熱效率至 40%, 在 PCU 動力控制模組及鎳氫電池多項油電系統導入輕量化工程, 提升平均油耗表現至 26.7km/l, 較前代進步 10%, 使第四代 PRIUS 成為台灣插電式車款外, 油耗最佳節能車款。



插電式油電複合動力車

插電式油電複合動力 (Plug-In Hybrid, 簡稱 PHV), 指的是以油電複合動力為基準, 加上可外接充電科技, 一般行駛以電動馬達為主, 待電力使用完畢才啟動引擎, 並可與電動馬達自動切換, 亦可在煞車時的動能回收自動充電, 為下一段純電里程作準備。

第二代 PRIUS PHV 於 2017 年 4 月全新上市, 透過雙馬達驅動車輛, 讓純電行駛最高時速達 135km/h 也無須啟動引擎, 享受極致的純電行駛速度; 而全新大容量高效能鋰電池, 搭配外接充電科技, 能帶來優異的純電行駛 64km。

2.3.2 提升產品安全性能

和泰汽車致力將您的安全放在首位, 人人安全、無交通事故傷亡的社會就是我們的目標, 對產品安全性的提升從來不遺餘力, 舉凡主被動式防護系統、安全駕駛輔助系統、煞車 / 懸吊系統、高剛性車體設計等, 都在安全為先的理念下, 提供最極致的主被動全方面安全防護

安全碰撞試驗

- 我們分析各種意外事故的資料並執行廣泛的碰撞試驗, 以持續導入可降低意外事故中傷害的安全措施。

駕駛模擬機

- 我們建造了一個全世界最先進的駕駛模擬機, 它是可移動的圓頂型體, 且配備有 360 度高畫質螢幕, 可在此模擬左右轉彎、加速及減速, 模擬以實際車輛重現時太過危險之情況、或特殊情況下之駕駛條件。
- 我們以此研究事故時之駕駛反映及車輛資料, 並不斷地進化我們的主動安全科技。

安全測試用人體模型

- TOYOTA 自 1997 年起就一直開發 THUMS 電腦虛擬人體模型, 用來模擬分析事故時乘客與行人所受到的傷害、瞭解人體內部器官在發生碰撞時會如何受到影響, 並持續開發更精細的 THUMS 家族成員, 以模擬不同性別與年齡層的身體狀態。
- 取得的資料有助於開發出如車側簾式氣囊以及 WIL 頸椎傷害緩和座椅等被動安全技術。

整合的安全管理概念

- 我們堅信持續改進。更好永遠不夠。從建立有助於駕駛員在停車、主動安全、預撞擊安全、被動安全及救援等駕駛階段之系統中, 我們不斷致力於建造可降低意外事故的車輛。

TOYOTA

- 為降低意外發生的可能性、守護行車安全，和泰汽車致力於導入更完善多元的主被動安全配備，例如 TOYOTA 極致安全防護系統（整合智能防護駕駛系統、智能輔助煞車系統、智能安全警示系統）、TSS(Toyota Safety Sense) 主動式安全防護系統、高剛性車體等。

回應市場消費者期待，和泰汽車持續升級旗下車款的安全配備，針對進口車銷售冠軍 RAV4、油電車家族 PRIUS、PRIUS α、PRIUS PHV，導入先進 TSS(Toyota Safety Sense) 主動式安全防護系統，更自 2016 年起陸續導入以 TNGA 概念開發之全新世代車款如 PRIUS、C-HR、PRIUS PHV 等，提升駕乘感受同時守護車輛與乘員安全。

TOYOTA極致安全防護系統

主動安全防護系統

Toyota Safety Sense

以先進科技主動偵測路況，輔助駕駛判斷路況，守護行車安全。

PCS 預警式防護系統

透過毫米波雷達偵測前方車輛，當後方車輛靠近時，系統會發出警示音，提醒駕駛注意。當後方車輛靠近時，系統會發出警示音，提醒駕駛注意。

ACC 主動式車距維持系統

系統偵測前方車輛，自動調整引擎輸出，保持安全車距。當前方車輛加速時，系統會自動加速；當前方車輛減速時，系統會自動減速，保持安全車距。

LDA 車道偏離警示系統

系統偵測車輛是否偏離車道，當車輛偏離車道時，系統會發出警示音，提醒駕駛注意。當車輛偏離車道時，系統會發出警示音，提醒駕駛注意。

AHB 智慧型遠光燈自動切換系統

系統偵測前方車輛，自動切換遠光燈與近光燈。當前方車輛靠近時，系統會自動切換近光燈；當前方車輛遠離時，系統會自動切換遠光燈。

LEXUS

- 以豪華車著稱的 LEXUS，其肅靜性與安全始終備受肯定。截至 2017 年，已針對 LS、GS F、GS、ES、IS、CT、LX、RX、NX 及 CT 等改款車系導入 Lexus Safety System+ 主動式安全防護系統，另於油電複合動力車 (Hybrid) 全車系裝載了專屬的車輛接近警示系統。本公司更計劃針對未來大 / 小改款或新導入之車型，將 Lexus Safety System+ 主動式安全防護系統列為標準配備，以提升道路行駕的人車安全。

PCS 預警式防護系統附自動煞車輔助 *



LDA 車道偏離警示系統



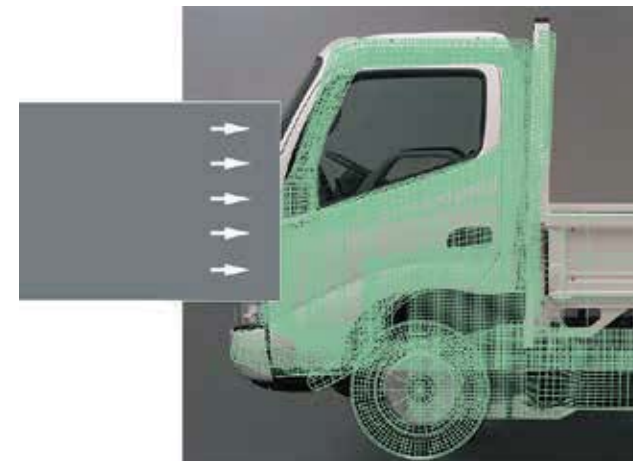
DRCC 雷達感應式車距維持定速系統



AHS 智慧型遠光燈自動遮蔽系統 *

HINO

- 日野在貨車方面，座艙採高剛性強化設計，搭配車門防撞鋼樑及潰縮式方向盤，巴士方面，2017 年導入後軸寬幅式懸吊系統新車型，降低車身的震動、搖晃，並優化輔助煞車性能，追加排氣煞車，提升減速時的性能。



2.3.3 管控車種導入風險

和泰汽車始終堅持提供最好的產品與服務，為了提供最高品質的車輛，並確保顧客的權益，我們建立了完整的管控機制，以提供顧客零缺點的新車品質為目標，提供顧客超越期待的滿足。

全面投保待售新車保險

為確保新車下線到顧客手中傳遞過程的安全，降低風險並提高品牌形象，已率同業之先投保新車保險，包括竊盜險、第三人責任險、零件險及颱風險，投入費用平均每年達12,000仟元以上。

保證新車品質

(1)成立提升車輛交車品質活動委員會

為確保車輛交車品質，和泰汽車成立「提升車輛交車品質活動委員會」，每半年進行經銷商實務作業品質(運送、整備作業及交車管理)的實地查核，並進一步分析新車交車品質，以確保顧客權益。

(2)建立標準化作業流程(SOP)

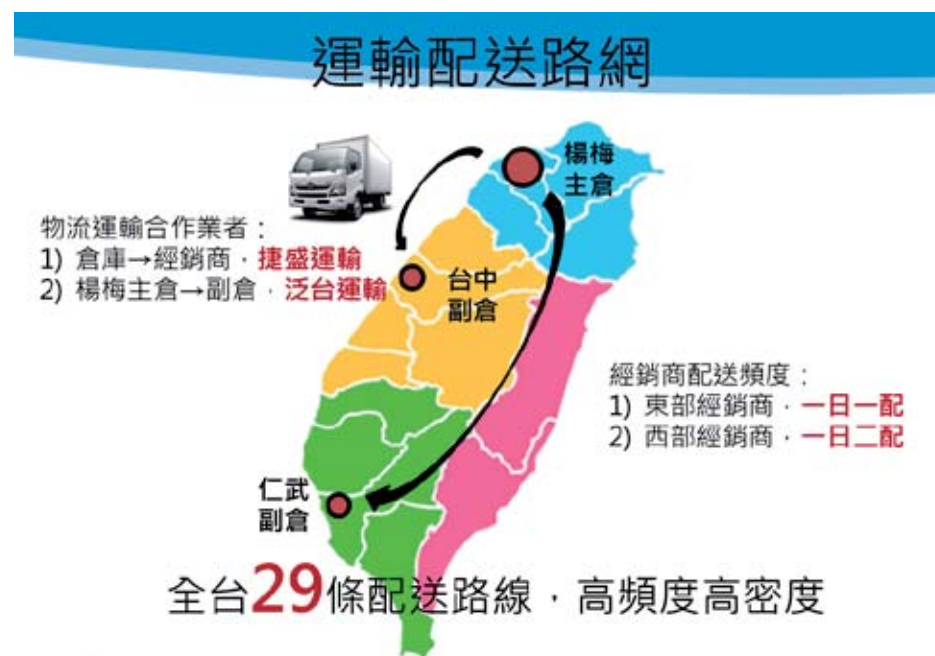
不管是進口車新車入港，或是國產車新車下線，從「車輛整備」到「運輸物流」的每一道過程及環節，都有標準的品管驗收機制。以確保每一輛新車，從工廠到整備中心，到各經銷商之營業據點，最後交付到車主手上，均能保持完美無瑕疵。

(3)成立品質研究會

為減少顧客對新車品質可能產生的抱怨及意見，和泰汽車2011年成立了「品質研究會」，透過與零件供應商及經銷商的集思廣益，共同研究品質提升策略與辦法，同時藉由推廣安全活動(Completely Check Completely Find Out, CCCF)，協助各經銷商成為新車品質零缺點的把關者。

2.3.4 確保零件供應時效與品質

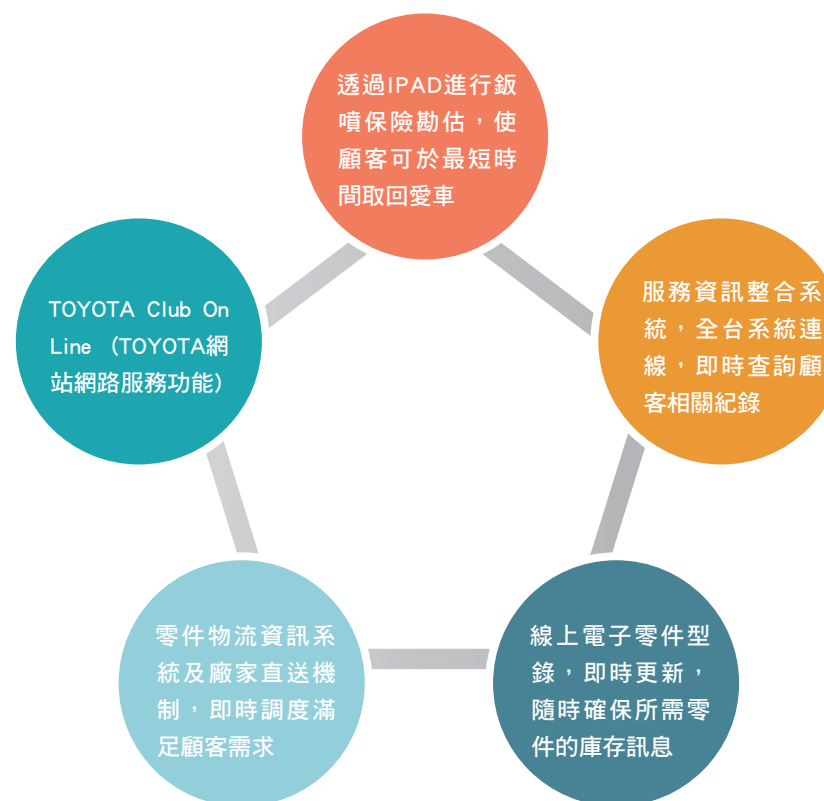
和泰汽車在全台共有 173 個綿密的服務維修據點，而我們以豐田生產管理系統 (TOYOTA Production System, TPS) 的精神與做法，建立起整個集團的零件供應管理，藉由零件資訊系統提供之精確資訊並透過專業、迅速、確實的物流服務，提供最好的服務品質。負責供應全國維修據點的和泰汽車零件部，負責零件採購、價格政策、品質管理、庫存掌控、經銷商倉儲安全與庫存管理制度、物流配送作業，以及零件人員培育訓練等主要支援重任。為了保障顧客的用車權益，我們相當重視零件供應率，近年供應率平均為 97.9%，已達成所設定的 97.8% 績效目標。



項目	2014	2015	2016	2017	2018 目標
採購總單數	17,542	19,777	22,237	23,298	—
銷貨總金額(仟元)	9,429,414	10,068,152	10,936,157	11,392,832	—
零件供應率(%)	97.9	97.9	98.1	97.6	97.8
配送點總數	171	172	172	174	—

* 2017 年因新系統初期異常，影響進貨速度，導致供應率降至 97.6%。

和泰汽車定期採購 TOYOTA、LEXUS、HINO 等零組件、用品及耗材，主要供應商為日本豐田汽車(TMC)、國瑞汽車、TOYOTA 亞太公司(TMAP)、台灣橫濱、台灣美孚與車美仕等國產件供應商，再依經銷商與其據點的需求，於最快的時間內完成配送。目前本公司配送時間為每週一至每週六，每天配送二次(東部一次)，如有特殊急件則提供經銷商自取或計程車、快遞運送服務，可充份滿足顧客所需。同時，我們為了能夠處理複雜的零件供應，並且確實的提供各維修據點的需要，我們引進最新的資訊科技，提供高效率的整合服務。



3

攜手並進
Partner



70 年來，和泰汽車創下輝煌的佳績，但也經歷過許多考驗，除了所有同仁共同努力外，我們所有的夥伴給予的支持，是我們能夠逐步走向高峰的主要原因。合作超過一甲子的日本豐田汽車、精工打造 TOYOTA、HINO 國產化的國瑞汽車、緊密團結且共識堅強的經銷商團隊、提供高品質也高配合度的供應商，全是和泰汽車最感念、最驕傲的夥伴。可以和一群懷抱相同熱忱的人共同打拚，以熱情不懈的精神持續突破，是最幸運的事，我們也將持續付出最大努力，不只是讓員工滿意，我們也要創造讓顧客及股東，還有一路共同打拚的經銷商們超乎期待的感動。

3.1 經銷商管理

和泰汽車與經銷商的關係相當密切，也是和泰汽車在台灣擁有市場高市佔率、顧客高度評價的最親密夥伴。我們與經銷商培養出共同的價值觀、信念及願景，致力於為客戶提供最好也最貼切的服務，攜手共創品牌價值。

3.1.1 乘用車經銷商

1986 年初，和泰汽車所規劃 TOYOTA 小型車銷售體制，無疑是品牌鍍金的主要成功關鍵，我們開創了大經銷商制的先河，將全台分成 8 區，由 8 家經銷商獨立在地經營。和泰汽車藉由 8 大經銷商的地方人脈、自有據點與專業經營，於十多年間建立超過 100 處經銷據點，並迅速贏得市佔率第一的長期榮耀。

我們為了能夠提供顧客一致的優良服務品質，透過定期針對經銷商實施年度及人員計劃評價，並進行日常管理作業與販賣滿意度調查、委託神秘訪客定期至各營業據點實際體驗、確認服務標準作業流程 (SOP) 之執行狀況等方式進行管理。除進行管理外，我們也適時提供必要的輔導與支援，期待與經銷商共同成長，營造永續品牌。

乘用車經銷商教育訓練

我們提供完整的經銷商訓練，經銷商人員除須接受認證及通過檢核外，教育訓練課程包括產品教育、品牌教育、販賣技能教育、CS 教育、販賣管理職教育以及自我發展課程等。而針對售後服務的部分，分為「技術」與「管理」兩大類進行教育訓練，和泰汽車則成立教育編輯室，針對經銷商的車輛維修技術與服務接待等面向進行教育訓練，並培育經銷商內部講師，以持續提升技術及服務能力。



教育訓練成果

小型乘用車		2014	2015	2016	2017
上課梯次	技術類	60	90	60	76
	管理類	27	52	62	61
上課人數	技術類	639	1,083	791	936
	管理類	462	705	1,026	934
經銷商教育訓練投入金額		4,441,900	6,371,940	6,254,880	8,764,500

* 本公司要求 8 大經銷商，每年定期實施「個人資料保護法」之相關教育訓練，對象為所有員工。

大型商用車		2016	2017
上課梯次	技術類	21	23
	管理類	3	3
上課人數	技術類	345	357
	管理類	33	31
經銷商教育訓練投入金額		1,782,600	2,021,900

* 本公司要求 8 大經銷商，每年定期實施「個人資料保護法」之相關教育訓練，對象為所有員工。

* 因應組織調整僅揭露二年資訊

乘用車感動服務活動

全省 LEXUS 據點導入專屬香氛精油，並根據作息時間播放優雅音樂，讓顧客進入 LEXUS 營業所的瞬間，擁有放鬆與賓至如歸的感受。

此外，LEXUS 提供新車車主個人化的感動交車服務，讓顧客驚喜之餘體驗 LEXUS 的貼心，為提供更優質的服務，我們針對優異的服務人員 - 「LEXUS 之星」公開表揚，並於據點內電子看板展示相關訊息，擴大 LEXUS 完美服務效應。為使顧客能夠感受到貼心的服務體驗，2017 年度 TOYOTA 推動 2 次感動服務計劃；活動設計依節日為主題，進行感動服務，時間分別為 2017 年第二季（母親節活動）及第四季（中秋節活動），在門市的回饋問卷中，都接到顧客的感動回饋，為節日增添了更多的節慶氛圍。



愛的明信片：

由和泰設計母親節明信片，贈送給來廠顧客填寫，由服務廠協助寄出或顧客自行投遞，以文字傳達對媽媽的愛，明信片總共印製 7 萬 9 千張。



節日專屬禮：

在母親節週末，針對來廠顧客贈送專屬節日禮，營造出母親節活動氛圍。



喜憨兒手工小月餅：

訂購喜憨兒單顆手工小月餅，於中秋節前一天開始贈送，除感動服務與公益，提升企業形象。



結合秋季暢快飲：

為中秋節感動服務活動，和泰特別與黑松沙士合作，設計專屬 TOYOTA 沙士瓶，贈送當週末來廠顧客限量清涼消暑飲品，其瓶身設計符合中秋節氣氛，創造話題性與節日氣氛，全省共發送五萬瓶。

3.1.2 商用車經銷商

和泰汽車設有專責部門與商用車經銷夥伴進行溝通與協調，並訂定市場營運方針及政策，導入具有市場競爭力之商品，而經銷商則負責通路經營、顧客對應及市場情報回饋等業務。目前全國 18 個商用車經銷據點均為販賣服務一體的全功能據點，可提供顧客一體式解決方案 (Total Solution)，並有全台巡迴服務車隊 8,962 台，執行到府服務，充份體貼顧客的方便性，以長期與客戶打拼的精神，成為客戶最佳事業夥伴，和客戶共同解決各種問題，為持續提供客戶滿意的服務而努力。

商用車感動服務活動

環境保護—省油駕駛教育

商用車為營業用交通工具，每台車累計里程較快，若可讓駕駛掌握駕駛技巧，不僅可讓商用車的性能發揮到極致，也可保持良好的油耗。如此一來除了對環境有幫助外，更可为車主節省成本。自 2008 年以來陸續為大口客戶（如車隊等）及一般客戶舉辦省油技巧講座，於 2017 年共舉辦了 162 場講座，參加人次達到 1,515 人，近四年參與人次累計 4,867 人次。

	2014	2015	2016	2017
省油技巧講座	82	76	102	162
參與人次	1,172	1,002	1,178	1,515

安全宣導

持續進行車輛安全載重規定宣導，於新車點交時及既售車顧客拜訪時，向顧客說明如何正確駕駛，以提升車輛行駛安全。

試乘車導入

針對顧客廣泛使用的 3.49T 車，提供試乘車讓顧客可以在購車前，實際駕駛及感受本牌的優質商品。

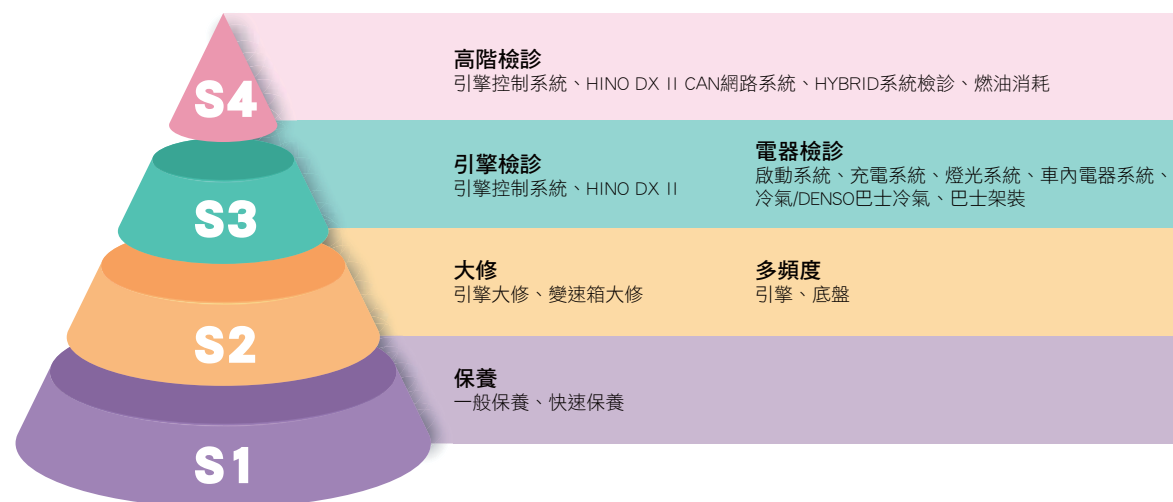
HINO CARES 中文版雜誌

為讓本品牌顧客對 HINO 的商品知識及各項品牌活動有更深入的了解，特發行中文版 HINO CARES 季刊。介紹 HINO 最新商品，另透過各國實際訪談，介紹各國客戶關懷之作法。



商用車售後服務教育訓練

商用車為營業用交通工具，售後服務必須講究及時修護、盡快交車等兩大原則，因此本公司針對技術人員依不同層級，規劃出四階教育訓練課程，為確保教育訓練的品質與成效，除了課後考試外還安排課前考試，讓同仁事前預習，發現問題，可於課程中進一步提問，2017 年共針對 410 人次實施教育訓練。同時訂有檢定制度，技術員須先通過檢定考試，才能進階到下一課程，而較高職階的檢定，除筆試外加上術科實作檢定。



支援全國技能競賽

為培育與選拔國內優秀的汽車修護人才，和泰汽車與經銷商每年投入全國技能競賽，提供人力及支援器材，並協助培訓國際技能競賽選手且獲得優異成績。

		2014	2015	2016	2017
全國技能競賽分區賽	車輛提供	9	9	9	9
	人力支援	4	4	4	4
全國技能競賽全國賽	車輛提供	4	4	4	4
	人力支援	1	1	1	1

3.1.3 經銷商技術與服務教育訓練

在汽車銷售服務業，最重要的核心仍圍繞在與客戶的互動及提供客戶的服務上，我們讓服務不僅是工作，而是時時刻刻站在客戶的角度思考，創造超越期待的服務。我們深信唯有貼心並訓練有素的服務人員，在設備良好的服務廠工作，才能提供使顧客滿意的高品質服務；而服務人員將顧客所有的經驗和知識回饋給豐田自動車株式會社（TMC），這對 TMC 在設計和製造高品質車輛方面是不可或缺的。因此，所有的服務人員不僅有責任提供一流的售後服務，而且也要協助 TMC 生產一流品質的車輛。因此日本 TOYOTA 針對服務人員開發了服務教育訓練計劃，以加強他們的專業能力和顧客關懷的技巧。



Team 21-整備技術 (Toyota Education for Automotive Mastery in the 21st century)	● 整備技術員技術服務的服務教育訓練和檢定系統 ● 頻度服務教育訓練、檢診教育訓練、回訓課程 ● TEAM 21共四個檢定職種，只有檢診技術員有細分為三個科目，因此TEAM21總共有六種合格技術員
New TSA21-服務 (Toyota Service Advisor Program)	● 2009年1月正式導入NEW TSA21教育體制 ● 以提高顧客滿意度，創造經銷商持續穩定的售後服務收益，並以創造「Life time customer終身顧客」作為終極目標 ● NEW TSA21教育體制針對所有服務流程中與顧客有接觸的服務人員，包含服務專員、出納專員、技術專員、零件專員、電訪員
B&P TEAM-板噴 (Toyota TEA Systm for Body & Paint Technicians)	板噴教育體制從1997年開始推行至今，並以分工教育制度實施，主要目的在藉由分工教育快速反應第一線教育需求，培養經銷商講師人才；以及透過和泰深化高階教育品質，強化課後檢核機制；課程結束前實施結訓測驗以驗收每位學員的學習成效，並於課程結束後一周內至技術員檢定系統內完成登入。在完成分工教育課程後，所有受訓學員需依據其受訓內容安排在職訓練（On Job Training, OJT）

TEAM 21 (Toyota Education for Automotive Mastery in the 21st century) 為 TOYOTA 養成一般整備技術員技術服務的服務教育訓練和檢定系統；可分為二個主要的教育訓練課程（多頻度服務教育訓練和檢診教育訓練）與回訓課程，目標在建立一個高效率和高效果的教育訓練體制和高效能的服務運作。所有教育訓練教材包含有三個架構：課前預習、課堂教育訓練課程和課後自習。TEAM 21 共有四個檢定職種，只有檢診技術員有細分為三個科目，因此 TEAM21 總共有六種合格技術員。

