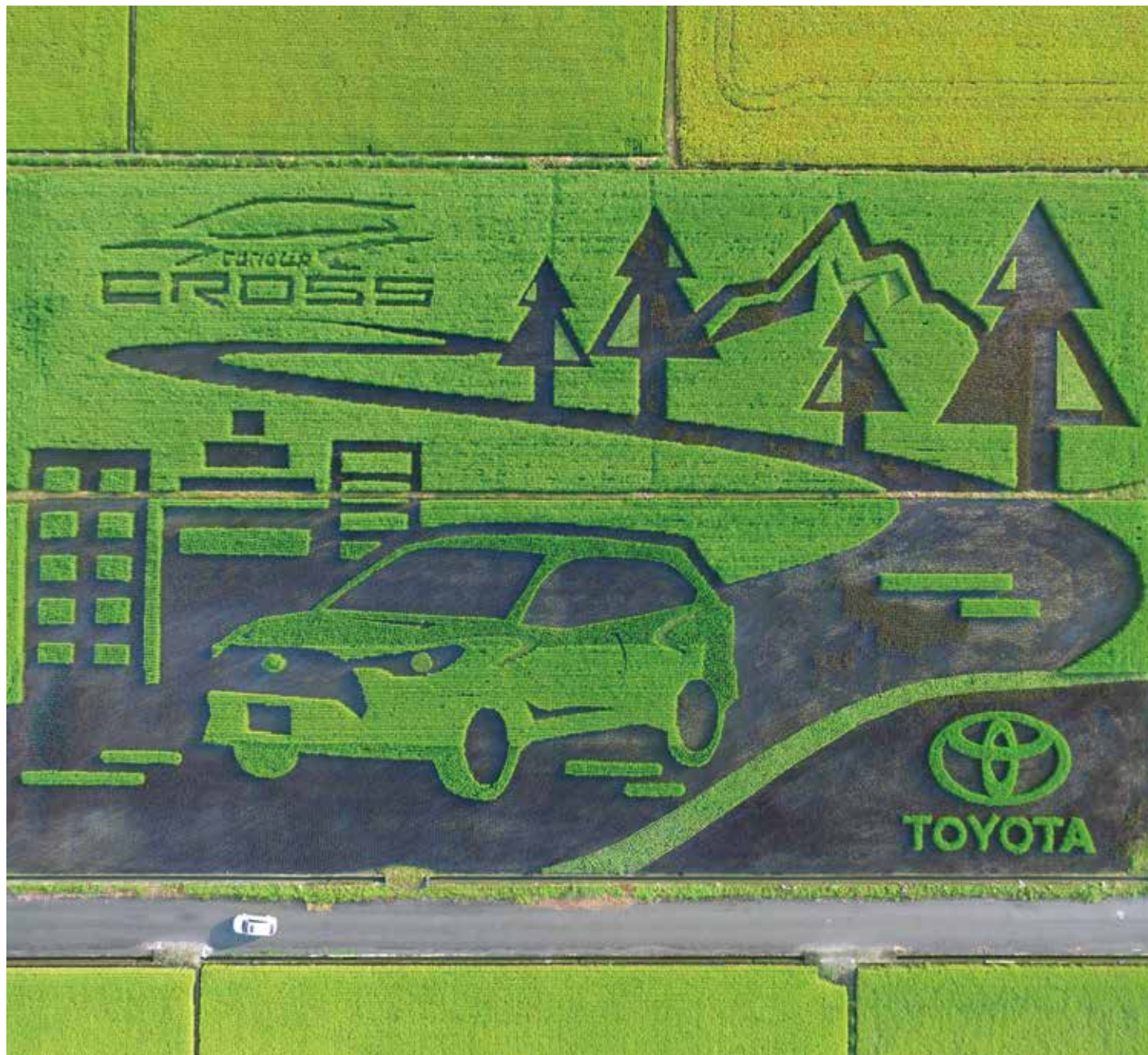


企業社會責任報告書 2020

Corporate Social Responsibility Report





01



02



03

01

02

03

04

經營者的話

003

關於和泰

005

集團事業版圖

006

傳動70年，光輝史

007

願景、使命與經營方針

009

銷售網絡與服務

011

2020永續亮點

012

永續管理

013

1.1 企業永續政策

014

1.2 企業社會責任委員會

015

1.3 CSR里程碑及2021年深化CSR目標

016

1.4 重大性分析

017

1.5 外部組織參與

024

1.6 2020年獲獎與榮耀

024

感動客戶

029

2.1 樂在TOYOTA的服務文化

030

2.2 顧客關係管理

031

2.3 產品設計與生產

037

最佳夥伴

041

3.1 經銷商管理

042

3.2 供應商管理體系

052

誠信經營

055

4.1 董事會架構與運作

056

4.2 法規依循

057

4.3 資訊揭露

060

4.4 風險管理

061

4.5 資訊安全及顧客資料保護

064

4.6 財務績效

068

目錄

CONTENTS

保護地球

05

環境

069

5.1 氣候變遷管理	070
5.2 綠色營運	073
5.3 環保理念	079
5.4 環保產品設計	084

友善共融

06

樂在工作

089

6.1 培育與職涯發展	090
6.2 權益與福祉	094
6.3 職業安全衛生管理	100

07

樂在工作

105

7.1 三大公益範疇：人	107
7.2 三大公益範疇：車	111
7.3 三大公益範疇：環境	114

附錄

關於本報告

117

GRI指標對照表

118

SASB對照表

122

查證聲明書

123



經營者的話



和泰汽車股份有限公司 董事長

楊東強

和泰汽車在追求營運成長的同時，也致力成為永續經營的領導企業。面對全球汽車產業的轉型，將逐步轉為提供顧客交通服務，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營運核心中。

和泰的願景為「**+think Amazing**」，所傳達的是不自滿於第一、大膽追求、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，鼓勵同仁以沒有侷限的思維，面對每次迎面而來的挑戰。2021和泰汽車著眼於MaaS（Mobility as a Service，移動服務）與C.A.S.E.（Connected/車聯網、Autonomous/自動駕駛、Services & Shared/汽車共享、Electric/電動車）的未來趨勢，擬定經營方針為「超前部署 主動出擊」，順應汽車產業正走向「移動服務」的趨勢，發展共享交通服務新事業，推出全新yoxi附駕型共享汽車服務，運用集團資源，整合從購車、貸款、保險到保修服務，全方位的服務來滿足計程車司機需求，並以豐田品牌新車、業界最高乘客責任險、快速便利的叫車APP，提供乘客優質乘車體驗，成為移動服務的先驅。



和泰汽車股份有限公司 總經理

霍純義

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，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15.3萬輛的登錄台數，市場佔有率為33.4%，達成台灣車市19連霸紀錄。其中，TOYOTA 持續穩居國產車、進口車雙料榜首、LEXUS登錄達22,678台再創本品牌新高紀錄、HINO大型商用車的販賣成績也達成市場11連霸，皆交出

亮眼銷售成績單。在追求轉型與成長的同時，對內亦深化全員「樂在TOYOTA」體驗，並持續推動「環保Life style」行動，落實低碳、減塑、Fun生活。

和泰汽車積極推動永續發展，領先同業於董事會轄下設置企業社會責任委員會之功能性委員會外，更持續推進與深化，設定E、S、G三大面向目標，在2021年出版的企業社會責任報告書，我們依循GRI Standards的全面選項與「永續會計準則委員



和泰汽車將持續追求創新蛻變，提供超越顧客期待的產品與服務，並強化集團價值鏈的力道，肩負起企業公民的擔當與責任，持續邁向永續發展。

會」(Sustainability Accounting Standards Board, SASB)準則，揭露與投資人相關的ESG資訊，持續接軌國際，並導入TCFD架構，衡量氣候變遷對和泰帶來的風險與機會，使和泰汽車朝企業永續經營的目標邁進。在強化公司治理與資訊透明揭露上，和泰汽車在公司治理評鑑的排名，已有4年獲得上市公司前5%的肯定。在永續推動上，和泰汽車連續5年榮獲「TOP 50 永續企業獎」及「臺灣企業永續獎」之《社會共融獎》。此外，更連續6年榮獲「天下CSR企業公民獎」，2020年更獲得首度入圍前10名。

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，整合發展『人、車、環境』三大公益範疇，積極推動相關公益行動。

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2020年已累計捐贈超過9.7萬套，和泰汽車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；如公益夢想家活動，由青年學子提出公益提案，和泰提供每隊15萬公益實作基金，更於實作階段新增業師/NGO mentor專業輔導機制，幫助青年將公益夢想化為可能，提升CSR x USR合作綜效，擴大社會正向影響力。此外，為鼓勵國人捐

出熱血，和泰汽車已捐贈11台HINO大型捐血車，搭載先進的採血設備，活動迄今已超過7萬人熱烈響應。



環境保護部分，

「TOYOTA玩具愛分享」系列活動，累計至2020年底已超過207噸；一車一樹的活動已連續執行4年，至2020年底，已種植超過42萬棵樹，面積達150公頃，減碳量約7,988公噸，種下的樹木遍及台灣沿海12個縣市。

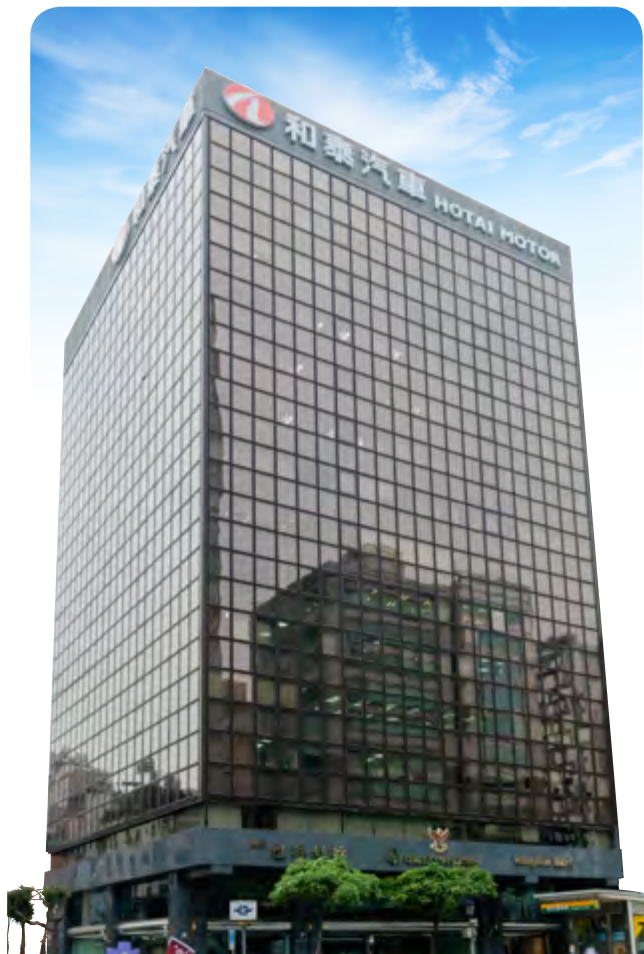
日本豐田母廠要求TOYOTA Family裡所有成員，包括製造商、供應商、總代理、經銷商、據點，2050年前挑戰新車、車輛生命週期、工廠等三項CO2零排放。2019年開始，和泰帶領全體經銷商以「環保就是Life Style!」為策略，推動環管業務，透過「低碳、減塑、FUN生活」3大主軸執行系列作法，2020年目標為較2019年基準年CO2降低3%、水/垃圾降低1%。水與一般垃圾用量逐年下降，2020年分別下降4%與5%，達成年減1%目標，持續為保護美麗的地球盡最大的心力。

關於和泰

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。

和泰汽車經營理念

01

專業



專業精神，累積經驗，投入高品質、高效率的服務，努力不懈的執著於事業

02

超越



以超越自我、超越現況，超越同業的精神作最大挑戰，勇往直前

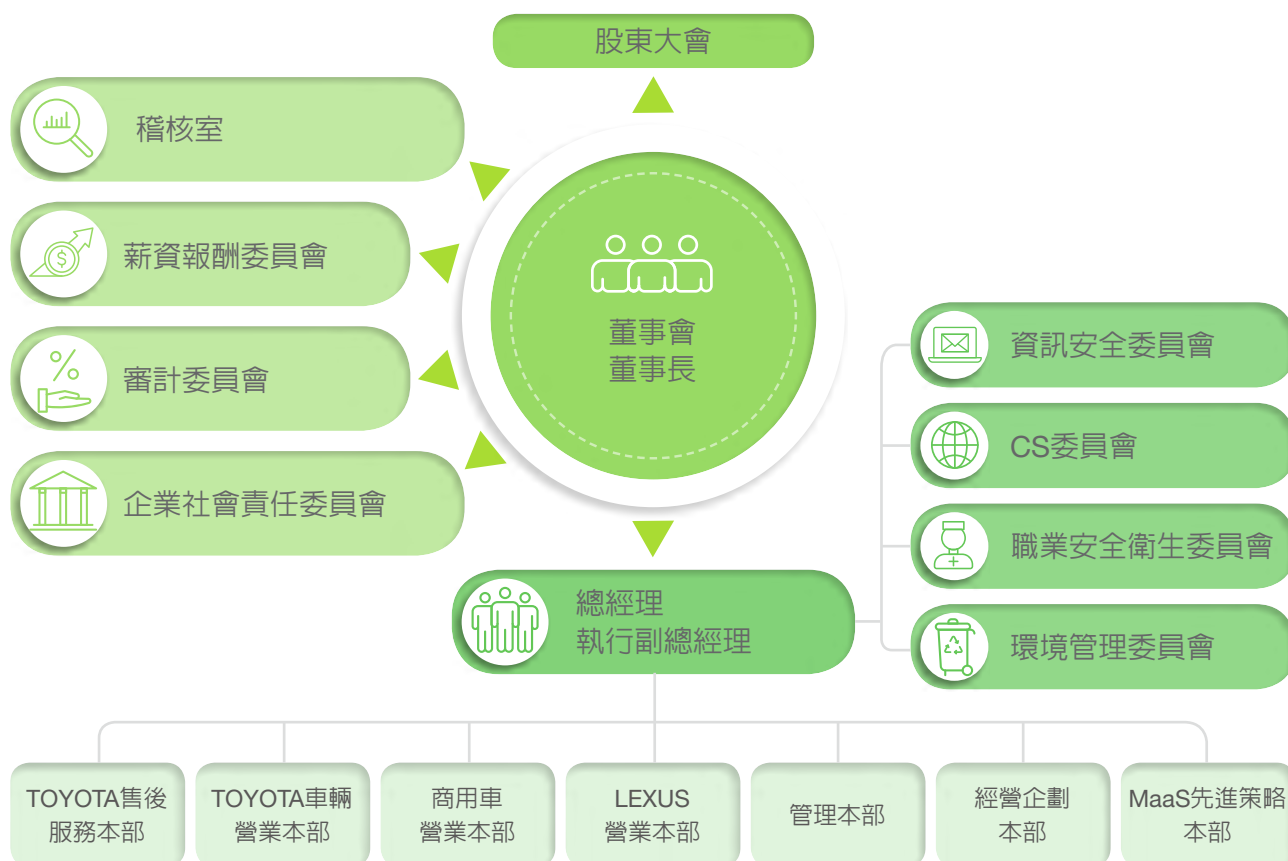
03

創新



苟日新、日日新地不斷創新，以旺盛活力突破經營領域，提升經營效率

組織架構



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。





傳動70年・光輝史

2020~

2020.12

TOYOTA及LEXUS合計登錄146,194台，蟬聯19年台灣車市銷售冠軍，其中RAV4稱霸單一車款銷售冠軍。HINO連續11年大型商用車NO.1。

和泰汽車捐贈啓用第11台捐血車，募血逾2.8億c.c.血量。

SIENTA CROSSOVER全新登場。

「消費者心目中理想品牌大調查」TOYOTA蟬聯汽車類第一名。

2020.11

和泰汽車yoxi乘車派遣服務正式上線。

和泰汽車連續5年榮獲TCSA台灣企業永續獎。

2020.10

和泰TOYOTA集團萬人淨灘減塑。

TOYOTA COROLLA CROSS國產休旅全新上市。

2020.09

導護志工裝備10周年，完成全台第二輪之縣市巡迴捐贈，累計全台捐贈9.7萬套。

和運租車榮獲金峰獎「十大傑出企業」肯定。

和泰汽車連續6年榮獲「天下CSR企業公民獎」，挺進大型企業第8名。

2020.08

「台灣豐田產業機械」更名「和泰豐田物料運搬」。

LEXUS LC CONVERTIBLE全新發表。

和泰汽車榮獲「唯一連續30年經營績效五百強企業」「連續30年營收百大企業」雙殊榮。

2020.07

TOYOTA ALL NEW HILUX越野霸主全新改款上市。

和泰汽車LEXUS榮獲工商時報「2020臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。

和運租車蟬聯「臺灣服務業大評鑑」汽車租賃類金牌。

2020.05

LEXUS在台銷售 20 萬台。

2020.04

TOYOTA All New COROLLA ALTIS GR SPORT全球首發。

2020.03

和泰汽車TOYOTA榮獲2020年『康健雜誌讀者票選信賴品牌』汽車類第一名。

2020.01

和泰汽車購入iRent品牌，結合yoxi，積極發展MaaS。

TOYOTA一車一樹活動30萬棵種植達成。

2019~2010

- 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。
和潤企業掛牌上市。
LEXUS LM 全新上市。
TOYOTA及LEXUS合計登錄141,891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。
- 2019.11** | 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。
- 2019.06** | 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。
- 2019.04** | TOYOTA一車一樹活動20萬棵種植達成。
- 2019.03** | TOYOTA RAV4、COROLLA ALTIS全新上市。
- 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。
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式更名為和泰產物保險。
- 2016.12** | TOYOTA《驅動城市》App歡慶突破200萬下載。
- 2016.08** | 和泰汽車顧客服務中心榮獲「ISO10002顧客意見處理管理系統」國際驗證，為台灣汽車業首例。
- 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。

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。

願景、使命與經營方針



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
秉持跳脫框架的價值，就是我們不變的堅持



和泰汽車的願景

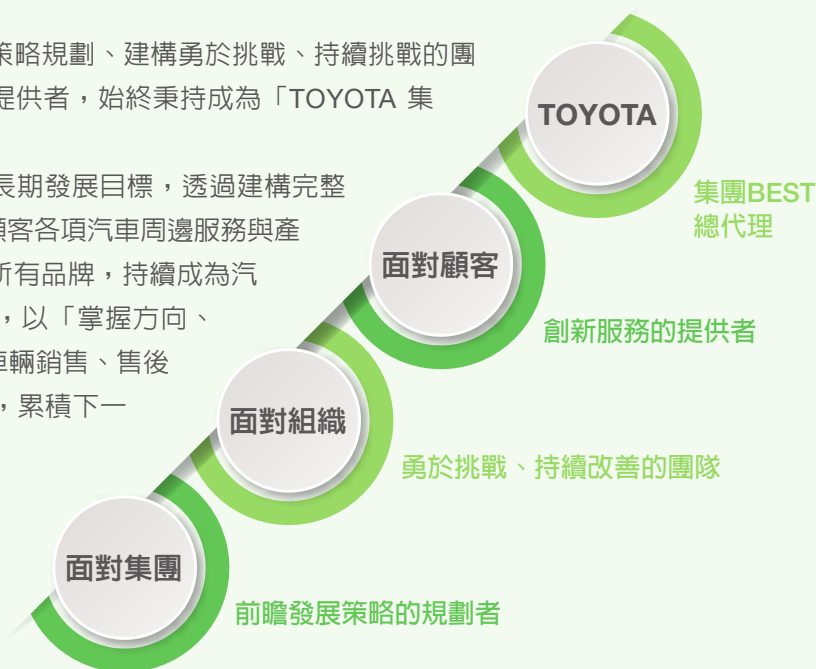
面對成熟且競爭的汽車市場，和泰始終秉持「沒有最好，只有更好」的精神，造就和泰持續成長的動能，我們以「**+think Amazing**」為願景，傳達不自滿於第一、大膽追求、勇於嘗試以突破性新思維及作法，創造更多驚豔的成果。其中將「t」轉化為「+」，代表Level up，「i」代表每一位同仁，所期望的就是每一位同仁都要精進不懈。我們也藉由舉辦「Amazing創意提案競賽」，以跨單位、跨職級，打破組織建置的參賽方式，激發同仁Amazing的思維，經評比選出優良提案執行，並依具體成效提撥一定比例之獎勵金予提案同仁及執行部門，鼓勵同仁以沒有侷限的思維，以只有和泰能夠超越和泰的態度，面對每次迎面而來的挑戰！

BEST

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、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。

據此，我們訂定2018-2022中長期發展目標，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，累積下一階段的創新服務能量。



2021年經營方針

近年來，高速發展的資通訊技術，影響全球汽車產業面臨百年變革，MaaS（Mobility as a Service，移動服務）與C.A.S.E.（Connected/車聯網、Autonomous/自動駕駛、Services & Shared/汽車共享、Electric/電動車）將成為汽車產業未來趨勢，消費者從擁有一台車，逐漸轉變成擁有多樣化的移動選擇。日本豐田汽車（TMC）為因應此一趨勢，宣示要從「汽車製造公司」轉型成為「移動服務公司」；順應此趨勢，和泰汽車於2020年成立MaaS先

進策略本部，旨在整合和泰集團豐沛的資源，秉持「**Think Amazing**」的精神，推動事業變革與創新，未來在既有銷售與價值鏈業務外，逐步打造「移動服務」另一事業核心。

展望2021年，新冠肺炎的不確定性，影響全球經濟走向。面對疫情及新常態(New Normal)的改變，和泰汽車將持續做最好的準備、迎向全新的挑戰並創更高的巔峰，以「超前部署 主動出擊」為經營方針，鞏固和泰汽車於汽車產業的領導地位。

集團經營方針：超前部署・主動出擊

經營策略

擴大販賣服務優勢
拉開與對手的差距

目標/做法

	車輛	服務
TOYOTA	全面出擊，擴大絕對領先	迎合未來趨勢，全面掌握服務商機
LEXUS	激發品牌魅力，營造豪華新視野	全心全意的極致禮遇
商用車	超越競爭 奠定永續經營	持續創新 提升服務質量

市場全方位 **No.1**
集團全方面成長

和潤 積極評估新的業務及區域拓展機會，帶動成長新動能
和運 提供全方位的租賃服務，滿足各種情境的租賃需求
車美仕 因應汽車產業C.A.S.E.的浪潮，拓展TMC聯盟品牌業務
長源 積極規劃、建設新據點，全面提升服務質量
和泰豐田物料運搬 發展新領域，打造第二顆獲利成長引擎
和通 風險管理超前部署，建構永續發展的公司組織
和泰產險 提升業務品質，確保保費收入百億規模
和泰聯網 全新業務，全力衝刺，打響yoxi品牌!
和勁行銷 挖掘市場潛在需求，代理優質利基品牌

Amazing DNA
Keep Amazing

- 持續think amazing的創新及改善，do amazing的超越目標
- 強化集團內的合作共好，發揮價值鏈的紅利綜效

環境·社會·公司治理
Environment
Social
Governance

- 環保Life style，成為全球TOYOTA低碳、減塑、Fun生活的典範
- 積極從事社會關懷，落實企業社會責任，提升集團核心價值
- 集團各公司檢視並落實內部規章辦法，及做好子公司管理
- 完善公司治理，永續經營

銷售網絡與服務

和泰汽車透過綿密且完善的汽車銷售網絡、配備東南亞規模最大的汽車綜合園區，以及完善高效的物流中心，完整建構客戶服務網，致力提供客戶最優質的服務。

和泰汽車銷售網絡



● 小型乘用車

國都汽車、北都汽車、桃園汽車、中部汽車、南都汽車、高都汽車、蘭陽汽車及東部汽車等八大經銷夥伴。

● 商用車

西部地區由長源汽車進行經銷，東部地區則由蘭陽汽車及東部汽車進行經銷。

規模最大的汽車綜合園區



● 新莊綜合園區包括「小型車維修大樓」、「長源汽車新莊廠」、「研修大樓」三大部份。

● 配有先進、高效率的教育設備及各式教育訓練教室，以提供汽車維修及第一線銷售人員各項訓練設施及場地，亦提供學員清靜優雅的專用宿舍、餐廳及休閒、交誼等設施。每年教育訓練及會議約2.3萬人次參與。

