



和泰汽車股份有限公司

CSR

企業社會責任報告書

2018

Corporate Social
Responsibility
Report



關於本報告

自 2013 年起，和泰汽車已連續六年發行企業社會責任報告書。今年，和泰汽車於 2019 年 6 月公開第七本報告書的發行，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夥伴一同並肩努力，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 2018 年 1 月 1 日至 2018 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。對於發生於和泰子公司與價值鏈伙伴上之衝擊，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，永續議題之項目數量與前一年度有所減少，是由於進行相似議題之整併，以利制訂整合性之管理方針。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）的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，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 2018 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>



聯絡方式

若您有任何關於本報告書內容或和泰永續發展之建議或問題，歡迎您與我們聯絡：

和泰汽車 公關法務部 楊翊綺 高級專員

地址：台灣臺北市中山區松江路 121 號 4 樓

報告書專線：+886-2-2506-2121#1835

信箱：emilly@mail.hotaimotor.com.tw

目錄

CONTENTS

營運治理	經營者的話		2
	關於和泰	● 和泰品牌	4
		● 產業鏈	6
		● 70 年光輝史頁	8
		● 願景與使命與目標	10
		● 銷售與服務網絡	11
		● 2018 永續亮點	12
	永續管理	● 1.1 企業永續政策	15
		● 1.2 企業社會責任委員會	16
		● 1.3 重大性分析	17
		● 1.4 外部組織參與獲獎	28
	感動客戶	● 2.1 樂在 TOYOTA	31
		● 2.2 顧客關係管理	32
		● 2.3 產品設計與生產	40
	最佳夥伴	● 3.1 經銷商管理	45
		● 3.2 和泰汽車供應商管理體系	57
保護地球	誠信經營	● 4.1 董事會架構與運作	59
		● 4.2 法規依循	60
		● 4.3 資訊透明	64
		● 4.4 風險管理	65
		● 4.5 資訊安全	68
		● 4.6 歷年財務績效	69
	環境永續	● 5.1 環保理念	71
		● 5.2 環保產品設計	76
		● 5.3 綠色營運	80
	樂在工作	● 6.1 培育與職涯發展	87
友善共融		● 6.2 權益與福祉	92
		● 6.3 職業安全管理	97
	社會共融	● 7.1 五大主軸	103
		● 7.2 守護百萬小學生安全	104
		● 7.3 環境保護	106
		● 7.4 弱勢關懷	109
		● 7.5 文創與技職培育	111
附錄		● 7.6 藝文與體育活動	113
	GRI 指標對照表		114
	查證聲明書		119

經營者的話



和泰汽車股份有限公司 董事長

黃志光

和泰汽車為了確保在這個不斷變化的環境中能成為永續經營的領導企業，制訂一個能夠快速應對時代變化的願景至關重要。剛走過 70 個年頭的和泰汽車，致力於成為所有利害關係人信賴的頂尖企業公民，並通過其所有業務運營為創建富裕社會貢獻心力。我們的新價值觀和思維方式「+think Amazing」，是由「不自滿、大膽追求、勇於嘗試」三大要素所建構。透過將「t」轉化為「+」的行動，我們積極地以突破性新思維及作法，實現我們的企業永續願景與社會共同成長。雖然貿易保護主義蔓延和汽車行業競爭延燒，全球經濟低迷的趨勢仍然充滿不確定性，但和泰的所有人都上下齊心協力，以確保擁有能夠承受任何挑戰的關鍵競爭力。2019 年經營方針即以「CHANGE」為主軸，象徵勇敢改變。

身為臺灣在地的汽車業龍頭，和泰一向堅持以公平公正的商業活動，促進經濟發展和社會和諧，成為世界上優秀的企業公民，朝向以全球社會的和諧來追求卓越。更藉由客戶選擇和泰的產品與服務，來獲得為地球和社會做出貢獻所帶來的愉悅、成就和滿足感。我們一向致力於提供更潔淨與安全的產品，持續創建和開發貼近客戶的溫馨服務，甚而超越客戶的期望與需求。在聯合國全球伙伴思維的波瀾下，和泰與外部利害關係人共同合作激起汽車產業的永續文化，增強本身創造力和產業鏈合作的價值，同時尊重伙伴之間的相互信任和尊重，攜手實現穩定、長期和互惠互利的營運成長。每位和泰的員工都致力於滿足利害關係人的需求和期望，

同時將企業社會責任理念融入我們的運營核心中。和泰所認為的駕駛樂趣，是在於一輛車會在看到它的那一刻起讓駕駛人深深著迷，這樣的吸引力即使在不同環境和燈光下，都能意味著你永遠不會厭倦見到它。因此我們專注在客戶滿意和市場信任的基礎上創造幸福感受，這種基於創新的無價感動可以提升我們社會的信念而共同成長。客戶總是享受和泰為他們帶來的互動和愉悅，這來自於我們產品與服務的設計，是最能讓駕駛人在舒適和安心的情況下享受乘車體驗。未來我們將盡最大努力，幫助更多人將汽車視為生活夥伴，從而帶來前所未有的便捷和愉快。

TOYOTA 長久來是國人的購車首選，已連續 17 年蟬聯臺灣車市龍頭。COROLLA ALTIS 以優異的商品力、車輛品質、油耗表現引領車壇，自 2001 年國產化至今累計銷售已超過 60 萬台，連續 18 年蟬聯台灣汽車市場單一車種銷售冠軍。考量近年來市場的需求增加，為提供商旅車顧客更好的購車選擇，和泰特別引進日本 TOYOTA 製造的 6 人與 9 人座 GRANVIA 新世代豪華商旅車，正式跨足臺灣商旅車市場。此外，源自賽車靈魂熱血設計的全新 RC F 在外觀大幅融入 RC F GT3 與 GT 500 設計，除讓外觀更具有侵略性外，亦讓駕駛樂趣不僅僅於速度，而是感官帶來的極致體驗。TOYOTA 旗下豪華大型房車 CAMRY 及豪華大型 MPV-ALPHARD 分別於 2018 年進行商品大、小改款，憑藉其低調奢華的商品質感及改款後的商品魅力，不僅引起市場廣大的討論熱潮，也獲得眾多層峰客群的青睞，更榮獲國內知名汽車雜誌 - 車訊評選為「2019 最佳進口大型車 -CAMRY」及「2019 最佳進口大型 MPV-ALPHARD」。而 2019 年最新出爐的 ETtoday 民調雲媒體調查，和泰汽車旗下新創事業 -abc 好車網蟬聯中古車網站知名度 / 使用率 / 實體交易率 / 信賴度 4 冠王，更是連續 3 年獲選為最值得信賴的中古車網站，遙遙領先其他平台競爭對手。近年來伴隨共享經濟的興起，人們生活中接觸到的各行各業正逐步地往「共享」發展，消費者的心態也漸漸從重視「持有權」轉移到「使用權」。自 2019 年 4 月起，為了帶給臺灣的消費者更多元的用車選項，LEXUS 攜手和運租車共同推出「LEXUS Select+ 訂閱式租賃服務」，領先高級車市場將汽車訂閱式服務的創新思維首先導入國內，從客戶的真實需求出發，提供因應不同用車情境所適合的車型選項，讓每個客戶都能找到最切合所需的彈性用車方案。

和泰汽車長年投入交通安全公益事業，至 2018 年與純青社會福利基金會連續 13 年舉辦「校園交通安全巡迴說故事公益劇場」，2019 年將陸續前往全台 150 所小學演出，透過劇團專業活潑的戲劇演出，將交通安全知識以有趣的互動傳遞予小朋友，讓他們在歡樂中學習遵守交通規則。自 2006 年累計至 2019 年巡迴場次將達 1,289 所小學，預估超過 28 萬名學童觀賞演出。與臺灣玩具圖書館協會合作舉辦「TOYOTA 玩具愛分享」系列活動，2018 年已邁入第三年。在全台 TOYOTA 服務廠提供玩具回收服務，讓民眾不需要的舊玩具經過清潔、改造，繼續陪伴更多小朋友。「TOYOTA 玩具愛分享」系列活動之一的玩具復活節，於 2019 年 4 月起將在全台 15 縣市巡迴舉辦，邀請親子一同學環保、玩環保。而有鑑於臺灣影視產業實力提升，對於電影新秀人才的培育格外重要，LEXUS 新銳影展是新銳電影人進軍國際的最佳試煉，今年再度獲邀金馬獎唯一指定合作，不但提供臺灣影壇最高榮耀之加冕，還提供進入金馬電影學院的保證席次，使 LEXUS 新銳影展成為青年學子最為嚮往的校園影展。

2015 年日本豐田對外公佈 2050 年豐田環境六大挑戰，要求 TOYOTA Family 裡所有成員，包括製造商、供應商、總代理、經銷商、據點，2050 年前挑戰新車、車輛生命週期、工廠等三項 CO2 零排放，以及優化及少量用水，建立循環型社會，和大自然和諧相處等的目標。和泰汽車不僅奉行全球「節能減碳」之趨勢，同時也秉持對綠能產業的熱情理念策動下，與綠能公司合作於總面積有 35,362 坪的楊梅物流中心屋頂建置了共計 10,713 坪的太陽能案場。其裝置總容量達 340 萬瓦，年發電量可達 320 萬度，不僅是豐田亞太地區第一家建置太陽能電廠之總代理，也將成為北臺灣非太陽能業者之最大案場。臺灣海岸線在受到全球暖化、氣候變遷的影響，近年來不斷退縮。為了搶救持續退縮的海岸線，和泰汽車從 2017 年開始，與林務局、慈心基金會合作推行「TOYOTA 一車一樹」活動，每售出一台 TOYOTA 新車，即幫每位車主在海岸線種一棵樹，讓車主在買車的同時，也能一同為環境永續共存盡一份心力。臺灣海岸沿線的環境嚴苛，種植樹木是相當大的挑戰，不只需要克服強風、土壤鹽度高和水源缺乏等問題外，種植後如何讓樹苗成功的茁壯長大亦是困難的任務。在林務局及慈心基金會的專業協助下，「TOYOTA 一車一樹」活動自實施起，已累積種植超過 20 萬棵樹，減碳量超過 2,000 噸，相當於 5.6 座台北大安森林公園。

和泰汽車於 2018 年經董事會通過，設置企業社會責任委員會，直接隸屬於董事會，委員成員包含董事及獨立董事，主要負責制定公司 CSR 發展策略以及各項活動之展開與監督。而於強化公司治理與資訊透明表現上，和泰汽車在公司治理評鑑的排名裡，已連續三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，和泰汽車連續三年榮獲「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》，以及連續兩年之 TOP50「臺灣永續企業獎」。此外，和泰汽車於 2018 年首度獲得勞動部「國家人才發展獎」與 BSI「永續傑出獎」，連續 10 年獲壹週刊「服務第壹大獎」第一名、連續 5 年獲工商時報「2018 臺灣服務業大評鑑」金獎。



和泰汽車股份有限公司 總經理

薛純義

關於和泰



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，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，並秉持和泰人的 DNA- 熱誠與誠信，以熱情不懈的精神持續突破，建立和泰汽車成為台灣汽車業龍頭的基礎。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，在互信互惠的基礎上，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。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。

和泰汽車 經營理念

專業

- 專業精神，累積經驗，投入高品質、高效率的服務，努力不懈的執著於事業

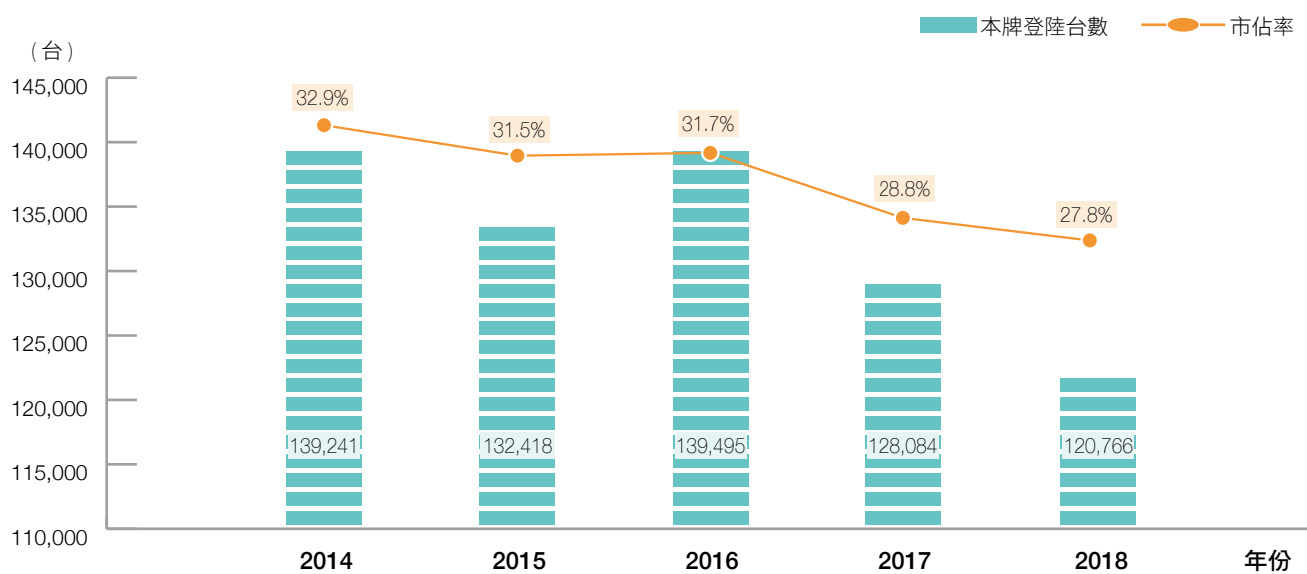
超越

- 以超越自我、超越現況，超越同業的精神作最大挑戰，勇往直前

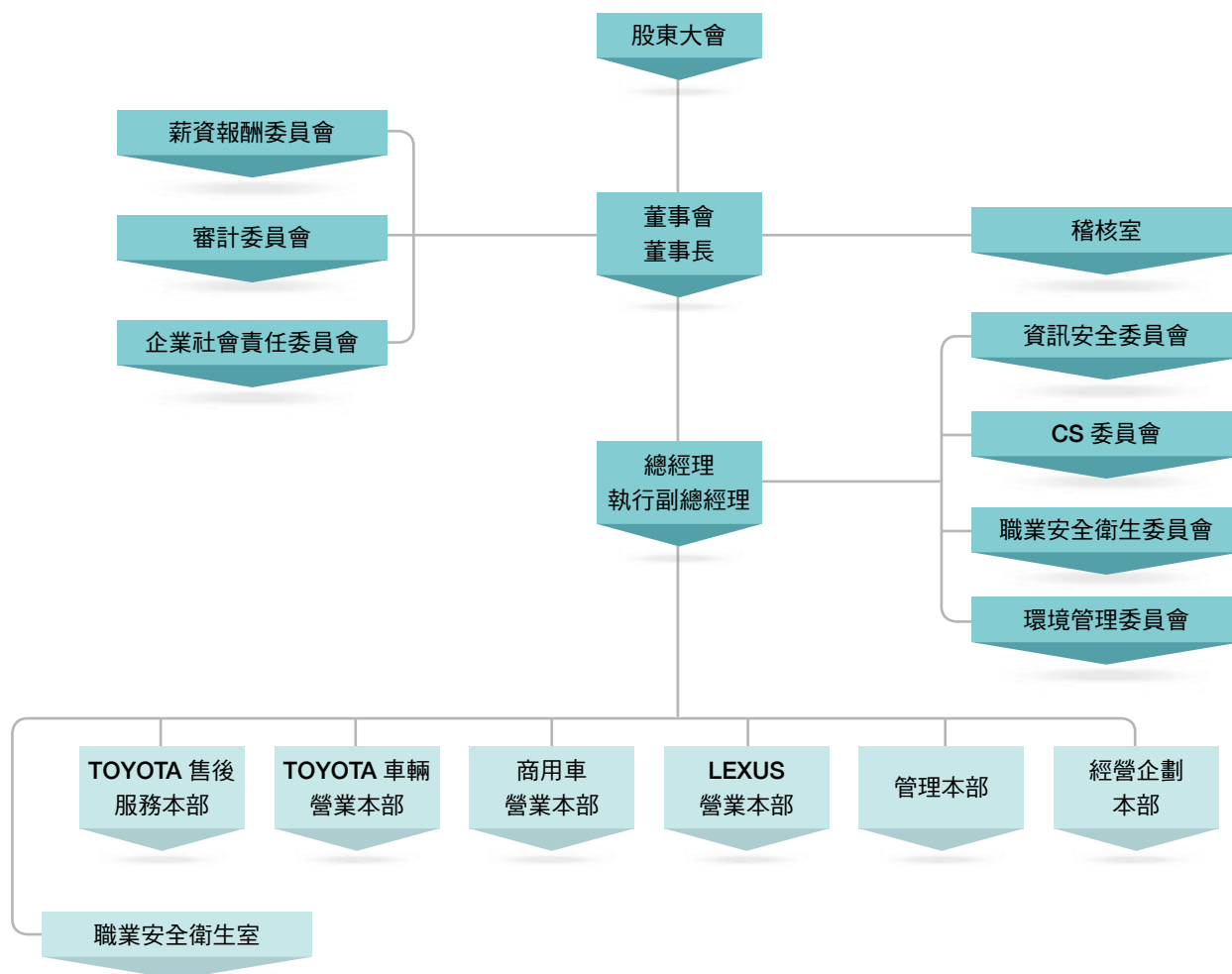
創新

- 苟日新、日日新地不斷創新，以旺盛活力突破經營領域，提升經營效率

小型車市場佔有率



組織架構



產業鏈

和泰與集團事業版圖



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、桃園汽車、中部汽車、南都汽車、高都汽車、蘭揚汽

車、東部汽車)，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

經營多元車輛長期租賃服務及中古車拍賣、中古車商加盟等業務

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、廣汽豐田體系、一汽豐田體系及汽車相關周邊事業

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、廣汽豐田 4S 店(含營業所/服務廠)及汽車相關周邊事業業

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

和勁行銷股份有限公司

經營禮贈品規劃、設計、製作、銷售、售後服務等業務

和雲行動服務股份有限公司

經營汽機車短期租車(含汽機車共享)、專業接送及停車場業務



1989.05 國產 Toyota CORONA 轎車上市。

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。

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。)

1947~1979

1980~1989

1990~1999

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。

1969.04 本公司依照中信局專案代理進口第一批日本豐田小汽車 803 台，市場佔有率 31%。

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。

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。

1949.08 與日本豐田汽車及橫濱輪胎公司簽訂台灣區總代理契約。

1947.09 和泰商行創立，資本額新台幣 81 萬元，員工 10 餘人。公司位於台北車站右邊之路旁。

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 和泰汽車成立 50 週年慶祝大會。

1997.09 本公司正式引進高級車 Lexus 在台銷售。

1997.02 本公司以第一類股票在台灣證券交易所掛牌買賣。

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。

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。

2001.01 Toyota 品牌中古車正式導入市場。

2000.03 楊梅物流中心正式啟用。

2000~2009

2010~2018

2018.10 和潤企業上興櫃

2018.06 和泰董事會決議投資日本豐田自動車株式會社股票新台幣 60 億

2018.06 和泰楊梅物流中心設置萬坪太陽能發電板

2017.09 和泰汽車歡慶邁入 70 週年

2017.03 併購蘇黎世產物保險並正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

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。

願景與使命與目標

和泰汽車的願景 -

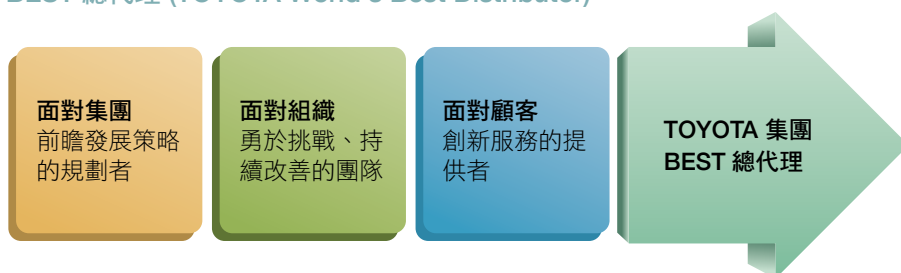
+think Amazing

面對成熟且競爭的汽車市場，和泰在跨足 70 週年新里程的當下，秉持「沒有最好，只有更好」的精神，造就下一步和泰成長動能，定下和泰新願景為「+think Amazing」，其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，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「+think 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。



+think Amazing

2019 年經營方針

面對 MaaS (Mobility as a Service; 交通行動服務) 和 AI 兩個重大的科技趨勢，以及環保意識的抬頭，汽車市場正面臨百年一次的大變革，汽車產業產生全新結構式的變化，如：車聯網與自動駕駛等新科技、電動車與新能源車的問世等。和泰在汽車業務的推動上，將繼續結合豐田母廠及關係企業，掌握產業未來動向，激發集團綜效，以持續改變、創新的精神，領航移動服務、落實行動主義，來面對嶄新的產業環境，鞏固集團在汽車業無可撼動的領導地位。2019 年經營方針以「CHANGE」為主軸，象徵勇敢改變 **think Amazing** 的態度！

方針項目	目標 / 做法
C limb the summit 挑戰販賣極限	- TOYOTA：打造品牌新魅力，全力助販國產車 - LEXUS：營造品味新體驗 - 商用車：增強通路販賣力
H ug your customer 提供驚艷服務	- TOYOTA：創意驚艷行銷 - LEXUS：提供 amazing experience - 商用車：發展堅強服務力
A ccelerate business growth 周邊加速成長	- 和潤：把握成長契機，積極開創新商機 - 和運：穩健鞏固本業，擴大共享經濟應用 - 車美仕：深化商品及車聯網技術，開拓全球市場 - 長源：強化通路及販賣力，並擴展價值鏈業務 - 產機：開拓周邊新商機，提升販賣服務效益 - 和通：關注經濟情勢與政策法規，穩健布局中國 - 和泰產險：創新商品及服務，提升保費市佔比 - 和泰聯網：運用集團資源，引領網路平台事業 - 和勁行銷：開發優質產品，拓展商品新通路
N on-stop evolution 進化永無止盡	- MaaS：提供移動相關之所有服務，滿足顧客移動需求 - 掌握新趨勢，大膽構思新應用，創造全新商業模式 - 新移動服務人才專業之培育及訓練
G enerate enterprise synergy 激發集團綜效	- 運用集團資源，串連 Value-chain，發揮 1+1>2 綜效 - 建立遵法體制，落實基本管理，強化公司治理 - 依循減少 Muda(浪費) 政策，提高工作及溝通效率 - 回饋社會，打造健康職場，善盡企業社會責任
E mbrace social responsibility 善盡企業社會責任	- 加強社會參與，提升社會關懷形象 - 強化綠色環保，成為全球 TOYOTA 集團的環保 No.1

銷售網絡與服務

和泰汽車銷售網絡

- 小型乘用車 - 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
- 商用車 - 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進行經銷

東南亞規模最大的汽車綜合園區

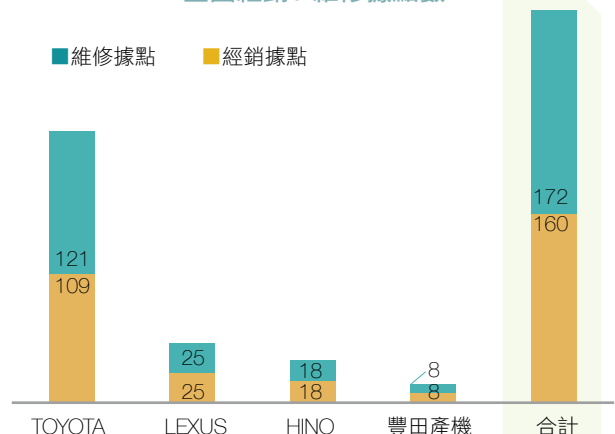
- 新莊綜合園區包括「小型車維修大樓」、「大型車維修大樓」、「研修大樓」三大部份。
- 配有先進、高效率的教育設備及各式教育訓練教室，以提供汽車維修及第一線銷售人員各項訓練設施及場亦提供學員清靜優雅的專用宿舍、餐廳及休閒、交誼等設施。每年教育訓練約 2800 人次參與。

完善高效的物流中心

- 楊梅物流中心作為零件倉庫和新車整備中心，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，包括教育場及道場，提供完整與專業的學習空間。

和泰汽車始終秉持「顧客第一」為核心，持續推動「Only for YOU」的顧客服務活動，以提供顧客最優質的服務；全國經銷據點共有 160 個，維修據點為 172 個；其中 TOYOTA 經銷據點共 109 個、維修據點為 121 個；LEXUS 經銷據點及維修據點各 25 個；HINO 經銷據點及維修據點各 18 個；豐田產機經銷據點及維修據點各 8 個，形成全台綿密的經銷服務網絡。

全國經銷 / 維修據點數



2018 永續亮點

經濟

18.36 元

2018 年度每股盈餘

前 5%

連續屆（第三～第五屆）公司治理評鑑

27.8%

小型車市場占有率

100%

新進人員反賄賂教育訓練

1st

2018 年新車銷售 120,766 台，為台灣第一

環境

207 萬公斤

2011 年起協助經銷商服務據點導入中央給油設備以來減量 2,958 萬機油瓶，共減少廢棄物之總重

100%

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

57 噸

使用環保水性漆塗料，2018 年減少之有機溶劑揮發性氣體的排放量

66%

能源效率標示在等級 2 以上之車型比率

42 噸

建置經銷商 R134a 冷媒回收機，2018 年之總回收量





員工與社會

1,865.36 公噸

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，2018 年已種植 18.5 萬棵樹，共減碳 1,865.36 公噸

0 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

73,000 套

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 2018 年總計捐贈超過 7 萬 3 千套，守護百萬小學生的安全

2,909 萬元

全台 TOYOTA 服務據點全面採購喜憨兒烘焙商品，2015-2018 採購金額合計 2,909 萬元

100%

2018 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

1



永續管理

Corporate Social
Responsibility

1.1 企業永續政策

和泰汽車為徹底落實永續經營之理念，經由董事會通過「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。

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。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。

落實推動 公司治理	· 避免從事不公平競爭之行為 · 確實履行納稅義務 · 反賄賂貪瀆 · 企業捐獻須符合內部作業程序
發展永續 環境	· 減少商品與服務之資源及能源消耗 · 妥善處理廢棄物 · 採用低耗能、綠能用品 · 使可再生資源達到最大限度之永續使用，如耗能用品的回收、再利用 · 增加商品與服務之效能 · 妥善與永續利用水資源
維護社會 公益	· 反歧視 · 提供員工安全與健康之工作環境 · 建立有效之職涯能力發展培訓計劃 · 與員工溝通對話 · 宜秉持對商品負責與行銷倫理，維護客戶權益 · 不得有欺騙、誤導、詐欺或任何其他其 - 他破壞客戶信任、損害客戶權益之行為 · 尊重並保護客戶之隱私權 · 評估採購行為對供應來源社區之環境與社會之影響，並與供應商合作，共同致力提升企業社會責任
加強企業社會 責任資訊揭露	· 經董事會決議通過之企業社會責任之治理機制、策略、政策及管理方針 · 落實推動公司治理、發展永續環境及維護社會公益等因素對公司營運與財務狀況所產生之風險與影響 · 公司為企業社會責任所擬定之履行目標及措施 · 企業社會責任之實施績效

