

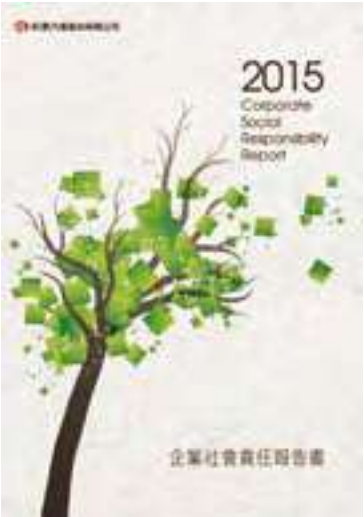
2015

Corporate
Social
Responsibility
Report

和泰汽車 2015 企業社會責任報告書



企業社會責任報告書



報告原則

自 2013 年起，和泰汽車連續三年發行企業社會責任報告書，主動讓社會大眾與所有關注和泰汽車的利害關係人，瞭解我們在因應永續及社會責任議題的承諾與行動。前一年度以全球報告書協會（GRI）第 3.1 版（G3.1）編撰報告書，於 2015 年 7 月完成發行。今年，和泰汽車第一次第四版（G4）編制 2015 企業社會責任報告書，並於 2016 年 8 月發行；強化組織內與外的永續資訊揭露，朝向永續報告機制邁進。下一本企業社會責任報告書預計在 2017 年 6 月發行。

資料揭露時間範圍：2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日

資料蒐集範疇 - 組織內：和泰汽車（總公司、新莊綜合園區、楊梅物流中心）

資料蒐集範疇 - 組織外：

- 經銷商
- 客戶
- 社區
- 投資人
- 政府

數據品質管理：

- 財務數據 - 資誠（PWC）
- 環境資訊 -ISO 14001-TUV
- 永續數據 -AA 1000 AS（2008）-BSI

GRI 等級：GRI G4 Core 選項

保證等級：TYPE I- 中度保證等級

聯繫窗口：陳菁梅 專員 和泰汽車公關法務部
TEL/886-2-25062121 E-mail/mandy@mail.hotaimotor.com.tw

資料範疇	組織內	本報告書對於組織內資訊的揭露範疇主要為和泰汽車，資料涵蓋時間主要為 2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，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。
	組織外	組織外之揭露範圍，包括投資人、社區、經銷商、客戶、媒體與供應商。
審查	內部審查	本報告書資料及數據經由各部門同仁蒐集與彙整，先由部門主管進行審查，再提交至報告書工作小組確認，同時委由外部輔導團隊提供改善建議。待所有數據與資料完備後，由各部門主管逐層審閱及核定。本報告書的資料與數據皆透過 GRI 指引建立標準化規格表，確保數據與資料品質之可信度。
	外部審查	本報告書中的財務數據，係經資誠（PWC）簽證之財務年報資料，以新台幣為計算單位；環境管理系統（ISO 14001）由德國萊茵（TUV）查證，企業社會責任報告書，則由香港商英國標準協會太平洋有限公司台灣分公司（BSI Taiwan）驗證。

經營者的話

和泰汽車自 1947 年成立以來，以「心」為行的出發點，站在客戶立場思考，也站在員工立場思考，在互信互利的基礎上，奠定今日和泰汽車成為台灣汽車業龍頭的基礎。今年是我們第四次出版企業社會責任報告書，在報告書中我們以全面性的溝通方式來表各議題的成果，亦透過問卷調查方式，了解所有利害關係人對和泰汽車在不同層面所關注的議題，以回應其利害關係人的需求。此外，也向社會大眾說明我們為了提升永續績效所做的努力，也作為和泰汽車落實社會責任之足跡紀錄。

從 2011 年起，董事會訂定「和泰汽車企業社會責任實務守則」，更於 2012 年正式成立「企業社會責任專責小組」，由董事長擔任指導委員，總經理出任主任委員，推動企業永續管理與治理。在第二屆公司治理評鑑，和泰汽車列為前百分之六至前百分之二十之公司。

在 2015 年，我們即抱持「取之於社會，用之於社會」之觀念投入社會慈善工作，積極舉辦及獎助各種公益活動，數十年來不曾間斷過。除奉獻在與本業相關的交通、環保等公益議題之外；近年來更致力於弱勢關懷及學術、藝文等推廣，以善盡企業公民責任並回饋給社會，成果也受到來自社會各界的肯定與認同。截至 2015 年，我們捐贈全台灣各縣市國小交通導護裝備，裝備包含警用等級之反光背心與指揮旗，總共 44,000 套；帶領八大經銷商共同推動「社區綠改造計畫」，近三年投入 4531 名志工。



和泰汽車股份有限公司
董事長

A handwritten signature in black ink, likely belonging to the Chairman.

面對多變的全球經濟及市場環境，和泰同仁及經銷商夥伴們，必須傾聽並重視顧客的聲音，展現熱情來超越顧客對我們的期待，創造所有利害關係人超乎期待的感動，以最踏實的心貫徹和泰人的使命。在企業永續的道路上以穩健的步伐累積精進的技術與經驗，提供最好的產品與服務，不只是讓員工滿意，我們也要滿足不同客層的需求，展現「Only for YOU」的專業服務與熱忱。2015 年，小型車 (TOYOTA+ LEXUS) 市場佔有率達 31.5%，為所有品牌中第一名。

在善盡地球公民之責，和泰汽車目前引進車輛符合能源效率標示在等級 2 以上車型，高達 74%，我們亦積極積極向日本豐田汽車爭取引進環保節能油電混合車，展現降低對自然環境衝擊的用心，至 2015 年底，和泰汽車油電混合車累計銷售量已達 71,837 台，不僅實際彰顯對環境的友善，也帶動台灣汽車界追求綠能運輸的風潮。更是國內車業唯一結合經銷商全數據點通過 ISO 14001 驗證的企業，並且積極導入綠色服務與維修。

展望 2016 年，和泰汽車身為台灣車市第一大品牌將秉持「顧客第一主義」為核心，持續提升各個面向的企業社會責任，並以透明公開資訊與所有利害關係人作溝通及互相了解，使各位感受 TOYOTA、LEXUS 及 HINO 品牌的用心，全面強化經銷商體質，進而提供升顧客滿意度，也希望社會各界不吝給我們鼓勵及建議，唯有各位的肯定，是我們努力的目標及創新的動力。



和泰汽車股份有限公司
總經理

A handwritten signature in black ink, likely belonging to the General Manager.



目錄 Contents

關於和泰汽車 012

1.1 公司簡介	013
1.2 共好文化推動	014
1.3 願景與使命	014
1.4 發展目標 2015-2017 中長期計劃	015
1.5 品牌與服務	016
1.6 綿密的銷售與服務網絡	017
1.7 傳動 70 年的光輝史頁	020
1.8 組織架構	024
1.9 和泰汽車海外事業群	026
1.10 獲獎紀錄	032

永續治理 034

2.1 永續發展推動組織	035
2.2 外部組織參與狀況	037

重大性議題 038

3.1 重大性分析流程	039
3.2 重大性分析步驟	039
3.3 利害關係人溝通	041

共好治理 044

4.1 董事會運作	045
4.2 誠信經營 - 落實法規依循	047
4.3 資訊揭露	049
4.4 風險管理	050
4.5 資訊安全	050
4.6 產業概況	051
4.7 歷年財務績效	054

共好服務 056

5.1 服務，總是為您預先設想	057
5.2 傾聽顧客的聲音	057
5.3 顧客關係維護	061
5.4 顧客滿意度調查	062
5.5 導入適切產品	063
5.6 提升產品安全性能	065
5.7 管控車種導入風險	065
5.8 永遠走在市場前端的多元產品線	066
5.9 綿密的服務網絡	071

共好夥伴 076

6.1 和泰汽車價值鏈	077
6.2 和泰汽車供應商管理體系	078
6.3 和泰汽車全台物流網絡	078
6.4 經銷商	079

共好員工 082

7.1 權益與福利	083
7.2 工作健康與安全	088
7.3 人才培育與評核	091

共好環境 100

8.1 從永續出發	101
8.2 環境友善產品	105
8.3 邁向綠色管理	110
8.4 經銷商環保績效	116

共好社會 120

9.1 五大主題	121
9.2 交通安全教育宣導	122
9.3 環境保護	124
9.4 弱勢關懷	130
9.5 學術培育	134
9.6 藝文與體育活動	138



關於和泰汽車



和泰汽車企業社會責任實務守則

和泰汽車為徹底落實永續經營之理念，於 2011 年 10 月由董事會訂定「和泰汽車企業社會責任實務守則」，對象包括本公司及旗下集團企業之整體營運活動。



企業社會責任專責小組

和泰汽車求永續經營的落實，於 2012 年正式成立「企業社會責任專責小組」，由董事長擔任指導委員，總經理出任主任委員，副總經理為副主任委員，並由各本部協理為專責小組委員。

71,837 台



和泰汽車於 2006 年開始積極向日本豐田汽車爭取引進環保節能油電混合車，展現降低對自然環境衝擊的用心，至 2015 年底，和泰汽車油電混合車累計銷售量已達 71,837 台，不僅實際彰顯對環境的友善，也帶動台灣汽車界追求綠能運輸的風潮。

共好治理



93.2%

2015 年和泰汽車董事平均出席率達 93.2%，落實公司治理實質性。

前 6%~20%

第二屆公司治理評鑑，和泰汽車列為前百分之六至前百分之二十之公司。

ISO 27001

和泰汽車協同旗下 8 家經銷商，推動國際資訊安全管理標準 ISO 27001 驗證，成為台灣汽車業界第一家總代理及經銷商，上、下游廠商均通過 ISO 27001 認證的汽車經銷體系，提供顧客安全無虞的服務。

31.5%

和泰汽車於 2015 年小型車 (TOYOTA+ LEXUS) 市場佔有率達 31.5%，亦為所有品牌中第一名。

132,418 台

和泰汽車 2015 年總販售小型車台數達 132,418 台。

425.05 元

2015 年和泰汽車每股市值 (平均)

101,971,202,000 元

2015 年和泰汽車總營收

共好服務



顧客服務 專業資訊系統



為了更有效追蹤及控管顧客意見之處理情況，和泰汽車率同業之先，於 2005 年導入顧客服務專業資訊系統，並透過系統與經銷商總公司、地方據點三方連結，確保三方同步掌握即時且正確的資訊，提供迅速便捷之顧客服務，來保障顧客權益。



TSS(TOYOTA Safety Sense) 主動式安全防護系統

和泰汽車致力擴大搭載安全配備車型的比例 - 針對暢銷冠軍 COROLLA ALTIS 推出 Safety+ 版、主力量販等級升級搭載 VSC 車輛穩定控制系統、TRC 循跡防滑控制系統、Smart Entry 車門啟閉系統、Push Start 引擎啟閉系統等九項科技 / 安全配備。



All-in-One 行車生活服務 App 「驅動城市」和「LEXUS Plus」

為了更有效追蹤及控管顧客意見之處理情況，和泰汽車率同業之先，於 2005 年導入顧客服務專業資訊系統，並透過系統與經銷商總公司、地方據點三方連結，確保三方同步掌握即時且正確的資訊，提供迅速便捷之顧客服務，來保障顧客權益。



LEXUS Safety System +

計劃針對未來大 / 小改款或新導入之車型，將 LEXUS Safety System + 主動式安全防護系統列為標準配備，而大 / 小改款或新導入之 Hybrid 車型，則追加車輛接近警示系統，以提升道路行駕的人車安全。