TEAM 21 技術教育訓練程序

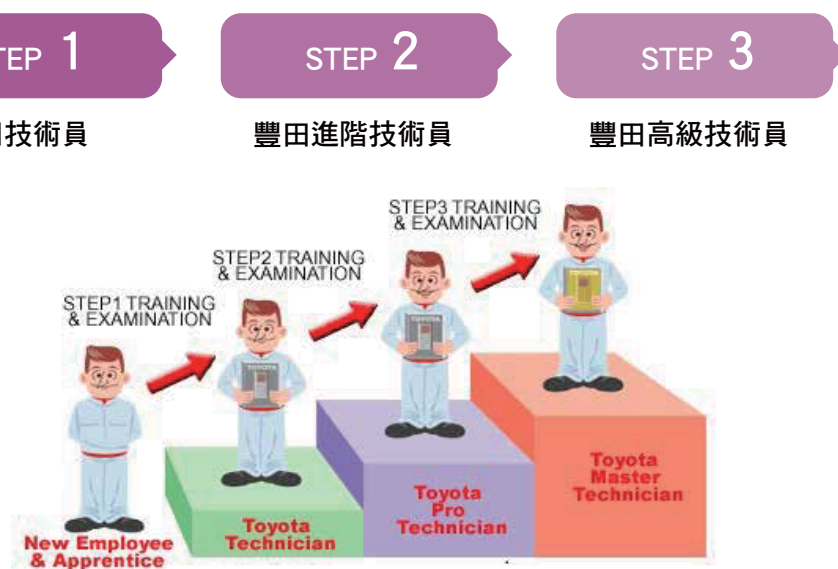
	計畫	準備	執行
總代理	製作經銷商各職種教育訓練的中期 / 年度計劃（每年檢查和修正一次 / 二次）。 舉辦會議和取得各經銷商的同意。 通知經銷商年度教育訓練計劃。	安排教育訓練講師和確認設備。 視需要訂購教育訓練教材和中文化作業。 透過經銷商通知各教育訓練的受訓學員。 教育訓練前，鼓勵經銷商利用課前預習教材。	舉辦課堂教育訓練課程。 通知如何使用課前預習教材。 評價和判斷技術員是否熟悉課程內容。
經銷商	製作該經銷商教育訓練的中期 / 年度計劃（每年檢查和修正一次 / 二次）。 舉辦會議和取得總代理計劃的同意。 製作該經銷商技術員結構和培育的整體計劃。	確認各技術員的技術水準。（技術力、工作經驗和受訓紀錄等） 轉換技術員至適當的教育訓練。 通知各教育訓練的受訓學員。 利用總代理提供的課前預習教材。	課堂教育訓練課程前，舉辦課前預習課程。 派遣技術員參加課堂教育訓練課程。 透過在職教育訓練和課後自習，以確保技術員徹底了解課堂教育訓練課程的內容。

TEAM 21 技術教育訓練課程

類別	課程	說明	目標
多頻度服務教育訓練	定期保養教育訓練 多頻度維修教育訓練	教育訓練實作技巧和技術，使技術員能夠有效率的實施定期保養和一般多頻度維修，這些保養和維修涵蓋了服務廠大部份實際維修工作。每個職種教育訓練時間至少六個月，最多一年完成。	豐田技術員 進階技術員
檢診教育訓練	檢診教育訓練 高級檢診教育訓練	教育訓練技術員如何成功的檢診和實施高難度問題的維修，這是「一次修好」不可或缺的進階教育訓練。每個職種教育訓練時間需要一年至兩年完成。	檢診技術員 高級檢診技術員
回訓教育訓練	新型車教育 最新檢診教育訓練	針對已檢定合格的技術人員，提升他們在現場對於新機構和新科技的技術能力。	—

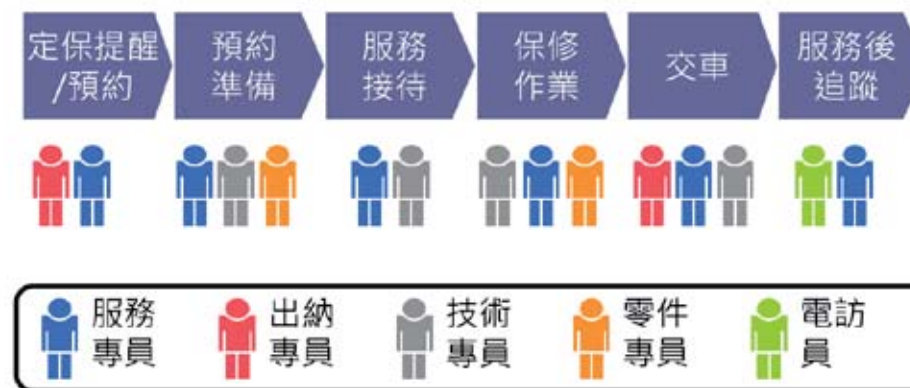
板噴教育體制從 1997 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現。和泰配合板噴的新教材導入計畫，將板噴教育體制書增修，期許藉由此更完善的教育體制來精確掌握與有效提升技術人員的專業知識與技術，並進而提高服務廠的生產力與顧客滿意度，共同創造經銷商與總代理持續成長的售後服務收益。板噴教育體制實施分工教育，主要目的在藉由分工教育快速反應第一線教育需求，培養經銷商講師人才，提升人員專業素質；以及透過和泰深化高階教育品質，強化課後檢核機制。而為了檢核分工教育實施成效，課程結束前務必實施結訓測驗以驗收每位學員的學習成效，並於課程結束後一周內至技術員檢定系統內完成登入。在完成分工教育課程後，所有受訓學員需依據其受訓內容安排在職訓練（On Job Training, OJT）。

板噴教育體制



此外，TOYOTA 服務教育訓練也包含服務專員的「服務專員教育體制」（Toyota Service Advisor Program, TSAP），服務專員教育體制從 1991 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現。為了配合 TMC 全球一致的導入計畫，和泰在 2009 年 1 月正式導入 NEW TSA21 教育體制，NEW TSA21 教育體制將不僅對於服務專員實施教育，而是將所有服務流程中與顧客有接觸的服務人員均納入其教育對象中，藉由教育訓練來轉授與顧客對應的相關專業知識，且輔以檢核機制確保訓後產出成果。配合 TMC 服務流程變更，依據工作職掌服務專員、出納專員、技術專員、零件專員、電訪員等五個職種的服務人員是會直接的或間接的與顧客接觸。和泰於 2018 年 1 月正式導入 TSA21 教育體制，希望藉由這個全新的教育體制來強化第一線服務人員的各項顧客對應技巧，主要強化服務專員對於商品知識、顧客抱怨處理、顧客關懷等的教育內容，提供每位入廠顧客絕佳的服務體驗，進而提高顧客滿意度，創造經銷商持續穩定的售後服務收益，以創造『Life time customer 終身顧客』作為終極目標。

NEW TSA21 教育所涵蓋之服務人員



服務專員教育體制



售後服務人員教育訓練時數與受訓統計

對象	2014			2015			2016			2017		
	總時數	平均時數	通過率	總時數	平均時數	通過率	總時數	平均時數	通過率	總時數	平均時數	通過率
服務專員	9,760	21.1	94%	12,440	17.6	97%	14,616	15.4	98%	15,800	16.9	98%
一般整備技術員	17,112	36.8	90%	22,280	28.1	91%	20,800	33.2	91%	22,416	34.5	87%
板金技術員	2,280	31.2	82%	3,144	27.3	90%	2,352	28.0	95%	4,936	33.4	98%
塗裝技術員	3,408	33.7	82%	4,464	25.7	89%	3,216	31.5	91%	4,600	33.1	92%
商用車技術員	8,576	32.1	93%	11,680	28.7	72%	13,128	34.8	88%	13,408	34.6	77%
合計 / 平均	41,136	31.0	88%	54,008	25.5	88%	54,112	28.6	93%	61,160	30.5	90%

售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額

對象	開課時數（小時）				投入金額（新台幣元）			
	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
服務專員	568	920	936	936	938,000	1,461,560	1,735,820	1,998,000
一般整備技術員	1,120	1,352	1,200	1,236	1,799,300	2,500,680	2,482,660	2,984,500
板金技術員	424	432	384	696	786,200	1,147,900	869,400	2,010,000
塗裝技術員	568	680	488	712	918,400	1,261,800	1,167,000	1,772,000
商用車技術員	728	816	840	888	1,136,000	1,584,200	1,782,600	2,021,900
合計	3,408	4,200	3,848	4,468	5,577,900	7,956,140	8,037,480	10,786,400

經銷商所長與副所長訓練課程內容

對象	2014	2015	2016	2017
所長	顧客滿意度提升講座 領導力與部屬激勵課程	引領幸福新思維 經驗傳承與人才培育 營業所接待禮儀提升教育 業務管理 App 研討（M-Sales）	人際關係、業務改善 社群趨勢經營 CS 業務研討	新媒體工具運用 銷售流程優化說明 跨業講堂－團隊領導及激勵
副所長	商品深化教育 以人為本的 TOYOTA 接待禮儀 交車流程推動 中古車查估滿意度調查 木瓜精神激勵座談會 部屬培育技巧	2015 年方針及施策說明 目標管理 現地改善 部屬管理 顧客滿意 四大職能小組成果發表	決策及目標共識建立 團隊運作與執行 有效運作能力 團隊領導與溝通技巧	副所長職責說明 神秘客調查結果 準時交車改善 電動車充電方案 高績效領導團隊 從人際風格談選才與團隊領導

所長與副所長教育訓練

對象	2014				2015				2016				2017			
	總時數	平均時數	受訓比率	完訓率	總時數	平均時數	受訓比率	完訓率	總時數	平均時數	受訓比率	完訓率	總時數	平均時數	受訓比率	完訓率
男所長	1,102	9.5	100%	100%	709	9.5	100%	100%	1,161.5	11.5	100%	100%	1,546.9	15.0	100%	100%
女所長	57	9.5	100%	100%	20	9.5	100%	100%	69	11.5	100%	100%	82.6	16.5	100%	100%
男副所長	1,656	9.0	100%	100%	3,571	18.5	100%	100%	2,462.5	12.5	100%	100%	3,989	19.9	100%	100%
女副所長	72	9.0	100%	100%	148	18.5	100%	100%	112.5	12.5	100%	100%	185	20.6	100%	100%

註：完訓率為學員全程參與完成課程之比率。

3.1.4 經銷商環保績效

和泰汽車用心呵護地球，我們與經銷商一同致力於環境保護，透過節約能資源的使用、降低溫室氣體與污染排放、廢棄物管理等作為，為地球進一份心力，並且持續進行環境保護方面的投入，為的就是善盡企業社會責任，並且守護我們共同的環境。自 2003 年起積極推動經銷商及關係企業通過 ISO 14001 驗證，是國內汽車業相關產業第一家結合經銷商據點全數通過 ISO 14001 驗證的企業。ISO 14001 於 2015 年改版，目前 174 個據點已全數通過新版 ISO 14001 國際環境管理系統驗證。透過新版系統的導入，我們鑑別出噪音、廢氣與廢棄物是公司營運前三大的環境風險。因此為確保環境管理系統的落實與有效性，我們對營運據點持續展開每年定期的稽核與複評，以確保管理系統之有效運作並確切落實到營運的每個環節之中。

能源使用

2017 年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為 2.03×10^{11} 百萬焦耳。各項主要能資源使用減量成效主要為重油，較前年減少 76%，係因經銷商依和泰要求逐步停止烤漆爐燃燒重油。由於燃燒重油會排放較高濃度的硫氧化物、氮氧化物和懸浮顆粒物，因此要求經銷商於 2018 年 4 月前烤漆爐全數停用重油，改採天然氣或柴油。這是由於和泰經銷商皆應配合「溫室氣體盤查與自願減量計畫」管理能源的耗用，並依環境管理審查會議決議之環境目標與標的或現場實際需求，擬定自願減量目標及環境管理方案。在考量財務可行與技術可行之前提下，成立方案執行小組，由部門主管指定專人擔任小組長，其組員由小組長召集之。

八大經銷商能資源耗用量

能資源種類	耗用單位	2013	2014	2015	2016	2017
汽油	公升	1,030,439	1,061,504	997,528	769,143	881,683
柴油	公升	189,136	226,873	428,732	428,193	444,897
重油	公升	350,222	361,091	320,645	293,118	69,400
潤滑油	公升	311,353	326,588	377,746	331,340	392,935
天然氣	立方米	-	-	-	-	186,563
液化石油氣	公升	77	52	165	36	44
電力	度	51,741,089	54,866,158	58,315,531	59,126,108	57,526,190

溫室氣體減量

八大經銷商在 2017 年各項能源使用產生的溫室氣體排放量以電力為最大宗，占 86%。停止燃燒重油的政策也使得油品類能源（汽油除外）及天然氣溫室氣體排放量總和減少 120 噸。2017 年各經銷商新實施的溫室氣體減量計畫，包括停止燃燒重油、裝設定時自動控制裝置、減少空壓機及照明燈具數量，及導入電動機車取代部分汽車公務車汽車。在歷年的溫室氣體排放量計算上，我們制定溫室氣體盤查與自願減量管理程序，要求各部門於每年 3 月底前，對產生的溫室氣體排放源展開鑑別，並將鑑別結果填入「溫室氣體盤查排放源鑑別表」。對已鑑別的溫室氣體排放源產生之溫室氣體排放量進行盤查，並將盤查結果填入「溫室氣體盤查排放量輸入表」。事務局亦於每年 10 月底前應編定公司下年度之「溫室氣體盤查與自願減量計畫」，經主任委員核定後實施。各部門、營業所及服務廠皆依「溫室氣體盤查與自願減量計畫」規劃內容，配合實施溫室氣體盤查與自願減量方案。

八大經銷商溫室氣體排放量

能源種類	排放量單位	2013	2014	2015	2016	2017
汽油	公噸二氧化碳當量	2,332	2,402	2,258	1,741	1,995
柴油		493	591	1,117	1,116	1,159
重油		1,090	1,123	998	912	216
潤滑油		917	962	1,113	976	1,158
天然氣		-	-	-	-	351
液化石油氣		0.136	0.091	0.288	0.063	0.077
電力		27,009	28,585	30,791	31,278	30,431

註 1：範疇二排放為電力使用，係數為 0.522（2013）、0.521（2014）、0.528（2015）、0.529（2016、2017）公斤二氧化碳當量 / 度。

註 2：排放係數資料來源為溫室氣體排放係數管理表 6.0.3 版，GWP 值為 IPCC AR4。

八大經銷商歷年減量計畫

2013

- 據點改用商用型空調冷氣
- 導入散熱系統
- 導入LED燈
- 公用電腦設定自動關閉

2014

- 使用玻璃隔熱塗料
- 調整契約容量及空調控溫
- 檢討空壓機用電
- T8換T5燈具
- 照明及空調更新
- 視訊會議導入
- 據點空調溫度設定及分區管理

2015

- 辦公場所用電方式改善
- 更換據點空調
- 電信設備耗電檢討
- 改善空調用電及交車室照明用電
- 減少空調用電
- 辦公室照明更換LED
- 訂立據點用電標準

2016

- 節能巡邏隊節能健檢活動
- 提供電子素材，降低紙本利用
- 中央給油設備導入
- 空調系統改善
- 電力耗能減量
- 辦公室綠美化改善

2017

- 照明開關裝設定時自動控制裝置
- 減少燈管使用數量並更換LED
- 控制空調溫度與時間，減少空調用電
- 串聯運轉空壓機，減少使用台數
- 電動機車取代部分汽車公務車汽車，降低公務車使用
- 烤漆爐使用天然氣燃燒機取代廢機油燃燒機，降低PM2.5與CO₂排放

空氣污染物控制

和泰製訂環境管理手冊以加強對經銷商污染物排放之管控。各經銷商必須依手冊中之「環境作業管制程序」落實各種污染物管理之進行，包含排放源、管控措施及檢查記錄等。目前經銷商作業活動所產生之空氣污染物包含氮氧化物、硫氧化物，以及揮發性有機化合物。而在減少污染物的排放量上，經銷商也自行持續導入各種設備消減空氣汙染排放量。

八大經銷商空氣污染物排放量

能源種類	單位	2013	2014	2015	2016	2017
氮氧化物	公斤	4,812	5,075	5,629	5,141	4,531
硫氧化物	公斤	8,003	8,593	10,528	9,821	8,432

註：為統一各經銷商排放量計算方式，因此 2017 年統一改採用環保署公告之 NO_x、SO_x 排放係數做計算，因此與前一版揭露之數據有所不同。

廢棄物管理

和泰汽車自 2003 年起，在經過多年的努力下，車輛可回收廢棄物項目已全數進行回收。這是由於和泰建置環境管理系統至全台小車經銷商，並協助經銷商解決長期不易處理之廢棄物，並透過廢棄物回收體系的完善化，促進廢棄物回收再利用。全台各據點都有我們建置的軟硬體設備，如廢棄物回收場所、廢油槽、抽油管線、防溢設施、消防設施、環境維護、環管文件管制等，累計投資 2 億元。經銷商各單位必須將產出之廢棄物依其類別，自行收集分類運送至貯存場所。管理部需將公司及服務廠之廢棄物，分類為可回收廢棄物、一般事業廢棄物及有害事業廢棄物，並將分類細項登錄於廢棄物分類表。必要時，管理部、服務部須稽核清運商是否依法清理廢棄物，並將結果登錄於「事業廢棄物承包商稽核表」。配合日本豐田母廠要求，於 2012 年起委託合格廠商，全面 100% 回收 HV 廢電池，並送至境外處理。

八大經銷商廢棄物回收作法

廢棄物	作法	說明
保桿	再製成塑膠顆粒原料	TOYOTA 全車系的塑料已改為 TSOP (TOYOTA Super Olefin Polymer) 材質，成為廢車拆解廠及回收廠稱讚的貨源。由於 TSOP 是以回收再利用為考量，將生化塑料及再生材料融入新品製造，杜絕環境危害物質如鉛、汞、鎘、六價鉻對環境的危害，全車塑料統一，對回收業者的分類再利用也有極大的助益。
廢水精箱及廢溶劑	回收再利用	TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均統一將廢水箱精及廢有機溶劑交由甲級處理廠進行回收再利用，處理廠均依規定設置環安設施，備有濕式洗滌塔、活性炭吸附設備降低空污污染，再製品以稀釋劑、化學品為主。
廢鉛蓄電池、廢鉛塊回收	再製成大型鉛塊、鉛錠	電池、平衡鉛塊汰換後的廢料可創造意想不到的經濟價值，廢電池的外殼粉碎後可做廢塑膠回收，廢鉛酸液可冶煉再製成鉛塊和鉛錠。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。
廢玻璃回收	再製成玻璃顆粒或透水磚綠建材	在 TOYOTA 及 LEXUS 經銷商服務廠，廢玻璃多為前、後擋風玻璃及車窗玻璃。這些廢玻璃體積大又重，以往的處理方式以打碎後當一般垃圾處理，惟進入掩埋場會佔用大量空間，以焚化處理會蓄積於焚化爐內壁，破壞焚化爐體造成停機故障。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。
廢潤滑油回收	再製成再生燃料油	車輛保養更換的油品，為有害環境之油品，對作業人員及環境都有極高的風險。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，油品回收後會加壓過濾為再生油，使油品循環再利用。
廢輪胎回收	再製成輔助燃料、橡膠製品	廢輪胎回收後，經破碎及去除鋼絲程序，所產生的膠片（塊）因熱值相當高，可作為輔助燃料，提供汽電共生廠或造紙業以替代燃油產生蒸氣及發電，或作為水泥業生產原料使用，也可製成橡膠成份純度高的橡膠粉，重新製成橡膠製品。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。

環保投資

近年環保意識漸趨抬頭，八大經銷商也逐年提高投資各環保項目，環保支出屢創新高，2017 年已突破 2,400 萬元，比 2016 年高出 123%，新增費用多投入在環保設備。經銷商在環境保護的支出項目包含 ISO14001 認證、環境教育、環保設備、環境規費與廢棄物處理；其中以環保設備及廢棄物處理占比較高，分別為 41.3% 及 46.2%。

八大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

項目	2013		2014		2015		2016		2017	
	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）
ISO 認證	343,057	5.6	371,169	4.1	359,925	2.8	330,436	2.5	760,291	3.1
環境教育	159,571	2.6	152,980	1.7	218,409	1.7	192,037	1.4	181,842	0.7
環保設備	311,476	5.1	1,106,531	12.1	2,469,068	19.1	518,887	3.9	10,223,490	41.3
環境規費	1,983,606	32.6	1,839,980	20.1	1,896,519	14.6	2,571,076	19.1	2,150,596	8.7
廢棄物處理	3,288,111	54.0	5,682,057	62.1	8,005,080	61.8	9,814,351	73.1	11,441,278	46.2
合計	6,085,821	100	9,152,717	100	12,949,001	100	13,426,787	100	24,757,497	100

3.2 和泰汽車供應商管理體系

和泰汽車不斷致力於創造良好的夥伴關係，透過身為台灣的汽車產業領導品牌，期許與供應商及經銷商共同建構服務價值鏈的永續發展，我們的供應鏈管理體系以創造價值為出發點，透過標準化管理、資訊共享、供應商評鑑、供應商稽核以及供應商能力建置，以提升價值鏈的永續發展能力。透過完整的供應鏈管理，將供應商視為最密切的夥伴，同時秉持「顧客第一」理念，持續推動「Only for YOU」，全面強化經銷商體質，進而創造出超越顧客期待的服務品質。



4

誠摯信賴
EMPLOYEE
CARE



4.1 培育與職涯發展

4.1.1 提升工作價值與鼓舞精神

和泰汽車相信「有滿意的員工、才有滿意的顧客」，發起了企業 ES (Employee Satisfaction) 運動，以打造快樂的工作環境，讓員工享受「樂在 TOYOTA」的幸福職場為核心精神，讓員工樂在工作，具備正面思考與價值觀，創造熱情的工作團隊，凝聚大家的向心力，打造共同的價值觀與理念，一同「樂在 TOYOTA」。

提升工作價值認知：

針對公司全體員工及主管實施共好文化全員教育，讓公司所有成員皆能瞭解共好精神三大核心理念，並由直屬主管協助員工填寫工作價值認知表，藉此與每位同仁溝通使其瞭解負責業務的工作價值，並製作每位員工專屬的工作價值磁貼，隨時提醒自己的核心工作及價值。

塑造相互鼓舞氛圍：

營造互相鼓勵讓彼此感覺到被關心的氛圍，提倡讚美卡，使員工在日常工作開心與沮喪時，都有同事及主管時時鼓勵。並由各事業體規劃互相鼓舞與樂在工作活動，增進部門內部的交流與鼓舞氛圍，讓共好文化深植於每位員工當中。

【建立共好文化，使員工樂在工作】

共好，有你真好

【有你真好，打造高績效團隊】

掌控自身工作過程：

為了讓同仁瞭解如何掌握達成目標之過程及方法，將自動自發掌握工作進度，以提升對工作的成就感，且成為組織中足以倚靠的成員。

強化團隊合作精神：

工作除了自身工作做好，成為值得信賴的夥伴之外，與其他部門與公司的合作是形成高績效團隊的重要環節。活動於此部分使用Team Building的課程方式，強化主管團隊合作精神，並由主管影響職員，協助跨部門/公司合作。

在 2017 年，六大本部響應「共好，有你真好」，特別規劃各項溫馨活動，讓同仁們感受相互鼓舞的氛圍，並強化團隊合作的精神，串連起大家的心，樂在 TOYOTA，打造高績效團隊。



有緣千里紅線牽

情人節交換禮物

藉由情人節抽紅線交換禮物，增加大家互動的機會，也同時讓大家回味一下情人節送禮物收禮物的甜蜜小時光。

大家一起抽紅線彩球找到自己的一日情人！並將精心準備的情人節禮物送給對方。



默契大考驗與

氣球王子教學

為培養增進各部門平日工作上在上下、橫向之默契，以「比手畫腳」遊戲進行跨部門趣味競賽，提升單位凝聚力。並以創意氣球的活動點燃同仁們血液中的創造 DNA，為工作注入更多活力。



全員健走活動

為維持本部人員的身心健康，提出全員健走活動，每月登錄健走步數，並公布於辦公海報區，讓本部同仁互相鼓舞進而養成健走習慣。希望達到人均步數 12000 步，本部總步數 1000 萬步的目標。



慶生活動

規劃每季不同主題、地點，以多元的方式舉辦，感謝並肯定同仁對於公司的付出並增進同仁間的友誼、交流與團隊共好精神。活動涵蓋：共好晚宴、共好小活動、慶生活動等



抒壓按摩與發票捐贈

與伊甸基金會視障專業按摩師合作，同時達到抒解壓力及做公益的效果。持續與陽光基金會合作，透過發票捐贈，讓同仁持續散播愛心。兩個月共捐了 124 張唷！



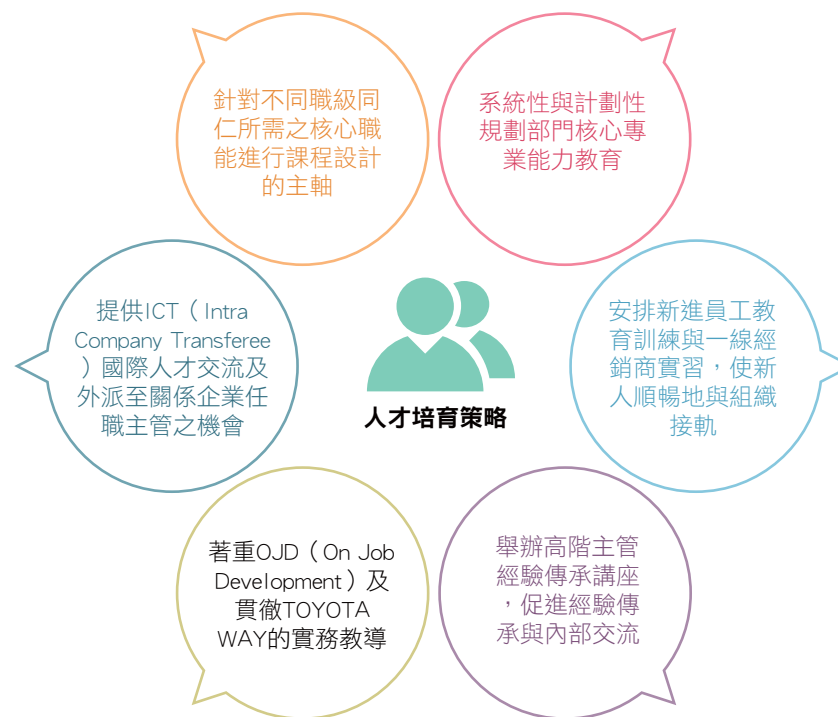
春節活動

金福雞來報喜

規劃辦公室春節布置，讓同仁感受新春愉快氣氛，工作更有活力。另，安排協理與經理裝扮金福雞，發送一元復始紅包與金蛋糖，期許同仁 2017 年發揮共好精神、團隊合作、提升工作效率。

