



和泰集團
與美好台灣同行



和泰集團
Hotai Group

和泰汽車股份有限公司
Hotai Motor Co., Ltd.

2021 永續報告書 Sustainability Report

CONTENTS



經營者的話 001

關於和泰 002

和泰的成立與發展歷史	002
集團事業版圖	003
傳動70年的光輝史頁	003
願景、使命與方針	005
銷售網絡與服務	007
2021永續亮點	008

永續管理 009

1.1 企業永續政策	010
1.2 永續發展委員會	011
1.3 永續里程碑及2021年深化永續目標	011
1.4 重大性分析	013
1.5 外部組織參與	023
1.6 2021年獲獎與榮耀	023

感動客戶 024

2.1 樂在TOYOTA的服務文化	025
2.2 顧客關係管理	026
2.3 產品設計與生產	032

最佳夥伴 036

3.1 經銷商管理	037
3.2 和泰汽車供應商管理體系	049



04



05



06



07

誠信經營 052

4.1 董事會架構與運作	053
4.2 法規依循	055
4.3 資訊揭露	058
4.4 風險管理	058
4.5 資訊安全及顧客資料保護	061
4.6 財務績效	064

環境 065

5.1 氣候變遷管理	066
5.2 綠色營運	070
5.3 環保理念	077
5.4 環保產品設計	081

樂在工作 085

6.1 培育與職涯發展	086
6.2 權益與福祉	090
6.3 職業安全衛生管理	095

社會共融 099

7.1 三大公益範疇：人	101
7.2 三大公益範疇：車	105
7.3 三大公益範疇：環境	107

附錄 109

關於本報告	109
GRI指標對照表	110
SASB對照表	111
查證聲明書	112

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

和泰汽車在追求營運成長的同時，也不斷以善盡企業公民的責任，致力成為汽車產業的永續標竿企業。面對全球汽車產業逐漸轉型為提供顧客移動服務，我們也積極以突破性新思維及作法，將願景與永續發展融入我們的營運核心。和泰的願景「**Think Amazing**」，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，鼓勵同仁以沒有侷限的思維，並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。



經營者的話



展望 2022 年，和泰汽車以「Keep alert、Keep leading、Keep doing Amazing」為經營方針，面對未來保持警覺，不斷進步以維持領先優勢，持續創新並掌握未來新商機，順應汽車產業「移動服務」的趨勢，發展共享交通服務新事業，推出yoxi、iRent等友善多元移動服務，並響應政府永續交通計畫，提供民眾便利、永續美好的移動生活「Mobility for all」。

和泰汽車在豐田母廠的支持下，2021年持續導入全新車款TOYOTA GR YARIS及Lexus UX 300e，並推出改款、強化之TOYOTA VIOS、YARIS、CAMRY、SIENNA、GR SUPRA、PRIUS PHV、COROLLA SPORT、PRADO、HILUX、COROLLA CROSS、RAV4及Lexus LS、ES、NX車系，更率眾商用車品牌之先，導入符合政府環保與車輛安全法規的全新六期HINO全車系，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15.6萬輛的登錄台數，蟬聯第20年台灣車市龍頭寶座。其中，TOYOTA穩居國產車與進口車雙料冠軍、Lexus全年登錄超越2萬台並蟬聯豪華品牌SUV霸主地位、商用車

在3.49噸(含)以上車款登錄共計9,422台，市佔率33.2%，刷新和泰商用車在台銷售新紀錄，獲得商用車總市場銷售冠軍。

和泰汽車積極推動永續發展，除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，更於2021年增設人力資源發展委員會，持續提升與精進集團人力發展。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，近年皆名列前茅。在永續推動上，和泰汽車連年榮獲TCSA TOP 50永續企業獎，並連續6年榮獲「臺灣企業永續獎」之《社會共融獎》。此外，更連續7年榮獲「天下永續公民獎」，2021年持續蟬聯前10名優異成績。

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，同時針對三大公益範疇設定短、中、長期目標，持續投入與推動，為社會帶來更多的影響力。我們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2021年

已累計捐贈超過11萬套，守護更多在地學生與校園安全。為加強社會貢獻及培育未來優秀人才，和泰汽車提供車輛教材或零件捐贈，協助技職學生培養一技之長，更往職場延伸，推出「服務人才校園儲備計畫」，媒合全台服務廠、保修站，提供即將畢業的高中職、大專校院學生職場體驗機會與實習，培養學子專業技能。而公益夢想家活動，透過1對1 NGO業師配對輔導將公益夢想種子具體化，幫助青年將公益夢想化為可能，提升CSRxUSR綜效，擴大社會影響力。此外，為鼓勵國人捐出熱血，和泰汽車已捐贈12台HINO大型捐血車，已佔全台捐血車數量17%，為台灣捐贈捐血車數量最多的企業，期盼大家共同捐出熱血，溫暖社會。環境保護部分，「TOYOTA玩具愛分享」系列活動，累計至2021年底已超過273噸，讓舊玩具經過清潔、改造，繼續陪伴更多小朋友；一車一樹的活動已連續執行4年，至2021年底，已種植超過54萬棵樹，面積達180公頃，減碳量約1.3萬公噸，種下的樹木遍及台灣沿海13個縣市，更發起「台灣原生動物守護計畫」，捐贈

TOYOTA RAV4 4WD協助本土原生動物救援，並贊助協助石虎野放訓練經費，保護台灣原生動物與生態環境。

豐田母廠在短期~長期的策略和行動計劃中表示，將短程目標設定為：以2019年為基準年，2025年排放量下降15%(和泰挑戰下降18%)，中程目標則是較2019年，2030年排放量下降32% (和泰挑戰下降33%)。同時在制定2025年目標時，對環境重大性議題進行了審查。為確保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與揭露，並針對不同的情境進行風險分析。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，以及優化及少量用水，建立循環型社會，和大自然和諧相處等的目標，以成為汽車產業中最環保的品牌為傲。

和泰汽車股份有限公司 董事長



和泰汽車股份有限公司 總經理

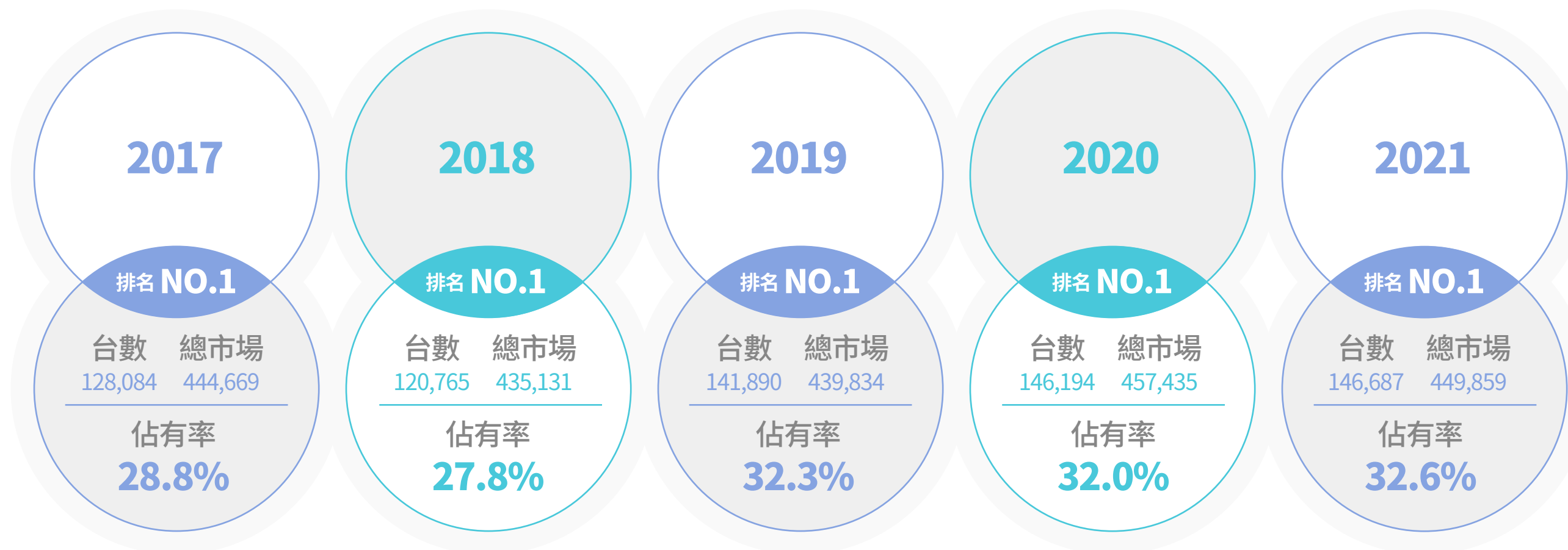


0.1 和泰的成立與發展歷史

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 TOYOTA/ 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，連續20年穩居市場佔有率第一名。

TOYOTA · Lexus 小型車總市場佔有率



和泰汽車經營理念

專業

專業精神，累積經驗，投入高品質、高效率的服務，努力不懈的毅力執著於事業。

超越

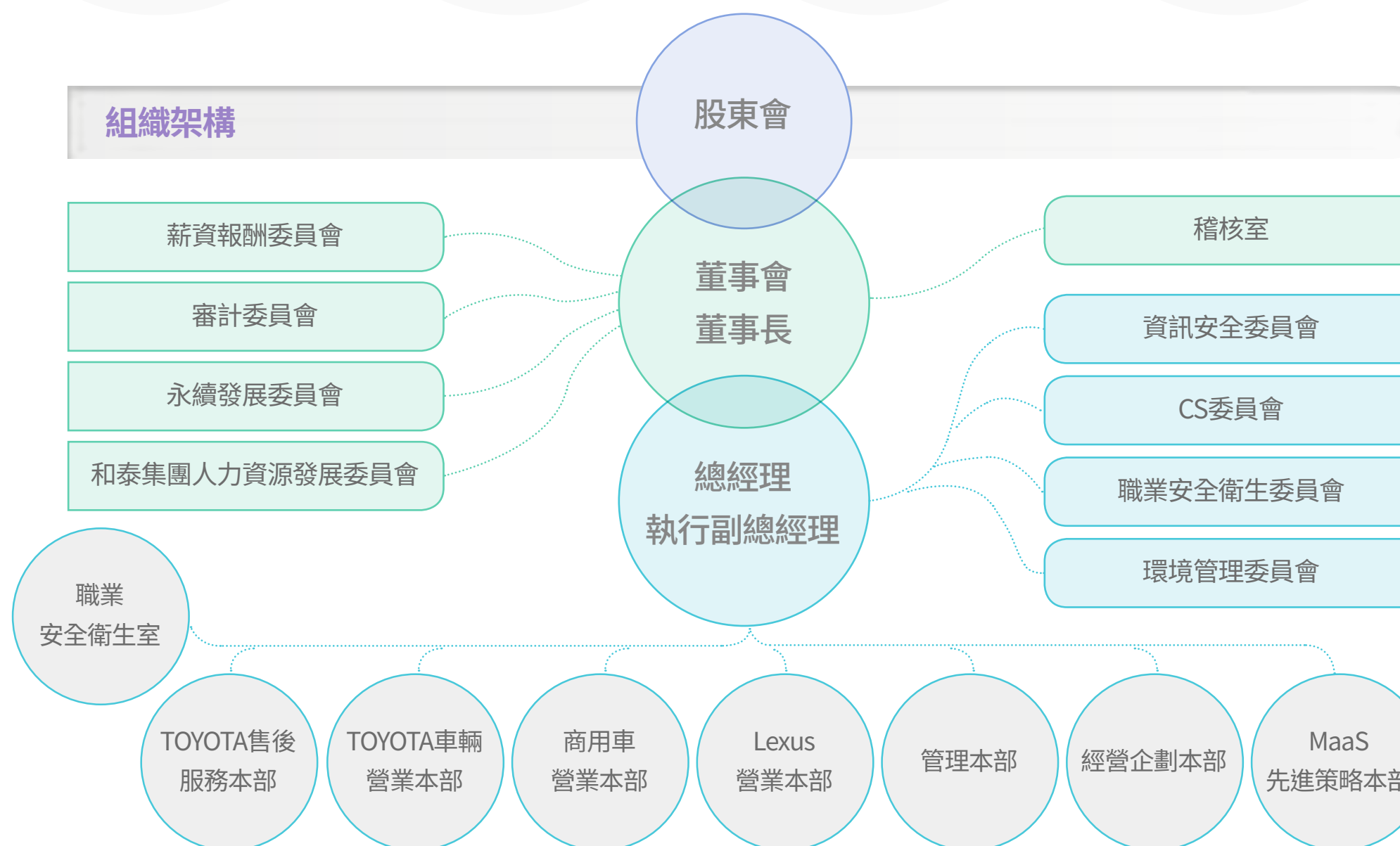
以超越自我、超越現況，超越同業的精神，作最大挑戰，勇往直前。

創新

苟日新、日日新地不斷創新，以旺盛活力突破經營領域提升經營效率。



組織架構



0.2 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。



0.3 傳動70年的光輝史頁



2021~

2021.12 和泰汽車三品牌合計登錄15.6萬台，蟬聯20年台灣車市銷售冠軍，其中Corolla Cross稱霸單一車款銷售冠軍。HINO獲得商用車總市場銷售冠軍。

Lexus NX全新上市。

捐贈啟用第12台捐血車，11年來捐贈之捐血車採血150萬袋。

連續6年獲台灣企業永續研訓中心（TCSA）「台灣企業永續獎」。

2021.10 捐贈導護志工裝備第十一周年，累計全台捐贈11萬套。

和運租車三度蟬聯「臺灣服務業大評鑑」汽車租賃類金牌。

連續8年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。

連續7年榮獲「天下永續公民獎」。

2021.09 「和泰Pay」、「和泰Points」、「中國信託和泰聯名卡」上線。

UX300e全新上市。

TOYOTA一車一樹活動50萬棵種植達成。

2021.08 TOYOTA GR YARIS全新上市。

2021.05 第四度獲得公司治理評鑑上市公司排名前5%佳績。

2021.04 「和興國際汽車股份有限公司」更名「和泰車體製造股份有限公司」。

捐贈2,400萬元防疫基金。

2021.03 TOYOTA SEINNA全新上市。

TOYOTA一車一樹活動首度踏足金門。

HINO 200系3.49噸全新上市。

2021.01 和泰汽車購入iRent品牌，結合yoxi，積極發展MaaS。

1947~2020

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。

TOYOTA一車一樹活動40萬棵種植達成。

和泰汽車捐贈啟用第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。（2021年無舉辦）

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。(2021年無申請)
	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。
	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。(2021年無通知獲獎)
	和泰汽車通過入股和興國際汽車股份有限公司，合作發展車體打造事業。
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。(有得獎，無發稿)
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。
	和泰汽車致力捐血公益 9台和泰號捐血車 募血逾2億C.C.。
	和泰汽車旗下和運租車轉投資設立「和雲行動服務股份有限公司」。
2019.03	TOYOTA RAV4、COROLLA ALTIS全新上市。
2019.04	TOYOTA一車一樹活動20萬棵種植達成。
2019.05	豐田GRANVIA全新上市。
	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。
2019.06	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。
2019.07	TOYOTA HILUX 全新上市。
2019.08	連續5年榮獲「天下CSR企業公民獎」。
2019.09	TOYOTA GR SUPRA全新上市。
	和泰TOYOTA集團萬人淨灘減塑。
	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。
2019.10	國瑞汽車榮獲經濟部「傑出貢獻外商獎」。
2019.11	和泰汽車連續 4 年獲台灣企業永續研訓中心（TCSA）「台灣企業永續獎」。
	連續2年獲英國國際標準協會（BSI）「永續獎」。
2019.12	和泰汽車捐贈「和泰號⑩」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。
2018.10	和潤企業上興櫃。

2018.06	和泰董事會決議投資日本豐田自動車株式會社股票新台幣60億。
	和泰楊梅物流中心設置萬坪太陽能發電板。
2017.09	和泰汽車歡慶邁入70週年。
2017.03	併購蘇黎世產物保險並正更名為和泰產物保險。
2016.12	TOYOTA《驅動城市》App歡慶突破200萬下載。
2016.08	和泰汽車顧客服務中心榮獲「ISO10002顧客意見處理管理系統」國際驗證，為台灣汽車業首例。
2014.12	完成入股全國經銷商。
2014.06	和運租車創台灣業界先例 推出iRent 24小時自助租車服務。
2011.09	Toyota在台銷售200萬台。
2008.04	和泰增資國瑞汽車至30%。
2003.01	「長源汽車暨台灣豐田產業機械新事業」成立。
2001.01	Toyota品牌中古車正式導入市場。
1999.06	和潤與和運公司成立。
1997.11	大陸首家據點上海和裕開幕。
1997.09	和泰汽車成立50週年慶祝大會。
	本公司正式引進高級車Lexus 在台銷售。
1997.02	本公司以第一類股票在台灣證券交易所掛牌買賣。
1996.12	本公司代理銷售之日野大卡車、大巴士、豐田中型卡車、小轎車、產業車輛，全車種市場佔有率居 NO.1。
1995.08	日本豐田及日野汽車公司投資本公司11.8%持股。
1994.12	第一次突破年銷售10萬台紀錄，並奠定年銷10 萬台銷售體制。
1989.05	國產Toyota CORONA轎車上市。
1988.05	本公司與國內八大經銷商簽訂第一次豐田產品經銷契約。
1987.04	豐田新事業展開。小型商用車與轎車生產及銷售相關業務啟動。
1986.01	經濟部投資審議會通過豐田汽車公司投資國瑞汽車公司。
1984.03	和泰投資國瑞汽車，4 月國瑞成立；11 月中壠工廠開始生產。
1983.06	經濟部投資審議會通過豐田汽車之設廠投資案。(即一般所稱之大汽車廠案。)
1974.09	與味全和泰興業及大全彩藝等關係人共同捐資新台幣2千5百萬元成立純青社會福利基金會。
1973.02	結束六和汽車銷售業務。
1970.02	日本豐田汽車與六和汽車股份有限公司技術合作生產可樂娜轎車，本公司為其總代理。
1969.04	本公司依照中信局專案代理進口第一批日本豐田小汽車803台，市場佔有率31%。
1968.01	改組為和泰汽車股份有限公司。
1966.10	新莊工廠建廠，土地面積8000餘坪。
1955.04	改組為和泰貿易股份有限公司。
1952	與日本日野汽車公司簽訂台灣區總代理契約。
1949.08	與日本豐田汽車及橫濱輪胎公司簽訂台灣區總代理契約。
1947.09	和泰商行創立，資本額新台幣 81 萬元，員工 10 餘人。公司位於台北車站右邊之路旁。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

0.4 願景、使命與經營方針



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

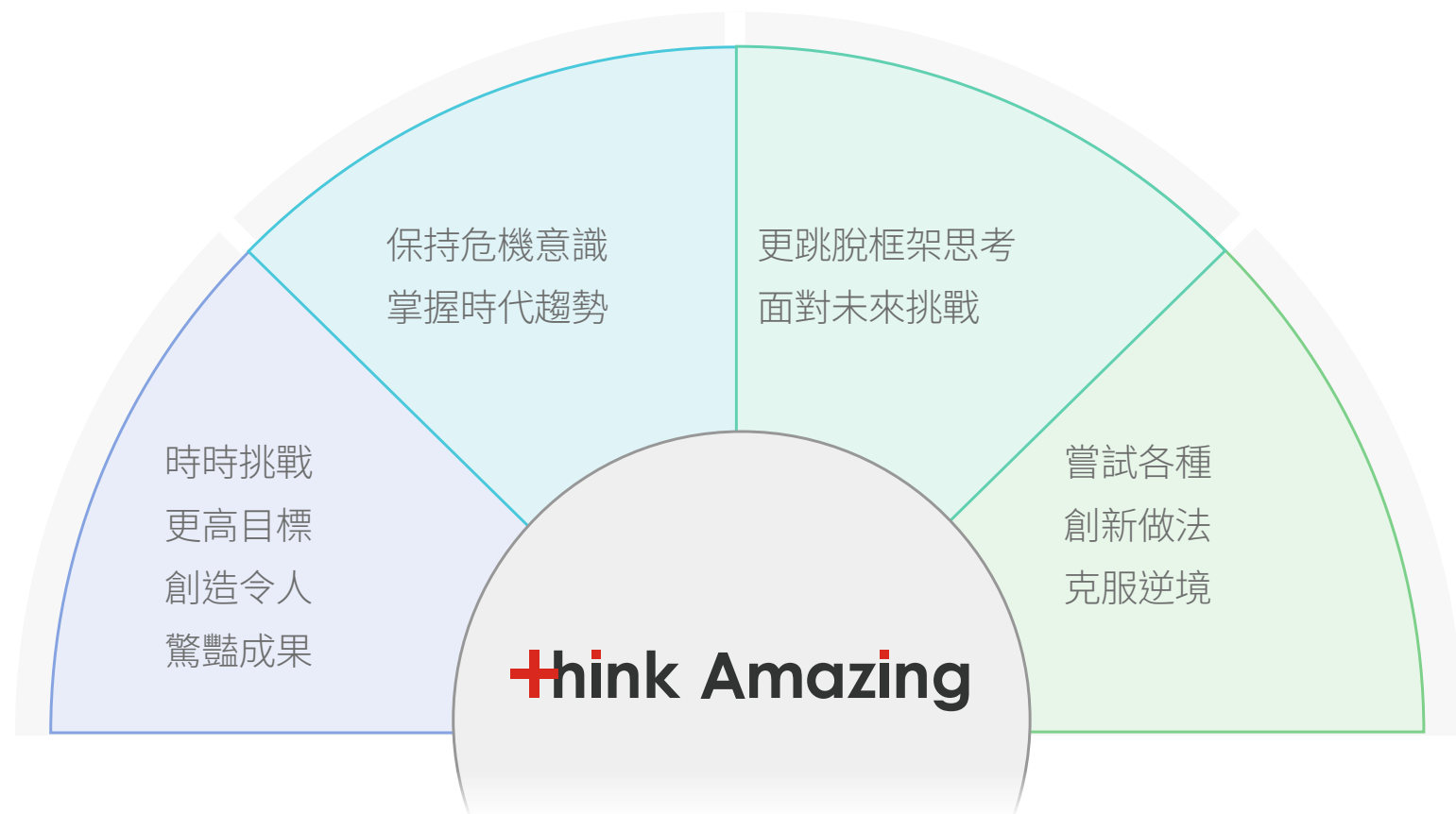
誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



以沒有侷限的思維
超越眼界的創新與驚豔
只有和泰能夠超越自己、超越極限
不以現況為自滿
每次的挑戰就是突破
並持跳脫框架的價值
就是我們不變的堅持



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「+hink 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！

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。



2018~2022年發展目標

據此，我們訂定 2018-2022 年發展目標，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。我們同時每年度訂定經營方針，各該經營策略與目標做法透過每年落實兩次之方針設定、修改與檢討流程，以確認目標是否落實。

2022 年經營方針

全球總體經濟仍持續受新冠肺炎疫情影響，變種病毒威脅及疫苗覆蓋率左右各國經濟復甦的腳步。台灣汽車市場方面，2022年面臨新整廠平均油耗標準（Corporate Average Fuel Economy Standards，簡稱CAFE）上路、車用品片缺料影響供貨穩定性及競爭激烈等諸多挑戰，故和泰將積極提供優質及創新的銷售與服務模式，並全力配合TOYOTA全球電動化戰略，導入電動化商品，拉大領先差距，並善用大數據為集團發展尋找藍海新商機。

展望 2022 年，和泰汽車將以「Keep alert、Keep leading、Keep doing Amazing」為經營方針，面對未來保持警覺，不斷進步以維持領先優勢，持續創新並掌握未來新商機，鞏固和泰汽車於汽車產業的領導地位且再創高峰。

集團經營方針：Keep alert、Keep leading、Keep doing Amazing

經營策略	目標／做法
主動出擊 保持領先優勢動能	■ 車輛 TOYOTA 迎戰新趨勢 領先優勢再擴大 Lexus 超越25，啟動變革，佈局新時代 商用車 跨越七十再創巔峰 ■ 服務 TOYOTA 持續提升服務量能，全方位服務No.1 Lexus 立基25，創新轉型，打造智能服務體驗 商用車 精實服務 挑戰極限
迎接瞬息市場變化 開拓集團新商機	和潤 擴大業務新領域及新區域，挑戰產業龍頭地位 和運 拓展多元租賃服務，全面滿足顧客租賃需求 車美仕 與未來移動服務接軌，持續優化車聯網服務、開發智能新商品 長源 全力加速據點佈建，突破銷售與服務量能 和泰豐田物料運搬 積極拓展租賃、中古車及物流事業，再創獲利新高峰 和通 經營環境變革，積極人才轉型；周邊業務提升，分散經營風險 和泰產險 全面提升經營體質及企業形象，公平待客評比躍升 和泰聯網 擴增移動服務量能，完善網路平台經營，以精準行銷及點數經濟發展電商新事業 和泰車體 全新車體工廠啟用，掌握車體打造龐大商機
創新思維再進化 激發集團新氣象	Amazing思維延續，培育優秀適能人才，激發集團事業發展 持續強化集團資安防護網，成為資訊環境最強後盾 數據驅動MaaS (Mobility as a Service)事業再升級，整合價值鏈並打造數位服務生態系，全面搶攻會員經濟
促進集團永續發展	落實廠家環境永續政策，節能減碳愛護環境，邁向碳中和目標 持續落實ESG，經營「和泰集團」公益形象，善盡企業社會責任 完善公司治理，深化法遵觀念，打造集團公司治理3.0藍圖



0.5 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、桃苗汽車、中部汽車、南都汽車、高都汽車、蘭揚汽車及東部汽車等八大經銷夥伴

商用車

西部地區由長源汽車進行經銷，東部地區則由蘭揚汽車及東部汽車進行經銷

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。每年提供萬人進行教育訓練及會議。

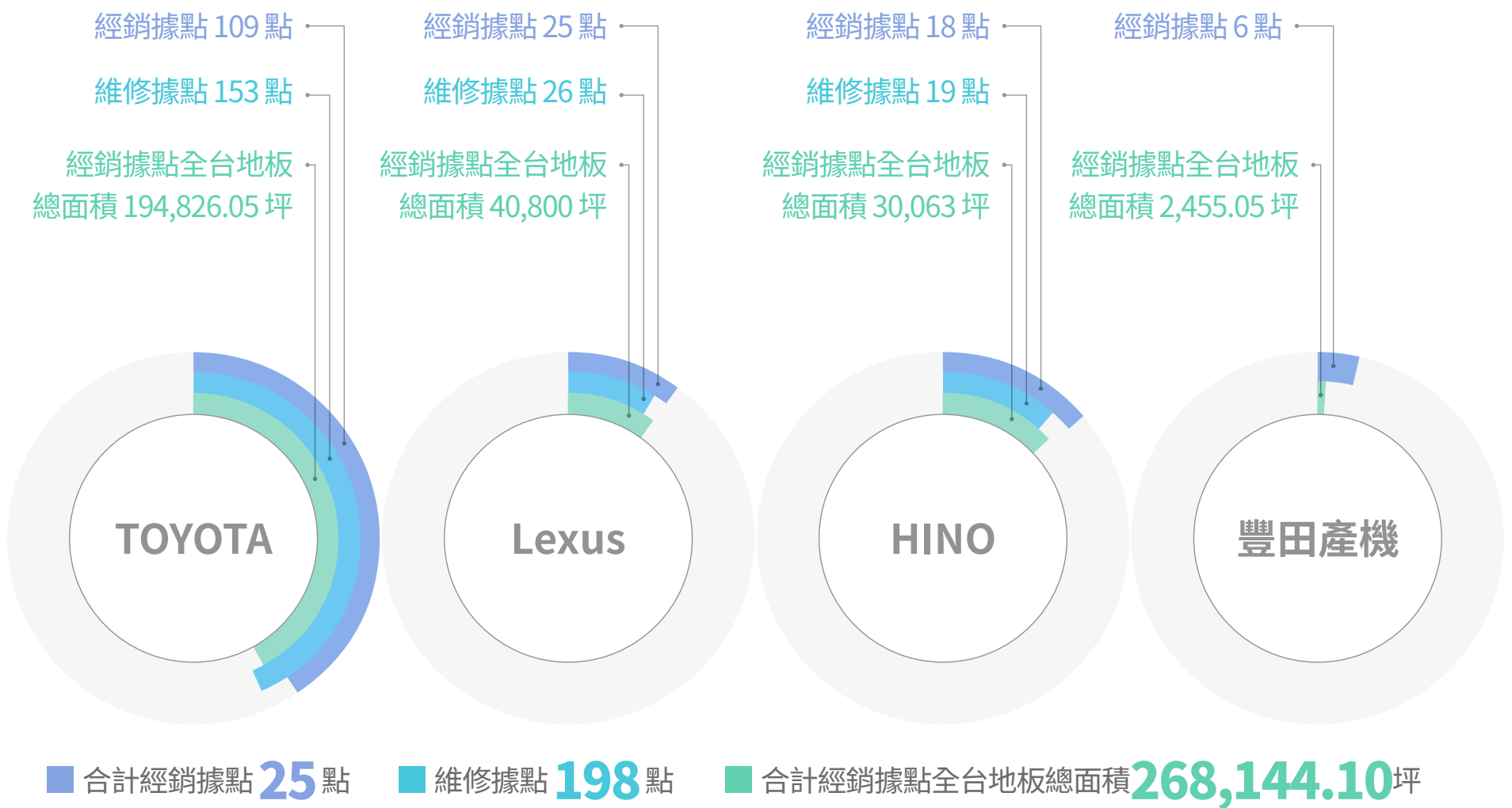
完善高效的物流中心

■ 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109個、維修據點為153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。



永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

0.6 2021永續亮點



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

經濟面

29.68 元
2021年度稅後每股盈餘

32.6 %
連續20年台灣市佔第一

100 %
連續20年台灣市佔第一

上升
7.32 %
2021年在地採購比例較
2020年上升幅度

環境面

92.3 %
使用再生零件-動力轉向機泵浦比率

55 噸
使用環保水性漆塗料
2021年減少之有機溶劑
揮發性氣體的排放量

31,980 %
2021年經銷商全年R134a冷媒
回收量達24.6公噸
相當於減少31,980噸CO2排放量

社會與員工

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

4,374 萬 瓶
設置中央供油設備，累計至2021年
共減量4,374萬瓶機油空瓶

100 %
2021年育嬰留停復職率

2.23 %
近三年平均離職率逐年下降

11 萬 套
至2021年已累計捐贈
近11萬套導護裝備

12 台
台灣捐贈捐血車數量最多的企業
累計捐贈12台

5,536 萬 元
捐贈汽車高科技教具及教材，累積
金額超過新台幣5,536萬元

273 噸
收集二手玩具並利用再生
累計至2021年底已超過273噸

超過
54 萬 棵
一車一樹活動已種植
超過54萬棵樹
減碳量約1.3萬公噸



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

2021年

CSR 委員會更名為
永續發展委員會

9個GRI主題

將重大與次重大議題對
應出 **9** 個 **GRI** 主題

4個SDGs目標

重大議題管理方針與聯合國
永續發展目標

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

為落實永續發展並與國際接軌，和泰汽車於2021年將CSR委員會更名為「永續發展委員會」，作為跨部門的溝通平臺，整合公司資源，監督及落實公司於環境（Environment）、社會（Social）、治理（Governance）等面向的作為。我們積極回應利害關係人所關注之重大議題、持續呼應聯合國永續發展目標，將企業永續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。



經營者的話

關於和泰

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「和泰汽車永續發展實務守則」，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，並以促進企業永續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、加強企業永續發展資訊揭露」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。



和泰汽車落實永續發展指導方針

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
- 增加商品與服務之效能
- 使可再生資源達到最大限度之永續使用，如耗能用品的回收、再利用
- 妥善與永續利用水資源
- 逐步推動和泰集團與豐田經銷商之碳中和

維護社會公益

- 反歧視
- 提供員工安全與健康之工作環境
- 建立有效之職涯能力發展培訓計劃
- 與員工溝通對話
- 宜秉持對商品負責與行銷倫理，維護客戶權益
- 不得有欺騙、誤導、詐欺或任何其他破壞客戶信任、損害客戶權益之行為
- 尊重並保護客戶之隱私權
- 評估採購行為對供應來源社區之環境與社會之影響，並與供應商合作，共同致力提升企業永續

加強企業永續資訊揭露

- 經董事會決議通過之企業永續之治理機制、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
- 公司為企業永續所擬定之履行目標及措施
- 企業永續之實施績效

