

關於本報告

和泰汽車於 2020 年 6 月公開發行第八本報告書，更強調鑑別永續發展的衝擊、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，前一本報告書已在 2019 年 6 月發行；我們朝向以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，與合作夥伴共同努力，逐步落實和泰汽車的永續發展。

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 2019 年 1 月 1 日至 2019 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較前一年度有所增加，係因部分議題有所細分，以利訂定更明確之管理方針。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。

報告書管理

編撰原則	本報告書以 GRI Standards 的核心選項為編撰基礎，並以 TYPE 1- 中度保證等級為基準；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 2019 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。
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，由部門主管進行審查，再提交至報告書工作小組，同時委託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。

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 陳菁梅
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#1831
信箱：mandy@hotaimotor.com.tw

目錄

CONTENTS

	關於本報告		01
	經營者的話		04
	關於和泰	和泰品牌（包含組織架構、事業版圖、關係企業等）與 70 週年發展藍圖	06
		產業鏈	08
		願景、使命與目標	12
		銷售與服務網絡	15
		2019 永續亮點	16
營運 治理	1 永續管理	1.1 企業永續政策	19
		1.2 企業社會責任委員會	20
		1.3 CSR 里程碑及 2020 年深化 CSR 目標	21
		1.4 重大性分析	22
		1.5 外部組織參與	34
		1.6 2019 年獲獎與榮耀	35
	2 感動客戶	2.1 樂在 TOYOTA	37
		2.2 顧客關係管理	38
		2.3 產品設計與生產	46
	3 最佳夥伴	3.1 經銷商管理	51
		3.2 和泰汽車供應商管理體系	61
	4 誠信經營	4.1 董事會架構與運作	65
		4.2 法規依循	66
		4.3 資訊揭露	69
		4.4 風險管理	70
		4.5 資訊安全及顧客資料保護	74
		4.6 財務績效	75



 保護地球 5 環境	5.1 環保理念	77
	5.2 環保產品設計	83
	5.3 綠色營運	86
	5.4 氣候變遷管理	92
 友善共融 6 樂在工作	6.1 培育與職涯發展	95
	6.2 權益與福祉	100
	6.3 職業安全衛生管理	104
 友善共融 7 社會共融	7.1 四大主軸	109
	7.2 交通安全	110
	7.3 青年培力	111
	7.4 社會關懷	115
	7.5 環境保護	116
 附錄	GRI 指標對照表	120
	查證聲明書	124





經營者的話

和泰汽車股份有限公司 董事長

黃志光



和泰汽車在提供完善服務的同時，也致力成為永續經營的領導企業，並積極與利害關係人溝通，回應其需求，以達成各界信賴的頂尖企業公民。我們積極地以突破性新思維及作法，實現企業永續願景與社會共同成長。面對 MaaS (Mobility as a Service)、共享經濟 (Car sharing) 與自動駕駛車等趨勢，持續挑戰傳統汽車產業之競爭，和泰汽車在業務推動上持續追求創新，突破慣有業務範疇，大膽嘗試新商機，以確保擁有能夠承受任何挑戰的關鍵競爭力，同時將企業社會責任理念融入我們的運營核心中。

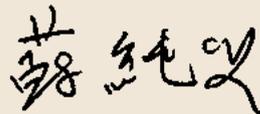
和泰的願景為「**think Amazing**」，所傳達的是不自滿於第一、大膽追求，創造更多驚豔的成果。其中將「t」轉化為「+」，代表 Level up，「i」代表每一位同仁，所期望的就是每一位同仁都要精進不懈。2020 和泰汽車的經營方針為”突破 (Breakthrough)”，分別在販賣、創新、綜效、服務、關懷及週邊六大面向規劃各項作為，包含販賣服務大突破、週邊茁壯再巔峰、創新突破新思維、團結合作新商機、善盡社會責任，藉以鞏固和泰汽車於汽車產業的領導地位。在追求銷售台數成長的同時，本公司亦將深化全員「樂在 TOYOTA」體驗，營造健康活力職場。和泰也將善盡企業社會責任，致力於回饋社會與環境，持續在環境永續、交通安全、社會關懷、人才培育方面等，整合和泰集團公益資源，擴大影響力，與年輕世代共創永續價值，成為汽車產業 CSR 的標竿企業。

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。和泰在三大品牌的販賣服務上，以”車輛→讓顧客想開；服務→讓顧客愛來”為主軸，持續開發市場，抱持無上限之販賣思維，突破販賣極限，堅持顧客服務革新，打造最受信賴的集團品牌，讓客戶享受和泰為他們帶來的互動和服務，使駕駛人在最舒適和安心的情況下享受乘車體驗。

TOYOTA 長久來是國人的購車首選，已連續 18 年蟬聯臺灣車市龍頭。面對進口車市暢旺、豪華品牌強敵環伺、國人消費偏好趨勢轉換等市場變化，和泰汽車在豐田母廠的支持下，2019 年導入全新車款 TOYOTA HILUX、SUPRA、YARIS Crossover 及 LEXUS UX250h、LM，並推出改款之 TOYOTA PRIUS、RAV4、ALTIS、PRIUS PHV、SIENTA、C-HR 及 LEXUS RC、RC F、RX 等，全年表現超出預期，與大型車、小型車全體經銷商齊力達成全年 14.9 萬輛的登錄台數，市場佔有率為 33.9%，達成台灣車市 18 連霸紀錄。其中，TOYOTA ALTIS 及 RAV4 持續蟬聯國產車與進口車雙料冠軍、LEXUS 以登錄 22,295 台再創本品牌新高、HINO 大型商用車的販賣成績也達成市場 10 連霸，皆交出亮眼銷售成績單。TOYOTA 及 LEXUS 合計登錄 141,890 台，蟬聯 18 年台灣車市銷售冠軍，其中 COROLLA ALTIS 連續 19 年蟬聯單一車款銷售冠軍，RAV4 穩坐台灣 SUV 市場 NO.1 的寶座。HINO 連續 10 年大型商用車 NO.1。

和泰汽車秉持「取之於社會，用之於社會」之觀念，長期投入社會公益，結合集團內外部資源並與利害關係人合作，積極推動交通安全、青年培力、社會關懷以及環境保護等四大社會公益主軸，期望發揮正向社會影響力，

和泰汽車股份有限公司 總經理




帶動社會持續進步，共享共榮，我們亦針對四大公益主軸設定 2020 年與 2023 年目標，以持續推動，期盼給更多人帶來溫暖與影響力。

和泰汽車長年投入交通安全公益事業，捐贈全台各縣市小學導護志工裝備，至 2019 年已累計捐贈超過 8 萬 5 千套，擴及全台 2,630 所小學，超過萬名導護志工受惠，守護全台百萬小學生的交通安全；為鼓舞不畏日曬雨淋的導護志工們，2019 年和泰汽車特別拍攝導護志工的公益影片《電音三太子出任務》，以小朋友的守護神 - 電音三太子到全台小學巡迴當導護志工保護小朋友上下學為主題，打造主題曲，唱出導護志工的熱情與助人為快樂之本的心聲。

為加強社會貢獻及培育未來優秀人才，和泰汽車不僅於專業汽車知識傳承部分設立獎學金，也提供車輛教材或零件捐贈，協助技職學生培養一技之長，更舉辦多項學術交流活動，激發青年學子的創意及獨立思考能力，為培育社會人才盡一份力量；如舉辦公益夢想家活動，由大專院校學生提出公益提案，給予大學生公益實作津貼補助，共補助十強，總計一百萬。為鼓勵國人捐出熱血，和泰汽車已捐贈 10 台 HINO 大型捐血車，搭載先進的採血設備，並首度踏入校園，發起大學生捐助熱血，超過 2,500 人熱烈響應。

環境保護部分，「TOYOTA 玩具愛分享」系列活動，2019 年已邁入第四年，收集二手玩具並利用再生，累計至 2019 年底已超過 150 噸，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；一車一樹的活動已連續執行三年，至 2019 年底，已種植超過 30 萬棵樹，面積達 122 公頃，減碳量約 4,300 公噸，種下的樹木遍及台灣沿海 12 個縣市。

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。2019 年開始，和泰帶領全體經銷商以「環保 就是 Life Style!」為策略，推動環管業務，透過「低碳、減塑、FUN 生活」3 大主軸執行系列作法，首先設定 2020 年低碳、減塑目標為 CO₂ 降低 3%、水/垃圾降低 1%，以成為汽車產業最環保的品牌。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，除了 2018 年在楊梅物流中心屋頂建 10,713 坪的太陽能案場外，2019 年再於新莊園區、台中及高雄副倉、及長源斗南廠新增 4 個案場，2019 年總計產生 2,305 噸溫室氣體削減效益，持續為環境盡一份心力。

和泰汽車積極推動永續發展，領先同業於 2018 年在董事會轄下設置企業社會責任委員會之功能性委員會外，更持續推進，設定 E、S、G 三大面向之 2020 年目標，使和泰汽車朝企業永續經營的目標邁進。在 TCSA 臺灣永續報告獎的角逐中，和泰汽車連續四年榮獲「臺灣企業永續獎」之單項績效《社會共融獎》，以及持續在報告書與永續績效上位居領先地位。此外，和泰汽車亦連續六年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。和泰汽車將持續追求商品多元化、品牌潮流化、體制健全化、販賣智能化、服務客製化，透過五大進化，提供超越顧客期待的產品與服務，肩負起企業公民的擔當與責任，持續邁向永續發展。



關於和泰

和泰品牌

和泰的成立與發展歷史

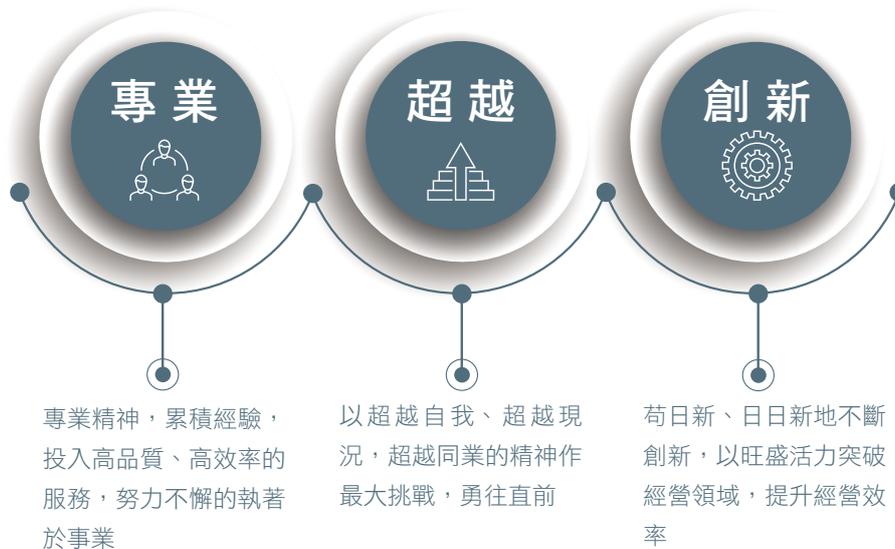
和泰汽車創立於 1947 年，迄今已走過逾 70 個年頭，初期以貿易為主要業務，陸續取得豐田、日野、凌志等汽車知名品牌之代理權，為日本豐田汽車海外市場的首家總代理。和泰汽車於 1997 年正式於台灣證券交易所掛牌上市，股票代號 2207。

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。

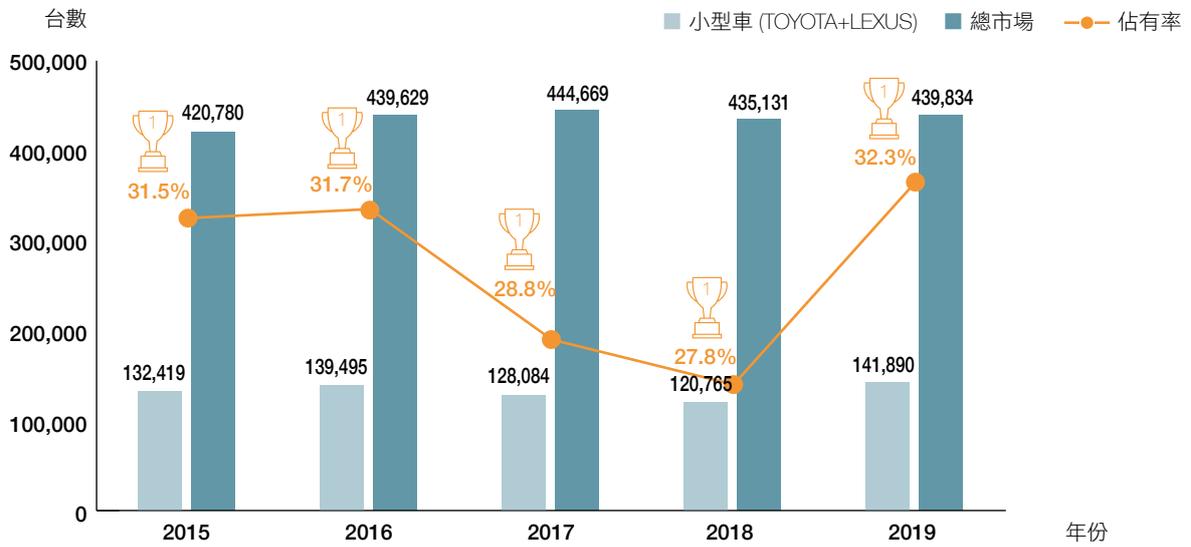
一路走來，我們始終抱持著「沒有最好、只有更好」的信念，並秉持和泰人的 DNA- 熱誠與誠信，以熱情不懈的精神持續突破，建立和泰汽車成為台灣汽車業龍頭的基礎。未來我們將持續堅持提供最好的產品與服務，同時落實各項顧客滿意活動，用最踏實的心貫徹和泰人的使命，始終以『心』為行事的出發點，站在客戶及員工的立場思考，在互信互惠的基礎上，取得滿意的最大值。



和泰汽車經營理念

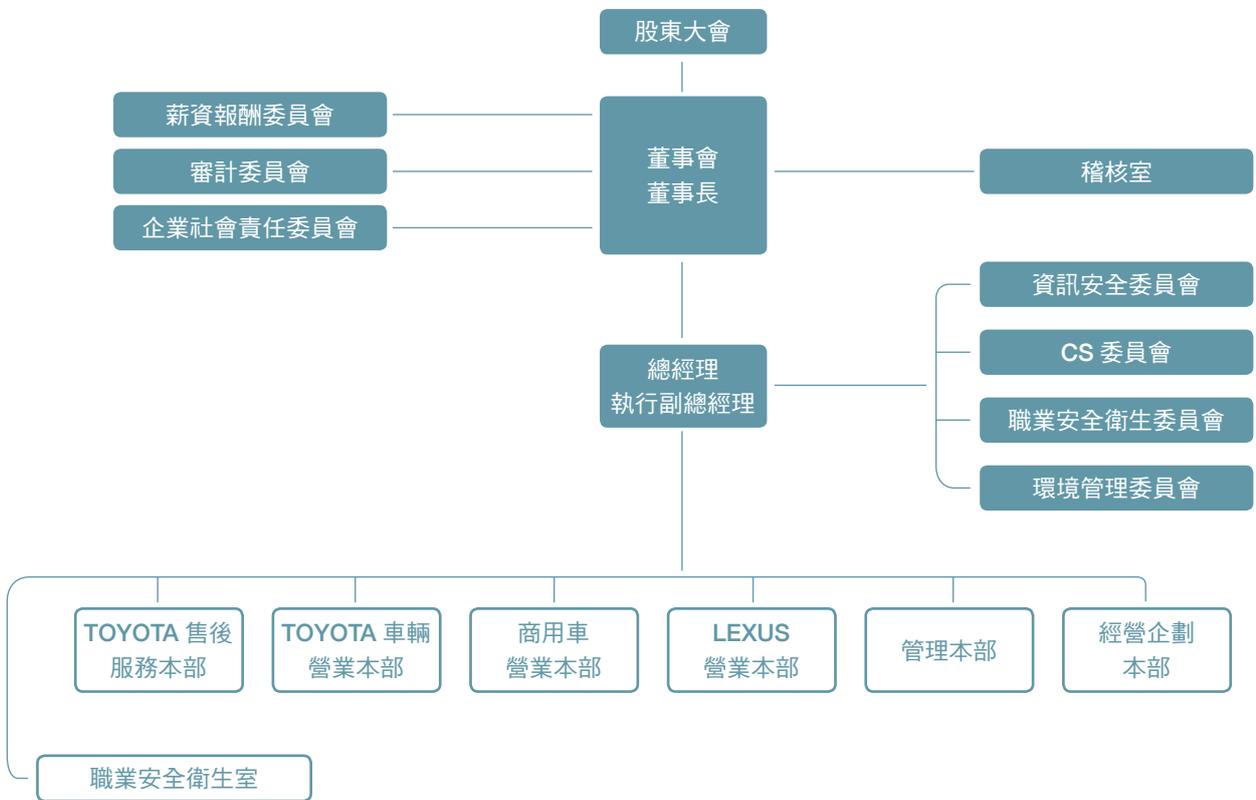


小型車市場佔有率



※ 以上為登錄 (領照) 台數

組織架構





產業鏈

集團事業版圖

為了提供顧客更周全完善的服務，和泰集團持續發展擴張各相關企業，跨足汽車經銷、汽車租賃、金融保險、汽車製造、認證中古車及電商、汽車配件／精品，及各該海外事業等，各相關企業間彼此無間串聯，突破侷限，以健全的價值鏈創造極大化的效益。



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

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



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)

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

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

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

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。

和通汽車投資有限公司及雷克薩斯體系 / 廣汽豐田體系 / 一汽豐田體系

和通汽車為和泰汽車集團中國總部，經營管理一汽豐田體系、廣汽豐田體系、雷克薩斯體系之 4S 據點，提供車輛銷售與售後、周邊服務等業務

上海和乾物流設備貿易有限公司

經銷豐田產業車輛之銷售及售後服務

上海和德二手車經營有限公司

經營上海等多個地區豐田認證中古車專業收購、銷售相關業務

上海和冕汽車科技有限公司

提供汽車領域內技術開發及技術諮詢及業務

棗庄和萬汽車銷售服務有限公司

提供汽車及零配件銷售服務

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

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

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



「TOYOTA 一車一樹」公益植樹計劃展開

和泰汽車捐贈「和泰號[®]」捐血車

2010~2019

2019.12	TOYOTA 及 LEXUS 合計登錄 141,890 台，蟬聯 18 年台灣車市銷售冠軍，其中 COROLLA ALTIS 連續 19 年蟬聯單一車款銷售冠軍，RAV4 穩坐台灣 SUV 市場 NO.1 的寶座。HINO 連續 10 年大型商用車 NO.1。
2019.12	LEXUS LM 全新上市。
2019.12	和潤企業掛牌上市。
2019.12	和泰汽車捐贈「和泰號 [®] 」捐血車，累計全台捐贈 10 台，為台灣捐贈最多捐血車的企業。
2019.11	連續 2 年獲英國國際標準協會 (BSI) 「永續獎」。
2019.11	和泰汽車連續 4 年獲台灣企業永續研訓中心 (TCSA) 「台灣企業永續獎」。
2019.10	國瑞汽車榮獲經濟部「傑出貢獻外商獎」。
2019.09	捐贈 12,000 套導護志工裝備 予新北市、基隆市、宜蘭縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、花蓮縣、屏東縣，累計全台捐贈 8.5 萬套。
2019.09	和泰 TOYOTA 集團萬人淨灘減塑。
2019.09	TOYOTA GR SUPRA 全新上市。
2019.08	連續 5 年榮獲「天下 CSR 企業公民獎」。
2019.07	TOYOTA HILUX 全新上市。
2019.06	和泰汽車連續六年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。
2019.05	和泰汽車三度蟬聯公司治理評鑑上市公司排名前 5% 並獲得台北市「勞動安全獎」殊榮。
2019.05	豐田 GRANVIA 全新上市。
2019.04	TOYOTA 一車一樹活動 20 萬棵種植達成。
2019.03	TOYOTA RAV4、COROLLA ALTIS 全新上市。
2019.01	和泰汽車旗下和運租車轉投資設立「和雲行動服務股份有限公司」。
2019.01	和泰汽車致力捐血公益 9 台和泰號捐血車 募血逾 2 億 C.C。
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	完成入股全國經銷商
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
2011.09	Toyota 在台銷售 200 萬台。



2000年楊梅物流中心正式啟用



1997年本公司股票上市前業績發表會



1947年和泰商行創立

1947~2009

- 2008.04 和泰增資國瑞汽車至 30%。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。)
- 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。





願景與使命與目標

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
 不以現況為自滿，每次的挑戰就是突破
 並持跳脫框架的價值，就是我們不變的堅持

+think Amazing

和泰汽車的願景

面對成熟且競爭的汽車市場，和泰在跨足 70 週年的新里程碑的當下，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第一、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精進不懈。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，鼓勵同仁以沒有侷限的思維，以只有和泰能夠超越和泰的態度，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。



2018-2022 中長期發展目標

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。





2020 年經營方針

展望 2020 年，中美貿易戰趨於緩和、民間消費動能提升，台灣汽車市場規模預期將比去年成長。面對嶄新的產業環境，和泰汽車將持續追求商品多元化、品牌潮流化、體制健全化、販賣智能化、服務客製化，透過五大進化，提供超越顧客期待的產品與服務，並以「突破」為經營方針，鞏固和泰汽車於汽車產業的領導地位。

販賣服務大突破

- TOYOTA：全年齡層顧客第一理想品牌
- LEXUS：創造客戶驚艷瞬間
- 商用車：突破市場販賣框架

販賣服務大突破

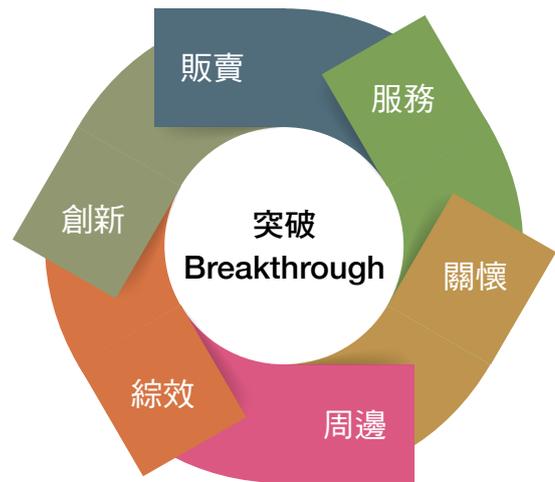
- TOYOTA：擴大服務市場，提升顧客黏著度
- LEXUS：獨特的悉心款待
- 商用車：熱情專業又快速

善盡社會責任

- 營造健康活力職場，深耕社會，善盡企業社會責任
- 傳播愛與關懷，強化社會關懷形象
- 持續環保行動，成為全球 TOYOTA 集團環保 No.1

週邊茁壯再巔峰

- 和潤：成為台灣市值前百大上市公司，持續成長
- 和運：掌握台灣移動服務趨勢，主導新市場規則走向
- 車美仕：深耕產品、創新服務，插旗全球車用市場
- 長源：突破販賣框架，大型車、3.49T 雙 NO.1
- 產機：開創新商機，提供客戶 total solution
- 和通：建立健全管理體制，穩健扎根中國市場
- 和泰產險：提供客戶完整商品服務，成為前七大產險公司
- 和泰聯網：謹慎評估、明確規劃，發展獲利商業模式
- 和勁行銷：開發優質產品，全力發展非集團通路



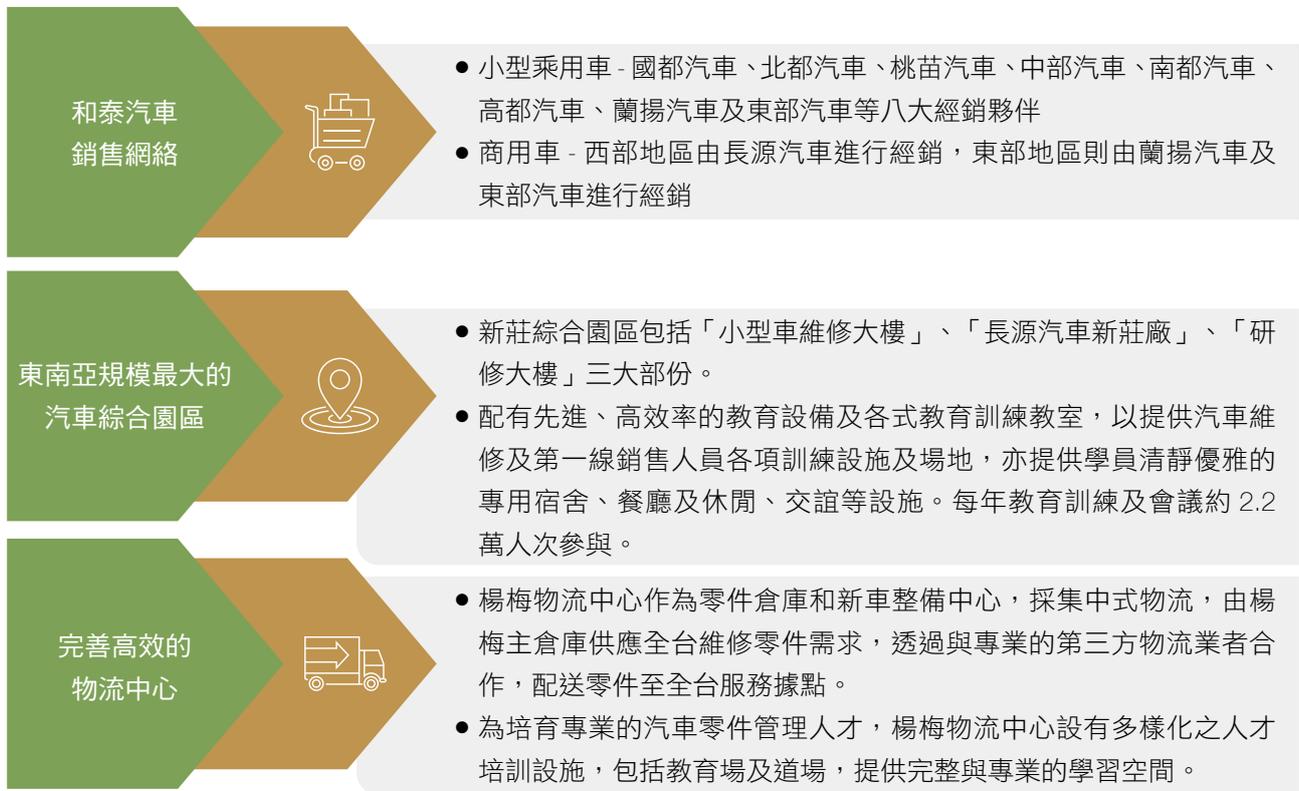
團結合作新商機

- 公司間強化合作，運用價值鏈優勢，發揮集團綜效
- 建立遵法體制，落實自働化管理，強化公司治理

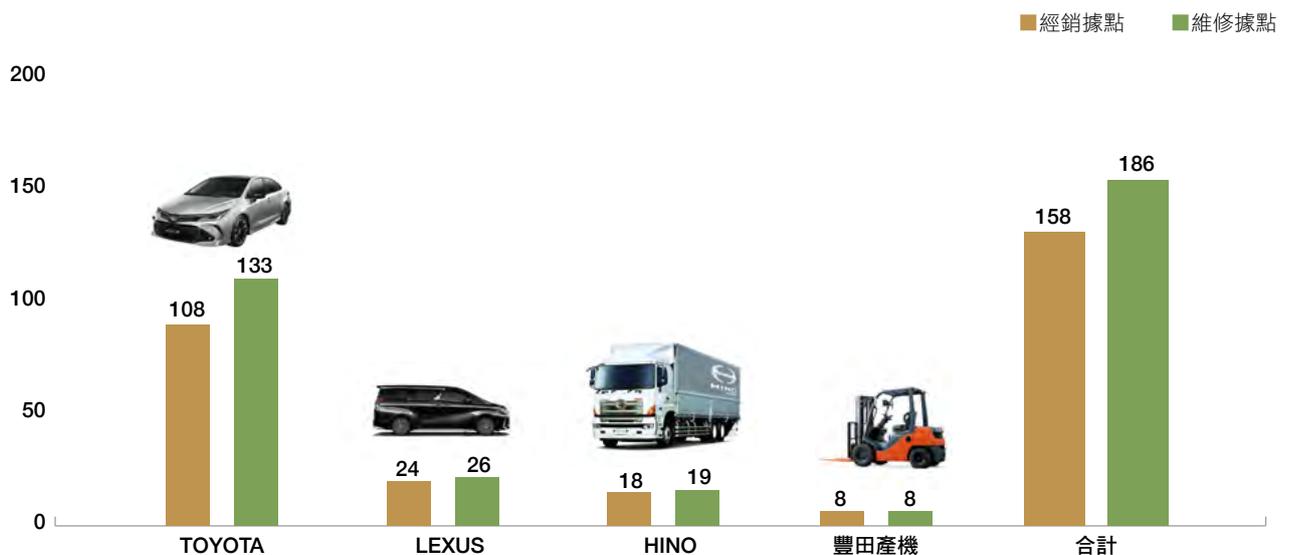
創新突破新思維

- 掌握 MaaS 浪潮，找出獲利模式，成長動能再提升
- 新數位科技的扎根，從觀念到落實，從落實再到獲利
- 突破慣有業務範疇，大膽嘗試新商機

銷售網絡與服務



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 154 個，維修據點為 180 個；其中 TOYOTA 經銷據點共 108 個、維修據點為 133 個；LEXUS 經銷據點 24 個、維修據點 26 個；HINO 經銷據點 18 個、維修據點 19 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。