共好員工

1 億 2,800 萬元

2015 年員工福利總支出金額，比 2014 年成長 10%。



936 萬元

2015 年員工教育訓練總支出金額，比 2014 年成長 24%。

2.2 萬小時

2015 年員工教育訓練總時數，比 2014 年成長 55%。



795 萬元

2015 年售後服務人員教育訓練總支出金額，比 2014 年成長 43%。

5.4 萬小時

2015 年售後服務人員教育訓練總時數，比 2014 年成長 31%。

100%

全體、職能、所長與副所長之教育訓練，連續三年的完訓率。

0 件

秉持「安全第一」的工作原則，近三年來員工發生重大的安全意外事件為零。

總經理

導入總經理職能訓練課程，包含策略引領力、組織影響力、願景領導、遠見與洞察力、決斷力、誠信經營、發展夥伴關係、危機管理。



共好環境

151 個據點

自 2003 年起積極推動經銷商及關係企業通過 ISO 14001 驗證，是國內車業第一家結合經銷商全數據點通過 ISO 14001 驗證的企業。

2,669 萬元

近三年環保支出金額，包含環境教育、環保設備、環境管理系統與廢棄物處理。

100%

全車型符合環保署、經濟部與交通部法規標準並取得合格認證。

74%

能源效率標示在等級 2 以上之車型比率。

4.2%

平均年度用電強度，2015 年降低的百分比。

4.8%

平均年度溫室氣體排放強度，2015 年降低的百分比。

360 萬個

協助經銷商服務據點導入中央給油設備，每年可減少機油瓶的使用量。

50 噸

使用環保水性漆塗料，每年可減少有機溶劑揮發性氣體的排放量。

526 公斤

建置經銷商 R134a 冷媒回收機，2015 年之總回收量。

100%

經銷商車輛廢棄物回收比率。

共好社會

44,000 套

2011 至 2015 年的五年時間完成捐贈全台灣各縣市國小交通導護裝備，裝備包含警用等級之反光背心與指揮旗。

18 萬名學童

2005 年至 2015 年，已舉辦超過 800 場說故事巡迴活動，累計學童參與人數。

4,531 名志工

2013 年起帶領八大經銷商共同推動「社區綠改造計畫」，近三年的志工投入人數。

1,000 萬元

2015 年啟動喜憨兒關愛計畫，提供庇護工廠的憨兒們長期、穩定的經濟支持，並喚起更多社會大眾一同共襄盛舉。

1,800 萬元

自 2013 年起，每年捐助兒童福利聯盟文教基金會「弱勢學童長假營養資助計畫」，攜手改善偏鄉孩童暑期用餐的困境。

2,450 萬元

自 1991 年起實施和泰汽車技術支援計畫，協助技職學校培育汽車修護人才，至目前捐贈之教材與實習教育車輛之累積金額。

6 台捐血車

自 2011 年起，每年捐贈大型捐血車給各捐血中心，提升民眾捐血時的便利、舒適與安全。

579 萬毫升

自 2012 年開始，於每年的 8 月份舉辦「和泰全國捐血月的活動」，截至 2015 年底已募集的捐血量。



1

關於和泰汽車

1.1 公司簡介

和泰汽車股份有限公司（以下概稱和泰汽車）創立於 1947 年，初期以貿易為主要業務，隨後陸續取得豐田、日野、凌志等汽車知名品牌之代理權。迄今，係日本豐田汽車海外市場的首家總代理商，並於 1997 年於台灣證券交易所正式掛牌上市（2207）。秉持「專業、創新、超越」經營理念的和泰汽車，總公司位於台北市松江路 121 號 4 樓及 8 至 14 樓，而新莊綜合園區位於新北市新莊區明中街 10 號，另供應全國售後維修零件的主要倉庫則在楊梅物流中心（桃園市楊梅區高獅路 560 號）。



- 創立日期：1947 年 9 月
- 資本額：54 億 6 千 2 百萬元
- 2015 年銷售台數（台灣）：132,418 台
- 2015 年營業收入：1019.7 億元
- 每股稅後盈餘：17.9 元
- 2015 年底員工總人數：549 人

和泰汽車經營理念

- 專業精神，累積經驗，投入高品質，高效率的服務。
- 努力不懈的執著於事業。



專業

- 苟日新、日日新地不斷創新，以旺盛活力突破經營領域，提升經營效率。



創新

- 以超越自我，超越現況，超越同儕的精神做最大挑戰，勇往直前。



超越

1.2 「共好文化」推動

推動背景

和泰汽車持續秉持「TOYOTA WAY」不斷改善的精神，繼續挑戰自我，推動改革。因為企業要長久經營，唯一不變的法則就是不斷的求新、求變，才能促進公司及全體同仁共同成長，達到員工得意、顧客滿意、股東樂意的企業經營目標。2014 年起，本公司著手推動「共好文化」，以激發員工工作熱情，塑造互相鼓舞氛圍，進而提升經營績效。共好文化的精髓如下：



推動方式

1. 舉辦共好教育，提升員工工作價值認知

由室長級主管協助同仁討論擔當業務之工作價值，並製作工作價值製作物，隨時提醒同仁肯定自己提升工作價值認知。

2. 建立公司內相互鼓舞氛圍

- 規劃公司內推動方案
- 製作公司內宣傳工具
- 協助各部門推動

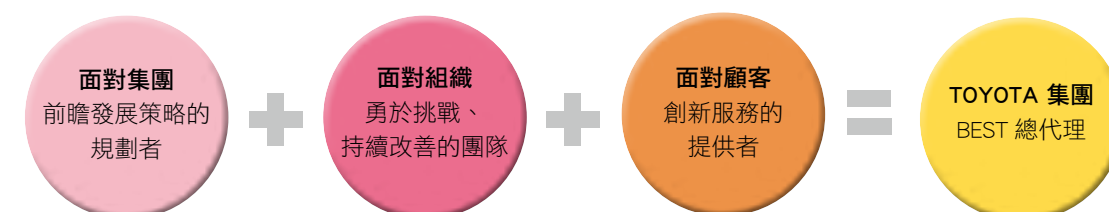
共好文化推動已有效塑造良好之工作氛圍，2015 年執行員工滿意度調查結果，整體員工滿意度由 3.79 提高為 3.86，與共好相關之所有構面均有提升，顯著提升員工滿意及員工向心力。



1.3 願景與使命

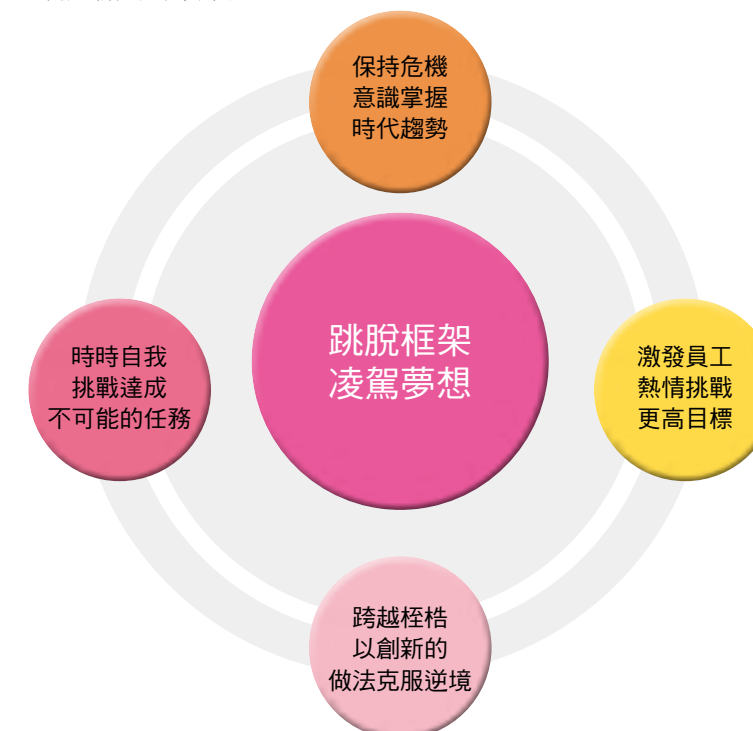
和泰汽車的使命 - TOYOTA 集團 BEST 總代理 (TOYOTA World's Best Distributor)

和泰汽車秉持成為「TOYOTA 集團 BEST 總代理」之經營方向，進行「集團前瞻發展策略、建構勇於挑戰、持續改善的組織團隊、提供顧客創新服務」等規劃。



和泰汽車的願景 - 跳脫框架·凌駕夢想 (Jump Outside the Box · Challenge Your Dreams)

和泰汽車除延續近七十年的優良傳統，更遵循「跳脫框架·凌駕夢想」的 VISION，持續發展創新的做法與經營模式，並創造新的成長動能。



1.4 發展目標 -2015-2017 中長期計劃

和泰汽車堅持提供高品質商品、超越顧客期待的創新服務，以及滿足顧客汽車生活的各項汽車周邊產品，期許讓和泰汽車及代理的所有品牌，持續成為汽車市場中最具魅力的領導品牌。過去幾年我們以「掌握方向、堅持更好」為策略主軸，發展策略著重在車輛銷售、售後服務及組織與人才等三個層面上，累積下一階段的創新服務能量。展望未來發展，本公司已提出「跳脫框架·凌駕夢想」之願景，我們將以最大的努力與決心，來達成所有目標。

2015 年經營方針



未來發展策略



1.5 品牌與服務

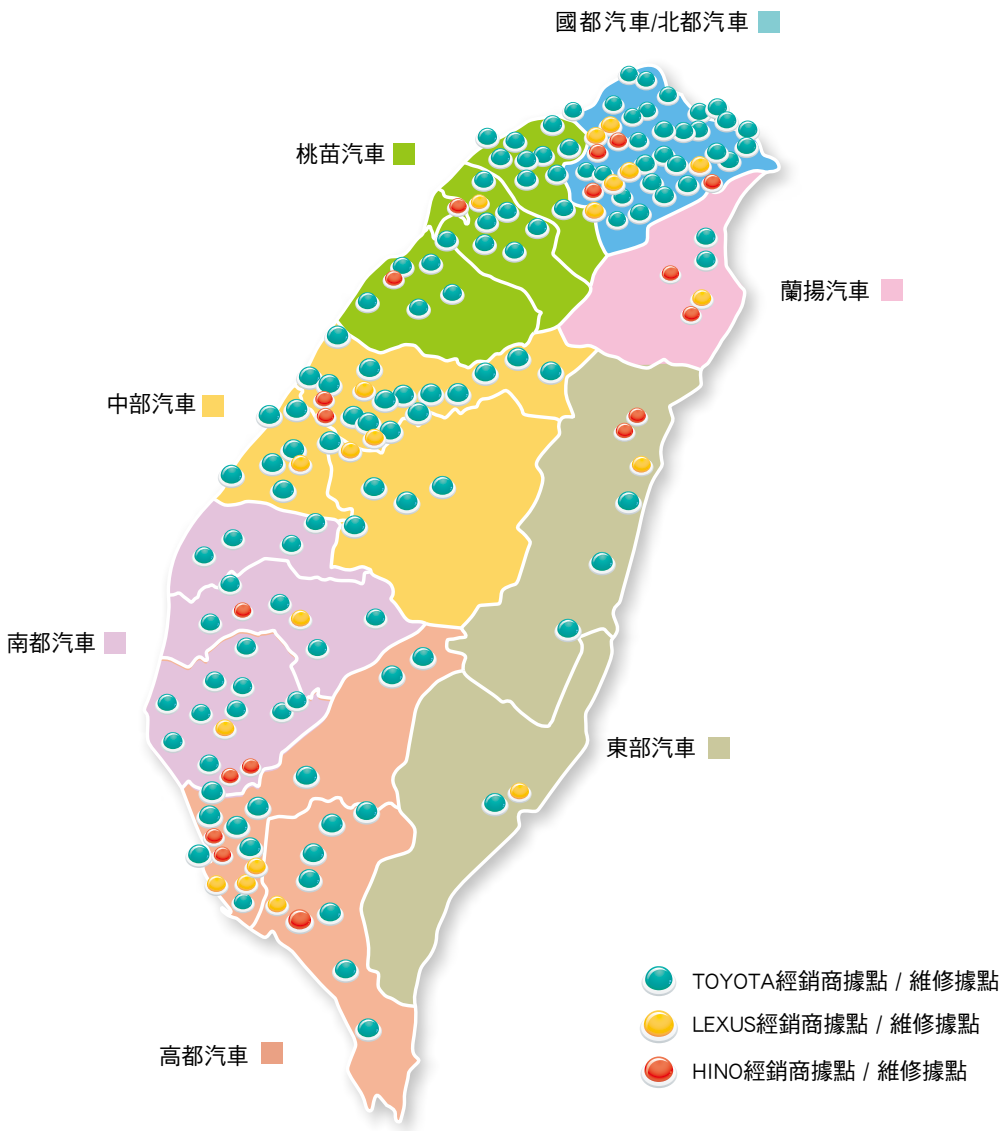
台灣汽車產業的產品來源，大多由國際品牌汽車廠授權，提供零組件及技術在台灣組裝生產，或是整車輸入後，由台灣地區代理商透過經銷體系進行銷售及各種售後服務等事宜。