完善高效的物流中心

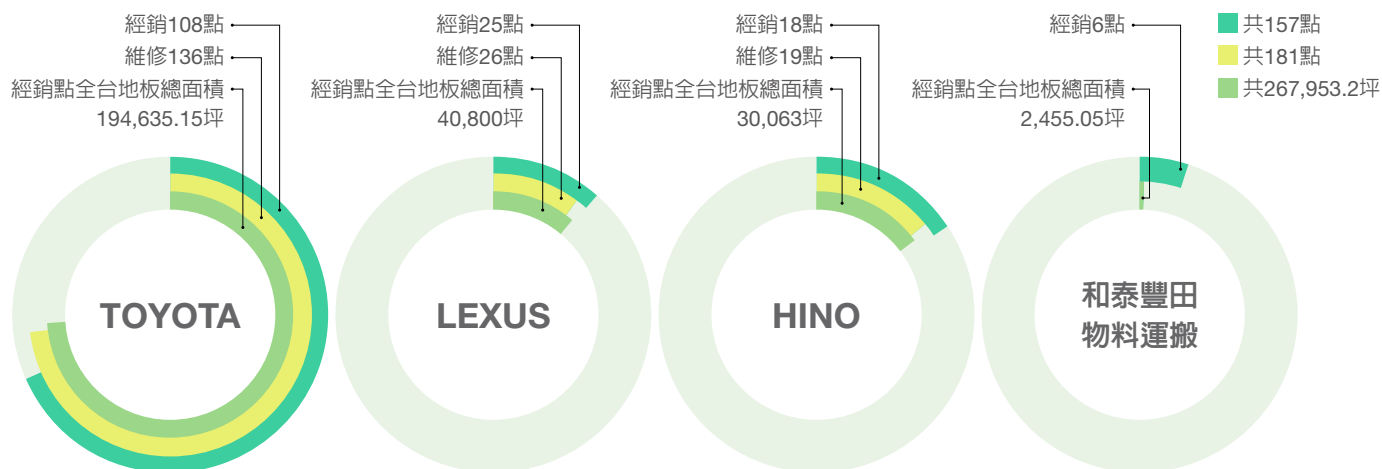


● 楊梅物流中心作為零件倉庫中心(總地板面積:10,713坪)，採集中式物流，由楊梅主倉庫供應全台維修零件需求，透過與專業的第三方物流業者合作，配送零件至全台服務據點。

● 為培育專業的汽車零件管理人才，楊梅物流中心設有多樣化之人才培訓設施，包括教育場及道場，提供完整與專業的學習空間。

和泰汽車始終秉持「顧客第一」為核心，持續推動「Only for YOU」的顧客服務活動，以提供顧客最優質的服務；全國經銷據點共有157個，維修據點為181個；其中TOYOTA經銷據點共108個、維修據點

為136個；LEXUS經銷據點25個、維修據點26個；HINO經銷據點18個、維修據點19個；和泰豐田物料運搬經銷據點6個，形成全台綿密的經銷服務網絡。



2020永續亮點

經濟面

前**5**%

第7屆公司治理評鑑排名

32%

連續19年小型車市場占有率第一

100%

新進人員反賄賂教育訓練

連續**30**年
唯一殊榮

獲中華徵信所頒發「唯一連續30年經營績效五百強企業」「連續30年營收百大企業」

25.36元

2020年度每股盈餘

20萬

行動化服務App新增註冊人數

環境面

76噸

使用環保水性漆塗料，2020年減少之有機溶劑揮發性氣體的排放量

100%

全車型100%符合廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準

2,992噸

裝設太陽能案場，2020年總計產生2,992噸CO₂削減效益

36,400噸

2020年經銷商全年R134a冷媒回收量達28公噸，相當於減少36,400噸CO₂排放量

3,626萬瓶

設置中央供油設備，累計至2020年共減量3,626萬瓶機油空瓶。

社會面

2.6%

近三年平均離職率逐年下降

9.7萬套

至2020年已累計捐贈近10萬套導護裝備

11台

台灣捐贈捐血車數量最多的企業。累計捐贈11台

超過**42**萬棵

一車一樹活動已種植超過42萬棵樹，減碳量約7,988公噸

207噸

收集二手玩具並利用再生，累計至2020年底已超過207噸

100%

2020年育嬰留停復職率及留任率皆為100%

5,183萬元

捐贈汽車高科技教具及教材，累積金額超過新台幣5,183萬元



01

永續管理

Sustainable Management



經營理念

以促進企業責任為本之
競爭優勢為出發點



2018年

成立CSR委員會



14個GRI主題

將重大與次重大議題對應
出14個GRI主題



12個SDGs目標

重大議題管理方針與聯合國
永續發展目標

為落實永續發展，和泰汽車以「企業社會責任委員會」作為跨部門的溝通平台，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、持續呼應聯合國永續發展目標，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，經由董事會通過之「和泰汽車企業社會責任實務守則」，要求本公司與整體集團之所有營運活動，必須以符合平

衡環境、社會及公司治理發展之國際趨勢，並矢志成為優秀企業公民，提升對國家經濟之貢獻，改善員工、社區、社會生活品質，並以促進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」等四大原則並提出指導方針，作為日常作業中之依循。我們相信透過有效的管理及執行，必能將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

採低耗能、綠能用品

使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

秉持對商品負責與行銷倫理，維護客戶權益

不得欺騙、誤導、詐欺或任何破壞客戶信任、損害客戶權益之行為

尊重並保護客戶隱私權

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

和泰汽車為徹底落實永續經營之理念，提升對國家經濟之貢獻，改善員工、社區、社會生活品質，並以促進企業責任為本之競爭優勢為出發點。

1.2 企業社會責任委員會

為實踐企業社會責任、具體落實與監督企業社會責任政策及永續經營發展策略，和泰汽車於2018年設置「企業社會責任委員會」（下稱CSR委員會）為董事會下之功能性委員會，一年至少召開兩次會議，並透過定期會議的召開，訂定和泰年度CSR政策並檢視各項CSR議題方針執行情形。2020年ESG運作成果已提報12月董事會，詳請參閱和泰汽車網站。

為整合公司資源，並將各項ESG議題納入日常營運中，CSR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」做為CSR相關事務推動之執行單位，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，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。此外，由管理本部擔任CSR委員會總事務局，主要負責委員會召開事宜及跨單位溝通協調，並針對每年的重大性議題進行判定及對應、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。

和泰汽車於2018年設置「企業社會責任委員會」（下稱CSR委員會）為董事會下之功能性委員會，一年至少召開兩次會議，並透過定期會議的召開，訂定和泰年度CSR政策並檢視各項CSR議題方針執行情形。

和泰汽車企業社會責任委員會組織圖



1.3 CSR里程碑及2021年深化CSR目標

和泰汽車長期推動企業社會責任，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，並屢獲內外部的支持與肯定。



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2021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。

	2021年目標	措施
環境 E	展開2030環境里程碑活動	EAS / Eco Dealership評鑑、ISO14001認證、環保教育、環管資訊系統優化
	打造友善工作場域，達成低碳/減塑/Fun生活	暑熱對應工程、再生能源設備
	行銷「環保，Connect & Sustain」影響力	綠手指達人俱樂部、淨灘活動、TOYOTA環境月活動
社會 S	打造Amazing公益計畫，擴大公益影響力	- 結合本業內外部資源，打造全新公益Leading Project，回饋社會，擴大公益影響力 - 推廣集團志工參與，集團志工平均服務時數提升至1.7小時 - 舉辦第三屆和泰公益夢想家，攜手青年回饋社會
	深耕本業公益範疇	- 持續捐贈捐血車，主動出擊募血，穩定台灣血庫量 - 啟動第三輪全台導護裝備捐贈計畫，擴大服務對象
	強化「雇主品牌」，塑造「幸福有感職場」	- 建立多元勞資溝通平台 - 舉辦「集團共好羽球賽」 - 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	同步公司治理3.0	- 推動永續發展策略，規劃CSR委員會跨界學習機制 - 導入英文版CSR報告書，導入氣候變遷相關財務揭露(TCFD)並符合SASB(永續會計)原則
	集團公司治理制度建立	- 推輔導子公司建立投資人關係室體制及資訊揭露作業 - 舉辦集團公司治理法令宣導課程及制定遵循指南
	法令遵循推動	- 適法評鑑智財守備零容忍：運用評鑑機制，推動經銷商遵法、集團智財擔當、OJT教育及集團智財管理制度建置 - 車聯網業務零觸法：以現行市場產品研究資料蒐集使用適法性，制定業務遵循準；車聯網法務同業交流 - 開辦法務室直播及線上短片，並強化LINE官方帳號服務，消弭觀念差異隔閡

1.4 重大性分析

永續議題蒐集

隨著傳統汽車行業面臨的巨大變化，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）、UNGC（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。



鑑別與溝通利害關係人

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（Account Ability 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。



股東

對和泰永續發展的意義或重要性

- 1 股東權益極大化
- 2 將違反公平交易行為完整揭露，維護公司及股東權益

	溝通管道	回應內容	溝通成效	溝通頻率
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	針對違反反競爭行為及社會經濟法規等爭議處理說明並公開處理進度及結果	完整揭露重大違反公平交易行為資訊	每年一次、不定期
營運財務 績效	股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	1 向股東報告營運狀況、股利政策等 2 配合每季財報公告，向投資人報告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	每年一次、不定期
顧客管理 與隱私保護	年報、CSR報告書、官網	1 說明隱私權政策 2 揭露完整顧客關係管理活動成果 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	每年一次、不定期



經銷商

對和泰永續發展的意義或重要性

- 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解決

- 3 新進人員專業知識傳承培育/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

	溝通管道	回應內容	溝通成效	溝通頻率
公司治理 與誠信經營	問卷、現地查核、會議、線上課程	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，低商譽風險。	每年一次
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	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資訊 3 針對各經銷商之年計目標討論與確認，並對年度重點業務進行說明	依法完成各項財務業務資訊之揭露	不定期
品牌管理 與行銷	販賣會議、EVENT說明會	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 階段性販賣重點達成	不定期



客戶

對和泰永續發展的意義或重要性

- 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

	溝通管道	回應內容	溝通成效	溝通頻率
顧客管理與 隱私保護	問卷、免費專線、APP、電子郵件	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	降低客戶不滿並提升再購/再回廠意願	不定期
品牌管理 與行銷	顧客關係活動、電視/平面廣告	1 於新車上市時針對目標客群進行全媒體廣宣溝通 2 提供更具有魅力的來店禮/活動吸引既有顧客回店賞車	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	不定期
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	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	不定時



員工

對和泰永續發展的意義或重要性

- 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

	溝通管道	回應內容	溝通成效	溝通頻率
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	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	每兩年一次、每季一次
職涯培訓與教育訓練	各層級必、選修課程	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	實施「適才適所」及「人盡其才」	不定期
品牌管理與行銷	電視/平面廣告/新聞稿、和泰園地公益活動	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	不定期



供應商

對和泰永續發展的意義或重要性

- 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

	溝通管道	回應內容	溝通成效	溝通頻率
永續價值鏈關係	契約條文、產銷三方會議、電子來函	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	不定期、每月一次、每年一次
品牌管理與行銷	會議、電子郵件	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	不定期
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	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	不定期



媒體

對和泰永續發展的意義或重要性

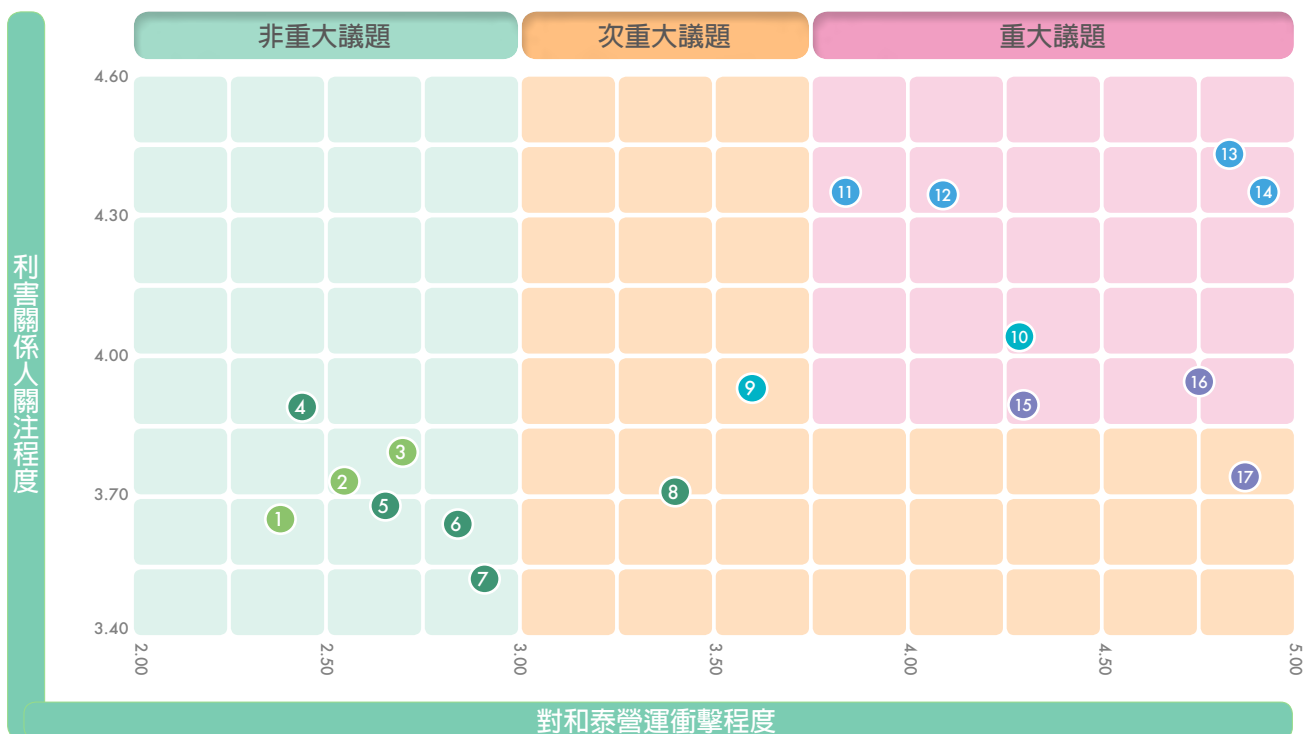
- 1 擴散新車與活動訊息，創造話題
- 2 扮演好企業及品牌對外溝通的重要橋樑

	溝通管道	回應內容	溝通成效	溝通頻率
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	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。	不定期
顧客管理與 隱私保護	年度報告書、CSR報告書、官網	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	每年一次、不定期
人權與勞資 溝通	官方網站、年度報告書、CSR報告書、新聞稿	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	不定期

重大議題判別與揭露項目邊界

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2020年12月至2021年2月，總計共回收159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6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7項和泰汽車2020年的重大性議題，3項為次重大議題，7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14個主題，經濟面有4個、環境面有4個、社會面有6個。此外，該10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，辨別出各議題與和泰汽車營運之關連。在鑑別出關連性後，也針對這10項議題，進行潛在風險與可能機會的辨識，透過管理策略的制定，以降低風險的負面效應並掌握機會創造營運績效。



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



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

永續經營	16 風險與危機管理	反貪腐 205 社會經濟法規遵循 419	●	▲			●		A 增加產品銷售，提高公司營收。
	15 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	●			●			B 提升效率或減少支出，降低營運成本。
汽車產業	13 顧客安全	顧客健康安全 416	▲		●		▲		C 增加外界對和泰品牌的信任，提高顧客忠誠度。
	14 產品與服務品質	行銷與標示 417	●		●		▲		D 找尋商業機會，擴展銷售與服務市場範圍。
	11 顧客隱私保護	客戶隱私 418			●		●		E 降低因商譽衝擊可能帶來的營運風險。
	13 品牌管理與行銷	社會經濟法規遵循 419	●		●	●	▲		F 增加員工對公司的向心力，增進營運效率。
經濟面	10 營運財務績效	經濟績效 201	●	●				▲	G 發揮對社會正面的影響力，促進社會和諧與共融。
	9 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	3 環境衝擊管理	能源 302 排放 305 環境保護的法規遵循 307						●	
社會面	8 職業安全與健康	職業安全衛生 403					▲	●	

14個 GRI 主題

將10個重大與次重大議題所對應出之14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。

實體名稱		組織內實體					組織外							
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	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	能源													◎
	排放									◎				◎
	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	●	●				▲			◎				
	供應商社會評估	●												
	顧客健康與安全	●	●				▲			◎				◎
	行銷與標示	●	●				▲			◎				◎
	客戶隱私	●	●				▲			◎				◎
	社會經濟法規遵循	●	●				▲			◎				

註：和泰汽車涉入程度：●直接、▲促成、◎商業關係

重大議題判別與揭露項目邊界

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。我們和管理重大議題與制訂目標的同時，已遵循由UNGC偕同WBCSD與GRI所建立之「永續發展目標羅盤」（SDG Compass）中的五大步驟（了解SDGs、鑑別優先次序、制訂目標、整合、揭露與溝通），來進行相關性的鑑別。目前所

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

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 2020年獲獎與榮耀

 第7屆公司治理評鑑排名 第4次獲全上市公司排名前5%	 「2020臺灣服務業大評鑑」金獎 連續7年獲獎	 2020年「消費者心目中理想品牌」汽車類第一名 連續6年獲獎
 2020年「TCSA台灣企業永續獎」 連續5年獲獎	 2020年「康健雜誌讀者票選信賴品牌」汽車類第一名 連續3年獲獎	 2020年「天下CSR企業公民獎」第8名 連續6年獲獎，2020年首度入圍前10名
 「唯一連續30年經營績效五百強企業」、「連續30年營收百大企業」雙殊榮 首度獲此殊榮		

重大議題管理方針與聯合國永續發展目標

公司治理與誠信經營

風險與危機管理

市場策略與公平交易

SDGs



營運相關

增加營收
降低商譽風險
發揮社會影響力

降低成本
增加顧客忠誠度
降低商譽風險

降低商譽風險
發揮社會影響力

管理方針

遵循原廠政策，發展符合在地之市場策略，全員思維Level Up，激發Amazing DNA

違法零容忍政策，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。

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

KPI

公司治理評鑑排名
定期召開法說會

違法缺失率排名

違反公平交易規範之事件數

短期目標

上市公司前6-20%
每季至少一次

逐年降低違法缺失項目至平均缺失率<10%

0違反公平交易規範之事件數

中期目標

持續提升公司治理文化

逐年降低違法缺失項目至平均缺失率<7%

0違反公平交易規範之事件數

長期目標

成為公司治理標竿企業

逐年降低違法缺失項目至平均缺失率<5%

0違反公平交易規範之事件數

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。

違反個資法案件數

0違法個資案件數

0違法個資案件數

0違法個資案件數

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

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

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

新車MIS (Month in service) 不良點數
90天/120天解決率
召修完成率

新車不良點數<15
90天解決率>95%
120天解決率100%
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

SDGs

營運相關

管理方針

KPI

短期目標

中期目標

長期目標

品牌管理與行銷

永續夥伴關係

顧客安全

SDGs

營運相關

管理方針

KPI

短期目標

中期目標

長期目標



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

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



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

TSM(豐田服務管理規範)合格率
零件供應率

TSM(豐田服務管理規範)合格率
2021年達100%
零件供應率97.8%

持續提升TSM合格率
持續提升零件供應率

持續提升TSM合格率100%
持續提升零件供應率



增加營收
增加顧客忠誠度
降低商譽風險
發揮社會影響力

導入完整安全配備
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。
導入完善的車輛安全配備，以提升
顧客行車安全

'21~'23年分階段導入以下安全配備
1. PCS（預警式防護系統）
2. LDWS（車道偏離警示系統）
3. VSC（車輛穩定控制系統）
4. 巴士自動滅火裝置
Recall（召回改正）實施率

'21年
PCS, LDWS, VSC: 大型貨車700系列
/中型貨車500系列/RM1A大型巴士
LDWS, VSC: 中小型貨車300系列/
RK, HS大型巴士
巴士自動滅火裝置: 全系列巴士
Recall（召回改正）實施率90%以上
100%車型導入LEXUS Safety
System+ 安全輔助系統
100%車型導入Totota Safety Sense
安全輔助系統

提升實施95%以上
持續提升LEXUS Safety
System+自駕輔助科技功能
持續提升Toyota Safety Sense
自駕輔助科技功能

持續提升實施率至100%
成為安全形象第一的豪華品牌

環境政策與污染管理



降低商譽風險
發揮社會影響力

落實ISO14001環境管理系統與綠能意識推廣。

通過ISO 14001驗證、Eco Dealership之經銷商據點

Eco Dealership之經銷商據點，
100%通過ISO 14001驗證

Eco Dealership之經銷商據點，
100%通過ISO 14001驗證

Eco Dealership之經銷商據點，
100%通過ISO 14001驗證

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。

1. 展開呼吸防護計畫之施行與管理
2. 四大計畫之持續執行，風險分級管理、關懷及追蹤
3. 持續通過ISO 45001之驗證

依照同仁健檢之主要健康和工作相關連的問題，每年規劃各園區至少一場身心健康講座。

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

持續提供安全、健康、舒適的工作環境

SDGs

營運相關

管理方針

KPI

短期目標

中期目標

長期目標



02

感動客戶

Customer Services



97.8%

近四年平均零件供應率



超過30萬人

行動化服務App每月
平均活躍用戶



蟬聯19年

台灣車市銷售冠軍



超過97%

2020年客戶滿意度

連續19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的服務文化

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」，透過提升員工滿意度，來帶動顧客滿意度的上升，進而達到忠誠顧客養成的目標。

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、健康生活促進活動、工作環境及設施的改

善、員工家屬同樂活動、在職訓練等施策。藉由讓員工感受公司悉心照顧的感覺，進一步將專業的服務傳遞給車主。

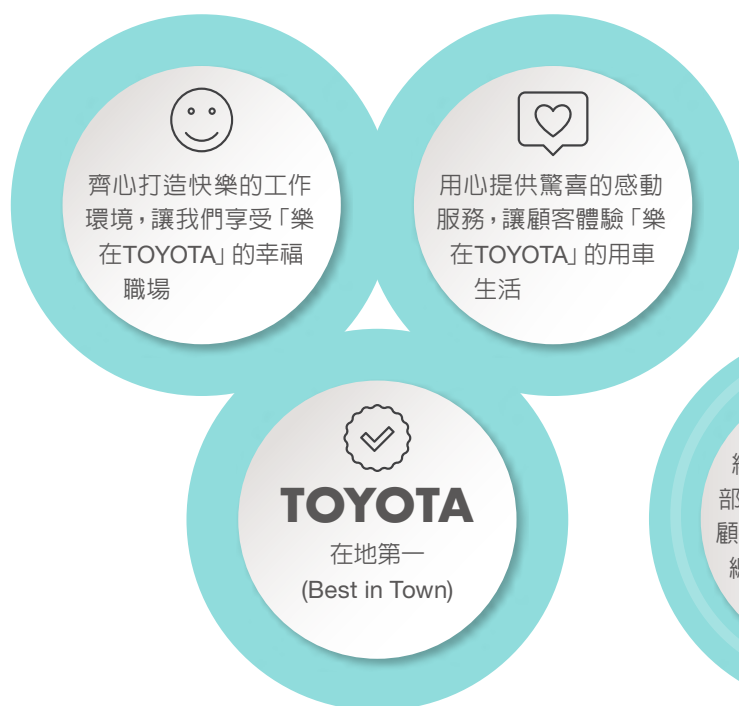
此外，和泰亦不斷投注資源於感動服務-超越顧客期待、備感貼心的服務，讓TOYOTA成為車主快樂的泉源。除了將在地人文風情融入服務流程、展示廳及顧客休息室的質感營造、多樣化的親子體驗活動、以及導入e化系統的全新服務外，也邀請在地居民參與活動，希望讓車主感受到TOYOTA是個有溫度的品牌。



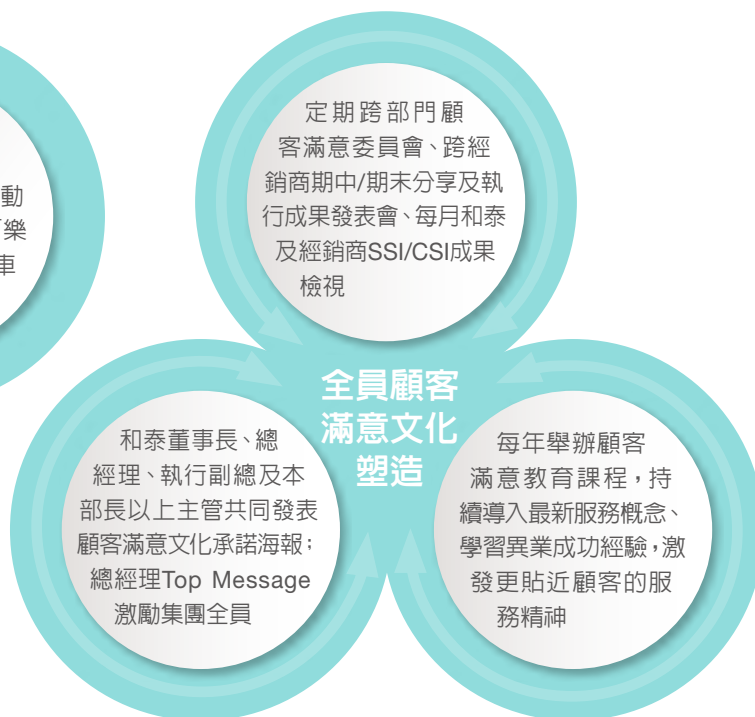
和泰將會持續秉持「樂在 TOYOTA」的精神，致力於提升員工滿意度與顧客滿意度。透過凝聚員工向心力、促進整體工作氛圍，打造幸福的職場環境；並提供員工發揮專長及創意的舞台，為顧客創造感動的服務。