2019 永續亮點

• 經濟面 •

台灣 **50**

2019 年 3 月列入台灣 50 指數成份股

21.55 元

2019 年度每股盈餘，創歷史新高

32.3%

連續 18 年小型車市場占有率第一

100%

新進人員反賄賂教育訓練

逾 **300** 萬

行動化服務 APP 累計下載人次

• 社會面 •

100%

2019 年育嬰留停復職率及留任率皆為 100%

3.8%

人員離職率 3.8%，為近五年新低

8.5 萬套

至 2019 年已累計捐贈超過 8.5 萬套導護裝備

5,000 萬元

捐贈汽車高科技教具及教材，累積金額超過新台幣 5,000 萬元

150 噸

收集二手玩具並利用再生，累計至 2019 年底已超過 150 噸



環境面

2,413 噸

裝設太陽能案場，2019 年總計產生 2,413 噸溫室氣體削減效益

56 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

41,600 噸

2019 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 32 公噸，以全球暖化潛勢 (GWP) 為 1,300 計算，相當於減少 41,600 噸 CO₂ 排放量

93.1 %

再生零件 - 動力轉向機泵浦之使用比率為 93.1%

3,321 萬瓶

中央給油設備，減少機油瓶廢棄量，持續推動廢棄物減量措施，平均每年減量百萬瓶的機油空瓶，累計至 2019 年共減量 3,321 萬瓶，減少重量達 230 萬公斤





經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴



1

永續管理

Corporate Social
Responsibility

1. 永續管理

和泰汽車持續落實企業社會責任，透過企業社會責任委員會作為跨部門的溝通平臺，整合公司資源，監督及落實公司於環境（Environment）、社會（Social）、治理（Governance）等面向的作為。我們積極回應利害關係人所關注之重大議題、關注與聯合國永續發展目標的結合，將企業社會責任思維與經營策略結合，為所有利害關係人、環境及社會的永續發展貢獻心力、共創價值。

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。

和泰汽車積極呼應聯合國永續發展目標（SDGs），參考國際相關倡議之精神，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，偕同員工對社會永續發展創造持續貢獻。

和泰汽車落實企業社會責任指導方針

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，於董事會下設置「企業社會責任委員會」（以下稱 CSR 委員會），CSR 委員會由和泰之董事及獨立董事組成，主要負責制定公司企業社會責任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，並於每年向 12 月董事會報告。

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。為具體落實與監督和泰汽車各項 ESG 作為與績效，委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」三大事務局做為 CSR 相關事務推動之執行單位，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。三大事務局主要負責擬定各項 CSR 專案方針與執行，並至 CSR 委員會報告其進度與成果，透過跨部門溝通及討論，統籌各項議題之運作，將日常營運與 CSR 結合，整合公司資源並發揮綜效。



和泰汽車企業社會責任委員會組織圖



1.3 CSR 里程碑及 2020 年深化 CSR 目標

和泰汽車長期耕耘企業社會責任，投入資源推動 CSR 事務不遺餘力，秉持取之於社會、用之於社會的理念，積極落實企業的社會公民責任，並因此屢獲內外部的支持與肯定。

CSR 里程碑



而為精進和泰汽車的 CSR 作為與成效，三大事務局也依據環境（E）、社會（S），及公司治理（G）三大面向分別訂定 2020 年深化 CSR 目標及措施，使和泰汽車朝企業永續經營的目標邁進。

2020 年深化 CSR 目標及措施

面向	2020 年目標	措施
環境 (E)	展開 2030 環境里程碑活動	EAS / Eco DLRship 評鑑
	提升資訊網為價值平台	環保價值看板、目標檢核功能
	實踐「環保 就是 Life Style!」	ISO 認證、教育、資訊價值化、HV 電池、模範案場
	友善作環境 (低碳 / 減塑 / 綠化)	暑熱對應工程、再生能源設備、綠手指達人培育
	行銷「環保 就是 Life Style!」	舉辦「低碳、減塑、Fun 生活」活動、擴大在地粉絲觸及數
社會 (S)	整合集團公益版圖，CSR 形象有感經營，公益知名度全面提升	(1). 繪製集團公益版圖；建立 公益志工行事曆平台 (2). 整合交安公益，以交安 影片及網路活動擴大聲量 (3). 舉辦全國捐血月；強調捐贈捐血車全台 No.1
	和泰汽車 vs 大學生溝通 2.0	(1). 舉辦第二屆公益夢想家，攜手學子回饋社會 (2). 擴大和泰號捐血車校園捐血場次，插旗全台大專院校
	藝文培育，激發青年學子 創意	(1). 舉辦第 14 屆 Dream Car 夢想車繪畫比賽 (2). 舉辦短影片創作競賽
	強化「雇主品牌」，塑造「幸福有感職場」	(1). 建立多元勞資溝通平台 (2). 舉辦「集團共好羽球賽」 (3). 擴大據點醫師駐診頻度；推動優於法規員工健檢
公司 治理 (G)	CSR 委員會功能深化	推動 CSR 委員會集團化
	同步集團公司治理	輔導和潤建置上市後公司治理藍圖
	深化法人溝通效益	發行投資人季報，反饋外界對公司的看法及產業趨勢，做為相關決策參考
	法令遵循推動	(1). 違法零容忍創新宣導及持續教育 (2). 集團法遵手冊製作及遵法查核



1.4 重大性分析

永續議題蒐集

隨著汽車行業面臨百年一遇的巨大變化，需要做出更正確的決策並提高營運效率。同時，以環境（E）、社會（S）和治理（G）為考量的利害關係人，對公司非財務議題的績效期望也在提高。和泰汽車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。和泰認為永續成長和穩定，是提升公司價值至關重要管理重點，並持續提供滿足客戶需求的產品是解決這些優先事項的關鍵。在企業社會責任的核心中，我們以利害關係人為導向進行管理，以促進永續發展並努力保持和發展良好的溝通管道。

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，一共歸納出五五大類、計 17 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 風險與危機管理 永續夥伴關係	顧客安全 產品與服務品質 顧客隱私保護 品牌管理與行銷	營運財務績效 市場策略與公平交易	低碳營運行動 環境衝擊管理 資源循環利用	人力資源與包容性 職涯培訓與教育訓練 人權與勞資溝通 職業安全與健康 社會公益活動

利害關係人鑑別與溝通

具體而言，和泰汽車在的相關部門都在積極地與主要利害關係人進行對話。他們交流和泰的理念，也有助於加深相互了解。此外，和泰汽車與外部專家保持溝通，以確保永續發展措施的方向。因此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。和泰也將繼續進一步加強與利害關係人的對話，以切實滿足社會的期望，並將其運用到我們的未來計劃中。

利害關係人身份	聯絡電話	e-mail
經銷商	+886-2-2506-2121#1835	JESSIECHANG@mail.hotaimotor.com.tw
供應商		
員工		
客戶	TOYOTA 顧客服務中心免費專線：+886-800-221-345 LEXUS 顧客服務中心免費專線：+886-800-036-036 HINO 顧客服務中心免費專線：+886-800-522-567 產機顧客服務中心免費專線：+886-800-221-456	利害關係人專區： http://pressroom.hotaimotor.com.tw/zh/shareholder/feedback/fIOFUXWMm
股東	+886-2-2506-2121#1832	HSIAO@mail.hotaimotor.com.tw
媒體	+886-2-2506-2121#1841	ANGELAYEH@hotmail.com.tw
檢舉信箱	-	leonard@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	1. 車輛受訂 / 販賣之推進，達成年計目標 2. 經銷商關係維繫及顧客車輛問題獲得解決 3. 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 4. 透過綜合遵法體制遵法查核，控管違法風險 5. 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. 集團高階主管成員凝聚集團層峰法遵共識，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. 年度目標順利達成 2. 階段性販賣重點之達成



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
股東	1. 股東權益極大化 2. 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
員工	1. 強化員工溝通，凝聚員工向心力 2. 重視男女平權與支持職場多元化 3. 針對各階人員進行人才培訓計畫 4. 提升企業形象 5. 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

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
客戶	1. 品牌的潛在顧客與既有客戶，直接影響品牌營收與獲利 2. 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
供應商	1. 授權和泰代理 TOYOTA&LEXUS&HINO 2. 適時供給和泰販售以符合市場端之國產車輛需求 3. TOYOTA 亞洲代理商零件作業改善之檢核評價 4. 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

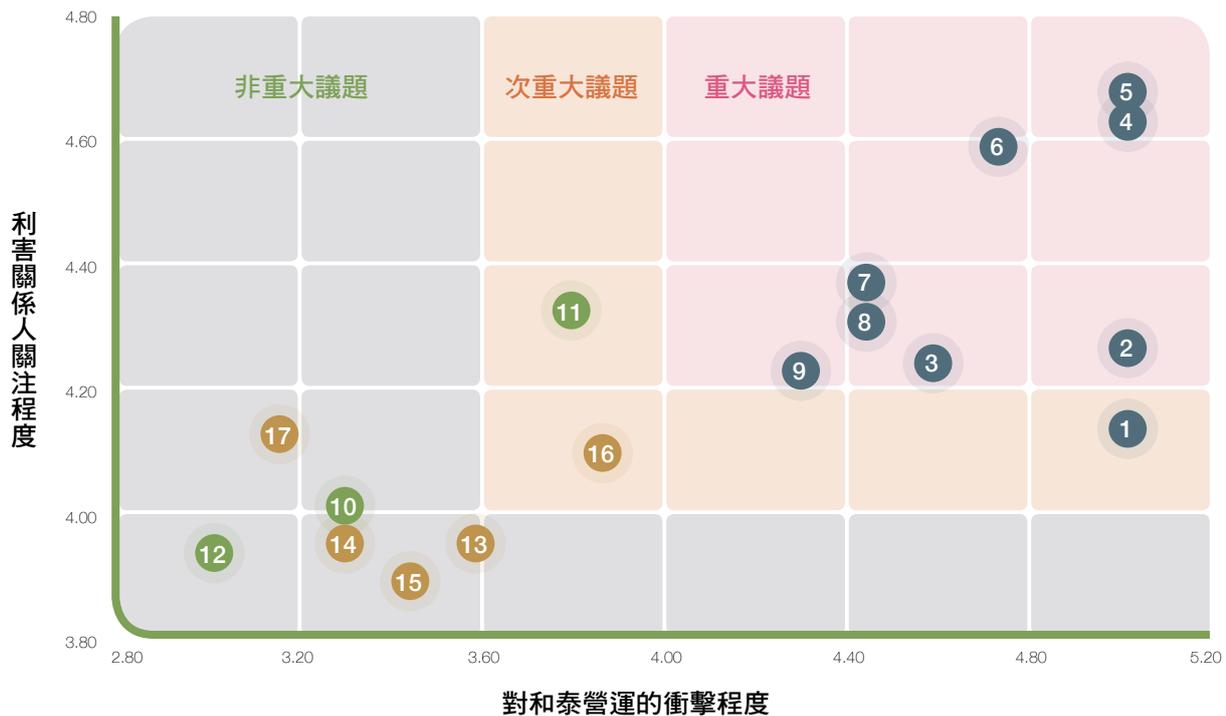


利害關係人	對和泰永續發展的意義或重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
媒體	1. 擴散新車與活動訊息，創造話題 2. 扮演好企業及品牌對外溝通的重要橋樑	品牌管理與行銷	新聞稿 記者發表會 媒體新車試乘活動 廣宣活動	不定期	1. 以新聞稿向媒體溝通新車上市訊息 2. 針對重點新車舉辦記者會。 3. 舉辦新車媒體試乘活動，讓媒體能直接體驗以增加對商品的了解。 4. 社會公益活動之訊息露出	1. 有效吸引目標客群來店賞車及試乘。 2. 讓媒體更了解新商品的特點，將更完整的商品訊息傳遞予社會大眾。
		顧客管理與隱私保護	年度報告書 CSR 報告書 官網	每年一次 不定期	1. 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
		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



判別重大議題與揭露項目邊界

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 12 月至 2020 年 1 月，總計共回收 142 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 8 項和泰汽車 2019 年的重大性議題，3 項為次重大議題，6 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 23 個主題，經濟面有 4 個、環境面有 7 個、社會面有 12 個。此 11 項重大與次重大議題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。



1 公司治理與誠信經營	2 風險與危機管理	3 永續夥伴關係	4 顧客安全	5 產品與服務品質	6 顧客隱私保護
7 品牌管理與行銷	8 營運財務績效	9 市場策略與公平交易	10 低碳營運行動	11 環境衝擊管理	12 資源循環利用
13 人力資源與包容性	14 職涯培訓與教育訓練	15 人權與勞資溝通	16 職業安全與健康	17 社會公益活動	

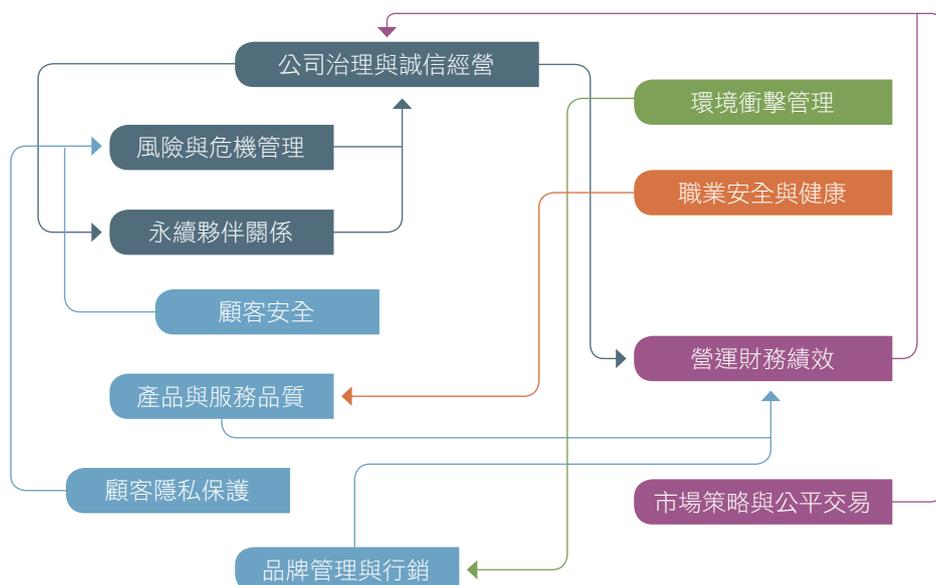


面向	重大與次重大議題	對應 GRI 準則主題	對和泰汽車營運的意義						
			●：高度相關、▲：中度相關						
			A	B	C	D	E	F	G
永續經營	公司治理與誠信經營	反貪腐 (205)、公共政策 (415)、人權評估 (412)、社會經濟法規遵循 (419)	▲				●		▲
	風險與危機管理			●	▲		●		
	永續夥伴關係	採購實務 (204)、供應商環境評估 (308)、供應商社會評估 (414)、結社自由與團體協商 (407)、童工 (408)、強迫與強制勞動 (409)	●			●			
汽車產業	顧客安全		▲		●		▲		▲
	產品與服務品質	顧客健康安全 (416)、行銷與標示 (417)、客戶隱私 (418)、社會經濟法規遵循 (419)、物料 (301)	●		●		▲		
	顧客隱私保護				●		●		
	品牌管理與行銷		●		●	●	▲		
經濟面	營運財務績效	經濟績效 (201)	●	●				▲	
	市場策略與公平交易	反競爭行為 (206)、社會經濟法規遵循 (419)					●		▲
環境面	環境衝擊管理	能源 (302)、水 (303)、排放 (305)、廢汙水和廢棄物 (306)、有關環境保護的法規遵循 (307)							●
社會面	職業安全與健康	職業安全衛生 (403)					▲	●	

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。

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 11 項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，即認定為有顯著性。

各重大議題之因果相關



將重大與次重大議題所對應出之 23 個 GRI 主題，經由報告書編撰小組成員逐一評量，辨別每個主題在組織內實體（和泰汽車與子公司）與組織外價值鏈（供應商、承攬商、客戶）可能發生衝擊之所在位置及涉入程度。針對發生在和泰汽車之衝擊，本報告書於各章節中同時描述管理制度、因應之道與績效成果；對於發生於組織內子公司與價值鏈上之衝擊，乃以展現和泰汽車之管理作法為主。

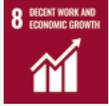
面向	實體名稱	組織內實體				組織外							終端使用者	
	重大主題	和泰汽車	子公司				主要供應商			經銷商				車主
			和潤	和運	和展	和泰產險	國瑞	日本豐田	日野	TOYOTA 經銷體系	LEXUS 經銷體系	長源汽車股份有限公司	台灣豐田產業機械	
經濟面	經濟績效	●		●			▲				◎			
	採購實務	●												
	反貪腐	●									◎			
	反競爭行為	●		●							◎			
環境面	物料						▲							
	能源												◎	
	水										◎			
	排放										◎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

和泰汽車涉入程度：●直接、▲促成、◎商業關係



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

重大議題	對應 SDGs	與營運相關	管理方針
公司治理與誠信經營	   	增加營收 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。
風險與危機管理		降低成本 增加顧客忠誠度 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。
永續夥伴關係	  	增加營收 拓展新商機	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。
顧客安全	 	增加營收 增加顧客忠誠度 降低商譽風險 發揮社會影響力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 導入完整安全配備 2. 持續反映廠家改善車輛品質問題，確保顧客高品質的車輛與使用安全的信心。 3. 確保車輛安全符合法規要求，並滿足顧客需求，以及領先市場競合品牌

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。

指標與目標			
KPI	短期目標	中期目標	長期目標
1. 公司治理評鑑排名 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
違法缺失率	0	0	0
1. TSM(Month in service) 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
1. 逐步導入安全規範配備配備 PCS(預警式防護系統)、LDWS(車道偏離警示系統)、VSC(車輛穩定控制系統) 2. Recall(召回改正) 實施率 3. 安全配備搭載項目及自駕輔助科技功能 4. 導入完善的車輛安全配備，以提升顧客行車安全	1. 21 年 300 系 /500 系 /700 系等車型導入安全配備 (PCS/LDWS/VSC) 2. Recall(召回改正) 實施率 90% 以上 3. 擴大導入 Toyota Safety Sense 以及其他主被動安全配備至更多車型 4. 100% 車型導入 LEXUS Safety System+ 安全輔助系統	1. 22 年巴士 /Coaster 等車型導入安全配備 (PCS/LDWS/VSC) 2. 提升實施 95% 以上 3. 持續提升 Toyota Safety Sense 自駕輔助科技功能 4. 持續提升 LEXUS Safety System+ 自駕輔助科技功能	1. 23 年全車系完成導入安全配備 (PCS/LDWS/VSC) 2. 持續提申實施率至 100% 3. 成為安全形象第一的汽車品牌 4. 成為安全形象第一的豪華品牌



重大議題	對應 SDGs	與營運相關	管理方針
產品與服務品質		增加營收 增加顧客忠誠度 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。
顧客隱私保護		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。
品牌管理與行銷		增加營收 增加顧客忠誠度 拓展新商機	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。
營運財務績效		增加營收 降低成本 增加員工向心力	財務報告忠實反映營運財務績效
市場策略與公平交易		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。
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。
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	遵循職安法規範，擬定員工安全健康守則及相關辦法，並定期檢視內容之適法性。

指標與目標			
KPI	短期目標	中期目標	長期目標
1. 新車 MIS(Month in service) 不良點數 2. 90 天 /150 天解決率 3. 召修完成率	1. 新車 MIS 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
違反個資法案件數	0	0	0
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
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
違反公平交易規範之事件數	0	0	0
1. 通過 ISO 14001 驗證之經銷商據點 2. 經銷商本社總量及據點節電、節水量占全年用量	1.100% 2.1%	1.100% 2.1%	1.100% 2.1%
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. 依照同仁健檢之主要健康和工作相關連的問題，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 ISO 45001 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



SDGs 風險與機會之相關性



1 消除貧窮	2 消除飢餓	3 健康與福祉	4 教育品質	5 性別平等	6 淨水與衛生
7 可負擔能源	8 就業與經濟成長	9 工業、創新與基礎建設	10 減少不平等	11 永續城市	12 責任消費與生產
13 氣候行動	14 海洋生態	15 陸地生態	16 和平與正義制度	17 全球夥伴	

1.5 外部組織參與

外部組織名稱	職務
中華民國三三企業交流會	會員
財團法人商業發展研究院	董事
中華民國工商協進會	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
台北市汽車代理商業同業公會	會員
台灣區車輛工業同業公會	會員
台灣區汽車修理工業同業公會	會員
東亞經濟會議台灣委員會	會員
台灣董事學會	會員
台灣企業永續研訓中心	理事

1.6 2019 年獲獎與榮耀

和泰汽車獲「公司治理評鑑」
排名前 5%



臺灣證券交易所與櫃買中心

和泰汽車獲 2019 年
「TCSA 台灣企業永續獎」



台灣企業永續研訓中心

和泰汽車獲 2018 年度
「勞動安全獎」



台北市勞動檢查處

和泰汽車獲 2019 年 BSI
「永續傑出獎」



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」
第二名



壹週刊

和泰汽車獲工商時報
「2019 臺灣服務業大評鑑」
金獎



工商時報



第 5 屆公司治理評鑑



TCSA 企業永續獎



BSI 獎



2019 台灣服務業大評鑑



勞動安全獎



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴



2 感動客戶

Customer Services

2. 感動客戶

連續 18 年蟬聯臺灣車市龍頭，和泰汽車始終堅持以人為本的服務精神，從賞車、銷售，到售後的維修，我們只提供最優質且值得信賴的服務。我們將客戶的意見與期待作為我們進步的最大原動力，秉持從「心」出發的精神，為顧客創造超越期待的用車體驗。

2.1 樂在 Toyota

和泰汽車的服務之道向來以「人」為本，不只關心車主在 TOYOTA 的消費體驗，也在乎 TOYOTA 員工的工作滿意度。我們的理念為「齊心打造快樂的工作環境，讓我們享受樂在 TOYOTA 的幸福職場」，

並透過提升員工滿意度來帶動顧客滿意度的上升，進而達到忠誠顧客的目標。

和泰及 TOYOTA 各經銷商不定期檢視總公司員工、業務人員及售後服務人員的工作環境與工作生活平衡，針對員工的需求提供各種福利，如：多元激勵方案、健康生活促進、工作環境及設施的改善、員工家屬同樂、在職訓練等施策。期望員工將被公司悉心照顧的感覺透過專業的服務傳遞給車主。

此外，和泰亦不斷投注資源於提供車主貼心的感動服務，讓 TOYOTA 成為車主快樂的泉源。除了將在地人文風情融入服務流程、展示廳及休息室的質感營造、多樣化的親子體驗活動和導入 e 化系統的全新服務外，也邀請在地居民參與活動。種種作為皆是希望讓車主感受到 TOYOTA 是個有溫度的品牌。

樂在 TOYOTA 進程

齊心打造快樂的工作環境，讓我們享受「樂在 TOYOTA」的幸福職場

用心提供驚喜的感動服務，讓顧客體驗「樂在 TOYOTA」的用車生活

TOYOTA 在地第一 (Best in Town)