4.1.2 職能教育訓練

和泰汽車一向重視員工的發展，也期許員工能在職場上發揮潛能，我們每年皆訂定年度教育訓練計畫，針對各級人員職能、專業能力、職場力等開設課程，希望透過員工職能及素質的提升，同步強化自身與企業的永續競爭力。同時，我們也挹注許多資源在員工與經銷商的教育訓練，以專業並完整的架構，培育各級優秀人才，使員工與公司同步成長、茁壯。



教育訓練類型

內部訓練	新進人員教育訓練	●到職： 使新進人員對公司之組織、沿革、規章制度及經營狀況發展方針及本身職務有整體之認識，期在最短期間內即能適應工作環境，擔負起所賦予之任務，進而發揮其潛能而為公司繼起之幹才。 ●在職初期（前半年）： 為使新進人員在到職後能盡快熟悉、了解公司組織及文化，公司每年皆會舉辦一年至少一次以上的「新人教育」，內容主要包含「各單位業務介紹、分享」與傳遞組織重要文化及業務手法的 Toyota 通識課程，使新進人員於到職後一年內能全面了解公司各單位負責之業務以及提升對公司日常業務工具的使用熟悉度。
	一般通識訓練	定期或適時安排教育訓練課程灌輸現職人員各種新知識與技能，以提高員工素質，並藉由提供不同類型的學習機會，提升員工的工作能力以及視野。此外，為使公司同仁隨時掌握當今產業、環境的重要趨勢、變化，也會不定期邀請各領域專業人士至公司開設講座，促進同仁持續學習新事物，以期未來應用於公司業務上。
	職能提升	公司針對不同職級的主管與同仁皆設職能要求，讓各階主管及同仁瞭解公司經營層對員工職能的要求，並可督促同仁於工作中不斷提升自己的職能、管理能力。課程規畫主要由外聘講師、和泰汽車資深主管，或曾接受講師訓練的專業員工擔任。課程內容以培養良好的工作態度、價值觀、工作能力、專業技術提升及新知識傳承為主要重點。
	外部訓練	主要目的為補充內訓之不足，由單位派需要的員工到企業管理顧問公司、專業協會等上課，社外講習經費由公司全額補助。
外派	外派任職	視原廠需求，每年約四到五個名額，任期一至兩年，外派至日本母廠及新加坡工作。
其他	語言補助	員工皆可至與公司簽約之語言學習機構，進行英文與日語的進修，公司提供 1/2 訓練費用補助。

為幫助新進同仁儘快融入職場，我們提供系統化及實務見學課程，協助新進同仁瞭解工作內容、團體生活及未來發展方向，透過完整的新人教育課程，協助新進同仁增加對公司的熟悉與融入，並提升對公司的認同感。

新進同仁訓練

新人教育	●公司部室簡介：邀請各室主管對新進同仁進行各部門業務說明，幫助新進同仁可以對於公司的整體業務輪廓有基本認知。 ●TOYOTA 通識訓練課程：包含 TOYOTA WAY、PDCA、A3、TBP 四門課，讓新進同仁從企業文化、邏輯思考到報告呈現有實際上的了解，並且會於課後一個月安排測驗與回訓，來驗證同仁們對於此主題的學習成效。 ●現地參訪：安排參觀新莊園區、楊梅物流中心、國瑞製造廠及新車發表會。
一線見學	在報到後第一個月會在所屬單位進行業務了解，接續會派至經銷商進行一線見學八週，透過此制度了解第一線經銷商販賣業務執行推動與售後服務管理的流程，提升後續在自身業務企劃上的精準度。

在職教育訓練分為「和泰內部」及「集團」（和泰集團之關係企業與經銷商），全年度教育訓練又再分為針對「各職級員工」與「全體公司員工」規劃。針對各職級員工之教育訓練主要為提升其所對應之職能需求的強化課程。此類教育旨在強化各職級員工應具備之管理能力，同時也作為公司在人才培育時的重要參考指標。在全體員工之教育訓練上，主要為一般通識類課程、專業能力教育與實務講座等等。此類教育旨在提升公司全體員工對於公司、集團業務的全面了解；加強員工的職場素養、能力；傳遞公司重要精神、文化。此外，公司教育訓練的安排也會依據當年度是否有新的方針、業務需求發展新的規劃。為更加強化員工教育訓練的推動與深化，每年的全年度教育訓練皆設有場次、受訓人次之 KPI，針對主管級學員也設有每年受訓之時數目標；系列教育部份，於教育結業式後設有學員、講師回饋機制，作為公司未來人才儲備的參考指標。

教育訓練統計

課程類型	課程名稱	課程對象	開課時數（小時）				投入金額（新台幣百萬元）			
			2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
一般課程	專業能力教育	全體員工	17.5	4	16.5	5.5	8.38	8.49	7.45	9.37
	高階經驗傳承講座	全體員工	8	12	0	0				
	CS 教育 & Only for YOU	全體員工	2	23.5	30.5	24.5				
	新人教育	新進員工（每年至多兩次）	64.5	70.5	102	64				
	通識課程 / 講座	室長級以上主管	0	0	4	48				
職能提升	專案主管級以下職能教育	專案主管級以下	50	31	65	96				
	室長級職能教育	室長級	26	14	38	40				
	中高階主管量身訂做教育	副理級至經理級	14	8	21	0				
	高階主管職能教育	部長級以上至本部長級	6	65	8	57.5				
	TOYOTA 通識課程	全體員工或指定員工	0	0	34	0				
	TOYOTA 實務發展計畫	全體員工或指定員工	70.5	125.5	29	27.5				
	Team Building	高階主管、室長級主管	26	14	39	24				
	Assessment Center 職能評鑑	晉升副課長級、晉升副理級同仁	14	14	29.5	19.5				
關係企業	集團管理能力教育	集團中高階主管	28	33	70	58				
	集團職場能力教育	集團一般同仁	-	-	-	20				
	TOYOTA 通識課程	集團全體同仁	52.5	49	133	203				
	TOYOTA 實務發展計畫	指定員工	70.5	125.5	30	0				
其他	法務教育	依主題	19	32.5	36.5	6.5				
	集團共好教育	公司全體同仁	30	45	0	4				
合計			428	541	686	698				

全體教育訓練場次 / 人次統計與目標							
	2014	2015	2016	2017	2017 目標	是否達到目標	2018 目標
場次	82	140	156	152	143	V	131
人次	3,100	4,700	4,947	4,462	4,250	V	3,511
職能教育訓練場次與人次統計							
	2014	2015	2016	2017	2017 目標	是否達到目標	2018 目標
場次	20	32	36	54	48	V	54
人次	813	952	981	1,688	1,404	V	1,030

2017 訓練時數統計			
男性平均	女性平均	全體平均	
22.8	25.1	23.6	
級別	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
高階主管	10.7	-	10.7
中階主管	34.2	-	34.2
基層主管	36.0	37.9	36.5
合計	30.4	37.9	31.6
職類	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
課長 / 副課長 / 技監 / 副技監	19.0	40.6	26.3
高級專員 / 組長	24.9	24.4	24.7
專員 / 班長 / 辦事員 / 練習生 / 司機 / 守衛	7.2	15.7	11.7
合計	22.8	25.1	23.6

主管：高階主管 - 協理；中階主管 - 經理；基層主管 - 室長；

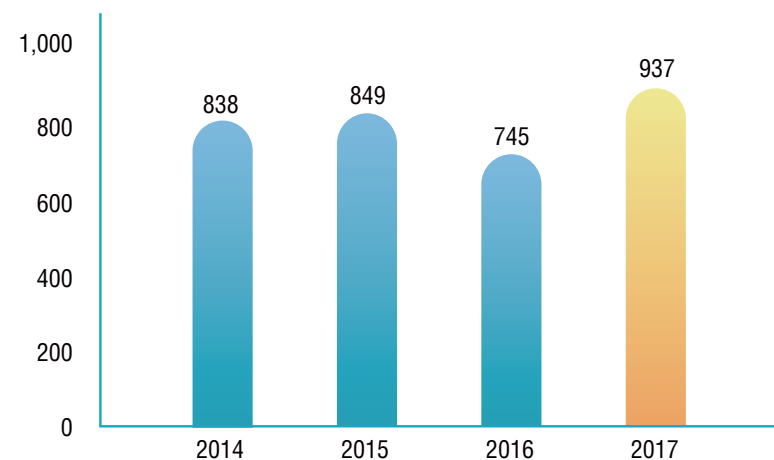
非主管：

1. 課長、副課長（含技監、副技監）；

2. 高級專員（含組長）；

3. 專員（含以下）

2014-2017教育訓練經費

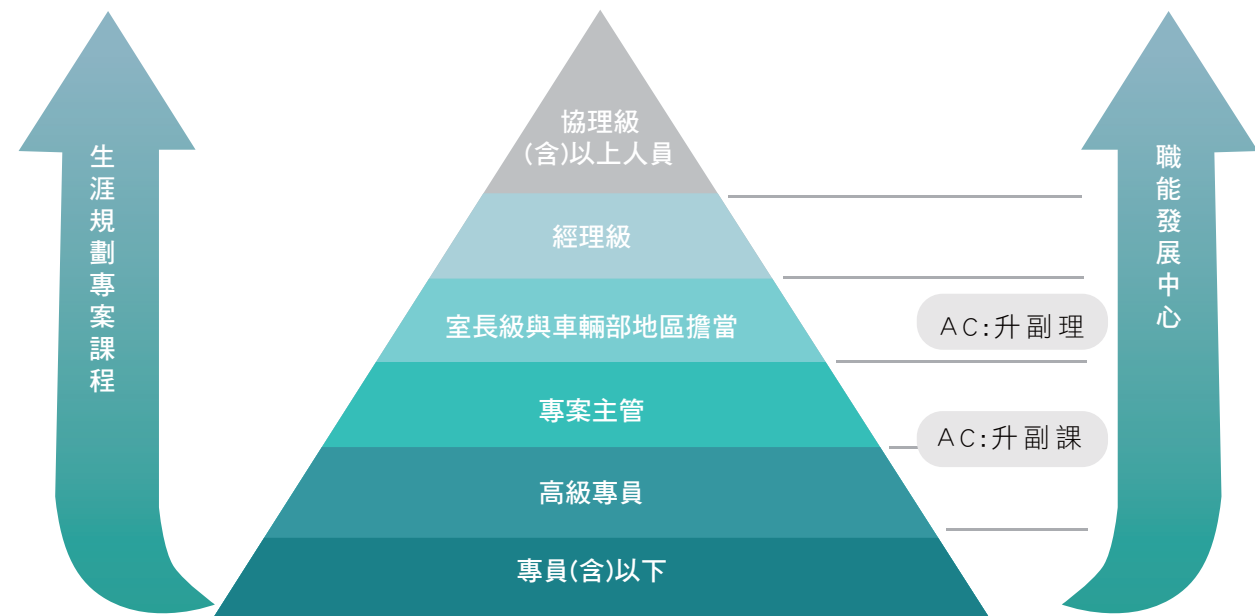


單位：新台幣萬元

4.1.3 菁英培育計畫

人才培育是和泰汽車成長最重要的關鍵之一，為了培育人才，我們設計了四大菁英培育計畫，為能更客觀挑選並培養組織所需之人才，所有主管職皆訂定明確的職位資格與條件；此外，透過職能發展中心（Assessment Center）評鑑，員工與主管皆可瞭解晉升所需職能程度及未來改善方向，經由評鑑之結果，員工與公司都能明確理解未來方向，以建構一致的腳步與方向，向前邁進。

和泰汽車職能模組



開辦「高階主管Team Building」 及「室長級Team Building」活動 - 人員轉型及培育

為協助中高階主管人員提昇經營管理能力，我們開辦「高階主管Team Building」及「室長級Team Building」活動，希望藉由階段性與系統性的課程安排，培養宏觀領導氣質，並塑造不斷學習，持續成長的風氣。

設計薪資、升遷制度 - 激勵及能力導向

為使員工薪資更加彈性化、結構合理化，我們設計新的薪資及升遷制度，依照資位分為22級，各資位則依其市場價值及公司的薪資政策，設定Mid-point和上下限，如此亦可有效激發員工創造更佳績效及生產力。

運用職能發展中心 - 職能導向、發展及培育人才

為使在發展及培育未來所需人才上有參考及評鑑的依據，我們透過職能發展中心（Assessment Center, AC）評鑑，讓員工與主管皆可知悉員工本身符合公司所需職能程度，以及未來改善方向，做為日後個人發展與教育訓練的參考依據。

提供更多學習成長機會

我們建構了完整的教育訓練架構，包括：1.以提升員工職能為教育訓練主軸。2.著重在職教育（On Job Development, OJD），與現地、現物式的教導。3.計畫性地進行教育訓練，以確認其發展方向符合公司需要。4.提供ICT(Intra Company Transferee)國際人才交流及外派至關係企業擔任主管職之機會。

4.1.4 績效與職能評核

和泰汽車全體員工每年均需接受定期績效與職能評核。每年於評核前公告時程及實施作法，並於過程中加入主管面談及分數確認機制，以求達到雙向溝通之成效。評核內容包括工作內容完成度、工作占單位內方針權重、單位排名，並建立職能模組，依各階層人才設定關鍵行為及指標。透過績效與職能評核，替公司找到潛力及適任之人才，讓員工對於自身工作及職能有努力的方向及標準，建立滿意及高效率的工作風氣。此外，我們建立了員工個人資料維護系統，讓員工可以於線上填寫職涯意願。不僅可讓公司瞭解員工職涯發展意願，員工亦可以透過系統，看到自己有興趣職位的條件需求，有助員工進行重點能力的強化與進修，避免資源浪費。而對於評核成績不佳的同仁，則由人資室協助該同仁之直屬主管安排輔導計劃。

此外，由於現行考核制度皆以部門內工作表現為基礎，較難呈現員工跨部門團隊合作的表現與能力，因此，為瞭解同仁之跨部門團隊合作表現並予以適當評價，以提供晉升遴選之參考，訂有團隊合作評核機制，團隊合作評核機制係放入職能評鑑中心進行評測，每年會針對要晉升至副課長級與副理級的同仁進行評鑑測驗，內容以將晉升之職位所需要的職能進行內容設計，例如：團隊領導、影響說服等，評鑑的方式包含有測驗、分析與團隊討論等多元的項目，藉此評鑑檢測同仁是否符合晉升後職位所需要的職能。

評核辦法

類型	時間	作法	評核內容
績效	期末	使用績效發展資訊系統，同仁於平日記錄工作項目，各單位主管應即時評核已完成之工作項目，期末（隔年一月初）各單位主管應依據工作項目累加得分，予以評定績效級數，並落實績效回饋面談。	● 依據工作項目累加得分，予以評定績效級數。 ● 設定次年度工作項目與 KPI。
職能	期末	使用績效發展資訊系統，各單位室長級以上主管依照受評同仁所屬職級之職能項目予以評核，期末（隔年一月初）考核一次，並建議各職能項目評核級數。	● 依照受評同仁所屬職級之職能項目予以評核分數。 ● 依同部門同位階人員之職能加權得分排序並給予評核級數。

4.2 權益與福祉

4.2.1 聘雇與留才

和泰建置完整的人力資源資訊系統，以高效率、高品質管理人事資料，清楚掌握組織中人員發展狀況；更透過加值化的分析，協助管理者進行人才策略發展規劃。2017 年的員工總數為 538 人，全體男性與女性員工之平均比例約為 1.7：1，皆為正職人員，女性員工的比率歷年來呈現增加的趨勢，顯示和泰汽車認同並支持職場的多元化，年齡組成的分布上，以 30-50 歲比率最高，占 59.66%，依主管 / 非主管區分，有 19.33% 為主管職。

合約性質 / 類型		男性人數	占該類比率 (%)	女性人數	占該類比率 (%)	總公司人數	新莊人數	楊梅人數
合約性質	正職	341	63.4%	197	36.6%	372	91	75
	約聘	0	0%	0	0%	0	0	0
聘僱性質	全職	341	63.4%	197	36.6%	372	91	75
	兼職（部份工時）	0	0%	0	0%	0	0	0
員工類別分布		男性人數	占該類比率 (%)	女性人數	占該類比率 (%)	30 歲以下人數	30-50 歲人數	50 歲以上人數
主管職	高階（協理級以上）	18	100%	0	0%	0	2	16
	中階（經理級）	19	100%	0	0%	0	9	10
	基層（室長級；副理）	50	74.6%	17	25.4%	0	55	12
非主管職	課長、副課長（含技監、副技監）	51	66.2%	26	33.8%	3	49	25
	高級專員（含組長）	152	61.3%	96	38.7%	48	153	47
	專員（含以下）	51	46.8%	58	53.2%	22	53	34
合計		341	63.4%	197	36.6%	73	321	144

和泰汽車致力於營造容易發揮個人及團隊潛力的工作環境，秉持「適才適所」與「人盡其才」的理念，透過公開管道，不斷招募相關領域的專業人才；強化系統化的徵才流程，提高招聘的作業效率，提供員工生涯發展機會、工作生活平衡，及提升主管能力來促進員工留任；因此公司，使員工間建立互信、互愛、互助之團結精神以謀公司之業務發展。使得在和泰汽車服務的每一位同仁皆能在工作崗位上發揮出自己最大的潛能。從 2014 年開始，新進之女性員工人數已開始高於男性。且集中於 30 歲以下之族群，充分提供了女性之就業機會及建構多元化職場。

新進員工統計

類別		2014		2015		2016		2017	
		人數	占全體員工比率 (%)	人數	占全體員工比率 (%)	人數	占全體員工比率 (%)	人數	占全體員工比率 (%)
依性別	男	14	2.6	19	3.5	18	3.2	18	3.2
	女	15	2.8	28	5.1	13	2.3	21	3.9
依地區	總公司	27	7.5	41	11.0	29	5.2	27	5.0
	新莊	2	2.2	4	4.1	2	0.4	10	1.8
	楊梅	0	0.0	2	2.5	0	0.0	2	0.4
依年紀	30 歲以下	17	28.3	42	50.0	24	4.3	33	6.1
	30-50 歲	12	3.1	5	1.4	4	0.7	4	0.7
	50 歲以上	0	0.0	0	0.0	3	0.5	2	0.4

高階管理階層聘用當地居民統計

類別		2014		2015		2016		2017	
		人數	比率 (%)	人數	比率 (%)	人數	比率 (%)	人數	比率 (%)
依性別	男	36	92.3	35	92.1	35	92.1	36	97.3
	女	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0
依地區	總公司	31	91.2	30	90.9	30	90.9	32	97.0
	新莊	4	100	4	100	4	100	3	100
	楊梅	1	100	1	100	1	100	1	100

註：高階管理階層為經理級以上。

和泰汽車近三年的平均離職率為 4.6%，以 30 歲以下的年齡層居多，為刺激組織活化與培育全方位人才，公司訂有內部輪調制度，在現職單位任滿三年以上，考績優秀之人員，都有機會成為輪調的候選人；另外在新業務需求出現或重要職缺出缺時，也會進行人員輪調的評估。若遇工作上有輪調需求或重大營運變化時，我們於工作異動公告前二週告知當事人及其主管，使員工有適當的心理調適與準備。

離職員工統計

類別		2014		2015		2016		2017	
		人數	占一般員工比率 (%)	人數	占一般員工比率 (%)	人數	占一般員工比率 (%)	人數	占一般員工比率 (%)
依性別	男	14	2.6	20	3.6	15	2.7	19	3.5
	女	12	2.3	15	2.7	12	2.2	12	2.2
依地區	總公司	23	6.4	30	8.1	23	6.1	24	4.5
	新莊	1	1.1	3	3.1	3	3.1	5	0.9
	楊梅	2	2.5	2	2.5	1	1.3	2	0.4
依年紀	30 歲以下	8	13.3	12	14.3	12	13.8	7	1.3
	30-50 歲	9	2.4	18	5.2	9	2.7	15	2.8
	50 歲以上	9	10.2	5	4.3	6	4.3	9	1.7

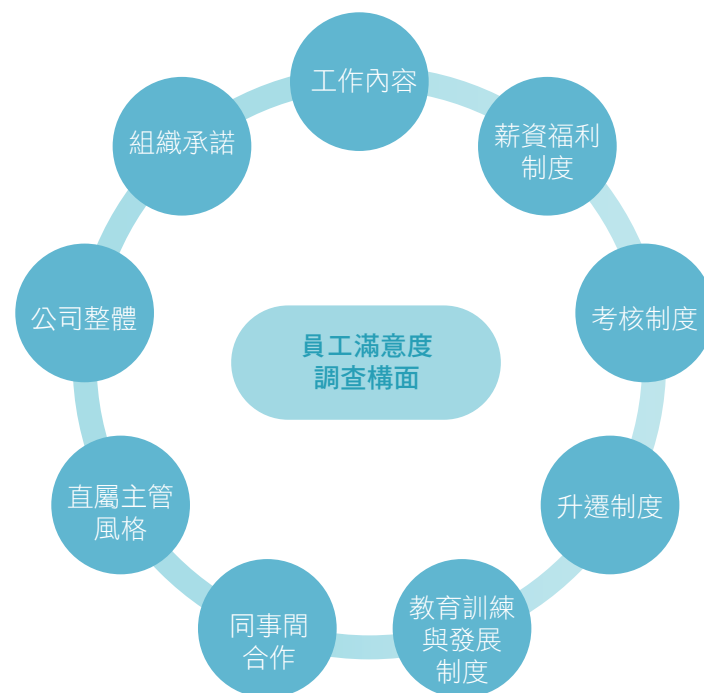
註：以上統計包含屆齡退休人員。

4.2.2 權益維護

為加強員工自律精神，提升公司內控及治理能力，強化重視公益與環保的公司文化，訂有「和泰汽車員工行為準則」作為全體員工之道德標準，在溝通管道部分，目前有各種多元化管道，包含勞資溝通會議、意見信箱以及和泰園地等。透過各種溝通管道及對話，同仁逐漸與公司建立「相互信賴，責任與共」的基本價值；而公司更以尊重員工、創造和諧的勞資關係為經營準則，透過每季之勞資會議及各種意見反應途徑，使意見可充分表達並得到合理的解決。由於制度完善加上人性化的管理精神，和泰汽車創業以來，並未產生重大勞資糾紛、申訴與爭議，同時，在員工行為準則的完整落實下，和泰近五年並無發生任何歧視與騷擾事件，公司更杜絕童工之聘用，也不以任何方式強迫或強制員工勞動。

和泰汽車人權規範	文件內容規範
員工行為準則	每位員工應尊重人權，不歧視任何性別、年齡、國籍、種族、民族、信仰、教派、殘疾、婚姻或親屬狀況，亦不侵害人權，如強迫勞動、僱用童工、騷擾他人…等。努力關心他人，共同建立更美好的工作環境。
性騷擾防治措施	每一位同仁都極被看重其尊貴的個人價值，都應該被平等而合理地對待。因此，和泰汽車對於任何從事性騷擾、破壞本公司優良工作倫理與傳統，並進而影響個人擁有良好工作環境之權利者，絕對無法加以寬待。 不論何時，同仁如有遭受到性騷擾之情況，請務必立即向本公司舉發，本公司必定按照抱怨情事，詳加調查，對調查屬實之行為人，本公司將採取懲處，以避免同樣事件再次發生。懲處會根據案例情況而斟酌程度，包括警告、申誡、降調等之處分，情節嚴重者，則予以解僱。 和泰汽車相信，創造免於性騷擾的工作環境是所有和泰人共同的責任；各級主管尤應以身作則，負有防杜之責任，認知到有性騷擾行為發生，必須採取有效的糾正及補救措施；至於每一位同仁，則都應該潔身自愛，彼此尊重，小至為著個人的聲譽，大至為著本公司的榮耀而努力。

為更瞭解同仁想法與需求，和泰汽車每兩年定期進行員工滿意度調查，調查方式為線上問卷及紙本問卷併行，調查對象為公司全體正職同仁，不含年資未滿半年人員及借調人員，內容分為九大構面共 97 小題，希望從中瞭解員工的想法，進一步貼近員工的需求，並從中獲得改善方向，打造一個員工滿意的幸福職場。



最近一次滿意度調查於 2017 年實施，回覆率為 75.9%，下次將於 2019 年實施。所有調查結果用來瞭解同仁對工作環境之滿意度與真實需求，作為公司政策改善之基礎；近年在提升同仁滿意度的主要作法上，以升遷制度部分，下修門檻值與條件限制，讓同仁有努力的目標；績效管理部份則改進考績固定比例制，使評鑑制度更加完善，教育訓練部份則新增員工語言課程補助，協助同仁進修向上，員工的職涯發展則增加輪調調查，提供同仁輪調機會與意願。未來將持續針對同仁需求進行改善，致力提升同仁滿意度，在這個大家庭中能更加樂在工作，帶來滿滿幸福。

員工滿意度調查結果（以滿分 5 分計）

問卷調查構面	2013	2015	2017
工作內容	3.85	3.92	3.98
薪資福利	3.91	3.91	4.13
考核制度	3.51	3.52	3.65
升遷制度	3.65	3.58	3.70
訓練發展	3.66	3.79	3.87
同事合作	3.90	4.03	4.06
直屬主管	3.82	4.10	4.18
公司整體	4.00	4.02	4.06
總平均	3.79	3.86	3.96