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

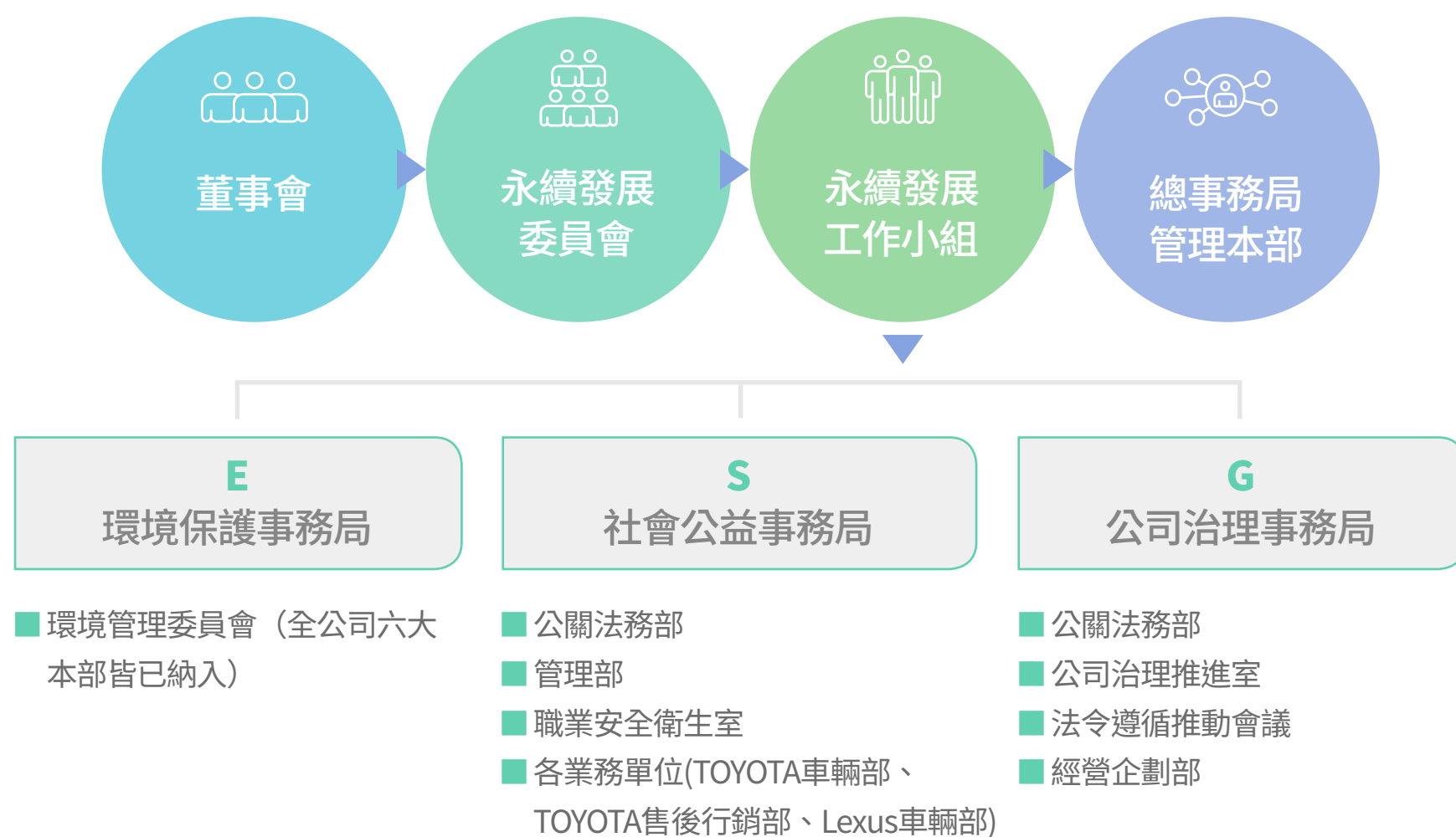
附錄

1.2 永續發展委員會

為實踐企業永續、具體落實與監督企業永續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」為董事會下之功能性委員會，並於2021年12月更名為「永續發展委員會」。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E永續政策並檢視各項ESG議題方針執行情形。2021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，整合公司資源並將各項ESG議題納入日常營運中，永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項ESG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永續委員會，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，由管理本部擔任永續發展委員會總事務局，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、蒐集各單位永續議題運作成果，編寫和泰汽車永續報告書，每年向董事會提報ESG推動事項與成果兩次。

和泰汽車永續發展委員會組織圖



1.3 永續里程碑及2021年深化永續目標

和泰汽車長期推動企業社會責任，投入資源推動永續事務不遺餘力，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2022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。



2022年深化永續目標及措施

	2022年目標	措施
環境 E	環管評鑑（→2025亞太目標）	執行廠家Environment Assessment System（EAS環境管理評鑑） */Eco Dealership及ISO14001評鑑（EAS: 和泰; Eco Dealership: 經銷商）
	打造友善之工作場域，達成低碳／減塑／Fun生活	建立工作場域數據模組，擴大太陽能案場，達成環管目標
	永續循環影響力	持續推動各式環保活動（一車一樹／玩具愛分享／環境月／淨灘），擴大品牌/集團環保影響力
社會 S	落實企業社會責任	CSR形象有感經營，整合集團公益（公益專案如：公益夢想家、台灣原生動物守護、移動公益幸福行動等）和泰好感度紮根大專院校
	藝文培育	夢想車繪畫比賽 Lexus短影片競賽
公司治理 G	同步公司治理3.0	精進治理評鑑指標
	適法評鑑智財守備零容忍	運用評鑑機制，推動經銷商遵法 打造集團智財管理體制，提升集團成員遵法意識 集團智財管理制度建置（著作權及商標權管理辦法）



1.4 重大性分析

步驟1 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（GRI Standards）所建議之永續性脈絡與重大性分析原則。除參考國內外上企業社會責任的相關準則與報告書編撰規範，包括GRI（Global Reporting Initiative）、UN GC（United Nations Global Compact）、TCFD（Task Force on Climate-Related

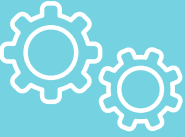
Financial Disclosures）、SASB（Sustainability Accounting Standards Board）、ILO（International Labour Organization Conventions and Recommendations）、SDGs（Sustainable Development Goals）與ISO 26000外，也突破既有規範的框架，同步考量到全球永續發展之風險/機會、利害關係人回饋、汽車產業特有趨勢與外部顧問專家建議之議題，一共歸納出五五大類、計18項與和泰汽車營運相關之永續議題。



步驟2 利害關係人鑑別與溝通

和泰汽車的相關部門都在積極地與主要利害關係人進行對話。他們交流和泰的理念，也有助於加深相互了解。此外，和泰汽車與外部專家保持溝通，以確保永續發展措施的方向。因此和泰報告書編撰小組透過AA 1000 SES:2015 (AccountAbility 1000 Stakeholder Engagement Standard:2015) 標準中的量化方式，依據所提出之五大原則（依賴性、責任、影響力、多元觀點、張力）評估13個相關之利害關係人與和泰汽車營運的緊密程度。所鑑別出6個主要的利害關係人，依量化結果之重要程度排序為：經銷商、股東、員工、客戶、供應商、媒體。和泰汽車為了闡明如何回應主要利害關係人的期望與需求，建立多元的溝通機制來聆聽建議，並於此報告內容導入利害關係人議合之結果。同時透過利害關係人給予之回饋，加速公司績效的向上提升。和泰也將繼續進一步加強與利害關係人的對話，以切實滿足社會的期望，並將其運用到我們的未來計劃中。



對和泰永續發展的意義或重要性		關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應策略與內容	溝通成效
 經銷商 DEALER	- 車輛受訂／販賣之推進達成年計目標 - 經銷商關係維繫及顧客車輛問題獲得解決 - 新進人員的專業知識有效傳承及培育／儲備優秀人才，協助一線販賣 - 透過綜合遵法體制遵法查核控管違法風險 - 落實法遵之公司治理與實踐企業社會責任	職業安全與健康	發文	不定期	- 說明職業安全與健康政策 - 揭露職業安全與健康政策執行結果 - 說明職業安全衛生委員會運作情形	確保經銷商職業安全與健康
		顧客隱私保護	年度報告書、永續報告書、發文顧客安全	每年一次	- 說明隱私權政策 - 揭露完整顧客關係管理活動成果 - 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
		顧客安全	販賣會議、產品訓練、現地查核、線上課程、召回	不定期	完整說明產品的安全考量、顧客使用產品過程中之安全議題等	完整揭露及溝通產品及服務安全相關之議題

對和泰永續發展的意義或重要性		關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應策略與內容	溝通成效
 股東 SHAREHOLDER	- 股東權益極大化 - 將違反公平交易行為完整揭露，維護公司及股東權益	營運財務績效	年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	- 每年一次 - 一年四次 - 不定期	- 向股東報告營運狀況、股利政策等 - 配合每季財報公告向投資人營運概況及未來展望 - 即時揭露公司重要財務業務資訊	確保經銷商職業安全與健康
		公司治理與誠信經營				
		顧客隱私保護	年度報告書、永續報告書、官網	- 每年一次 - 不定期	- 說明隱私權政策 - 揭露完整顧客關係管理活動成果 - 說明資安委員會運作情形	完整揭露及溝通產品及服務安全相關之議題

對和泰永續發展的意義或重要性		關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應策略與內容	溝通成效
 員工 STAFF	- 強化員工溝通，凝聚員工向心力 - 重視男女平權與支持職場多元化 - 針對各階人員進行人才培訓計畫 - 提升企業形象 - 公司與員工共同回饋社會塑造公益形象	顧客隱私保護	年度報告書、永續報告書	每年一次	- 說明隱私權政策 - 揭露完整顧客關係管理活動成果 - 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
		產品與服務品質	電視/平面廣告/新聞稿、和泰園地公益活動、電子郵件及會議	不定期	- 定期向員工傳遞產品相關資訊 - 定期進行服務人員訓練與考核	完整傳遞產品相關資訊並確保產品及服務品質
		人權與勞資溝通	員工意見信箱、員工滿意度調查、勞資會議、發文	每兩年一次、每季一次	- 依員工提案進行評估 - 依滿意度低分項目進行訪談及改善 - 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

對和泰永續發展的意義或重要性		關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應策略與內容	溝通成效
 客戶 CLIENT	- 品牌的潛在顧客與既有客戶，直接影響品牌營收與獲利 - 重視顧客聲音，顧客滿意第一	顧客安全	問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期	針對顧客要望提供最佳處理對策，並轉知顧客建議予相關單位進行改善活動	降低客戶不滿並提昇再購/再回廠意願
		產品與服務品質	電視/平面廣告/新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期	針對顧客要望提供最佳處理對策，並轉知顧客建議予相關單位進行改善活動	降低客戶不滿並提昇再購/再回廠意願
		顧客隱私保護	年度報告書、永續報告書、官網	每年一次	- 說明隱私權政策 - 揭露完整顧客關係管理活動成果 - 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

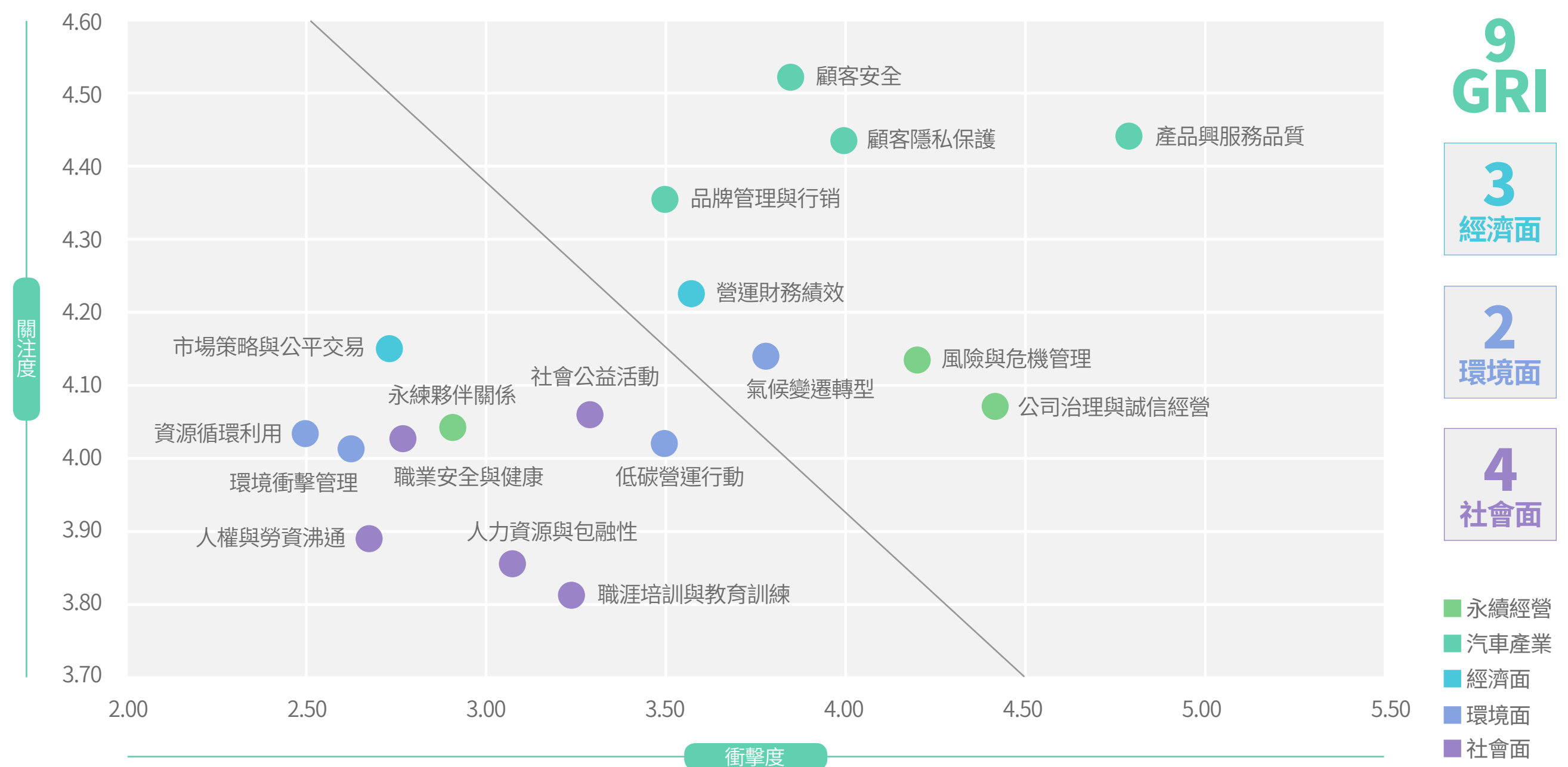
對和泰永續發展的意義或重要性		關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應策略與內容	溝通成效
 供應商 SUPPLIER	■ 授權和泰代理TOYOTA&Lexus&HINO ■ 適時供給和泰販售以符合市場端之國產車輛需求 ■ TOYOTA亞洲代理商零件作業改善之檢核評價 ■ 提供環保產品，降低對環境之汙染	■ 公司治理與誠信經營	■ 年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	■ 每年一次 ■ 一年四次 ■ 不定期	■ 即時揭露公司重要財務業務資訊 ■ 定期對外說明本公司營運成果	■ 與供應商維繫良好關係
		■ 風險與危機管理	■ 年度報告書、永續報告書	■ 每年一次	■ 揭露風險與危機管理政策	■ 完整揭露風險與危機管理政策
		■ 永續夥伴關係	■ 契約條文 ■ 產銷三方會議 ■ 電子來函	■ 不定期 ■ 每月一次 ■ 每年一次	■ 針對少量車型生產效率進行優化 ■ 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 ■ 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。	■ 與供應商維繫良好關係 ■ 確保月度生產台數與市場需求/年計目標達成相符 ■ 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

對和泰永續發展的意義或重要性		關注議題	溝通管道	溝通頻率	回應策略與內容	溝通成效
 媒體 REPORTER	■ 擴散新車與活動訊息，創造話題 ■ 扮演好企業及品牌對外溝通的重要橋樑	■ 公司治理與誠信經營	■ 年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	■ 每年一次 ■ 一年四次 ■ 不定期	■ 即時揭露公司重要財務業務資訊	■ 與媒體維繫良好關係
		■ 風險與危機管理	■ 年度報告書、永續報告書、官網、股東大會	■ 每年一次 ■ 不定期	■ 揭露風險與危機管理政策	■ 完整揭露風險與危機管理政策
		■ 永續夥伴關係	■ 永續報告書、官網	■ 每年一次 ■ 不定期	■ 揭露永續夥伴關係	■ 完整揭露永續夥伴關係內容

步驟3 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2021年1月至2022年2月，總計共回收318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的衝擊程度。

根據此兩項量化數據製出重大性矩陣圖，決定出8項和泰汽車2021年的重大議題。重大議題共可對應GRI準則的9個主題，經濟面有3個、環境面有2個、社會面有4個。此外，該8項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8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。



9
GRI

3
經濟面

2
環境面

4
社會面

■ 永續經營
■ 汽車產業
■ 經濟面
■ 環境面
■ 社會面

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

重大議題			對和泰汽車營運的衝擊						
對應GRI準則主題			A	B	C	D	E	F	G
永續經營	公司治理與誠信經營	反貪腐 205、反競爭行為 206					●	▲	
	風險與危機管理	反貪腐 205、社會經濟法規遵循 419		●	▲		●		
汽車產業	顧客安全	顧客健康安全 416、行銷與標示 417 客戶隱私 418、社會經濟法規遵循 419	▲		●		▲		▲
	產品與服務品質		●		●		▲		
	顧客隱私保護				●		●		
	品牌管理與行銷		●		●	●	▲		
經濟面	營運財務績效	經濟績效 201	●	●				▲	
環境面	氣候變遷轉型	能源 302、排放 305、經濟績效 201			●	●		▲	

A 增加產品銷售，提高公司營收。

B 提升效率或減少支出，降低營運成本。

C 增加外界對和泰品牌的信任，提高顧客忠誠度。

D 找尋商業機會，擴展銷售與服務市場範圍。

E 降低因商譽衝擊可能帶來的營運風險。

F 增加員工對公司的向心力，增進營運效率。

G 發揮對社會正面的影響力，促進社會和諧與共融。

● 高度相關

▲ 中度相關

將8個重大議題所對應出之9個GRI主題，經由報告書編撰小組成員評量，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。創造營運績效。

和泰汽車涉入程度

● 直接 ▲ 促成 ◆ 商業關係

	實體名稱	組織內實體				組織外								
面向		和泰汽車	子公司				主要供應商			經銷商				終端使用者
	重大主題		和潤	和運	和展	和泰產險	國瑞	日本豐田	日野	TOYOTA經銷體系	Lexus經銷體系	長源汽車股份有限公司	和泰豐田物料運搬	車主
經濟面	經濟績效	●			●			▲				◆		
	反貪腐	●										◆		
	反競爭行為	●			●							◆		
環境面	能源													◆
	排放											◆		◆
社會面	顧客健康與安全	●			●			▲				◆		◆
	行銷與標示	●			●			▲				◆		◆
	客戶隱私	●			●			▲				◆		◆
	社會經濟法規遵循	●			●			▲				◆		

步驟4 制訂管理方針與連結聯合國永續發展目標

聯合國永續發展目標需要企業與政府一同努力才能達成。因此和泰汽車追逐步透過連結GRI的資訊揭露、企業永續和SDGs的關聯性，與全球攜手共同往一致性的目標邁進。我們在管理重大議題與制訂目標的同時，已遵循由UNGC偕同WBCSD與GRI所建立之「永續發展目標羅盤」（SDG Compass）中的五大步驟（了解SDGs、鑑別優先次序、制訂目標、整合、揭露與溝通），來進行相

關性的鑑別。目前所鑑別出可對應之相關永續目標有SDG8、12、13、16，共4個目標。在鑑別的過程中，和泰也同時發現，當SDG對營運產生的風險程度越高，也同時可以為營運帶來更多機會點，兩者具有正相關。因此我們承諾，未來將會把與和泰汽車相關之全球永續發展目標，致力降低風險並轉化為機會，納入公司企業社會責任發展的核心策略與願景之中。

面向	重大議題	政策／承諾	具體行動		有效性			溝通		SDGs
		導入的管理系統、制訂政策或對外承諾的內容	管理議題以提升正面效益的作法	對議題的負面影響進行的減緩／預防／修復作法	績效指標	短中長期目標	2021 完成度	會與哪些利害關係人溝通此議題	如何傳達目標與行動給上述的利害關係人	
永續經營	公司治理與誠信經營	■ 舉辦董事／全公司教育	1.維持公司治理排名前5% 2.召開定期法說會	■ 舉辦董事／全公司教育	■ 維持公司治理評鑑前5%	■ 成為公司治理標竿企業	■ 第八屆公司治理評鑑排名為6-20% ■ 本公司第八屆公司治理評鑑排名為6-20%，未來將持續強化公司治理，預計提升項目如下： 1.期中報告須經審委同意提董事會決議 2.每年定期就功能性委員會（薪委及審委）進行內部績效評估 3.永續報告書上傳英文版並申報 4.揭露依TCFD架構，對氣候風險與機會之治理、風險管理之資	■ 股東/投資人 ■ 主管機關	1.股東大會 2.法說會 3.投資人關係專區	
	風險與危機管理	■ 定期進行風險評估	■ 定期進行風險評估	■ 預測並防範風險	■ 無發生重大事件	■ 每年進行風險評估且無發生重大事件	■ 無發生重大事件	■ 股東/投資人 ■ 主管機關 ■ 供應商	1.年報 2.永續報告書 3.重大訊息公告	

面向	重大議題	政策／承諾	具體行動		有效性			溝通		SDGs
		導入的管理系統、制訂政策或對外承諾的內容	管理議題以提升正面效益的作法	對議題的負面影響進行的減緩／預防／修復作法	績效指標	短中長期目標	2021 完成度	會與哪些利害關係人溝通此議題	如何傳達目標與行動給上述的利害關係人	
汽車產業	顧客安全	1.產品認證 2.環境安全管理制度	■ 嚴格遵守相關法律規定	1.產品召回 2.針對查核之缺失提供改善建議交由受查者擬定改善計畫	■ 無發生重大產品缺失事件	■ 無發生重大產品缺失事件	■ 無發生重大產品缺失事件	■ 客戶 ■ 經銷商	1.產品說明書 2.產品廣告宣傳資料 3.內部發文	
	產品與服務品質	1.產品管理制度 2.顧客服務制度 3.定期檢視市場狀況並提供予經銷商及供應商	1.產品認證 2.經銷商評核制度	1.產品召回 2.針對查核之缺失提供改善建議交由受查者擬定改善計畫	■ 無發生重大產品缺失事件	■ 市佔率持續維持No.1	■ 無發生重大產品缺失事件	■ 客戶 ■ 經銷商 ■ 供應商	1.產品說明書 2.產品廣告宣傳資料 3.供應商管理規範 4.廣告宣傳管道	
	顧客隱私保護	1.顧客隱私權政策 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	1.嚴格遵守顧客隱私相關法律規定 2.與利害關係人說明隱私權政策 3.揭露完整顧客關係管理活動成果 4.說明資安委員會運作情形	■ 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	■ 無發生重大顧客隱私缺失事件	■ 無發生重大顧客隱私缺失事件	■ 無發生重大顧客隱私缺失事件	■ 客戶 ■ 經銷商	1.年度報告書 2.永續報告書	
	品牌管理與行銷	1.品牌行銷年度規劃 2.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 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	1.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 2.社會公益活動之訊息露出	1.產品召回 2.危機處理標準作業程序制度建立	1.產無發生重大產品缺失事件 2.年度及階段性賣目標順利達成 3.定期且及時揭露公司重要資訊	■ 市佔率持續維持No.1	1.無發生重大產品缺失事件 2.年度及階段性販賣目標達成 3.定期且及時揭露公司重要資訊	■ 客戶 ■ 經銷商	1.經銷商販賣會議 2.顧客關係活動、發表會／試乘活動 3.電視／平面廣告／新聞稿 4.和泰園地電子報 5.發文及電子郵件	

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

面向	重大議題	政策／承諾	具體行動		有效性			溝通		SDGs
		導入的管理系統、制訂政策或對外承諾的內容	管理議題以提升正面效益的作法	對議題的負面影響進行的減緩／預防／修復作法	績效指標	短中長期目標	2021 完成度	會與哪些利害關係人溝通此議題	如何傳達目標與行動給上述的利害關係人	
經濟面	營運財務績效	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 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	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 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	■ 針對查核之缺失提供改善建議交由受查者擬定改善計畫	■ 依法完成各項財務業務資訊之揭露	■ 市佔率持續維持No.1	■ 市佔率No.1	■ 股東／投資人 ■ 主管機關	1.每月營收公告 2.每季財務報告 3.年度財務報告 4.官網投資人關係專頁	
		■ 豐田環境管理系統、ISO14001、ISO14064	■ 設定碳排減量3%／年目標	■ 設定碳排減量3%／年目標	■ 設定碳排減量3%／年目標	■ 2025年降低18%碳排 (vs2019年)	■ 降低9%碳排 (vs2019年)	■ 股東/投資人/豐田經銷商/驗證機構 ■ 主管機關	1.年報 2.廣宣影片 3.社群平台	
環境面	氣候變遷轉型									



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	理事
台北市進出口商業同業公會	會員
台日商務交流協進會	理事
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 2021年獲獎與榮耀

榮譽

第8屆
公司治理評鑑
6-20%

說明

過去4次獲全
上市公司
排名前5%

舉辦單位

 臺灣證券交易所



榮譽

和泰汽車榮獲
2021年
TCSA台灣企業
永續獎

說明

連續6
年獲獎

舉辦單位

 台灣企業永續研訓中心
Taiwan Center for Corporate Sustainability



榮譽

和泰汽車榮獲
2021年
天下永續公民獎
第10名

說明

連續7年獲獎
續兩年入圍前10名

舉辦單位





榮譽

和泰汽車獲工商時報
2021年
臺灣服務業大評鑑
金獎

說明

連續6
年獲獎

舉辦單位





榮譽

和泰汽車獲
2021年
康健雜誌讀者票選
信賴品牌
汽車類第1名

說明

連續4年獲獎

舉辦單位





感動客戶

Customer Services



97.7%

近三年平均零件供應率

110萬人
和泰 Pay

2 個月累積註冊人數

蟬聯20年

台灣車市銷售冠軍

超過97%

2021 年客戶滿意度

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

連續20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。

和泰汽車及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：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、多元激勵活動等施策。藉由讓員工感受到公司悉心照顧的感覺，更進一步提供車主溫暖、專業的服務。（更多內容請參閱本報告書「樂在工作」章節）

另外，和泰汽車也不斷投注資源於「感動服務」，為車主打造超越期待、備感貼心的服務體驗。TOYOTA除了將在地人文風情融入服務流程、打造舒適的休息室、創造多樣化的親子與數位體驗活動、並導入e化系統的全新服務外，更邀請在地居民參與活動，期望讓車主感受到品牌的溫度。

齊心打造快樂的工作環境，讓我們享受「樂在TOYOTA」的幸福職場

TOYOTA在地第一
Best in Town

用心提供驚喜的感動服務，讓顧客體驗「樂在TOYOTA」的用車生活

樂在TOYOTA
概念

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

定期舉辦和泰汽車跨部門的顧客滿意委員會、跨經銷商的執行成果分享會、每月透過調查檢視

TOYOTA SSI/CSI
成果

每年舉辦顧客滿意教育課程，並陸續導入全員CS線上教育，激發全员的顧客服務精神

全員
顧客滿意文化
塑造

未來，和泰汽車將會持續秉持 **樂在TOYOTA** 的精神，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，為顧客打造驚喜感動服務。

 歷年服務文化與策略

2016
建構傳遞幸福的共好團隊

2015
建構展現關懷的信賴團隊

2014
建構High 5高績效團隊

2016	2017~2021	
Only for YOU 啟動關鍵 ▶ 鞏固CS (Customer Service) 文化 ▶ 強化思維、健全制度、啟動關鍵、樂在工作 ▶ 員工滿意→客戶滿意 (人才培育)	樂在TOYOTA ▶ TOYOTA幸福文化 ▶ 讓員工享受樂在TOYOTA的幸福職場 ▶ 讓顧客體驗樂在TOYOTA的用車生活 ▶ 經銷商參與及支持 ▶ 經銷商/據點發展在地感動服務 ▶ 經驗及成果分享會	樂在TOYOTA ▶ 閃耀之星選拔 鼓勵員工結合弱勢改善進行創意提案 ▶ 神燈精靈現地激勵 與經銷商合作，為優秀員工策畫驚喜活動 ▶ 全方位服務廠選拔 綜合評比ES/CS表現，選拔優秀服務廠 ▶ 異業結盟體驗活動 舉辦數位體驗活動，免費提供顧客雜誌/電影/音樂服務



2.2 顧客關係管理

用心傾聽顧客聲音

2.2.1

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。

顧客的意見與回饋是我們進步的動力與來源。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。

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，2021年TOYOTA智能客服逐步升級，受理占比超過六成，成為主要顧客VOC來源，達成擴大分流並成功轉型。Lexus亦於2020年導入智能客服。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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、網路問卷等）、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	Lexus	HINO
24小時顧客服務中心服務電話	0800-221-345 (02) 5599-7299	0800-036-036	0800-522-567
官網	www.toyota.com.tw	www.lexus.com.tw	www.hino.com.tw
電話訪問	■ 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：先以簡訊關懷新車購車滿7日之車主，若車主未回覆簡訊，才撥打追蹤關懷電話。 ■ CSI對象：先以簡訊關懷保養或維修結帳出廠滿3日之車主，若車主未回覆簡訊，才會撥打服務追蹤關懷電話。	■ CSI對象：先以LINE問卷關懷已結帳離廠車主，若車主未填寫問卷則撥打電話追蹤。 ■ 每月抽樣 ■ SSI對象：每月領牌顧客(抽樣80件) ■ CSI對象：每月回廠顧客(抽樣80件)
紙本與網路問卷	■ 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）	■ 依車主意願，寄送紙本或網路問卷調查服務滿意度，並於2022年針對長期弱勢服務項目增加邏輯接題以深入探討顧客不滿意之根因。 ■ SSI對象：新車交車3個月內車主（每月抽樣1,000份） ■ CSI對象：結帳出廠3個月內車主（每月抽樣2,000份）	■ 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「My Toyota」 ■ https://www.toyota.com.tw/app/citydriver/	■ All-in-One行車生活服務App「Lexus Plus」 ■ https://www.lexus.com.tw/app/lexusplus	■ LINE@「HINO商用車」

註：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）

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

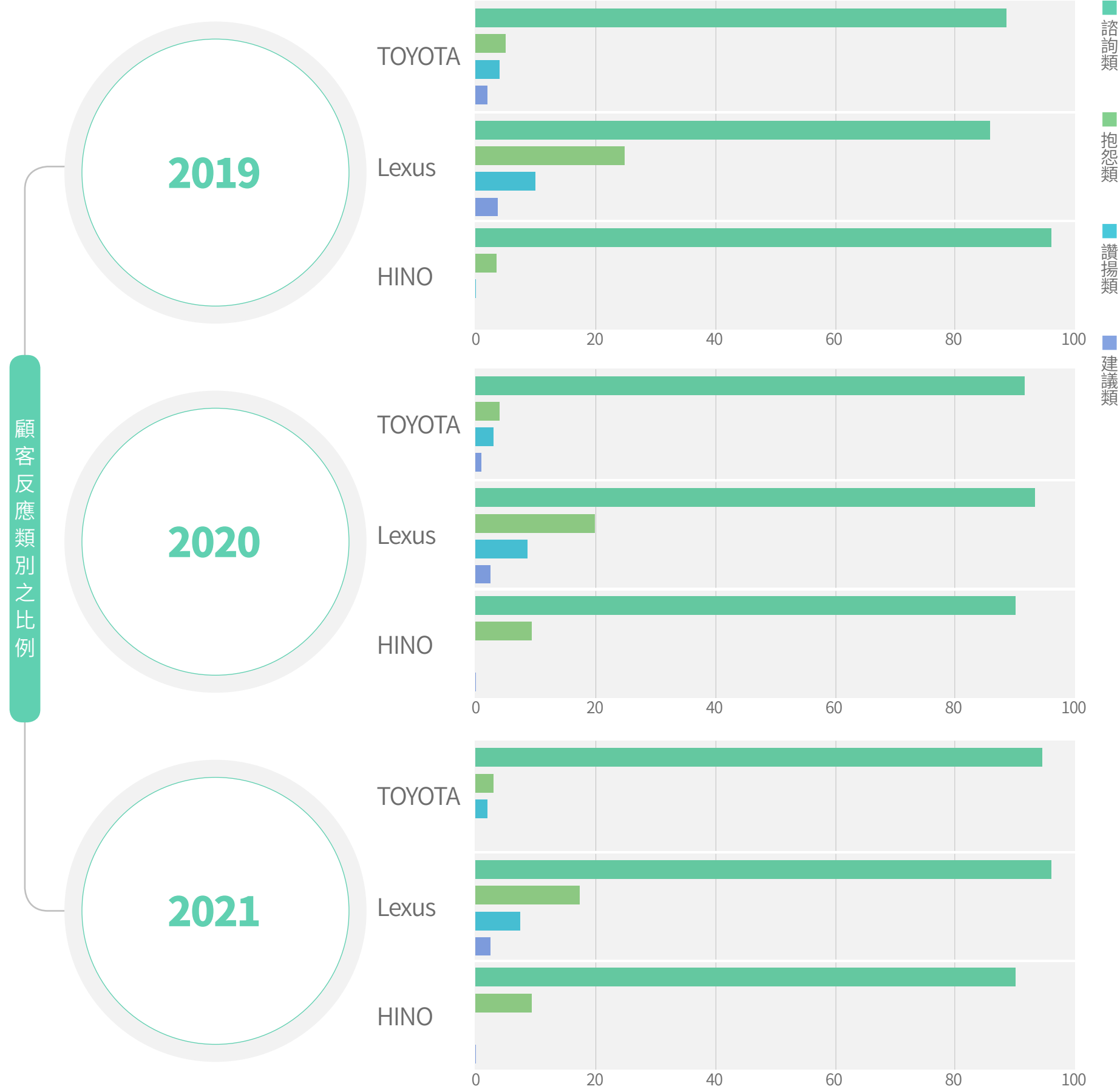
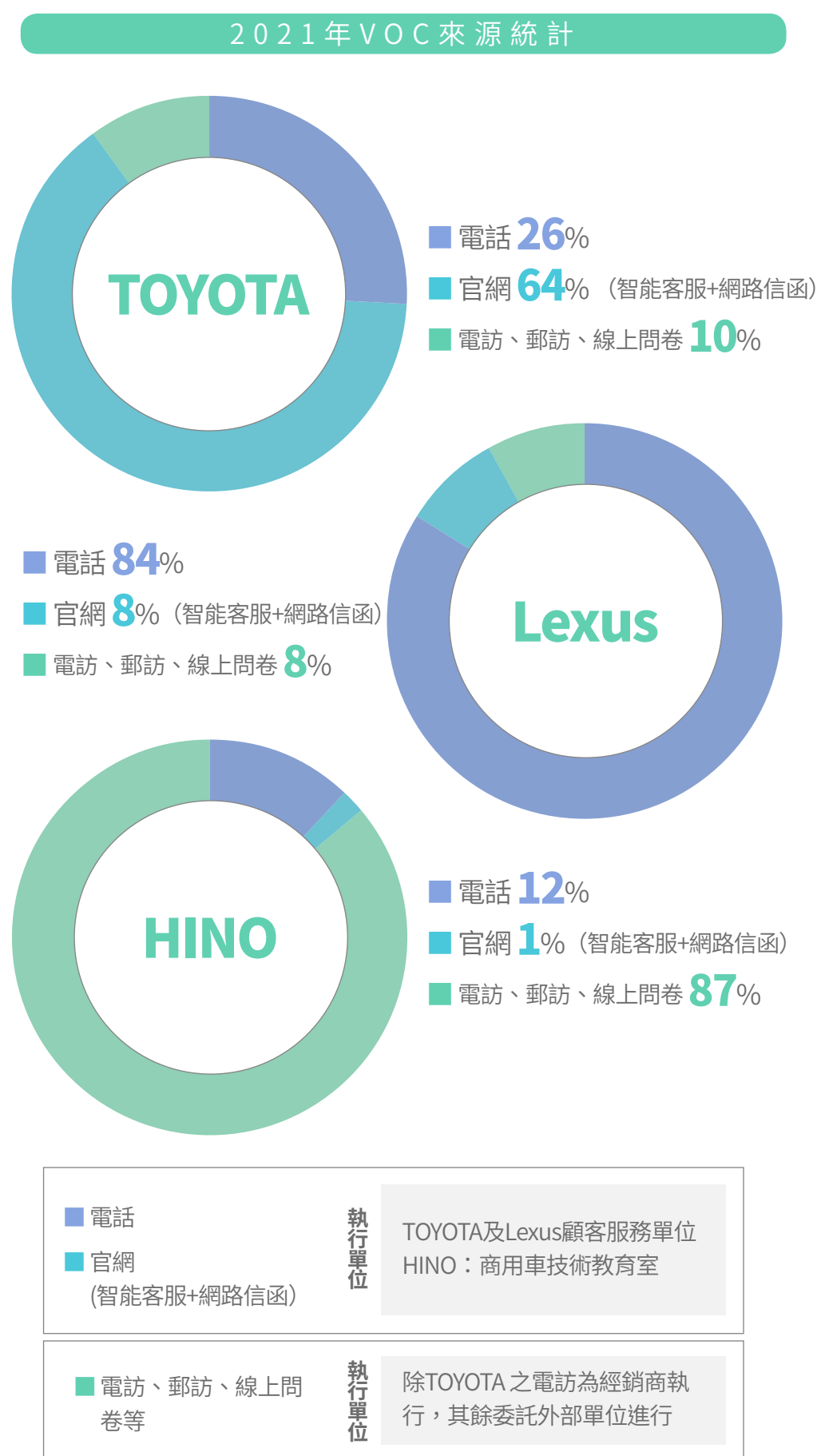
樂在工作