全員顧客滿意文化塑造作為





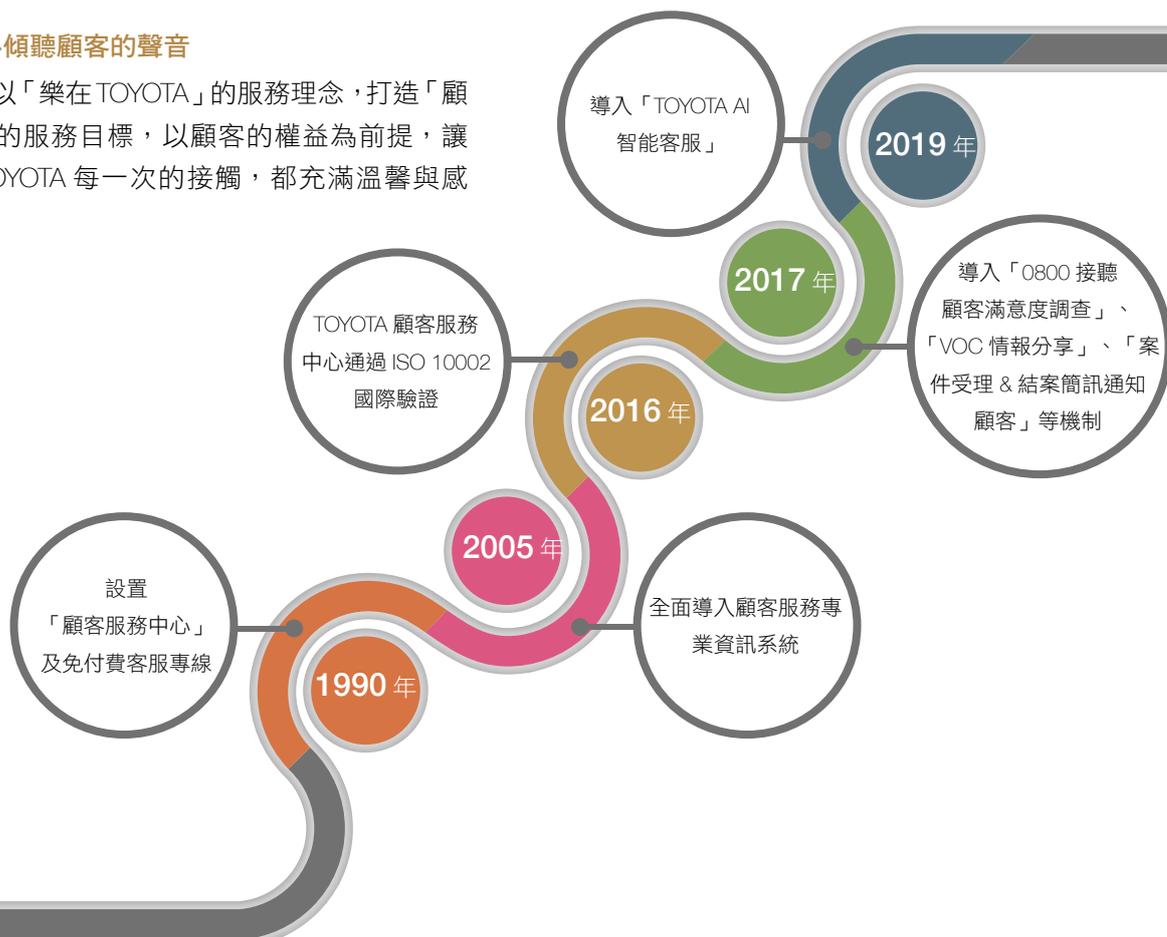
2014年起以「Only for YOU」作為顧客服務文化的主軸，將服務文化深植於每位員工的心中，在此成功的基礎之上，於2017年提升為更全面的「樂在 TOYOTA」文化，在黃董事長及蘇總經理的支持下，各本部的本部長合力推動多元的文化塑造運動，並定期透過全集團委員會及跨經銷商之分享會，檢視施策的成果，也持續蒐集車主及經銷商的回饋意見，進而研擬精進的方案。



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。



和泰汽車早在 1990 年即設立客服中心及 0800 免付費專線，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；2005 年，和泰汽車領先同業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；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」、「案件受理 & 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。而為因應顧客網路的使用需求增加，2019 年導入「TOYOTA AI 智能客服」，即時回應顧客，並提升顧客體驗。

2019 年 VOC 來源統計				
VOC 來源	TOYOTA	LEXUS	HINO	執行單位
電話	69%	84%	66%	TOYOTA 及 LEXUS 顧客服務單位
官網 (網路 + 文字客服)	27%	5%	17%	HINO：商用車服務行銷室
電訪、郵訪問卷等	4%	11%	17%	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

顧客意見回饋管道

車主的心聲一直都是和泰汽車關注的重點，我們仔細聆聽車主的寶貴意見，並將其轉化為一系列的優質服務，為此我們透過諸多管道與車主進行良好的溝通，如：0800 24 小時免付費電話、官網 (AI 智能客服)、CS 調查 (電話訪問、紙本問卷、線上問卷等)、APP 等多元管道。

顧客意見回饋管道			
	TOYOTA	LEXUS	HINO
顧客服務中心 服務電話	0800-221-345 (02)5599-7299	0800-036-036	0800-522-567
官網	www.toyota.com.tw	www.lexus.com.tw	www.hino.com.tw
電話訪問	<ul style="list-style-type: none"> ● 全數撥打 ● SSI 對象：交車滿 7 日車主 ● CSI 對象：維修結帳出廠滿 3 日車主 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 每月隨機抽樣 ● 新車交車車主 (每季抽樣 8,000 件) ● 入廠保養維修車主 (每季抽樣 15,000 件) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每月抽樣寄送問卷 ● 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) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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」

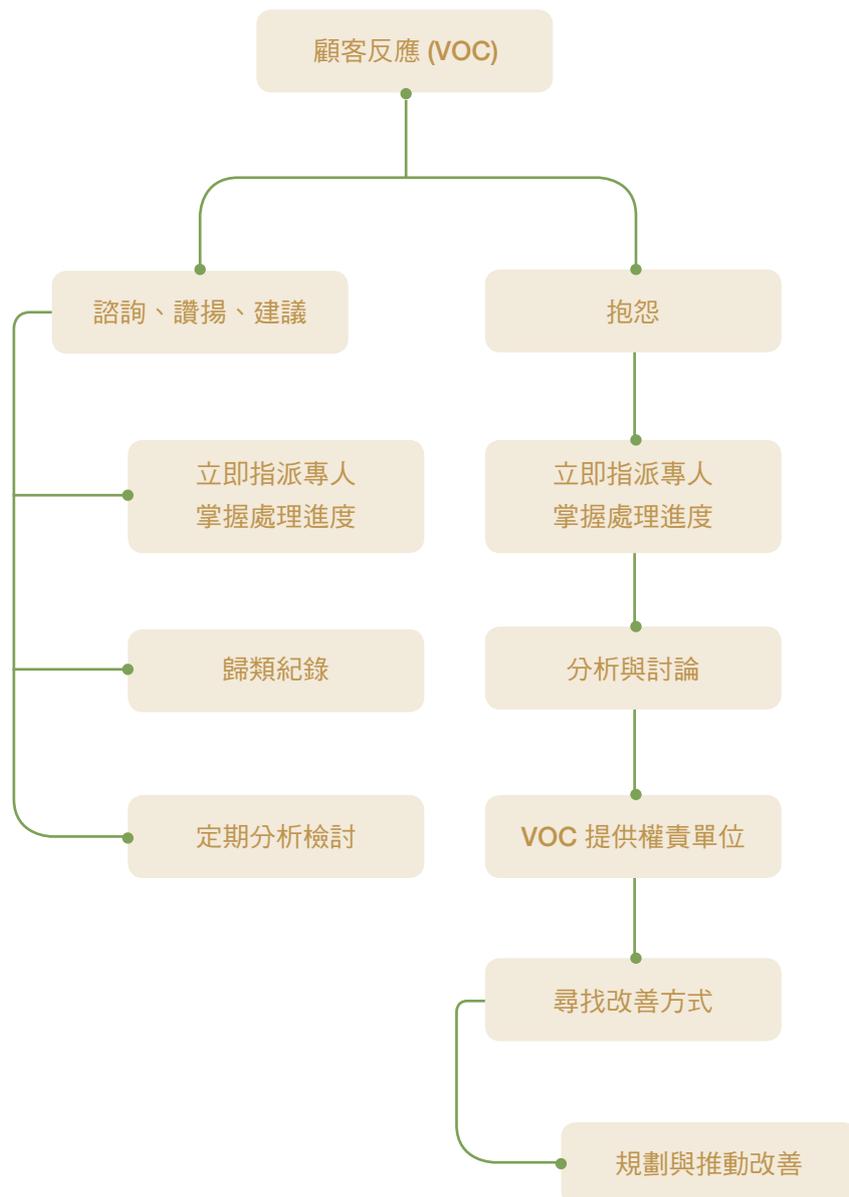
SSI：Sales Satisfaction Index (新車銷售顧客滿意度指標)、CSI：Customer Service Index (汽車售後服務顧客滿意度指標)



顧客反應處理

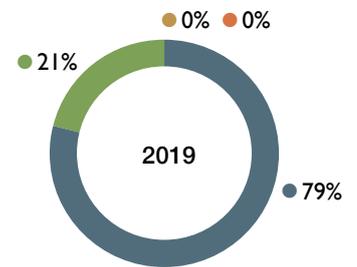
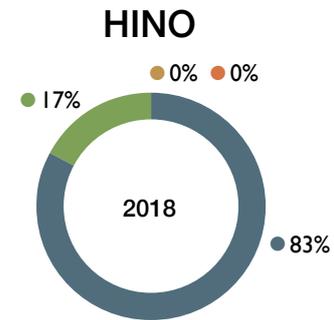
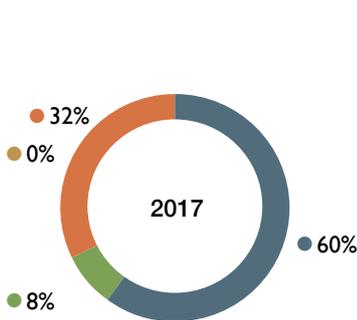
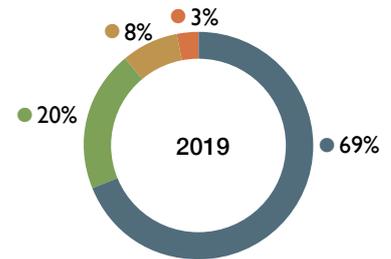
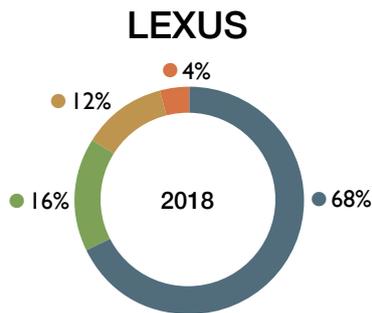
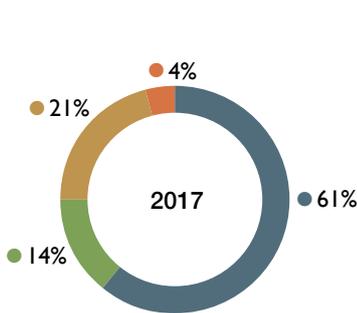
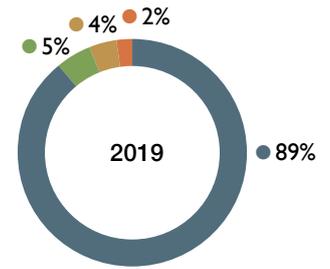
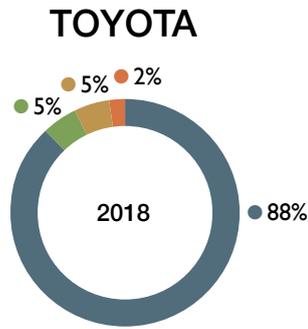
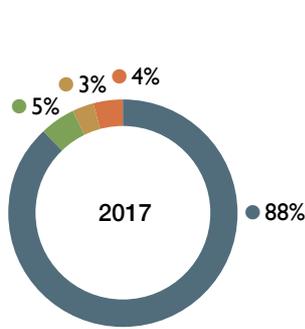
每一個客戶的聲音都是我們改進的動力，和泰汽車透過標準化的服務流程，將客戶反應的聲音區分為諮詢、抱怨、讚揚、建議等四大類別，並且針對反應內容，交由權責單位研究及討論，並進一步規劃與改善。所有的VOC均有專責的客服主管妥善處理，隨時追蹤案件進度，並要求一線人員須在顧客反映後第一時間聯繫與關心，同時參考顧客建議，強化服務品質。

顧客反應處理流程



顧客反應類別之比例

■ 諮詢類 ■ 抱怨類 ■ 讚揚類 ■ 建議類





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，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，2019 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。自 2019 年起，在原有的多元化服務下，更加强各項服務的穩定性與豐富度，獲得用戶的高度評價，累計下載突破 300 萬人次，每月平均活躍用戶超過 30 萬人，未來和泰汽車也將持續致力於提供社會更多元、便捷、安全的行車體驗及行動化服務，落實企業社會應盡的責任，樹立標竿企業的典範。



2.2.2 顧客隱私權與關係維護

保護顧客隱私權

為使客戶資料獲得完善的保護，和泰汽車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，官方網站遵循「個人資料保護法」，揭露客戶資料之隱私權聲明，除承諾本集團將保護客戶隱私外，並清楚說明客戶資料之蒐集、使用與資料安全規範等，以保障顧客隱私權。

隱私權聲明



TOYOTA



LEXUS



HINO

為完善保護顧客個資，和泰汽車個資事務局每年定期辦理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	2018 年	2019 年	2020 年目標
人數(人)	474	497	-
涵蓋率(%)	100	100	100

註：上述表格教育人數為有配備電腦之員工數

在委外廠商方面，自 2015 年起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」並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，則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，2019 年並無違反個資法之案例，且無遺失客戶資料等投訴。

此外，為避免惡意郵件攻擊造成企業個資外洩所帶來的風險，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。更於 2019 年導入惡意郵件自動攔截服務，應用全球威脅情資、智能分析郵件，事前主動阻擋詐騙、病毒等郵件，加強資訊安全。

委外廠商再發缺失控管機制

和泰汽車

委外廠商個資安全管理作業規範

- 人員教育訓練
- 檔案存取權限控管
- 可攜式設備管理
- 辦公環境與電腦安全
- 稽核軌跡保存
- 檔案傳遞、保存、銷毀機制

郵件安全防護管理流程



顧客關係維護

為因應現今汽車產業的轉型，已由傳統製造業進化為汽車服務業，據此，與顧客建立正面與密切的關係，贏得顧客的信賴，才是汽車產業的重要根基。我們透過主動的用車關懷舉措、舉辦多元化的顧客關係活動等，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 - 於入廠 7 天內電話關懷顧客用車情形，藉以了解顧客入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旅遊、財經講座、音樂會、歌劇、運動健身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 14 萬位) 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。

2019 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 (L 技術)	影響台數	HINO 車系	影響台數
ALTIS, YARIS, VIOS 乘客側氣囊召回	12,745	LS350/500/500h 失壓續 保胎召回	659	HINO 300 系列 / 後軸總 成安全召回改正	976
PRIUS 電源管理 ECU 程式更新	2,901	UX250h/ ES300h 煞車增 壓泵召回	275	COASTER/ 危險警告燈 保險絲更換	527
AURIS CVT & TC 更換	645	CT200h 尾門撐桿召修	12	HIACE/GRANVIA 燃油管 更換	15
86 汽門彈簧更換	937	SC430 前乘客座 SRS 氣 囊感知器召修	631	HINO 300 系列 / 後軸總 成安全召回改正	976
PRIUS C DC-DC(直流) 轉換器	161				
CAMRY HV, RAV4 HV, PRIUS、PHV, COROLLA HV AHB 煞車增壓泵總成 (CBU)	1173				
PREVIA 尾門支撐桿	199				

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。為了確實了解顧客的需求與心聲，我們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，作為精進服務品質的參考依據，以符合並超越客戶之期待。和泰汽車長期以來重視服務的用心與表現，已 11 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	2015	2016	2017	2018	2019	2020 目標
TOYOTA	SSI 電訪 (成績)	97.7	97.6	97.0	97.0	97.6	97.6
	CSI 電訪 (成績)	97.2	97.2	96.2	96.0	97.0	97.0
LEXUS	郵訪 -SSI(落實度)	97.3%	97.7%	98.3%	98.6%	98.9%	95%
	郵訪 -CSI(落實度)	98.4%	98.6%	98.2%	98.9%	99.1%	95%
	郵訪 -SSI(滿意度)	983	984	985	987	990	980
	郵訪 -CSI(滿意度)	980	977	975	982	985	975
HINO	CSI- 電訪	94.9	94.9%	95.4	95.6	97.4	94
	SSI- 電訪	92	92.3%	93.4	93.3	94.8	-

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。

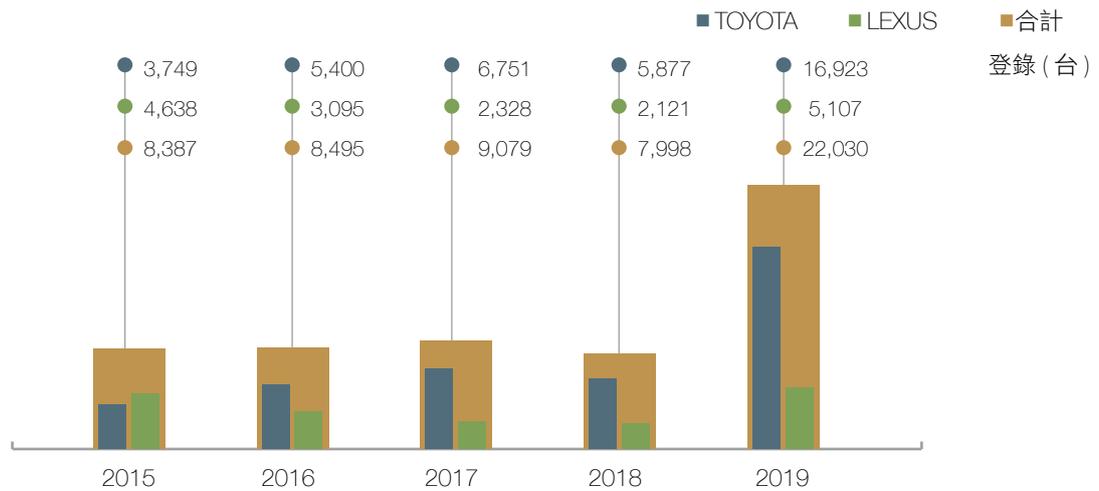
三、HINO：SSI、CSI 透過電訪。



2.3 產品設計與生產

2.3.1 導入適切產品

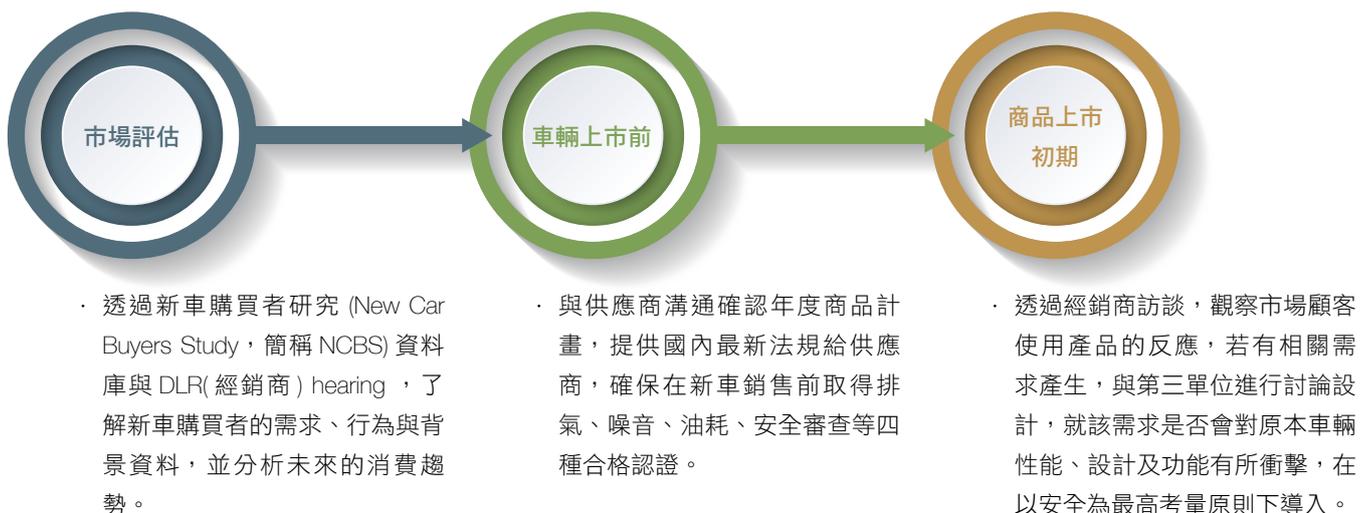
和泰汽車向來重視顧客需求，於導入商品及相關零件前，會先藉由新車購買者研究（New Car Buyers Study，簡稱 NCBS）資料庫，來了解新車購買者的趨勢、需求、行為與背景資料，並在車輛上市前及商品上市初期，即分別與供應商溝通、以及與經銷商進行訪談，透過傾聽消費市場的發展趨勢。近年來，隨著環保意識的提升，以及油價的變動，混合動力的車型在全球掀起風潮，和泰汽車領先同業，率先引進 Hybrid 車型，帶給本土消費者更純淨的綠能生活，讓車主安心享受最舒適的節能體驗。



註 1：2015 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 2：2016~2019 年 HINO Hybrid 車款銷量共銷售 287 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，我們具備了整合的安全管理概念，透過安全碰撞試驗、駕駛模擬機、安全測試用人體模型的輔助，希望大幅提升產品的安全性能。旗下各品牌車型車款並導入各項主被動式防護系統、安全駕駛輔助系統、煞車 / 懸吊系統、高剛性車體設計等，並持「安全為先」的理念，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應及車輛資料，並不斷地進化我們的主動安全科技。

安全測試用 人體模型

TOYOTA 自 1997 年起就一直開發 THUMS 電腦虛擬人體模型，用來模擬分析事故時乘客與行人所受到的傷害、瞭解人體內部器官在發生碰撞時會如何受到影響，並持續開發更精細的 THUMS 家族成員，以模擬不同性別與年齡層的身體狀態。

取得的資料有助於開發出如車側簾式氣囊以及 WIL 頸椎傷害緩和座椅等被動安全技術。

整合的安全 管理概念

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



TOYOTA

- 為降低意外發生的可能性、守護行車安全，和泰汽車致力導入更完善多元的主被動安全配備，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。
- 此外，為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，中型房車銷售冠軍 Corolla Altis 全車系標配 TSS 系統與 7 氣囊；進口車部分，也於 RAV4、Camry、C-HR、Auris、Prius、Prius a、Prius PHV、Prado、Alphard、Sienna、Hilux、Supra 等車型全車系標配 TSS 系統與 7 氣囊（含以上），總計共 13 款車型，全方位守護乘員安全。（統計至 2019 年全年，配備有 TSS 系統之車型佔該年全車型銷售比率約 57%。）

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

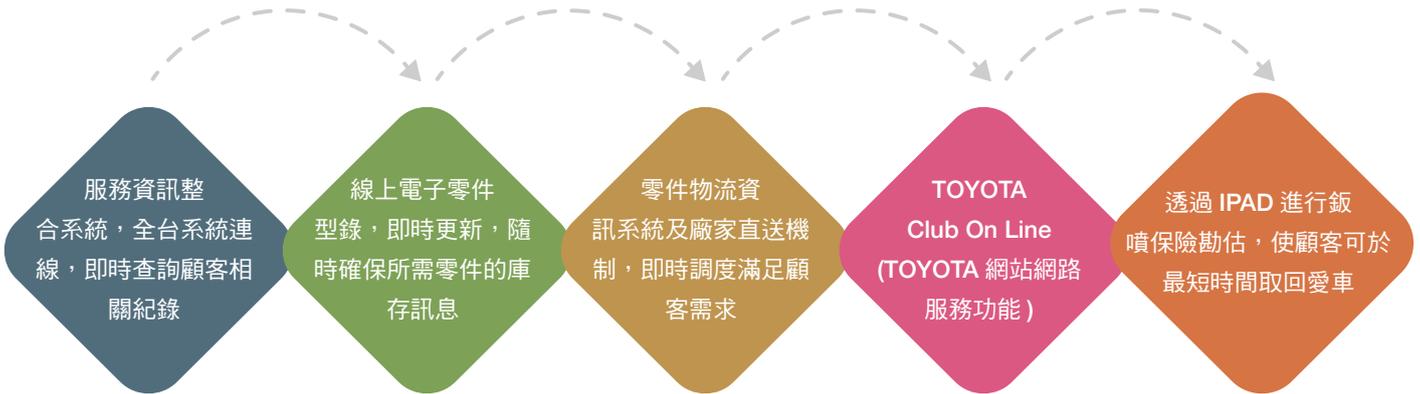
- 為確保新車下線到顧客手中傳遞過程的安全，降低風險並提高品牌形象，已率同業之先投保新車保險，包括竊盜險、第三人責任險、零件險及颱風險，投入費用平均每年達 12,000,000 元以上。

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，都有標準的品管驗收機制。以確保每一輛新車，從工廠到整備中心，到各經銷商之營業據點，最後交付到車主手上，均能保持完美無瑕疵。
- 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，簡稱 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，簡稱 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，在全臺共有 174 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，2019 年零件供應率為 97.8%，達成年度目標。



零件資訊系統

項目	2015	2016	2017	2018	2019	2020 目標
採購總單數	19,777	22,237	23,298	24,796	26,114	-
銷貨總金額 (仟元)	10,068,152	10,936,157	11,392,832	11,826,772	12,197,408	-
零件供應率 (%)	97.9	98.1	97.6	97.8	97.8%	97.8%
配送點總數	172	172	174	172	174	-

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)

運輸配送路網



和泰汽車定期採購所售車系之零組件、用品及耗材，則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



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴



3 最佳夥伴
Best Partner

3 最佳夥伴

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，是和泰汽車成立迄今超過 70 個年頭以來最值得信賴的夥伴。在我們攜手合作之下，共同創造了使員工、股東與顧客驚艷與感動的最佳服務。未來，和泰汽車將持續投入熱情與資源，持續與我們的經銷商及供應商共同努力，再創更多佳績。

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 家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，課程包括產品教育、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。



小型乘用車售後服務教育訓練成效

		2015	2016	2017	2018	2019(T)	2019(L)
梯次	技術類	90	60	76	98	97	78
	管理類	52	62	61	68	62	10
人數	技術類	1,083	791	936	1,174	1,532	829
	管理類	705	1,026	934	1,318	1,477	300
經銷商教育訓練投入金額		6,371,940	6,254,880	8,764,500	10,570,000	8,699,000	6,846,390

註 1：本公司要求 8 家經銷商，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。

註 2：因應 2019 年 Toyota 與 Lexus 教育訓練分別規劃及實施，相關資訊予以分列。



乘用車感動服務活動

為增加服務廠與顧客間的互動，使顧客感受到不同以往的感動服務及新體驗，除了節日性的感動服務外，於2018年起，在全台經銷商服務廠舉辦了20場樂高教育體驗營，結合趣味及教學意義的活動亦獲得車主廣大的迴響，建立起 TOYOTA 良好的評價與感動服務形象。此外，為了讓車主感受不同的樂趣體驗，2019年除15場樂高體驗營，同時推出5場We Do 程式設計初階課程，讓活動添加了更多趣味及挑戰性，讓顧客感受到 TOYOTA 與以往不同的感動服務活動。



樂高電動車體驗活動

2019年5至11月舉辦-樂高電動車體驗活動及We Do 程式設計初階課程，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。