我們銷售的車種依消費者需求分為一般大眾乘用車、高級豪華乘用車及商用車三大類。為因應能源短缺及油價高漲等永續性經營議題，我們自 2006 年起率先引進日本豐田汽車具備先進環保技術的油電混合動力車 (Hybrid)，經過多年推廣，已逐漸被消費者接受並衍生出國產化需求。本公司所代理的 LEXUS 豪華進口車、TOYOTA 乘用車及 HINO 商用車，以品質優異、售後服務週到聞名於業界，多年穩居市場佔有率第一名。2015 年 TOYOTA 乘用車銷售佔營收比重 67.19%，車輛銷售 LEXUS 佔營收比重 21.44%，商用車及其他佔 1.50%，零件則佔 9.87%。

LEXUS 豪華車系	TOYOTA 乘用車系	TOYOTA 商用車系	HINO 商用車系	零配件系列
進口車	進口車	進口車	國產車	國產車
LX570 LS600h LS460 RX350 RX450h GS450h GS300h GS350 ES350 ES250 IS250 NX300h RC350	86 ALPHARD PRADO PREVIA PRIUS PRIUS c RAV4	ALTIS CAMRY HV CAMRY VIOS WISH YARIS	COASTER 國產車 大型巴士 中型巴士 大型貨車 中型貨車 中小型貨車 3.49T 小型貨車 Hybrid 貨車	前項各系列之 零組件及配備

1.6 綿密的銷售與服務網絡

和泰汽車深耕台灣市場近 70 年，代理 TOYOTA、LEXUS、HINO 商用車等品牌，是國內汽車銷售服務業的領航企業。全國經銷商體系則有銷售小型乘用車的國都汽車、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，以及銷售大型商用車的長源汽車。全國經銷據點共有 151 個，維修據點為 163 個；其中 TOYOTA 經銷據點共 109 個、維修據點為 121 個；LEXUS 經銷據點共 25 個，維修據點為 25 個；HINO 經銷據點共 17 個，維修據點為 17 個。



品牌	經銷據點	維修據點	合計
TOYOTA	109	121	230
LEXUS	25	25	50
HINO	17	17	34
合計	151	163	314



新莊綜合園區東南亞規模最大的汽車綜合園區

和泰汽車為迎接 21 世紀日新月異的科技，並秉持 TOYOTA 的經營理念與專業態度，於 1997 年設立教育研修中心，專司人才培育工作。長期以來，已培育出無數的專業人才。本園區佔地 8,852 坪，斥資新台幣七億多元興建，包括「小型車維修大樓」、「大型車維修大樓」、「研修大樓」三大部份，總建坪為 12,561 坪，堪稱東南亞規模最大的汽車綜合園區。

研修中心除配有先進、高效率的教育設備及各式教育訓練教室外，亦提供學員清靜優雅的專用宿舍、餐廳及休閒、交誼等設施；另外配合大型活動需要，研修中心更配置可容納 250 人的國際級大禮堂及 600 人的多功能大型活動場地。

楊梅物流中心

為因應逐漸成長的零件需求業務，物流效率更顯格外重要。和泰汽車於 1999 年 8 月，成立佔地 35,238 坪的楊梅物流中心，作為零件倉庫和新車整備中心之用。提供專業物流服務予台灣 TOYOTA 集團。2007 年完成第二倉庫擴建，以更強大的倉儲能力來服務全台顧客。

楊梅物流中心以豐田生產管理系統 (TOYOTA Production System, TPS) 的精神與做法，從事補給零件之供應鏈管理，並扮演集團供應鏈樞紐的物流專業角色。藉由零件資訊系統提供之精確資訊，以及完善的作業流程，楊梅物流中心能提供顧客快速、正確且彈性的物流服務。楊梅物流中心採集中式物流，由楊梅主倉庫供應全台維修零件需求。藉由專業的第三方物流業者合作，配送零件至全台服務據點。



楊梅物流中心有多樣化之人才培訓設施，包括：



1.7 傳動 70 年光輝史頁



1947.09 ◀ 和泰商行創立，資本額新台幣 81 萬元，員工 10 餘人。

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。

1952.00 ◀ 與日本日野汽車公司簽訂台灣區總代理契約。

1955.04 ◀ 改組為和泰貿易股份有限公司。

1968.01 ◀ 改組為和泰汽車股份有限公司。

1969.04 ◀ 專案代理進口第一批日本豐田小汽車 803 台，市場佔有率 31%。

1974.05 ◀ 日本小轎車，全面禁止進口。

1977.04 ◀ 政府宣布全面禁止日本車輛進口。

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。

1987.04 ◀ 豐田新事業展開。

1988.05 ◀ 本公司與國內八大經銷商簽訂第一次豐田產品經銷契約。

1988.09 ◀ 國產豐田小型商用車 TOYOTA ZACE 及美國進口乘用車 TOYOTA COROLLA FX 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。

1996.12 ◀ 本公司代理銷售之日野大卡車、大巴士、豐田中型卡車、小轎車、產業車輛，全車種市場佔有率居 NO.1。

1997.02 ◀ 本公司以第一類股票在台灣證券交易所掛牌買賣。

1997.09 ◀ 本公司正式引進高級車 LEXUS 在台銷售。引進車種為 LS400 GS300。

1997.09 ◀ 和泰汽車成立 50 週年慶祝大會。

2000.03 ◀ 楊梅物流中心正式啟用。

2001.01 ◀ TOYOTA 品牌中古車正式導入市場。

2004.10 ◀ 本公司獲頒國家品質獎。

2004.12 ◀ LEXUS 中古車「和志汽車」松江營業所開幕。

2005.12 ◀ 本公司再創歷年最佳銷售紀錄，銷售突破 15 萬台，每股稅前盈餘超過 10 元。

2006.03 ◀ TOYOTA 油電複合動力車 PRIUS 上市。

2006.09 ◀ LEXUS 第一台油電複合動力車款 RX400h 上市。

2007.05 ◀ 楊梅第二倉庫開幕。

2007.08 ◀ 本公司成立 60 週年慶祝大會。

2008.03 ◀ 本公司增加對國瑞汽車持股，持股比例由 14.22% 提升至 30%。



2008.04 < 中古車拍賣事業「和運勁拍中心」開幕。

2009.05 < 與豐田經銷商舉行契約簽約儀式。

2009.12 < LEXUS新竹旗艦店開幕，該店為LEXUS首家全新二代店。

2010.01 < 2009 年全年車市市佔創 38% 的歷史新高。

2010.06 < 本公司經營團隊變更，董事長由黃南光先生擔任，副董事長由平光敬和先生擔任，總經理由蘇純興先生擔任。蘇燕輝先生榮任和泰集團總裁。

2010.09 < LEXUS 及 TOYOTA 榮獲 J.D.Power 豪華車及非豪華車售後服務顧客滿意度 (CSI)No.1。LEXUS 創下連續 12 年蟬聯汽車業界售後服務顧客滿意度 No.1 新紀錄。

2011.07 < LEXUS 營業本部成立。

2011.09 < TOYOTA 在台銷售 200 萬台。

2011.12 < 和榮汽車成立。

2012.02 < 全台第一台國產油電複合動力車 TOYOTA Camry Hybrid全新上市。

2012.05 < 國瑞汽車生產突破 200 萬台。

2012.11 < 日本 J-TACS 投資入股和泰集團車美仕公司。

2013.01 < LEXUS 來台 15 週年，首次達成銷售突破 1 萬台的歷史紀錄。

2013.04 < 和泰汽車與經濟部、交通部合作推動 TOYOTA 日月潭風景區智慧電動車先導運行計畫。

2013.07 < TOYOTA Prius 油電複合動力車全球銷售突破 300 萬台。

2013.09 < LEXUS 全球最大營業據點新民族營業所開幕。

2013.10 < LEXUS 連續第 15 年獲得 2013 J.D. Power 售後服務顧客滿意度 No.1，持續突破世界紀錄。

2014.01 < 國瑞汽車去年整車外銷突破 8 萬輛締造新紀錄。

2014.07 < 國瑞汽車生產 HINO 大型車累計突破 10 萬台。

2014.09 < 日野 HINO 300 系列油電複合動力商用車上市。

2014.12 < 國瑞汽車年產量突破 20 萬台，創下台灣車廠新紀錄

2015.01 < 和泰汽車連續 13 年蟬連台灣汽車市場銷售冠軍

2015.08 < 豐田汽車全球 Hybrid 銷售達 800 萬台。

2015.10 < abc 好車網 實價登錄上線。

2015.11 < 日野低地板巴士全新上市。

2015.11 < TOYOTA RAV4 油電版全新上市。



1.8 組織架構



精品業務室 統籌和泰集團旗下各品牌之精品需求與管理。	環境管理委員會 專責集團環境管理業務，定期召開環管會議，及統籌經銷商各項環管業務及活動。	CS 委員會 - 顧客服務體制之規劃、執行與檢討。 - 顧客關係之管理與維護。
稽核室 - 內部控制及稽核制度之建立、執行與檢討。 - 掌理公司業務、帳務、工程及採購等查核工作。	職業安全衛生委員會 - 針對雇主擬訂之安全衛生政策提出建議。 - 審議、協調及建議安全衛生相關事項。	資訊安全委員會 - 資安政策之建立、宣導及推動。 - 審議資安問題與對策、資源分配及推動成效。
TOTOTA 售後服務本部 - TOYOTA 服務體制規劃、服務活動之計畫與推行。 - TOYOTA 技術問題之對策解決、保證處理等業務。 - TOYOTA 與 HINO 技術教育。 - TOYOTA 售後行銷之企劃與營運管理。 - 零件之訂購、銷售、庫存管理及零件經營管理之有關業務。 - TOYOTA 與 HINO 顧客服務中心。 - 執行 TMC/TMAP 環境管理方針及推動和泰、經銷商環保業務。	商用車 營業本部 - 掌理 TOYOTA 商用車及 HINO 訂車、交車業務、需給管理、行銷企劃和執行。 - 經銷商之設立、管理與指導。 - 市場研究與商品企劃。 - TOYOTA 商用車及 HINO 服務體制規劃、服務活動之計畫與推行。 - TOYOTA 商用車及 HINO 技術問題之對策解決及保證處理等業務。 - TOYOTA 商用車及 HINO 零件之訂購。	TOTOTA 車輛營業本部 - 掌理 TOYOTA 訂車、交車業務、需給管理、行銷企劃和執行。 - 經銷商之設立、管理與指導。 - 新媒體行銷方案規劃。 - 市場研究與商品企劃。 - 綜合規劃品牌發展及價值鏈與中古車相關業務。
LEXUS 營業本部 - 掌理 LEXUS 訂車、交車業務、需給管理、行銷企劃和執行。 - 市場研究與商品企劃。 - LEXUS 服務體制規劃、服務活動之計畫與推行。 - LEXUS 技術問題之對策解決、技術教育及保證處理等業務。 - LEXUS 零件之訂購。 - LEXUS 顧客服務中心。	管理本部 - 人才資產運用及管理、集團人才訓練及職能發展與總務等幕僚作業之計畫、執行與檢討等業務。 - 公共關係與媒體事務、投資人相關事務、法務相關事務辦理。 - 本公司及經銷商電腦化系統之分析、開發、維護、建議及電腦硬體之分析、比較及採購。 - 為本集團建構雲端服務平台，整合現有數位媒體及未來車上機介面，提供創新服務。	經營企劃本部 - 統籌財務資金調度、會計帳務處理、稅務規劃及進口報關業務。 - 構造改革、專案改善之規劃、協助進行及追蹤改善結果。 - 中長期營運計畫之擬訂。 - 經營績效之分析。 - 年度經營方針之研擬及合理性分析。 - 轉投資事業管理。 - 規劃集團新事業發展。

和泰汽車關係企業組織圖

本公司

100% Shanghai Ho-Yu (BVI) Investment Co., Ltd.

