



和泰汽車股份有限公司  
Hotai Motor Co., Ltd.



和泰集團  
與美好台灣同行

# 2023

## 永續報告書

Sustainability Report



# CONTENTS

## 目錄

### 經營者的話 3

### 關於和泰 4

|              |    |
|--------------|----|
| 和泰的成立與發展歷史   | 4  |
| 集團事業版圖       | 5  |
| 傳動 77 年的光輝史頁 | 6  |
| 願景、使命與方針     | 9  |
| 銷售網絡與服務      | 11 |
| 2023 永續亮點    | 12 |

### 01 永續管理 13

|                 |    |
|-----------------|----|
| 1.1 企業永續政策      | 14 |
| 1.2 永續發展委員會     | 15 |
| 1.3 永續里程碑       | 16 |
| 1.4 重大性分析       | 16 |
| 1.5 外部組織參與      | 23 |
| 1.6 2023 年獲獎與榮耀 | 23 |

### 02 感動客戶 24

|                     |    |
|---------------------|----|
| 2.1 樂在 TOYOTA 的服務文化 | 25 |
| 2.2 顧客關係管理          | 26 |
| 2.3 產品設計與生產         | 32 |

### 03 最佳夥伴 36

|                 |    |
|-----------------|----|
| 3.1 經銷商管理       | 37 |
| 3.2 和泰汽車供應商管理體系 | 46 |

### 04 誠信經營 50

|                 |    |
|-----------------|----|
| 4.1 董事會架構與運作    | 51 |
| 4.2 法規依循        | 54 |
| 4.3 資訊揭露        | 57 |
| 4.4 風險管理        | 57 |
| 4.5 資訊安全及顧客資料保護 | 60 |
| 4.6 財務績效        | 63 |

### 05 環境永續 64

|            |    |
|------------|----|
| 5.1 氣候變遷管理 | 65 |
| 5.2 綠色營運   | 69 |
| 5.3 環保理念   | 73 |
| 5.4 環保產品設計 | 77 |

### 06 樂在工作 80

|              |    |
|--------------|----|
| 6.1 培育與職涯發展  | 81 |
| 6.2 權益與福祉    | 85 |
| 6.3 職業安全衛生管理 | 90 |

### 07 社會共融 95

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 7.1 Mobility 移動自由 | 98  |
| 7.2 Openness 社會共好 | 100 |
| 7.3 Value 人才價值    | 103 |
| 7.4 Eco 環境保育      | 108 |

### 附錄 111

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 關於本報告             | 111 |
| GRI 指標對照表         | 112 |
| SASB 對照表          | 117 |
| 上市上櫃公司氣候相關資訊查證聲明書 | 118 |
|                   | 120 |

在全球汽車產業面臨轉型及市場快速變動下，和泰汽車始終以顧客需求為第一優先，2024 年將抱持著「+think Amazing」的思維，不斷創新，帶給消費者最完美的顧客體驗，創造集團移動服務全新時代，不僅實踐「Do Amazing」的目標，更要「Do Impossible」。

## 經營者的話



和泰汽車股份有限公司 董事長

王正人



和泰汽車股份有限公司 總經理

黃純興

### 移動自由 Mobility

提供多元能源的產品陣容，以及推動交通行動服務 (MaaS) 多樣的移動可能

近年台灣本島內移動需求持續提升，和泰汽車在豐田母廠的支持下，2023 年亦導入全新車款 TOYOTA CROWN、YARIS CROSS 車型，並推出改款及強化之 TOYOTA HIACE、GRANVIA ALPHARD、PRIUS PHEV 及 LEXUS RZ、LM 車系，全年表現超出預期，大型車與小型車全體經銷商齊力達成全年 16.6 萬輛的登錄台數，蟬聯 22 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、COROLLA CROSS、RAV4、ALTIS 等三款車也榮登全年十大乘用車款之列。而 Lexus RX、NX、UX、ES 分別在其級距中榮獲銷售冠軍，表現亮眼。

和泰集團亦全力推動台灣 MaaS (Mobility as a Service) 移動服務發展，從查詢旅遊資訊、安排行程到租車服務，致力於將 MaaS 融入日常生活。近年來，和泰集團陸續推出旅遊規劃 APP「去趣」與「OpenHub」充電漫遊服務，提供全方位的移動體驗。使用者可利用集團的單一會員帳號，登入和泰集團旗下移動生態圈服務，並透過和泰 Pay 數位支付工具累積和泰 Points 點數回饋，滿足出行的各種需求。

### 社會共好 Openness

善用集團資源，深入台灣在地進行社會關懷；持續強化內部法遵風控，確保企業永續發展

和泰汽車致力整合集團內、外部資源並與利害關係人溝通合作，積極推動公益活動，擴大社會影響力。「原夢國家隊」第三年贊助新竹縣嘉興及桃山國小泰雅族國小合唱團前往韓國及新加坡比賽；「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，錄取 101 名學生，落實人才在地服務；「量產幸福 移動公益」行動更擴大運用和泰

本業共享移動服務 (yoxi、iRent) 提供弱勢兒少移動需求，除新北、台中外，亦將服務拓展至高雄、台南，協助對象從弱勢孩童擴大至社會局判定有需求之成人，亦與台北麥當勞叔叔之家合作幫助遠地就醫孩童家庭往返醫院，減輕弱勢個案舟車勞頓負擔，至今已提供超過 6,000 趟的免費接駁；和泰汽車長期支持台灣藝術與文化長期發展，TOYOTA 及 Lexus 持續舉辦與贊助藝文培育活動，總計贊助金額超過新台幣 4,100 萬元。

強化法規遵循方面，和泰汽車建置完整的風險管理機制，落實資安與個人資料保護機制。透過制定著作權、商標、機敏資產、研發成果及專利權等內部規範，對員工與經銷商分別進行個人資料與著作權訓練課程，強化人員專業概念。

近年公司治理評鑑排名持續保持領先地位，已有 4 年獲得上市公司前 5% 的肯定。永續業務推動上，除連年榮獲 TCSA 永續報告獎、永續績效獎與社會共融獎外，2023 年在生物多樣性、創新成長及創意溝通獎項也取得殊榮，展現和泰汽車對 ESG 的投入；亦連續 9 年榮獲「天下永續公民獎」，外部獎項的肯定將引領和泰邁向更永續的未來。

### 人才價值 Value

建構健康、快樂的職場環境；注重人才發展，共同永續發展

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，強化工作價值認同感，讓員工樂在工作，凝聚團隊合作精神，創造熱情的工作團隊，提升員工生產力與企業價值。

公司提供優渥的薪資待遇，非主管員工平均年薪 263 萬 (中位數 199.1 萬)，維持同業待遇第一，年度調薪平均為 3%，連年發放 3 個月年終獎金，同時提供具吸引力的福利，包含旅遊補助每年 5 萬元、三節獎金等；並提供多

樣社團資源維持同仁身心平衡，在完善的福利制度下，和泰汽車育嬰留停復職率達 100%，近三年的平均離職率維持在 3.43%，遠低於業界水準。對於員工培力亦不遺餘力，全員平均訓練時數達 20 小時，透過多元化的訓練管道、讓同仁們適才適所；2023 年更全面升級健檢費用額度，提供優於法規頻率的健檢內容，同仁可以依自身需求選擇，健檢涵蓋對象除員工外，擴大至派遣員工，照顧健康更全面。

### 環境友善 Eco

推動集團各項節能減碳措施，實踐環境友善

和泰汽車以豐田母廠設定的 2050 年環境願景 6 大挑戰作為方向，並以「碳中和」為終極目標，推動各項環境管理業務。短程目標設定以 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 2030 年排放量下降 32% (和泰挑戰下降 33%)。持續採用 TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 架構，管理氣候變遷之風險與機會，以達到 2050 年前新車、車輛生命週期、工廠等三項 CO<sub>2</sub> 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遠大目標；在「生物多樣性」方面續行並擴大「台灣原生動物守護計畫」，新增與台北市立動物園合作，舉辦野保市集活動宣達石虎保育教育。和泰汽車亦積極實施各項節能方案，不斷提升改善能源使用效率，致力減緩氣候變遷帶來影響，2023 年共減排 126.86 公噸的溫室氣體，具體環境績效包含全台經銷商平均碳排 -33%、用電 -3%、用水 -17%、廢棄物 -17% (皆與 2019 基準年比較)；全台落實 HV 電池 100% 回收；針對經銷商及集團之主管、同仁舉辦內部永續教育，提升環境永續意識；建置太陽能車場，累計至 2023 年底已達 70 座。承諾不間斷支援合作夥伴環境行動，以確保各領域皆被納入環境風險的考量，同時全力配合豐田母廠對環境保護的要求，整合集團推動成果，帶動集團邁向移動永續新時代。

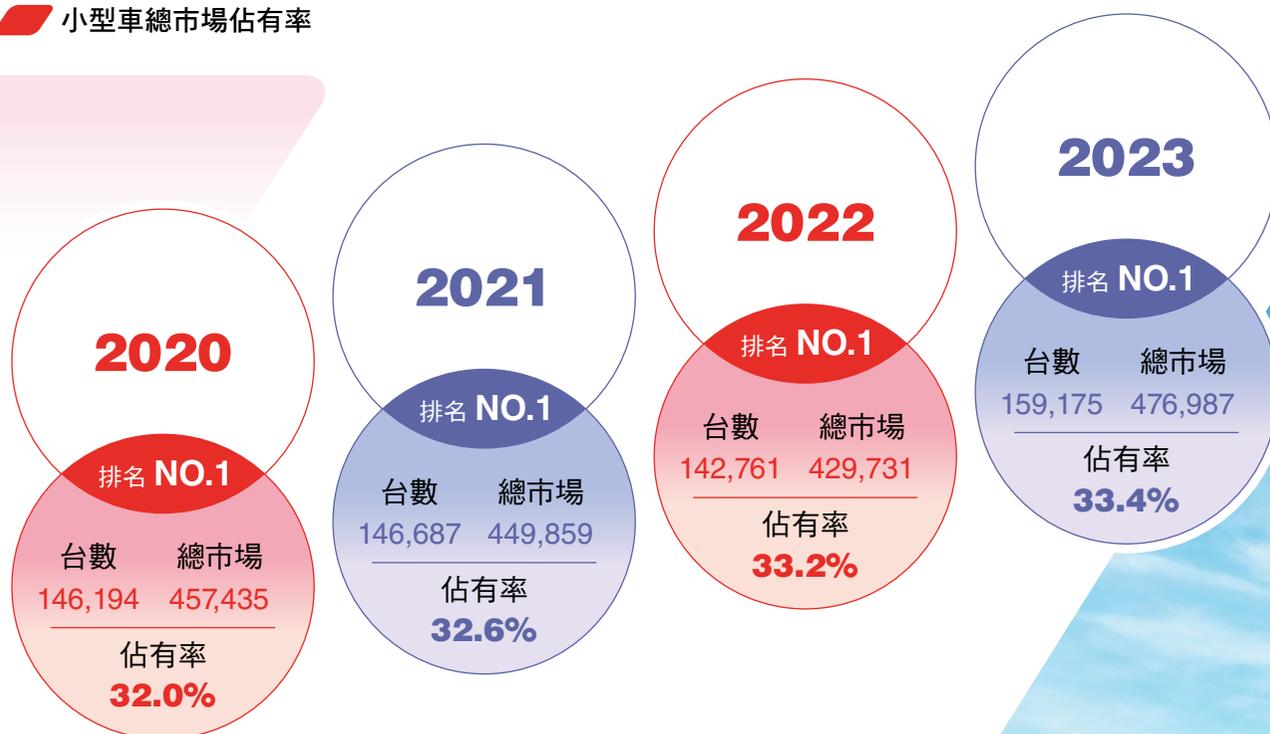
## 關於和泰

### 0.1 和泰的成立與發展歷史

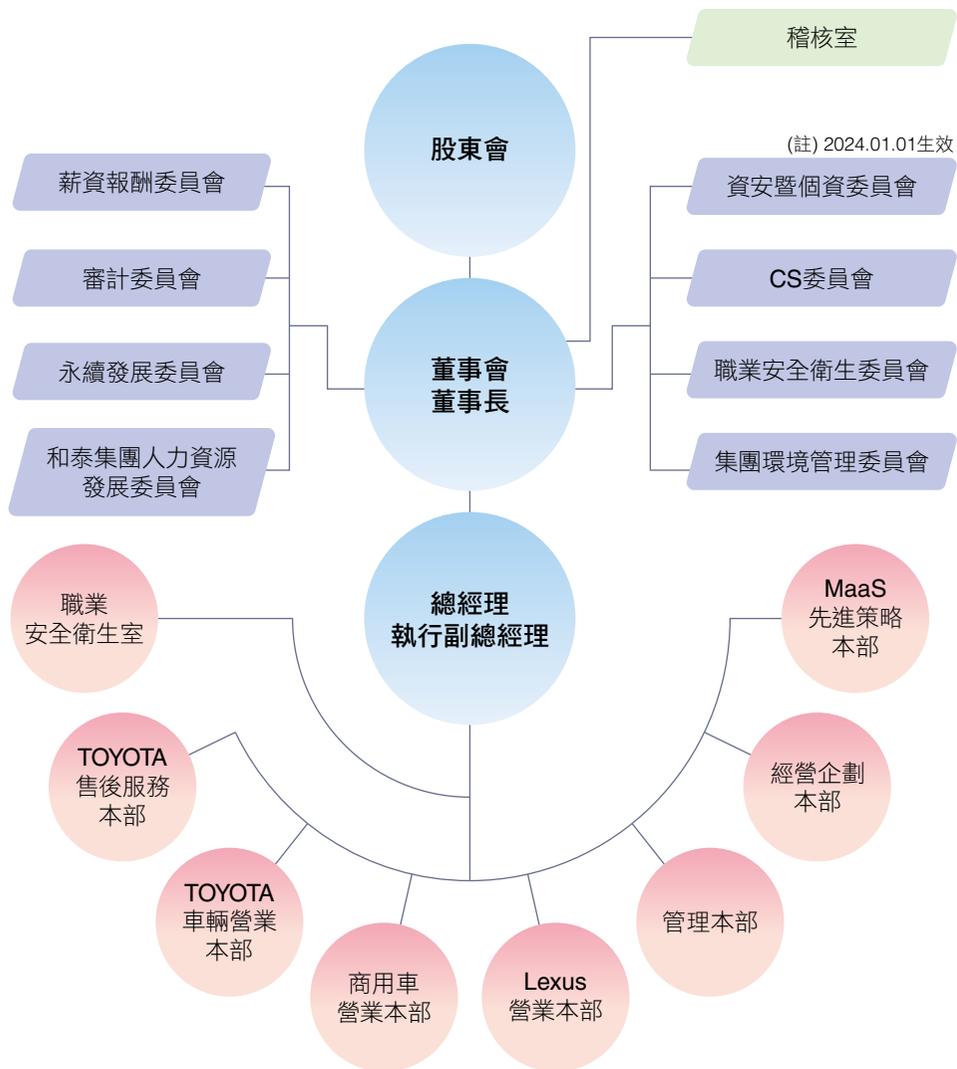
和泰汽車創立於 1947 年，至今已走過逾 77 個年頭，初期以貿易為主要業務，陸續取得 TOYOTA、Lexus、HINO 等汽車知名品牌之代理權，為日本豐田汽車海外市場的首家總代理，也是 YOKOHAMA 橫濱輪胎在台灣的總代理，提供車主完整的售後與周邊服務，打造一站式價值鏈。和泰汽車於 1997 年正式於台灣證券交易所掛牌上市，股票代號 2207，總部位於台北市中山區松江路 121 號 8-14 樓。

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複合動力車 (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 22 年穩居市場佔有率第一名，近年亦積極投入 MaaS (Mobility as a Service)，開啟移動服務新篇章。

#### 小型車總市場佔有率

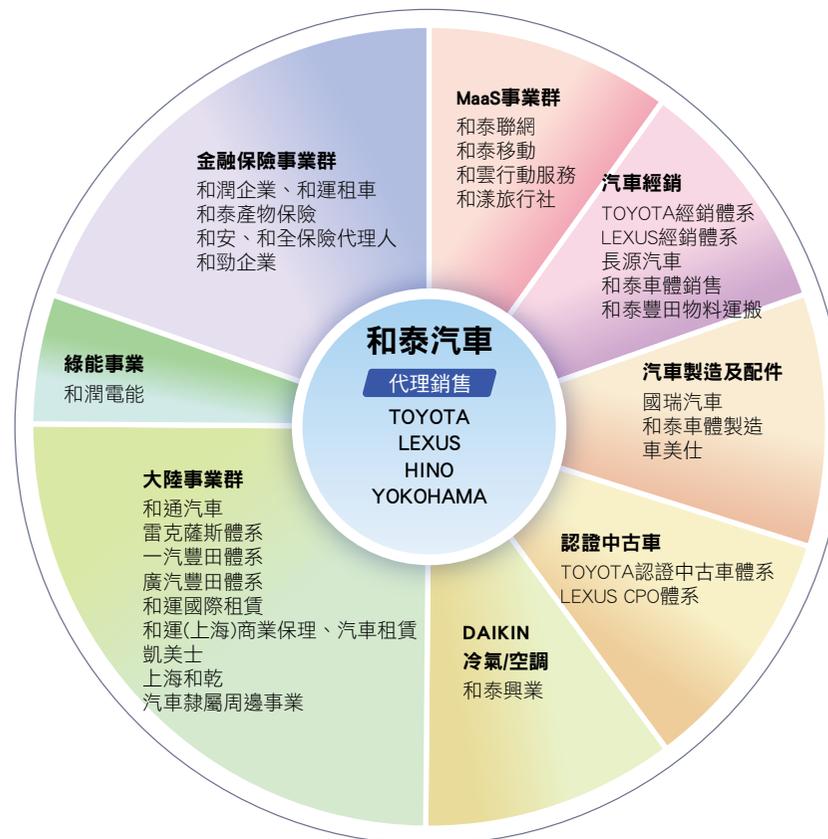


## 組織架構



## 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，以健全的值鏈創造極大化的效益。



## 0.3 傳動 77 年的光輝史頁



### 2023~

- 2023.12 和泰汽車三品牌合計登錄 16.6 萬台，蟬聯 22 年台灣車市銷售冠軍，其中 Corolla Cross 連續三年稱霸單一車款銷售冠軍。HINO 獲得商用車總市場銷售冠軍三連霸。
- 2023.12 和泰集團「yoxi 移動公益幸福行動」擴大服務前進台南。
- 2023.11 和泰汽車連續 8 年獲台灣企業永續研訓中心「台灣企業永續獎 (TCSA)」。
- 2023.11 TOYOTA 顧客服務中心榮獲 2023「臺灣客服中心評鑑」金獎。
- 2023.11 TOYOTA GRANVIA 福祉車全新上市。
- 2023.11 TOYOTA GR86 全新推出自排與手排 Brembo 等級。
- 2023.10 和泰汽車總經理蘇純興榮獲「IDC 2023 年未來企業年度 CEO 大獎」。
- 2023.10 LEXUS 旗艦 GT 跑車 LC 及 LC Convertible Limited Edition 限量登場。
- 2023.10 和泰集團第六度舉辦志工植樹，保育台灣海岸線。
- 2023.09 YARIS CROSS 全新上市。
- 2023.09 和泰集團「導護志工裝備捐贈計畫」連續 13 年捐贈。
- 2023.08 LEXUS LM 全新改款上市。
- 2023.08 和泰集團推出旅遊規劃 APP「去趣」。
- 2023.07 「台灣原生動物守護計畫」大自然媽媽影片榮獲 2023 台北金鵬微電影展【最佳年度永續微電影】與【白金獎】。
- 2023.07 和泰集團「yoxi 移動公益幸福行動」擴大服務前進高雄。
- 2023.07 和泰集團「原夢國家隊」贊助嘉興國小獲韓國「第 12 屆世界合唱大賽」雙金質獎；桃山國小獲「新加坡第七屆國際合唱節」金質獎。
- 2023.07 第 9 年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。
- 2023.06 「移動公益幸福行動」捐千趟 yoxi 接送及志工服務支持麥當勞叔叔之家。

- 2023.06 ALPHARD 大改款上市。
  - 2023.06 和泰集團世界捐血者日 - 全台捐血串聯活動。
  - 2023.05 和泰集團「台灣原生動物守護計畫」榮獲 TWBA 台灣生物多樣性獎。
  - 2023.05 LEXUS RZ450e 全新上市。
  - 2023.04 TOYOTA PRIUS PHEV 全新上市。
  - 2023.04 和泰集團淨灘減塑全台總動員。
  - 2023.03 TOYOTA CROWN 全新上市。
  - 2023.03 和泰汽車專案引進最新氫能電動車「TOYOTA MIRAI」。
  - 2023.03 「和泰車體」商用車車體打造事業落成。
  - 2023.02 HINO 700 系列商用車全新上市。
  - 2023.02 「台灣原生動物守護計畫」攜手行政院農委會農業永續 ESG 專案，守護台灣珍貴原生動物 - 石虎。
  - 2023.02 TOYOTA GR86 十周年收藏版限量上市。
  - 2023.01 和泰集團投資設立充燻技術服務 (股) 公司。
  - 2023.01 HINO 300 系新導入 PCS 預警式防護系統全新上市。
- ### 2022~
- 2022.12 和泰汽車三品牌合計登錄 15 萬台，蟬聯 21 年台灣車市銷售冠軍，其中 Corolla Cross 連續二年稱霸單一車款銷售冠軍。HINO 獲得商用車總市場銷售冠軍二連霸。
  - 2022.12 TOYOTA TOWN ACE 廂型車全新上市。
  - 2022.12 TOYOTA 推出業界首創語音智能客服。
  - 2022.12 HINO 3.49 噸商用車全新上市。
  - 2022.12 和泰汽車榮獲行政院國家發展委員會「國家永續發展獎」。
  - 2022.11 和泰汽車連續 7 年獲台灣企業永續研訓中心「台灣企業永續獎 (TCSA)」。
  - 2022.11 LEXUS RX 全新上市。
  - 2022.11 iRent 榮獲第 31 屆「台灣精品獎」。
  - 2022.10 TOYOTA COROLLA Sport 改款上市。
  - 2022.10 TOYOTA GR SUPRA 全新上市。
  - 2022.10 TOYOTA HIACE 全新上市。
  - 2022.10 iRent 榮獲第 19 屆國家品牌玉山獎「最佳產品類」。
  - 2022.10 和運租車榮獲第 19 屆國家品牌玉山獎「傑出企業全國首獎」。
  - 2022.09 和泰集團「導護志工裝備捐贈計畫」連續 12 年累積捐贈 12 萬套。
  - 2022.09 和泰集團發起「原夢國家隊」公益計畫。

|         |   |
|---------|---|
| 2022.09 | TOYOTA TOWN ACE 榮獲「YouTube 年度廣告大賞」、「最佳媒體綜效獎」。 |
| 2022.09 | 和泰汽車勇奪《哈佛商業評論》數位轉型鼎革獎之「商業模式轉型獎 大型企業組」楷模獎。     |
| 2022.08 | TOYOTA 展出碳中和品牌形象館。                            |
| 2022.08 | LEXUS UX 全新上市。                                |
| 2022.08 | TOYOTA GR86 全新上市，並推出車界首創 NFT – GaRage 86。     |
| 2022.08 | 國瑞汽車 AFC 智慧儲能案場啟用。                            |
| 2022.08 | 和泰集團成立「和漾旅行社」。                                |
| 2022.06 | 和泰集團世界捐血者日全台捐血串聯活動。                           |
| 2022.06 | 和泰集團發起台灣原生物種守護計畫〈虎力平安元年〉。                     |
| 2022.05 | TOYOTA bZ4X 全新上市。                             |
| 2022.04 | 國瑞汽車經營團隊變更，總經理由古屋敷博文先生擔任。                     |
| 2022.04 | 和泰集團發起【yoxi 移動公益幸福行動】。                        |
| 2022.04 | TOYOTA 一車一樹活動首度踏足澎湖。                          |
| 2022.04 | 和泰集團線上商城「HOTAI 購」盛大開台。                        |
| 2022.04 | iRent 2.0 榮獲《數位時代》「最佳體驗創新」獎。                  |
| 2022.03 | TOYOTA COASTER 中型巴士全新上市。                      |
| 2022.03 | TOYOTA GRANVIA 8 人座全新上市。                      |
| 2022.02 | HINO 300 系列 Hybrid 油電複合動力商用車全新上市。             |
| 2022.02 | TOYOTA TOWN ACE 全新上市。                         |
| 2022.01 | TOYOTA 導入新型態服務據點—社區型保修站。                      |

## 1947~2021

|         |  |
|---------|--|
| 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。 |
| 2021.12 | Lexus NX 全新上市。   |
| 2021.12 | 捐贈啟用第 12 台捐血車，11 年來捐贈之捐血車採血 150 萬袋。  |
| 2021.11 | 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。  |
| 2021.10 | 和運租車三度蟬聯「臺灣服務業大評鑑」汽車租賃類金牌。   |
| 2021.10 | 連續 8 年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。  |
| 2021.10 | 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。  |

|         |  |
|---------|--|
| 2021.09 | UX300e 全新上市。   |
| 2021.09 | 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 | 第四次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」。  |
| 2021.04 | 捐贈 2,400 萬元防疫基金。   |
| 2021.03 | TOYOTA SEINNA 全新上市。  |
| 2021.03 | TOYOTA 一車一樹活動首度踏足金門。   |
| 2021.03 | 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。   |
| 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。 |
| 2020.12 | TOYOTA 一車一樹活動 40 萬棵種植達成。   |
| 2020.12 | 和泰汽車捐贈啟用第 11 台捐血車，募血逾 2.8 億 c.c. 血量。   |
| 2020.12 | SIENTA CROSSOVER 全新登場。   |
| 2020.12 | 「消費者心目中理想品牌大調查」TOYOTA 蟬聯汽車類第一名。  |
| 2020.11 | yoxi 乘車派遣服務正式上線。   |
| 2020.11 | 和泰汽車連續 5 年榮獲 TCSA 台灣企業永續獎。   |
| 2020.10 | 和泰集團萬人淨灘減塑。  |
| 2020.10 | 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。   |
| 2020.09 | 和運租車 榮獲金峰獎「十大傑出企業」肯定。  |
| 2020.09 | 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】。  |
| 2020.08 | Lexus LC CONVERTIBLE 全新發表。   |
| 2020.08 | 榮獲「唯一連續 30 年經營績效五百強企業」、「連續 30 年營收百大企業」雙殊榮。   |
| 2020.08 | 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。   |
| 2020.07 | 和泰汽車 Lexus 榮獲工商時報「2020 臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。  |
| 2020.07 | 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。  | 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。 |
| 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。   | 2014.12 | 完成入股全國經銷商。                                      |
| 2020.01 | 和泰汽車購入 iRent 品牌，結合 yoxi，積極發展 MaaS。   | 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。               |
| 2020.01 | TOYOTA 一車一樹活動 30 萬株種植達成。   | 2011.09 | Toyota 在台銷售 200 萬台。                             |
| 2019.01 | 和泰汽車致力捐血公益 9 台和泰號捐血車 募血逾 2 億 C.C。  | 2008.04 | 和泰增資國瑞汽車至 30%。                                  |
| 2019.01 | 和泰汽車旗下和運租車轉投資設立「和雲行動服務股份有限公司」。   | 2003.01 | 「長源汽車暨台灣豐田產業機械新事業」成立。                           |
| 2019.03 | TOYOTA RAV4、COROLLA ALTIS 全新上市。  | 2001.01 | Toyota 品牌中古車正式導入市場。                             |
| 2019.04 | TOYOTA 一車一樹活動 20 萬株種植達成。   | 1999.06 | 和潤與和運公司成立。                                      |
| 2019.05 | 豐田 GRANVIA 全新上市。   | 1997.11 | 大陸首家據點上海和裕開幕。                                   |
| 2019.05 | 和泰汽車三度蟬聯公司治理評鑑上市公司排名前 5% 並獲得台北市「勞動安全獎」殊榮。  | 1997.09 | 和泰汽車成立 50 週年慶祝大會。                               |
| 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。  | 1997.09 | 正式引進高級車 Lexus 在台銷售。                             |
| 2019.07 | TOYOTA HILUX 全新上市。   | 1997.02 | 以第一類股票在台灣證券交易所掛牌買賣。                             |
| 2019.08 | 連續 5 年榮獲「天下 CSR 企業公民獎」。  | 1996.12 | 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。  |
| 2019.09 | TOYOTA GR SUPRA 全新上市。  | 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。               |
| 2019.09 | 和泰集團萬人淨灘減塑。  | 1989.05 | 國產 Toyota CORONA 轎車上市。                          |
| 2019.09 | 捐贈 12,000 套導護志志工裝備予新北市、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。  | 1988.05 | 與國內八大經銷商簽訂第一次豐田產品經銷契約。                          |
| 2019.10 | 國瑞汽車榮獲經濟部「傑出貢獻外商獎」。  | 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。                    |
| 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」。   | 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。                       |
| 2019.11 | 連續 2 年獲英國國際標準協會 (BSI)「永續獎」。  | 1984.03 | 和泰投資國瑞汽車，4 月國瑞成立；11 月中歷工廠開始生產。                  |
| 2019.12 | 和泰汽車捐贈「和泰號®」捐血車，累計全台捐贈 10 台，為台灣捐贈最多捐血車的企業。   | 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。)             |
| 2019.12 | 和潤企業掛牌上市。  | 1974.09 | 與味全和泰興業及大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。    |
| 2019.12 | Lexus LM 全新上市。   | 1973.02 | 結束六和汽車銷售業務。                                     |
| 2019.12 | 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。 | 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。          |
| 2018.10 | 和潤企業上興櫃。   | 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%。       |
| 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。  | 1968.01 | 改組為和泰汽車股份有限公司。                                  |
| 2018.06 | 和泰楊梅物流中心設置萬坪太陽能發電板。  | 1966.10 | 新莊工廠建廠，土地面積 8000 餘坪。                            |
| 2017.09 | 和泰汽車歡慶邁入 70 週年。  | 1955.04 | 改組為和泰貿易股份有限公司。                                  |
| 2017.03 | 併購蘇黎世產物保險並正更名為和泰產物保險。  | 1952    | 與日本日野汽車公司簽訂台灣區總代理契約。                            |
| 2016.12 | TOYOTA《驅動城市》APP 歡慶突破 200 萬下載。  | 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。     |

## 0.4 願景、使命與經營方針



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

### 和泰汽車的願景

面對成熟且競爭的汽車市場，和泰始終秉持「沒有最好，只有更好」的精神，造就和泰持續成長的動能，我們以「+think Amazing」為願景，傳達不自滿於第一、大膽追求、勇於嘗試以突破性新思維及作法，創造更多驚豔的成果。其中將「t」轉化為「+」，代表 Level up，「i」代表每一位同仁，所期望的就是每一位同仁都要精進不懈，勇於嘗試與挑戰突破性的新思維及作法，並延伸出「do Amazing」為現階段的推動手法，鼓勵同仁以沒有侷限的思維及行動來積極落實，以創造更多驚豔的成果，持續追求創新，迎向未來，促進集團永續發展！

保持危機意識  
掌握時代趨勢

更跳脫框架思考  
面對未來挑戰

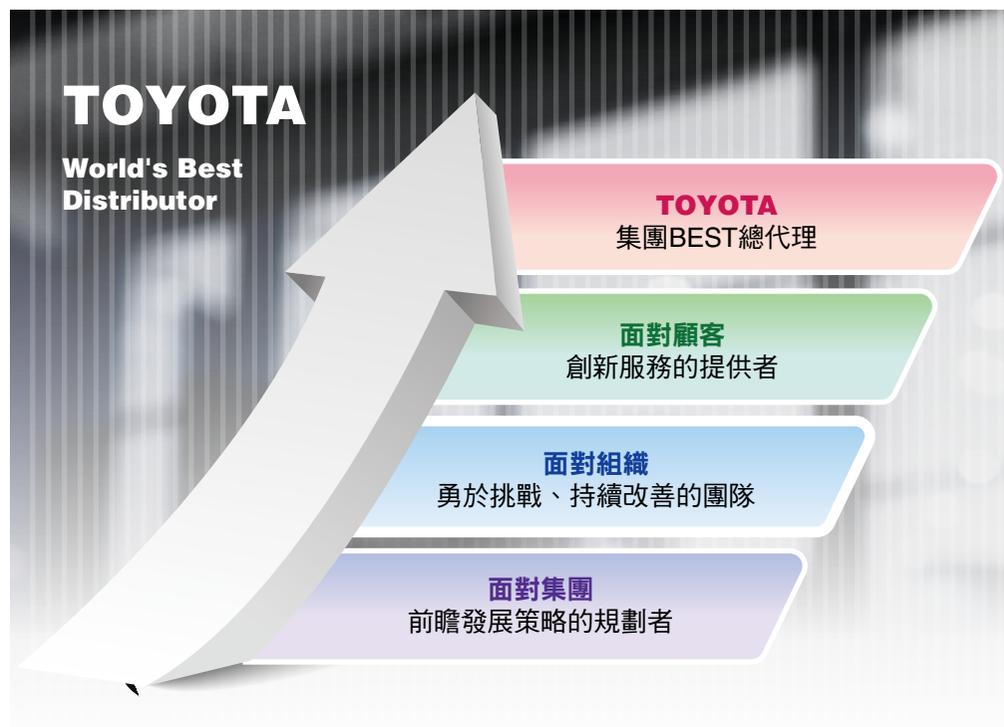
和泰汽車的願景  
+think Amazing

時時挑戰更高目標  
創造令人驚豔成果

嘗試各種創新  
做法克服逆境

### 和泰汽車的使命 - TOYOTA 集團 BEST 總代理

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。



## 2023~2027 年中長期計畫

我們據以訂定 2023-2027 年中長期計畫，透過新世代商品及新形態服務導入，持續提升周邊價值鏈，加速移動轉型，期許讓和泰汽車及關係企業旗下各品牌，成為各產業中的領導標竿，透過「以新世代販賣思維，積極躍升市占率」、「智能服務及社群結合，融入顧客生活圈」、「策略轉型超前布局，價值鏈提升無上限」、「提升資源利用綜效，擴大集團規模」、「善盡企業社會責任，促進碳中和實現」等策略主軸，強化核心本業、客戶服務、集團管理、人才培育、社會責任等面向，促進集團永續發展。同時，為了因應短期環境變化與經營課題，我們也訂定了年度方針，透過年初設定及年中檢討/修正，確保中長期計畫目標逐步達成。

## 2024 年經營方針

2023 年全球經濟因各國緊縮貨幣政策、產業鏈調整庫存及地緣政治衝突等事件衝擊台灣出口，減緩我國經濟成長表現。展望 2024 年，和泰汽車以「逆風前行，謹慎為伴，做好準備，面對挑戰」為經營方針，面對未來保持警覺，審慎控制風險，並持續追求創新蛻變，期能擴大在汽車產業之領先地位，再創獲利高峰。



## 集團經營方針

逆風前行，謹慎為伴，做好準備，面對挑戰

| 經營策略            | 2024 年目標 / 做法   |                            |   |
|-----------------|---|----------------------------|---|
|                 | TOYOTA  | LEXUS                      | 商用車   |
| 販服連攜<br>建立競爭利基  | 車輛  | 持續創新 超越巔峰                  | 乘載信賴 引領未來                                       |
|                 | 服務  | 打造充足服務量能及智能體驗<br>深化品牌 No.1 | LEXUS No. ONE<br>制霸豪華車市場<br>ONE LEXUS<br>文化根基奠定 |
| 穩健經營<br>積極開拓新局  | <ul style="list-style-type: none"> <li>和潤：鞏固車貸基業，加速車貸以外事業布局，發揮金融次集團綜效</li> <li>和運：以服務創造營利，以科技加速開創多元新商品 &amp; 服務</li> <li>車美仕：深化車聯網服務藍圖，全面拓展海外市場</li> <li>長源：整合集團資源強化商用車及完成車銷售，以智能化精準服務提升客戶黏著</li> <li>和泰豐田物料運搬：掌握自動化商機，拓展租賃業務，擴大服務量能</li> <li>和通：面對低迷市場，紮實經營確保收益，拓展價值鏈以最大化利益</li> <li>和泰產險：審慎業務發展，落實風險管理，穩健經營體質</li> <li>MaaS 事業群：提升 MaaS 各品牌會員滲透率及黏著度，極大化數據價值</li> <li>和泰車體：完備商用車體產品線，生產效率及品質全面升級</li> </ul> |                            |   |
| 全方位備援<br>完善管理體制 | <ul style="list-style-type: none"> <li>健全數位監理機制，系統化控管以完備集團重大經營報備體制</li> <li>落實集團資安政策與提升技術能力，培育資安專業人才並提高全員資安意識</li> </ul>  |                            |   |
| 永續精進<br>共創社會承諾  | <ul style="list-style-type: none"> <li>推動關係企業溫室氣體盤查 &amp; 查證，持續完善減碳管理體制及落實永續經營</li> <li>梳理、整合現存公益專案及資源，聚焦與本業相關領域之影響力</li> <li>強化雇主品牌形象，建構創新員工福祉方案，建立永續文化</li> </ul>   |                            |   |