4.2.3 薪酬與福利制度

和泰汽車之員工薪酬待遇，皆依員工待遇支給辦法辦理，協理級以上人員，則由公司薪資報酬委員會審核與建議，並經董事會通過。薪酬水準公司亦委託外部獨立顧問進行員工薪酬之建議報告，而員工本身也可透過勞資會議反應，或經由員工意見信箱進行建議。在升遷制度則依職位分為 16 級，各職級則依其市場價值及公司薪資政策，設定薪資中間值和上下限，使員工薪資結構兼顧合理性與公平性，以激勵員工提升職能、創造更好的績效；除事務室長職以上，目前男性員工的平均薪資與

報酬大都高於女性，主因為男性員工年資較高，和泰汽車針對相同職位之薪資水準，不因性別而有所差異，薪資水準以學經歷及年資為考量條件。和泰汽車的基層人員薪資不因性別而有所差異，其薪資與當地最低薪資的比率為 1.55 倍。和泰於 2009 年依勞基法規定發給退休金，結清員工舊制退休金；同年起，依勞退新制為每位員工提繳工資 6% 入個人退休金專戶，參與率為 100%。

男女報酬與酬金比率

類別		報酬比（男：女）		酬金比（男：女）	
		2016	2017	2016	2017
主管職	高階（協理）	-	-	-	-
	中階（經理）	-	-	-	-
	基層（室長）	1.04	1.02	1.00	0.98
非主管職	課長、副課長（含技監、副技監）	1.12	1.19	1.09	1.12
	高級專員（含組長）	1.03	1.03	1.02	1.02
	專員（含以下）	1.09	1.04	1.07	1.08

註：1. 2016 ~ 2017 年事務室長職，女性績效平均比男性優。

2. 報酬係指月薪；酬金係指報酬 + 酬勞（獎金）。

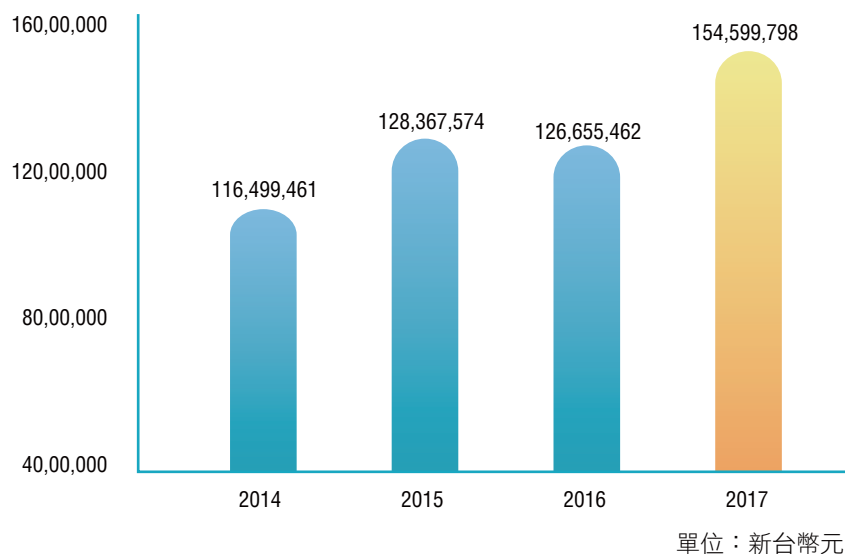
在員工福利規劃上，設有職工福利委員會，提供同仁完善的福利，包含結婚 / 生育 / 喪葬 / 急難慰助、獎助學金、年節福利品、急難貸款、住院慰問、住院補助與退會慰勞，並訂有和泰汽車互助辦法，以照顧同仁生活。公司每年提供員工健康檢查費，並邀請醫師至公司說明體檢之結果與預防疾病之方法；另為因應營業範圍擴展至海外地區，訂有員工外語進修補助辦法，持續加強員工教育訓練以提升員工語文能力，提高工作效率、促進業務溝通與推動。凡員工至與集團有簽訂合作契約之 12 家外語進修單位進行語言進修，憑報名資訊可以向公司申請學費的二分之一補助。

員工福利支出金額

(新台幣元)

福利項目	2014	2015	2016	2017
退休金	26,314,686	25,851,209	26,645,170	26,686,358
團體、平安、意外保險	1,230,128	1,782,009	1,460,904	2,271,500
健康檢查費	3,997,812	3,931,452	4,213,764	4,151,366
教育與社外講習	7,317,116	9,276,968	8,528,631	10,817,303
獎助學金	13,912,500	14,495,500	14,958,000	15,333,000
節慶、旅遊與專案活動	33,832,099	41,688,929	39,589,738	66,180,029
祝賀、慶生與慰問	4,911,470	4,611,320	4,828,970	4,156,480
生活與福利品	12,495,000	12,918,000	12,128,000	11,308,000
公務車使用	12,438,650	13,812,187	14,302,285	13,695,762
合計	116,449,461	128,367,574	126,655,462	154,599,798

員工福利支出金額



和泰汽車重視紀律與守法，除訂定人事管理規則來規範員工的職場態度與行為外，基於對性別平權的尊重，亦成立了「和泰汽車性騷擾防治員工申訴中心」，由管理部經理專責處理，同仁可透過經理之分機與電子信箱提出申訴；並遵照性別工作平等法原則訂定組織章程，在內部網站建立專門網頁，內容涵蓋防治措施、委員會相關資訊、案例說明與管理辦法修訂等，說明並推廣性別平權概念。2017 年育嬰留停的復職率為 100%，表示同仁們都樂意回歸到職場中，繼續與我們一起努力。為使同仁生育後能更安心無虞地工作，我們也與鄰近托育中心簽訂優惠合約，可享註冊費、用品或接送時間之優惠，減輕同仁撫育幼兒的負擔。

2017 育嬰留停統計

項目	男性	女性	合計
當年度符合育嬰留停申請資格人數	9	5	14
當年度實際申請育嬰留停人數	0	3	3
育嬰留停預計於當年度復職人數	0	3	3
當年度育嬰留停復職人數	0	3	3
前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	2	2
育嬰留停申請率 (%)	0	60.0	21.4
育嬰留停復職率 (%)	0	100	100
育嬰留停留存率 (%)	0	100	100

育嬰留停申請率 (%)：當年度實際申請育嬰留停人數／當年度符合育嬰留停申請資格人數

育嬰留停復職率 (%)：當年度育嬰留停復職人數／育嬰留停預計於當年度復職人數

4.3 職業安全管理

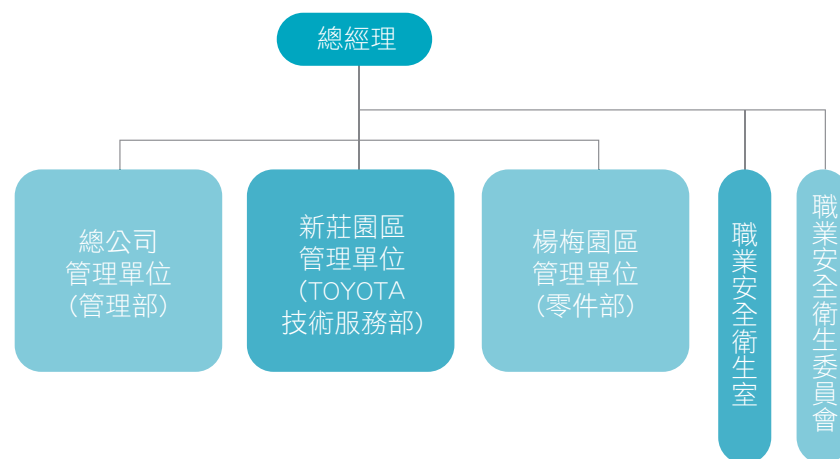
4.3.1 推動安全管理

提供安全、健康、舒適的工作環境，是和泰汽車致力維持的目標；和泰汽車的職業安全衛生政策以「恪守法規」、「風險防範」、「全體參與」、「持續改善」為目標，並提出感動照護，同時不斷改進、超越自我，持續改善提高職業安全衛生績效，達到永續經營、持續服務的願景。為使和泰集團內所有公司之同仁皆有安全的作業環境，除和泰汽車內部積極推動職業安全衛生業務外，更擴大要求集團內所有公司，必須依照法令設置職業安全健康組織及人員，推動各公司的職業安全衛生相關作業及計畫，以降低危害發生，提升職場安全。

職業安全衛生政策的承諾	
恪守法規	致力遵守職安法規，促進工作環境安全。
風險防範	全面辨識風險危害，預防職業傷害疾病。
全體參與	進行內外溝通傳達，建立全員職安意識。
持續改善	不斷檢視職安成效，確保企業永續經營。

職業安全衛生委員會由總經理擔任主任委員，各園區主管偕同勞工代表擔任委員，以公司整體觀點來規劃並進行職業安全衛生相關事務。委員會共 9 位委員，其中資方代表為 3 位（總經理與兩位協理），勞方代表為 6 人（經理 3 人，事務主管 1 人與高級專員 2 人）；每季召開會議一次，針對擬定之安全衛生政策提出建議，審議、協調及建議安全衛生相關事項，並規劃督導與推動安全衛生管理事項，指導相關部門實施以及報告現行安全衛生活動執行狀況。

職業安全衛生委員會組織架構



安全健康促進活動

和泰汽車關懷同仁健康，持續推動同仁年度健康檢查，健康檢查項目考量同仁主要健康問題、年齡、性別，予以規劃，近年公司同仁主要的健康問題為代謝症候群，針對此問題，持續設計相關的健康促進活動及講座，並推動「計步到雲端」健康促進健走活動，活動設定參加同仁需達成每日萬步之目標，為了使同仁可於日常生活中監測自我的血壓及體重，期以良好的控制代謝相關之健康問題，因此我們推動「健康測量讚」之血壓及體重測量的活動，於各園區設置隧道式血壓機、體重機，同仁與測量後以員工識別證感應，將數據傳輸到個人手機的帳號 APP，使同仁可以利用方便的工具，達到自我健康管理的目的。除了健康活動外，辦理全員職業安全衛生教育課程 11 場、CPR 及 AED 課程 11 場、三高防治及戒菸健康講座各一場，以提升同仁安全及健康的觀念，和泰汽車也積極參與健康職場認證，榮獲國民健康署之健康促進標章，效期自 2017/1/1 開始至 2019/12/31，為期三年。

年度	健檢率(%)
2015	86
2016	89
2017	89

和泰汽車 2017 年衛生促進活動

活動	說明	場次數	合計參與人次
臨廠服務暨職場健康諮詢門診	每兩個月邀請台安醫院家醫科主任辦理健康諮詢門診，門診提供同仁一對一對諮詢服務，且諮詢內容完全保密	12	42
計步到雲端 2.0	參加健走同仁每人配送一隻藍芽健康手環，搭配健康 APP 自我管理系統，以達到健走、同仁間趣味競賽及拿大獎的機會。	6	150
健康測量讚	於各園區設置隧道式血壓機及體重機，以員工識別證感應傳輸數據至個人手機 APP，希望藉由好的工具，使同仁能達到日常自我監測的好習慣，為了增強同仁量測動機，參加同仁達到測量次數者還可參加抽獎。	7	147
全員職業安全衛生教育課程	為了使同仁了解職場作業環境安全及職安相關法規，因此針對全體同仁辦理全員職業安全衛生教育課程。	11	538
健康促進講座	依照同仁健檢分析、流行病趨勢、基本急救課程 (CPR & AED) 辦理相關健康講座，並邀請眷屬、承攬商、關係企業、經銷商一同參與。	2	594
健康檢查追蹤 早檢的鳥兒有蟲吃	為了鼓勵同仁盡快安排健檢，因此推出早檢的鳥兒有蟲吃，只要同仁於完成健檢即可參加該月份禮券抽獎，如完成健檢者該期末的中獎者，抽獎資格可持續累計至下個月。	6	30
戒菸講座	為鼓勵同仁戒菸及了解菸害，於園區辦理戒菸課程，期望於使同仁更瞭解抽菸對健康的危害，進而促使同仁減菸或戒菸。	3	15
室內空氣品質監測	於上下年度由職安室之勞安管理員、護理人員會同總務同仁、各園區負責同仁一同監測工作環境二氧化碳空氣品質。	6	26
流感疫苗接種	於流感盛行前，連同當地衛生公部門為同仁施打流感疫苗，並開放眷屬、承攬商、關係企業、經銷商一同參與。	2	41
全年合計參與人次			1,583



4.3.2 落實防災與演練

和泰汽車秉持著「安全第一」的工作原則，以「零意外」為目標，致力提供安全的工作環境，規劃執行相關安全防護措施，以建構安全可靠的作業環境，在嚴格落實及有效管理下，近年來員工並無重大的安全意外事項發生。每年皆定期實施工作場所消毒、消防演練，以及全員 CPR 與 AED 急救演練，共計 11 場，在有危害物質存放處置之場所，都張貼危害物質警語標示，並備有物質安全資料表詳述緊急應變的對應作法，以維護同仁作業安全。

設定安全基準

實施風險評鑑、倉庫各區訂定人員防護裝備標準、訂定倉庫各種設備使用標準。

推動相關安全活動

- 各層級安全巡察、安全月活動、發行安全雜誌、實施安全相關教育、設立安全看板及安全提案箱。
- 規範行車方向及停止線，減少作業堆高機之衝突。
- 分隔人員與機具作業區，提高作業人員作業時安全。
- 規範人員行動線及停止線，提高人員倉庫行走時之安全性。
- 藉由庫位改善降低高處墜落風險。



4.3.3 職災預防

為確保提供員工健康安全的工作環境，定期由勞工健康服務醫師，親至工作環境巡視並進行現場評估，確認和泰汽車並無具有罹患職業病之相關職務；職場安全的部分，更積極宣導與教育員工，預防工作中發生意外與災害，一旦發生職業災害便立即停止作業、進行救助、確保安全。職業衛生管理單位應於一定時間內，呈報當地所屬之勞動檢查單位，事故單位主管亦應於規定期間內，填寫「職業災害事故通報表」，並依據事故調查結果提出調查報告，以防止未來再次發生。

園區內所有職業安全衛生管理單位，皆依照法令統計前月份職災事件與虛驚事件次數，如有相關情事，則依照「和泰汽車職業災害調查及處理程序」進行後續處理及追蹤，每月由各園區職業安全衛生管理單位進行統計，並填報各園區所屬地區之職災月報，由職業安全衛生室彙整，在專業教育訓練部分，安排各園區的職業安全衛生主管及急救人員（每五十人設置一名）教育訓練課程，以預防職災發生並可儘速執行發生後的緊急應變處置。

為減緩職業傷害，針對物流作業的同仁，我們特別邀請專科醫師講解人因工程並提供諮詢，以防止長期工作的不良姿勢，造成人體肌肉骨骼之傷害。於新車托運的規範中，均有相關的職業安全衛生管理辦法，涵蓋行車前檢查、配車、交車作業流程以及事故發生之處理；而司機管理部分，則包含健康檢查及管理、事故賠償等，並宣導運輸安全，針對拖車全面實施固縛作業，確保日常作業交通「零」事故，人員「零」傷亡。

員工職災統計

項目	依性別	2014	2015	2016	2017
缺勤率	男	0.20%	0.15%	0.08%	0.08%
	女	0.33%	0.49%	0.48%	0.35%
工傷率	男	0.0	0.0	0	0
	女	0.0	0.0	0	0
損失日數率	男	0.0	0.0	0	0
	女	0.0	0.0	0	0
職業病率	男	0.0	0.0	0	0
	女	0.0	0.0	0	0
死亡人數	男	0.0	0.0	0	0
	女	0.0	0.0	0	0

缺勤率 (AR) = 總缺勤天數 (工傷假、病假、生理假) / 人數 * 全年工作天數 * 100%

工傷率 (IR) = 職業傷害 (件) * 200,000 / 總經歷天數

損失日數率 (LDR) = 總損失工作日 (天) * 200,000 / 總經歷天數



5

齊心保護
SUSTAINABLE
ENVIRONMENT



5.1 環保理念

5.1.1 永續政策

日本豐田強調尊重他人的企業文化，將環境保護與社會和諧的思維放在日常營運的核心重點，而非僅追求企業的經濟成長。因此日本豐田透過「地球環境憲章」作為全球 TOYOTA 夥伴在環保上的最高指導原則，並以中、長期的規劃來將核心行動付諸實行。和泰汽車的環保理念乃依循日本豐田汽車之地球環境憲章（TOYOTA Earth Charter），據此來推行對環保的原則與行動，該憲章包含四項基本原則與四大指導方針。和泰汽車以實現「低碳與循環型社會」為願景，在車輛生命週期的各個階段，從開發設計、採購、生產、物流、銷售、使用、減少浪費和回收利用，積極降低產品與服務對環境的影響，與企業上下游夥伴合作共創美好的未來環境。也因此，和泰汽車關注環保議題的腳步從不曾停歇，為了走出自己的道路與維持領導品牌的地位，在全球的永續趨勢中從未停滯於眼前的成就。和泰汽車環境永續政策包含政府政策、污染防治、資源回收與環境意識四大面向。

日本豐田汽車之地球環境憲章

基本原則

- 挑戰零排放的目標，在追求成長的同時，須兼顧環境保護，對21世紀之社會繁榮有所貢獻。
- 環境新技術的研發。
- 自主行動方案的提出。
- 與社會和諧的脈動。

行動指導方針

- 持續關心環境議題，以零排放作為挑戰目標。
 - 》致力開發高標準之環保節能產品。
 - 》降低生產過程中產生的浪費。
 - 》透過事先環境影響的評估來降低環境衝擊。
 - 》鼓勵有助於環保改善之活動。
- 與企業上下游夥伴合作共創美好環境。
- 善盡企業社會公民之責任。
 - 》推動資源回收再利用。
 - 》支持政府之環境政策。
 - 》參與環保公益活動。
- 主動揭露資訊與加強成員的環保意識。

和泰汽車環境永續政策



配合政府環保政策，改善廠區周界環境品質，以符合環保法規要求。



落實資源永續利用，促進資源回收再利用、減少廢棄物產出及避免資源浪費。



提供安全的工作環境，消除工作場所產生影響員工的危害因素。

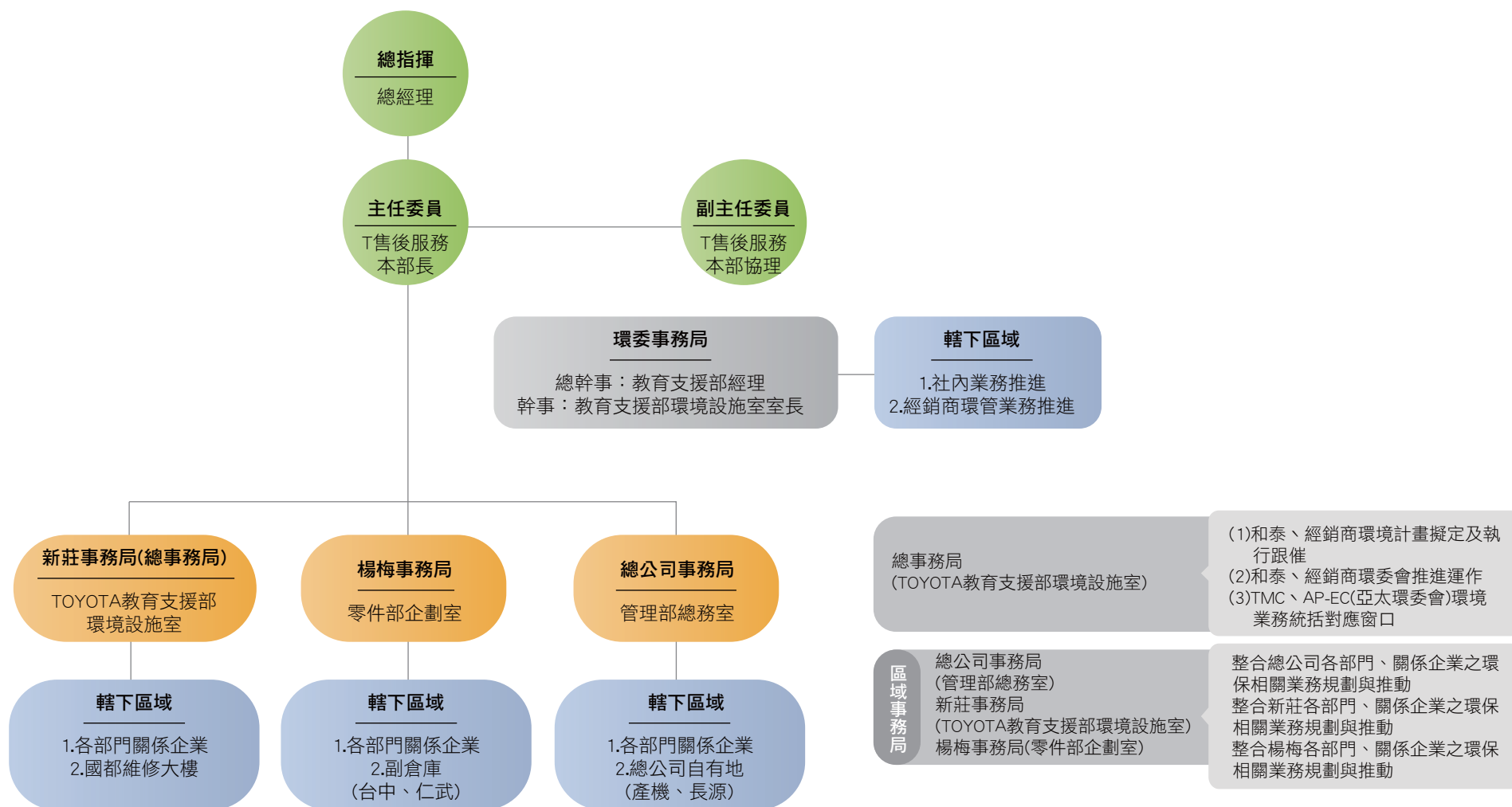


強化員工環保意識，舉辦環境教育訓練與積極參與社區環保事務。

5.1.2 管理系統

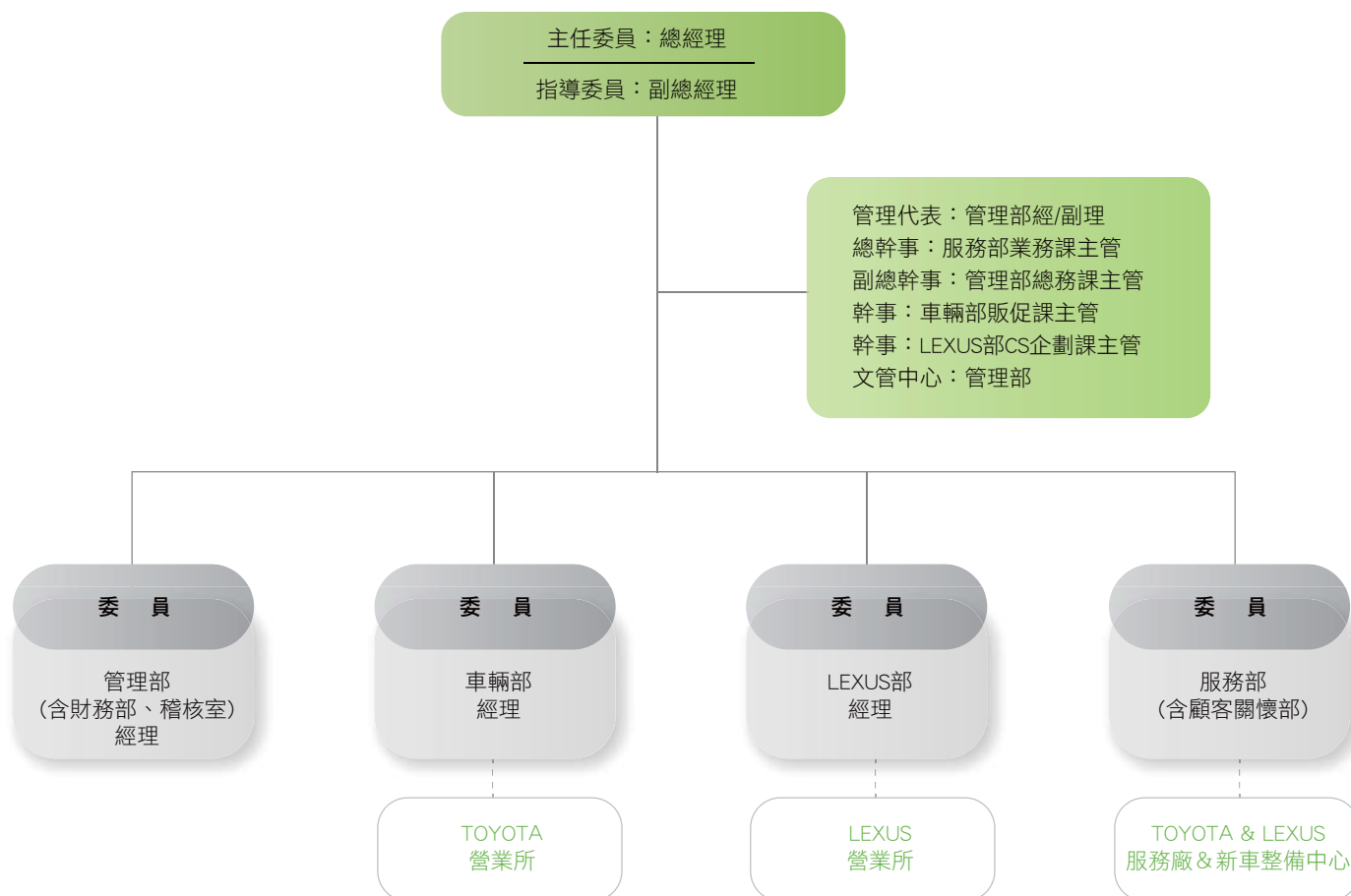
和泰汽車於 2001 年正式成立環境管理委員會，並協同經銷商設立環管委員會事務局，每半年召開社內及經銷商環境管理委員會各一次。透過環境保護計畫與方案的推動，來達成對環保的承諾與目標。為有效管理銷售與維修服務作業可能對環境造成的負面衝擊，實現和泰重視環境保護與追求永續經營的承諾，引用國際標準 ISO 14001 建立、實施並維持環境管理系統，透過內部稽核與外部審查，確保環境管理業務能適切地有效運作。