1.2 企業社會責任委員會

為實踐企業社會責任，善盡企業公民之責，和泰汽車於 2018 年經董事會通過，設置企業社會責任委員會（下稱 CSR 委員會），直接隸屬於董事會，委員成員為和泰之董事及獨立董事，主要負責制定公司 CSR 發展策略以及各項活動之展開與監督。委員會一年召開兩次，透過定期會議的召開，訂定和泰年度 CSR 政策，以及檢視各項 CSR 議題方針執行情形，並向董事會報告。

委員會之總事務局為管理本部，主要負責 CSR 委員會召開事宜，及跨單位溝通協調。此外，針對每年的重大性議題進行判定及對應，並且蒐集各單位 CSR 議題運作成果，編寫和泰汽車企業社會責任報告書。

委員會的執行單位為旗下之三大事務局，分別是環境保護事務局、社會公益事務局及公司治理事務局，三大事務局之成員包括和泰環境管理委員會、TOYOTA 車輛部、LEXUS 車輛部、TOYOTA 售後行銷部、公關法務部等單位，依業務範疇隸屬於不同事務局。三大事務局主要負責擬定各項 CSR 專案方針與執行，並至委員會報告其進度與成果，藉由跨部門溝通及討論，整合公司資源，統籌各項議題之運作，使 CSR 落實於日常營運中。



1.3 重大性分析

永續議題蒐集

和泰汽車致力確保在未來永續發展所做的付出，都能夠專注於正確的方向並產生正面的結果。我們嘗試將各面向議題與長期的組織策略、風險和機會互相結合，來為主要利害關係人創造價值。在編撰報告書前置作業的永續議題蒐集上，我們遵循 GRI 準則（Standards）所建議之永續性脈絡。因此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，也突破既有規範的框架，同步考量到全球永續發展之風險／機會、利害關係人回饋、汽車產業特有趨勢與外部顧問專家建議之議題，一共歸納出五 5 大類、計 15 項與和泰汽車營運相關之永續議題。

永續營運	汽車產業	經濟面	環境面	社會面
公司治理與誠信經營	顧客管理與隱私保護	營運財務績效	環境政策與污染管理	人力資源管理
風險與危機管理	品牌管理與行銷	市場策略與公平交易	能源與水資源有效利用	人權與勞資溝通
永續價值鏈關係	產品品質與綠色服務			職業安全與健康
				職涯培訓與教育訓練
				社區參與／社會公益

利害關係人鑑別與溝通

和泰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，依據所提出之五大原則（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與和泰汽車營運的緊密程度。所鑑別出 6 個主要的利害關係人，依量化結果之重要程度排序為：經銷商、股東、員工、客戶、供應商、媒體。和泰汽車為了闡明如何回應主要利害關係人的期望與需求，建立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。

利害關係人身份	聯絡電話	e-mail
經銷商	+886-2-2506-2121#1835	emilyy@mail.hotaimotor.com.tw
股東	+886-2-2506-2121#1832	hsiao@mail.hotaimotor.com.tw
員工	+886-2-2506-2121#1835	emilyy@mail.hotaimotor.com.tw
客戶	TOYOTA 顧客服務中心免費專線：+88600-221-345 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： http://pressroom.hotaimotor.com.tw/zh/shareholder/feedback/fIOFUXWMm
供應商	+886-2-2506-2121#1835	emilyy@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	對和泰永續發展的意義或重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
經銷商	車輛受訂 / 販賣之推進，達成年計目標。 經銷商關係維繫及顧客車輛問題獲得解決。 新進人員的專業知識有效傳承及培育 / 儲備優秀人才，協助一線販賣。 透過綜合遵法體制遵法查核，控管違法風險。 落實法遵之公司治理與實踐企業社會責任。	公司治理與誠信經營	問卷現地查核 會議線上課程	每年一次 不定時	1. 針對查核之缺失，提供改善建議交由受查者擬定改善計畫 2. 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 3. 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。	1. 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 2. 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
		營運財務績效	每月營收公告 每季財務報告 年度財務報告 官網投資人關係專頁	不定時	1. 定期對外說明本公司營運成果 2. 即時揭露公司重要財務業務資訊	依法完成各項財務業務資訊之揭露
		品牌管理與行銷	販賣會議 EVENT 說明會	不定時	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 2. 提供市場近況之統整，並確立販賣重點方向	1. 年計目標順利達成 2. 階段性販賣重點之達成
股東	股東權益極大化。 將公司意見確實反映在修法草案上，維護公司及股東權益。	營運財務績效	股東大會法人說明會 官網投資人關係專頁	每年一次 不定期	1. 向股東報告營運狀況、股利政策等 2. 配合每季財報公告向投資人營運概況及未來展望 3. 即時揭露公司重要財務業務資訊	1. 維護公司合理股價 2. 適時回應投資人需求，建立良好關係
		市場策略與公平交易	年報、CSR 報告書、重大訊息公告、法人說明會	每年一次 不定期	1. 針對法規草案重大影響議題反映修法意見，進行修法協商 2. 就法案修正內容提出統一且具有共識的意見	1. 修法單位對於所提意見部分採納 2. 達成同業間修法條件共識
		顧客管理與隱私保護	年報、CSR 報告書 官網	每年一次 不定期	1. 說明隱私權政策 2. 揭露完整顧客關係管理活動及成果 3. 說明資安委員會運作情形	完整揭露顧客管理及顧客隱私保護政策

利害關係人	對和泰永續發展的意義或重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
員工	強化員工溝通，凝聚員工向心力。 重視男女平權與支持職場多元化。 針對各階人員進行人才培訓計畫。 提升企業形象。 公司與員工共同回饋社會塑造公益形象。	人力資源管理	員工意見信箱 員工滿意度調查勞資會議 發文	每兩年一次 每季一次	1. 依員工提案進行評估 2. 依滿意度低分項目進行訪談及改善 3. 配合法令修訂進行全員宣導	持續與員工保持良好溝通及互動，促進勞資和諧 提升員工滿意度
		職涯培訓與教育訓練	各階必修各層級選修課層	不定期	1. 定期 / 不定期舉辦員工職能強化課程 2. 透過職能發展中心評鑑，讓員工與主管皆可瞭解晉升所需職能程度及未來改善方向	落實「適才適所」及「人盡其才」
		品牌管理與行銷	電視 / 平面廣告 / 新聞稿 和泰園地 公益活動	不定期	1. 透過新聞稿及定期發行之和泰園地傳遞公司內 / 外部的最新訊息 2. 針對和泰社會公益主題舉辦各類活動，並鼓勵員工參與志工活動	使員工了解公司品牌價值
客戶	品牌的潛在顧客與既有客戶，直接影響品牌營收與獲利。 重視顧客聲音，顧客滿意第一。	顧客管理與隱私保護	問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期	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
		品牌管理與行銷	顧客關係活動 電視 / 平面廣告	不定期	1. 於新車上市時，針對目標客群進行全媒體廣宣溝通 2. 提供更具有魅力的來店禮 / 活動，吸引既有顧客回店賞車。	成功創造話題，有效吸引目標客群來店賞車及試乘
		營運財務績效	每月營收公告 每季財務報告 年度財務報告 官網投資人關係專頁	不定時	1. 定期對外說明本公司營運成果 2. 即時揭露公司重要財務業務資訊	依法完成各項財務業務資訊之揭露

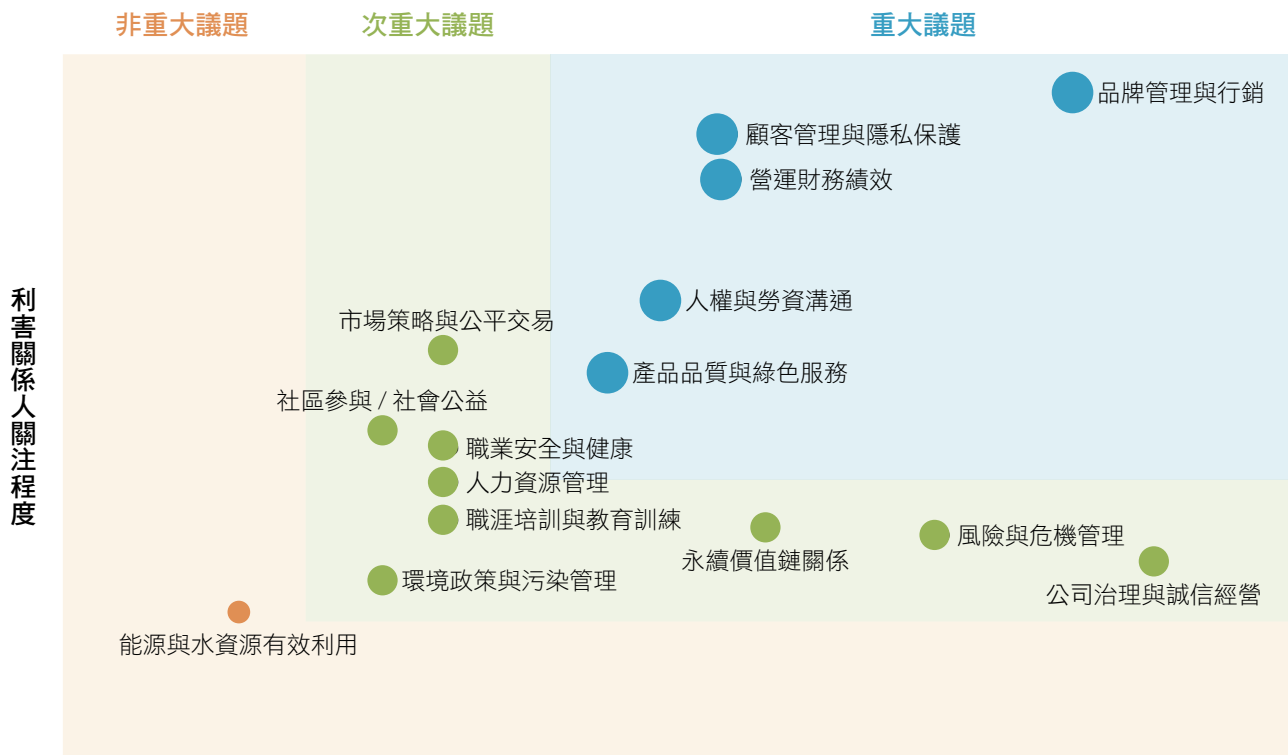
利害關係人	對和泰永續發展的意義或重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
供應商	授權和泰代理 TOYOTA&LEXUS&HINO。適時供給和泰販售以符合市場端之國產車輛需求。TOYOTA 亞洲代理商零件作業改善之檢核評價。提供環保產品，降低對環境之汙染。	永續價值鏈關係	契約條文 產銷三方會議 電子來函	不定期 每月一次 每年一次	1. 針對少量車型生產效率進行優化 2. 針對月度生產台數進行討論，確保販賣與生產之需求皆能兼顧 3. 定期現場評鑑並協助經銷商零件改善（DPOK）：即時供應率、庫存月數、SOPH（BO 訂料管理看板）、倉儲管理等。	1. 與供應商維繫良好關係。 2. 確保月度生產台數與市場需求 / 年計目標達成相符 3. 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。
		品牌管理與行銷	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
		營運財務績效	每月營收公告 每季財務報告 年度財務報告 官網投資人關係專頁	不定時	1. 定期對外說明本公司營運成果 2. 即時揭露公司重要財務業務資訊	依法完成各項財務業務資訊之揭露
媒體	擴散新車與活動訊息，創造話題。扮演好企業及品牌對外溝通的重要橋樑。	品牌管理與行銷	新聞稿 記者發表會 媒體新車試乘活動 廣宣活動	不定期	1. 以新聞稿向媒體溝通新車上市訊息 2. 針對重點新車舉辦記者會。 3. 舉辦新車媒體試乘活動，讓媒體能直接體驗以增加對商品的了解。 4. 社會公益活動之訊息露出	1. 有效吸引目標客群來店賞車及試乘。 2. 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。
		顧客管理與隱私保護	年度報告書 CSR 報告書 官網	每年一次 不定期	1. 說明隱私政策 2. 揭露完整顧客關係管理活動及成果 3. 說明資安委員會運作情形	完整揭露顧客管理及顧客隱私保護政策
		人權與勞資溝通	官方網站 年度報告書、CSR 報告書 新聞稿	不定期	1. 說明公司人權政策及各項福利政策 2. 說明人員訓練發展計畫 3. 說明退休政策	完整揭露人權及勞資溝通相關政策

判別重大議題與考量面邊界

和泰汽車每年透過電子問卷的方式，調查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與和泰之利害關係身份勾選之。問卷調查期間為 2019 年 1 月至 2019 年 2 月，總計共回收 80 份有效問卷。考量到和泰汽車決定本報告書欲揭露之重大議題，必須一併納入「利害關係人關注程度」與「對公司營運之衝擊程度」兩項因子。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，報告書編撰小組依照業務特性分成 7 個小組，各小組以公司整體的立場來評估各議題風險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，決定出 5 項和泰汽車 2018 年的重大性議題，9 項為次重大議題，1 項為非重大議題。重大議題與次重大議題共可對應 GRI 準則的 27 個主題，經濟面有 5 個、環境面有 7 個、社會面有 15 個。共 14 項的重大與次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、增加顧客忠誠度、拓展新商機、降低商譽風險、增加員工向心力、發揮社會影響力共 7 個要素，辨別出各重大議題與和泰汽車營運之關連。

此外，為了瞭解各項財務與非財務之間的連結性，我們進一步調查各永續議題彼此的因果關係，同時做為未來制訂績效指標與衡量營運價值之參考。調查方式以 CSR 7 個小組為單位，各組分別討論各單一議題對其他所有議題，是否可帶來正面之影響。依據 7 個小組所認定之相關性進行統計，當有超過 4 個小組的同仁認為具有正面之影響，即認定為有高度相關，達 3 個小組則為中度相關。

對和泰營運的衝擊程度



面向	重大與 次重大議題	對應 GRI 準則主題	對和泰汽車營運的意義						
			●：高度相關、▲中度相關						
			A	B	C	D	E	F	G
永續經營	公司治理與誠信經營	反貪腐、公共政策、反競爭行為、人權評估、					●		●
	風險與危機管理	社會經濟法規遵循		●			●		
	永續價值鏈關係	供應商環境評估、供應商社會評估、結社自由 與團體協商、強迫與強制勞動	●	●					
汽車產業	顧客管理與隱私保護	顧客健康安全、行銷與標示、客戶隱私、社會 經濟法規遵循、物料、排放、廢汙水和廢棄物	▲		●		●		
	品牌管理與行銷		●		●	●	▲		
	產品品質與綠色服務		▲		▲	▲	▲		●
經濟面	營運財務績效	經濟績效	▲	●			▲		
	市場策略與公平交易	反競爭行為、社會經濟法規遵循	▲		▲		●		▲
環境面	環境政策與污染管理	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	人力資源管理	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、強迫與強制勞動、當地社區						●	▲
	人權與勞資溝通						▲	●	●
	職業安全與健康						▲	●	▲
	職涯培訓與教育訓練							●	
	社區參與 / 社會公益								●

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：找尋商業機會，擴展銷售與服務市場範圍。

E：降低因商譽衝擊可能帶來的營運風險。

F：增加員工對公司的向心力，增進營運效率。

G：發揮對社會正面的影響力，促進社會和諧與共融。

將對應出之 27 個 GRI 主題，經由報告書編撰小組成員逐一評量，辨別每個主題在和泰汽車、子公司與價值鏈伙伴（供應商、經銷商、使用者）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	價值鏈邊界												
	重大主題	和泰汽車	子公司			主要供應商			經銷商				終端使用者	
			和潤	和運	和展	和泰產物保險	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	●			●				▲				V	
	市場地位	●												
	間接經濟衝擊	●												
	反貪腐	●											V	
	反競爭行為	●				●							V	
環境面	物料								▲					
	能源													▲
	水												V	
	排放												V	▲
	廢汙水和廢棄物								▲				V	▲
	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	●				●			▲				V	
	職業安全衛生	●				●			▲				V	
	訓練與教育	●				●			▲				V	
	員工多元化與平等機會	●				●							V	
	不歧視	●				●								
	結社自由與團體協商	●				●								
	強迫或強制勞動	●				●			▲				V	
	人權評估	●				●								
	當地社區	●				●								
	供應商社會評估	●												
	公共政策	●												
	顧客健康與安全	●				●			▲				V	▲
	行銷與標示	●				●			▲				V	▲
客戶隱私	●				●			▲				V	▲	
	社會經濟法規遵循	●				●			▲				V	

涉入程度：直接●、促成▲、商業關係V

重大議題管理方針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），來進行相關性的鑑別。目前所鑑別出可對應之相關永續目標有 SDG5、6、7、8、9、10、12、13、14、15、16、17，共 12 個目標。在鑑別的過程中，和泰也同時發現，當 SDG 對營運產生的風險程度越高，也同時可以為營運帶來更多機會點，兩者具有正相關。因此我們承諾，未來將會把與和泰汽車相關之全球永續發展目標，致力降低風險並轉化為機會，納入公司企業社會責任發展的核心策略與願景之中。

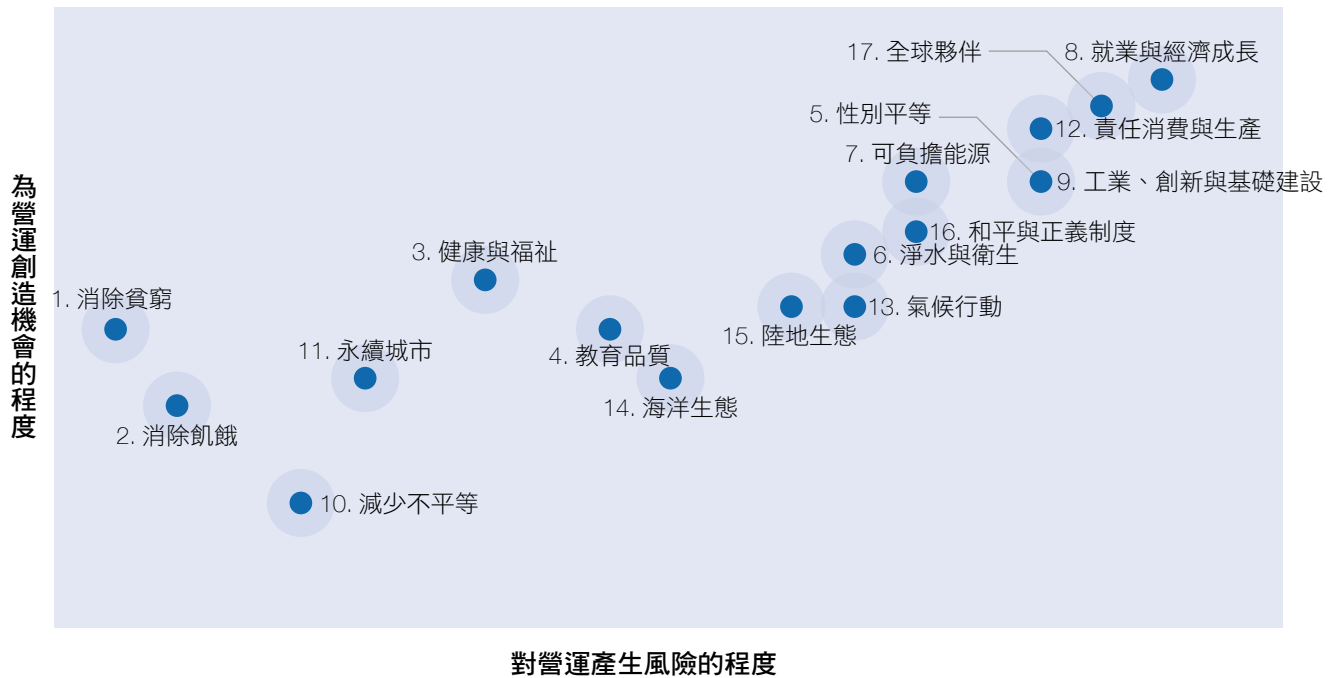
面向	重大議題	對應 SDGs	與營運相關	管理方針	KPI	短期目標	中期目標	長期目標
環境面	環境政策與污染管理	   	降低商譽風險 發揮社會影響力	落實 ISO14001 環境管理系統與綠能意識推廣。	通過 ISO 14001 驗證之經銷商據點	100%	100%	100%
	能源與水資源有效利用	    	降低成本 降低商譽風險 發揮社會影響力	達成日日本 Toyota 之環境 6 大挑戰 - 車輛生命週期零排放、最小量及優化用水。	經銷商本社總量及據點節電、節水量占全年用量	1%	1%	1%

面向	重大議題	對應 SDGs	與營運相關	管理方針	KPI	短期目標	中期目標	長期目標
社會面	人力資源管理	 	增加員工向心力 發揮社會影響力	落實薪資管理，提升企業薪資競爭力；擴大增才管道，進行集團聯合徵才。	提高和泰知名度	參與校園徵才： 校園博覽會 3 場 校園說明會 5 場	提昇人員工作效率	營造高績效團隊
	人權與勞資溝通	  	降低商譽風險 增加員工向心力 發揮社會影響力	考量員工權益，即時調整相關制度，定期召開勞資會議	勞工申訴案件數	0	0	0
	職業安全與健康		降低商譽風險 增加員工向心力 發揮社會影響力	遵循職安法規，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。	1. 四大計畫之持續執行，風險分級管理、關懷及追蹤 2. ISO 45001 之驗證	1. 依照同仁健康之主要健康和工作相關的問題，每年規劃 6 場以上的健康講座 2. 2019 第四季前取得	持續通過 ISO45001 之認證，並運用系統方式，良好的落實職業安全衛生之業務	提供安全、健康、舒適的工作環境
	職涯培訓與教育訓練		增加員工向心力	依據各層級人員之職能要求，規劃相關培育機制及安排適合之教育訓練課程以協助人員職涯發展。	1. 訓練場次 2. 訓練參加人次	1. 110 場 2. 2,150 人	結合教育訓練、在職訓練及自主學習協助各級人員職能發展	完備人才培育機制，達成培養企業組織之使命、願景集中、長期目標與策略所需之人才
	社區參與 / 社會公益	  	發揮社會影響力	以「取之於社會，用之於社會」的信念推展公益事業。	1. 志工參與率 2. 投入金額	1. 集團大型公益活動 (3 場 / 年)、各公司平均志工服務時數 1.5hr 2. 稅後淨利 1% 投入社會公益	1. 提升集團自主舉辦公益 / 志工活動之行動力 2. 稅後淨利 1% 投入社會公益	1. 提升企業形象、增加顧客好感度、為集團吸引優秀人才 2. 稅後淨利 1% 投入社會公益

面向	重大議題	對應 SDGs	與營運相關	管理方針	KPI	短期目標	中期目標	長期目標
經濟面	公司治理與誠信經營	  	降低商譽風險 發揮社會影響力	各事業體遵循關係企業管理運作辦法，以健全的營運建立長遠的互信關係，對於不誠信行為採取零容忍政策。	1. 公司治理評鑑排 2. 定期召開法說會	1. 上市公司前5% 2. 每季至少一次	持續提升公司治理文化	成為公司治理標竿企業
	風險與危機管理		降低成本 降低商譽風險	違法零容忍政策，深化全員遵法意識傳達法律遵循重要性及概，並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。	違法缺失率	0	0	0
	永續價值鏈關係	  	增加營收 降低成本	致力於正確且順暢地供應符合顧客需求之產品，並與經銷商成為長期且緊密的合作夥伴。	1. TSM 合格率 2. 零件供應率	1. 提昇 TSM 合格率 2. 零件供應率 97.8%	1. 持續提昇 TSM 合格率 2. 持續提升零件供應率	1. 全體 TSM 合格率 100% 2. 持續提升零件供應率
	顧客管理與隱私保護		增加營收 增加顧客忠誠度 降低商譽風險	服務廠個資神秘客稽核，確保同仁之作業程序及個資意識符合個資法及公司程序要求，預防違反個資法之情事發生。	1. 準時交車率 2. 顧客掌握率 3. 顧客滿意度 (CSI)	1. 持續提昇準時交車率 2. 持續提升顧客掌握率 3. 持續提升顧客滿意度 "	持續提昇準時交車率、顧客掌握率及顧客滿意度	1. 準時交車率 90% 以上 2. 顧客掌握率達 77.5% 3. 穩定贏得台灣顧客滿意度調查 (國產五大品牌) 在地第一名 "

面向	重大議題	對應 SDGs	與營運相關	管理方針	KPI	短期目標	中期目標	長期目標
經濟面	品牌管理與行銷		增加營收 增加顧客忠誠度 拓展新商機 降低商譽風險	販賣商品符合法規要求，並傳達品牌多元、活力形象，滿足顧客對新車活動及訊息之需求。	品牌認知度提升	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	成為領導品牌 (市佔率 No.1)	成為領導品牌 (市佔率 No.1) 提升客戶對品牌忠誠度
	產品品質與綠色服務	  	增加營收 增加顧客忠誠度 拓展新商機 降低商譽風險 發揮社會影響力	確保提供顧客高品質的車輛與使用安全。	1. 新車 MIS 不良點數 2. 90 天 /150 天解決率 3. 召修完成率	1. 新車 MIS(Month in service) 不良點數 < 30 2. 90 天解決率 >90%、150 天解決率 >100% 3. 召修完成率 100%"	持續進行 EDER(Early detection early resolution) 車輛品質改善活動	持續提升車輛品質，確保提供顧客高品質的車輛
	營運財務績效		增加營收 降低成本 降低商譽風險	財務報告忠實反映營運財務績效	財務報告無重大不實表達	帳務確實	財務透明揭露	遵循法規
	市場策略與公平交易		增加營收 增加顧客忠誠度 降低商譽風險 發揮社會影響力	遵循原廠政策，發展符合在地之市場策略，全員思維 Level Up，激發 Amazing DNA。	違反公平交易規範之事件數	0	0	0

SDGs 風險與機會之相關性



1.4 外部組織參與獲獎

外部組織名稱	職務
財團法人商業發展研究院	常務董事
台北市汽車代理商業同業公會	常務理事
台灣企業永續研訓中心	理事
中華民國工商協進會 (交通運輸研究委員會)	委員
國家文化總會	會員
中華民國三三企業交流會	會員
台北市進出口商業同業公會	會員
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