## 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 156 個，服務據點為 259 個；其中 TOYOTA 經銷據點共 107 個、服務據點為 214 個；Lexus 經銷據點 25 個、服務據點 26 個；HINO 經銷據點 18 個、服務據點 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。



## 0.6 2023 永續亮點

### 經濟面

- **33.4%**  
連續**22**年台灣市佔第一
- **100%**  
新進人員反賄賂教育訓練
- **39.66%**  
**2023**年在地採購比例

### 環境面

- **50**噸  
使用環保水性漆塗料，**2023**年減少之有機溶劑揮發性氣體的排放量
- **33,385**噸  
**2023**年經銷商全年R134a冷媒回收量達**21.82**公噸，相當於減少**33,385**噸CO2排放量
- **100%**  
全車型**100%**符合廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準
- **5,090**萬瓶  
設置中央供油設備，累計至**2023**年共減量**5,090**萬瓶機油空瓶

### 社會與員工

- **100%**  
2023年育嬰留停復職率
- **8.1**小時  
2023年員工平均志工時數
- **6,000**趟  
2023年量產幸福 移動公益(原：移動公益幸福行動)捐贈接駁趟次
- **6,798**萬元  
捐贈汽車高科技教具及教材，累積金額超過新台幣**6,798**萬元
- 超過**400**噸  
收集二手玩具並利用再生，累計至2023年底已超過**400**噸
- 超過**78**萬棵  
一車一樹活動已種植超過**78**萬棵樹，減碳量約**2.6**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 年起  
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

**13** 個 SDGs 目標  
重大議題管理方針與  
聯合國永續發展目標



為落實永續發展並與國際接軌，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。

## 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。

秉持「與美好台灣同行」的永續承諾，和泰汽車致力透過移動本業為所有人創造幸福。為了將企業永續納入決策考量，於 2023 年進行多場跨公司、高階主管訪談，凝聚永續共識，建構出四大主軸永續策略藍圖「移動自由、社會共好、人才價值、環境友善」，這份藍圖將永續融入集團的日常營運，動員公司內外利害關係人的資源和能量，共同邁向永續發展的未來。

### 和泰汽車永續藍圖發展方針

#### 移動自由 Mobility

提供多元能源的產品陣容；以及推動交通行動服務(MaaS)多樣的移動可能

#### 社會共好 Openness

善用集團資源，深入台灣在地進行社會關懷；持續強化內部法遵風控，確保企業永續發展

#### 人才價值 Value

建構健康、快樂的職場環境；注重人才發展，共同永續發展

#### 環境友善 Eco

推動集團各項節能減碳措施，實踐環境友善



## 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，訂定和泰年度永續政策並檢視各項 ESG 議題方針執行情形。2023 年已針對環境、社會以及公司治理 ESG 運作成果提報 12 月董事會。有重大事件或議題時，各單位先行與各董事報告，依董事建議調整議題內容後，再依法提報審計委員會，最後提報董事會作討論，若董事有建議，亦會計載在會議記錄中，2023 年未有重大關鍵事件發生。

### 和泰汽車企業永續發展委員會組織圖

#### 環境面

- TOYOTA 2050 碳中和計畫 CO<sub>2</sub> 排放 (◆和泰碳排↓ 133% ◆經銷商碳排↓ 33% (目標↓ 12%))
- 取得 ISO14064-1 查證通過
- 完成建構和泰集團淨零藍圖
- 取得各項廠家評鑑 No.1 (註：豐田亞太區總代理之內部環管評鑑)
- 太陽能案場累計 70 座
- 完成集團環保教育 / 活動

#### 社會面

- 量產幸福 移動公益專案新增 1 家麥當勞叔叔之家 NGO 合作
- 原生動物守護計畫活動觸及人次超過 5 萬人
- 公益夢想家活動觸及人次超過 510 萬
- 校園知名度 94%(目標 90%) 合作學校數 5 所
- 校園職涯場次數 7 場
- 原夢國家隊表演觀看人次超過 439 萬人
- 永續藍圖內部橫展
- 志工時數達成 8 小時

#### 治理面

- 完成風險管理機制 - 風管政策與程序
- 建置集團重大訊息公告範本、公司治理集團 LINE@ 優化
- 誠信經營遵法主軸確立與內部橫展
- 實施 9 家集團適法評鑑

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永續發展工作小組，以「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。永續發展工作小組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、公司治理室等單位。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。

### 和泰汽車企業永續發展委員會組織圖



## 1.3 永續里程碑

和泰汽車長期推動企業永續，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。

### 2012 ···· 2016 ··· 2018 ··· 2019 ····· 2020 ······· 2021 ········ 2022 ········ 2023

- 發行首本企業社會責任報告書
- 「企業社會責任年鑑」和泰汽車列為 CSR 標竿企業
- 正式成立 CSR 委員會
- 成為「台灣永續價值指數」成分股
- 連續五年獲得「企業永續獎」及「報告書獎」
- 連續六年入圍天下 CSR 企業公民獎 TOP50
- CSR 委員會更名為永續發展委員會，並發行永續報告書
- 連續六年獲得「TOP50 企業永續獎」及「報告書獎」
- 連續七年獲得天下永續公民獎
- 連續七年獲得「企業永續獎」及「報告書獎」
- 連續八年獲得天下永續公民獎
- 首次榮獲行政院國家永續發展獎(企業類)
- 連續八年獲得「企業永續獎」及「報告書獎」
- 連續九年獲得天下永續公民獎

為精進和泰汽車的永續作為與成效，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 2024 年深化永續目標及措施，使和泰汽車朝企業永續經營的目標邁進。

## 1.4 重大性分析

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，和泰汽車以總公司、新莊與楊梅營業據點為考量邊界，遵循 GRI 準則 (GRI Standards) 所建議之永續性脈絡與重大性分析原則。除參考國內外企業社會責任的相關準則與報告書編撰規範，包括 GRI(Global Reporting Initiative)、UNGC(United Nations Global Compact)、TCFD (Task Force 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，一共歸納出三大類、計 21 項與和泰汽車營運相關之永續議題，對其進行經濟、環境、社會與人權之正、負面衝擊評估。

# 1 重大性分析步驟

總計鑑別出

54 項

營運活動

## 組織脈絡：

分組鑑別價值鏈上所有活動，確認各項活動在上下游發生的夥伴關係，探討永續性脈絡中的相關議題，鑑別主要利害關係人並調查其關注焦點。

共有

31 項

營運活動具經濟面衝擊

## 鑑別衝擊：

歸納價值鏈上所有活動，鑑別涉及或可能涉及的實際和潛在衝擊，這些衝擊包括正面或負面、短期或長期、蓄意或非蓄意、可逆或不可逆。

共有

21 項

營運活動具環境面衝擊

共有

38 項

營運活動具社會與  
人權面衝擊

前三大正衝擊活動為

- 氣候減緩行動
- 人力資源與包容性
- 職業培訓與教育訓練

前三大負衝擊活動為

- 氣候減緩行動
- 銷售策略與公平交易
- 顧客隱私保護

## 顯著程度：

整合經濟、環境、社會與人權之衝擊鑑別結果，已發生之正衝擊大小依據其範圍、規模判斷之，負衝擊再考量其不可修復性；潛在之正負面衝擊則考量其發生率。

共決定

8 個

顯著正面衝擊議題

## 決定重大議題：

彙整所有活動歸納成永續議題，依據正負衝擊大小與利害關係人關注程度，繪製重大性矩陣。

共決定

6 個

顯著負面衝擊議題

## 2

### 組織脈絡

為了精準掌握利害關係人所關注的議題，和泰汽車的相關部門都在積極與主要利害關係人進行對話，交流和泰的永續理念，助於加深相互了解。此外，和泰汽車與外部專家保持溝通，以確保永續發展措施的方向。因此和泰報告書編撰小組透過 AA 1000 SES:2015(Account Ability 1000 Stakeholder Engagement Standard:2015) 標準中的量化方式，依據所提出之五大原則(依賴性、責任、影響力、多元觀點、張力)評估 19 個相關之利害關係人與和泰汽車營運的緊密程度。2023 年度鑑別出 6 個主要的利害關係人，分別為：股東/投資人、顧客/客戶、供應商、經銷商、媒體、員工、。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，並將在未來計劃中將利害關係人的反饋納入考量。

## 3

### 鑑別衝擊

在衝擊顯著程度的鑑別過程中，我們分為正面和負面衝擊進行評估，正面衝擊考量因素包含實際衝擊(規模、範圍)及潛在發生可能性，而負面衝擊考量因素則包含實際衝擊(規模、範圍、不可修復性)及潛在發生可能性。以生命週期考量下鑑別出的 54 個營運活動中，31 項具有經濟面衝擊，21 項活動具環境面衝擊，38 項營運活動具社會與人權衝擊，在經濟、環境、社會與人權面向的負面衝擊都略高於正面衝擊。

## 4

### 顯著程度

綜整經濟、環境、社會與人權 3 個面向的衝擊評估結果，和泰汽車的所有營運活動所產生的綜合負面衝擊的顯著性略高於綜合正面衝擊。將 54 項活動歸納成 21 項永續議題後，向主要利害關係人詢問對各議題之關注程度。回收之問卷數量分別是經銷商 34 份、員工 109 份、媒體記者 49 份、顧客 20 份、供應商 35 份、股東 7 份，合計 254 份。各利害關係人之關注議題如下表所示：

| 利害關係人 | 1 <sup>st</sup> 關注議題 | 2 <sup>nd</sup> 關注議題 | 3 <sup>rd</sup> 關注議題 |
|-------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 經銷商   | 顧客安全                 | 產品法規規範               | 顧客隱私保護               |
| 員工    | 顧客安全                 | 職業安全與健康              | 顧客隱私保護               |
| 媒體記者  | 產品與服務品質              | 顧客安全                 | 品牌管理與行銷              |
| 顧客    | 顧客安全                 | 產品與服務品質              | 顧客隱私保護               |
| 供應商   | 產品與服務品質              | 品牌管理與行銷              | 人力資源與包容性             |
| 股東    | 風險與危機管理              | 顧客隱私保護               | 顧客安全                 |



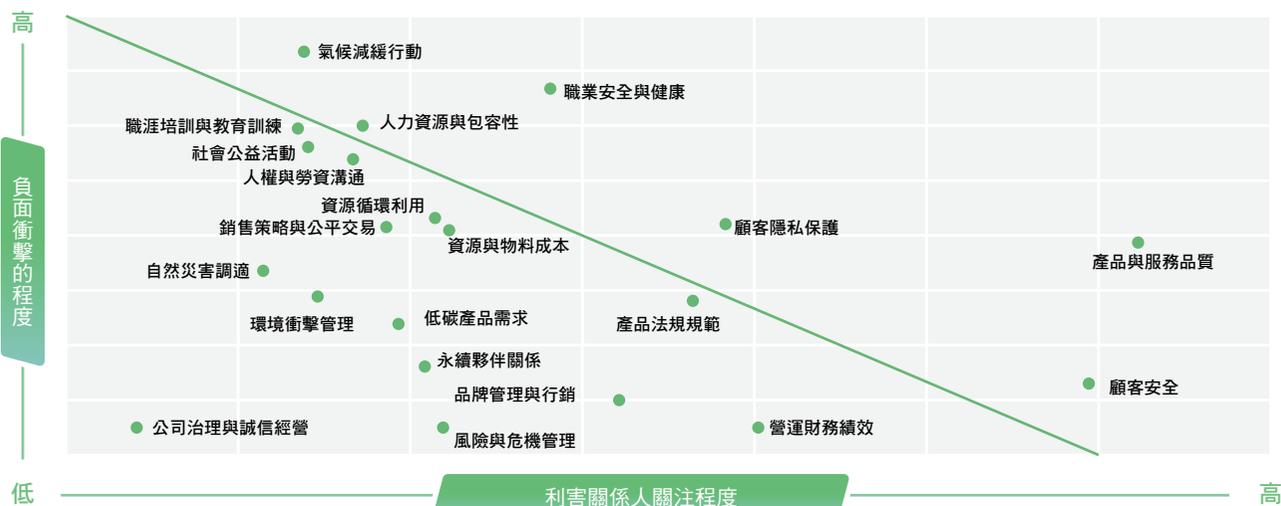
## 5 決定重大議題

以利害關係人的關注度為 X 軸，正、負面衝擊為 Y 軸，繪製重大議題矩陣。於正面衝擊矩陣篩選出 8 項關注度與衝擊度高的重大議題，於負面衝擊矩陣篩選出 6 項重大議題，作為報告書揭露的重點內容。相較前一報告期之重大議題總數維持 10 項（合併正負）。相較前一報告期的重大議題，差異在於 2023 年治理面新增數項社會面議題，例如“人力資源與包容性”、“職涯培訓與教育訓練”、“人權與勞資溝通”、“職業安全與健康”以及“社會公益活動”等，而去年的重大議題“氣候減緩行動”在 2023 年回收問卷統計結果中重新列入重大議題。

### 正面衝擊



### 負面衝擊



# 6

## 管理作法

| 重大主題    | GRI 主題 | 政策 / 承諾  | 衝擊說明                                       |                     | 議合對象 | 議合管道                             | 議合頻率            | 專案 / 行動                                | 績效指標   | 目標            | 連結 SDGs   |
|---------|--------|--|--|---------------------|------|----------------------------------|-----------------|--|--|---------------|---|
|         |        |  | 正面   | 負面                  |      |                                  |                 |  |  |               |   |
| 顧客隱私保護  | 418    | 1. 顧客隱私權政策<br>2. 揭露完整顧客關係管理活動及成果<br>3. 說明資安委員會運作情形 | 1. 強化雲端平台身分認證防護<br>2. 建構全方位顧客個人資料保護體系      | 建立 APP 自動弱掃機制       | 經銷商  | 年度報告書、永續報告書、發文                   | 每年一次            | 無發生重大顧客隱私缺失事件                          | 1. 嚴格遵守顧客隱私相關法律規定<br>2. 與利害關係人說明隱私權政策<br>3. 揭露完整顧客關係管理活動成果<br>4. 說明資安委員會運作情形 | 無發生重大顧客隱私缺失事件 |    |
|         |        |  |  |                     | 股東   | 年度報告書、永續報告書、官網                   | 每年一次、不定期        |  |  |               |   |
|         |        |  |  |                     | 員工   | 年度報告書、永續報告書                      | 每年一次            |  |  |               |   |
|         |        |  |  |                     | 客戶   | 年度報告書、永續報告書、官方網站                 | 每年一次            |  |  |               |   |
| 顧客安全    | 416    | 1. 產品認證<br>2. 環境安全管理制度                             | 商品、零件符合政府法規或綠色供應鏈要求                        | 導入更多車輛安全配備，主動提醒行車安全 | 經銷商  | 販賣會議、產品訓練、現地查核、線上課程、召回           | 不定期             | 嚴格遵守相關法律規定                             | 無發生重大產品缺失事件  | 無發生重大產品缺失事件   |    |
|         |        |  |  |                     | 客戶   | 問卷、免費專線、APP、電子郵件                 | 不定期             |  |  |               |   |
| 產品與服務品質 | 416    | 1. 產品管理制度<br>2. 顧客服務制度<br>3. 定期檢視市場狀況並提供予經銷商及供應商   | 1. 導入符合市場需求的商品 (如電動車)<br>2. 提升一線人員銷售力與維修能力 | 零件需求預測系統自動化，降低缺料風險  | 員工   | 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             | 1. 產品認證<br>2. 經銷商評核制度<br>3. 供應商稽核管理與評價 | 無發生重大產品缺失事件  | 市佔率持續維持 No.1  |  |
|         |        |  |  |                     | 客戶   | 電視 / 平面廣告 / 新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件 | 不定期             |  |  |               |   |
|         |        |  |  |                     | 供應商  | 電話訪談、定例會議、現場查核、稽核評價              | 不定期 (1 年至少 1 次) |  |  |               |   |

| 重大主題     | GRI 主題     | 政策 / 承諾  | 衝擊說明   |    | 議合對象 | 議合管道                             | 議合頻率               | 專案 / 行動   | 績效指標  | 目標                         | 連結 SDGs  |
|----------|------------|--|--|----|------|----------------------------------|--------------------|---|---|----------------------------|--|
|          |            |  | 正面   | 負面 |      |                                  |                    |   |   |                            |  |
| 品牌管理與行銷  | 417        | 1. 品牌行銷年度規劃<br>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<br>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. 運用社群自媒體，擴大對目標客群影響力<br>2. 舉辦主題 (如賽道) 活動，強化品牌性能形象 | -  | 客戶   | 電視 / 平面廣告 / 新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件 | 不定期                | 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<br>2. 社會公益活動之訊息露出 | 1. 無發生重大產品缺失事件<br>2. 年度及階段性販賣目標順利達成<br>3. 定期且及時揭露公司重要資訊 | 市佔率持續維持 No.1               |   |
|          |            |  |  |    | 經銷商  | 販賣會議、產品訓練、現地查核、線上課程、召回           | 不定期                |   |   |                            |  |
|          |            |  |  |    | 供應商  | 電話訪談、定例會議、現場查核、稽核評價              | 不定期 (1 年至少 1 次)    |   |   |                            |  |
| 氣候減緩行動   | 305<br>201 | 豐田環境管理系統、ISO14001、ISO14064   | 正面實際<br>1. 實踐集團碳中和，建構淨零藍圖<br>2. 集團實施減碳、減廢行動計畫      | -  | 股東   | 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 1 次、1 年 4 次或不定期 | 設定碳排減量 3%/ 年目標                                    | 降低 9% 碳排 (vs2019 年)                                     | 2025 年降低 18% 碳排 (vs2019 年) |   |
|          |            |  |  |    | 員工   | 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                |   |   |                            |  |
|          |            |  |  |    | 客戶   | 電視 / 平面廣告 / 新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件 | 不定期                |   |   |                            |  |
|          |            |  |  |    | 經銷商  | 年度報告書、永續報告書、發文                   | 不定期                |   |   |                            |  |
| 人力資源與包容性 | 405        | 1. 舉行勞資委員會<br>2. 員工滿意度調查   | 正面實際<br>1. 企業文化及向心力營造<br>2. 打造和諧、有活力的工作環境          | -  | 員工   | 勞資委員會<br>員工滿意度調查                 | 1 年 4 次<br>1 年 1 次 | 嚴格遵守相關法律規定  | 無發生重大勞資缺失事件   | 無發生重大勞資缺失事件                | <br> |

| 重大主題      | GRI 主題     | 政策 / 承諾  | 衝擊說明  |    | 議合對象            | 議合管道   | 議合頻率          | 專案 / 行動                      | 績效指標  | 目標          | 連結 SDGs   |
|-----------|------------|--|---|----|-----------------|--|---------------|------------------------------|---|-------------|---|
|           |            |  | 正面  | 負面 |                 |  |               |                              |   |             |   |
| 職涯培訓與教育訓練 | 404        | 1. 工作中的學習發展 (OJT 工作指導訓練 / 部門輪調)<br>2. 教育訓練課程 (新人教育訓練 / TOYOTA 原廠企劃力訓練等)<br>3. 自我學習發展 (外語學習補助 / E-Learning+ 數位學習平台 / 全員讀書會) | 正面實際<br>確立「全方位」發展政策，培育出具備「專業」、「創新」及「超越」之全方位人才 | -  | 員工              | 新人教育訓練<br>儲備主管 / 員工教育訓練課程<br>線上教育資源                              | 一年 1 次<br>不定期 | 1. 舉辦豐富教育訓練課程<br>2. 提供員工學習資源 | -   | -           |    |
| 人權與勞資溝通   | 410<br>412 | 1. 制定「和泰汽車員工行為準則」<br>2. 舉行勞資委員會，檢視勞資溝通狀況   | 正面實際<br>建立尊重人權、不容許歧視及侵害之安心職場環境                | -  | 員工              | 勞資委員會  | 一年 1 次        | 嚴格遵守相關法律規定                   | 無發生重大人權缺失事件   | 無發生重大人權缺失事件 |    |
| 職業安全與健康   | 403        | 1. 導入 ISO45001 職業安全健康管理系統與相關認證<br>2. 建立「集團職業安全衛生資料庫」<br>3. 舉辦健康促進活動  | 正面實際<br>透過職安作為，打造令人嚮往之優質職場，讓工作者在安心健康的職場舞台發光發熱 | -  | 員工              | 健康促進活動   | 不定期           | 嚴格遵守相關法律規定                   | 無發生重大職安缺失事件   | 無發生重大職安缺失事件 |    |
| 社會公益活動    | 413        | 1. 公益專案推展 (如原夢國家隊、原生動物守護計畫、公益夢想家、量產幸福 移動公益等)<br>2. 推行集團志工活動，透過每年 1 日志工假鼓勵同仁以自身力量回饋社會                                       | 正面實際<br>投入公司資源與人力，以實際作為幫助社會弱勢，提升公司正面形象        | -  | 經銷商<br>媒體<br>員工 | 公益專案資源共享 (如共同舉辦志工活動)<br>舉辦公益記者會，傳遞永續理念與價值<br>舉行志工活動，以利同仁了解公司公益活動 | 不定期           | 持續舉辦公益活動並擴大影響力               | 1. 公益專案捐贈項目<br>2. 公益影響力廣宣觸及人數<br>3. 專案成果於永續委員呈報委員檢視 | 取得永續公益相關獎項  |              |

為加強公司對利害關係人權益之重視，及配合公司治理的精神與遵守企業社會責任實務守則規範，永續發展委員會每年將彙整前年度之「利害關係人溝通情形」於董事會進行報告，2023 年鑑別結果預計於 2024 年年底董事會報告。2023 年和泰汽車報告內容彙整如下：

### 報告摘要

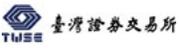
|   |  |
|---|--|
| <br><b>顧客安全</b>      | <br><b>顧客隱私保護</b>     |
| 說明產品的安全考量、針對顧客期望提供對策並轉知建議   | 揭露完整顧客管理成果並說明隱私權政策   |
| <br><b>產品與服務品質</b>   | <br><b>品牌管理與行銷</b>    |
| 定期向員工傳遞產品資訊與進行人員考核與訓練，針對顧客期望提供對策  | 品牌形象與定位、行銷費用與策略、績效衡量指標及調查、網路與媒體評鑑、淨推薦值指標、產品召回的處置等  |
| <br><b>職業安全與健康</b> | <br><b>人力資源與包容性</b> |
| 於工作場所確保員工身心健康之措施，以預防工作造成之傷害和疾病。   | 在組織內確保多元性、公平性和平等對待，以最大程度發揮員工的潛力，促進組織成功   |

## 1.5 外部組織參與

和泰汽車積極參與產業與永續相關外部公協會組織，除了有助於本公司更好地理解市場趨勢、技術創新和行業最佳實踐，從而提升企業競爭力外，亦能與產業內、外的其他公司建立更緊密的合作關係，促進資訊的共享與交流。

| 外部組織名稱         | 職務 |
|----------------|----|
| 中華民國三三企業交流會    | 會員 |
| 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 |
| 中華民國東亞經濟協會     | 會員 |
| 台灣董事學會         | 會員 |
| 台灣企業永續研訓中心     | 理事 |

## 1.6 2023 年獲獎與榮耀

| 榮譽   | 說明   | 頒獎單位   |
|--|--|--|
| 和泰汽車獲 <b>2023 年「TCSA 台灣企業永續獎」</b>                        | 連續 <b>8</b> 年獲獎                                    | <br>台灣企業永續研訓中心<br>Center for Corporate Sustainability                         |
| 和泰汽車獲 <b>2023 年「天下永續公民獎」</b>                             | 連續 <b>9</b> 年獲獎<br>(連續 4 年入圍前 <b>20</b> 名)         |   |
| <b>TWBA 台灣生物多樣性獎【營利事業組 - 銅級】</b>                         | 首次獲獎   | <br>台灣企業永續獎執行委員會<br>Taiwan Corporate Sustainability Award Executive Committee |
| 台北金鵬微電影展《大自然媽媽》<br>【永續微電影白金獎、最佳年度永續微電影】                  | 首次獲獎   | <br>台灣永續能源研究基金會   |
| TOYOTA TOWN ACE 文藝復興三部曲獲<br>【 <b>DSA 數位奇點獎</b> 影片創意類別大獎】 | 首次獲獎   | <br>Taiwan Digital Media and Marketing Association                            |
| TOYOTA 顧客服務中心榮獲<br>【 <b>2023「臺灣客服中心評鑑」</b> 金獎】           | 首次獲獎   |   |
| 和泰汽車獲 <b>2023 年「臺灣服務業大評鑑」</b> 金獎                         | 連續 <b>9</b> 年獲獎                                    |   |
| 第 <b>10</b> 屆公司治理評鑑 <b>6~20%</b>                         | 過去 <b>4</b> 次 (第 3,4,5,7 屆)<br>獲全上市公司排名前 <b>5%</b> | <br>臺灣證券交易所   |



CROWN



02

感動客戶

Customer Services

**97.9%**  
近四年平均零件  
供應率

**蟬聯 22 年**  
台灣車市銷售冠軍

**5 星評等**  
Corolla Cross、Corolla Altis、RAV4  
獲交通部臺灣新車安全 5 星評等

**超過 9.7 分**  
TOYOTA 2023 年  
客戶滿意度 (滿分 10)



連續 22 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。



### 樂在 TOYOTA 概念

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」的生活用車

每年舉辦顧客滿意教育課程，並建立（Customer Service，簡稱 CS）認證講師制度，導入全員 CS 線上教育資源等，激發全员的顧客服務精神

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、每月透過調查檢視成果

TOYOTA  
SSI / CSI

每年設計顧客滿意推動發展主軸與專案，並邀請經銷商共同執行展開

全員顧客滿意文化塑造

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）

未來，和泰汽車將會持續秉持「樂在 TOYOTA」的精神，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，提升員工滿意度；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，提升與顧客滿意度。

## 歷年服務文化與策略

### 2014~2016 Only for YOU

#### 2014 《CS文化塑造》

建構High 5 高績效團隊

#### 2015 《看見信賴》

建構展現關懷的信賴團隊

#### 2016 《啟動關鍵》

建構傳遞幸福的共好團隊

■ 鞏固CS (Customer Service) 文化

■ 強化思維、健全制度、樂在工作

■ 員工滿意 → 客戶滿意 (人才培育)



### 2017~2023 樂在TOYOTA

TOYOTA的幸福文化 → 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

#### 2017 《精神紮根》

強化員工與顧客的體驗

#### 2018 《發展特色》

定義CS職能及關鍵行為

#### 2019 《鞏固成效》

CS核心價值形塑與推動

#### 2020 《觀摩學習》

持續同/異業標竿學習

#### 2021 《持續優化》

內外部客戶體驗升級

#### 2022 《激發動力》

刺激創意提升榮譽/成就感

#### 2023 《深化重視》

ES改善落實與資訊交流

### 全台經銷商投入參與及支持 + 持續推進多元專案活動

【星光聯盟選拔】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

【摘星計畫】綜合評比ES(Employee Satisfaction)/CS(Customer Satisfaction)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

### 持續TOYOTA 在地No.1

## 2.2 顧客關係管理

### 2.2.1 用心傾聽顧客聲音

和泰汽車以「樂在 TOYOTA」的服務理念，打造「顧客第一」的服務目標，以顧客的權益為前提，讓顧客與 TOYOTA 每一次的接觸，都充滿溫馨與感動。

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，經由標準化的管控機制，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，以系統性的管理流程，持續強化顧客服務品質，拉近與顧客的距離。

為因應顧客使用網路的需求增加，TOYOTA 於 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)；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；為了更進一步提升顧客使用體驗及便利性，2022 年 11 月導入同業首創之智能客服語音輸入，透過先進的語音辨識功能結合 AI 智能客服，提供更便利的查詢服務；2023 年 7 月導入 AI 儀錶板燈號辨識服務，車主可即時查詢儀錶板燈號，協助車主立即理解車輛狀況，提升客戶用車體驗與用路安全；同年，TOYOTA 顧客服務中心透過深刻理解顧客需求、用心聆聽建議並有效解決問題的流暢服務設計，榮獲第二屆「臺灣客服中心評鑑」金獎肯定。Lexus 亦於 2020 年導入智能客服，後續更導入 Smart Center，透過與 LEXUS LINK 智能車載系統的結合，從被動接受顧客聲音，轉為主動提醒顧客須留意事項。

## 顧客意見回饋管道

車主的心聲始終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、網路問卷等)、APP、Line 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。

### 顧客意見回饋管道

|                 | TOYOTA   | Lexus  | HINO   |
|-----------------|--|--|--|
| 24 小時顧客服務中心服務電話 | 0800-221-345<br>(02) 5599-7299   | 0800-036-036   | 0800-522-567   |
| 官網              | www.toyota.com.tw  | www.lexus.com.tw   | www.hino.com.tw  |
| 電話訪問            | <ul style="list-style-type: none"> <li>全數撥打</li> <li>SSI 對象：交車滿 7 日車主</li> <li>CSI 對象：車主結帳離廠隔日起，陸續以 APP 或簡訊發送問卷，關懷車主服務滿意度與用車狀況。若未回覆問卷，才會於第 7 日撥打服務追蹤關懷電話。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>全數撥打</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>每月 SSI / CSI 電訪各抽樣 80~100 件，網路問卷抽樣 SSI 300 件、CSI 500 件。</li> <li>SSI：登錄領牌新車車主，於交車時掃描 QR CODE / 或系統透過 LINE@ 與 Hi HINO APP 發送連結專屬 SSI 網路問卷</li> <li>CSI：每月針對回廠顧客先以 LINE@ 與 Hi HINO APP 發送網路問卷關懷已結帳離廠車主，若車主未填寫問卷，另撥打電話追蹤關懷。</li> </ul> |
| 紙本與網路問卷         | <ul style="list-style-type: none"> <li>每月隨機抽樣寄送網路問卷調查服務滿意度</li> <li>新車交車車主 (每季抽樣 10,500 件)</li> <li>入廠保養維修車主 (每季抽樣 40,000 件)</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>每月抽樣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。</li> <li>SSI 對象：新車交車 3 個月內車主 (每次抽樣 1,000 件)</li> <li>CSI 對象：結帳出廠 3 個月內車主 (每次抽樣 2,000 件)</li> </ul> |  |
| APP/Line        | All-in-One 行車生活服務 APP「My Toyota」<br>   | All-in-One 行車生活服務 APP「Lexus Plus」<br>   | LINE@「Hi HINO」<br>  |

## 客戶反應處理

和泰汽車持續透過 VOC 情報分享機制，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。於各項客戶反應類別中，以諮詢類為多數。

### 2023 年 VOC 來源統計

| VOC 來源           | TOYOTA | Lexus | HINO |
|------------------|--------|-------|------|
| 電話               | 18%    | 71%   | 65%  |
| 官網 (智能客服 + 網路信函) | 80%    | 19%   | 1%   |
| 電訪、郵訪、線上問卷等      | 2%     | 10%   | 34%  |

### VOC 來源 執行單位

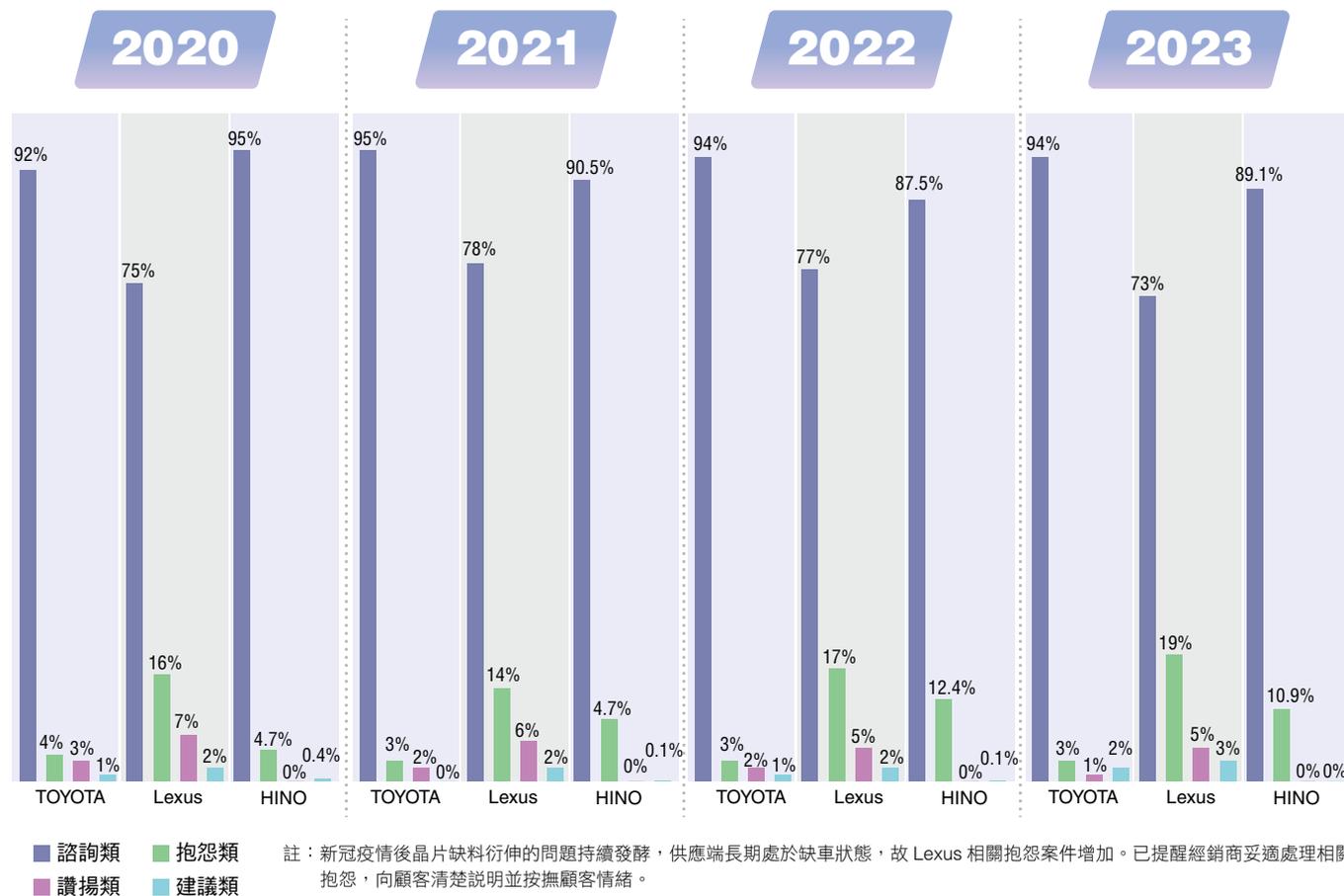
|    |  |
|----|--|
| 電話 | TOYOTA 及 Lexus 顧客服務單位<br>HINO：商用車技術教育室 |
|----|--|

官網 (智能客服 + 網路信函)

電訪、郵訪、線上問卷等

除 TOYOTA 之電訪為經銷商執行，其餘委託外部單位進行

### 顧客反應類別之比例



註：新冠疫情後晶片缺料衍伸的問題持續發酵，供應端長期處於缺車狀態，故 Lexus 相關抱怨案件增加。已提醒經銷商妥適處理相關抱怨，向顧客清楚說明並按撫顧客情緒。

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。

和泰汽車透過包括電訪、郵訪等不同形式的顧客滿意度調查，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。2023 年各項顧客滿意度調查結果均符合當年度目標設定值。多年來我們深耕顧客滿意認知教育，以員工滿意為基礎，透過由上而下的高層參與及由下而上的現場即時改善，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        | 2020 | 2021 | 2022  | 2023  | 2023 目標 |
|--------|-------------|------|------|-------|-------|---------|
| TOYOTA | SSI 電訪 (成績) | 9.8  | 9.8  | 9.8   | 9.8   | 9.8     |
|        | CSI 電訪 (成績) | 9.7  | 9.7  | 9.7   | 9.7   | 9.7     |
| Lexus  | SSI (落實度)   | 99%  | 99%  | 99.6% | 99.8% | 95.0%   |
|        | CSI (落實度)   | 99%  | 99%  | 99.2% | 99.1% | 95.0%   |
|        | SSI (滿意度)   | 991  | 990  | 992   | 995   | 980     |
| HINO   | CSI (滿意度)   | 984  | 986  | 987   | 988   | 975     |
|        | CSI (滿意度)   | 96.1 | 95.8 | 95.4  | 96.0  | 93      |
|        | SSI (滿意度)   | 98.3 | 98.2 | 99.1  | 99.2  | 95      |