樂在TOYOTA概念



全員顧客滿意文化塑造



歷年服務文化



2.2顧客關係管理

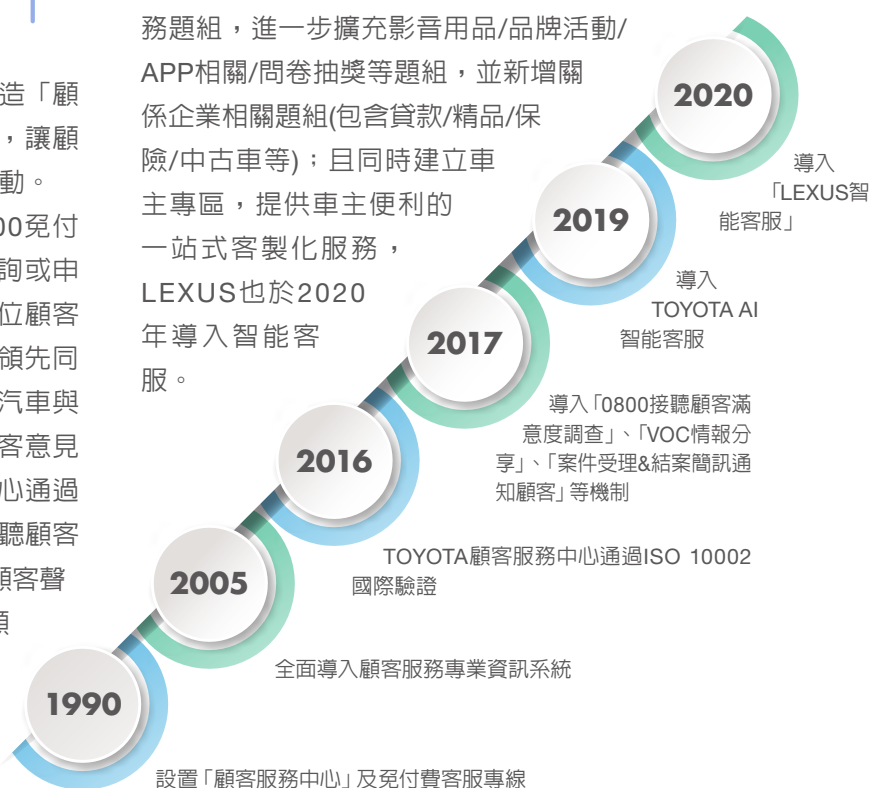


2.2.1用心傾聽顧客聲音

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，2020年持續強化AI智能客服，擴充現有問答題組，從原有販賣/服務題組，進一步擴充影音用品/品牌活動/APP相關/問卷抽獎等題組，並新增關係企業相關題組(包含貸款/精品/保險/中古車等)；且同時建立車主專區，提供車主便利的一站式客製化服務，LEXUS也於2020年導入智能客服。



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，我們透過如24小時免付費電話、市話客服專線、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，與車主進行良好的溝通，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。

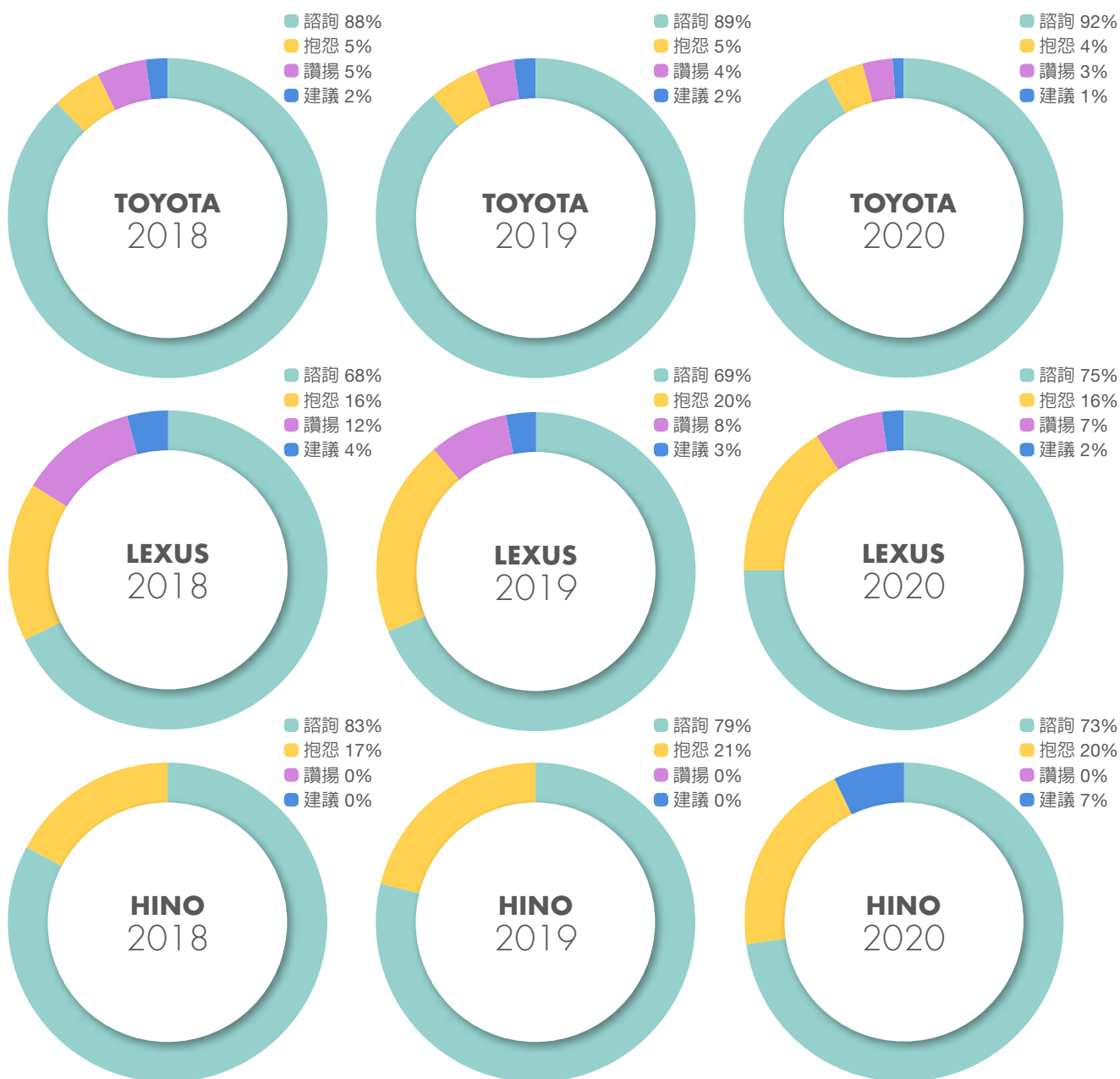
	TOYOTA 0800-221-345 · (02)5599-7299 www.toyota.com.tw	LEXUS 0800-036-036 www.lexus.com.tw	HINO 0800-522-567 www.hino.com.tw
電話訪問	 ✓全數撥打 ✓SSI對象：交車滿7日車主 ✓CSI對象：先以簡訊關懷維修結帳出廠滿3日之車主，若車主未回覆簡訊，才會撥打7日服務追蹤關懷電話訪問車主。	 ✓全數撥打 ✓SSI對象：交車滿7日車主 ✓CSI對象：結帳出廠滿3日車主	 ✓電訪非為主要方式
紙本與線上問卷	 ✓每月隨機抽樣寄送紙本以及網路問卷調查服務滿意度 ✓新車交車車主（每季抽樣8,000件） ✓入廠保養維修車主（每季抽樣15,000件）	 ✓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）	 ✓以網路問卷調查登錄領牌&服務回廠顧客滿意度 ✓SSI對象：登錄領牌新車車主，於交車時掃描QR code/Line連結專屬SSI問卷 ✓CSI對象：回廠顧客隔日發送LINE@問卷訊息(每月800件)
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）

客戶反應處理

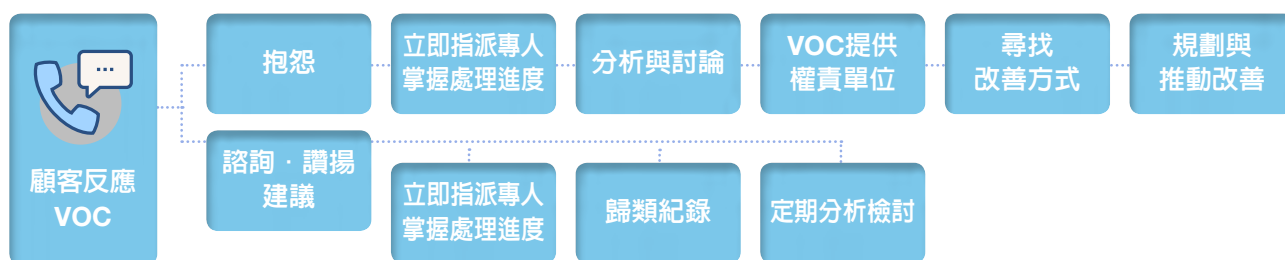
和泰汽車持續透過「VOC（Voice of Customer顧客聲音）情報分享了解客戶的需求並積極回應。我們將客戶反應的聲音區分為諮詢、抱怨、讚揚、建議等四大類別，其中，多數見反應為諮詢、讚揚與建議類。

2020年VOC來源統計				
VOC*來源	TOYOTA	LEXUS	HINO	執行單位
電話	48%	84%	8%	TOYOTA及LEXUS顧客服務單位
官網 智能客服+網路信函	47%	6%	15%	HINO：商用車服務行銷室
電訪、郵訪、線上 問卷等	5%	10%	77%	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



針對抱怨類型的反應內容，立即指派專人追蹤處理進度，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。

顧客意見回饋管道



顧客滿意度

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。多年來我們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。

顧客反應類別之比例

品牌	調查方式	2018	2019	2020	2021 目標
TOYOTA	SSI電訪(成績)	97.0	97.6	98.1	98.0
	CSI電訪(成績)	96.0	97.0	97.0	97.0
LEXUS	郵訪-SSI(落實度)	98.6	98.9	94	95
	郵訪-CSI(落實度)	98.9	99.1	95	95
	郵訪-SSI(滿意度)	987	990	991	980
	郵訪-CSI(滿意度)	982	985	984	975
HINO	CSI-問卷	95.6	97.4	96.1	90
	SSI-問卷(滿意度)	93.3	94.8	98.3*	98

調查方式說明

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1,000分。

三、HINO：

*SSI由原本電訪改為線上問卷，計分方式也有變更。

CSI問卷(成績)：整體HINO服務廠之滿意度分數平均。(2021年目標為90分，因調查結構及題項改變重新設定KPI)

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，更加強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，2020年11月導入和泰集團會員，車主可使用單一帳號享有和



泰集團相關服務，提升車主數位服務體驗，2020年累計註冊人數達20萬人，2021年目標為120萬人，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



購車及交車關懷

在車主受訂後資料即匯入訂單i-follow系統，由營業所主管進行電話關懷與訂單資料確認。

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。



保有車主用車關懷

針對TOYOTA車主進行用車、續保、定期保養、驗車提醒...等訊息溝通。

另於顧客回廠保修服務後第3天寄發關懷簡訊，若未填回則於第7天電話追蹤關懷，以確認每位顧客愛車使用狀況及保修體驗。



多元顧客關係活動

和泰與經銷商不定期舉辦多元類型車主活動，如：親子手作DIY、健康與交通安全講座、環保公益活動，以及小小技師體驗營、樂高營...等，增進與車主的互動及傳遞環保觀念，除提升品牌服務外，同時維繫車主關係。

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職人工藝、美食旅遊、藝文賞析、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16萬位)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。

2020年並無被動召回之產品或終止之服務、無因衝擊健康與安全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，2020年共發生兩件因駕駛座SRS氣囊充氣裝置可能因金屬碎片彈飛出而增加乘員傷亡風險的召回改正活動。和泰汽車始終秉持誠實、負責、主動與儘快改正的積極態度，讓所有客戶都能安心享受駕馭的舒適及快意。

召回案件數

品牌	車系/影響台數
TOYOTA	• CELICA 駕駛座氣囊召回註/ 77台、•CAMRY, ALTIS 燃油泵總成 /40,222台 • RAV4 駕駛座氣囊召回註/1,032台、•PRIUS 電源管理ECU程式更新/ 723台 • ALPHARD, CAMRY, CAMRY HV 後座椅安全帶總成/ 325台 • PRIUS, PRIUS PHV, PRIUS α 駕駛座安全帶扣總成/5,644台 • ALPHARD, PRADO, SIENNA燃油泵總成 /1,571台
LEXUS	•GS250/NX200t /IS300等車系燃油泵召回修/5,758台 •LM300h後燈綜合線束召回修/604台
HINO	本年度無召回案件

註：SRS氣囊內含有爆炸性學物質硝酸銨(NH₄No₃)，如沒有妥善處理，則可能引發火災等意外。服務廠更換後之SRS氣囊統一回收至楊梅倉庫存放，統計2020年2月11日2,420PCS、5月12日2,177PCS及10月5日2,492PCS由鴻天通運協助寄送共三只20呎貨櫃回日本豐田統一處理。

2.3 產品設計與生產

2.3.1 導入適切產品—

兼具環保及便利的油電混合車

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，分析未來的消費行為。



市場評估

透過新車購買者研究 (New Car Buyers Survey，簡稱NCBS)資料庫與DLR(經銷商) hearing，了解新車購買者的需求、行為與背景資料，並分析未來的消費趨勢。



車輛上市前

與母廠溝通確認年度商品計畫，提供國內最新法規給母廠，確保在新車銷售前取得排氣、噪音、油耗、安全審查等四種合格認證。



商品上市初期

透過經銷商訪談，觀察市場顧客使用產品的反應，若有相關需求產生，與母廠進行討論設計，就該需求是否會對原本車輛性能、設計及功能有所衝擊，在以安全為最高考量原則下導入。

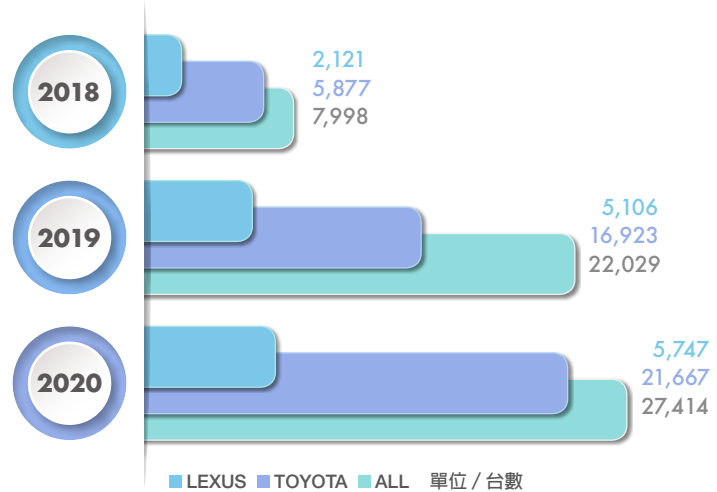
產品導入評估流程

近年來，隨著環保意識的提升伴隨而來消費偏好的改變，混合動力的車型在全球掀起風潮，和泰汽車領先同業，率先引進油電複合動力車型 (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

2018~2020 年 HINO Hybrid 車款銷量共銷售 248 台

Hybrid 車款銷量



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，秉持「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。取得資料有助於開發出如車側簾式氣囊及 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

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。

安全性能全面提升

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，級距銷售冠軍Corolla Altis與Corolla Cross全車系標配TSS系統與7氣囊，Sienta、Yaris與Vios亦導入TSS系統；進口車部分，也於RAV4、Camry、C-HR、Corolla Sport、Prius、Prius α、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14款車型，全方位守護乘員安全。（統計至2020年全年，配備有TSS系統之車型佔該年全車型銷售比率約73%。）

LEXUS

以豪華車著稱的LEXUS，其靜肅性與安全始終備受肯定。截至2020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，並加裝視野輔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1,200萬元以上。



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

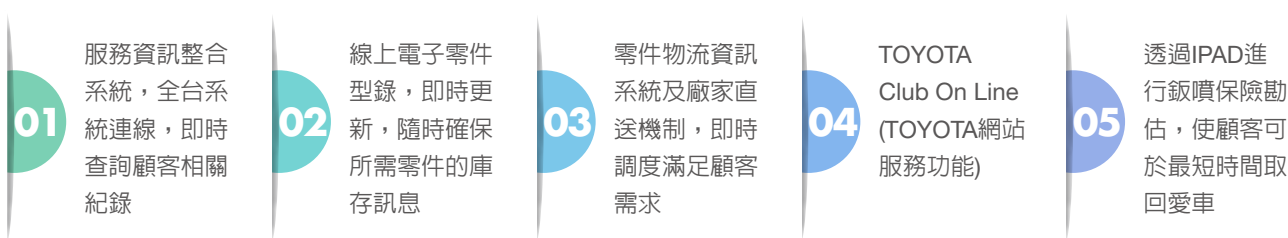
為減少顧客對新車品質可能產生的抱怨及意見，和泰汽車2011年成立了「品質研究會」，透過與零件供應商及經銷商的集思廣益，共同研究品質提升策略與辦法，同時藉由推廣安全活動（Completely Check Completely Find Out，簡稱CCCCF），協助各經銷商成為新車品質零缺點的把關者。

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181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，2018~2020年零件供應率平均為97.7%，皆達成目標。

零件資訊系統

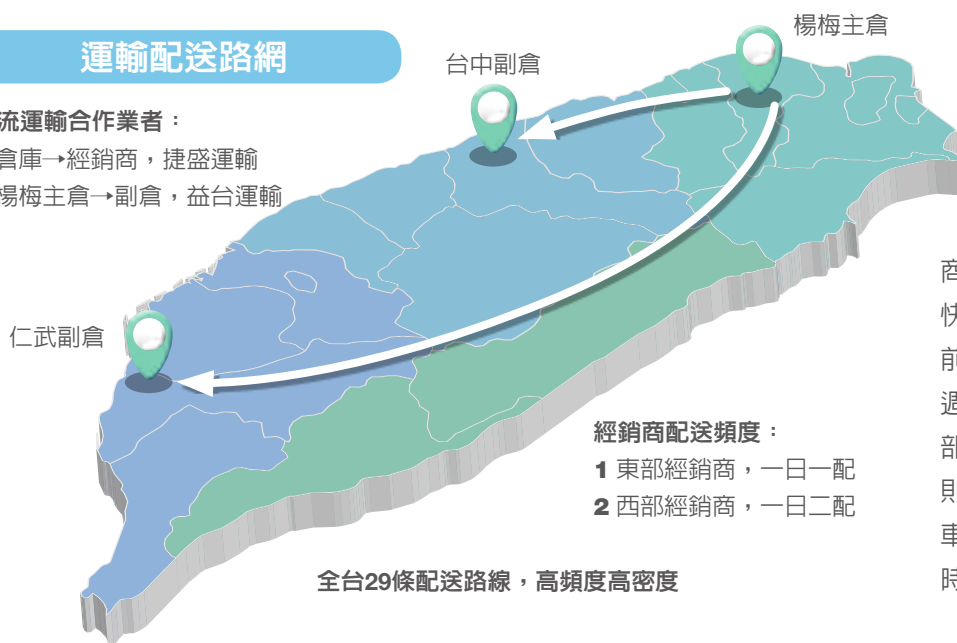


	2018	2019	2020	2021 目標
採購總單數	24,796	26,114	26,746	——
銷貨總金額(仟元)	11,826,772	12,197,408	12,529,308	——
零件供應率(%)	97.8%	97.8%	97.6%	97.8%
配送點總數	172	174	184	——

運輸配送路網

物流運輸合作業者：

- 1 倉庫→經銷商，捷盛運輸
- 2 楊梅主倉→副倉，益台運輸



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。



03

最佳夥伴

Best Partner



連續20年

贊助支援全國技能競賽



36.66%

在地採購上升比例



全台171據點

國內首家汽車業通過ISO
14001驗證



13,971人次

商用車省油駕駛教育
累積人次

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，以及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，由八大經銷商專業經營販售車輛及維修服務業務，現

已建立上百處之經銷及維修據點，並長期獨得市占率第一的榮耀。

為提供顧客一致的優良服務品質與水準，針對經銷商定期實施年度各項施策評價，並進行日常管理作業與販賣滿意度調查、委託神秘訪客定期至各營業據點實際體驗與確認服務標準作業流程（SOP）之執行狀況等。除進行管理外，也適時提供必要的輔導與支援，與經銷商攜手永續經營。

乘用車經銷商教育訓練

針對經銷商我們提供完整的一系列的訓練，課程包括產品教育、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。



			2018	2019 T	2019 L	2020 T	2020 L
小型乘用車售後服務教育訓練成效	梯次	技術類	98	97	78	80	58
		管理類	68	62	10	51	9
	人數	技術類	1,174	1,532	829	1,260	619
		管理類	1,318	1,477	300	1,069	454
	經銷商教育訓練投入金額(新台幣元)		10,570,000	8,699,000	6,846,390	7,420,000	8,640,950

註1：本公司要求8大經銷商，每年定期實施「個人資料保護法」之相關教育訓練，對象為所有員工。

註2：因應2019年起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

和泰為增加服務廠與顧客間的互動，讓顧客感受不同以往的新體驗，除了節日性的感動服務外，更於2018年起，在全台經銷商服務廠舉辦樂高教育體驗營，結合趣味性及教學意義，獲得車主的廣大迴響與正面評價，也建立了TOYOTA良好的感動服務形象。2020年，TOYOTA持續提供感動服務給顧客，舉辦19場的樂高電動車體驗活動，共累計331人次報名參與，創造更多親子車主的歡樂體驗。



樂高電動車體驗活動

2020年7至9月舉辦-樂高電動車體驗活動，課程規劃採用樂高教育4C教學流程（連結、建構、反思、延續），透過結合樂高積木、馬達、齒輪組裝出電動車模型；並介紹車子爬坡及加速，使學員了解齒輪比特性。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一起回饋社會。

另外LEXUS品牌則提供新車車主個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12月底認證人數已達約5萬4千人，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

目前全國商用車經銷據點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執行到府服務，充份體貼顧客的便利性，另提供搶修車服務以協助車主處理緊急事故，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，2020年共針對333人次實施教育訓練。

			2018	2019	2020
大型商用車售後服務教育訓練成效	梯次	技術類	20	34	20
		管理類	1	1	1
	人數	技術類	331	506	318
		管理類	12	12	15
	經銷商教育訓練投入金額(新台幣元)		1,782,600	2,179,000	1,662,800

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，2020年共舉辦了138場講座，參加人次達1,860人，自2008年開辦起至2020年參與人次累計達13,971人次，近3年參與人次如下：

	2018	2019	2020
省油技巧講座場次	150	156	138
參與人次	1,563	1,386	1,860



支援技能競賽

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。2020年我們持續贊助全國技能競賽及工科技藝競賽，並提供相關技術顧問支援，鼓勵年輕學子投入此產業，協助培育產業人才資源。

2020年第50屆全國技能競賽支援



和泰汽車贊助汽車技術、塗裝職種設備、裁判、技術顧問等支援，並提供鋁圈塗裝相關教育訓練知識。



工科技藝競賽支援

2020年和泰汽車捐贈RAV4實習車予汽車修護職種獲獎學校精進教學使用。

（教育部長 潘文忠頒發感謝狀予和泰汽車教育支援部王惠民經理以表示感謝）

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，和泰配合鈹噴的新教材導入計畫，將鈹噴教育體制書增修，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。