後續增加We Do 程式設計初階課程，結合平板電腦或筆電，藉由圖示化方式讓小朋友理解電動車初階程式語言及設計，如何讓電動車在行進中控制前進後退、停止等功能，活動組裝之電動車成品可於活動結束後帶回，教育性和趣味性兼具。

部份的活動報名費，和泰汽車捐給公益團體，使車主在參與體驗教育課程的同時，也與 TOYOTA 一起做回饋社會。



另外 LEXUS 品牌則提供新車車主人化的感動交車服務，我們導入 LEXUS LINE@ 官方帳號，帶給車主便利及新穎的體驗（如：車主服務、專屬專員等），此服務自2019年1月開辦以來，累計至2020年4月底認證人數已達約4萬1,000人，並持續成長中。而為提供更優質的服務，我們持續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19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 HINO 3.49T 及 TOYOTA GRANVIA 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。

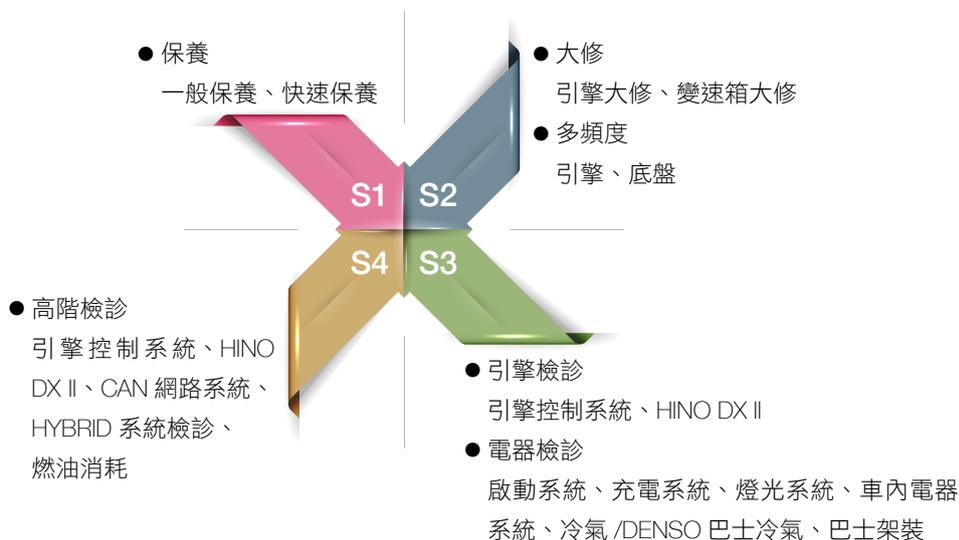
HINO CARES 中文版雜誌



- 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與技術需求，規劃出四階教育訓練課程，以確保教育訓練的品質與成效，並透過課前施測及課後測驗讓同仁確實發現問題，可於課程中進一步提問，2019年共針對880人次實施教育訓練。



大型商用車售後服務教育訓練成效

		2016	2017	2018	2019
梯次	技術類	21	23	20	34
	管理類	3	3	1	1
人數	技術類	345	357	331	506
	管理類	33	31	12	12
經銷商教育訓練投入金額		1,782,600	2,021,900	1,782,600	2,179,000

註：因應組織調整僅揭露四年資訊

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，2019年共舉辦了156場講座，參加人次達1,386人，自2008年開辦起至2019年參與人次累計達11,247人次，近五年參與人次如下：

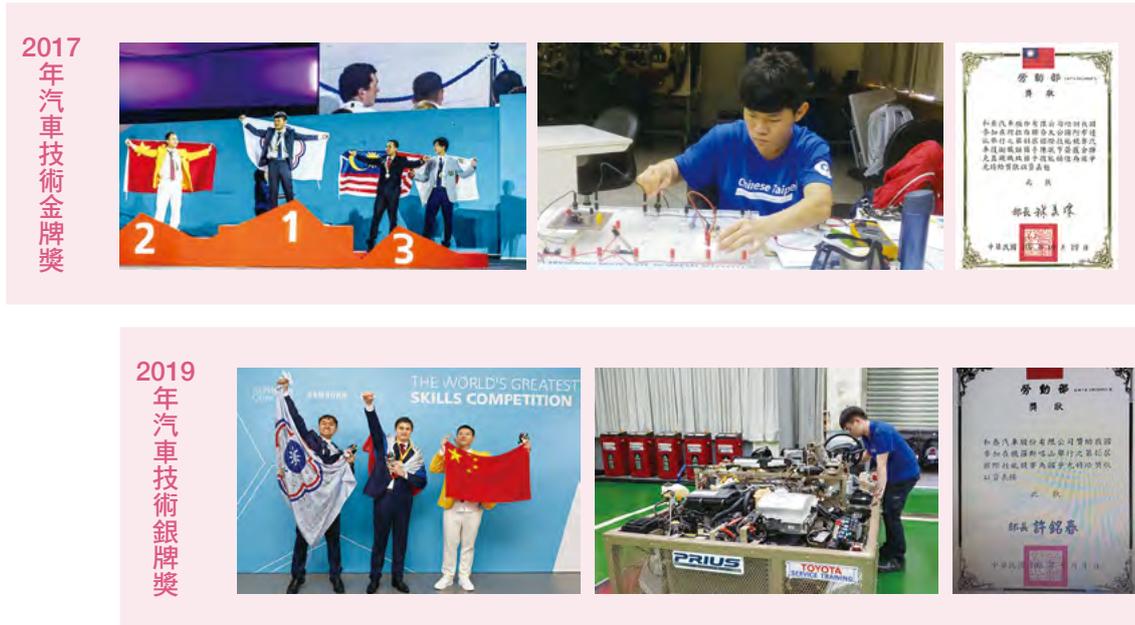
	2015	2016	2017	2018	2019
省油技巧講座場次	76	102	162	150	156
參與人次	1,002	1,178	1,515	1,563	1,386





支援國際技能競賽

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，並協助指導選手參加 2017 年第 44 屆阿布達比國際技能競賽奪下汽車技術金牌獎，讓台灣卓越優異的汽車修護技術在國際舞台發光發熱，並再次於 2019 年第 45 屆俄羅斯喀山國際技能競賽中創下佳績，勇奪汽車技術銀牌獎，增進台灣汽修技術的國際能見度。



3.1.3 經銷商技術與服務教育訓練

經銷商技術教育訓練

和泰汽車致力與經銷商發展夥伴關係，在雙方的齊力合作下，共同提升服務品質。我們提供經銷商完整的技術教育訓練，透過和泰的教育訓練系統，有效提升經銷商的生產力與技術力，也使客戶獲得品質更良好的產品以及更確實的服務。



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（包括多頻度服務教育訓練和檢診教育訓練）與回訓課程二種；該檢定系統共區分豐田技術員、進階技術員、檢診技術員和高級檢診技術員四個檢定等級，其中檢診技術員又細分為三個科目，合計有六種合格技術員，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。

此外，和泰汽車於 2019 年 6 月開始進行 TEAM-GP (Toyota Education And Management system-Global Program, 下稱 TEAM-GP) 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

- 即時提供訓練教材、獨立且容易理解的訓練課程（透過 3D 單體或動畫，幫助技術員了解組件原理）、容易管理每位技術員的訓練成果（實體課程強化自習的弱勢）。
- TEAM-GP 的預習時數增加，在實體課程前，必須完成 e-learning、e-test。
- 總代理 / 經銷商講師針對自習弱勢強化，視情況增加實習課比例。



TEAM21 與 TEAM-GP 訓練流程比較

實施至今，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。



經銷商服務訓練

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。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。



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, 簡稱 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			
Level 1	立基教育, 所有與顧客接觸的服務人員都需參加教育。		
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。		
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, 與計畫管理能力。		
		類別	教育目的說明
		行政管理	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 職能強化 <ol style="list-style-type: none"> 1) 強化壯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
		進階教育	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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
		基礎教育	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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開課時數與投入金額 (TOYOTA+LEXUS)

	開課時數 (小時)					投入金額 (新台幣元)				
	2017	2018(T)	2018(L)	2019(T)	2019(L)	2017	2018(T)	2018(L)	2019(T)	2019(L)
服務專員	936	932	280	1,024	320	1,998,000	2,447,600	638,200	2,339,000	829,750
一般整備技術員	1,236	1,024	752	1,272	680	2,984,500	2,353,300	1,351,100	3,033,000	1,851,850
板金技術員	696	568	136	536	256	2,010,000	1,412,800	460,000	1,808,000	2,586,550
塗裝技術員	712	624	144	616	256	1,772,000	1,448,600	458,400	1,217,000	918,240
商用車技術員	888	832	-	1,016	-	2,021,900	1,846,500	-	2,364,000	-
合計	4,468	3,980	1312	4,504	1512	10,786,400	9,508,800	2,907,700	1,106,3000	6,186,390

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)			
	2017	2018(T)	2018(L)	2019(H)	2017	2018(T)	2018(L)	2019(H)
服務專員	936	932	280	16	1,998,000	2,447,600	638,200	27,600
一般整備技術員	1,236	1,024	752	1016	2,984,500	2,353,300	1,351,100	2,151,400
板金技術員	696	568	136	-	2,010,000	1,412,800	460,000	-
塗裝技術員	712	624	144	-	1,772,000	1,448,600	458,400	-
合計	4,468	3,980	1312	1032	10,786,400	9,508,800	2,907,700	2,179,000

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。

針對經銷商主管職，和泰汽車自 2019 年導入據點主管管理職能評鑑制度，透過四大職能項目（販賣力、管理力、領導力、服務力），全方位評鑑主管職能，並針對弱勢職能項目規劃專屬補強教育；另針對當年特定議題規劃補充課程。此外，針對業務代表亦導入新人實務評鑑，加速新進業代戰力養成，並針對網路社群與數位工具規劃課程加強新媒體工具應用。

經銷商所長與副所長訓練課程內容		
對象	2019	2020
所長	<ul style="list-style-type: none"> ● 導入主管職能評鑑制度 ● 依評鑑規劃主管職能補強教育 ● 滿意度：96% 	<ul style="list-style-type: none"> ● 行動工具管理應用 ● 團隊領導管理 ● 人員激勵技巧
副所長	<ul style="list-style-type: none"> ● 導入主管職能評鑑制度 ● 依評鑑規劃主管職能補強教育 ● 滿意度：96% 	<ul style="list-style-type: none"> ● 行動工具管理應用 ● 弱勢職能強化課程
業務代表	<ul style="list-style-type: none"> ● 新人 7 大實務項目評鑑 ● 網路社群經營 	<ul style="list-style-type: none"> ● 數位工具運用案例 ● Top 100 精英業代交流會

3.1.4 經銷商環保績效

經銷商是和泰汽車最好的夥伴，在環境保護部分，更與經銷商一同致力於環境保護，2003 年起即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首家結合經銷商據點全數通過 ISO 14001 驗證的企業，目前全台 171 個據點 (含 Toyota、Lexus 及 HINO 維修 / 經銷據點、板噴中心) 已全數通過新版 ISO 14001：2015 國際環境管理系統驗證，讓和泰與經銷商一起攜手保護我們美好的環境。



能源使用

為有效管理能源的耗用，和泰 2018 年起建置環管資訊系統，管理各項溫室氣體排放源、用水及廢棄物數據登錄等，目前經銷商系統使用率及建檔率已達 100%。透過環境管理及檢視的過程，2018 年起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，至 2019 年重油及潤滑油已無使用。2019 年八家經銷商所有用電與化石能源的使用量為 3.06×10^8 百萬焦耳。

八大經銷商能資源耗用量						
能資源種類	耗用單位	2015	2016	2017	2018	2019
汽油	公升	997,528	769,143	881,683	845,047	920,138
柴油	公升	428,732	428,193	444,897	813,536	732,460
重油	公升	320,645	293,118	69,400	0	0
潤滑油	公升	377,746	331,340	392,935	64,692	0
天然氣	立方米	-	-	186,563	426,023	562,784
液化石油氣	公升	165	36	44	16	0
電力	度	58,315,531	59,126,108	57,526,190	64,364,245	64,202,834

註 1：2018 年起新納入 Lexus 數據。

溫室氣體減量

八家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 87%，溫室氣體排放總量較 2018 年減少 86 噸。經銷商溫室氣體減量方式還包括停止燃燒重油及潤滑油、裝設定時自動控制裝置、汰換老舊烤漆爐、空壓機及冷氣空調設備、及於烤漆爐及空壓機加裝變頻裝置等，其中停止燃燒重油的政策也使得溫室氣體排放量減少 624 噸。2019 年經銷商於 10 處據點裝置太陽能發電設備，2019 年共產生 933 噸溫室氣體抵減量。

八大經銷商溫室氣體排放量 (Toyota、Lexus)						
能源種類	排放量單位	2015	2016	2017	2018	2019
汽油	公噸二氧化碳當量	2,258	1,741	1,995	1,912	2,082
柴油		1,117	1,116	1,159	2,120	1,909
重油		998	912	216	0	0
潤滑油		1,113	976	1,158	191	0
天然氣		-	-	351	801	1,057
液化石油氣		0.288	0.063	0.077	0.028	0
電力		30,616	31,337	31,870	34,306	34,220

註 1：範疇二排放為電力使用，係數為 0.525(2015)、0.530(2016)、0.554(2017)、0.533(2018-2019) 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。



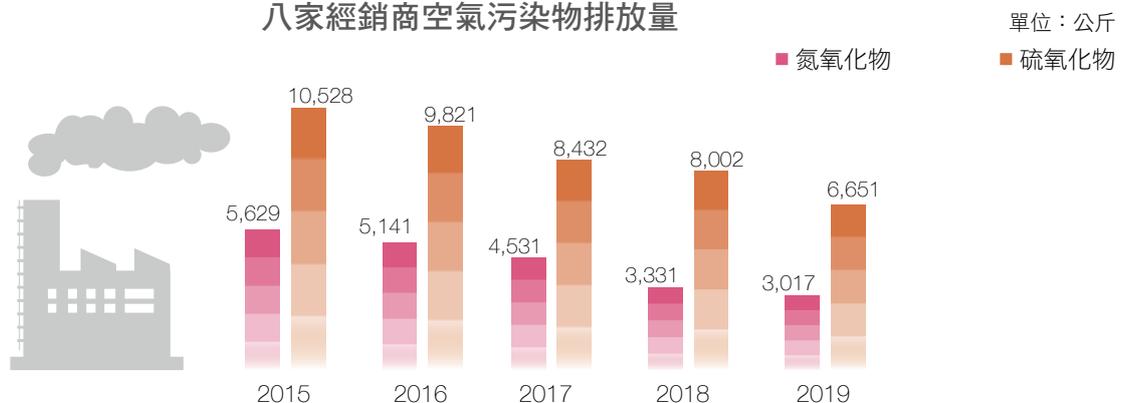
環境管理推展歷程

空氣污染物控制

和泰汽車訂有環境管理手冊作為管控對經銷商污染物排放之依據，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主要有氮氧化物及硫氧化物，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削減空氣汙染排放。其中烤漆停用重油及潤滑油政策，也使氮氧化物及硫氧化物較2017年停用前分別下降33%及21%。

八家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 年起致力推廣車輛廢棄物回收，目前車輛可回收廢棄物項目已全數進行回收。和泰建置之環境管理系統適用全體乘用車經銷商，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，促進廢棄物回收再利用。

全台各據點皆已建置回收相關之軟硬體設備，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。經銷商及服務廠之廢棄物，分為可回收廢棄物、一般事業廢棄物及有害事業廢棄物，須將分類細項登錄於廢棄物分類表，以供統計，經銷商亦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，廢棄物清運皆委託合格廠商，目前亦 100% 回收 HV 廢電池，並送至境外處理，2019 年總共回收 6,653 顆。

八家經銷商廢棄物回收作法



**保桿 - 再製成塑膠
顆粒原料**

TOYOTA 全車系的塑料已改為 TSOP (TOYOTA Super Olefin Polymer) 材質，成為廢車拆解廠及回收廠稱讚的貨源。TSOP 的概念以回收再利用為考量，將生化塑料及再生材料融入新品製造，杜絕環境危害物，全車塑料統一，對回收業者的分類再利用也有極大的助益。



**廢水精箱及廢溶
劑 - 回收再利用**

TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均統一將廢水箱精及廢有機溶劑交由甲級處理廠進行回收再利用，再製品以稀釋劑、化學品為主。



**廢鉛蓄電瓶、廢鉛
塊回收 - 再製成大
型鉛塊、鉛錠**

電瓶、平衡鉛塊汰換後可重製再生，廢電瓶的外殼粉碎後可做廢塑膠回收，廢鉛酸液可冶煉再製成鉛塊和鉛錠。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均將廢棄物交由合格處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。



**廢玻璃回收 - 再製
成玻璃顆粒或透水
磚綠建材**

在服務廠中，廢玻璃主要為前、後擋風玻璃及車窗玻璃。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均交由合格處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。



**廢潤滑油回收 - 再
製成再生燃料油**

車輛保養更換的油品，服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，油品回收後會加壓過濾為再生油，使油品循環再利用。



**廢輪胎回收 - 再製
成輔助燃料、橡膠
製品**

廢輪胎回收後，所產生的膠片(塊)因熱值相當高，可作為輔助燃料，或作為水泥業生產原料使用，也可製成橡膠成份純度高的橡膠粉，重新製成橡膠製品。服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。



環保投資

近年環保意識漸趨抬頭，八家經銷商也逐年提高投資各環保項目。經銷商在環境保護的支出項目包含 ISO 14001 認證、環境教育、環保設備、環境規費與廢棄物處理。2018 年因投入許多環保設備，如板噴下地處理設施、汰換為變頻烤漆爐等使環保設備費大幅增加 2019 年共支出約 3,200 萬元，以環保設備及廢棄物處理占比較高，分別為 37.5% 及 44%。

八大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

項目	2015		2016		2017		2018		2019	
	支出金額	比率 (%)								
ISO 驗證	359,925	2.8	330,436	2.5	760,291	3.1	635,420	1.0	636,407	2.0
環境教育	218,409	1.7	192,037	1.4	181,842	0.7	313,947	0.5	2,072,651	6.4
環保設備	2,469,068	19.1	518,887	3.9	10,223,490	41.3	41,030,666	64.1	12,102,041	37.5
環境規費	1,896,519	14.6	2,571,076	19.1	2,150,596	8.7	2,738,605	4.3	3,239,910	10.0
廢棄物處理	8,005,080	61.8	9,814,351	73.1	11,441,278	46.2	19,340,603	30.2	14,191,100	44.0
合計	12,949,001	100	13,426,787	100	24,757,497	100	64,059,241	100	32,242,109	100

3.2 和泰汽車供應商管理體系

和泰汽車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」五大面向著手，提升價值鏈的永續發展能力。透過完整的供應鏈管理，致力於創造良好的夥伴關係，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。

和泰汽車供應鏈管理體系 - 與合作夥伴共享創造價值

供應商標準化管理

- 和泰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。
- 和泰於合約中要求供應商配合和泰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

- 和泰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

- 和泰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

- 和泰每年依年度計劃，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，將會與供應商討論合適的解決方案，進行改善。為落實改善方案，公司會指派負責人員，給予明確的目標和改善時間。

供應商能力建置

- 和泰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，建立有韌性的供應鏈。



和泰汽車致力於各營運所在地之經濟發展，惟因應產業特性及車材製造技術專利，在地採購定義為國內採購車輛進貨金額佔全車種之進貨金額比例，2019 年之在地採購比例為 29.41%。未來，我們將搭配營運方向，持續朝向建立適當的採購及供應網絡，提升在地採購比例。

重要供應商 - 國瑞汽車 官網：www.kuozui.com.tw

國瑞汽車係日本豐田汽車公司在台灣之製造基地，由日本豐田汽車(65%)、日野(5%)及和泰汽車(30%)合資設立，國瑞設有「中樞廠」及「觀音廠」兩工廠，年生產量最高達 20 萬台/年，在台生產已逾 35 年，為目前國內第一大綜合汽車製造廠。



透過國瑞汽車專業頂尖的製造技術，生產多款 TOYOTA、HINO 車輛，再由經銷商販售，服務滿足消費者需求。從新車企劃、生產準備、零件採購、生產製造到品質管理甚至販賣及售後服務，國瑞汽車與和泰汽車及零件供應商之間形成緊密有效率的完整體系，以提供顧客最迅速、最確實、最高品質的服務。

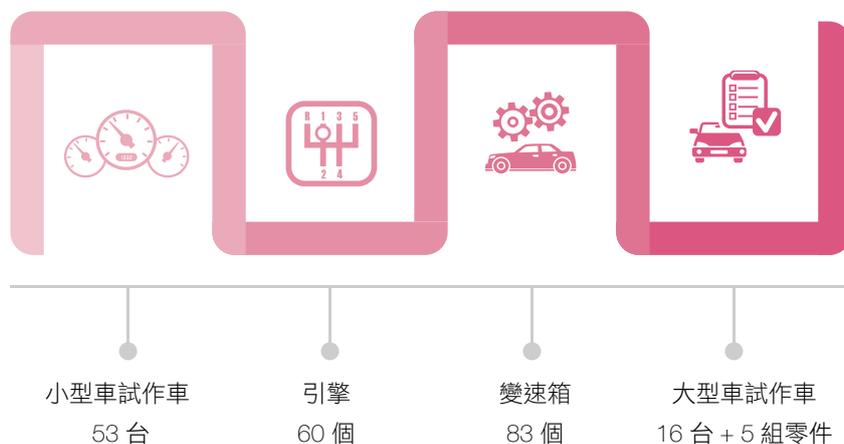
國瑞汽車自 2009 年開始整車外銷至中東地區，迄今累計外銷量超過 50 萬台，品質不僅受到國內消費者肯定，更讓「Made in Taiwan」在豐田全球營運中，成為一個響亮的品牌。

國瑞企業社會責任作為

國瑞汽車為落實永續經營之理念，並以成為「受社會信賴的優秀企業公民」為目標，近年重要永續作為如下：

教育文化：舉辦交通安全列車巡演、工廠見學等，國瑞汽車並獎勵清寒優秀學子，減輕其經濟壓力，鼓勵向學，針對家境清寒且成績達一定水準之學生，透過申請與甄選，頒發獎學金，19 年來，已累計頒發獎學金給 2401 名優秀學子，累計捐贈的獎學金總額達兩千多萬元；同時為了充實國內學校實作資源，推動產學合一以培養更多優秀的汽車技術人才，我們不定期提供最新的車輛與重點零件給國內學校。

累計捐贈重點零件與車輛



環境保護：為提升國內電池產製技術及節能減碳，國瑞汽車組裝節能省油的油電混合車，中壢廠更在 2016 到 2018 年間獲得國家級企業環保獎 - 銀級獎以及金級獎的肯定，2015 年中壢廠事務大樓更獲得鑽石級綠建築認證。今後更持續結合集團節能減碳的力量，積極響應「豐田環境挑戰 2050」，達成 CO₂ 零排放，以善盡地球公民之責。

社會貢獻：國瑞汽車除致力於營運生產與環境保護外，針對產業促進部分，也進行產業輔導，除了本身力行豐田生產方式外，為了強化供應鏈體系的體質，致力於供應鏈的品質與生產力提升活動，經營高層也親自走入台灣各地協力廠商給予現場指導，針對協力廠商，累計輔導 31 家廠商，業外輔導部分，近三年計輔導 4 家廠商。未來也會秉持初衷，持續打造安全舒適的好車，並精益求精，製造超越顧客期待的高品質的車輛，以回饋社會。



2019 年獎學金頒發典禮



2019 年車輛捐贈



國瑞汽車 ECO 志工社環保公益活動



豐田生產方式 (TPS : Toyota Production System) 異業輔導



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴



4

誠信經營

Corporate Governance

4 誠信經營

成立迄今已 73 年的和泰汽車，秉持正直誠信的企業文化核心，透過良好的公司治理制度、專業的經營團隊、嚴謹的風險管理與內稽內控機制，以及透明且即時的溝通管道，穩健成長與擴張，與社會共存共榮，達到永續經營的願景與目標。

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。2019 年已召開 9 次董事會，董事平均出席率達到 92.86%。

4.1.1 董事成員多元化政策

為有效發揮董事會效能並提升董事會決策品質，和泰汽車於「和泰汽車股份有限公司公司治理實務守則」中，規範董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求擬定適當之多元化方針。本公司於 108 年 6 月 20 日改選董事，目前共有 14 位董事，包含 3 位獨立董事，占比為 21%，其中 2 位獨立董事年資在 4 年以下，另一位年資為 1 年以下。具員工身份董事 3 位，占比為 21%。女性董事 2 位，佔比為 14%。50 歲以下董事有 2 位，50~65 歲董事有 5 位，65 歲以上董事有 7 位，董事皆具經營管理、企業管理、金融等專業背景。除考量專業能力及實務經驗外，也重視董事個

人在道德行為及領導上的聲譽。

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，詳見和泰汽車 2019 年度年報第 20 至第 63 頁。

4.1.2 董事會績效評估

為提升董事會效能，本公司於 2016 年 12 月 29 日董事會通過訂定「和泰汽車股份有限公司董事會績效評估辦法」，規範於每年 12 月底進行當年度之董事會績效評估，對象包含董事會整體之運作及董事本身之自評，至少每 3 年應實施一次董事績效外部評估。

第一次董事績效外部評估已於 2018 年第 4 季委託財團法人台灣誠正經營暨防弊鑑識學會執行 2018 年董事會績效評估，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 年 1 月 24 日向董事會報告，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，預計下次外部評估於 2021 年執行。董事會績效評估執行情形詳見和泰汽車 2019 年度年報第 51 頁及 56 頁。

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，2019 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%。

審計委員會

- 主席 - 施顯富
- 成員 - 蘇錦夥、吳師豪



· 主要職掌

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

薪資報酬委員會

- 主席 - 施顯富
- 成員 - 蘇錦夥、吳師豪



· 主要職掌

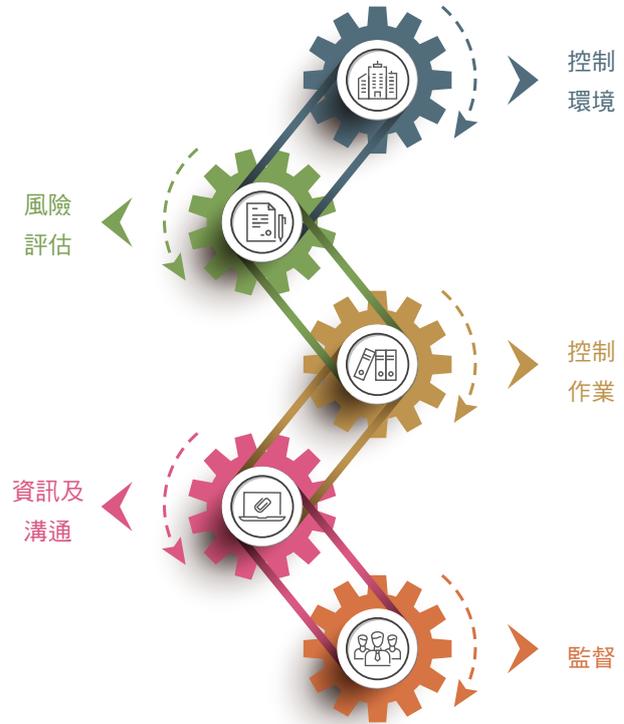
- 一、訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
- 二、定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬。