2018 年獲獎記錄

榮譽	說明	頒獎單位	
和泰汽車獲「公司治理評鑑」 排名前 5%	 連續 2 年	臺灣證券交易所與櫃買中心	
和泰汽車獲 2018 年 「TCSA 台灣企業永續獎」	 連續 3 年獲獎	台灣企業永續研訓中心	
和泰汽車獲 2018 年 BSI 「永續傑出獎」	 首度 獲此殊榮	BSI 國際永續標準管理年會	
和泰汽車獲壹週刊 「服務第壹大獎」第一名	 第 10 度 獲獎	壹週刊	
和泰汽車獲工商時報 「2018 臺灣服務業大評鑑」金獎	 連續 5 年獲獎	工商時報	
和泰汽車獲 2018 年 「國家人才發展獎」	 首度 獲此殊榮	勞動部	
TOYOTA AURIS 榮獲「2018 年度風雲車」及 「一般品牌風雲車」 Lexus UX 榮獲 「2018 豪華品牌休旅風雲車」	 首度 獲此殊榮	Ucar	

2



感動客戶

Customer Services

和泰汽車秉持著「從心出發」的精神，從賞車、銷售，到售後的維修，在整體的流程服務上，提供最優質且值得信賴的服務，以創造超越客戶期待的感動服務為目標，打造在地第一的品牌。

2.1 樂在 TOYOTA

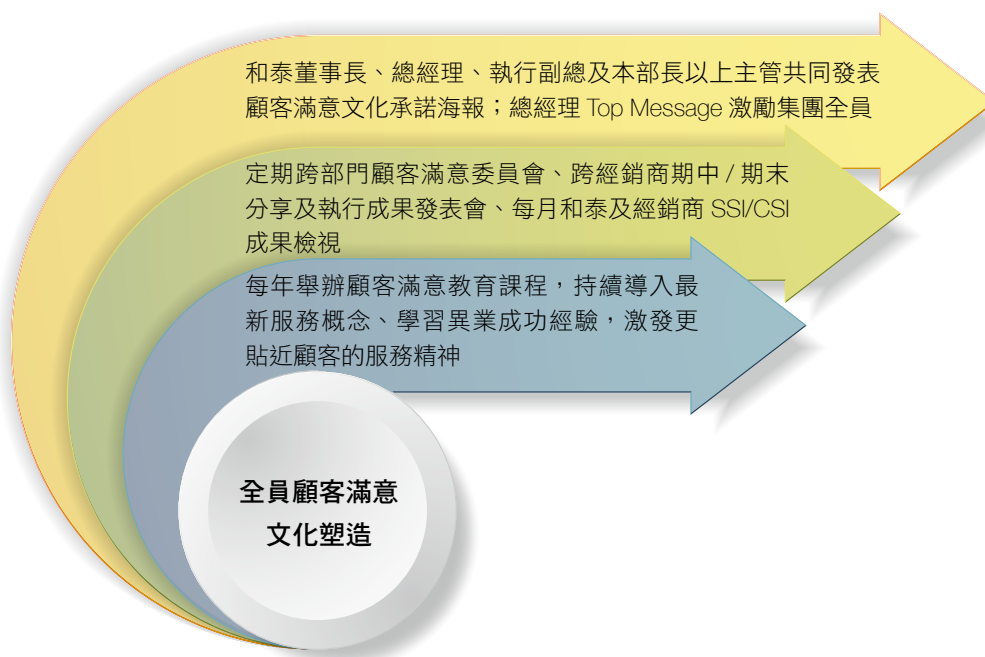
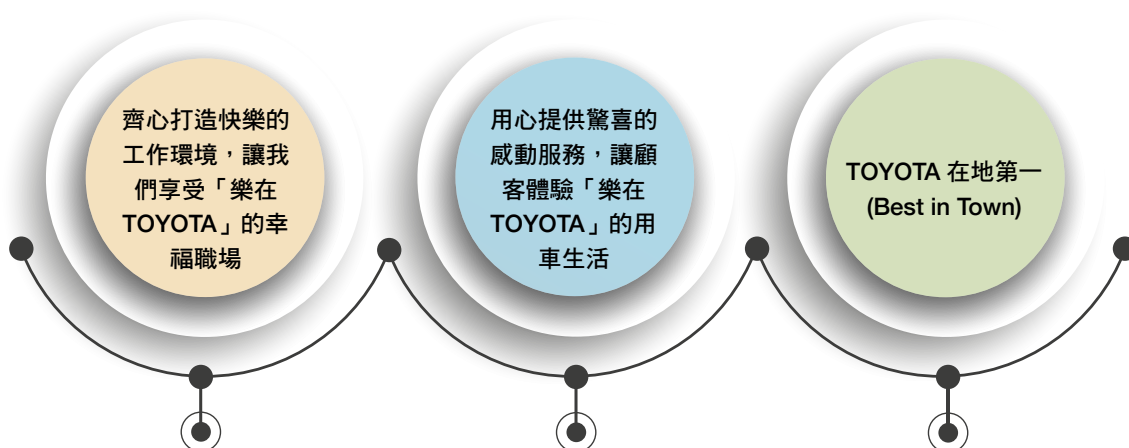
「人」是服務的重要關鍵。唯有滿意的員工，才能提供顧客良好深刻的互動體驗。「樂在 TOYOTA」即以員工滿意為基礎，透過公司內的獎勵制度、服務文化塑造及軟硬體提升等方式，讓員工樂在 TOYOTA，更進一步讓顧客也樂在 TOYOTA，形成「員工滿意」推升「顧客滿意」，進一步鞏固「顧客忠

誠度」的正向循環。

在員工方面，和泰汽車提出「齊心打造快樂的工作環境，讓我們享受樂在 TOYOTA 的幸福職場」。和泰及各 TOYOTA 經銷商，檢視販賣人員、售後服務人員及總公司員工需求後，推出多種包括工作生活平衡、健康促進、軟硬體設施改善及薪資福利提升等作法，將員工視為寶貴的資產。

在顧客方面，則以「用心提供驚喜的感動服務，讓顧客體驗樂在 TOYOTA 的用車生活」為主題，從營業場所質感氣氛提升、不定期舉辦在地感動服務活動等，讓受邀的鄰近社區車主，或蒞臨營業場所的顧客，對 TOYOTA 品牌產生感性的情感連結，充滿驚喜、感動。

樂在 TOYOTA 進程



接續自 2014 年的全員顧客滿意文化主軸「Only for YOU」，「樂在 TOYOTA」於 2017 年由黃董事長、蘇總經理率領各本部之本部長共同發表。在高層的強力支持下，透過定期舉行之顧客滿意委員會、經銷商期中及期末分享會中，檢視集團樂在 TOYOTA 的活動成果。



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「樂在 TOYOTA」的服務理念，打造「顧客第一」的服務目標，以顧客的權益為前提，讓顧客與 TOYOTA 每一次的接觸，都充滿溫馨與感動。和泰汽車領先同業，於 2005 年全面導入顧客服務專業資訊系統，使和泰汽車與經銷商之資訊同步化，以有效追蹤及控管顧客意見之處理情況。我們也設置「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，確實將每位顧客的意見進行檢視與改善。在 2016 年，TOYOTA 顧客服務中心通過 ISO 10002 國際驗證，2017 年導入「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，透過系統性管理流程，持續強化顧客服務品質，拉近與顧客的距離。



2018 年 VOC 來源統計

VOC* 來源	TOYOTA**	LEXUS	HINO	執行單位
電話	68%	86%	89%	TOYOTA 及 LEXUS：顧客服務單位
官網 (網路 + 文字客服)	28%	5%	3%	HINO：商用車服務行銷室
電訪、郵訪問卷	3%	9%	8%	TOYOTA：委託外部單位進行 (電訪為經銷商執行) LEXUS：委託外部單位進行 HINO：委託外部單位進行

* VOC：Voice of Customer，顧客的聲音

** TOYOTA 數據未達 100%，尚包含“其他”，如信函、親訪等

顧客意見回饋管道

為維繫良好的顧客關係，我們不僅傾聽顧客的聲音，也相當重視顧客的回饋意見，顧客可透過 0800 24 小時免付費電話、官網、電話訪問、問卷、APP 等多元管道，回饋相關意見，透過這些管道做好與顧客間雙向溝通與關懷。

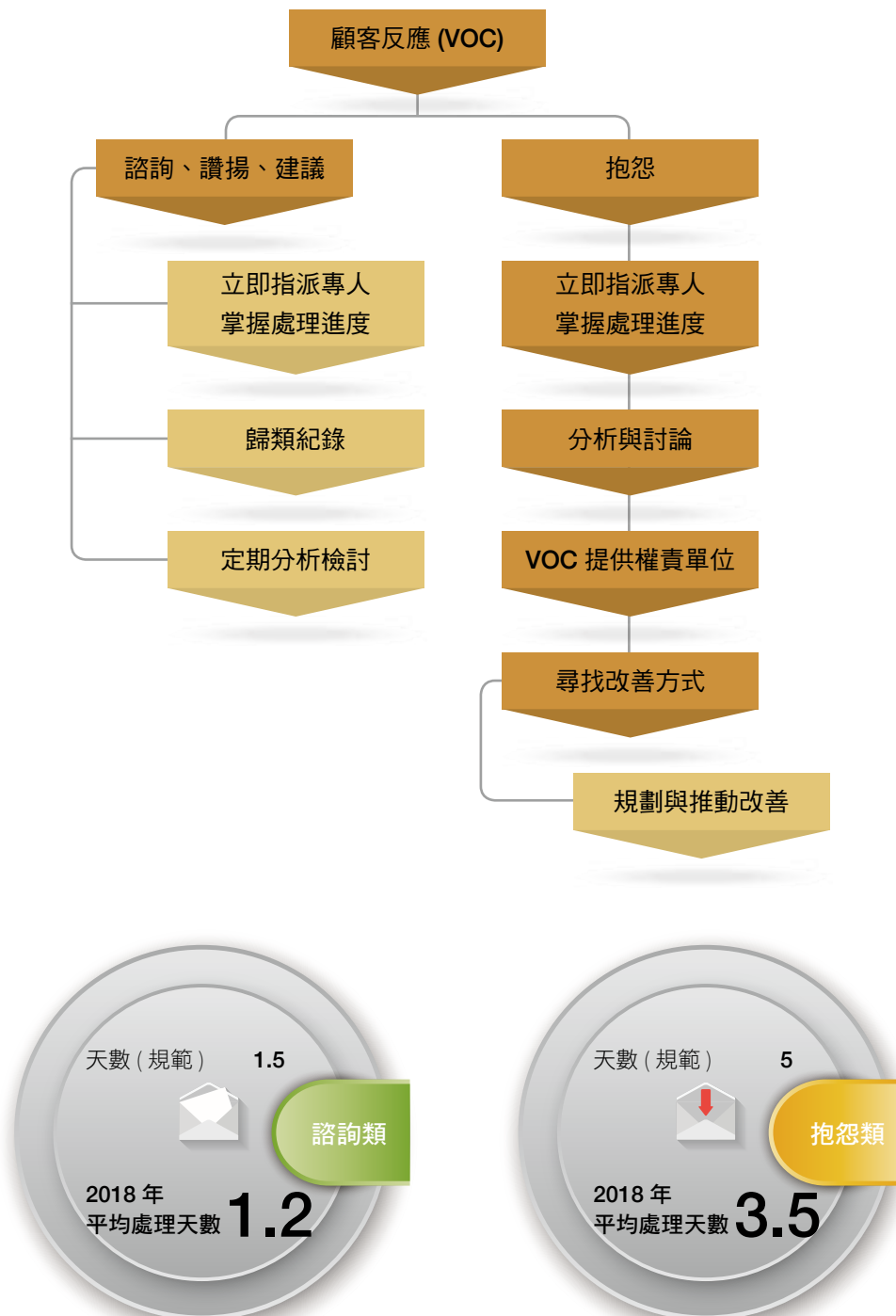
顧客意見回饋管道

顧客服務中心 0800 24 小時 免付費服務電話	TOYOTA	LEXUS	HINO
	0800-221-345	0800-036-036	0800-522-567
官網	www.toyota.com.tw	www.lexus.com.tw	www.hino.com.tw
電話訪問	● 全數撥打 ● 針對新車交車及入廠保養維修之車主	● 全數撥打 ● SSI 對象：交車滿 7 日車主 ● CSI 對象：結帳出廠滿 3 日車主	● 每月抽樣 ● SSI 對象：3.49T 新車第一次滿 1,000 公里回廠定保車主 (每月抽樣 100 件) ● CSI 對象：每月回廠顧客 (每月抽樣 300 件)
問卷	● 一年四次，每次隨機抽樣 ● 新車交車車主 (每次抽樣 8,000 件) ● 入廠保養維修車主 (每次抽樣 15,000 件)	● 每月不定期抽樣 ● SSI 對象：新車交車 6 個月內車主 (每次抽樣 1,000 件) ● CSI 對象：結帳出廠 3 個月內車主 (每次抽樣 2,000 件)	● 以網路問卷調查全數回廠顧客滿意度 ● SSI 對象：未滿 6 個月新車 ● CSI 對象：車齡 6 個月以上、且回廠保修顧客
App	All-in-One 行車生活服務 App 「驅動城市」	All-in-One 行車生活服務 App 「LEXUS Plus」	LINE@「HINO 商用車」

SSI：Sales Satisfaction Index、CSI：Customer Service Index

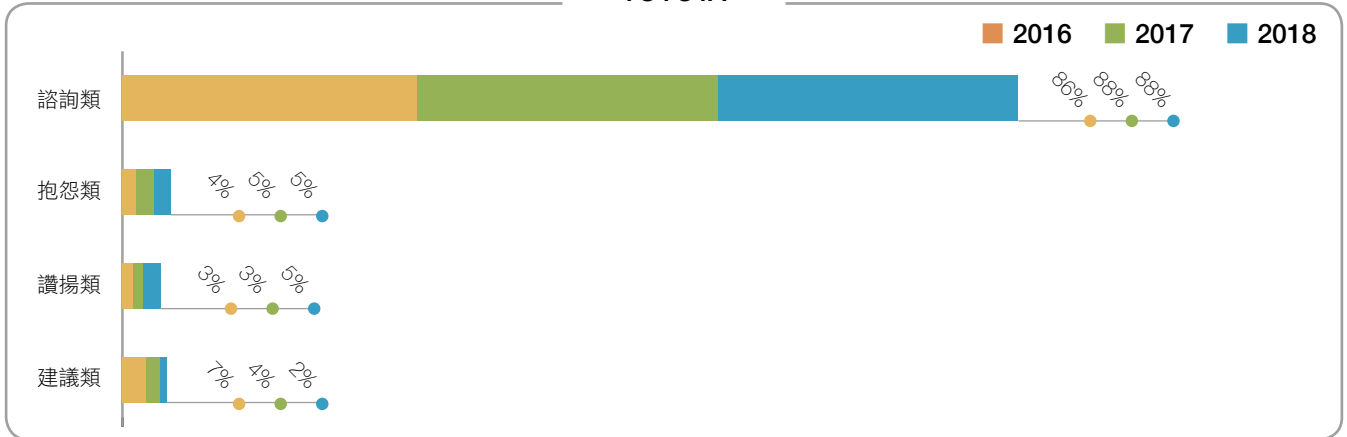
顧客反應處理

每一個客戶的聲音都是我們改進的動力，和泰汽車透過標準化的服務流程，將客戶的反應區分為諮詢、抱怨、讚揚、建議等四大類別，並且針對反應內容，交由權責單位研究及討論，並進一步規劃與改善。所有的客訴案件均有專責的客服主管妥善處理顧客意見，確保顧客滿意，也從顧客的建議中學習，強化服務品質。

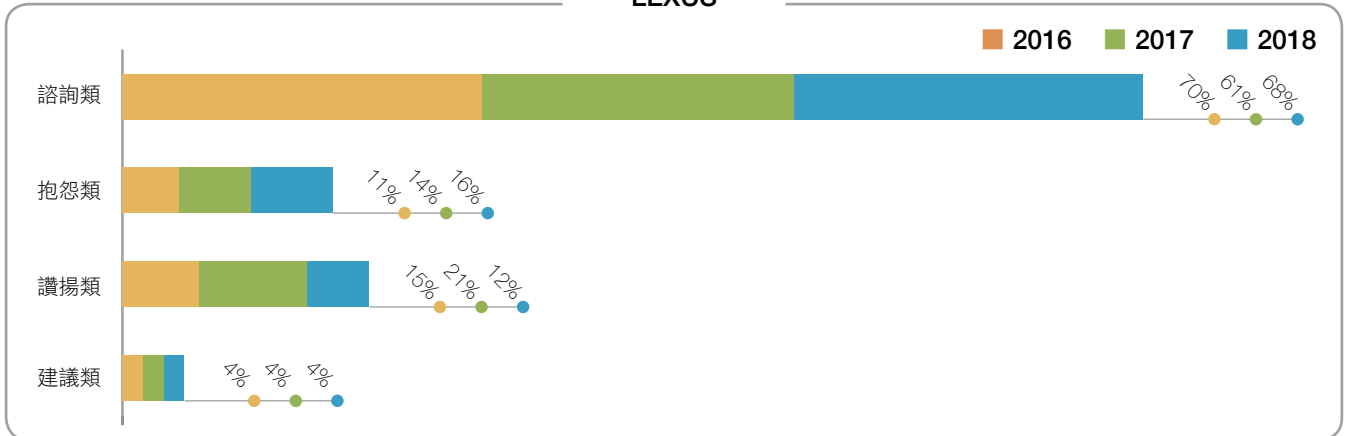


顧客反應類別之比例

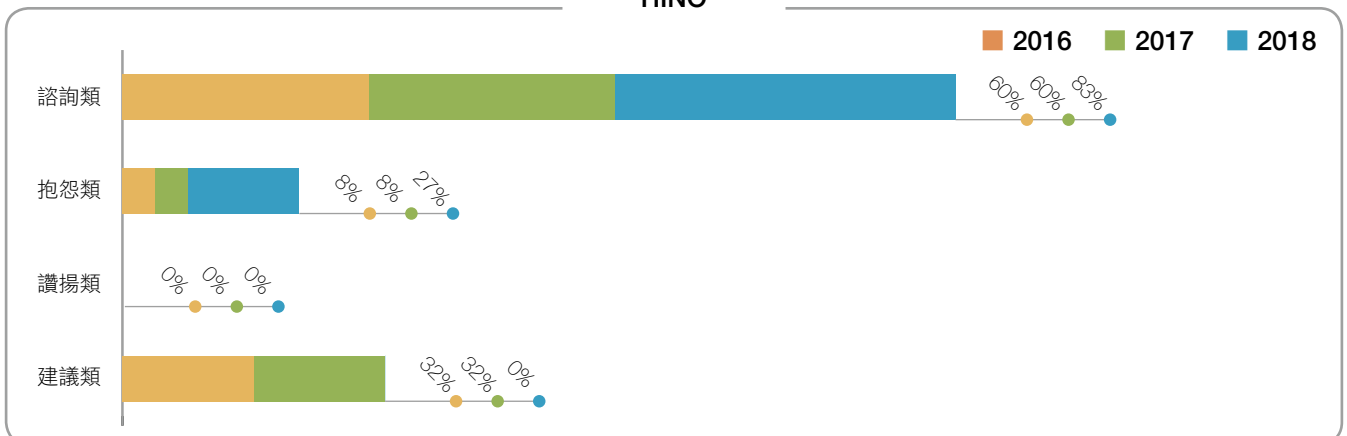
TOYOTA



LEXUS



HINO



行動化服務 - 「驅動城市」和「LEXUS Plus」

和泰汽車積極致力於提供便捷安全的行車體驗，2013 年即領先同業，首創「驅動城市」和「LEXUS Plus」服務，完整支援九大行車功能，強調「行車生活 All-in-One」概念。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，大幅提升廣大車主在養護車輛上的便利性。初期每年下載量均超過 50 萬，近年因用戶高評價推薦，下載量及驗證量已飽和並穩定成長，2018 年透過 App 功能優化，並結合異業活動，提供車主更多加值服務，深耕服務，拉高心占率。



2.2.2 顧客隱私權與關係維護

保護顧客隱私權

和泰汽車為保障客戶隱私，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。此外，為保障顧客線上隱私，官方網站同步遵循「個人資料保護法」，以保護顧客隱私權。

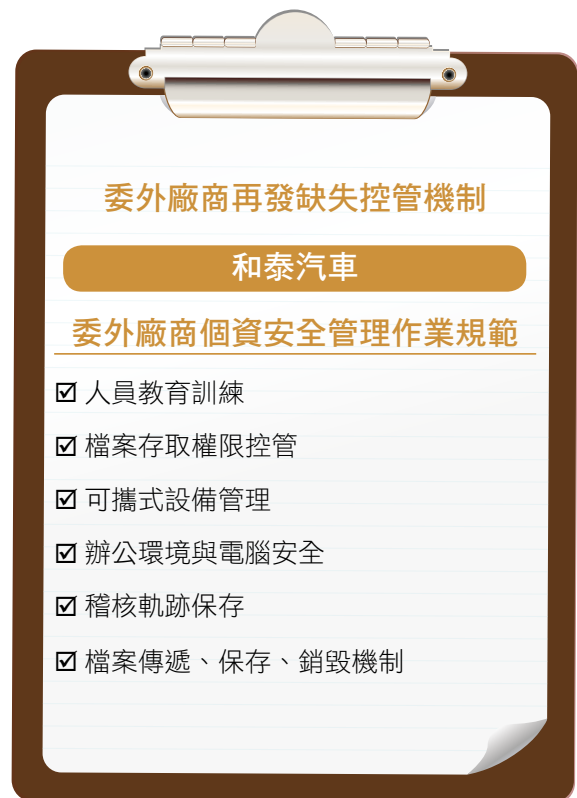


為完善保護顧客個資，和泰汽車個資事務局每年定期進行個資教育訓練及個資侵害演練。教育訓練以教材搭配測驗確保同仁個資意識 (時數約 2 小時)，受訓對象為全體同仁。

個資教育訓練	2017	2018	2019
人數 (人)	467	474	497
涵蓋率 (%)	100	100	100

在委外廠商方面自 2015 年起即建立委外廠商個資防護規範，要求廠商遵循，且自 2016 年開始，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，於 2018 年建立委外廠商再發缺失控管機制，設有委外廠商個資安全管理作業規範及分級廠商個資防護能力，供權責單位作為遴選廠商參考。在據點一線同仁方面，於 2018 年為確保據點一線同仁之作業程序及個資意識符合個資法及公司程序要求，由稽核人員佯裝為車主，至 TOYOTA 服務廠提出個資需求，稽核一線同仁之作業程序及個資意識，並透過經銷商針對不合規同仁進行個資再教育，及持續不定期抽查，覆核同仁改善情況。透過上述機制，確保委外廠商及一線同仁妥善防護車主個資，預防違反個資法之情事發生。

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 年起執行惡意郵件攻擊模擬演練，並針對集團全體同仁進行教育訓練，及進一步著手建立惡意郵件通報及對應機制，強化同仁對惡意郵件的警覺性，聯手阻斷惡意郵件攻擊。未來將導入自動攔截服務，參照全球威脅情資，立即阻擋詐騙、病毒等內容，加強資訊安全。



顧客關係維護

台灣車市已進入以換購為主的成熟市場，隨著選擇越來越多，消費者期待也越來越高，現今汽車產業已進化為服務產業，與顧客建立密切的關係，贏得顧客的信賴，才是汽車產業的重要根基。為強化與顧客的連結，我們舉辦多元化的顧客關係活動，希望從生活中貼近顧客，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「+think Amazing」的專業服務與熱忱。

TOYOTA

交車關懷

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。

保有車主用車關懷

針對 TOYOTA 車主進行用車、續保、保養維護等訊息溝通。

顧客關係活動

和泰與經銷商不定期舉辦多元類型車主活動。

LEXUS

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。

HINO

販賣人員

交車後 3 日內致電顧客：

- 關懷用車情形

販賣主管

交車後 7 日內致電顧客：

- 關懷用車情形
- 了解交車執行狀況
- 勸誘千公里首次回廠定保

主動召回

在重視顧客安全與保障顧客權益下，我們所賣出的汽車與零組件皆經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。

2018 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，和泰汽車始終秉持誠實、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	HINO 車系	影響台數
ALTIS, YARIS, VIOS, ALPHARD 乘客側氣囊召回	115,939	LC500h HV ECU 程式更新召回	20	車速感知器安全性 召回改正 (HINO FR/FS/ RN/SH/SR 車型)	946
SIENNA 電動滑門線組	199	NX RX SRS 氣囊感知器 召回	2,195		
ALPHARD 煞車控制 ECU 程式更新	140	RCF、GSF、LC500EL 高壓燃油泵召回	102		
ALPHARD 氣囊感知器	302	CT200h 油箱召回	285		
PRIUS、PHV 引擎線束磨損	4,259	IS、ES 前乘客座 SRS 氣囊感知器召回	7,183		

2.2.3 顧客滿意度調查

和泰汽車始終秉持「顧客第一」，從新車販賣到售後服務，每一個流程與細節，我們都努力把關，致力提供最好的服務。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。

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。和泰汽車長期以來重視服務的用心與表現，已十度榮獲壹週刊「服務第壹大獎」第一名的肯定。

和泰汽車透過多樣化的顧客滿意度調查（包括電訪、郵訪等），將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，提升顧客滿意度。多年來亦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，期許同仁樂在 TOYOTA，以同理心出發並獲得顧客的信賴與肯定，維持 TOYOTA 在地第一的地位。

品牌	調查方式	2014	2015	2016	2017	2018	2019 目標
TOYOTA	SSI 電訪 (成績)	97.2	97.7	97.6	97.0	97.0	97.0
	CSI 電訪 (成績)	97.4	97.2	97.2	96.2	96.0	97.0
LEXUS	郵訪 -SSI(落實度)	97.1%	97.3%	97.7%	98.3%	98.6%	95%
	郵訪 -CSI(落實度)	98.5%	98.4%	98.6%	98.2%	98.9%	95%
	郵訪 -SSI(滿意度)	977	983	984	985	987	980
	郵訪 -CSI(滿意度)	971	980	977	975	982	975
HINO	CSI- 電訪	95.3	94.9	94.9%	95.4	95.6	94
	SSI- 電訪	-	92	92.3%	93.4	93.3	-