社會共融

附錄

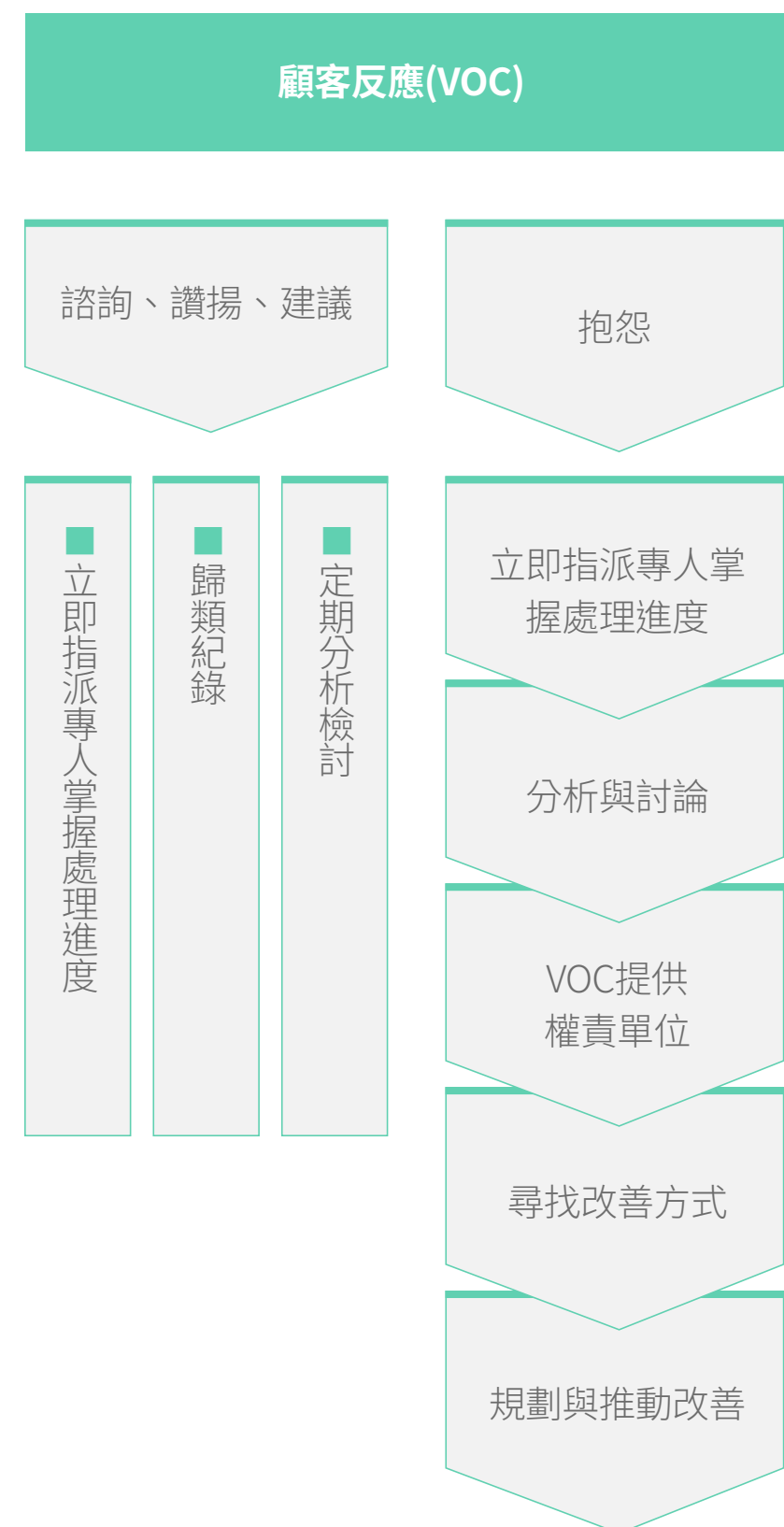
客戶反應處理

和泰汽車持續透過VOC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一般顧客詢問事項的「諮詢」類、顧客任何不滿意之意見回應的「抱怨」類、顧客對人員或據點服務狀況表示肯定與鼓勵的「讚揚」類，及顧客建議公司或人員可改善但未達不滿意之「建議」類等四大類別，其中，多數意見反應為諮詢、讚揚與建議類。



其中，針對抱怨類型的反應內容，立即指派專人於時限內追蹤處理進度，並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。

顧客反應處理流程



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。2021年各項顧客滿意度調查結果均符合目標設定值。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。

品牌	調查方式	2019	2020	2021	2022目標
TOYOTA	SSI電訪(成績)	9.7	9.81	9.82	9.82
	CSI電訪(成績)	9.7	9.70	9.71	9.71
Lexus	SSI(落實度)	99%	99%	99%	95%
	CSI(落實度)	99%	99%	99%	95%
	SSI(滿意度)	990	991	990	980
	CSI(滿意度)	985	984	986	975
HINO	CSI問卷	97.4	96.1	95.8	93
	SSI問卷(滿意度)	94.8	98.3	98.2	95

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，滿分為10分。

■ CSI電訪(成績)：整體TOYOTA服務廠之滿意度分數平均，滿分為10分。

Lexus

■ 落實度(問卷)：整體Lexus營業所/服務廠之作業落實度分數平均，滿分為100%。

■ 滿意度(問卷)：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。

HINO

■ CSI問卷：整體HINO服務廠之滿意度分數平均，滿分為100分。

■ SSI線上問卷：整體HINO營業所之滿意度分數平均，滿分為100分。2020年SSI由原本電訪改為線上問卷，計分方式亦有調整。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

行動化服務「MY TOYOTA」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「My Toyota」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。2020年11月進一步導入和泰集團會員，車主可使用單一帳號享有和泰集團相關服務，提升車主跨平台使用的方便性，2021年10月更全面上架和泰集團數位新服務-【和泰Pay】及【和泰Points】，建立車主會員制度與多元支付方式，給予車主煥然一新的數位新體驗，每月平均活躍用戶已超過50萬人，2021年累計註冊人數達110萬人，2022年目標為200萬人，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。2022年5月起，HINO將導入「Hi HINO」app服務，整合愛車秘書、和泰Points與和泰Pay、大車友善地圖推薦大車司機方便飲食的餐廳，以及不定期推播CS或品牌相關訊息等功能，提供車主便捷的使用體驗。



新型態服務據點- TOYOTA社區型保修站

2017年起，和泰汽車即針對內外部趨勢進行研究，並透過發放車主保養行為問卷調查等方式，發現「地點便利」與「快速保養」為顧客對售後服務的主要訴求，故經過兩年時間規劃，自2019年起，和泰汽車將服務廠走入社區，於全台設立業界首創之「TOYOTA社區型保修站」，提供車主快速保養及簡易維修以及輪胎與電瓶更換服務，滿足車主需求。至2021年底，已累積30間

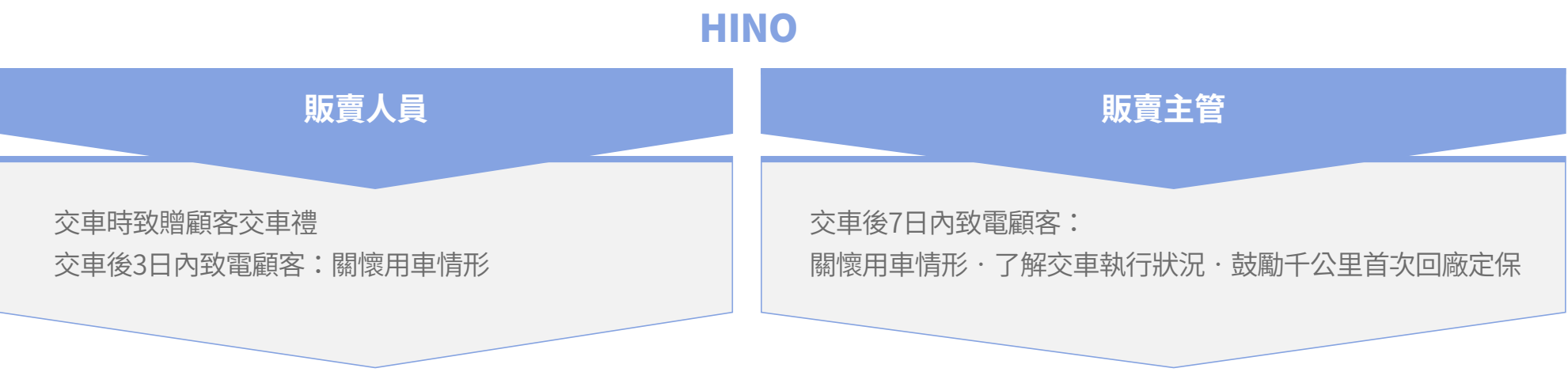
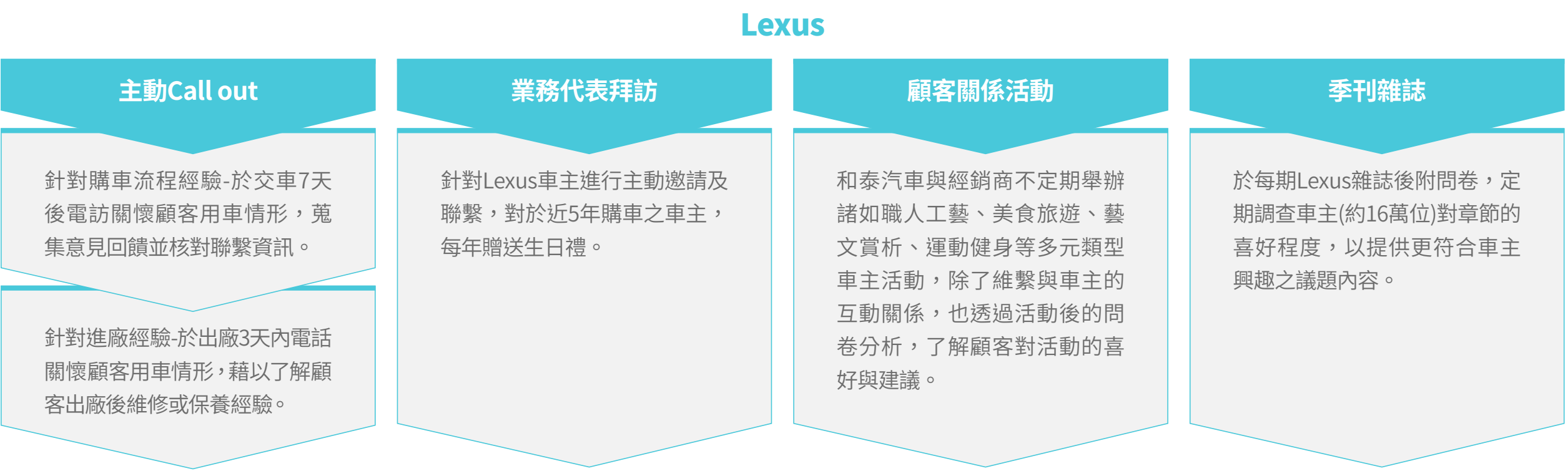
TOYOTA保修站，並有5.5萬入站台次，其中顧客滿意度達96%，且98%顧客願意再次入站。目標2024年將擴點至100間保修站，加上現有123間TOYOTA服務廠，全台共有223間服務據點，提供車主更便利密集的售後服務網絡。



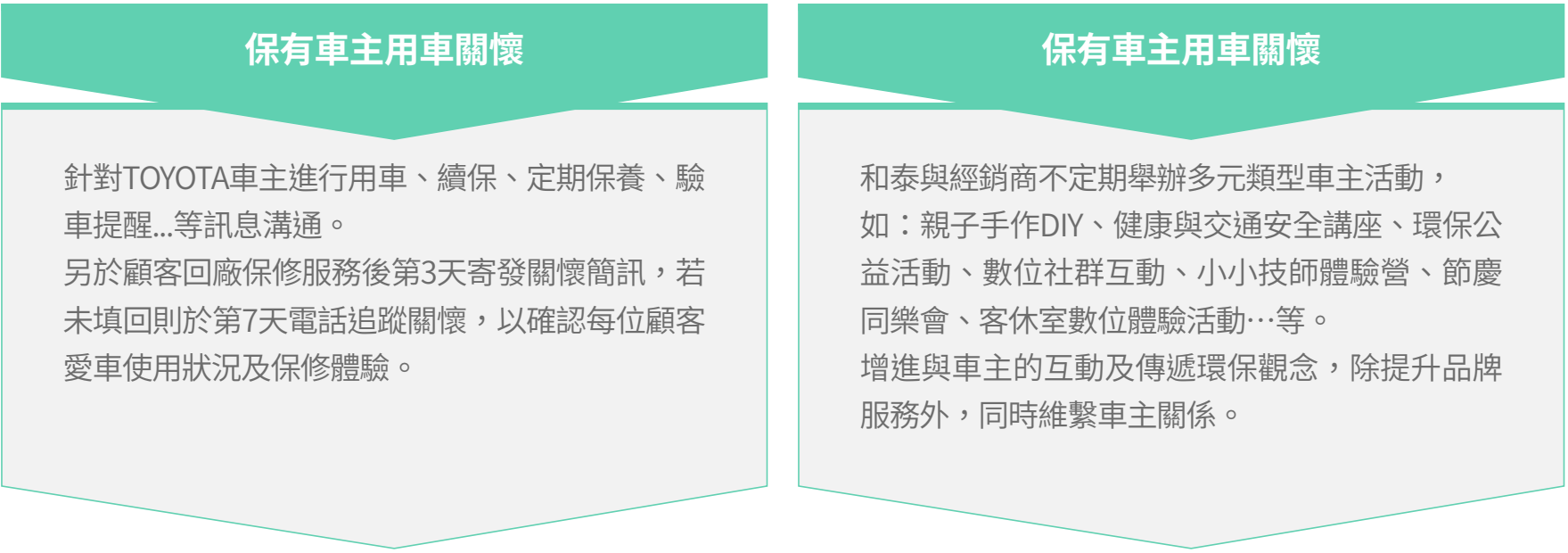
顧客關係維護

2.2.2

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



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。

案件名稱	應召回車輛數(台)
C-HR車型高壓燃油泵	4,149
PRIUS車型煞車增壓器程式	127
86車型燃油泵總成	76
PRIUS PHV車型混合動力車輛控制電腦程式	55
GR SUPRA車型引擎控制電腦程式	335

2021年TOYOTA實施5項受影響台數共4,742台主動召回之改正活動。和泰汽車始終秉持誠實、負責、主動與盡快改正的積極態度，讓所有客戶都能安心享受駕馭的舒適及快意。

和泰汽車，對產品設計與生產總有不同想像的未來，我們持續善用新興能源，滿足不同消費者的需求，打造面面俱到的動能新篇章，和泰汽車將創新動力陣容，佈局多元完備的動力組合，為消費者創造獨一無二的新感受。



2.3 產品設計與生產

導入適切產品—兼具環保及便利的油電混合車

2.3.1

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。

產品導入評估流程

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。

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，身為市場領導者，TOYOTA原廠一向致力於提供對環境及消費者更友善的汽車產品，因此和泰汽車也追隨品牌理念，領先同業率先引進原廠提供的Hybrid車型，讓消費者有更多元化的選擇外，也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。

純淨的綠能生活



Hybrid車款銷量

TOYOTA		
2019 16,923	2020 21,667	2021 29,703

Lexus		
2019 5,106	2020 5,747	2021 6,386

登錄(台)		
2019 22,029	2020 27,414	2021 36,089

HINO Hybrid		
2017~2021 車款銷量共銷售 300 台		

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

提升產品安全性能

2.3.2

和泰汽車將人身安全放在首位，人人安全、無交通事故傷亡的社會就是我們的目標，我們具備了整合的安全管理概念，透過安全碰撞試驗、駕駛模擬機、安全測試用人體模型的輔助，希望大幅提升產品的安全性能。旗下各品牌車型車款並導入各項主被動式防護系統、安全駕駛輔助系統、煞車／懸吊系統、高剛性車體設計等，並持「安全為先」的理念，提供最完善的主被動全方位安全防護。2021年未發生違反有關產品與服務的健康和安全法規、未遵循產品與服務之資訊與標示法規及未遵循行銷傳播相關法規之事件。

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。
- 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15款車型，全方位守護乘員安全。
- 統計至2021年全年，配備有TSS系統之車型佔該年全車型銷售比率約87%。

Lexus

- 以豪華車著稱的Lexus，其靜肅性與安全始終備受肯定。截至2021年，已針對全車系導入Lexus Safety System+ 主動式安全防護系統，提供駕駛人最全面的保護。此外，油電複合動力車（Hybrid）及電動車(BEV)全車系裝載了專屬的車輛接近警示系統，以提升道路行駕的人車安全。

HINO

- 日野在貨車方面，座艙採高剛性強化設計，搭配車門防撞鋼樑及潰縮式方向盤，並加裝視野補助裝置及左右轉警報系統，強化車輛運行安全性，巴士方面，後軸寬幅式懸吊系統新車型，降低車身的震動、搖晃，並優化輔助煞車性能，追加排氣煞車，提升減速時的性能。

駕駛模擬機

- 建造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。
- 以此研究事故時之駕駛反映及車輛資料，並不斷地進化我們的主動安全科技。

安全碰撞試驗

- 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。

安全測試用人體模型

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

整合的安全管理概念

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

管控車種導入風險

2.3.3

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

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新台幣1,300萬元以上。

保證新車品質

■ 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。

■ 實施SSI銷售滿意度調查新車品質

和泰汽車每月透過同業與郵訪調查，瞭解顧客對新車品質水準的評價意見，並作為經銷商的改善依據。針對顧客指摘項目，共同研究品質提升策略與辦法，協助各經銷商成為新車品質零缺點的把關者。

■ 新車物流作業品質實地查核暨車輛物流研討會

和泰汽車每年實施經銷商新車物流作業品質(運送、整備作業及交車管理)的實地查核，並舉辦「車輛物流研討會」，分析SSI新車交車品質調查結果及分享改善作法，以確保顧客滿意。

確保零件供應時效與品質

2.3.4

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205個綿密的服務維修據點提供最完整的零件供應服務。負責供應全國維修據點的和泰汽車零件部，負責零件採購、價格政策、品質管理、庫存掌控、經銷商倉儲安全與庫存管理制度、物流配送作業，以及零件人員培育訓練等主要支援重任。為了保障顧客的用車權益，我們相當重視零件供應率，2019~2021年零件供應率平均為97.7%。

01



服務整合

服務資訊整合系統，全台系統連線，即時查詢顧客相關紀錄

02



線上型錄

線上電子零件型錄，即時更新，隨時確保所需零件的庫存訊息

03



即時調度

零件物流資訊系統及廠家直送機制，即時調度滿足顧客需求

04



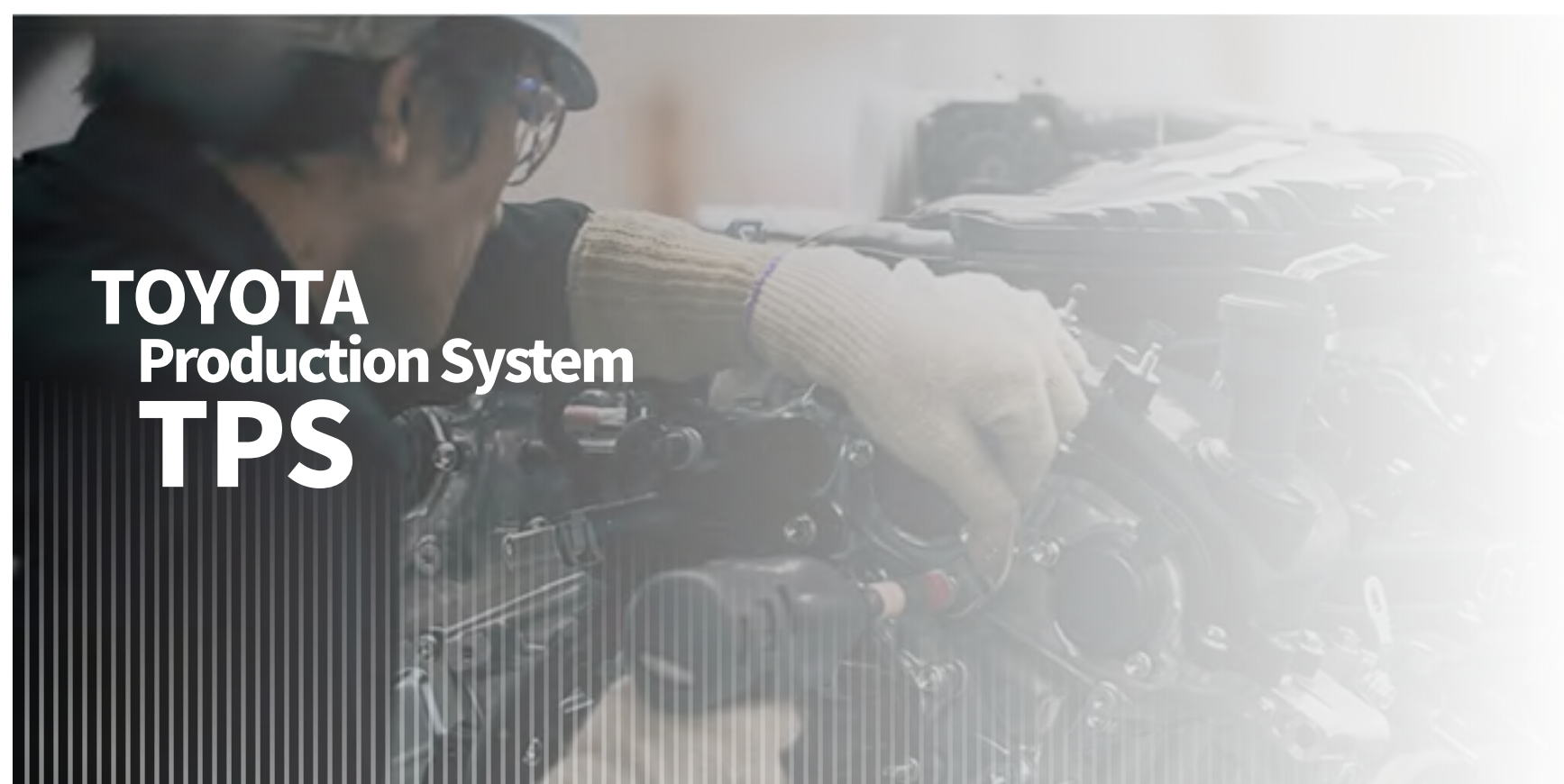
TOYOTA Club On Line

(TOYOTA網站網路服務功能)

05



透過IPAD進行鈹噴保險勘估，使顧客可於最短時間取回愛車



零件資訊系統

項目	2019	2020	2021	2022目標
採購總單數	26,114	26,746	24,631	
銷貨總金額(仟元)	12,197,408	12,529,308	12,889,677	
零件供應率(%)	97.8%	97.6%	97.8%	97.8%
配送點總數	174	184	205	

註1：零件供應率定義：經銷商發注訂單，可立即出貨的比率；公式：出貨點數/訂貨點數=出貨點數/(出貨點數+缺貨點數+取消點數)

註2：零件供應率2021年目標設定值為97.8%，已達成目標

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

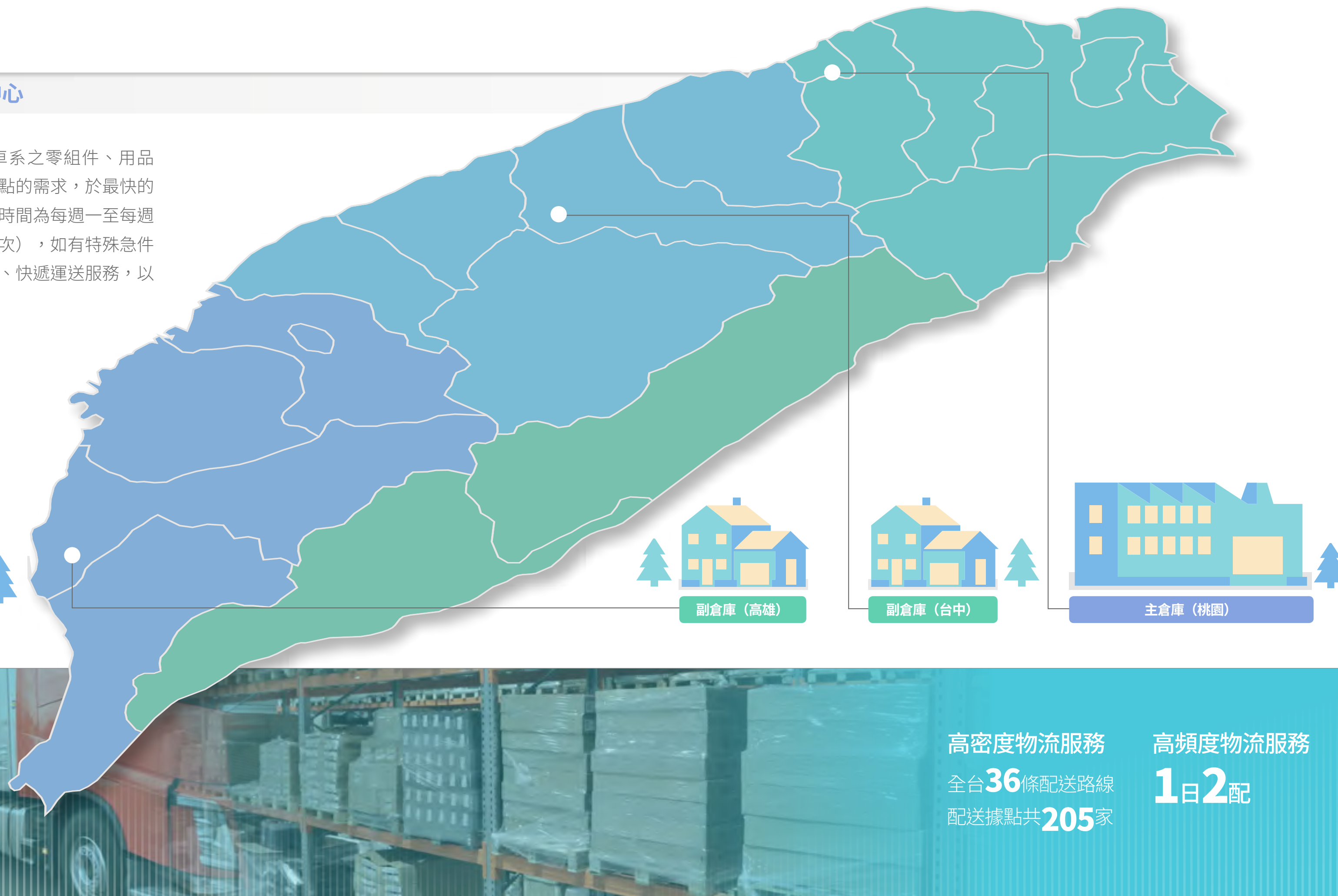
樂在工作

社會共融

附錄

和泰集團零件物流中心

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。



高密度物流服務
全台**36**條配送路線
配送據點共**205**家

高頻度物流服務
1日2配

最佳夥伴

Best Partner



連續21年

贊助支援全國技能競賽

43.98%

在地採購上升比例

100%據點

國內首家汽車業全數通過
ISO 14001 驗證

15,268人次

商用車省油駕駛教育累積人次

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



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。

乘用車經銷商

3.1.1

1986年初，和泰汽車規劃TOYOTA小型車銷售體制，由8大經銷商專業經營販售車輛及維修服務業務，現已建立上百處之經銷及維修據點，

並長期獨得市占率第一的榮耀。

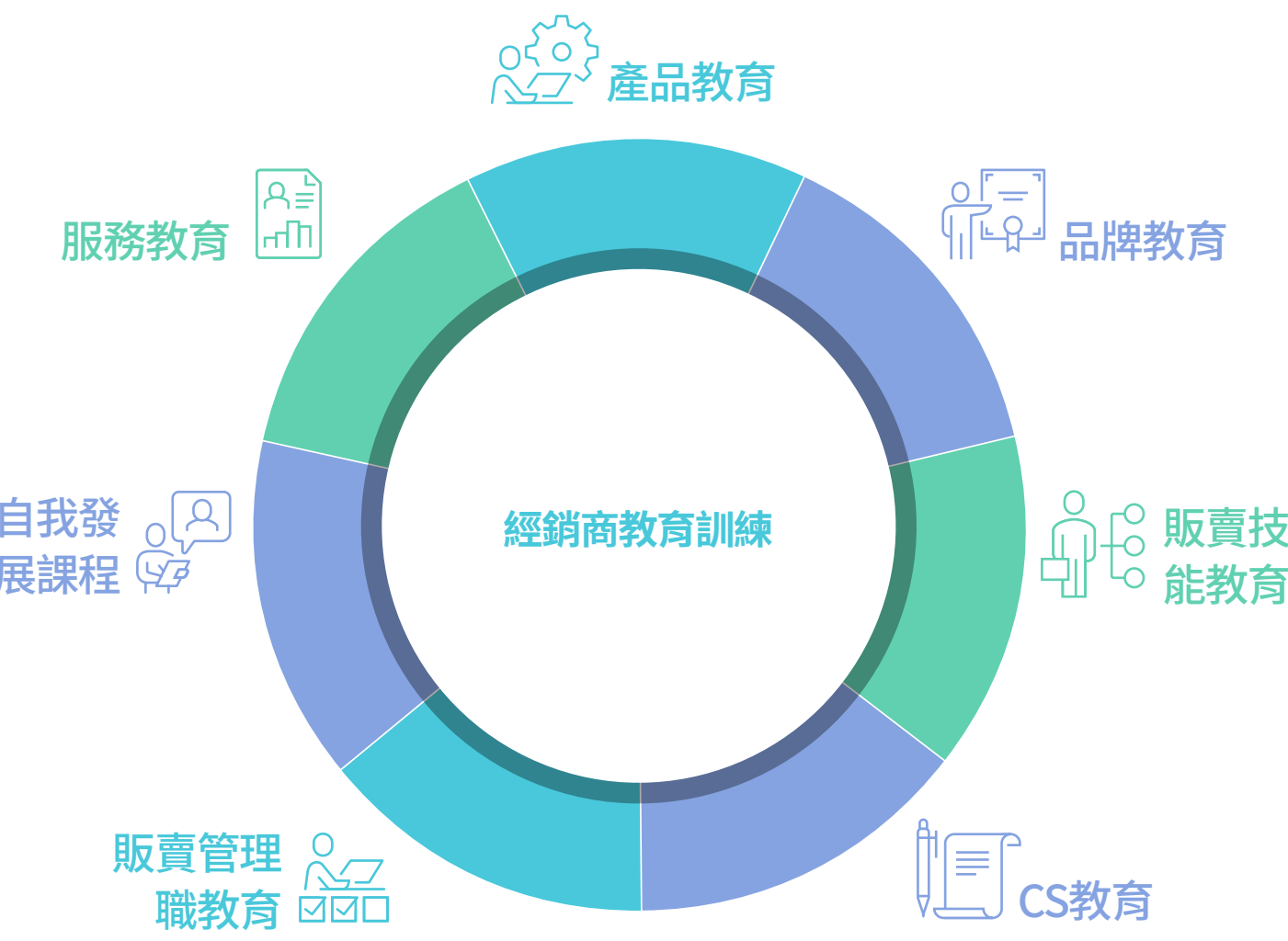
為提供顧客一致的優良服務品質與水準，針對經銷商定期實施年度各項施策評價，並進行日常管理作業與販賣滿意度調查、委託神秘訪客定期至各營業據點實際體驗與確認服務標準作業流程（SOP）之執行狀況等。除進行管理外，也適時提供必要的輔導與支援，與經銷商攜手

永續經營。

乘用車經銷商教育訓練

針對經銷商我們提供完整的一系列的訓練，課程包括產品教育、服務教育、品牌教育、販賣技能教育、CS教育、販賣管理職教育以及自

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



小型乘用車售後服務教育訓練成效

年份		2019 (T)	2019 (L)	2020 (T)	2020 (L)	2021 (T)	2022 (L)
梯次	技術類	97	78	80	58	60	59
	管理類	62	10	51	9	61	8
人數	技術類	1,532	829	1,260	619	1,001	694
	管理類	1,477	300	1,069	454	1,234	278
經銷商教育訓練投入金額 (單位：新台幣元)		8,699,000	6,846,390	7,420,000	8,640,950	7,192,900	5,998,396

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

2021年，和泰為打造讓車主安心、驚喜的入廠體驗，與多個線上數位平台進行異業合作，在全台TOYOTA服務廠免費提供線上電影、音樂、電子雜誌平台的使用時數，創造良好在廠等候體驗。

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2021年12月底認證人數已達約6萬5千人，並持續成長中。



客休數位體驗活動於2021年8-11月舉辦，與台灣大哥大myVideo電影平台、MyMusic音樂平台、Kono@電子雜誌合作，於服務廠顧客休息室提供顧客免費體驗時數，車主可以自行選擇喜好的服務，優化在廠等候體驗。