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

和泰汽車重視紀律與守法，視誠信透明為企業社會責任的核心。我們秉持誠信經營的原則，除落實各項法令規範外，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，以確保誠信正直的核心價值。



和泰汽車股份有限公司
董事會議事規範



和泰汽車股份有限公司
反賄賂誠信經營守則



和泰汽車股份有限公司
反賄賂誠信經營作業程
序及行為指南



和泰汽車股份有限公司
公司治理實務守則



和泰汽車股份有限公司
內部重大資訊處理作業
程序



董事會利益迴避程序

- 於「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，以有效落實董事利益迴避制度。



防範內線交易之管理

- 為加強董事會職權及風險管理，於 2011 年 4 月通過「防範內線交易之管理」，強化公司治理效能，並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。



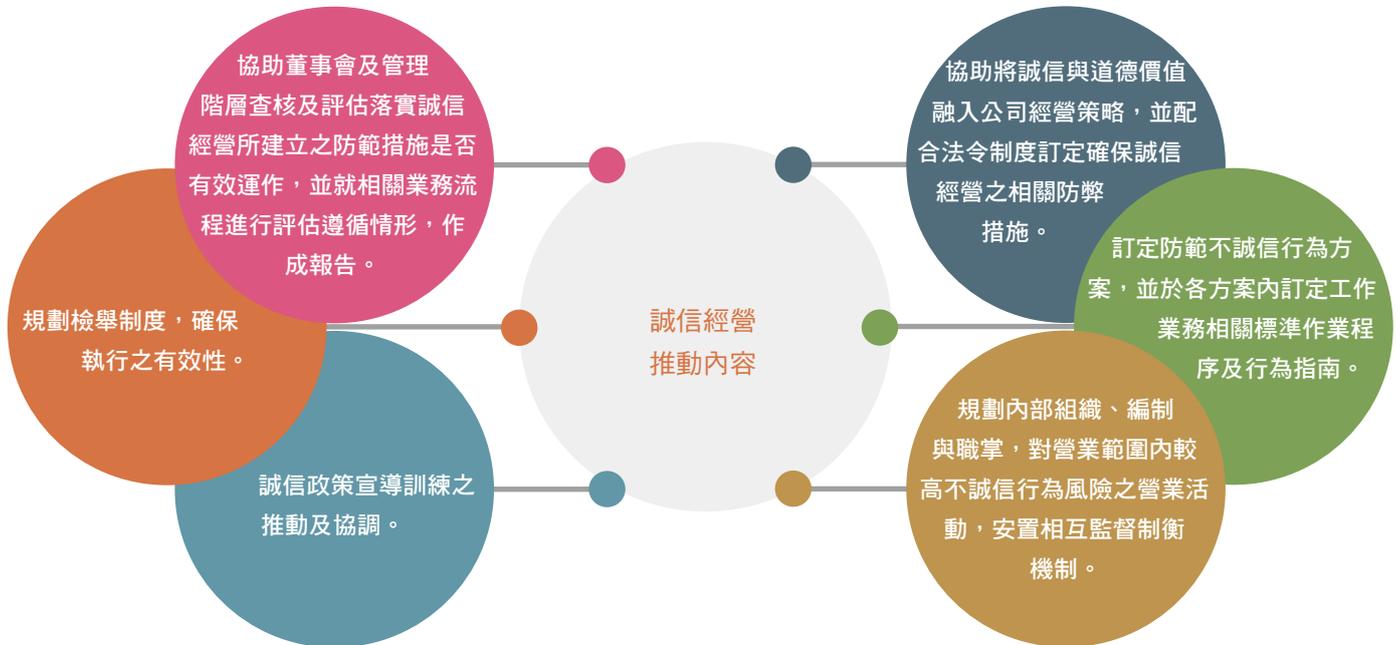
員工行為準則

- 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，針對與公司營運相關、與公司活動相關、與社會相關三大層面制訂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，並由稽核室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
年度遵法指南教育訓練	全員	2016年	461	97.1%
		2017年	430	100%
		2018年	406	100%
		2019年	551	100%
反賄賂教育訓練	新進員工	2016年	31	100%
		2017年	39	100%
		2018年	21	100%
		2019年	18	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」，透過多元的宣導方式，藉由對一線人員直接面對面進行法遵案例宣導，確實傳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，降低法遵破窗出現的風險。

「違法零容忍」宣導影片

以經銷商實際發生案例規劃年度「違法零容忍」宣導影片，自 2019 年 4 月 16 日上線供內部教育宣導播放，使經銷商業務人員能切身思考深刻體會，並結合線上課程測驗與影片留言抽獎活動等，刺激業務人員觀賞及發表感想，使影片宣導更加確實，累計 6,259 人次觀看、504 則感想留言。

「違法零容忍」法律講座

和泰汽車每年定期舉辦「違法零容忍」法律講座，藉由對「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，對第一線人員進行法遵觀念強化溝通。辦理方式除實體講座課程外，亦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進行，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。

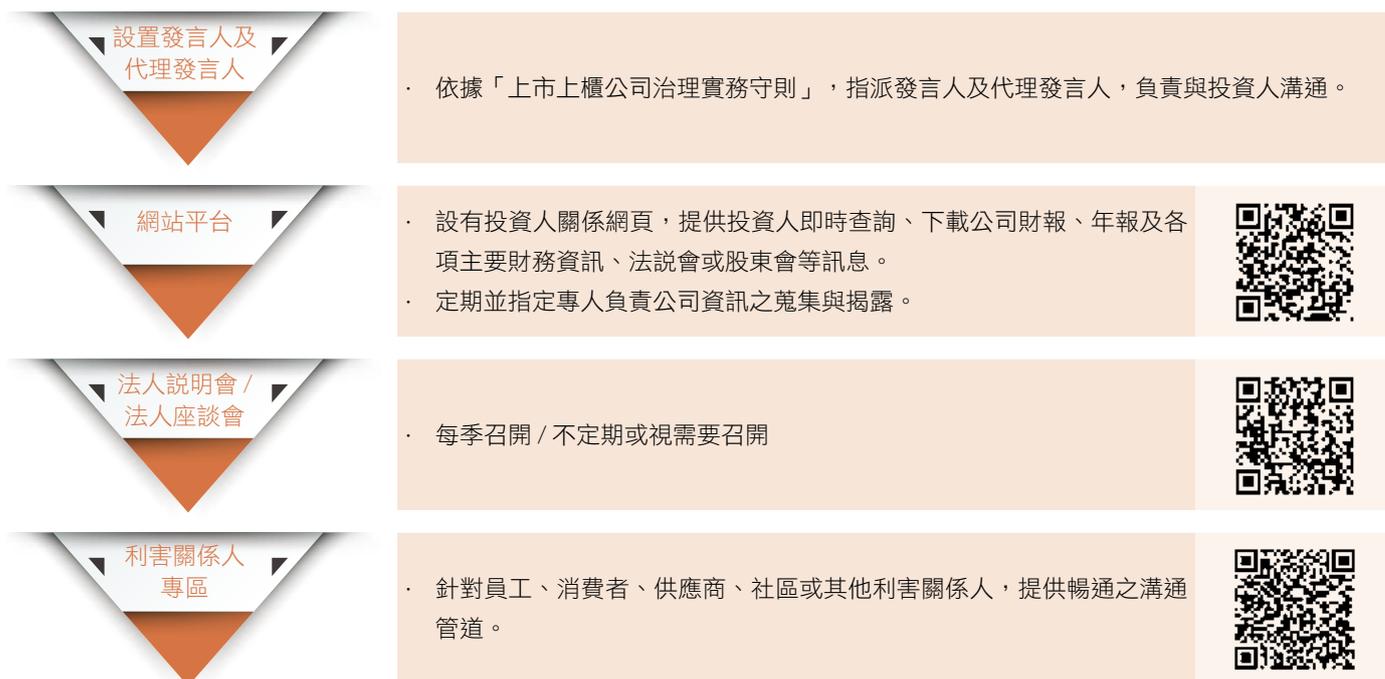
實體課程實績		線上課程實績	
目標開課數	55 場	參與人次	2,990 人
實際開課數為	97 場；涵蓋八大經銷商；辦理場次達成率為 176%	涵蓋率	99.05%
實際參與人數	2,619 人		

註：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 資訊揭露

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。2019 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





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」、「背書保證作業程序」及「從事衍生性商品交易處理程序」，作為相關控管依據。



4.4.2 產業相關的風險與機會

2019 年台灣投資、出口及消費均優於預期，且受惠於台商回流及半導體高階製程續留台灣，國內經濟呈「穩健成長」，全年經濟成長率為 2.71%，較 2018 年經濟成長率 2.63% 上升 0.08 個百分點。2019 年台灣汽車總市場登錄台數為 439,834 輛，主要受到汰舊換新貨物稅補助政策將落日、各廠牌相繼推出新車款並加重促銷力道、農曆新年提前等因素影響，刺激消費者採購，帶動全年車輛銷售量；就市場結構來看，2019 年進口車新車款較 2018 年增加，進口車市佔率上升至 49.6%，持續造成國產車的壓力。

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，市佔率前四名均為日系車，合計市佔率達 61.6%。



TOYOTA

有利因素

1. 政府鼓勵汰舊換新貨物稅減徵方案為期五年（至 2021 年初），換購需求仍將持續。
2. 政府自 2019 年 5 月至 2020 年 2 月，分兩階段提供老舊計程車申請新台幣 15 萬元至 35 萬元換購補助，有助於刺激 2020 年第一季的計程車換購需求。

不利因素

1. 新型冠狀病毒疫情使全球景氣均受到負面影響；國內 GDP 由 2.72% 下修至 2.37%^註。
2. 國際政治不確定性升高，後續發展將影響全球之景氣發展。
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）與自動駕駛車持續是各大車廠著力發展領域，將挑戰傳統汽車產業之競爭局面。

因應策略

1. 商品多元化
 - 建構縝密的商品戰略，持續強化商品競爭力；促成重大法令修訂，有效活絡汽車產業；導入 Sienta 福祉車型，把握長照移動服務商機，並強化品牌 CSR 優質形象；爭取更多潛力商品導入；洞悉小商車產業及車主需求，建立中長期戰略及周邊新事業，打造全新價值鏈。
 - 擴大國產車銷售，強化商品戰力，開發年輕客源。
 - 強化用品及車聯網競爭力；設置品質確保小組；推動品質一致性查核機制；規劃用品報價檢證機制，確保用品價格競爭力。
2. 品牌潮流化
 - 創意行銷引發市場話題，如持續擴大網路媒體預算，提高數位行銷費用佔比。
 - 深化社群經營提升品牌認同；匯集趣味創意，深度溝通品牌在安全、駕駛樂趣、科技創新、環保方面全新風貌；藉由異業合作，進行多平台導流。
3. 體制健全化
 - 提升 DLR 自主改善能力。
 - 打造最強戰隊。
 - 提升中古車通路價值（品牌價值提升與營運流程改善、優化客人線上購車體驗）。
4. 販賣智能化－擴大數據收集管道，落實精準行銷並升級創意行銷、引發市場話題（持續擴大網路媒體預算）。
5. 服務客製化
 - 有感賞車及購車，如線上體驗優化；優質五星據點認證制度；顧客體驗升級，包含使用 VR；試乘體驗多元化；
 - 有感用車，即車聯網全面進化，讓車主充分掌握愛車狀況；CR 有感回饋；顧客資料整建工程等。

註：資料來源：主計處





Lexus

有利因素

國內高級休旅車需求持續成長，主力車型 RX、NX、UX 銷售表現屢創新高。

不利因素

1. 競爭者積極朝向高端商品擴展，搶先深耕高端的消費族群。
2. 台灣 6 期環保法規上路，對車輛排放基準更趨嚴格。
3. 競合廠牌持續發展 C.A.S.E.，投入包括車聯網（Connected）、自動駕駛（Autonomous）、共享服務（Shared）以及電動化（Electric）等新技術的競爭潮流，籍以主導汽車市場的領先地位。

因應策略

1. 豪華訴求全面提升，包括導入全新 LM 旗艦車型，強化品牌高級性，及導入全新 LC Convertible 旗艦敞篷跑車，與 LC、RCF 聯合擴大 LEXUS 性能車聲量。
2. 提升 HV 銷售比重，並檢討其他新能源車，如 PHEV、EV 的導入。
3. 持續強化自動駕駛輔助等新科技應用。
4. 新銷售模式 - 持續推出 L-Finesse 智選低月付、訂閱式租賃等專案，強化價值鏈綜效。



大型商用車

有利因素

1. 電商市場規模持續擴大，帶動宅配及物流業貨車購車需求。
2. 行政院自 2017 年起編列 4 年 4,200 億預算，實施「前瞻基礎建設計畫」，推動軌道及水利等多項工程建設，營運用大貨車需求提升。
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，有效加速 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。
5. 大陸台商回流、進出口貨物運輸增加，貨櫃曳引車需求提升。

不利因素

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. 對應 2021 年即將實施之排放及安全法規，車廠反映成本售價提升。
4. 新型冠狀病毒疫情影響國外旅客來台及國內團體旅遊，遊覽巴士需求縮減。

因應策略

1. 持續導入新商品，建構更完整商品系列，善用優勢售後服務體系，擴大販服連攜整體戰力，強化販賣競爭力，提升銷售市占率。
2. 推動服務流程 2.0，建立商用車新世代據點規範，推動新型示範據點建置，全面提升服務質與量。
3. 善用原廠技術支援，推展車載資通訊新事業，加速導入物流大型管理架構。整合集團資源，建立 EV 車創新販賣及服務模式，打造最適化供應鏈。
4. HINO No.1 品牌升級，打造最值得信賴的品牌精神，強化品牌廣宣力度。
5. 活用 TOYOTA Hiace/Granvia 優勢，切入特裝車市場，擴大販賣商機。

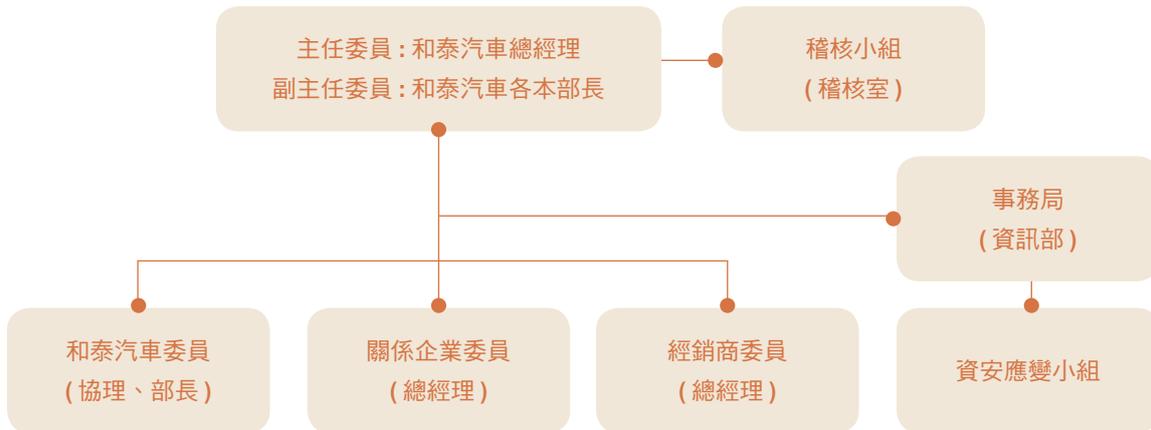




4.5 資訊安全及顧客資料保護

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，33 年來已累積 350 多萬顧客資料，為了保障客戶資料的安全及有效降低網路安全風險，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」，總經理為資訊安全委員會主任委員，作為集團資訊安全之最高指導單位，負責資安政策之建立及審議資安問題與因應對策，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，維護集團資訊安全。

資訊安全委員會組織圖



4.5.1 資訊安全管理制度

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，成為臺灣汽車業界首家上、下游廠商均通過 ISO 27001 認證的汽車經銷體系總代理及經銷商；2019 年起訂定集團 IT 營運異動通報程序，要求集團各公司遵循，並透過定例會議管理集團異動事件影響範圍，以確保 IT 營運作業程序上皆符合資安規定。

和泰集團 IT 營運異動通報程序



4.5.2 顧客資料保護

隨著集團雲端應用日益成長，為提供安全無虞之系統服務、妥善保護顧客個資，於 2019 年建立「雲端平台管理政策」，使本集團雲端應用之管理有所依循，透過本作業原則之重點要項，確保雲端使用上達到穩定、安全且一致的服務水準。



集團雲端平台管理政策

4.6 財務績效

年度	2019	2018	2017	2016	2015	單位
營業收入	126,892,633	109,034,011	112,264,170	110,353,594	101,971,202	仟元
營業毛利	10,737,805	9,571,323	9,753,770	9,559,420	8,705,717	仟元
營業利益	6,889,079	6,124,435	6,409,383	6,279,392	5,551,847	仟元
營業外收入及支出	6,848,237	5,808,161	5,352,555	5,958,981	5,581,820	仟元
稅前淨利	13,737,316	11,932,596	11,761,938	12,238,373	11,133,667	仟元
所得稅費用 (利益)	1,968,501	1,907,061	1,646,331	1,498,334	1,357,076	仟元
資產總額	76,469,958	66,132,309	61,074,145	57,323,171	50,867,638	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	230,295	200,430	204,117	196,359	179,843	仟元
年底總員工數	551	544	550	562	567	人
每股市價 (平均)	456.02	277.61	358.13	341.22	425.05	元
營業費用 + 營業成本	119,890,558	102,927,933	105,804,333	104,106,883	96,382,657	仟元
每股盈餘	21.55	18.36	18.52	19.66	17.90	元
薪資總額	1,726,363	1,572,033	1,574,616	1,518,853	1,542,395	仟元
員工福利費用 (扣除薪資費用及退休金)	163,176	149,370	149,084	139,844	135,391	仟元
退休金總額	27,704	27,189	26,686	26,625	25,852	仟元
負債比 (負債占資產比率)	23.4	25.40	23.61	24.80	22.61	百分比

註 1：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。

註 2：以上數據為和泰汽車個體財務數據。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴



5 環境 Environment

5 環境

5.1 環保理念

5.1.1 永續政策

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，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。同時訂有環境永續政策，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，持續邁向永續發展。

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

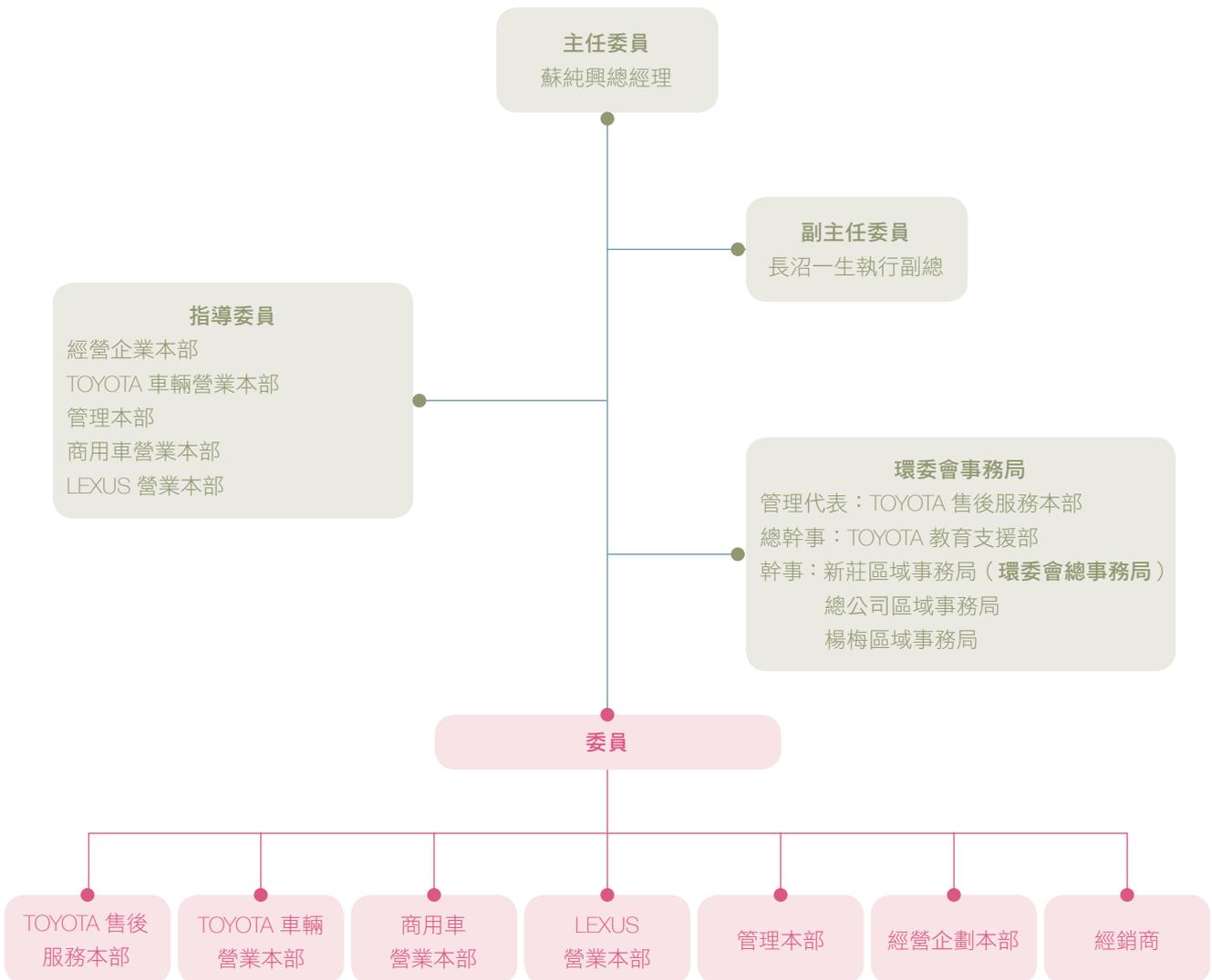


5.1.2 管理系統

和泰汽車設有環境管理委員會以及環境設施室，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，和泰將環管理念拓展至價值鏈的夥伴，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。

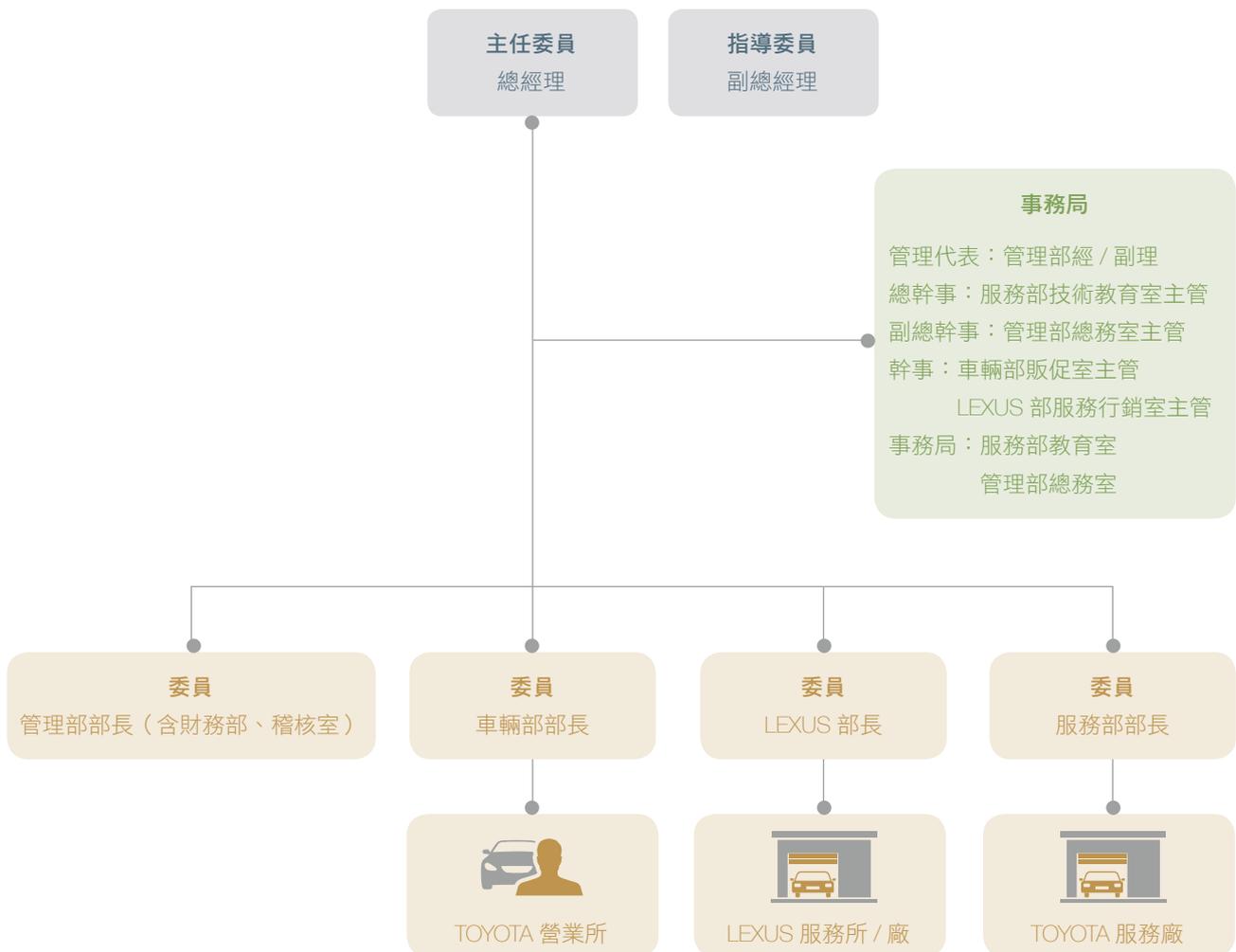
我們承諾持續支援合作夥伴的環境行動，以確保各領域皆被納入環境風險的考量，同時也全力配合日本豐田汽車對環境保護的要求，並整合集團施推動成果，向外部利害關係人揭露與溝通。

和泰汽車環境管理組織圖



<p>總 事 務 局</p>	<p>TOYOTA 教育支援部環境設施室</p>	<p>(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</p>
<p>區 域 事 務 局</p>	<p>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)</p>	<p>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</p>

經銷商環境管理組織 (以國都汽車為例)