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。

● CSI 電訪 (成績)：整體 TOYOTA 服務廠之滿意度分數平均。

二、LEXUS

● 電訪：整體 LEXUS 營業所 / 服務廠之作業落實度分數平均。

● 郵訪：整體 LEXUS 營業所 / 服務廠之顧客滿意度分數平均，滿分為 1000 分。

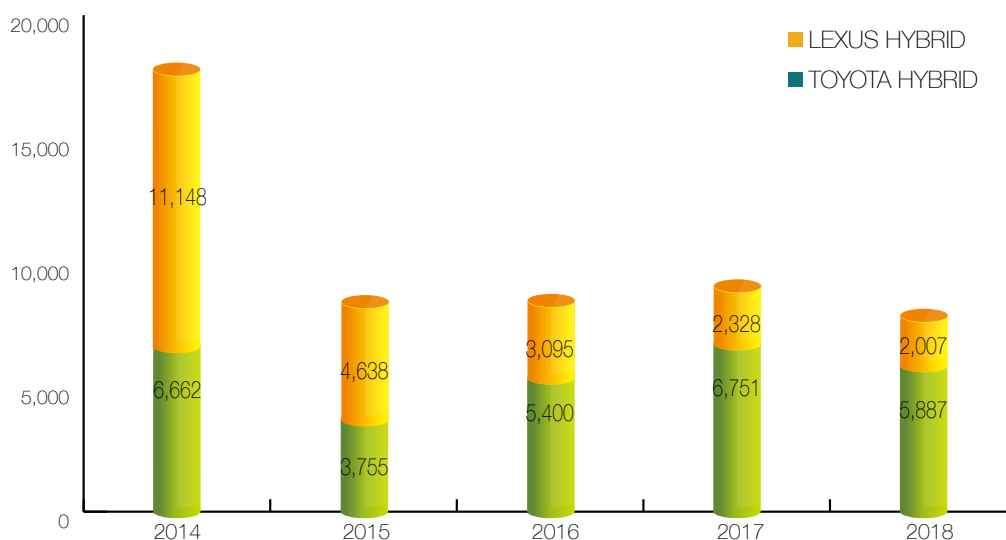
三、HINO：SSI、CSI 透過電訪。

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。

2014~2018 年小型乘用車 Hybrid 銷售量

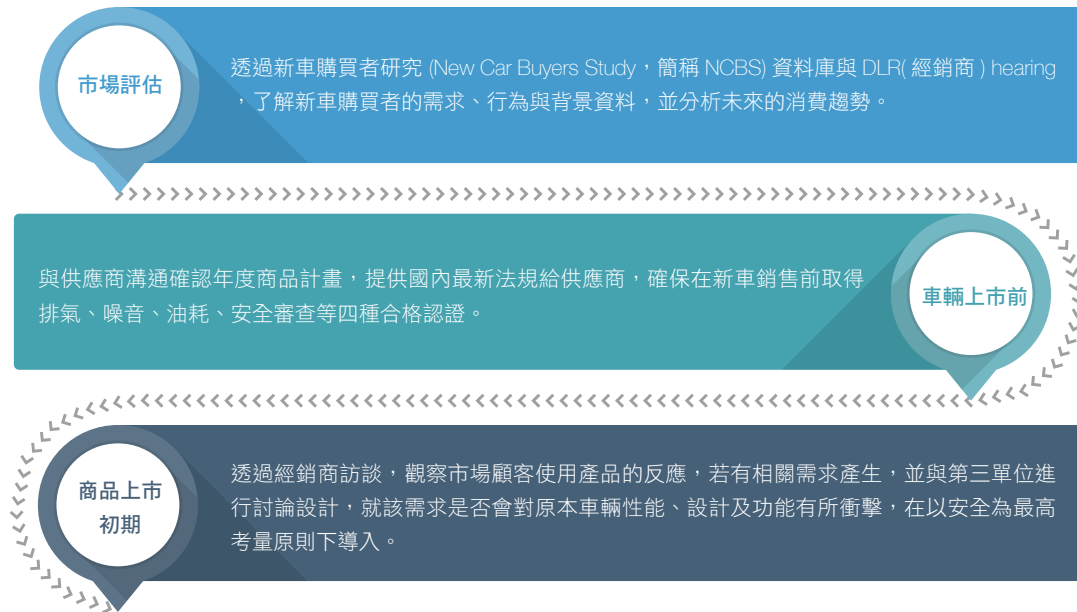


說明：2015 年與 2016 年因政府油電補助取消，同時汽油價格處於低點，不利於油電混合車量銷售；

2018 下降原因主係因為部分油電車款為改款末期所致。

註：2014~2018 年 HINO Hybrid 車款銷量共銷售 231 台

產品導入評估流程



2.3.2 提升產品安全性能

和泰汽車將人身安全放在首位, 人人安全、無交通事故傷亡的社會就是我們的目標, 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, 提供最完善的主被動全方位安全防護。

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

- TOYOT 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) 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，國產車部分，小型車銷售冠軍 Vios 及 Yaris 全車系皆標配 VSC/TRC/HAC，並於高階等級導入 7SRS 安全氣囊；進口車部分，更於新世代運動掀背車 Auris 與全新 Camry 上，全車系標配 TSS 系統、7 SRS 氣囊、高剛性車體（最高採用 1,500MPa 等級超剛強度鋼材），全方位守護車輛與乘員安全。

LEXUS

- 以豪華車著稱的 LEXUS，其肅靜性與安全始終備受肯定。截至 2019 年，已針對全車系導入 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，以提升道路行駕的人車安全。

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，並加裝視野補助裝置及左右轉警報系統，強化車輛運行安全性，巴士方面，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，確保新車的品質，以提供顧客零缺點的新車品質為目標，取得顧客的信賴與滿意。



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

● 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。

● 建立標準化作業流程 (SOP)

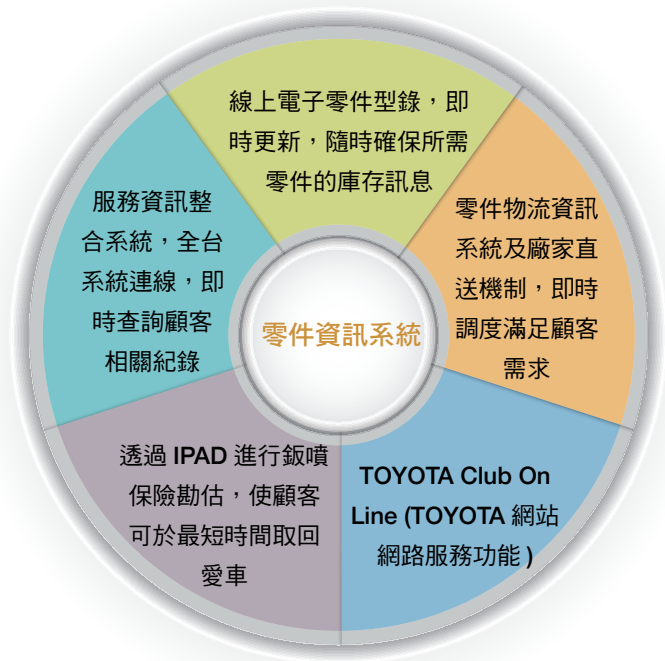
- 不管是進口車新車入港，或是國產車新車下線，從「車輛整備」到「運輸物流」的每一道過程及環節，都有標準的品質驗收機制。以確保每一輛新車，從工廠到整備中心，到各經銷商之營業據點，最後交付到車主手上，均能保持完美無瑕疵。

● 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

和泰汽車以豐田生產管理系統 (TOYOTA Production System, TPS) 的精神與做法，建置集團的零件供應管理，藉由零件資訊系統提供之精確資訊，在全台共有 172 個綿密的服務維修據點提供最完整的零件供應服務。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 97.8%，達成年度目標。



項目	2014	2015	2016	2017	2018	2019 目標
採購總單數	17,542	19,777	22,237	23,298	24,796	-
銷貨總金額 (仟元)	9,429,414	10,068,152	10,936,157	11,392,832	11,826,772	-
零件供應率 (%)	97.9	97.9	98.1	97.6	97.8	97.8
配送點總數	171	172	172	174	172	-

零件供應率定義：經銷商發注訂單，可立即出貨的比率；公式：出貨點數 / 訂貨點數 = 出貨點數 / (出貨點數 + 缺貨點數 + 取消點數)

和泰汽車定期採購所售車系之零組件、用品及耗材，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，以即時因應顧客需求。



全台 29 條配送路線，高頻度高密度

3



最佳夥伴

Partner

和泰汽車感謝走過 70 個年頭來，一直並肩與我們合作的夥伴，也給予我們最大的協助。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、提供高品質及高配合度的供應商，都是我們一起打拼的夥伴。和泰汽車將持續投入熱情、努力不懈，共同創造感動員工、股東、經銷商與顧客的服務。

3.1 經銷商管理

和泰汽車與經銷商攜手打造了台灣車市的高市占率，和泰汽車也挹注資源培養經銷商，以共同致力提供顧客最好的服務，攜手共創品牌價值。

3.1.1 乘用車經銷商

1986 年初，和泰汽車規劃 TOYOTA 小型車銷售體制，由 8 大經銷商專業經營販售車輛及維修服務業務，現已建立上百處之經銷及維修據點，並長期獨得市占率第一的榮耀。

為提供顧客一致的優良服務品質與水準，針對經銷商定期實施年度各項施策評價，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與確認服務標準作業流程 (SOP) 之執行狀況等。除進行管理外，也適時提供必要的輔導與支援，與經銷商攜手永續經營。

乘用車經銷商教育訓練

針對經銷商我們提供完整的一系列的訓練，課程包括服務教育、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，經銷商人員並須接受認證及通過檢核。而針對售後服務的部分，訓練課程分為「技術」與「管理」兩大類，和泰為此成立教育編輯室，針對經銷商的車輛維修技術與服務接待等面向進行分級教育訓練，並培育經銷商內部講師，以持續提升技術及服務能力。



小型乘用車教育訓練

		2014	2015	2016	2017	2018(T)	2018(L)
梯次	技術類	60	90	60	76	71	27
	管理類	27	52	62	61	54	14
人數	技術類	639	1083	791	936	921	253
	管理類	462	705	1026	934	1,138	180
經銷商教育訓練投入金額		4,441,900	6,371,940	6,254,880	8,764,500	7,662,300	2,907,700

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 2018 年 Toyota 與 Lexus 教育訓練分別規劃及實施，相關資訊予以分列。

大型商用車教育訓練

		2016	2017	2018
梯次	技術類	21	23	20
	管理類	3	3	1
人數	技術類	345	357	331
	管理類	33	31	12
經銷商教育訓練投入金額		1,782,600	2,021,900	1,846,500

* 因應組織調整僅揭露三年資訊

乘用車感動服務活動

為使顧客能感受到不同以往的感動服務，自 2017 年起舉搭配節日性的感動服務方式，對於服務廠與顧客互動上，建立良好的評價與感動服務形象。2018 年 TOYOTA 為擴大感動服務活動，讓顧客感受到與以往不同的新體驗，特別結合樂高教育活動及 TOYOTA 專屬樂高積木小車，讓車主感受不同以往的樂趣體驗。



積木小車抽獎活動

主要對象為來廠有費定保顧客，以往來廠定保只是定保，2018 年 4~6 月舉辦活動，讓顧客在來廠保養時還能參加抽獎，獎品為樂高積木專屬 TOYOTA 客製化小車，將樂高積木拼成 TOYOTA 車，讓得獎顧客能夠享受樂高積木的娛樂性及特殊性，希望車主能感受到 TOYOTA 的用心。

樂高電動車教育活動

下半年度 7~9 月舉辦 - 樂高電動車教育活動，與台灣樂高教育總代理 - 貝登堡合作課程規劃採用樂高教育 4C 教學流程 (連結、建構、反思、延續) 透過組裝步驟使用樂高積木組裝出電動車模型，介紹車子爬坡及加速，使學員了解齒輪比特性的動機。活動組裝之電動車成品可於活動，結束後帶回，具豐富教育性和趣味性。部份的活動報名費，我們捐給公益團體，車主在體驗教育課程同時，也與 TOYOTA 一起做公益。

此外，LEXUS 提供新車車主個人化的感動交車服務，讓顧客體驗 LEXUS 的貼心，並於部分據點導入 Pepper 機器人，替客休室帶來活潑、創新的氛圍。為提供更優質的服務，更針對優異的服務人員 - 「LEXUS 之星」公開表揚，增進同仁的榮譽感並提升服務氛圍。

3.1.2 商用車經銷商

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，提供顧客一體式解決方案 (Total Solution)，並有全台巡迴服務車隊 12 台，執行到府服務，充份體貼顧客的便利性，與顧客共同打拼，成為顧客最佳事業夥伴，為持續提供顧客滿意的服務而努力。



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。



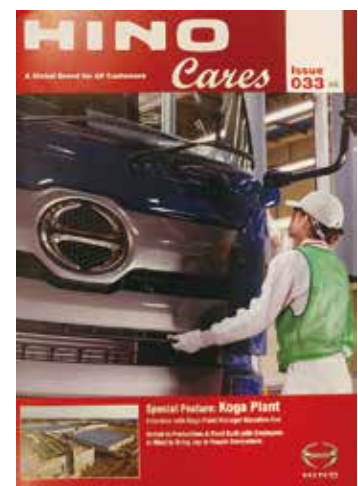
試乘車導入

針對顧客廣泛使用的 3.49T 車型，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認識，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。



商用車感動服務活動

環境保護 ~ 省油駕駛教育

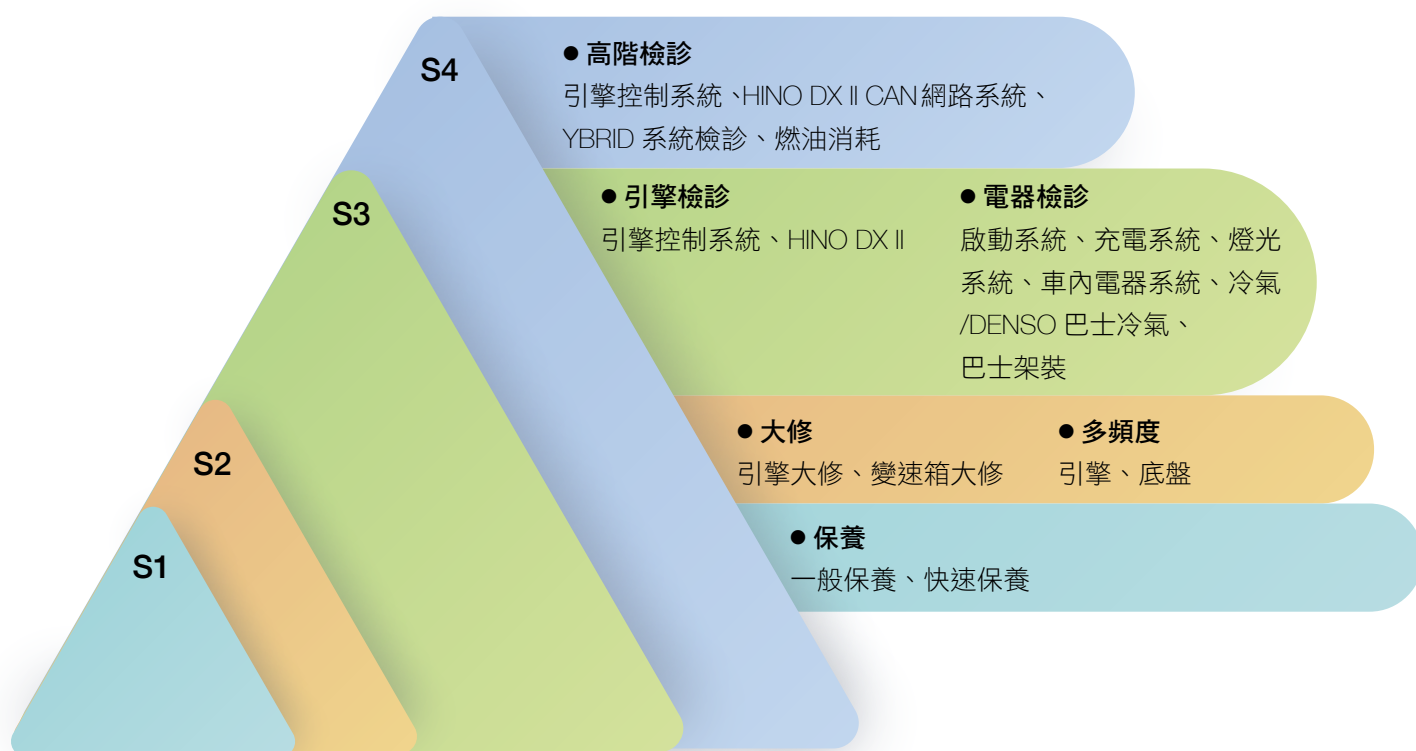
考量商用車為營業用交通工具，累計里程快速，若可讓駕駛掌握駕駛技巧，不僅可讓商用車的性能發揮到極致，也可保持良好的油耗。如此一來除了對環境有幫助外，更可為車主節省成本。自 2008 年以來陸續為大口客戶（如車隊等）及一般客戶舉辦省油技巧講座，2018 年共舉辦了 183 場講座，參加人次達 1,951 人，近五年參與人次累計 6,818 人次。



	2014	2015	2016	2017	2018
省油技巧講座場次	82	76	102	162	150
參與人次	1,172	1,002	1,178	1,515	1,563

商用車售後服務教育訓練

因應商用車之用途，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，以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，2018 年共針對 344 人次實施教育訓練。



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均提供人力及支援器材，投入全國技能競賽，鼓勵年輕學子投入此產業。



3.1.3 經銷商技術與服務教育訓練

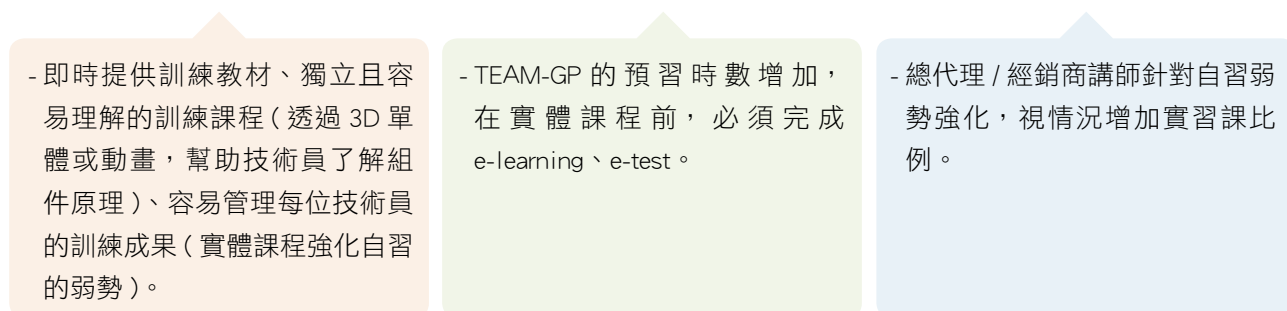
和泰汽車深信唯有貼心並訓練有素質的服務人員，在設備良好的服務廠工作，才能提供使顧客滿意的高品質服務；而服務人員將顧客的用車經驗回饋給豐田自動車株式會社（TMC），這對 TMC 在設計和製造高品質車輛方面是不可或缺的。因此，所有的服務人員不僅有責任提供一流的售後服務，而且也要協助 TMC 生產一流品質的車輛。因此日本 TOYOTA 針對服務人員開發了服務人員教育訓練計劃，以加強一線人員的專業能力和顧客關懷的技巧，以更貼近客戶，提供更優質的服務。



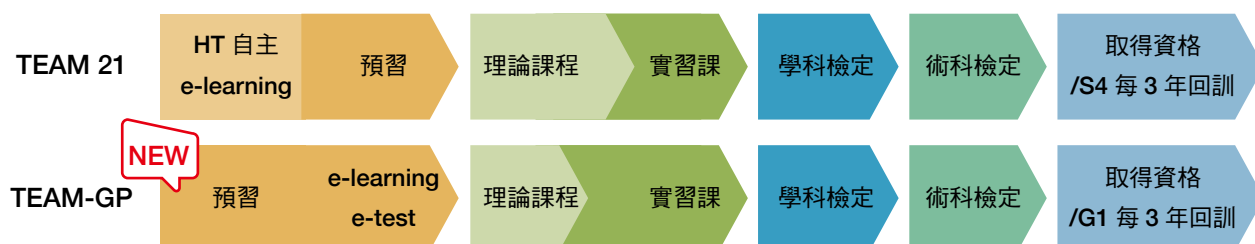
TEAM 21 (Toyota Education for Automotive Mastery in the 21st century) 為 TOYOTA 養成一般整備技術員技術服務的教育訓練和檢定系統，可分為主要的教育訓練課程（多頻度服務教育訓練和檢診教育訓練）與回訓課程二種，目標在建立一個高效率的教育訓練體制和高效能的服務運作。

和泰汽車規劃於 2019 年 6 月前開始進行 TEAM-GP(Toyota Education And Management system-Global Program) 技術人員轉換教育，之後每年轉換一個等級，預計 2022 年全部轉換完成，將使得各服務廠技術人員之教育訓練更加健全完善。

TEAM-GP 優勢



TEAM21 與 TEAM-GP 訓練流程比較



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教育訓練和檢定系統可分為主要的教育課程和回訓課程二種
- 教育課程則有多頻度服務教育訓練、檢診教育訓練和回訓教育訓練
- TEAM 21 共分四個檢定等級，其中檢診技術員又細分為三個科目，故 TEAM21 共有六種合格技術員

B&P TEAM- 板噴
(Toyota TEA System for Body & Paint Technicians)

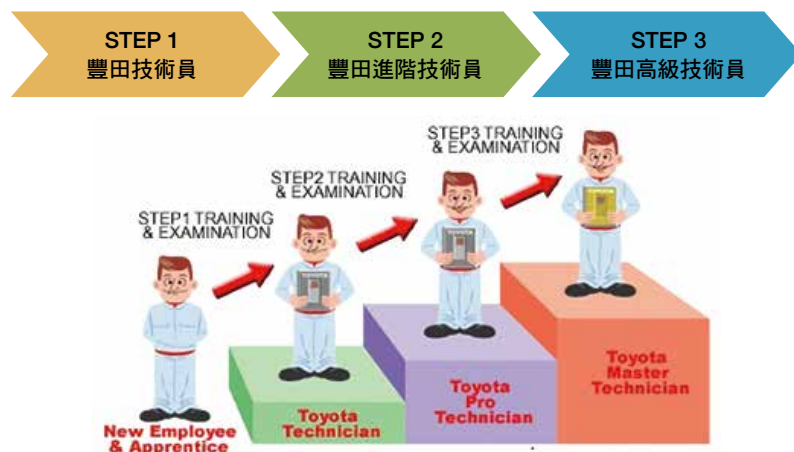
- 板噴教育體制從 1997 年開始推行，並採用分工教育制度，培養經銷商講師人才，主要目的在藉由分工教育快速反應第一線基本教育需求，以及透過和泰深化高階教育，所有學員在完成教育課程後，需依據其受訓內容安排在職訓練（On Job Training, OJT），強化課後學習效果

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，這些保養和維修含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。	

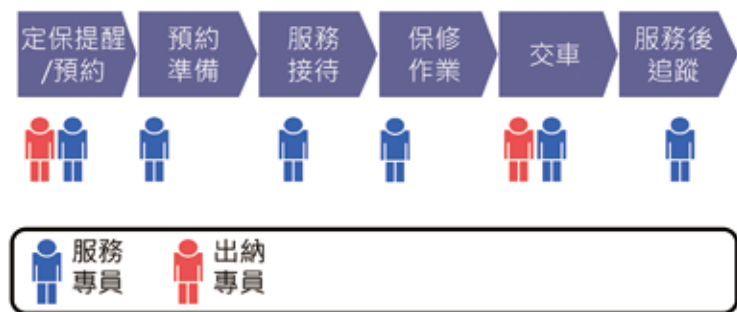
板噴教育體制從 1997 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現，和泰配合板噴的新教材導入計畫，將板噴教育體制書增修，期許藉由此更完善的教育體制來精確掌握與有效提升技術人員的專業知識與技術，並進而提高服務廠的生產力與顧客滿意度，共同創造經銷商與總代理持續成長的售後服務收益。

板噴教育體制



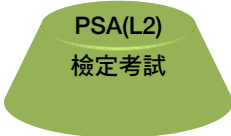
此外，TOYOTA 服務教育訓練也包含服務專員的「服務專員教育體制」(Toyota Service Advisor Program, TSAP)，服務專員教育體制從 1991 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現。為了配合 TMC 全球一致的導入計畫，和泰在 2018 年 1 月正式導入 TSA21 教育體制，希望藉由這個全新的

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、顧客抱怨處理與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，並依據工作職掌將服務專員及出納專員二個職種的服務人員納入 TSA21 教育中。



TSA21 教育所涵蓋之服務人員

服務專員教育體制

教育體制	類別	教育目的說明
Level 3 定義為職能強化教育，強化重大抱怨處理及問題改善能力，與計劃管理能力。 	行政管理	◆職能強化 1) 強化重大抱怨處理及問題改善能力 2) 強化工作計畫流程管理能力
Level 2 為服務流程之強化教育，與顧客接觸的服務人員須參加板噴估價教育。 	進階教育	◆BP 估價職能強化 彌補專員 BP 估價職能不足 ◆專業能力強化 商品銷售及抱怨處理能力
Level 1 立基教育，所有與顧客接觸的服務人員都需參加教育。 	基礎教育	◆基本知識 與顧客接觸之服務人員需接受之基礎教育

售後服務人員教育訓練時數與受訓統計

	2015			2016			2017			2018(T)			2018(L)		
	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	總時數	平均時數	通過率
服務專員	12,440	17.6	97%	14,616	15.4	98%	15,800	16.9	98%	17,228	15.1	93%	4,064	20.3	99%
一般整備技術員	22,280	28.1	91%	20,800	33.2	91%	22,416	34.5	87%	17,536	26.2	89%	7,856	38.1	86%
板金技術員	3,144	27.3	90%	2,352	28.0	95%	4,936	33.4	98%	3,728	30.6	94%	824	35.8	76%
塗裝技術員	4,464	25.7	89%	3,216	31.5	91%	4,600	33.1	92%	4,144	31.9	90%	912	38	81%
商用車技術員	11,680	28.7	72%	13,128	34.8	88%	13,408	34.6	77%	13,432	39.2	80%	-	-	-
合計 / 平均	54,008	25.5	88%	54,112	28.6	93%	61,160	30.5	90%	56,068	28.6	89%	13,656	30.1	86%

因應 2018 年 Toyota 與 Lexus 教育訓練分別規劃及實施，相關資訊予以分列。

售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額

	開課時數（小時）					投入金額（新台幣元）				
	2015	2016	2017	2018(T)	2018(L)	2015	2016	2017	2018(T)	2018(L)
服務專員	920	936	936	932	280	1,461,560	1,735,820	1,998,000	2,447,600	638,200
一般整備技術員	1,352	1,200	1,236	1,024	752	2,500,680	2,482,660	2,984,500	2,353,300	1,351,100
板金技術員	432	384	696	568	136	1,147,900	869,400	2,010,000	1,412,800	460,000
塗裝技術員	680	488	712	624	144	1,261,800	1,167,000	1,772,000	1,448,600	458,400
商用車技術員	816	840	888	832		1,584,200	1,782,600	2,021,900	1,846,500	-
合計	4,200	3,848	4,468	3,980	1312	7,956,140	8,037,480	10,786,400	9,508,800	2,907,700

因應 2018 年 Toyota 與 Lexus 教育訓練分別規劃及實施，相關資訊予以分列。

經銷商所長與副所長訓練課程內容

對象	2015	2016	2017	2018	2019
所長	● 引領幸福新思維 ● 經驗傳承與人才培育 ● 滿意度：94%	● 人際關係、業務改善 ● 社群趨勢經營 ● 滿意度：94%	● 新媒體工具運用 ● 銷售流程優化說明 ● 滿意度：95%	● E 化 管 理 與 管 理 APP 使用說明 ● 團隊領導與激勵 ● 滿意度：96%	● 導入主管職能評鑑制度 ● 透過評鑑制度規劃主管職能補強教育
副所長	● 目標管理與達成 ● 部屬管理與領導 ● 滿意度：93%	● 決策及目標共識建立 ● 團隊運作與執行 ● 滿意度：94%	● 高績效領導團隊 ● 從人際風格談選才與團隊領導 ● 滿意度：95%	● 管理 APP 使用說明 ● 五感體驗提升展間服務 ● 滿意度：95%	