環境管理委員會組織架構



此外，更以 PDCA 的循環精神，將環境管理系統拓展至價值鏈上的夥伴，同步進行改善來共同降低因營運而對環境產生之衝擊。我們承諾持續支援合作夥伴的環境行動，確保各領域皆被納入環境風險的考量，同時也全力配合日本豐田汽車對環境保護行動的要求，整合集團施策成果進行對外揭露及與利害關係人溝通。

經銷商環境管理組織



5.1.3 願景與歷程

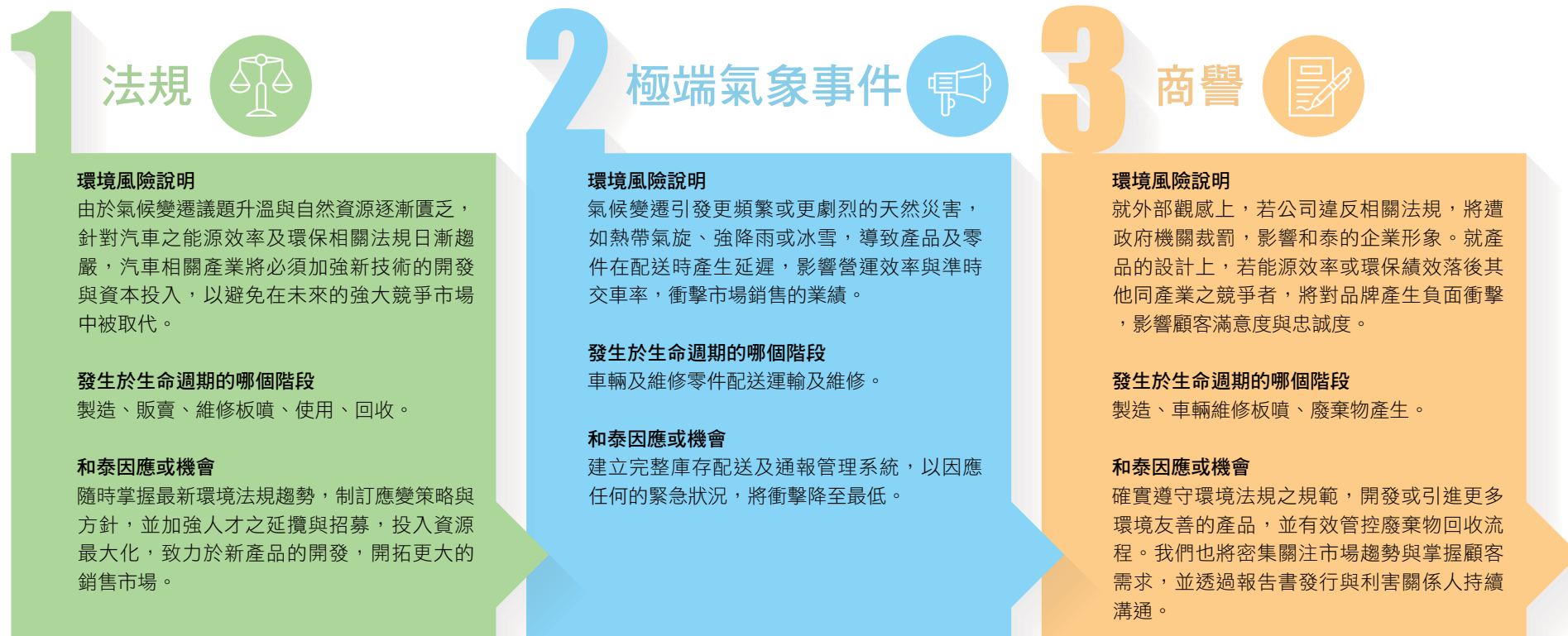
新車 CO₂ 零排放、車輛生命週期 CO₂ 零排放、工廠 CO₂ 零排放、最小量及優化用水、建立循環型社會與制度、建立與自然和諧相處的未來社會，是全球 TOYOTA 2050 年環境願景的 6 大挑戰。為朝向落實環境政策與產業永續發展而努力，和泰以終極目標“CO₂ 零排放”，協助豐田完成此 6 大挑戰，推動各項環境管理業務。此外還包含強化環管組織及方針管理、建立環管資訊網、推動環管推廣活動，以及擴大廣宣揭露來一同達成。

日本豐田汽車於 2000 年推出「豐田環境保護活動研究計畫」，用於支持環境復甦及環境保護。2015 年起，公司針對朝低碳節能、建構循環型的社會、持續投入環境 / 生態保育，以及強化環境管理體系四大面向努力，陸續展開相關的行動以展現績效與結果，並據此執行相關改善措施。2016 年響應國際環保組織（World Wide Fund for Nature、CDP、World Resources Institute、United Nations），承諾將訂定具科學依據之減碳目標（Science Based Target），以達成避免全球升溫低於攝氏 2°C。和泰汽車為展現其保護環境的決心，積極響應日本豐田汽車環境永續願景，致力規劃環境中、長期計畫，並於每年兩次的環境管理委員會中，向管理高層報告公司各部門環境推動之規劃與成效。



5.1.4 行動與計畫

和泰環管業務推展計畫之 2018 目標為強化環保理念與建立 IT 檢核機制及數據追蹤，2020 為完成工作環境舒適工程與建設新能源設備，2022 年是持續運用新能源。和泰汽車透過全面性地環保法規鑑別，逐一審查相關環保設備及設施、環保業務宣導及環境管理專業人才培訓等，據此作為推行各項環境永續行動和計畫的基礎。由於公司全員時時刻刻將自身工作對潛在環境的影響納入考量，包含商品企劃、運輸、販賣、使用至維修等營運活動，使和泰汽車未曾有重大環境違規事件，完全達成零環境污染的目標。和泰汽車的環境永續行動更不限於自身，更是激起價值鏈上之合作伙之認同，整合經銷商、服務廠及物流中心等體系來並肩執行。於優化及改善後，再逐步推展至全公司及各協力廠商。在環境保護的投資與支出上，我們定期舉辦環境教育、優先採購環保與節能設備、導入環境管理系統並每年經過外部驗證，以及委託優良廠商進行廢棄物處理；近三年的總投入金額超過兩千萬元。



環境永續行動績效與成果

議題	具體實施項目	2017 年具體實績	2018 新規劃
朝零排放目標邁進	溫室氣體 (CO ₂) 減量活動： 1. 車輛物流 2. 零件物流 3. 減化包裝及包材	1. 車輛物流：減碳 45.37 噸 (43%) 2. 零件物流：配送車輛減碳量 38 噸 3. 零件包材：減少重量 277 噸	持續推動「豐田環境 6 大挑戰」活動
建立低碳社會	推廣環保駕駛 (Eco-driving)	共舉辦 88 場	持續舉辦
	協助收集車輛回收資訊	-	-
	落實 HV 電池回收體制	HV 電池 100% 回收	100% 回收
	推展植樹活動，持續擴大生物多樣性綠化活動	種植樹種超過 20 種，綠美化面積合計 27 公頃	持續推展植樹活動
推動豐田環境計劃	加強與非政府組織 (NGOs) 合作	與玩具圖書館合作，舉辦玩具愛分享活動	持續與非政府組織合作
	環管訊息揭露 (內外部)	發行 12 期環保公報，揭露環管訊息	持續揭露環管訊息，建立環管資訊系統
	推動內外部“環境持續發展教育”	舉辦 8 場環境月活動	持續舉辦環境月活動
加強推動環管體系	提升和確保零異常和抱怨	無投訴案件	無投訴案件
	持續提升環管績效表現	推動低碳減量活動	持續推動低碳減量活動
	環保公報發行	每月發行環保公報	持續發行 ECO 特攻隊分享報
	100% 通過第三方單位認證 (ISO14001)	TOYOTA 與 LEXUS 據點全數通過	100% 通過
	與經銷商共同推動環保活動	舉辦 8 場環境月活動	持續舉辦環境月活動
	經銷商達成通過 DERAP	TOYOTA 與 LEXUS 據點全數通過	100% 通過
	舉辦員工教育，定期發佈環保訊息	全員環保教育共計 341 人	持續舉辦員工教育，發布環保訊息
	公開揭露環管成效，提高品牌形象	定期於”FB 環保特攻隊”發布活動訊息	持續推廣相關活動訊息

環保支出金額

(新台幣元)

項目	2013	2014	2015	2016	2017
環境教育	4,000	4,000	6,000	22,200	81,155
環保設備	2,426,772	15,202,923	322,759	35,629,821	1,685,720
環境管理系統	23,725	25,436	26,908	24,225	24,225
廢棄物處理	560,216	653,801	774,444	896,503	1,084,096
合計	3,014,713	15,886,160	1,130,111	36,572,749	2,875,196

註：2016 年環保設備之支出金額大幅提高，是由於會議室冷氣機汰換為變頻式冷氣機與楊梅主倉庫空調區域配置調整。

5.2 環保產品設計

5.2.1 合規與認證

2017 年取得節能標章的車種，依品牌別為 TOYOTA 的 13 個車種 33 款車型，LEXUS 的 2 個車種 2 款車型，共計 15 個車種 35 款車型，占公司 2017 年所有車種銷售量之 95%。取得環保標章的車種，依品牌別為 TOYOTA 的 7 個車種 25 款車型，LEXUS 的 2 個車種 2 款車型，共計 9 個車種 27 款車型，占本公司 2017 年所有車種銷售量之 88%。而在國內相關廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源的法規遵循上，和泰全車型 100% 符合標準並取得合格認證。目前各級能源效率標示車型比率上，1 級的有 53%、2 級的有 20%、3 級的有 20%、4 級的有 7%；級數愈低，效率愈高。有鑑於人類的交通運輸活動是環境衝擊的來源之一，為減少環境污染與提升節能綠色消費，即以「提供有益環境與人類的車輛」的最高原則，推廣國際環保標準之遵守、環境綜合評比之實施，號召供應商、經銷商等共同落實。同時深切瞭解保護全球環境的必要，因此未來將更加努力提供潔淨、安全的產品，並透過各式企業活動來提昇國人的生活品質。

取得節能標章及環保標章之產品

標章	產地	TOYOTA					LEXUS					合計
		車種	2014	2015	2016	2017	車種	2014	2015	2016	2017	
節 能 標 章	國產	CAMRY	O	O	O	O	IS 250	O	X	X	X	2014：19 個車種 2015：12 個車種 2016：15 個車種 2017：12 個車種
		CAMRY HYBRID	O	O	O	O	IS 300h	O	X	X	X	
		WISH	O	O	O	◎	GS 300h	O	X	X	X	
		YARIS	O	O	O	O	GS 450h	O	X	X	X	
		VIOS	O	O	O	O	ES 300h	O	X	X	X	
		ALTIS	O	O	O	O	CT 200h	O	X	X	X	
		SIENTA	◎	◎	O	O						
	進口	RAV4	O	O	O	O	RX 450h	O	X	O	O	
		PRIUS	O	O	O	O	NX 300h	O	O	O	X	
		PRIUS C	O	O	O	O	NX 200t	◎	O	O	X	
		86	O	O	O	O	ES 200	◎	◎	O	O	
		PRIUS ALPHA	X	O	O	O						
		PRIUS PHV	◎	◎	◎	O						
C-HR		◎	◎	◎	O							
環 保 標 章	國產	CAMRY	O	O	O	O	IS 250	O	O	O	X	2014：15 個車種 2015：16 個車種 2016：18 個車種 2017：9 個車種
		CAMRY HYBRID	O	O	O	O	IS 300h	O	O	O	X	
		WISH	O	O	O	◎	GS 300h	O	O	O	X	
		YARIS	O	O	O	O	GS 450h	O	O	O	X	
		VIOS	O	O	O	O	ES 300h	O	O	O	X	
		ALTIS	O	O	O	O	CT 200h	O	O	O	X	
		SIENTA	◎	◎	O	O						
	進口	RAV4	O	O	O	O	RX 450h	O	O	O	O	
							NX 300h	O	O	O	X	
							NX 200t	◎	O	O	X	
							ES 200	◎	◎	O	O	

註：O 指有申請並獲得認證。 X 指當年未申請。 ◎指當年未進口或導入。

全車型 100% 符合下列法規標準並取得合格認證

法規	主管機關	標準	和泰作法
廢氣排放	環保署	第五期	主要以車輛排氣系統中的各項元件，如引擎控制電腦（ECU）、觸媒轉化器、活性碳罐、廢氣再循環系統、各種感知器等，進行後續淨化處理，以提供對環境友善的商品。
車輛噪音			使用高效能消音器以及各種防（隔）音棉、板等，以降低噪音並減少對環境的衝擊。
二氧化碳		2015 年	積極導入配備先進科技之車型，如油電車、高效率傳動系統車輛、輕量化車身等，以提高能源使用效率，降低 CO ₂ 排放。
耗用能源	經濟部	第六期	積極導入配備先進科技之車型，如油電車、高效率傳動系統車輛、輕量化車身等，以提高能源使用效率，降低 CO ₂ 排放。
車輛安全	交通部	2016 年	積極協調原廠導入合乎台灣法規車輛規格。

取得能源效率標示 2 級以上車型

廠牌	車種	等級
TOYOTA	86 AT、PRIUS、PRIUS C、PRIUS α、RAV4 2.0、RAV4 2.5 HYBRID、RAV4 2.5 4WD HYBRID、CAMRY 2.5G HYBRID、CAMRY 2.0、ALTIS 1.8、VIOX 1.5、SIENTA 1.5、SIENTA 1.8(5 人)、PRIUS PHV	1
	RAV4 2.5、LAND CRUISER PRADO、ALPHARD、SIENTA 1.8(7 人)、SIENNA(SE、Limit、LE)	2
LEXUS	CT200h、ES200、ES300h、GS300h、GS450h、IS300h、NX300h 4WD、NX300h 2WD、RX450h、RC F、RC300h、LC500h、LS500h、NX200	1
	GS350、GS F、RC350、NX300 2WD	2

除了降低新車行駛時的碳排放量外，豐田也將逐步減少生產時所產生的碳排放量，加強工廠節能措施，並運用氫能源或風力發電等方式達到低碳目標。為達成豐田汽車碳排放減量之節能願景，和泰汽車除配合原廠綠能商品導入規劃外，並會遵循臺灣政府法規節能減碳的目標，提供更環保節能的車款，並積極推廣節能環保新車種的市場普及率。豐田汽車每五年公布一次環境願景報告書，於 2015 年 10 月所公布的第 6 期環境願景報告書中，明確宣告零碳排放新環保願景。預計 2050 年將較 2010 年減少 90% 新車碳排放量，並逐步減產純汽油、柴油動力車款。計畫銷售主力轉向油電混合車（HV）、燃料電池車（FCV）、插電式油電複合車（PHV）與電動車（EV）等車款，以落實環保理念與願景的中長期目標。和泰近年亦持續推廣油電複合動力車，於官網專頁新全球動態、車主心得、車種 Line up、HV Lifestyle，並結合於車種展間頁露出，溝通車款特色、塑造 Hybrid 不斷進步的科技形象。同時也舉辦交流體驗活動，結合現行車主與潛在購車者互相交流，創造趣味試乘體驗，溝通車款優勢。我們也拍攝系列短片，清楚訴求產品優點，全面提升認知。

環保綠能車輛年販台數

產品	2013	2014	2015	2016	2017
CAMRY-h	5,875	5,164	2,398	1,269	1,075
PRIUS C	1,406	953	782	561	1,148
PRIUS	709	582	243	1,778	1,657
RAV4 HV	-	-	178	283	2,278
PRIUS α	-	-	35	539	532
PRIUS PHV	37	-	-	-	74
合計	8,027	6,699	3,636	4,430	6,764

註：- 指尚未或停止販售。

5.2.2 環境衝擊減緩

除碳排放量的降低外，為減少產品在販賣、維修過程中產生的環境負擔，我們不斷積極導入各種污染防制設備及流程，從小規模的環境改善與節省能源的活動做起。目前已針對供油系統、有機溶劑揮發性氣體、再生零件與環境危害物質，提出具體的對策，更將相關做法逐步落實到經銷商及供應商。

機油瓶減量（萬瓶）



中央供油

和泰汽車協助經銷商服務據點導入中央給油設備，減少機油瓶廢棄量，持續推動廢棄物減量措施。目前符合導入規範據點已 100% 完成建置，總投資金額約 1.4 億元。自 2011 年開始導入中央給油設備，即減量 339 萬瓶的機油瓶，且每年持續增加，至 2017 年共減量 2,592 萬瓶，減少廢棄物總重達 181 萬公斤。若將機油瓶一個個堆疊，相當於 9,417 座台北 101 大樓的高度；此外也大幅減少油氣飄散和環境污染的衝擊。而所更換之廢油部分，則委外由合格之廠商進行後續之處理。

水性塗料

和泰汽車 2008 年導入環保水性漆塗料，率同業之先成為全國第一家全板噴廠導入環保水性塗料的業者。將原先的油性漆改為環保水性漆，不但可減少有機溶劑揮發性氣體（Volatile Organic Compound, VOC）的排放，又可保護第一線工作人員的健康。於 2010 年，要求全國所有服務廠全面使用環保水性漆；估計每年可減少 34% 的排放，約 50 噸的氣體。

環保水性漆 VOC 排放減量統計



再生零件

減少原生材料的使用，跳脫線性經濟的模式，和泰汽車跟隨世界潮流朝向循環經濟發展，講求零件的再生恢復。我們將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修，並以較優惠之價格鼓勵消費者使用再生零件。目前品項有自動變速箱、啟動馬達、發電機、冷氣壓縮機、動力轉向方向機及動力轉向機泵浦等 6 種。

項目	原廠零件	再生零件
定義	通過日本 TOYOTA 母廠認證之零件	將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修
折扣	無	約為原廠價格之 3 折 ~7 折
保固	1 年 / 2 萬公里	1 年 / 2 萬公里
品項 (再生零件使用比率)	全部	自動變速箱 (27.7%) 啟動馬達 (3.0%) 發電機 (2.6%) 冷氣壓縮機 (70.2%) 動力轉向方向機 (68.4%) 動力轉向機泵浦 (89.9%)

危害物質

台灣車輛同業公會參考歐盟規範，自願性提出「車輛公會汽車業者因應資源回收再利用法自願性規範」，提高廢車回收再利用比率與減低廢棄物污染的環境的風險。和泰汽車配合全球及臺灣當地法令，落實禁用危害物質之規範，並與同業簽署禁用環境危害物質（Substance of Concern, SOC）自願性規範，確保車輛不含有鉛、汞、鎘、六價鉻等對環境有危害的物質。

永續願景	
環境危害物質	和泰作法
配合全球及台灣當地法令，落實禁用危害物質自願性規範	2016 年未使用禁用物質
對環境與生態造成蓄積性的危害之鉛、汞、鎘與六價鉻	2007 起上市新車全面不含環境危害物質（領先同業一年達成） 2007 年底已完成正廠零件、用品之環境危害物質材質轉換

冷媒回收

為避免大量冷媒逸散至大氣，造成臭氧層的破壞與溫室氣體濃度的上升，1991 年即率先同業在全台經銷商服務廠投資約 5 千萬元導入 R134a 冷媒回收機，至今已超過 25 年。透過回收循環再利用，有效將殘餘冷媒完全回收、儲存。而回收後之冷媒，可加以淨化、再生，使檢修車輛完畢後來再行使用。除有節約的功能外，並可避免大自然受到污染破壞。為落實冷媒全面性的回收再利用，目前全據點皆配備 R134a 冷媒回收機，2017 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 28 公噸。此外，冷媒及其類品進貨應由專人負責並登錄於庫存表；負責冷媒及其類品進貨之專員也需控制存量與進貨之數量。

太陽光電

和泰追求善用自然資源，積極開發再生能源。2018 年選定「太陽光電」公司為合作對象，提供一萬坪屋頂面積，建置 3.4 百萬瓦太陽能發電場。預估於 2018 年 4 月啟動後，可減少 1,281 噸溫室氣體排放量。

5.3 綠色營運

5.3.1 能資源使用

和泰汽車的 2017 年能源總耗用量為 9.87×10^9 百萬焦耳，其中包含有汽柴油、天然氣、液化石油氣與電力五類，未使用再生能源。其中以電力使用量為最大，燃料中的汽、柴油主要是使用於車輛，包括公務與訓練；天然氣及液化石油氣的使用範圍則為廚房與宿舍。由於在總公司和各園區開始導入油電混合車，汽油的使用量有逐年遞減的趨勢。天然氣及液化石油氣的使用量，則分別取決於每年到園區中接受教育訓練的學員數與廚房烹煮的次數，因此起伏會較大。水資源的來源皆是自來水公司提供，因此並未對任何水源產生顯著影響；使用後的廢水量相等於總取水量，並全部排放至政府下水道統一處理。總公司 2017 年因業務量增加，故公務車汽油使用量也跟著微幅增加；電力方面因 2016 年底各樓層已全面換裝 VRV（可變冷媒流量系統）空調，換裝完成後用電量明顯下降許多，預期未來在用電方面將更加節省。新莊園區於 1997 年設立教育研修中心，是公司辦理教育訓練的主要地點，專司人才培育工作，每年約有 2,000 人次的學員。由於園區提供學員專用的宿舍、餐廳及休閒、交誼設施；因此在能資源的耗用強度上，電力與水的人均用量都是呈現最高的。楊梅園區於 1999 年規劃成為和泰的物流中心，此主倉庫供應全省維修零件需求，從事補給零件之供應鏈管理，並扮演集團供應鏈樞紐的物流專業角色。而為因應逐漸成長的零件需求業務，以及供應園區清潔用水和員工宿舍，使用水強度高於總公司與新莊園區。

能資源耗用量

能源種類	單位	區域	2013	2014	2015	2016	2017
 汽油	公升	總公司	58,275	59,047	58,237	60,003	61,360
		新莊	17,425	16,518	13,633	15,738	15,726
		楊梅	6,333	5,824	6,610	7,220	3,581
		合計	82,033	81,389	78,480	82,961	77,086
 柴油	公升	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	346	521	748	1,086	964
		楊梅	4,724	4,645	4,617	5,919	5,643
		合計	5,070	5,166	5,365	7,005	6,607
 天然氣	立方米	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	27,611	27,967	29,540	28,764	28,996
		楊梅	0	0	0	0	0
		合計	27,611	27,967	29,540	28,764	28,996
 液化石油氣	公升	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0	0
		楊梅	4,465	5,358	3,751	3,126	4,465
		合計	4,465	5,358	3,751	3,126	4,465
 電力	度	總公司	872,235	833,199	846,682	881,205	742,326
		新莊	889,456	861,832	872,888	871,284	875,112
		楊梅	1,108,944	1,120,622	1,177,152	1,130,524	1,122,956
		合計	2,870,635	2,815,653	2,896,722	2,883,013	2,740,394
 水	立方米	總公司	4,808	5,115	5,510	4,972	4,860
		新莊	4,918	4,352	4,175	4,455	4,437
		楊梅	15,394	19,393	13,441	11,353	13,228
		合計	25,120	28,860	23,126	20,780	22,525

註 1：液化石油氣以每公斤相當於 1.786 公升換算。

註 2：總公司 2013-2016 年的電力耗用量數據，與前一版報告書不同，乃因數據計算基準改變，因此於此版進行修正。

能資源耗用強度

能源種類	單位	區域	2013		2014		2015		2016		2017	
			人數	強度	人數	強度	人數	強度	人數	強度	人數	強度
 汽油	公升 / 每人	總公司	332	175.5	358	164.9	372	156.6	380	157.9	381	161.0
		新莊	102	170.8	93	177.6	95	143.5	98	160.6	97	162.1
		楊梅	197	32.2	199	29.3	204	32.4	213	33.9	211	16.97
		平均	631	130.0	650	125.2	671	117.0	691	120.1	689	111.9
 電力	度 / 每人	總公司	332	2,627	358	2,327	372	2,276	380	2,319	381	1,948
		新莊	102	8,720	93	9,267	95	9,188	98	8,891	97	9,022
		楊梅	197	5,629	199	5,631	204	5,770	213	5,308	211	5,322
		平均	631	4,814	650	4,533	671	4,481	691	4,454	689	3,977
 水	立方米 / 每人	總公司	332	14.5	358	14.3	372	14.8	380	13.1	381	12.8
		新莊	102	48.2	93	46.8	95	43.9	98	45.5	97	45.7
		楊梅	197	78.1	199	97.5	204	65.9	213	53.3	211	62.7
		平均	631	39.8	650	44.4	671	34.5	701	29.6	689	32.8

註 1：強度計算使用之人數為實際工作人數，因包含於廠內固定工作之承攬商，因此與和泰正式員工總人數有所差異。

註 2：總公司 2013-2016 年的電力耗用量數據，與前一版報告書不同，乃因數據計算基準改變，因此於此版進行修正。

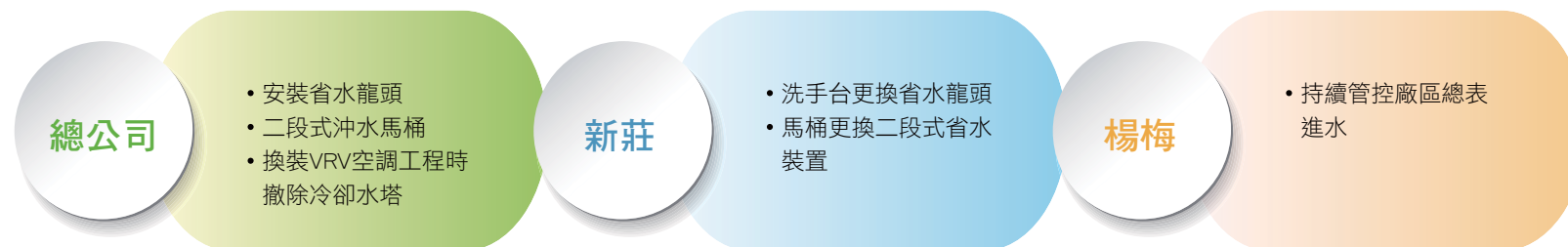
能資源的節約成效方面，總公司與楊梅園區的汽油節約來自於油電混合車的導入，取代全汽油引擎之車種。於 2013 年開始使用後，每年可節省約 15,900 公升的汽油用量。新莊園區於週末停止天然氣加熱鍋爐，降低使用量來達到節約的效益，每年的平均節省量約 5,160 立方米。總公司與兩座園區歷年持續進行電力的減量方案與多項的節水計畫，以減少能資源的耗用與成本支出，對環境效益與公司財務上有所助益。能源成本的減少上，主要仍來自於節電，近三年總節電金額為新台幣 565,797 元。