5.1.3 願景與歷程

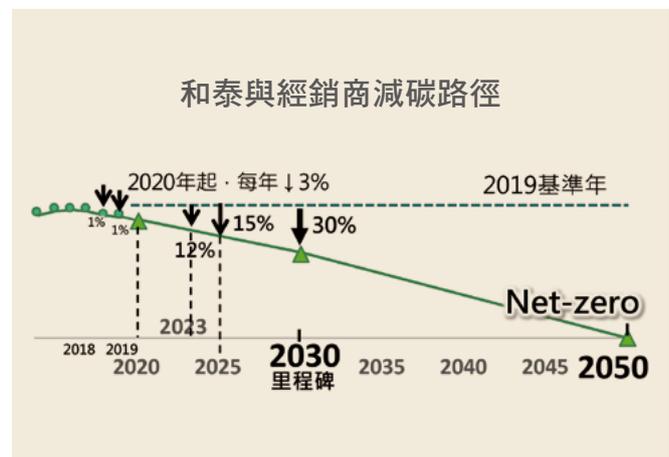
TOYOTA 母廠設定 2050 年環境願景的 6 大挑戰，朝向落實環境政策與產業永續發展而努力，和泰汽車以“CO₂ 零排放”為終極目標，推動各項環境管理業務，逐步完成此 6 大挑戰。並透過強化環管組織及方針管理、建立環管資訊系統、落實 PDCA 改善文化，以及對外揭露資訊，達成環保評鑑 No.1 的目標。



2050 Net Zero 碳排挑戰	2030 亞太目標 (8 th 計畫：026~30)	2025 亞太目標 (7 th 計畫：2021~25)
1. 新世代新車 CO ₂ ↓ 90%	↓ TBC%	CO ₂ ↓ 30%
2. 生命週期 0 碳排循環經濟	↓ 32%	CO ₂ ↓ 15%(每年 ↓ 3% , 2019 基線)
3. 工廠 0 碳排 強化氫 / 再生能源	↓ 61 % (TBC % RE)	CO ₂ ↓ 35% (31% RE)
2050 正向循環挑戰		
4. 小量及優化用水	水回收概念	
5. 循環社會	3R 概念 (電池)	
6. 與自然和諧相處	員工 Eco mindset、影響利害關係人、一次性塑膠減量	

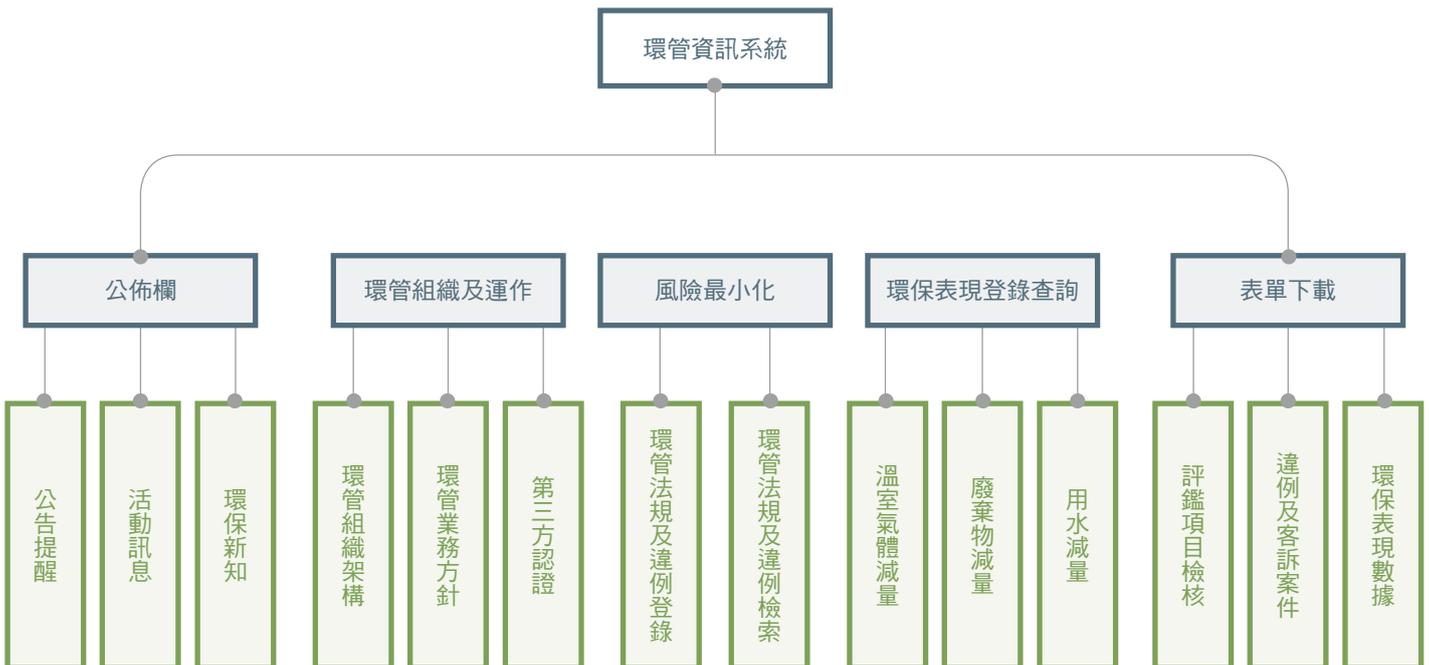
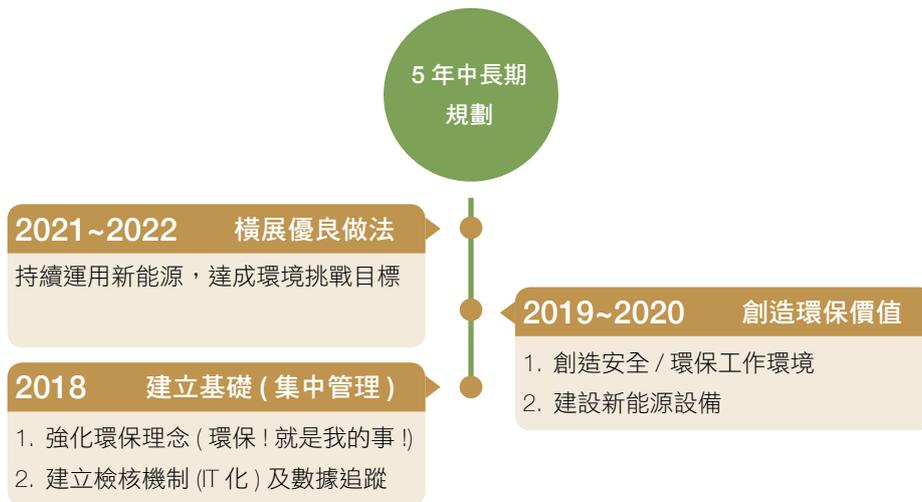
備註：■ 負責項目；3R：Rebuilt(電池再生) → Reuse(再生電池販售) → Recycle(廢電池回收)

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。2017-2018 年設定 7 大 KPIs 帶領公司內部與全台灣經銷商，推動環境永續。2019 年開始，和泰帶領全體經銷商以「環保 就是 Life Style!」為策略，推動環管業務，透過「低碳、減塑、FUN 生活」3 大主軸執行系列作法。2020 年低碳、減塑目標為 CO₂ 降低 3%、水 / 垃圾降低 1%，並成為最環保品牌。



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 年為完成服務廠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，鼓舞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	2019 年具體實績	2020 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
推動豐田環境計劃	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
	加強與非政府組織 (NGOs) 合作	與玩具圖書館合作，舉辦玩具愛分享活動	持續與非政府組織合作
	環管訊息揭露 (內外部)	發行 18 份 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
加強推動環管體系	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
	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 60 噸 CO ₂ 排放	持續推動低碳減量活動
	持續推動太陽能	透過併網降低台電 2,413 噸 CO ₂ 排放量	持續推動太陽能
	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 156 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

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。截至 2019 年底，有效之節能標章產品¹，依品牌別為 TOYOTA 的 31 款產品。有效之環保標章產品²，品牌別為 TOYOTA 的 29 款產品，LEXUS 的 8 款產品。

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」為最高原則，遵守國際環保標準，號召供應商、經銷商等共同落實。目前各級能源效率標示車型比率上，效率最高的 1 級有 51%、2 級有 16%、3 級有 22%、4 級有 11%，並致力符合環保署之環保車車型評比，2019 年共有 14 個引擎族入選，其中 TOTOYA 與 LEXSU 所販售之車款共計取得 6 個引擎族入選，佔比為 43%。

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	第六期	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。
耗用能源	經濟部	2017 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。
車輛安全	交通部	2019 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、VIOS 1.5、SIENTA 1.5、SIENTA 1.8(5 人)、PRIUS PHV、AURIS、CAMRY2.5、CAMRY 2.5 HV、ALHPARD、Supra、GRANVIA	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

1. 節能標章之有效期限為 2 年。

2. 環保標章之有效期限為 3 年。



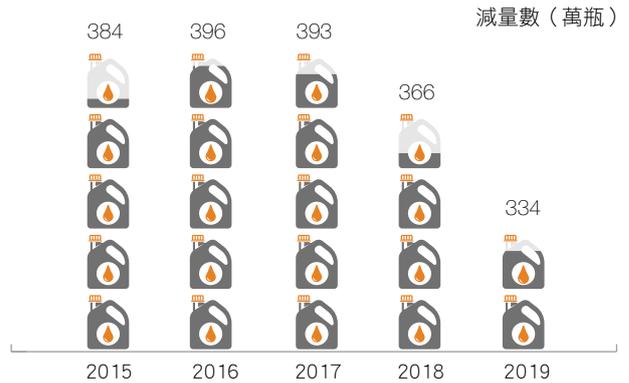
5.2.2 環境衝擊減緩

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制設備及流程，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，進行回收或再利用等措施，並逐步將範圍擴大至經銷商及供應商。

● 中央給油

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 2019 年共減量 3,321 萬瓶，減少重量達 230 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。

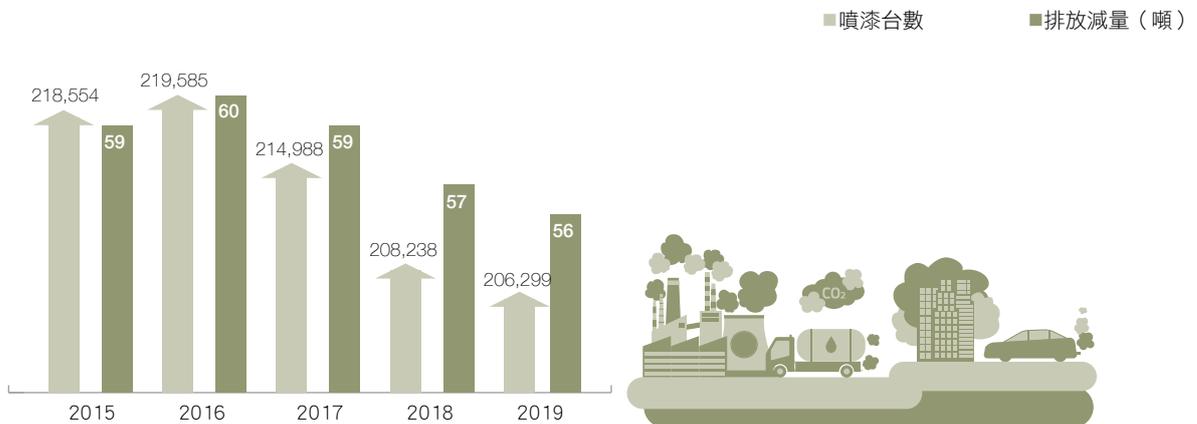
機油瓶減量瓶數



● 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，2019 年估計減少約 56 噸的氣體。

環保水性漆 VOC 排放減量統計



● 再生零件

和泰汽車以循環經濟為理念，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、動力轉向機泵浦及 HV 電池等 5 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 (或依品項不同而有差異)
品項	全部	<ul style="list-style-type: none"> ● 自動變速箱 ● 冷氣壓縮機 ● 動力轉向方向機 ● 動力轉向機泵浦 ● HV 電池
再生零件使用比率 *	-	<ul style="list-style-type: none"> ● 自動變速箱 (37.4%) ● 冷氣壓縮機 (76.6%) ● 動力轉向方向機 (54.1%) ● 動力轉向機泵浦 (92.6%) ● HV 電池 (20.6%)

* 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

和泰汽車全台服務據點皆已配備 R134a 冷媒回收機，2019 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 32 公噸，以全球暖化潛 (GWP) 為 1,300 計算，相當於減少 41,600 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，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。2018 年於楊梅物流園區裝設裝置容量 3,400 千瓦的太陽能案場，2019 年再於新莊園區、台中及高雄副倉、及長源斗南廠新增 4 個案場，2019 年總計產生 2,413 噸溫室氣體削減效益。

和泰太陽能案場	新莊園區	楊梅園區	台中副倉	高雄副倉	長源斗南廠
裝置容量 (千瓦)	10	3,400	500	875	210
2019 年發電量 (度)	8,182	3,880,200	327,565	224,901	86,400
2019 年削減量 (噸 CO ₂ e)	4	2,068	175	120	46

註 1：使用於計算之電力排放係數為 0.533 公斤二氧化碳當量 / 度。



和泰帶領經銷商善用自然資源，積極開發再生能源，以達成車輛生命週期零排放。中期目標為 2030 年 CO₂ 減量 32%，為此自 2020 年起每年需下降 3% 碳排。2019 年經銷商於全台啟動 10 處太陽能案場，總計產生 933 噸溫室氣體削減效益。2020 年和泰及經銷商規劃新增 14 處案場，為地球再減少 2,043 噸溫室氣體年排放量，逐步落實豐田母廠「2050 豐田環境六大挑戰」。

經銷商	國都	桃苗	中部	南都	高都	東部
2019 據點	士林、丹鳳、士林 L	本社、南崁、新竹 L	本社、彰化 L	民雄	民族 L	本社
2019 年發電量 (度)	12,094	386,767	1,012,207	6,220	(2020/1 發電)	87,239
2019 年削減量 (噸 CO ₂ e)	138 噸	206 噸	540 噸	3 噸		46 噸

註 1：使用於計算之電力排放係數為 0.533 公斤二氧化碳當量 / 度。



桃苗本社



南都民雄廠



和泰楊梅園區

5.3 綠色營運

5.3.1 能資源使用

2019 年和泰汽車的年能源總耗用量為 1.21×10^7 百萬焦耳，其中包含有汽油 (4.62×10^6 MJ)、柴油 (5.05×10^5 MJ)、天然氣 (1.40×10^6 MJ)、液化石油氣 (1.47×10^5 MJ) 與電力 (5.39×10^6 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。汽油的使用量逐年遞減，主因為使用油電混合車。天然氣及液化石油氣的使用量，則取決於每年在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及會議的主要地點，2019 年約有 2.2 萬的活動人次，並設有學員專用的宿舍、餐廳，因此在此能資源的耗用強度上，電力的人均用量呈現最高。

楊梅園區為和泰的物流中心，此主倉庫供應全體維修零件需求，因應逐漸成長的零件需求業務，以及供應園區清潔用水和員工宿舍，使用水強度高於總公司與新莊園區。

能資源耗用量							
能源種類	耗用單位	耗用區域	2015	2016	2017	2018	2019
 汽油	公升	總公司	58,237	60,003	61,360	49,837	47,608
		新莊	13,633	15,738	15,726	11,724	12,091
		楊梅	6,610	7,220	3,581	3,096	2,803
	合計			78,480	82,961	77,086	64,657
 柴油	公升	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	748	1,086	964	60	60
		楊梅	4,617	5,919	5,643	5,238	5,450
	合計			5,365	7,005	6,607	5,298
 天然氣	立方米	總公司	0	0	0	0	0
		新莊	29,540	28,764	28,996	22,905	22,224
		楊梅	0	0	0	0	0
	合計			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	3,751	3,126	4,465	2,590	3,011
	合計			3,751	3,126	4,465	2,590
 電力	度	總公司	846,682	881,205	742,326	758,707	780,332
		新莊	872,888	871,284	875,112	686,453	689,364
		楊梅*	1,177,152	1,130,524	1,122,956	1,382,183	1,337,900
	合計			2,896,722	2,883,013	2,740,394	2,828,343
 水	立方米	總公司	5,510	4,972	4,860	6,115	7,225
		新莊	4,175	4,455	4,437	4,701	4,764
		楊梅	13,441	11,353	13,228	15,786	13,422
	合計			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 2：2018 年起，楊梅電力增加係因新納入台中與高雄副倉。

註 3：範疇二排放為電力使用，係數為 0.525(2015)、0.530(2016)、0.554(2017)、0.533(2018-2019) 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。



能資源耗用強度

能源種類	強度單位	耗用區域	2015		2016		2017		2018		2019	
			人數	強度								
 汽油	公升/每人	總公司	372	156.6	380	157.9	381	161.0	389	128.1	402	118.4
		新莊	95	143.5	98	160.6	97	162.1	97	120.9	95	127.3
		楊梅	204	32.4	213	33.9	211	16.97	245	12.6	267	10.5
	平均		671	117.0	691	120.1	689	111.9	731	88.4	764	81.8
 電力	度/每人	總公司	372	2,276	380	2,319	381	1,948	389	1,950	402	1,941
		新莊	95	9,188	98	8,891	97	9,022	97	7,077	95	7,256
		楊梅	204	5,770	213	5,308	211	5,322	245	5,642	267	5,011
	平均		671	4,481	691	4,454	689	3,977	731	3,868	764	3,675
 水		總公司	372	14.8	380	13.1	381	12.8	389	15.7	402	18.0
		新莊	95	43.9	98	45.5	97	45.7	97	48.5	95	50.1
		楊梅	204	65.9	213	53.3	211	62.7	245	64.4	267	50.3
	平均		671	34.5	701	29.6	689	32.8	731	36.4	764	33

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 2：2019 年配送司機納入楊梅 (台中 11 人與高雄 5 人)。

能資源的節約成效方面，全公司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 2019 年執行飲水機設置定時開關、空調溫度控制在 26°C 等節電措施，預估每年有 36,716 度節電效益 (1.32×10^5 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 129,975 元。

能資源節約量

能源種類	單位	區域	2015	2016	2017	2018	2019
 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	-	-	40,000	-	921
		新莊	3,233	2,488	6,842	28,995	36,716
		楊梅	5,187	42,361	46,484	11,491	-
	合計		8,420	44,849	93,326	40,486	37,637
 水	立方米	總公司	-	-	-	-	-
		新莊	-	-	-	-	-
		楊梅	5,952	2,088	-	-	4,045
	合計		5,952	2,088	-	-	4,045

註 1：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	2015		2016		2017		2018		2019	
		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	-	-	-	-	3.47	138,800	-	-	3.58	3,297
	新莊	3.98	12,867	3.44	8,558	3.49	23,878	3.55	102,932	3.54	129,975
	楊梅	4.0	50,000	3.98	169,000	3.50	162,694	3.00	34,474	-	-
	合計		62,867		177,558		325,372		137,406	3.54	133,272
水	總公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	新莊	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	楊梅	11.4	68,000	11.25	23,502	-	-	-	-	12.9	52,180
	合計	11.4	68,000	11.25	23,502	-	-	-	-	12.9	52,180

5.3.2 溫室氣體減量

2019 年和泰汽車的溫室氣體總排放量中，88% 是來自於電力的使用，故範疇二的間接能源排放，為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，不斷提升與改善，致力減緩氣候變遷帶來的影響。

溫室氣體排放量							
範疇別	排放量單位	排放區域	排放量				
			2015	2016	2017	2018	2019
一註 ²	公噸二氧化碳當量	總公司	131.8	135.8	138.9	112.8	107.7
		新莊	88.3	92.5	92.6	69.7	69.3
		楊梅	33.6	37.2	30.6	24.7	25.8
	合計	257.8	270.6	262.1	207.2	202.8	
二註 ³	公噸二氧化碳當量	總公司	444.5	467.0	411.2	404.4	415.9
		新莊	458.3	461.8	484.8	365.9	367.4
		楊梅	618.0	599.2	622.1	736.7	713.1
	合計	1,529.4	1,523.1	1,518.2	1,507.0	1,496.4	

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 0.525(2015)、0.530(2016)、0.554(2017)、0.533(2018、2019) 公斤二氧化碳當量/度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度報告書略有不同。

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 2015~2016 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 6：2018 年起，楊梅電力增加係因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	2015		2016		2017		2018		2019	
			人數	強度								
一 + 二	公噸二氧化碳當量 / 每人	總公司	372	1.55	380	1.59	381	1.44	389	1.33	402	1.30
		新莊	95	5.75	98	5.66	97	5.95	97	4.49	95	4.60
		楊梅	204	3.19	213	2.99	211	3.09	245	3.11	267	2.77
	平均	671	2.64	691	2.60	689	2.58	731	2.35	764	2.22	

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 0.525(2015)、0.530(2016)、0.554(2017)、0.533(2018、2019) 公斤二氧化碳當量 / 度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度報告書略有不同。

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 年後楊梅納入台中 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	2015	2016	2017	2018	2019
總公司	● -	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)	● 部分區域改為 ● 感應式燈具 (0.4 噸 / 年)
新莊	● 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)	● 控管限制空調系統負載在 26 °C (16.9 噸 / 年) ● 飲水機設置 2 台定時開關裝置 (2.6 噸 / 年)
楊梅	● 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)	● 楊梅園區用水低減 (0.4 噸) ● 低減物流增援車 (副倉庫 0.5 噸) ● 持續推動包材回收作業 (53.2 噸)
合計每年溫室氣體減量 (噸)	9.2	55.5	57.9	101.7	73.5

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 2：2019 楊梅園區太陽能發電場發電量 3,380,200 度，併網後協助台電減碳 2,064 噸。

註 3：副倉庫透過提升庫存廣度、最適車輛指派，2019 年共計減少增援車 10 台次、減碳實績 0.5 噸 CO₂e。

註 4：2019 年包材回收再利用共計 220 噸，減碳實績 53.2 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委請合格之環保公司清運。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	2015	2016	2017	2018	2019
一般	總公司	48.0	48.0	48.0	47.4	48.0
一般	新莊	98.3	98.7	98.5	6.5	4.6
一般	楊梅	54.5	13.3	26.6	31.5	18.4
合計		200.8	160.0	173.1	85.4	71

註 1：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。

註 2：新莊園區廢棄物 2015-2017 數據為含關係企業垃圾量，2018 起僅包含和泰所轄區域之一般廢棄物。

資源回收量 (噸)						
回收類別	回收區域	2015	2016	2017	2018	2019
紙類、鐵鋁罐、塑膠	總公司	16.2	16.3	16.4	15.6	16
紙類、鐵鋁罐、塑膠	新莊	7.8	7.7	8.9	7.4	5.1
國內包材	楊梅	46.3	46.1	47	49	50.7
進口紙箱		209.3	231.0	219.9	172.0	169.6
合計		279.6	301.1	292.2	244.0	241.4

註 1：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

和泰汽車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 2019 年有 78 位司機接受訓練，訓練總時數為 468 小時，以確保車輛運輸能維持穩定的燃油消耗及 CO₂ 排放，每台新車拖運之二氧化碳排放量每年可低於 35 公斤。

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。2020 年完成「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，提升車輛物流效能。同時，2019 年起亦透過車主手冊印刷尺寸縮小 20%，以 2019 年銷售量計算，紙張用量每年減少 943 公斤，每年可減少 44 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	2015	2016	2017	2018	2019	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%
新車托運溫室氣體排放量 (公斤二氧化碳當量 / 平均每台新車運輸)	控制司機駕駛速度 拖車定期保養	34.80	34.45	34.10	33.76	34.4	低於 35 公斤 / 台

註 1：2019 原目標設定為「每年低減 1%」，但由於車輛拖運有一定的油料耗費，無法持續降低。因此 2020 後僅能透過省油駕駛教育減少燃油浪費，使每台新車拖運之 CO₂ 維持在 35 公斤的標準以下，近年皆維持穩定的數值。



5.4 氣候變遷管理

5.4.1 TCFD 架構對應與揭露

日本豐田提出 2050 達成「豐田環境六大挑戰」，以 CO2 零排放（新車、車輛生命週期、廠區）、優化用水、建立循環型及與大自然和諧相處的社會為目標，並要求各國總代理及經銷商擴大推動各項環管業務。不僅於此，TDEM(Toyota Daihatsu Engineering manufacturing) 亞太環委會要求各國推動「Eco Dealership 經銷商環保評鑑」，於 2017 年經銷商試行並自評，2018 年正式展開，並於 2019 年改版評鑑內容。為協助經銷商進行「Eco Dealership 經銷商環保評鑑」活動，由環境設施室製作評鑑內容，其中包括建立環保管理體系、環境風險最小化、改善環保績效、攜手顧客投入社會環保活動等四大構面。

和泰已逐漸體認到，未來傳統汽車產業在氣候變遷議題的發酵下，將面對到的減緩與調適難題。加上隨著全球各國相關氣候變遷措施的進行，汽車產業和整個社會觀念都有可能面臨重大改變。如更嚴格的政策，包括燃油效率法規、碳定價的實施或增加、低碳產品的研發等，都足以大幅改變客戶在環保與氣候變遷的危機意識。為讓和泰能將環境永續的理念不斷傳承至下一代，並融貫到經營策略的各個環節之中，我們嘗試採用由國際金融穩定委員會（Financial Stability Board, FSB）所建議之 TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）架構，進行氣候變遷風險之管理。



治理

- 和泰汽車於 2018 年經董事會通過，設置企業社會責任委員會（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。
- CSR 委員會旗下有環境、社會、公司治理三大事務局，依業務範疇隸屬不同事務局，其中環境事務局是負責統籌環境活動及氣候相關議題。三大事務局透過 CSR 委員會每年召開兩次會議，將各事務局職掌相關議題及計劃向委員們報告，再提報至董事會。董事成員依監督者角度，會提出建議或看法。
- 和泰成立環境委員會，由總經理擔任主任委員。各本部長為指導委員，管理代表為 Toyota 售後本部本部長，總幹事單位為 Toyota 教育支援部，總事務局為環境設施室。



策略

- 推進和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的成效，監控並追蹤和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的 PDCA 改善循環及自主發展 / 改善的成效。
- 共鑑別出法規、市場、商譽與極端氣象事件四類主要風險，如本報告 5.4.2。



風險管理

- 針對所鑑別出之風險，由三大事務局相關單位負責擬定各項專案方針與執行，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，降低氣候變遷風險所帶來之負面影響。



指標與目標

- 和泰汽車致力達成 2050 年環境 6 大挑戰之願景，包含：
 - (1) 新車 CO₂ 零排放
 - (2) 車輛生命週期 CO₂ 零排放
 - (3) 工廠 CO₂ 零排放
 - (4) 最小量及優化用水
 - (5) 建立循環型社會與制度
 - (6) 建立與自然和諧相處的未來社會。
 為達成挑戰，制定環保評價手冊 (EAS) 及經銷商 Eco Dealership，監控並追蹤和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理改善與成效。
- 以 2019 年為基準年，溫室氣體排放量於 2020 年要下降 3%，2030 年為 32%，2050 為零排放。