100% 長源汽車股份有限公司

100% 和通汽車投資有限公司

70% Tien Jin Ho Yu Investment Co., Ltd.

100% 南昌和凌雷克薩斯汽車銷售服務有限公司

100% 棗庄和裕豐田汽車銷售服務有限公司

100% 天津和凌雷克薩斯汽車銷售服務有限公司

100% 天津和展汽車服務有限公司

100% 上海和展汽車服務有限公司

100% 上海和裕豐田汽車服務有限公司

25% 上海和凌汽車服務有限公司

75% 重慶和凌雷克薩斯汽車銷售服務有限公司

100% 唐山和凌雷克薩斯汽車銷售服務有限公司

100% 天津和裕豐田汽車銷售服務有限公司

20% 上海和德二手車經營有限公司

20%

100% 台灣豐田產業機械股份有限公司

100% 上海和乾物流設備貿易有限公司

100% 東部汽車股份有限公司

100% 多羅滿汽車零配件股份有限公司

51% 車美仕股份有限公司

100% 凱美士汽車科技(上海)有限公司

61.77%

20% 興聯科技股份有限公司

100% 和展投資有限公司

66.04% 和運租車股份有限公司

66.03% 和潤企業股份有限公司

31%

20% 和中汽車股份有限公司

49.5% HOYUN INTERNATIONAL LIMITED

50.5%

51%

51%

100% 和運國際租賃有限公司

100% 和運(上海)商業保理有限公司

50.23% 和泰興業股份有限公司

100% ICHIBAN INTERNATIONAL CO.,LTD

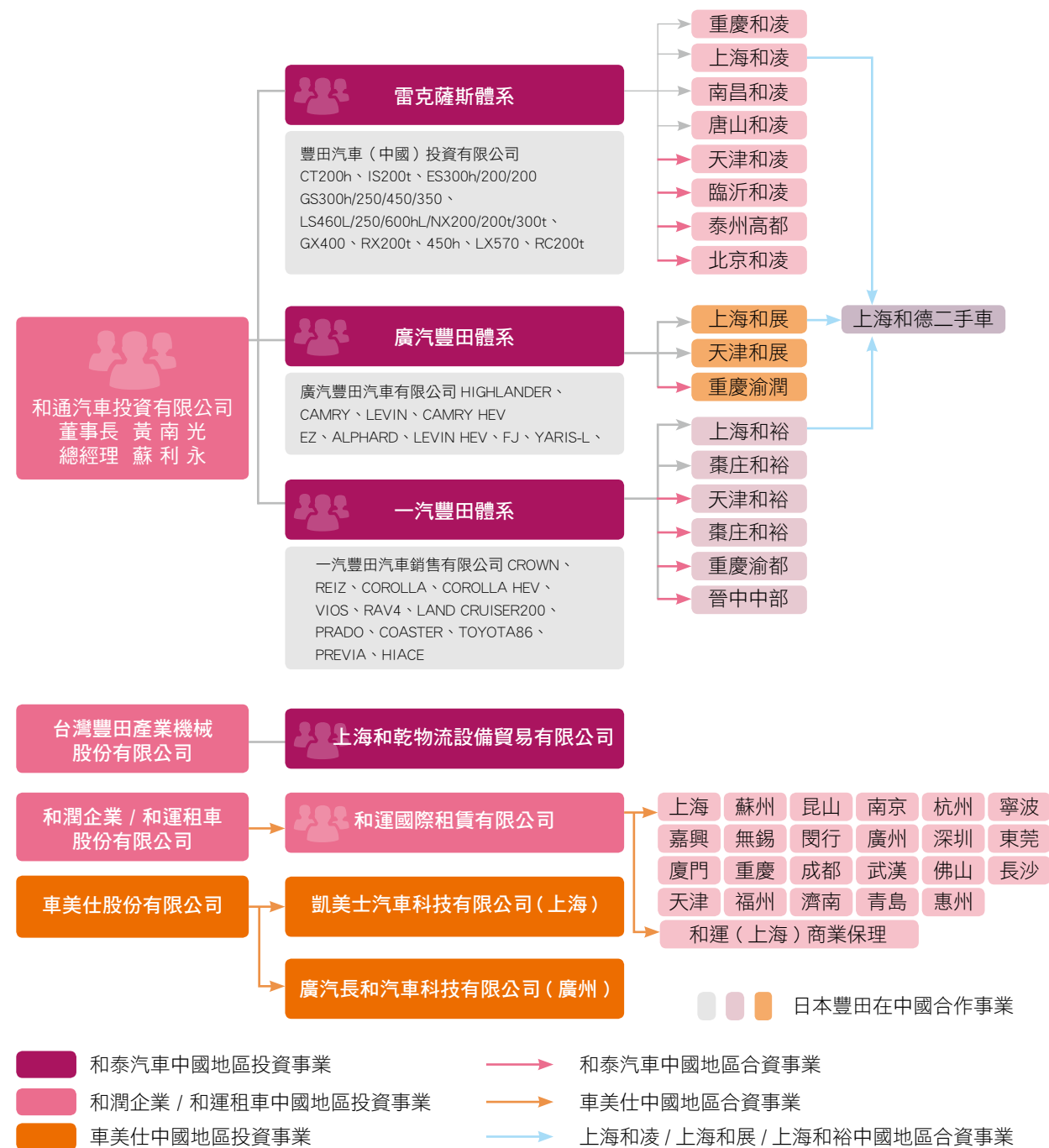
100% AIR MASTER INTERNATIONAL CO.,LTD

100% 和展制冷設備貿易(上海)有限公司

100% 和泰服務行銷股份有限公司

註：「南昌和凌雷克薩斯汽車銷售服務有限公司」及「棗庄和裕豐田汽車銷售服務有限公司」於

和泰汽車中國大陸投資事業之架構



註：「南昌和凌雷克薩斯汽車銷售服務有限公司」及「棗庄和裕豐田汽車銷售服務有限公司」於'16/1/19 經大陸國家工商行政管理總局核准，將股權轉移至「和通汽車投資有限公司」。

和泰汽車中國大陸據點分佈

和泰汽車的中國大陸事業版圖，上海為主要發源地，再以放射狀網絡緊密連結至各個主要城市，同時透過堅實的企業理念、營運模式、高標準軟硬體作業，與高素質人才之結合，以優勢競爭力開拓中國大陸市場。



- | | | |
|------------------|-----------------------|---------------|
| ● 和通汽車投資—和泰上海總公司 | ● 凱美士汽車科技有限公司 | ● 廣汽豐田體系—上海和展 |
| ● 豐田叉車體系—上海和乾 | ● 廣汽長和汽車科技有限公司 (合資事業) | ● 天津和展 |
| ● 雷克薩斯體系—重慶和凌 | ● 和運國際租賃—上海總公司 | ● 重慶渝潤 |
| ● 上海和凌 | ● 廈門分公司 | ● 一汽豐田體系—上海和裕 |
| ● 南昌和凌 | ● 蘇州分公司 | ● 天津和裕 |
| ● 唐山和凌 | ● 重慶分公司 | ● 北京和裕 |
| ● 天津和凌 | ● 佛山分公司 | ● 棗莊和裕 |
| ● 臨沂和凌 | ● 南京分公司 | ● 臨沂和裕 |
| ● 泰州高都 | ● 杭州分公司 | ● 重慶渝都 |
| ● 北京和凌 | ● 武漢分公司 | ● 晉中中部 |
| | ● 長沙分公司 | |
| | ● 天津分公司 | |
| | ● 福州分公司 | |
| | ● 濟南分公司 | |
| | ● 青島分公司 | |
| | ● 惠州分公司 | |
| | ● 東莞分公司 | |
| | ● 一和運 (上海) 商業保理 | |

和通汽車投資有限公司

為了能夠導入臺灣和泰汽車先進的技術和經營管理模式，以帶動中國大陸之投資企業，將品質精良的產品與顧客導向之服務，提供給中國大陸的汽車消費者，並實現臺灣和泰汽車「專業、創新、超越」之經營理念。並且對中國大陸之投資企業進行一致性管理，充分運用並發揮資金、人才、設備、技術與資訊等企業資源，落實產品銷售與售後服務各環節的統籌管理，以提高整體經濟效益。同時強化中國大陸投資企業之財務調度管理，促進各事業體盈餘的再投資，以加速提升集團整體之經營效益。整合並統一展開市場調查與研究，制定發展規則，並根據規則進一步擴大在中國大陸的投資規模。在 2010 年 7 月成立於中國上海，係和泰汽車 100% 的投資事業，註冊資本為 7,804.5 萬美元。

雷克薩斯體系

主 要 銷 售 CT200h、IS200t、ES300h/200/250、GS300h/250/450h/350、LS460L/600hL、NX200/200t/300h、GX400、RX200t/450h、LX570、RC200t 等車型，並提供保養、維修、保修、諮詢等全方位、高優質的售前與售後一條龍服務。



廣汽豐田體系

主 要 銷 售 CAMRY、CAMRY HEV、HIGHLANDER、LEVIN、LEVIN HEV、YARIS-L、EZ、ALPHARD、VENZA、FJ、ZELAS 等車型，並提供保養、維修、諮詢等全方位、高優質的銷售及售後一條龍服務。



一汽豐田體系

主 要 銷 售 CROWN、REIZ、COROLLA、COROLLA HEV、VIOS、RAV4、LAND CRUISER200、PRADO、COASTER、TOYOTA86、PREVIA、HIACE 等車型，並提供保養、維修、保修、諮詢等全方位、高優質的銷售與售後一條龍服務。



上海和乾物流設備貿易有限公司

上海和乾為豐田產業車輛（上海）有限公司（簡稱 TMHS）正式授權經銷商，提供室內完整物流倉儲設計，及室外物流搬運設備，並專業做最適選型提案，除一般銷售外，為滿足客戶業務需求，以新車做長期營業性租賃及周期性短期租賃；並提供有費合同售後定保、安全培訓教育、專業諮詢等一站式服務；產品線涵括 TOYOTA（日本）、BT（瑞典）、Raymond（美國）等世界知名產品；面對中國廣大客戶群體，提供正廠零配件及售後服務，並關注客戶所有需求。