鈹噴教育體制

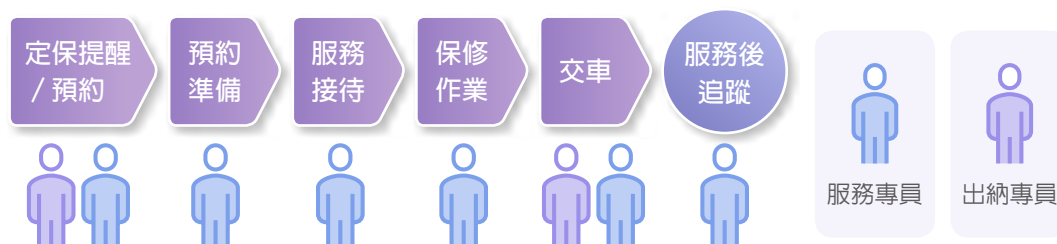


經銷商服務訓練

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



TOYOTA + LEXUS 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)			
	2019(T)	2019(L)	2020(T)	2020(L)	2019(T)	2019(L)	2020(T)	2020(L)
服務專員	1,024	320	756	323	2,339,000	829,750	2,050,000	649,950
一般整備技術員	1,272	680	1,136	688	3,033,000	1,851,850	2,560,000	1,551,750
鈑金技術員	536	256	456	224	1,808,000	2,586,550	1,360,000	908,100
塗裝技術員	616	256	552	232	1,217,000	918,240	1,460,000	1,164,000
合計	3,448	1,512	2,900	1,467	8,397,000	6,186,390	7,430,000	4,273,800

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。

HINO 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)	
	2019	2020	2019	2020
服務專員	16	16	27,600	37,500
一般整備技術員	1,016	720	2,151,400	1,625,300
合計	1,032	736	2,179,000	1,662,800

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，針對銷售顧問亦導入新人實務評鑑，加速新進人員戰力養成，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。

經銷商銷售主管與銷售顧問

對象	2020	2021
所長	● 行動工具管理應用 ● 團隊領導管理 ● 人員激勵技巧	● 儲備所長教育
副所長	● 職能強化課程(領導/服務/銷售/管理力) ● 內部講師教育 ● 儲備副所長教育	● 網路社群與數位工具管理 ● 內部講師訓練 ● 儲備副所長教育
銷售顧問	● 增販車種商品強化教育、話術競賽 ● 國瑞參訪/巡迴教育 ● TOP 100 銷售菁英聯誼會	● 網路社群與數位工具運用教育 ● 話術競賽

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、钣噴中心)已全數通過新版ISO 14001：2015年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。2020年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為3.16X108百萬焦耳。

八大經銷商能資源耗用量

能資源種類	耗用單位	2018	2019	2020
汽油	公升	845,047	920,138	908,641
柴油	公升	813,536	732,460	646,575
重油	公升	0	0	0
潤滑油	公升	64,692	0	0
天然氣	立方米	426,023	562,784	669,241
液化石油氣	公升	16	0	0
電力	度	64,364,245	64,202,834	67,032,909

能資源種類	耗用單位	2018	2019	2020
汽油	十億焦耳	27,590	30,042	29,667
柴油		28,605	25,754	22,734
重油		0	0	0
潤滑油		2,600	0	0
天然氣		14,266	18,846	22,411
液化石油氣		0	0	0
電力		231,711	231,130	241,318

溫室氣體減量

八大經銷商各項能源使用產生的溫室氣體排放量以電力為最大宗，占87%，溫室氣體排放總量較2018年減少211噸。經銷商溫室氣體減量方式包括停止燃燒重油及潤滑油、裝設定時自動控制裝置、汰換老

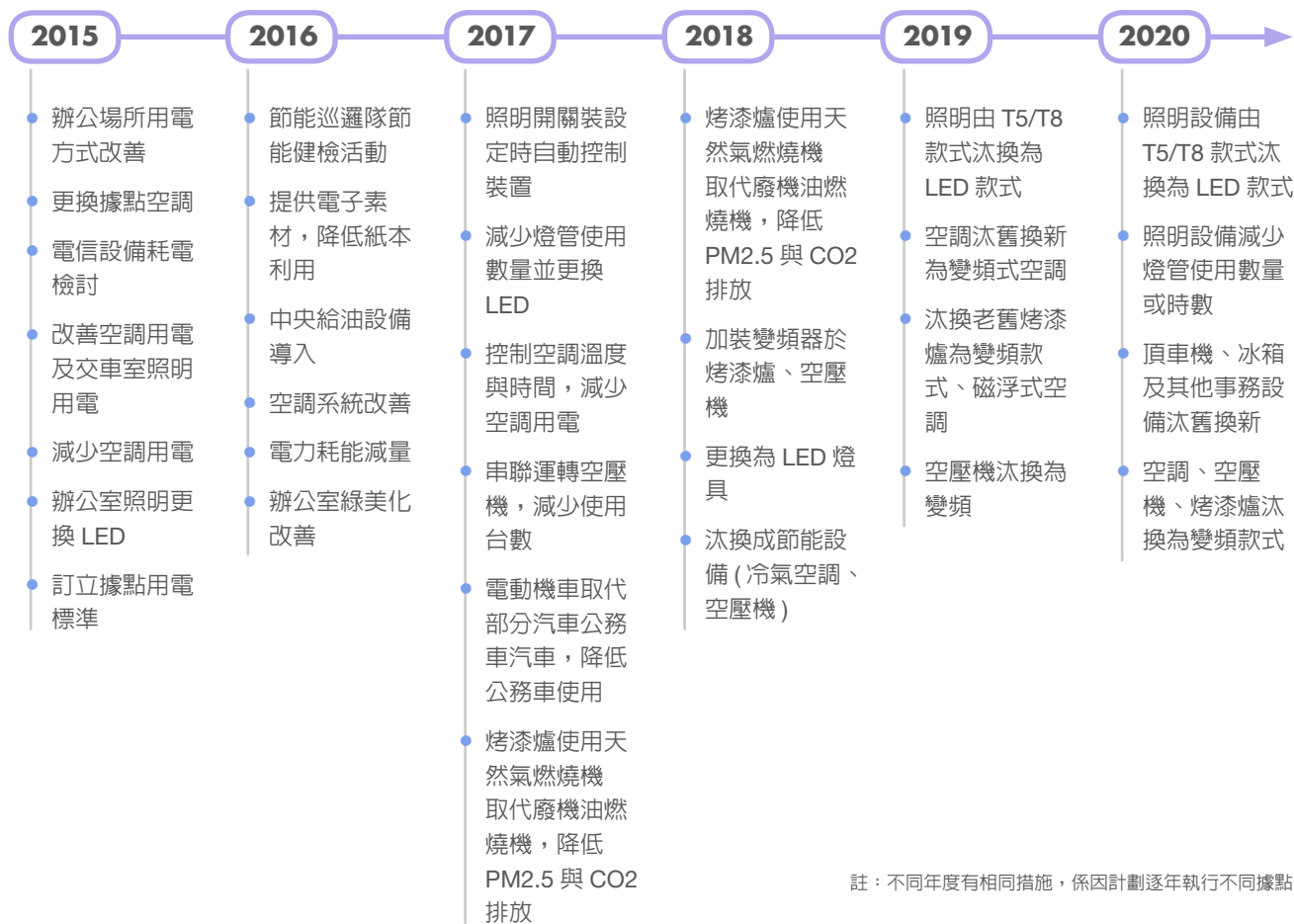
舊烤漆爐、空壓機及冷氣空調設備、烤漆爐及空壓機加裝變頻裝置等，其中停止燃燒重油的政策也使得溫室氣體排放量減少624噸。2020年經銷商於16處據點裝置太陽能發電設備，2020年共產生1,764噸溫室氣體抵減量。

TOYOTA、LEXUS 八大經銷商溫室氣體排放量

能源種類	排放量單位	2018	2019	2020
汽油	公噸二氧化碳當量	1,912	2,082	2,056
柴油		2,120	1,909	1,685
重油		0	0	0
潤滑油		191	0	0
天然氣		801	1,057	1,258
液化石油氣		0.028	0.0	0.0
電力		34,306	32,679	34,120

註 1：範疇二排放為電力使用，係數為 0.533(2018)、0.509(2019-2020) 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。

歷年減量措施



註：不同年度有相同措施，係因計劃逐年執行不同據點

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污染

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%。

八大經銷商空氣污染物排放量

能源種類	單位	2018	2019	2020
氮氧化物	公斤	3,331	3,017	3,050
硫氧化物	公斤	8,002	6,651	5,872

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2.5億元。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，2020年總共回收7,324顆。

八大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。



廢水箱箱及廢溶劑 - 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。



廢鉛蓄電池、廢鉛塊回收 - 再製成大型鉛塊、鉛錠

電池、平衡鉛塊汰換後可重製再生，廢電池的外殼粉碎後可做廢塑膠回收，廢鉛酸液可冶煉再製成鉛塊和鉛錠。TOYOTA及LEXUS服務廠均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。



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。

環保投資

近年環保意識漸趨抬頭，八大經銷商也逐年提高投資各環保項目。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，如鉅噴下地處理設施、汰換為變頻烤漆爐等使環保設備費大幅增加。2020年共支出約6,837萬元，因廢棄物處理費用成本提高，其占比最高，環保設備支出居次，分別為46%及43%。

八大經銷商環保支出金額

項目（新台幣元）	2018		2019		2020	
	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）
ISO 驗證	635,420	1.0	636,407	1.4%	664,925	1.0%
環境教育	313,947	0.5	2,128,771	4.6%	2,137,911	3.1%
環保設備	41,030,666	64.1	15,896,124	34.3%	29,501,813	43.1%
環境規費	2,738,605	4.3	4,008,733	8.6%	4,668,328	6.8%
廢棄物處理	19,340,603	30.2	23,708,141	51.1%	31,399,705	45.9%
合計	64,059,241	100	46,378,176	100.0%	68,372,682	100.0%

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，我們於每年底對常態往來供應商針對產品/服務品質、專業能力、作業時效等項目進行評價，中如有優良事蹟或重大瑕疵者，業務人員應予註記並作為後續評鑑的參考資料。

和泰汽車最主要之供應商為日本原廠公司，餘於2020年針對供應商進行風險評核的家數計48家，約佔所有供應商家數的20%、供應商現場稽核次數為83次。



此外，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，除邀請供應商應重視環境與社會之永續發展，並於合約中要求供應商應配合和泰企業社會責任之相關要求，且若供應商對環境與社會造成負面顯著影響時，將不再予以合作，以提升價值鏈的永續發展能力，期望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及零件進貨金額比例，2020年之在地採購比例為36.66%。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

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「中壢廠」及「觀音廠」兩工廠，年生產量最高達20萬台/年，在台生產已逾36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57.5萬台，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。

國瑞汽車 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：



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，2015年中壢廠事務大樓獲得鑽石級綠建築認證，並於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，未來將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CO2零排放的願景目標，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，針對協力廠商部分，2020年輔導26家廠商，業外輔導部分，累計輔導32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。

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，20年來，已累計頒發獎學金給



2,344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。





04

誠信經營

Corporate Governance



100%

功能性委員會出席率



2席

女性董事2席，落實
董事會性別多元化



25.36元

每股盈餘近五年新高



100%

年度遵法指南教育訓練
涵蓋率

成立迄今已74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，持續穩健成長與擴張，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。2020年已召開8次董事會，董事平均出席率達到97.3%；董事會重要決議情形請參見和泰汽車官網/投資人關係專區。

4.1.1 董事成員多元化

為有效發揮董事會效能並提升董事會決策品質，和泰汽車於其「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。2020年共有14位董事，包含3位獨立董事，占比為21%，具員工身份董事2位，占比為14%。女性董事2位，佔比為14%。50歲(含)以下董事有2位，51~65歲董事有5位，66歲(含)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2020年度年報第20至第63頁。

4.1.2 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」，另為了有效整合ESG各項業務及資源使提升公司治理效率，2018年自發性成立「企業社會責任委員會」。2020年審計委員會召開5次會議，薪資報酬委員會召開4次會議，企業社會責任委員會召開2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。

企業社會責任委員會

- 主席** ● 黃文瑞
- 成員** ● 蘇晶、蘇錦夥、吳師豪
- 主要職掌** ●
- 一、企業社會責任實施成效之檢討及建議。
 - 二、規劃企業社會責任方向及年度執行計畫與進度。

4.1.3 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。

本公司每年定期就董事會及個別董事進行績效評估，2020年董事會及個別董事績效評估結果皆為優良。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，並針對決策效能構面、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。

4.1.4 董事會及高階經理人薪酬政策

公司於2018年於董事會下設置CSR委員會，為具體落實與監督和泰汽車的經濟、環境和社會之作為與績效，委員會下設立三大事務局，分別為「環境保護」、「社會公益」及「公司治理」。主要負責擬定各項CSR專案方針與執行，並於7月進行方針檢討及12月由各事務局說明執行結果及次年度執行重點計劃。最終統籌各事務局績效成果提報至董事會。故績效考核除參考業務上績效達成率，而給不同的考績級數，亦參考公司整體的營運績效、產業未來經營風險及發展趨勢，並隨時視實際經營狀況及相關法令適時檢討酬金制度，以謀公司永續經營與風險控管之平衡。

4.1.5 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。

董事會 利益迴避程序理



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。

有關最高置理單位於其它董事會任職、交叉持股狀況、具控制力股東的存在等，請參考2020年報 P.20~P.31

和泰汽車股份有限公司 公司治理實務守則



董事會議事規範



內部重大資訊 處理作業程序



為建立本公司良好之內部重大資訊處理及揭露機制，避免資訊不當洩漏，並確保本公司對外界發表資訊之一致性與正確性，特制定「內部重大資訊處理作業程序」。

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。

內部重大資訊 處理作業程序



反賄賂 誠信經營守則



反賄賂誠信 經營守則



和泰汽車反賄賂誠信經營守則係遵循「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。

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。

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。

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。

反賄賂誠信經營作業 程序及行為指南



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，我們設

有網路及實體

的違反反賄賂誠

信經營行為舉報信

箱，舉報人得以具名

方式舉報，並承諾不對舉報

人有任何不利處分，以保障舉報

人的工作權益並鼓勵誠信透明的

治理文化。相關舉報案件多為客

訴相關案件，皆已轉送集團各擔當

單位對應。



舉報案件統計	2018	2019	2020
舉報件數	13	9	7
成案件數	0	0	0
處理情形	舉報案件多為客訴相關案件，皆已進行相關對應		

而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。2020年末發生經確認的貪腐事件。

			2018	2019	2020
誠信經營訓練	全員年度遵法指南教育訓練	參與人數	406	551	556
		訓練涵蓋率	100%	100%	100%
	新進員工反賄賂教育訓練	參與人數	21	18	26
		訓練涵蓋率	100%	100%	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2020年3月11日上線供內部教育宣導播放，使集團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，刺激集團人員觀賞及發表感想，使影片宣導更加確實，累計5,666人次觀看、1,107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。透過實體講座課程，邀請各經銷商法務擔當擔任種子講師，無法參與實體課程的人員則施以線上課程與課後測驗，確實展現集團對於違法行為絕不姑息的決心。

線上課程實績

參與人次	2,638人
涵蓋率	100%

●法務室直播

為提升法律課程趣味性，同時提供經銷商一線同仁全面、即時與法務互動機會，法務室於2020年起舉辦法務室直播(每季一場)，希能不受空間限制，更貼近一線實務、消弭觀念差異隔閡。



2020年法務室直播實績合計：10,694參與人次

場次	春季場	夏季場	秋季場	冬季場
時間	3/20	6/5	9/17	12/22
參與人次	2,962	3,210	2,611	2,611

實體課程實績

目標開課數	60場
實際開課數為	77場：涵蓋八大經銷商；辦理場次達成率為128%
實際參與人數	2,530人

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。2020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，皆即時公開各項議案表決情形。

資訊揭露管道

設置發言人
及代理發言人

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

投資人關係網頁

- 提供投資人即時查詢、下載公司財報、年報及各項主要財務資訊、法說會或股東會等訊息。
- 定期並指定專人負責公司資訊之蒐集與揭露。

法人說明會 /
法人座談會

- 每季召開法人說明會。
- 不定期或視需要召開法人座談會。



利害關係人專區

針對員工、消費者、供應商、社區或其他利害關係人，提供暢通之溝通管道。



4.4 風險管理

4.4.1 風險管理流程

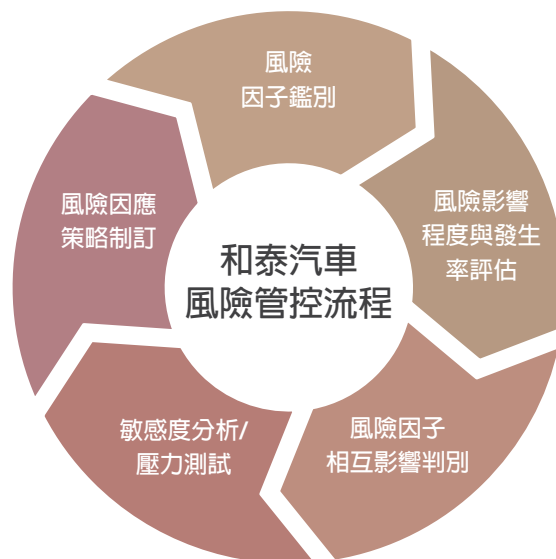
和泰汽車對各面向之風險管理極為重視，除各部門均謹慎辨識可能存在之風險，研判風險影響程度及發生頻率，並須掌握跨部門與風險之間的相互影響外，財務部門則依照董事會核准之政策執行，並針對利率與匯率波動、通膨或通縮變化等財務或有風險，進行長期的研究、評估、防範及規避作業。

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

4.4.2 產業相關的風險與機會

2020年雖然新冠肺炎疫情影響全球經濟走向，不過台灣因疫情穩定控制、振興方案發揮成效，且對外貿易出口持續暢旺，經濟成長動能仍舊穩健，全年

經濟成長率為3.11%，較2019年經濟成長率2.71%上升0.4個百分點。2020年台灣汽車總市場在「貨物稅汰舊換新補助」屆臨申請截止日期、刺激出大量汽車換購需求，以及在多款國產新車挹注下，全年總市場登錄台數達457,435輛，去年比104%，睽違15年再次達到45萬台以上的車市規模。



小型車市場佔有率

年份	2018			2019			2020		
項目	台數	佔有率	排名	台數	佔有率	排名	台數	佔有率	排名
TOYOTA & LEXUS小型車	120,765	27.8%	1	141,890	32.3%	1	146,194	32.0%	1
總市場	435,131	-	-	439,834	-	-	457,435	-	-

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），2021年政策持續推動，換購需求仍將持續
- 2 台灣地區疫情穩定帶動經濟成長，多款新車上市

不利因素

- 1 汽車市場復甦力道強勁，各國皆上修販賣計劃，導致零件供應不足，其中以車用IC供應最為嚴峻
- 2 新型冠狀病毒疫情於國際間不確定仍存在，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 各MaaS(Mobility as a Service)、共享經濟(Car sharing)與自動駕駛車是各大車廠持續著力發展領域，將挑戰傳統汽車產業之競爭局面

因應策略

1 商品多元化

- 建構縝密的產品戰略，持續強化產品競爭力；促成重大法令修訂，有效活絡汽車產業；將導入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；爭取更多潛力產品導入；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(與國瑞合作現地開發，強化產品戰力，開發年輕客源)
- 強化用品及車聯網競爭力(偕同車美仕，提升車聯網主機裝著率)；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(持續擴大網路媒體預算，提高數位行銷費用佔比、利用名人及網紅合作，無縫傳達車款及品牌優勢)
- 深化社群經營提升品牌認同(擴大主要社群媒體會員數，達成114萬會員數(vs.'19年增加11萬)；匯集趣味創意，深度溝通品牌在安全、駕馭樂趣、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，炒熱社群話題)

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

精準行銷升級創意行銷(擴大數據收集管道，提升CR車主線上行為追蹤數；擴大異業合作、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(線上體驗優化；優質五星據點認證制度；顧客體驗升級；試乘體驗多元化)
- 有感用車(車聯網全面進化：導入導航拋轉、訊息推播(使用報告/節能駕駛建議等)，讓車主充分掌握愛車狀況)；CR有感回饋；顧客資料整建工程

註：詳見和泰汽車2020年度年報第92至第105頁

LEXUS

有利因素

- 1 競爭者積極提升商品豪華度，並持續擴展商品陣容，企圖在高級車市場中擴大優勢地位
- 2 新能源車銷售仍持續起飛，取代燃油車腳步不停歇，刺激傳統車廠加速轉型，紛紛加入戰局

不利因素

- 1 國內疫情穩定控制，加上汰舊換新補助政策延續，國旅需求持續帶動休旅車市場買氣熱絡
- 2 在智能科技及5G網路演進下，自駕(Autonomous)、聯網(Connected)與共享(Shared)將改變消費者與車輛互動的方式，策略結盟及開放平台的新商業模式因應而生，衍生出各種想像以及商機

因應策略

- 1 回歸屬於LEXUS的高質感駕馭與科技本質
 - 導入全新改款旗艦車型LS，成就品牌追求卓越的職人工藝
 - 導入旗艦GT跑車LC Limited Edition，展現品牌發展先進動力、智能駕馭的核心理念
- 2 持續強化SUV商品競爭力，確保LSUV級距之領先地位
- 3 導入可持續強化、升級的LEXUS LINK行動服務平台，打造全新的駕駛服務與AI使用者體驗
- 4 開創營運新模式-多元化擴大CPO版圖，開創CPO彈性租借方案(如訂閱式服務、MaaS車隊租借)，擴大販賣客群

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4200億預算，實施「前瞻基礎建設計畫」，推動多項工程建設，營運用大貨車需求提升
- 3 環保署大型柴油車汰舊換新補助，加碼補助金之效期延長至2021年底
- 4 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 對應2021年即將實施之六期排放及新安全法規，車廠反映成本售價提升
- 2 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

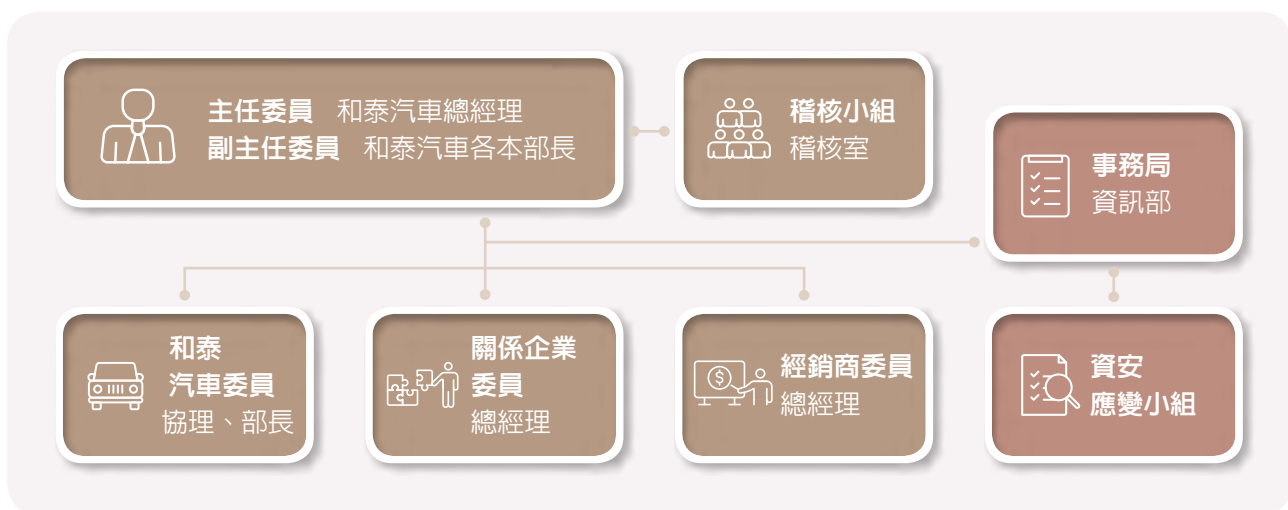
- 1 藉由最適化訂貨，備足具價格競爭力之五期車產品
- 2 持續導入新商品，建構更完整商品系列；藉由優勢售後服務體系，鞏固既有顧客並開拓商機
- 3 推展車載資通訊新系統，加速導入物流大型管理架構
- 4 活用TOYOTA Hiace/Granvia優勢，切入特裝車市場，擴大販賣商機

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，34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」，由總經理擔任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