能資源節約量

能源種類	單位	區域	2013	2014	2015	2016	2017
 汽柴油	公升	總公司	13,000	-	-	-	-
		新莊	-	-	-	-	-
		楊梅	2,900	-	-	2,677	3,323
		合計	15,900	-	-	2,677	3,323
 天然氣	立方米	總公司	-	-	-	-	-
		新莊	5,160	-	-	-	-
		楊梅	-	-	-	-	-
		合計	5,160	-	-	-	-
 電力	度	總公司	122,800	113,000	-	-	40,000
		新莊	5,746	484	3,233	2,488	6,842
		楊梅	63,774	52,003	5,187	42,361	46,484
		合計	192,320	165,487	8,420	44,849	93,326
 水	立方米	總公司	-	-	-	-	-
		新莊	-	-	-	-	-
		楊梅	-	20	5,952	2,088	-
		合計	-	20	5,952	2,088	-

註：以上節約量乃以每年新實施之節能專案所預估，非實際之量測值。

節水計畫



因能資源節約而節省之成本

(新台幣元)

能源種類	節省區域	2013		2014		2015		2016		2017	
		平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本
 電力	總公司	3.87	475,236	3.89	439,570	-	-	-	-	3.47	138,800
	新莊	3.92	22,524	4.18	2,023	3.98	12,867	3.44	8,558	3.49	23,878
	楊梅	4.45	284,000	4.5	267,000	4.0	50,000	3.98	169,000	3.50	162,694
	合計	-	781,760	-	708,593	-	62,867	-	177,558	-	325,372
 水	總公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	新莊	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	楊梅	楊梅	-	-	-	11.4	68,000	11.25	23,502	-	-
	合計	-	-	-	-	11.4	68,000	11.25	23,502	-	-

5.3.2 溫室氣體減量

2017 年的溫室氣體總排放量中，84.3% 是來自於電力的使用。使得範疇二的間接能源排放，成為和泰汽車排放溫室氣體的主要來源；範疇一的排放量在近五年則呈現穩定趨勢。但不論是範疇一或二的排放量，於近五年的變化量最高僅在 5% 左右。這乃是由於在業務量增加的同時，和泰仍積極實施各項節能方案；使溫室氣體排放量，並不會因為公司的規模成長而有顯著的升高。從平均排放強度的連續降低趨勢的表現來看，亦代表和泰在能源使用效率上，是每年不斷地在提升。因此，和泰的氣候變遷減緩與碳管理績效，是跟隨著全球低碳經濟發展的潮流。

溫室氣體排放量

範疇別	排放量單位	排放區域	2013	2014	2015	2016	2017
一（註 1）	公噸二氧化碳當量	總公司	132.1	133.8	131.8	141.3	144.5
		新莊	97.8	97.2	94.6	91.2	92.6
		楊梅	31.9	31.6	31.4	38.1	32.2
		合計	261.8	262.6	257.8	270.6	269.3
二（註 2）	公噸二氧化碳當量	總公司	455.3	434.1	447.0	466.2	392.7
		新莊	464.3	449.0	460.9	460.0	462.9
		楊梅	578.9	583.8	621.5	596.9	594.0
		合計	1,498.5	1,466.9	1,529.4	1,523.1	1,449.6

註 1：範疇一排放僅計算固定源，不包含逸散源。

註 2：範疇二排放為電力使用，係數為 0.522（2013）、0.521（2014）、0.528（2015）、0.529（2016、2017）公斤二氧化碳當量 / 度。

說明 1：排放係數資料來源為溫室氣體排放係數管理表 6.0.3 版，GWP 值為 IPCC AR4。

說明 2：總公司 2013-2016 年的電力耗用量數據，與前一版報告書不同，乃因數據計算基準改變，因此於此版進行修正。

溫室氣體排放強度

範疇別	強度單位	區域	2013		2014		2015		2016		2017	
			人數	強度	人數	強度	人數	強度	人數	強度	人數	強度
一 + 二	公噸二氧化碳當量 / 每人	總公司	332	1.77	358	1.59	372	1.56	380	1.60	381	1.41
		新莊	102	5.51	93	5.87	95	5.85	98	5.62	97	5.73
		楊梅	197	3.10	199	3.09	204	3.20	213	2.98	211	2.96
平均			631	2.79	650	2.66	671	2.66	691	2.60	689	2.49

說明: 1. 範疇一排放僅計算固定源與移動源，不包含逸散源；範疇二排放為電力，使用係數為 0.522 (2013)、0.521 (2014)、0.528 (2015)、0.529 (2016、2017) 公斤二氧化碳當量 / 度。

2. 排放係數資料來源為溫室氣體排放係數管理表 6.0.3 版，GWP 值為 IPCC AR4。

3. 強度計算使用之人數為實際工作人數，因包含於廠內固定工作之承攬商，因此與和泰正式員工總人數有所差異。

4. 總公司 2013-2016 年的電力耗用量數據，與前一版報告書不同，乃因數據計算基準改變，因此於此版進行修正。

歷年減量計畫與預估成效

區域	2013	2014	2015	2016	2017
總公司	●公務車採用 Hybrid 節能車種 (26.4 噸 / 年) ●換裝 LED 節能燈具 (84.9 噸 / 年)	●裝設 Low-E 節能玻璃 (41.7 噸 / 年) ●換裝 VRV 空調 (30.2 噸 / 年)	-	●換裝 VRV 空調 (24.6 噸 / 年)	●換裝 VRV 空調及節約管理 (21 噸 / 年)
新莊	●更換節能之 LED 燈具 (3.0 噸 / 年) ●假日關閉鍋爐天然氣 (9.7 噸 / 年)	●更換節能之 LED 燈具 (0.25 噸 / 年)	●更換節能之 LED 燈具 (1.7 噸 / 年)	●更換節能之 LED 燈具 (1.31 噸 / 年)	●更換節能之 LED 燈具 (3.62 噸 / 年)
楊梅	●換裝 LED 節能燈具 (40.2 噸 / 年)	●更新園區公設區域照明為 LED (4.1 噸 / 年) ●常用冷氣機汰換為變頻式冷氣機 (27.4 噸 / 年)	●汰換探照燈更換為 LED 型式 (2.4 噸 / 年) ●宿舍冰箱採用新型變頻機種 (0.4 噸 / 年) ●電動堆高機離峰充電 (3.8 噸 / 年) ●水表總表源頭管控 (0.9 噸 / 年)	●建上對策儀錶板直送台中倉 (7.0 噸 / 年) ●會議室冷氣機汰換為變頻式冷氣機 (7.5 噸 / 年) ●楊梅主倉庫空調區域與配置調整 (14.8 噸 / 年) ●水表總表源頭管控 (0.3 噸 / 年)	●楊梅主倉空調區域與配置調整 (24.6 噸 / 年) ●副倉庫美孚箱油配送作法改善 (8.7 噸 / 年)
合計每年溫室氣體減量 (噸)	164.2	103.7	9.2	55.5	57.9

5.3.3 污染物排放與廢棄物管理

和泰近五年的平均廢棄物產生量約為 192 噸，2014 年後逐年遞減；以 2016 年為最低，2017 年略增。資源回收量的五年來趨勢是有所提升，累計量已突破至 1,200 噸。和泰營運過程並無有害廢棄物的境外運輸與處理，所產生之一般廢棄物分為資源回收與焚化兩種方式處理，再委由大樓管理處統籌或直接請合格之環保科技公司承包清運。總公司與兩座園區之所有營運，也並未造成重大之臭氧層破壞物質、氮氧化物與硫氧化物的排放。

廢棄物產生量（噸）

廢棄物類別	區域	2013	2014	2015	2016	2017
一般	總公司	48.0	48.0	48.0	48.0	48.0
	新莊	98.1	98.5	98.3	98.7	98.5
	楊梅	66.4	66.5	54.5	13.3	26.6
合計		212.5	213.0	200.8	160.0	173.1

註：楊梅園區廢棄物於 2016 年的產生量大幅降低，主因係園區落葉與修剪後樹枝均改由承包之園藝公司收集運用。

資源回收量（噸）

回收類別	區域	2013	2014	2015	2016	2017
紙類、鐵鋁罐、塑膠	總公司	16.5	16.4	16.2	16.3	16.4
	新莊	7.8	7.7	7.8	7.7	8.9
國內包材	楊梅	55.0	50.4	46.3	46.1	47
進口紙箱		131.7	135.6	209.3	231.0	219.9
合計		211.0	210.1	279.6	301.1	292.2

5.3.4 車輛與零件運輸

和泰致力於有效率地運送高品質的各式車輛及零件，以達成顧客期待。為強化競爭力，和泰應用豐田生產方式（Toyota Production System, TPS）的概念於物流作業中，努力維護產品的安全與品質，並遵守物流相關法規。和泰針對拖車在整個運輸過程中所排放之二氧化碳，進行嚴格管理及監控；要求拖運公司每月提供拖運記錄，包含拖運數量、里程、油耗、二氧化碳排放量。

為能有效減少拖車二氧化碳排放量，和泰也鼓勵拖運公司，針對司機每年進行一次「省油駕駛」課程。於 2017 年有 121 位司機接受訓練，訓練總時數為 703 小時，教育如何能於運輸過程中，有效率地減少汽油浪費，進而降低二氧化碳之排放。此外，拖車公司也必須依照規定，定期針對拖車進行保養及維修，以達運輸時最佳駕駛效能。預估平均每台新車拖運之二氧化碳排放量，每年可減少約 1%。

此外，從 2004 年起和泰汽車結合供應商，利用回頭車協助協力廠商載運電瓶，送至關係企業國瑞組裝，大幅減少 43% 汽油及溫室氣體的排放，運用零件配送回頭車大幅提升配送效率，有效降低運輸成本。2017 年起要求拖運公司提升新車拖運效率，每趟次拖運台數從 6.7 台提升為 7.2 台，透過拖運效率提升來減少拖運趟次，進而達到節能減碳的目標。

後續推動方式將展開智慧物流系統開發，以拖車調度作業 E 化為主軸，並整合泛台拖車動態與和泰商品車配車資訊。

車輛運輸排放減量成果

項目	減量對策	2013	2014	2015	2016	2017	目標
拖車使用率改善達成度	準確預知配車台數派遣拖車 提升每台拖車裝載台數	100%	100%	100%	100%	100%	掌握率 100%
溫室氣體排放量 (公克二氧化碳當量 / 平均每台新車運輸)	控制司機駕駛速度 拖車定期保養	35.87	35.10	34.80	34.45	34.10	每年降低 1%



和 諧 共 榮
COMMUNITY
SERVICES

6.1 五大主軸

和泰汽車的社會公益五大主軸為「交通安全、環境保護、弱勢關懷、學術培育、藝文及體育活動推廣」；七十年來，公司秉持「取之於社會，用之於社會」之觀念投入社會慈善工作，積極舉辦及捐助各種公益活動，數十年來不曾間斷過。除奉獻在與本業相關的交通、環保等公益議題之外，近年來更致力於弱勢關懷、藝文推廣及舉辦繪畫比賽、創意及技能競賽，吸引年輕學子關注，為產業發展注入新能量，致力社會公民之企業責任並回饋社會，也受到社會各界的認同與肯定，連續二年榮獲台灣永續能源研究基金會「社會共融獎」，履獲外界肯定。



和泰汽車持續回饋社會，鼓勵員工投身社會公益，於公暇時間積極參與各項志工活動，自2017年起志工假由半日放寬為一日，近五年共累計近140人次申請志工假。

	背景	現行制度
志工假 半天 ~一天	為鼓勵與提高員工積極參與各項公益活動，並考量車程往返時間，故2017年7月將原定半日志工假調為一日。	為鼓勵員工於公暇時間積極參與各項志工活動，若員工於工作日參與志工活動（限公司舉辦/合作之公益活動），得申請志工假，每次活動以一日為限。

2013 ~ 2017 志工天數（累計共 69.5 天）

2013	2014	2015	2016	2017
18 人 (1 人半天， 共 9 天)	12 人 (1 人半天， 共 6 天)	33 人 (1 人半天， 共 16.5 天)	12 人 (1 人半天， 共 6 天)	59 人 (4 人請 1 天， 55 人請半天， 共 31.5 天)

為推廣公益活動，成立《和泰集團讓愛啟動》粉絲團（<https://www.facebook.com/Hotai.lovestart/>），以「弱勢關懷、交通安全、環境保護、學術培育、藝文活動推廣」等主軸分享各項公益活動與新知，歡迎粉絲透過按讚、留言、分享，啟動每一份愛與關懷，讓更多人感受到幸福的正能量。



6.2 守護百萬小學生安全

和泰汽車秉持「取之於社會，用之於社會」的理念，致力於交通安全宣導，打造更安全的交通環境；安全宣導活動並深入校園，拉近與小朋友的距離；系列活動包含捐贈導護設備、交通安全繪畫比賽以及說故事巡迴活動，巡迴活動走遍全台灣國小，以更貼近小朋友的距離講授交安知識，互動性更高，並深入偏鄉，每年保留 10% 場次予教育部核定之偏遠地區學校，不因距離及宣傳效益而犧牲偏鄉學童觀賞活動之權利，未來將繼續投入交通安全公益事業，一同守護全台灣百萬小學生的交通安全。

6.2.1 說故事巡迴演出

和泰汽車已經連續 12 年舉辦說故事巡迴活動，藉由「TOYOTA 故事姐姐」生動活潑說故事方式，置入交通安全主題，以寓教於樂的方式幫助學童得到正確的觀念與態度，至 2017 年累計舉辦 1049 場、超過 24 萬名學童參與，深受全台小學師生喜愛，佳評如潮，每年提出申請的學校皆相當踴躍。



2014 年起更與國內知名的兒童劇團合作，將交通安全知識及生活中可能遇到的各種交通情境設計於表演內容中，並協助宣導交通部道路交通安全督導委員會的道安重點，以生動活潑的故事劇場演出，讓兒童在歡樂中學習交通規則並從日常生活做起。

年度	2014	2015	2016	2017
主題	行人面向來車靠邊走	左看右看再左看 掌握路況更安全	白天開亮頭燈保 護車輛行人	十次車禍九次快 管理速度平安歸
場次數 (場)	100	120	120	120
參與學童 數(人次)	26,946	34,521	33,738	34,965

6.2.2 捐贈導護設備

和泰汽車以守護學童交通安全的觀點，觀察到全台灣國民小學交通導護志工的裝備品質不一、安全性設計參差不齊，為提升導護志工值勤時之安全，自 2011 年起，以縣市為單位，透過各縣 / 市政府的教育局 / 處，輪流捐贈全台各縣市小學導護志工裝備（含警用等級反光背心及指揮旗），盼能藉此加強志工們站崗的安全，維護學童每日上下學的交通安全。



和泰汽車於 2015 年完成首輪全台灣國小導護裝備捐贈，考量到裝備需要汰舊換新，2016 年展開第二輪之巡迴捐贈，自開辦後至 2017 年總計捐贈超過 6 萬 3 千套，擴及全台 2,630 所小學，提供更完備、優質、高安全性的交通導護裝備，提升志工的人身安全，以降低孩童的交通事故風險，讓全台約 117 萬名國小學童均受惠。

導護志工裝備捐贈

年度	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
導護裝備(套)	3,000	8,000	15,193	8,968	9,194	8,000	11,000

6.2.3 交通安全繪畫比賽

和泰汽車秉持「從小一點一滴教育，台灣交通必會一天比一天更好」的初衷，為了宣導交通安全觀念，和泰與純青社會福利基金會於 2001 年起，共同舉辦全國兒童交通安全繪畫比賽。每年皆以民眾切身相關的「交通安全」議題做為繪畫比賽的主題，讓小朋友透過畫筆發揮想像力，透過繪畫創作的方式，將交通安全觀念深植在更多學童心中，並進一步將交通安全的觀念落實至實際生活領域中；同時，和泰汽車以繪畫比賽所用之圖畫紙以每張 2 元計，將費用加倍後捐贈給弱勢及偏遠學童，款項雖然不大，但對全體參賽的小學生而言，學習從小做公益，並成為熱心捐款的一員，也讓繪畫比賽更增溫馨及公益意義，比賽舉辦 17 年以來，累計參賽人數近 80 萬人，和泰汽車將會持續推廣，希望將交通安全理念深植於更多小朋友心中。

6.3 環境保護

6.3.1 環境月活動

和泰「環境月活動」與環保、社會公益連結，同時以在地資源回饋鄰里，連結彼此的互動，同時，帶領經銷商共同推動社區綠改造計畫，藉由點到線再全面串連，成全臺灣最落實綠色行動的企業，希望藉此活動，引領更多企業投入在地社區環保活動，凝聚全民環保意識，以具體行動為環境貢獻一份心力，讓我們的生活環境充滿更多綠意與和諧。

「環境月活動」自 2005 年起，至今已邁入第 12 年頭，從初期的淨山、淨灘、二手物品拍賣、環保參訪活動，到 2009 年開始加入全台八家經銷商，持續擴大環境月活動參與範圍與人數。2013 年起更加入八大經銷商共同推動社區綠改造計畫，希望透過 TOYOTA 環境月活動，與社區民眾共同響應政府閒置空間再生政策，同時提升社區民眾生活品質。

環境月活動每年投入人數屢創新高，2017 年全台參與志工人數達 2,521 人，為發揮環保公益最大效益，2017 年擴大與公部門（區公所）合作，運用在地資源進行環境綠改造。活動成果除使環境綠意盎然外，亦增進民眾的成就感與提升社區的認同度。



2017 年社區改造計畫

經銷商	合作社區	合作主題	改造計畫	志工人數
國都	青年公園	青年公園植果趣	與台北市政府工務局公園處合作，進行環境綠美化及環保活動	240
北都	大安森林公園	還養綠大地 - 清新好環境	以一日志工的活動方式，進行大安森林公園內廣場及健康步道之植栽及清潔	220
桃苗	石門登山步道	愛護山林環保行、親近石門淨山去	協助將登山步道、兩旁排水溝，整體與綠美化環境整理，及設施維護	271
中部	日月潭蝴蝶園	節能減碳持續行，永續守護蝴蝶園	對蝴蝶園地進行局部園區「環境維護」與「生態教育」活動，並設置公司認養園區立牌	800
南都	楠西社區	社區綠美化做夥逗陣來：楠西快樂香草園	協助改善媽祖公園環境整理（去除舊式磚造烤肉架、除草、種植香草、設置棚架）	211
高都	竹寮自然生態園區	綠色環保總動員 社區大募集	與大樹區竹寮自然生態園區進行環境綠美化與空間改善，並導覽舊鐵橋溼地公園	234
蘭揚	分洪堰風景區	好山好水、好乾淨	與宜蘭縣工商旅遊處共同舉辦分洪堰公園美化營造及淨灘活動，推動綠色生活環境改造	100
東部	碧雲莊社區	東部大手牽小手；守護洄瀾綠美城	攜手社區民眾、環保志工團體，從建置原生植物上著手，守護社區獨樹一格的在地文化	445
合計				2,521

6.3.2 TOYOTA 玩具愛分享

TOYOTA 在環境保護上的投入向來不遺餘力，除了舉辦多項環保活動，為環境盡一份心力外，2016 年起，更與「台灣玩具圖書館協會」攜手合作，舉辦「TOYOTA 玩具愛分享」系列活動；希望藉由二手玩具的回收與再生，傳遞環保概念，並從中教育小朋友與分享更多的愛。

「TOYOTA 玩具愛分享」活動在全台 TOYOTA 服務據點提供玩具回收服務，讓車主及一般民眾前來回收二手玩具；收到的二手玩具將交由台灣玩具圖書館協會予以清潔、再生，再將被賦予新生命之玩具，透過寒暑假招募的大專院校志工傳愛到台東、苗栗、南投等偏鄉地區甚至深入印度、泰北、柬埔寨、日本、緬甸等海外國家，造福更多大小孩童。同時，我們也在全台 TOYOTA 據點的兒童遊戲區擺設再生環保玩具，讓顧客及車主帶小朋友前來入廠維修或賞車時，可享有環保寓教於樂的環境。

藉由「玩具愛分享」的活動，我們希望號召民眾一同加入玩具回收的行列，讓大家曾經心愛的玩具找到新的歸屬、賦予全新生命，也為更多小朋友們帶來歡樂，一起把愛分享出去。活動開辦以來，受到相當多車主及顧客的迴響，熱情民眾捐贈的二手玩具累計至 2017 年底已有超過 75 噸之多，相當於 18,000 棵樹一年的吸碳量；活動舉辦至今，從玩具回收、玩具復活節、小小技師體驗，到傳愛背包的服務活動，總計有超過 3 萬名的民眾共同參與，2017 年底，TOYOTA 更捐贈台灣玩具圖書館協會一台 INNOVA 商旅車做為行動形象車，穿梭大街小巷運送民眾捐贈的二手玩具，讓環保遍及各地。（減碳量依據環保署回收管理基金管理會資料，每減少一公斤垃圾相當於降低 2.06 公斤二氧化碳排放量。根據農委會，每一棵樹一年可吸收 5-10 公斤二氧化碳—在此以 8.5 計算）



6.4 弱勢關懷

和泰汽車本著「取之於社會，用之於社會」的精神回饋社會，舉辦各類公益活動，除了投入與本業相關的交通安全、環保等公益議題之外，近年來更將資源投入弱勢關懷，期許帶給社會更多溫暖與正向力量。

6.4.1 喜憨兒關愛活動

和泰汽車看見喜憨兒真正的需要，2015 年和泰汽車啟動關懷喜憨兒計畫，於全台灣 122 個 TOYOTA 服務據點全面採購喜憨兒烘焙商品，藉由長期採購合約的簽訂，以實際行動支持力挺，提供憨兒們長期、穩定的支持，希望喚起更多社會大眾一同共襄盛舉，協助庇護工場獲得穩定收益，至 2017 年累計採購金額逾 2,369 萬元。此外，和泰汽車更進一步提供喜憨兒的照顧，捐贈一台喜憨兒醫療交通巴士，供有醫療需求往返醫院的憨兒們使用，讓他們安心度過每一天。

6.4.2 捐血公益

和泰號捐血車

和泰汽車一直致力於汽車本業相關的公益活動，除了交通安全宣導、導護志工裝備的捐贈之外，更運用本公司代理銷售的 HINO 大型車，搭載先進採血設備打造成捐血車，捐贈給有需求之捐血中心。自 2011 年起，和泰每年捐贈大型捐血車給各捐血中心，迄今已累計捐贈 9 台大型捐血車。經統計，和泰捐贈之捐血車已累計採血超過 1.3 億 c.c. 以上，為台灣醫療用血需求提供最好的支援，並帶動社會正向的循環，希望為社會募集更多的血量，全台六大捐血中心都有一輛以上的和泰號捐血車在各地區服務，提供國人方便、舒適、衛生的捐血環境。

全國捐血月

自 2012 年開始，本公司每年舉辦「和泰全國捐血月的活動」，結合全體員工、集團關係企業及各區捐血中心於指定的 TOYOTA 據點及各地區捐血站展開巡迴捐血活動。暑假期間一向是血源較為不足的血荒期，和泰汽車不但在此期間動員全體員工與集團各關係企業同仁一同響應捐血，連年更投入廣宣資源號召大眾一同響應，活動迄今已超過 3 萬 5 千人參加，募集逾 1,300 萬 c.c. 熱血，希望藉此活動的發起，呼籲社會大眾踴躍捐血發揮愛心！

全國捐血月活動

年度	2014	2015	2016	2017
參與人數（人次）	4,139	5,360	8,348	11,609
募集捐血量（毫升）	1,514,750	1,969,500	3,054,250	4,332,750



6.5 文創與技職培育

6.5.1 全球夢想車創意繪畫大賽

和泰汽車持續關注兒童的藝術及創意發展，希望透過夢想車的主題，發揮想像力，畫出心目中的夢想車；自 2004 年首屆比賽以來，持續響應此國際賽事，至 2018 年已經邁入第十二屆、累積超過 37 萬件的作品，是國內唯一與國際接軌的兒童繪畫比賽，同時也激勵兒童的世界觀，鼓舞他們成為繪畫界的台灣之光，在第 11 屆的作品中，以「維護海洋生態車」代表台灣參加世界大賽，於全球超過 83 萬件作品中脫穎而出，勇奪世界大賽 A 組銅牌，成為兒童繪畫界的台灣之光。夢想車自 2011 年舉辦至今，台灣區已有 12 位小朋友榮獲世界大賽金 / 銀 / 銅獎，實為兒童繪畫界的台灣之光！

第 12 屆大賽再創佳績，徵件數高達 62,135 件，運用小朋友的夢想彩繪捷運列車，不論是悠游海底的多功能鯊魚車、在森林間穿梭依靠太陽能發電的兔子車，又或是不需要使用燃料的超環保浮空動力車，都可以在淡水信義線的車廂上可以看到，希望坐到列車的旅客都可以感受到夢想車所帶來的喜悅。

TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽作品數

類組	2014 ~ 2015	2015 ~ 2016	2016 ~ 2017	2017 ~ 2018
A (8 歲以下)	14,498	6,258	16,656	27,235
B (8 至 11 歲)	13,457	29,843	24,294	33,757
C (12 至 15 歲)	5,571	3,687	2,623	1,143
總計	33,526	39,788	43,573	62,135