調查方式說明

#### 一、TOYOTA

- SSI 電訪 (成績)：整體 TOYOTA 營業所之滿意度之分數平均，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。
- 調查對象為針對回廠保養顧客進行修畢關懷。

#### 二、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。
- 調查對象涵蓋全客戶。

#### 三、HINO：

- CSI 線上問卷及電訪問卷：整體 HINO 服務廠之滿意度分數平均，滿分為 100 分。
- SSI 線上問卷及電訪問卷：整體 HINO 營業所之滿意度分數平均，滿分為 100 分。
- 調查對象涵蓋全客戶。

## 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，完整支援包含「即時路況」、「停車場」、「優惠好康」、「重要據點」、「交通時刻表」、「公車動態」、「道路救援」、「加油/充電站」等九大行車功能，強調「行車生活 All-in-One」概念。TOYOTA 與 Lexus 和 HINO 車主更都有車主獨享的「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。

為提供顧客更完善之數位服務體驗，2020年底導入和泰集團會員 ONE ID，從以「車」為中心轉變為以「人」為中心，透過單一會員帳號即可漫遊租賃、叫車等集團相關服務。2021年底更進一步提供「和泰 Pay」、「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，並攜手中信推出「中國信託和泰聯名卡」，提供更多元的點數回饋方案，為集團數位轉型之重要里程碑。為擴大和泰 Points 的使用情境，「HOTAI 購」線上商城於 2022 年中開台營運，滿足了和泰會員全方位生活需求。2022 年 5 月起，HINO 亦導入「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，以及不定期推播客戶服務或品牌相關訊息等功能，未來將更新增商用車車主行車必備的科技執法及日常生活一快速查找的功能，各項功能同步串連到 Line，提供車主更便捷的使用體驗

2023 年，和泰新推出旅遊規劃 APP「去趣」，除持續深化串接集團各移動服務，打造 MaaS 移動服務生態系外，也祭出機票、住宿查詢及預訂功能，滿足各種旅遊需求，成為旅遊規劃首選 APP。未來和泰汽車也將持續致力於提供社會更多元、便捷、安全的行車體驗及移動服務，落實企業社會應盡的責任，樹立標竿企業的典範。



近年來，和泰集團積極推展 MaaS (Mobility as a Service) 相關服務與文化，使用單一平台整合多元運輸服務，提高交通移動便利性，期望能完美滿足每一位顧客在「移動過程」中的各種需求。



為進一步瞭解消費者對移動服務的想像與期待，和泰汽車於 2022 年開始規劃 MaaS 黑客松活動，首屆以「結合智慧科技與共享經濟」為主軸，除釋出內部珍貴移動服務數據外，更提供百萬總獎金為提案獎勵，成功號召全國超過 250 間大專校系及新創/大型企業共同響應組隊參賽，一起發揮無限創意並落實所學，開創移動減碳新世代。和泰汽車黃南光董事長特別親臨決賽表示，集團不遺餘力地推動台灣 MaaS 成長發展，期盼藉由提供商業數據與競賽的舞台，讓年輕世代對移動服務有更深一層的了解外，更輔以工作坊 20 位頂尖業師團 1 對 1 指導，協助團隊淬鍊數據價值與優化提案，以實際的行動培育在地青年學子，盡情發揮創新思維與正向力量，為國內打造兼顧環境永續、經濟又便利的智慧移動新生活，帶給台灣這片土地更美好的移動未來！。

## 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 2023 年底，已成立 92 間 TOYOTA 保修站，並累計 30 萬入站台次，其中顧客滿意度達 97%，且 97% 顧客願意再次入站。

## 2.2.2 顧客關係維護

為因應現今汽車產業的轉型，已由傳統製造業進化為汽車服務業，據此，與顧客建立正面與密切的關係，贏得顧客的信賴，才是汽車產業的重要根基。我們透過主動的用車關懷舉措、舉辦多元化的顧客關係活動等，希望從生活中貼近顧客，更透過數位媒介與顧客產生連結，與顧客產生更即時的互動模式，展現「+think Amazing」的專業服務與熱忱。

### HINO

#### 販賣人員

交車後 3 日內致電顧客：  
關懷用車情形

#### 販賣主管

交車後 7 日內致電顧客：  
關懷用車情形  
了解交車執行狀況  
鼓勵千公里首次回廠定保

### Lexus

#### 主動 Call out

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

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

#### 業務代表拜訪

針對 Lexus 車主進行主動邀請及聯繫，對於近 5 年購車之車主，每年贈送生日禮。

#### 顧客關係活動

和泰汽車與經銷商不定期舉辦諸如職人工藝、美食旅遊、藝文賞析、運動健身等多元類型車主活動，除了維繫與車主的互動關係，也透過活動後的問卷分析，了解顧客對活動的喜好與建議。

#### 季刊雜誌

於每期 LEXUS 雜誌後附問卷，定期調查車主（約 17 萬位）對章節的喜好程度，以提供更符合車主興趣之議題內容。

#### 購車及交車關懷

在車主受訂後資料即匯入訂單 1-follow 系統，由營業所主管進行電話關懷與訂單資料確認。

依客戶需求提供客製化交車服務，提升交車體驗滿意度

為關懷新車車主交車後之用車情形，於交車第 1 天利用 APP 推播、第 3 天寄發關懷簡訊，了解顧客滿意度，若未填回則於 7 天後進行電訪關懷，確保滿意之購車體驗。

#### 保有車主用車關懷

針對 TOYOTA 車主進行用車、續保、定期保養、驗車提醒... 等訊息溝通。

另於車主回廠保養維修後，第 3 天和第 5 天寄發關懷簡訊，若未填答則於 7 天後致電關懷，以確認車主回廠體驗。

#### 多元顧客關係活動

和泰與經銷商不定期舉辦多元類型車主活動，

如：親子手作 DIY、家庭健康講座、環保公益活動、數位社群互動、小小技師體驗營、節慶同樂會、客休室數位體驗活動...等。

增進與車主的互動及傳遞環保觀念，除提升品牌服務外，同時維繫車主關係。

### 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。

2023 年 TOYOTA 實施 1 項受影響台數共 8,053 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。

#### 案件名稱

C-HR 高壓燃油泵點檢 / 更換

#### 應召回車輛數 (台)

8,053

## 2.3 產品設計與生產

### 2.3.1 導入適切產品—兼具環保及便利的油電複合車

和泰汽車向來重視顧客需求，於導入商品及相關零件前，會先藉由新車購買者研究（New Car Buyers Study，簡稱 NCBS）資料庫，來了解新車購買者的趨勢、需求、行為與背景資料，並在車輛上市前及商品上市初期，即分別與供應商溝通、以及與經銷商進行訪談，透過傾聽來了解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，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調整商品設定。

近年來，隨著環保意識的提升伴隨而來消費偏好的改變，電動化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電動化車型，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。

#### 電動化車款銷量

單位：台

| 年度     | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| TOYOTA | 21,671 | 29,708 | 29,739 | 29,533 |
| Lexus  | 5,747  | 6,423  | 6,036  | 12,648 |
| HINO   | 25     | 4      | 6      | 34     |
| 合計登錄   | 27,443 | 36,135 | 35,781 | 42,215 |



## 2.3.2 提升產品安全性能

和泰汽車將人身安全放在首位，人人安全、無交通事故傷亡的社會就是我們的目標，我們具備了整合的安全管理概念，透過安全碰撞試驗、駕駛模擬機、安全測試用人體模型的輔助，希望大幅提升產品的安全性能。旗下各品牌車型車款並導入各項主被動式防護系統、安全駕駛輔助系統、煞車／懸吊系統、高剛性車體設計等，並持「安全為先」的理念，提供最完善的主被動全方位安全防護。

若發生影響車主使用產品安全之事件，和泰汽車將主動聯繫車主，並提供解決對策，以求妥善處理。和泰汽車販賣之車輛皆符合原廠及政府之安全法規，以確保使用者安全，同時廢棄車輛處理亦依照政府規範處理。2023 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。

### 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，和泰汽車旗下的所有車輛均通過法規要求之前方與側方撞擊測試。
- 在 2023 執行之臺灣新車安全評等中 (Taiwan New Car Assessment Program，簡稱 TNCAP)，TOYOTA 旗下車款，包含 Corolla Cross、Corolla Altis、RAV4 更獲得主管機關之五星評等，顯現相關車型碰撞前及過程中，可提供乘員與行人優秀的安全防護能力。

### 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。

## 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 Cross 與 Corolla Altis 全車系標配 TSS 系統與 7 氣囊，Sienta、Yaris Cross、Vios 與 Town Ace 亦搭載 TSS 系統；進口車部分，也於 RAV4(汽油 / 油電)、Camry(汽油 / 油電)、C-HR、Corolla Sport、Prius PHEV、Prado、Alphard、Sienna、Hilux、GR Supra、CROWN 等車型全車系標配 TSS 系統與 7 氣囊 (含以上)，總計共 17 款車型，全方位守護乘員安全。

## Lexus

- 以豪華車著稱的 Lexus，其靜肅性與安全始終備受肯定。截至 2023 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。
- 電動化車款 (Electrified Vehicle) 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，5 噸以上車型並加裝視野補助裝置及防捲入裝置，強化車輛運行安全性。巴士方面，RM 車型配備後軸寬幅式懸吊系統，提供優異的行駛穩定性，並配備 PCS、LDWS、ACC、VSC 等先進主動安全系統，為每次移動過程提供完整安全守護。

### 2.3.3 管控車種導入風險

和泰汽車始終堅持提供最好的產品與服務，為提供最高品質的車輛，並確保顧客的權益，我們建立了完整的管控制度，確保新車的品質，以提供顧客零缺點的新車品質為目標，取得顧客的信賴與滿意。

#### 全面投保待售新車保險

為確保新車下線到顧客手中傳遞過程的安全，降低風險並提高品牌形象，已率同業之先投保新車保險，包括竊盜險、第三人責任險、零件險及颱風險，投入費用平均每年達新台幣 1,200 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，都有標準的品質驗收機制。以確保每一輛新車，從工廠到整備中心，到各經銷商之營業據點，最後交付到車主手上，均能保持完美無瑕疵。
- 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。
- 新車物流作業品質現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。



### 2.3.4 確保零件供應時效與品質

為了保障顧客的用車權益，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體系，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；藉由零件資訊系統提供之精確資訊，為全臺共有 267 個綿密的服務維修據點，提供最完整的零件供應服務。2020~2023 年零件供應率平均為 97.9%。

1

服務資訊整合系統，全台系統連線，即時查詢顧客相關紀錄

2

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

3

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

4

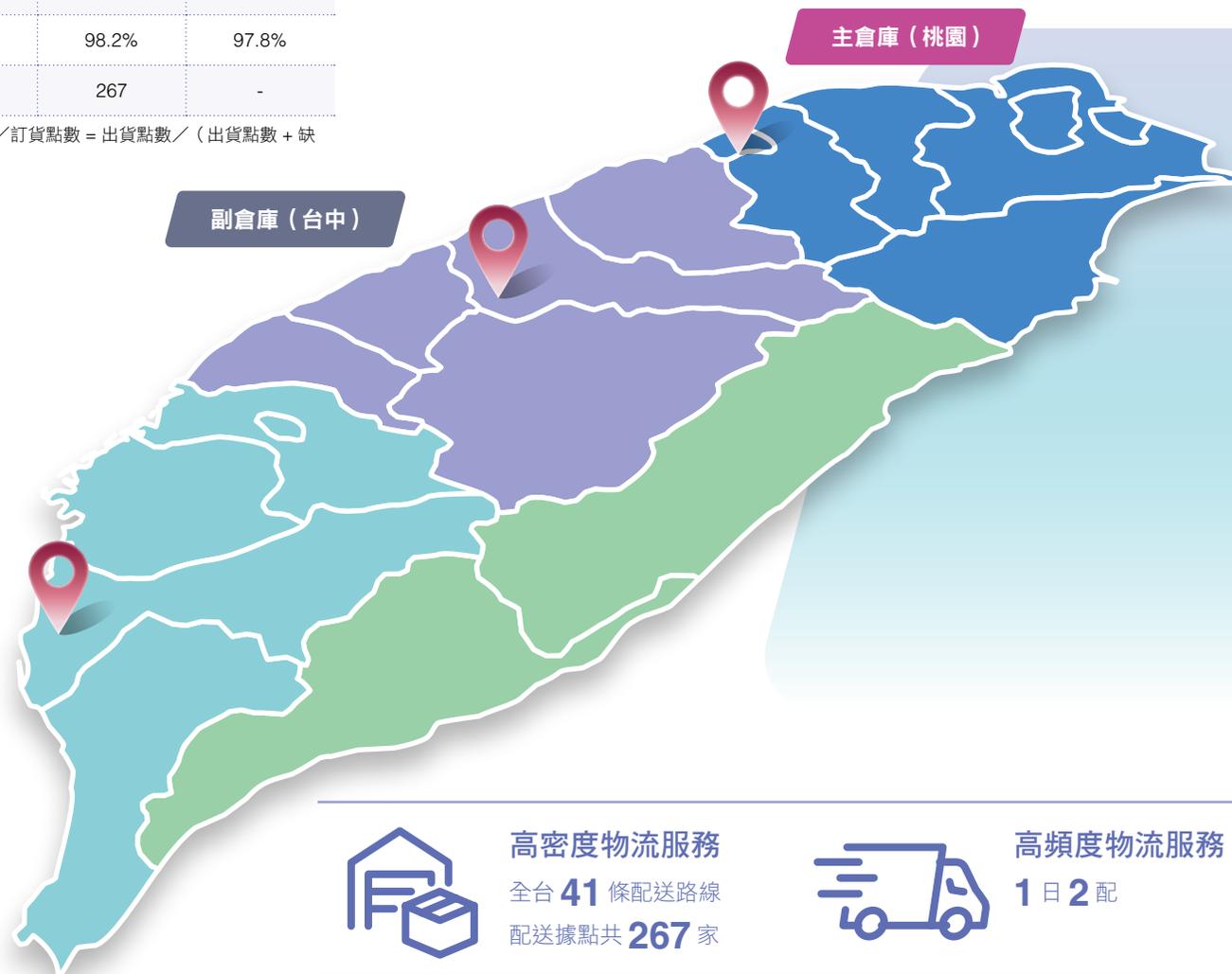
透過IPAD進行鈹噴保險勘估，使顧客可於最短時間取回愛車

| 項目         | 2020       | 2021       | 2022       | 2023       | 2023 目標 |
|------------|------------|------------|------------|------------|---------|
| 採購總單數      | 26,746     | 24,631     | 25,341     | 25,523     | -       |
| 銷貨總金額 (仟元) | 12,529,308 | 12,889,677 | 14,286,655 | 15,396,324 | -       |
| 零件供應率 (%)  | 97.6%      | 97.8%      | 98.0%      | 98.2%      | 97.8%   |
| 配送點總數      | 184        | 205        | 240        | 267        | -       |

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

和泰汽車定期採購所售車系之零組件、用品及耗材，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。

### 零件資訊系統



**高密度物流服務**  
 全台 **41** 條配送路線  
 配送據點共 **267** 家



**高頻度物流服務**  
**1日2配**





# 03

夥伴關係  
Partnerships

**台灣首家**

汽車相關產業結合經銷商  
據點全數通過 ISO 14001  
驗證的企業

**新台幣 6,410 萬元**

2023 年八大經銷商環保支出  
金額統計

**17,125 台**

全台商用車板噴巡迴服務  
車到府服務數

**16,458 人次**

商用車省油駕駛教育  
累積人次

## 3.1 經銷商管理

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。

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，為確保經銷商都能提供顧客優質服務、專業保養維修，TOYOTA 每年對經銷商人員實行 2 次技術檢定（6 月份初階人員、10 月份中高階或重考人員），也分別在上下半年各實施一次各職種技術力現地查核，此外，Lexus 也針對服務專員、技術人員實施 1 年 2 次技能檢定，並於每年第四季實施技術力抽測活動，其目的就是希望服務人員於和泰受訓後，不僅技術力提升，也可將所學運用在服務廠，解決顧客用車安全無虞；HINO 提供服務專員、技術人員定期的制式課程與年度檢定外，也另外針對技術人員實施 OJT 訓練，並於每季評核技術人員自主 OJT 狀況，確保課堂內、課堂外皆有精實的教育訓練持續精進技術力。

### 3.1.1 乘用車經銷商

和泰汽車自 1986 年起即建立 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，除了原有的 122 家 TOYOTA 維修服務據點，自 2019 年導入新型態服務據點「社區型保修站」，以更綿密的據點佈建，提供更便利、快速的原廠服務，至今已經累計成立了 92 家，合計 214 個服務據點，提供車主更便利的服務。

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。如，為檢核一線人員服務落實度，以提升整體服務品質及鞏固顧客滿意度，Lexus 持續推動神秘客查核，發掘服務流程弱勢項目，並於每半年提供成績及影片檔予經銷商，供其作為學習參考；同時，針對新車購車及回廠保養之車主寄送簡訊調查落實度，並於每月抽樣寄送紙問卷調查服務滿意度，調查結果則提供予經銷商作為改善依據。

#### 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，經銷商人員必須接受認證及通過檢核。售後服務的教育訓練課程設計，主要是根據學習地圖去規劃，透過完整的學習地圖，使各職種、階層人員接受適當教育訓練，確保服務品質、維持高顧客滿意。



### 小型乘用車售後服務教育訓練成效

| 年份             | 2020 (T)  | 2020 (L)  | 2021 (T)  | 2021 (L)  | 2022 (T)  | 2022 (L)  | 2023 (T)  | 2023 (L)  |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 梯次             | 131       | 67        | 121       | 67        | 132       | 102       | 131       | 110       |
| 人數             | 2,329     | 1,073     | 1,235     | 972       | 2,613     | 1,654     | 2,666     | 2,172     |
| 投入金額<br>(新台幣元) | 7,420,000 | 8,640,950 | 7,192,900 | 5,998,396 | 7,549,400 | 9,925,240 | 9,165,000 | 9,467,560 |

註：本公司額外要求 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。

### 乘用車感動服務活動

2023 年 9 月起，和泰為打造讓車主開心與放鬆的入廠體驗，在全台 TOYOTA 服務廠以「紓壓」為主題進行活動設計，於客休息室安裝 Air Aroma 的香氛空調，釋放 TOYOTA 專屬「普羅旺斯白茶」香氛精油，讓車主沉浸式感受香氣，自然而創造成鬆感；另外現場亦備有 OSIM 無線 3D 巧摩枕可免費使用，以及專業老師錄製的伸展與舒壓按摩的影片，讓車主於客休息室等待時可跟著老師伸展放鬆，舒適地等候愛車。

Lexus 於 2023 年推出雲端客休息室平台，提供高質感的數位知識內容，供在廠等候的顧客瀏覽；更透過 Lexus Link 提供車主更貼心的服務。即時監控車輛的引擎、電瓶、剎車、氣囊等系統，在車輛燈號異常時，主動關懷車主，並導入三方通話，在必要時直接協助車主道路救援並拖吊回原廠檢修，確保車主行車安全。



### 3.1.2 商用車經銷商

目前全國商用車經銷據點為販賣服務一體的全功能據點，提供顧客一體式解決方案 (Total Solution)。2021 年起積極導入新一代客戶休息室標準及升級軟體服務，提升來廠體驗。為進一步提升板噴服務品質，自 2021 年起逐步設置區域板噴中心，2023 年持續擴增，導入更專業及更有效率之設備，以提供更完善服務。另外也有全台巡迴服務車執行到府服務，充份體貼顧客的便利性，2023 年全年共計執行 1 萬 7,125 台到府服務，並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 5T 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。



#### 新一代客休息室導入

HINO 傾聽顧客的心聲，商用車行駛里程多，進出保養廠頻率高，提供顧客高品質貼心服務。

#### 顧客休息區 環境香氛空調

Air Aroma 香氛精油  
紓緩放鬆，穩定情緒



### 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，2023 年共針對 372 人實施教育訓練。



註：HS 為 Hino Service 教育訓練系統

| 大型商用車售後服務教育訓練成效          |     |           |           |           |           |
|--------------------------|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 年份                       |     | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      |
| 梯次                       | 技術類 | 34        | 27        | 23        | 24        |
|                          | 管理類 | 1         | 2         | 0         | 0         |
| 人數                       | 技術類 | 318       | 391       | 352       | 372       |
|                          | 管理類 | 15        | 11        | 0         | 0         |
| 經銷商教育訓練投入金額<br>(單位：新台幣元) |     | 1,662,800 | 1,890,400 | 1,752,000 | 1,904,400 |

### 商用車感動服務活動

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，2023 年共舉辦了 99 場講座，參加人次達 1,190 人，自 2008 年開辦起至 2023 年參與人次累計達 1 萬 6,458 人次，除 2022 年因新冠疫情影響停辦，近四年參與人次如下：

| 年份       | 2020  | 2021  | 2022 | 2023  |
|----------|-------|-------|------|-------|
| 省油技巧講座場次 | 138   | 82    | 未舉辦  | 99    |
| 參與人次     | 1,860 | 1,297 |      | 1,190 |

## 3.1.3 經銷商技術與服務教育訓練

### 經銷商技術教育訓練

和泰汽車致力與經銷商發展夥伴關係，在雙方的齊力合作下，共同提升服務品質。我們提供經銷商完整的技術教育訓練，包括一般整備人員訓練、板噴人員訓練、服務專員訓練及販賣人員訓練；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。

- 有效率的訓練計畫。
- 善加利用廠家之教育訓練教材及技術。

- 提高服務廠生產力。
- 員工可依不同課程階段性學習。



- 主管給予適當評價，使員工可獲得清楚的學習目標。
- 有效提升員工思考邏輯能力。

- 於各服務廠維修，皆能獲得確實及迅速的服務。
- 降低重修案件。

## 一般整備人員訓練

TEAM-GP (Toyota Education And Management system-Global Program, 下稱 TEAM-GP) 技術人員教育為 TOYOTA 養成一般整備技術員技術服務的教育訓練系統和四個檢定等級。

### 檢定等級

| 等級                     | 各等級技術員需求技能 |   |
|------------------------|------------|---|
| GP-G1<br>(DMT 高級檢診技術員) | 知識         | <ul style="list-style-type: none"> <li>整合性診斷</li> </ul>   |
|                        | 實作技能       | <ul style="list-style-type: none"> <li>信號及控制檢診</li> <li>NVH 檢診及維修</li> <li>跨系統檢診</li> </ul>                                     |
| GP-G2<br>(DT 檢診技術員)    | 知識         | <ul style="list-style-type: none"> <li>基本檢診：功能、各系統控制與電路迴路</li> </ul>  |
|                        | 實作技能       | <ul style="list-style-type: none"> <li>有 DTC 的故障檢診</li> <li>電路與機構檢診</li> <li>獨立系統檢診</li> </ul>                                  |
| GP-G3<br>(PT 進階技術員)    | 知識         | <ul style="list-style-type: none"> <li>車輛功能</li> </ul>  |
|                        | 實作技能       | <ul style="list-style-type: none"> <li>大修 (量測、調整、拆卸 / 組裝...等)</li> <li>根據對機構的知識、作動及目視檢查評估故障區域</li> <li>作動原理、各系統檢查與維修</li> </ul> |
| GP-G4<br>(TT 豐田技術員)    | 知識         | <ul style="list-style-type: none"> <li>豐田顧客服务理念、工作安全</li> <li>車輛基本功能 (行駛 / 轉向 / 停止), 各系統的作動與基本功能</li> </ul>                     |
|                        | 實作技能       | <ul style="list-style-type: none"> <li>定期保養與多頻度作業</li> </ul>  |

## 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。

### TEAM-GP 訓練流程



## 板噴人員訓練

板金及塗裝技術員的教育訓練可分為三個檢定等級，期許藉由此教育訓練能有效提升技術人員的專業知識與技術，並進而提高服務廠的生產力與顧客滿意度，共同創造總代理與經銷商持續成長的售後服務收益。

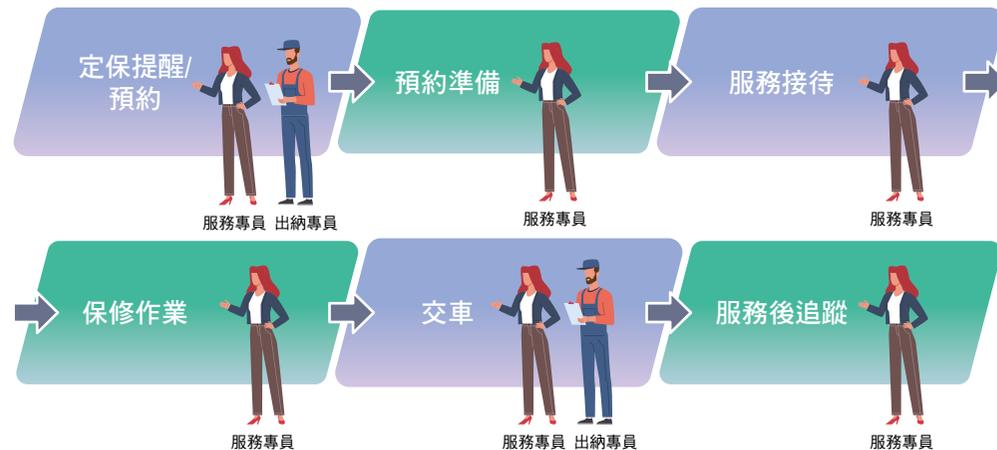
### 板噴教育體制



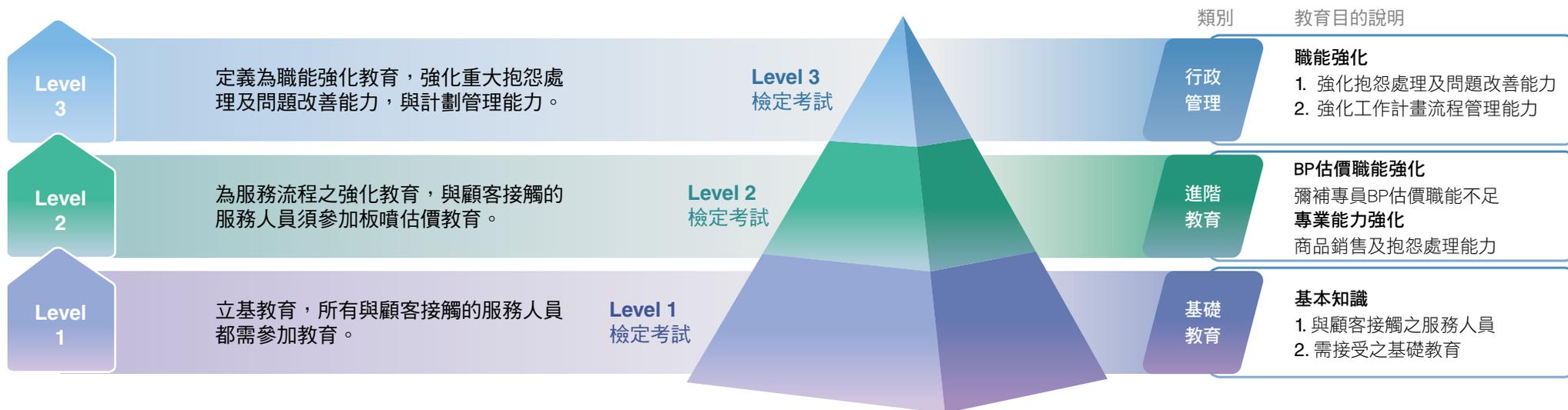
## 服務專員訓練

和泰汽車深信唯有貼心並訓練有素質的服務專員，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 原廠針對服務專員開發教育訓練計畫，以加強一線人員的專業能力和顧客關懷的技巧，以更貼近客戶，提供更優質的服務。

TOYOTA 服務教育訓練也包含服務專員的「服務專員教育體制」(Toyota Service Advisor Program, 簡稱 TSAP)，服務專員教育體制從 1991 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現。為了配合 TMC (TOYOTA MOTOR CORPORATION 豐田自動車株式會社) 全球一致的導入計畫，和泰在 2018 年 1 月正式導入 TSA 21 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 終生顧客』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)      |                  |                  |                  |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|         | 2022 (T)     | 2022 (L)     | 2023 (T)     | 2023 (L)     | 2022 (T)         | 2022 (L)         | 2023 (T)         | 2023 (L)         |
| 服務專員    | 808          | 352          | 904          | 328          | 2,003,800        | 563,150          | 3,184,000        | 7,056,00         |
| 一般整備技術員 | 880          | 488          | 856          | 504          | 3,279,400        | 1,574,200        | 3,678,000        | 1,580,000        |
| 板金技術員   | 472          | 256          | 368          | 232          | 1,264,700        | 888,200          | 1,110,000        | 730,400          |
| 塗裝技術員   | 384          | 368          | 520          | 280          | 1,001,500        | 931,000          | 1,193,000        | 754,000          |
| 合計      | <b>2,544</b> | <b>1,464</b> | <b>2,648</b> | <b>1,344</b> | <b>7,549,400</b> | <b>3,956,550</b> | <b>9,165,000</b> | <b>3,770,000</b> |

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)      |                  |
|---------|------------|------------|------------------|------------------|
|         | 2022       | 2023       | 2022             | 2023             |
| 服務專員    | -          | 128        | -                | 316,400          |
| 一般整備技術員 | 824        | 768        | 1,752,000        | 1,542,000        |
| 板金技術員   | -          | 64         | -                | 36,800           |
| 塗裝技術員   | -          | 16         | -                | 9,200            |
| 合計      | <b>824</b> | <b>976</b> | <b>1,752,000</b> | <b>1,904,400</b> |

販賣人員訓練

為確保一線人員擁有良好的販賣能力與服務品質，每年皆為經銷商規劃營業所主管及銷售顧問相關教育課程，包括所長教育、副所長教育、新進銷售顧問教育、內部講師教育等活動，使各級販賣人員皆具備應有的工作職能，以達成年度販賣目標。

因應電子商務、疫情時代來臨與顧客購車行為轉變，2021 年開始為經銷商一線人員規劃天駒戰士教育，針對網路社群與數位工具管理 / 運用舉辦基礎數位課程，2022、2023 年開設進階

數位課程，授課主題包括社群深度經營、多媒體應用、高流量社群經營心法、影片拍攝實作課程等，以提升全員數位販賣力，持續進行販賣服務數位轉型；2023 年所長、副所長、經銷商本社人員共 348 人受訓，每人完成 13 小時培訓，銷售顧問共 423 人，每人完成 7 小時培訓，合計共 771 人受訓，後續也由各經銷商的內部講師對所有銷售顧問完成轉授教育。

| 對象   | 2021  | 2022  | 2023  |
|------|---|---|---|
| 所長   | <ul style="list-style-type: none"> <li>儲備所長教育</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>所長教育</li> <li>儲備所長教育</li> <li>天駒戰士數位進階教育</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>所長教育</li> <li>儲備所長教育</li> <li>天駒戰士數位進階教育</li> </ul>                                |
| 副所長  | <ul style="list-style-type: none"> <li>儲備副所長教育</li> <li>天駒戰士數位基礎教育</li> <li>內部講師訓練</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>副所長教育</li> <li>儲備副所長教育</li> <li>天駒戰士數位進階教育</li> <li>內部講師訓練</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>副所長教育</li> <li>儲備副所長教育</li> <li>天駒戰士數位進階教育</li> <li>內部講師訓練</li> </ul>              |
| 銷售顧問 | <ul style="list-style-type: none"> <li>新進人員教育與實務評鑑</li> <li>天駒戰士數位基礎教育</li> <li>增販車種商品線上教育</li> <li>新進銷售顧問入門指南</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>新進人員教育與實務評鑑</li> <li>天駒戰士數位進階教育</li> <li>增販車種商品線上教育</li> <li>新進銷售顧問入門指南</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>新進人員教育與實務評鑑</li> <li>天駒戰士數位進階教育</li> <li>增販車種商品線上教育</li> <li>新進銷售顧問入門指南</li> </ul> |

### 3.1.4 經銷商環保績效

身為日本豐田汽車在台總代理，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 家經銷商夥伴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。同時透過評核方式，監督經銷商環境風險自我評核，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。和泰汽車每年以國際標準要求經銷商採用有效的環境管理系統減少廢棄物產生和能源使用，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、钣噴中心）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，作為管理各項溫室氣體排放源、用水及廢棄物數據登錄等之資訊蒐集平台，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。2023 年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為 307,679 十億焦耳。

八大經銷商能源耗用量

| 能源種類  | 耗用單位 | 2020       | 2021       | 2022       | 2023       |
|-------|------|------------|------------|------------|------------|
| 汽油    | 公升   | 908,641    | 834,169    | 824,450    | 756,663    |
| 柴油    | 公升   | 646,575    | 620,588    | 638,657    | 609,462    |
| 重油    | 公升   | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 潤滑油   | 公升   | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 天然氣   | 立方米  | 669,241    | 696,414    | 764,872    | 658,299    |
| 液化石油氣 | 公升   | 0          | 0          | 0          | 0          |
| 電力    | 度    | 67,032,909 | 65,689,568 | 66,230,404 | 66,566,974 |

八大經銷商能源耗用量

| 能源種類  | 耗用單位 | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    |
|-------|------|---------|---------|---------|---------|
| 汽油    | 十億焦耳 | 29,667  | 27,235  | 26,907  | 24,694  |
| 柴油    | 十億焦耳 | 22,734  | 21,821  | 22,447  | 21,420  |
| 重油    | 十億焦耳 | 0       | 0       | 0       | 0       |
| 潤滑油   | 十億焦耳 | 0       | 0       | 0       | 0       |
| 天然氣   | 十億焦耳 | 22,411  | 23,321  | 25,602  | 22,035  |
| 液化石油氣 | 十億焦耳 | 0       | 0       | 0       | 0       |
| 電力    | 十億焦耳 | 241,318 | 236,482 | 238,319 | 239,530 |
| 合計    | 十億焦耳 | 316,130 | 308,859 | 313,274 | 307,679 |

註：上表熱值轉換係數出自能源局「能源產品單位熱值表」。

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。

## 二氧化碳排放減量

八大經銷商各項能源使用產生的二氧化碳排放量以電力為最大宗，佔 88%。經銷商二氧化碳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，及公務車更換為油電 / 插電車款等。

八大經銷商二氧化碳排放量 (Toyota、Lexus)

| 能源種類      | 排放量單位      | 2020          | 2021          | 2022          | 2023          |
|-----------|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 汽油        | 公噸<br>二氧化碳 | 2,056         | 1,888         | 1,866         | 1,712         |
| 柴油        |            | 1,685         | 1,617         | 1,664         | 1,588         |
| 重油        |            | 0             | 0             | 0             | 0             |
| 潤滑油       |            | 0             | 0             | 0             | 0             |
| 天然氣       |            | 1,258         | 1,309         | 1,437         | 1,237         |
| 液化石油氣     |            | 0             | 0             | 0             | 0             |
| 電力        |            | 34,120        | 32,976        | 33,711        | 32,951        |
| <b>總量</b> |            | <b>39,119</b> | <b>37,790</b> | <b>38,678</b> | <b>37,488</b> |

註 1：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為 0.502(2020)、0.509(2021)、0.495(2022&2023) 公斤二氧化碳當量 / 度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。

註 2：排放係數資料來源為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 AR6。

註 3：統計之氣體種類為二氧化碳。

註 4：基準年為 2019 年。

註 5：以上數據為自行盤查之數據，未經過第三方認證機構查證。

## 歷年溫室氣體減量方案

2020

2021

2022

2023

- 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

- 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，遮陽降低建築溫度

- 全品牌據點強化用電設備管理（定時定溫）及使用習慣（非使用時即關閉）
- 照明設備陸續汰換為 LED 款式
- 老舊空調、空壓機、烤漆爐設備汰換，並改用變頻款式

- 照明設備持續汰換為 LED 款式
- 推動和泰 & 經銷商太陽能案場建設，全台累計達 70 座
- 公務車更換為油電 / 插電款式，降低汽油使用

## 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 30%

八大經銷商空氣污染物排放量

| 能源種類      | 單位        | 2020         | 2021         | 2022         | 2023         |
|-----------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 氮氧化物      | 公斤        | 3,050        | 3,049        | 3,246        | 2,937        |
| 硫氧化物      | 公斤        | 5,872        | 5,636        | 5,800        | 5,535        |
| <b>總量</b> | <b>公斤</b> | <b>8,922</b> | <b>8,685</b> | <b>9,046</b> | <b>8,472</b> |

註：依照環保署「公私場所固定污染源申報空氣污染防制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千立方公尺 2.243 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提供各據點填報每月耗用數字之平台，適用全體乘用車經銷商，可透過數字管理、分析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，2023 年總共回收 7,643 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 14001:2015 認證、環境教育、環保設備、環境規費與廢棄物處理。2023 年共支出約新台幣 6,410 萬元。其中廢棄物處理費用成本佔比最高；環保設備支出居次，分別為 68% 及 16%。