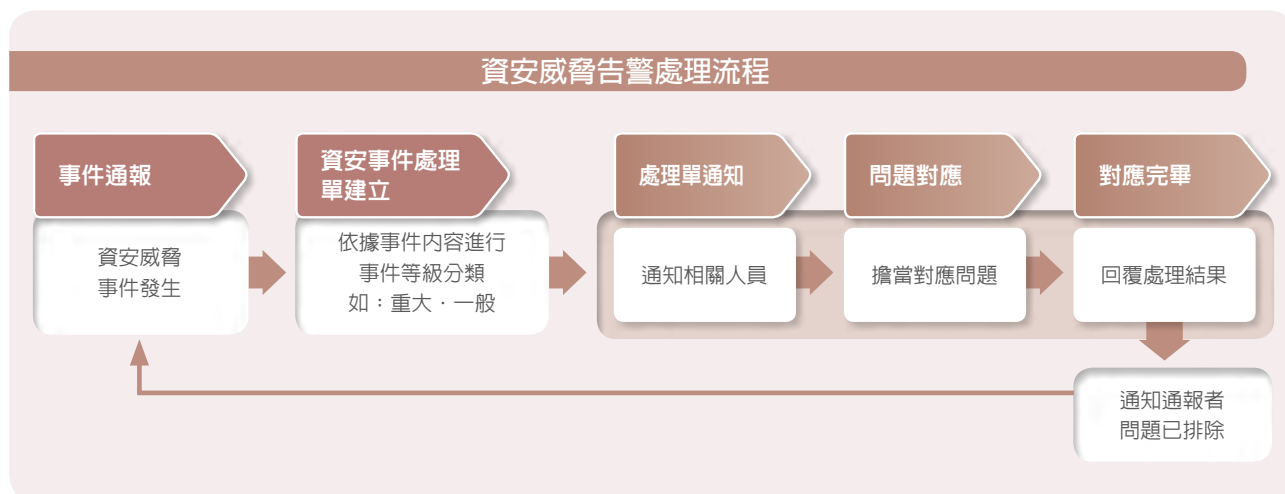
4.5.1 資訊安全管理制度

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，成為台灣汽車業界首家上、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。事務局透過召開定例會議，針對新科技之導入或新資訊與通訊系統專案，評估可能之資訊安全衝擊，以確保資訊的機密性（Confidentiality）、完整性（Integrity）、可用性（Availability）；同時檢討、處理並報告資訊安全及個資侵害事件與相關威脅，透過以上機制達到資訊服務風險評估及個人資料保護要求，做好全面的資安防護準備。

有鑑於近年惡意郵件攻擊事件猖獗，為避免遭惡意

郵件侵害，集團建立通報及對應機制。除定期教育及演練，強化同仁對惡意郵件的警覺性，並建置進階電子郵件安全防護系統(APT)，應用全球威脅情資、智能分析郵件，「事前主動阻擋」惡意郵件寄至公司內部。為確保資安管理的有效性，持續以PDCA做法不斷精進資安風險管理作業，透過每年資訊安全風險評鑑作業，確保資安控管其有效性及適當性，從各項可能的威脅與弱點組合中，分析出可能面臨的風險並加以改善，持續管控將資安風險降到最低。

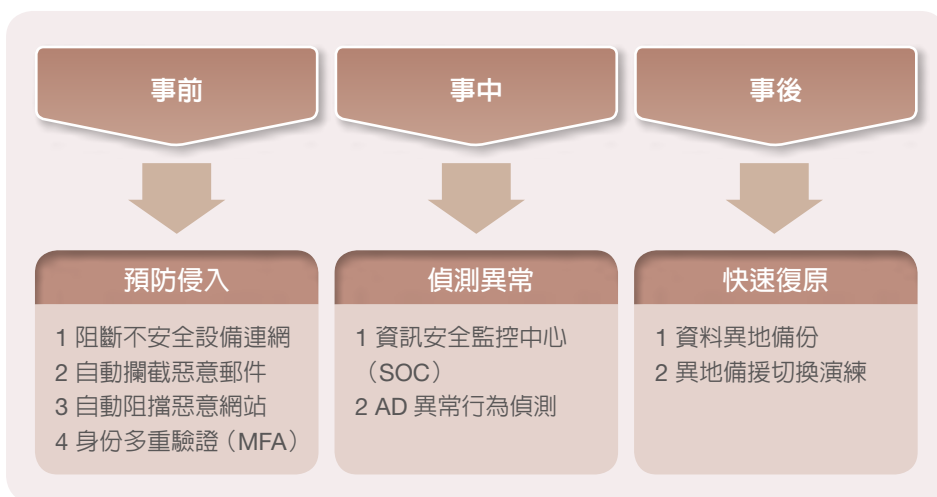
當同仁如發現或經通報疑似資安（含個資）事件，應於第一時間通知相關單位並研判事件嚴重等級，如為重大資安事件，通知高階主管及記錄事故，因應對策。對應權責單位會於通報問題排除後通知通報者相關結果，並進行根因分析以降低未來事故重複發生之機率。



2020年資訊技術安全管理措施

面對各種外部的資訊安全威脅與網路攻擊，重新定義資訊安全風險管理措施。2020年採取資安零信任的防護思維，強化資訊安全偵測與防禦機制，依據駭客入侵手法，以事前－預防侵入、事中－偵測異常、事後－快速復原等三大主軸進行規劃，例

如：阻擋不安全個人電腦(如：防毒、安全性未更新)連入集團網路，員工使用內部網路一律要通過安全驗證才能連線，並攔截集團員工連結至惡意網站，防止威脅入侵集團內部；建立資安戰情中心，即時掌控資安防護狀態(如：惡意威脅事件示警)；強化集團行動裝置(手機及平板)防護管理機制，IT服務導入雙因素驗證(MFA)，使身份認證的安全防護更為堅固。每年投入大量資源全面強化資安防禦設備、改善資安管理機制與強化同仁資安教育，從技術面到管理面整體落實，以確保資安防護系統有效性運作。



資安宣導

防護系統並非萬能，鑒於駭客攻擊手法不斷更新，因此在資安意識的提升上，和泰汽車透過多元化形式的教育訓練及溝通宣導，持續深化每位同仁的資安意識。例如：公司每一位新進員工需接受2小時的資安教育訓練與測驗，以減少因不清楚資安規定誤引發資安事件或外洩機敏資料；針對全體同仁每年除接受資安教育外，同時會定期收到資安電子報，藉由資安時事新聞與新知分享，宣導並傳達和泰汽車最新的資安規定及注意事項，讓員工深知資安風險及防護的重要性。

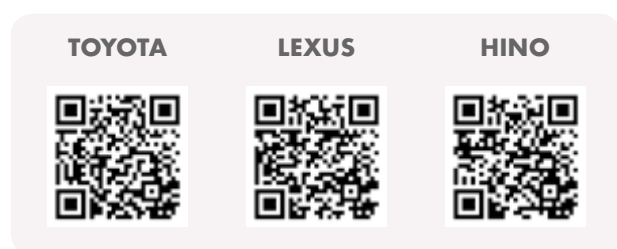
4.5.2 顧客資料保護

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。

符合法令規範

為保障顧客線上隱私，遵循台灣「個人資料保護法」在個人資料之蒐集、處理或利用之規範，和泰汽車頒發「個人資料檔案蒐集、處理與利用管理辦法」供相關單位遵循。此外，遵循法令要求，在官方網站上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。



落實控管與教育

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。

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，至2020年並無違反個資法之案例，且無遺失客戶資料或洩漏客戶資料等投訴。

其他隱私保護做法

據點一線同仁近年來大量運用行動裝置(手機、iPad)及APP在銷售活動以及售後維修等業務，為確保行動裝置上應用的安全性，避免行動裝置使用、遺失等行為，造成企業資料外洩所帶來的風險，導入新一代行動裝置管控系統。透過上述的系統，納管iOS及Android等作業系統的行動裝置，避免資訊設備遭外部使用者不當利用或駭客攻擊導致資料外洩，以落實企業個資防護。

個資教育訓練

	2018	2019	2020	2021
人數(人)	474	497	473	---
涵蓋率(%)	100	100	100	100

註：上述表格，教育人數為有配備電腦之員工數

侵犯客戶隱私或洩漏客戶資料的投訴數量

年度	資訊洩漏件數(件)	個資佔資訊洩漏件數的百分比(%)	因資訊洩露致受影響的客戶數量(筆)
2020	0	0%	0

新一代行動裝置管控系統

防護重點



強化資料保護

隨時掌握
裝置狀態

限縮只能下載
企業 APP



提升裝置安全

行動裝置管控系統



4.6 財務績效

年度	2020	2019	2018	單位
營業收入	136,052,443	126,892,633	109,034,011	仟元
營業毛利	12,096,532	10,737,805	9,571,323	仟元
營業利益	8,228,028	6,889,079	6,124,435	仟元
營業外收入及支出	7,973,590	6,848,237	5,808,161	仟元
稅前淨利	16,201,618	13,737,316	11,932,596	仟元
所得稅費用 (利益)	2,352,748	1,968,501	1,907,061	仟元
資產總額	83,719,774	76,469,958	66,132,309	仟元
資本額	5,461,792	5,461,792	5,461,792	仟元
員工平均營業額	246,026	230,295	200,430	仟元
年底總員工數	553	551	544	人
每股市價 (平均)	643	456.02	277.61	元
營業費用 + 營業成本	127,907,621	119,890,558	102,927,933	仟元
每股盈餘	25.36	21.55	18.36	元
薪資總額	1,945,833	1,726,363	1,572,033	仟元
員工福利費用 (扣除薪資費用及退休金)	172,767	163,176	149,370	仟元
退休金總額	28,401	27,704	27,189	仟元
負債比	21.8	23.4	25.40	百分比

註 1：以上數據為和泰汽車個體財務數據。

註 2：負債比：負債占資產比率



05 環境 Environment



93.7%

使用再生零件-
動力轉向機泵浦比率



79.9%

使用再生零件-
冷氣壓縮機比率



44.7噸

回收包裝材碳排量



超過16萬度

回廠保修不洗車，累計
至2020年節約水量

5.1 氣候變遷管理

TCFD架構採用

豐田在短期至長期的策略和行動計劃（包括《豐田2050年環境挑戰》和《豐田環境行動計劃》）中表示，透過環境重大性分析確定的關鍵議題。豐田也在最近制定2025年目標時，對環境重大性議題進行了審查。此外，豐田也和六個地區（北美、歐洲、中國、亞洲、南美和南非）在一個整合思維的過程中，從全球和地區角度體現了這些目標。為了落實「豐田2050年環境挑戰」，豐田設定短程目標2025年下降15%（和泰挑戰下降18%）及中程目標2030年下降32%（和泰挑戰下降33%）。

身為豐田全球代理商之和泰，也一直在不斷關注公眾的意見和市場趨勢，並考慮應關注哪些環境問題，並以新的思想和技術來應對，以期解決未來的問題。但是，仍有許多全球環境問題需要更大的努

力，包括氣候變遷、水資源短缺、資源枯竭和生物多樣性喪失。和泰已逐漸體認到，未來傳統汽車產業在氣候變遷議題的趨勢下，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，包括燃油車的禁售、能源效率法規、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，依業務範疇屬同事務局，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，提出建議或看法。
- 和泰汽車成立環境委員會，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

- 氣候變遷風險與機會之短、中、長期分別為1年、1-3年與3-5年。
- 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。



風險管理

- 針對所鑑別出之轉型與實體風險，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。



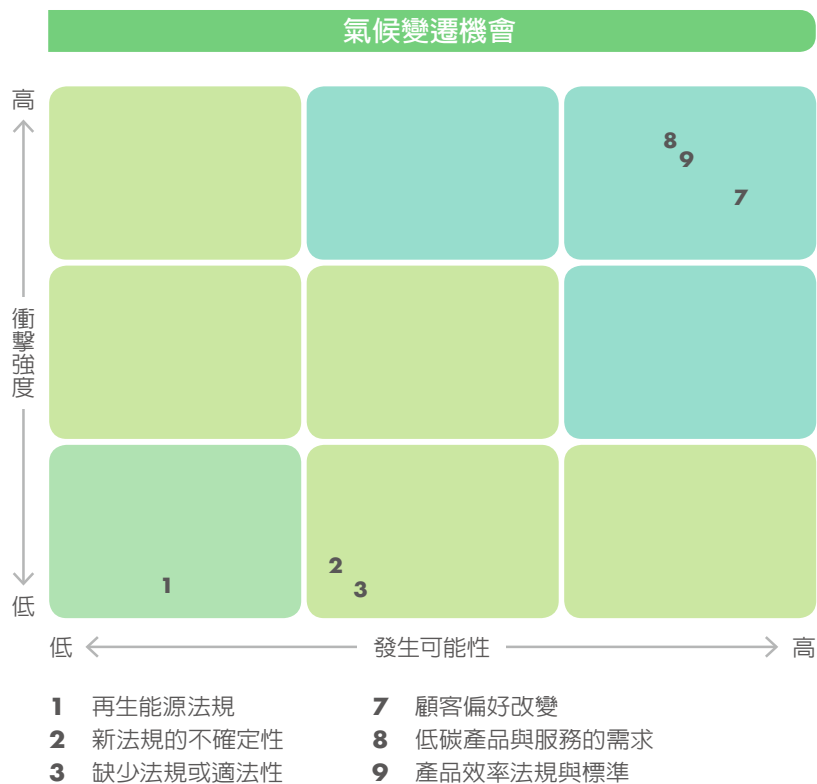
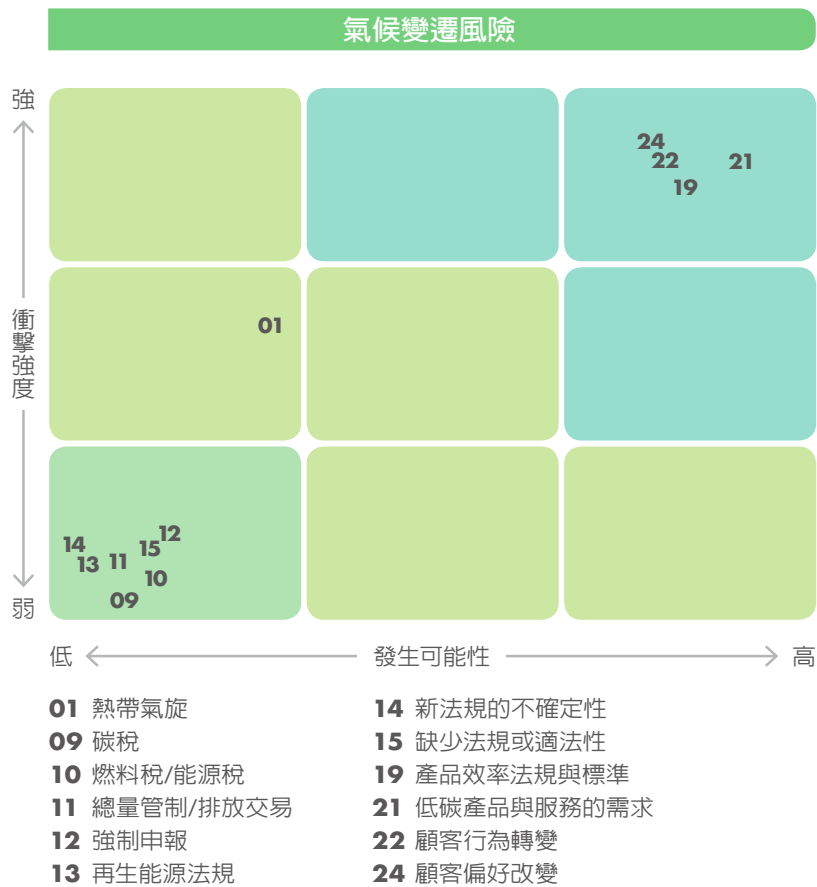
指標與目標

- 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。

5.1.2 重大風險鑑別結果與因應

氣候危機可能同時帶來業務風險和機遇。因此，在制定氣候策略時，必須從風險和機會的角度確定關鍵問題。為了把握潛在的風險和機會，和泰從與環境相關性和對業務重要性的角度出發，確定並評估了氣候變遷的威脅。和泰致力於辨識環境問題帶來的各種風險和機遇，在不斷確認策略有效性的同時採取行動，並精實地提高永續效益。在這些努力中，我們認為在各個領域都必須加強以應對氣候變遷並採用新技術。隨著氣候變遷的推進，可預期溫度將升高、海平面將上升，包括颱風、乾旱和洪水在內的自然災害將變得更加嚴重。這些變化可能會對汽車的業務領域產生各種影響。但是我們的認知是，如果我們能夠做出適當的回應，將可以增強競爭力並獲得新商機。基於這種理解，我們將在這些改變下採取具體行動，為實現永續發展社會做出貢獻。

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。



氣候變遷風險之衝擊與管理

風險等級	風險說明	發生位置	發生時間	衝擊	管理作法
高	低碳產品與服務的需求	下游客戶	中期	隨著環保意識抬頭，舊世代車款於性能、環保表現層面無法滿足市場需求。	隨時掌握市場需求變化、顧客行為與偏好之轉變，向母廠爭取導入更多低耗能、低碳排放車款。
	顧客偏好改變			隨著永續意識抬頭，顧客於購買車輛時將更加考量低耗能或低碳排車款。	
	顧客行為轉變			隨著永續意識抬頭，顧客於購買車輛時，將開始對燃油車種產生排斥。	
	產品效率法規與標準	上游供應商		若未能符合法規之規範標準，車輛將無法販賣。	掌握法規動向，依情況與母廠溝通，以期能導入符合規範之商品。
中	熱帶氣旋	上游供應商 公司自身	短期	極端的氣候和天災可能造成公司資產及財務損失，如房屋倒塌、車輛損失、淹水等等以外；在人員方面，亦可能造成員工人身傷害、或人員無法上班，進而影響公司人力的配置。	1.掌握颱風動向，確保防颱工作落實執行。 2.掌握風災對於商品運送、公司人員及資產所造成的影響，必要時進行慰問及修繕重建。 3.依管理機關規範處理

氣候變遷機會之衝擊與管理

機會等級	機會說明	發生位置	發生時間	衝擊	管理作法
高	低碳產品或服務	下游客戶	短期	隨著更嚴苛的油耗標準，需提供更多低碳排放量的節能或新能源車款。	向母廠爭取導入更多低碳排放量的節能或新能源車款。
	顧客行為轉變			隨著環保意識抬頭，顧客於購買車輛時將更加考量節能或新能源車款。	隨時掌握顧客行為與偏好之轉變，向母廠爭取導入更多低碳排放量的節能或新能源車款。
	政策獎勵	公司自身		符合政府補助條件之油電及純電動車款可享有貨物稅減免優惠，並進而降低車價，增加產品銷售。	向母廠爭取導入符合政府貨物稅減免優惠條件之油電或純電動車款。

5.2 綠色營運

5.2.1 能資源管理

和泰汽車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。2020年的年能源總耗用量為13,109十億焦耳，包含汽油(2,097 GJ)、柴油(195 GJ)、天然氣(666GJ)、液化石油氣(112 GJ)與電力(10,039 GJ)五大類。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。

在地區的分布上，新莊園區為教育訓練及會議的主要地點，2020年約有2.3萬的活動人次，並設有學員專用的宿舍、餐廳。楊梅園區為和泰的物流中心，主倉庫供應全台灣維修零件需求，因應逐漸成長的零件需求業務，園區內實際工作人員包含外包廠商；另園區內有員工宿舍，因此在能資源的耗用強度上，電力與水的人均用量都是呈現最高的。

能源種類	耗用單位	耗用區域	2018	2019	2020
 汽油	公升	總公司	49,837	47,608	49,241
		新莊	11,724	12,091	11,969
		楊梅	3,096	2,803	3,017
	合計		64,657	62,502	64,227
	十億焦耳	總公司	1,627	1,554	1,608
		新莊	383	395	391
		楊梅	101	92	99
	合計		2,111	2,041	2,098
 柴油	公升	總公司	0	0	0
		新莊	60	60	60
		楊梅	5,238	5,450	5,499
	合計		5,298	5,510	5,559
	十億焦耳	總公司	0	0	0
		新莊	2	2	2
		楊梅	184	192	193
	合計		186	194	195
 天然氣	立方米	總公司	0	0	0
		新莊	22,905	22,224	19,887
		楊梅	0	0	0
	合計		22,905	22,224	19,887
	十億焦耳	總公司	0	0	0
		新莊	767	744	666
		楊梅	0	0	0
	合計		767	744	666

能源種類	耗用單位	耗用區域	2018	2019	2020
 液化石油氣	公升	總公司	0	0	0
		新莊	0	0	0
		楊梅	2,590	3,011	4,023
	合計		2,590	3,011	4,023
	十億焦耳	總公司	0	0	0
		新莊	0	0	0
		楊梅	64	84	112
	合計		64	84	112
 外購電力	度	總公司	758,707	780,332	798,457
		新莊	686,453	689,364	638,996
		楊梅	1,382,183	1,290,034	1,351,265
	合計		2,827,343	2,759,730	2,788,718
	十億焦耳	總公司	2,731	2,809	2,874
		新莊	2,471	2,482	2,300
		楊梅	4,976	4,644	4,865
	合計		10,178	9,935	10,039
 水	百萬公升	總公司	6,115	7,225	6,825
		新莊	4,701	4,764	5,340
		楊梅	16,017	10,358	7,582
	合計		26,833	22,347	19,747

能源種類	強度單位	耗用區域	2018		2019		2020	
			人數	強度	人數	強度	人數	強度
 汽油	公升 / 每人	總公司	379	131	381	125	385	128
		新莊	90	130	93	130	91	132
		楊梅	75	41	77	36	77	39
	平均		544	119	551	113	553	116
 電力	度 / 每人	總公司	379	2,002	381	2,048	385	2,074
		新莊	90	7,627	93	7,413	91	7,022
		楊梅	75	18,429	77	16,754	77	17,549
	平均		544	5,197	551	5,009	553	5,043
 水	公噸 / 每人	總公司	379	16	381	19	385	18
		新莊	90	52	93	51	91	59
		楊梅	75	214	77	135	77	98
	平均		544	49	551	41	553	36

能資源的節約成效方面，節油的部分來自於油電混合車取代全汽油引擎之車種，自2013年開始取代後，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2020年執行飲水機設置定時開關、訓練場地空調

汰舊換新等節電措施，預估每年有55,776度的節電效益(1.32×10^5 MJ)。

總公司與兩處園區歷年持續進行電力的減量方案與多項的節水計畫，在能源成本的減少上，主要仍來自於節電，近三年總節電金額為新台幣473,021元。

能源種類	單位	區域	2018	2019	2020
 汽柴油	公升	總公司	9,000	-	-
		新莊	-	-	-
		楊梅	-	-	-
	合計		9,000		
 電力	度	總公司	-	921	3,175
		新莊	28,995	36,716	55,776
		楊梅	11,491	-	-
	合計		40,486	37,637	58,951
 水	百萬公升	總公司	-	-	400
		新莊	-	-	31
		楊梅	-	4,045	-
	合計			4,045	431

能源種類	節省區域	2018		2019		2020	
		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	-	-	3.58	3,297	3.65	11,589
	新莊	3.55	102,932	3.54	129,975	3.42	190,754
	楊梅	3.00	34,474	-	-	-	-
	合計	3.28	137,406	3.54	133,272	3.54	202,343
 水	總公司	-	-	-	-	14.62	5,848
	新莊	-	-	-	-	-	-
	楊梅	-	-	12.9	52,180	13	403
	合計		-	12.9	52,180	13.81	6,251

註 1：以上節約量乃以每年新實施

註 2：“-”表示此能源項目該年度無執行節約措施

5.2.2 溫室氣體減量

2020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，為溫室氣體排放的主要來源，範疇一的排放量在近3年則呈現穩定趨勢。不論是範疇一或二的排放量，於近3年的變化量最高僅近6%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，未因公司的規模成長而有顯著的升高。從平均排放強度的持續降低趨勢的來看，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		
			2018	2019	2020
範疇一 ²	公噸二氧化碳當量	總公司	112.8	107.7	111.4
		新莊	69.7	69.3	64.6
		楊梅	24.7	25.8	28.2
合計			207.2	202.8	204.2
範疇二 ³	公噸二氧化碳當量	總公司	404.4	397.2	406.4
		新莊	365.9	350.9	325.2
		楊梅	736.7	656.6	687.8
合計			1,507.0	1,404.7	1,419.4

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 0.533(2018)、0.509(2019-2020) 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 6.0.4 版，GWP 值為 IPCC AR4。

範疇別	強度單位	區域	2018		2019		2020	
			人數	強度	人數	強度	人數	強度
一 + 二	公噸二氧化碳當量 / 每人	總公司	379	1.36	381	1.33	385	1.35
		新莊	90	4.84	93	4.52	91	4.28
		楊梅	75	10.15	77	8.86	77	9.30
平均			544	3.15	551	2.92	553	2.94