商用車經銷商

3.1.2

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）。近年更積極投入板噴服務品質提升，自2021年逐步設置區域板噴中心，導入更專業及更有效率之設備。更有全台巡迴服務車

執行到府服務，充份體貼顧客的便利性，2021年全年共計執行12,905台到府服務。另提供搶修車服務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，於新車點交時及既售車顧客拜訪時，向顧客說明如何正確駕駛，以提升車輛行駛安全。



試乘車導入

針對HINO 3.49T及TOYOTA GRANVIA車型，提供試乘車讓顧客可以在購車前，實際駕駛及感受本牌的優質商品。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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，2021年共針對402人次實施教育訓練。



大型商用車售後服務教育訓練成效

年份		2017	2018	2019	2020	2021
梯次	技術類	23	20	34	20	27
	管理類	3	1	1	1	2
人數	技術類	357	331	506	318	391
	管理類	31	12	12	15	11
經銷商教育訓練投入金額 (單位：新台幣元)		2,021,900	1,782,600	2,179,000	1,662,800	1,890,400

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，2021年共舉辦了82場講座，參加人次達1,297人，自2008年開辦起至2021年參與人次累計達15,268人次，近五年參與人次如下：

年份	2017	2018	2019	2020	2021
省油技巧講座場次	162	150	156	138	82
參與人次	1,515	1,563	1,386	1,860	1,297

支援技能競賽

3.1.3

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。2021年我們持續贊助全國技能競賽

及工科技藝競賽，並提供2位技術顧問協助擔任裁判，各支援3天（8小時／天）活動，鼓勵年輕學子投入此產業，協助培育產業人才資源。

2021年第51屆 全國技能競賽 支援



110學年高中 工科技藝競賽 支援



2021年和泰汽車捐贈
ALTIS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
羅震宇經理以表示感謝。

經銷商技術與服務教育訓練

3.1.4

經銷商技術教育訓練

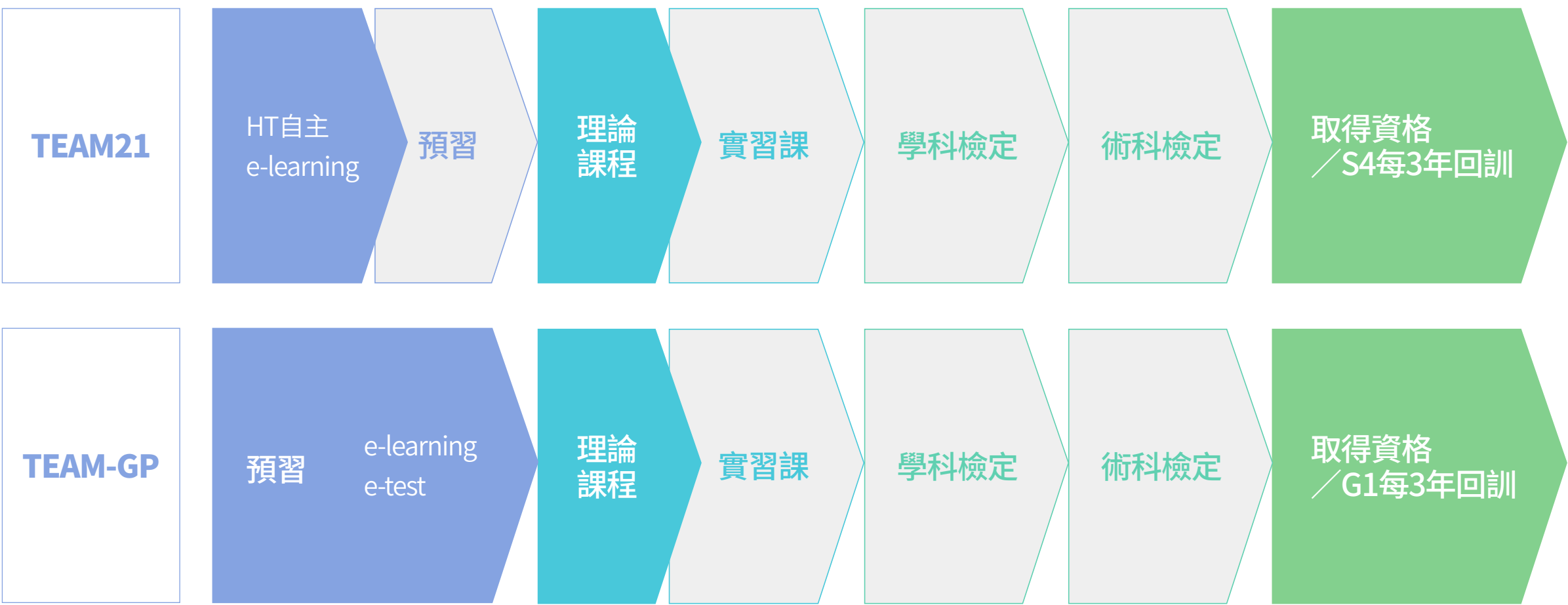
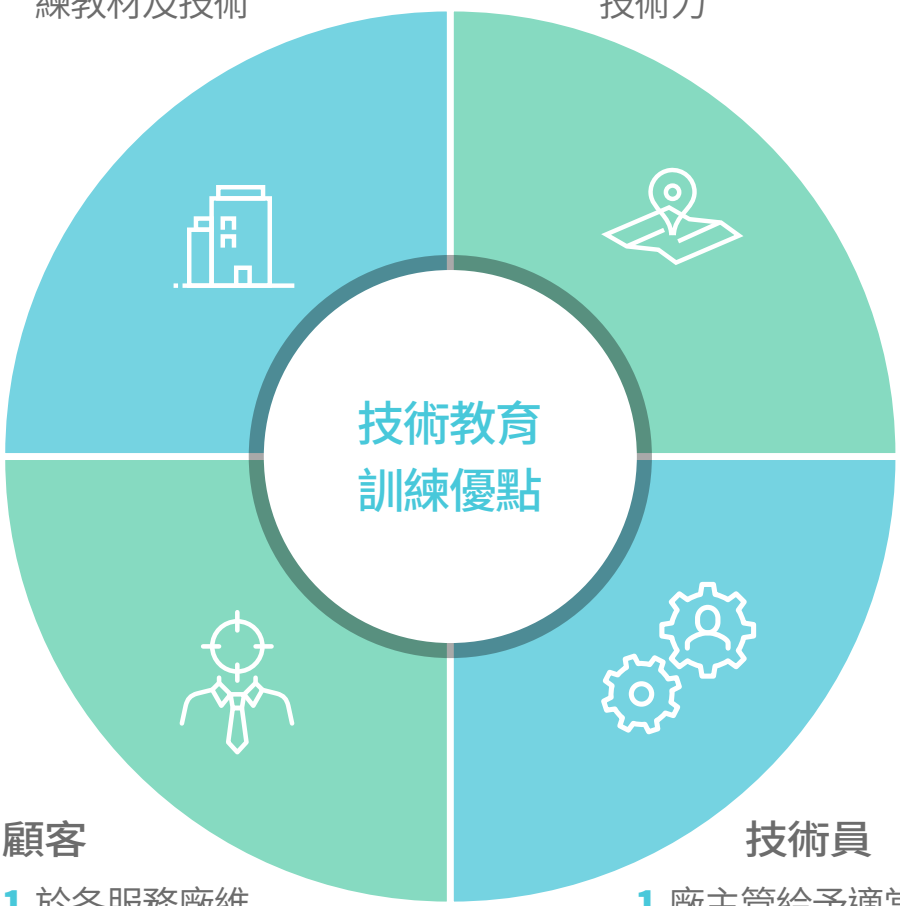
和泰汽車致力與經銷商發展夥伴關係，在雙方的齊力合作下，共同提升服務品質。我們提供經銷商完整的技術教育訓練，透過和泰的教育訓練系統，有效提升經銷商的生產力與技術力，也使客戶獲得品質更良好的產品以及更確實的服務。

和泰

- 1.有效率的教育訓練計畫
- 2.善加利用廠家之教育訓練教材及技術

經銷商

- 1.提高服務廠生產力
- 2.精確地管理技術員之技術力



一般整備人員訓練

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四個檢定等級。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，計約1,694人，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。



板噴人員訓練

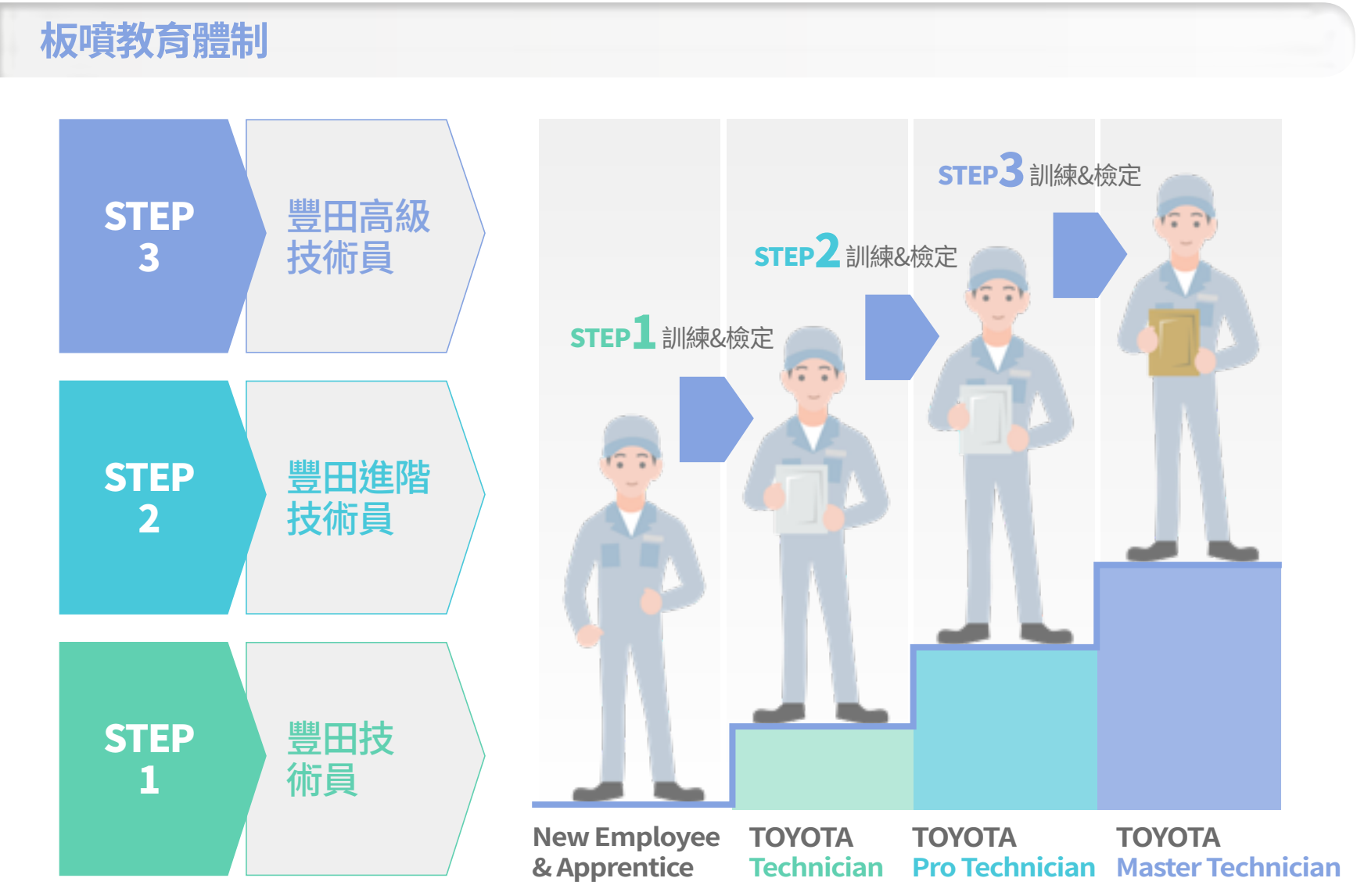
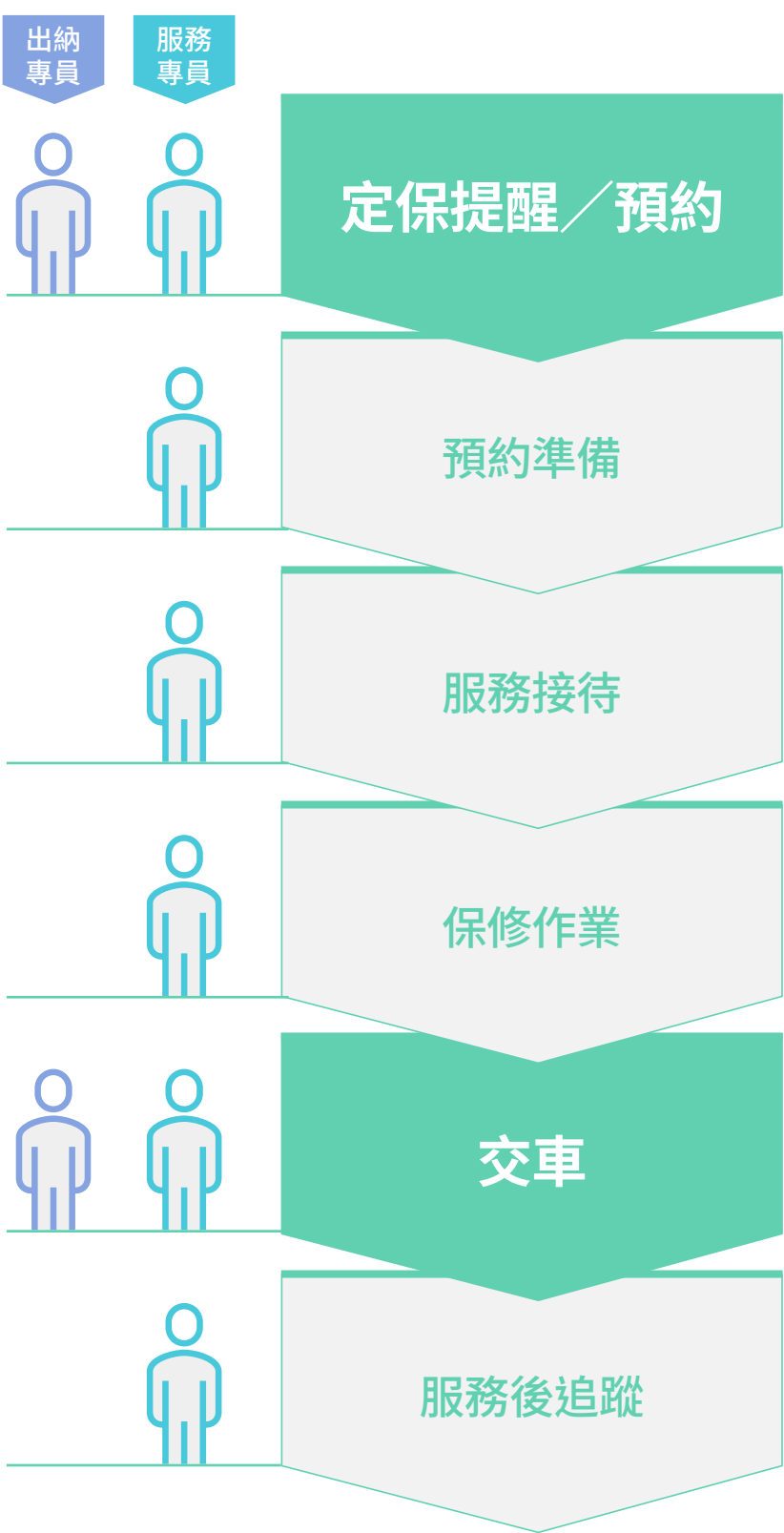
和泰配合板噴的新教材導入計畫，將板噴教育體制書增修，期許藉由此更完善的教育體制來精確掌握與有效提升技術人員的專業知識與技術，2021年度通過率為60%，未通過合格

者，則繼續輔導弱勢項目及協助參加次年檢定考試認證，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。

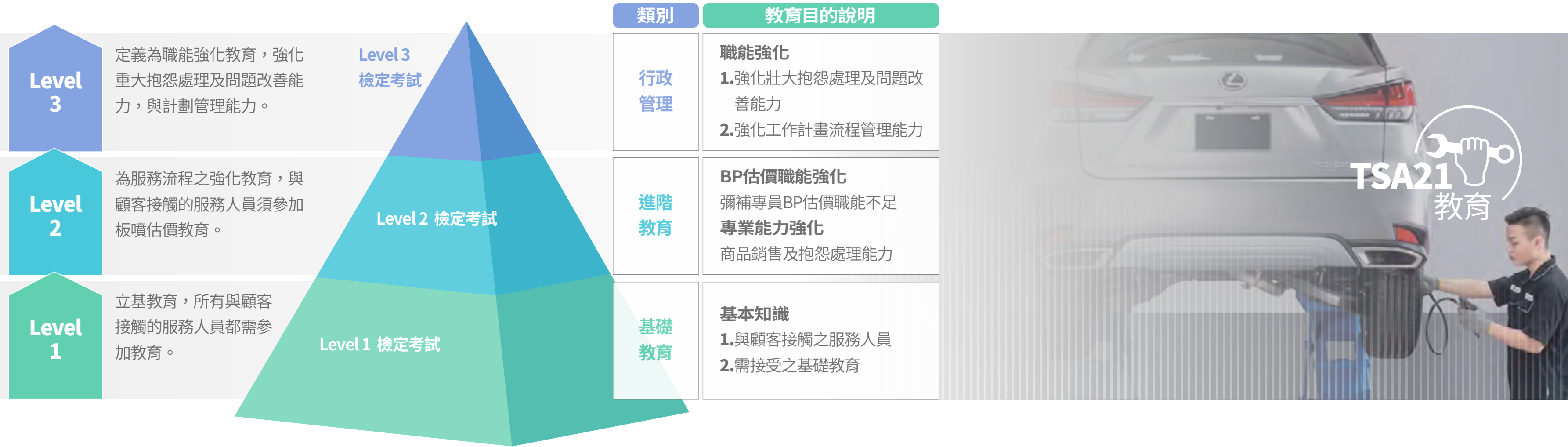
服務人員訓練

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，2021年通過率99%，針對未通過合格者，則繼續輔導弱勢項目及協助參加次年檢定考試認證，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



售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額（TOYOTA + Lexus）

	開課時數 (小時)				投入金額 (新台幣元)			
	2020(T)	2020(L)	2021(T)	2021(L)	2020(T)	2020(L)	2021(T)	2021(L)
服務專員	756	323	816	392	2,050,000	649,950	2,241,200	952,125
一般整備技術員	1,136	688	1,148	416	2,560,000	1,551,750	3,126,540	999,000
鈑金技術員	456	224	312	256	1,360,000	908,100	791,640	608,300
塗裝技術員	552	232	512	216	1,460,000	1,164,000	1,033,520	604,000
合計	2,900	1,467	2,788	1,280	7,430,000	4,273,800	7,192,900	363,425

售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額 (HINO)

	開課時數 (小時)		投入金額 (新台幣元)	
	2020	2021	2020	2021
服務專員	16	40	37,500	35,200
一般整備技術員	720	960	1,625,300	1,786,200
鈑金技術員	-	120	-	69,000
塗裝技術員	-	-	-	-
合計	736	1,120	1,662,800	1,890,400

2021年起，因應網路、疫情時代來臨與顧客購車行為轉變，規劃天駒戰士體制，針對網路社群與數位工具管理/運用，舉辦基礎數位課程，並搭配全新製作之新進銷售顧問入門指南，供未來新進人員學習。2022年持續開設進階數位課程(社群深度經營、多媒體課程等)，以提升全員數位販賣力，持續打造數位轉型。

對象

所長

副所長

銷售顧問

2021

2022

■ 儲備所長教育

■ 所長教育
■ 儲備所長教育
■ 天駒戰士數位進階教育

■ 儲備副所長教育
■ 天駒戰士數位基礎教育
■ 內部講師訓練

■ 副所長教育
■ 儲備副所長教育
■ 天駒戰士數位進階教育
■ 內部講師訓練

■ 新進人員教育與實務評鑑
■ 天駒戰士數位基礎教育
■ 增販車種商品線上教育
■ 新進銷售顧問入門指南

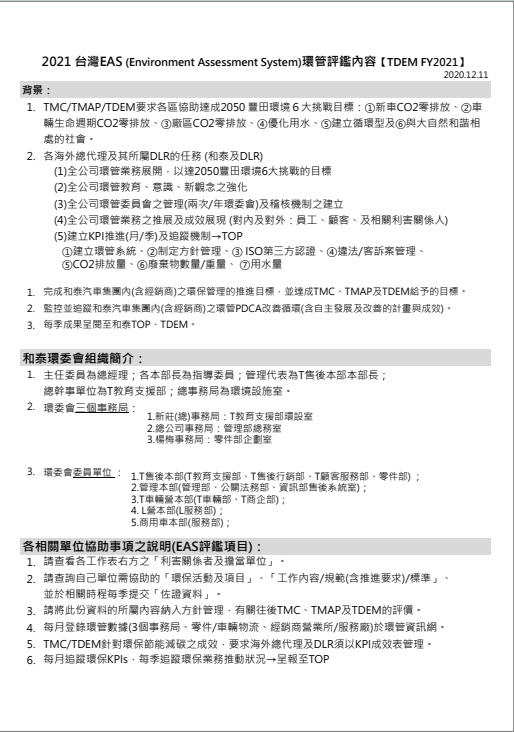
■ 新進人員教育與實務評鑑
■ 天駒戰士數位進階教育
■ 增販車種商品線上教育
■ 新進銷售顧問入門指南

經銷商環保績效

3.1.5

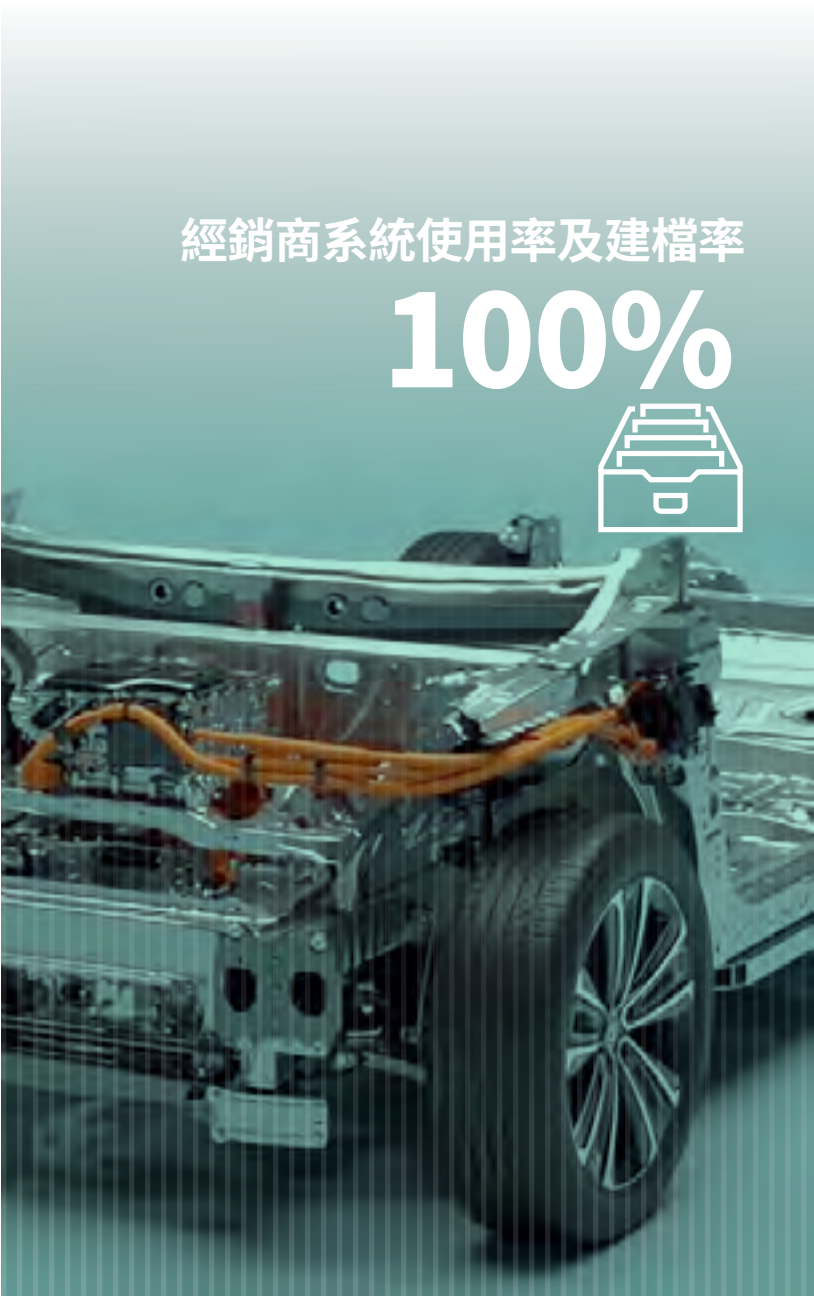
經銷商是和泰汽車最好的夥伴，因汽車銷售總代理性質，和泰積極管理經銷商的環保績效，一同致力於降低營運過程中對環境造成的風險，故針對每年第一季、第三季均會針對全台8家經銷商進行相關之稽核與輔導，包括編制經銷商環保評鑑指導手冊，針對評鑑目的、項目逐一列表，清楚向經銷商溝通環境永續做法及重要性；監督經銷商環境風險評鑑自我評核，透過評核方式，確保環境管理行為融入經銷商日常業務中，並納

入經銷商年度評價，約佔總分4%，以及以國際標準要求經銷商以有效的環境管理系統減少廢棄物和能源使用，自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，目前全台據點（含Toyota、Lexus及HINO維修／經銷據點、鈑噴中心）皆已全數通過新版ISO 14001：2015國際環境管理系統驗證。



能源使用

為有效管理能源的耗用，和泰2018年起建置環境管理資訊系統，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。2021年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為3.09X10⁸百萬焦耳。



八大經銷商能源耗用量					
能源種類	耗用單位	2019	2020	2021	
汽油	公升	920,138	908,641	834,169	
柴油	公升	732,460	646,575	620,588	
重油	公升	0	0	0	
潤滑油	公升	0	0	0	
天然氣	立方米	562,784	669,241	696,414	
液化石油氣	公升	0	0	0	
電力	度	64,202,834	67,032,909	65,689,568	
能源種類	耗用單位	2019	2020	2021	
汽油	十億焦耳	30,042	29,667	27,235	
柴油	十億焦耳	25,754	22,734	21,821	
重油	十億焦耳	0	0	0	
潤滑油	十億焦耳	0	0	0	
天然氣	十億焦耳	18,846	22,411	23,321	
液化石油氣	十億焦耳	0	0	0	
電力	十億焦耳	231,130	241,318	236,482	
合計	十億焦耳	305,772	316,130	308,859	

註：上表熱值轉換係數出自能源局「能源產品單位熱值表」，換算後：汽油為32,649,644 J/L、柴油為35,161,155 J/L、天然氣為33,486,814 J/M³、電力為3,600,000 J/度
註：建置環境管理資訊系統，由經銷商每月自行統計（每季查核相關單據，如：電費單），電力依據電費單度數申報、汽油以當月進貨量除以當月平均油價進行推算、天然氣及柴油以實際繳費單據度數申報。

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2020年減少1,329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、汰換老舊照明、烤漆爐、空壓機及冷氣空調設備、及於烤漆爐及空壓機加裝變頻裝置等。



八大經銷商溫室氣體排放量

能源種類	排放量單位	2019	2020	2021
汽油	公噸二氧化碳當量	2,082	2,056	1,888
柴油		1,909	1,685	1,617
重油		0	0	0
潤滑油		0	0	0
天然氣		1,057	1,258	1,309
液化石油氣		0	0	0
電力		32,679	34,120	32,976
總量		37,727	39,119	37,790

註1：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為0.533（2018）、0.509（2019）、0.502（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。（2021年因能源局尚未公告，故沿用2020年係數）

註2：排放係數資料來源為環保署國家溫室氣體登錄平台之溫室氣體排放係數管理表6.0.4版，GWP值為IPCC AR5

註3：統計之氣體種類為二氧化碳

註4：基準年為2019年

歷年減量計劃

2016

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

2017

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

2018

- 烤漆爐使用天然氣燃燒機取代廢機油燃燒機，降低PM2.5與CO2排放
- 加裝變頻器於烤漆爐、空壓機
- 更換為LED燈具
- 汰換成節能設備(冷氣空調、空壓機)

2019

- 照明由T5/T8款式汰換為LED款式
- 空調汰舊換新為變頻式空調
- 汰換老舊烤漆爐為變頻款式、磁浮式空調
- 空壓機汰換為變頻款式

2020

- 照明設備由T5/T8款式汰換為LED款式
- 照明設備減少燈管使用數量或時數
- 頂車機、冰箱及其他事務設備汰舊換新
- 空調、空壓機、烤漆爐汰換為變頻款式

2021

- 全品牌據點強化用電設備之使用管理(非使用時即關閉)
- 照明設備汰換為LED款式
- 空調、空壓機、烤漆爐汰換為變頻款式
- 屋頂建設太陽能設備(2021全台灣新增28案場)，遮陽降低建築溫度

空氣污染物控制

和泰汽車訂有環境管理手冊作為管控對經銷商污染物排放之依據，各經銷商必須依手冊中之「環境作業管制程序」落實各種污染物管理之進行，包含排放源、管控措施及檢查記錄等。

目前經銷商作業活動所產生之空氣污染物主要有氮氧化物及硫氧化物，而在減少污染物的排放量上，經銷商也自行持續導入各種設備削減空氣汙染排放。其中烤漆停用重油及潤滑油政策，也使氮氧化物及硫氧化物較2017年停用前皆約下降33%。

八大經銷商空氣污染物排放量

能源種類	單位	2017	2018	2019	2020	2021
氮氧化物	公斤	4,531	3,331	3,017	3,050	3,049
硫氧化物	公斤	8,432	8,002	6,651	5,872	5,636
總量	公斤	12,963	11,333	9,668	8,922	8,685

註：依照環保署「公私場所固定污染源申報空氣污染防治費之硫氧化物及氮氧化物排放係數及控制效率規定」，天然氣之氮氧化物排放係數為每立方公尺0.002243公斤、柴油之氮氧化物排放係數為每公秉2.396公斤、硫氧化物排放係數為每公秉18.162公斤計算。



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。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，2021年總共回收5,118顆。

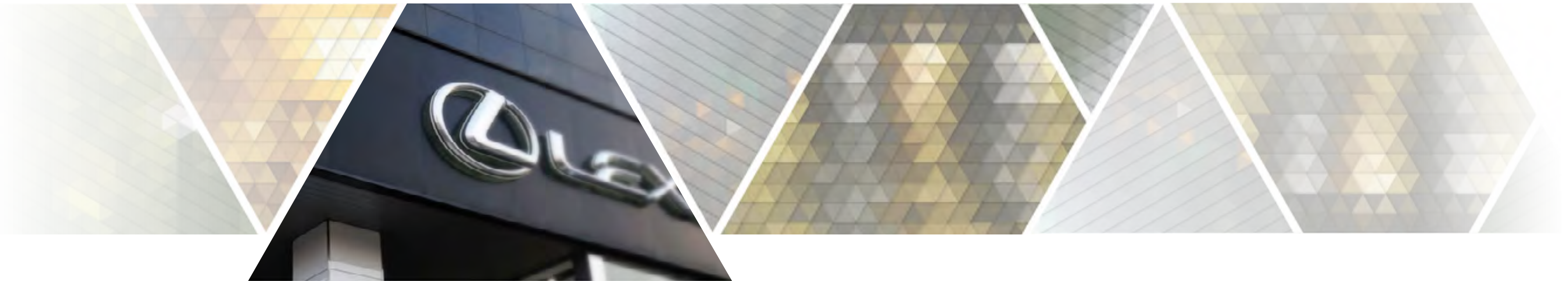
環保投資

近年環保意識漸趨抬頭，八大經銷商也逐年提高投資各環保項目。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。2021年因受疫情影響，多數環保教育實體活動取消或縮小規模，導致相關支出降低。2021年共支出約6,259萬元。其中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52.6%及39.4%。



八大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

項目	2019		2020		2021	
	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）
ISO驗證	636,407	1.4%	664,925	1.0%	655,470	1.0%
環境教育	2,128,771	4.6%	2,137,911	3.1%	699,927	1.1%
環保設備	15,896,124	34.3%	29,501,813	43.1%	24,676,975	39.4%
環境規費	4,008,733	8.6%	4,668,328	6.8%	3,666,492	5.9%
廢棄物處理	23,708,141	51.1%	31,399,705	45.9%	32,896,760	52.6%
合計	46,378,176	100%	68,372,682	100%	62,595,624	100%



我們除須於每年底針對年交易額100萬元以上之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，針對供應商與和泰往來過程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。



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，我們除須於每年底針對年交易額100萬元以上之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，針對供應商與和泰往來過程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，其餘於2021年針對供應商進行風險評核的家數計96家，約占所有供應商家數的20%、供應商現場稽核家數為36家(含現地訪查包材(含紙箱/盒類、塑膠袋)全數供應廠家共7家)。

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「樂在TOYOTA」，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 45001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。