八大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

| 項目     | 2020       |       | 2021       |       | 2022       |       | 2023       |       |
|--------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|
|        | 支出金額       | 比率（%） | 支出金額       | 比率（%） | 支出金額       | 比率（%） | 支出金額       | 比率（%） |
| ISO 驗證 | 664,925    | 1%    | 655,470    | 1%    | 546,551    | 1%    | 581,742    | 1%    |
| 環境教育   | 2,137,911  | 3%    | 699,927    | 1%    | 2,833,852  | 5%    | 3,070,003  | 5%    |
| 環保設備   | 29,501,813 | 43%   | 24,676,975 | 39%   | 9,495,564  | 18%   | 9,986,645  | 16%   |
| 環境規費   | 4,668,328  | 7%    | 3,666,492  | 6%    | 4,929,296  | 10%   | 7,046,987  | 11%   |
| 廢棄物處理  | 31,399,705 | 46%   | 32,896,760 | 53%   | 34,023,115 | 66%   | 43,411,440 | 68%   |
| 合計     | 68,372,682 | 100%  | 62,595,624 | 100%  | 51,828,378 | 100%  | 64,096,817 | 100%  |

## 八大經銷商廢棄物回收作法

保桿 - 再製成塑膠顆粒原料

廢水箱精及廢溶劑 - 回收再利用

廢鉛蓄電瓶、廢鉛塊回收 - 再製成大型鉛塊、鉛錠

廢玻璃回收 - 再製成玻璃顆粒或透水磚綠建材

廢潤滑油回收 - 再製成再生燃料油

廢輪胎回收 - 再製成輔助燃料、橡膠製品

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

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

電瓶、平衡鉛塊汰換後可重製再生，廢電瓶的外殼粉碎後可做廢塑膠回收，廢鉛酸液可冶煉再製成鉛塊和鉛錠。

TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均將廢棄物交由合格處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。

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

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

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

## 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，期許與日本廠家及在地供應商、經銷商共同建構服務價值鏈的永續發展。

與和泰汽車於 2023 年有交易之供應商家數共計為 217 家，針對販賣活動、售後服務及公司營運管理上之業務往來供應商，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、作業時效及價格合理性等項目進行評價，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。2023 年針對供應商進行風險評核的家數計 161 家，約佔所有供應商家數的 74.2%、供應商現場稽核家數為 26 家，評核後無發現高風險項目。

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

- 和泰要求供應商尤其是具高風險作業之工程承攬商，盡可能取得國際驗證，如 ISO 45001 等
- 和泰於合約中要求供應商會善盡企業社會責任，積極致力改善公司治理，並關注社會關係及環境永續議題，以追求企業永續發展之相關要求
- 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。2023 年無解約情事，但有 1 家經評估後不符規範故不再予以合作。

#### 供應商資訊共享

- 和泰與商品供應商緊密合作，以系統管理庫存資訊，使供應存貨透明，需求端變化也能及早掌握。

#### 供應商評鑑

- 和泰每年針對交易金額 100 萬以上之廠商，對其產品 / 服務品質、專業能力、作業時效及價格合理性等項目，藉由年度的供應商評鑑，確保供應商提供的商品或服務符合和泰汽車對供應商的要求，並會將評價結果，公佈於公司內部網站，提供各業務單位參考，擇優合作。

#### 供應鏈稽核

- 和泰對一般商品採購的供應商，不定期執行現場查核工作，確保供貨品質與穩定性，一旦發現不合規範的缺失，將會與供應商討論合適的解決方案，進行改善。
- 針對裝修類、舉辦活動的供應商，亦會事先到現場監工、查核，確保工程中、活動過程中的安全性。

#### 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。

## 環保知能提升

本公司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。

為強化全體人員之環保意識，和泰針對內部、關係企業及經銷商員工（共 19 家公司）發布「ECO 特攻隊分享報」，每季分享環保新知與案例，迄今已累計發行 229 期，每季內容皆於各經銷商 FB 粉絲專頁上公開分享。

### 2023 年主題與內容

期數

226

從台灣看世界  
碳中和與國際限塑政策

主題

內容

227

TOYOTA 溫室氣體排放  
與 SBTi 減量目標

228

TOYOTA 在地環境月  
8 大經銷商活動紀錄

229

COP28 會議摘要  
經銷商碳中和推動



## 在地採購

當地採購除能增加營運所在地之就業機並促進當地之經濟發展、亦能有效降低因運輸過程中的碳排放以降低對環境的負面衝擊。和泰汽車 2023 年之在地採購比例為 39.66%。未來，我們將搭配營運方向，持續朝向建立適當的採購及供應網絡，提升在地採購比例。

| 年度         | 2020  | 2021  | 2022 | 2023  |
|------------|-------|-------|------|-------|
| 在地採購比例 (%) | 36.66 | 43.98 | 46.5 | 39.66 |

註 1：在地採購比例 = 車輛及國內採購金額 / 車輛及零件之國內、外採購金額

註 2：2021 年及 2022 年受疫情影響，在地採購比例較高

## 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 39 年，迄今累計生產台數 364.8 萬台，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 67.8 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。

## 國瑞企業永續作為

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，至 2023 年共累計生產近 12 萬台；2021 年獲得桃園市政府空污減量績優獎及綠色採購績優獎，於 2022 年榮獲經濟部節能標竿獎銀獎。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 CO<sub>2</sub> 零排放的願景目標，以善盡地球公民之責。

### AFC 智慧儲能案場啟用



國瑞汽車持續透過【節能】、【創能】、【儲能】三個面向的整合以落實能源安全、資源循環及永續發展之經營方針，並達成台灣 2050 淨零碳排的目標。

國瑞汽車身為台灣第一大汽車製造廠及用電大戶的社會責任，長久以來結合衛星廠商及相關產官學研機構的寶貴意見，積極推動日常省能源活動及導入低耗能的革新生產技術來達到【節能】的效果。

於創能部分，國瑞汽車自 2010 年起積極推動再生能源的建置，並配合母廠 TOYOTA 提出的「挑戰 2035 年工廠達到碳中和」目標，計畫投入 10 餘億元經費於 2030 年之前在廠內建置 25MWp 的太陽能發電裝置，利用大自然的太陽光達到【創能】的效果來低減碳排放量抑制地球暖化。

此外，國瑞汽車於 2022 年 8 月 5 日正式加入台灣電力公司的調頻備轉輔助服務，協助台電穩定電網。在案場建置 4.2MW AFC 儲能設備，採用 dReg0.25 一級效能可於 1 秒內快速反應，主動偵測電網頻率、配合台電進行充放電作業。在政府大力發展再生能源的過程中，需要依靠【儲能】設備來安定電力品質及強化電網韌性。

### 淨灘活動



自 1998 年起國瑞汽車結合協力廠商的力量，一起響應淨灘活動，並邀請員工及家人熱情參與。累計 9 場次，超過 2,940 人參與。2023 年持續舉辦淨灘活動，清理出近 500 公斤的一次性塑膠垃圾（含寶特瓶），創造美好台灣環境。

配合國瑞汽車今年環境活動主題「循環經濟」，活動主辦單位準備兩樣精美的環保小物送予參與這次淨灘活動的環境志工們。分別為 100% 寶特瓶再製環保帽以及以車輛生產用的超高張力鋼板廢料再製而成的 SDGs 徽章。讓原本回收價格較低的廢棄寶特瓶、鋼板廢料能夠透過循環再利用、提升價值，並將環保小物從「實用、好用」角度帶入志工的生活中，希望能拋磚引玉激發更多廢棄物再生利用的創意發想。

國瑞汽車希望未來能藉由持續推動淨灘活動及促進人們環保意識的改變，使這些海洋殺手 - 塑膠垃圾不僅僅是能減少，更能被賦予新的環保使命，透過產品設計改良、發展再生利用的商業模式，達到資源永續循環利用，讓這些人造垃圾徹底從海洋生態環境中消失。

### 地域貢獻



自 2002 年開始，對緊鄰國瑞中壢廠的內定國小，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、提供畢業獎金（品）以鼓勵優秀學子，達到敦親睦鄰目的，共累積捐贈新台幣 396 萬元。且自 2022 年起與內定國小合作，提供國瑞汽車在安全、生產、環境等相關專業知能給老師活用與設計教材，並開放廠內相關設施作為內定國小教學場所。2023 年開始，亦對緊鄰國瑞觀音廠的樹林國小，捐贈新台幣 12 萬元，以充實學校的教育設施、強化社團活動、提供畢業獎金（品）以鼓勵優秀學子，達到敦親睦鄰目的。

### 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，23 年來，已累計頒發獎學金給 2,789 名優秀學子，累計捐贈的學金總額達新台幣 2,589 萬元；此外，2023 年我們除了延續擴大增設技能交流學校與技職汽修科系學生名額與「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，提升技職學校教學設備。2023 年配合和泰集團關懷原住民，結合集團內部力量，給予原住民支援協助；國瑞獎學金增設清寒原住民獎學金 20 名，共新台幣 20 萬元，並贊助偏鄉原住民教育支援，提升弱勢學生學習環境，提供軟硬體改善經費，計新台幣 20 萬元。

累計捐贈車輛與重點零件



小型車試作車

96 台



小型車引擎 161 個



小型車變速箱 98 個



大型車試作車

16 台



大型車引擎 6 個



大型車變速箱 6 個





# 04

誠信經營

Integrity Management

**100%**

董事會及各功能性委員會  
平均出席率

**2席**

女性董事，落實董事  
會性別多元化

**台灣首家**

汽車業界均通過 ISO 27001 認證  
的汽車經銷體系總代理及經銷商

**100%**

年度遵法指南  
教育訓練涵蓋率



成立迄今已 77 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

和泰汽車董事會為本公司最高治理單位，依公司章程規定，設置董事 13 至 15 人，其中獨立董事 3 人，任期為三年，連選得連任；本公司董事長未兼任高階經理人職務、獨立董事連任均未超過三屆。目前董事提名與遴選準則尚無納入 ESG 衝擊管理能力，但現行董事之一已在其經營事業上積極推動環保相關事項，未來董事提名將考量納入永續相關指標。

本公司董事與獨立董事提名與選任方式如下：

### 董事選任

本公司章程規定，本公司董事之選舉採候選人提名制，另依公司法 192-1 條之規定，持股達 1% 以上之股東得於提名期間內，以書面向本公司提出候選人名單。

### 獨立董事選任

考量和泰未來發展趨勢，由和泰退休員工、專業人士及產官學界熟悉產業現況及未來趨勢之人士擔任，另依公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法第 5 條第 4 項之規定，被提名為**獨立董事**之候選人應檢附相關證明文件，是否符合獨立性。

股東會依公司法規定，就董事候選人名單中選任之，提名人選經 3 月董事會審議通過後，事務局蒐集被提名人應檢附之相關資料 ( 姓名、學歷、經歷 ) 向公司提出，完成提名作業，再提報 5 月股東會的選舉案。

和泰汽車 2023 年已召開 8 次董事會，董事平均出席率達到 100%。為提升公司治理效能，本公司全體董事皆已符合「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」之規範，董事進修平均時數為 8.29 小時，高於法令規定之 6 小時時數，課程內容涵蓋公司治理、永續發展、風險管理及數位科技趨勢等，詳細董事進修情形，可參閱本公司年報。董事會重要決議情形請參見和泰汽車官網 / 投資人關係專區。

### 4.1.1 董事成員多元化

為有效發揮董事會效能並提升董事會決策品質，和泰汽車於「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。2023 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 ( 蘇純興總經理及長沼一生執行副總經理 )，佔比為 14%，女性董事 2 位，佔比為 14%。51~65 歲董事有 4 位，66 歲 ( 含 ) 以上董事有 10 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，董事會整體已具備營運判斷、經營管理能力、危機處理、領導與決策等能力，並具相關產業知識。有關各成員學經歷、專業知識及進修情形，請參閱本公司 2023 年度股東會年報 22 至 33 頁。

## 4.1.2 董事會績效評估

為提升董事會效能，本公司依據經董事會通過訂定之「和泰汽車股份有限公司董事會績效評估辦法」，規範每年定期就董事會、審計委員會及薪資報酬委員會，與個別董事進行績效評估，至少每3年應實施一次董事績效外部評估。

2023年董事會、審計委員會及薪資報酬委員會及個別董事績效評估結果皆為優良，並已於2024年1月25日向董事會報告。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，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。目前董事績效評估與薪酬之決定仍著重於ESG發展中的公司治理(G)面向的績效，未來將逐漸推廣至環境(E)與社會參與(S)指標，預計於2024年董事外部績效評估納入永續指標。

## 4.1.3 董事會功能性委員會

為健全董事會管理及監督功能，在董事會下依法設置「審計委員會」與「薪資報酬委員會」、「永續發展委員會」及「人力資源發展委員會」。2023年審計委員會召開5次會議，薪資報酬委員會召開3次會議，永續發展委員會召開2次會議，和泰集團人力資源發展委員會召開4次會議，出席率皆為100%。

### 薪資報酬委員會

主席 - 李朝森

成員 - 蘇錦夥、吳師豪

#### 主要職掌

- 01 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。
- 02 定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬。

### 永續發展委員會

主席 - 黃文瑞

成員 - 蘇晶、蘇錦夥、吳師豪、李朝森

#### 主要職掌

- 01 永續發展方針實施成效之檢討及建議。
- 02 規劃永續發展目標方向及年度執行計畫與進度。

### 和泰集團人力資源發展委員會

主席 - 蘇利永

成員 - 林麗華、李朝森、吳師豪、蘇錦夥

#### 主要職掌

- 01 研究整體市場人力資源發展。
- 02 建議集團人力資源發展政策方向。

### 審計委員會

主席 - 李朝森

成員 - 蘇錦夥、吳師豪

#### 主要職掌

- 01 依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度。
- 02 內部控制制度有效性之考核。
- 03 依證交法第三十六條之一規定訂定或修正取得或處分資產、從事衍生性商品交易、資金貸與他人、為他人背書或提供保證之重大財務業務行為之處理程序。
- 04 涉及董事自身利害關係之事項。
- 05 重大之資產或衍生性商品交易。
- 06 重大之資金貸與、背書或提供保證。
- 07 募集、發行或私募具有股權性質之有價證券。
- 08 簽證會計師之委任、解任或報酬。
- 09 財務、會計或內部稽核主管之任免。
- 10 由董事長、經理人及會計主管簽名或蓋章之年度財務報告及須經會計師查核簽證之第二季財務報告。
- 11 「企業併購法」規定之併購事項，並依該法第六條及「公開發行公司併購特別委員會設置及相關事項辦法」規定辦理。
- 12 其他公司或主管機關規定之重大事項。

#### 4.1.4 董事會及高階經理人薪酬政策

本公司董事及經理人薪酬由薪酬委員會定期檢討董事及經理人年度及長期之績效目標，並定期評估董事及經理人之目標達成情形後，提報董事會討論核定。

董事酬金包括董事報酬、盈餘分配酬勞與業務執行費用，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。

經理人之酬金包含本薪、津貼與獎金，並依「待遇支給辦法」核定，經理人之主要績效考核評估項目如：目標達成率、營運效益等綜合考量。相關薪酬與獎金提撥發放，均經薪資報酬委員會及董事會審議，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。



#### 4.1.5 內部稽核制度

和泰汽車設有直屬於董事會的專責稽核單位，負責內部稽核事務及處理相關舉報事宜，其編制為稽核主管 1 名與稽核人員 6 名，以確保營運績效與效率（含獲利、績效及保障資產安全等）、報導具可靠性、及時性、透明性並符合相關規範，以及相關法令規章遵循狀況等權責。

本公司內部稽核制度以自我監督，隨時因應環境、情況的改變來進行修正，共劃分為「控制環境、風險評估、控制作業、資訊及溝通、監督」等五個主要功能。稽核單位依風險評估結果擬定次年度稽核計畫，每季至少對公司及子公司之財務、風險管理及法令遵循辦理一次業務查核，作成內部稽核報告，確保公司日常運作符合誠信經營原則。



## 4.2 誠信經營與法規依循

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。本公司 2023 年未有因違反公司法、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重大違法事件，亦無反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動；2022 及 2023 年均無違反法規而須支付罰款，僅 2023 年因證券交易所認本公司對子公司之監督與管理未依「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」辦理，對本公司處以違約金 10 萬元\*。改善措施請詳見 4.5.2



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

\* 相關改善措施明載於 4.5.2 事件通報及應變處理

### 董事會利益迴避程序

- 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 2023 年報 P20-P31。
- 於「董事會議事規範」特別規定董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其自身利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權，以有效落實董事利益迴避制度。

### 防範內線交易之管理

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

### 反賄賂誠信經營守則

- 和泰汽車反賄賂誠信經營守則係遵循「上市上櫃公司誠信經營守則」、「日本豐田汽車股份有限公司反賄賂指南」及相關法令規定而制定，凡本公司董事、監察人、經理人、任何形態受僱人均應遵守，以徹底貫徹誠實、透明、負責之經營理念。
- 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。
- 2023 年 11 月修正本守則，以符合最新「上市上櫃公司誠信經營守則」完善本公司誠信規範。

### 員工行為準則

- 和泰汽車自 1947 年創立至今，藉著提供高品質的產品與服務給我們的顧客，並持續為社會永續發展付出努力。建立「和泰汽車員工指導綱領」鼓勵同仁應以「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。

### 內部重大資訊處理作業程序

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

## 4.2.1 誠信經營與反賄賂教育

「正直誠信」是和泰的企業文化核心，為落實誠信經營，由法務室擔任誠信經營推動專責單位，推動誠信經營事項，並由稽核室監督執行並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，舉報人得以匿名方式舉報（檢舉信箱：whistle@hotaimotor.com.tw），並承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置，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。2023 年接獲舉報案件為 16 件、成案件數 0 件，因相關舉報案件性質均為關係企業的人員管理相關案件，皆已轉送集團各擔當單位對應。

| 舉報案件統計 | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 舉報件數   | 7      | 17     | 27     | 16     |
| 成案件數   | 0      | 0      | 0      | 0      |

而為確保反賄賂誠信經營守則之遵循，和泰汽車每年會依「和泰內部重大資訊處理作業程序」，進行 1 年 1 次董事內線交易宣導，2023 年 12 月已完成線上宣導，董事參與率為 100%。此外，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。針對供應商，則於合約中納入廉潔條款，內容包括賄賂行為、教唆背信之禁止及法令遵循相關規範。2023 年和泰汽車未發生經確認的貪腐事件。

| 誠信經營訓練       |       | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 |
|--------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 全員年度遵法指南教育訓練 | 參與人數  | 556    | 563    | 563    | 567    |
|              | 訓練涵蓋率 | 100%   | 100%   | 100%   | 100%   |
| 新進員工反賄賂教育訓練* | 參與人數  | 26     | 24     | 27     | 33     |
|              | 訓練涵蓋率 | 100%   | 100%   | 100%   | 100%   |

\* 註 1：未通過新進員工反賄賂教育訓練者須參加新進員工教育訓練補訓課程

\* 註 2：因新進人員到職時間，教育訓練參與人數與年度新進人員統計數據略有差異

## 4.2.2 違法零容忍

為有效防止法遵缺失，和泰汽車應用「破窗理論」，透過多元的宣導方式，藉由對一線人員直接面對面進行法遵案例宣導，確實傳達公司對於違法行為零容忍的態度，以避免輕微違法事件演變為重大違法事件，降低法遵破窗出現的風險。

### 「違法零容忍」宣導影片

以經銷商實際發生案例規劃年度「違法零容忍」宣導影片，自2023年7月10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1萬5,167人次觀看、2,134則感想留言。

**注意看! 這個男人太活潑了**

- 盜用印文** 處三年以下有期徒刑
- 詐欺 背信** 處五年以下有期徒刑、拘役或併科五十萬元以下罰金。
- 業務侵占** 處六月以上五年以下有期徒刑得併科九萬元以下罰金。

最高可處5年有期徒刑

去監獄裡領盒飯吧!!!

### 遵法教育動畫影片

為提升法律課程活潑性、同時保有遵法教育意義，法務室於2023年首次製作動畫，針對售前、售後設計主題，說明實務上經銷商一線同仁易生違法爭議案件，搭配簡單易記內容便於一線同仁遵守，共同維護遵法環境。兩部動畫累積觀看人次共8,673人，涵蓋率達99%。

**懶人之三要一不要**

- 新車買賣契約書要備註
- 成交條件說明要清楚
- 紙本紀錄要留存
- 未經法務/顧服確認的和解書不要簽

隨便刪除車主的行車紀錄器影片，觸犯刑法第359條「破壞電腦紀錄罪」，最高可處5年以下有期徒刑!

### 「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。2023年，已針對各項業務遵法及著作權法等5種主題，辦理實體與線上課程，相關成果如下：

#### 2023年實體課程實績

**開課場數** 120場；涵蓋和泰汽車、經銷商與關係企業<sup>註1</sup>

**參與人數** 3,338人

#### 2023年線上課程實績

**參與人數** 4,748人；涵蓋經銷商<sup>註2</sup>

**涵蓋率** 99%<sup>註3</sup>

註1：經銷商與關係企業含國都汽車、北都汽車、桃苗汽車、中部汽車、南部汽車、高都汽車、蘭揚汽車、東部汽車、長源汽車、和泰豐田物料運搬、和泰聯網、和運租車、車美仕、國瑞汽車、大全彩藝、和泰車體。  
 註2：經銷商含國都汽車、北都汽車、桃苗汽車、中部汽車、南部汽車、高都汽車、蘭揚汽車、東部汽車、長源汽車。  
 註3：[實際修課人數 / 經銷商一線人員總人數]\*%

## 4.2.3 適法評鑑智財守備零容忍

和泰汽車透過制定「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」等規範，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，2023年舉辦兩場個資法講座，共計211人參與，對象為和泰汽車員工。針對個資法議題搭配案例解析，說明個資的蒐集、處理、利用及保護，希使集團同仁日常執行業務、規劃新專案時留意相關法律規定，強化企業機敏守備；以及三堂著作權法教育課程，共計3,896人參與，對象為八大經銷商一線同仁，透過媒體上討論度高的案例，講授實務上如何判斷「抄襲抑或是致敬」、執行銷售業務時應注意事項，降低經銷商人員於業務上違法風險。

## 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](#)、[投資人關係網頁](#)、[利害關係人專區](#)、召開股東會及座談會等，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。2023年每季參加外部舉辦之[法人說明會](#)，以及舉辦多場座談會，由發言人向法人說明公司重要營運成果及未來策略；在股東會中各項承認事項及討論事項採逐案表決，並即時公開各項議案表決情形。

### 資訊揭露管道

#### 設置發言人及代理發言人

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

#### 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。

#### 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



## 4.4 風險管理

### 4.4.1 風險管理

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

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，為強化風險管理，和泰汽車及其子公司每年辦理自行評估作業，評估內部控制制度設計及執行的有效性，並據以出具內部控制制度聲明書。

此外，為加強集團公司的風險管控，和泰汽車稽核室於2023年度舉辦二次集團稽核教育訓練，以風險較高之資安稽核，及法規新修訂的個資管理等為主題，來提昇集團稽核人員之稽核專業知識與技巧。並藉由宣導、研討及分享內稽、內控實務運作及經驗，以強化集團公司之風險管理與稽核的能力。

## 4.4.2 產業相關的風險與機會

### 1. 產業現況與發展

2023 年全球經濟因各國緊縮貨幣政策，產業鏈調整庫存及地緣政治衝突等事件，衝擊台灣出口，減緩我國經濟成長表現。全年經濟成長率 1.31%，較 2022 年下降 1.14 個百分點。惟受惠於汽車市場供應鏈回穩及市場買氣強勁，在各廠牌持續消化長交期訂單及第四季重點新車發表挹注下，全年總市場登錄台數為 476,987 台，刷新近 18 年來新高規模，較去年上升 11%。以品牌別而言，本公司代理之 TOYOTA/LEXUS/HINO 品牌之總銷售量為市場佔有率第一名，市佔率前三名均為日系車商，合計市佔率達 52.5%。

| 排名  | 1                       | 2                       | 3      | 4                | 5       | 6      |
|-----|-------------------------|-------------------------|--------|------------------|---------|--------|
| 品牌  | TOYOTA<br>LEXUS<br>HINO | mitsubishi<br>CMC<br>MG | HONDA  | MERCEDES<br>BENZ | HYUNDAI | FORD   |
| 銷售量 | 166,414                 | 53,556                  | 30,420 | 24,794           | 22,175  | 21,496 |
| 市佔率 | 34.89%                  | 11.23%                  | 6.38%  | 5.20%            | 4.65%   | 4.51%  |

### 2. 產品之各種發展趨勢及競爭情形

近年多家國際性汽車廠從代理商轉換成品牌分公司直營，積極導入新產品，並提出更具競爭力的售價，使進口車佔比持續居於高水位。疫情後全球汽車供應鏈逐漸回穩，2023 年進口車在台灣市佔率上升至 48.5%；在汽車級距別方面，SUV 車型持續熱賣，加上各廠牌推出多款跨界休旅車，2023 年 SUV 銷售佔比為 53.1%。本牌之 TOYOTA COROLLA CROSS 稱霸台灣 SUV 級距與國產車之銷售 NO.1、TOYOTA RAV4 則蟬聯 16 年進口車銷售冠軍。在全球汽車產業面臨轉型及市場快速變動下，和泰汽車始終以顧客需求為第一優先，抱持著「think Amazing」的思維，帶給消費者最完美的顧客體驗，創造集團移動服務全新時代，不僅實踐「Do Amazing」的目標，更要「Do Impossible」。



#### 有利因素

- 政府延長「汰舊換新貨物稅減徵方案」至 2026 年初；以及持續推動「老舊車輛汰舊換新空氣污染物減量補助辦法」及「老舊汽車汰舊換新溫室氣體減量獎勵辦法」有助於換購需求持續。
- 鑒於基本工資與軍公教員工薪資調整，以及調升每人的基本生活費免稅額，可望挹注民眾可支配所得增加，且民眾國旅需求仍大，加上就業市場穩定亦支撐內需表現，有助內需消費市場穩定成長。

#### 不利因素

- 全球地緣政治風險將為未來主要關注議題，此問題對全球經濟構成重大風險，恐引發全球貿易斷鏈及金融體系危機。
- 面臨著勞動力短缺等結構性問題，工資上漲可能進一步加劇通貨膨脹風險。前述狀況將可能導致央行採取更嚴格的貨幣政策，進而影響經濟發展。

#### 因應策略

- 將持續提升消費者心佔率，爭取適切商品導入。
- 持續強化線數位販賣力，創造最佳化販賣及營運效率。
- 提升中古車小賣與入庫，開創新價值鏈利益。



### 有利因素

- 透過政府推動之汽機車汰舊換新減徵新車貨物稅等政策誘因，持續刺激國內汽車的消費成長。
- 隨著一般汽車品牌與豪華車品牌價格帶漸有重疊，豪華車品牌成為更多車主的購買選項之一，受益於此，豪華車市場有望持續成長。
- 因應電動化趨勢與政策發展，各車廠積極投入電動車領域，並調整產品組合，增加電動化車輛比例，及提供相對應之充電支援服務。

### 不利因素

- 隨著電動車 (BEV) 熱度不斷提升，BEV 亦成為各廠展示科技實力之主要戰場，競爭品牌亦不斷導入 BEV 搶佔市場先機。

### 因應策略

- 透過全新跨界的小型都會 SUV- LBX 上市，打破級距框架，以 5 個等級的配置擴展市場，搶攻新客群。
- 隨著 Lexus global 發展戰略，推動「電動化」、「智慧化」、「多元化」三個發展面向。透過擴充電動化車款陣容，以及多元化的服務，持續引領車壇。
- 擴大品牌充電覆蓋率並加速實現 BEV 環島電網，以 Lexus Plus APP 結合 Openhub 充電漫遊平台，與第三方營運商服務整合，可啟動包含據點及合作營運商超過 380 座快、慢充站點，以及 1,000 支以上充電槍。



### 有利因素

- 宅經濟帶動運輸物流需求穩定發展。
- 疫後開放，旅遊商機復甦，巴士需求可望逐步提升。
- 產業回流投資帶動廠房建設剛性需求，大型車需求提升。

### 不利因素

- 高通膨與原物料成本上升導致車價上漲，影響顧客購車意願。

### 因應策略

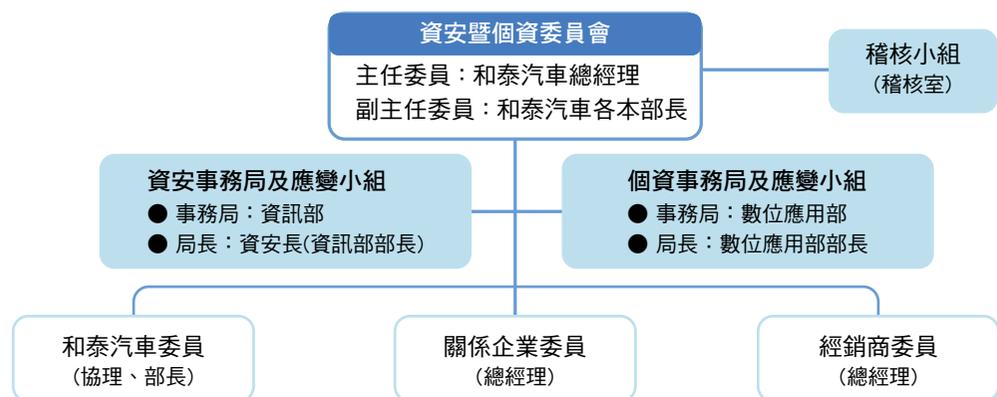
- 持續提供多元化特裝車型，極大化商用車價值鏈。
- 迎合世界減碳與永續經營趨勢，試行導入氢能巴士。推展車載資訊通訊新系統，加速導入物流大型管理架構。

## 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，隨著集團業務不斷拓展、提供客戶服務應用增加，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及個人資料保護機制。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。為了全方位保護顧客個資，和泰汽車「資訊安全委員會」於 2024 年 1 月更名為「資安暨個資委員會」，除由「資安事務局」為資安專責單位外，新設立「個資事務局」，專責事務局進行個資管理，持續推動個人資料保護政策，強化個資防護韌性及管理機制。

「資安暨個資委員會」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）及委員們，審視本集團資安治理及個人資料保護政策，督導資安及個資管理體系運作情形。委員會轄下之資安及個資業務推行專責事務局則透過定例會議，依據內外部環境需求及法令規定，評估資安及個資政策之適用範圍、完整性，適時進行政策調整，共同檢核全集團政策執行進度及結果，確保皆有符合本集團資訊及個資安全之要求，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，以建構高標準防護能力。2023 年無資訊洩漏及違反個資法之情事。

### 資安暨個資委員會組織圖



註：本組織調整於 2024 年 1 月 1 日起生效。

### 4.5.1 資訊安全管理制度

為建立及維護集團安全及可信賴之資訊環境，確保資料、系統、設備及網路之穩定與安全，以達企業之永續經營，和泰汽車於 2008 年協同旗下 8 家經銷商，推動國際資訊安全管理標準 ISO 27001 認證，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。為確保資安管理的有效性，持續以「計劃－實施－查核－行動」(PDCA, Plan-Do-Check-Act) 循環不斷精進資安風險管理，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，並藉由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，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。

#### 規畫階段

著重資安風險管理及強化，建立完整的資訊安全管理系統 (Information Security Management System, ISMS)，推動和泰汽車持續通過國際資安管理系統認證 (ISO/IEC27001)，並透過年度查核作業，不斷持續改善資安管理制度。從管理面、流程面、系統面、技術面降低企業資安威脅，確保客戶資料受到妥善的防護。

#### 執行階段

建構多層資安防護機制，持續運用人工智慧及自動化機制，導入多項管控機制及防護措施，來抵禦內外部資安威脅，並結合全球威脅情資，以系統化方式監控資訊安全，提升各類資安事件之偵測及處理效率。厚實資訊安全及網路安全防護量能，快速回應複雜多變威脅，以維護公司重要資產的防護。

#### 查核階段

定期監控資安管理指標成效，及上述管理系統每年第三方複審稽核，另委由專業的資安廠商進行系統安全性測試，以確保持續提升資安管理及防禦能力。

#### 行動階段

定期檢討與持續改善資訊安全防護措施，並進行全員資安教育訓練以提升資安意識。

## 2023 年資訊技術安全管理措施

為了因應全球持續的網路攻擊、各類資安威脅情事不斷，建立多層次的資安防禦架構，厚實集團資安防護量能，快速回應複雜多變威脅，推行的管理事項及具體管理方案如下。



## 投入資通安全管理之資源

資訊安全已為公司營運重要議題，對應資安管理事項及投入之資源方案如下：

### 01 專責人力

以「資安暨個資委員會」為資安專責單位，並設立資安長，負責綜理、管控資訊安全政策推動及資源調度，且監督成效及落實狀況，以維護及持續強化資訊安全。

### 02 國際認證

已取得國際資訊安全管理系統 ISO27001:2022 新版標準驗證，藉此持續精進資安治理架構及管理機制。2023 年完成新版標準審查，證書持續有效，亦無資安稽核重大缺失。

### 03 資安事件通報

對資安事件的通報及處理，事務局明確訂立權責、事件分級、及通報處理流程及時限，委由事務局掌握威脅及事件對應進度及結果，資訊單位須於目標處理時間內通報、解決資安事件，查找可能的根因，提出改善矯正措施及執行時間，以預防事件重複發生。2023 年未有重大資訊安全之相關事件發生。

### 04 郵件演練

2023 年共執行 2 次社交工程演練，透過寄發網路釣魚郵件，測試同仁對於資訊安全保護的觀念，並透過宣導信件教授大家正確的郵件使用習慣。受測人數 594 位 (含派遣同仁)，演練涵蓋率 100%，各發送 6 封高擬真模擬惡意電子郵件，訓練同仁對於郵件社交工程的警覺性，提升全員資安意識。

### 05 資安宣導

防護系統並非萬能，鑒於駭客攻擊手法不斷更新，仍須仰賴每位同仁有正確的資安觀念才能確保資安，因此在資安意識的提升上，新進員工於報到當天、及全體同仁每年須接受資安教育，也透過多元化的教育訓練及溝通宣導管道，以資安時事新聞，宣導並傳達和泰汽車最新的資安規定及注意事項，持續深化同仁的資安意識。



| 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  | 520         | 2               | 100% |
| 新進員工 | 新進員工個資及資訊安全教育訓練 | 33/33       | 1               | 100% |
| 資訊同仁 | 資訊技能教育訓練        | 65          | 依同仁專業需要接受不同課程時數 | 100% |

註 1: 因新進人員到職時間, 教育訓練參與人數與年度新進人員統計數據略有差異

## 4.5.2 顧客資料保護

為使客戶資料獲得完善的保護, 和泰汽車以「個資安全事務局」為個資專責單位並設立事務局局長, 負責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。

### 保護顧客隱私權

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, 和泰汽車頒佈「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。

### 隱私權聲明

TOYOTA



LEXUS



HINO



### 深化個資意識

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。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  | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 |
|---------|--------|--------|--------|--------|
| 人數 (人)  | 473    | 489    | 493    | 520    |
| 涵蓋率 (%) | 100    | 100    | 100    | 100    |

註: 上述表格教育人數為有配備電腦之員工數

### 委外廠商個資管理

在委外廠商方面, 和泰汽車為顧客資料安全及權益負起把關之責。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」, 規範委外廠商於執行本公司委託之業務時, 應遵循之個資要求事項及責任範圍, 透過不定期現地查核委外廠商個資控管落實度, 提升委外廠商個資防護強度。

### 事件通報及應變處理

和泰汽車已建置「個資侵害應變機制」, 並設置跨部門「緊急應變小組」與通報及處理程序, 由個資事務局每年 1 次執行應變演練或抽查, 強化單位間之橫向應變溝通能力, 盡可能降低當事人之損害外, 另同步驗證內部程序之有效性, 以識別個資保護措施不足之處, 持續精進相關保護措施。

\* 2023 年集團子公司接獲 1 起可能影響個資安全事件之通知, 第一時間於官網公告反詐騙宣導, 確保顧客權益。此事件證交所核有未完全落實「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」第 5 條第 2 項規定, 繳納證交所違約金新台幣 10 萬元, 同時於 5 月份完成稽核主管課程進修; 並定期回報證交所補正計劃進度, 已於 2023 年年底執行完成。