和運國際租賃有限公司

長期深耕台灣的和運租車，隨著兩岸經貿蓬勃互動，為讓台商於兩岸享有一致性高品質的企業長期租車、機器設備租賃等服務，於 2007 年跨足中國大陸，在上海成立「和運國際租賃有限公司」，並伴隨台商腳步拓展蘇州、杭州、廣州、深圳、重慶、武漢等城市，目前已設立 25 個據點，提供近萬家企業長租與機器設備租賃等服務。

2009 年 4 月，和運國際取得台商第一張「上海市汽車租賃經營資格證書」，服務範圍擴及短租附駕駛接送及包車服務，並進駐浦東機場設立櫃檯，提供上海機場之定點接送及包車服務。和運為配合兩岸直航，持續規劃各式租車商品以擴大服務層面，開展垂直整合的優勢服務。2010 年並開始承作機器設備融資租賃，提供設備供應商租賃方案，以滿足台、內資企業的資金需求。

車美仕股份有限公司大陸事業體

和泰汽車旗下專營汽車用品的車美仕公司，係原廠認證的 TOYOTA 正廠用品開發商及供應商。2011 年於上海獨資設立「凱美士汽車科技有限公司」，服務和泰汽車之中國大陸車輛經銷店。2012 年更與廣汽集團合資成立「廣汽長和汽車科技有限公司」，提供廣汽集團的車輛用品需求。服務內容涵蓋創新商品開發、實車安裝測試、特仕車企劃、售後保固等垂直整合服務，充分發揮台灣電子商品之特色優勢，並以成為亞太第一的車輛用品公司為目標。2013 年起，取得 TMCI 用品開發業務授權，開發中國大陸雷克薩斯與一汽豐田車型之純正用品。

2013 年底與 TMCI 合作，於大連、天津、上海、廣州等四港口成立 PIO 架裝工廠，提供進口雷克薩斯車輛現地用品之安裝服務。2014 年榮獲廣汽豐田指定為 PIO 用品加裝業務統括廠商，並於廣州南沙設立專業 PIO 工廠。預估中國豐田事業的 PIO 服務台數，將由 2015 年 7 萬台提升至 2017 年的 20 萬台以上。



上海和德二手車經營有限公司

上海和德二手車成立於 2014 年 1 月，在業內率先進行豐田認證二手車品牌化專營模式的嘗試，以豐田新車銷售及服務標準作為規範，保障客戶用車；依託集團公司的強大背景，堅持網路化、高品質、全功能的發展戰略，立足上海，佈局全國，力爭形成線上一體化集成式管理、線下全功能配套服務的立體行銷模式。目前，公司在上海已經有多個直銷網點，並計畫在天津、深圳、重慶及多地建成直銷網點和客戶關懷服務中心，打造行業內獨創的系統化、標準化、高效反應的服務體系，專業化的服務為客戶提供“到位、貼心、信任、嚴謹”的全方位服務。



1.10 獲獎紀錄

2003

第十四屆國家品質獎 行政院

2005

天下雜誌第四屆『卓越服務獎』天下雜誌

2006

2006 年 J.D. Power 亞太區台灣 IQS 及 APEAL 第一名 J.D. Power

2007

· 讀者文摘信譽品牌白金獎 TOYOTA 三度蟬聯 / 讀者文摘
· 2007 年天下雜誌標竿企業聲望調查之『台灣汽車銷售服務業第一名』及服務業中『最佳聲望標竿企業』 天下雜誌

2008

· 人力創新獎 行政院勞工委員會
· 第四屆遠見雜誌『企業社會責任獎』 遠見雜誌
· 2008 年天下雜誌標竿企業聲望調查之『台灣汽車銷售服務之標竿企業』及服務業中『最佳聲望標竿企業』 天下雜誌
· 遠見雜誌第六屆傑出服務獎 遠見雜誌

2009

· 今週刊第二屆商務人士理想品牌大調查 - 交通工具類第一名 今週刊



和泰汽車蘇燕輝總裁（右）獲頒第十四屆國家品質獎



和泰汽車黃南光董事長（左）代表和泰汽車接獲行政院毛治國副院長（右）頒發天下雜誌「汽車銷售服務業最佳聲望標竿企業」



和泰汽車張民杰副總經理（右一）從吳副總統（右二）手中接獲台灣服務業金獎獎盃

2011

· TTQS 訓練品質評核銀牌獎 08、09、10、11 四度獲獎 / 行政院勞工委員會
· 2011 年環保汽車大獎連續 三年皆獲獎 / 環保署
· 經銷據點獲綠色商店認證 全國 107 個 TOYOTA 經銷據點 / 環保署
· 天下雜誌『最佳聲望標竿企業』汽車銷售服務業冠軍 五度蟬聯 / 天下雜誌
· TOYOTA 獲得台灣區 SS I(新車銷售顧客滿意度) 國產車第一名
連續 7 年蟬聯 No.1/J.D. Power

2013

· TOYOTA 獲得《30》雜誌 Young 世代品牌大調查 - 汽車類實際擁有最愛品牌 30 雜誌
· 經理人月刊「全國影響力品牌大賞」 經理人月刊
· 壹週刊「服務第一大獎」第一名 連續 7 年蟬聯 NO.1/ 壹週刊
· 天下雜誌「最佳聲望標竿企業」 連續 7 年獲獎 / 天下雜誌
· 中華民國企業環保獎 連續 2 年獲獎 / 環保署

2014

· 綠色品牌大調查特優及產業類別首獎 連續 4 年獲獎 / 數位時代雜誌
· TOYOTA 獲得經理人月刊「影響力品牌年度大賞」及「汽車類首獎」
雙重榮耀 連續 2 年獲獎 / 經理人月刊
· 天下雜誌「最佳聲望標竿企業」 連續 8 年獲獎 / 天下雜誌

2015

· LEXUS 獲得天下雜誌『金牌服務大賞』第一名（汽車原廠服務業）
連續 3 年獲獎 天下雜誌
· 「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀 連續 2 年獲獎 工商時報
· 壹週刊「服務第一大獎」第一名 第 8 度獲獎 壹週刊
· TOYOTA 榮獲今周刊「商務人士理想品牌」汽車類第一名 連續 3 年獲獎 / 今周刊
· LEXUS 獲得台灣區豪華車 SSI(新車銷售顧客滿意度) 第一名 第 15 度獲 NO.1/J.D. Power
· LEXUS 獲得台灣區 CSI(汽車售後服務顧客滿意度) 第一名 第 16 度獲 NO.1/J.D. Power



和泰汽車吳家炎本部長（左）獲頒天下雜誌『金牌服務大賞』第一名汽車原廠服務業



永續治理

2.1 永續發展推動組織

和泰汽車為徹底落實永續經營之理念，於 2011 年 10 月由董事會訂定「和泰汽車企業社會責任實務守則」，對象包括本公司及旗下集團企業之整體營運活動，以符合平衡環境、社會及公司治理發展之國際趨勢，並透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業責任為本之競爭優勢為出發點。

我們相信透過有效的管理及執行，將 CSR 行動與經營策略結合，且內化為發展與營運策略之根本，並偕同員工對社會永續發展創造持續貢獻。和泰汽車對於企業社會責任之實踐，係遵循「落實推動公司治理、發展永續環境、維護社會公益、加強企業社會責任資訊揭露」等四大原則，並且參考國際相關倡議之精神，針對四大原則提出指導方針，作為日常作業中之依循。



公平競爭



- 避免從事不公平競爭之行為
- 確實履行納稅義務
- 反賄賂貪瀆
- 企業捐獻須符合內部作業程序

永續環境



- 減少商品與服務之資源及能源消耗
- 妥善處理廢棄物
- 採用低耗能、綠能用品
- 使可再生資源達到最大限度之永續使用，如耗能用品的回收、再利用
- 增加商品與服務之效能
- 妥善與永續利用水資源

維護社會利益



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

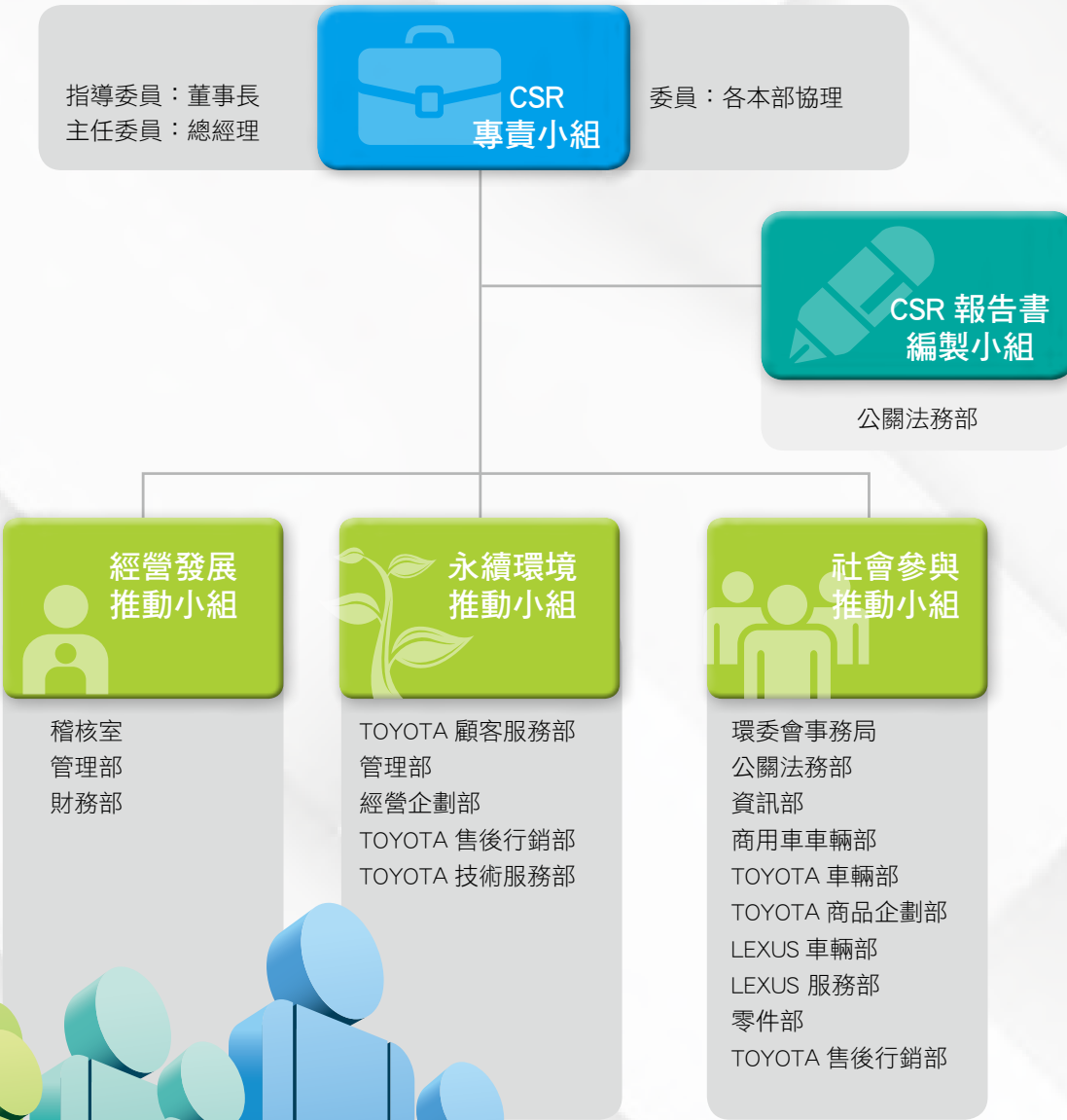
加強企業社會責任資訊揭露



- 經董事會決議通過之企業社會責任之治理機制、策略、政策及管理方針
- 落實推動公司治理、發展永續環境及維護社會公益等因素對公司營運與財務狀況所產生之風險與影響
- 公司為企業社會責任所擬定之履行目標及措施
- 企業社會責任之實施績效