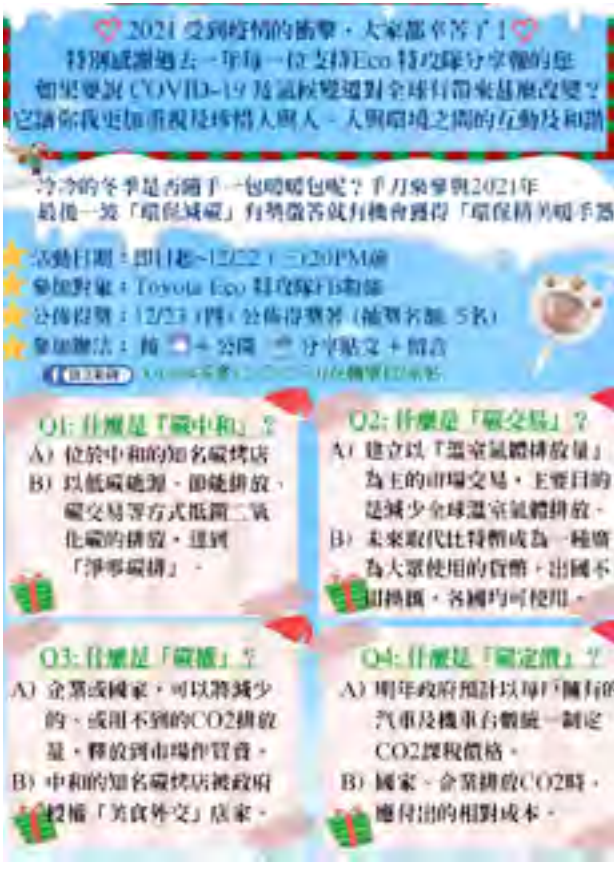
綠色採購

本公司制定有「綠色供應鏈管理政策」，透過發布公司內部郵件，以宣導方式鼓勵全公司同仁能優先考量採購回收材料製造之物品，目前全公司燈泡、水龍頭、冷氣、事務機等皆採購節能款式。另要求零件包材廠商須符合相關規範，如化學品儲存方式、廢棄物處理流程等，並請供應商提出有害物質驗證報告，後續定期查核、管理。2021年現地訪查包材(含紙箱/盒類、塑膠袋)全數供應廠家共7家，並依據物質安全資料表（Safety Data Sheet，簡稱SDS）、廢棄物清理是否委託合法清運合約為查核標準，查核結果7家廠商均100%通過，若有未通過廠商，則限期改善再複查。

環保知能提升「Eco特攻隊分享報」

為強化全體人員之環保意識，和泰每月針對內部、關係企業及經銷商員工（共19家公司）發布「Eco特攻隊分享報」，分享1至2篇環保新知與案例，2021年發行共16篇（針對國際碳中和趨勢, 亦於下半年陸續進行碳中和相關議題介紹），迄今已累計發行221期。另每月內容皆於「TOYOTA Eco特攻隊」FB粉絲專頁上公開分享。

月份	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
主題	2020 環保價值總結算	綠手指達人俱樂部簡介	綠手指達人好幫手——環管資訊系統簡介	TOYOTA據點暑熱對應做法	Toyota全球環境月活動珍愛台灣 不能沒有你	減少一次性塑膠的作法	減廢／回收環保教育	全球環保趨勢分享 和泰與經銷商之環保認證	「碳中和」趨勢與TOYOTA推動	「碳中和」小教室 和泰榮獲天下永續公民獎	和泰關企環委會推動簡介 COP26成果簡介	「碳中和」有獎徵答 豐田亞太區環保評鑑成果



在地採購

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，2021年之在地採購比例為43.98%。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。

註：在地採購比例＝車輛及零件國內採購金額／車輛及零件之國內、外採購金額。

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37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60.1萬台，品質不僅受到國內消費者肯定，更讓「Made in Taiwan」在豐田全球營運中，成為一個響亮的品牌。



國瑞企業社會責任作為

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

環境保護

為提升國內電池產製技術及節能減碳，國瑞汽車自2012年起生產組裝油電混合車，2017至2021年共累計生產4萬2,709台；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，2021年獲得桃園市政府空污減量績優獎及綠色採購績優獎。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2025年減量54%、2035年工廠達成碳中和之CO2零排放的願景目標，以善盡地球公民之責。

地域貢獻

自2002年開始，對緊鄰國瑞的內定國小，透過捐贈以充實學校的教育設施、強化社團活動的師資及內容、提供畢業典禮中的各項獎金(品)來保持友好關係。2017年至2021年共累積捐贈新台幣58萬6,000元。

TPS豐田式生產管理（Toyota Production System，簡稱TPS）輔導

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，2021年輔導26家廠商，針對非汽車相關產業的業外輔導部分，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，頒發獎學金，21年來，已累計頒發獎學金給2,597名優秀學子，累計捐贈的獎學金總額達2,285萬元；此外，今年我們亦擴大增設技能交流學校與技職汽修科系學生名額達113名與「特別優秀學生獎」希望藉此鼓勵大家持續努力。同時為了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，惟2021年受疫情影響，未捐贈車輛及零件。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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

19.66元

每股盈餘

100%

年度遵法指南教育訓練涵蓋率

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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，惟目前獨立董事連任均未超過三屆。2021年已召開9次董事會，董事平均出席率達到100%；[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](#)。

董事成員多元化

4.1.1

為有效發揮董事會效能並提升董事會決策品質，和泰汽車於「[和泰汽車股份有限公司公司治理實務守則](#)」中，規範董事會成員組成應考

量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求擬定適當之多元化方針。2021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2021年度年報第32至34頁及62頁。

董事會績效評估

4.1.2

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。而近期董事績效外部評估已於2021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2021年董事會績效評估，分別就董事會之決策效能、專業職能、內部控制、永續經營及社會責任等面向，以問卷及實地訪談等方式評估董事會效能。評估結果已於2022年1月20日向董事會報告，整體評估結果顯示，董事會運作良好，預計下次外部評估於2024年執行。

2021年董事會平均出席率達到100%
董事皆具經營管理、企業管理、金融等專業背景
以問卷及實地訪談等方式評估董事會效能



董事會功能性委員會

4.1.3

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」，2018年自發性成立「企業社會責任委員會」，以有效整合ESG各項業務及資源，提升公司治理效率，並於2021年更名為永續發展委員會。2021年為因應和泰集團（和泰汽車及其

子公司）發展需求及提升組織競爭力、推動完善且周延之人力資源發展策略，特設置和泰集團「人力資源發展委員會」。2021年審計委員會召開5次會議，薪資報酬委員會召開5次會議，永續發展委員會召開2次會議，人力資源發展委員會召開4次會議，出席率皆為100%。

審計委員會	薪資報酬委員會	永續發展委員會	人力資源發展委員會
主席 施顯富 成員 蘇錦彰、吳師豪 主要職掌 1.公司財務報表之允當表達 2.簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效 3.公司內部控制之有效實施 4.公司遵循相關法令及規則 5.公司存在或潛在風險之管控	主席 施顯富 成員 蘇錦彰、吳師豪 主要職掌 1.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 2.定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬	主席 黃文瑞 成員 蘇品、蘇錦彰、吳師豪 主要職掌 1.企業社會責任實施成效之檢討及建議 2.規劃企業社會責任方向及年度執行計畫與進度	主要職掌 1.研究整體市場人力資源發展 2.協助研擬集團人力資源發展政策。 3.協助檢視高階經理人才庫 4.協助擬定人才培育方針。 5.研究其他與和泰集團人力資源發展相關之議題

董事會及高階經理人薪酬政策

4.1.4

本公司董事酬金包括董事報酬、盈餘分配酬勞與業務執行費用，經理人薪酬包括薪資、獎金及員工酬勞，由薪資委員會定期檢討董事暨經理人之長期目標、薪資報酬之政策與標準並定期評估董事暨經理人之目標達成情形。

經理人之績效考核除參考業務上績效達成率，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。總經理之績效評估指標除營運績效與財務指標外，亦涵蓋誠信經營、提升企業形象、發展夥伴關係等企業永續經營指標，與風險管理、危機管理等其他指標。

董事酬勞依公司章程第三十四條規定，公司每年如有獲利，應提撥百分之一為員工酬勞及不超過百分之二為董事酬勞。相關提撥比例與金額經提報薪資報酬委員會及董事會通過後，提股東常會報告，並於股東會後再依本準則所訂之分配權數擬定分配內容，經提報薪資報酬委員會及董事會通過後發放之。

內部稽核制度

4.1.5

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，不定期透過法律資料庫檢視最新法規變動，以落實各項法令規範。此外，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。2021年本公司未有因違反公司法、證券交易法、資訊揭露，或國內外當地監理法規等被課以罰款或行政處分的事件，亦無反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動。

董事會 利益迴避 程序

於「董事會議事規範」特別規定董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其自身利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權，以有效落實董事利益迴避制度。有關最高治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2021年報 P. 20-31。

防範內 線交易之 管理

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



和泰汽車股份有限公司
董事會議事規範



和泰汽車股份有限公司
反賄賂誠信經營守則



和泰汽車股份有限公司 反
賄賂誠信經營作業程序及
行為指南



和泰汽車股份有限公司
公司治理實務守則



和泰汽車股份有限公司
內部重大資訊處理作業程序

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

反賄賂 誠信經營 守則

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。

員工行為 準則

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」。

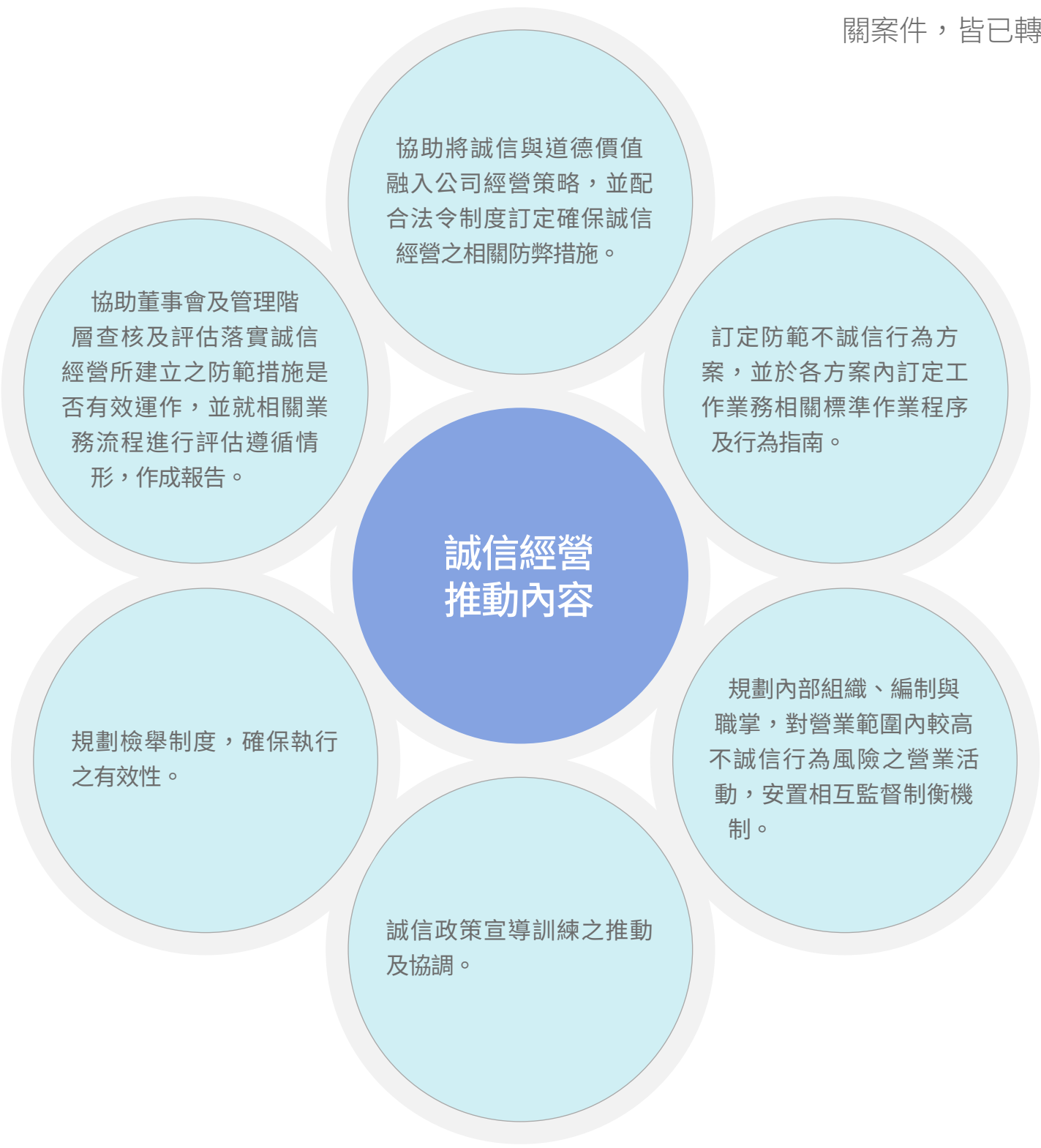
內部重大 資訊處理 作業程序

誠信經營與反賄賂教育

4.2.1

「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，依「誠信經營作業程序及行為指南」等相關辦法規定，由稽核室為受理單位，舉報人需以具名方式舉報，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。稽核室並應將檢舉情事、其處理方式及後續檢討改善措施，向董事會報告。2021年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	2021
舉報件數	13	9	7	17
成案件數	0	0	0	0
處理情形	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			

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。2021年和泰汽車（不含經銷商）均已進行貪腐風險評估，且未發生經確認的貪腐事件。

誠信經營訓練		2017	2018	2019	2020	2021
全員年度遵法指南教育訓練	參與人數	430	406	551	556	563
	訓練涵蓋率	100%	100%	100%	100%	100%
新進員工反賄賂教育訓練	參與人數	39	21	18	26	24
	訓練涵蓋率	100%	100%	100%	100%	100%



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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2021年5月5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26,803人次觀看、8,327則感想留言。



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，舉辦季度之法務室直播宣導活動，希能不受空間限制，更貼近一線實務、消弭觀念差異隔閡，2021年並持續舉辦，達成17,475參與人次。

「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。

實體課程實績

開課場數
78場

涵蓋八大經銷商

參與人次
2,667人

線上課程實績

參與人次
4,019人

涵蓋率
96.8%

適法評鑑智財守備零容忍

和泰集團經銷商及關係企業於2021年11月前，制定「著作權管理辦法」、「商標管理辦法」、「機敏資產管理規範」及「研發成果及專利權管理辦法」等，以完備本公司之智慧財產管理體制。

為落實智慧財產權觀念，2021年舉辦兩場次智慧財產在職訓練（On the Job Training，簡稱OJT），共計112人參與，以介紹和泰汽車體制作為範例，俾利集團各公司了解並完備智財管理體制，並搭配智慧財產講座提升法務擔當/智財擔當業務處理之問題意識，增加對法律規範的敏感度，降低集團智財違法風險。



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。2021年每季參加外部舉辦之法人說明會，以及舉辦多場座談會，由發言人及投資人關係團隊向法人說明公司重要營運成果及未來策略；在股東會中各項承認事項及討論事項採逐案表決，並即時公開各項議案表決情形。

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

風險管理

4.4.1

全球豐田於2010年建立新的風險管理委員會與組織結構，制定標準化的風險管理，依循全球風險管理標準（Toyota Global Risk Management Standard，簡稱TGRS）執行年度風險評估程序。2021年發展TGRS 1.5 並改進風險評估流程，建立多層次風險分類法（FORREST 模型），以影響性與衝擊程度作為評估標準，管理財務、營運、法規、管理、外部企業、策略、科技資訊等面向的風險，並於2022 年進一步發展全球豐田企業風險管理體系（Global Toyota Enterprise Risk Management，簡稱G-TERM），將風險發生的可能性（Likelihood）納入考量，並建置全球的呈報與即時監控（Dashboard）機制。

和泰汽車對各面向之風險管理極為重視，參照全球豐田的風險管理機制，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。

內控內稽

為強化風險管理，和泰汽車及其子公司每年實施自行評估作業，因自行評估作業乃是公司內部控制制度設計與執行檢視適當性的重要時機，亦是風險評估的重要工作之一，為達自行評估之成效，由稽核單位舉辦內控自行評估教育訓練，邀集公司各部室及集團稽核人員共計54人參與，提升人員對風險評估、管理的能力。此外，公司為加強風險管控，於每年舉辦集團稽核業務交流，落實並推動集團公司內稽內控體制，同時促進集團稽核業務人員相互交流，藉由交流宣導、研討及分享內稽、內控運作及經驗，提昇風險管理與稽核的能力。

產業相關的風險與機會

4.4.2

2021年5月台灣疫情逐漸嚴峻，在三級警戒的管制下，民間消費受到衝擊；惟由於遠距商機提升、國內半導體外需強勁及產業優勢，使經濟仍具成長動能，全年經濟成長率為6.45%，較2020年修正後之經濟成長率3.36%上升3.09個百分點。台灣汽車總市場儘管受到疫情升溫、全球供應鏈車用晶片短缺的雙重衝擊；然而在國內疫情狀況自7月底獲得穩定控制、防疫警戒降級後，買氣逐漸回升，2021年總市場最終登錄達449,859台，去年比98.3%。以品牌別而言，本公司代理之TOYOTA/Lexus/HINO品牌為市場佔有率第一名，市佔率前二名及第四、六名均為日系車，合計市佔率達59%。

排名	1	2	3	4	5	6
品牌	TOYOTA Lexus HINO	MITSUBISHI CMC	FORD	NISSAN INFINITI	MERCEDES BENZ	HONDA
銷售量	156,072	51,920	30,379	28,964	28,587	28,550
市佔率	34.7%	11.5%	6.8%	6.4%	6.4%	6.4%

和泰汽車為專業的汽車銷售服務總代理，因此不論在售前或售後服務上，一直是本公司所努力不懈，期能給予超越顧客期待的優質服務，也因此以提昇車輛品質及顧客滿意度為銷售活動的主軸，不斷持續以創新手法提供顧客最佳之產品與服務。展望2022年車市，在全球主要國家經濟持續恢復、IC及部品短缺問題可

望趨緩下，預估總市場基本面可望維持2021年水準，另考量各品牌將持續導入全新商品、強化銷售對策等正面因素的刺激下，若無其他黑天鵝事件影響，預估2022年汽車市場規模達46萬台，TOYOTA目標台數13萬台、Lexus銷售目標為2.5萬台，合計小型車銷售目標為15.5萬台、市佔率33.7%。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

TOYOTA

有利因素

- 政府鼓勵汰舊換新貨物稅減徵方案延長至2026年初，有助於換購需求持續
- 疫苗覆蓋率提升，政府也準備要與疫情共存帶動經濟成長，且全球股市大漲及低利率等推升下，買氣有望將持續上漲
- 原廠強力的支持下，積極展開電動化佈局，以及導入全新小商車車款及其他多款新車

不利因素

- 2021年全球晶片荒問題仍未明顯緩解，各國仍受新型冠狀病毒延變影響，零件供應受到嚴峻考驗
- 央行將進行貨幣政策調整，方向朝緊縮之基調，將造成通膨攀升，恐將影響國內之景氣發展

因應策略

■ 挑戰販賣三冠王，協助價值鏈發展

- 1.全方位驅動販賣：TOWN ACE小商車產業及車主需求，創造販賣新動能
- 2.創新價值鏈服務，發展新商機：發展車輛生命週期新商機；開創CPO中古車新商機；以販賣台數帶動週邊產業商機

■ 持續擴大數位轉型

- 1.變革數位銷售與進化服務體驗：以大數據精準廣告招攬客群；線上線下共戰新零售模式；運用數位工具打造客製化服務
- 2.數位販賣及經營升級：販賣管理APP智能大躍進；提升物流營運效應

■ 全面擴展新能源版圖

- 1.擴大戰線，達成碳中和為目標：持續導入新能源車款，並將商品持續進化
- 2.掌握法令及產業動向，促成對本牌有利政策：掌握T-NCAP及CAFF法規

■ 塑造新世代品牌形象

- 1.擴大GR品牌：導入多款GR車款、車主賽道活動，以及GR專屬廣宣活動
- 2.引發年輕世代共鳴：多元創新品牌活動；持續關心投入環保活動

Lexus

有利因素

- 2022年油耗法規調整及價格調漲，將刺激消費者提前購車，搭配汽車汰舊換新貨物稅補助政策延長及出口表現回溫，可帶動國內銷量表現
- 隨著車輛智慧化快速發展，車聯網 (Connected)、自動駕駛 (Autonomous)、共享服務 (Shared) 以及電動化 (Electric) 已成為汽車產業新世代發展方向，同時帶動公共運輸行動服務 (MaaS) 興起，出現各種破壞式創新的移動商業模式，啟動創新移動服務的新商機

不利因素

- 競爭者以「電動化」作為年度目標，將陸續引進純電動車款，積極佈局產品陣容
- 新能源車使用的配套體系尚未完全成熟，相較於綿密、成熟、便捷的傳統加油網絡，充電設施仍然不夠完善

因應策略

- 持續提升符合油耗法規之油電複合車 (HEV) 及插電式油電複合車 (PHEV) 比重，扮演銷量支撐主力
- 佈局Electrified時代，積極爭取全新Lexus RZ 450e等電動化車型導入市場，打造高級車No.1 BEV品牌
- 整合集團資源，積極擴展充電站點，強化環島電網佈局；並導入充電APP，提供車主更為即時的數位服務
- 全面啟動大數據應用與數位轉型-藉由量身訂製客休專屬服務、行動工具優化等，以更積極主動、更客製化的服務流程，創造專屬的感動服務體驗

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

大型商用車

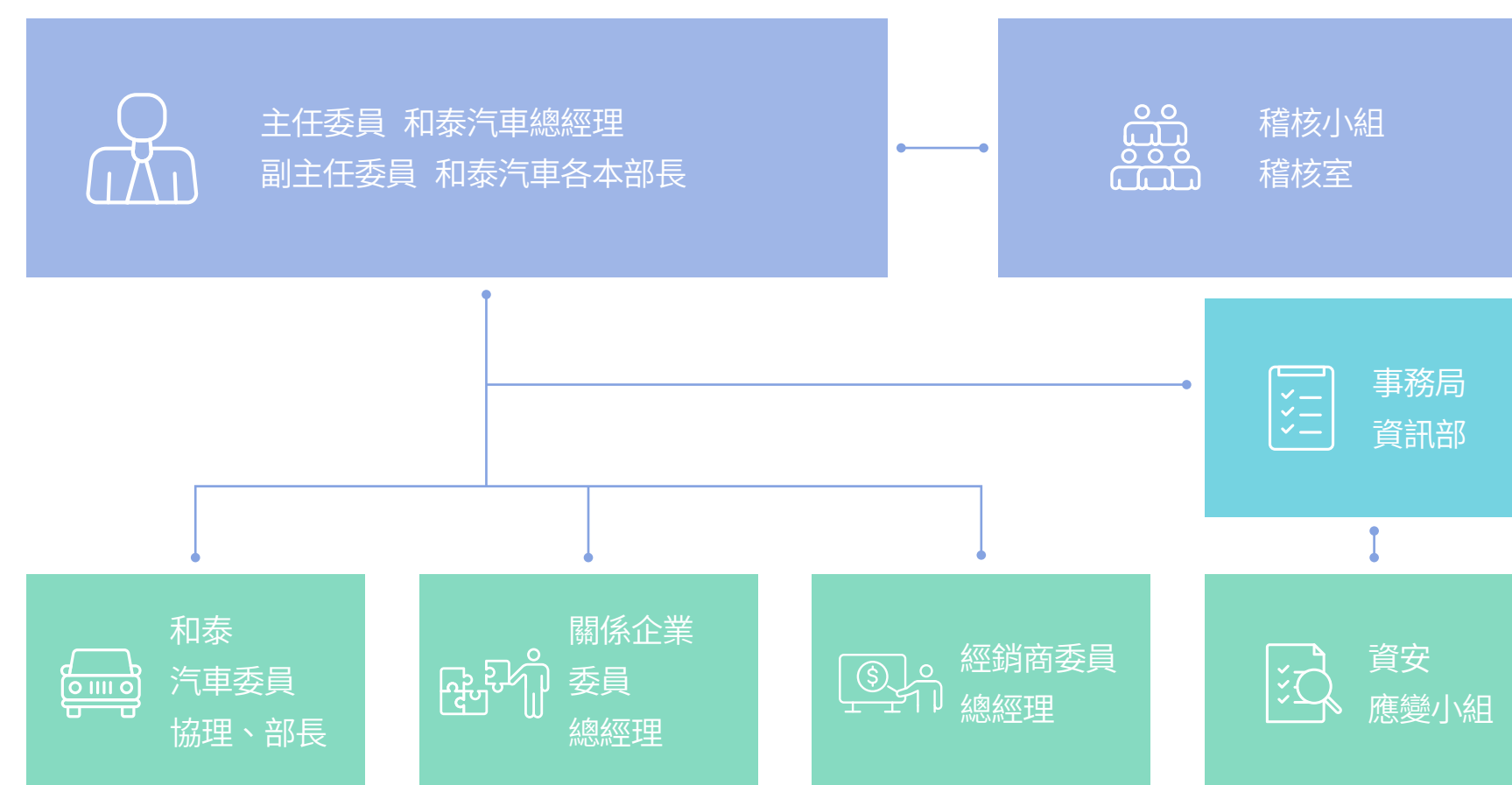


4.5 資訊安全及顧客資料保護

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，至今已累積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。和泰汽車於2007年成立「資訊安全委員會」，作為集團資訊安全之最高指導單位，以貫徹資訊安全治理政策，明確宣示及落實維護資訊安全，並要求全體員工確實遵守，維護集團資訊安全。「資訊安全委員會」透過定期每一年舉辦一次會議，由集團主任委員（即和泰

汽車總經理）及資安委員負責審視本集團資安治理政策，督導資安管理體系運作情形，並設立資安專責單位「資訊安全事務局」，由資訊部部長擔任事務局局長，透過每月一次定例會議，依據內外部環境需求及法令規定，評估資安政策之適用範圍、完整性，適時進行政策調整，以檢核全集團資安政策執行進度及結果，確認皆有符合本集團資訊安全之要求，當有重大資安事件與個資侵害事件發生時，處理並呈報主任委員，以建構高標準資安防護能力。

資訊安全委員會組織圖



資訊安全管理制度

4.5.1

為建立及維護集團安全及可信賴之資訊環境，確保資料、系統、設備及網路之穩定與安全，以達企業之永續經營，和泰汽車於2008年協同旗下8家經銷商，推動國際資訊安全管理標準ISO 27001驗證，成為臺灣汽車業界首家上、下游廠商均通過ISO 27001認證的汽車經銷體系總代理及經銷商。事務局透過召開定期會議，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，依據法令要求、近期內外部威脅情資等項目，評估對內部可能產生的資安風險並加以對策改善，以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，如為影響資訊系統運作等重大資安事件，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。

2021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，擴大資安防護的佈署，裝置從主機擴大至電腦端點，範圍從主機房擴大至外據點，全面防範駭客的入侵及潛伏，消弭外部威脅造成營運癱瘓的危機。2021年採取強化電腦端點行為的監控及提升主機防護的能量，防範外部不斷推陳出新的攻擊手法及管道，在強化電腦端點行為的監控上：控管USB及軟體安裝權限，限縮駭客入侵管道，並建立蒐集、分析電腦行為紀錄機制，事先預警異常狀況，立即阻斷潛伏的威脅，並可快速釐清事件的根因及展開對策；提升主機防護的能量：強化身分認證的防護力，導入網域及網段間的區隔管理，避免全面遭駭及綁架，分散資訊系統被癱瘓風險；並針對高權限或高風險的使用者(如：IT人員、外派同

仁、合作廠商)，導入外部辦公資安防護機制，比對全球威脅情資，自動偵測風險並防堵攻擊，確保外部連線使用公司內部資源的安全。

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。



對象	課程內容	受訓人數 單位：人	受訓時數 單位：小時	涵蓋率
一般同仁	個資及資訊安全教育訓練及測驗	489	2	100%
新進員工	新進員工個資及資訊安全教育訓練	24	1	100%
資訊同仁	資訊技能教育訓練	50	依同仁專業需要接受不同之課程時數	100%



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。



TOYOTA



Lexus



HINO

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。

個資教育訓練	2017	2018	2019	2020	2021
人數(人)	467	474	497	473	489
涵蓋率(%)	100	100	100	100	100

註:上述表格教育人數為有配備電腦之員工數

在委外廠商方面，自2015年起建立委外廠商個資防護規範，要求廠商遵循，且自2016年開始，每年一次定期審閱委外廠商交付之個資自評報告並執行實地稽核，於2018年建立委外廠商再發缺失控管機制，設有「委外廠商個資安全管理作業規範」並分級廠商個資防護能力，供權責單位作為遴選廠商參考。

在據點一線同仁方面，於2018年為確保據點一線同仁之作業程序及個資意識符合個資法及公司程序要求，則由稽核人員佯裝為車主，

至TOYOTA服務廠提出個資需求，稽核一線同仁之作業程序及個資意識，並透過經銷商針對不合規同仁進行個資再教育或其他改善方式，近年來更透過經銷商稽核室不定期抽查，持續覆核同仁改善情況。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。2021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。

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）
2021	0	0%	0

4.6 財務績效



項目	2021	2020	2019	2018	2017	單位
營業收入	138,872,240	136,052,443	126,892,633	109,034,011	112,264,170	仟元
營業毛利	12,713,663	12,096,532	10,737,805	9,571,323	9,753,770	仟元
營業利益	8,545,817	8,228,028	6,889,079	6,124,435	6,409,383	仟元
營業外收入及支出	10,163,586	7,973,590	6,848,237	5,808,161	5,352,555	仟元
稅前淨利	18,709,403	16,201,618	13,737,316	11,932,596	11,761,938	仟元
稅後淨利	16,210,758	13,848,870	11,768,815	10,025,535	10,115,607	仟元
所得稅費用（利益）	2,498,645	2,352,748	1,968,501	1,907,061	1,646,331	仟元
資產總額	94,565,824	83,719,774	76,469,958	66,132,309	61,074,145	仟元
資本額	5,461,792	5,461,792	5,461,792	5,461,792	5,461,792	仟元
員工平均營業額	246,665	246,026	230,295	200,430	204,117	仟元
年底總員工數	563	553	551	544	538	人
每股市價（平均）	595.7	616.61	456.02	277.61	358.13	元
營業費用+營業成本	130,284,359	127,907,621	119,890,558	102,927,933	105,804,333	仟元
每股盈餘	29.68	25.36	21.55	18.36	18.52	元
薪資總額	2,032,037	1,945,833	1,726,363	1,572,033	1,574,616	仟元
員工福利費用（扣除薪資費用及退休金）	177,302	172,767	163,176	149,370	149,084	仟元
退休金總額	28,409	28,401	27,704	27,189	26,686	仟元
負債比	22.0	21.8	23.4	25.40	23.61	百分比

註1：以上數據為和泰汽車個體財務數據；2021年來自政府的補助為1,543仟元(勞動部勞發署企業辦訓補助)
註 2：負債比:：負債占資產比率
註 3：2021年本公司在公益活動部份共投入超過1億6仟1佰萬元(161,777,000元，佔稅後淨利1.36%)；配發現金股利每股20元

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

環境

Environment

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

98%

Toyota 新車販賣台數中
具節能標章比率

72.6%

使用再生零件 -
冷氣壓縮機比率

超過32萬度

回廠保修不洗車，累計
至 **2021** 年節約水量

44.7噸

包材回收碳排量

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，豐田將短程目標設定為：以2019年為基準年，2025年排放量下降15%(和泰汽車挑戰下降18%)，中程目標則是較2019年，2030年排放量下降32% (和泰汽車挑戰下降33%)。



5.1 氣候變遷管理

TCFD架構採用

5.1.1

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，豐田將短程目標設定為：以2019年為基準年，2025年排放量下降15%(和泰汽車挑戰下降18%)，中程目標則是較2019年，2030年排放量下降32% (和泰汽車挑戰下降33%)。

豐田在最近制定2025年目標時，對環境重大性議題進行了審查。身為豐田全球代理商之和泰汽車，也持續關注公眾的意見和市場趨勢，考慮應更加重視哪些環境問題，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。和泰汽車已顯著體認到，未來傳統汽車產業在氣候變遷議題的趨勢下，將面臨減緩與調適難題。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。為確保和泰汽車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與揭露。

2021年的作為，汰換新莊據點的老舊空調，且調低出風口，提升冷氣效率，節電量較2020年下降16%（2020年耗電量：642996Kwh，2021年耗電量：537496 Kwh）。

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，委員成員為和泰汽車之董事及獨立董事，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。2021年12月更名為「永續發展委員會」。
- 永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項CSRESG專案方針與執行
- 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。
- 以目前的氣候變遷政策與策略，以及已經實施並且確定運作的情形做為基礎情境，分析法規、技術、市場與商譽之氣候衝擊。



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年下降3%，2021年下降6%（實際下降6.6%，詳細參照5.2.2），2030年為32%，2050為零排放。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

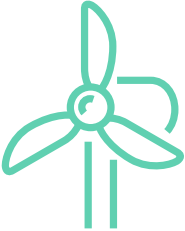
重大風險鑑別結果與因應

5.1.2

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，和泰汽車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。和泰汽車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。這樣的氛圍下，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。



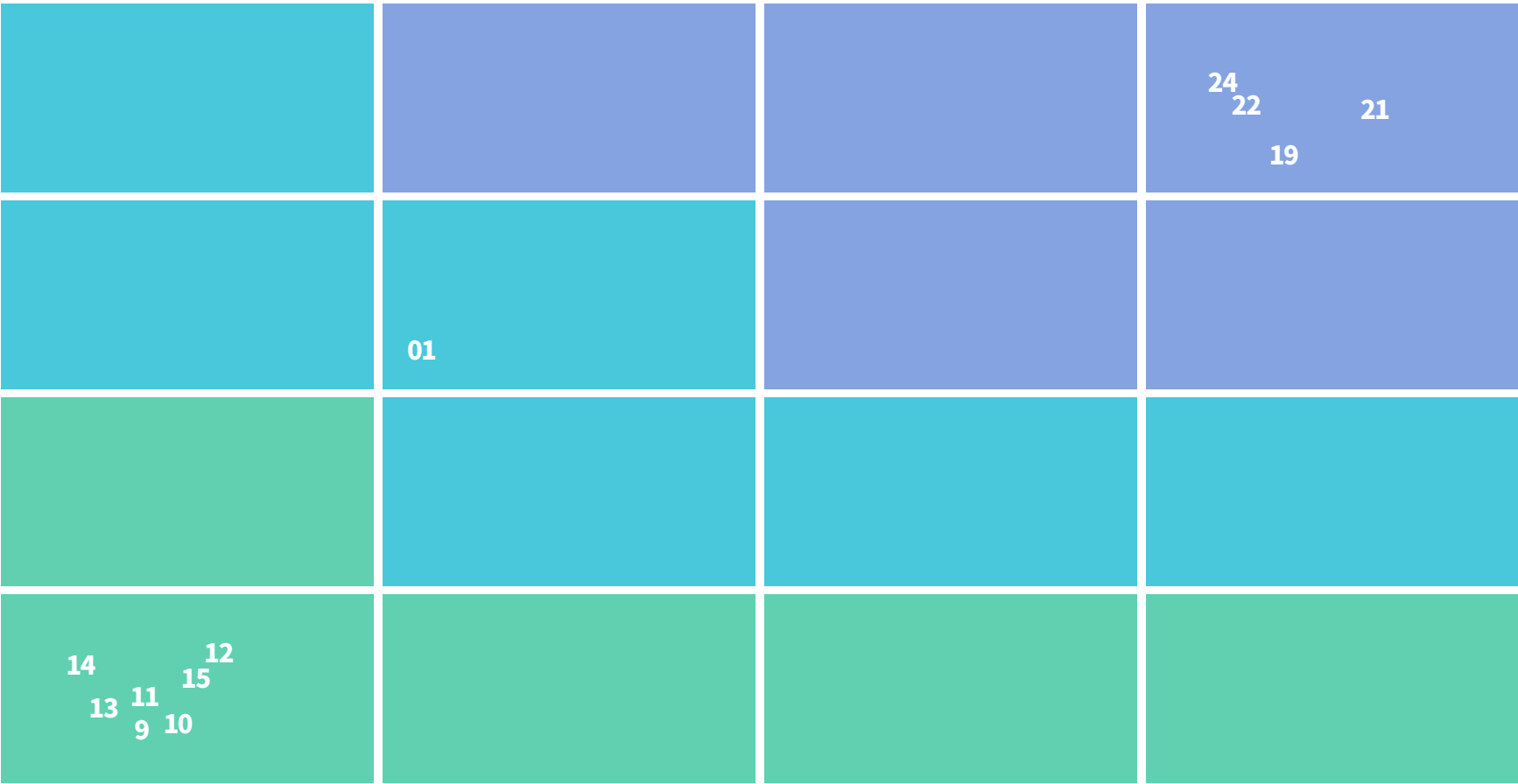
實現永續發展
低碳模式

- 21 低碳產品與服務的需求
- 19 產品效率法規與標準
- 24 顧客偏好改變
- 22 顧客行為轉變
- 01 熱帶氣旋
- 12 強制申報
- 13 再生能源法規
- 14 新法規的不確定性
- 15 缺少法規或適法性
- 09 碳稅
- 11 總量管制/排放交易
- 10 燃料稅/能源稅