## 4.6 財務績效

| 年度                  | 2020 年      | 2021 年      | 2022 年       | 2023 年      | 單位  |
|---------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-----|
| 營業收入                | 136,052,443 | 138,872,240 | 130,393,188  | 161,317,924 | 仟元  |
| 營業利益                | 8,228,028   | 8,545,817   | 9,757,266    | 10,630,312  | 仟元  |
| 營業外收入及支出            | 7,973,590   | 10,163,586  | (28,957,412) | 12,310,719  | 仟元  |
| 稅前淨利                | 16,201,618  | 18,709,403  | (19,200,146) | 22,941,031  | 仟元  |
| 稅後淨利                | 13,848,870  | 16,210,758  | (19,330,194) | 22,857,675  | 仟元  |
| 所得稅費用 (利益)          | 2,352,748   | 2,498,645   | 130,048      | 83,356      | 仟元  |
| 資產總額                | 83,719,774  | 94,565,824  | 83,693,191   | 102,391,453 | 仟元  |
| 資本額                 | 5,461,792   | 5,461,792   | 5,461,792    | 5,571,028   | 仟元  |
| 員工平均營業額             | 246,026     | 246,665     | 231,604      | 284,511     | 仟元  |
| 年底總員工數 (HR)         | 553         | 563         | 563          | 567         | 人   |
| 營業費用 + 營業成本         | 127,907,621 | 130,284,359 | 120,621,590  | 150,446,356 | 仟元  |
| 每股盈餘                | 25.36       | 29.68       | (35.39)      | 41.03       | 元   |
| 薪資總額                | 1,945,833   | 2,032,037   | 1,356,981    | 2,257,974   | 仟元  |
| 員工福利費用 (扣除薪資費用及退休金) | 172,767     | 177,302     | 183,221      | 202,823     | 仟元  |
| 退休金總額               | 28,401      | 28,409      | 33,878       | 33,239      | 仟元  |
| 負債比                 | 21.8        | 22.0        | 35.3         | 50.1        | 百分比 |
| 留存經濟價值              | 5,997,821   | 6,350,133   | 8,376,893    | 8,198,157   | 仟元  |





# 05

## 環境永續

Environmental Sustainability

**88%**

Toyota 新車販賣台數中  
具節能標章比率

**71.9%**

使用再生零件 -  
冷氣壓縮機比率

**超過 63 萬度**

回廠保修不洗車，  
累計至 2023 年節約水量

**197.3 噸**

近 3 年包材回收  
碳排減量

## 5.1 氣候變遷管理

### 5.1.1 TCFD 架構採用

為了持續守護環境、永續經營，豐田汽車制定了《豐田 2050 年環境挑戰》和《豐田環境行動計劃》，並設定短 / 中期檢排放減量目標：

**短期目標** 以 2019 年為基準年，2025 年排放量下降 15%  
(和泰汽車挑戰下降 18%)

**中期目標** 以 2019 年為基準年，2030 年排放量下降 32%  
(和泰汽車挑戰下降 33%)

豐田基於環境重大性議題的評估與審查制定各項環境目標，和泰汽車身為豐田代理商，也持續關注公眾意見和市場趨勢，考慮應加強重視的環境問題，並以新思想、新技術來應對，以期解決未來的問題。現今各國政府與企業仍面臨著全球性的氣候變遷問題，包括全球升溫、糧食及水資源短缺、自然資源枯竭及生物多樣性喪失等議題，在此趨勢下，和泰汽車認知未來傳統汽車產業勢必面臨減緩與調適的難題，同時隨著各項氣候變遷措施的施行，汽車產業、消費者行為都有可能產生重大改變，如更嚴格的燃油車禁售法規、能源效率需求、碳定價的實施或增加、低碳產品的研發等相關政策，都足以大幅改變客戶的觀念與危機意識。為確保和泰汽車能將環境永續的理念融貫至經營策略的各個環節之中，並不斷向下傳承，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。

### 治理

### 策略

### 風險管理

### 指標與目標

■ 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，委員會成員為和泰汽車之董事及獨立董事，主要負責制定公司永續發展策略以及各項活動之展開與監督，會中將由 ESG 事務局報告目前相關業務實績與未來目標以一年兩次的頻率召開委員會，供董事及獨立董事檢視與檢討成果。2021 年 12 月更名為「永續發展委員會」，會中將由 ESG 事務局主管與董事與獨立董事報告環境面 (如監督氣候變遷相關議題與減碳政策等)、社會面 (如公益專案執行進度等) 以及公司治理面 (如管控集團違法風險等) 執行實績與備詢。

■ 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。環保事務局每季向董事會保管環境相關議題，社會公益局於每年 12 月向董事會提報相關資料，公司治理事務局彙整個單位向董事會提報之議題。

■ 和泰汽車成立和泰集團環境管理委員會，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 售後服務本部本部長，副管理代表為 TOYOTA 售後服務本部協理，總幹事為 TOYOTA 教育支援部部長，總事務局為環境設施室。

■ 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。

■ 基於目前氣候變遷政策 / 策略，和泰集團基於 NDC、SBT-WB2°C (IPCC AR6, SSP1-2.6) 及 SBT-2.5°C (IPCC AR6, SSP1-1.9) 等情境分析集團可能面臨之法規、技術、市場與商譽之氣候轉型衝擊。

■ TOYOTA 每年定期召開亞太區環境管理會議，分享國際趨勢、各國法規及淨零排放作為，藉由跨國溝通、分享各國環境管理、淨零排放、供應鏈綠色轉型等優良作法，強化對氣候變遷之調適，同時減緩氣候變遷所帶來之負面衝擊。

■ 為實踐和泰集團願景及企業永續發展，和泰汽車配合日本 TOYOTA 母廠，並經內部評估與排序，針對台灣環境與市場執行氣候變遷實體與轉型風險之鑑別，透過 SWOT 分析、風險矩陣 (Risk Map)，排序對集團營運、財務、市場地位具重大影響的風險及產業機會，由永續發展委員會轄下之「環境保護事務局 (E)」、「社會公益事務局 (S)」及「公司治理事務局 (G)」負責配合或擬定各項永續專案方針與執行計劃，並定期向委員會報告進度與成果，持續提升企業永續力。

■ 針對重大性鑑別出之轉型與實體風險，由三大事務局負責擬定各項專案方針與執行辦法，並至委員會報告其進度與成果，藉由跨部門溝通、整合公司資源，降低氣候變遷風險所帶來之負面影響。

■ 和泰汽車致力達成 2050 年環境 6 大挑戰之願景，包含：

- |                                |                |
|--------------------------------|----------------|
| (1) 新世代新車 CO <sub>2</sub> 零排放  | (4) 最小量及優化用水   |
| (2) 車輛生命週期 CO <sub>2</sub> 零排放 | (5) 建立循環型社會與制度 |
| (3) 工廠 CO <sub>2</sub> 零排放     | (6) 與自然和諧共存    |

為達成挑戰，和泰汽車及各經銷商積極配合母廠各項環境管理評價，持續監控並追蹤改善作法與實施成效。

### 5.1.2 重大風險鑑別結果與因應

氣候危機可能同時帶來業務風險和機遇。因此，在制定氣候策略時，必須從風險和機會的角度確定關鍵問題。為了因應潛在的風險並把握相關氣候機會，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，破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。

### 氣候變遷風險

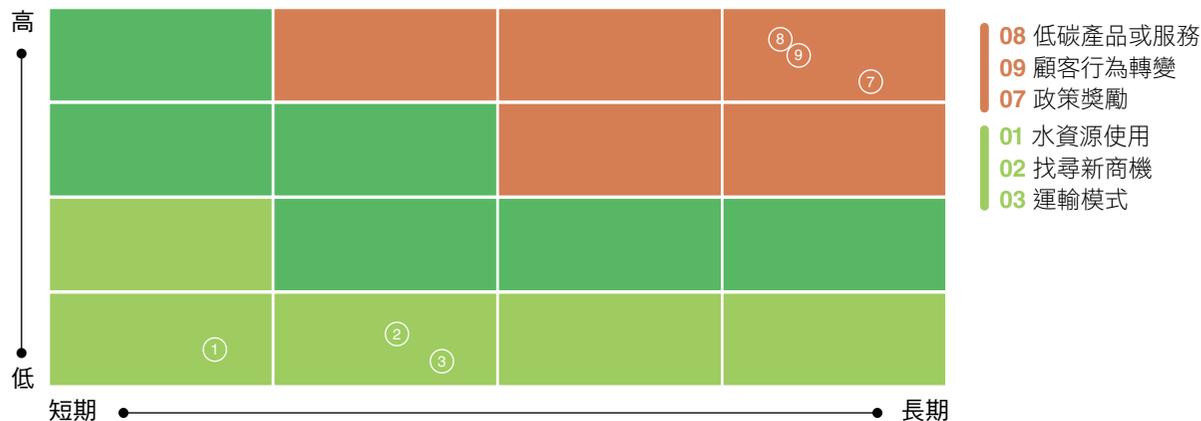


- 21 低碳產品與服務的需求
- 19 產品效率法規與標準
- 24 顧客偏好改變
- 22 顧客行為轉變
- 01 熱帶氣旋
- 12 強制申報
- 13 再生能源法規
- 14 新法規的不確定性
- 15 缺少法規或適法性
- 09 碳稅
- 11 總量管制/排放交易
- 10 燃料稅/能源稅

### 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   | 財務影響                                | 管理作法   |
|------|------------|---------------|------|--|-------------------------------------|--|
| 高    | 低碳產品與服務的需求 | 下游客戶          | 中期   | 隨著環保意識抬頭，舊世代車款於性能、環保表現層面無法滿足市場需求。  | 營運成本增加 (如需導入更多符合環保需求的产品)            | 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。  | 營運成本增加 (例高的法規遵循成本或管理費用的增加)          | 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<br>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。 | 營運成本增加 (例如需準備更多零件庫存與受到天災影響，生產線受到衝擊) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握颱風動向，確保防颱工作落實執行。</li> <li>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。</li> <li>3. 依管理機關規範處理</li> </ol> |

### 氣候變遷機會



### 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  | 財務影響                        | 管理作法                                    |
|------|---------|------|------|---|-----------------------------|---|
| 高    | 低碳產品或服務 | 下游客戶 | 短期   | 隨著更嚴苛的油耗標準，需提供更多低碳排放量的節能或新能源車款。             | 營業收入提升 (如符合消費者需求的新能源車款銷量提升) | 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。             | 營業收入提升 (如符合消費者需求的新能源車款銷量提升) | 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受貨物稅減免優惠，並進而降低車價，增加產品銷售。 | 營業收入提升 (如符合政府減免優惠的車款銷售增加)   | 向母廠爭取導入符合政府貨物稅減免優惠條件之油電或純電動車款。          |



### 5.1.3 情境分析

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，而由於和泰汽車無車輛製造，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，其碳費以 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。僅有可能未來因碳費導致的電價成本上。

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，豐田也召集供應商、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能回應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/tCO <sub>2</sub> e 方案，設計出三種情境的碳稅：<br>1.NDC：100 NTD/tCO <sub>2</sub> e<br>2.SBT-WB2°C（IPCC AR6，SSP1-2.6）：9-242 USD/tCO <sub>2</sub> e<br>3.SBT-1.5°C（IPCC AR6，SSP1-1.9）：7-708 USD/tCO <sub>2</sub> e<br>不同情境下的碳排放額估計：<br>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%。<br>2.SBT-WB2DC（SBT）：基線年排放每年減少 2.5% 線性遞減<br>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/t CO <sub>2</sub> e），分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計：<br>1. NDC：100 NTD/tCO <sub>2</sub> e<br>2. SBT-WB2°C：750 NTD/tCO <sub>2</sub> e<br>3. SBT-1.5°C：1,500 NTD/tCO <sub>2</sub> e<br>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     |   |



## 5.2 綠色營運

### 5.2.1 能資源管理

2023 年和泰汽車的年能源總耗用量為 12,863 十億焦耳，能資源耗用以電力使用量為最大；其次為汽油，主要使用於車輛，包括公務與訓練；第三為天然氣及液化石油氣，使用範圍為廚房與宿舍。

汽油的使用量逐年遞減，主因為使用油電複合車。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；使用後的排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，每年節水 1% 的目標，故 2023 年減量目標為相較 2019 年減量 4%，2023 年實際用水減量 28%，達成年度目標。

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  | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   |
|------|------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 汽油   | 公升   | 總公司   | 49,241 | 33,933 | 50,572 | 64,424 |
|      |      | 新莊    | 11,969 | 7,863  | 9,594  | 8,706  |
|      |      | 楊梅    | 3,017  | 2,330  | 1,713  | 2,500  |
|      |      | 合計    | 64,227 | 44,127 | 61,880 | 75,630 |
|      | 十億焦耳 | 總公司   | 1,107  | 1,107  | 1,651  | 2,103  |
|      |      | 新莊    | 257    | 257    | 313    | 284    |
| 楊梅   |      | 76    | 77     | 56     | 82     |        |
|      | 合計   | 1,440 | 1,441  | 2,020  | 2,469  |        |
| 柴油   | 公升   | 總公司   | 0      | 0      | 0      | 0      |
|      |      | 新莊    | 60     | 0      | 0      | 0      |
|      |      | 楊梅    | 5,499  | 4,433  | 3,820  | 3,755  |
|      |      | 合計    | 5,559  | 4,433  | 3,820  | 3,755  |
|      | 十億焦耳 | 總公司   | 0      | 0      | 0      | 0      |
|      |      | 新莊    | 2      | 0      | 0      | 0      |
| 楊梅   |      | 193   | 156    | 134    | 132    |        |
|      | 合計   | 195   | 156    | 134    | 132    |        |
| 天然氣  | 立方米  | 總公司   | 0      | 0      | 0      | 0      |
|      |      | 新莊    | 19,887 | 16,085 | 21,882 | 21,269 |
|      |      | 楊梅    | 0      | 0      | 0      | 0      |
|      |      | 合計    | 19,887 | 16,085 | 21,882 | 21,269 |
|      | 十億焦耳 | 總公司   | 0      | 0      | 0      | 0      |
|      |      | 新莊    | 666    | 539    | 732    | 712    |
| 楊梅   |      | 0     | 0      | 0      | 0      |        |
|      | 合計   | 666   | 539    | 732    | 712    |        |

| 能源種類           | 耗用單位 | 耗用區域  | 2020      | 2021      | 2022      | 2023      |
|----------------|------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 液化石油氣          | 公升   | 總公司   | 0         | 0         | 0         | 0         |
|                |      | 新莊    | 0         | 0         | 0         | 0         |
|                |      | 楊梅    | 4,023     | 3,574     | 4,023     | 3,844     |
|                |      | 合計    | 4,023     | 3,574     | 4,023     | 3,844     |
|                | 十億焦耳 | 總公司   | 0         | 0         | 0         | 0         |
|                |      | 新莊    | 0         | 0         | 0         | 0         |
| 楊梅             |      | 112   | 99        | 112       | 107       |           |
|                | 合計   | 112   | 99        | 112       | 107       |           |
| 外購電力           | 度    | 總公司   | 820,537   | 726,374   | 815,662   | 827,205   |
|                |      | 新莊    | 638,996   | 541,219   | 589,238   | 584,349   |
|                |      | 楊梅    | 1,351,265 | 1,367,285 | 1,294,446 | 1,212,338 |
|                |      | 合計    | 2,613,278 | 2,634,878 | 2,699,346 | 2,623,892 |
|                | 十億焦耳 | 總公司   | 2,874     | 2,537     | 2,936     | 2,978     |
|                |      | 新莊    | 2,300     | 1,948     | 2,120     | 2,103     |
| 楊梅             |      | 4,865 | 4,922     | 4,658     | 4,362     |           |
|                | 合計   | 9,405 | 9,405     | 9,715     | 9,443     |           |
| 總能源總耗用量 (十億焦耳) |      |       | 13,110    | 11,639    | 12,711    | 12,863    |
| 總人數            |      |       | 553       | 563       | 563       | 584       |
| 能源密集度 (十億焦耳/人) |      |       | 23.71     | 20.67     | 22.58     | 22.03     |

| 取水量 | 資源種類          | 耗用單位 | 耗用區域  | 2020  | 2021  | 2022 | 2023 |
|-----|---------------|------|-------|-------|-------|------|------|
|     | 水<br>(均為第三方水) | 百萬公升 | 總公司   | 6.83  | 7.15  | 5.91 | 3.89 |
| 新莊  | 5.34          |      | 4.49  | 5.04  | 4.76  |      |      |
| 楊梅  | 7.58          |      | 6.70  | 6.41  | 7.52  |      |      |
| 合計  | 19.75         |      | 18.34 | 17.36 | 16.17 |      |      |

\* 基準年 2019 年取水量為 22.35 百萬公升。

| 用水密集度 | 資源種類   | 耗用單位      | 耗用區域 | 2020 |     | 2021 |     | 2022 |     | 2023 |     |
|-------|--------|-----------|------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|
|       |        |           |      | 人數   | 密集度 | 人數   | 密集度 | 人數   | 密集度 | 人數   | 密集度 |
| 水     | 度 / 每人 | 總公司       | 385  | 18   | 398 | 18   | 401 | 15   | 403 | 10   |     |
|       |        | 新莊        | 91   | 59   | 87  | 52   | 88  | 57   | 91  | 52   |     |
|       |        | 楊梅        | 77   | 98   | 76  | 88   | 74  | 87   | 73  | 103  |     |
|       |        | 人數加總或強度平均 | 553  | 36   | 563 | 33   | 565 | 31   | 584 | 28   |     |

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，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)，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。

| 節能績效 | 節省能源種類 | 單位  | 區域     | 2020   | 2021   | 2022   | 2023  |
|------|--------|-----|--------|--------|--------|--------|-------|
|      | 汽油     | 公升  | 總公司    | -      | 1,697  | 1,264  | 3,236 |
| 新莊   |        |     | -      | -      | -      | -      |       |
| 楊梅   |        |     | -      | -      | -      | -      |       |
| 合計   |        |     | -      | 1,697  | 1,264  | 3,236  |       |
| 天然氣  | 立方米    | 總公司 | -      | -      | -      | -      |       |
|      |        | 新莊  | -      | -      | -      | -      |       |
|      |        | 楊梅  | -      | -      | -      | -      |       |
|      |        | 合計  | -      | -      | -      | -      |       |
| 電力   | 度      | 總公司 | 3,175  | 6,454  | 1,703  | 3,184  |       |
|      |        | 新莊  | 55,776 | 71,669 | -      | -      |       |
|      |        | 楊梅  | -      | 7,390  | 52,851 | 78,524 |       |
|      |        | 合計  | 58,951 | 85,503 | 54,554 | 81,708 |       |

| 能源種類 | 節省區域 | 2020 |         | 2021 |         | 2022 |         | 2023 |         |
|------|------|------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|
|      |      | 平均單價 | 節省成本    | 平均單價 | 節省成本    | 平均單價 | 節省成本    | 平均單價 | 節省成本    |
| 電力   | 總公司  | 3.65 | 11,589  | 3.67 | 23,686  | 3.93 | 6,693   | 4.68 | 14,901  |
|      | 新莊   | 3.42 | 190,754 | 3.4  | 243,674 | -    | -       | -    | -       |
|      | 楊梅   | -    | -       | 3.4  | 25,126  | 3.8  | 200,834 | 4.48 | 351,788 |
|      | 合計   | 3.54 | 202,343 | 3.5  | 292,486 | 3.8  | 207,527 | 4.49 | 366,689 |

### 5.2.2 溫室氣體減量

2023 年和泰汽車的溫室氣體總排放量中，86% 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。不論是範疇一或二的排放量，和泰汽車積極實施各項節能方案，並不斷提升與改善能源使用效率，致力減緩氣候變遷帶來的影響。2023 年度範疇一 + 二溫室氣體排放總量為 1536.9 噸 CO<sub>2</sub>e，較 2019 基準年 1,613.7 噸 CO<sub>2</sub>e 減少 5%。

#### 溫室氣體排放量

| 範疇別  | 排放量單位               | 排放區域    | 2020    | 2021    | 2022   | 2023  |
|------|---------------------|---------|---------|---------|--------|-------|
| 一註 1 | 噸 CO <sub>2</sub> e | 總公司     | 116.1   | 80.0    | 119.2  | 133.4 |
|      |                     | 新莊      | 65.8    | 48.8    | 63.8   | 59.7  |
|      |                     | 楊梅      | 28.7    | 23.5    | 21.2   | 22.2  |
|      | 合計                  | 210.6   | 152.3   | 204.2   | 215.3  |       |
| 二    | 噸 CO <sub>2</sub> e | 總公司     | 406.4   | 358.7   | 415.2  | 415.3 |
|      |                     | 新莊      | 325.2   | 275.5   | 299.9  | 289.3 |
|      |                     | 楊梅      | 687.8   | 695.9   | 658.9  | 617.0 |
|      | 合計                  | 1,419.4 | 1,330.1 | 1,374.0 | 1321.6 |       |

註 1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為 CO<sub>2</sub>、CH<sub>4</sub> 與 N<sub>2</sub>O，範疇一排放僅計算固定源，不包含逸散源。

註 2：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為 0.533(2018)、0.509(2019)、0.502(2020)、0.509(2021)、0.495 (2022) 公斤 CO<sub>2</sub>e/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。(2023 年係數因能源局尚未公告，故沿用 2022 年係數)

註 3：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 AR6。

註 4：以上數據為自行盤查之數據

註 5：2019 基準年溫室氣體排放 (噸 CO<sub>2</sub>e)：範疇一 209.0 公噸、範疇二 1,404.7 公噸，合計 1,613.7 公噸。

#### 溫室氣體排放強度

| 範疇別   | 強度單位                     | 區域  | 2020 |      | 2021 |      | 2022 |      | 2023 |      |
|-------|--------------------------|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|
|       |                          |     | 人數   | 強度   | 人數   | 強度   | 人數   | 強度   | 人數   | 強度   |
| 一 + 二 | 噸 CO <sub>2</sub> e / 每人 | 總公司 | 385  | 1.36 | 398  | 1.10 | 401  | 1.33 | 403  | 1.36 |
|       |                          | 新莊  | 91   | 4.30 | 87   | 3.73 | 88   | 4.13 | 91   | 3.84 |
|       |                          | 楊梅  | 77   | 9.31 | 76   | 9.47 | 74   | 9.19 | 73   | 8.75 |
|       | 人數加總或強度平均                | 553 | 2.95 | 563  | 2.63 | 563  | 2.80 | 584  | 3.06 |      |

註 1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為 CO<sub>2</sub>、CH<sub>4</sub> 與 N<sub>2</sub>O。

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 AR6。

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)、0.509(2021)、0.495 (2022) 公斤 CO<sub>2</sub>e/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。(2023 年係數因能源局尚未公告，故沿用 2022 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。

註 6：以上數據為自行盤查之數據

### 歷年減量作為與預估減量成效

| 推行區域           | 2020   | 2021  | 2022  | 2023   |
|----------------|--|---|---|--|
| 總公司            | <ul style="list-style-type: none"> <li>更換節能 LED 燈泡 (1.6 噸 / 年)</li> <li>總公司用水量降低 (0.4 噸)</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年起到期公務車換租插電式車種 (EV 或 PHEV)(3.8 噸 / 年)</li> <li>持續更換節能 LED 燈泡 (3.2 噸 / 年)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>到期公務車持續換租插電式車種 (PHEV) (2.9 噸 / 年)</li> <li>持續更換節能 LED 燈泡 (0.9 噸 / 年)</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>到期公務車持續換租插電式車種 (EV 或 PHEV) (8.0 噸 / 年)</li> <li>持續更換節能 LED 燈泡 (1.6 噸 / 年)</li> </ul>  |
| 新莊             | <ul style="list-style-type: none"> <li>訓練場地空調汰換 (27 噸 / 年)</li> <li>飲水機設置 2 台定時開關裝置 (1.2 噸 / 年)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>訓練場地空調汰換 (36 噸 / 年)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>強化照明設備使用管理。</li> <li>休息區 / 茶水間 / 洗手間感應式照明</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>5 樓大禮堂複金屬燈汰換，改為 LED。</li> <li>5-6 樓宿舍照明全面改為 LED。</li> </ul>   |
| 楊梅             | <ul style="list-style-type: none"> <li>宿舍空調裝置節電設施 (4.3 噸 / 年)</li> <li>持續推動包材回收作業 (44.7 噸 / 年)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>楊梅汰換複金屬燈 (3.6 噸 / 年)</li> <li>持續包材回收作業 (56.8 噸 / 年)</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>宿舍頂樓加設太陽能板 ((3.9 噸 / 年)</li> <li>楊梅主倉庫汰換複金屬燈，冷氣 (22.6 噸 / 年)</li> <li>持續包材回收作業 (60.9 噸 / 年)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>小倉庫屋頂加設太陽能板 ((34.6 噸 / 年) (2023 年發電量 69,965 度，使用電力排放係數 0.495)</li> <li>楊梅主倉庫汰換複金屬燈 (4.26 噸 / 年)</li> <li>持續包材回收作業 (78.4 噸 / 年)</li> </ul> |
| 合計每年溫室氣體減量 (噸) | 79.2   | 96.4  | 91.2  | 126.86   |

註 1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為 CO<sub>2</sub>、CH<sub>4</sub> 與 N<sub>2</sub>O。

### 5.2.3 污染物排放與廢棄物管理

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、氮氧化物硫氧化物與懸浮微粒等空氣污染物質排放。

2023 年目標為廢棄物減量 3%，和泰透過環保教育，宣導資源重複使用、垃圾確實分類等優良作法，最終實際減量 15%，達成年度目標。

#### 廢棄物產生量 (噸)

| 廢棄物類別 | 產生區域 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------|------|------|------|------|------|
| 一般    | 總公司  | 22.6 | 20.0 | 21.9 | 21.9 |
| 一般    | 新莊   | 4.6  | 3.6  | 4.0  | 4.2  |
| 一般    | 楊梅   | 19.5 | 15.8 | 15.0 | 15.4 |
| 合計    |      | 46.7 | 39.4 | 40.9 | 41.5 |

#### 資源回收量 (噸)

| 回收類別       | 回收區域 | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------|------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|
| 紙類、鐵鋁罐、寶特瓶 | 總公司  | 15.5  | 11.9  | 7.3   | 7.3   | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 紙類、鐵鋁罐、寶特瓶 | 新莊   | 2.8   | 2.1   | 1.2   | 1.0   | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 國內包材       | 楊梅   | 53.0  | 55.8  | 55.1  | 56.2  | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 進口紙箱       |      | 132.0 | 184   | 196.6 | 267.6 | 100% | 100% | 100% | 100% |
| 合計         |      | 203.3 | 253.8 | 247.7 | 332.1 | 100% | 100% | 100% | 100% |

## 5.2.4 車輛與零件運輸

和泰汽車針對拖車在整個運輸過程中所排放之二氧化碳，進行嚴格管理及監控；要求拖運公司每月提供拖運記錄，包含拖運數量、里程、油耗、二氧化碳排放量。為能有效減少拖車二氧化碳排放量，和泰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 CO<sub>2</sub> 排放。2023 年共拖載車輛 156,526 台，消耗柴油 2,083,449 噸，經係數轉換，每台新車拖運之二氧化碳排放量為 34.77/台，平均每年可低於 35 公斤 CO<sub>2e</sub>。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。

## 車輛運輸排放管控成果

| 項目  | 管控對策   | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 目標                            |
|---|--|-------|-------|-------|-------|-------------------------------|
| 拖車使用率改善<br>達成度                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>準確預知配車台數派遣拖車</li> <li>提升每台拖車裝載台數</li> </ul> | 100%  | 100%  | 100%  | 100%  | 達成率 100%<br>(實際拖運台數 / 目標拖運台數) |
| 新車托運溫室氣體排放量<br>(公斤 CO <sub>2e</sub> /台新車運輸) | <ul style="list-style-type: none"> <li>控制司機駕駛速度</li> <li>拖車定期保養</li> </ul>         | 33.63 | 34.66 | 34.41 | 34.77 | 低於 35                         |

## 5.3 環保理念

### 5.3.1 永續政策

日本豐田汽車之「地球環境憲章」(Toyota Earth Charter)是和泰汽車環境管理的最高依循原則，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。



### 5.3.2 管理系統

和泰汽車設有集團環境管理委員會及環境設施室，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。和泰汽車視合規為最基本的自我要求，過去四年未發生任何環境違規事件，環保法規罰鍰金額為 0。

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。

#### 總事務局

##### TOTOYA 教育支援部環境設施室

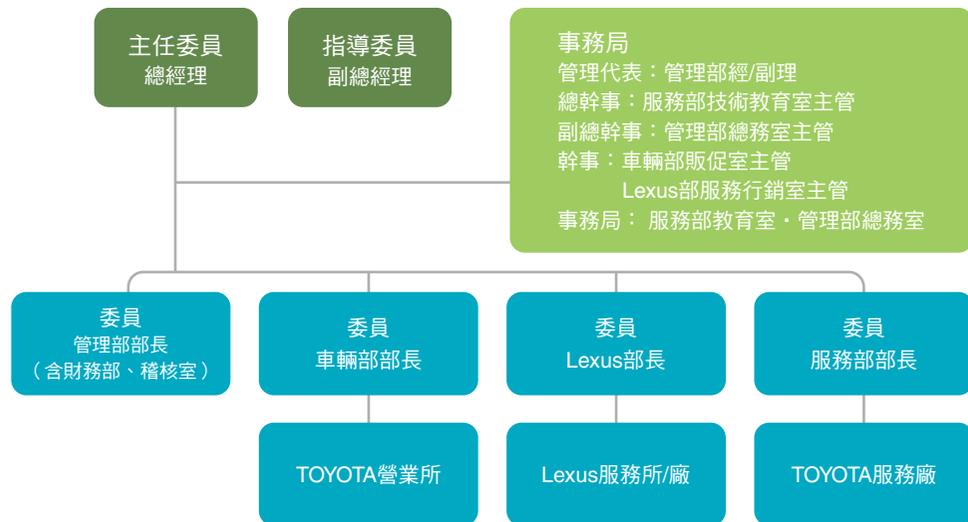
- (1) 和泰、經銷商環境計畫擬定及執行跟催
- (2) 和泰、經銷商環委會推進運作
- (3) TMC、AP-EC(亞太環委會) 環境業務統括對應窗口

#### 區域事務局

總公司事務局 (管理部總務室)  
新莊事務局 (TOYOATA 教育支援部環境設施室)  
楊梅事務局 (零件部企劃室)

整合總公司各部門、關係企業環保相關業務規劃與推動  
整合新莊各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動  
整合楊梅各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動

### 經銷商環境管理組織 (以國都汽車為例)



### 【環境管理推動歷程】



### 5.3.3 願景與歷程

豐田母廠設定 2050 年環境願景的 6 大挑戰，朝向落實環境政策與產業永續發展而努力。和泰汽車以“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<br>(以 2019 為基準年)   | 和泰汽車目標<br>(以 2019 為基準年)  |
|-------------------------------|--|--|
| (1) 新世代新車 CO <sub>2</sub> 零排放 | • 2025 年 CO <sub>2</sub> ↓ 30%                                   | 和泰汽車無此項目   |
| (2) 生命週期 CO <sub>2</sub> 零排放  | • 2025 年 CO <sub>2</sub> ↓ 15%<br>• 2030 年 CO <sub>2</sub> ↓ 32% | • 2025 年 CO <sub>2</sub> ↓ 18%<br>• 2030 年 CO <sub>2</sub> ↓ 33% |
| (3) 工廠 CO <sub>2</sub> 零排放    | • 2025 年 CO <sub>2</sub> ↓ 20%<br>• 2030 年 CO <sub>2</sub> ↓ 35% | 和泰汽車無此項目   |
| (4) 最小量及優化用水                  | 廢水回收概念   | 設定累進節水 1% 目標   |
| (5) 建立循環型社會與制度                | 3R 概念 (電池)   | ←與亞太區相同  |
| (6) 與自然和諧相處                   | 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<br>(8 <sup>th</sup> 計畫：2026~2030) | 2025 亞太目標<br>(7 <sup>th</sup> 計畫：2021~2025) |
|--------------------------------|---|---|
| 1. 新世代新車 CO <sub>2</sub> ↓ 90% | ↓ TBC%                                      | CO <sub>2</sub> ↓ 30%                       |
| 2. 生命週期 0 碳排循環經濟               | ↓ 32%                                       | CO <sub>2</sub> ↓ 15%(每年 ↓ 3%, 2019 基線)     |
| 3. 工廠 0 碳排 強化氫 / 再生能源          | ↓ 61% (TBC % RE)                            | CO <sub>2</sub> ↓ 35% (31% RE)              |
| 2050 正向循環挑戰                    |   |   |
| 4. 小量及優化用水                     |   | 水回收概念                                       |
| 5. 循環社會                        |   | 3R 概念 (電池)                                  |
| 6. 與自然和諧相處                     |   | 員工 Eco mindset、影響利害關係人、一次性塑膠減量              |

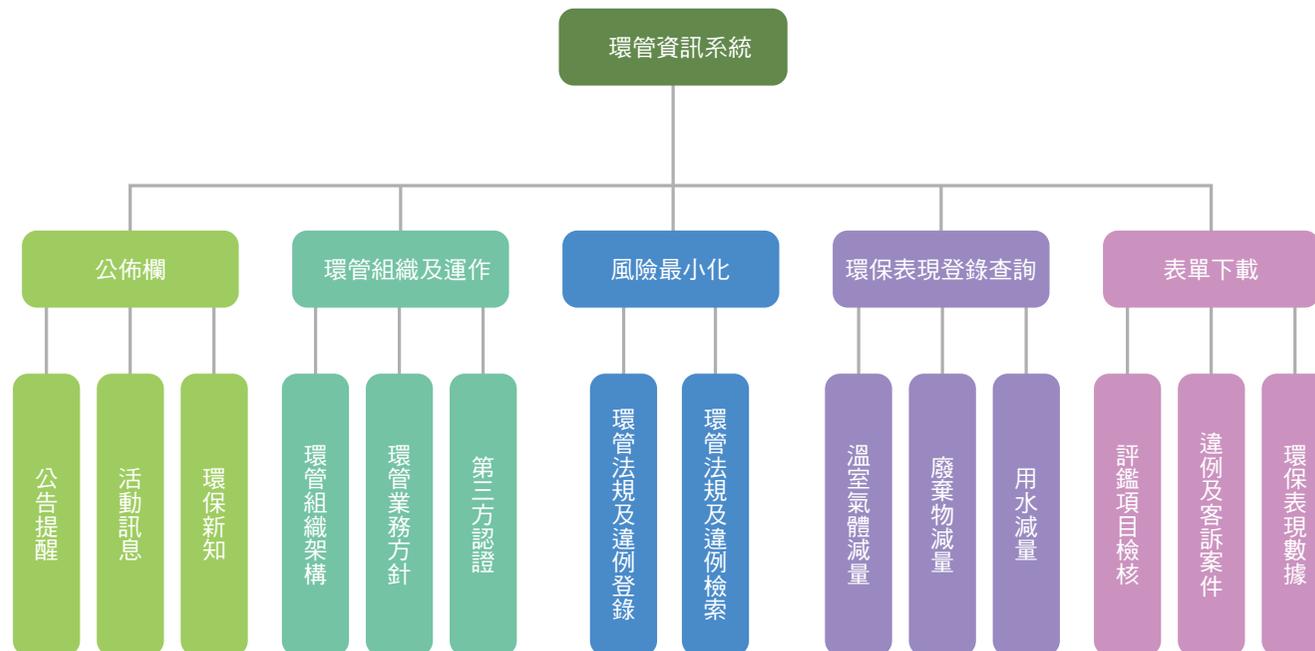
備註：負責項目；3R：Rebuilt(電池再生) → Reuse(再生售) → Recycle(廢電回收)

### 5.3.4 計畫與行動

和泰汽車透過全面性環保法規鑑別，逐一審查環保設備及設施、業務宣導及環境管理專業人才培訓等，據此作為推行各項環境永續行動和計畫的基礎，包含商品企劃、運輸、販賣、使用至維修等營運活動，使和泰汽車未曾發生重大環境違規事件，達成零環境污染的目標。

和泰汽車環管業務行動計畫於 2018 年展開，首先建立環管基礎資訊系統，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；2021-2023 年則將優良範例做法推廣到其他據點及海內外和泰集團關係企業，持續擴展環管業務作為、強化環境影響力。2024 年將持續精進，逐步朝淨零排放目標前進。

和泰汽車持續執行環境永續行動，並爭取價值鏈合作夥伴之認同與加入。各項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。和泰集團亦持續投資環境永續，除定期舉辦環境教育、優先採購環保與節能設備、妥善處理廢棄物外，亦於楊梅廠區導入 ISO14001:2015 環境管理系統驗證 (EMS)，並自 2019 年起連續 5 年通過外部查證，近三年的總投入金額超過兩千萬元。