6.5.2 金馬影展唯一指定之校園影展 -LEXUS 新銳影展

LEXUS 新銳影展為專屬大專院校生之創意短片競賽，為鼓勵學生利用影片發揮創意，拍出創作品，更與「金馬獎」合作，希望能激盪出更多火光，為台灣文創投入更多能量。透過新銳影展，希望提供有潛力的新銳導演們發展創意的舞台，支持及培養未來具影響力的創意領導者；並藉此建立與年輕學子的溝通平台、維持長期良好的互動關係。

延伸全球 LEXUS Short Films 的概念，「第三屆 LEXUS 新銳影展」競賽主題為”EXPERIENCE AMAZING”，邀請全台大專院校年輕學子拍攝 300 秒創意短片，激發青年學子對於未來的不同想像，將之轉化成無限創意的精彩片段，一同期待更美好的明天，2017 年共吸引 1,112 件優秀作品報名，近上千名學子共襄盛舉。

6.5.3 教材捐贈

和泰汽車長期投入培育新一代汽車維修技術人才，自 1991 年起投入和泰汽車技術支援計畫 T-TEP (TOYOTA - Technical Education Program 豐田技術教育支援計畫)，協助技職學校培育汽車修護人才。至今已與多所工業職業學校建教合作，並捐贈各式和泰汽車高科技教具及教材，供學校師生實習。目前仍持續捐贈教材與實習教育車輛，累積金額超過新台幣 2,502 萬元，希望透過器材捐贈，提供更多資源以精進技術，達到教學相長，培育汽車產業未來人才。

T-TEP 學校教育器材捐贈

	2014	2015	2016	2017
捐贈器材名稱	實習車 & 活塞行程與曲軸角度示教板	行星齒輪組示教板	活塞行程 VS 平衡軸示教板	輪胎平衡示教板
捐贈器材金額 (新台幣元)	1,069,594	166,015	289,224	228,332



6.6 藝文與體育活動

6.6.1 TOYOTA Family Day

Toyota Family Day 自第一屆舉辦至今已邁入第 13 年，持續傳遞樂活的精神，邀請車主戶外健走，享受歡樂的親子時光。「2017 Toyota Family Day」除了由 Toyota 帶領大家一同健走，各地現場還有豐富的遊園攤位及驚喜好禮等待參加的民眾親自發掘！

2017 年 Toyota Family Day 挑選各地風景勝地作為活動場地，以健走為活動主軸，各場次搭配不同的主題活動，期望帶給參與民眾更多參與感及驚喜樂趣。



6.6.2 籃球夏令營

和泰汽車長年深耕台灣，一路陪伴了許多孩童成長，持續舉辦多種藝文與運動教育的領域，希望藉由各類正向積極的活動，培養年輕學子多元興趣，2017 年舉辦「TOYOTA 籃球夏令營」，藉由專業的籃球員指導、高水準的籃球場地與課程設計，讓國高中學生盡情享受籃球的魅力，TOYOTA 邀請台灣頂尖籃球隊伍－桃園璞園建築籃球隊球員擔任教練群，邀請 12~18 歲的國高中生參與活動，向喜愛的球員學習提升自我籃球球技，一圓籃球夢想。



6.6.3 Lexus 藝文推廣

LEXUS 藉由品牌的主軸，規劃 LEXUS 經典之旅，帶領車主 Experience Amazing，持續帶給廣大車主們不一樣的各式體驗。

LEXUS 跨樂 20 古典音樂會 - 鋼琴大師布赫賓德 貝多芬計畫

為提倡國人精緻的生活品味，讓更多人體驗知性之美，同時也達到回饋社會的目的，LEXUS 自 1998 年起開始參與贊助藝文活動，每年贊助國際一流樂團來台演出，提昇國內精緻藝文水平，2017 年贊助縱橫樂壇 50 年的德奧鋼琴大師布赫賓德（Rudolf Buchbinder），在睽違 13 年後再度造訪台灣，與臺北市立交響樂團及高雄市交響樂團攜手，表現精準的演奏實力，並為車主帶來美好的聽覺饗宴。

2017 世界趨勢大師訪台 - 湯馬斯·佛里曼論壇

為慶祝 LEXUS 引進台灣 20 週年，2017 年跳脫以往的財經名人講堂，特別規劃世界級大師講座，帶領車主參與更宏觀與國際觀的趨勢論壇，本次特別邀請《紐約時報》專欄記者 - 湯馬斯·佛里曼，也是暢銷書籍作家與三度普立茲新聞獎得主，藉由《謝謝你遲到了》新著作中的實例，以三股關鍵力量：市場 (Market)、大自然 (Mother Nature)、摩爾定律 (Moore's Law)，發表精闢的演說與獨到見解，讓車主們藉由趨勢大師的講座，擴展國際視野。



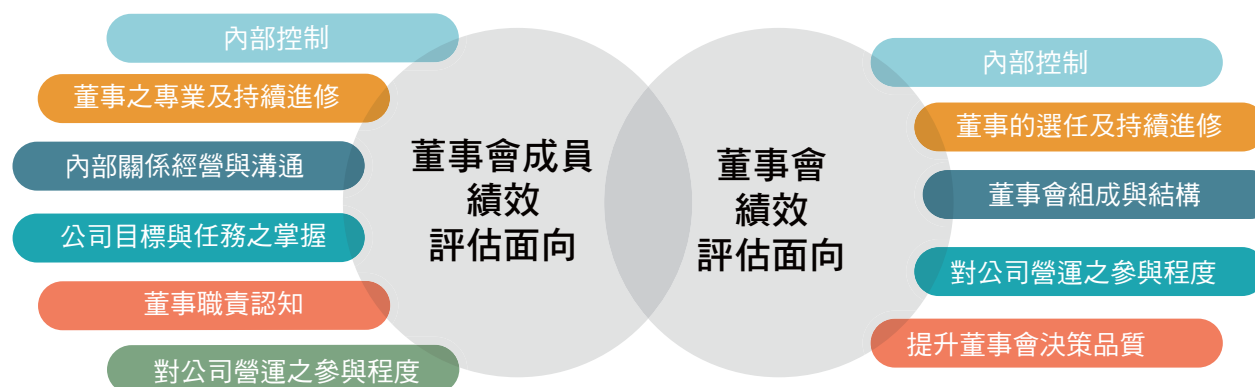
公司 治理
CORPORATE
GOVERNANCE

和泰汽車成立於 1947 年，由黃烈火先生所創立，走過 70 個年頭，透過完整且獨立的公司治理架構、專業的經營團隊、嚴謹的內稽內控機制，透明且即時的溝通機制與管道，逐步成長與擴張，領先台灣各大汽車品牌，位居無可撼動的領導地位。和泰汽車現由蘇燕輝先生擔任榮譽集團總裁，黃南光先生為董事長，總經理由蘇純興先生擔任，貫徹「正直誠信」的企業文化，並以「員工得意、顧客滿意、股東樂意」為企業經營的目標，力行財務公開化、資訊透明化原則，秉持正確有效的經營管理，在 2017 年更獲得「公司治理評鑑」排名前 5% 之殊榮，公司治理的績效與表現優異並獲得肯定。

7.1 董事會架構與運作

和泰汽車自 2016 年 6 月 21 日選任第 19 屆董事起，即依公司章程規定，採候選人提名制，由股東會依公司法之規定，就董事候選人名單中選任之，任期為三年，連選得連任。目前共有 14 位董事，包含獨立董事 3 人，皆具經營管理、企業管理、金融等專業背景，除考量專業能力及實務經驗外，也重視其個人在道德行為及領導上的聲譽。2017 年董事平均出席率達到 98.2%，且為掌握最新公司治理趨勢及產業脈動，董事皆依「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」每年進行進修，詳細情形請參閱年報 P49 ～ P50。

為提升董事會效能，和泰汽車於 2016 年訂定「董事會績效評估辦法」，明訂於每年 12 月底進行當年度之董事會績效評估，每三年進行一次外部評量，並規劃 2018 年底進行外部評量，以增進公司治理效益。董事會績效評估之對象除董事會整體運作情形外，每位董事也需要針對本身進行自評，董事會績效評估之衡量面向，包含「對公司營運之參與程度」、「提升董事會決策品質」、「董事會組成與結構」、「董事的選任及持續進修」及「內部控制」等五大項；董事成員績效評估之衡量項目，含括「公司目標與任務之掌握」、「董事職責認知」、「對公司營運之參與程度」、「內部關係經營與溝通」、「董事之專業及持續進修」及「內部控制」等六大面向。本公司於 2017/12/28 執行董事會績效評估，並於 2018/1/30 董事會報告評鑑結果與改善對策。依據 2017 年度之評鑑結果，董事會整體運作情形優良。



董事多樣性

和泰汽車目前共有 14 位董事，包含 3 位獨立董事。其中 1 位董事為女性。在年齡分佈上，31 至 50 歲董事 2 名，51 歲以上董事 12 名。同時為持續強化董事會成員之多樣性，於「和泰汽車股份有限公司 公司治理實務守則」中，特別地訂董事多元化方針，在考慮董事會運作、營運型態及發展需求的前提下，將 (1) 基本條件與價值：性別、年齡、國籍及文化等以及 (2) 專業知識與技能：專業背景（如法律、會計、產業、財務、行銷或科技）、專業技能及產業經歷等，納入董事會成員的多樣性考量。同時，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備下列能力：1. 營運判斷能力、2. 會計及財務分析能力、3. 經營管理能力、4. 危機處理能力、5. 產業知識、6. 國際市場觀、7. 領導能力、8. 決策能力。各董事學經歷請參閱 106 年報 P16 ～ P25。

審計委員會

主席-陳吉珍
成員-蘇錦夥、吳師豪
出席率-100%
主要職掌
一、公司財務報表之允當表達。
二、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效。
三、公司內部控制之有效實施。
四、公司遵循相關法令及規則。
五、公司存在或潛在風險之管控。

薪資報酬委員會

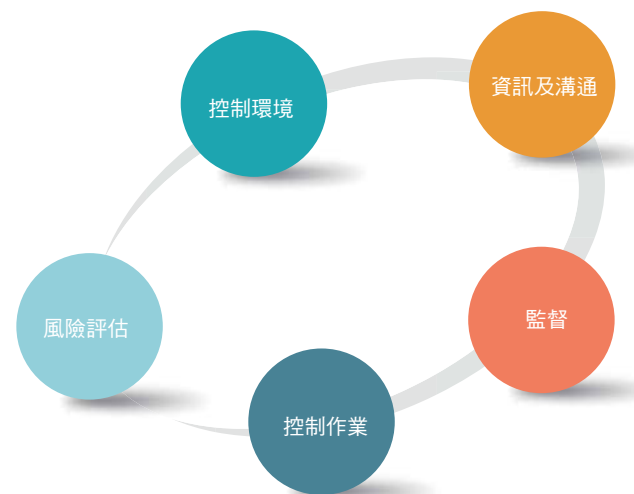
主席-陳吉珍
成員-蘇錦夥、吳師豪
出席率-100%
主要職掌
一、訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
二、定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬。

董事會功能性委員會

為健全董事會管理及監督功能，在董事會下設有「審計委員會」與「薪資報酬委員會」，皆由獨立董事組成，2017 年審計委員會召開 5 次會議，薪資報酬委員會召開 3 次會議，出席率皆為 100%。

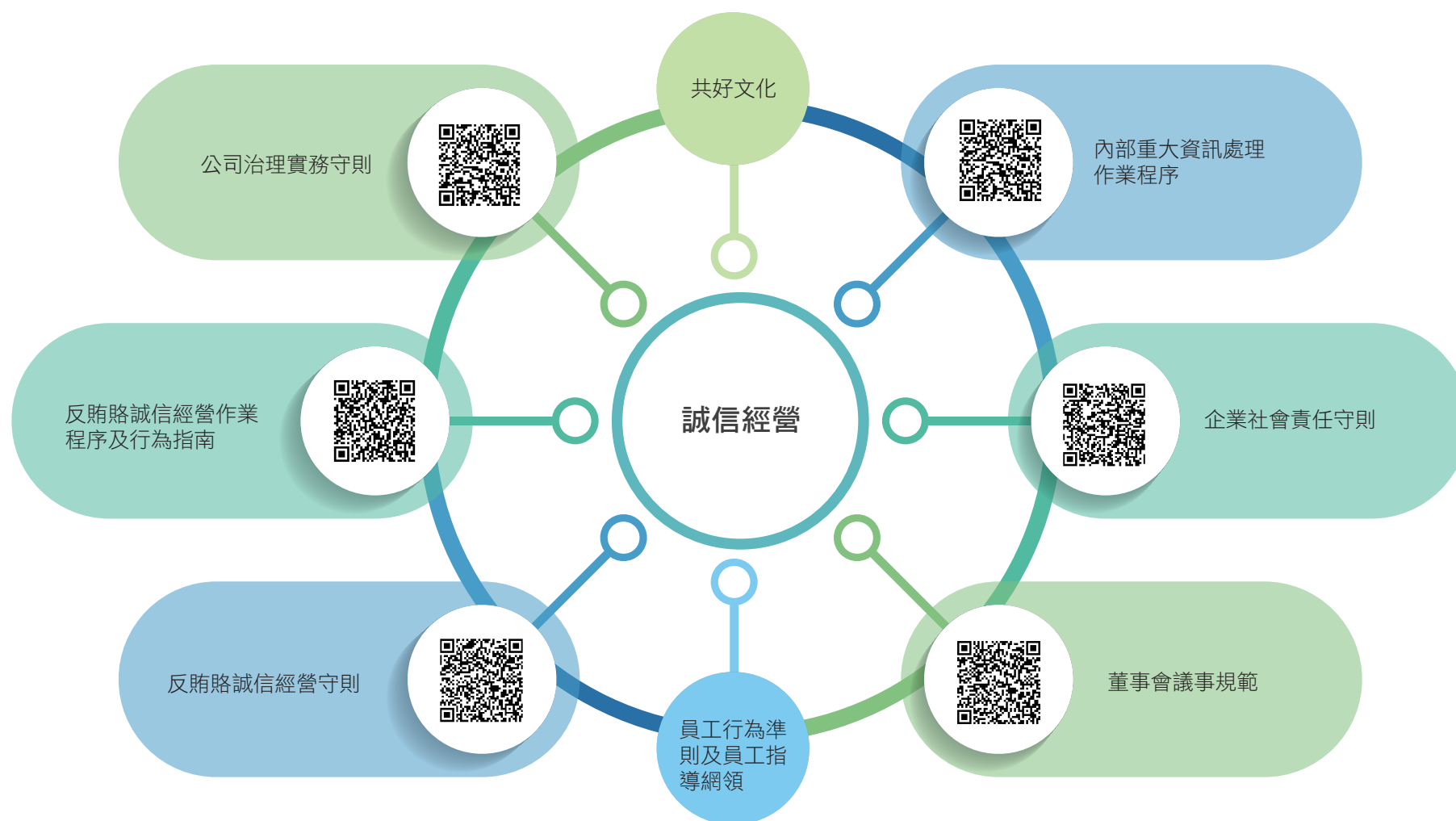
內部稽核制度

和泰汽車設有直屬於董事會的專責稽核單位，負責內部稽核事務及處理相關舉報事宜，其編制為稽核主管 1 名與稽核人員 6 名，以確保營運績效與效率（含獲利、績效及保障資產安全等）、報導具可靠性、及時性、透明性並符合相關規範，以及相關法令規章遵循狀況等權責，本公司內部稽核制度以自我監督，隨時因應環境、情況的改變來進行修正，共劃分為控制環境、風險評估、控制作業、資訊及溝通、監督等五個主要功能。稽核單位依風險評估結果擬定次年度稽核計畫，每季至少對公司及子公司之財務、風險管理及法令遵循辦理一次業務查核，作成內部稽核報告，確保公司日常運作符合誠信經營原則。



7.2 誠信經營 - 落實法規依循

和泰汽車為尋求良好公司治理制度，秉持誠信經營與落實法規依循，依據不同職掌與層級，揭訂定有詳盡的規範，供經營階層與全體同仁有所依循，進一步確保誠信經營的優良傳統。我們為了能夠將誠信經營的文化扎根，全體同仁恪遵員工指導綱領，作為最高指導原則，同時配合共好文化以及員工行為準則，將指導綱領進一步延伸，達成整體文化的形塑，並內化到日常作業中。為使同仁有更明確的遵循規範，2018 年 1 月制定「反賄賂誠信經營作業程序及行為指南」，明訂更完整的檢舉流程，以確保誠信正直的核心價值。



董事會利益迴避程序



為有效落實董事利益迴避制度，我們在董事會議事規範特別規定董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其自身利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

防範內線交易之管理



2011 年 4 月本公司為加強董事會職權及風險管理，通過「防範內線交易之管理」，強化公司治理的效能，並進一步防範內線交易之產生。

反賄賂誠信經營守則



- 本守則係遵循「上市上櫃公司誠信經營守則」、「日本豐田自動車株式會社反賄賂指南」及相關法令規定而制定，凡本公司董事、監察人、經理人、任何形態受僱人均應遵守，以徹底貫徹誠實、透明、負責之經營理念。
- 為禁止賄賂不法行為，公司人員除因合法執行業務，或符合正常社交禮俗者外，於與行為對象往來過程中，不得直接或間接提供、收受、承諾或要求利益。本守則並對政策制定、商業活動、政治獻金、慈善捐贈或贊助等做出明確規範。為確保本守則之落實，規定本公司董事會應善盡善良管理人之注意義務，督促公司防止不誠信行為，並隨時檢討實施成效及持續改進。針對賄賂行為，堅持採行零容忍政策。
- 2016 年 6 月因應「上市上櫃公司誠信經營守則」及公司章程修訂，配合修正本守則；2018 年 1 月制定「反賄賂誠信經營作業程序及行為指南」完備檢舉流程，俾供同仁有明確之作業流程遵循。

員工行為準則



- 和泰汽車自 1947 年創立至今，藉著提供高品質的產品與服務給我們的顧客，並持續為社會永續發展付出努力。透過這些努力，建立了世代相傳的企業精神，也就是「和泰汽車員工指導綱領」。
- 同仁應以「沒有最好，只有更好」的態度來實踐此準則，並將此準則持續傳承至未來，希望因此可促進社會繁榮。依本準則的說明，我們必須遵守法規規範，行為保持謙遜、誠實與正直。並且依據其精神，針對三大層面制訂了和泰汽車員工行為準則，提供全體員工於日常業務中之行為有所依據。

誠信經營與反賄賂教育

「正直誠信」是和泰的企業文化核心，為落實誠信經營，由本公司法務室負責推動相關事務，且為了確保反賄賂誠信經營守則之遵循，每年針對不同對象進行教育訓練，期盼透過一系列的教育訓練，傳達本公司誠實經營理念，並將此文化深植每位同仁的心中。同時，為了確保每位新進同仁能夠與我們有相同的價值理念，每年針對新進員工皆會舉行反賄賂教育訓練，並要求所有新進同仁皆需完成此一訓練，強化誠信經營的落實。

課程名稱	訓練時間	訓練對象	參與人數	訓練涵蓋率
年度遵法指南線上測驗	2015 年	本公司全體員工	424	77.2%
	2016 年		461	84.2%
	2017 年		430	80.0%
反賄賂教育訓練	2015 年	新進員工	47	100%
	2016 年		31	100%
	2017 年		39	100%

7.3 資訊透明

和泰汽車向來致力於與投資人充分溝通，並且提供可靠的資訊予投資人，降低資訊不對稱之落差。我們特別制訂有「資訊揭露原則」，透過此一原則之規範，將資訊揭露之時效性與充分性進行要求與落實，避免影響投資人之權益。並且設置有多元的資訊揭露管道，包含發言人的設置、網站平台的架設、法人座談會以及設置利害關係人專區等，提供投資人與利害關係人充分且多元的溝通平台。

資訊揭露管道



設置發言人及代理發言人

依據「上市上櫃公司治理實務守則」，指派發言人及代理發言人，負責與投資人溝通。



網站平台

設有投資人關係網頁，提供投資人即時查詢、下載公司財報、年報及各項主要財務資訊、法說會或股東會等訊息。

定期並指定專人負責公司資訊之蒐集與揭露。



法人說明會

每年至少召開二次。
視需求不定期安排法人座談會。



利害關係人專區

針對員工、消費者、供應商、社區或其他利害關係人，提供暢通之溝通管道。

7.4 風險管理

和泰汽車對風險管理極為重視，除各部門均應謹慎辨識可能存在之風險，研判風險影響程度及發生頻率，並須掌握跨部門與風險之間的相互影響外，財務部門則依照董事會核准之政策執行，並針對利率與匯率波動、通膨或通縮變化等財務或有風險，進行長期的研究、評估、防範及規避作業。

和泰汽車向來以穩健經營為訴求，並未從事任何高風險、高槓桿之投資行為。而針對資金貸與他人及背書保證等作業，則規定集團內各子公司訂定「資金貸與他人作業程序」及「背書保證作業程序」，作為相關控管依據。至於衍生性商品之交易，則悉依「和泰汽車股份有限公司 從事衍生性商品交易處理程序」的規定辦理之。

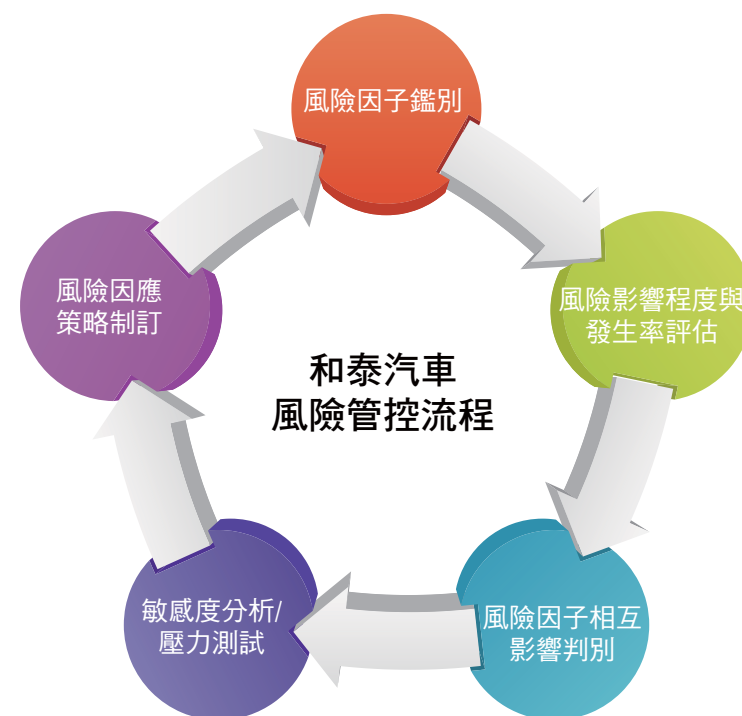


從事衍生性商品
交易處理程序

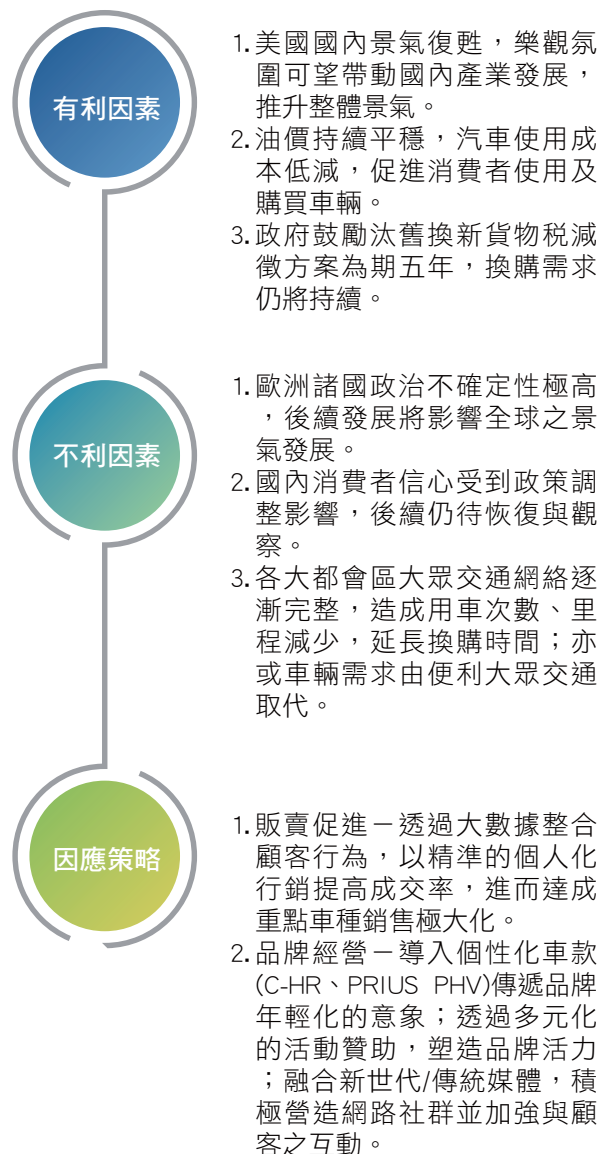
身為國內汽車業的標竿，且為市場最具魅力的品牌，和泰汽車將持續提供高品質商品與創新服務，並以超越消費者的期待為目標，而長年投入企業社會責任，秉持「取之於社會，用之於社會」，用心深耕台灣，致力於關懷弱勢、環境保育、道路交通安全、學術藝文等公益活動，投入在交通、環保等與產業相關的公益議題，善盡企業公民責任並回饋社會，成果也受到來自社會各界的肯定與認同。