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	管理作法位
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。
高	顧客偏好改變	下游客戶	中期	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。	
高	顧客行為轉變	下游客戶	中期	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。	
高	產品效率法規與標準	上游供應商	中期	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

氣候變遷風險



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

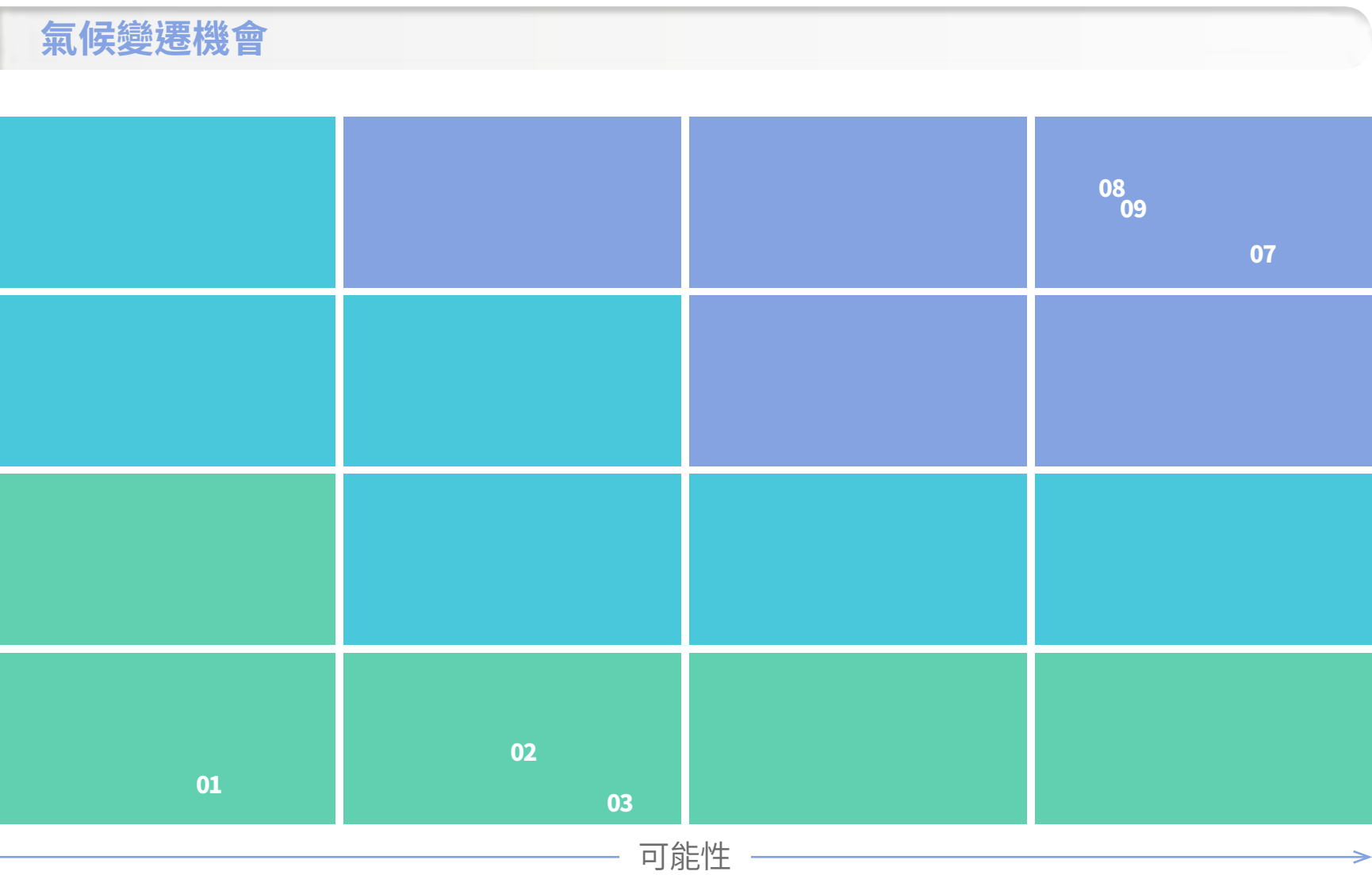
誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



情境分析 5.1.3

情境中預估原始排放量（不再進行節電、也不購買再生能源情況下），以及達成SBT-WB2°C（Well-below 2°C）、SBT-1.5°C目標之允許排放量。若和泰汽車 維持現況不進行任何改變下，其主要氣候變遷財務衝擊風險將發生在碳稅上，而由於和泰汽車並沒有自己的車輛，其主要以代理豐田集團的旗下品牌：Toyota、Lexus以及貨車品牌Hino，其市場與商譽風險則聚焦在豐田集團的車輛布局，因此研究豐田集團未來新能源車的布局相當重要。和泰汽車的碳稅風險主要來自於自身排放量，而在1.5°C情境下，其碳稅成本最高，而在目前政府的法規下，其碳稅以100 NTD徵收的話，其風險非常小，且考量到目前規劃暫以列管須申報的企業為徵收對象，以排放量不到2，000噸的和泰汽車而言，受到法規的影響甚低。僅有可能未來因碳稅導致的電價成本上。

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	管理作法位
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。
高	顧客行為轉變	下游客戶	短期	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。
高	政策獎勵	公司自身	短期	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。



和泰汽車身為Toyota豐田汽車代理商，因此產品主要仰賴豐田的產品，而豐田身為全球主要車廠，也開啟了生命週期零二氧化碳排放挑戰，期望透過完整循環經濟概念，達成汽車的零碳排；除此之外，豐田也針對供應商、下游經銷商，開啟一系列的減碳倡議。除了傳統的消費型車輛之外，透過策略聯盟未來也將開發電動化的商用載貨車輛（電池或燃料電池型態）。從豐田的布局而言，目前和泰汽車所屬的品牌：Toyota、Lexus以及Hino其新能源車的發展都吻合低碳與電動化的趨勢，因此市場與商譽風險較低。



	風險	情境說明
法規	■ 碳稅/碳定價	■ 依據不同情境下，對企業的碳排課徵稅收。此部分由於稅制落差極大，因此不確定性甚高，評估主要參考IPCC AR6的SSP1與SSP2在OECD國家碳價擬定轉型情境的碳稅價格，並採用十年稅制一致性的階梯式碳稅價格，同時參考目前氣候政策考慮的100 NTD/tCO₂e方案，設計出三種情境的碳稅： 1. NDC：100 NTD/tCO₂e 2. SBT-WB2°C（IPCC AR6，SSP1-2.6）：9-242 USD/tCO₂e 3. SBT-1.5°C（IPCC AR6，SSP1-1.9）：7-708 USD/tCO₂e ■ 不同情境下的碳排放額度估算： 1. NDC目標：基線年排放在2030年以前每年減少1.46%，2031-2050年每年減少2.32%。 2. SBT-WB2DC（SBT）：基線年排放每年減少2.5%線性遞減 3. SBT-1.5°C（SBT）：基線年排放每年減少4.2%線性遞減
	■ 總量管制與碳罰鍰	■ 針對超額部分進行碳罰鍰（NTD/kg CO₂e），分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計： 1. NDC：100 NTD/tCO₂e 2. SBT-WB2°C：750 NTD/tCO₂e 3. SBT-1.5°C：1，500 NTD/tCO₂e ■ 目前總量管制在臺灣實施可能性很低，因此暫不考慮此一風險情境。
	■ 義務容量	■ 依據能源局於2020年12月31日公告之一定契約容量以上之電力用戶應設置再生能源發電設備管理辦法草案中，和泰汽車並不在此法規管轄之下。
技術	■ 再生能源建置成本	■ 自身設立再生能源發電裝置的每年平均攤提成本，由於目前的裝置容量甚少，因此暫不考慮。
	■ 再生能源轉供成本	■ 與再生能源業者簽訂轉供合約，獲得再生能源的供應的額外成本。
	■ 再生能源憑證	■ 購買再生能源憑證的費用
	■ 節電成本	■ 投資的節電成本，節電成本以每度電1.1 NTD估算
	■ 節電效益	■ 省電的成本，以台電公告電價為主，2.44 NTD/度
商譽	-	■ 由於和泰汽車屬於Toyota豐田汽車於台灣的代理商，因此商譽與市場風險主要仰賴豐田汽車的產品策略，故本計畫將分析Toyota的新能源車策略，定性評估和泰汽車的商譽與市場風險。
市場	■ 綠色產品	

2021年和泰汽車的年能源總耗用量為11,636十億焦耳，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，未使用任何再生能源。2021年能源耗用降低係因日常節約及疫情嚴峻期間採行居家上班模式所致。



5.2 綠色營運



能資源管理

5.2.1

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，並訂定以2019為基準年，每年累計節水1%的目標，2020年以實際用水減量15%、2021年實際用水減量27%達成目標。

在地區的分布上，新莊園區為教育訓練及會議的主要地點，並設有學員專用的宿舍、餐廳。楊梅園區為和泰汽車的物流中心，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，且整個園區(未含國都PDS中心)因佔地面積較廣，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。

能源使用量					
能源種類	耗用單位	耗用區域	2019	2020	2021
汽油	公升	總公司	47,608	49,241	33,933
		新莊	12,091	11,969	7,863
		楊梅	2,803	3,017	2330
	合計		62,502	64,227	43,982
	十億焦耳	總公司	1,554	1,608	1,108
		新莊	395	391	257
		楊梅	92	99	77
	合計		2,041	2,098	1,437
柴油	公升	總公司	0	0	0
		新莊	60	60	0
		楊梅	5,450	5,499	4,433
	合計		5,510	5,559	4,433
	十億焦耳	總公司	0	0	0
		新莊	2	2	0
		楊梅	192	193	156
	合計		194	195	156

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



註：上表熱值轉換係數 出自能源局「能源產品單位熱值表」，換算後：汽油為32,649,644 J/L、柴油為35,161,155 J/L、天然氣為33,486，814 J/M3、電力為3,600,000 J/度

能源種類	耗用單位	耗用區域	2019	2020	2021
天然氣	立方米	總公司	0	0	0
		新莊	22,224	19,887	16,085
		楊梅	0	0	0
	合計		22,224	19,887	16,085
	十億焦耳	總公司	0	0	0
		新莊	744	666	539
		楊梅	0	0	0
	合計		744	666	539
液化石油氣	公升	總公司	0	0	0
		新莊	0	0	0
		楊梅	3,011	4,023	3,574
	合計		3,011	4,023	3,574
	十億焦耳	總公司	0	0	0
		新莊	0	0	0
		楊梅	84	112	99
	合計		84	112	99
外購電力	度	總公司	780,332	798,457	704,774
		新莊	689,364	638,996	541,219
		楊梅	1,290,034	1,351,265	1,367,285
	合計		2,759,730	2,788,718	2,613,278
	十億焦耳	總公司	2,809	2,874	2,537
		新莊	2,482	2,300	1,948
		楊梅	4,644	4,865	4,922
	合計		9,935	10,039	9,405
總能源總耗用量（十億焦耳）			12,998	13,110	11,636
總人數			551	553	563
能源密集度			23.59	23.71	20.66

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



汽油節約成效主要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(518.9 十億焦耳)，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(172.7 十億焦耳)。另於2021年執行實習場空調汰舊換新等節電措施，預估每年有71,669度的節電效益(258十億焦耳)。

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，節電措施更帶來顯著的成本減少效益，近三年總節電金額為新台幣604,415元。

耗水量					
能源種類	耗用單位	耗用區域	2019	2020	2021
水	度	總公司	7,225	6,825	7,147
		新莊	4,764	5,340	4,493
		楊梅	10,358	7,582	6,698
	合計		22,347	19,747	18,253

耗水密集度								
能源種類	強度單位	耗用區域	2019		2020		2021	
			人數	密集度	人數	密集度	人數	密集度
水	公噸／每人	總公司	381	19	385	18	398	18
		新莊	93	51	91	59	87	52
		楊梅	77	135	77	98	75	88
	人數加總或強度平均		551	41	553	36	563	33

節能績效					
節省能源種類	單位	區域	2019	2020	2021
汽油	公升	總公司	-	-	1,697
		新莊	-	-	-
		楊梅	-	-	-
	合計		-	-	1,697
天然氣	立方米	總公司	-	-	-
		新莊	-	-	-
		楊梅	-	-	-
	合計		-	-	-
電力	度	總公司	921	3,175	6,454
		新莊	36,716	55,776	71,669
		楊梅	-	-	7,390
	合計		37,637	58,951	85,503

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



節水績效					
節省資源種類	單位	區域	2019	2020	2021
水	百萬公升	總公司	-	400	350
		新莊	-	31	-
		楊梅	4,045	-	-
	合計		4,045	431	350

能源節省成本							
能源種類	節省區域	2019		2020		2021	
		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	3.67	23,686
	新莊	3.54	129,975	3.42	190,754	3.4	243,674
	楊梅	-	-	-	-	3.4	25,126
	合計	3.54	133,272	3.54	202,343	3.5	292,486

水資源節省成本							
能源種類	節省區域	2019		2020		2021	
		平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本
水	總公司	-	-	14.62	5,848	15.7	5,459
	新莊	-	-	-	-	-	-
	楊梅	12.9	52,180	13	403	-	-
	合計	12.9	52,180	27.62	6,251	15.7	5,459

註1：以上節約量乃以每年新實施之節能專案所預估，非實際之量測值。
註2：“-”表示此能源項目該年度無執行節約措施

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

溫室氣體減量

5.2.2

2021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三年則呈現穩定趨勢。不論是範疇一或二的排放量，於近三年的變化量最高僅在5%左右。此乃由於在業務量增加的同時，和泰汽車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，亦代表和泰汽車在能源使用效率上，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					
範疇別強度單位	耗用區域	排放區域	排放量		
			2019	2020	2021
一 註1	公噸二氧化碳當量	總公司	107.7	111.4	76.8
		新莊	69.3	64.6	48.0
		楊梅	25.8	28.2	22.8
	合計		207.2	202.8	148.6
二 註2	公噸二氧化碳當量	總公司	397.2	406.4	353.8
		新莊	350.9	325.2	271.7
		楊梅	656.6	687.8	686.3
	合計		1,404.7	1,419.4	1,311.8

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，電力排碳係數為0.533(2018)、0.509(2019)、0.502(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。(2021年因能源局尚未公告，故沿用2020年係數)

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 AR5。

註5：和泰汽車溫室氣體盤查以2019年為基準年



污染物排放與廢棄物管理

5.2.3

和泰汽車在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。

溫室氣體排放量								
範疇別	強度單位	區域	2019		2020		2021	
			人數	強度	人數	強度	人數	強度
一 + 二	公噸二氧化碳當量	總公司	381	1.33	385	1.35	398	1.08
		新莊	93	4.52	91	4.28	87	3.67
		楊梅	77	8.86	77	9.30	76	9.33
	合計		551	2.92	553	2.94	563	2.33

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 AR5。

註3：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為0.533(2018)、0.509(2019)、0.502(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。(2021年因能源局尚未公告，故沿用2020年係數)。

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僱員工多。

溫室氣體排放強度			
單位	2019	2020	2021
總公司	■ 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)	■ 2021年起到期公務車換租插電式車種(EV或PHEV)(3.8噸/年) ■ 持續更換節能LED燈泡 (3.2噸/年)
新莊	■ 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)	■ 訓練場地空調汰換(36噸/年)
楊梅	■ 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)	■ 楊梅汰換複金屬燈(3.6噸/年) ■ 持續包材回收作業(56.8噸/年)
合計每年溫室氣體減量 (噸)	74	79.2	96.4

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。

廢棄物產生量 (噸)				
廢棄物類別	產生區域	2019	2020	2021
一般	總公司	48.0	43.2	20.0
一般	新莊	4.6	4.6	3.6
一般	楊梅	18.4	19.5	15.8
合計		71	67.3	39.4

		資源回收量（噸）			回收率		
廢棄物類別	產生區域	2019	2020	2021	2019	2020	2021
紙類、鐵鋁罐、寶特瓶	總公司	16	15.5	11.9	100%	100%	100%
紙類、鐵鋁罐、寶特瓶	新莊	5.1	2.8	2.1	100%	100%	100%
國內包材	楊梅	50.7	53.0	51.2	100%	100%	100%
進口紙箱		169.6	132.0	184.1	100%	100%	100%
合計		241.4	203.3	249.3	100%	100%	100%

廢棄物減量績效	2019		2020		2021
以2019為基準年	目標	實際	目標	實際	目標
	1%	5.2%	2%	18.7%	3%

車輛與零件運輸

5.2.4

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，和泰汽車也鼓勵拖運公司，針對司機日常進行「省油駕駛」宣導，以確保車輛運輸能維持穩定的燃油消耗及CO2排放。2021年共拖載車輛146268台，消耗柴油1945364噸，經係數轉換，每台新車拖運之二氧化碳排放量為34.58/台，平均每年可低於35公斤CO2。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。

廢棄物類別	產生區域	資源回收量 (噸)			回收率		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
拖車使用率改善達成度	■ 準確預知配車台數派遣拖車 ■ 提升每台拖車裝載台數	100%	100%	100%	100%	100%	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CO2e/台新車運輸)	■ 控制司機駕駛速度 ■ 拖車定期保養	34.9	34.6	34.4	34.4	33.63	34.58



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。



5.3 環保理念



永續政策

5.3.1

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「碳中和與循環型社會」

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。



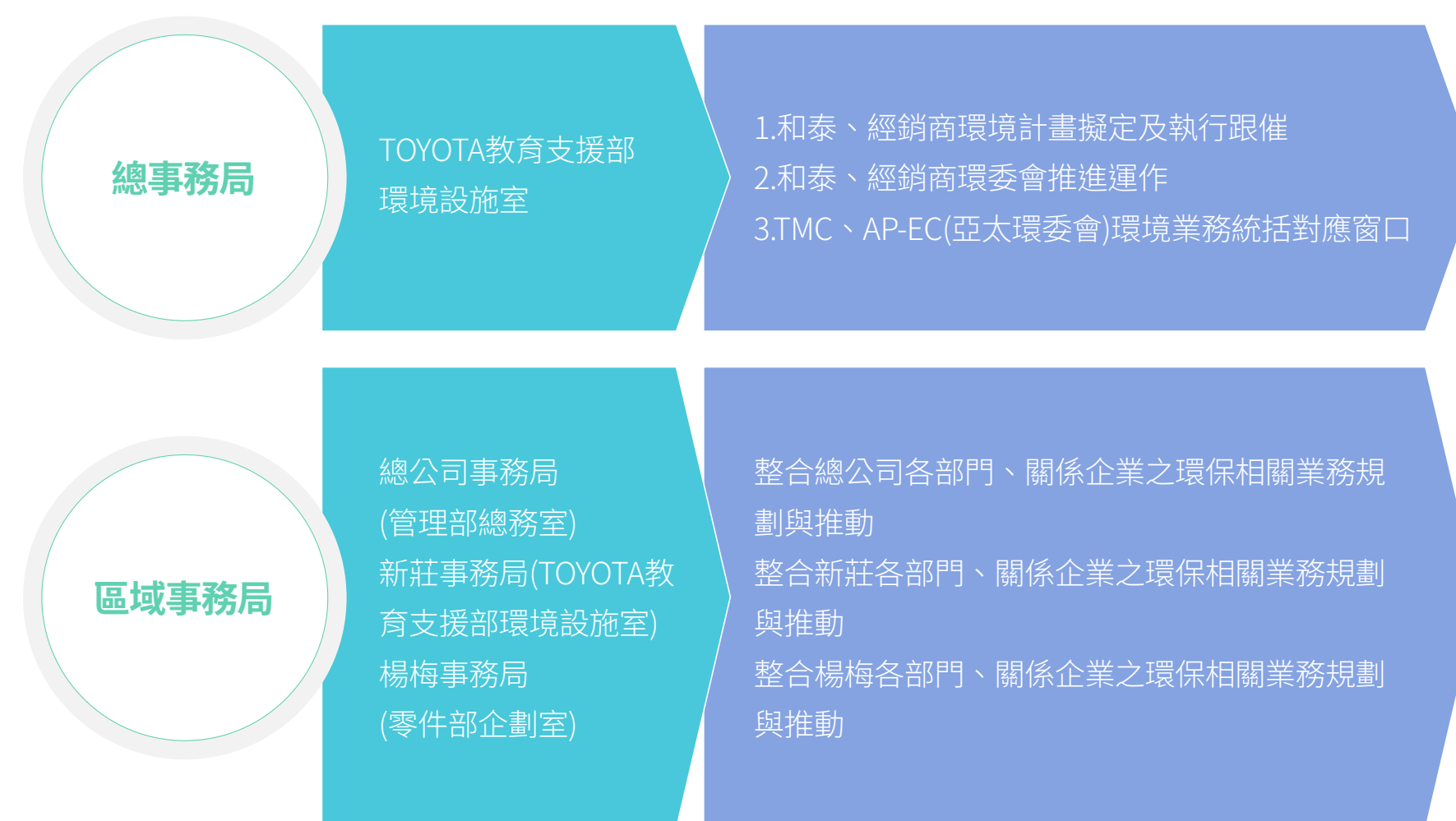
管理系統

5.3.2

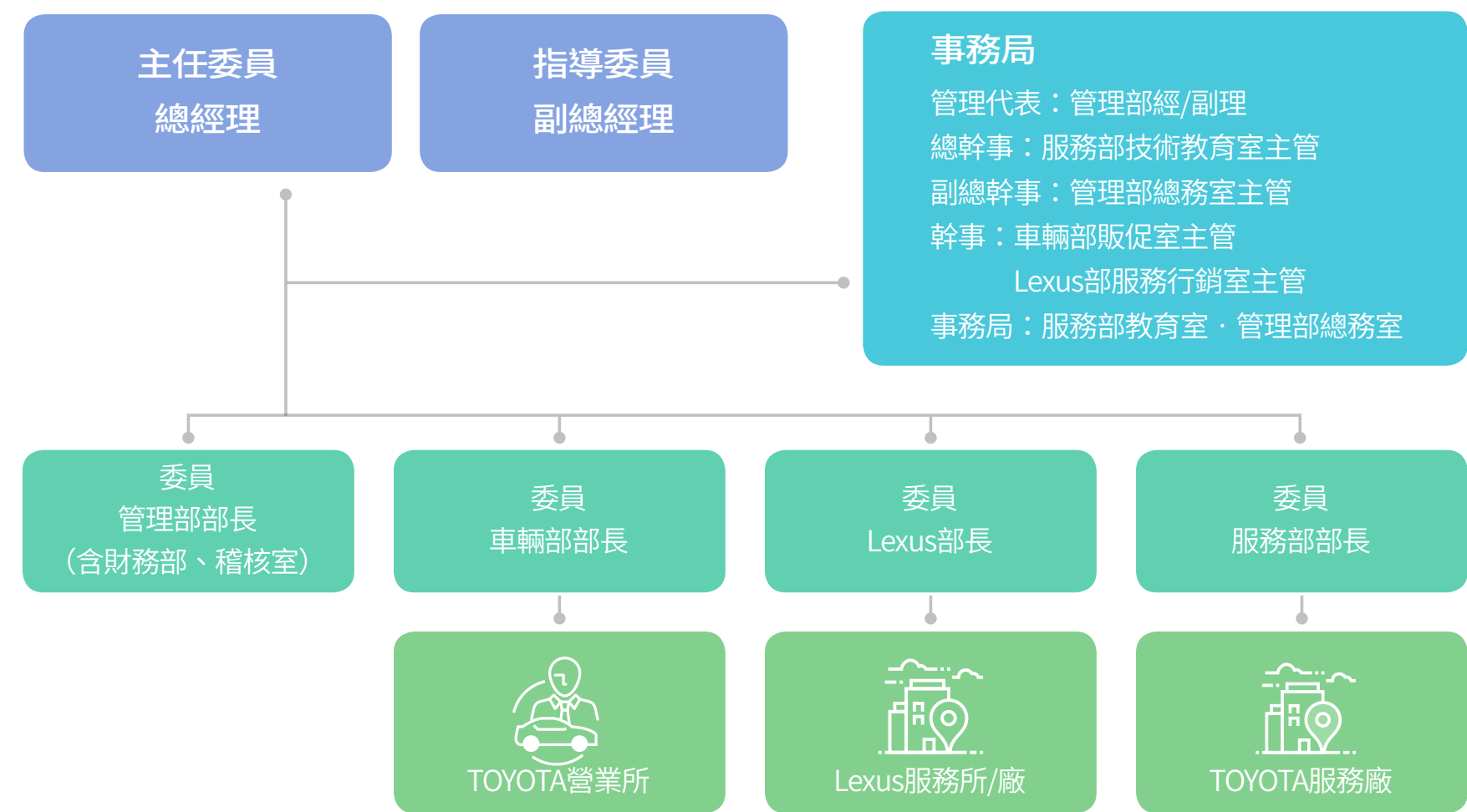
和泰汽車設有環境管理委員會以及環境設施室，透過環境保護計畫與方案的推動，實現對環保的承諾與目標。為有效管理銷售與維修服務作業可能對環境造成的負面衝擊，和泰汽車將環管理念拓展至價值鏈的夥伴，推動經銷商體系全面實施ISO 14001國際環境管理系統，透過內部稽核與外部審查，確保環境管理業務能

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。



經銷商環境管理組織(以國都汽車為例)



願景與歷程

5.3.3

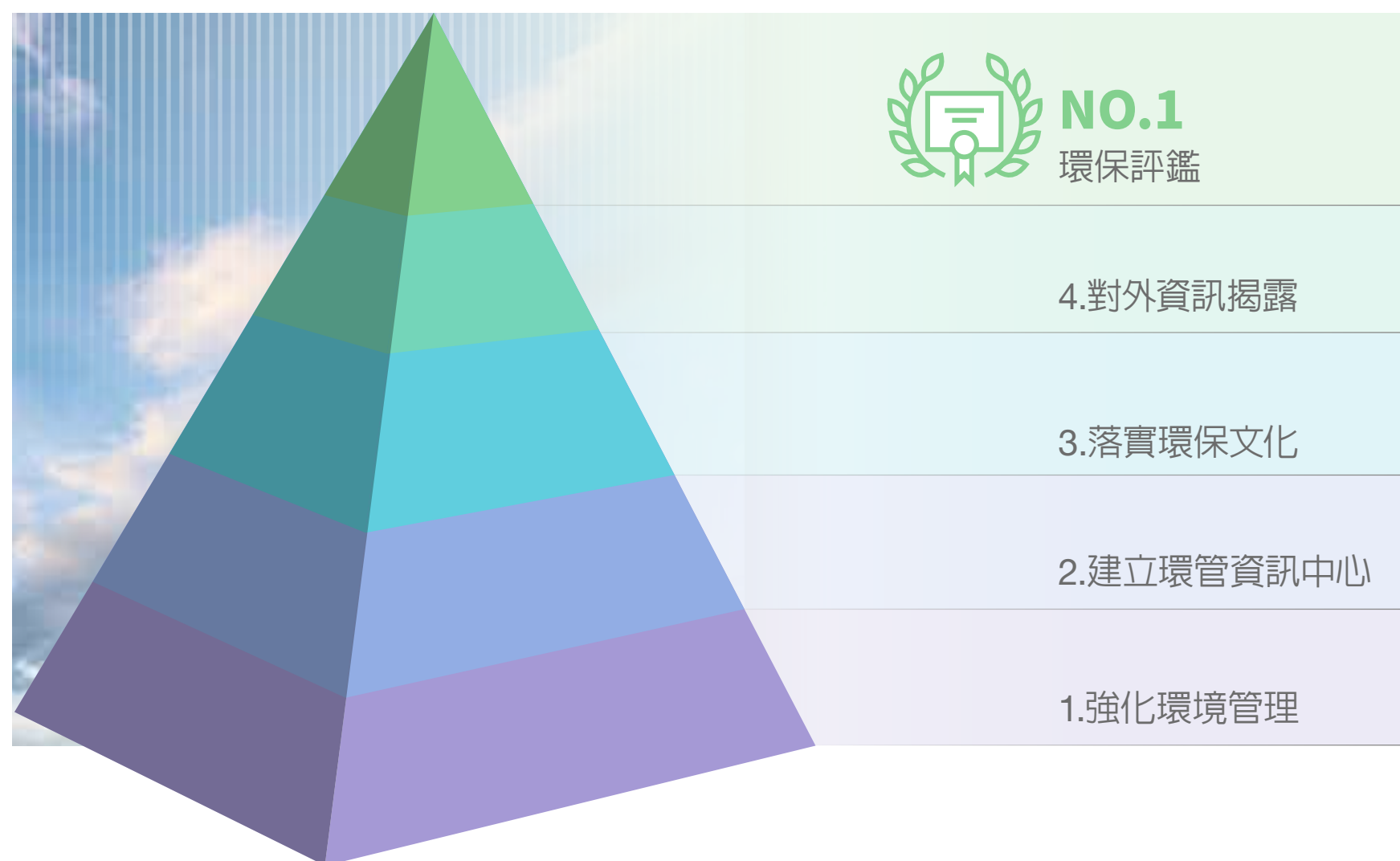
豐田母廠設定2050年環境願景的6大挑戰(參見下圖), 朝向落實環境政策與產業永續發展而努力, 和泰汽車以“碳中和”為終極目標, 推動各項環境管理業務, 逐步完成此6大挑戰。

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。

推動目標	豐田亞太區目標	和泰汽車目標
2050年碳中和挑戰		
新世代新車CO2↓90%	· 2025年CO2↓30%	和泰汽車無此項目
生命周期0碳排	· 2025年CO2↓15% · 2030年CO2↓32%	· 2025年CO2↓18% · 2030年CO2↓33%
工廠0碳排	· 2025年CO2↓20% · 2030年CO2↓35%	和泰汽車無此項目
2050正向循環挑戰		
小量及優化用水	廢水回收概念	設定累進節水1%目標
建立循環型社會	3R概念(電池)	←與亞太區相同
與大自然和諧相處	提升員工環保認知、影響利害關係人	←與亞太區相同

備註: 3R為 Rebuilt(電池再生)、Reuse(電池再利用)、Recycle(電池回收)

2050 Net Zero碳排挑戰	2030 亞太目標(8th 計畫: 026~30)	2025 亞太目標(7th 計畫: 2021~25)
1.新世代新車 CO2↓90%	↓TBC%	CO2↓30%
2.生命週期0碳排循環經濟	↓32%	CO2↓15%(每年↓3%, 2019 基線)
3.工廠0碳排 強化氫/再生能源	↓61%(TBC % RE)	CO2↓35%(31% RE)
2050 Net Zero碳排挑戰		
4.小量及優化用水	水回收概念	
5.循環社會	3R 概念(電池)	
6.與自然和諧相處	員工Eco mindset、影響利害關係人、一次性塑膠減量	



環境管理推動歷程

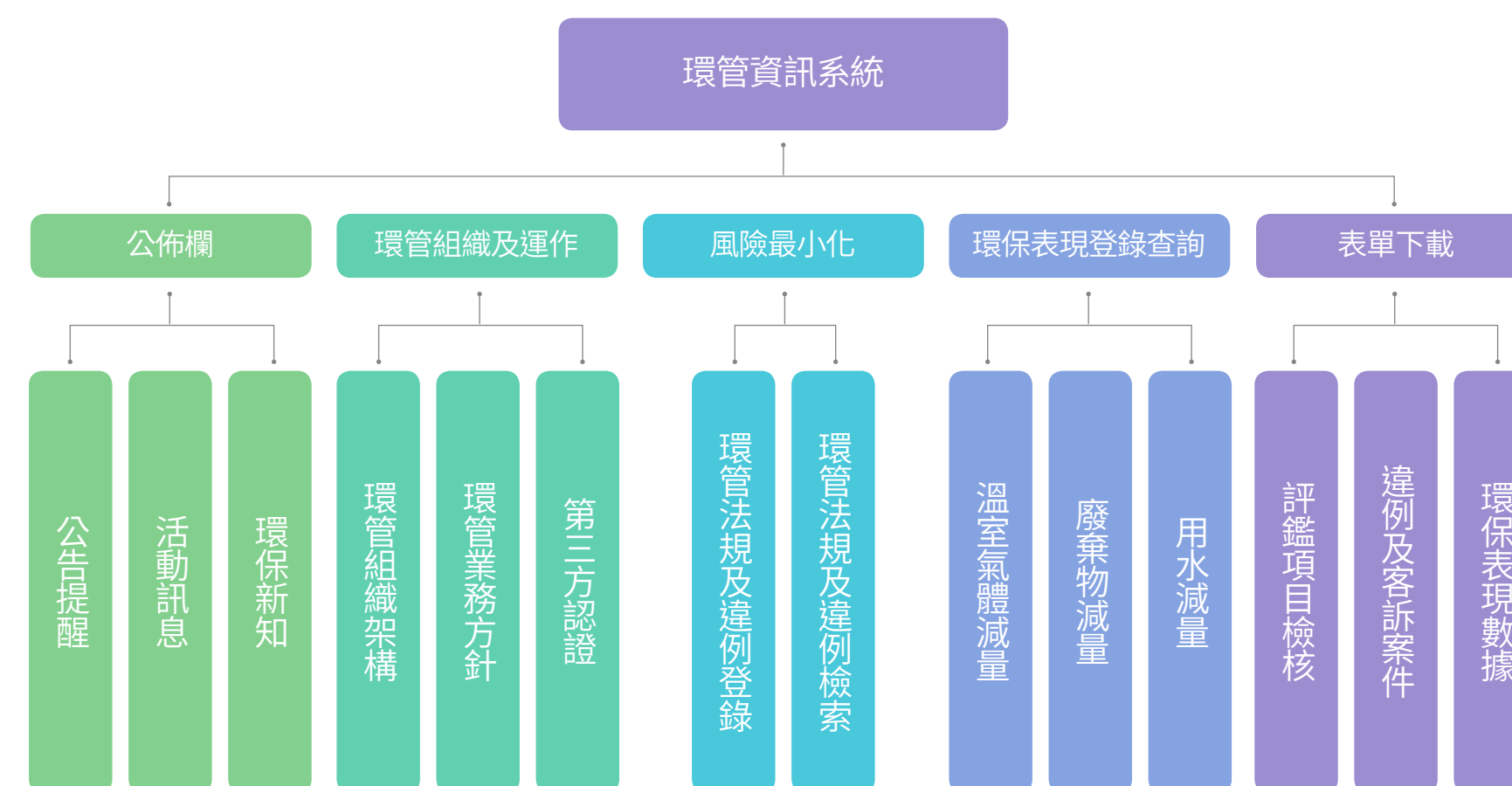


計畫與行動

5.3.4

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。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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