### 環境永續行動績效與成果

| 議題               | 具體實施項目   | 2023 年具體實績  | 2024 新規劃  |
|------------------|--|---|---|
| 朝零排放目標邁進         | 溫室氣體 (CO2) 減量活動  | 相較 2019 基準年, 2023 年全台經銷商平均碳排 -33%、用電 -3%、用水 -17%、廢棄物 -17%, 效果優異。  | 設定全年碳排 -15%、用水 -5%、廢棄物 -5% (vs. 2019), 並請各經銷商持續改善。  |
| 建立低碳社會           | 推廣環保駕駛 (Eco-driving)   | 全台服務據點均設有環保公布欄, 宣導環保駕駛技巧及益處。  | 持續於全台服務據點環保公布欄, 宣導環保駕駛。                             |
|                  | 落實 HV 電池回收體制   | 全台落實 HV 電池 100% 回收, 避免造成環境破壞。   | 全台落實 HV 電池 100% 回收, 避免造成環境破壞。                       |
|                  | 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, 累積植樹 77 萬棵。   | 持續推展植樹活動。   |
| 推動豐田環境計劃         | 加強與非政府組織 (NGOs) 合作   | 持續與 NGOs 合作, 推廣植樹 (慈心基金會)、淨灘 (咾咕嶼協會)、舉辦環境教育 (台灣環資協會 / 循環台灣基金會) 等環境永續相關活動。                               | 持續拓展合作模式, 擴大品牌環保影響力。                                |
|                  | 環管訊息揭露 (內外部)   | 每年召集經銷商及集團各公司主管、同仁, 分別為 3 月約 60 人、9 月約 140 人舉辦內部教育、分享全球趨勢及國內現況, 提升環境永續意識, 並於永續報告書中揭露集團環境管理實績, 實踐永續營運願景。 | 預定於 3 月、9 月舉辦高階環管教育, 針對各項環境永續及管理業務提供新知, 協助全集團各公司推動。 |
|                  | 推動內外部 “環境持續發展教育”   | 提升和確保零異常和抱怨   | 全台 0 環境相關抱怨或客訴。                                     |
| 加強推動環管體系         | 持續提升環管績效表現   | 2023 年廠家評鑑 NO.1(註)。   | 2024 年保持水準並獲得 NO.1。                                 |
|                  | 持續推動太陽能  | 全台累計 70 座太陽能案場。   | 持續擴展太陽能案場。  |
|                  | ECO 特攻隊分享報發行   | 每季發行 ECO 分享報, 提供新知與趨勢。  | 持續蒐羅現下環保新知, 於每季 ECO 分享報分享新知。                        |
|                  | 100% 通過第三方單位驗證 (ISO 14001)   | 全台經銷商據點 100% 通過驗證。  | 全台服務據點 100% 取得 ISO 14001 驗證。                        |
|                  | 與經銷商共同推動環保活動   | 於 Q3 舉辦 8 場環境月活動, 吸引逾 3 千人參加, 擴大品牌影響力。  | 依日本母廠之年度活動辦法, 與各經銷商共同舉辦環境月活動。                       |
|                  | 經銷商通過廠家 Eco-Dealership 評鑑  | 各經銷商據點 100% 通過廠家 Eco-Dealership 評鑑。   | 持續維持各經銷商環管水準, 100% 通過廠家 Eco-Dealership 評鑑。          |
|                  | 舉辦員工教育, 定期發佈環保訊息   | 每年 7 月舉辦全員環境教育, 提升員工環境永續意識。   | 於 7 月舉辦員工環保通識教育。                                    |
| 公開揭露環管成效, 提高品牌形象 | 以公司 Email、永續報告書等管道公開揭露環境管理成效。<br>於永續報告書、公司官方網站、TOYOTA 各經銷商 FB、據點佈告欄公開環境管理成效。 | 持續提升環管能力, 樹立同業標竿。<br>持續強化對外部溝通, 營造環境永續品牌形象。   |   |

註：豐田亞大區總代理之內部環管評鑑

## 5.4 環保產品設計

### 5.4.1 合規與認證

和泰汽車全車型 100% 符合廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準，並取得合格認證。截至 2023 年底，有效之節能標章產品<sup>1</sup>，品牌別為 TOYOTA 的 54 款產品，LEXUS 的 19 款產品。有效之環保標章產品<sup>2</sup>，品牌別為 TOYOTA 的 35 款產品，LEXUS 的 16 款產品。2023 年 Toyota 新車販賣台數中，具環保標章台數達 92%、具節能標章台數達 88%、同時具有環保標章與節能標章達 88%。

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。在法規愈加嚴苛下，目前本牌銷售之能源效率 1、2 級車型仍能超越本牌過半之銷售比率。

<sup>1</sup> 節能標章之有效期限為 2 年。

<sup>2</sup> 環保標章之有效期限為 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 | 環境部  | 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 | 環境部  | 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  | 2023 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 CO <sub>2</sub> 排放。          |
| 車輛安全 | 交通部  | 2024 年公告版本 | 積極協調原廠導入合乎台灣法規車輛規格。   |

#### TOYOTA 車款取得能源效率標示 2 級以上車型

| 廠牌     | 車種  | 等級 | 比率  |
|--------|---|----|-----|
| TOYOTA | ALPHARD HV、CAMRY HV、CROWN HV (2.5)、PRIUS PHEV、RAV4 HV、ALTIS HV、COROLLA CROSS HV、SIENNA HV   | 1  | 32% |
|        | CAMRY、COROLLA SPORT、CROWN HV (2.4)、RAV4、SIENNA、PRADO、TOWN ACE、TOWN ACE VAN、VIOS、YARIS CROSS | 2  | 40% |

#### LEXUS 車款取得能源效率標示 2 級以上車型

| 廠牌    | 車種  | 等級 | 比率  |
|-------|---|----|-----|
| LEXUS | ES300h、IS300h、LS500h、RX350h、RX450h+、RX500h、NX350h、NX450h+、UX250h、LM350h、LM500h、LC500h、LBX | 1  | 54% |
|       | ES200、ES250、NX200、NX250、UX200   | 2  | 21% |

### 5.4.2 供應鏈環境衝擊減緩

為降低車輛在生命週期中產生的環境衝擊，和泰汽車積極導入各種污染防制設備及流程，目前已針對供油系統、揮發性有機溶劑、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 2023 年共減量 5,090 萬瓶，減少重量達 300 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)

| 2020 |    | 2021 |    | 2022 |    | 2023 |    |
|------|----|------|----|------|----|------|----|
| T    | L  | T    | L  | T    | L  | T    | L  |
| 297  | 68 | 276  | 73 | 305  | 81 | 330  | 87 |

T: TOYOTA L: LEXUS

### 水性塗料

為了降低傳統油性塗料對環境所帶來的汙染，和泰汽車 2008 年導入環保水性塗料，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，2023 年減少約 50 噸的 VOC。

### 環保水性漆 VOC (揮發性氣體) 排放減量統計

| 2020    |          | 2021    |          | 2022    |          | 2023    |          |
|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| 噴漆台數    | 排放減量 (噸) |
| 277,475 | 76       | 199,959 | 55       | 214,589 | 59       | 181,948 | 50       |

### 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、動力轉向方向機等 3 種。

|           | 原廠零件                | 再生零件  |
|-----------|---------------------|---|
| 定義        | 通過日本 TOYOTA 母廠認證之零件 | 將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修  |
| 折扣        | 無                   | 約為原廠價格之 3 折 ~7 折  |
| 保固        | 1 年 / 2 萬公里         | 1 年 / 2 萬公里 (或依品項不同而有差異)  |
| 品項        | 全部                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 自動變速箱</li> <li>■ 冷氣壓縮機</li> <li>■ 動力轉向方向機</li> </ul>                         |
| 再生零件使用比率* | -                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 自動變速箱 (58.4%)</li> <li>■ 冷氣壓縮機 (71.9%)</li> <li>■ 動力轉向方向機 (39.8%)</li> </ul> |

\* 再生零件使用比率：該再生品項佔該品項實際銷售數之比重

### 冷媒回收

和泰汽車全省服務據點皆已配備 R134a 冷媒回收機，2023 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 21.82 公噸，以全球暖化潛勢 (GWP) 為 1,530 計算 (IPCC: AR6)，相當於減少 33,385 公噸 CO<sub>2</sub> 排放量。此外，冷媒及其類品進貨由專人負責並登錄於庫存表，管控進出貨數量。

### 包材回收

零件包裝過程產生之紙箱、紙板、塑膠袋等物質，經環境考量面鑑別，非顯著性衝擊，惟為持續改善。和泰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 239.8 噸、251.7 噸及 323.8 噸，而包裝回收材碳排減量則為 58.1 噸、60.8 噸及 78.4 噸。

### 綠能發電

和泰汽車自 2018 年起於楊梅物流園區裝置容量 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 / 小港廠增設太陽能案場，2023 年總計產生 2,900 噸二氧化碳削減減效益。

| 和泰汽車<br>太陽能案場                   | 新莊<br>園區 | 楊梅<br>園區  | 台中<br>副倉 | 高雄<br>副倉  | 長源<br>斗南廠 | 長源<br>小港廠 |
|---------------------------------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 裝置容量 (瓩)                        | 10       | 3,400     | 500      | 875       | 210       | 148       |
| 2023 年發電量 (度)                   | 14,174   | 3,725,127 | 645,771  | 1,036,544 | 252,992   | 184,624   |
| 2023 年削減量 (噸 CO <sub>2</sub> e) | 7        | 1,844     | 320      | 513       | 125       | 91        |

註 1：使用於計算之電力排碳係數為 0.495 公斤 CO<sub>2</sub>e/度。

註 2：截至 2023 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 CO 減量 32% (響應豐田全球政策；以 2019 年為基準年)。截至 2023 年底經銷商於全台累計導入 64 處太陽能案場，當年度總計削減 8,751 噸二氧化碳排放，逐步落實豐田母廠「2050 豐田環境六大挑戰」。

| 經銷商                             | 國都  | 北都                             | 桃苗  | 中部                 | 南都                                    | 高都   | 蘭揚                | 東部            |
|---------------------------------|---|--------------------------------|---|--------------------|---------------------------------------|--|-------------------|---------------|
| 導入太陽能據點                         | 9<br>本社、T 中和、T 丹鳳、T 士林、L 士林、T 濱江、L 濱江、楊梅 PDS、T 新莊 | 6<br>內湖、東湖 PDS、T 大武崙、T 八堵、T 汐止 | 9<br>L 新竹、T 南崁、本社、T 桃大、T 八德、T 頭份、新竹板噴、T 南新竹、T 竹東、楊梅 PDS、L CPO | 18<br>本社及其他 17 個據點 | 8<br>本社、T 民雄、T 歸仁、交車中心、L 台南、斗南、南嘉義、斗六 | 10<br>L 民族、L 建國、T 岡山、T 鳳山、北高雄、小港、九如、湖內、屏東、東港 | 2<br>五結 PDS<br>蘇澳 | 2<br>本社<br>台東 |
| 2023 年發電量 (度)                   | 2,289,330   | 600,135                        | 1,834,663   | 4,177,140          | 2,991,699                             | 4,807,774                                    | 396,155           | 580,852       |
| 2023 年削減量 (噸 CO <sub>2</sub> e) | 1,133   | 297                            | 908   | 2,068              | 1,481                                 | 2,380  | 196               | 288           |

註 1：使用於計算之電力排碳係數為 0.495(2022) 公斤 CO<sub>2</sub>e/度。

註 2：T 為 TOYOTA、L 為 LEXUS、PDS 為交車中心、CPO 為中古車



### 回廠保不洗車活動

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、香氛手部乾洗噴霧、柔濕巾及車用掛勾等好禮。活動累計至 2023 年超過 425 萬台車響應，節約逾 63 萬度水。

| 2020 年  |         | 2021 年    |         | 2022 年    |         | 2023 年    |         |
|---------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| 響應車次    | 水減量(度)  | 響應車次      | 水減量(度)  | 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 | 1,027,505 | 154,127 | 1,081,892 | 162,203 |





# 06

樂在工作  
Enjoy Working

平均 3%  
年度穩定調薪

20.01 小時  
全體平均訓練時數

100%  
2023 年育嬰留停復職率

90%  
2023 年健康檢查率



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

### 6.1.1 提升工作價值與鼓舞精神

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，自2018年第二季起截至2023年底，和泰汽車共成立16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。



▲ 咖啡社活動



▲ 花藝社活動

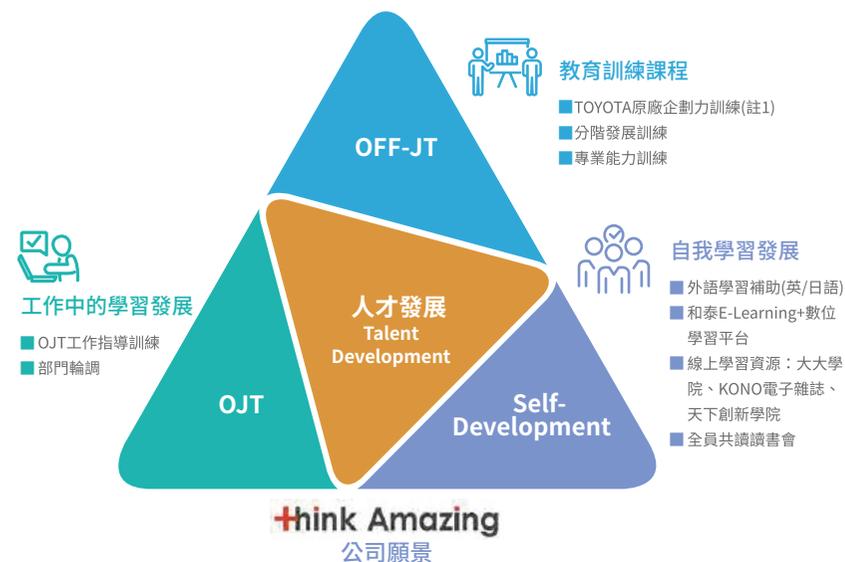


▲ 香氛社活動

### 6.1.2 全方位人才發展政策

和泰汽車對於人才的發展與培育亦不遺餘力，且為因應和泰集團（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，「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（On the Job Training，簡稱OJT）」、「教育訓練課程（Off-the-job Training，簡稱OFF-JT）」及「自我學習發展（Self-Development）」。



註 1：TOYOTA 原廠企劃力訓練課程包含：TOYOTA WAY、PDCA、A3、TBP、JKK Kaizen、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，本公司提供系統化及實務見學課程，協助新進同仁瞭解工作環境、企業文化及公司未來發展方向，透過完整的新人教育課程加上三週的見學計畫，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

- 單位內業務學習：新進同仁於到職一個月內，需認識室內業務及基礎 TOYOTA 原廠企劃力 (A3、PDCA) 概念等。
- 見學：新進同仁於到職一個月後，即至經銷商進行三週的汽車銷售及服務觀摩學習見。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。
- 線上影音課程：見學後、新人教育前，需完成職場 / 和泰相關的線上影音課程，必修 6 堂、選修 5 堂。
- 新人教育：包含公司部室簡介、TOYOTA 原廠企劃力課程、現地參訪等。(詳見下)

### 新人教育

- 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。

### 2023 年訓練時數統計

| 男性平均                                       | 女性平均         |              | 全體平均         |
|--|--------------|--------------|--------------|
| 17.21                                      | 24.09        |              | 20.01        |
| 主管職  | 平均時數 - 男     | 平均時數 - 女     | 該類平均         |
| 高階主管                                       | 7.11         | —            | 7.11         |
| 中階主管                                       | 15.95        | 17.17        | 16.11        |
| 基層主管                                       | 20.30        | 27.98        | 22.97        |
| <b>合計</b>                                  | <b>16.37</b> | <b>26.82</b> | <b>18.94</b> |
| 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                        | 12.01        | 18.21        | 14.18        |
| 高級專員 / 組長                                  | 23.86        | 31.47        | 27.30        |
| 專員 / 班長 / 辦事員 / 練習生 / 司機 / 守衛 / 護理師 / 派遣人員 | 9.8          | 13.87        | 12.00        |
| <b>合計</b>                                  | <b>17.49</b> | <b>23.71</b> | <b>20.28</b> |

- 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 1.5:1 (2023/12/31 正職員工人數 (含借調) : 567 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)

和泰汽車結合線上和線下課程，設計混合式學習體驗，讓同仁在實體和虛擬教室，都可接受客製且即時的學習素材，提升學習成效，至 2023 年底，「和泰 E-Learning+」線上學習平台累積共上架 150 堂課程，2023 年度共上架 34 堂，包含各階職能、讀書分享、職人講座等。



▲ 和泰 E-Learning+ 入口畫面



▲ 和泰 E-Learning+ 課程選單

### 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 150 堂

#### 直播讀書會

- 累積完訓人數：7,462 人

#### 大大學院

- 直播讀書會：2023 年計 28 場、共 108 位同仁參與、總觀看時數 1,346 小時

#### KONO 電子雜誌

- 大大學院：2023 年計 34 堂、完成觀看 3,003 次

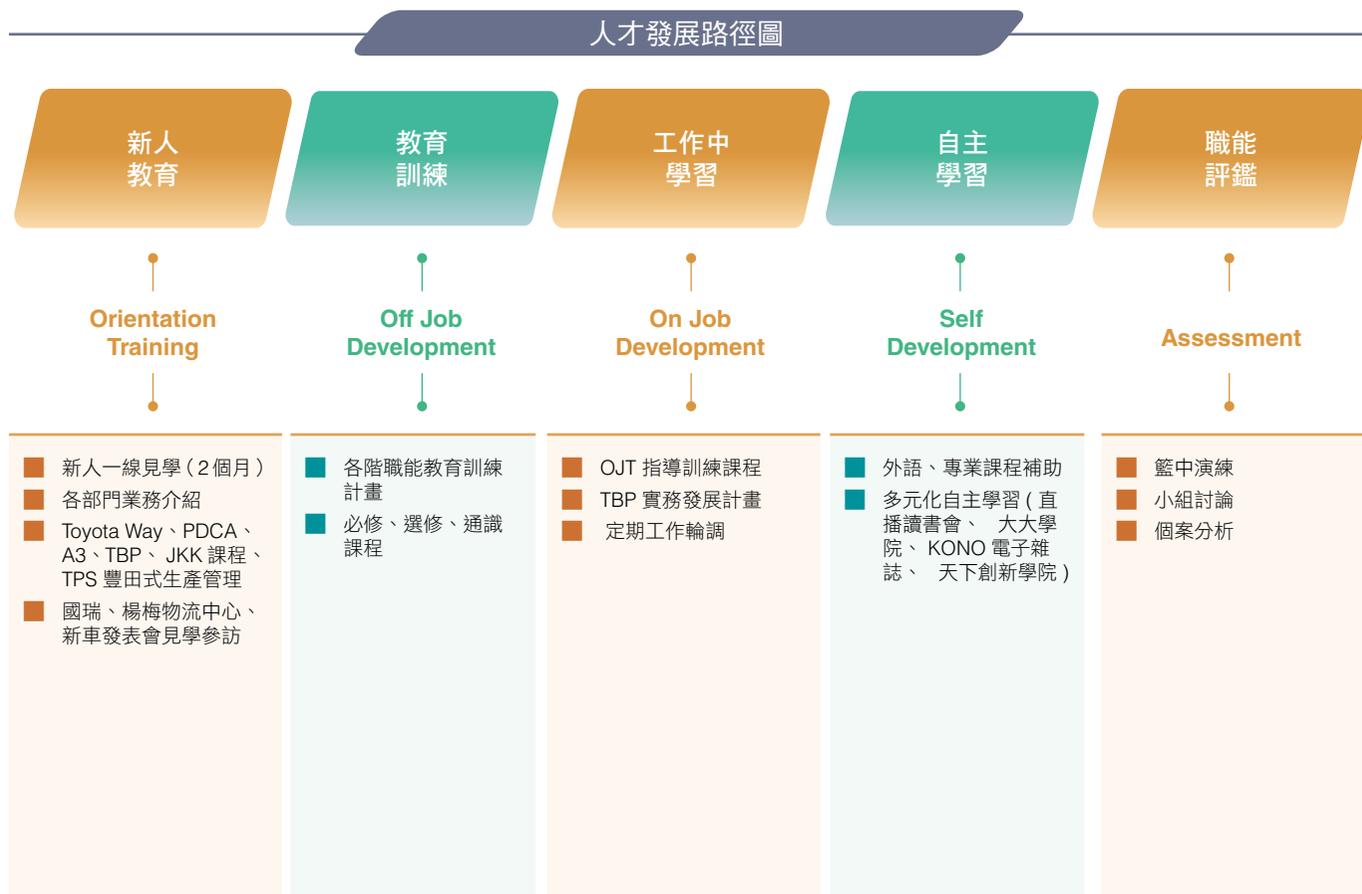
#### 天下創新學院

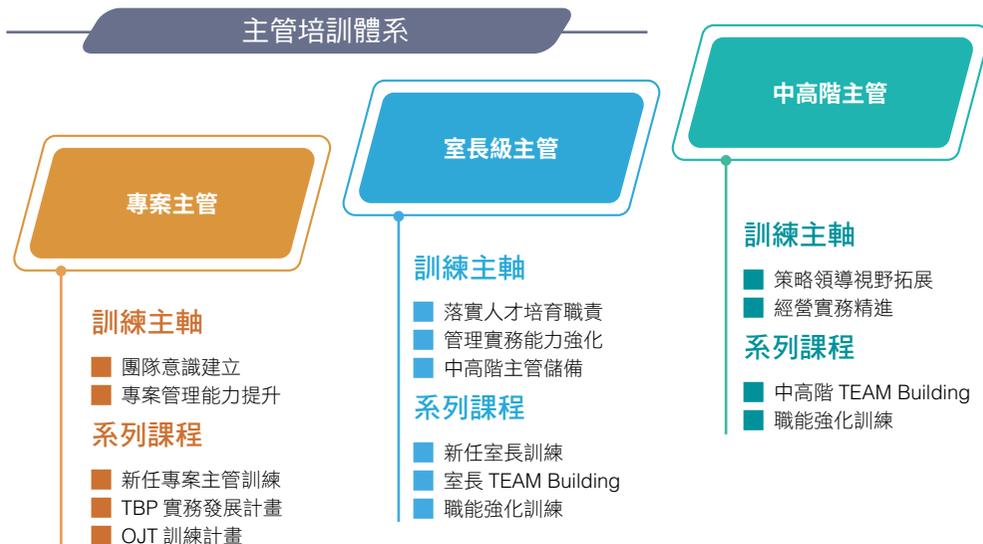
- KONO 電子雜誌：2023 年共 176 位同仁使用、總閱讀篇數 29,241 篇
- 天下創新學院：2023 年共 100 個帳號，每季結算閱讀量，單季測驗數未達 30 篇者將收回帳號。



## 6.1.3 職能培育計畫

和泰汽車職能發展中心（Assessment Center，簡稱 AC）依循「全方位人才發展政策」，定義各職位應有的職能，使全體員工瞭解應具備之能力，並透過工作中的學習發展 (OJT)、教育訓練 (Off-JT) 及自我學習 (Self-Development) 的各項課程，加以強化自身能力；之後再回到職能發展中心評鑑，衡量員工之職能發展現況，並針對不足之處，持續改善。





### 6.1.4 績效與職能評核計畫

和泰汽車全體員工每年均需接受定期績效與職能評核，評核內容依各階層人才設定關鍵行為及指標，透過績效與職能評核，找到具備潛力及適任之人才，也讓員工更能發揮能力。對於評核成績不佳的同仁，則由人資室協助該同仁之直屬主管安排輔導計劃。另有建立員工個人資料維護系統，讓員工線上填寫職涯意願，促進內部職務媒合，對員工與公司皆有助益。現行考核制度除考量部門內工作表現外，和泰汽車亦訂有團隊合作評核機制，透過該機制更能適才所用。

| 評核辦法 |         |  |  |
|------|---------|--|--|
| 類型   | 時間      | 作法   | 評核內容   |
| 績效   | 輪調 / 期末 | 使用績效發展資訊系統，同仁於平日記錄工作項目，各單位主管應即時評核已完成之工作項目並依據工作項目累加得分，予以評定績效級數，並落實績效回饋面談。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>依據工作項目累加得分，予以評定績效級數。</li> </ul>                                       |
| 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。                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>依照受評同仁所屬職級之職能項目予以評核分數。</li> <li>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。</li> </ul> |

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年度職能評鑑。和泰汽車特別針對人才發展設計各階菁英培育計畫，透過職能發展中心評鑑，讓員工與主管皆可瞭解晉升所需職能程度及未來改善方向，持續成長，攜手向前邁進。



## 6.2 權益與福祉

### 6.2.1 聘僱與留才

2023 年的員工總數為 567 人，男性與女性員工之平均比例約為 1.5：1，皆為正職與全職人員。年齡組成的分布上，以 30 歲以上未滿 50 歲比率最高，占 49.91%；依主管 / 非主管區分，有 20.11% 為主管職。2023 年暑期實習生共有 16 位，其工作為依照所屬單位之業務協助進行專案企劃；外包派遣行政人員 20 位、清潔人員 11 位、守衛 15 位；員工與非員工總數與 2022 年相比無明顯差異。和泰汽車除聘用本國籍員工外，亦有日本籍員工，也未有因聘用歧視而引起之法律訴訟。

和泰汽車如需與員工終止勞動契約時，預告期間如下；繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。

| 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 | 338    | 59.6%     | 229    | 40.4%     | 403 | 91 | 73 |
|           | 約聘 | 0      | 0.0%      | 0      | 0.0%      | 0   | 0  | 0  |
| 聘僱性質      | 全職 | 338    | 59.6%     | 229    | 40.4%     | 403 | 91 | 73 |

| 員工類別分布 |                  | 男 (人數) | 占該類比率 (%) | 女 (人數) | 占該類比率 (%) | 未滿 30 歲 | 30 歲 (含) - 未滿 50 歲 | 50 歲 (含) 以上 |
|--------|------------------|--------|-----------|--------|-----------|---------|--------------------|-------------|
| 主管職    | 高階 (協理級以上)       | 19     | 100.0%    | 0      | 0.0%      | 0       | 2                  | 17          |
|        | 中階 (經理級)         | 20     | 87.0%     | 3      | 13.0%     | 0       | 8                  | 15          |
|        | 基層 (室長級; 副理)     | 47     | 65.3%     | 25     | 34.7%     | 0       | 53                 | 19          |
| 非主管職   | 課長、副課長 (含技監、副技監) | 75     | 64.7%     | 41     | 35.3%     | 4       | 85                 | 27          |
|        | 高級專員 (含組長)       | 126    | 55.3%     | 102    | 44.7%     | 45      | 111                | 72          |
|        | 專員 (含以下)         | 51     | 46.8%     | 58     | 53.2%     | 26      | 24                 | 59          |
| 總計     |                  | 338    | 59.6%     | 229    | 40.4%     | 75      | 283                | 209         |

和泰汽車 2023 年共聘僱 38 位新人，佔全體員工的 6.7%，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。

### 新進員工統計

|            |                    | 2020 |             | 2021 |             | 2022 |             | 2023 |             |
|------------|--------------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|
|            |                    | 新進人數 | 占全體員工比率 (%) |
| 新進員工比率 (%) |                    | 4.2% |             | 5.4% |             | 5.7% |             | 6.7% |             |
| 依性別        | 男                  | 14   | 2.5%        | 14   | 2.5%        | 14   | 2.5%        | 19   | 3.4%        |
|            | 女                  | 16   | 2.9%        | 18   | 3.2%        | 18   | 3.2%        | 19   | 3.4%        |
| 依地區        | 總公司                | 26   | 4.7%        | 31   | 5.5%        | 29   | 5.2%        | 32   | 5.6%        |
|            | 新莊                 | 4    | 0.7%        | 0    | 0%          | 1    | 0.2%        | 3    | 0.5%        |
|            | 楊梅                 | 0    | 0           | 1    | 0.2%        | 2    | 0.4%        | 3    | 0.5%        |
| 依年齡        | 未滿 30 歲            | 18   | 3.3%        | 24   | 4.3%        | 19   | 3.4%        | 30   | 5.3%        |
|            | 30 歲 (含) - 未滿 50 歲 | 12   | 2.2%        | 7    | 1.2%        | 12   | 2.1%        | 8    | 1.4%        |
|            | 50 歲 (含) 以上        | 0    | 0%          | 1    | 0.2%        | 1    | 0.2%        | 0    | 0.0%        |

### 中高階管理階層聘用當地居民統計

|     |   | 2020 |                  | 2021 |                  | 2022 |                  | 2023 |                  |
|-----|---|------|------------------|------|------------------|------|------------------|------|------------------|
|     |   | 聘用人數 | 占全體中高階管理階層比率 (%) |
| 依性別 | 男 | 36   | 85.7%            | 37   | 86.0%            | 38   | 86.4%            | 36   | 85.7%            |
|     | 女 | 3    | 7.1%             | 3    | 7.0%             | 3    | 6.8%             | 3    | 7.1%             |
| 合計  |   | 39   | 92.8%            | 40   | 93%              | 41   | 93.2%            | 39   | 92.8%            |

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。

註 3：全體中高階管理階層含台灣籍與日籍主管。

和泰汽車近三年的平均離職率為 3.43%，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 2%~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，相關輪調經驗將作為職位晉升之參考指標之一；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

|         |                    | 2020  |             | 2021  |             | 2022  |             | 2023  |             |
|---------|--------------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|
|         |                    | 離職人數  | 占一般員工比率 (%) |
| 離職率 (%) |                    | 2.17% |             | 2.33% |             | 3.37% |             | 4.60% |             |
| 依性別     | 男                  | 9     | 1.6%        | 5     | 0.9%        | 6     | 1.1%        | 15    | 2.6%        |
|         | 女                  | 3     | 0.5%        | 8     | 1.4%        | 13    | 2.3%        | 11    | 1.9%        |
| 依地區     | 總公司                | 10    | 1.8%        | 12    | 2.1%        | 18    | 3.2%        | 23    | 4.1%        |
|         | 新莊                 | 1     | 0.2%        | 0     | 0.0%        | 0     | 0.0%        | 2     | 0.4%        |
|         | 楊梅                 | 1     | 0.2%        | 1     | 0.2%        | 1     | 0.2%        | 1     | 0.2%        |
| 依年齡     | 未滿 30 歲            | 6     | 1.1%        | 3     | 0.5%        | 11    | 2.0%        | 6     | 1.1%        |
|         | 30 歲 (含) - 未滿 50 歲 | 4     | 0.7%        | 10    | 1.8%        | 8     | 1.4%        | 20    | 3.5%        |
|         | 50 歲 (含) 以上        | 2     | 0.4%        | 0     | 0.0%        | 0     | 0.0%        | 0     | 0.0%        |

註 1：以上統計不含屆齡退休人員。

註 2：均為自願離職。

註 3：針對離職率變化，已持續追蹤分析，了解市場趨勢，並檢視現有留才政策。

## 6.2.2 權益維護

和泰汽車有制定有「和泰汽車員工行為準則」，於每一位新進同仁入職時需閱讀並遵守，其中內容包含但不限於致力於打造和諧、有活力的工作環境，尊重人權、不容許歧視與權力侵害、遵守勞動法律與內部規定等；應遵守法令，養成守法精神、推動守法意識等；使用、管理資產和機密資訊時應保護公司資產、保護個人資訊、保護公司智慧財產權與商業機密、尊重第三者智慧財產權等，及內線交易之禁止，以保護內部情報的機密性、禁止非法或不當之投資行為等。

為保障與傾聽同仁的意見，本公司設有如勞資溝通會議、意見信箱以及和泰園地等多元溝通管道，透過各種溝通管道及對話，使公司與同仁共同建立「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。2023 年亦未有因違反勞動法規而引起的法律訴訟。

為維護職場性別平權，我們訂有「工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，並成立「和泰汽車性騷擾防治員工申訴中心」，由管理部部長專責處理，同仁可透過部長之分機與電子信箱提出申訴；並在內部網站建立專門網頁，內容涵蓋性騷擾防治措施、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。設置性騷擾申訴處理委員會，由勞資雙方代表共同組成負責處理性騷擾申訴案件，委員會中女性代表不得低於二分之一，單一性別不得少於三分之一，並承諾不會因所屬人員提出本辦法所訂之申訴或協助他人申訴，而予以不利處分。在員工行為準則與性騷擾防治措施的完整落實下，和泰極力降低歧視與騷擾事件發生之風險。

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，調查方式採線上問卷填寫，調查對象為公司全體正職同仁。最近一次調查於 2022 年實施，並同步將調查由「員工滿意度調查」調整名稱為「組織發展調查」並調整調查構面，主軸為收集同仁回饋促進組織發展。本次調查有效回收率為 79.1%，公司整體滿意度達 3.88 分（5 分量表）；於本次調查中得分較低的部分為「考核體系」（3.59 分 / 滿分 5 分），主因除了以職能考核表現外，須通過職能評鑑中心測驗，尚可晉升，故相對來說，有一定挑戰性，未來將持續透過職能教育與在職訓練，以協助員工做好充分之準備，下一次調查預計於 2024 年辦理。



### 組織發展調查結果（以滿分 5 分計）



註：考量疫情影響，原訂 2021 年實施之調查延緩於 2022 年執行。

### 6.2.3 薪酬與福利制度

和泰汽車之員工薪酬待遇，皆依員工待遇支給辦法辦理，協理級以上人員，則由公司薪資報酬委員會審核與建議，並經董事會通過，薪酬水準公司亦會參考外部薪資調查報告進行調整，成為業界最吸引員工的雇主。

在升遷制度上，各職級則依其市場價值及公司薪資政策，設定薪資中間值和上下限，使員工薪資結構兼顧合理性與公平性，以激勵員工提升績效；除事務室長職以上，目前男性員工的平均薪資與報酬大都高於女性，主因為男性員工年資較高，和泰汽車針對相同職位之薪資水準，不因性別而有所差異，薪資水準以學經歷及年資為考量條件。我們的基層同仁（專員職）薪資不因性別而有所差異，其薪資為台灣當地最低薪資的倍數為 1.52 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 2023 年度非擔任主管職務之全時員工人數及非擔任主管職務之全時員工薪資平均數，分別為 529 人及 2,630,000 元。

| 年度             | 2022  | 2023  | 變化比率 (%) |
|----------------|-------|-------|----------|
| 非擔任主管職務之全時員工人數 | 528   | 529   | 0.19     |
| 薪資平均數 (仟元)     | 2,080 | 2,630 | 26.44    |
| 薪資中位數 (仟元)     | 1,737 | 1,991 | 14.62    |

註 1：薪資平均數與前年差異：主要因公司營運獲利增加

註 2：非擔任主管職不含經理人

### 女男報酬與酬金比率

|      |                     | 報酬比(女/男) |      | 酬金比(女/男) |      |
|------|---------------------|----------|------|----------|------|
|      |                     | 2022     | 2023 | 2022     | 2023 |
| 主管職  | 高階(協理)              | -        | -    | -        | -    |
|      | 中階(經理)              | 0.95     | 0.96 | 0.98     | 0.98 |
|      | 基層(室長)              | 0.98     | 0.98 | 0.97     | 1.00 |
| 非主管職 | 課長、副課長<br>(含技監、副技監) | 0.91     | 0.92 | 0.93     | 0.90 |
|      | 高級專員(含組長)           | 0.93     | 0.94 | 0.91     | 0.93 |
|      | 專員(含以下)             | 1.00     | 1.01 | 1.02     | 1.06 |

註：報酬係指月薪；酬金係指報酬 + 酬勞(獎金)；2022及2023年未有女性高階主管。

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。公司每年提供全體員工健康檢查，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。

### 優於法令的福利制度

| 項目      | 說明   |
|---------|--|
| 團體保險    | <ul style="list-style-type: none"> <li>公司全額支付之壽險、防癌險</li> <li>福委會全額支付之團體意外傷害險及傷害醫療險</li> </ul> |
| 外語進修補助  | <ul style="list-style-type: none"> <li>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) -</li> </ul>            |
| 旅遊補助    | <ul style="list-style-type: none"> <li>每年發放旅遊點數 50,000 元 -</li> </ul>                          |
| 生日及三節禮金 | <ul style="list-style-type: none"> <li>生日禮金：5,000 元百貨禮券</li> <li>三節禮金：5,000 元現金 / 次</li> </ul> |

### 員工福利支出金額(新台幣元)

總平均



和泰汽車提供讓同仁安心工作的職場，2023年育嬰留停的復職率100%、留任率為87.5%，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。

### 2023年育嬰留停統計

|                     | 男性 | 女性   | 合計   |
|---------------------|----|------|------|
| 當年度符合育嬰留停申請資格人數     | 28 | 21   | 49   |
| 當年度實際申請育嬰留停人數       | 0  | 8    | 8    |
| 育嬰留停預計於當年度復職人數      | 0  | 3    | 3    |
| 當年度育嬰留停復職人數         | 0  | 3    | 3    |
| 前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數 | 0  | 7    | 7    |
| 前一年休完育嬰留停的復職人數      | 0  | 7    | 7    |
| 育嬰留停申請率(%)          | 0  | 38.1 | 16.3 |
| 育嬰留停復職率(%)          | 0  | 100  | 100  |
| 育嬰留停留任率(%)          | 0  | 87.5 | 87.5 |