5.4.2 重大風險鑑別結果與因應

傳統燃料汽車對生產和購買的影響，預計在隨著全球氣候變遷法規的制訂下，碳定價與交易將被引入並逐年提高，這將導致更高的消費者購買和公司生產成本。另一方面，有鑑於氣候變遷所帶來的影響，低碳的商業模式將加速燃料汽車的淘汰速度。我們相信，在這樣的氛圍中，市場上銷售使用電力之低碳汽車，將有可能對二氧化碳減排效果發生極大的助益，這也將誘導出更多的商機。此外，在實體風險部分，在沒有足夠應變的情況下，由於洪水氾濫等自然災害的頻發和加劇，生產中斷和供應鏈中斷可能會隨之發生。

法規



生命週期階段

製造、販賣、維修板噴、使用、回收

環境風險說明

由於氣候變遷議題升溫與自然資源逐漸匱乏，針對汽車之能源效率及環保相關法規日漸趨嚴，汽車相關產業將必須加強新技術的開發與資本投入，以避免在未來的強大競爭市場中被取代。

和泰因應或機會

隨時掌握最新環境法規趨勢，制訂應變策略與方針，並加強人才之延攬與招募，投入資源最大化，致力於新產品的開發，開拓更大的銷售市場。

市場



生命週期階段

製造、販賣

環境風險說明

逐步增加油電車 (HEV) 的占比。2018 年 TOYOTA 及 LEXUS 已銷售 8,939 台，2019 年在 UX250h 導入、PRIUS 改款、新國產油電車型導入後，銷售台數預估 2.1 萬台，較 2017 年增加 230%。

和泰因應或機會

持續導入更多油電車型

商譽



生命週期階段

製造、車輛維修板噴、廢棄物產生

環境風險說明

就外部觀感上，若公司違反相關法規，將遭政府機關裁罰，影響和泰的企業形象。就產品的設計上，若能源效率或環保績效落後其他同產業之競爭者，將對品牌產生負面衝擊，影響顧客滿意度與忠誠度。

和泰因應或機會

確實遵守環境法規之規範，開發或引進更多環境友善的產品，並有效管控廢棄物回收流程。我們也將密集關注市場趨勢與掌握顧客需求，並透過報告書發行與利害關係人持續溝通。

極端氣象事件



生命週期階段

車輛及維修零件配送運輸及維修

環境風險說明

氣候變遷引發更頻繁或更劇烈的天然災害，如熱帶氣旋、強降雨或冰雪，導致產品及零件在配送時產生延遲，影響營運效率與準時交車率，衝擊市場銷售的業績。

和泰因應或機會

建立完整庫存配送及通報管理系統，以因應任何的緊急狀況，將衝擊降至最低。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴



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

和泰汽車深信「有滿意的員工、才有滿意的顧客」，打造快樂的工作環境，並提升員工工作價值認同感，進而樂在工作，凝聚團隊合作精神，創造熱情的工作團隊，提升員工生產力與企業價值。

自 2018 年第二季起，為持續鼓勵同仁互相交流，擴大共好活動的範圍，鼓勵同仁成立社團進行交流與學習，截至 2019 年底共計已成立 15 個社團，包含運動社團、學術研究社團、聯誼性社團等，以增進員工技藝、調劑身心，提高工作效率，並建立內部活動資訊平台，讓同仁了解社團的活動與成果，吸引更多同仁加入身心放鬆的行列。



1



2



3



4



5



6

1 電影欣賞社 / 2 咖啡社 / 3 美食烹飪社 / 4 醇香社 / 5 花藝研究社 / 6 籃球社



另舉辦集團內共好交流活動，如集團共好壘球賽與共好羽球賽等，增加集團各公司交流機會，增進公司內團隊合作與互相鼓舞精神。



6.1.2 全方位人才發展政策

和泰汽車對於人才的發展與培育亦不遺餘力，為了激發員工的潛能，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，使員工與公司同步成長與茁壯；2019年更獲財團法人台灣永續能源基金會 (TCSA) 肯定，獲頒人才發展獎。

為追求企業永續經營，和泰汽車確立「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)」。



註 1：TOYOTA 原廠企劃力訓練課程包含：TOYOTA WAY、PDCA、A3、TBP、JKK Kaizen 等課程。

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。

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。

項目	任務
見學前	閱讀線上資料 (包含見學說明及一線人員教育資料)
見學期間 (8 周)	1. 於營業所 / 服務廠擔任新進銷售顧問 / 服務專員，觀察其業務及流程 2. 每周撰寫見學日誌，紀錄見學期間所學事項 3. 進行商品介紹驗收及線上學習測驗
見學後	整理見學學習內容向主管報告：見學心得、觀察到可優化或建議事項

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 課程，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、國瑞汽車製造廠及新車發表會。



全體同仁訓練

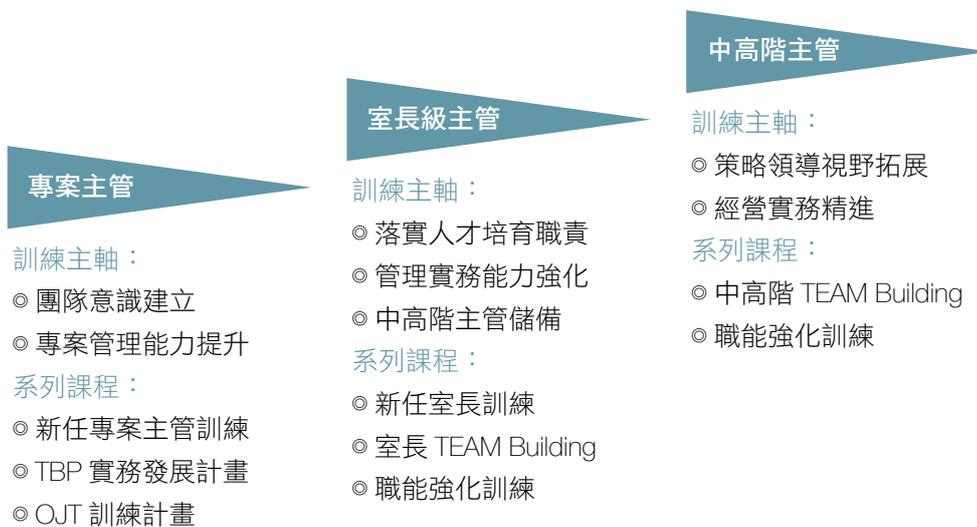
2019 訓練時數統計 (實體課程)			
男性平均	女性平均		全體平均
12.3	13.8		12.9
主管職	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
高階主管	12.5	—	12.5
中階主管	19.5	20.5	19.6
基層主管	17.9	25.7	20.3
合計	17.0	25.2	18.7
職員	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
課長 / 副課長 / 技監 / 副技監	15.8	21.0	17.8
高級專員 / 組長	9.5	11.5	10.3
專員 / 班長 / 辦事員 / 練習生 / 司機 / 守衛 / 護理師 / 派遣人員	7.6	9.0	8.6
合計	10.7	12.5	11.5
全公司	12.3	13.8	12.9

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)

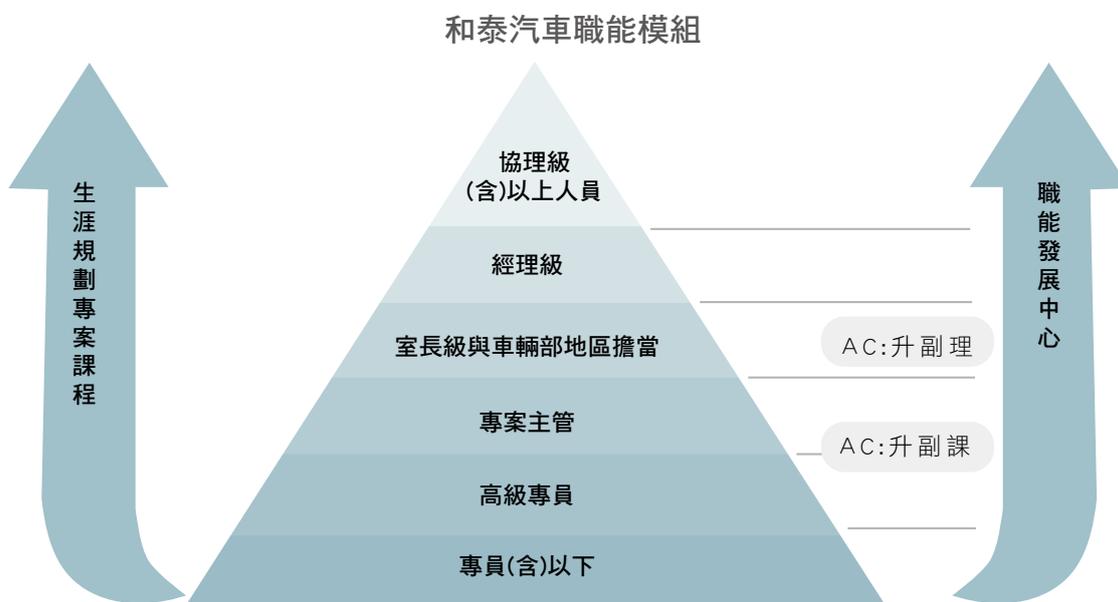
數位時代的來臨行動學習成為最新學習趨勢，我們從 2019 年開始導入線上閱讀資源《天下創新學院》，有效打破時空限制，讓同仁能隨時隨地自主學習增加學習內容多元性。2019 年達成全體員工 551 人註冊閱讀，閱覽次數達到 48,993 次，領證 (測驗合格) 數共計 24,847 次。

6.1.3 職能培育計畫

本公司透過「職能發展中心」定義各階人員之「職能」，並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，持續不斷地進行討論、修訂，與時俱進，完整同仁職能發展。



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。人才是本公司可持續成長最重要的關鍵之一，故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，持續成長，攜手向前邁進。



「職能發展中心」與「本公司全方位人才發展政策」相互搭配，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) 及自我學習 (Self-Development) 的各項課程，加以強化自身能力；之後再回到職能發展中心評鑑，衡量員工之職能發展現況，並針對不足之處，持續改善。

6.1.4 績效與職能評核書

和泰汽車全體員工每年均需接受定期績效與職能評核，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，每年會針對預計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

2019 年的員工總數為 551 人，男性與女性員工之平均比例約為 1.7：1，皆為正職人員，女性員工的比率歷年來逐漸增加，顯示和泰汽車的職場多元化。年齡組成的分布上，以 30-50 歲比率最高，占 56.99%；依主管 / 非主管區分，有 20.15% 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	347	63.0%	204	37.0%	381	93	77
	約聘	0	0	0	0	0	0	0
聘僱性質	全職	347	63.0%	204	37.0%	381	93	77
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 歲 -50 歲	50 歲以 上
主管職	高階 (協理級以上)	18	100%	0	0%	0	4	14
	中階 (經理級)	20	90.9%	2	9.1%	0	8	14
	基層 (室長級; 副理)	52	73.2%	19	26.8%	0	55	16
非主管職	課長、副課長 (含技監、副技監)	56	62.9%	33	37.1%	1	64	24
	高級專員 (含組長)	149	61.1%	95	38.9%	47	136	61
	專員 (含以下)	52	48.6%	55	51.4%	14	47	46
合計		347	63.0%	204	37.0%	62	314	175

和泰汽車 2019 年共聘僱 23 位新人，佔全體員工的 4.2%，我們秉持「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。

新進員工統計									
		2016		2017		2018		2019	
		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	18	3.2	18	3.2	21	3.9	12	2.2
	女	13	2.3	21	3.9	8	1.5	11	2
依地區	總公司	29	5.2	27	5	21	3.9	20	3.6
	新莊	2	0.4	10	1.8	6	1.1	2	0.4
	楊梅	0	0	2	0.4	2	0.4	1	0.2
依年紀	30 歲以下	24	4.3	33	6.1	25	4.6	14	2.5
	30-50 歲	4	0.7	4	0.7	2	0.4	8	1.5
	50 歲以上	3	0.5	2	0.4	2	0.4	1	0.2

高階管理階層聘用當地居民統計									
		2016		2017		2018		2019	
		聘用人數	比率 (%)						
依性別	男	35	92.1	36	97.3	36	90	36	90
	女	0	0	0	0	2	5	2	5
依地區	總公司	30	90.9	32	97	33	94.3	33	94.3
	新莊	4	100	3	100	4	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 4.0%，離職率逐年降低，主因為重視員工發展，加上年度營運績效良好，以及獎助學金額度提高，予以提升員工留任意願。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									
		2016		2017		2018		2019	
		離職人數	占一般員工比率 (%)						
依性別	男	15	2.7	19	3.5	12	2.2	17	3.1
	女	12	2.2	12	2.2	11	2.0	4	0.7
依地區	總公司	23	6.1	24	4.5	18	3.3	15	2.7
	新莊	3	3.1	5	0.9	4	0.7	4	0.7
	楊梅	1	1.3	2	0.4	1	0.2	2	0.4
依年紀	30 歲以下	12	13.8	7	1.3	9	1.7	4	0.7
	30-50 歲	9	2.7	15	2.8	10	1.8	11	2.0
	50 歲以上	6	4.3	9	1.7	4	0.7	6	1.1

註：以上統計包含屆齡退休人員。

6.2.2 權益維護

為能保障與傾聽同仁的意見，目前設有各種多元化管道，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。

為維護職場性別平權，我們成立了「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，從中持續改善，提供員工幸福職場。

最近一次滿意度調查於 2019 年實施，回覆率為 75.3%，公司整體滿意度達 4.03 分，下次將於 2021 年實施。整體而言分數皆較前年較低，因此公司將優先針對分數最低之三項（考核、升遷、訓練發展）擬定改善計畫，期望提升員工滿意度與向心力。



員工滿意度調查結果（以滿分 5 分計）



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，薪酬水準公司亦會參考外部薪資調查報告進行調整，成為業界最吸引員工的雇主。

在升遷制度上，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%。本公司 2019 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 519 人及 2,110,000 元。

年度	2018	2019
非擔任主管職務之全時員工人數	516	519
薪資平均數 (千元)	1,993	2,110
薪資中位數 (千元)	-	1,743

註 1. 薪資平均數與前年差異：主要為公司營運獲利增加

註 2. 非擔任主管職不含經理人

男女報酬與酬金比率					
		報酬比 (男 / 女)		酬金比 (男 / 女)	
		2018	2019	2018	2019
主管職	高階 (協理)	-	-	-	-
	中階 (經理)	1.13	1.09	1.40	0.98
	基層 (室長)	1.03	1.02	1.00	0.97
非主管職	課長、副課長 (含技監、副技監)	1.20	1.17	1.14	1.09
	高級專員 (含組長)	1.03	1.03	0.99	1.02
	專員 (含以下)	1.01	1.00	0.98	1.03

註：報酬係指月薪；酬金係指報酬 + 酬勞 (獎金)。

和泰汽車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，並舉辦許多健康促進活動；另為因應營業範圍擴展至海外地區，提供員工外語進修的優惠補助。

和泰汽車提供讓同仁安心工作的職場，2019 年育嬰留停的復職率與留任率皆為 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。



2019 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	4	9
當年度實際申請育嬰留停人數	0	1	1
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	3	3
育嬰留停申請率 (%)	0	25.0	11.1
育嬰留停復職率 (%)	0	100	100
育嬰留停留任率 (%)	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

育嬰留停留任率 (%) 計算公式：休完育嬰假復職後 12 個月仍在職人數 / 前一年休完育嬰留停的復職人數



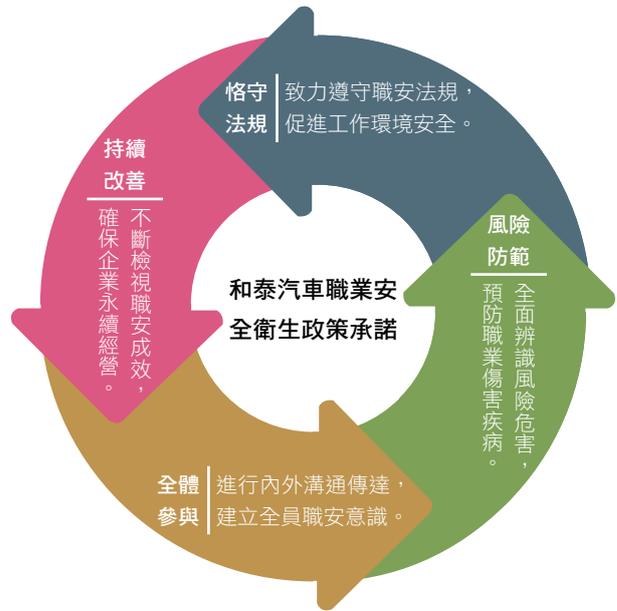
6.3 職業安全衛生管理

和泰汽車為落實職業安全衛生管理，進行鑑別、分析可能之風險與機會，並決定需處理的風險與機會及其因應對策，同時制定長、短期業務發展計畫，針對高風險項目，則採取進一步更有效之管控措施，以降低風險。

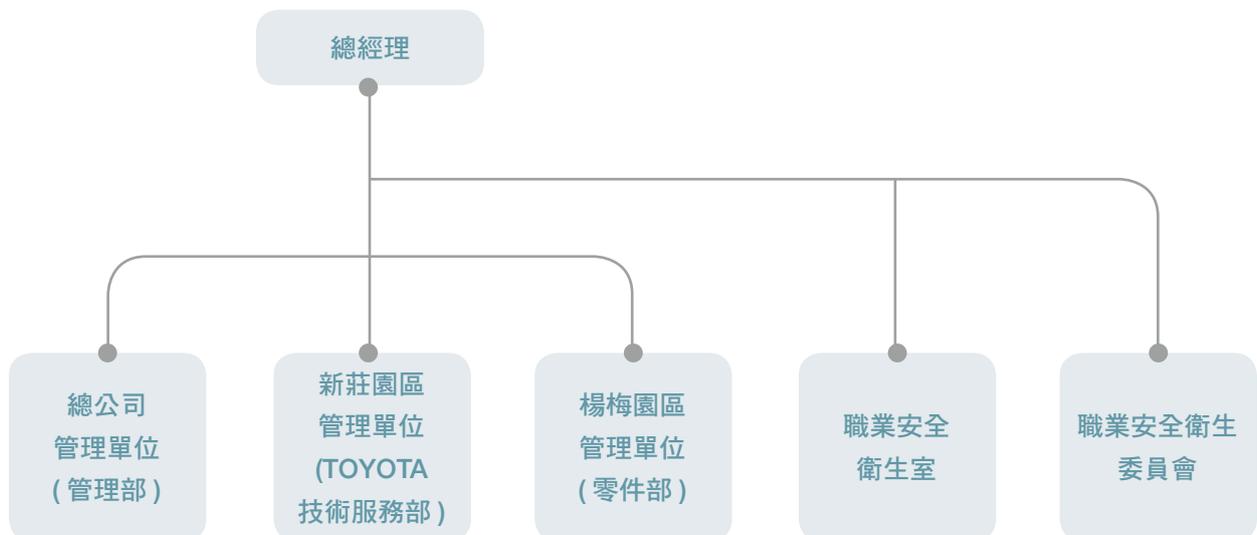
6.3.1 推動安全管理

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，為提升職場安全衛生的管理效益，我們於 2019 年取得 ISO 45001 職業安全衛生管理系統認證，範圍涵蓋總公司、新莊綜合園區、楊梅物流中心、台中副倉、高雄仁武副倉，以期更能完整地推動管理職業安全衛生業務，並持續改善提高職業安全衛生績效，達到永續經營、優質服務的願景。

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，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；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。職業安全衛生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，每年提供同仁年度健康檢查服務，近年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，我們也持續推動「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，達到自我健康管理的目的。

除了健康活動外，2019 年辦理安全衛生健康講座共 8 場，以提升同仁安全及健康的觀念，和泰汽車也積極持續參與健康職場認證，於 2019 年榮獲台北市勞動安全獎，並讓總公司健康促進標章展延，以及台北市優良哺育乳室認證，五個園區 CPR+AED 安心場所認證皆於認證效期內。

年度	健檢率 (%)
2016	89
2017	89
2018	90
2019	94

和泰汽車 2019 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	72
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	299
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。	8	402
水質檢驗	微生物檢查	12	24
流感疫苗接種	於流感盛行前，邀請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	70
全年合計參與人次			867

和泰汽車 2019 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 2019 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	1	52
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	24
作業環境監測	上、下半年針對園區作業環境進行自主性作業環境監控測試，包含有機溶劑、粉塵、噪音及照度等	2	9
全年合計參與人次			133

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，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。



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

	2018	2019	2020 (預計執行)
訓練內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全員教育訓練 3 小時 ● 全員 AED 教育訓練 1.5 小時 ● 全員緊急應變教育訓練 1 小時 ● 甲種業務主管 2 名 ● 急救人員回訓 10 名 ● AED 管理員回訓 6 名 ● 職業安全衛生委員會委員職業安全衛生教育訓練 12 名

因應 2019 年底新型冠狀病毒疫情，和泰汽車為保護同仁及顧客之安全，於 2020 年 1 月即啟動相關防疫措施，例如進行人員差勤管理、人員自主健康管理以及相關防疫管理措施，並針對不同辦公類型區域，進行更細部之規範，以嚴防疫情擴散，影響營運。

分區防疫管理措施



全員

- 出差行程因應中央疫情指揮中心建議進行分級管理
- 訪客會議優先以視訊會議進行
- 異地上班之系統測試準備

新莊園區

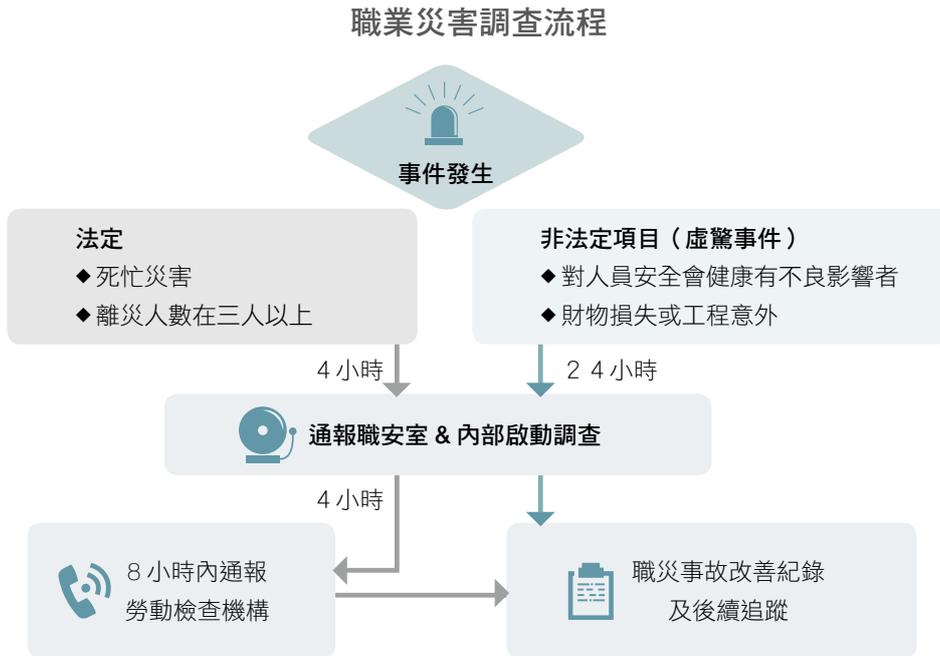
- 分區辦公
- 避免人員間交互感染，如出入口管制、量測體溫、訪客於大廳開會等
- 學員住宿另於房間配置酒精、防疫須知；上課戴口罩、量體溫；餐廳部分打菜舀湯須配戴口罩
- 經銷商教育或相關活動延期，或改以視訊對應

楊梅園區

- 分區辦公
- 提升各據點與總合庫存
- 取消倉庫自取及計程車取貨服務，減少接觸
- 經銷商教育或相關活動延期，或改以視訊對應

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，事故單位主管亦於規定期間內，填寫「職業災害事故通報表」，並依據事故調查結果提出調查報告，以防止未來再次發生。



園區內所有職業安全衛生管理單位，皆依照法令統計前一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；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。檢視本公司之作業環境，並無高風險作業與高職業疾病之相關作業。

司機管理部分，則包含健康檢查及管理、事故賠償等，並宣導運輸安全，針對拖車全面實施固縛作業，確保日常作業交通「零」事故，人員「零」傷亡。

員工職災統計						
項目	依性別	2015	2016	2017	2018	2019
缺勤率	男	0.15%	0.08%	0.08%	0.07%	0.03%
	女	0.49%	0.48%	0.35%	0.34%	0.08%
工傷率	全體	0	0	0	0	0
損失日數率	全體	0	0	0	0	0
職業病率	全體	0	0	0	0	0
死亡人數	全體	0	0	0	0	0
承攬商工傷率	全體	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



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴



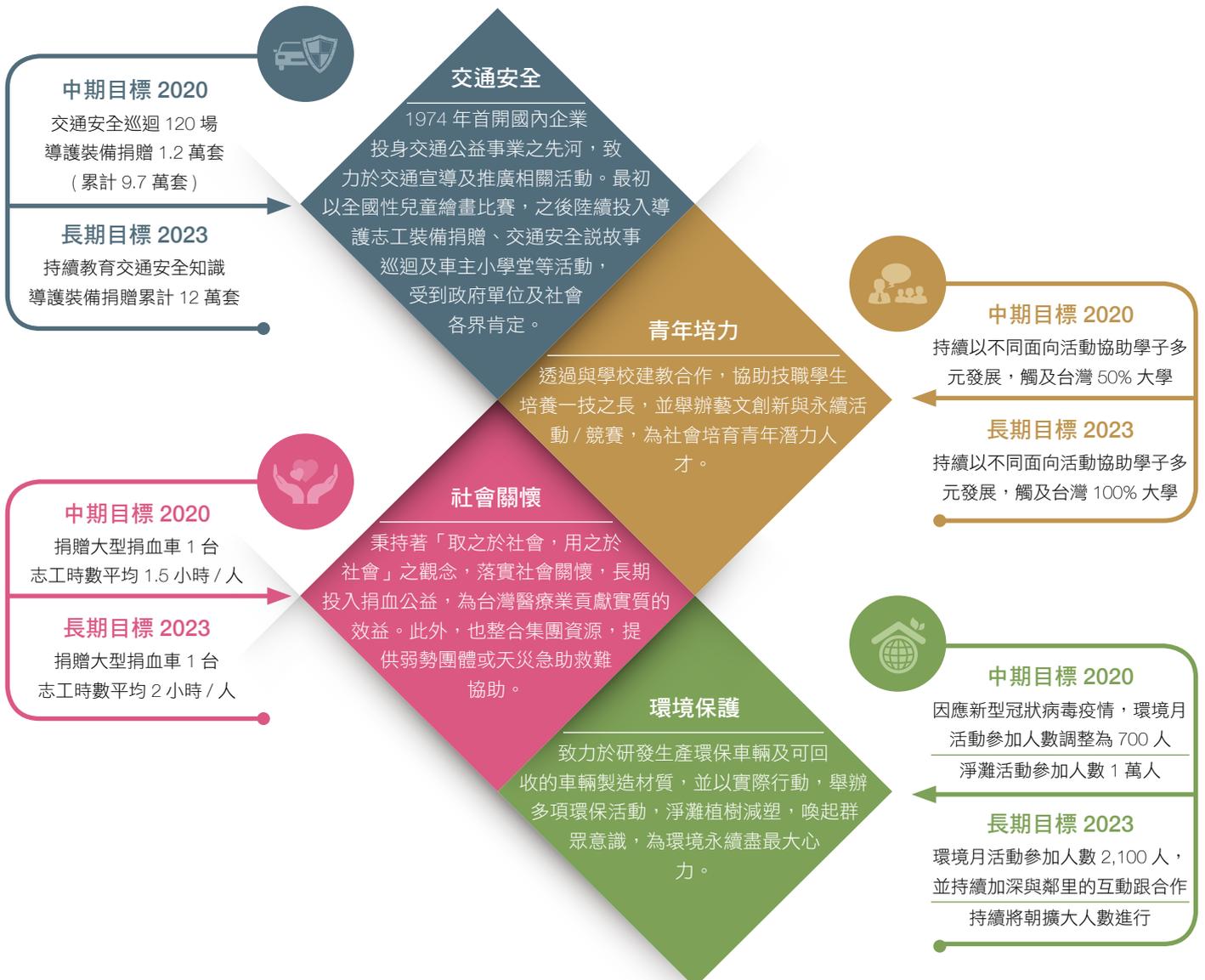
社會共融

Community Services

7.1 四大主軸

和泰汽車秉持「取之於社會，用之於社會」之觀念，長期投入社會公益，結合集團內外部資源並與利害關係人合作，積極推動交通安全、青年培力、社會關懷以及環境保護等四大社會公益主軸，期望發揮正向社會影響力，帶動社會持續進步，共享共榮。