推動目標	豐田亞太區目標	和泰汽車目標	和泰汽車目標
■ 朝零排放目標邁進	溫室氣體(CO2)減量活動	透過太陽能設備，發電572萬度電(減碳2，873噸)、透過節能措施節電7.9萬度(減碳40噸)	透過各式節電措施及導入太陽能設備等方式，持續推動「豐田碳中和」目標
	推廣環保駕駛(Eco-driving)	共舉辦42場	預計舉辦96場
■ 建立低碳社會	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	一車一樹活動，累計植樹55.6萬棵	持續推展植樹活動
	加強與非政府組織(NGOs)合作	與慈心基金會、玩具圖書館、台灣咾咕嶼協會合作	持續與非政府組織合作
■ 推動豐田環境計劃	環管訊息揭露(內外部)	每月發行ECO特攻隊分享報，揭露環管訊息	持續揭露環管訊息
	推動內外部“環境持續發展教育”	舉辦3場全員教育、1場主管級環保教育持續舉	辦環境教育
		無投訴案件	無投訴案件
■ 加強推動環管體系	持續提升環管績效表現	透過減量措施減少96.4噸CO2排放	持續推動節能減碳活動
	持續推動太陽能	透過併網降低2,873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	透過影片方式傳遞環保訊息
	100%通過第三方單位認證(ISO14001)	TOYOTA、Lexus與HINO據點全數通過外稽驗證	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，並邀約各界人士共襄盛舉
	經銷商達成通過Eco Dealership 評鑑	全台TOYOTA據點，全數通過評鑑	100%通過
	舉辦員工教育，定期發佈環保訊息	舉辦集團全員教育，邀請和泰汽車、關係企業及經銷商共同參與	持續舉辦員工教育，提升全體環保認知
	公開揭露環管成效，提高品牌形象	定期於”FB環保特攻隊”發布環境趨勢/新聞/活動等訊息	持續推廣相關環境訊息

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



5.4 環保產品設計

合規與認證

5.4.1

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2021年底，有效之節能標章產品，品牌別為TOYOTA的40款產品，Lexus的17款產品。有效之環保標章產品，品牌別為TOYOTA的32款產品，Lexus的12款產品。2021年Toyota新車販賣台數中，具環保標章台數達94%、具節能標章台數達98%。

和泰汽車以「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85%、2級有9%、3級有2%、4級有4%。



節能標章之有效期限

2年



環保標章之有效期限

3年

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	和泰汽車作法
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	2021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	2021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	比率
TOYOTA	ALPHARD、COROLLA SPORT、CAMRY 2.0、CAMRY HV、PRIUS ALPHA、PRIUS PHV、RAV4 2.0、RAV4 HV、Supra、ALTIS、ALTIS HV、COROLLA CROSS HV、VIOs、YARIS、SIENTA 1.5(5座)、GRANVIA、SIENNA	1	85%
	COROLLA CROSS、SIENTA 1.8 (7座)	2	8%
Lexus	ES200、ES250、ES300h、IS300h、LC500h、LS500h、RX450h、RX450hL、UX200、UX250h、RC F、LM300h、NX200、NX300h 2WD、NX300h 4WD	1	79%
	NX300 2WD、LC500	2	11%

環境衝擊減緩

5.4.2

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，自2011年累計至2021年共減量4,374萬瓶，減少重量達258萬公斤。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。

中央供油塑膠瓶減量（萬瓶）					
2019		2020		2021	
T	L	T	L	T	L
336	59	297	68	276	73

環保水性漆VOC排放減量統計					
2019		2020		2021	
排放減量（噸）	排放減量（噸）	噴漆台數	排放減量（噸）	噴漆台數	排放減量（噸）
56	56	277,475	76	199,959	55

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，2021年估計減少約55噸的VOC。

冷媒回收

和泰汽車全省服務據點皆已配備R134a冷媒回收機，2021年經銷商全年R134a冷媒回收量達24.6公噸，以全球暖化潛(GWP)為1,300計算，相當於減少31,980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。

再生零件

和泰汽車以循環經濟為理念，將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修，並以較優惠之價格鼓勵消費者使用再生零件。目前品項有自動變速箱、冷氣壓縮機、動力轉向方向機、動力轉向機泵浦及HV電池等5種。

	原廠零件	再生零件
定義	通過日本TOYOTA母廠認證之零件	將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修
折扣	無	約為原廠價格之3折~7折
保固	1年／2萬公里	1年／2萬公里（或依品項不同而有差異）
品項	全部	■ 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		■ 自動變速箱（56.3%） ■ 冷氣壓縮機（72.6%） ■ 動力轉向方向機（45.5%） ■ 動力轉向機泵浦（92.3%） ■ HV電池（24.7%）

*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

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。和泰汽車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。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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，並陸續於新莊園區、台中/高雄副倉、及長源斗南/小港/屏東廠

增設太陽能案場，2021年總計產生4,167噸溫室氣體削減效益。

和泰汽車太陽能案場	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
2021年發電量(度)	8,054	3,706,600	787,712	1,098,816	276,880
2021年削減量(噸CO2e)	4.04	1860.71	395.43	551.61	138.99

註1：使用於計算之電力排放係數為0.502公斤二氧化碳當量/度。
註2：截至2021年，案場綠電皆躉售給台電。

和泰汽車帶領經銷商善用自然資源，積極開發再生能源，以達成車輛生命週期零排放。中期目標為2030年CO2減量32%(響應豐田全球政策；以2019年為基準年)，自2020年起每年需下

降3%碳排、2021年則需下降6%碳排。2021年經銷商於全台累計導入處太陽能案場，總計減少1,764噸溫室氣體排放，逐步落實豐田母廠「2050豐田環境六大挑戰」。

	導入太陽能據點	2021年發電量(度)	2021年削減量(噸CO2e)
國都	士林、丹鳳、士林L、中和、楊梅PDS	655,803	329噸
北都	內湖、東湖PDS、大武崙	274,651	138噸
桃苗	本社、南崁、新竹L、桃大、八德	1,609,863	808噸
中部	本社及其他20個據點	3,326,180	1,670噸
南都	民雄、歸仁	1,117,304	561噸
高都	民族L、屏東PDS、岡山、鳳山、建國L	2,200,729	1,105噸
蘭揚	PDS	282,166	142 噸
東部	本社	120,132	63噸

註1：使用於計算之電力排放係數為0.502公斤二氧化碳當量/度。
註2：L為Lexus、PDS為交車中心



桃苗本社



南都民雄廠



和泰楊梅園區



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

回廠保修不洗車活動

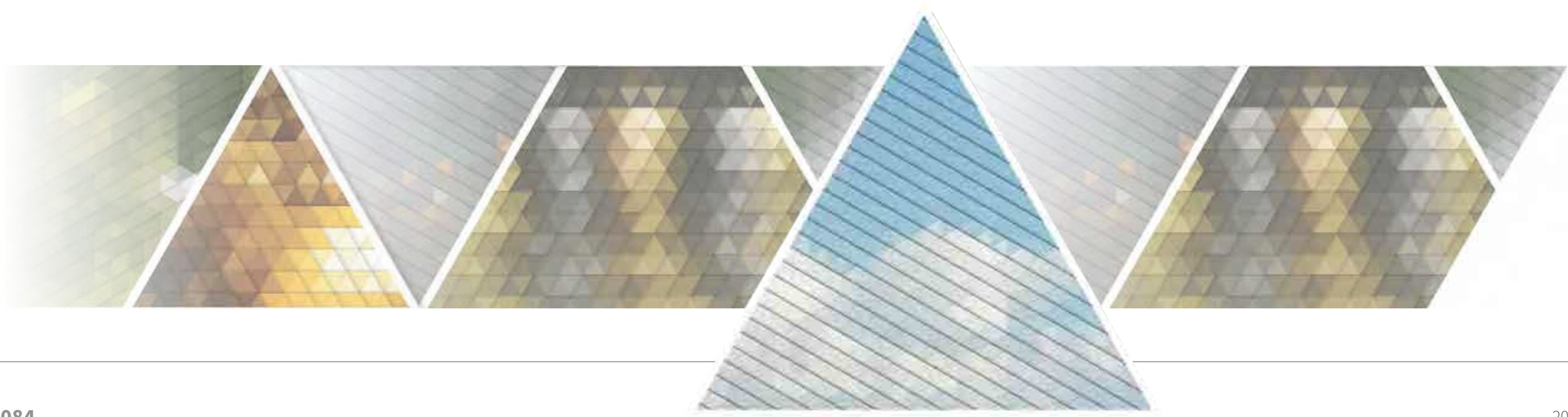
和泰汽車於2018年10月起與經銷商推動不洗車活動，鼓勵車主珍愛水資源，贈與車主環保好禮，回饋選擇不洗車之車主TOYOTA紅利點數，另於2021年7月起因應疫情，將回饋禮品調整為高效防護口罩。活動累計至2021年超過214萬台車響應，節約逾32萬度水。

2018		2019	
響應車次	水減量(度)	響應車次	水減量(度)
36,549	5,482	388,138	58,221

2020		2021	
響應車次	水減量(度)	響應車次	水減量(度)
700,285	105,043	1,019,805	152,971

註1：1度=1,000公升

註2：平均每台車洗車耗水量=0.15度



樂在工作

Employee Care



平均3%

年度穩定調薪

15.5小時

全體平均訓練時數

1,341人次

健康促進活動

195人次

職業安全促進活動

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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。



6.1 培育與職涯發展

提升工作價值與鼓舞精神

6.1.1

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2021年底共13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，在工作上發揮更多的創造力。



醇香社活動

全方位人才發展政策

和泰汽車對於人才的发展與培育亦不遺餘力，為因應和泰集團（和泰汽車及其子公司）發展需求及提升組織競爭力，推動完善且周延之人力資源發展策略。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



工作中的學習發展

- 外語學習補助(英/日語)
- 和泰E-Learning+數位學習平台
- 線上學習資源：大大學院、KONO電子雜誌、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

think Amazing
公司願景

註1：TOYOTA原廠企劃力訓練課程包含：TOYOTA WAY、PDCA、A3、TBP、JKK Kaizen、TPS豐田式生產管理等課程。

另外，為幫助新進同仁融入TOYOTA的集團文化，本公司提供線上及實務見學課程，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加上八週的見學計畫，協助新進同仁增加對公司的熟悉度並能快速融入提升向心力與對公司的認同度。

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、TPS豐田式生產管理課程，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。

2021訓練時數統計(含實體課程與線上課程)

男性平均	女性平均		全體平均
14.2	17.3		15.5
主管職	平均時數-男	平均時數-女	該類平均
高階主管	7.3	—	7.3
中階主管	16.2	12.3	15.7
基層主管	22.8	32.2	25.9
合計	17.4	29.8	20.2
職員	平均時數-男	平均時數-女	該類平均
課長/副課長/技監/副技監	13.4	14.8	13.9
高級專員/組長	13.9	15.1	14.4
專員/班長/辦事員/練習生/司機/守衛/護理師/派遣人員	9.6	17.3	13.9
合計	12.9	15.7	14.2

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 (2021/12/31正職員工人數(含借調)：563人)
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
非主管職：1.(副)課長、(副)技監；2.高級專員(含組長)；3.專員(含以下)

因2019年新冠肺炎疫情影響與數位時代的來臨，行動微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，除定期舉辦線上讀書會外，於2021年導入線上學習平台「和泰E-Learning+」，共上架52堂課程，包含各階職能、讀書分享、職人講座等，讓同仁在疫情嚴峻居家上班期間，仍能不中斷學習，擁有提升能力的平台與環境。在全新的學習平台內，除現有之內部教學影片外，亦導入「大大學院」線上授權影片，課程內容包含職能課程與讀書分享；另外，亦提供KONO電子雜誌與天下創新學院，透過多元的管道充實線上學習資源。



線上學習資源

和泰E-Learning+
(2021年4月1日正式上線)

- 累積課程數：82堂
- 完訓人數：3,596人

直播讀書會

大大學院

KONO電子雜誌

天下創新學院

- 直播讀書會：38場、共302位同仁參與、總觀看時數1,077小時
- 大大學院：43堂、完成觀看數3,472次
- KONO電子雜誌：共276位同仁使用、總閱讀篇數50,490篇
- 天下創新學院：共150個帳號，每季結算閱讀量，單季測驗數未達30篇者將收回帳號。

職能培育計畫

6.1.3

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)的各項訓

練，強化自身能力；並由職能發展中心評鑑，衡量員工之職能發展現況，並針對不足之處，持續改善。

人才發展路徑



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

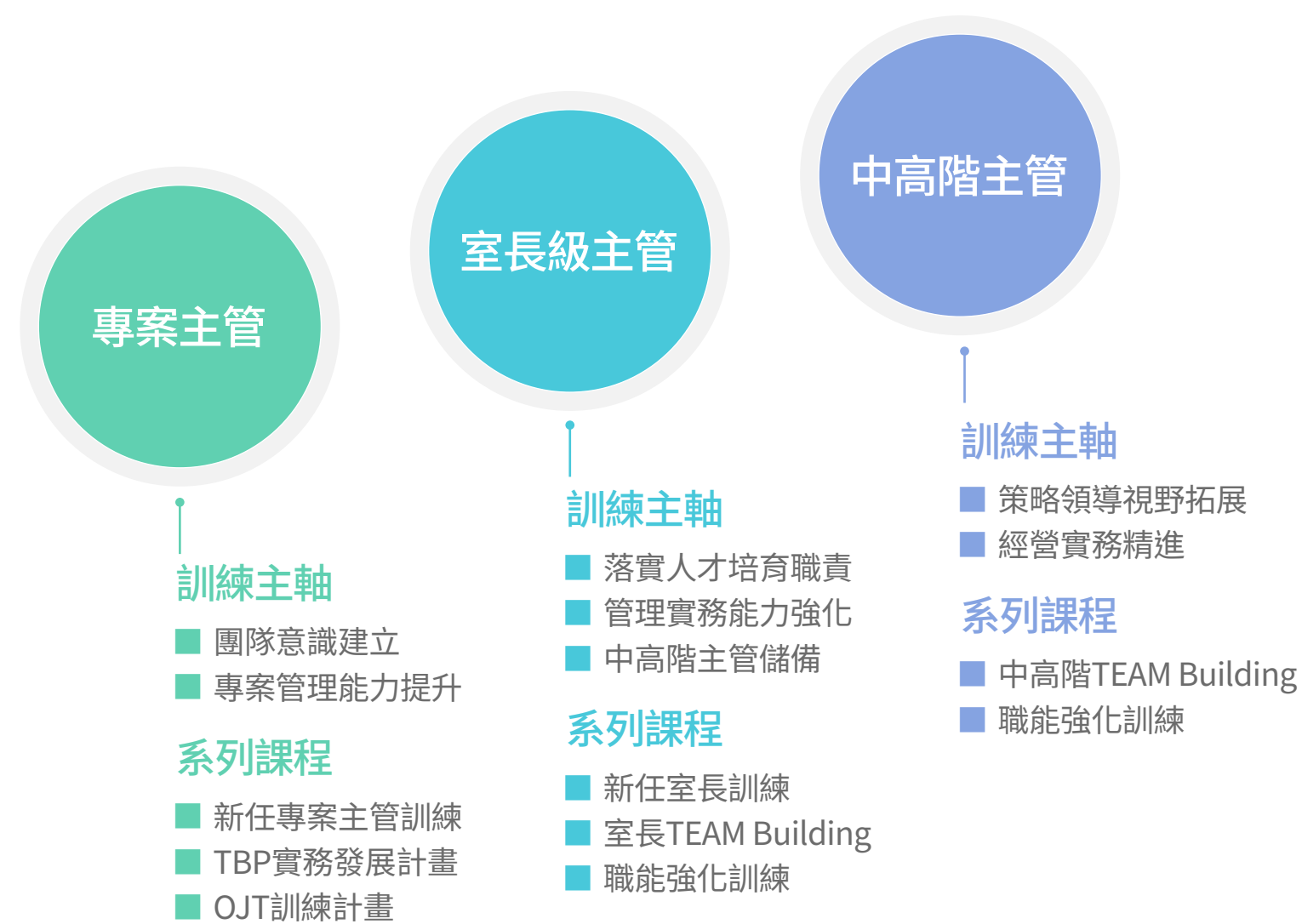
誠信經營

環境

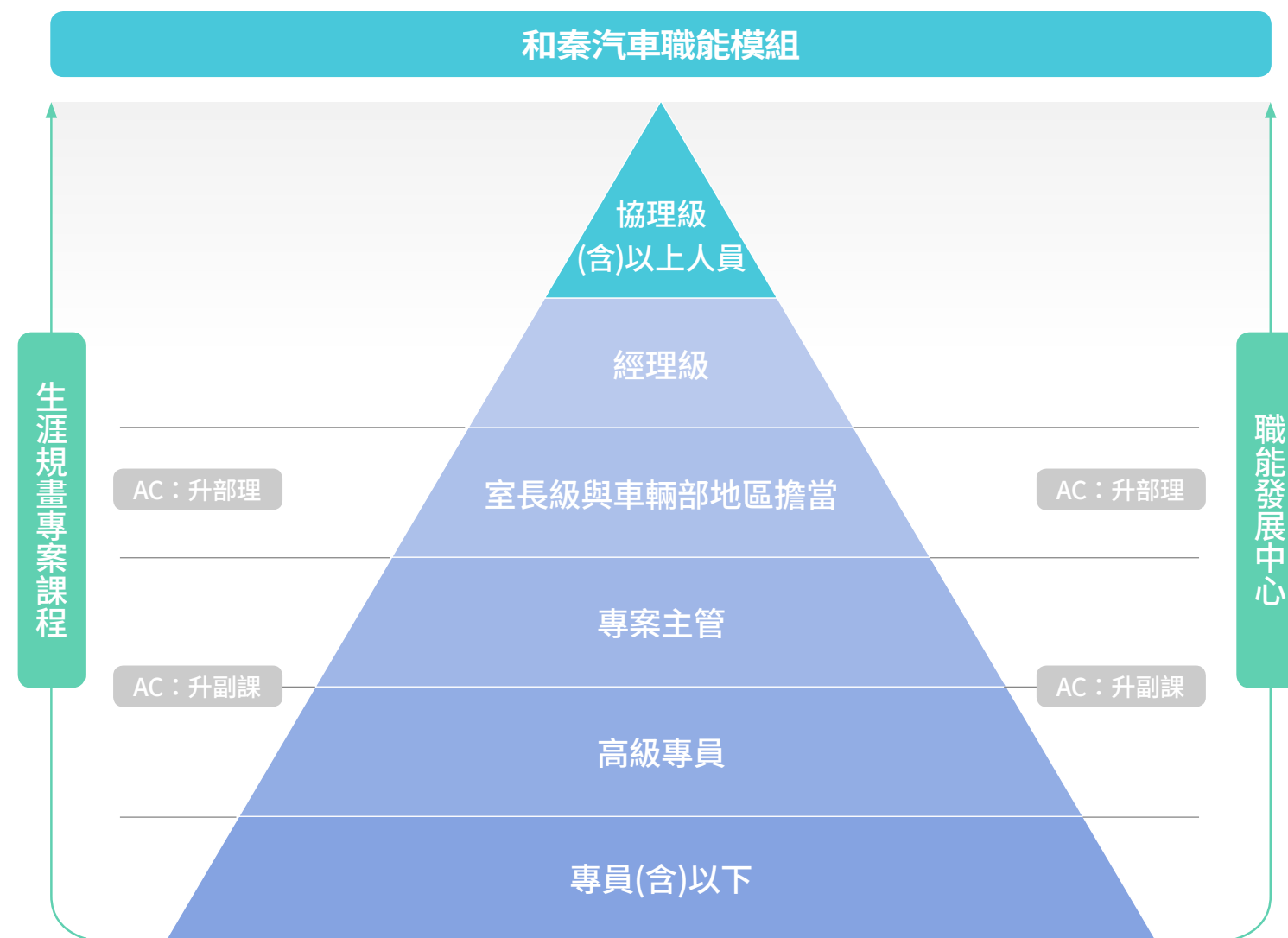
樂在工作

社會共融

附錄



此外，訓練單位亦每年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職能評鑑(AC)。和泰汽車特別針對人才發展設計各階菁英培育計畫，透過職能評鑑中心(AC)，讓員工與主管皆可瞭解晉升所需職能及未來改善方向，持續成長，攜手向前邁進。



績效與職能評核計畫

6.1.4

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。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

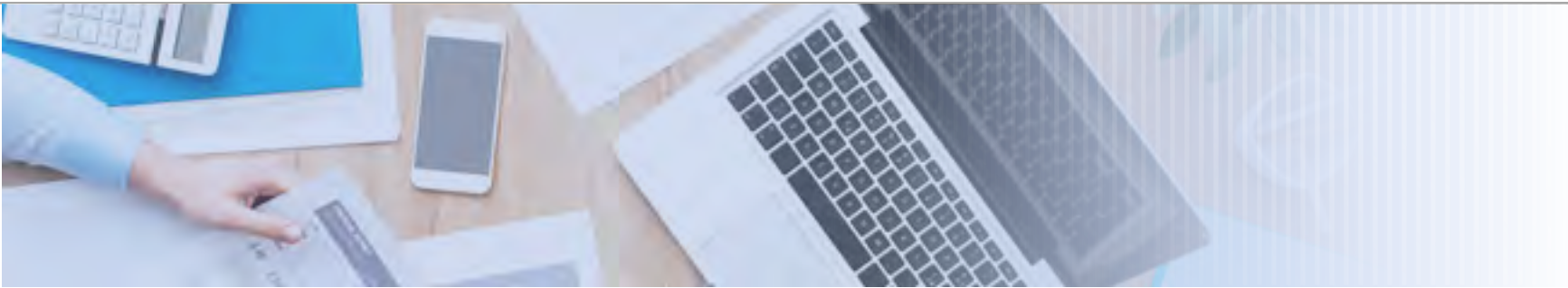
誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



6.2 權益與福祉



聘僱與留才

6.2.1

2021年的員工總數為563人，男性與女性員工之平均比例約為1.6：1，皆為正職人員。年齡組成的分布上，以30-50歲比率最高，占55.77%；依主管/非主管區分，有20.07%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	343	60.9%	220	39.1%	398	89	76
	約聘	0	0	0	0	0	0	0
聘僱性	質全職	343	60.9%	220	39.1%	398	89	76

員工類別分布		男(人數)	占該類比率(%)	女(人數)	占該類比率(%)	30歲以下	30歲-50歲	50歲以上
主管職	高階(協理級以上)	20	100%	0	0%	0	4	16
	中階(經理級)	20	87.0%	3	13.0%	0	10	13
	基層(室長級;副理)	48	68.6%	22	31.4%	0	56	14
非主管職	課長、副課長(含技監、副技監)	65	66.3%	33	33.7%	0	73	25
	高級專員(含組長)	141	57.3%	105	42.7%	46	133	67
	專員(含以下)	49	46.2%	57	53.8%	19	38	49

和泰汽車2021年共聘僱32位新人，佔全體員工的5.7%，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。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

新進員工統計							
		2019		2020		2021	
		新進人數	占全體員工比率 (%)	新進人數	占全體員工比率 (%)	新進人數	占全體員工比率 (%)
新進員工比率(%)		4.2%		5.4%		5.7%	
依性別	男	12	2.2	14	2.5%	14	2.5%
	女	11	2.0	16	2.9%	18	3.2%
依地區	總公司	20	3.6	26	4.7%	31	5.5%
	新莊	2	0.4	4	0.7%	0	0%
	楊梅	1	0.2	0	0	1	0.2%
依年紀	30歲以下	14	2.5	18	3.3%	24	4.3%
	30-50歲	8	1.5	12	2.2%	7	1.2%
	50歲以上	1	0.2	0	0%	1	0.2%

中高階管理階層聘用當地居民統計							
		2019		2020		2021	
		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	85.7	37	86.0%
	女	2	5.0	3	7.1	3	7.0%
依地區	總公司	33	94.3	31	91.2	32	91.4%
	新莊	4	100	7	100	7	100%
	楊梅	1	100	1	100	1	100%

註1：中高階管理階層為經理級以上。
 註2：當地的定義為台灣籍。

和泰汽車近三年的平均離職率為2.23%，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(每年平均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							
		2019		2020		2021	
		離職人數	占全體員工比率 (%)	離職人數	占全體員工比率 (%)	離職人數	占全體員工比率 (%)
依性別	男	17	3.1	36	2.9	9	1.6
	女	4	0.7	6	1.1	8	1.4
依地區	總公司	15	2.7	16	2.9	15	2.7
	新莊	4	0.7	3	0.5	0	0.0
	楊梅	2	0.4	3	0.5	2	0.4
依年紀	30歲以下	4	0.7	6	1.1	2	0.4
	30-50歲	11	2.0	4	0.7	11	2.0
	50歲以上	6	1.1	12	2.2	4	0.7

註：以上統計包含屆齡退休人員。

權益維護

6.2.2

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。

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。在員工行為準則與性騷擾防治措施的完整落實下，和泰近六年並無發生任何歧視與騷擾事件。

2021意見反映管道與處理情況件數

反映管道	勞資會議	意見信箱	和泰園地	性騷擾申訴管道
負責層級/單位	管理部 人才資產運用室	管理部經理	管理部 公共關係室	管理部經理
件數	0	0	0	0
結案比率	—	—	—	—



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。考量疫情影響，原定於2021年進行之滿意度調查延緩於2022年實施。

員工滿意度調查結果

2017	2019
總平均 3.96	總平均 3.88

薪酬與福利制度

6.2.3

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。我們的基層同仁（專員職）薪資不因性別而有所差異，其薪資與當地最低薪資的倍數為1.42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2021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527人及2,425,000元。

年度	2020	2021	變化比率(%)
非擔任主管職務之全時員工人數	529	527	-0.38
薪資平均數(仟元)	2,336	2,425	3.81
薪資中位數(仟元)	1,871	1,936	3.47

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

男女報酬與酬金比率

		報酬比（男/女）		酬金比（男/女）	
		2020	2021	2020	2021
依性別	高階(協理)	-	-	-	-
	中階(經理)	1.07	1.07	1.13	1.01
	基層(室長)	1.04	1.03	1.00	1.05
依地區	課長、副課長(含技監、副技監)	1.12	1.09	1.11	1.07
	高級專員(含組長)	1.06	1.07	1.11	1.10
	專員(含以下)	0.97	1.00	0.95	1.06

註：報酬係指月薪；酬金係指報酬+酬勞(獎金)。

和泰汽車訂有和泰汽車互助辦法，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，照顧同仁生活。公司每年提供員工健康檢查，並舉辦健康促進活動，增進同仁身心健康；另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。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

優於法令的福利制度

團體保險	- 公司全額支付之壽險、防癌險 - 福委會全額支付之團體意外傷害險及傷害醫療險
外語進修補助	公司針對合作教育機構之英／日語課程補助一半學費（不含其他雜費）
旅遊補助	每年發放旅遊券50,000元
生日及三節禮金	- 生日禮金：5,000元百貨禮券 - 三節禮金：5,000元現金/次

員工福利支出金額	2019	140,151,782 元
	2020	139,916,374 元
	2021	141,577,045 元

和泰汽車提供讓同仁安心工作的職場，2021年育嬰留停的復職率100%、留任率為75%，表示同仁們樂意回歸到職場中，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。

2021育嬰留停統計

	男性	女性	合計
當年度符合育嬰留停申請資格人數	19	12	31
當年度實際申請育嬰留停人數	0	3	3
育嬰留停預計於當年度復職人數	0	1	1
當年度育嬰留停復職人數	0	1	1
前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	3	3
前一年休完育嬰留停的復職人數	0	4	4
育嬰留停申請率（%）	0	25.0	9.7

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



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

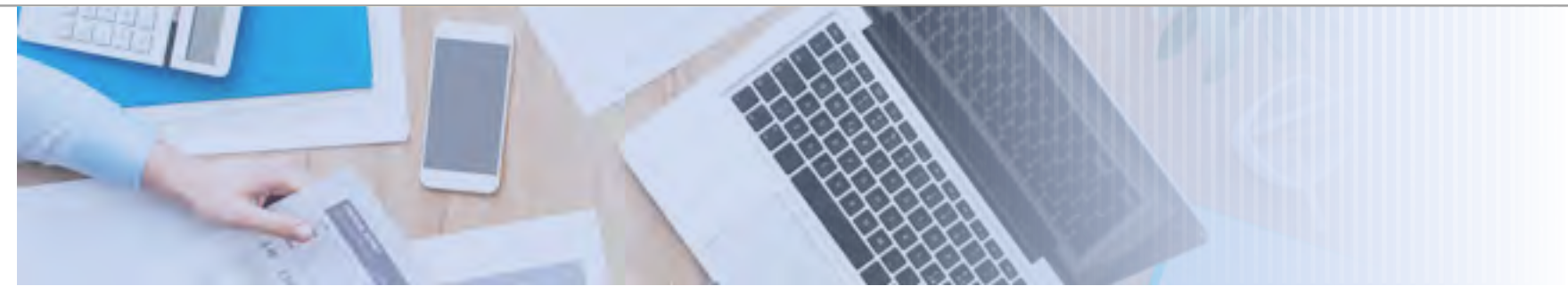
環境

樂在工作

社會共融

附錄

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 職業安全衛生管理

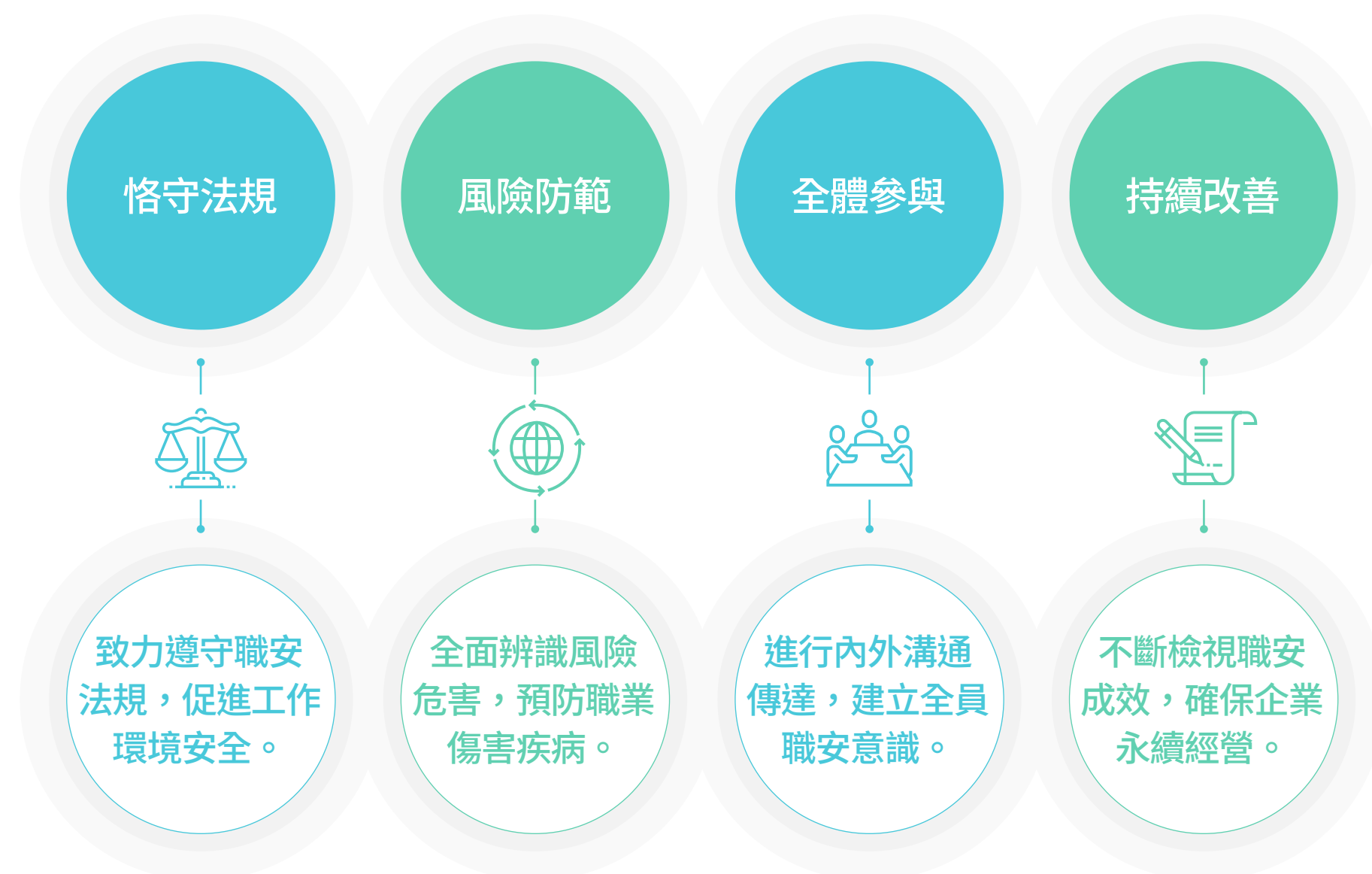
推動安全管理

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年起取得ISO 45001職業安全衛生管理系統驗證，2021年續證通過，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者，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。