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

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

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

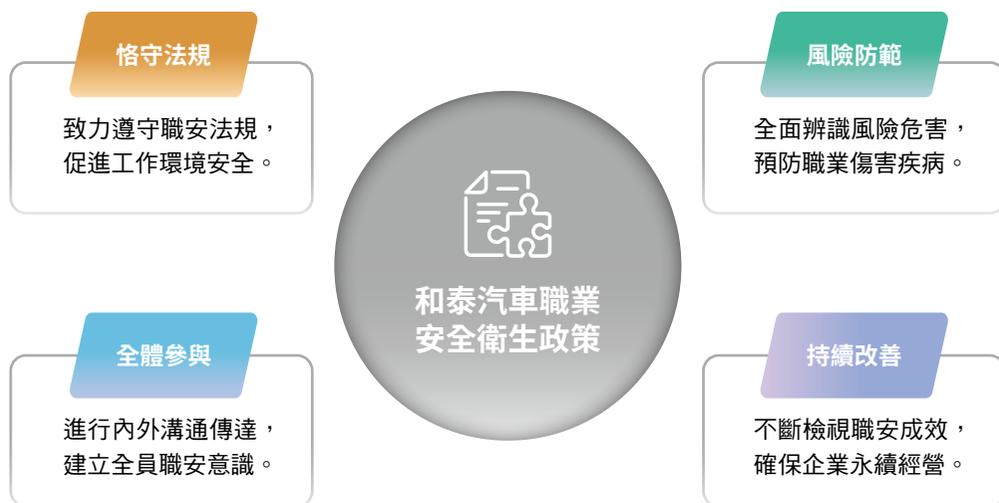
## 6.3 職業安全衛生管理

員工為企業核心競爭力與價值所在，和泰汽車致力於防止職業災害與疾病、保護員工作業安全、促進員工身心健康，提供安全可靠的工作場所、打造幸福健康之職場，達到永續經營、持續服務之願景。為使職業安全衛生管理更貼合組織特性與需求，由利害相關者提出之期望、彙總組織內外部議題、危害鑑別與風險評估結果、員工健康檢查分析等資訊，制定短、中、長期職業安全衛生業務發展計畫，持續依 PDCA 循環管理的理念降低職安衛風險。

### 6.3.1 推動安全管理

#### 職業安全衛生政策

和泰汽車秉持著「跳脫框架、凌駕夢想」的精神，提供顧客優質車輛與感動服務，同時不斷挑戰極限、超越自我，以「保護員工工作安全」、「促進工作環境衛生」、「關懷員工身體健康」為目標，持續改善提高職業安全衛生績效，達到永續經營、持續服務的願景，並努力達成以下承諾：



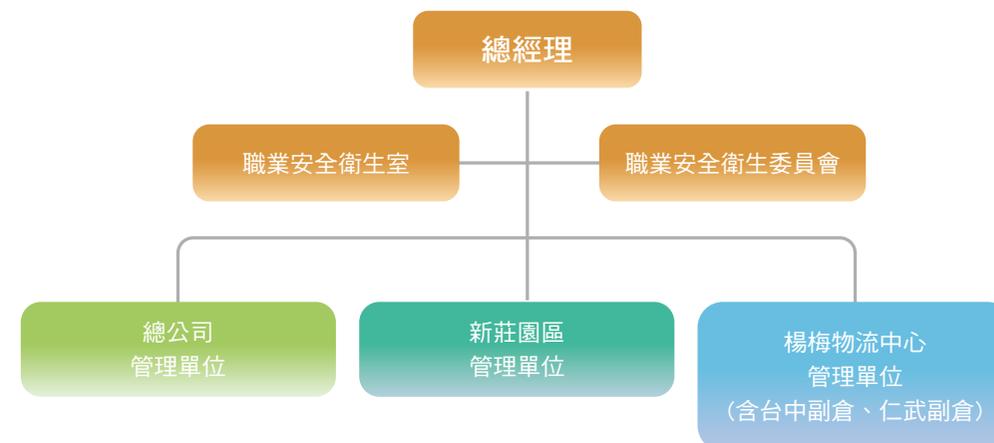
#### 職業安全衛生管理系統

和泰汽車於 2018 年導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，2019 年起通過第三方國際驗證機構之驗證，範圍涵蓋全公司（包含台北總公司、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工作者（含員工、派遣人員、承攬商），並每年持續審驗管理系統運作狀態。職業安全衛生推動需全體同仁共同參與，因此各部門皆設有職業安全衛生種子人員並完成相關訓練，共同執行內外部稽核、管理系統程序文件修訂、危害鑑別與風險評估、法規符合度確認、管理審查…等重要事項，運用系統化的管理模式，秉持持續改善的精神，持續推行職業安全衛生管理工作。

#### 職業安全衛生委員會

和泰汽車設有職業安全衛生委員會，每三個月定期召開會議，由總經理擔任主任委員，偕同各園區主管與勞工代表共 19 員（其中勞工代表 8 人），共同審議、協調、建議各項安全衛生業務推展情形，及督導安全衛生管理成效。本公司所有人員（包含員工及派遣、承攬人員）皆可透過職業安全衛生信箱、勞工代表、撥打專線或是親臨辦公室等形式，提出職業安全衛生相關議題或建議事項，職安室會定期透過問卷的方式，調查利害相關者對本公司職業安全衛生相關之需求期望，後續視通報案件形態及調查結果進行處理與回覆，必要時將相關議題呈於委員會中討論。

#### 職業安全衛生委員會組織架構



## 集團職安衛強化

和泰汽車推動職場安全健康不遺餘力，並將理念展開至集團關係企業與經銷商，期許重要工作夥伴們皆於安心可靠的工作場所奮鬥；為強化集團間職安衛管理資訊之交流，本公司定期調查集團各公司職業安全衛生組織及人員設置情形、健康管理措施、危害通識措施、勞動檢查及職災情形…等，並進行現地交流，提升集團各公司職業安全衛生管理績效，讓更多工作者在安心、健康的職場舞台發光發熱，攜手打造令人嚮往之優質職場，並達到集團永續經營、持續服務之願景。

## 6.3.2 建構職場保護

### 在職員工健康檢查

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，2023 年全面升級健檢額度，涵蓋對象包含全體員工及派遣員工，且提供多項健檢組套，同仁可以依自身需求多元選擇，2020 年全公司健檢率為 87%，2021 年為 89%，2022 年為 87%，2023 年為 90%，呈現上升的趨勢。針對從事特別危害健康作業之員工，每年安排特殊健康檢查，如檢查結果屬三級以上，則安排與職業醫學科專科醫師進行訪談及現場評估，採取危害控制、調整工作內容或調整工時等措施，本公司 2023 年之特別危害健康檢查無三級以上之結果。

各級別健康檢查額度表

| 級別        | 年齡     | 2022 健檢額度 | 2023 健檢額度 |
|-----------|--------|-----------|-----------|
| B 級       | ≤ 39 歲 | 2,200     | 3,500     |
| A 級       | ≥ 40 歲 | 11,000    | 15,000    |
| 經理、副理、室長級 | ≤ 39 歲 | 15,000    | 15,000    |
|           | ≥ 40 歲 | 15,000    | 20,000    |
| 協理級(含)以上  | 無設定    | 15,000    | 35,000    |

## 健康促進

和泰汽車設有專職的勞工健康服務護理師及特約職業醫學科專科醫師，以預防重於治療的概念，透過各項健康促進活動及服務，關懷每位員工的身心健康。2023 年特別針對「長時間久坐不動的上班族，是造成肌少症年輕化最大族群」此議題，設計相關的健康促進活動及講座，並推動「增肌減脂，肌不可失」健康促進活動，希望透過舉辦多場健促活動及講座的推廣下，能夠增加公司員工對肌少症的重視，在持續努力推動下，本公司獲得衛生福利部國民健康署 2023 年健康職場認證「健康促進標準」。



和泰汽車 2023 年健康促進活動

| 活動            | 說明  | 場次數 | 參與人次  |
|---------------|---|-----|-------|
| 醫師臨場健康諮詢服務    | 每個月邀請臨場健康服務醫師辦理健康諮詢門診，門診提供同仁一對一諮詢服務，且諮詢內容完全保密                     | 38  | 187   |
| 增肌減脂，<br>肌不可失 | 肌力量表問卷  | 2   | 260   |
|               | InBody 檢測   | 7   | 324   |
|               | 握力檢測  | 7   | 333   |
|               | 體適能講座   | 6   | 143   |
| 健康講座          | 透過各式健康講座，包含：肌不可失講座、食得健康講座、睡眠講座、熟齡的賀爾蒙變化講座，讓員工更重視自己的身體健康，將健康成為生活習慣 | 5   | 187   |
| 流感疫苗到站施打      | 為維護同仁健康、提升群體保護力，並節省同仁往返醫療院所需時間，職安室委請特約診所至公司設站，提供公、自費流感疫苗施打服務      | 1   | 70    |
| 合計            |   |     | 1,317 |



## 勞工健康保護四大計畫

和泰汽車致力保護員工健康，透過肌肉骨骼症狀問卷調查表、過負荷量表，發現需關懷或協助的員工，除進行訪談外，將視情況搭配作業場所訪視、協助安排醫師諮詢、作業環境改善等措施，主動發掘潛在健康風險因子，於危害演變成疾病前進行阻斷。為避免員工在工作場所遭到不法侵害，包含身體暴力、精神暴力、性騷擾、性侵害等，公司已建立相關通報機制，並規劃辦理職場不法侵害預防講座，以避免發生不法侵害情事。在母性健康保護專案部分，勞工健康服務護理師接獲孕期通報即安排進行健康諮詢、危害辨識與評估，訪視工作現場，以確認風險等級，公司另有孕期補給品補助，每位孕媽咪都有 2,000 元的額度可供申請，2023 年總計申請 5 件；各園區皆設有哺集乳室，提供產後職場媽咪更友善的職場環境，台北總公司哺集乳室更獲得台北市政府衛生局 112 年特優評鑑。



## 哺集乳室



## 6.3.3 風險管理預防

### 危害鑑別與風險評估

和泰汽車為確保員工享有安全衛生的工作環境，近年來積極安排各部門職業安全衛生種子人員進行危害鑑別與風險評估教育訓練，種子人員每年需定期檢視工作流程、設施、設備或環境進行危害鑑別與風險評估，將風險進行分級管制措施，高度風險須立即施以改善對策，依據消除、取代、工程改善、行政管理、個人防護具之改善順序，尋求最佳降低風險之改善方案，並後續加以追蹤改善的情況；經評估，2023 年無高風險項目；當有作業活動或異常發生時，則需重新執行評估。

### 變更管理

在新設備採購或導入新原料之前，透過變更管理程序，針對機械設備進行安全評估與增加安全防護措施，化學品則以低危害性化學品代替高危害性化學品，確保人員及廠區的安全與健康，以降低危害風險。

### 化學品管理與作業環境監測

為避免危害性化學品的使用，對員工造成健康危害，本公司透過環境安全及個人安全二面向來降低危害風險；化學品作業區設有整體換氣裝置、局部排氣裝置以有效移除揮發的有害氣體；依照化學品的特性選配適合之個人防護具及呼吸防護具；呼吸防護具每年安排教育訓練、密合度測試及生理評估，以確保防護具之有效性及適合性；作業現場依照法規進行危害通識措施，包含定期盤點化學品、現場備有安全資料表置於明顯易取得處、備有化學品清單並適時更新、化學品容器張貼 GHS 標示；針對高危害或高運作量之優先管理化學品，每年定期申報，以掌握廠內高風險化學品之重點管理機制；廠區每半年定期委託勞動部認可之監測機構進行作業環境監測，以掌握作業環境中危害因子之逸散情形，監測計畫書經外部工礦衛生技師簽證，於監測前召開監測評估小組會議，監測項目主要以化學性因子的有機溶劑為主，各項監測結果皆低於容許標準。

### 導入法規雲

和泰汽車於 2023 年導入法規鑑別查核系統（法規雲），希望透過智能系統提升法規清單完整性及法規異動查核的主動性，提高作業效率、資訊即時性、操作便利性。法規雲系統每週會主動發出法規異動通知，人員得以及時查核異動法規之適用性及符合性，透過法規鑑別及查找出潛在高風險，製作守規性報表、追蹤改善項目一覽表，致力達成法遵要求，降低危害風險。

### 2023 年職業安全衛生風險預防專案

| 專案       | 內容   |
|----------|--|
| 墜落風險預防專案 | 1. 新莊園區建築物頂樓水塔爬梯加裝垂直防墜母索<br>2. 楊梅物流中心建築物頂樓邊緣加裝護欄   |
| 火災風險預防專案 | 楊梅物流中心電動堆高機充電區車棚上方鋪設防火鋼板，並安裝偵溫 / 偵煙複合感知器，並將警報聯動至總機 |
| 人因風險預防專案 | 仁武副倉料架加裝滾輪 (roller)，降低摩擦力，減少人員搬運負擔                 |

### 疫後新生活

隨著中央流行疫情指揮中心宣布，嚴重特殊傳染性肺炎將自第 5 類法定傳染病改為第 4 類，指揮中心將同步解編，輕症或無症狀民眾如檢驗陽性，不需通報也不需隔離，為減少確診對民眾影響，減輕醫療端逐案通報負擔，並與國際防疫調整方向一致，防疫將回歸常态化，全體國人共同邁向疫後新生活。和泰汽車遵循指揮中心所公布之相同原則，停止居家辦公、分組、分流、確診通報、疫調匡列等防疫措施，改為提醒員工應隨時注意身體健康、保持良好個人衛生習慣、落實肥皂勤洗手、咳嗽禮節、均衡飲食提升免疫力，做好抵禦未來各種病毒的侵襲，迎接疫後幸福新生活。



### 6.3.4 職業災害與職業病預防

和泰汽車秉持著安全第一的工作原則，以「零職災」為目標，致力提供工作者安全衛生的工作環境，規劃相關安全防護措施，在嚴格落實及有效管理下，近年來員工無重大的安全意外事件發生。

提升工作者安全衛生意識也是預防職業災害不可或缺的一環，和泰汽車每年訂有職業安全衛生教育訓練計畫，定期舉辦內部安全衛生教育訓練及安排證照人員參加外部訓練或在職回訓，以增進員工對安全衛生的認知，預防職業災害發生；本公司職安衛相關證照共計 110 張，2023 年教育訓練參訓人數總計 724 人次。

#### 職業安全衛生證照一覽表

| 證照名稱       | 數量 |
|------------|----|
| 職安衛管理師 / 員 | 3  |
| 職安衛業務主管    | 10 |
| 勞工健康服務護理師  | 1  |
| EMT1 初級救護員 | 3  |
| 高空工作車操作人員  | 2  |
| 堆高機操作人員    | 36 |
| 保安監督人      | 1  |
| 防火管理人      | 6  |
| 有害作業主管     | 14 |
| 急救人員       | 22 |
| AED 管理員    | 12 |

#### 各類型職業安全衛生教育訓練人次統計

| 類別             | 訓練人次         |
|----------------|--------------|
| 新進人員一般安全衛生教育訓練 | 68 (含實習生、派遣) |
| 在職人員一般安全衛生教育訓練 | 568          |
| 職安衛管理人員回訓      | 3            |
| 職安衛業務主管初訓 / 回訓 | 6            |
| 勞工健康服務護理師回訓    | 1            |
| 危害鑑別與風險評估教育訓練  | 28           |
| 呼吸防護教育訓練       | 8            |
| 保安監督人初訓 / 回訓   | 1            |
| 有害作業主管初訓 / 回訓  | 14           |
| 急救人員初訓 / 回訓    | 17           |
| AED 管理員初訓 / 回訓 | 10           |

本公司訂有「承攬商安全衛生管理作業標準」，以確保承攬商於本公司作業期間，符合職業安全衛生法規要求，避免職業災害發生；本公司發包單位於施工前須提出申請，工程契約明定責任歸屬，並要求承攬商於施工前簽署安全衛生承諾書、危害告知、協議組織會議、工具箱會議等文件，保證施工期間一切依照職業安全衛生法規辦理，發包單位監工人員不定期至作業現場巡查，確認作業符合安全標準。

為確保職業災害發生時，相關單位能迅速反應，本公司訂有「職安衛事故調查程序」，規定所有內、外部員工及承攬商，如有虛驚事件、職業傷害或職業疾病等事故發生時，應立即採取通報、調查等程序，找出根本原因及矯正措施，以預防類似事故再次發生。

### 事故調查流程



### 員工與非員工職災統計

| 項目        | 依性別   | 2019 年 | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 |
|-----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 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

和泰汽車訂有「緊急事件處理手冊」、「環安衛緊急應變程序」，緊急事件發生時能有對應措施與流程；公司各區每年會視自身特性進行演練，例如消防演練及化學品洩漏災害應變演練等，演練包含狀況通報、避難引導、滅火、防護、滅火器操作、消防栓操作、急救包紮等實作，使同仁面臨緊急狀況時可快速做正確應變措施；2023年楊梅園區舉辦上、下年度定期「消防演練」，參與同仁 152 位；新莊園區進行「自衛消防演練」，參與同仁 57 位。

本公司於 2023 年辦理全員急救暨 AED 教育訓練，並且取得「安心場所」認證，表示本公司有 70 % 以上之員工受過急救暨 AED 訓練，如有緊急事件發生，傷患需要緊急救援，同仁可於第一時間進行急救，提高存活率。

配送司機管理部分，包含健康檢查、宣導運輸安全，並要求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，日常作業交通「零」事故，人員「零」傷亡。

在全體同仁努力之下，和泰汽車近 5 年全體員工皆無發生職業災害，本公司將持續努力營造安全之工作環境、強化人員安全衛生觀念，維持零災害的安心幸福職場。





# 07

**社會共融**  
Community Service

**8.1 小時**  
平均志工時數

**101 名**  
服務人才校園  
儲備計畫參與人數

**80 萬**  
2023 年石虎野放  
訓練經費

**12,000 人次**  
移動公益幸福行動  
累積服務人次



和泰汽車秉持「取之於社會，用之於社會」之觀念，長期投入社會公益，結合集團內外部資源並與利害關係人合作，積極推動相關公益行動，期望發揮正向社會影響力，帶動社會持續進步，共享共榮。

2023 年我們持續著力於公益行動，包含「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；「量產幸福 移動公益」專案運用和泰本業的共享移動服務，持續以 yoxi、iRent 提供弱勢兒少移動需求，將服務拓展至高雄、台南，並將協助對象從弱勢孩童擴大至社會局判定有需求之成人，亦與台北麥當勞叔叔之家合作幫助遠地就醫孩童家庭往返醫院，至今已提供超過 6,000 趟的免費接駁；續行並擴大「台灣原生動物守護計畫」，新增與台北市立動物園合作，舉辦野保市集活動宣達石虎保育教育，同時為擴展石虎保育範圍，響應農業部農業永續及友善環境耕作計畫，為「友善石虎農作標準」農產品《由里米》設計及製造「虎力幸福米禮盒」，上線和泰購線上商城及於動物園活動上販賣，透過集團的力量及資源，支持石虎友善農作產品，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。

| 和泰汽車永續主軸         |   | 2023 年目標   | 達標情形 / 未達標說明   | 2024 年短期目標  | 2025 年中期目標   | 長期目標            | 對應之 SDGs |
|------------------|---|--|----------------|---|--|-----------------|----------|
| 移動自由<br>Mobility | 提供多元能源的產品陣容；以及推動交通行動服務 (MaaS) 多樣的移動可能   | <ul style="list-style-type: none"> <li>導護志工裝備捐贈 12 萬套</li> <li>移動公益幸福行動服務逾 6,000 趟次，服務達 12,000 人 (每趟以 2 人計算)</li> </ul>              | 達標<br>達標       | <ul style="list-style-type: none"> <li>導護志工裝備捐贈 13 萬套</li> <li>量產幸福 移動公益 (原移動公益幸福行動) 服務達 6 縣市</li> </ul>                    | 結合本業資源，推展交通安全公益專案，守護用路人及駕駛「行的安全」   |                 |          |
| 社會共好<br>Openness | 善用集團資源，深入台灣在地進行社會關懷；持續強化內部法遵風控，確保企業永續發展 | <ul style="list-style-type: none"> <li>志工時數平均 8 小時 / 人</li> <li>贊助嘉興 &amp; 桃山國小原住民合唱團</li> </ul>                                     | 達標<br>達標       | <ul style="list-style-type: none"> <li>志工時數平均 8 小時 / 人</li> <li>持續贊助嘉興 &amp; 桃山國小原住民合唱團</li> </ul>                          | 志工時數平均 8 小時 / 人  |                 |          |
| 人才價值<br>Value    | 建構健康、快樂的職場環境；注重人才發展，共同永續發展              | <ul style="list-style-type: none"> <li>公益夢想家活動觸及人次 200 萬人次</li> </ul>  | 達標             | <ul style="list-style-type: none"> <li>公益夢想家活動觸及 230 萬人次</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>打造 ESG 青年培力活動第一品牌</li> </ul>  | 透過公益作為，深耕友善企業形象 |          |
| 環境友善<br>Eco      | 推動集團各項節能減碳措施，實踐環境友善                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>環境月活動參加人數 2,700 人 (視疫情機動調整)</li> <li>淨灘活動參加人數 1.1 萬人</li> <li>原生動物守護計畫活動人數 3,000 人</li> </ul> | 達標<br>達標<br>達標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>環境月活動參加人數 2,700 人</li> <li>淨灘活動參加人數 1.1 萬人</li> <li>原生動物守護計畫活動人數 10,000 人</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>持續強化與鄰里的互動跟合作</li> <li>透過集團力量結合淨灘及教育深耕</li> <li>與全台跨世代攜手維護寶島海岸</li> </ul> |                 |          |

為推廣公益活動，於 2017 起成立《和泰集團 ESG · 與美好台灣同行》[FB 粉絲團](#) (原《和泰集團讓愛啟動》)，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。



● 集團公益數位平台 & 系列影片

- (1) 集團公益數位平台：以每月 8 篇貼文頻度與粉絲溝通集團公益作為，截至 2023 年全年，集團粉專總觸及 6,012,180 人次，總貼文數量 93 則。
- (2) 至 2023 年底，FB 粉絲數達 100,000，較 2022 年增加 15,024
- (3) 集團公益系列影片：網路影片累計達 495 萬觀看人次，積極傳達集團公益理念

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 年起提供員工每人年度 8 小時有新志工假，於上班時間參與內外部志工活動即可提出申請；2019 年起推廣 1 日志工假至全集團總計 20 家企業。而為鼓勵集團同仁志工活動參與，和泰汽車每年主動開辦多樣化志工活動，以符合不同同仁的興趣和專長。這些活動包括但不限於環境保護、社區服務、教育支援、公益捐助等領域。我們希望透過提供多元志工服務機會滿足同仁的需求，同時讓同仁感到參與志工服務的價值和意義，並鼓勵員工以實際行動回饋社會，為台灣貢獻一份心力。2023 年，和泰汽車同仁平均志工時數達到 8.1 小時，顯示出同仁們對志工服務的熱情和積極參與。我們將持續以 8 小時為目標，鼓勵同仁們繼續參與志工活動。



### 2023 年和泰汽車志工活動統計

| 項目 | 集團志工活動                   | 場次數       | 人次           | 志工時數     | 總計 (時)       |
|----|--------------------------|-----------|--------------|----------|--------------|
| 1  | 麥當勞叔叔之家<br>「主廚到我家」       | 15        | 128          | 4        | 512          |
| 2  | 等家寶寶蔬果包裝                 | 5         | 50           | 4        | 200          |
| 3  | 玩具愛分享「二手玩具回收」            | 7         | 230          | 4        | 920          |
| 4  | 原夢國家隊寄宿志工<br>「帶原民小朋友到你家」 | 2         | 18           | 8        | 144          |
| 5  | 和泰集團淨灘減塑全台總動員            | 1         | 253          | 4        | 1012         |
| 6  | 南投特生中心「護鳥飛翔」窗貼           | 2         | 65           | 8        | 520          |
| 7  | 和泰集團全台捐血串聯               | 1         | 150          | 1        | 150          |
| 8  | 和泰集團一車一樹植樹志工             | 1         | 120          | 4        | 480          |
| 9  | 玩具愛分享「傳愛背包志工」            | 1         | 33           | 8        | 264          |
| 10 | 新北耶誕城愛心出遊                | 1         | 10           | 4        | 40           |
|    | <b>總計</b>                | <b>36</b> | <b>1,057</b> | <b>-</b> | <b>4,242</b> |





和泰汽車長期關注企業永續責任，結合本業資源發展移動產品與服務等公益活動，發展以交通安全為主軸專案，如提供共享移動服務 (iRent/yoxi) 免費接駁趟次之「量產幸福 移動公益」計畫；捐贈全台灣中小學童長達 13 年「導護志工裝備」，守護學童上下學行的安全；以及透過繪畫教育，讓交安觀念深植孩童心中之「交通安全繪畫比賽」等。

6,000 趟

「移動公益幸福行動」  
累積捐贈接駁趟次

12 萬套

全臺國中小學導護志工裝備累  
積捐贈數量

近百萬人

交通安全繪畫比賽  
舉辦 23 年累計參賽人數

## 7.1 Mobility 移動自由

### 7.1.1 量產幸福 移動公益 (原：移動公益幸福行動)

在台灣各角落仍有許多弱勢族群為「行」所困，例如偏鄉交通移動、就醫就學接送、社工緊急勤務救助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）及車輛捐贈，發展「移動公益幸福行動」，幫助更多人邁向美好的生活。

「量產幸福 移動公益」專案致力於協助台灣各角落的交通移動需求，2022 年與新北市政府社會局、新北家扶中心、臺中市政府社會局合作，協助弱勢族群，如安置兒少、早期療育幼兒就醫、就學，以及社工物資配送出勤等交通接送服務；2023 年將服務拓展至高雄、台南，並將協助對象從弱勢孩童擴展至社會局依個別情況判定有需求之成人、失依個案安置、就醫等交通需求，亦與台北麥當勞叔叔之家合作幫助遠地就醫孩童家庭往返醫院，透過 yoxi 高品質接駁，減輕弱勢個案舟車勞頓負擔，至今已提供超過 6,000 趟的免費接駁，服務超過 12,000 人次（以一趟 2 人搭乘計算）。

為呼籲大眾一同關注弱勢議題，我們並與高雄市政府合作推出服務過程紀錄影片【**陪伴脆弱家庭擺脫移動困境 | 和泰集團「移動公益幸福行動」**】，累積超過 80 萬觀看；社群分享《暖心接駁故事系列》，達 800 萬觸及。希望透過本業資源讓為行所困的弱勢對象也能享有滿意的移動體驗，並透過影片的傳送，攜手擴大社會影響力。



## 7.1.2 捐贈導護志工裝備

和泰集團長期致力於交通安全等相關活動，因觀察到全臺國中小學導護志工裝備有品質參差不齊、破損、污垢清除不易等狀況，為提升導護志工值勤時的安全，自 2011 年開始每年輪流捐贈全臺縣市國小導護志工裝備，包含反光背心與指揮旗，2018 年更開放全臺縣市國中線上申請，2023 年捐贈 1,000 套導護裝備，13 年來已累積捐贈 12 萬套導護裝備。



## 7.1.3 交通安全繪畫比賽

和泰汽車於 2001 年起即與和泰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 23 年以來，累計參賽人數將近百萬人，捐贈金額超過百萬以上，持續推廣交通安全與社會公益。





秉持「取之於社會，用之於社會」精神，和泰汽車長期以來致力於社會及弱勢關懷，如自 2022 年發起「原夢國家隊」公益計畫，集結集團力量贊助新竹縣桃山及嘉興國小原民學童出國參加歌唱比賽；長期使用本業 HINO 大型車底盤打造 12 台配備先進設施之捐血車，攜手醫療財團法人台灣血液基金會號召車主與熱心民眾挽袖獻血；以 TOYOTA 據點全面採購喜憨兒烘焙商品實際行動力挺憨兒，供其自主獨立工作機會。



23.9 萬

2023 年和泰號捐血車  
募集血液袋數

12 萬

TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽  
台灣兒童總徵件數

4,100 萬元

TOYOTA 與 Lexus 兩品牌挹注  
藝文活動金額

## 7.2 Openness 社會共好

### 7.2.1 原夢國家隊

和泰集團自 2022 年發起「原夢國家隊」公益計畫，號召集團各事業體系一起加入，整合集團資源長期支持新竹縣尖石鄉嘉興國小及新竹縣五峰鄉桃山國小合唱團，希望具有天賦及才華的泰雅族兒童合唱團，能在成長、吸收新知的時期，接觸各種不同職業和環境，開拓小朋友的視野及增加對職業的想像。

2023 年「原夢國家隊」公益計畫贊助新竹縣尖石鄉嘉興國小及五峰鄉桃山國小合唱團勇闖國際賽事，讓台灣純淨宏亮的泰雅之聲得以被世界聽見，兩校更完美挑戰了夢想舞台，嘉興國小獲得韓國【第 12 屆世界合唱大賽 -World Choir Games】兒童組及無伴奏民謠組《金質獎》；桃山國小於【新加坡第七屆國際合唱節 -Singapore International Choral Festival】同聲合唱組喜獲《金質獎》，成為台灣之光。

踏上世界舞台充滿挑戰，為了完整記錄「原夢國家隊」新竹縣嘉興國小及桃山國小合唱團逐夢之旅的過程，和泰集團邀請到擅長營造人性及正面力量的知名紀錄片導演 - 楊智麟「黑導」拍攝《讓夢想發聲》紀錄片，將新竹山城中泰雅國小合唱團擁抱夢想、大步走向前的故事完整深刻呈現。團隊耗時 3 個月密集跟著嘉興及桃山國小合唱團拍攝，完整記錄從賽前的練習及準備、行前感恩音樂會、出國桃園機場候機室快閃表演、一路到站上國際舞台得到兩項國際大獎的榮耀及感動，2023 年紀錄片已突破 437 萬觀看次數，「原夢國家隊出國全記錄」系列網路影片也已超越 77 萬觀看次數。

和泰集團「原夢國家隊」帶領泰雅小朋友看得更多，連續 2 年舉辦「職涯體驗營及寄宿家庭活動」，讓嘉興及桃山國小的孩童看見汽車產業等多元有趣的職業，體驗不一樣的都市家庭生活，壯大孩子對未來的期待，啟發對人生更寬廣的憧憬；也陪伴孩童完成逐夢之旅，全額贊助兩校合唱團五百萬到韓國及新加坡比賽行程，並增購全新表演族服及活動團服，踏上世界的舞台發光發熱。



## 7.2.2 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，和泰運用代理的 HINO 大型車打造捐血車，已捐贈共 12 台配備先進的採血設備之泰號捐血車予各地捐血中心，服務超過 136 萬名捐血人，募集近 203 萬袋熱血（每袋 250c.c.），和泰汽車為台灣捐贈捐血車數量最多的企業。和泰集團亦攜手各關係企業已累計舉辦超過 1,500 場捐血活動，超過 8 萬人踴躍捐血。

### 和泰集團一日捐血串聯活動

和泰集團響應「6/14 世界捐血人日」，攜手醫療財團法人台灣血液基金會舉辦「2023 世界捐血人日 - 和泰集團全台捐血串聯活動」，動員全台多輛和泰號捐血車，於台北、新北、桃園、台中、彰化、嘉義、台南、高雄、宜蘭、花蓮等行政區內多個 TOYOTA 營業所、公園及企業據點，設立共 15 處捐血站。號召和泰集團 17 家關係企業及經銷商同仁，於遍布全台北、中、南、東部地區的捐血站點，與車主及熱血民眾一同挽袖獻出熱血，用實際行動支援全台醫療用血，本次活動共募集 1,315 袋血，補充全台血庫、緩解缺血情況。2023 年所有和泰號捐血車已募集了 23 萬 9,004 袋的血液，佔本年度全國捐血量的近 9%。



(數據資料來源：醫療財團法人台灣血液基金會)



## 7.2.3 TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽

為鼓勵兒童的想像力，並提升繪畫比賽層級，和泰汽車響應日本 TOYOTA，於每年舉辦夢想車創意繪畫比賽，至 2023 年已邁入第 17 屆、累積超過 88 萬件的作品，每年吸引眾多 15 歲以下的兒童及青少年參賽，為全台規模第一的兒童國際繪畫賽事。第 17 屆的 TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽持續推廣多元報名管道及 CG (電腦繪圖) 藝術作品投稿，讓喜歡繪畫的大小朋友，有更多表現創意的方式。在學童踴躍參與藝術活動的熱情下，全年總徵件數達 12 萬件！



### 乘載夢想的世界展覽車 / 黃芩 宜蘭市 宜蘭國中

「我希望有一台世界展覽車，可以到貧窮沒有資源的地方，帶給人們關於現在、過去、未來的有趣知識。這是一台充滿夢想的世界展覽車，可以上天下海到達全世界任何一個需要它的地方。」

## 7.2.4 喜憨兒關愛活動

和泰汽車於 2015 年啟動關懷喜憨兒計畫，全台灣 TOYOTA 服務據點長期採購喜憨兒烘焙商品，全面支持協助喜憨兒自立獨立的工作機會，至 2023 年累計採購金額逾 5,186 萬元。

## 7.2.5 藝文培育與活動

為支持台灣藝術與文化的長期發展，TOYOTA 及 Lexus 持續舉辦相關藝文培育活動，2023 年總計贊助金額超過新台幣 4,100 萬元。

Lexus 長年舉辦相關活動，包括 LEXUS DESIGN AWARD 全球設計大賞、LEXUS MY FILM 短影片競賽等，鼓勵年輕創作者揮灑創意；更連續五年與台北市政府、VOGUE 攜手贊助年度時尚盛會《2023 臺北時裝週 x VOGUE Fashion's Night Out》，支持台灣新世代時尚設計師。2023 年 Lexus 也與更多職人合作，規劃「小小系列活動」，讓車主孩童向星級主廚及人氣影音創作者學藝，培養兒童職人精神。透過多元且長期舉辦及贊助多元藝文活動，持續注入創作人才培育的能量，為年輕世代打造夢想舞台。



此外，TOYOTA 支持台灣體壇發展，2023 年持續贊助奧運舉重選手郭婞淳，亦贊助 T1 新北中信特攻籃球隊、UBA 大專籃球聯賽及 HBL 高中籃球聯賽轉播等各級賽事，攜手推廣籃球運動；並用行動支持各類型音樂活動，贊助《hito 頒獎典禮》、《KKBOX 風雲榜》兩大流行音樂盛事，以及《臺瘋音樂會》一由台灣年輕音樂家們組成的灣聲樂團，將「古典音樂臺灣化，臺灣音樂古典化」，呼應「愈在地愈國際」的文化力量；與音樂節目《大嘻哈時代 2》合作，鼓勵年輕世代勇敢追夢。同時支持《未來少女》超人氣女團選秀節目，鼓勵更多年輕世代找到屬於自己的舞台。



和泰汽車長期致力人才價值培育，如自 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「和泰公益夢想家」和企業「和泰汽車 TOYOTA WAY 菁英研習營」大專院校培訓課程，激發莘莘學子的創意、獨立思考與職場企劃能力，為社會培育青年潛力人才。

875 萬

和泰公益夢想家  
公益實作津貼累積金額

6,798 萬元

捐贈汽車高科技教具及教材，累  
積金額超過新台幣 6,798 萬元

400 人

和泰汽車 TOYOTA WAY 菁英研習營  
舉辦 3 年參加人數

7.3

Value 人才價值

### 7.3.1 公益夢想家

和泰集團自 2019 年起舉辦「和泰公益夢想家」計畫，2023 年已邁入第五屆，以企業攜手青年共創公益的形式，結合產官學界豐富資源，提供紮實公益培力活動，五年來累計了 800 組青年提案，陪伴超過 45 組團隊進行公益實作，提供新台幣 875 萬元公益實作基金，鼓勵青年藉由具體行動發揮影響力，傳遞改變社會的正能量。

第五屆和泰公益夢想家永續提案實作行動結合和泰汽車三大公益範疇，以「社會關懷」、「移動服務」、「環境保育」為三大主題，吸引來自全台 79 所大專院校、高中，逾 170 組學生隊伍報名，並從中篩選出 10 隊，提供每隊新台幣 20 萬元的公益實作基金，邀請教育部青年發展署擔任活動指導單位，並與非營利組織（NGO）國際城市浪人育成協會合作，支持年輕人勇敢實踐他們內心的公益藍圖。並於華山文創園區舉辦成果展覽，現場累計超過 600 位民眾參與，展現青年實踐公益的心得及豐富成果；並舉辦青年自我探索永續主題講座，透過專業講師分享幫助夢想家們找尋自我價值，同時喚起民眾對永續的了解與重視。



#### • 產官學豐沛資源 培育青年永續公益人才

第五屆和泰公益夢想家邀請多方專業領域評審，包含教育部青年發展署國際及體驗學習組吳正煌組長、臺灣大學社會工作學系馮燕名譽教授、KPMG 安侯永續發展顧問侯家楷協理、和泰汽車永續發展委員會黃文瑞召集人與社團法人國際城市浪人育成協會楊御廷執行長，於初賽及決賽與青年分享永續的專業觀點及實作建議。在實作過程中，也透過相關領域業師一對一輔導諮詢、NGO/ 社會企業探訪等活動，為隊伍帶來關鍵突破思維及多方資源。和泰公益夢想家透過結合產官學界的豐沛能量，以及運用和泰集團資源，來為台灣培育下一代的永續創新人才。