和泰汽車求永續經營的落實，於 2012 年正式成立「企業社會責任專責小組」，由董事長擔任指導委員，總經理出任主任委員，副總經理為副主任委員，並由各本部協理為專責小組委員，由公司整體經營團隊所組成之專責小組，擬訂和泰汽車整體企業永續發展之脈絡，同時反應利害關係人關注之相關議題，並且配合公司推行之方針管理，將 CSR 相關事務結合方針於前一年制定之次年度方針，於當年 6 月參酌方針執行狀況進行下半年方針修訂。適時呈報董事會，彙整董事相關指導，並採取適當行動及對策。

同時為符合整體企業永續精神之推動，特於專責小組下成立三大永續方向推動小組，分別為「經營發展推動小組」、「永續環境推動小組」以及「社會參與推動小組」，涵蓋所有相關部門。而為進一步追求資訊揭露之強化與落實，責成公關法務部擔任「CSR 報告書編製小組」，負責整體和泰汽車永續作為與績效之公開揭露，與利害關係人展開有效溝通。



和泰汽車為落實節能減碳及溫室氣體減量，於 2006 年開始積極向日本豐田汽車爭取引進環保節能油電混合車，展現降低對自然環境衝擊的用心，至 2015 年底，和泰汽車油電混合車累計銷售量已達 71,837 台，不僅實際彰顯對環境的友善，也帶動台灣汽車界追求綠能運輸的風潮。

2.2 外部組織參與狀況

外部組織名稱	職務
中華民國三三企業交流會	會員
財團法人商業發展研究院	常務董事
國家文化總會	會員
中華民國工商協進會	會員
中華民國工商協進會（交通運輸研究委員會）	委員
台北市進出口商業同業公會	會員
台日商務交流協進會	會員
台日經濟貿易發展基金會	會員
社團法人台北市日本工商會	會員
社團法人中華公司治理協會	會員
中華民國公開發行公司股務協會	會員
台北市汽車代理商業同業公會	常務理事
台灣區車輛工業同業公會	會員
台灣區汽車修理公會	副理事長
東亞經濟會議台灣委員會	會員





重大性議題與 利害關係人溝通

3.1 重大性分析流程

重大性議題分析是決定報告書內容的關鍵步驟，亦是跟利害關係人達成有效溝通的前提。和泰汽車依循全球報告書協會（GRI）的 G4 版指引與 AA 1000APS 標準，進行重大性議題分析流程，決定 2015 企業社會責任報告書的重大議題、資料蒐集的邊界與欲溝通的利害關係人。

鑑別階段 --Step 1 & 2

決定企業社會責任報告書欲溝通的利害關係人，是進行重大性分析的首要步驟。和泰汽車透過 AA 1000 SES 標準的五大原則（依賴性、責任、影響、多元觀點、張力），總共鑑別 7 個類別的主要利害關係人，包括員工、投資人、社區、經銷商、客戶、媒體、供應商。除此之外，為了能夠完整蒐集跟和泰汽車相關的永續議題，讓利害關係人表達其對各個議題的關注程度，我們外部回饋與組織內部的日常管理上，最後蒐集 30 個永續議題，作為後續進行利害關係人調查的基礎。

分析階段 --Step 3 to 5

蒐集與和泰汽車相關的永續議題後，我們透過線上與紙本問卷，向利害關係人進行問卷調查，了解其對於各個議題的關注程度；另一方面也透過公司報告書小組成員決定各議題對於公司永續經營（經濟績效、環境績效、社會績效）的影響，最後選出 25 個重大性議題。

確認階段 - Step 6 & 7

根據鑑別結果而選出的實質重大議題，和泰汽車從 GRI G4 中找出 41 個相對應的重大考量面（經濟 4 個、環境 10 個、社會 27 個）。依據每個考量面的指標，由公司報告書小組的同仁進行會議，逐一討論每個指標要揭露的邊界，包含組織內（和泰）與組織外（經銷商、客戶、投資人、社區、供應商、媒體），作為報告書資訊揭露的邊界。

3.2 重大性分析步驟

鑑別	步驟一 鑑別利害關係人	透過 AA1000 SES-2011 利害關係人議合標準（SES）的五大原則，鑑別 2015 企業社會責任報告書欲溝通的對象，決定 7 個主要的利害關係人。	7 個 利害關係人
	步驟二 蒐集永續議題	根據全球性規範 / 標準、特定產業規範 / 標準、產業標準、組織年度目標、外部利害關係人回饋等，蒐集永續相關的議題。	30 個 永續議題
分析	步驟三 調查利害關係人關注程度	為了解利害關係人對於各個永續議題的關注程度，透過線上與紙本問卷調查的方式，讓利害關係人表達其對各個永續議題的關注程度。	113 份 問卷
	步驟四 分析議題對公司營運衝擊	除了利害關係人對於永續議題的關注程度外，議題對於和泰汽車營運的衝擊也需一併考量。因此，透過報告書小組成員，分析各議題對於公司永續營運的衝擊。	16 位 報告書成員
	步驟五 決定重大性議題	根據每個議題對於利害關係人的關注程度與對公司營運影響的程度，選出 25 個重大性議題，區分為核心重大議題（5 個）與永續管理重大議題（20）。	25 個 重大性議題
確認	步驟六 選定重大考量面	將選出的 25 個重大性議題，逐一對照 GRI G4 考量面，最後總共選出 41 個重大考量面，包括經濟面 4 個、環境面 10 個與社會面 27 個。	41 個 重大考量面
	步驟七 界定資訊揭露邊界	將選定的 41 個重大考量面，由同仁逐一衡量每個指標對於組織內（和泰汽車）與組織外（經銷商、供應商、投資人、客戶、社區、媒體）的影響，鑑別資訊揭露的邊界。	7 個組織 內外的實體



重大議題	重大考量面	章節	章節名稱	頁碼
· 企業永續管理 · 風險管理 · 公司治理 · 營運績效 · 法規遵循	經濟績效、間接經濟衝擊、反貪腐、投資、社會法規遵循、反競爭行為、公共政策	CH4.7 CH9.1 CH4.2 CH7.1.2 CH4.2	歷年財務績效、五大主題、誠信經營 - 落實法規依循、權益維護	54、121、86、47
· 產品設計 · 客戶服務 · 品牌管理	產品與服務、顧客的健康與安全、產品及服務標示、顧客隱私、產品法規遵循、行銷溝通、社會衝擊問題申訴機制	CH8.2.1 CH5.4 CH5.6 CH4.5 CH5.3	產品認證、顧客滿意度調查、提升產品安全性、資訊安全、主動召回	105、62 65、61 50
· 永續供應商管理 · 經銷商管理	原物料、供應商環境評估、供應商勞工實務評估、供應商社會衝擊評估、供應商人權評估	CH8.2.2 CH6.2	降低環境衝擊、和泰汽車供應商管理體系	107、78
· 環境管理 · 溫室氣體管理 · 能源管理 · 空氣污染防治 · 廢棄物管理 · 綠色運輸與物流 · 綠色服務與維修	原物料、交通運輸、能源、整體情況、廢水 / 廢棄物、排放、環境問題申訴機制、環境法規遵循、產品與服務	CH8.2.2 CH8.3.4 CH8.4.1 CH8.1.4 CH8.3.3 CH8.3.2 CH8.4.6 CH8.1.2 CH8.2.1	降低環境衝擊、車輛與零件運輸、能源資源耗用、行動與計畫、污染物排放與廢棄物管理、溫室氣體減量、申訴案件、管理系統、產品認證	107、115 116、104 114、113 119、102 105
· 人才招募 · 人才培訓與教育訓練 · 職場環境 · 薪資與福利 · 勞工權益 · 職業安全衛生管理 · 利害關係人溝通與申訴機制	勞僱關係、市場形象、勞 / 資管理、職業健康與安全、訓練與教育、員工多元化與平等機會、女男同酬、勞工實務問題申訴機制、不歧視、結社自由與集體協商、強迫與強制勞動、人權評估、人權問題申訴機制、社會面法規遵循	CH7.1.1 CH7.1.3 CH7.1.2 CH7.2.1 CH7.3.1 CH4.2	聘雇與留才、薪酬與福利制度、權益維護、推動安全管理、一般與職能教育訓練、誠信經營 - 落實法規依循	86、88、94、83、47
· 公益與慈善活動	當地社區	CH9.1	五大主題	121

3.3 利害關係人溝通

3.3.1 利害關係人鑑別與重要性

和泰汽車期待為整個產業及社會在邁向永續發展的過程中，做出實質的貢獻。也相信透明化的溝通與良好的互動，對於內、外部利害關係人信任感的建立，有著密不可分的关系與影響。因此，我們透過 AA1000 SES-2011 利害關係人議合標準（SES），找出七個最重要的利害關係人，分別建立不同的溝通管道與平台。因為利害關係人所關心的議題，也是促使我們不斷改進的動力，進而為整個社會帶來良善的循環與真正的益處。

員工
公司與員工共享價值觀，穩定員工的生活和提供自我實現的機會，員工與企業的發展是相互依存的。彼此建立在信任及尊重的良好互動關係中。

投資人
我們強調穩健且長期的財務規劃策略，保持充足的流動性與穩定性，同時透過公司治理機制的管控，保持經營的透明度，並追求資金使用效率，以因應產業未來的發展及變化，確保企業的永續經營。

社區
我們期望成為良好的企業公民，透過企業活動，在社區展開業務所引致的企業社會責任，對社區、社會的整體發展作出貢獻。

經銷商
經銷商是和泰汽車擁有市場高佔有率、顧客高度評價的最親密夥伴，今日旗下三大品牌 TOYOTA、LEXUS、HINO 的輝煌表現，來自於經銷商團隊與本公司的緊密配合，並於共同的價值觀、信念及願景下經營品牌價值、為客戶提供最好也最貼切的服務。

客戶
我們看重的是與顧客建立絕對的信任關係，期望讓每位顧客意見可以獲得即時的反應及妥適的回應，因此努力提供準確和適當的溝通，成為一個值得信賴的公司，是和泰汽車不斷努力的目標。

媒體
媒體是和泰汽車進行品牌溝通的策略之一，透過媒體口碑行銷與溝通方式，積極採用網路應用及數位行銷，聆聽並迅速回應客戶的需求，以提供最好的產品及最完善的服務。

供應商
和泰汽車從與合作夥伴共享創造價值為出發點，透過供應商能力建置、標準化管理、資訊共享、供應商評鑑以及供應商稽核建構供應鏈管理體系，透過完整的供應鏈管理，將供應商視為最密切的夥伴

3.3.2 利害關係人溝通方式、頻率與回應重點

利害關係人	溝通方式	溝通頻率	溝通與回應重點
員工	勞資會議	每季	針對一般職員之教育訓練，制定隔年教育計畫時，研究一般職員工之需求，加強安排一般職的訓練計畫。
	員工意見信箱	不定期	透過檢視公司各單位人員業務屬性（企劃 / 行政）現況問題改善公司人事制度，使公司同仁皆能發揮專才，提升作業效能及工作熱情。
	福利委員會	每季	針對員工最佳福利上，福委會逐年提昇福利發放金額，並於每季召開福委會議。
	E-mail	不定期	透過評核和面談，給予員工回饋及年度績效職能結果。
	和泰園地	每兩個月	確保員工外派時的薪資、福利及反應都能被照顧，即時回應外駐地公司及員工需求。
			全面重新檢視健康檢查特約機構清單，汰換不適宜機構並新增優良健康檢查機構，提供不同健康檢查機構及特色健康檢查套組讓員工有更符合自身需求的選擇。