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 6.0.4 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 0.533(2018)、0.509(2019-2020) 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合約 (正職、約聘) 及聘雇 (全職) 員工，不含各地區內固定工作之承攬商。

註 5：楊梅為零件倉庫，工作區域內含外包人員，實際工作人數較合約及聘雇員工多。

歷年減量作為與預估減量成效

推行區域	2018	2019	2020
總公司	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)	• 更換節能 LED 燈泡 (1.6 噸 / 年) • 總公司用水低減 (0.4 噸)
新莊	• 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)	• 訓練場地空調汰換 (27 噸 / 年) • 飲水機設置 2 台定時開關裝置 (1.2 噸 / 年)
楊梅	• 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)	• 宿舍空調裝置節電設施 (4.3 噸 / 年) • 持續推動包材回收作業 (44.7 噸 / 年)
合計每年溫室氣體減量 (噸)	101.7	74	79.2

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

5.2.3 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

廢棄物類別	產生區域	2018	2019	2020
一般	總公司	47.4	48.0	43.2
	新莊	6.5	4.6	4.6
	楊梅	31.5	18.4	19.5
合計 (噸)		85.4	71	67.3

資源回收量

回收類別	回收區域	2018	2019	2020
紙類、鐵鋁罐、塑膠	總公司	15.6	16	15.5
	新莊	7.4	5.1	2.8
國內包材	楊梅	49	50.7	53.0
進口紙箱		172.0	169.6	132.0
合計（噸）		244.0	241.4	203.3

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。

5.2.4 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2020年有82位司機接受訓練，訓練總時數為656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。

為確保拖車載運效能，每月除了監控達成率(實際拖運台數/目標拖運台數)，確保如期完成拖運以外，也監控拖車裝載台數，使平均每趟拖運可達7台以上，確保拖運效率。

2020年更完成「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。



車輛運輸排放減量成果

項目	減量對策	2018	2019	2020	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%	達成率 100% (實際拖運台數 / 目標拖運台數)
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	33.76	34.4	33.63	低於 35 公斤 / 台

5.3 環保理念

5.3.1 永續政策

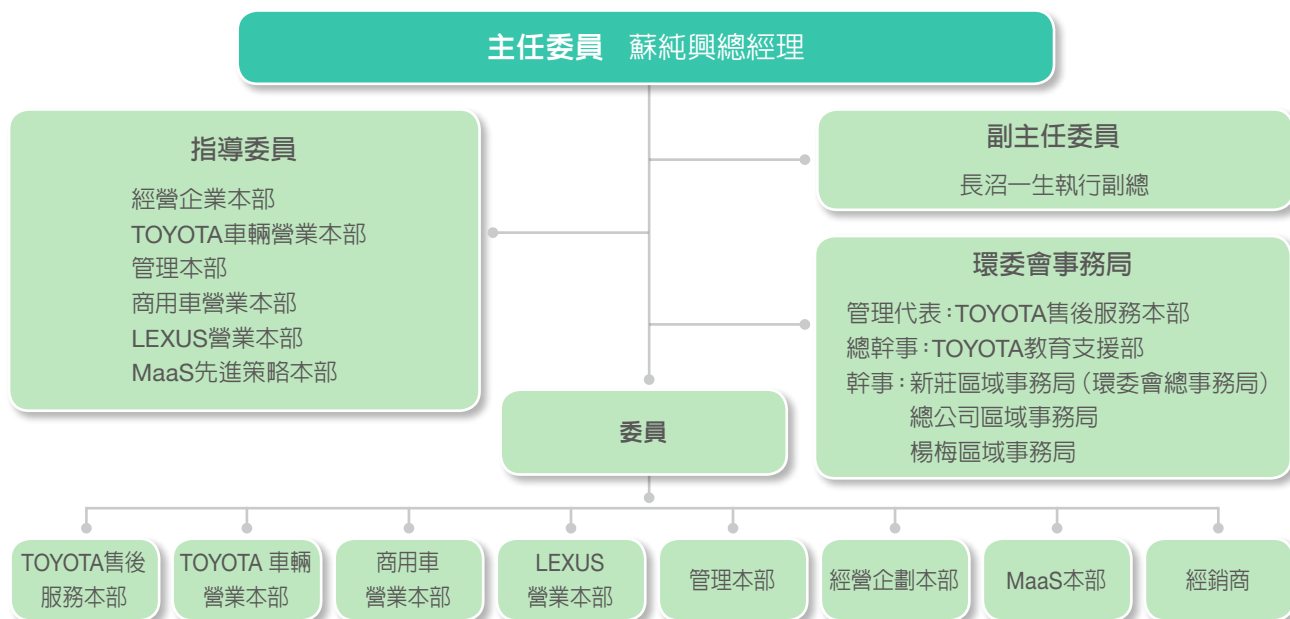
日本豐田汽車之「地球環境憲章」(Toyota Earth Charter)是和泰汽車環保理念的最高依循原則，該憲章將環境保護與社會和諧，融入營運的核心，和泰汽車亦進行中、長期規劃，以逐步邁向保護地球環境的最終目標。

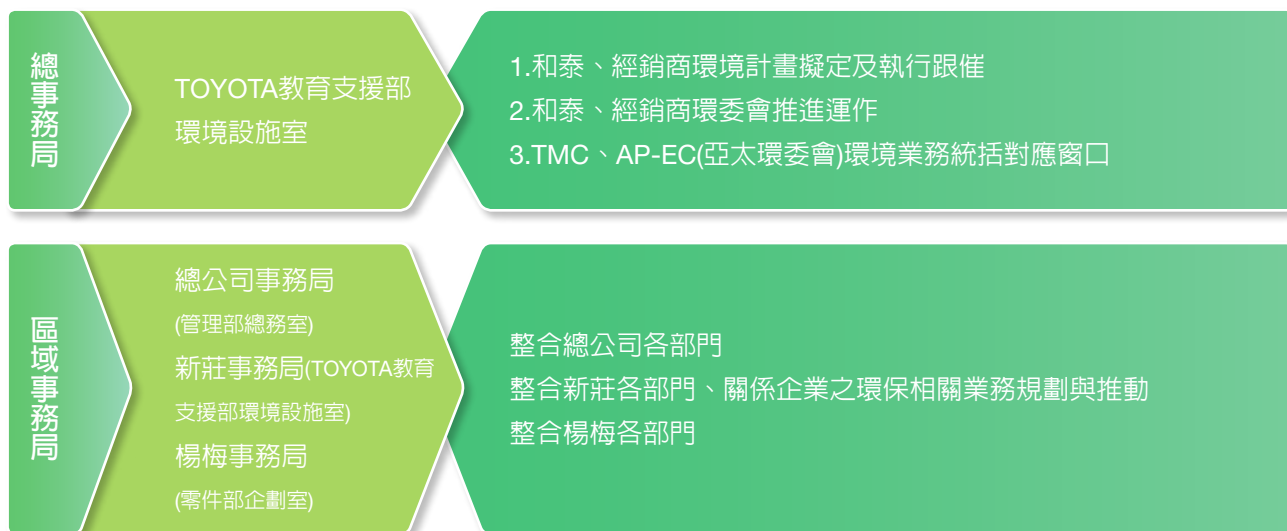
和泰汽車以實現「低碳與循環型社會」為願景，在車輛生命週期的各個階段，從開發設計、採購、生產、物流、銷售、使用、減少浪費和回收利

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。

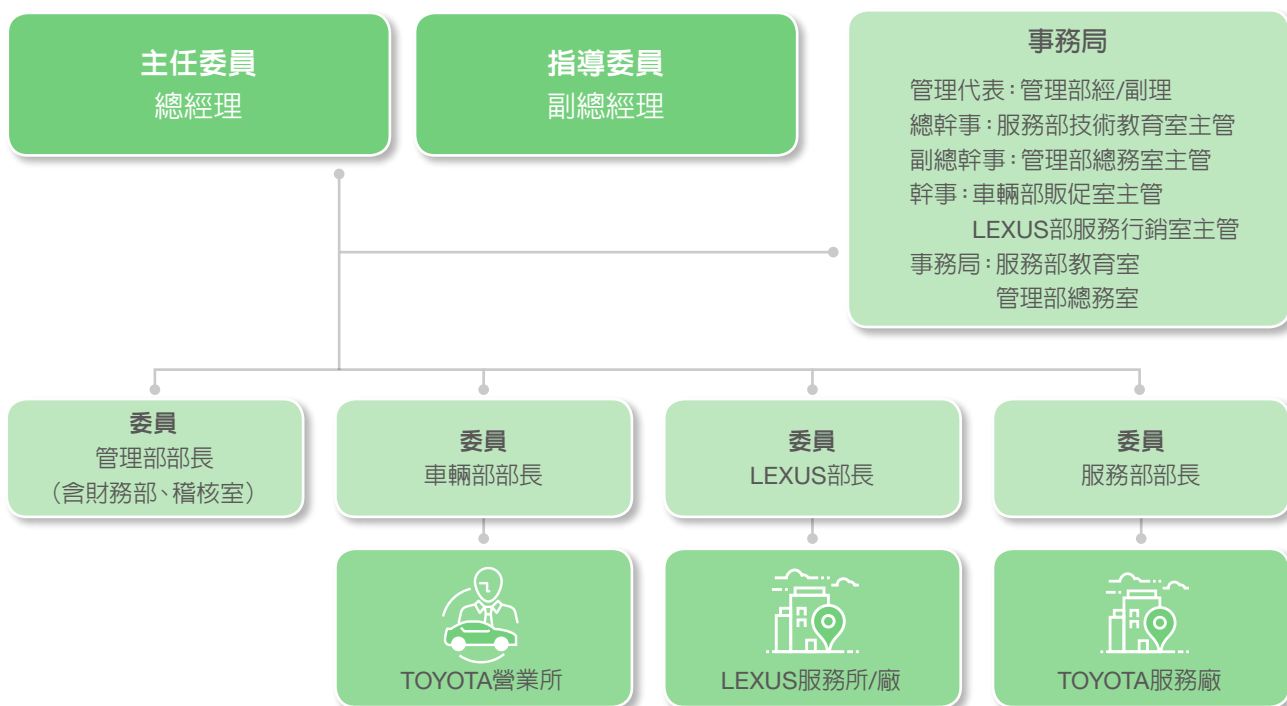


和泰汽車環境管理組織圖





經銷商環境管理組織(以國都汽車為例)



5.3.2 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。

5.3.3 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 Net-zero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。此外還包含強化環管組織及方針管理、建立環管資訊系統、落實環保文化，以及對外揭露資訊，達成環保評鑑No.1的目標。為達成2050年目標(基準年為2019年)，TOYOTA母廠設定短程目標2025年下降15%(和泰挑戰下降18%)及中程目標2030年下降32% (和泰挑戰下降33%)。

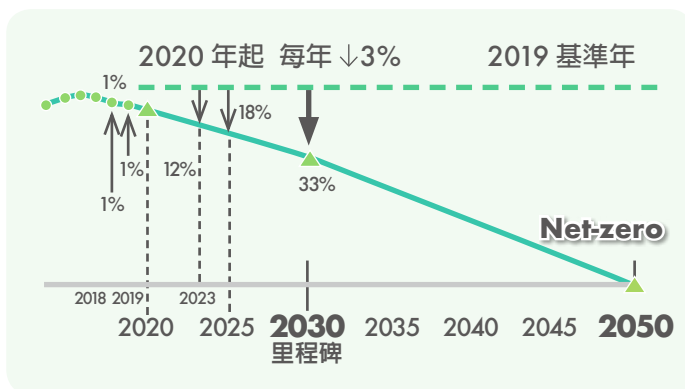


2050 Net Zero 碳排挑戰	2030 亞太目標 (8th 計畫：2026~30)	2025 亞太目標 (7th 計畫：2021~25)
1. 新世代新車 CO ₂ ↓ 90%	-	CO ₂ ↓ 30%
2. 生命週期 0 碳排循環經濟	↓ 32%	CO ₂ ↓ 15%(每年 ↓ 3%，2019 基線)
3. 工廠 0 碳排 強化氫 / 再生能源 (RE)	↓ 61 %	CO ₂ ↓ 35% (31% RE)

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 ^{註1}
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

註 1：3R：Rebuilt(電池再生)、Reuse(再生電池販售)、Recycle(廢電池回收)

和泰與經銷商減碳路徑

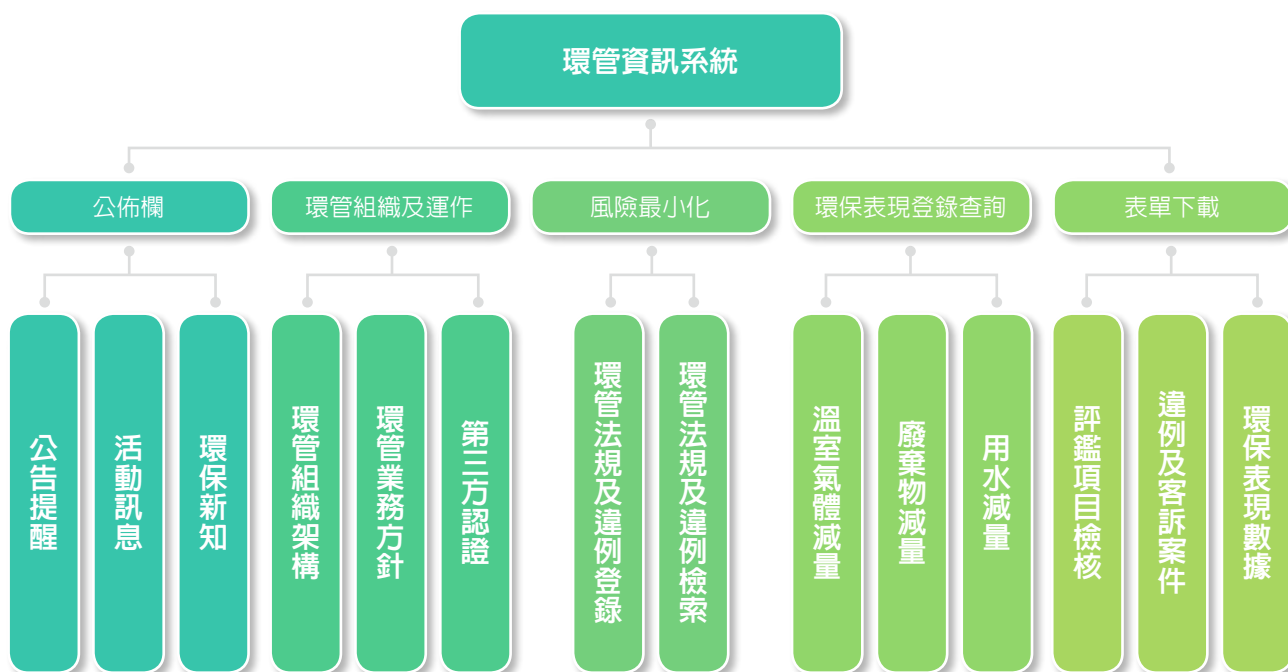


2020年目標為較2019年基準年CO₂降低3%、水/垃圾降低1%。水與一般垃圾用量逐年下降，2020年分別下降4%與5%，達成年減1%目標。二氧化碳排放量2019年較2018年下降5%、但2020年較2019年成長2%，係因疫情分區辦公，用電區域增加所致。為達成減量目標，和泰積極開源節流，除執行各項減量措施外，也投入再生能源，為環境貢獻減碳成效。2020年執行減量措施約可減少30噸/年(占排放量1.7%)、再生能源案場共4處抵碳效益2,851噸/年(占排放量171%)。



5.3.4 計畫與行動

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，使和泰汽車未曾發生重大環境違規事件，達成零環境污染的目標。



和泰汽車環管業務行動計畫，於2018建立環管基礎，建置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年為創造環保價值，完成服務廠暑熱對應與再生能源建設，並推動示範據點；2021-2022年則將優良範例做法推廣到其他據點，持續擴展環管業務作為。

在環境永續的行動上，鼓勵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	2020 年具體實績	2021 新規劃
朝零排放目標邁進	溫室氣體 (CO2) 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 185 噸	持續推動「豐田環境 6 大挑戰」活動
建立低碳社會	推廣環保駕駛 (Eco-driving)	共舉辦 16 場	持續舉辦
	協助收集車輛回收資訊	-	-
	落實 HV 電池回收體制	HV 電池 100% 回收	100% 回收
	推展植樹活動，持續擴大生物多樣性綠化活動	種植樹種超過 20 種，綠美化面積合計 27 公頃	持續推展植樹活動
推動豐田環境計劃	加強與非政府組織 (NGOs) 合作	與玩具圖書館合作，舉辦玩具愛分享活動	持續與非政府組織合作
	環管訊息揭露 (內外部)	發行 17 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
	推動內外部“環境持續發展教育”	舉辦 3 場員工、1 場 TOP 環保教育	持續舉辦環境教育
加強推動環管體系	提升和確保零異常和抱怨	無投訴案件	無投訴案件
	持續提升環管績效表現	透過減量措施減少 30 噸 CO2 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 2,992 噸 CO2 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 Eco dealership 評鑑	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	環保教育：和泰員工 151 人、TOP 教育 119 人 (含經銷商)	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

5.4 環保產品設計

5.4.1 合規與認證

和泰汽車全車型100%符合廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準，並取得合格認證。截至2020年底，有效之節能標章產品，依品牌別為TOYOTA的39款產品。有效之環保標章產品，品牌別為TOYOTA的31款產品，LEXUS的8款產品。2020年TOYOTA新車販賣台數中，具環保標章台數

達92%、具節能標章台數達96%。

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，2020年共有14個引擎族入選，其中TOTOYA與LEXUS所販售之車款共計取得7個引擎族入選，佔比為50%。

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	2020年公告版本	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CO2排放。
車輛安全	交通部	2020年公告版本	積極協調原廠導入合乎台灣法規車輛規格。

取得能源效率標示2級以上車型

廠牌	車種	等級
TOYOTA	86 AT、PRIUS、PRIUS C、PRIUS α、RAV4 2.0、RAV4 2.5 HYBRID、RAV4 2.5 4WD HYBRID、CAMRY 2.5G HYBRID、CAMRY 2.0、ALTIS 1.8、VIOX 1.5、SIENTA 1.5、SIENTA 1.8(5人)、PRIUS PHV、AURIS、CAMRY2.5、CAMRY 2.5 HV、ALPHARD、Supra、GRANVIA、COROLLA CROSS HV	1
	RAV4 2.5、LAND CRUISER PRADO、ALPHARD、SIENTA 1.8(7人)、SIENNA(SE、Limit、LE)、COROLLA CROSS	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

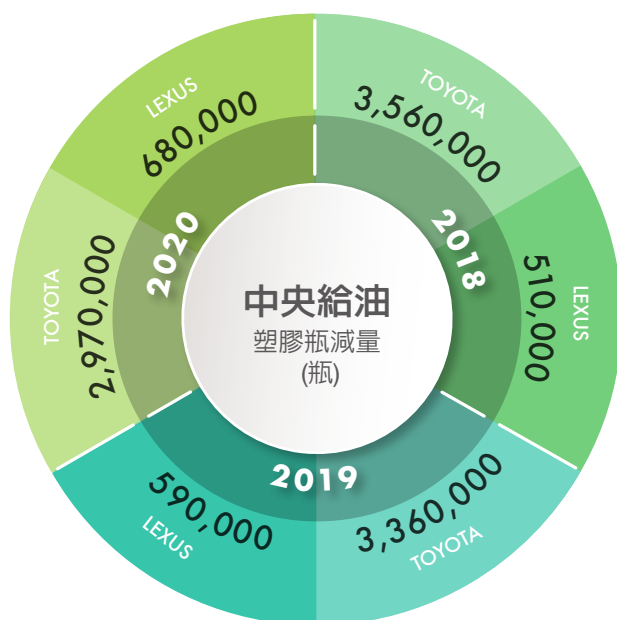
節能標章之有效期限為2年。
環保標章之有效期限為3年。

5.4.2 環境衝擊減緩

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

● **中央供油** 和泰汽車協助經銷商服務據點自2003年起導入中央供油設備，減少機油瓶廢棄量，持續推動廢棄物減量措施，2011年已100%完成建置，總投資金額約1.4億元。平均每年減量百萬瓶的機油空瓶，累計至2020年共減量3,626萬瓶，減少重量達248萬公斤。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。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，2020年估計減少約76噸的VOC。

● **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。

環保水性漆VOC排放減量統計

2018	
噴漆台數	排放減量 (噸)
208,238	57
2019	
噴漆台數	排放減量 (噸)
206,299	56
2020	
噴漆台數	排放減量 (噸)
277,475	76

註：VOC 係指揮發性氣體 (Volatile Organic Compound)

	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	• 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 *	-	• 自動變速箱（54.3%） • 冷氣壓縮機（79.9%） • 動力轉向方向機（47.5%） • 動力轉向機泵浦（93.7%） • HV 電池（48.1%）

* 再生零件使用比率：該再生品項佔該品項實際銷售數之比重



● **冷媒回收** 和泰汽車全省服務據點皆已配備R134a冷媒回收機，2020年經銷商全年R134a冷媒回收量達28公噸，以全球暖化潛(GWP)為1,300計算，相當於減少36,400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。

● **包材回收** 零件包裝過程產生之紙箱、紙板、塑膠袋等物質，經環境考量面鑑別，非顯著性衝擊，惟為持續改善，和泰設定可重複使用之包材品項，要求全

體經銷商統一回收至物流中心重覆利用，近3年包材回收重量分別為221噸、220噸及185噸，而包裝回收材碳排量則為52.5噸、52.3噸及44.7噸。

● **綠能發電** 和泰汽車自2018年起於楊梅物流園區裝設裝置容量3,400瓩的太陽能案場，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，2020年總計產生2,992噸溫室氣體削減效益。我們不僅在產品上奉行全球「節能減碳」之趨勢，同時也表達對綠能產業的支持。

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 (瓩)	10	3,400	500	875	210
2020 年發電量 (度)	8,054	3,706,600	787,712	1,098,816	276,880
2020 年削減量 (噸 CO2e)	4.1	1,887	401	559	141

註 1：使用於計算之電力排放係數為 0.509 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30%，因此自2020年起每年需下降3%碳排。2020年經銷商於全台啟動16處太陽能案場，總計產生1,764噸溫室氣體削減效益，逐步落實豐田母廠「2050豐田環境六大挑戰」。

經銷商太陽能案場

經銷商	國都	北都	桃苗	中部	南都	高都	東部
2020 據點	士林、丹鳳、士林 L、中和	內湖、東湖 PDS	本社、南崁、新竹 L、桃大	本社、彰化 L	民雄	民族 L、屏東 PDS	本社
2020 年發電量 (度)	429,630	24,714	944,453	813,952	758,512	379,539	114,396
2020 年削減量 (噸 CO2e)	219 噸	13 噸	481 噸	414 噸	386 噸	193 噸	58 噸

註 1：使用於計算之電力排放係數為 0.509 公斤二氧化碳當量 / 度。

註 2：L 為 Lexus、PDS 為交車中心



和泰楊梅園區



桃苗本社



南都民雄廠

回廠保修不洗車活動

和泰汽車於2018年10月起協助經銷商推動不洗車贈點活動，提供回廠保修的車主可視愛車清潔程度，彈性選擇不洗車服務，TOYOTA則回饋利high金100點給車主，以此獎勵車主對於環保活動的響應。活動累計至2020年，共累計112萬5千台車響應，節約超過16萬度水 (平均每台車洗車耗水量為0.15度)。



2018

響應車次	水減量 (度)
36,549	5,482

2019

響應車次	水減量 (度)
388,138	58,221

2020

響應車次	水減量 (度)
700,285	105,043

註：1 度 = 1,000 公升



06

樂在工作 Employee Care



平均3%
年度穩定調薪



27.9小時
全體平均訓練時數



1,337人次
健康促進活動



758人次
職業安全促進活動

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」，致力於打造快樂的工作環境，並強化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，最終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2020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 單車社
- 2 醇香社
- 3 路跑社
- 4 電影欣賞社
- 5 咖啡社
- 6 籃球社
- 7 壘球社



另每年舉辦集團內不同的共好交流活動，如集團共好、壘球賽、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。

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組成，包含「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)」。