6.3.1

和泰汽車職業安全衛生政策承諾



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15位委員，其中勞工代表為5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。

2021年自主檢查改善說明

建議改善措施	改善作為	完成改善日期
1. 堆高機的自動檢查表單仍為內燃型的點檢項目，未修訂為電動型的檢查項目。 2. 於員工教育訓練紀錄表單使用舊A版表單。	1. 已新增訂電動型堆高機相關檢查表。 2. 職安室彙總ISO-45001管理系統之最新文件總表，並mail通知同仁使用表單時至公共儲存槽取用。	已於2021/12/31完成。

建構職場保護

和泰汽車關懷同仁及工作者健康，提供優於法規的健檢組套，每年提供員工的健檢預算依級別分別為2,200元、11,000元、15,000元的額度可供使用，涵蓋對象為全體員工包含派遣公司，且與10家健檢機構簽約提供多項組套，同仁可以依自身需求多元選擇，2020年全公司健檢率為87%，2021年更提升為89%。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「勝券在walk」之日均8,000步達標抽大獎，將數據傳輸到個人手機的帳號APP，達到促進健康的目的，同時配合臨場服務的職場健康諮詢，提供個人化健康服務。

和泰汽車2021年健康促進活動

活動	說明	場次數	參與人次
臨場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	226
勝券在Walk 心情明信片	下載Health健康家APP軟體計步器，傳輸數據至個人手機，設計日均8000步達標抽大獎激勵同仁參與，使同仁能達到日常健走的良好習慣。	4	1050
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。	3	因應疫情採線上講座
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。2021依醫師面談及訪談調查後無殘留風險人員。	3	26
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心血管預防健康講座，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	15
全年合計參與人次			1,317

*此處四大計畫包含母性保護、人因危害預防及異常工作負荷三大內容；職場不法侵害內容於6.2.2說明

6.3.2

除了健康檢查外，亦透過四大計畫執行結果，發現需關懷或協助的員工，安排護理師訪談或醫師諮詢給予健康指導;針對母性健康保護計畫另有孕期補給品補助專案，每位孕媽咪都有2000元的額度可供申請。除了健康活動外，2021年辦理安全衛生健康講座共10場，以提升同仁及工作者安全及健康的觀念。



和泰汽車2021安全促進活動

活動	說明	場次數	參與人次
現場作業環境巡視	職安管理員及勞工健康服務醫師至作業環境現場進行環境及安全巡查。	6	24
室內空氣品質監測	於上下年度由職安室之職安管理員、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及呼吸防護計畫。	4	18
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、承工法則、管理審查、法規鑑別、危害鑑別、風險評估講座等)	6	125
全年合計參與人次			191

風險管理預防

6.3.3

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。

和泰汽車為貫徹及實踐職業安全衛生政策的「風險防範」，提供安全、健康、舒適的工作環境，並給予工作者感動照護，每年採取定

期實施工作場所暴露預防相關環境監測行動方案，分別從環境安全及個人安全來持續降低潛在危害，為降低工作人員危害暴露，除盤點所使用之危害物(合計共128種)，針對具化學性因子危害的有機溶劑與粉塵實施定期監測，各項監測數據均遠低於容許標準；同時自主監測工作場所空氣品質，提供一個更健康與安全的工作環境。

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。
- 藉由庫位改善降低人因性危害。

因應新型冠狀病毒(COVID-19)疫情，制定疫情通報及應變準則，避免疫情於企業內部擴散，且視疫情狀況滾動式調整辦公型態(如：居家辦公、分組、分流)，同步關懷同仁健康狀

態，以確保公司持續營運。此外，配合政府防疫措施，遵照實施勞動防疫相關法令及準則，確保防疫相關勞動權益。

和泰重點防疫措施

人員自主健康管理

- 勤洗手並可使用酒精消毒
- 進入密閉空間應配戴口罩
- 用餐時間減少交談

辦公區域防疫管理

- 進入辦公區域需量測體溫
- 密閉之辦公區域定時通風與消毒
- 訪客須配戴口罩，避免聚眾活動
- 會議與活動適度評估以數位或遠距方式進行

人員差勤

- 依疫情狀況進行居家辦公或分組、分流辦公。
- 外派返台同仁配合居家檢疫及自主健康管理
- 可申請防疫照顧假、疫苗接種假

分區防疫管理措施

全員

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

新莊園區

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

楊梅園區

- 分區辦公
- 分區倉庫作業
- 避免人員間交互感染，出入口管制、量測體溫
- 週日夜間全員快篩回報
- 用餐由專人打便當供應
- 提升各據點與總合庫存
- 取消倉庫自取及計程車取貨服務，減少接觸
- 經銷商教育或相關活動延期，或改以視訊對應

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，小組成員均有接受ISO45001之內稽人員訓練。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。檢視2021年風險評估結果，並未發現不可接受風險(對應分數三分以上)；針對低風險的改善方

案，如「嚴重傳染疾病」與「飲水機、蒸飯箱於潮濕狀態有漏電致感電之虞」之狀況，亦已進行相關行動措施，持續降低發生機率。

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。

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，每年針對楊梅與新莊園區進行。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；定期進行職業安全衛生業務主管及急救人員教育訓練，至外部機構訓練以強化相關人員知能及了解最新法規規定；各區視自身特性進行各式演練，例如消防演練(含狀況通報、避難引導、滅火、急救)及化學品洩漏災害應變演練等，並進行使用滅火器、急救包紮之實作，使同仁面臨緊急狀況時可快速做正確應變措施。2021年於楊梅進行「消



防暨化學品洩露演練」，參與同仁約120位，訓練時數0.5小時；新莊園區進行「汽車自衛消防演練」，參與同仁約23位，訓練時數4小時。

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。



員工職災統計						
項目	依性別	2017	2018	2019	2020	2021
可記錄職業傷害件數	男/女	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
可記錄職業傷害比率	男/女	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
工傷率	全體	0	0	0	0	0
職業病率	全體	0	0	0	0	0
死亡人數	全體	0	0	0	0	0
承攬商工傷率	全體	0	0	0	0	0

工傷率 (IR) = 職業傷害 (件) X 200,000 / 總經歷工時
損失日數率 (LDR) = 總損失工作日 (天) X 200,000 / 總經歷工時

社會共融

Community Service



12台

累計捐贈大型捐血車

52名

服務人才校園
儲備計畫參與人數

80萬

石虎野放訓練經費

共享移動

提供弱勢兒少移動需求

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

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。



2021年我們除持續投入既有之公益活動外，亦持續著力於三大主軸，在「人」的部分，推出「服務人才校園儲備計畫」，媒合全台服務廠、保修站，提供即將畢業的高中職、大專校院學生一學期的職場體驗機會與實習，培養學子專業技能與投入職場的機會；在「車」的部分，運用和泰本業的共享移動服務，2021年已規劃於2022年以yoxi、iRent提供弱勢兒少移動需求；在「環境」的部分，發起「台灣原生動物守護計畫」，捐贈TOYOTA RAV4 4WD協助本土原生動物救援外，同時贊助協助石虎野放訓練經費，我們持續激發開展更多的公益活動，創造更大的社會價值與影響力。



和泰社會公益三大範疇		對應之SDGs
人	以「人」為出發點，長期投入社會關懷，同時積極拓展青年培力面向，為社會培育青年潛力人才。	SDG 4 SDG 8
車	投入結合本業產品與服務的公益活動，以及致力於交通安全宣導推廣活動，深受業界及社會肯定與認同。	SDG 3 SDG 11
環境	致力於導入環保車輛，並以實際行動舉辦多項環保活動，喚起群眾意識，為環境永續盡最大心力。	SDG 13 SDG 14

	短期目標 2022	中期目標 2023	長期目標
人	志工時數平均8小時/人 公益夢想家線上活動參與4,000人次	志工時數平均8小時/人以上 打造青年培力公益種子智庫 長期贊助弱勢原住民兒少團體	透過公益作為， 深耕友善企業形象
車	導護裝備捐贈12萬套 捐贈大型捐血車1台 移動公益幸福行動服務300人次	擴大捐贈導護裝備及車款範疇	
環境	環境月活動參加人數調整為2,700人 (視疫情機動調整)	環境月活動參加人數3,100人， 並持續加深與鄰里的互動跟合作	
	淨灘活動參加人數1萬人	持續將朝持續擴大人數進行	

和泰汽車鼓勵員工投身從事公益行動，落實企業永續經營理念，自2017年起提供一日給薪志工假，2019年起推廣1日志工假至全集團(總計20家企業)，每年舉辦多場志工活動，鼓勵集團員工以實際行動回饋社會，為台灣貢獻一份心力，2021年全集團志工服務時數達到32,494小時。

此外為推廣公益活動，於2017起相繼成立《和泰集團 ESG · 與美好台灣同行》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。2021年以「與美好台灣同行」的理念持續傳遞和泰集團公益理念，其中以「原生動物守護計畫」的石虎相關貼文最受到歡迎。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

7.1 三大公益範疇



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。

公益夢想家

7.1.1

和泰集團長期投入企業社會責任，回饋社會，同時關注青年培力議題，自2019年舉辦第一屆和泰公益夢想家活動，以企業攜手青年模式一起做公益，與青年共同實踐公益夢想藍圖，為台灣持續創造正向的改變。

2021年6月，在台灣疫情最為嚴峻的時刻，和泰集團觀察到因工商活動被迫中止，產生了一群在疫情中更需要協助的對象，因此，和泰並沒有因為疫情的限制停止公益行動，而是轉為號召第一屆及第二屆的和泰公益夢想家們，在疫情下展開「第三屆和泰公益夢想家」計畫，持續關懷社會上需要幫助的對象；並持續邀請教育部青年發展署擔任活動指導單位，與非營

利組織(NGO)國際城市浪人育成協會合作，結合產官學三方的資源，輔導學生完成疫情時代下的公益夢想及實作行動。

輔導顧問點評回饋 灌溉公益夢想種子

為了輔導學生學習規劃在疫情時代下的公益行動，邀請五位教育社創領域的專家擔任輔導顧問(教育部青年發展署副署長 王育群、臺灣大學社會工作學系教授 馮燕、天下雜誌調查中心總監 熊毅晰、Impact Hub Taipei 營運長 張

士庭、和泰汽車CSR委員會委員 黃文瑞)。第三屆和泰公益夢想家五組隊伍，在展開公益行動前，透過兩次的線上點評回饋，向五位輔導顧問簡報說明在疫情下幫助的對象、議題以及行動解方，輔導顧問也為隊伍進行提案的點評與回饋，提供隊伍實作行動的具體建議與方向。

1對1 NGO業師配對輔導 公益夢想種子具體化

為了協助隊伍在提案企劃及公益執行上更有效益和影響力，和泰也依據各隊伍關懷主題及

對象，協助配對該領域的輔導業師，讓業師給予公益實作行動的建議，以及如何在疫情下協助關懷對象，幫助隊伍實踐更聚焦、更具公益效益的行動。2021年共協助五組隊伍完成疫情下的公益行動，帶給社會正向轉動的力量與發揮更大的影響力。

隊伍	暗房裡的人	直覺職掘	綠色珍珠音調	Foodeast	文輔華語文教學志工隊
主題/影響力	對融入社會、求職創業本就不易的更生人而言，在疫情的衝擊下困境加劇，透過工作坊鼓勵更生人保持正向、熱情。	後疫情生活，緩解青少年的家長與孩子互動的焦慮感，引導家長放手、尊重及信賴孩子的每個選擇。	在疫情下，綠色店家生意受到影響，希望透過推廣綠色行動，來鼓勵消費者改變消費模式及日常習慣，號召大家實踐綠色行動。	透過越食煮憶美食互動遊戲盒，打破疫情限制、達成新住民家庭文化理解、亦幫助孩子用創新方式學習異國文化。	舉辦線上文化交流課程及講座，並規畫數位教材幫助移工朋友融入台灣社會，持續在疫情下提供志工服務。
關懷對象	更生人	青少年家庭	綠色商家	新住民	移工
業師	林立青 <做工的人>作家	嚴天浩 LIS情境科學教材創辦人	黃之揚 RE-THINK執行長	洪璿岳 讓狂人飛 執行長	陳凱翔 One-Forty共同創辦人
投入金額 (新台幣元)	15萬	20萬	20萬	20萬	7萬

喜憨兒關愛活動

7.1.2

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2021年累計採購金額逾4,500萬元。

TOYOTA全球夢想車創意繪畫大賽

7.1.3

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2021年已經邁入第15屆、累積超過63.9萬件的作品，是國內唯一與國際接軌的兒童繪畫比賽。

第15屆的TOYOTA全球夢想車創意繪畫大賽攜手同樣關注兒童藝術的雄獅文具、及大小朋友都喜愛的奶油獅共同推廣活動。在學童踴躍參與藝術活動的熱情下，2021年創下徵件數10.6萬件新高的佳績，夢想車無疑是全台規模第一的兒童國際繪畫賽事！

作品「大海裡的彩色魚車」
作者：台北市永安國小 苗恩嘉



類組	TOYOTA全球夢想車創意繪畫大賽作品數				
	11屆	12屆	13屆	14屆	15屆
A (8歲以下)	16,656	27,235	37,522	33,353	26,660
B (8至11歲)	24,294	33,757	36,408	49,231	68,803
C (12至15歲)	2,623	1,143	4,833	2,613	10,653
總計	43,573	62,135	78,763	85,197	106,116

捐贈豐田汽車高科技教材

7.1.4

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。

協同經銷商進行T-TEP學生參訪活動，活動參訪包含公司簡

介、現場作業觀摩、QA互動&活動合影，提升青年培力。2021年共有32所T-TEP (TOYOTA - Technical Education Program)，學校參訪經銷商服務廠49場次(課程滿意度：94%、參訪人數：1,841人及T-TEP FB觸及人數：49,529)。

至今已與32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5,536萬元，為汽車產業培育更多人才。

- 捐贈豐田汽車高科技教材
- 板噴冬令營活動



板噴冬令營活動

7.1.5

深度體驗板噴職場特色，讓T-TEP學校在校學生大膽嘗試、挖掘自身無窮潛力，以提升技職車輛科系在校學生對板噴實務的瞭解與認知。國內有板噴教育訓練課程的學校非常稀少，且面臨經銷商一線板噴人才招聘困難、技術力斷層等問題，和泰以「板噴職場體驗營」為理念，規劃設計親自動手做及成就感十足的「板噴冬令營」的收費活動。2021年共舉辦6梯次(2天/梯)、71名T-TEP學生參加(活動滿意度：98.5%、共分享45篇活動花絮-T-TEP FB & 樂在TOYOTA家族；FB觸及人數：23,000)。

服務人才校園儲備計畫

7.1.6

隨著服務升級，人才需求也與日俱增。為提前儲備人才，和泰汽車攜手八大經銷商，首次推出「服務人才校園儲備計畫」，媒合全台服



務廠、保修站，提供即將畢業的高中職、大專校院學生一學期的職場體驗機會，同時特別針對外地求學的學生，可依照意願選擇離家近的經銷商參加實習(截至2022年2月已有52名學生參加實習)，畢業前完成實習通過檢定，即可取得日本TOYOTA母廠認證的售後服務人員資格證

書，未來學生也可利用這張證書至全台TOYOTA服務廠、保修站應徵。透過有系統的實習、檢定，讓學生在完成學業的同時累積經驗及專業技能，並建立正向的工作態度，及早展開未來職涯規劃，為投入職場提早準備相關能力無縫接軌。

T-TEP學校教育器材捐贈			
	2019	2020	2021
捐贈器材名稱	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工具車及示波器等器材	及HV變速箱剖體1個等器材
捐贈器材金額(新台幣元)	23,472,276	887,354	3,532,000

產學技術新知交流&分享

7.1.7

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32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，和泰總代理及經銷商也提供場地、設備及59位資深專業技術人員，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。

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

2021年研修課程
和泰汽車



2021年研修課程
豐田各經銷商



T-TEP FB社團



藝文培育與活動

7.1.8

為支持台灣藝術與文化相關事務，Lexus 長年舉辦相關活動，包括已舉辦將近10年的 Lexus DESIGN AWARD、LEXUS MY FILM短影片競賽等；同時，更連續三年與台北市政府、VOGUE攜手贊助年度時尚盛會《2021臺北時裝週x VOGUE Fashion's Night Out時尚自由市》，2021年更為呼應品牌職人工匠精神，贊助《Monster Party》，以推廣各領域優秀創作者，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。透過多元且長期舉辦及贊助藝文活動，展現品牌對於藝文培育的無限支持。

此外，TOYOTA 支持台灣體壇發展，與T1新北中信特攻籃球隊合作，攜手推廣籃球運動；並用行動支持年輕音樂盛事，與指標性音樂節目-《聲林之王3》合作，鼓勵年輕世代勇敢追夢。同時並支持傳說對決2021 GCS春季/夏季聯賽，鼓勵更多年輕世代找到屬於自己的舞台。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

7.2 三大公益範疇

車

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、捐血相關等公益行動，包含捐贈導護志工裝備、交通安全繪畫比賽以及捐血車捐贈等，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。



導護志工裝備捐贈					
年度	2017	2018	2019	2020	2021
導護裝備 (套)	11,000	10,000	12,000	12,000	10,000

捐贈導護志工裝備

7.2.1

和泰汽車長期致力於交通安全公益活動，持續提升導護志工值勤時的安全，自2011年開始每年輪流捐贈全台縣市國小導護裝備，包含反光背心與指揮旗，11年來共捐贈近11萬套導護裝備。和泰汽車於2021年開始了第三輪捐贈，守護更多導護志工與學生的交通安全。

交通安全繪畫比賽

7.2.2

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21年以來，累計參賽人數超過84萬人，捐贈金額超過百萬以上，持續推廣交通安全與社會公益。

11萬套

2020 年已完成全台兩輪導護裝備捐贈，2021 年開始第三輪捐贈

12台

至 2021 年累計捐贈 12 台 HINO 大型捐血車，台灣捐贈捐血車數量最多的企業

84萬人

全國兒童交通安全繪畫比賽舉辦 21 年，至 2021 年累計參賽人數超過 84 萬人

車安體驗營

7.2.3

延續2020年車輛安全體驗活動，擴大參加對象，包含T-TEP學校教師、經銷商及服務廠基層管理員有機會體驗TSS(Toyota Safety Sense)配備，除原有輪胎煞停表現、煞車油含水/沸點性能測試、PCS偵測行人及車輛、LTA及全速域ACC實際路試等體驗項目之外，另新增了避震器功能教學課程，內容豐富，體驗主學員人數達222人，且課後回饋滿意度達99.7分，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及正確的車輛保修觀念。



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12台大型捐血車，服務超過75萬名捐血人，募集超過150萬袋熱血(每袋250c.c.)，目前和泰號捐血車佔全台捐血車數量約17%，和泰汽車為台灣

捐贈捐血車數量最多的企業。

和泰集團一日捐血串聯活動

2021自疫情開始後，因民眾減少出門，各地捐血中心血液安全庫存量迅速下滑，陷入缺血的緊急狀態；為了舒緩血荒，和泰汽車除捐贈捐血車外，同時也舉辦「和泰集團一日捐血串聯活動」，動員全台12台和泰號捐血車，於各

縣市TOYOTA營業所設立捐血站，攜手和泰集團同仁、經銷商、車主及大眾踴躍挽袖獻出熱血，用實際行動支援全台醫療用血。累計至2021年11月30日止，所有和泰號捐血車已募集了224,975袋的血液，佔本年度全國捐血量的9%。



7.2.4

移動公益幸福行動

7.2.5

在台灣各角落仍有許多弱勢兒少為「行」所困，例如偏鄉交通移動、就醫就學接送、小爸媽物資關懷配送、社工臨時緊急勤務救助兒少等交通需求未被滿足，和泰集團運用本業共享移動服務(如yoxi、iRent)發展移動公益幸福行動，協助弱勢兒少移動需求。於2021年與新北市政府社會局、新北家扶中心合作，2022年正式啟動接送服務，上半年預計投入70萬補助yoxi車資，及贊助新北家扶中心弱勢家庭短程出遊，結合yoxi與和泰志工關懷陪伴，預估可協助十幾家兒少社福團體、yoxi接送趟次約2,000趟次，預估服務4,000人次，和泰集團移動公益幸福行動未來將拓展至其他縣市，幫助更多弱勢兒少族群，成為台灣最暖心的移動服務企業。



經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

7.3 三大公益範疇

環境

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。

環境月活動

7.3.1

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年為期深耕在地，環境月活動累計至2021年已舉辦101場次，累積超過3.6萬人共襄盛舉。2021年因疫情因素，改以小範圍內進行環境維護、綠化植樹等活動，並與「台灣咾咕嶼協會合作」舉辦35場國小環保教育。

273噸

收集二手玩具並利用再生，累計至 2021 年底已超過 273 噸

54萬棵

海岸植樹至 2021 年底，已超過 54 萬棵樹

8場

環境月活動

年度	2009~2012	2013~2017	2018~2020	2021
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



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公斤計算

玩具愛分享

7.3.2

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2021年底已有超過273噸之多，相當於70,318棵樹一年的減碳量；活動舉辦至今，從玩具回收、玩具復活節、小小技師體驗、傳愛背包，到玩具巡迴車的服務活動，總計有超過18萬名的民眾共同參與，和泰並將2018~2021年活動報名費92萬元全數捐贈伊甸基金會，持續注入社會關懷的能量。



一車一樹

7.3.3

和泰汽車堅持守護臺灣的海岸線，持續種樹，實現守護美麗家園的承諾，透過專業單位的協助，使海岸樹木的存活率高達九成，從2017年活動啟動開始至2021年底，已經種植超過54萬棵樹，減碳量約1.3萬公噸，種植面積超過180公頃，種下的樹木遍及台灣沿海13個縣市。2021年更首次前進金門，捐贈1.4萬個水寶盆，幫助樹苗蓄水保濕長達一個月，有效提升苗木存活率自一成至七成，協助金門林務所海

岸造林。

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，2021年推出創新「ASMR影片」，運用聽覺感官刺激，讓大眾體會海岸造林的歷程與重要性；也透過拍攝「50萬棵樹成果影片」，呈現四年多來一車一樹海岸造林的困難與成果，喚醒更多民眾對海岸線退縮的重視。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，

以趣味貼文宣導沿海樹種知識。2021年更首次舉辦「一車一樹校園創意競賽」，邀請年輕學子發揮創意，共有1,011組同學踴躍參賽，以創意提案與影片共同推廣TOYOTA一車一樹活動理念。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，一起成為守護台灣海岸線的重要推手。



2021年一車一樹ASMR影片帶你去海岸種樹



一車一樹50萬棵達成



2021年一車一樹校園創意競賽



2021年一車一樹於金門沿海植樹造林

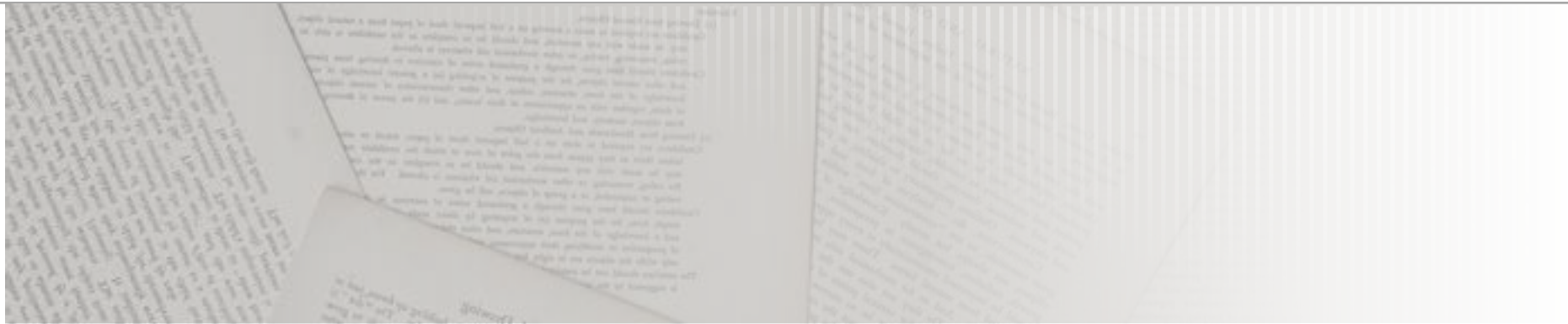


於和泰集團 ESG · 與美好台灣同行粉專上宣導石虎保育教育及紀錄石虎野放訓練成長日記

原生動物守護計畫

7.3.4

和泰集團和泰汽車深耕台灣70餘年，長期致力於環境永續公益活動，為了守護台灣美麗珍稀的本土物種，2021年更發起「台灣原生動物守護計畫」，與台灣唯一專職於本土稀有動植物研究、保育及推廣之政府單位「行政院農委會特有生物研究保育中心」合作，除了捐贈一輛TOYOTA RAV4 4WD協助本土原生動物救援外，同時贊助石虎野放訓練經費80萬，參與救助台灣稀有保育動物，2022年將以〈虎力平安元年〉開啟台灣原生動物守護計畫，“呼哩平安”讓石虎平平安安，象徵守護台灣美麗珍稀的本土石虎的決心。



關於本報告

和泰汽車於2022年6月公開發行第十本報告書，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2021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2021年1月1日至2021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。

編撰原則

本報告書以GRI Standards的核心選項為編撰基礎，並以TYPE 1-中度保證等級為基準；在確保符合揭露精神且達到綱領要求之內容及品質的原則下，透過內部工作小組與外部輔導團隊協助，蒐集和泰汽車永續性議題與建立重大性議題鑑別流程。針對重大性分析的結果，篩選出屬於和泰2021年之重大議題與對應於準則之主題，於本報告書內容中揭露公司的管理作法、目標與執行成果。

內部審查

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

外部審查

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

發行資訊

和泰汽車每年公開發行永續報告書(原名為企業社會責任報告書，因應台灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」之修訂，更名為永續報告書)，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 蕭詠安
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#1847
信箱：ANNHSIAO@hotaimotor.com.tw

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄

GRI指標對照表

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	002
		102-2*	活動、品牌、產品與服務		關於和泰	002
		102-3*	總部位置		關於和泰	002
		102-4*	營運據點		關於和泰	002
		102-5*	所有權與法律形式		關於和泰	002
		102-6*	提供服務的市場		關於和泰	002
		102-7*	組織規模		關於和泰	002
		102-8*	員工與其他工作者的資訊	6.2	權益與福祉	090
		102-9*	供應鏈		關於和泰	002
				3.2	和泰汽車供應商管理體系	049
		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	058
		102-12*	外部倡議	1.1	企業永續政策	010
		102-13*	公協會的會員資格	1.5	外部組織參與	023
		102-14*	決策者的聲明		經營者的話	001
		102-15	關鍵衝擊、風險及機會	4.4	風險管理	058
		102-16*	價值、原則、標準及行為規範	4.2	法規依循	055
		102-17	倫理相關之建議與關切事項的機制	4.2	法規依循	055
		102-18*	治理結構	4.1	董事會架構與運作	053
		102-19	授予權責	1.2	永續發展委員會	011
		102-20	高階管理階層對經濟、環境和社會主題之責任	1.2	永續發展委員會	011
		102-21	與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	1.2	永續發展委員會	011
		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	053
		102-23	最高治理單位的主席	4.1	董事會架構與運作	053
		102-24	最高治理單位的提名與遴選	4.1	董事會架構與運作	053
		102-25	利益衝突	4.2	法規依循 2021 年報 P.77	055
		102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	1.2	永續發展委員會	011
		102-27	最高治理單位的群體智識	4.1	董事會架構與運作 2021 年報 P.50	053
		102-28	最高治理單位的績效評估	4.1	董事會架構與運作	053
		102-29	鑑別與管理經濟、環境和社會衝擊	1.2	永續發展委員會	011
		102-30	風險管理流程的有效性	1.2	永續發展委員會	011
		102-31	經濟、環境和社會主題的檢視	1.2	永續發展委員會	011
		102-32	最高治理單位於永續性報導的角色	1.2	永續發展委員會	011
		102-33	溝通關鍵重大事件	1.2	永續發展委員會	011
		102-34	關鍵重大事件的性質與總數	4.1	董事會架構與運作	053

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	102-35	薪酬政策	4.1	董事會架構與運作	053
		102-36	薪酬決定的流程	4.1	董事會架構與運作	053
		102-37	利害關係人的參與	4.1	董事會架構與運作	053
		102-38	年度總薪酬比率	2021 年報 P.92 6.2 權益與福祉		090
		102-39	年度總薪酬比率之增加百分比	2021 年報 P.92 6.2 權益與福祉		090
		102-40*	利害關係人團體	1.4	重大性分析	013
		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	013
		102-43*	與利害關係人溝通的方針	1.4	重大性分析	013
		102-44*	提出之關鍵主題與關注事項	1.4	重大性分析	013
		102-45*	合併財務報表中所包含的實體	1.4	重大性分析	013
		102-46*	界定報告書內容與主題邊界	1.4	重大性分析	013
		102-47*	重大主題表列	1.4	重大性分析	013
		102-48*	資訊重編	附錄	關於本報告	109
		102-49*	報導改變	附錄	關於本報告	109
		102-50*	報導期間	附錄	關於本報告	109
		102-51*	上一次報告書的日期	附錄	關於本報告	109
		102-52*	報導週期	附錄	關於本報告	109
		102-53*	可回答報告書相關問題的聯絡人	附錄	關於本報告	109
		102-54*	依循 GRI 準則報導的宣告	附錄	關於本報告	109
		102-55*	GRI 內容索引	附錄		110
		102-56*	外部保證 / 確信	附錄		110
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	013
GRI 103	管理方針	103-2	管理方針及其要素	1.4	重大性分析	013
GRI 103	管理方針	103-3	管理方針的評估	1.4	重大性分析	013
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	061
		201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	6.2	權益與福祉	090
		201-4	取自政府之財務補助	4.6	財務績效	061
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	090
		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	090
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	099
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	049
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	055
		205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	4.2	法規依循	055
		205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	4.2	法規依循	055

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 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	4.2	法規依循	055
GRI 301	物料	301-2	回收產品及其包材	5.4	環保產品設計	081
GRI 302	能源 **	302-1	組織內部的能源消耗量	5.2	綠色營運	070
		302-2	組織外部的能源消耗量	3.1	經銷商管理	037
		302-3	能源密集度	5.2	綠色營運	070
		302-4	減少能源消耗	5.2	綠色營運	070
		302-5	降低產品和服務的能源需求	5.4	環保產品設計	081
GRI 305	排放 **	305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	5.2	綠色營運	070
		305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	5.2	綠色營運	070
		305-3	其他間接 (範疇三) 溫室氣體排放	3.1	經銷商管理	037
		305-4	溫室氣體排放密集度	5.2	綠色營運	070
		305-5	溫室氣體排放減量	5.2	綠色營運	070
		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	037
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 401	勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	6.2	權益與福祉	090
		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	090
		401-3	育嬰假	6.2	權益與福祉	090
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	090
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	095
		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	095
		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	095
		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	095
		403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	6.3	職業安全管理	095
		403-6	工作者健康促進	6.3	職業安全管理	095
		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	095
		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	095
		403-9	職業傷害	6.3	職業安全管理	095
		403-10	職業病	6.3	職業安全管理	095
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	086
		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	086
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	053
				6.2	權益與福祉	090
		405-2	女男基本薪資和薪酬的比率	6.2	權益與福祉	090

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 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	090
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	105
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	032
		416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.3	產品設計與生產	032
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	032
		417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	5.4	環保產品設計	081
				2.3	產品設計與生產	032
GRI 418	客戶隱私 **	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.3	產品設計與生產	032
				4.5	資訊安全及顧客資料保護	061
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	4.2	法規依循	055

*：核心選項 **：重大主題 GRI 303 與 403 以 2018 年版本為準；其餘指標則以 2016 年版本為準。

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 3.1.5 經銷商環保績效	044 070
	資訊安全	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	062
資訊安全	CG-MR-230a.2	1. 資訊洩漏數量		062
		2. 資訊洩漏事件中涉及個資的百分比		062
		3. 受資訊洩漏事件影響的客戶數量		062
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	081
	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	082
	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	082

指標編碼	指標	章節	頁碼
CG-MR-000.A	據點與配送中心總數	關於和泰	007
CG-MR-000.B	據點與配送中心總樓地板面積		007



獨立保證意見聲明書

和泰汽車股份有限公司 2021 永續報告書

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 2021 永續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 2021 永續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 2021 永續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 2021 永續報告書內容，對於和泰汽車之相關運作與永續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的環境、社會及治理等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露之永續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 and 泰汽車所提供之足夠證據，表明其符合 AA1000 保證標準 v3 的報告方法與自我聲明依循 GRI 永續性報導準則核心選項係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關於和泰汽車政策進行訪談，以確認本報告書中聲明書的合適性
- 與管理者討論有關利害關係人參與的方式，然而，我們並無直接接觸外部利害關係人
- 訪談 10 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

2021 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，以發展及達成對永續具有責任且策略性的回應。報告書中已公正地報告與揭露環境、社會及治理的訊息，足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了和泰汽車之包容性議題。

重大性

和泰汽車公布對組織及其利害關係人之評估、決策、行動和績效會產生實質性影響與衝擊之重大主題。永續性資訊揭露使利害關係人得以對公司之管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了和泰汽車之重大性議題。

回應性

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

衝擊性

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

GRI 永續性報導準則

和泰汽車提供有關依循 GRI 永續性報導準則之自我宣告，與相當於“核心選項”(每個涵蓋特定主題 GRI 準則之重大主題，至少一個特定主題的揭露項目依循其全部的報導要求)的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照 GRI 永續性報導準則的永續發展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

這份永續報告書所屬責任，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 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-2021104
2022-06-11

Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No. 37, Ji-Hu Rd., Ni-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.

A Member of the BSI Group of Companies.

經營者的話

關於和泰

永續管理

感動客戶

最佳夥伴

誠信經營

環境

樂在工作

社會共融

附錄



和泰汽車股份有限公司
Hotai Motor Co., Ltd.

www.hotaimotor.com.tw