利害關係人	溝通方式	溝通頻率	溝通與回應重點
投資人	董事會	定期與不定期	公布董事會重要決議事項於公司網站。
	股東會		股東常會自願採行電子投票，過程股東可充分參與，結果公布於公開資訊觀測站。
	年報		發行線上版及紙本股東會年報與經營報告（每年）。
	營收公告		每月將提供前月合併營收概況公告於公開資訊觀測站與公司網站。
	企業網站（利害關係人專區）		接受法人不定期拜訪與電話會議，以維持法人良好關係。
	法人受訪		

利害關係人	溝通方式	溝通頻率	溝通與回應重點
社區	藝文活動	不定期	說明校園交通安全說故事報名學校的決定方式，採取公平公正的方式抽籤決定 120 所巡迴學校；透過影片上傳和泰汽車官網及 YOUTUBE，對外傳遞校園說故事活動內容。架設全國捐血月活動網站，對外公告各地區活動場次 / 地點。協請各縣市政府教育局 / 處調查各國小導護志工裝備需求，將本公司捐贈之愛心資源有效分配到需要的社區國小。

利害關係人	溝通方式	溝通頻率	溝通與回應重點
顧客	24hr 免付費服務電話	即時	2015 年 11 月月正式導入國內第一台日系低地板巴士，且是唯一由整車廠國瑞製造，以響應政府打造無障礙環境政策。
	社群媒體	即時	
	M-Sales（行動秘書）系統	即時	
	E-mail	即時	在 TOYOTA 服務廠客休室全面導入喜憨兒手工餅乾，以提高企業集團公益形象。
	車主 CR 活動	定期與不定期	
	刊物	每季	車輛零件過保固要求免費維修，邀請顧客回廠確認。
	SSI 滿意度調查	即時	針對汽車召回對象，待日本原廠通知對象車主後，寄發掛號通知及媒體公告。
	CSI 滿意度調查	即時	
	主動 Call Out	每月	建置長源經銷商 EM 車位，並導入預約作業系統化以求保修車位 Load 平準化，增快保修作業時間以提升顧客滿意度。
	宣傳品	不定期	

利害關係人	溝通方式	溝通頻率	溝通與回應重點
經銷商	契約條文議定	每月	協助經銷商舉辦教育訓練，共同討論未來合作方向，提供教育訓練經驗，強化經銷商員工職能表現。提供最佳 HR 資訊管理平台，建置 ECHO 人力資源系統，完善 IT 環境。針對考試及技術力檢定，預計於 2016 年增加題庫，並考量現場作業加以簡化考試內容。2015 年共舉辦 13 場經銷商法律教育訓練。提供經銷商廠家認證的零件與輔導經銷商服務技術力以提升服務品質。
	教育訓練	每月	
	定例會議	每月	
	和泰園地	每兩個月	

利害關係人	溝通方式	溝通頻率	溝通與回應重點
媒體	新聞稿	90 篇 / 年 17 場 / 年 11 場 / 年 1 場 / 年	不定期透過發布新聞稿之方式，以及針對重點新車或服務舉辦記者會，向媒體溝通公司重大活動訊息。
	記者發表會		舉辦新車國內 / 國外媒體試乘活動，讓媒體能直接體驗，對新商品更為了解，才能完整將其訊息傳遞予社會大眾。
	媒體新車試乘活動		隨時新增 / 更新最新媒體人員名單 / 等級，以適時 / 適當提供本公司相關重要訊息，促進大眾對公司及品牌更為了解，更有信心。
	重量級新車媒體海外試乘活動		

利害關係人	溝通方式	溝通頻率	溝通與回應重點
供應商	契約條文議定	定期與不定期	配合和泰內部辦法《機敏資產管理規範》修正，將機敏資料外洩通報機制之通報流程文件化。
	品質協調會議		與配合噴塗廠商研討，制訂 SOP 及訂定噴塗價格，公佈予經銷商，實施車頭改色業務

4

共好治理

和泰汽車由黃烈火先生所創立，現由蘇燕輝先生擔任榮譽集團總裁，黃南光先生為董事長，總經理由蘇純興先生擔任。和泰汽車董事會擁有完整且獨立的監督功能、專業的經營團隊、嚴謹的內稽內控機制，透明且即時的溝通機制與管道。任何政策或法規的變動，本公司皆嚴格遵守法令規定，並及時因應主管機關之管理辦法與實務守則。

於重視並遵循「正直誠信」的企業文化指導下，和泰汽車力行財務公開化、資訊透明化原則，徹底貫徹正確有效的經營管理，並致力於股東權益之保障，以達成共好治理的極致境界。

4.1 董事會運作

董事會係和泰汽車最高層之決策與監督單位，職司公司治理之結構規劃及審酌，其運作悉依「**和泰汽車股份有限公司 董事會議事規範**」，每季至少召開一次，由董事長召集並擔任主席。定期董事會主要議事內容，包括但不止於營運計畫、年度與半年度財務報告、內部控制制度變動、內部稽核業務報告以及其他重要事項等。本公司董事成員依據「**和泰汽車股份有限公司 公司章程**」選出，任期三年，得連選連任。目前和泰汽車董事會共有 21 名董事及 4 名監察人，預計 2016 年選任第 19 屆董事後，將設置 3 名獨立董事。2015 年董事平均出席率達到 93.2%，監察人參與董事會之出席率為 82.3%，且為掌握最新公司治理趨勢及產業脈動，董事皆依「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」每年進行進修。

董事多樣性

和泰汽車董事富有多樣性，21 席董事與 4 名監察人中，有 4 名日本籍，且女性董事亦占 4 席。而在年齡分佈上，30 歲（含）以下董事 1 名，31 至 50 歲董事 7 名、監察人 1 名，51 歲以上董事 12 名、監察人 3 名。同時為持續強化董事會成員之多樣性，於「和泰汽車股份有限公司 公司治理實務守則」中，特別地訂董事多元化方針，在考慮董事會運作、營運型態及發展需求的前提下，將 (1) 基本條件與價值：性別、年齡、國籍及文化等以及 (2) 專業知識與技能：專業背景（如法律、會計、產業、財務、行銷或科技）、專業技能及產業經歷等。納入董事會成員的多樣性考量。同時，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備下列能力：1. 營運判斷能力、2. 會計及財務分析能力、3. 經營管理能力、4. 危機處理能力、5. 產業知識、6. 國際市場觀、7. 領導能力、8. 決策能力。

董事會功能性委員會

和泰汽車為強化公司治理之有效性，特於董事會轄下成立「薪資報酬委員會」與「審計委員會」。薪酬委員會由獨立超然之第三人擔任委員會成員，與組織間並未存在任何關係。薪酬委員訂定並定期檢討董事、監察人及協理級（含）以上人員之績效評估，與薪資報酬的政策、制度、標準及結構，其審核與建議須經董事會通過。本屆薪酬委員會召集人為陳吉珍先生，委員會成員為吳師豪先生與蘇錦夥先生。2015 年本公司薪酬委員會共開會 5 次，委員平均出席為 80.2%。

和泰汽車於選任第 19 屆董事後（2016 年 6 月股東會），將設置審計委員會，由全體獨立董事組成，每季至少召開一次，負責監督公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則以及公司存在或潛在風險之管控。

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目標，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。

董事會多樣性

職稱	姓名	主要學歷
董事長	黃南光	輔仁大學化學系
常務董事	蘇一仲	美國聖瑪莉大學企管所碩士
常務董事	林麗華	政治大學金融學系
常務董事	蘇室安	日本亞細亞大學企研所碩士
常務董事	黃志誠	美國加州大學管理系
常務董事	蘇純興	美國麻省理工學院管理碩士
董事	大野勝仁	東京外國語大學外國語學部
董事	蘇燕輝	國立彰化師範大學附屬高級工業職業學校
董事	黃思博	加州大學河濱分校工商管理與金融學系 加州大學 灣分校工商管理碩士
董事	張瀚云	Universty of Southern California Bachelor of Science business administration
董事	蘇麥克	California State University, Long Beach
董事	張天駿	美國麥克喬治法學院法學博士 杜藍大學法學院公司治理證書
董事	蘇晶	美國南加州大學
董事	王克勤	政治大學
董事	長虹百勝投資股份有限公司	無
董事	張世英	日本甲南大學經濟學部
董事	蘇吟	美國南加州大學
董事	黃文瑞	中央大學電機工程學系 東京情報大學大學院經營情報學研究科碩士
董事	蘇利永	賓州大學華頓商學院企研所碩士
董事	丁焦桐	屏東農專農田水利科
董事	田畑光晴	青山學院大學經營部
監察人	柯濬源	國立彰化師範大學附屬高級工業職業學校
監察人	柯王文良	ARKANSAS WEST ARK COMMUNALITY COLLEGE
監察人	翁鴻達	實踐大學社會工作學系
監察人	曾吉甫	逢甲大學

4.2 誠信經營 - 落實法規依循

和泰汽車為尋求良好公司治理制度，秉持誠信經營與落實法規依循，特別訂有「**和泰汽車股份有限公司董事會議事規範**」（內含董事會利益迴避程序）、「**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 公司治理實務守則**」與「**和泰汽車股份有限公司 內部重大資訊處理作業程序**」等，進一步確保誠信經營的優良傳統。而為求全體員工皆能依循相關法規，和泰汽車訂有員工指導綱領，作為最高指導原則，同時配合共好文化以及員工行為準則，將指導綱領進一步延伸，透過文化的形塑以及具體的規範，讓所有同仁於日常作業中，皆能有所依循。

董事會利益迴避程序

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

防範內線交易之管理

2011年4月本公司為加強董事會職權及風險管理，通過「防範內線交易之管理」，強化公司治理的效能，並進一步防範內線交易之產生。

反賄賂誠信經營守則

本守則係遵循「上市上櫃公司誠信經營守則」、「日本豐田汽車股份有限公司反賄賂指南」及相關法令規定而制定，凡本公司董事、監察人、經理人、任何形態受僱人（含定期、非定期、派遣、借調等）均應遵守，以徹底貫徹誠實、透明、負責之經營理念。

反賄賂誠信經營守則主要目的為禁止賄賂不法行為，本公司人員除因合法執行業務，或依本公司規定，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。為確保反賄賂誠信經營守則之落實，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，不論過去、現在或未來，本公司堅持採行零容忍政策。

為進一步確保反賄賂誠信經營守則之遵循，本公司自2014年以來每年舉辦反賄賂教育訓練與宣導，使參與訓練之同仁充分了解公司誠信經營之決心、政策、防範方案及違反本守則之後果。