工作中的學習發展

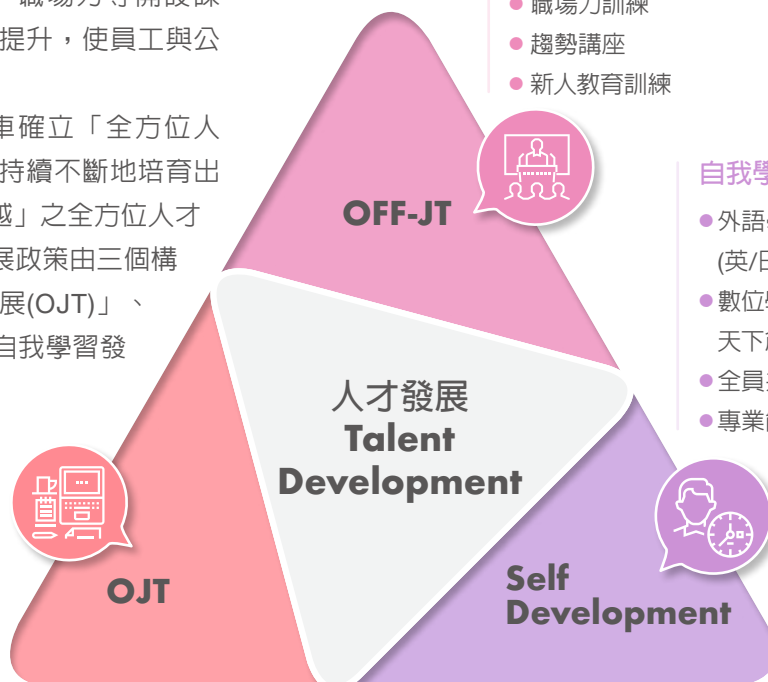
- OJT工作指導訓練
- 部門輪調
- 國際人才交流(ICT)與外派
- TBP實務發展計畫

教育訓練課程

- TOYOTA原廠企劃力訓練(註¹)
- 分階發展訓練
- 專業能力訓練
- 職場力訓練
- 趨勢講座
- 新人教育訓練

自我學習發展

- 外語學習補助(英/日語)
- 數位學習平台：天下創新學院
- 全員共讀讀書會
- 專業能力訓練



經營理念

專業

創新

超越

公司願景

+think Amazing

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。

新人訓練

- 公司部室簡介：對新進同仁進行業務說明，幫助新進同仁對公司整體業務有基本認知。
- 影音說明/課前影片：提供新人教育制度說明與TOYOTA WAY課前導讀線上影片。
- TOYOTA原廠企劃力課程：包含TOYOTA WAY、PDCA、A3、JKK、TBP課程，培養企業文化與邏輯思考，並於課後一個月安排測驗與回訓，驗證學習成效。
- 現地參訪：安排參觀新莊園區、楊梅物流中心、國瑞製造廠及新車發表會。

一線見學計畫-八週見習

- 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。
- 透過此制度了解業務執行推動與售後服務管理的流程，提升後續業務企劃的精準度。

全體同仁訓練

2020訓練時數統計

男性平均	女性平均		全體平均
24.8	32.7		27.9
主管職	平均時數-男	平均時數-女	該類平均
高階主管	10.6	—	10.6
中階主管	20.6	15.7	20.0
基層主管	65.5	70.3	67.1
合計	41.9	63.2	47.0
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	39.4	53.7	45.1
高級專員/組長	15.2	23.7	18.6
專員/班長/辦事員/練習生/司機 /守衛/護理師/派遣人員	15.5	23.4	19.4
合計	20.0	28.9	23.7

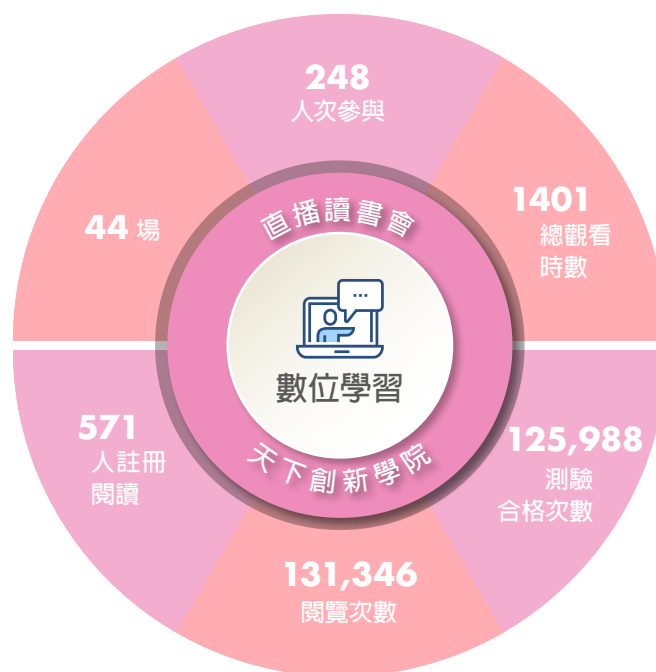
- 訓練時數統計含實體課程與線上同步直播課程
- 公司全體人員男女比例約3:2

- 主管職：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)

因應數位時代來臨，行動學習已成為最新學習趨勢，和泰汽車提供同仁友善的學習環境，舉辦線上讀書會，並導入線上閱讀資源《天下創新學院》，提供同仁隨時學習的環境。

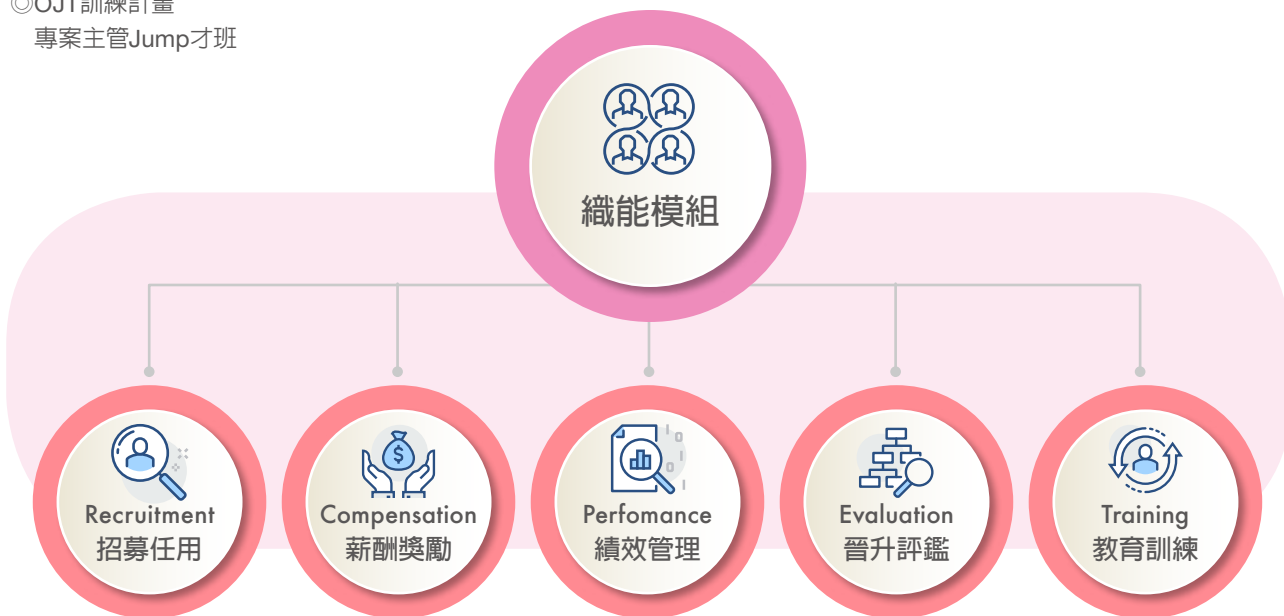
6.1.3 職能培育計畫

和泰汽車訂有「全方位人才發展政策」，而職能發展中心依循該政策，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。





此外，訓練單位亦於每年負責協調並規劃，邀請內部主管人員及外部專業顧問擔任評核人員，定期對績優員工執行年度職能評鑑。和泰汽車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。



6.1.4 績效與職能評核計畫

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，找到具備潛力及適任之人才，也讓員工更能發揮能力。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。另有建立員工個人資料維護系統，讓員工線上填寫職涯意願，促進內部職務媒合，對員工與公司皆有助益。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，透過該機制更能適才所用。

評核辦法

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



6.2 權益與福祉

6.2.1 聘僱與留才

2020年的員工總數為553人，男性與女性員工之平均比例約為1.6：1，皆為正職人員，女性員工的比率歷年來維持此水準，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55.52%；依主管/非主管區分，有20.43%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	341	61.7%	212	38.3%	385	91	77
	約聘	0	0	0	0	0	0	0
聘僱性質	全職	341	61.7%	212	38.3%	385	91	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	30-50 歲	50 歲以上
主管職	高階 (協理級以上)	17	100%	0	0%	0	3	14
	中階 (經理級)	22	88.0%	3	12.0%	0	12	13
	基層 (室長級; 副理)	51	71.8%	20	28.2%	0	54	17
非主管職	課長、副課長 (含技監、副技監)	55	61.1%	35	38.9%	1	63	26
	高級專員 (含組長)	147	58.8%	103	41.2%	43	140	67
	專員 (含以下)	49	49.0%	51	51.0%	13	37	50
總計		341	61.7%	212	38.3%	57	309	187

和泰汽車 2020 年共聘僱 30 位新人，佔全體員工的 5.4%，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。透過多元管道，持續招募相關領域的專業人才，共同與和泰汽車成長茁壯。

新進員工統計

		2018		2019		2020	
		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	21	3.9	12	2.2	14	2.5%
	女	8	1.5	11	2.0	16	2.9%
依地區	總公司	21	3.9	20	3.6	26	4.7%
	新莊	6	1.1	2	0.4	4	0.7%
	楊梅	2	0.4	1	0.2	0	0
依年紀	30 歲以下	25	4.6	14	2.5	18	3.3%
	30-50 歲	2	0.4	8	1.5	12	2.2%
	50 歲以上	2	0.4	1	0.2	0	0%

高階管理階層聘用當地居民統計

		2018		2019		2020	
		聘用人數	比率 (%)	聘用人數	比率 (%)	聘用人數	比率 (%)
依性別	男	36	90.0	36	90.0	36	85.7
	女	2	5.0	5	5.0	3	7.1
依地區	總公司	33	94.3	33	94.3	31	91.2
	新莊	4	100	4	100	7	100
	楊梅	1	100	1	100	1	100

註：中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2.6%，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，以及穩定調薪(平均3%)，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

		2018		2019		2020	
		離職人數	占一般員工比率 (%)	離職人數	占一般員工比率 (%)	離職人數	占一般員工比率 (%)
依性別	男	12	2.2	17	3.1	16	2.9
	女	11	2.0	4	0.7	6	1.1
依地區	總公司	18	3.3	15	2.7	16	2.9
	新莊	4	0.7	4	0.7	3	0.5
	楊梅	1	0.2	2	0.4	3	0.5
依年紀	30歲以下	9	1.7	4	0.7	6	1.1
	30-50歲	10	1.8	11	2.0	4	0.7
	50歲以上	4	0.7	6	1.1	12	2.2

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，目前設有各種溝通管道，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，並在內部網站建立專門網頁，內容涵蓋性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法、委員會相關資訊等，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，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3.88分(5分量表)，整體而言分數皆較2017年低，因此將優先針對分數最低之三項(考核、升遷、訓練發展)持續追蹤，下次將於2021年實施。



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。

員工滿意度調查結果



註：(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1.43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%。

和泰汽車2020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529人及2,336,000元。

年度	2019	2020	變化比率 (%)
非擔任主管職務之全時員工人數	519	529	↑ 2%
薪資平均數 (仟元)	2,110	2,336	↑ 11%
薪資中位數 (仟元)	1,743	1,871	↑ 7%

註：(1) 薪資平均數與前年差異：主要為公司營運獲利增加
(2) 非擔任主管職不含經理人

男女報酬與酬金比率

職位 / 報酬比		報酬比 (男 / 女)		酬金比 (男 / 女)	
		2019	2020	2019	2020
主管職	高階 (協理)	-	-	-	-
	中階 (經理)	1.0	1.07	0.98	1.13
	基層 (室長)	1.02	1.04	0.97	1.00
非主管職	課長、副課長 (含技監、副技監)	1.17	1.12	1.09	1.11
	高級專員 (含組長)	1.03	1.06	1.02	1.11
	專員 (含以下)	1.00	0.97	1.03	0.95

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。

員工福利支出金額
(新台幣元)

2018

131,372,507

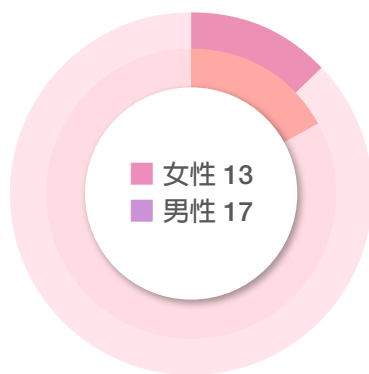
2019

140,151,782

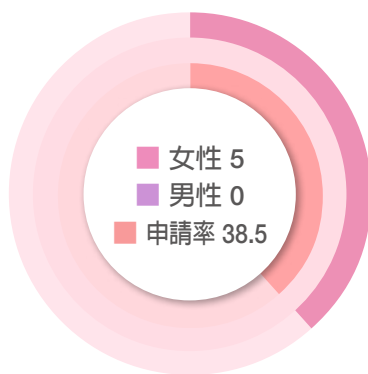
2020

139,916,374

和泰汽車提供讓同仁安心工作的職場，2020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，我們也與鄰近托育兒中心簽訂優惠合約，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。



當年度符合育嬰留停申請資格人數



當年度實際申請育嬰留停人數



育嬰留停預計於當年度復職人數

當年度育嬰留停復職人數



前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數



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，全面針對所有工作環境進行危害鑑別、分析可能的風險與機會，並決定其因應對策，同時制定短、中、長期職業安全衛生業務發展計畫，針對高風險項目，採取更有效之管控措施，持續依PDCA循環管理的理念降低風險。

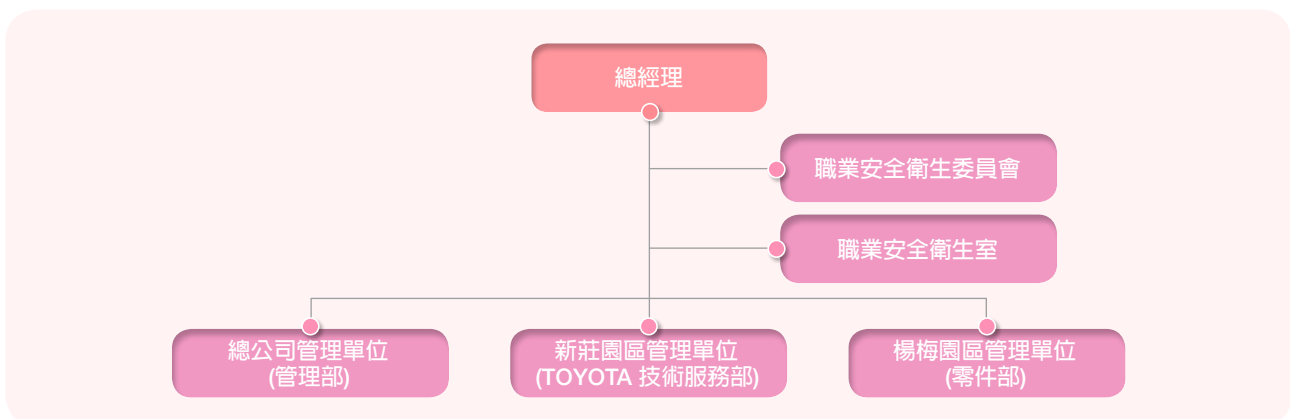
6.3.1推動安全管理

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，以提升職場安全衛生的管理效益，我們於2019年起至今持續取得ISO 45001職業安全衛生管理系統驗證，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，對象為此五個工作地區的全體員工、包含承攬及外包作業，運用系統化的管理模式，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11位委員，其中資方代表為3位（總經理、副總及協理），勞方代表為8人；每季召開會議一次，所有人員（包含員工及外包/承攬人員）可利用職業安全衛生信箱或是將職業安全衛生相關事項反映給勞工代表，於委員會中討論，會議亦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及專線，如同仁有職安衛相關議題，皆可隨時提出，職安室皆會進一步處理與回覆。



6.3.2 建構職場保護

和泰汽車關懷同仁及工作者健康，透過完善的健康檢查，了解近年同仁及工作者主要的健康問題為代謝症候群，針對此問題，持續設計相關的健康促進活動及講座，並推動「健康測量讚」之血壓及體重測量讓同仁在園區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，同時配合臨場服務的職場健康諮詢，提供個人化健康服務。

除了健康活動外，每年定期實工作場所環境監測確保環境衛生安全，2020年辦理安全衛生健康

講座共4場，以提升同仁及工作者安全及健康的觀念。2020年初全球開始受到嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)傳染病的威脅，和泰汽車以最短的時間與資訊部同仁開發防疫通報系統，蒐集同仁接觸史及活動史狀況，以掌握同仁及工作者健康之狀態，執行完善的隔離檢疫措施。職安室則不定期發送相關健康新聞或訊息，提醒同仁及工作者維持良好的生活作息外，亦辦理提升免疫力之營養保健講座，讓同仁及工作者維持更好的健康狀態。和泰汽車亦提供同仁每年一次健康檢查，以及優於法規項目之多種全身健檢套組，讓同仁更了解自己的身體狀況，同時眷屬及集團員工及其眷屬亦可自費參加。

和泰汽車2020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諮詢服務，且諮詢內容完全保密	14	230
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	322
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。	4	147
水質檢驗	微生物檢查	12	24
四大計畫諮詢門診	針對四大計畫有高風險或是潛在健康問題的同仁，特別開立一對一的醫師諮詢服務，並持續進行關懷。	3	18
職業安全衛生委員會教育訓練	針對職業安全衛生委員會之委員辦理保肝舒眠健康講座，期待委員們不只為同仁健康安全把關，也能更提升自我健康。	1	14
CPR+AED	為了確保同仁處於安心場所下工作，因此針對全體同仁安排90分鐘CPR+AED講述及實際操作課程。	12	554
急救人員回訓教育	為使現有的急救人員能定時接受新的急救資訊及複習急救技巧，因此規劃回訓課程	1	10
集團急救人員初訓	邀請醫院急救單位醫護人員，針對集團作業屬性規劃急救訓練課程，以備如有災害發生之時，急救人員能即時協助現場急救事宜。	1	18
全年合計參與人次			1,337

和泰汽車2020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	14	56
室內空氣品質監測	於上下年度由職安室之勞安管理員、護理人員會同各園區職業安全衛生權責單位之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、PM2.5等	2	9
ISO 45001教育訓練課程	針對ISO 45001各單位負責之同仁規劃法規及系統相關課程 (例如：內部稽核人員訓練、法規鑑別、危害鑑別、風險評估等)	6	97
三年三小時教育訓練	除了符合法規要求，也針對各別園區之工作環境的工作者提出其適合的教育訓練內容	13	572
全年合計參與人次			758

6.3.3風險管理預防

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。

2020年初已因應新型冠狀病毒疫情，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，並持續監控管理同仁健康狀態。



分區防疫管理措施



6.3.4 職災預防

為確保提供員工健康安全的工作環境，由各部門推派代表組成職業安全衛生小組，小組成員每年定期或於修法後，檢視職業安全衛生法規是否適用於部門的作業、工作流程設施、設備或環境危害鑑別及風險評估，針對風險做五分量表的分級管制措施，如果高於三分者，則立即施以改善的對策，並後續加以追蹤改善的情況。

守護職場的安全與健康人人有責，因此每位工作者當發現有實際或潛在的職業安全衛生危害，可以透過職業安全衛生專線、信箱或是勞工代表等途徑，

將危害因子以具名或不具名的方式揭露給職業安全衛生室，職業安全衛生室也將與相關單位討論改善的矯正措施。

和泰汽車聘有健康服務醫師，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。



員工職災統計

項目	依性別	2018	2019	2020
可記錄職業傷害件數	男/女	0/0	0/0	0/0
可記錄職業傷害比率	男/女	0/0	0/0	0/0
工傷率	全體	0	0	0
職業病率	全體	0	0	0
死亡人數	全體	0	0	0
承攬商工傷率	全體	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) X 200,000 / 總經歷天數

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

我們訂有「和泰汽車職業災害調查及處理程序」，管理職災事件與虛驚事件，如有相關情事，則依照該程序進行後續處理及追蹤；在專業教育訓練部分，每年針對職業安全衛生主管及急救人員進行教育訓練，預防職災發生並妥善處置。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，且於出車前每位司機皆須做酒測檢查及自我健康評估後，才能出車上路，以確保日常作業交通「零」事故，人員「零」傷亡。



07

社會共融 Community Service



600組

累計至2020年近600組青年團隊
報名和泰公益夢想家實作活動



11台

至2020年累計捐贈
11台捐血車

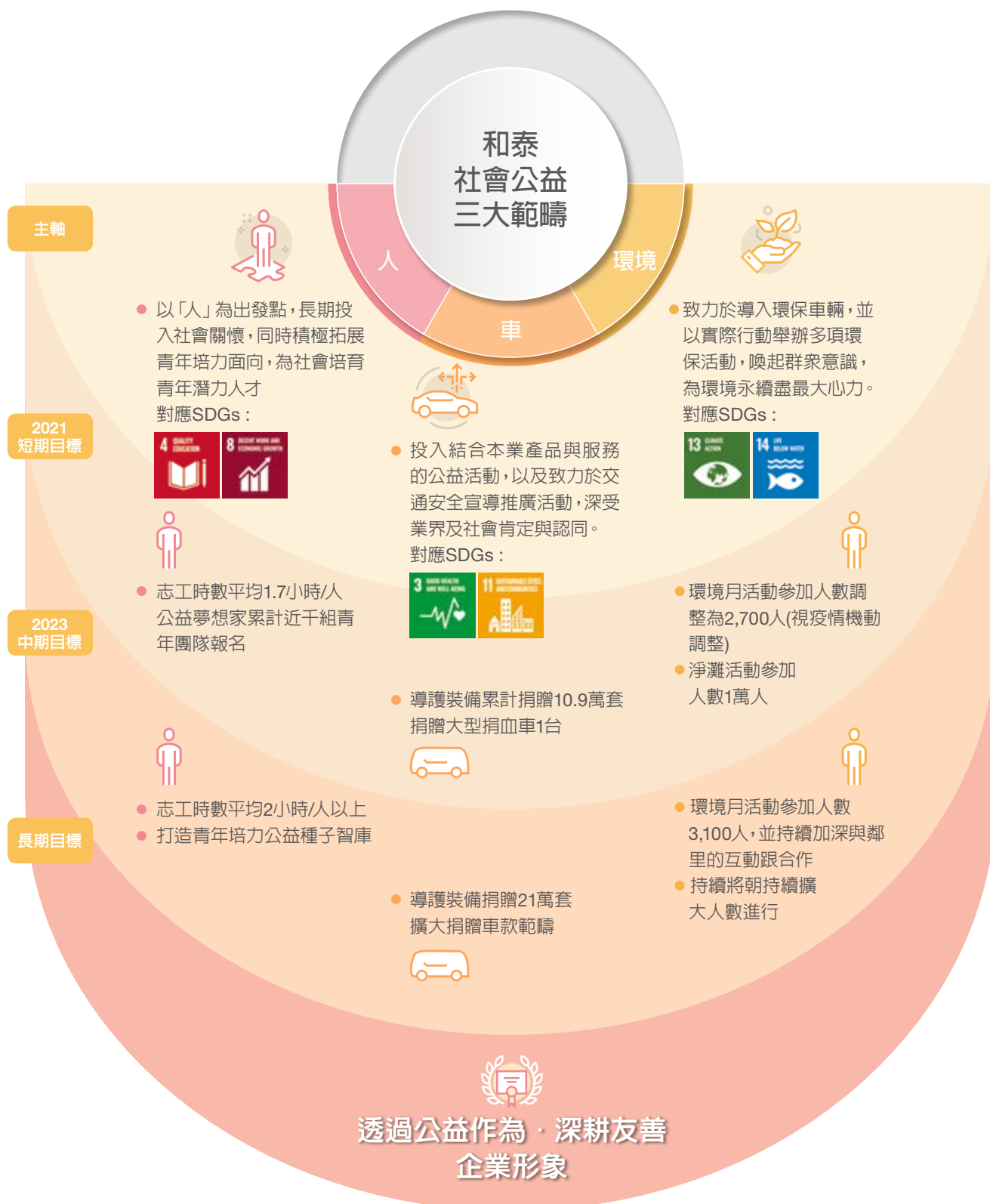


42萬顆

海岸植樹至2020年底，
已超過42萬棵樹

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，整合發展『人、車、環

境』三大公益範疇，積極推動相關公益行動，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年起將志工假推廣至全集團(總計19家企業)，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，2020年全集團志工服務(含)時數達到24,701小時。