3.1.4 經銷商環保績效

和泰汽車用心呵護地球，且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，為地球盡一份心力。並且持續進行環境保護方面的投入，善盡企業社會責任。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，目前全台 174 個據點（含 Toyota、Lexus 及 HINO 維修 / 經銷據點、PDS 中心、板噴中心）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

2018 年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為 3.05×10^8 百萬焦耳。為有效管理能源的耗用，和泰 2018 年起建置環管資訊系統，透過組織運作、最小化風險及數據登錄等管理架構，協助經銷商推行與管理環管業務，目前經銷商系統使用率及建檔率已達 100%。經銷商依其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，擬定環境管理方案。2018 年推動經銷商逐步停止烤漆爐燃燒重油與潤滑油，改用柴油及天然氣，故二品項用量分別較前一年減少 100% 及 83%。

八大經銷商能資源耗用量

能資源種類	耗用單位	2014	2015	2016	2017	2018
汽油	公升	1,061,504	997,528	769,143	881,683	845,047
柴油	公升	226,873	428,732	428,193	444,897	813,536
重油	公升	361,091	320,645	293,118	69,400	0
潤滑油	公升	326,588	377,746	331,340	392,935	64,692
天然氣	立方米	-	-	-	186,563	426,023
液化石油氣	公升	52	165	36	44	16
電力	度	54,866,158	58,315,531	59,126,108	57,526,190	64,433,256

註：2018 年起新納入 Lexus 數據。

溫室氣體減量

八大經銷商各項能源使用產生的溫室氣體排放量以電力為最大宗，占 88%。在 2018 年設定溫室氣體減量目標為 1%，以去年相同數據基準比較，Toyota 其排放量較去年減少 4,110 噸，實際減量成效超過目標達 14%。經銷商溫室氣體減量方式包括停止燃燒重油及潤滑油、裝設定時自動控制裝置、汰換老舊空壓機及冷氣空調設備、及加裝變頻裝置於烤漆爐及空壓機等，其中停止燃燒重油的政策也使得溫室氣體排放量減少 530 噸。

八大經銷商溫室氣體排放量

能源種類	排放量單位	2014	2015	2016	2017	2018
汽油	公噸二氧化碳當量	2,402	2,258	1,741	1,995	1,912
柴油		591	1,117	1,116	1,159	2,120
重油		1,123	998	912	216	0
潤滑油		962	1,113	976	1,158	191
天然氣		-	-	-	351	801
液化石油氣		0.091	0.288	0.063	0.077	0.028
電力		28,421	30,616	31,337	31,870	35,696

註 1：範疇二排放為電力使用，係數為 0.519(2013)、0.518(2014)、0.525(2015)、0.530(2016)、0.554(2017、2018) 公斤二氧化碳當量 / 度。

排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。

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。

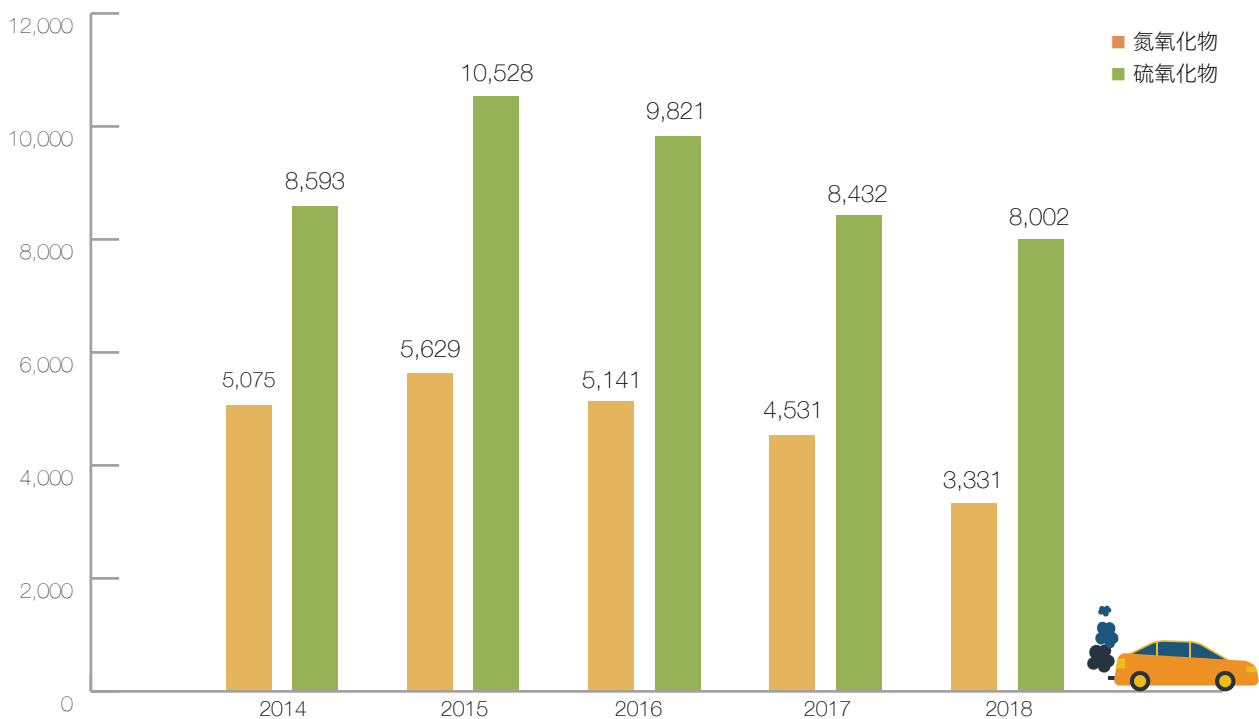
註 3：2018 年起新納入 Lexus 數據。



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



註 1：2018 年起新納入 Lexus 數據。

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。和泰建置環境管理系統至全體乘用車經銷商，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。經銷商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。經銷商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，皆委託合格廠商，全面 100% 回收 HV 廢電池，並送至境外處理，2018 年總共回收 3,293 顆。

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，2018 年已突破 6,400 萬元，比 2017 年高出 159%，新增費用多投入在環保設備，例如板噴下地處理設施、汰換為變頻烤漆爐。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 64.1% 及 30.2%。

八大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

項目	2014		2015		2016		2017		2018	
	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	371,169	4.1	359,925	2.8	330,436	2.5	760,291	3.1	635,420	1.0
環境教育	152,980	1.7	218,409	1.7	192,037	1.4	181,842	0.7	313,947	0.5
環保設備	1,106,531	12.1	2,469,068	19.1	518,887	3.9	10,223,490	41.3	41,030,666	64.1
環境規費	1,839,980	20.1	1,896,519	14.6	2,571,076	19.1	2,150,596	8.7	2,738,605	4.3
廢棄物處理	5,682,057	62.1	8,005,080	61.8	9,814,351	73.1	11,441,278	46.2	19,340,603	30.2
合計	9,152,717	100	12,949,001	100	13,426,787	100	24,757,497	100	64,059,241	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。

和泰汽車供應商管理體系

- 與合作夥伴共享創造價值

供應商能力建置

- 本公司跟供應商共同掌握市場發展與經營得失，為使經銷商販賣力發揮，經營效率提升，我們不斷給予各種協助輔導，建立強健且精實的供應鏈。

供應商標準化管理

- 本公司要求供應商盡可能取得國際驗證，如 ISO 14001 和 OHSAS 18001 等，此外，供應商入口網站亦須包含企業道德規範、環境保護等詳細資訊。
本公司為追求善盡企業社為責任，並積極致力良善公司治理，於合約中要求供應商配合和泰於企業社會責任之相關要求；同時，若供應商違反政策，並且對環境與社會造成顯著影響時，將解除契約

供應商資訊共享

- 本公司與原物料供應商緊密合作，彼此交換庫存資訊，使原物料供應存貨透明，需求端變化也能及早掌握。

供應商評鑑

- 本公司每季與特定的供應商舉行業務檢討報告，評量品質、交期及永續經營能力的整體表現。藉由每半年或每季監控評分表或查檢表上的主要指標，確保供應商符合和泰汽車對供應商的要求。

供應鏈稽核

- 本公司每年按照年度計劃，拜訪重要的供應商，執行現場查核工作，一旦發現特殊且不合規範的缺失，將會與供應商共同發展合適的解決方案，改善現況以符合和泰汽車的期望。為了落實改善方案，公司會指派負責人員，給予明確的目標和改善時間。

4



誠信經營

Corporate Governance

和泰汽車走過 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。

4.1 董事會架構與運作

和泰汽車依公司章程規定，目前設置 14 位董事，包含獨立董事 3 人，採候選人提名制，由股東會依就董事候選人名單中選任之，任期為三年，連選得連任。董事成員皆具經營管理、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。2018 年已召開 8 次董事會，董事平均出席率達到 93.8%。

4.1.1 董事多樣性

和泰汽車目前有 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，將性別、年齡、國籍及文化等以及專業知識與技能，如法律、會計、產業、財務、行銷或科技等專業背景、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。各成員學經歷、專業知識及進修情形，請參閱 2018 年度年報第 18 至 58 頁。

4.1.2 董事會績效評估

為提升董事會效能，和泰汽車訂定「董事會績效評估辦法」，於每年 12 月底進行當年度之董事會績效評估，及每三年進行一次外部評量。2018 年首度實施外部評估，委託公正獨立第三方執行，分別就董事會之決策效能、專業職能、法規遵循及企業社會責任等面向，以問卷及實地訪談等方式評估董事會效能。評估結果已於 2019/1/24 董事會報告，針對決策、效能構面、專業職能構面、法規遵循構面及企業社會責任給予建議。整體評估結果顯示，董事會運作良好。

4.1.3 董事會功能性委員會

為健全董事會管理及監督功能，在董事會下依法設置「審計委員會」與「薪資報酬委員會」，皆由獨立董事組成，2018 年審計委員會召開 4 次會議，薪資報酬委員會召開 3 次會議，出席率皆為 100%。

	主席	成員	主要職掌
 審計委員會	● 陳吉珍	● 蘇錦夥、吳師豪	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	● 陳吉珍	● 蘇錦夥、吳師豪	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。

4.1.4 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。



4.2 法規依循

和泰汽車秉持誠信經營與落實法規依循，為確保誠信經營的優良傳統，依據不同職掌與層級，訂有詳盡的規範以供依循。為使同仁有更明確的誠信經營遵循規範，2018 年 1 月制定「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。

和泰汽車股份有限公司規章辦法

董事會 議事規範	反賄賂誠信 經營守則	誠信經營作業程序 及行為指南	公司治理 實務守則	內部重大資訊處理 作業程序
				

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」、「日本豐田汽車股份有限公司反賄賂指南」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。

4.2.1 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，由法務室擔任誠信經營推動專責單位，推動誠信經營事項，並定期向董事會報告運作情形。



此外，為確保反賄賂誠信經營守則之遵循，每年針對本公司同仁進行教育訓練，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	訓練對象	訓練時間	參與人數	訓練涵蓋率
年度遵法指南線上測驗	室長級以下員工	2015 年	424	77.2%
		2016 年	461	97.1%
		2017 年	430	100.0%
		2018 年	406	100.0%
反賄賂教育訓練	新進員工	2015 年	47	100%
		2016 年	31	100%
		2017 年	39	100%
		2018 年	21	100%

4.2.2 違法零容忍

為有效防止法遵缺失，和泰汽車應用「破窗理論」，藉由對一線人員直接面對面進行法遵案例宣導，並明確表達公司對於違法行為零容忍的態度，以避免輕微違法事件演變為重大違法事件。



「違法零容忍」宣導海報：

規劃「違法零容忍」法遵概念宣導海報印製，提供關係企業、經銷商各據點各 1 張，張貼於辦公區域，達到貼近一線傳達、時時提醒的效果。



「違法零容忍」法律講座：

「破窗理論」及「違法零容忍」觀念解說及業務上常見違法案例解說，除實體講座課程，更有線上課程與課後測驗，實體課程以各經銷商法務擔當擔任種子講師之方式，有效對於一線人員進行法遵觀念強化溝通，無法參與實體課程的人員則施以線上課程與測驗，確實展現集團對於違法行為絕不姑息的決心，以降低法遵破窗出現的風險。

實體課程實績

線上課程實績

目標開課 50 場	目標參與人數 1,500 人	涵蓋率為 99.11%	3,594 人
實際開課為 87 場，涵蓋八大經銷商； 辦理場次達成率為 174%	實際參與人數 2,338 人	因人事異動等因素無法達成 100%，惟仍積極協調經銷商應針對新進人員施行線上課程教育。	

4.3 資訊透明

和泰汽車透過設置多元的資訊揭露管道來與投資人溝通，包含發言人制度、架設投資人關係網站、網站上設有利害關係人專區、召開股東會、法人說明會及座談會等，除了主動提供正確且即時的資訊予投資人，也提供平台傾聽投資人的聲音。2018 年每季參加外部舉辦之法人說明會，以及舉辦多場座談會，由發言人及投資人關係團隊向法人說明公司重要營運成果及未來策略；在股東會中各項承認事項及討論事項採逐案表決，並即時公開各項議案表決情形。

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 / 法人座談會

- 法談會每季召開
- 法人座談會不定期或視需要召開



利害關係人專區

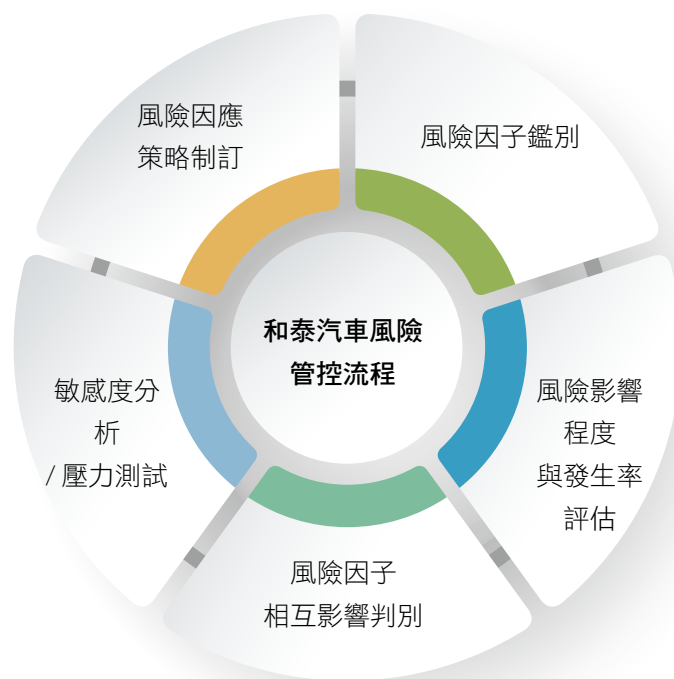
- 針對員工、消費者、供應商、社區或其他利害關係人，提供暢通之溝通管道。



4.4 風險管理

4.4.1 風險管理流程

和泰汽車對各面向之風險管理極為重視，除各部門均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。

4.4.2 產業概況

2018 年全球經濟受到美中兩國貿易衝突升溫、以及國際金融市場波動加劇的影響，經濟成長力道趨緩，台灣出口需求及消費者信心相對減弱，全年經濟成長率初步統計為 2.60%，較 2017 年經濟成長率 2.86% 微幅下降 0.26 個百分點。2018 年台灣汽車總市場登錄台數為 435,131 輛，主要受到年金改革、國內景氣前景不明確、中美貿易戰與台股震盪等因素影響，較前年略為下滑；就市場結構來看，進口車總銷量相較於前一年度則有大幅度的成長，市佔率突破 45%。

以品牌別而言，本公司代理之 TOYOTA/LEXUS/HINO 品牌為市場佔有率第一名，市佔率前四名、第六名均為日系車，合計市佔率達 64.1%。

有利因素

不利因素

TOYOTA

1. 政府鼓勵汰舊換新貨物稅減徵方案為期五年(至110年初)，換購需求仍將持續。
2. 基本工資及軍公教待遇調高，預期推升民間消費意願。
3. 國際油價走跌，汽車使用成本下降，有助提高換購意願。

1. 國際政治不確定性升高，後續發展將影響全球之景氣發展。
2. 中美貿易戰與國際金融波動對國內景氣埋下不確定因素。
3. 各大都會區大眾交通網絡逐漸完整，造成用車次數、里程減少，延長換購時間。
4. MaaS (Mobility as a Service)、共享經濟 (Car sharing) 與自動駕駛車興起，將挑戰傳統汽車產業之競爭局面。

LEXUS

1. 高級車市場持續穩定成長。
2. 消費者用車習慣轉變，小型跨界休旅車市場持續成長。

1. 競爭者持續擴充產品線，導入低價入門車款擴張市佔。
2. 「水貨車」(或稱平行輸入車、外匯車) 依靠低價優勢，銷量逐年攀升。

HINO

1. 網路購物市場規模持續擴大，帶動宅配及物流業貨車購車需求。
2. 行政院規劃實施「前瞻基礎建設計畫」，推動軌道及水利等多項工程建設，自106年起編列4年4200億預算，營建用大貨車需求提升。
3. 環保署擴大老舊柴油大貨車汰換補助金額，及舊換新最高40萬元貨物稅減免，將加速8萬多輛1、2、3期柴油大貨車汰換速度。
4. 油價由漲轉跌，商用車客戶營業成本下降，增加汰換購車意願。

1. 政府延長5期車生產2年至2021年8月，提前購買5期車需求後延。
2. 大陸限縮來台觀光人數，遊覽車數量過剩，遊覽業者購車減少。
3. 政府要求對應新法規項目持續增加，車廠反映成本售價提升。
4. 美中貿易戰台灣出口衰退，進出口貨運需求減緩。

因應策略

1. 導入全新商品－持續強化商品競爭力，包括量販車款 RAV4 與 ALTIS 大改款、導入唯一國產 HV 車型擴大油電車銷售、發表經典皮卡 HILUX 與跑車 SUPRA 搶攻利基市場；導入車聯網與開發 PIO 用品滿足最新消費者趨勢。
2. 擴大應用智能化服務與工具－全部據點導入 VR 體驗、強化 LINE 功能提供即時便利的賞車與顧客服務、發展經銷人員使用的多項行動工具協助一線人員即時掌握販賣動態，迅速地回覆顧客的疑問。
3. 創造高顧客滿意－發展展間五感服務體驗、在地特色交車服務、高忠誠顧客禮遇專案等滿足多元化顧客，鞏固 CS 優勢。
4. 塑造全新品牌形象－持續以 TNGA 新世代造車工藝、不斷升級的安全配備、卓越的 HV 科技等訴求，展現 TOYOTA 為創新、安全、富有駕馭樂趣之品牌。並推出更多元創新的品牌活動與社群媒體經營，如電競賽事贊助，以及全球奧運廣宣等，吸引新世代顧客。

1. 持續深化 Luxury Lifestyle 的體驗，不斷以創新的體驗式行銷拓展目標客群，從身心靈去感受 LEXUS 品牌不斷創新與充滿活力的品牌精神。
2. 持續強化商品競爭力，確保 LSUV 級距之霸主地位；並強化轎跑車型之性能形象，激發顧客對品牌的熱情與駕馭之渴望。
3. 結合各項新科技系統整合顧客情報，以更積極主動、更客製化的服務流程，創造專屬的感動服務體驗。
4. 透過中古車、分期、租賃與保險等周邊業務持續鞏固汽車價值鏈，進而創造全新的品牌價值。

1. 針對商用車市場販賣機會及客戶需求，持續導入新商品、建構更完整商品系列、加強販賣競爭力，確保市佔率優勢。
2. 貨車：善用優勢售後服務體系，發揮販服連攜整體戰力，擴大販賣台數。
3. 巴士：加強與客運業及車體廠業務互動，儘速導入客戶需求商品，爭取販賣商機。
4. 3.49 噸：強化販賣服務據點及加速人才招聘，加強新媒體廣宣，擴大品牌知名度。

4.5 資訊安全

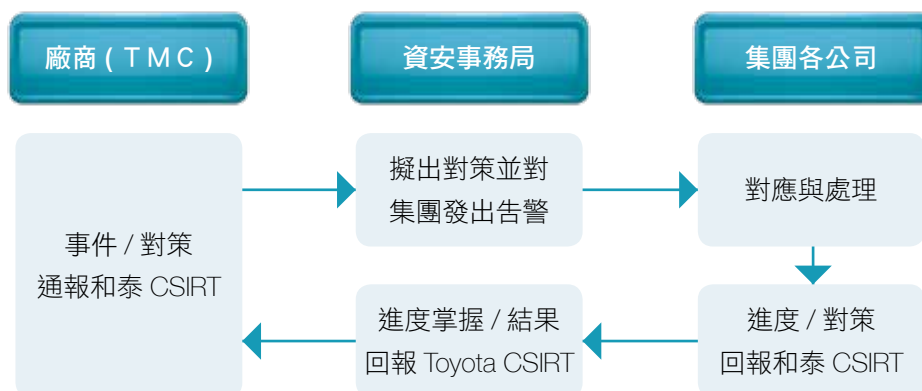
4.5.1 資訊安全及顧客資料保護

和泰汽車自 1987 年啟動小型商用車與轎車生產及銷售等相關業務，32 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，並成立「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，為建立及維護集團安全及可信賴之資訊環境，確保資料、系統、設備及網路之穩定與安全，以達企業之永續經營。和泰汽車於 2008 年協同旗下 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；2018 年起訂定集團 IT 管理政策，要求集團各公司遵循，並透過每年一次定期審閱集團交付之資安自檢報告並執行實地稽核，確保 IT 營運作業程序上皆符合資安規定。

鑑於近年駭客攻擊手法推陳出新、資安威脅不斷，和泰汽車集團於 2017 年起建立資安事件快速應變機制，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。

4.5.2 資安事件快速應變流程



TMC：豐田汽車 (Toyota Motor Corporation)

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

隨著行動化趨勢，為提升本集團行動裝置應用程式基本安全防護能力，於 2018 年建立「集團行動應用程式 (APP) 資安控管辦法」使本集團行動裝置應用程式之開發及維護管理有所依循，透過本作業原則之重點要項，強化資訊安全意識，並逐步完善所提供之行動裝置應用程式安全防護能力。

集團行動 APP 資安規範重點要項



4.6 歷年財務績效

年度	2018	2017	2016	2015	2014	單位	備註
營業收入	109,034,011	112,264,170	110,353,594	101,971,202	103,873,219	仟元	
營業毛利	9,571,323	9,753,770	9,559,420	8,705,717	8,108,977	仟元	
營業利益	6,124,435	6,409,383	6,279,392	5,551,847	5,231,790	仟元	
營業外收入及支出	5,808,161	5,352,555	5,958,981	5,581,820	4,978,261	仟元	
稅前淨利	11,932,596	11,761,938	12,238,373	11,133,667	10,210,051	仟元	
所得稅費用 (利益)	1,907,061	1,646,331	1,498,334	1,357,076	1,014,112	仟元	
資產總額	66,132,309	61,074,145	57,323,171	50,867,638	43,891,555	仟元	
資本額	5,461,792	5,461,792	5,461,792	5,461,792	5,461,792	仟元	
員工平均營業額	200,430	204,117	196,359	179,843	188,176	仟元	
年底總員工數	544	550	562	567	552	人	
每股市價 (平均)	277.61	358.13	341.22	425.05	396.59	元	
營業費用 + 營業成本	102,927,933	105,804,333	104,106,883	96,382,657	98,709,573	仟元	
每股盈餘	18.36	18.52	19.66	17.90	16.84	元	
薪資總額	1,572,033	1,574,616	1,518,853	1,542,395	1,453,325	仟元	
員工福利費用 (扣除薪資費用及退休金)	149,370	149,084	139,844	135,391	132,689	仟元	
退休金總額	27,189	26,686	26,625	25,852	26,315	仟元	
負債比	25.40	23.61	24.80	22.61	19.36	百分比	負債占資產比率

* 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

5



環境永續

Sustainable Environment

5.1 環保理念

5.1.1 永續政策

日本豐田不僅追求企業的成長，亦將環境保護與社會和諧的思維放在日常營運的核心。日本豐田以「地球環境憲章」(Toyota Earth Charter)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，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。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，和泰汽車亦訂定環境永續政策，包含政府政策、資源永續利用、安全的工作環境與強化環保意識等四大面向，使同仁有所依循。