產業概況及風險因應

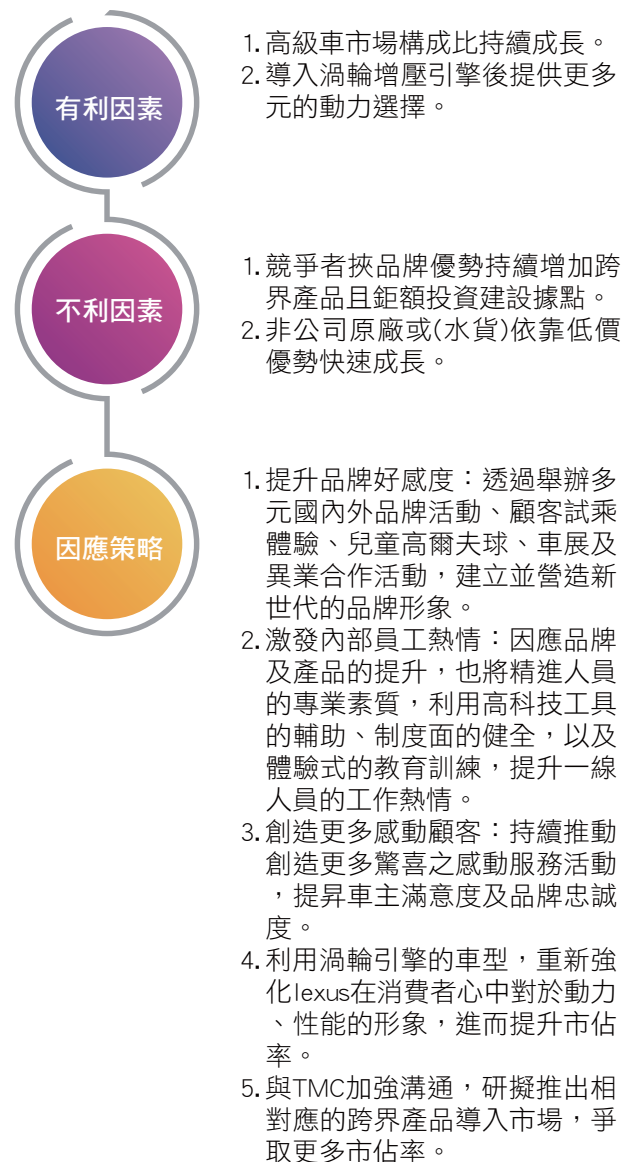
2017 年，整體汽車市場在貨物稅汰舊換新政策的支撐下，加上主力車廠紛紛推出重點車款，最終全年登錄台數為 444,669 台，較 2016 年上升 1.1%。和泰汽車在眾多主力車種推陳出新，積極強化商品組合，搭配快速調整的販促、行銷策略的多方努力下，販賣維持穩定節奏，小型車總領照台數為 128,084 台、市佔率 28.8%，蟬聯 16 年汽車市場銷售 NO.1 的冠軍寶座。汽車產業的改變，既廣且深，從產品、市場、競爭對手、軟硬體設施、銷售策略延伸至售後服務皆有所變化，本公司身為我國汽車業的龍頭，不僅充分掌握汽車產業的國內外發展趨勢，同時也留意國內政策走向及市場變化，透過謹慎但樂觀的態度，迎向汽車市場的嶄新生態。



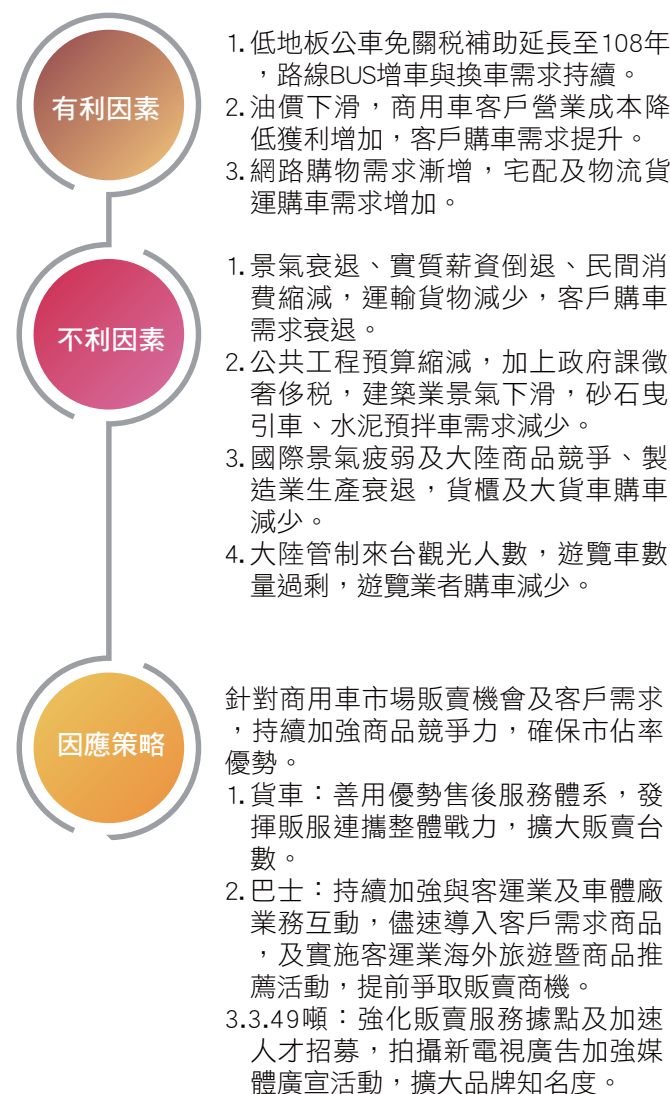
TOYOTA



LEXUS



HINO



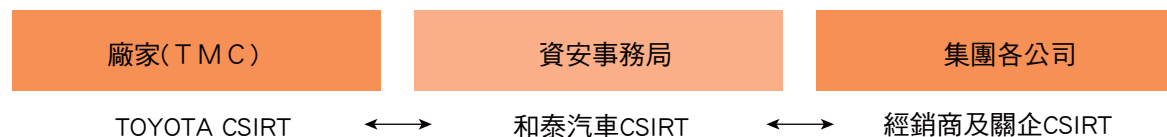
7.5 資訊安全

資訊安全及顧客資料保護

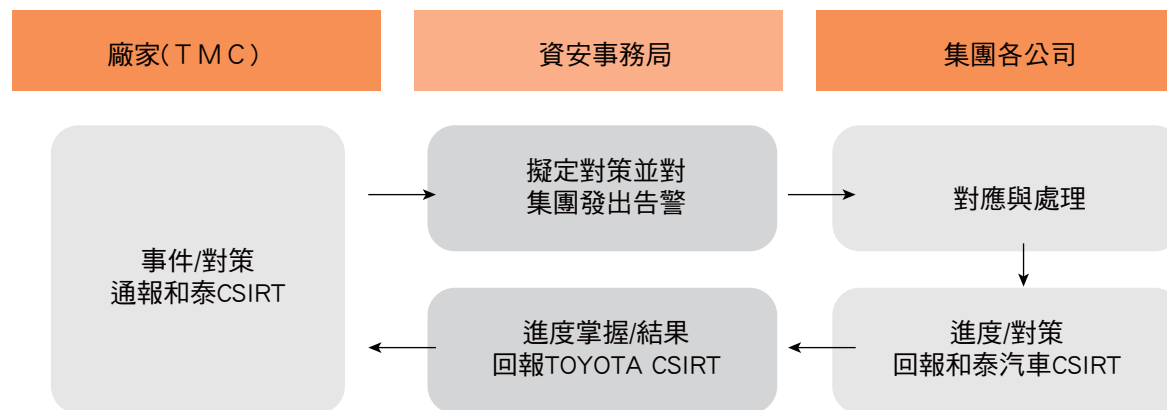
和泰汽車自 1987 年開始豐田在台新事業，啟動小型商用車與轎車生產及銷售等相關業務，31 年來已累積 350 多萬顧客資料，為了保障客戶資料的安全，我們持續精進及強化資訊安全系統，而為了全面實現「資訊安全零缺失」的高品質服務承諾，和泰汽車成立了「資訊安全委員會」，作為集團資訊安全之最高指導單位，以貫徹資訊安全治理政策，明確宣示及落實維護資訊安全，並要求全體員工確實遵守。

此外，和泰汽車更協同旗下 8 家經銷商，推動國際資訊安全管理標準 ISO 27001 驗證，成為台灣汽車業界第一家總代理及經銷商，上、下游廠商均通過 ISO 27001 認證的汽車經銷體系，鑑於駭客攻擊手法推陳出新、資安威脅不斷，和泰汽車集團於 2017 年建立資安事件快速應變體制，成立資安應變小組並訂定統一應變標準及流程，當有資安威脅情報或資安事件時，資安應變小組會立即進行全面警告，預防資安事件發生及災害擴大。同時，和泰汽車也導入新一代進階威脅分析技術，當偵測到駭客有入侵跡象時，隨即發出告警通知負責人對應、及早阻斷威脅，大幅降低資安風險。

資安應變組織架構



資安應變流程



*CSIRT：資安應變小組 (Computer Security Incident Response Team)

7.6 歷年財務績效

在集團其他事業的經營上，和潤企業提供汽車分期付款與專業理財金融服務；和運租車之 iRent 24 小時自助租車服務，截至去年已設置共有 90 個據點，提供民眾便利、快速、貼心的租賃服務；和潤企業、和運租車再次蟬聯汽車分期、長租車及短租車等市場第一名。專營汽車用品的車美仕持續將商品回銷日本 TOYOTA，並配合國瑞整車輸出中東六國之車輛用品架裝，營收續創新高，目前更進一步爭取打入車廠全球供應體系，再創成長動能。中國大陸汽車市場，受惠於小型車購置稅減半政策，總市場銷量為 2,803 萬台，較前一年度大幅成長 14%，本公司之中國營運總部和通汽車，統籌管理中國大陸據點，協助各據點積極推販，營收較前一年度呈現跳躍式成長，和泰認列中國大陸收益 3.18 億元，創歷史新高紀錄。

年度	2014	2015	2016	2017	單位
營業收入	103,873,219	101,971,202	110,353,594	112,264,170	仟元
營業毛利	8,040,833	8,742,415	9,526,739	9,804,224	仟元
營業利益	5,231,790	5,551,847	6,279,392	6,409,383	仟元
營業外收入及支出	4,978,261	5,581,820	5,958,981	5,352,555	仟元
稅前淨利	10,210,051	11,133,667	12,238,373	11,761,938	仟元
所得稅費用（利益）	1,014,112	1,357,076	1,498,334	1,646,331	仟元
資產總額	43,891,555	50,867,638	57,323,171	61,074,145	仟元
資本額	5,461,792	5,461,792	5,461,792	5,461,792	仟元
員工平均營業額	188,176	179,843	196,359	204,117	仟元
年底總員工數	530	549	554	538	人
每股市價（平均）	396.59	425.05	341.22	358.13	元
營業費用 + 營業成本	98,709,573	96,382,657	104,106,883	105,804,333	仟元
每股盈餘	16.84	17.90	19.66	18.52	元
薪資總額	1,453,325	1,542,395	1,518,853	1,574,616	仟元
員工福利費用（扣除薪資費用及退休金）	132,689	135,391	139,844	149,084	仟元
退休金總額	26,315	25,852	26,625	26,686	仟元
負債比	19.36	22.61	24.80	23.61	百分比

* 因應金管會之規定，2015 年會計年度起採用 2013 年版的國際財務報導準則（IFRSs），故 2014 年（去年同期數）亦依 2013 年版 IFRSs 準則編制

* 以上數據為和泰汽車個體財務數據

* 負債比係負債占資產比率

報告書指標對照表

核心要求	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	準則版次	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
核心	GRI 102	一般揭露	102-1	2016	組織名稱	昂首精進 70 年	—	24
核心	GRI 102	一般揭露	102-2	2016	活動、品牌、產品與服務	昂首精進 70 年	—	24
核心	GRI 102	一般揭露	102-3	2016	總部位置	昂首精進 70 年	—	24
核心	GRI 102	一般揭露	102-4	2016	營運據點	昂首精進 70 年	—	24
核心	GRI 102	一般揭露	102-5	2016	所有權與法律形式	昂首精進 70 年	—	24
核心	GRI 102	一般揭露	102-6	2016	提供服務的市場	昂首精進 70 年	—	24
核心	GRI 102	一般揭露	102-7	2016	組織規模	昂首精進 70 年	—	24
核心	GRI 102	一般揭露	102-8	2016	員工與其他工作者的資訊	4.2	權益與福祉	86
核心	GRI 102	一般揭露	102-9	2016	供應鏈	3.1	經銷商管理	65
核心	GRI 102	一般揭露	102-10	2016	組織與其供應鏈的重大改變	無重大改變	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-11	2016	預警原則或方針	7.4	風險管理	134
核心	GRI 102	一般揭露	102-12	2016	外部倡議	4.3 5.2	職業安全管理 環保產品設計	92 103
核心	GRI 102	一般揭露	102-13	2016	公協會的會員資格	1.4	外部組織參與 / 獲獎	46
核心	GRI 102	一般揭露	102-14	2016	決策者的聲明	經營者的話	—	02
	GRI 102	一般揭露	102-15	2016	關鍵衝擊、風險及機會	7.4	風險管理	134
核心	GRI 102	一般揭露	102-16	2016	價值、原則、標準及行為規範	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131
	GRI 102	一般揭露	102-17	2016	倫理相關之建議與關切事項的機制	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131
核心	GRI 102	一般揭露	102-18	2016	治理結構	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-19	2016	授予權責	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-20	2016	高階管理階層對經濟、環境和社會主題之責任	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-21	2016	與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	1.2	永續推動組織	46

報告書指標對照表

核心要求	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	準則版次	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
	GRI 102	一般揭露	102-22	2016	最高治理單位與其委員會的組成	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-23	2016	最高治理單位的主席	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-24	2016	最高治理單位的提名與遴選	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-25	2016	利益衝突	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-26	2016	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-27	2016	最高治理單位的群體智識	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-28	2016	最高治理單位的績效評估	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-29	2016	鑑別與管理經濟、環境和社會衝擊	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-30	2016	風險管理流程的有效性	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-31	2016	經濟、環境和社會主題的檢視	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-32	2016	最高治理單位於永續性報導的角色	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-33	2016	溝通關鍵重大事件	1.2	永續推動組織	46
	GRI 102	一般揭露	102-36	2016	薪酬決定的流程	7.1	董事會架構與運作	129
	GRI 102	一般揭露	102-37	2016	利害關係人的參與	7.1	董事會架構與運作	129
核心	GRI 102	一般揭露	102-40	2016	利害關係人團體	重大性分析	—	04
核心	GRI 102	一般揭露	102-41	2016	團體協約	本公司未有勞資雙方簽訂之協約	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-42	2016	鑑別與選擇利害關係人	重大性分析	—	04
核心	GRI 102	一般揭露	102-43	2016	與利害關係人溝通的方針	重大性分析	—	04
核心	GRI 102	一般揭露	102-44	2016	提出之關鍵主題與關注事項	重大性分析	—	04
核心	GRI 102	一般揭露	102-45	2016	合併財務報表中所包含的實體	重大性分析	—	04
核心	GRI 102	一般揭露	102-46	2016	界定報告書內容與主題邊界	重大性分析	—	04
核心	GRI 102	一般揭露	102-47	2016	重大主題表列	重大性分析	—	04

報告書指標對照表

核心要求	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	準則版次	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
核心	GRI 102	一般揭露	102-48	2016	資訊重編	關於本報告	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-49	2016	報導改變	關於本報告	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-50	2016	報導期間	關於本報告	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-51	2016	上一次報告書的日期	關於本報告	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-52	2016	報導週期	關於本報告	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-53	2016	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-54	2016	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告	—	—
核心	GRI 102	一般揭露	102-55	2016	GRI 內容索引	附錄	—	138
核心	GRI 102	一般揭露	102-56	2016	外部保證 / 確信	附錄	—	138
核心	GRI 103	管理方針	103-1	2016	解釋重大主題及其邊界	重大性分析	—	04
核心	GRI 103	管理方針	103-2	2016	管理方針及其要素	重大性分析	—	04
核心	GRI 103	管理方針	103-3	2016	管理方針的評估	重大性分析	—	04
	GRI 201	經濟績效	201-1	2016	組織所產生及分配的直接經濟價值	7.6	歷年財務績效	137
	GRI 201	經濟績效	201-2	2016	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	5.1	環保理念	97
	GRI 201	經濟績效	201-3	2016	定義福利計劃義務與其他退休計畫	4.2	權益與福祉	86
	GRI 202	市場地位	202-1	2016	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.2	權益與福祉	86
	GRI 202	市場地位	202-2	2016	雇用當地居民為高階管理階層的比例	4.2	權益與福祉	86
	GRI 203	間接經濟衝擊	203-1	2016	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	6	社會	118
	GRI 205	反貪腐	205-1	2016	已進行貪腐風險評估的營運據點	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131
	GRI 205	反貪腐	205-2	2016	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131
	GRI 205	反貪腐	205-3	2016	已確認的貪腐事件及採取的行動	7.2	誠信經營 - 落實法規依循	131

報告書指標對照表

核心要求	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	準則版次	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
	GRI 206	反競爭行為	206-1	2016	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	無此情事	—	—
	GRI 301	物料	301-2	2016	使用的可再生物料	5.2	環保產品設計	103
	GRI 301	物料	301-3	2016	回收產品及其包材	5.3	綠色營運	108
	GRI 302	能源	302-1	2016	組織內部的能源消耗量	5.3	綠色營運	108
	GRI 302	能源	302-2	2016	組織外部的能源消耗量	3.1	經銷商管理	65
	GRI 302	能源	302-3	2016	能源密集度	5.3	綠色營運	108
	GRI 302	能源	302-4	2016	減少能源消耗	5.3	綠色營運	108
	GRI 302	能源	302-5	2016	降低產品和服務的能源需求	5.2	環保產品設計	103
	GRI 303	水	303-1	2016	依來源劃分的取水量	5.3	綠色營運	108
	GRI 303	水	303-2	2016	因取水而受顯著影響的水源	5.3	綠色營運	108
	GRI 305	排放	305-1	2016	直接（範疇一）溫室氣體排放	5.3	綠色營運	108
	GRI 305	排放	305-2	2016	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	5.3	綠色營運	108
	GRI 305	排放	305-3	2016	其他間接（範疇三）溫室氣體排放	3.1	經銷商管理	65
	GRI 305	排放	305-4	2016	溫室氣體排放密集度	5.3	綠色營運	108
	GRI 305	排放	305-5	2016	溫室氣體排放減量	5.3	綠色營運	108
	GRI 305	排放	305-7	2016	氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx)，及其他重大的氣體排放	3.1	經銷商管理	65
	GRI 306	廢汙水和廢棄物	306-1	2016	依水質及排放目的地所劃分的排放水量	5.3	綠色營運	108
	GRI 306	廢汙水和廢棄物	306-2	2016	按類別及處置方法劃分的廢棄物	3.1	經銷商管理	65
	GRI 308	供應商環境評估	308-2	2016	供應鏈對環境的負面影響，以及所採取的行動	2017 年未發生供應鏈對環境之負面衝擊	—	—

報告書指標對照表

核心要求	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	準則版次	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
	GRI 401	勞雇關係	401-1	2016	新進員工和離職員工	4.2	權益與福祉	86
	GRI 401	勞雇關係	401-2	2016	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4.2	權益與福祉	86
	GRI 401	勞雇關係	401-3	2016	育嬰假	4.2	權益與福祉	86
	GRI 402	勞 / 資關係	402-1	2016	關於營運變化的最短預告期	4.2	權益與福祉	86
	GRI 403	職業安全衛生	403-1	2016	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	4.3	職業安全管理	92
	GRI 403	職業安全衛生	403-2	2016	傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	4.3	職業安全管理	92
	GRI 403	職業安全衛生	403-3	2016	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的工作者	4.3	職業安全管理	92
	GRI 404	訓練與教育	404-1	2016	每名員工每年接受訓練的平均時數	4.1	培育與職涯發展	79
	GRI 404	訓練與教育	404-2	2016	提升員工職能及過渡協助方案	4.1	培育與職涯發展	79
	GRI 404	訓練與教育	404-3	2016	定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	4.1	培育與職涯發展	79
	GRI 405	員工多元化與平等機會	405-1	2016	治理單位與員工的多元化	7.1 4.2	董事會架構與運作 權益與福祉	129 86
	GRI 405	員工多元化與平等機會	405-2	2016	女男基本薪資和薪酬的比率	4.2	權益與福祉	86
	GRI 406	不歧視	406-1	2016	歧視事件以及組織採取的改善行動	4.2	權益與福祉	86
	GRI 407	結社自由與團體協商	407-1	2016	可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	無此情事	—	—

報告書指標對照表

核心要求	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	準則版次	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
	GRI 409	強迫或強制勞動	409-1	2016	具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	無此情事	—	—
	GRI 412	人權評估	412-3	2016	載有人權條款或已進行人權審查的重要投資協議及合約	無重大投資	—	—
	GRI 413	當地社區	413-2	2016	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運活動	6.3	環境保護	121
	GRI 414	供應商社會評估	414-2	2016	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	主要供應商為日本豐田，無重要人權影響。若有相關情事發生時將會於公開資訊進行相關報告	—	—
	GRI 415	公共政策	415-1	2016	政治捐獻	無此情事	—	—
	GRI 416	顧客健康與安全	416-1	2016	評估產品和服務類別對健康和安全的影響	2.3 7.5	產品設計與生產資訊安全	58 136
	GRI 416	顧客健康與安全	416-2	2016	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	無此情事	—	—
	GRI 417	行銷與標示	417-1	2016	產品和服務資訊與標示的要求	所有販售之車輛與服務皆依規定標示	—	—
	GRI 417	行銷與標示	417-2	2016	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	無此情事	—	—
	GRI 417	行銷與標示	417-3	2016	未遵循行銷傳播相關法規的事件	無此情事	—	—
	GRI 418	客戶隱私	418-1	2016	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.2	顧客關係管理	51
	GRI 419	社會經濟法規遵循	419-1	2016	違反社會與經濟領域之法律和規定	無此情事	—	—

獨立保證意見聲明書

和泰汽車股份有限公司 2017 企業社會責任報告書

英國標準協會與和泰汽車股份有限公司(簡稱和泰汽車)均為相互獨立的公司，英國標準協會除了針對和泰汽車 2017 企業社會責任報告書進行評估和查證外，與和泰汽車並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書的目的，僅作為對下列有關和泰汽車 2017 企業社會責任報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外，對於關於其他目的之使用，或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人，英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書係基於和泰汽車提供予英國標準協會之相關資訊審查所作成之結論，因此審查範圍乃基於並侷限在這些提供的資訊內容之內，英國標準協會認為這些資訊內容都是完整且準確的。

對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問，將由和泰汽車一併回覆。

查證範圍

和泰汽車與英國標準協會協議的查證範圍包括：

1. 本查證作業範疇與和泰汽車股份有限公司 2017 企業社會責任報告書揭露之報告範疇一致。
2. 依照 AA1000 保證標準(2008)的第 1 應用類型評估和泰汽車遵循 AA1000 當責性原則標準的本質和程度，不包括對於報告書揭露的資訊/數據之可信賴度的查證。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們總結和泰汽車企業社會責任報告書內容，對於和泰汽車的相關運作與績效則提供了一個公平的觀點。基於保證範圍限制事項、和泰汽車所提供資訊與數據以及抽樣之測試，此報告書並無重大的不實陳述。我們相信有關和泰汽車 2017 年度的經濟、社會及環境等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露的績效資訊展現了和泰汽車對識別利害關係人的努力。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準(2008)查證能力之團隊執行，以及策劃和執行這部分的工作，以獲得必要的訊息資料及說明。我們認為和泰汽車所提供的足夠證據，表明其依據 AA1000 保證標準(2008)的報告方法與自我聲明符合 2016 年版 GRI 永續性報導準則核心選項係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關政策進行訪談，以確認本報告中聲明書的合適性。
- 與和泰汽車管理者討論有關利害關係人參與的方式，然而，我們並無直接接觸外部利害關係人。
- 訪談 6 位與永續性管理、報告編製及資訊提供有關的員工。
- 審查有關組織的關鍵性發展。
- 審查內部稽核的發現。
- 審查報告書中所作宣告的支持性證據。
- 針對公司報告書中有關 AA1000 保證標準(2008)之包容性、重大性及回應性原則的流程管理進行審查。

結論

針對包容性、重大性及回應性之 AA1000 當責性原則與 2016 年版 GRI 永續性報導準則的詳細審查結果如下：

包容性

2017 年報告書反映出和泰汽車持續尋求利害關係人的參與，以發展及達成對企業社會責任具有責任且策略性的回應。此系統已被發展並產生必要的資訊。報告書中已公正地報告與揭露經濟、社會和環境的訊息，足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了和泰汽車的包容性議題。

重大性

和泰汽車公布永續經營相關資訊使利害關係人得以對公司的管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了和泰汽車的重大性議題。

回應性

和泰汽車執行來自利害關係人的期待與看法之回應。和泰汽車已發展相關道德政策，作為提供進一步回應利害關係人的機會，並能對利害關係人所關切之議題作出及時性回應。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了和泰汽車的回應性議題。

GRI 永續性報導準則

和泰汽車提供有關依據 2016 年版 GRI 永續性報導準則的自我宣告，其相當於“核心選項”（每個涵蓋特定主題 GRI 準則之重大主題，至少一個特定主題的揭露項目依據其全部的報導要求）的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照 2016 年版 GRI 永續性報導準則的社會責任與永續發展的相關揭露項目已被報告、部分報告或省略。以我們的專業意見而言，此自我宣告涵蓋了和泰汽車的社會責任與永續性主題。

保證等級

依據 AA1000 保證標準(2008)我們審查本聲明書為中度保證等級，如同本聲明書中所描述的範圍與方法。

責任

這份企業社會責任報告書所屬責任，如同責任信中所宣稱，為和泰汽車負責人所有。我們的責任為基於所描述的範圍與方法，提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

能力與獨立性

英國標準協會於 1901 年成立，為全球標準與認證的領導者。本查證團隊係由具專業背景，且接受過如 AA1000AS、ISO14001、OHSAS18001、ISO14064 及 ISO9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練，具有主導稽核員資格之成員組成。本保證係依據 BSI 公平交易準則執行。

For and on behalf of BSI:



Peter Pu
Managing Director BSI Taiwan
2018-06-07



Taiwan Headquarters: 5th Floor, No. 39, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.

BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.



Hotai Motor Co., Ltd.
和泰汽車股份有限公司

www.hotaimotor.com.tw