和泰汽車社會公益四大主題





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 年起提供一日給薪志工假，並自 2019 年將志工假推廣至全集團，每年舉辦多場志工活動，鼓勵員工一起走入地方、社區回饋社會貢獻一分心力，2019 年全集團志工服務 (含) 時數達到 23,654 小時。

此外為推廣公益活動，成立《和泰集團讓愛啟動》粉絲團 (<https://www.facebook.com/Hotai.lovestart/>)，以「交通安全、青年培力、社會關懷以及環境保護」等主軸分享各項公益活動，透過粉絲按讚、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 2019 年底有將近 6.4 萬公益鐵粉持續關注。



讓愛啟動

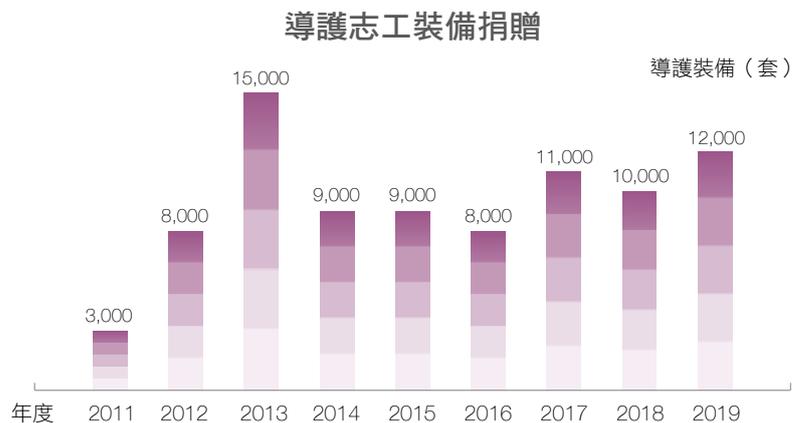
7.2 交通安全



交通安全為和泰汽車重要的社會責任之一，不僅提供汽車銷售服務，希望打造更安全的交通環境；近年積極推廣一系列交通安全宣導活動，包含捐贈導護志工裝備、交通安全說故事巡迴活動以及交通安全繪畫比賽等，提升小朋友的交通安全概念，保護大家的交通安全。

7.2.1 捐贈導護志工裝備

和泰汽車自 2011 年起，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)，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，至 2019 年已累計捐贈超過 8 萬 5 千套，擴及全台 2,630 所小學，超過萬名導護志工受惠，守護全台百萬小學生的交通安全。



7.2.2 導護志工公益影片 - 電音三太子出任務

為了鼓舞不畏日曬雨淋的導護志工們，2019 年和泰汽車特別拍攝導護志工的公益影片《電音三太子出任務》，以小朋友的守護神 - 電音三太子到全台小學巡迴當導護志工保護小朋友上下學為主題，打造主題曲，唱出導護志工的熱情與助人為快樂之本的心聲，影片更於短短三星期內突破百萬觀看人次，引起大眾熱烈迴響，不僅讓更多人看見導護志工的辛苦，也讓大眾有機會向這群默默付出的無名英雄表達謝意。

7.2.3 說故事巡迴演出

和泰汽車已經連續 14 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 2019 年累計舉辦 1289 場、超過 32 萬名學童參與互動，深受全台小學師生喜愛，增進大家對交通安全概念的重視。

年度	2015	2016	2017	2018	2019
主題	左看右看再左看 掌握路況更安全	白天開亮頭燈 保護車輛行人	十次車禍九次快 管理速度平安歸	正確過馬路的方式 不酒駕	安全過馬路 駕駛人需注意「禮讓行人」、「內輪差與視野死角」
場次數(場)	120	120	120	120	120
參與學童數 (人次)	34,521	33,738	34,965	33,911	36,022

7.2.4 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，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，並成為助人的一員，也讓繪畫比賽更增溫馨及公益意義。比賽舉辦 19 年以來，累計參賽人數近 82 萬人，捐贈金額超過百萬以上，和泰汽車將會持續舉辦，推廣交通安全與社會公益。

7.3 青年培力



為加強社會貢獻及培育未來優秀人才，和泰汽車不僅於專業汽車知識傳承部分設立獎學金，針對國內 6 所汽車相關科系之大學與研究所設立獎學金，每年提供 40 位優秀學生名額、總金額約 1 百萬元，迄今已累計捐贈 730 萬元。同時也提供車輛教材或零件捐贈，協助技職學生培養一技之長，更舉辦多項學術交流活動，激發青年學子的創意及獨立思考能力，為培育社會人才盡一份力量。此外，和泰汽車每年也致力推廣音樂劇、演唱會或是體育賽事活動，期盼帶動社會大眾參與藝文、體育活動的風氣，提升全民生活品質。



7.3.1 公益夢想家

● 公益夢想家

2019 年舉辦第一屆公益夢想家 CSR X USR 大專院校公益提案競賽，給予大學生公益實作津貼補助，支持學生送愛至全台，在全台灣啟動美好改變與正向循環！第一屆共有來自 87 所大學合計 304 組團隊報名參賽，由具代表性的外部專家學者及和泰汽車 CSR 委員會委員黃文瑞董事擔任評審，挑選十組優秀團隊進入決選，內容包含偏鄉醫療服務隊、移工關懷、弱勢學生課業輔導、單親家庭關懷、弱勢機構義剪等公益提案，我們補助十強隊伍每組十萬元公益實作津貼，協助學生落實公益活動，總補助金額高達一百萬元，公益夢想家結合企業的力量與大學生的熱情，帶動年輕世代參與社會的行動，讓 Z 世代可以回饋社會，提案的社會關懷服務超過 3,000 人受惠，學生也在實踐的過程中成長，而被關懷的對象也受惠於學生的付出，串起正向的循環，創造更美好的台灣社會。



● 公益夢想家花絮影片

為了讓社會大眾看到 Z 世代對台灣弱勢團體的付出，和泰汽車推出公益夢想家花絮影片《Find a way ~ Chase your dream ~》，記錄學生執行公益活動的過程，肯定學生為公益的付出，影片上線至今累計超過 100 萬次觀賞。

● 校園公益論壇

為了激發學生對公益及追求夢想更多跳脫框架的想法，2019 年舉辦 2 場『校園公益論壇』，邀請長年投身於公益的公益家沈芯菱、藝人陳漢典，與學生進行深度對談，激發公益與夢想的青春火花，帶動校園公益能量，2 場活動約 200 位學生參加。

7.3.2 TOYOTA WAY 菁英研習營

為協助台灣培養優秀人才，自 2019 起針對大專院校學生舉辦「TOYOTA Way 菁英研習營」，以和泰企業內部員工培訓教育為基礎，精心設計理論與實務兼具的兩日研習課程，內容包括企業管理祕訣、品牌經營的實戰經驗、豐田價值觀與管理精髓，更安排現地參訪 TOYOTA 汽車製造工廠及營業據點，還能親身體驗 LEXUS 顧客尊榮服務，讓學生可以在短時間內高效率學習企業實務管理作法，快速提升思考與企劃能力。首屆活動吸引 574 人報名，錄取 100 位，學員對活動均給予高度滿意，未來擬每年持續舉辦。



菁英研習營



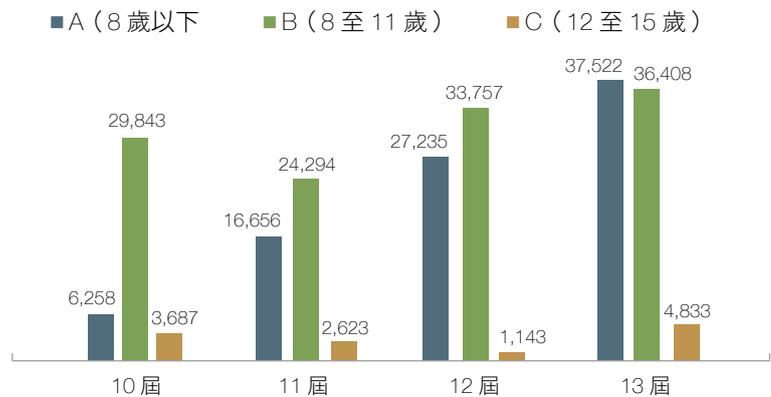
7.3.3 TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽

和泰汽車為鼓勵兒童的想像力，並提升繪畫比賽層級，舉辦夢想車創意繪畫比賽，至 2019 年已經邁入第十三屆、累積超過 44 萬 8 千件的作品，是國內唯一與國際接軌的兒童繪畫比賽。

第十三屆大賽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。2019 年創下徵件數 78,763 件新高的佳績，以「海龍王車」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 A 組 Best Finalist 獎項，成為兒童繪畫界的台灣之光！



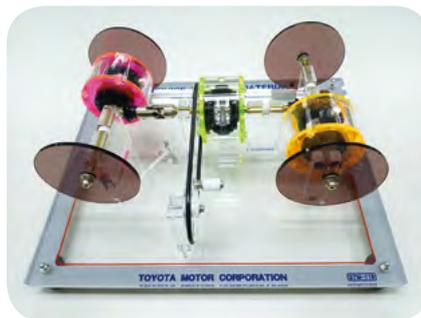
TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽作品數



7.3.4 捐贈豐田汽車高科技教材

為培養青年學子的技職能力，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)，協助技職學校培育汽車修護人才。至今已與 29 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。持續捐贈教材與實習教育車輛，歷年累積金額超過新台幣 5,000 萬元，為汽車產業培育更多人才。

T-TEP 學校教育器材捐贈			
	2017	2018	2019
捐贈器材名稱	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 ALTIS / YARIS / WISH / PREVIA 實習車各一台	4WD 四輪驅動示教板及 CVT 無段變速箱 230 個
捐贈器材金額 (新台幣元)	228,332	1,519,503	23,472,276



7.3.5 產學技術新知交流 & 分享

和泰汽車與經銷商定期 (2 次 / 年) 舉辦各類研修課程並與學界分享最新汽車技術及業界實務，邀請 29 所 T-TEP 學校教師參與技術交流活動，增進產業與學界之互動及共同提升。

同時，經銷商也提供場地、設備，及資深專業技術人員分享實務經驗和最新的車輛科技新知，讓師生能更進一步了解業界作法及動向，學生亦可提早對職場及就業環境有所認知，加強自我職能，進而做出適當的職涯選擇，有助於日後就業銜接順暢，達到就業及就學協同接軌。



2019 年研修課程

舉辦單位	對象	主題	花絮照片
和泰汽車	T-TEP 學校 教師	1. 維修資訊應用介紹 2. 複合網路介紹	
豐田 各經銷商	T-TEP 學校 師生	1. 油電複合動力系統 2. CVT 無段變速系統介紹	

7.3.5 藝文培育與活動

LEXUS 新銳影展

為發掘、培育更多年輕影界人才，鼓勵學子創作精彩作品，為電影藝術注入全新能量，和泰汽車投入資源舉辦影展，為國內唯一金馬影展指定之專業影展，自 2015 年舉辦至 2019 年已邁入第五屆。本屆主題延續 LEXUS 核心精神「Experience Amazing」，激發青年學子們對於周遭細微的觀察與探索，挖掘無限創意與生命中美妙驚喜的精彩片段，為學子打造展現創意與想像力的舞台，並考驗學子團隊合作與號召力，累計五屆徵件作品超過 5,000 件。

LEXUS DESIGN AWARD

Lexus 設計大賞於 2013 年首度推出，是一項全球性設計比賽，旨在培養新世代創意設計家，已成為全球新銳設計師展現創意的最佳舞台，2019 年參件數高達 1,548 件，計有 65 國新銳設計師參與一同角逐在世界舞台發光發熱的絕佳機會。Lexus 更舉辦 workshop 活動，邀請知名設計師指導作品，協助參賽者增進作品質量，憑藉卓越的創新設計讓世界看見臺灣。

LEXUS 品牌微電影《好好》

LEXUS 以曾獲總統教育獎的徐凡甘老師之真人真事，改編為品牌微電影，期望藉由阿甘老師曾被判終生洗腎卻堅忍不拔的真實故事，鼓舞人們活出精采人生。

體育 / 藝文活動贊助

為促進台灣多元化運動、音樂與展演活動的發展，帶給廣大車主更豐富的生活體驗，和泰汽車代理品牌 TOYOTA 及 LEXUS 每年均透過贊助、協辦等方式，積極推廣體育藝文活動，提供民眾優質多元的文化藝術饗宴；2019 年 TOYOTA 除了宣布成為《Garena 傳說對決》2019 年 GCS 春季職業聯賽合作夥伴之外也贊助 SBL 籃球等運動賽事；並持續展現對台灣音樂產業的支持，於高雄大港開唱、Hito 流行音樂大獎都有 TOYOTA 的冠名身影，展現品牌對於創意文化的支持與重視。LEXUS 贊助享譽國際的經典百老匯音樂劇《獅子王》、時尚藝文活動《2019 臺北時裝週 X VOGUE 全球購物夜》，體育活動方面，也贊助《LPGA 裙襪搖搖台灣錦標賽》、《IRONMAN Taiwan 國際鐵人三項賽事》，全面融入車主的生活層面，持續帶給車主全方位 Experience Amazing 的極致體驗。

7.4 社會關懷

3,529 萬元

全台據點長期採購喜憨兒
烘焙商品，至 2019 年累計
採購金額逾 3,529 萬元

10 台

捐贈 10 台 HINO 大型捐血
車，搭載先進的採血設備

2,500 人

全國兒童交通安全繪畫比
賽舉辦 19 年，累計參賽人
數近 82 萬人

和泰汽車除了投入與本業相關的交通安全、環境保護等公益議題之外，近年來更思考如何擴大資源效益，帶給社會更多的影響力及正向力量。

7.4.1 喜憨兒關愛活動

和泰汽車於 2015 年啟動關懷喜憨兒計畫，全台灣 TOYOTA 服務據點長期採購喜憨兒烘焙商品，全面支持，至 2019 年累計採購金額逾 3,529 萬元。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 5 年號召公司同仁到喜憨兒庇護工場協助，2019 年號召公司志工 46 人至新北市及高雄喜憨兒庇護工場協助，愛心不落人後。

7.4.2 捐血公益

● 和泰號捐血車

為鼓勵國人踴躍捐血，並提供國人舒適優質的捐血環境，自 2011 年起，每年和泰汽車運用代理銷售的 HINO 大型車，搭載先進的採血設備，捐贈至各捐血中心，迄今已累計捐贈 10 台大型捐血車，服務超過 60 萬名捐血人，募集近百萬袋熱血，目前和泰號捐血車佔全台捐血車數量約 14%，和泰汽車為台灣捐贈捐血車數量最多的企業。



● 全國捐血月

台灣每年夏季是血源較為不足的時期，自 2012 年起，和泰汽車每年都會在暑假期間舉辦全台大型捐血活動「和泰汽車全國捐血月」募集熱血，結合全體員工、集團關係企業及全國捐血中心共同響應，活動迄今已超過 6 萬人參加，募集超過 1,800 萬 c.c. 熱血，在盛夏缺血時期號召國人響應捐血，幫助有需要的人。

全國捐血月活動						
年度	2014	2015	2016	2017	2018	2019
參與人數(人次)	4,139	5,360	8,348	11,609	14,431	14,283
募集捐血量(毫升)	1,514,750	1,969,500	3,054,250	4,332,750	5,271,000	5,433,000

● 校園捐血

根據血液基金會資料顯示，2018 年 17 至 20 歲民眾的捐血率僅 14.09%，為近 20 年來新低，為協助提升年輕族群捐血率，和泰汽車除了運用微電影、短影片等吸引年輕人關注以外，2019 年主動出擊將和泰號捐血車駛入校園，以實際的募血行動帶動年輕人捐血率，成為首家與台灣血液基金會、大學攜手合作的企業。

校園捐血活動不僅有捐血的驚喜小活動外，更鼓勵首捐者，額外提供首捐族幸運福袋，累計超過 2,500 人捐血，募集超過 3,000 袋熱血，首捐者比例更高達 29% (當年度全國捐血人數比例為 14%)，未來也將積極開發年輕的捐血族群，為台灣血液庫存注入一份穩定的力量。



● 捐血公益熱血音樂 MV-《SHOW 出一臂之力，補血超 CARRY！》

從血液基金會數據顯示，近年來 30 歲以下的年輕族群每年平均捐血次數最少，為鼓勵年輕人關注捐血議題並養成定期捐血的習慣，和泰汽車特別邀請超人氣主播吳宇舒擔任和泰汽車捐血大使，打造熱血輕搖滾的原創歌曲《SHOW 出一臂之力，補血超 CARRY！》，希望帶動年輕世代捐出熱血。

7.5 環境保護

10,000 公斤

號召同仁與民眾淨灘，累積
淨灘垃圾量共 10 噸

150 噸

收集二手玩具並利用再生，
累計至 2019 年底已超過
150 噸

30 萬棵

海岸植樹至 2019 年底，已
超過 30 萬棵樹

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，提供更好的生活環境，因此我們致力於資源再利用與環境保護，為美好的地球盡一份心力。

7.5.1 環境月活動

和泰汽車透過「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，凝聚在地環保意識，綠化家園環境。

自 2005 年環境月活動開辦至今，2009 年由全台 8 家經銷商舉辦，並持續擴大活動參與範圍與人數。2013 年推動社區綠改造計畫，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 年起更擴大與非政府組織及公部門合作，並以 3 年為期深根在地，進行環境綠改造。截至 2019 年已累計舉行 88 場次，環保教育共 117 場次，參與志工人數達 3.4 萬人，活動範圍達 20.2 萬平方公尺（約 481 座標準籃球場），且共計植栽近 2 萬株。本活動問卷調查結果，活動好感度及品牌環保好感度皆達 9.7 分。

年度	2009~2012	2013~2017	2018~2020
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	16 場
活動成效	3.4 萬參與人次、活動面積 20.2 萬 m ² 、植栽 2 萬株；涵蓋公部門、NGO、員工、車主及非車主等，亦透過辦理 117 場環保教育		





7.5.2 集團淨灘減塑全台總動員

和泰汽車在環境保護議題上，不僅致力於提供環境友善與節能的產品及服務，亦從源頭落實減塑，2019年起 TOYOTA、LEXUS 及 HINO 品牌經銷據點停止提供塑膠瓶裝水，預計每年可減少 250 萬個塑膠瓶。除此之外，和泰汽車結合關係企業與在地經銷商的力量，集結全台 16 個地點同步淨灘，並邀請當地公部門、非政府組織及全台民眾熱情參與，共號召近 1 萬名民眾，一同珍愛台灣海岸。活動中所有拾獲的寶特瓶，和泰汽車以 1 支 10 元的金額，捐贈給台灣環境資訊協會，持續推廣環保教育，累積淨灘垃圾量共 10 噸、撿拾寶特瓶 43,973 支，捐贈 439,730 元。

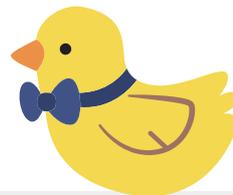




7.5.3 玩具愛分享

和泰汽車於 2016 年起舉辦「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。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 2019 年底已有超過 150 噸之多，相當於 38,625 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 12 萬名的民眾共同參與，並於 2018 年起，將活動報名費 58 萬元全數捐贈伊甸基金會，持續注入社會關懷的能量。

（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）



7.5.4 一車一樹

臺灣地區海岸線在過去 30 年嚴重退縮 100~650 公尺，和泰汽車希望盡力保護台灣美麗的海岸，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。

和泰汽車堅持守護臺灣的海岸線，持續種樹，實現守護美麗家園的承諾，透過專業單位的協助，使海岸樹木的存活率高達九成，實現守護美麗家園的承諾，至 2019 年底，已經種植超過 30 萬棵樹，減碳量約 4300 公噸，種植面積達 122 公頃，種下的樹木遍及台灣沿海 12 個縣市。

為了讓更多人關心海岸種樹議題，和泰汽車於 2019 年 8 月舉辦「台灣海岸造林座談會」，邀請產官學界一同關注海岸線退縮問題，獲得各界迴響，同時舉辦車主志工植樹活動，讓車主在植樹的過程中，體認到海岸種樹的難度及困難。





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	6	
核心			102-2	活動、品牌、產品與服務		關於和泰	6	
核心			102-3	總部位置		關於和泰	6	
核心			102-4	營運據點		關於和泰	6	
核心			102-5	所有權與法律形式		關於和泰	6	
核心			102-6	提供服務的市場		關於和泰	6	
核心			102-7	組織規模		關於和泰	6	
核心			102-8	員工與其他工作者的資訊		6.2 權益與福祉	100	
核心			102-9	供應鏈		關於和泰 - 產業鏈	8	
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	70	
核心			102-12	外部倡議		1.5 外部組織參與	34	
核心			102-13	公協會的會員資格		1.5 外部組織參與	34	
核心			102-14	決策者的聲明		經營者的話	4	
					102-15	關鍵衝擊、風險及機會	4.4 風險管理	70
核心					102-16	價值、原則、標準及行為規範	4.2 法規依循	66
					102-17	倫理相關之建議與關切事項的機制	4.2 法規依循	66
核心					102-18	治理結構	4.1 董事會架構與運作	65
					102-19	授予權責	1.2 企業社會責任委員會	20
					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	20
					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	20
					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	65
					102-23	最高治理單位的主席	4.1 董事會架構與運作	65
					102-24	最高治理單位的提名與遴選	4.1 董事會架構與運作	65
					102-25	利益衝突	4.2 法規依循	66
					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	20
					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 P.20-63 https://pressroom.hotaimotor.com.tw/lib/f/202006231646-01.pdf)	65
					102-28	最高治理單位的績效評估	4.1 董事會架構與運作	65
					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	20
					102-30	風險管理流程的有效性	1.2 企業社會責任委員會	20

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	102-31	經濟、環境和社會主題的檢視	1.2	企業社會責任委員會	20		
			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	20		
			102-33	溝通關鍵重大事件	1.2	企業社會責任委員會	20		
			102-36	薪酬決定的流程	4.1	董事會架構與運作	65		
			102-37	利害關係人的參與	4.1	董事會架構與運作	65		
核心			102-40	利害關係人團體	1.4	重大性分析	22		
核心			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	22		
核心			102-43	與利害關係人溝通的方針	1.4	重大性分析	22		
核心			102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1.4	重大性分析	22		
核心			102-45	合併財務報表中所包含的實體	1.4	重大性分析	22		
核心			102-46	界定報告書內容與主題邊界	1.4	重大性分析	22		
核心			102-47	重大主題表列	1.4	重大性分析	22		
核心			102-48	資訊重編		關於本報告	1		
核心			102-49	報導改變		關於本報告	1		
核心			102-50	報導期間		關於本報告	1		
核心			102-51	上一次報告書的日期		關於本報告	1		
核心			102-52	報導週期		關於本報告	1		
核心			102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人		關於本報告	1		
核心			102-54	依循 GRI 準則報導的宣告		關於本報告	1		
核心			102-55	GRI 內容索引	附錄		120		
核心			102-56	外部保證 / 確信	附錄		124		
核心			GRI 103	管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	1.4	重大性分析	22
核心			GRI 103	管理方針	103-2	管理方針及其要素	1.4	重大性分析	22
核心			GRI 103	管理方針	103-3	管理方針的評估	1.4	重大性分析	22
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	財務績效	75
	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	100		
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	100		
	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	100		
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	108		
重大主題	GRI 204	採購實務	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	3.2	和泰汽車供應商管理體系	61		



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 205	反貪腐	205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	4.2	法規依循	66
	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	66
	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	66
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	83
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	86
	GRI 302	能源	302-2	組織外部的能源消耗量	3.1	經銷商管理	51
	GRI 302	能源	302-3	能源密集度	5.3	綠色營運	86
	GRI 302	能源	302-4	減少能源消耗	5.3	綠色營運	86
	GRI 302	能源	302-5	降低產品和服務的能源需求	5.2	環保產品設計	83
重大主題	GRI 303	水	303-1	依來源劃分的取水量	5.3	綠色營運	86
	GRI 303	水	303-2	因取水而受顯著影響的水源	5.3	綠色營運	86
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	86
	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	86
	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	51
	GRI 305	排放	305-4	溫室氣體排放密集度	5.3	綠色營運	86
	GRI 305	排放	305-5	溫室氣體排放減量	5.3	綠色營運	86
	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	51
	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	86
重大主題	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	51
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	2019 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	100
	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	100
	GRI 401	勞雇關係	401-3	育嬰假	6.2	權益與福祉	100
	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	100
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	104
	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	104

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 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	104
	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	95
	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	95
	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	95
	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	65
	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	100
	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	100
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或供應商	無此情事		
重大主題	GRI 408	童工	408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	6.2	權益與福祉	100
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		
	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	7.5	環境保護	116
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		
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	46
	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	4.5	資訊安全及顧客資料保護	74
	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		
重大主題	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	38
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 2019 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 2019 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股份有限公司 2019 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 2019 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 2019 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 2019 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。我們認為就和泰汽車所提供之足夠證據,表明其依循 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 12 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

2019 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



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-4

Statement No: SRA-TW-2019070
2020-06-01

...making excellence a habit.™



Hotai Motor Co., Ltd.
和泰汽車股份有限公司

www.hotaimotor.com.tw