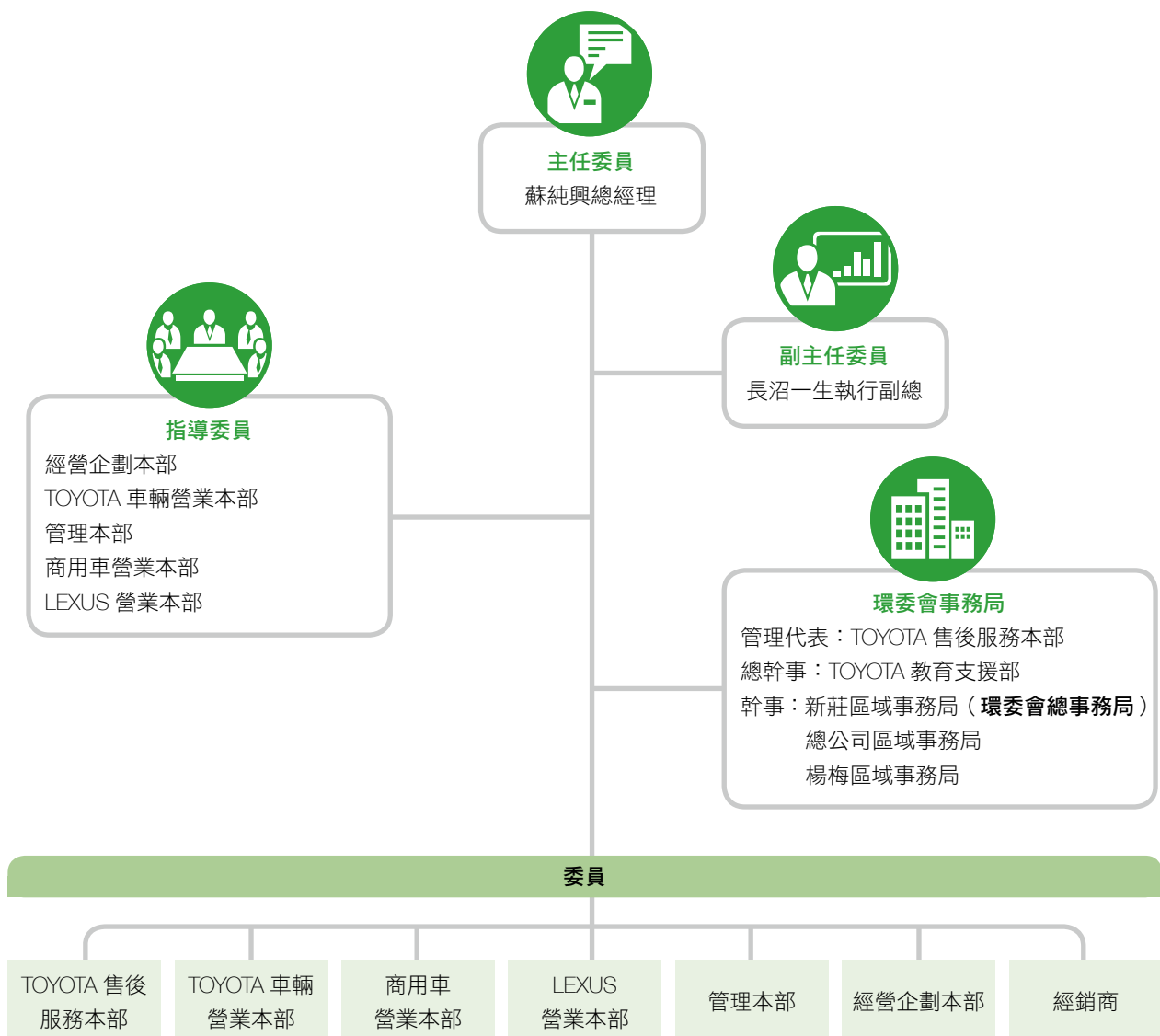
和泰汽車環境永續政策

- 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

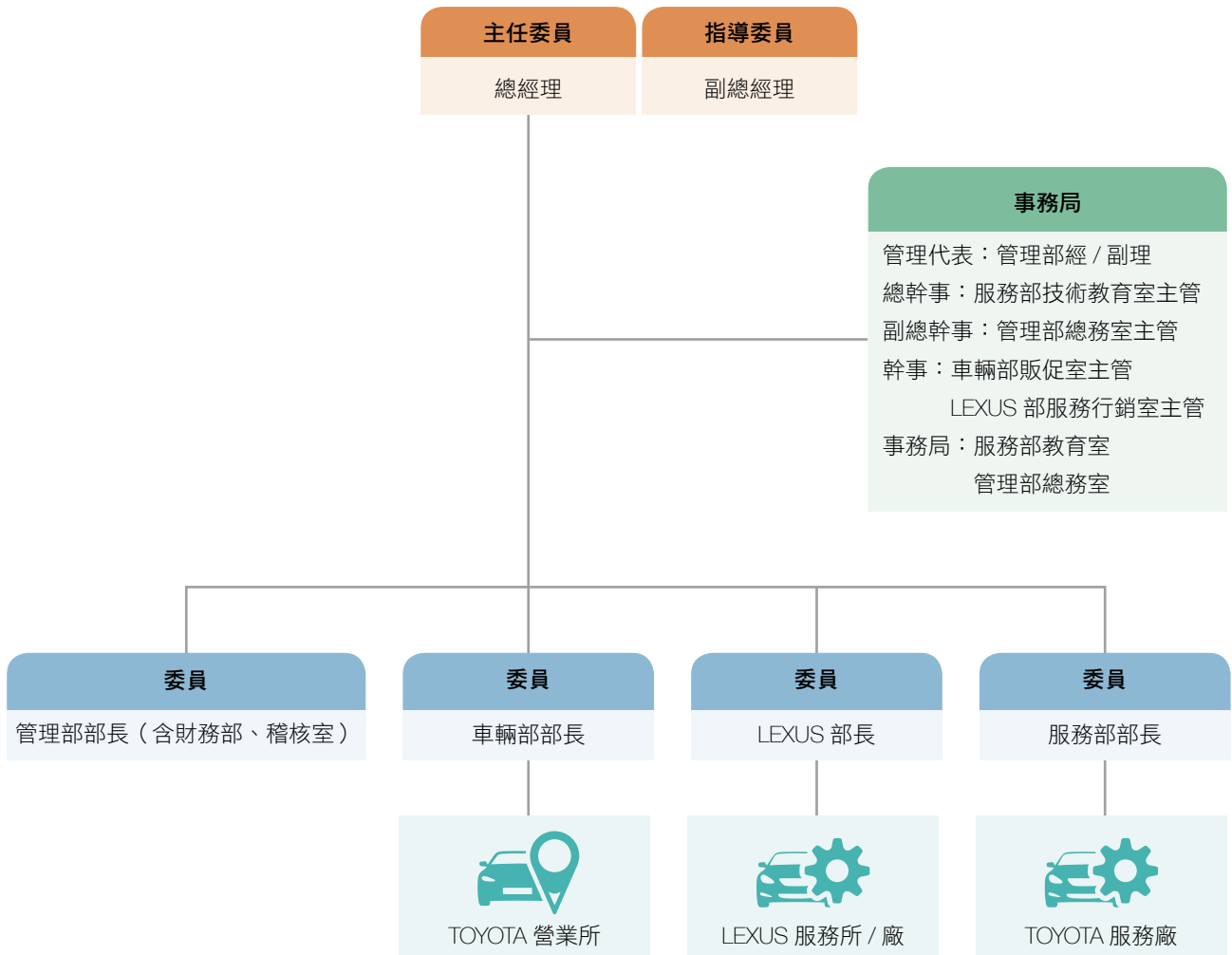
5.1.2 管理系統

和泰汽車於 2001 年正式成立環境管理委員會，為強化並積極推展環管業務，於 2017 年成立環境設施室，透過環境保護計畫與方案的推動，實現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，和泰將環管理念拓展至價值鏈的夥伴，即推動經銷商體系全面實施 ISO 14001 國際環境管理系統，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。我們承諾持續支援合作夥伴的環境行動，以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的要求，再輔以整合集團施推動成果，向外部利害關係人揭露與溝通。

和泰汽車環境管理組織圖



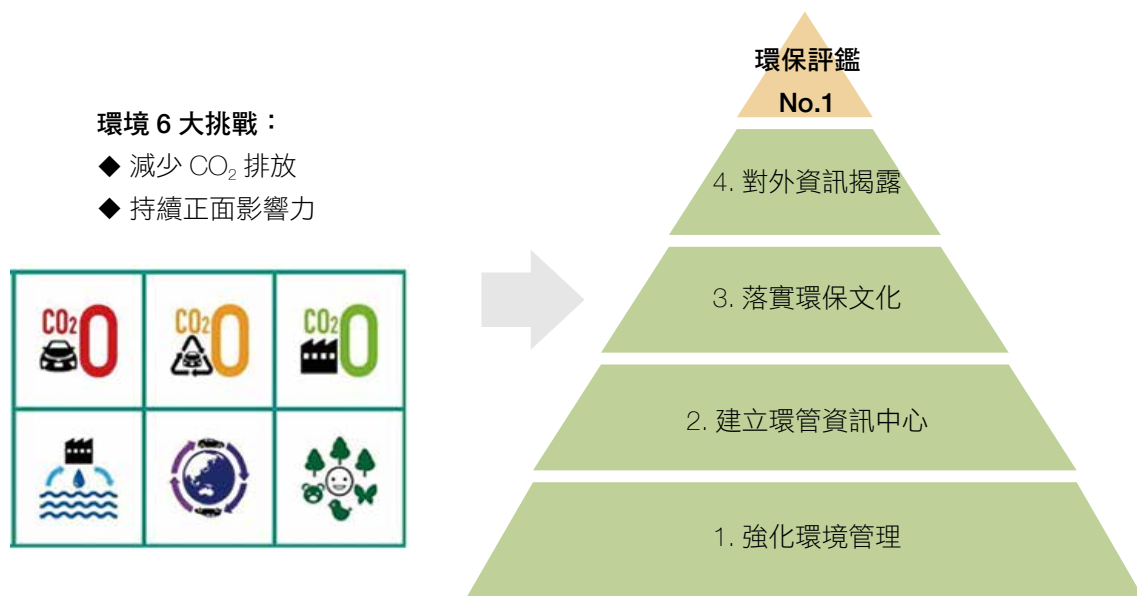
經銷商環境管理組織 (以國都汽車為例)



總 事 務 局	TOYOTA 教育支援部環境設施室	(1) 和泰、經銷商環境計畫擬定及執行跟催 (2) 和泰、經銷商環委會推進運作 (3) TMC、AP-EC(亞太環委會) 環境業務統括對應窗口
區 域 事 務 局	總公司事務局 (管理部總務室) 新莊事務局 (TOYOTA 教育支援部環境設施室) 楊梅事務局 (零件部企劃室)	整合總公司各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動 整合新莊各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動 整合楊梅各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動

5.1.3 願景與歷程

全球 TOYOTA 設定 2050 年環境願景的 6 大挑戰，以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”，推動各項環境管理業務，協助逐步完成此 6 大挑戰。此外還包含強化環管組織及方針管理、建立環管資訊系統、落實環保文化，以及對外揭露資訊，達成環保評鑑 No.1 的目標。



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），以達成全球升溫低於攝氏 2°C 的目標。

環境永續推動歷程



5.1.4 行動與計畫

和泰汽車環管業務已於 2018 建立資訊系統檢核及追蹤環保表現數據，並強化推廣環保理念，2019-2020 年為完成服務場暑熱對應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，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。

和泰汽車在環境永續的行動，更激發價值鏈合作夥伴之認同，環境永續行動經整合經銷商服務廠及物流中心等體系，執行並優化及改善後，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	2018 年具體實績	2019 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 19.1 噸 3. 零件包材：減少重量 255 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 16 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，舉辦玩具受分享活動	持續與非政府組織合作
	環管訊息揭露 (內外部)	發行 12 期 ECO 特攻隊分享報，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	減少 1,125 噸 CO ₂ 排放	持續推動低碳減量活動
	ECO 特攻隊分享報發行	每月發行 ECO 特攻隊分享報	持續發行 ECO 特攻隊分享報
	100% 通過 第 三 方 單 位 認 證 (ISO14001)	TOYOTA、LEXUS 與 HINO 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、Eco dealership	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 148 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

5.2 環保產品設計

5.2.1 合規與認證

2018 年取得節能標章的車種，依品牌別為 TOYOTA 的 14 個車種 36 款車型，占公司 2018 年所有車種銷售量之 82%。取得環保標章的車種，依品牌別為 TOYOTA 的 8 個車種 36 款車型，LEXUS 的 2 個車種 2 款車型，共計 10 個車種 38 款車型，占本公司 2018 年所有車種銷售量之 76%。

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，效率最高的 1 級有 49%、2 級有 17%、3 級有 22%、4 級有 12%。鑑於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，和泰以「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。

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	環保署	第六期	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	環保署	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、AURIS、CAMRY 2.5、CAMRY 2.5 HV	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、UX200、UX250h	1
	GS350、GS F、RC350、NX300 2WD	2

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，並遵循臺灣法規節能減碳的目標，導入更環保節能的車款，並積極推廣節能環保新車種的市場普及率。

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。

5.2.2 環境衝擊減緩

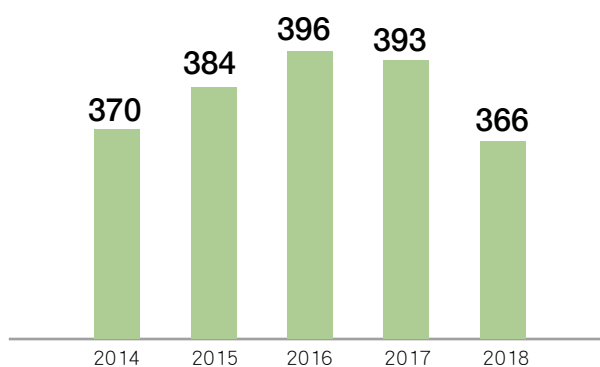
除不斷改進車輛單位碳排放量的降低外，為減少產品在販賣、運送以及維修過程中產生的環境衝擊，和泰汽車亦積極導入各種污染防治設備及流程，目前已針對供油系統、有機溶劑揮發性氣體、再生零件與環境危害物質，提出改善對策，更逐步推動落實到經銷商及供應商。

● 中央供油

和泰汽車協助經銷商服務據點自 2003 年起導入中央供油設備，減少機油瓶廢棄量，持續推動廢棄物減量措施，2011 年已 100% 完成建置，總投資金額約 1.4 億元。平均每年減量百萬瓶的機油空瓶，累計至 2018 年共減量 2,958 萬瓶，減少重量達 207 萬公斤。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。

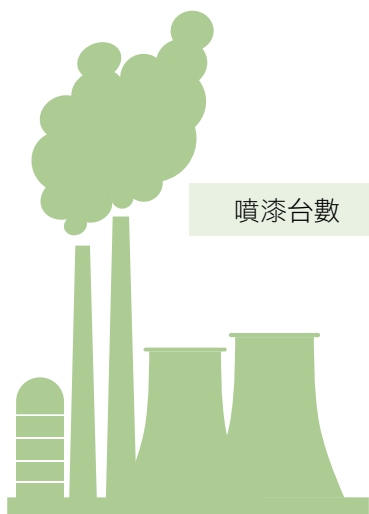
機油瓶減量瓶數

減量數（萬瓶）

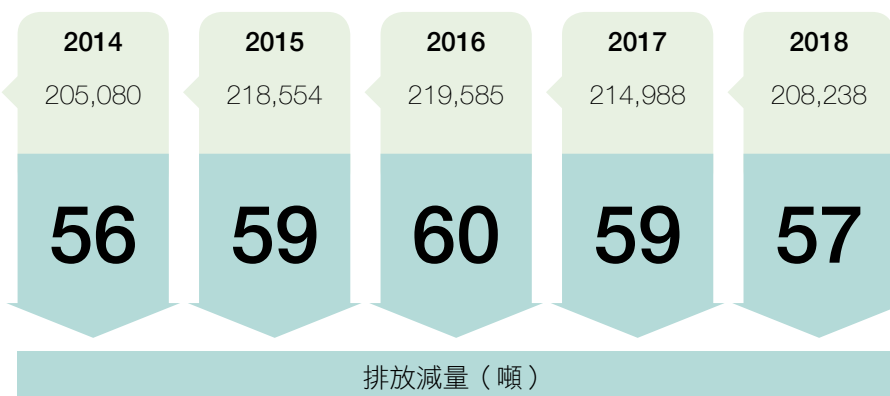


● 水性塗料

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，以及減少對環境的衝擊。目前全國所有服務廠皆使用環保水性漆，每年可減少 34% 的排放，2018 年估計減少約 57 噸的氣體。



環保水性漆 VOC 排放減量統計



● 再生零件

和泰汽車朝向循環經濟發展，講求零件的再生利用，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、冷氣壓縮機、動力轉向方向機及動力轉向機泵浦等 4 種。

	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	全部	● 自動變速箱 ● 冷氣壓縮機 ● 動力轉向方向機 ● 動力轉向機泵浦
再生零件使用比率 *	-	● 自動變速箱 (23.1%) ● 冷氣壓縮機 (56.4%) ● 動力轉向方向機 (62.4%) ● 動力轉向機泵浦 (93.1%)

* 再生零件使用比率：該再生品項佔該品項實際銷售數之比重

● 冷媒回收

和泰汽車目前全據點皆配備 R134a 冷媒回收機，2018 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 42 公噸，以全球暖化潛 (GWP) 為 1,300 計算，相當於減少 54,600 噸 CO₂ 排放量。此外，冷媒及其類品進貨由專人負責並登錄於庫存表，並與管控進出貨數量。

● 綠能發電

和泰汽車不僅奉行全球「節能減碳」之趨勢，同時也秉持對綠能產業的熱情理念策動下，與長陽綠能公司合作，於楊梅物流中心屋頂建置 10,713 坪的太陽能案場，其裝置總容量達 340 萬瓦，年發電量達 320 萬度，相當於 4 座大安森林公園碳吸收量，不僅為豐田亞太地區第一，也為北台灣非太陽能業者之最大案場，以落實豐田母廠「2050 豐田環境六大挑戰」。



5.3 綠色營運

5.3.1 能資源使用

和泰汽車的 2018 年能源總耗用量為 1.25×10^7 百萬焦耳¹，其中包含有汽油 (4.78×10^6 MJ)、柴油 (4.85×10^5 MJ)、天然氣 (1.44×10^6 MJ)、液化石油氣 (1.13×10^5 MJ) 與電力 (5.64×10^6 MJ) 五大類。能資源耗用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。由於在總公司與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住宿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。

新莊園區為教育訓練的主要地點，每年約有 2,800 人次的學員，並設有學員專用的宿舍、餐廳，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，此主倉庫供應全體維修零件需求，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。

¹ 各項能源熱值係數資料來源為溫室氣體排放係數管理表 6.0.3 版，分別為汽油 7800kcal/L、柴油 8400 kcal/L、重油及潤滑油 9600 kcal/L、天然氣 8000kcal/M³；液化石油氣 6635 kcal/L、電 3.6×10^6 J/度。

能資源耗用強度

能源種類	強度單位	耗用區域	2014		2015		2016		2017		2018	
			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	358	164.9	372	156.6	380	157.9	381	161.0	389	128.1
		新莊	93	177.6	95	143.5	98	160.6	97	162.1	97	120.9
		楊梅	199	29.3	204	32.4	213	33.9	211	16.97	245	12.6
		平均	650	125.2	671	117.0	691	120.1	689	111.9	731	88.4
 電力	度 / 每人	總公司	358	2,327	372	2,276	380	2,319	381	1,948	389	1,950
		新莊	93	9,267	95	9,188	98	8,891	97	9,022	97	7,077
		楊梅	199	5,631	204	5,770	213	5,308	211	5,322	245	5,642
		平均	650	4,533	671	4,481	691	4,454	689	3,977	731	3,868
 水	立方米 / 每人	總公司	358	14.3	372	14.8	380	13.1	381	12.8	389	15.7
		新莊	93	46.8	95	43.9	98	45.5	97	45.7	97	48.5
		楊梅	199	97.5	204	65.9	213	53.3	211	62.7	245	64.4
		平均	650	44.4	671	34.5	701	29.6	689	32.8	731	36.4

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 (2018 年約 65%)，因此與和泰正式員工總人數有所差異。

註 2：2018 年納入台中 15 人與高雄 12 人 (含外包)。

能資源耗用量

能源種類	耗用單位	耗用區域	2014	2015	2016	2017	2018
 汽油	公升	總公司	59,047	58,237	60,003	61,360	49,837
		新莊	16,518	13,633	15,738	15,726	11,724
		楊梅	5,824	6,610	7,220	3,581	3,096
	合計		81,389	78,480	82,961	77,086	64,657
 柴油	公升	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	521	748	1,086	964	60
		楊梅	4,645	4,617	5,919	5,643	5,238
	合計		5,166	5,365	7,005	6,607	5,298
 天然氣	立方米	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	27,967	29,540	28,764	28,996	22,905
		楊梅	0	0	0	0	0
	合計		27,967	29,540	28,764	28,996	22,905
 液化石油氣	公升	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0	0
		楊梅	5,358	3,751	3,126	4,465	2,590
	合計		5,358	3,751	3,126	4,465	2,590
 電力	度	總公司	833,199	846,682	881,205	742,326	758,707
		新莊	861,832	872,888	871,284	875,112	686,453
		楊梅*	1,120,622	1,177,152	1,130,524	1,122,956	1,382,183
	合計		2,815,653	2,896,722	2,883,013	2,740,394	2,827,343
 水	立方米	總公司	5,115	5,510	4,972	4,860	6,115
		新莊	4,352	4,175	4,455	4,437	4,701
		楊梅	19,393	13,441	11,353	13,228	15,786
	合計		28,860	23,126	20,780	22,525	26,602

註 1：液化石油氣以每公斤相當於 1.786 公升換算。

註 2：楊梅電力增加係因今年新納入台中與高雄副倉。

能資源的節約成效方面，新莊園區的節油來自於油電混合車取代全汽油引擎之車種，自 2013 年開始使用後，每年可節省約 15,900 公升的汽油用量 (5.19×10^5 MJ)；並於週末停止天然氣加熱鍋爐以降低使用量，每年的平均節省量約 5,160 立方米 (1.73×10^5 MJ)。另於 2018 年執行多項節電措施，汰換老舊空調、飲水機設置定時開關、更換為 LED 燈管，預估每年有 28,995 度節電效益 (1.04×10^5 MJ)。

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 640,336 元。

能資源節約量

能源種類	單位	區域	2014	2015	2016	2017	2018
 汽柴油	公升	總公司	-	-	-	-	9,000
		新莊	-	-	-	-	-
		楊梅	-	-	2,677	3,323	-
	合計		-	-	2,677	3,323	9,000
 天然氣	立方米	總公司	-	-	-	-	-
		新莊	-	-	-	-	-
		楊梅	-	-	-	-	-
	合計		-	-	-	-	-
 電力	度	總公司	113,000	-	-	40,000	-
		新莊	484	3,233	2,488	6,842	28,995
		楊梅	52,003	5,187	42,361	46,484	11,491
	合計		165,487	8,420	44,849	93,326	40,486
 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。

因能資源節約而節省之成本（新台幣元）

能源種類	節省區域	2014		2015		2016		2017		2018	
		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	3.89	439,570	-	-	-	-	3.47	138,800	-	-
	新莊	4.18	2,023	3.98	12,867	3.44	8,558	3.49	23,878	3.55	102,932
	楊梅	4.5	267,000	4.0	50,000	3.98	169,000	3.50	162,694	3.00	34,474
	合計	-	708,593	-	62,867	-	177,558	-	325,372	-	137,406
 水	總公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	新莊	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	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

和泰汽車 2018 年的溫室氣體總排放量中，88.1% 是來自於電力的使用，故範疇二的間接能源排放，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。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，此乃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，每年不斷地提升。顯見和泰的氣候變遷減緩與碳管理績效不斷提升改進，致力為保地球環境盡一份心力。

溫室氣體排放量

範疇別	排放量單位	排放區域	排放量				
			2014	2015	2016	2017	2018
一註 ¹	公噸二氧化碳當量	總公司	133.8	131.8	141.3	144.5	112.8
		新莊	97.2	94.6	91.2	92.6	70.0
		楊梅	31.6	31.4	38.1	32.2	32.51
合計			262.6	257.8	270.6	269.3	215.3
二註 ²	公噸二氧化碳當量	總公司	431.6	444.5	467.0	411.2	420.3
		新莊	449.0	460.9	460.0	462.9	380.3
		楊梅	583.8	621.5	596.9	594.0	765.7
合計			1,466.9	1,529.4	1,523.1	1,449.6	1,471.2

註 1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為 CO₂、CH₄ 與 N₂O。

註 2：範疇一排放僅計算固定源，不包含逸散源。

註 3：範疇二排放為電力使用，係數為 0.518(2014)、0.525(2015)、0.530(2016)、0.554(2017、2018) 公斤二氧化碳當量 / 度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。

註 4：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。

註 5：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。

註 6：楊梅電力增加係因較去年新納入台中與高雄副倉。

溫室氣體排放強度

範疇別	強度單位	區域	2014		2015		2016		2017		2018	
			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	358	1.59	372	1.56	380	1.60	381	1.41	389	1.37
		新莊	93	5.87	95	5.85	98	5.62	97	5.73	97	4.64
		楊梅	199	3.09	204	3.20	213	2.98	211	2.96	245	3.23
平均			650	2.66	671	2.66	691	2.60	689	2.49	731	2.43

註 1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為 CO₂、CH₄ 與 N₂O。

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。

註 3：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 0.518(2014)、0.525(2015)、0.530(2016)、0.554(2017、2018) 公斤二氧化碳當量 / 度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。

註 4：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 5：2018 年後納入台中 15 人與高雄 12 人（含外包）。

歷年減量計畫與預估成效

推行區域	2014	2015	2016	2017	2018
總公司	● 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)	● 2018 公務車全面換租 Hybrid 節能車種 (9 噸 / 年)
新莊	● 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)	● 更換為 LED 燈管 (5.82 噸 / 年) ● 汰換老舊空調設備 (19.21 噸 / 年) ● 飲水機設置定時開關裝置 (3.97 噸 / 年)
楊梅	● 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)	● 低減物流增援車 (北區物流網 7.2 噸) ● 低減物流增援車 (副倉庫 3.0 噸) ● 持續推動包材回收作業 (53.5 噸)
合計每年溫室氣體減量 (噸)	103.7	9.2	55.5	57.9	101.7

註 1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為 CO₂、CH₄ 與 N₂O。

註 2：2018 楊梅園區太陽能發電場發電量 2,873,800 度、減碳實績 1,528.86 噸

註 3：北區物流網透過零件裝載集約、最適車輛指派，2018 年共計減少增援車 188 台次、減碳實績 7.2 噸 CO₂e。

註 4：副倉庫透過提昇庫存廣度、最適車輛指派，2018 年共計減少增援車 60 台次、減碳實績 3.0 噸 CO₂e。

註 5：2018 年包材回收再利用共計 255 噸，減碳實績 53.5 噸 CO₂e。

5.3.3 污染物排放與廢棄物管理

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	產生區域	2014	2015	2016	2017	2018
一般	總公司	48.0	48.0	48.0	48.0	47.4
一般	新莊	98.5	98.3	98.7	98.5	99.5
一般	楊梅	66.5	54.5	13.3	26.6	31.5
合計		213.0	200.8	160.0	173.1	178.4

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	回收區域	2014	2015	2016	2017	2018
紙類、鐵鋁罐、塑膠	總公司	16.4	16.2	16.3	16.4	15.6
紙類、鐵鋁罐、塑膠	新莊	7.7	7.8	7.7	8.9	7.4
國內包材	楊梅	50.4	46.3	46.1	47	49
進口紙箱		135.6	209.3	231.0	219.9	172.0
合計		210.1	279.6	301.1	292.2	244.0

註：原廠零件供應源政策變更，2018 年零件進出口業務量減少，致使進口紙箱再利用數量降低。

5.3.4 車輛與零件運輸

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 2018 年有 120 位司機接受訓練，訓練總時數為 700 小時。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。2019 年起展開「智慧拖車調度系統」開發，拖車調度方式可從人工作業轉為電腦自動化，調度作業時間可從 60 分 / 次縮短為 20 分 / 次，提升整體物流效能。同時，2019 年起亦透過車主手冊印刷尺寸縮小 20%，減少紙張用量，預估每年可減少 162.3 公噸二氧化碳排放量。

車輛運輸排放減量成果

項目	減量對策	2014	2015	2016	2017	2018	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	35.10	34.80	34.45	34.10	33.76	每年降低 1%

6



樂在工作

Employee Care

6.1 培育與職涯發展

6.1.1 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」，發起了企業與員工共好活動，以打造快樂的工作環境，並提升員工工作價值認同感，讓同仁掌握工作過程，進而樂在工作，互相鼓舞，凝聚團隊合作精神，來創造熱情的工作團隊，讓企業與員工雙贏。

2018 年規劃六大本部共好啦啦啦隊鼓舞活動，藉由各項同仁發想與主辦的溫馨活動，讓彼此感受相互鼓舞的氛圍，強化團隊合作精神。另外舉辦集團內共好交流活動，如集團共好壘球賽與共好籃球賽等，增加集團內部各公司交流機會，且增進公司內團隊合作與互相鼓舞精神。