此外為推廣公益活動，於2017起相繼成立《和泰集團讓愛啟動》FB粉絲團及IG，以分享和泰集團相關公益活動，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2020年底超過6.5萬公益鐵粉持續關注。



讓愛啟動
和泰集團公益平台

7.1 三大公益範疇



600組

累計至2020年近
600組青年團隊報
名和泰公益夢想
家實作活動



53萬

TOYOTA全球夢想車
創意繪畫大賽，至
2020年已累積超過
53萬3仟件的作品



5,183萬元

捐贈汽車高科技教具
及教材，累積金額超
過新台幣5,183萬元



4,000萬元

全台據點長期採購喜
憨兒烘焙商品，至
2020年累計採購金額
逾4,000萬元

秉持「取之於社會，用之於社會」的精神，和泰汽車長期以來致力於弱勢關懷，如以TOYOTA據點全面採購喜憨兒烘焙商品實際行動力挺，自1991年起提供車輛教材或零件捐贈，協助技職學生培養一技之長，近年更加強社會貢獻及培育未來優秀人才，舉辦青年公益實作活動和企業內部培訓課程，激發青年學子的創意及獨立思考能力，為社會培育青年潛力人才。

7.1.1 公益夢想家

公益夢想家 2020年舉辦第二屆和泰公益夢想家 CSR x USR公益提案實作競賽活動，透過公益相關的競賽，攜手青年一起做公益回饋社會，本屆議題為「社會關懷」、「環境保護」、「永續資源」、「地方創生」等四面向，結合和泰長期投入的公益相關活動，鼓勵青年學子以實際行動關注社會議題，為社會帶來正向影響。今年更擴大攜手非營利組織(NGO)國際城市浪人育成協會、邀請教育部青年發展署擔任指導單位，結合產官學三方的資源，號



召全台高中職、大專院校青年一起實際提出公益解決方案並勇敢行動。本屆共近300組團隊報名參賽，由在CSR領域具代表性的外部專家，教育部青年發展署王育群副署長、天下雜誌熊毅晰總監、社企流

林以涵執行長、城市浪人張希慈創辦人，及和泰汽車CSR委員會委員黃文瑞董事擔任評審，並選出10隊晉級決賽，本屆有許多令人驚豔的公益創新提案，例如：移工關懷、學生職涯探索、建立淨灘/山社群平台、設計二合一菸盒以及規劃北海岸老社區創新發展等計畫，和泰也提供每隊15萬公益實作基金，更於實作階段新增業師/NGO mentor專業輔導機制，幫助青年將公益夢想化為可能，提升CSR x USR合作綜效，擴大社會正向影響力。

業師/NGO mentor專業輔導 為了擴大青年公益實作影響力，不僅在賽制中提供學生設計思考工作坊、簡報培訓坊的相關訓練，實作階段除了獎金補助以外，更媒合了與10隊隊伍公益計畫相關領域的業師/NGO mentor給予諮詢指導，如：One-Forty、RE-THINK、逆風劇團、小人小學、寶島淨鄉團、讓狂人飛等，在業師/NGO mentor帶領下能夠加速實作計畫的進行與擴大公益正向影響力。

7.1.2 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

持協助憨兒自立獨立的工作機會，至2020年累計採購金額逾4,000萬元。

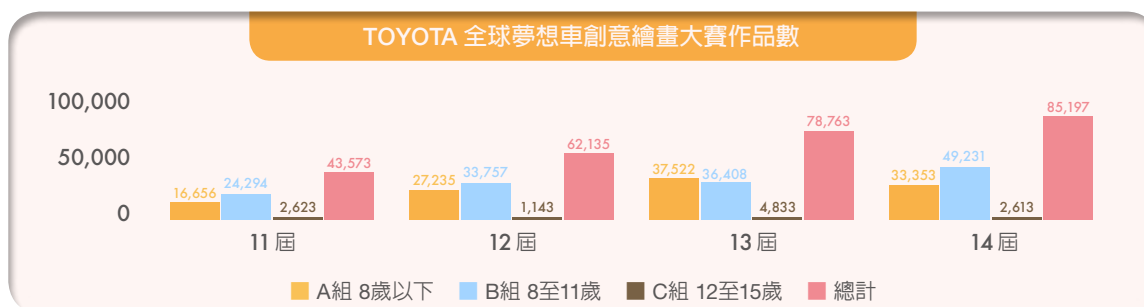
7.1.3 TOYOTA全球夢想車創意繪畫大賽

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2020年已經邁入第十四屆，累積超過53萬3仟件的作品，是國內唯一與國際接軌的兒童繪畫比賽。

第十四屆大賽為了鼓勵更多大小朋友發揮創意共同參與，除邀請高人氣的網路圖文作家-啾啾妹合作外，並特別增設台灣文化獎，利用藝術與在地連結、關懷社會。在學童踴躍參與藝術活動的熱情下，2020年創下徵件數85,197件新高的佳績，夢想車無疑是全台規模第一的兒童國際繪畫賽事！



▲ 作品「專屬貝比車」



7.1.4 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30所工業職業學校建教合作，捐贈汽車高科技教具及教材，供學校師生實習。目前仍持續捐贈教材與實習教育車輛，累積金額超過新台幣5,183萬元，為汽車產業培育更多人才。



和泰汽車與偉敘工商產學合作簽約暨設備捐贈典禮
(台北市長柯文哲出席該活動並頒發感謝狀予和泰汽車TOYOTA售後服務本部 吳家炎副總經理)

T-TEP學校教育器材捐贈

	2018	2019	2020
捐贈器材名稱	懸吊示教板、可變容積壓縮機示教板、可變汽門揚程示教板及ALTIS /YARIS/WISH /PREVIA實習車各一台	4WD四輪驅動示教板及CVT無段變速箱236個	ALTIS及RAV4實習車各一台、EM工具車及示波器等材料
捐贈器材金額 (新台幣元)	1,519,503	23,472,276	887,354

7.1.5 產學技術新知交流&分享

和泰汽車與經銷商定期(每年2次)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30所加入T-TEP計畫的學校教師，參與技術交流活動，增進產業與學界之互動及共同交流。

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做法及動向，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。

★T-TEP FB社團

為打造技職資訊分享平台，促進學校交流，於2020/6月成立 T-TEP FB 社團。社團現況：30 所T-TEP 學校，2,330 師生加入社團，每月約5-7則PO 文分享。



7.1.6 藝文培育與活動

LEXUS My Film短影片競賽

為發掘、培育更多年輕創作者，LEXUS長期致力於推動文化產業，並鼓勵年輕創作者勇敢逐夢。已舉辦五屆的LEXUS新銳影展，2020年以全新姿態「LEXUS My Film短影片競賽」於9月9日開跑，並以「我的Amazing我主張」為題，鼓勵年輕世代大膽創作、展現自我。參賽者可在60秒內盡情展現自己的Amazing主張，發揮創意，用作品驚豔世界，最終徵得2,206件優秀作品參賽。

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，2020年參件數超過2,000件，計有79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《40公分》

LEXUS年度品牌微電影《40公分》由三位實力派演員——謝瓊煖、林辰唏及鍾承翰領銜主演，劇情透過母親與男主角的細心關懷，陪伴面對失明而備受煎熬的女主角走過人生黑暗的低潮，深深描繪生命真摯的情感。上映短短五天內即突破百萬觀看人次，獲得廣大迴響與共鳴。

7.1.7 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，提供民衆優質多元的文化藝術饗宴；TOYOTA支持新創產業發展，持續與《Garena傳說對決》合作並支持2020 GCS春季職業聯賽，開創汽車業與電競娛樂產業跨界合作的新指標。LEXUS贊助時尚藝文活動《2020臺北時裝週 x VOGUE Fashion's Night Out 臺北時尚不夜城》、《2020 GQ城市野營嘉年華》，體育活動方面，也贊助《LPGA裙擺搖搖台灣錦標賽》、《IRONMAN 70.3 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的感官體驗。



7.2 三大公益範疇



9.7萬套

至2020年完成第二輪全台縣市導護裝備捐贈



11台

至2020年累計捐贈11台HINO大型捐血車，台灣捐贈捐血車數量最多的企業



1,409場

全台交通安全說故事巡迴演出至2020年累計舉辦1,409場



83萬人

全國兒童交通安全繪畫比賽舉辦20年，至2020年累計參賽人數超過83萬人

和泰長期致力於本業相關公益活動，結合本業產品與服務，發展以交通安全、捐血車捐贈等公益行動，從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，以及捐血車捐贈，為台灣醫療業貢獻一份穩定的力量，在台灣各地都能看到和泰熱血的守護身影。

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，2020年和泰汽車也完成第二輪之縣市巡迴捐贈；除了輪流捐贈各縣市外，和泰汽車每年也提供線上個別申請，考量國中學校也有導護裝備需求，2020年

首度開放國中學校線上個別申請，守護更多在地學生與校園安全，已累計捐贈近10萬套，超過萬名導護志工受惠，守護全台百萬學童的交通安全。



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，2020年和泰汽車推出的10週年限映版《電音三太子出任務》導護裝備網路影片，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，並收納十年來導護裝備捐贈、應用之點滴畫面，表達對志工長期貢獻之謝意，上線影片更於短短三個月即突破百萬觀看人次，引起大眾熱烈迴響，除了感謝導護志工的辛苦，也感謝為交

通安全付出的每個人。

7.2.3 說故事巡迴演出

和泰汽車已經連續15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2020年累計舉辦1,409場、超過35萬名學童參與互動，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	2018	2019	2020
主題	正確過馬路的方式 不酒駕	安全過馬路 駕駛需注意「禮讓行人」、「內輪差與視野死角」	上學放學交通安全 駕駛行經路口方式
場次數(場)	120	120	120
參與學童數(人次)	33,911	36,022	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，希望透過繪畫創作的方式，將交通安全觀念深植在小朋友心中。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，比賽舉辦20年以來，累計參賽人數超過83萬人，捐贈金額超過百萬以上，持續推廣交通安全與社會公益。





7.2.5車安體驗營

因顧客安全意識快速抬頭，新車配備TSS(Toyota Safety Sense)已佔2020年新車販賣68.2%，和泰汽車特別規劃車輛安全體驗課程，課程內容豐富，體驗主題有輪胎煞停表現、煞車油含水/沸點性能測試、PCS偵測行人及車輛的體驗、LTA及全速域ACC實際路試等項目，學員課後回饋滿意度達98.9分，確實有效協助一線人員了解車輛安全配備功能，進而協助向廣大車主推廣正確的安全駕駛觀念。

7.2.6捐血車捐贈

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11台大型捐血車，服務超過75萬名捐血人，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16%，和泰汽車為台灣捐贈捐血車數量最多的企業。

全國捐血月

和泰汽車除捐贈捐血車以外，自2012年起，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，雖2020年受新冠肺炎疫情影響以致捐血活動人數受限，但仍募集超過350萬c.c. 血量。活動迄今已超過7萬人參加，募集超過2,700萬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	2018	2019	2020
參與人數(人次)	14,431	14,283	9,380
募集捐血量(毫升)	5,271,000	5,433,000	3,577,500

註：2020年因新冠疫情影響，參與人數較往年減少。

校園捐血

為提升台灣捐血量以及年輕族群捐血率，和泰汽車除了運用微電影、短影片等吸引年輕人關注以外，2020年持續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。

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，2020年累計近3,500人捐血，募集超過4,000袋熱血，首捐者比例

更高達17%，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！》

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，累計50萬觀看次數。

7.3 三大公益範疇

環境



21.8噸

號召同仁與民眾淨灘，2年
累計淨灘垃圾量共21.8噸



207噸

收集二手玩具並利用再生，累
計至2020年底已超過200噸



42萬棵

海岸植樹至2020年底，已
超過42萬棵樹

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。

7.3.1 環境月活動

和泰汽車搭配豐田廠家每年6月的全球環境月活動，以「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年加入全台8家經銷商，持續擴大活動參與範圍與人數。2013年起推動社區綠改造計畫，希望透過TOYOTA環境月活動，與社區民眾共同響應政府閒置空間再生政策，同時提升社區民眾生活品質。2018年起更擴大與非政府組織及公部門合作，並以3年為期深根在地，打造「低碳、減塑、FUN生活」。截至2020年已累計舉行97場次，環保教育共117場次，參與志工人數達3.6萬人，活動範圍達24.1萬平方公尺(約574座標準籃球場)，且共計植栽近2.2萬株。本活動問卷調查結果，活動好感度及品牌環保好感度皆達9.8分。

年度	2009-2012	2013-2017	2018-2020	2021-2023
活動主軸	清理總動員	綠色環保總動員	深耕在地關懷	深耕在地+α
累計場次	32場	36場	25場	8場
活動成效	3.6萬參與人次、活動面積24.1萬m ² 、植栽2.2萬株；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			

2020 年全台 8 家經銷商與在地合作舉辦 TOYOTA 環境月活動，分別有各自的主題，進行環境美化，志工人數合計達 1,429 人。



7.3.2 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商品及服務，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，2019開始，和泰汽車結合關係企業與在地經銷商的力量，集結全台各地點同步淨灘，並邀請當地公部門、非政府組織及全台民眾熱情參與。活動中所有拾獲的寶特瓶，和泰汽車以1支10元的金額，捐贈給非政府營利組織，持續推廣環保教育，一同珍愛台灣海岸。2019-2020年總計全台33場次，近2萬人參與，共撿

拾94,160支，累計淨灘垃圾量共21.8噸，兩年度共捐贈941,600元公益基金予台灣環境資訊協會及台灣咾咕嶼協會，辦理環保教育，讓減塑行為從小扎根、形成正向循環。2020年咾咕嶼協會在12月至2021年5月辦理全國小「海洋小學堂」課程共35場次，遍及全台13縣市，預計3,500人參與。



年度	同步淨灘地點	報名人數	累積垃圾量	捐贈	捐贈單位	用途
2019	16場	約0.9萬人	約10.4噸	約44萬元	台灣環境資訊協會	掩埋場調查、減塑環境教育、資訊傳播
2020	17場	約1.2萬人	約11.4噸	約50萬元	台灣咾咕嶼協會	全國小環保教育-「海洋小學堂」共35場次，3494人參與

7.3.3 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。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2020年底已有超過207噸之多，相當於53,264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13萬名的民眾共同參與，並將2018~2020年活動報名費91萬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）



7.3.4 一車一樹

和泰汽車堅持守護台灣的海岸線，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，從2017年活動啟動開始至2020年底，已經種植超過42萬棵樹，減碳量約7988公噸，種植面積超過150公頃，種下的

樹木遍及台灣沿海12個縣市。

為了擴大影響力，匯聚更多人的支持，和泰汽車持續透過不同管道傳遞訊息，2020年與落實環保的「台客劇場」合作，於桃園海岸線拍攝種樹短片，以實際行動讓大眾意識到台灣海岸線所面臨的危機。另為了觸及年輕族群，亦運用社群媒體定期舉辦一車一樹綠粉絲活動，擴大討論聲量，喚起大眾對海岸造林的關注度。自2019年起，每年舉辦車主志工植樹活動，邀請TOYOTA車主與民眾共同響應，讓每一位參與者體驗親手種下樹苗的感動，更進一步了解海岸種樹的困難與意義。



▲2020年於金山海岸舉辦車主志工種樹活動

◀2020年與「台客劇場」合作拍攝種樹短片



關於本報告

和泰汽車於2021年6月公開發行第九本報告書，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2020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2020年1月1日至2020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的全面選項為編撰基礎，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2020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。

01

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。

02

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。

03

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



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	102-1*	組織名稱		關於和泰	5
		102-2*	活動、品牌、產品與服務		關於和泰	5
		102-3*	總部位置		關於和泰	5
		102-4*	營運據點		關於和泰	5
		102-5*	所有權與法律形式		關於和泰	5
		102-6*	提供服務的市場		關於和泰	5
		102-7*	組織規模		關於和泰	5
		102-8*	員工與其他工作者的資訊	6.2	權益與福祉	94
		102-9*	供應鏈		集團事業版圖	6
		102-10*	組織與其供應鏈的重大改變		無重大改變	-
		102-11*	預警原則或方針	4.4	風險管理	61
		102-12*	外部倡議	1.5	外部組織參與	24
		102-13*	公協會的會員資格	1.5	外部組織參與	24
		102-14*	決策者的聲明		經營者的話	3
		102-15	關鍵衝擊、風險及機會	4.4	風險管理	61
		102-16*	價值、原則、標準及行為規範	4.2	法規依循	57
		102-17	倫理相關之建議與關切事項的機制	4.2	法規依循	57
		102-18*	治理結構	4.1	董事會架構與運作	56
		102-19	授予權責	1.2	企業社會責任委員會	15
		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	15
		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	15
		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	56
		102-23	最高治理單位的主席	4.1	董事會架構與運作	56
		102-24	最高治理單位的提名與遴選	4.1	董事會架構與運作	56
		102-25	利益衝突	4.2	法規依循 2020 年報 P.74	57
		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	15
		102-27	最高治理單位的群體智識	4.1	董事會架構與運作 2020 年報 P.60-61	56
		102-28	最高治理單位的績效評估	4.1	董事會架構與運作	56
		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	15
		102-30	風險管理流程的有效性	1.2	企業社會責任委員會	15
		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	15
		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	15
		102-33	溝通關鍵重大事件	1.2	企業社會責任委員會	15
		102-34	關鍵重大事件的性質與總數	4.1	董事會架構與運作	56
		102-35	薪酬政策	4.1	董事會架構與運作	56
		102-36	薪酬決定的流程	4.1	董事會架構與運作	56
		102-37	利害關係人的參與	4.1	董事會架構與運作	56
		102-38	年度總薪酬比率	2020 年報 P.45 6.2 權益與福祉		94
		102-39	年度總薪酬比率之增加百分比	2019 年報 P47, 2020 年報 P.45 6.2 權益與福祉		94
		102-40*	利害關係人團體	1.4	重大性分析	17

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	102-41*	團體協約	本公司未有勞資雙方簽訂之協約		-
		102-42*	鑑別與選擇利害關係人	1.4	重大性分析	17
		102-43*	與利害關係人溝通的方針	1.4	重大性分析	17
		102-44*	提出之關鍵主題與關注事項	1.4	重大性分析	17
		102-45*	合併財務報表中所包含的實體	1.4	重大性分析	17
		102-46*	界定報告書內容與主題邊界	1.4	重大性分析	17
		102-47*	重大主題表列	1.4	重大性分析	17
		102-48*	資訊重編	附錄	關於本報告	117
		102-49*	報導改變	附錄	關於本報告	117
		102-50*	報導期間	附錄	關於本報告	117
		102-51*	上一次報告書的日期	附錄	關於本報告	117
		102-52*	報導週期	附錄	關於本報告	117
		102-53*	可回答報告書相關問題的聯絡人	附錄	關於本報告	117
		102-54*	依循 GRI 準則報導的宣告	附錄	關於本報告	117
		102-55*	GRI 內容索引	附錄	GRI 指標對照表	118
		102-56*	外部保證 / 確信	附錄	查證聲明書	123
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	17
GRI 103	管理方針	103-2	管理方針及其要素	1.4	重大性分析	17
GRI 103	管理方針	103-3	管理方針的評估	1.4	重大性分析	17
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	68
		201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	5.1	氣候變遷管理 部分數據資料將於 2021 下半年取得	70
		201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	6.2	權益與福祉	94
		201-4	取自政府之財務補助	無此情事		
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	94
		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	94
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	105
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	52
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	57
		205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	4.2	法規依循	57
		205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	4.2	法規依循	57
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		
GRI 301	物料	301-2	回收產品及其包材	5.4	環保產品設計	84

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 302	能源 **	302-1	組織内部的能源消耗量	5.2	綠色營運	73
		302-2	組織外部的能源消耗量	3.1	經銷商管理	42
		302-3	能源密集度	5.2	綠色營運	73
		302-4	減少能源消耗	5.2	綠色營運	73
		302-5	降低產品和服務的能源需求	5.4	環保產品設計	84
GRI 303	水	303-3	取水量	5.2	綠色營運	73
		303-4	排水量	5.2	綠色營運	73
		303-5	耗水量	5.2	綠色營運	73
GRI 305	排放 **	305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	5.2	綠色營運	73
		305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	5.2	綠色營運	73
		305-3	其他間接 (範疇三) 溫室氣體排放	3.1	經銷商管理	42
		305-4	溫室氣體排放密集度	5.2	綠色營運	73
		305-5	溫室氣體排放減量	5.2	綠色營運	73
		305-6	破壞臭氧層物質 (ODS) 的排放	未排放相關物質		
		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	42
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水量	5.2	綠色營運	73
		306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	3.1	經銷商管理	42
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		
GRI 308	供應商環境評估 **	308-1	採用環境標準篩選新供應商	3.2	和泰汽車供應商管理體系	52
		308-2	供應鏈對環境的負面影響，以及所採取的行動	主要供應商為日本豐田，無重要環境影響。若有相關情事發生時將會於公開資訊進行相關報告		
GRI 401	勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	6.2	權益與福祉	94
		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	94
		401-3	育嬰假	6.2	權益與福祉	94
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	94
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	100
		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	100
		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	100
		403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	6.3	職業安全管理	100
		403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	6.3	職業安全管理	100
		403-6	工作者健康促進	6.3	職業安全管理	100
		403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	6.3	職業安全管理	100
		403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	6.3	職業安全管理	100
		403-9	職業傷害	6.3	職業安全管理	100
		403-10	職業病	6.3	職業安全管理	100

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 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	90
		404-2	提升員工職能及過渡協助方案	6.1	培育與職涯發展	90
		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	90
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	56
				6.2	權益與福祉	94
		405-2	女男基本薪資和薪酬的比率	6.2	權益與福祉	94
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	94
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		
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	7.4	三大公益範疇：環境	114
		414-1	使用社會標準篩選之新供應商	3.2	和泰汽車供應商管理體系	52
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		
GRI 415	公共政策	415-1	政治捐獻	無此情事		
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	37
				4.5	資訊安全及顧客資料保護	64
		416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	無此情事		
GRI 417	行銷與標示 **	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	主要供應商為日本豐田 2.3 產品設計與生產 5.2 綠色營運		
		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		
		417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	無此情事		
GRI 418	客戶隱私 **	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	4.5	資訊安全及顧客資料保護	64
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		

*：核心選項 **：重大主題

GRI 303 與 403 以 2018 年版為準；其餘指標則以 2016 年版為準。

SASB對照表

主題	指標編碼	指標	章節	頁碼	
零售與配送的 能源管理	CG-MR-130a.1	總能源消耗量	5.2.1 能資源管理 3.1.4 經銷商環保績效	73 48	
資訊安全	CG-MR-230a.1	描述鑑別與管理資安風險的方法	4.5.1 資訊安全管理制度	64	
	CG-MR-230a.2	1.資訊洩漏數量			
		2.資訊洩漏事件中涉及個資的百分比			
		3.受資訊洩漏事件影響的客戶數量			
工作者的多樣性 與包容性	CG-MR-330a.1	管理層和所有其他員工在性別和種族/族裔群體之比率	和泰汽車並未聘用不同種族的員工，也未有因聘用歧視而引起之法律訴訟。		
	CG-MR-330a.2	因種族歧視而引起的法律訴訟造成的金錢損失總額			
產品來源、包裝與行銷	CG-MR-410a.1	來自於經第三方認證符合環境和/或社會標準的產品營業收入	5.4.1 合規與認證	84	
	CG-MR-410a.2	評估和管理產品中與化學品相關的風險和/或危害的過程	5.4.2 環境衝擊減緩	85	
	CG-MR-410a.3	減少包材對環境衝擊的策略	5.4.2 環境衝擊減緩	85	
指標編碼			活動指標	章節	頁碼
CG-MR-000.A		據點與配送中心總數	銷售網絡與服務		11
CG-MR-000.B		據點與配送中心總樓地板面積			11

獨立保證意見聲明書

和泰汽車股份有限公司 2020 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 2020 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,僅作為對和泰汽車股份有限公司 2020 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 2020 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 v3 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

我們總結和泰汽車股份有限公司 2020 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 2020 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 v3 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 v3 的報告方法與自我聲明符合 GRI 永續性報導準則全面選項係屬公允的。

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 8 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

2020 年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

和泰汽車已於公司層級建立程序，依據對公司永續發展的影響程度與建立的準則，對各部門所鑑別出來的相關議題，建立執行的優先順序。因此，重大性永續議題已完整分析並揭露永續經營相關資訊，使利害關係人得以對公司的管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了和泰汽車之重大性議題。

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“全面選項”(所有的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 v3 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



...making excellence a habit.™

Statement No: SRA-TW-2020079
2021-05-27



Hotai Motor Co., Ltd.
和泰汽車股份有限公司

www.hotaimotor.com.tw