#### • 華山盛大登場 青年公益實作展覽

「第五屆和泰公益夢想家成果展覽」於華山文創園區舉辦，展覽聚焦青年公益成果，展現 10 組隊伍近一年的公益實作成果，以及安排永續領域業師與歷屆公益夢想家參與同學的精采論壇，向大眾分享豐富成果，期待未來能繼續與青年攜手，共創美好永續社會。

| 提案主題 | 隊伍名稱                   | 業師                           | 提案  |
|------|------------------------|------------------------------|---|
|      | 飛越而上                   | LIS 情境科學教材<br>創辦人 嚴天浩        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 新二代東南亞文化學習</li> </ul> 由臺越新二代大學生組成，從自身成長經歷出發與新二代共感，協助認識母國文化以及建立自我認同。  |
|      | Play for Peace<br>阻凌玩家 | 玩轉學校共同<br>創辦人 黎孔平            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 校園霸凌議題宣導與推廣</li> </ul> 透過創新互動遊戲和教育與設計情境式遊戲，讓學生親身體驗、思考，以減少霸凌行為，促進更和諧的學習環境。  |
|      | 從經開始                   | 小紅帽 With Red<br>創辦人 林薇       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 月經平權關懷及教育</li> </ul> 致力於推動月經議題，包含月經汙名化、月經不平等及月經貧窮等議題，舉辦講座邀請學生認識月經；帶領國小生了解什麼是月經、月經帶來的生心理影響，補足健康教育沒有教導學生的月經知識。   |
| 社會關懷 | Keep Fail              | Impact Hub Taiwan<br>創辦人 張士庭 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 失敗徵集計畫</li> </ul> 相信失敗經驗與成功經驗都是值得被分享與學習的，致力於打造一個不畏失敗，願意接納與分享失敗的社會，建立『失敗經驗分享平台』，透過「失敗故事徵集」、「人物專訪」、「真人圖書館」，將其整合在網路平台當中。  |
|      | 隊伍名稱                   | 奉茶行動<br>創辦人 黃暉程              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 視障者專門 APP 開發</li> </ul> 利用創新和人性化的解決方案來實現一個願景，為視障者打造自主且自信的生活環境。並希望建立一個永續運作的系統「室內地圖 APP」，持續提供室內定向服務來幫助更多的視障朋友。   |
|      | 還鄉羽人                   | 微客公益行動協會<br>副秘書長 洪巧玲         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 降低偏鄉體育教育發展差距</li> </ul> 由一群高中生在寒暑假至偏鄉羽球陪練活動發展而成，發覺台灣體育已經嚴重失衡，決定讓偏鄉體育活動計畫延續，除了改善資源不均的問題外，也期望成為有影響力的體育活動，讓性平、體制不透明、黑箱作業等等問題不再發生。   |
|      | glingling              | 5% Design Action<br>創辦人 楊振甫  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 閒置物品改造計畫</li> </ul> 期望善用設計的力量，發展循環經濟，解決在快時尚的風潮下產生的閒置物問題，透過「設計改造」方式，賦予看似無用之物新生命。  |
| 環境保育 | 啡同凡響                   | 甘樂文創<br>創辦人 林峻丞              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 咖啡渣再利用</li> </ul> 以 Upcycle (升級再造) 概念，設計多種咖啡渣再利用方式，包含咖啡渣香皂、咖啡渣餅乾、咖啡渣蠟燭、咖啡渣香包、咖啡渣染布、咖啡渣暖暖包。賦予咖啡渣新生命與新價值，延長咖啡渣的生命週期。   |
|      | 外木山洗沙祭                 | RE-THINK 黃之揚                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 海洋環境保育營隊</li> </ul> 透過帶領孩童至外木山沙灘，實際看見沙中的塑膠微粒，並藉由互動遊戲，使其了解塑膠對於環境的危害，知悉如何在生活中進行減塑行動，能更容易將減塑觀念深植參與者心中，並落實於生活中。  |
| 移動服務 | 架構來 - 孫那               | 讓狂人飛<br>創辦人 洪璿岳              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 高齡者的移動需求</li> </ul> 透過培訓當地大學生，使其具有老化及健康促進知識，並藉由學生開著 iRent 移動服務載高齡者到森林步道出遊。『iRent』在活動中扮演著不可或缺的角色，不僅是移動載具，更是移動聊天室，創造學生跟長輩們交談的空間。並帶領高齡者一起正確運動，科普肌少症相關知識。提升高齡者健康意識外，也給予最貼心、最有親切感的孫子陪伴。 |

### 7.3.2 支援技能競賽

為培育與選拔國內優秀的汽車修護人才，和泰汽車與經銷商每年均提供人力及支援器材，投入全國性技能競賽。2023 年，我們持續贊助第 53 屆全國技能競賽，並支援 1 位講師 4 天（8 小時 / 天）協助擔任裁判和技術顧問，鼓勵年輕學子投入此產業，培育產業人才資源；並持續支援工科技藝競賽 1 位講師 3 天（8 小時 / 天）協助擔任術科裁判及學科命題顧問，激勵學子勇於追求自我夢想、在技職舞台上發光發熱。



此外，和泰集團基金會自 2021 年開辦「和泰盃烈火純青技能競賽」，鼓勵學生在學期間多參與各項技能競賽，透過校際間相互切磋與觀摩，發揮學以致用並縮短產學落差。2023 年和泰汽車持續擔任汽車修護組指導單位，規劃競賽作法，協助技術顧問 2 名、命題及舉辦賽前講習（總工時 128 小時）、實習場、教室 2 間 2 天無償使用（場地費 15 萬）及競賽用機具設備調度及活動期間庶務等支援，並已完成階段性任務，後續基金會將暫停辦理，另評估未來轉型作法。



### 7.3.3 青年學子服務探索活動

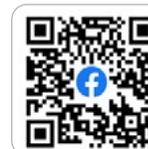
為協助青年學子進行職涯探索並促進學用合一，協同經銷商進行 T-TEP (TOYOTA-Technical Education Program) 學生參訪活動，活動內容包含公司簡介、現場作業觀摩、QA 互動 & 活動合影，提升青年培力。2023 年共有 32 所 T-TEP 學校參訪經銷商服務廠共 57 場次，參訪人數計 1,940 人，課程滿意度達 93%。



#### ★ T-TEP FB 社團

為打造技職資訊分享平台，促進學校交流，於 2020 年 6 月成立 T-TEP FB 社團，

社團現況：32 所 T-TEP 學校，4,731 師生加入社團，每月約 20 則 PO 文分享，技職資訊交流熱絡。



T-TEP FB 社團  
QRcode



### 7.3.4 板噴夏令營活動

提供技職體系之學生多元學習與板噴職場試探的機會，將有助於發掘未來的方向，且使參與之教師更瞭解板噴的實務課程及技術發展趨勢。2023 年於北區和泰、中區龍井、南區北台南及鳳山板噴教育訓練中心共舉辦 6 梯次（2 天 / 梯）活動、共 73 名學生參加，活動滿意度達 96%。

另規劃協調有人才招募需求的經銷商及 T-TEP 學校，自主舉辦板噴體驗營活動，如國都汽車與三重商工、東海高中及泰山高中共舉辦 3 梯次、36 人參加；高都汽車與中山工商及屏東高工共舉辦 2 梯次、63 人參加。後續將逐步轉型為經銷商與在地 T-TEP 學校的深化合作機會，使經銷商可聚焦於與重點關注學校互動以滿足人才需求。



### 7.3.5 服務人才校園儲備計畫

由於人才需求成長、大環境少子化，使一線人力招募不易，和泰汽車自 2022 年起推動「TOYOTA 服務人才校園儲備計畫」，帶領各經銷商投入校園人才經營。活動對象鎖定高中職高三、大專校院大四的學生，實習一個學期並接受技能養成、精進能力、參加檢定等三階段能力訓練，輔導取得 TOYOTA 原廠認可之初階人員檢定合格證書，外地求學並可選擇返鄉實習。於 2022 年第二屆服務人才校園儲備計畫錄取 72 名學生中，已有 58 位通過檢定；2023 年第三屆服務人才校園儲備計畫錄取 101 名。



### 7.3.6 捐贈豐田汽車高科技教材

為培養青年學子的技職能力，和泰汽車自 1991 年起投入和泰汽車技術支援計畫 T-TEP，協助技職學校培育汽車修護人才。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 6,798 萬元，為汽車產業培育更多人才。

| T-TEP 學校教育器材捐贈 |                                      |                               |                               |
|----------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
|                | 2021                                 | 2022                          | 2023                          |
| 捐贈器材名稱         | 壓縮機 64 個、EM 工具車 2 台及 HV 變速箱剖體 1 個等器材 | CVT 無段變速箱 55 個、HV 轉換器 31 個等器材 | CVT 無段變速箱 10 個、方向機齒輪箱 48 個等器材 |
| 捐贈器材金額 (新台幣元)  | 3,532,000                            | 8,290,000                     | 4,314,320                     |

註：因 2023 年捐贈需求與捐贈品項差異，因此捐贈器材金額較 2022 年下降。

### 7.3.7 產學技術新知交流 & 分享

和泰汽車每年 2 次定期與經銷商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，分享實務經驗和最新的車輛科技新知，2023 年共舉辦 57 場次及 1,700 師生參加，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。

#### 2023 年研修課程 - 和泰汽車

##### 上半年

##### 對象

T-TEP 學校教師

水性塗料介紹  
(共 31 名教師參加)



##### 下半年

##### 對象

T-TEP 學校教師

CROWN HEV 車型介紹  
(共 42 名教師參加)



#### 2023 年研修課程 - 豐田各經銷商

##### 對象

T-TEP 學校師生

TOYOTA 服務流程及 EM 體驗、HEV 油電複合動力系統及板金損傷判斷及維修簡介等。



### 7.3.8 和泰汽車 TOYOTA WAY 菁英研習營

和泰汽車近年來積極投入青年學子人才培育活動。為進一步培養學生競爭力，提前了解職場趨勢，自 2019 年起每年暑假期定期舉辦 TOYOTA WAY 菁英研習營，提供大專院校及研究所學生認識汽車產業以及提前接觸職場的機會 (除疫情 2020、2021 停辦外)，規劃為期 2 天的課程，內容包含車款導入實務、品牌行銷實務、A3、TPS 等原廠企劃力課程、經銷商據點參訪、汽車製造 / 零件工廠參訪等內容，全面性地將和泰汽車介紹給即將進入職場的大學生們，為學生們展現汽車龍頭企業的魅力；至今已舉辦 3 屆，累積超過 3,500 人次報名，參加人數共約 400 多位。





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。

**400 噸**

收集二手玩具並利用再生，  
累計至 2023 年底已超過 400 噸

**78 萬棵**

海岸植樹至 2023 年底，  
已超過 78 萬棵樹

**4.2 萬人次**

環境月活動  
累計響應人次

## 7.4 Eco 環境保育

### 7.4.1 原生動物守護計畫

和泰集團「台灣原生動物守護計畫」自 2021 年起與農業部生物多樣性研究所（簡稱生多所）一同保護台灣本土原生石虎，希望台灣僅存不到 500 隻的珍貴石虎能夠持續繁衍，守護台灣生態保育。為了宣示和泰集團守護台灣美麗珍稀石虎的決心，和泰集團設計了集團吉祥物 - 「虎力」，虎力是台灣珍貴的石虎，「力」字除了傳遞石虎的生命力以外，也代表著希望大自然能生生不息的想法。

「台灣原生動物守護計畫」除了支援石虎野放訓練費用，協助石虎回歸大自然，同時捐贈了 TOYOTA RAV4 及 COROLLA CROSS 兩台動物救援保育車，參與野生動物救援及保育教育。和泰身為交通產業，更積極關注「石虎移動安全」的議題，攜手集團關係企業車美仕、生多所與導航商 Garmin 共同開發 TOYOTA DRIVE+ CONNECT《動物出沒熱點》，將哺乳類（石虎）及其他動物出沒的熱點路段資料加入導航圖資中，透過文字及語音提醒功能提醒駕駛「動物頻繁出沒，請注意減速慢行」，藉此降低對石虎及其他珍稀動物的危害，並提升車主的道路安全，與車主一同守護台灣石虎及其他珍貴動物。而和泰集團吉祥物虎力出現於南投縣及南投市曾發生石虎事故路段的「石虎出沒」警示路牌上，不僅提醒駕駛行車放慢速度，也能讓用路人清楚該區域為石虎出沒範圍。

2023 年新增與台北市立動物園合作，於暑期夜間【動物旅行趣】野保市集活動中，以「2023 年虎力幸福年」帶給石虎幸福家園為攤位主題，透過互動遊戲宣達石虎保育教育，實體活動觸及超過 1,800 人、線上廣宣觸及 6.1 萬人。同時為擴展石虎保育範圍，響應農業部農業永續及友善環境耕作計畫，為「友善石虎農作標章」農產品《由里米》設計及製造「虎力幸福米禮盒」，上線和泰購線上商城及於動物園活動上販賣，更選為企業年節送禮，透過集團的力量及資源，支持石虎友善農作產品，讓農友收入更加穩定，進而帶給石虎安全、幸福的家園。

為了讓大眾更了解石虎及石虎生存現況，和泰集團及農業部生多所一同拍攝「大自然媽媽」廣宣影片，從石虎寶寶主觀視角轉變為大自然媽媽的視角，從媽媽擔心石虎寶寶受到外在環境危險帶出行政院生物多樣性研究所在石虎救援上的努力，也呼籲大眾一同保育石虎，「大自然媽媽」廣宣影片共超過 151 萬觀看。



## 7.4.2 環境月活動

和泰汽車搭配豐田廠家每年 6 月的全球環境月活動，以「TOYOTA 環境月活動」帶領經銷商共同推動綠美化環境，並以在地資源回饋鄰里增進彼此互動，凝聚在地環保意識，綠化家園環境。

環境月活動自 2005 年起開辦至今，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如各縣市政府環保局、森林及公園管理單位、鄰里社區義工隊等單位合作，以 3 年為期落實在地深根。2023 單年度共 2,700 人參與，累計至 2023 年已舉辦 118 場次，累積超過 4.2 萬人次共襄盛舉。



| 年度   | 2009~2012 | 2013~2017 |
|------|-----------|-----------|
| 活動主軸 | 清理總動員     | 綠色環保總動員   |
| 累計場次 | 32 場      | 36 場      |

| 年度   | 2018~2020 | 2021~2023 |
|------|-----------|-----------|
| 活動主軸 | 深耕在地關懷    | 深耕在地 + α  |
| 累計場次 | 25 場      | 25 場      |

## 7.4.3 玩具愛分享

和泰汽車自 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。自 2017 起，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 2023 年底已有超過 400 噸之多，相當於 103,000 棵樹一年的減碳量<sup>註</sup>；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 28 萬名的民眾共同參與，和泰並將 2018~2023 年活動報名費新台幣 136 萬元全數捐贈伊甸基金會，持續注入社會關懷的能量。



註：減碳量依據環保署回收管理基金會資料，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。



## 7.4.4 一車一樹

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，透過慈心有機農業發展基金會的協助，使海岸樹木的存活率高達九成，從 2017 年活動啟動開始至 2023 年底，已經種植超過 78 萬棵樹，減碳量約 2.6 萬公噸，種下的樹木遍及台灣沿海 14 個縣市。繼金門、澎湖之後，TOYOTA 一車一樹於 2023 年植樹節前夕在離島馬祖，南竿協和發電廠珠山分廠等地，使用 600 組水寶盆種下 900 株樹苗，期望能克服當地雨量極少且不均勻、枯水期長達半年之困境，讓綠蔭環抱馬祖。

除了持續拓展成功經驗、佈建台灣海岸線綠色廊道之外，和泰汽車亦積極透過舉辦多元、創新活動拋磚引玉，擴大影響力，帶動更多人關注海岸造林的重要性。如為了擴大影響力，匯聚更多人的支持，和泰汽車持續透過不同管道傳遞訊息，除了透過「70 萬棵樹成果影片」，呈現六年多來一車一樹海岸造林的成果，喚醒更多民眾對海岸線退縮的重視外，為了觸及年輕族群，亦運用社群媒體不定期舉行一車一樹策展與粉絲互動，以「環保永續」為主題讓一車一樹理念融入民眾日常生活中。

自 2019 年起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，2023 年一車一樹 75 萬棵達成植樹活動，邀請奧運舉重選手郭婞淳與藝人王品澔作為植樹活動號召人，於桃園石門水庫舉辦與 300 位志工一起種下 3,000 棵樹苗，集結眾人的力量植樹造林、實踐環境永續，使台灣沿岸恢復綠意盎然及生物多樣性。



桃園石門水庫志工植樹活動



一車一樹社群策展



一車一樹 70 萬棵達成



馬祖海岸造林

## 7.4.5 和泰 TOYOTA 集團萬人淨灘減塑

自 2019 年起，和泰集團與在地經銷商攜手，集結全台臨海縣市同步淨灘，並邀請當地公部門、非政府組織及全台民眾熱情參與。歷年累計全台 65 場次，超過 4.4 萬人次參與。2023 年持續舉辦，本次特邀鄰近國小學童，大手牽小手、將淨灘做為機會教育，把環保減塑意識傳承給下一代，讓環境能夠永續經營。活動於全台 16 處海灘同時進行，共清理出近 1.9 萬公斤垃圾，並捐贈新台幣 58 萬元予「台灣咕咕嶼協會」，協助於全台舉辦 35 場國小環保減塑教育，讓環保減塑意識從小扎根，創造美好台灣環境。



## 關於本報告

和泰汽車股份有限公司(以下簡稱和泰汽車、和泰)於2024年6月公開發行第十二本報告書,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2023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(包含總公司、新莊與楊梅營業據點),未與和泰汽車財務報告中的揭露實體完全一致(未包含集團子公司)。另為使利害關係人了解和泰汽車整體服務的完整性,亦揭露國瑞汽車重要永續作為及經銷商相關永續實績。資料涵蓋時間主要為2023年1月1日至2023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。重大主題與前一年度主要差異已於內文中說明、永續議題之項目數量與前一年度相同。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

本報告書參照 GRI 永續性報告準則 2021 年版及 SASB 準則為編撰基礎;在確保符合揭露精神且達到綱領要求之內容及品質的原則下,透過內部工作小組與外部輔導團隊協助,蒐集和泰汽車永續性議題與建立重大性議題鑑別流程。針對重大性分析的結果,篩選出屬於和泰 2023 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,目前最終版本由高階主管核定後發行,並交由董事會核定。

## 外部審查

本報告書由英國標準協會台灣分公司(BSI Taiwan)依照 AA1000 Type 1 中度保證等級進行查證,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;非財務資訊包含環境管理系統(ISO 14001)、職業安全衛生管理系統(ISO 45001)、資訊安全管理系統(ISO 27001)相關資訊,皆經公正第三方驗證。

## 發行資訊

和泰汽車每年公開發行永續報告書,並提供電子檔於企業永續發展網站供下載瀏覽。



## 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 林姿妤

地址:台灣臺北市中山區松江路 121 號 4 樓

信箱:WENDYLIN@hotaimotor.com.tw

## GRI 永續性報導準則 (GRI 準則) 對照表

|              |   |
|--------------|---|
| 使用聲明         | 和泰汽車已依循 GRI 準則報導編制，報導期間為 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日 |
| 使用的 GRI 1    | GRI 1：基礎 2021   |
| 適用的 GRI 行業準則 | 尚未有適用的行業準則  |

| GRI 準則 / 其他來源                   | 揭露項目 | 位置               |                                      | 省略   |    |    | GRI 行業準則中的揭露項目參考編號 |
|---------------------------------|------|------------------|--------------------------------------|------|----|----|--------------------|
|                                 |      | 章節名稱             | 頁碼                                   | 省略項目 | 理由 | 解釋 |                    |
| GRI 2: General Disclosures 一般揭露 |      |                  |                                      |      |    |    |                    |
| GRI 2：一般揭露 2021                 | 2-1  | 組織詳細資訊           | 關於和泰                                 |      |    |    |                    |
|                                 | 2-2  | 組織永續報導中包含的實體     | 關於本報告書                               |      |    |    |                    |
|                                 | 2-3  | 報導期間、頻率及聯絡人      | 關於本報告書                               |      |    |    |                    |
|                                 | 2-4  | 資訊重編             | 關於本報告書                               |      |    |    |                    |
|                                 | 2-5  | 外部保證／確信          | 關於本報告書                               |      |    |    |                    |
|                                 | 2-6  | 活動、價值鏈和其他商業關係    | 關於和泰<br>3.1 經銷商管理<br>3.2 和泰汽車供應商管理體系 |      |    |    |                    |
|                                 | 2-7  | 員工               | 6.2 權益與福祉                            |      |    |    |                    |
|                                 | 2-8  | 非員工的工作者          | 6.2 權益與福祉                            |      |    |    |                    |
|                                 | 2-9  | 治理結構及組成          | 4.1 董事會架構與運作                         |      |    |    |                    |
|                                 | 2-10 | 最高治理單位的提名與遴選     | 4.1 董事會架構與運作                         |      |    |    |                    |
|                                 | 2-11 | 最高治理單位的主席        | 4.1 董事會架構與運作                         |      |    |    |                    |
|                                 | 2-12 | 最高治理單位於監督衝擊管理的角色 | 1.2 永續發展委員會                          |      |    |    |                    |
|                                 | 2-13 | 管理衝擊的負責人         | 1.2 永續發展委員會                          |      |    |    |                    |
|                                 | 2-14 | 最高治理單位於永續報導的角色   | 關於本報告書                               |      |    |    |                    |
|                                 | 2-15 | 利益衝突             | 4.2 誠信經營與法規依循                        |      |    |    |                    |
|                                 | 2-16 | 溝通關鍵重大事件         | 1.2 永續發展委員會                          |      |    |    |                    |

| GRI 準則 / 其他來源   | 揭露項目  | 位置                  |                            | 省略   |    |                      | GRI 行業準則中的揭露項目參考編號                |
|-----------------|-------|---------------------|----------------------------|------|----|----------------------|-----------------------------------|
|                 |       | 章節名稱                | 頁碼                         | 省略項目 | 理由 | 解釋                   |                                   |
| GRI 2：一般揭露 2021 | 2-17  | 最高治理單位的群體智識         | 4.1 董事會架構與運作               |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-18  | 最高治理單位的績效評估         | 4.1 董事會架構與運作               |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-19  | 薪酬政策                | 4.1 董事會架構與運作               |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-20  | 薪酬決定的流程             | 4.1 董事會架構與運作               |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-21  | 年度總薪酬比率             | -                          |      |    | 依據 GRI 1 要求六「保密規定」項目 | 可能推導個人具體薪資，涉及個人隱私並違反本公司密薪制原則不故予揭露 |
|                 | 2-22  | 關於永續發展策略的聲明         | 經營者的話                      |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-23  | 政策承諾                | 4.2 誠信經營與法規依循<br>6.2 權益與福祉 |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-24  | 納入政策承諾              | 4.2 誠信經營與法規依循<br>6.2 權益與福祉 |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-25  | 補救負面衝擊的程序           | 1.4 重大性分析                  |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-26  | 尋求建議和提出疑慮的機制        | 4.2 誠信經營與法規依循<br>6.2 權益與福祉 |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-27  | 法規遵循                | 4.2 誠信經營與法規依循              |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-28  | 公協會的會員資格            | 1.5 外部組織參與                 |      |    |                      |                                   |
|                 | 2-29  | 利害關係人議合方針           | 1.4 重大性分析                  |      |    |                      |                                   |
| 2-30            | 團體協約  | 本公司未有勞資雙方簽訂之協約      |                            |      |    |                      |                                   |
| 重大主題            |       |                     |                            |      |    |                      |                                   |
| GRI 3：重大主題 2021 | 3-1   | 決定重大主題的流程           | 1.4 重大性分析                  |      |    |                      |                                   |
|                 | 3-2   | 重大主題的列表             | 1.4 重大性分析                  |      |    |                      |                                   |
| 顧客隱私保護          |       |                     |                            |      |    |                      |                                   |
| GRI 3：重大主題 2021 | 3-3   | 重大主題管理              | 1.4 重大性分析                  |      |    |                      |                                   |
| GRI 418：客戶隱私    | 418-1 | 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴 | 4.5 資訊安全及顧客資料保護            |      |    |                      |                                   |

| GRI 準則 / 其他來源     | 揭露項目  | 位置                   |                   | 省略   |    |    | GRI 行業準則中的揭露項目參考編號 |
|-------------------|-------|----------------------|-------------------|------|----|----|--------------------|
|                   |       | 章節名稱                 | 頁碼                | 省略項目 | 理由 | 解釋 |                    |
| <b>顧客安全</b>       |       |                      |                   |      |    |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021 | 3-3   | 重大主題管理               | 1.4 重大性分析         |      |    |    |                    |
| 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       |      |    |    |                    |
|                   | 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       |      |    |    |                    |
| <b>產品與服務品質</b>    |       |                      |                   |      |    |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021 | 3-3   | 重大主題管理               | 1.4 重大性分析         |      |    |    |                    |
| 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       |      |    |    |                    |
|                   | 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       |      |    |    |                    |
| <b>品牌管理與行銷</b>    |       |                      |                   |      |    |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021 | 3-3   | 重大主題管理               | 1.4 重大性分析         |      |    |    |                    |
| GRI 417 : 行銷與標示   | 417-1 | 產品和服務資訊與標示的要求        | 2.3 產品設計與生產       |      |    |    |                    |
|                   | 417-2 | 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件  | 2.3 產品設計與生產       |      |    |    |                    |
|                   | 417-3 | 未遵循行銷傳播相關法規的事件       | 2.3 產品設計與生產       |      |    |    |                    |
| <b>氣候減緩行動</b>     |       |                      |                   |      |    |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021 | 3-3   | 重大主題管理               | 1.4 重大性分析         |      |    |    |                    |
| GRI 201 : 經濟績效    | 201-2 | 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會 | 5.1.2 重大風險鑑別結果與因應 |      |    |    |                    |
| GRI 305 : 排放      | 305-1 | 直接 ( 範疇一 ) 溫室氣體排放    | 5.2.2 溫室氣體減量      |      |    |    |                    |
|                   | 305-2 | 能源間接 ( 範疇二 ) 溫室氣體排放  | 5.2.2 溫室氣體減量      |      |    |    |                    |

| GRI 準則 / 其他來源        | 揭露項目  | 位置                               |                           | 省略                     |    |    | GRI 行業準則中的揭露項目參考編號 |
|----------------------|-------|----------------------------------|---------------------------|------------------------|----|----|--------------------|
|                      |       | 章節名稱                             | 頁碼                        | 省略項目                   | 理由 | 解釋 |                    |
| 氣候減緩行動               |       |                                  |                           |                        |    |    |                    |
| GRI 305 : 排放         | 305-3 | 其它間接 (範疇三) 溫室氣體排放                | 3.1.5 經銷商環保績效             |                        |    |    |                    |
|                      | 305-4 | 溫室氣體排放密集度                        | 5.2.2 溫室氣體減量              |                        |    |    |                    |
|                      | 305-5 | 溫室氣體排放減量                         | 5.2.2 溫室氣體減量              |                        |    |    |                    |
|                      | 305-6 | 破壞臭氧層物質 (ODS) 的排放                | 5.2.2 溫室氣體減量              | 本公司未有破壞臭氧層物質 (ODS) 的排放 |    |    |                    |
|                      | 305-7 | 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 及其他重大的氣體排放 | 5.2.3 污染物排放與廢棄物管理         |                        |    |    |                    |
| 人力資源與包容性             |       |                                  |                           |                        |    |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021    | 3-3   | 重大主題管理                           | 1.4 重大性分析                 |                        |    |    |                    |
| 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<br>6.2 權益與福祉 |                        |    |    |                    |
|                      | 405-2 | 女性對男性基本薪資與薪酬的比率                  | 6.2 權益與福祉                 |                        |    |    |                    |
| 職涯培訓與教育訓練            |       |                                  |                           |                        |    |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021    | 3-3   | 重大主題管理                           | 1.4 重大性分析                 |                        |    |    |                    |
| 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               |                        |    |    |                    |
|                      | 404-2 | 提升員工職能及過渡協助方案                    | 6.1 培育與職涯發展               |                        |    |    |                    |
|                      | 404-3 | 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比              | 6.1 培育與職涯發展               |                        |    |    |                    |
| 人權與勞資溝通              |       |                                  |                           |                        |    |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021    | 3-3   | 重大主題管理                           | 1.4 重大性分析                 |                        |    |    |                    |
| 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                 |                        |    |    |                    |

| GRI 準則 / 其他來源     | 揭露項目   | 位置                        | 省略           |    |      |    | GRI 行業準則中的揭露項目參考編號 |
|-------------------|--------|---------------------------|--------------|----|------|----|--------------------|
|                   |        |                           | 章節名稱         | 頁碼 | 省略項目 | 理由 |                    |
| 職業安全與健康           |        |                           |              |    |      |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021 | 3-3    | 重大主題管理                    | 1.4 重大性分析    |    |      |    |                    |
| GRI 403 : 職業安全衛生  | 403-1  | 職業安全衛生管理系統                | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-2  | 危害辨識、風險評估及事故調查            | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-3  | 職業健康服務                    | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-4  | 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通      | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-5  | 有關職業安全衛生之工作者訓練            | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-6  | 工作者健康促進                   | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-7  | 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊 | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-8  | 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者         | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-9  | 職業傷害                      | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
|                   | 403-10 | 職業病                       | 6.3 職業安全衛生管理 |    |      |    |                    |
| 社會公益活動            |        |                           |              |    |      |    |                    |
| GRI 3 : 重大主題 2021 | 3-3    | 重大主題管理                    | 1.4 重大性分析    |    |      |    |                    |
| 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      |    |      |    |                    |
|                   | 203-2  | 顯著的間接經濟衝擊                 | 7. 社會共融      |    |      |    |                    |

備註：除 GRI403 使用 2018 年版外，其餘皆使用 2016 年版

## SASB 對照表

| 主題             | 指標編碼        | 指標   | 章節              | 頁碼 |
|----------------|-------------|--|-----------------|----|
| 零售與配送的<br>能源管理 | CGMR 130a.1 | 1. 總能源消耗量<br>2. 使用外購電比率<br>3. 使用再生能源比率               | 5.2.1 能資源管理     |    |
|                | CGMR 230a.1 | 描述鑑別與管理資安風險的方法                                       | 4.5.1 資訊安全管理制度  |    |
| 資訊安全           | CGMR 230a.2 | 1. 資訊洩漏數量<br>2. 資訊洩漏事件中涉及個資的百分比<br>3. 受資訊洩漏事件影響的客戶數量 | 4.5 資訊安全及顧客資料保護 |    |
|                | CGMR 310a.1 | 1. 平均時薪<br>2. 依地區劃分 領取最低基本工資的工作者比率                   | 未揭露             |    |
| 勞工實踐           | CGMR 310a.2 | 工作者的自願離職率與非自願離職率                                     | 6.2.1 聘僱與留才     |    |
|                | CGMR 310a.3 | 因違反勞動法規而引起的法律訴訟造成的金錢損失總額                             | 6.2.2 權益維護      |    |
| 工作者的多樣性與包容性    | CGMR 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                           | 6.2.1 聘僱與留才     |    |
|                | CGMR 330a.2 | 因種族歧視而引起的法律訴訟造成的金錢損失總額                               | 6.2.1 聘僱與留才     |    |
| 產品來源、包<br>裝與行銷 | CGMR 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     |    |
|                | CGMR 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                             | NA              |    |
|                | CGMR 410a.3 | 減少包材對環境衝擊的策略   | 5.4.2 包材回收      |    |

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

## 上市上櫃公司氣候相關資訊

### 氣候變遷對公司造成之風險與機會及公司採取之相關因應措施

| 項目   | 執行情形   |
|--|--|
| 1<br>敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。            | <ul style="list-style-type: none"> <li>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，委員會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，會中將由 ESG 事務局報告目前相關業務實績與未來目標以一年兩次的頻率召開委員會，供董事及獨立董事檢視與檢討成果。2021 年 12 月更名為「永續發展委員會」，會中將由 ESG 事務局主管與董事與獨立董事報告環境面（如監督氣候變遷相關議題與減碳政策等）、社會面（如公益專案執行進度等）以及公司治理面（如管控集團遵法風險等）執行實績與備詢。</li> <li>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，。環保事務局每季向董事會保管環境相關議題，社會公益局於每年 12 月向董事會提報相關資料，公司治理事務局彙整個單位向董事會提報之議題。</li> </ul> |
| 2<br>敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務（短期、中期、長期）。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>   |

| 項目                                   | 執行情形  |
|--------------------------------------|---|
| 3<br>敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。            | <ul style="list-style-type: none"> <li>（風險）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。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，造成營運成本的增加。</li> <li>（機會）隨著顧客行為偏好改變與低碳產品或服務的需求增加，顧客於購買車輛時將更加考量節能或新能源車款，而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，則有利於提高營收。</li> </ul> |
| 4<br>敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。 | <p>針對所鑑別出之轉型與實體風險，經由排序重大風險、機會，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。</p>   |

| 項目   | 執行情形   |
|--|--|
| <p>5</p> <p>若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。</p>  | <p>(轉型風險 - 法規) 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/tCO<sub>2</sub>e 方案，設計出三種情境的碳稅：</p> <p>1.NDC：100 NTD/tCO<sub>2</sub>e<br/>                 2.SBT-WB2°C (IPCC AR6, SSP1-2.6)：9-242 USD/tCO<sub>2</sub>e<br/>                 3.SBT-1.5°C (IPCC AR6, SSP1-1.9)：7-708 USD/tCO<sub>2</sub>e</p> <p>不同情境下的碳排放額度估算：</p> <p>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%。<br/>                 2.SBT-WB2DC (SBT)：基線年排放每年減少 2.5% 線性遞減<br/>                 3.SBT-1.5°C (SBT)：基線年排放每年減少 4.2% 線性遞減</p> <p>(轉型風險 - 總量管制與碳罰鍰) 針對超額部分進行碳罰鍰 (NTD/kg CO<sub>2</sub>e)，分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計：</p> <p>1.NDC：100 NTD/tCO<sub>2</sub>e<br/>                 2.SBT-WB2°C：750 NTD/tCO<sub>2</sub>e<br/>                 3.SBT-1.5°C：1,500 NTD/tCO<sub>2</sub>e</p> <p>其他情境請分析詳細內容請參考報告書 5.1.3</p> |
| <p>6</p> <p>若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>和泰汽車致力達成 2050 年環境 6 大挑戰之願景，包含：                         <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 新車 CO<sub>2</sub> 零排放</li> <li>(2) 車輛生命週期 CO<sub>2</sub> 零排放</li> <li>(3) 工廠 CO<sub>2</sub> 零排放</li> <li>(4) 最小量及優化用水</li> <li>(5) 建立循環型社會與制度</li> <li>(6) 建立與自然和諧相處的未來社會。</li> </ol> </li> </ul> <p>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。</p>   |

| 項目   | 執行情形   |
|--|--|
| <p>7</p> <p>若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。</p>  | <p>未使用內部碳定價作為規劃工具</p>  |
| <p>8</p> <p>若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 (RECs) 數量。</p> | <p>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%)。2022 年和泰未使用碳抵換或再生能源憑證。</p> |

## 查證聲明書

bsi.



### 獨立保證意見聲明書

#### 和泰汽車股份有限公司 2023 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 2023 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 2023 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士，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 2023 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 2023 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。我們認為和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據 GRI 永續性報導準則係屬公允的。

#### 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，我們並未直接接觸外部利害關係人；
- 加派 5 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示的支持性證據；
- 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

2023 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

和泰汽車已經別並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據 GRI 永續性報導準則 2021 之自我宣告，並對每個涵蓋其行業準則和其相關性的 GRI 主題準則之重大主題，其揭露項目依從全部報導要求的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中依據 GRI 永續性報導準則之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。然而，未來的報告書可以加強以下之項目：

- 鼓勵參考國際同業的實務做法，以滿足揭露 GRI 2-21 揭露項目：年度總薪酬比率的準則要求，從而提升組織永續報導的可信度與透明性。

#### 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。本查證團隊係由其專業背景，且接受過如 AA1000AS-ISO 14001、ISO 45001、ISO 14064 及 ISO 9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練，具有種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



Statement No: SRA-TW-806835  
2024-05-29

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.

...making excellence a habit.™



和泰集團  
Hotai Group

和泰汽車股份有限公司  
Hotai Motor Co., Ltd.

[www.hotaimotor.com.tw](http://www.hotaimotor.com.tw)