共好講座

以同仁交流或聘請講師的方式舉辦講座，如紐西蘭旅遊講座、外派經驗分享、長照理財規劃講座等。



節慶同樂會

為增進各部門平日工作交流，辦理餐會與趣味活動，並依節慶狀況有不同服飾打扮，增加工作樂趣，如端午活動、中秋活動、聖誕活動等。



共好健走活動

為維持同仁的身心健康，已推行 3 年全員健走活動，行走長度可繞台灣兩圈，更於 2018 年推展路跑活動。



二手物捐贈與跳蚤市場活動

蒐集同仁二手衣、玩具、兒童書籍捐贈育幼院與相關單位，並推廣共享經濟，舉辦跳蚤市場交流二手物及用品。



戶外休閒活動

規劃戶外型休閒共好活動，並邀約眷屬一起參與，以增進同仁間的友誼、交流與團隊共好精神，舉辦共好 BBQ DAY、雷射槍對抗戰等。

6.1.2 職能教育

員工是和泰汽車向前邁進的重要支撐，為了激發員工的潛能，對於人才的發展與培育亦不遺餘力，並於 2018 年受到勞動部肯定，獲頒國家人才發展獎。本公司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，協助員工強化職場競爭力並促進企業的永續經營。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，使員工與公司可持續的同步成長與茁壯。

為追求企業永續經營，本公司確立「全方位人才」之發展政策，並以能為公司持續不斷地培育出具備「專業」、「創新」及「超越」之全方位人才為主要目標。「全方位人才」發展政策由三個構面所組成：「工作中的學習發展 (OJT)」、「教育訓練課程 (OFF-JT)」及「自我學習發展 (Self-Development)」。



全方位人才發展政策－培育作法

OFF-JT 教育 訓練	TOYOTA 原廠 企劃力訓練	TOYOTA WAY：介紹 TOYOTA 的核心價值觀，協助同仁熟悉 TOYOTA 的企業文化及工作思維。 PDCA：介紹 TOYOTA 全球一致性的工作方法，協助同仁對應日常的工作業務。 A3：傳授 TOYOTA 全球通用的一張紙 (A3) 報告術，協助同仁提升與本公司各單位或 TOYOTA 全球人員業務往來的溝通效果與順暢度。 TBP：介紹落實 TOYOTA WAY 的邏輯思考及問題解決工具，協助同仁提升工作實務問題分析與解決的能力。
	分階發展訓練	依據本公司各階人員之職能要求，針對年度重點職能項目或該階人員之弱勢項目，安排職能強化教育訓練。
	專業能力訓練	為補充內訓之不足，由各單位根據其業務需要，挑選專業訓練之課程並指派員工至外部訓練機構受訓，經費由公司全額補助。
	職場力訓練	根據本公司業務需要，開設實務應用課程供全體同仁提升職場競爭力。
	趨勢講座	為協助同仁隨時掌握產業趨勢及市場變化，不定期針對各專業領域開設講座，鼓勵同仁持續學習新事物，以期未來應用於公司業務上。
OJT 工作中 學習	OJT 工作指導	為協助各單位傳承工作技巧及業務經驗以提升團隊業務績效，推行 OJT 指導制度，除主管外，亦由潛力人才擔任指導者指導新進人員。
	部門輪調	為促進人才流動並鼓勵持續學習，落實員工部門輪調（本公司各部門或關係企業借調），以利打造全方位人才。
	國際人才交流 (ICT) 與外派	視 TOYOTA 原廠需求，定期外派同仁至 TOYOTA 原廠或其關係企業任職，促進國際人才交流，並協助本公司業務推動。
	TBP 實務發展計畫	為精進同仁面對實務問題的分析與解決能力，定期辦理 TBP 實務發展計畫，透過 TOYOTA 的問題分析與解決工具，為部門解決目前所面對的問題。
SD 自我 學習 發展	外語學習補助	同仁至與本公司簽約合作之語言學習機構進修英語或日語，其進修費用之 50% 由本公司補助。
	創新趨勢 數位學習平台	鼓勵同仁使用數位學習平台，利用零碎時間直接於線上點閱政經及產業趨勢、職能強化、科技新知、熱銷書及導讀等知識，平台將於 2019 年上線。

鑑於各階人員的職能要求，本公司亦透過「職能發展中心」定義各階人員之「職能」。其訂定方式，係透過外面顧問提供業界趨勢，再由職能發展中心召集公司各階主管分別舉辦職能研討會，初步訂定各職級之職能模組後，再持續不斷地進行討論、修訂，與時俱進。此外，本公司之訓練單位亦於每年負責協調並規劃，邀請本公司內部主管人員及外部專業顧問擔任評核人員，定期對本公司績優員工執行年度職能評鑑。

「職能發展中心」與「本公司全方位人才發展政策」的三個構面，形成了一個良性循環。首先，透過職能發展中心定義各職位應有的職能，使全體員工瞭解應具備之能力，並透過工作中的學習發展(OJT)、教育訓練(Off-JT)及同仁為了持續發展的自我學習(Self-Development)動力，加以強化；之後再回到AC評鑑(Assessment Center)，確認員工之職能發展現況，並針對不足之處，持續改善。

另外，為幫助新進同仁融入 TOYOTA 的集團文化，本公司提供系統化及實務見學課程，協助新進同仁瞭解工作環境、企業文化及公司未來發展方向，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

一線見學計畫

- 新進同仁於到職一個月後，即派任至經銷商擔任業務代表，對於汽車銷售/服務市場進行見學八週。透過此制度了解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。

新人訓練

- 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 原廠企劃力課程：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。
- CS 顧客滿意度訓練：透過內外部實務案例討論課程，宣導本公司對顧客滿意的重視程度。
- 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。

CS 側聽

- 新進同仁於到職一年內，將被安排至本公司顧客服務中心聽取顧客的心聲，以利其能學習以顧客立場思考並規劃相關業務，以提升品牌滿意度。

2018 訓練時數統計

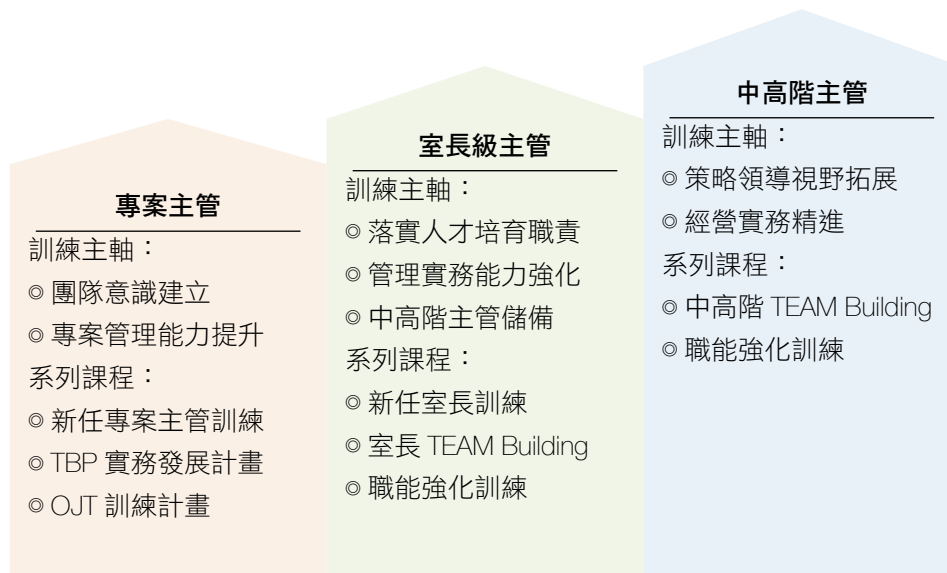
男性平均	女性平均		全體平均
19.4	22.5		20.5
主管職	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
高階主管	11.2	-	11.2
中階主管	25.0	29.0	25.3
基層主管	25.2	32.2	27.1
合計	22.5	31.9	24.2
職員	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
課長 / 副課長 / 技監 / 副技監	19.8	30.6	23.6
高級專員 / 組長	20.6	21.6	21.0
專員 / 班長 / 辦事員 / 練習生 / 司機 / 守衛	10.5	15.4	12.9
合計	18.3	21.4	19.6
全公司	19.4	22.5	20.5

主管：高階主管 - 協理級(含)以上；中階主管 - 經理級；基層主管 - 室長級；

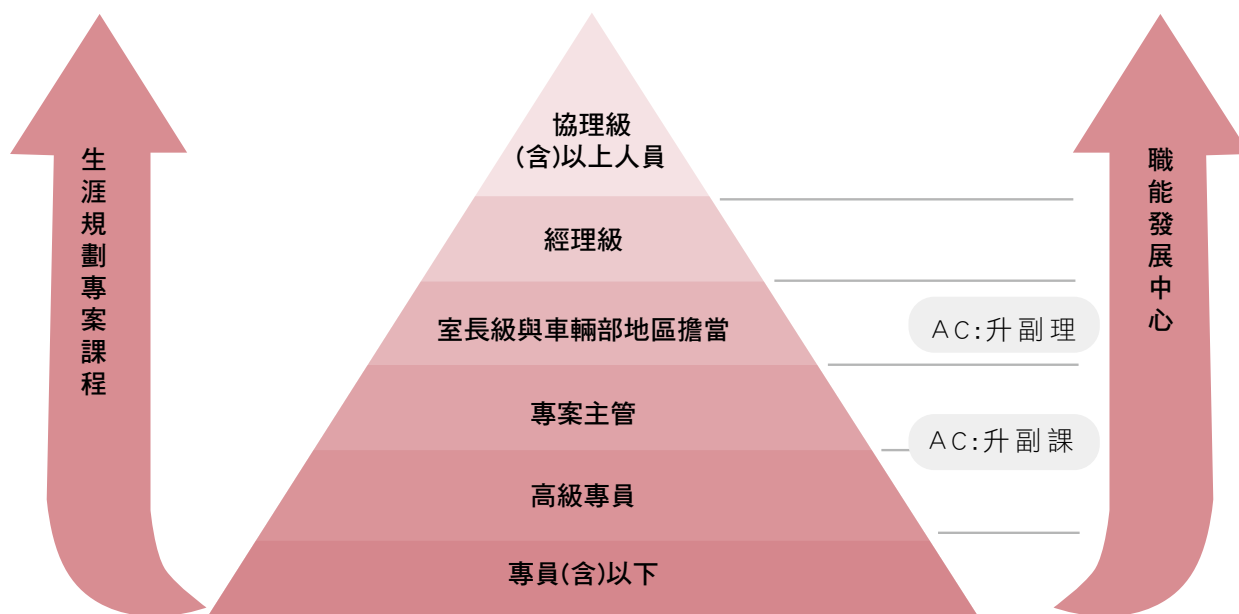
非主管：1.(副)課長、(副)技監；2.高級專員(含組長)；3.專員(含以下)

6.1.3 菁英培育計畫

人才是本公司可持續成長最重要的關鍵之一，故本公司特別針對人才發展設計各階菁英培育計畫，透過職能發展中心（Assessment Center, AC）評鑑，讓員工與主管皆可瞭解晉升所需職能程度及未來改善方向，攜手向前邁進。



和泰汽車職能模組



6.1.4 績效與職能評核畫

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，也讓員工能更投入工作。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，我們建立員工個人資料維護系統，讓員工於線上填寫職涯意願，促進公司與員工職務之間的媒合。

現行考核制度除考量部門內工作表現外，和泰汽車亦訂有團隊合作評核機制，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，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	輪調 / 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並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。
職能	輪調 / 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，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。

6.2 權益與福祉

6.2.1 聘僱與留才

2018 年的員工總數為 544 人，全體男性與女性員工之平均比例約為 1.8：1，皆為正職人員，女性員工的比率歷年來逐漸增加，顯示和泰汽車的男女平權與支持職場多元化。年齡組成的分布上，以 30-50 歲比率最高，占 59.19%；依主管 / 非主管區分，有 20.04% 為主管職。

合約性質 / 類型		男 (人數)	占該類比 率 (%)	女 (人數)	占該類比 率 (%)	總公司	新莊	楊梅
合約性質	正職	349	64.2%	195	35.8%	379	90	75
	約聘	0	0%	0	0%	0	0	0
聘僱性質	全職	349	64.2%	195	35.8%	379	90	75
	兼職 (部份工時)	0	0%	0	0%	0	0	0
員工類別分布		男 (人數)	占該類比 率 (%)	女 (人數)	占該類比 率 (%)	30 歲 以下	30-50 歲	50 歲 以上
主管職	高階 (協理級以上)	17	100%	0	0%	0	3	14
	中階 (經理級)	21	91.3%	2	8.7%	0	11	12
	基層 (室長級; 副理)	51	73.9%	18	26.1%	0	55	14
非主管職	課長、副課長 (含技監、副技監)	58	64.8%	31	35.2%	3	61	25
	高級專員 (含組長)	149	61.6%	93	38.4%	48	143	51
	專員 (含以下)	53	51.5%	51	48.5%	15	48	41
	合計	349	64.15	195	35.85	65	322	157

和泰汽車秉持「適才適所」與「人盡其才」的理念，致力打造友善的工作環境。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。自 2014 年開始，新進之女性員工人數陸續高於男性，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

		2015		2016		2017		2018	
		新進人數	占全體員工 比率（%）	新進人數	占全體員工 比率（%）	新進人數	占全體員工 比率（%）	新進人數	占全體員工 比率（%）
依性別	男	19	3.5	18	3.2	18	3.2	21	3.9
	女	28	5.1	13	2.3	21	3.9	8	1.5
依地區	總公司	41	11.0	29	5.2	27	5.0	21	3.9
	新莊	4	4.1	2	0.4	10	1.8	6	1.1
	楊梅	2	2.5	0	0.0	2	0.4	2	0.4
依年紀	30 歲以下	42	50.0	24	4.3	33	6.1	25	4.6
	30-50 歲	5	1.4	4	0.7	4	0.7	2	0.4
	50 歲以上	0	0.0	3	0.5	2	0.4	2	0.4

高階管理階層聘用當地居民統計

		2015		2016		2017		2018	
		聘用人數	比率（%）	聘用人數	比率（%）	聘用人數	比率（%）	聘用人數	比率（%）
依性別	男	35	92.1	35	92.1	36	97.3	36	90.0
	女	0	0.0	0	0.0	0	0	2	5.0
依地區	總公司	30	90.9	30	90.9	32	97.0	33	94.3
	新莊	4	100	4	100	3	100	4	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（自願離職），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

		2015		2016		2017		2018	
		離職人數	占一般員工比率 (%)	離職人數	占一般員工比率 (%)	離職人數	占一般員工比率 (%)	離職人數	占一般員工比率 (%)
依性別	男	20	3.6	15	2.7	19	3.5	12	2.2
	女	15	2.7	12	2.2	12	2.2	11	2.0
依地區	總公司	30	8.1	23	6.1	24	4.5	18	3.3
	新莊	3	3.1	3	3.1	5	0.9	4	0.7
	楊梅	2	2.5	1	1.3	2	0.4	1	0.2
依年紀	30 歲以下	12	14.3	12	13.8	7	1.3	9	1.7
	30-50 歲	18	5.2	9	2.7	15	2.8	10	1.8
	50 歲以上	5	4.3	6	4.3	9	1.7	4	0.7

註：以上統計包含屆齡退休人員。

6.2.2 權益維護

為貫徹「正直誠信」的企業文化，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，在員工行為準則與性騷擾防治措施的完整落實下，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。

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，內容分為九大構面共 97 小題，希望進一步了解員工的想法與需求，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%，調查結果各構面均較前次提升，公司整體滿意度達 4.06 分，實施後對提升較少的「同事合作」構面，規劃各本部壘球賽活動，增加各本部間團隊合作精神與跨本部交流機會，下次將於 2019 年實施。



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

6.2.3 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。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%。另因應「上市公司編製與申報企業社會責任報告書辦法」修正之要求，本公司 2018 年度非擔任主管職務之全時員工人數及非擔任主管職務之全時員工薪資平均數，分別為 516 人及 1,993,000 元。

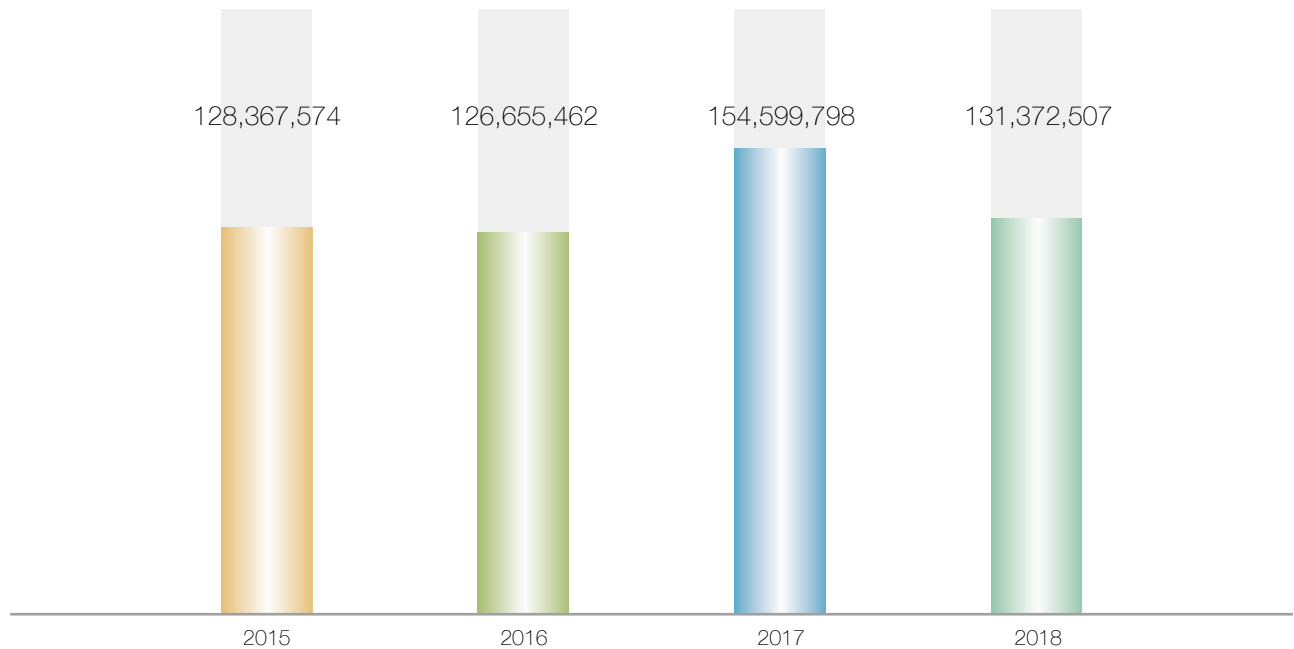
男女報酬與酬金比率

		報酬比（男 / 女）		酬金比（男 / 女）	
		2017	2018	2017	2018
主管職	高階（協理）	-	-	-	-
	中階（經理）	-	1.13	-	1.40
	基層（室長）	1.02	1.03	0.98	1.00
非主管職	課長、副課長（含技監、副技監）	1.19	1.20	1.12	1.14
	高級專員（含組長）	1.03	1.03	1.02	0.99
	專員（含以下）	1.04	1.01	1.08	0.98

註：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，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，凡員工至與集團有簽訂合作契約之外語進修單位進行語言進修，憑報名資訊可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）



2018 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。

2018 育嬰留停統計

	男性	女性	合計
當年度符合育嬰留停申請資格人數	5	5	10
當年度實際申請育嬰留停人數	0	2	2
育嬰留停預計於當年度復職人數	0	2	2
當年度育嬰留停復職人數	0	2	2
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	40.0	20.0
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（%）計算公式：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（%）計算公式：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

6.3 職業安全管理

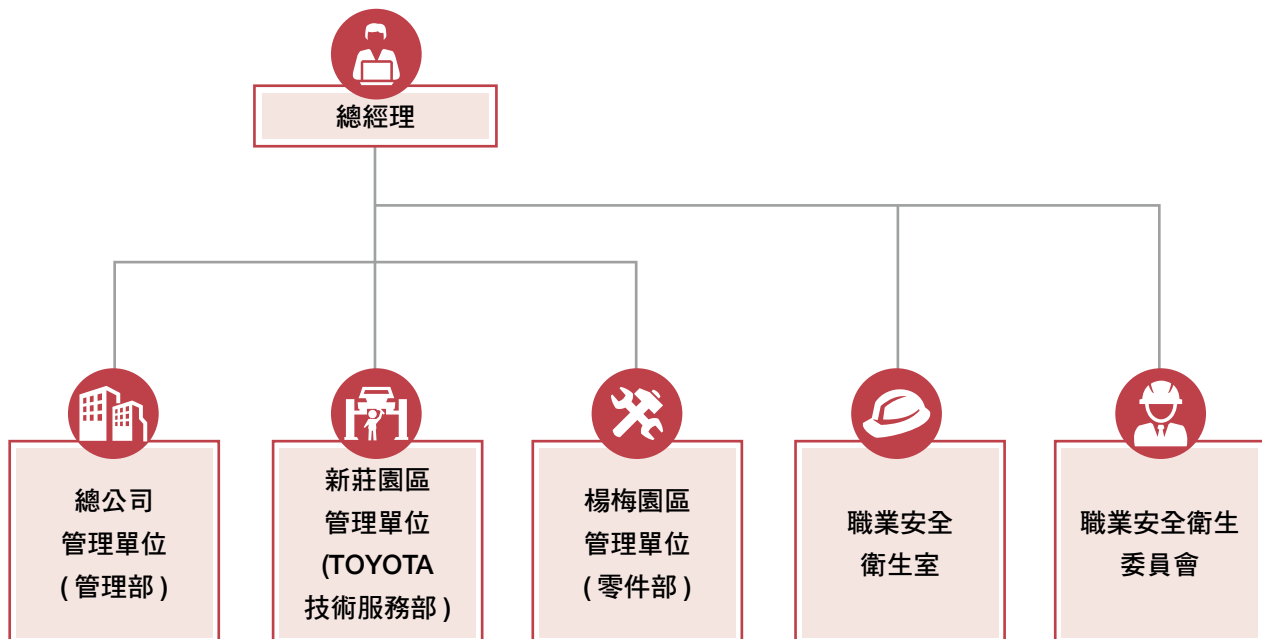
6.3.1 推動安全管理

和泰汽車訂有職業安全衛生政策，以提供安全、健康、舒適的工作環境為最高目標，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。

和泰汽車職業安全衛生委員會由總經理擔任主任委員，並由各園區主管偕同勞工代表擔任委員，以公司層級規劃並進行職業安全衛生相關事務。委員會包含 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。職安室設有職安衛電子信箱，如同仁有職安衛相關議題，可利用信箱提出，職安室皆會進一步處理與回覆。



職業安全衛生委員會組織架構



健康促進服務

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，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，因此我們持續推動「健康測量讚」之血壓及體重測量的活動，於各園區設

置多套隧道式血壓機、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，2018 年辦理安全衛生健康講座共 9 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（效期至 2019 年底），總公司通過台北市優良哺乳室認證，五個園區皆獲得 CPR+AED 安心場所認證。

年度	健檢率 (%)
2015	86
2016	89
2017	89
2018	90

和泰汽車 2018 年健康促進活動

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
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。	12	198
健康促進講座	依照同仁健檢分析、流行病趨勢辦理身心相關健康講座，並邀請眷屬、承攬商、關係企業、經銷商一同參與。	9	425
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中獎者，抽獎資格可持續累計至下個月。	2	50
水質檢驗	微生物檢查	2	10
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	120
全年合計參與人次			845

和泰汽車 2018 年職業安全促進活動

活動	說明	場次數	合計參與人次
現場作業環境巡視	邀請勞工健康服務醫師、職業專科醫師至作業環境現場，進行環境巡視	12	48
危機預防演練	針對 2018 較常發生之天災安排地震防災講座及地震體驗車之體驗，讓同仁了解，發生地震時要如何安全的防範	2	80
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
作業環境監測	上、下半年針對三個園區作業環境進行空氣品質測量 (3、11 月)，包含甲醛、二氧化碳、揮發性物質等	3	15
全年合計參與人次			169

6.3.2 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、地震演練，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、實施安全相關教育、設立安全看板。
- 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。



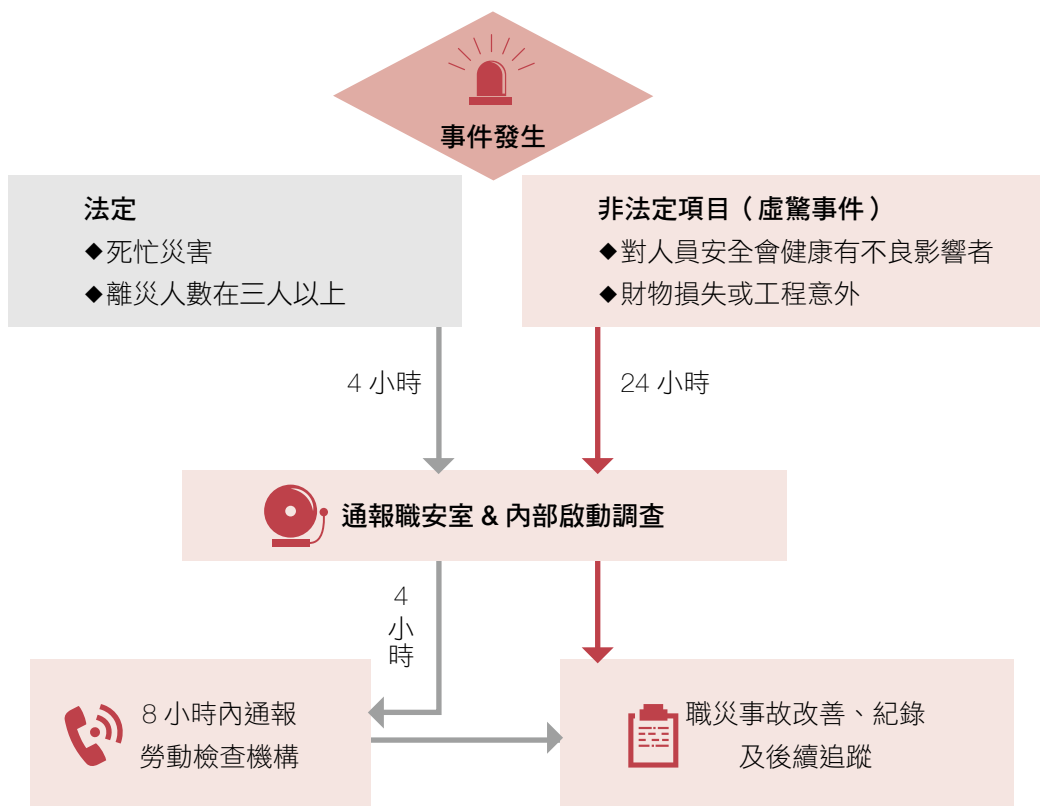
安全衛生教育訓練

	2017	2018	2019 (預計執行)
訓練內容	● 新人安全衛生教育訓練 ● 全體員工三年三小時職業安全衛生教育訓練 ● 丙種業務主管訓練 2 名 ● 甲種業務主管訓練 1 名 ● 急救人員 12 名	● 新人安全衛生教育訓練 ● 急救人員回訓 3 名 ● 甲種業務主管訓練 1 名 ● 有機溶劑作業主管訓練 10 名 ● 職業安全衛生委員會委員職業安全衛生教育訓練 12 名 ● 在職員工職業安全衛生教育訓練 66 名	● 新人安全衛生教育訓練 ● 甲種業務主管訓練 1 名 ● 粉塵作業主管訓練 10 名

6.3.3 職災預防

為確保提供員工健康安全的工作環境，每個月由勞工健康服務醫師，親至工作環境巡視並進行現場評估，確認和泰汽車員工工作環境無健康或安全有害之因子；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。

職業災害調查流程



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。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。檢視本公司之作業環境，高風險作業與高職業疾病之相關作業。

員工職災統計

項目	依性別	2014	2015	2016	2017	2018
缺勤率	男	0.20%	0.15%	0.08%	0.08%	0.07%
	女	0.33%	0.49%	0.48%	0.35%	0.34%
工傷率	全體	0.0	0.0	0	0	0
承攬商工傷率	全體	0.0	0.0	0	0	0
損失日數率	全體	0.0	0.0	0	0	0
職業病率	全體	0.0	0.0	0	0	0
死亡人數	全體	0.0	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

7



社會共融

Community Services

7.1 五大主軸

和泰汽車秉持「取之於社會，用之於社會」之觀念，長期投入社會慈善工作，並設定社會公益五大主軸，積極且持續不斷地推展，希望能將資源發揮至最大效益，並使更多社會大眾受惠；由各活動之響應人數來看，和泰汽車確實發揮了社會影響力，也希望帶動社會持續進步，並將溫暖帶給更多人。



和泰汽車鼓勵員工投身社會公益，讓員工於公暇時間參與各項志工活動，自 2017 年起志工假由半日放寬為一日，近六年共累計近 240 人次（123 人天）申請志工假。

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，至 2018 年底有將近 6.4 萬公益鐵粉持續關注。



7.2 守護百萬小學生安全

導護志工裝備捐贈數量

單位：套

和泰汽車不僅只提供汽車銷售服務，亦致力於交通安全宣導，希望打造更安全的交通環境；近年積極推廣系列性的安全宣導活動，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等，推動提升小朋友的交通安全概念，讓下一代的生活環境更安全。

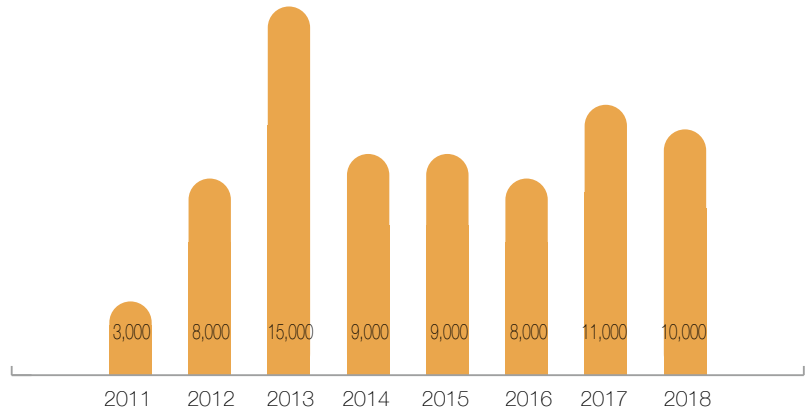
7.2.1 捐贈導護設備

為使小學交通導護志工在守護小朋友的安全上更為放心，和泰汽車自 2011 年起，以縣市為單位，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。

2015 年已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 2018 年總計捐贈超過 7 萬 3 千套，擴及全台 2,630 所小學，更讓全台約 117 萬名國小學童受惠。2018 年另規劃 500 套裝備，提供予當年度未捐贈地區的小學，以校為單位個別申請，500 套已於 10 月申請完畢，受贈小學皆給予正面評價。

導護志工愛的大募集網路集氣活動

2018 年首度推出導護裝備捐贈網路活動－導護志工愛的大募集，邀請導護志工及民眾上傳志工值勤照片，並透過網路留言值勤心得或想對導護志工說的



話，讓這些志工們偉大的無私付出留下紀錄，也為志工的愛心留下見證。

7.2.2 交通安全繪畫比賽

和泰汽車於 2001 年起即與純青社會福利基金共同舉辦全國兒童交通安全繪畫比賽，繪畫比賽主題皆以「交通安全」相關議題為主，希望小朋友在畫畫的過程中，植入交通安全觀念。和泰汽車亦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 18 年以來，累計參賽人數近 81 萬人，捐贈金額超過百萬以上，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。



7.2.3 說故事巡迴演出

和泰汽車已經連續 13 年舉辦說故事巡迴活動，2014 年起更以兒童劇團表演方式，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。至 2018 年累計舉辦 1169 場、超過 28 萬名學童參與互動，深受全台小學師生喜愛。



年度	2014	2015	2016	2017	2018
主題	行人 面向來車靠邊走	左看右看再看 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	正確過馬路的 方式不酒駕
場次數（場）	100	120	120	120	120
參與學童數（人次）	26,946	34,521	33,738	34,965	33,911



7.2.4 推廣交通安全

交通安全宣導幽默短片

同時為了強化大眾行車安全，2018 年首次與網紅〈這群人〉合作拍攝交通安全幽默短片，跳脫框架以幽默有趣的方式宣導交通安全，透過網紅的影響力，將行車安全的觀念拓及全台灣，提升道路安全。自上線後於 Youtube 及 FB 共 139 萬次觀看，將交通安全觀念擴展至更多社會大眾。

交通安全網路闖關遊戲

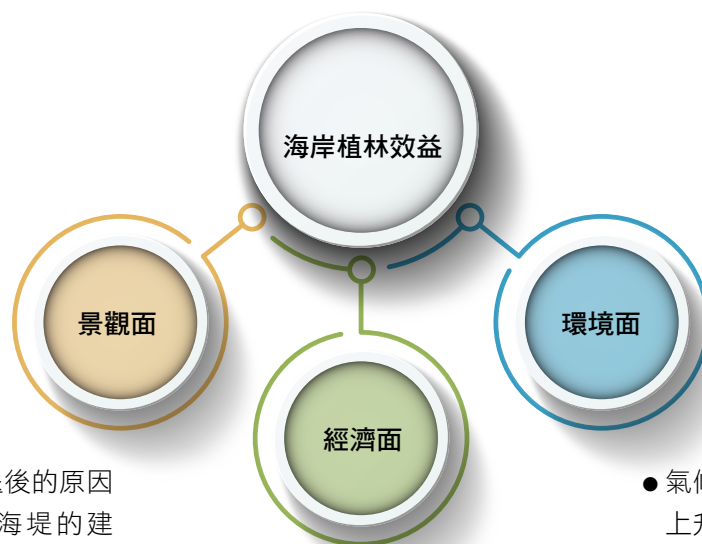
為提升公益宣導廣度，讓交通安全觀念能觸及更多人，今年特別設計一項刺激、有趣的線上交通安全闖關遊戲，結合騎乘自行車與機車的安全事項、行駛汽車及搭乘大眾交通運輸工具注意事項、交通標誌、號誌介紹等重要交通安全用路知識，並透過網路宣傳，吸引大眾一起來玩遊戲、學知識。網路闖關遊戲於 4/3 起與說故事巡迴同步展開至 6 月底結束，活動期間共 34,229 人參與遊戲。



7.3 環境保護

7.3.1 一車一樹

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，我們也知道環境破壞是無法復原，而且提供車主及下一代安心的生活環境，與提供便利的行車體驗一樣重要。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，自 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，保護美麗的永續家園。



- 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。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。

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。2017 年在新北市萬里、苗栗後龍、雲林麥寮、嘉義布袋、屏東恆春、台東東河的海岸線，以及 2018 年在宜蘭蘇澳、新北市萬里大鵬、桃園觀音、台中梧棲、台中清水、彰化鹿港、雲林西螺、雲林麥寮、雲林崙背、台南將軍區、屏東恆春、台東成功、台東太麻里的海岸線，和泰汽車持續替新車車主植樹，累計至 2018 年底止，種植數量已超過 18 萬 5 千株，造林達 77.3 公頃，減碳量約 1,865.36 公噸。

為積極倡導環境永續同時培養集團全員志工意識，和泰汽車集團除於 2018 年 9 月發起百人志工種樹活動，在蘇澳存仁海岸地區栽種 1,200 顆樹木外，10 月再度號召集團百餘位員工及親友，前往金山中角沙珠灣協助淨灘，合力清出上百公斤的各式廢棄物。希望藉由植樹與淨灘，將環保變成一種生活態度，愛護地球從自己做起。



7.3.2 環境月活動

「TOYOTA 環境月活動」帶領經銷商共同推動綠美化環境，並以在地資源回饋鄰里增進彼此互動，藉由點、線、面串連，成全臺灣最落實綠色行動的企業。更藉此活動，希望引領更多企業投入，凝聚並提升全民環保意識，以具體行動讓我們的生活環境充滿更多綠意與和諧。

自 2005 年開辦至今已邁入第 13 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 8 家經銷商，持續擴大活動參與範圍與人數。2013 年起 8 家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。2018 年起更擴大與 NGO、公部門（區公所）合作，並以 3 年為期深根在地，運用在地資源進行環境綠改造，並結合社區開辦環保教育場次。經銷商遍及全台，並依所在地社區需求，辦理相關活動。

年度	2009~2012	2013~2017	2018~
活動主軸	清理總動員	綠色環保總動員	深耕在地關懷
累計場次	32 場	36 場	8 場
活動成效	2.9 萬參與人次、活動面積 19.2 萬 m ² 、植栽 1.7 萬株；涵蓋公部門、NGO、員工、車主及非車主等，亦透過辦理 106 場環保教育		

2018 年 TOYOTA 環境月活動

經銷商	合作社區	合作主題	活動內容	志工人數
國都	美崙科學公園	環保野餐同樂音樂趴	與野鳥協會及台北市政府合作，於美崙科學公園舉辦「與你環保植樹、音樂、野餐約會」	1,323
北都	圓山公園	深造大地 - 綠化未來	與台北市錫瑤環境綠化基金會、台北市公園處合作，綠化圓山公園並教導植栽知識	670
桃苗	虎頭山風景區	樂在虎頭山 - 淨山逗陣來	與虎頭山志工協會、桃園市政府合作，清理及綠化虎頭山風景區，同時舉辦環保闖關遊戲及生態導覽解說	621
中部	南投虎山花園	30 有你 如虎添翼 - 中部汽車環境月	與南投縣環保志工協會、牛屎坑鄉土文史促進協會、南投縣政府等單位合作，於南投虎山花園進行生態 / 環保教育及環境清理	1,316
南都	南瀛綠都心公園	綠能、減碳、護地球	與新營區長、綠都心公園所轄里長，於南瀛綠都心公園舉辦環保 DIY、寫生、闖關教育，一同愛護環境	611
高都	竹田驛站園區	環保總動員 高都有愛	與二崙社區志工隊、荒野保護協會、竹田鄉公所合作，於竹田驛站園區清除外來種（小花蔓澤蘭）	608
蘭揚	張公園親水公園	大手拉小手 一起做環保	與安農溪總體發展協會、宜蘭縣環保局等單位合作，清理並綠化張公園親水公園	318
東部	國福社區	東部～和～您在一起，綠化環境～泰～幸～福	與國福里在地志工團隊、林管處、環保局等單位進行環保教育、植栽綠化，強化環保意識	547
合計				6,014



7.3.3 TOYOTA 玩具愛分享

為減少物資浪費與物資再利用 TOYOTA 於 2016 年起，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。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，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。熱情民眾捐贈的二手玩具累計至 2018 年底已有超過 101 噸之多，相當於 25,000 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 6 萬名的民眾共同參與。（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）



7.4 弱勢關懷

和泰汽車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。

7.4.1 喜憨兒關愛活動

2015 年和泰汽車啟動關懷喜憨兒計畫，於全台灣 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 2018 年累計採購金額逾 2,909 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。另外，每年中秋節時期為喜憨兒糕點出貨旺季，十分需要志工協助包裝 / 出貨，和泰汽車自 2015 年起連續 4 年號召公司同仁到喜憨兒庇護工場協助，今年號召公司志工 31 人至新北市及新竹喜憨兒庇護工場協助，一同為需要幫助的團體盡一份心力。



7.4.2 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，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，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。更在暑假血荒期動員全體員工與集團各關係企業同仁一同響應捐血，活動迄今已超過 5 萬人參加，募集逾 1,800 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	2018
參與人數 (人次)	4,139	5,360	8,348	11,609	14,431
募集捐血量 (毫升)	1,514,750	1,969,500	3,054,250	4,332,750	5,271,000

< 好心有好抱 > 捐血公益微電影

為廣邀大眾響應捐血活動，今年度首度拍攝捐血微電影，以知名男星 - 李玉璽擔任男主角，號召更多年輕族群加入捐血行列。累計觀看 461 萬次，反應熱烈，深獲網友喜愛，捐血微電影幕後花絮提前微電影 3 日上線，累計 32 萬次觀看，有效推動正片上線後之聲量。今年共舉辦 272 場捐血活動，募血量逾 500 萬 c.c.，為和泰歷年捐血活動新高。



7.5 文創與技職培育

7.5.1 全球夢想車創意繪畫大賽

和泰汽車希望透過小朋友發想夢想車的主題，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 2019 年已經邁入第十三屆、累積超過 44 萬 8 仟件的作品，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 12 屆的作品中，以「生生不息」代表台灣參加世界大賽，於全球多件作品中脫穎而出，勇奪世界大賽 C 組銅牌，成為兒童繪畫界的台灣之光！

第 13 屆大賽再創佳績，徵件數高達 78,763 件。為了鼓勵更多大小朋友發揮創意共同參與，於 2019 年 1 月份在台北市立動物園舉辦寫生活動，同時展示油電複合動力車款，並藉由遊戲體驗傳遞環保形象，鼓勵學童從小培養愛護環境的觀念。

類組	TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽作品數			
	2015	2016	2017	2018
A (8 歲以下)	6,258	16,656	27,235	37,522
B (8 至 11 歲)	29,843	24,294	33,757	36,408
C (12 至 15 歲)	3,687	2,623	1,143	4,833
總計	39,788	43,573	62,135	78,763

夢想車寫生活動吸引超過千人參加



7.5.2 教材捐贈

為培育新一代汽車維修技術人才，和泰汽車自 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，捐贈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 2,652 萬元，希望提供更多資源，為汽車產業培育更多人才。

T-TEP 學校教育器材捐贈

	2014	2015	2016	2017	2018
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	懸吊示教板、可變容積壓縮機示教板、可變汽門揚程示教板及 ALTIS /YARIS /WISH /PREVIA 實習車各一台
捐贈器材金額 (新台幣元)	1,069,594	166,015	289,224	228,332	1,519,503



7.6 藝文與體育活動

7.6.1 TOYOTA Family Day

Toyota Family Day 自第一屆舉辦至今已邁入第 14 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。「2018 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！

2018 年 Toyota Family Day 挑選全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。

7.6.2 籃球夏令營

和泰汽車長年深耕台灣，回饋社會，自 2017 年起舉辦「TOYOTA X 璞園籃球夏令營」，提供國小至國中的學童夏日體育活動，培養學童正當的體育習慣與概念」。

年度	2017 年	2018 年
人數	250 人	360 人

7.6.3 Lexus 藝文推廣

LEXUS 藉由品牌的主軸，規劃 LEXUS 經典之旅，持續帶給廣大車主們多元化的各式體驗與感受。

2019 LEXUS 最新微電影《好好》

LEXUS 以曾獲總統教育獎的阿甘老師—徐凡甘之真人真事改編拍製微電影。阿甘老師 15 歲時曾被判定需終生洗腎，但在家人的愛與支持之下，撐過生命給他的試煉；大學畢業後，更選擇到偏鄉教育服務，運用自身專業與熱忱，致力改變台灣教育環境。LEXUS 期望藉由阿甘老師身處逆境卻堅忍不拔的真實故事，鼓舞更多人，用心體會人生的精彩。



GRI 指標對照表

核心要求 / 重大主題	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
核心	GRI 102	一般揭露	102-1	組織名稱		關於和泰	4
核心			102-2	活動、品牌、產品與服務		關於和泰	4
核心			102-3	總部位置		關於和泰	4
核心			102-4	營運據點		關於和泰	4
核心			102-5	所有權與法律形式		關於和泰	4
核心			102-6	提供服務的市場		關於和泰	4
核心			102-7	組織規模		關於和泰	4
核心			102-8	員工與其他工作者的資訊	6.2	權益與福祉	92
核心			102-9	供應鏈		關於和泰 - 產業鏈	6
核心			102-10	組織與其供應鏈的重大改變		無重大改變	-
核心			102-11	預警原則或方針	4.4	風險管理	65
核心			102-12	外部倡議	1.5	外部組織參與獲獎	28
核心			102-13	公協會的會員資格	1.5	外部組織參與獲獎	28
核心			102-14	決策者的聲明		經營者的話	2
			102-15	關鍵衝擊、風險及機會	4.4	風險管理	65
核心			102-16	價值、原則、標準及行為規範	4.2	法規依循	60
			102-17	倫理相關之建議與關切事項的機制	4.2	法規依循	60
核心			102-18	治理結構	4.1	董事會架構與運作	59
			102-19	授予權責	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-20	高階管理階層對經濟、環境和社會主題之責任	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-21	與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-22	最高治理單位與其委員會的組成	4.1	董事會架構與運作	59
			102-23	最高治理單位的主席	4.1	董事會架構與運作	59
			102-24	最高治理單位的提名與遴選	4.1	董事會架構與運作	59
			102-25	利益衝突	4.2	法規依循	60
			102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-27	最高治理單位的群體智識	4.1	董事會架構與運作 (詳年報 P55~58 http://mops.twse.com.tw/mops/web/t100sb07)	59

核心要求 / 重大主題	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項 目編號	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
	GRI 102	一般揭露	102-28	最高治理單位的績效評估	4.1	董事會架構與運作	59
			102-29	鑑別與管理經濟、環境和社會 衝擊	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-30	風險管理流程的有效性	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-31	經濟、環境和社會主題的檢視	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-32	最高治理單位於永續性報導的 角色	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-33	溝通關鍵重大事件	1.2	企業社會責任委員會	16
			102-36	薪酬決定的流程	4.1	董事會架構與運作	59
			102-37	利害關係人的參與	4.1	董事會架構與運作	59
核心			102-40	利害關係人團體	1.4	重大性分析	17
			102-41	團體協約	本公司未有勞資雙方簽訂之協約		-
核心			102-42	鑑別與選擇利害關係人	1.4	重大性分析	17
核心			102-43	與利害關係人溝通的方針	1.4	重大性分析	17
核心			102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1.4	重大性分析	17
核心			102-45	合併財務報表中所包含的實體	1.4	重大性分析	17
核心			102-46	界定報告書內容與主題邊界	1.4	重大性分析	17
核心			102-47	重大主題表列	1.4	重大性分析	17
核心			102-48	資訊重編		關於本報告	-
核心			102-49	報導改變		關於本報告	-
核心			102-50	報導期間		關於本報告	-
核心			102-51	上一次報告書的日期		關於本報告	-
核心			102-52	報導週期		關於本報告	-
核心			102-53	可回答報告書相關問題的聯絡 人		關於本報告	-
核心			102-54	依循 GRI 準則報導的宣告		關於本報告	-
核心			102-55	GRI 內容索引		附錄	114
核心			102-56	外部保證 / 確信		附錄	119
核心		管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	1.4	重大性分析	17
			103-2	管理方針及其要素	1.4	重大性分析	17
			103-3	管理方針的評估	1.4	重大性分析	17

核心要求 / 重大主題	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
重大主題	GRI 201	經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	4.6	歷年財務績效	69
	GRI 201	經濟績效	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	6.2	權益與福祉	92
重大主題	GRI 202	市場地位	202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	6.2	權益與福祉	92
	GRI 202	市場地位	202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	6.2	權益與福祉	92
重大主題	GRI 203	間接經濟衝擊	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	7	社會共融	103
重大主題	GRI 205	反貪腐	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	4.2	法規依循	60
	GRI 205	反貪腐	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	4.2	法規依循	60
重大主題	GRI 206	反競爭行為	206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	無此情事		-
重大主題	GRI 301	物料	301-3	回收產品及其包材	5.2	環保產品設計	76
重大主題	GRI 302	能源	302-1	組織內部的能源消耗量	5.3	綠色營運	80
	GRI 302	能源	302-2	組織外部的能源消耗量	3.1	經銷商管理	45
	GRI 302	能源	302-3	能源密集度	5.3	綠色營運	80
	GRI 302	能源	302-4	減少能源消耗	5.3	綠色營運	80
重大主題	GRI 303	水	303-1	依來源劃分的取水量	5.3	綠色營運	80
	GRI 303	水	303-2	因取水而受顯著影響的水源	5.3	綠色營運	80
重大主題	GRI 305	排放	305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	5.3	綠色營運	80
	GRI 305	排放	305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	5.3	綠色營運	80
	GRI 305	排放	305-3	其他間接 (範疇三) 溫室氣體排放	3.1	經銷商管理	45
	GRI 305	排放	305-4	溫室氣體排放密集度	5.3	綠色營運	80
	GRI 305	排放	305-5	溫室氣體排放減量	5.3	綠色營運	80
	GRI 305	排放	305-7	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	45
重大主題	GRI 306	廢汙水和廢棄物	306-1	依水質及排放目的地所劃分的排放量	5.3	綠色營運	80
	GRI 306	廢汙水和廢棄物	306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	3.1	經銷商管理	45

核心要求 / 重大主題	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項目編號	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
重大主題	GRI 307	有關環境保護的法規遵循	307-1	違反環保法規		無此情事	-
重大主題	GRI 308	供應商環境評估	308-2	供應鏈對環境的負面影響，以及所採取的行動		2018 年未發生供應鏈對環境之負面衝擊	-
重大主題	GRI 401	勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	6.2	權益與福祉	92
	GRI 401	勞雇關係	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	6.2	權益與福祉	92
	GRI 401	勞雇關係	401-3	育嬰假	6.2	權益與福祉	92
	GRI 402	勞 / 資關係	402-1	關於營運變化的最短預告期	6.2	權益與福祉	92
重大主題	GRI 403	職業安全衛生	403-1	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	6.3	職業安全管理	97
	GRI 403	職業安全衛生	403-2	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	6.3	職業安全管理	97
	GRI 403	職業安全衛生	403-3	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的工作者	6.3	職業安全管理	97
重大主題	GRI 404	訓練與教育	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	6.1	培育與職涯發展	87
	GRI 404	訓練與教育	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	6.1	培育與職涯發展	87
	GRI 404	訓練與教育	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	6.1	培育與職涯發展	87
重大主題	GRI 405	員工多元化與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元化	4.1	董事會架構與運作	59
	GRI 405	員工多元化與平等機會	405-2	女男基本薪資和薪酬的比率	6.2	權益與福祉	92
重大主題	GRI 406	不歧視	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	6.2	權益與福祉	92
重大主題	GRI 407	結社自由與團體協商	407-1	可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點及供應商		無此情事	-
重大主題	GRI 409	強迫或強制勞動	409-1	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	-
重大主題	GRI 412	人權評估	412-3	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	-
重大主題	GRI 413	當地社區	413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	7.3	環境保護	106
重大主題	GRI 414	供應商社會評估	414-2	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	-

核心要求 / 重大主題	GRI 準則編號	GRI 準則標題	揭露項 目編號	揭露項目標題	章節	章節名稱	頁碼
重大主題	GRI 415	公共政策	415-1	政治捐獻		無此情事	-
重大主題	GRI 416	顧客健康與 安全	416-1	評估產品和服務類別對健康和 安全的影響	2.3	產品設計與生產	40
					4.5	資訊安全	68
	GRI 416	顧客健康與 安全	416-2	違反有關產品與服務的健康和 安全法規之事件		無此情事	-
重大主題	GRI 417	行銷與標示	417-1	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	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	未遵循行銷傳播相關法規的事 件		無此情事	-
重大主題	GRI 418	客戶隱私	418-1	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	32
重大主題	GRI 419	社會經濟法規 遵循	419-1	違反社會與經濟領域之法律和 規定		無此情事	-

以上指標皆以 2016 年版本為準

獨立保證意見聲明書

和泰汽車股份有限公司 2018 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)為相互獨立的公司,英國標準協會除了針對和泰汽車股份有限公司 2018 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之目的,僅作為對下列和泰汽車 2018 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英國標準協會審查和泰汽車提供之相關資訊所作成之結論,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 2018 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)及其 2018 年附錄的第 1 應用類型評估和泰汽車遵循 AA1000 當責性原則(2018)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 2018 企業社會責任報告書內容,對於和泰汽車之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,此報告書並無重大之不實陳述。我們相信有關和泰汽車 2018 年度的經濟、社會及環境等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露之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)及其 2018 年附錄查證能力之團隊執行,以及策劃和執行這部分的工作,以獲得必要之訊息資料及說明。我們認為就泰汽車所提供之足夠證據,表明其依據 AA1000 保證標準(2008)及其 2018 年附錄的報告方法與自我聲明符合 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於和泰汽車政策進行訪談,以確認本報告書中聲明書的合適性
- 與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 11 位與永續性管理、報告書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
- 針對公司報告書及其相關 AA1000 當責性原則(2018)中有關包容性、重大性、回應性及衝擊性原則之流程管理進行審查

結論

針對 AA1000 當責性原則(2018)之包容性、重大性、回應性及衝擊性與 GRI 永續性報導準則的詳細審查結果如下:

包容性

2018 年度報告書反映出和泰汽車已持續尋求利害關係人的參與,並建立重大永續主題,以發展及達成對企業社會責任具有責任且策略性的回應。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之包容性議題。

重大性

和泰汽車公布對組織及其利害關係人之評估、決策、行動和績效會產生實質性影響與衝擊之重大主題。永續性資訊揭露使利害關係人得以對公司之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之重大性議題。

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之回應性議題。

衝擊性

和泰汽車已鑑別並以平衡和有效之量測及揭露方式公正展現其衝擊。和泰汽車已經建立監督、量測、評估和管理衝擊之流程，從而在組織內實現更有效之決策和結果管理。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了和泰汽車之衝擊性議題。

GRI 永續性報導準則

和泰汽車提供有關依循GRI永續性報導準則之自我宣告，與相當於“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循其全部的報導要求)的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照GRI永續性報導準則的社會責任與永續發展之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)及其 2018 年附錄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之範圍與方法。

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之範圍與方法，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，為全球標準與驗證的領導者。本查證團隊係由具專業背景，且接受過如 AA1000AS、ISO 14001、ISO 45001、ISO 14064 及 ISO 9001 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
2019-06-18



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-4

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