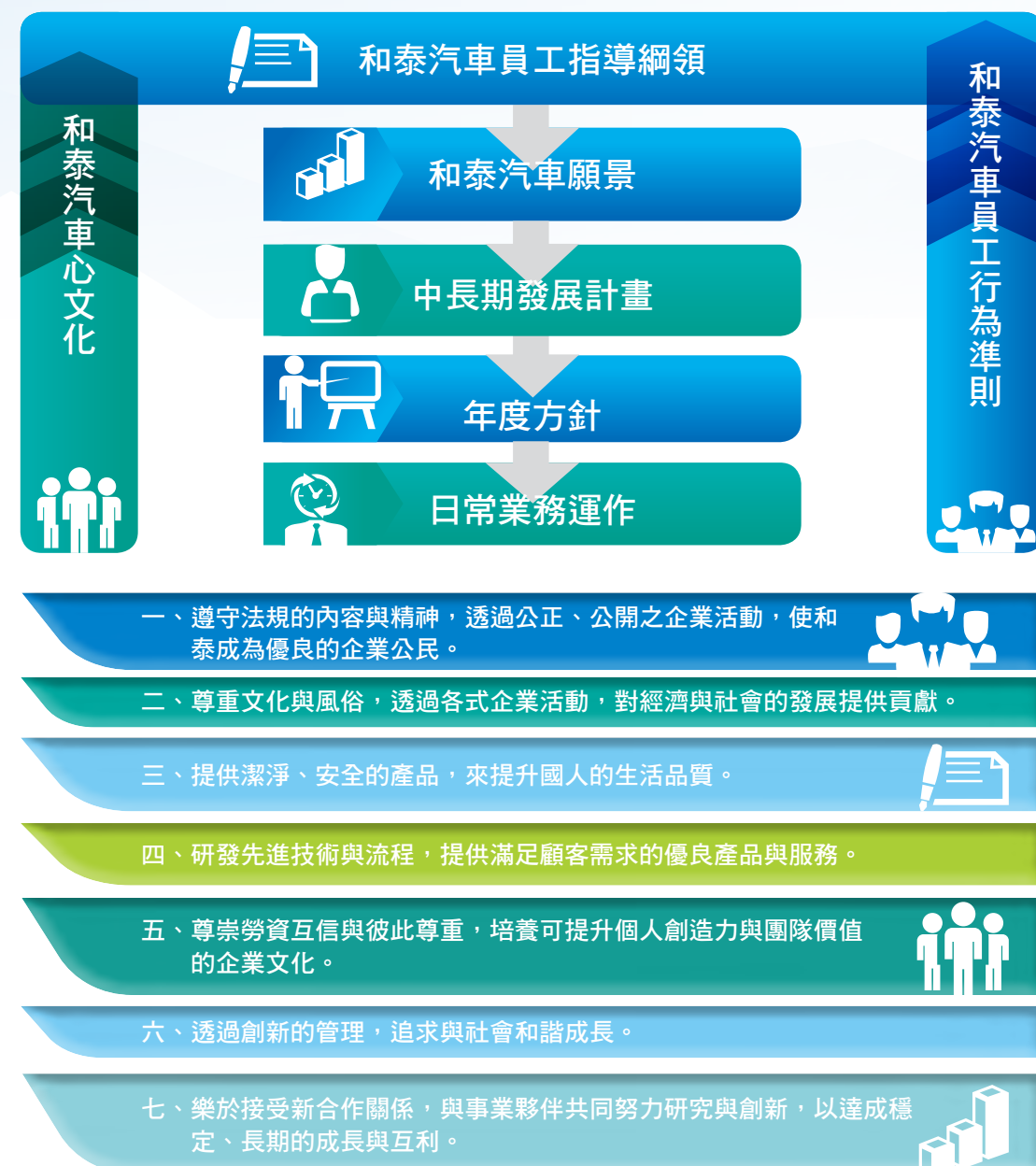
於2014年上半年，本公司舉辦「涉外反賄賂法之運用及因應」誠信經營教育訓練課程，對象為本公司及集團企業之高階主管，共有50位高階主管參與，本公司主管參與比率為92.3%，課程滿意度達90.5%。2014年下半年則針對本公司、經銷商及關係企業員工，進行「反賄賂法」教育訓練，參與訓練人數共168人，本公司員工參與比率為46%，課程滿意度達91.6%。2014年起每年均針對所有新進員工進行反賄賂教育，2014年26位及2015年38位新進員工均全員出席訓練，參與比率為100%，期能透過此教育傳達本公司誠實經營理念，以確保員工都能遵法。

員工行為準則

和泰汽車自 1947 年創立至今，和泰汽車與關係企業歷經各種艱難挑戰及汽車市場劇烈起伏的經營困境，但從不停止前進，不斷地改善本身的經營體質，藉著提供高品質的產品與服務給我們的顧客，並持續為社會永續發展付出努力。透過這些努力，我們建立了世代相傳的企業精神，也就是「和泰汽車員工指導綱領」。

同仁應以「沒有最好，只有更好」的態度來實踐此「指導綱領」，並將此綱領持續傳承至未來，希望因此可促進社會繁榮。我們相信在日常業務中遵守「指導綱領」，即能協和和泰汽車對社會永續發展提出貢獻。因此，依「指導綱領」的說明，我們必須遵守法規規範，行為保持謙遜、誠實與正直。並且依據指導綱領之精神，針對三大層面：「與公司相關的行為準則」、「與公司活動相關的行為準則」以及「與社會相關的行為準則」制訂了和泰汽車員工行為準則，提供全體員工於日常業務中之行為有所依據，並且相互砥礪。

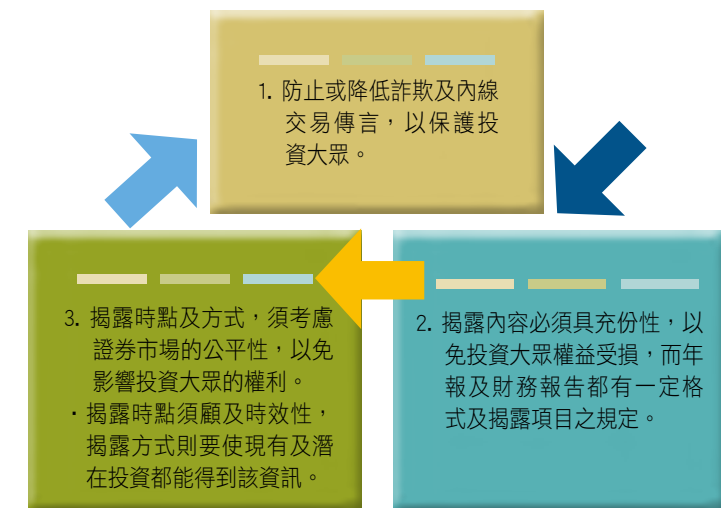
和泰汽車員工指導綱領



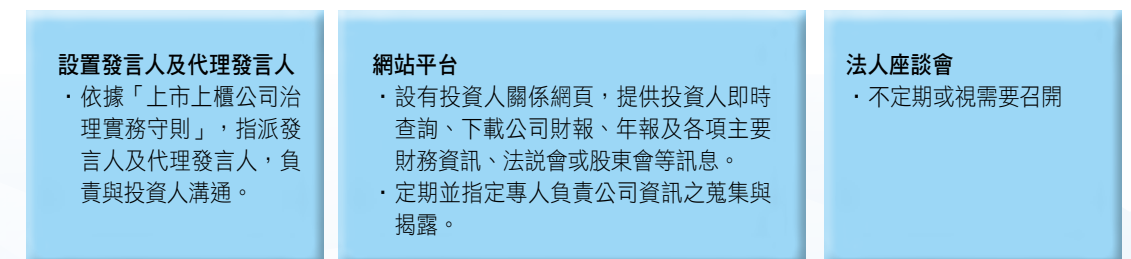
4.3 資訊揭露

為提升資訊透明度、充份揭露攸關性及可靠資訊、降低資訊不對稱落差，並加強與投資人溝通，和泰汽車特別制定「資訊揭露原則」。

透明化資訊揭露目的



資訊揭露管道



4.4 風險管理

和泰汽車對風險管理極為重視，除各部門均應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。

穩健經營的和泰汽車，並未從事任何高風險、高槓桿之投資行為，針對資金貸與他人及背書保證等作業，則規定集團內各子公司訂定「資金貸與他人作業程序」及「背書保證作業程序」，作為相關控管依據。至於衍生性商品之交易，則悉依「**和泰汽車股份有限公司 從事衍生性商品交易處理程序**」的規定辦理之。身為國內汽車業的標竿，且為市場最具魅力的品牌，且將持續提供高品質商品與創新服務，並以超越消費者的期待為目標，而長年投入企業社會責任、用心深耕台灣，致力於關懷弱勢、環境保育、道路將通安全、學術藝文等公益活動，已造就了企業及品牌的外部良好形象。

4.5 資訊安全

資訊安全及顧客資料保護

和泰汽車自 1987 年開始豐田在台新事業，29 年來已累積 200 多萬顧客資料。對此，我們秉持「總是為您設想」之精神，持續精進及強化資訊安全系統，提供顧客正確、安全的資訊服務。為全面實現「資訊安全零缺失」的高品質服務承諾，和泰汽車成立了「資訊安全委員會」，作為集團資訊安全之最高指導單位，以貫徹資訊安全治理政策，明確宣示及落實維護資訊安全，並要求全體員工確實遵守。此外，和泰汽車更協同旗下 8 家經銷商，推動國際資訊安全管理標準 ISO 27001 驗證，成為台灣汽車業界第一家總代理及經銷商，上、下游廠商均通過 ISO 27001 認證的汽車經銷體系，提供顧客安全無虞的服務。



保護顧客隱私權

為確保顧客隱私權，和泰汽車遵循個人資料保護法，將個資保護納入公司治理強化重點項目。2010 年起，和泰汽車即成立集團內誇公司之個資防護組織，並建立全集團個人資料管理制度致力建立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，規劃最合適的個資保護解決方案，確實保護顧客隱私。此外，為保障顧客線上隱私，使其安心使用和泰汽車及相關品牌官方網站所提供的各項服務，官方網站皆同步遵循「個人資料保護法」蒐集及運用顧客資料，並盡力以合理之技術及程序來保護顧客隱私權。和泰汽車於 2015 年建立服務廠受理「車主授權他人代查車輛維修紀錄」之標準作業程序 (SOP)，建立嚴謹之個資授權查詢程序。同時，個資事務局除每年一次定期進行個資侵害演練外，並於 2015 年建立委外廠商個資防護規範，要求廠商遵循，自 2016 年起，亦要求廠商須定期（每年一次）進行自評，且和泰汽車將進行實地稽核。

可靠的資訊服務

有鑑於 2001 年納莉風災影響，造成資訊服務中斷 3 天，影響車輛販賣及售後服務，和泰汽車自 2003 年起開始規劃異地備援 (Disaster Recovery) 計畫，完成備援機房建置，每年定期進行演練測試，確保系統轉換的穩定度，讓資訊服務不會因重大災害或設備故障的影響而造成中斷或資料異常。為維持正常資訊服務，和泰也建立了系統障礙通報管道 (Service Desk)，提供 24 小時不間斷服務窗口，第一時間接受多種管道（如：電話、網頁、電子郵件等）的詢問、請求或障礙通報，透過自動化工具協助，有效掌控問題處理進度，儘可能於最短時間回復服務品質，並透過詳細的紀錄，定期審視分析，作為系統持續改善評估的依據。

控管行銷製作物

為了提供消費者正確的資訊，對於容易引起爭議的文字或數據，和泰皆以最嚴格的標準來檢視，避免使用誤導性資訊；此外，針對車主個人資料，盡最大努力加以保密設定（如加 * 號）等，保護顧客個人資料安全。

4.6 產業概況

2015 年我國新車總掛牌數為 420,779 台，雖比 2014 年的 423,829 台減少 3,050 台，微幅衰退 0.72%，但已是 2006 年以來的第二高峰。本公司 2015 年全公司整體銷售量應為 132,418 台，整體市佔率 31.5%，則是連續第 14 年蟬聯銷售冠軍。綜觀 2015 年新車市場表現堪稱平穩，不過面臨百年巨變的汽車業，其實正處於暗潮湧湧之全新競爭，而綜觀科技、通路、品牌等眾多條件，我們確信豐田汽車仍將稱霸全球車壇。

汽車產業的重大改變，將比過往預估的時間大為提前，而牽動版圖更從產品、市場、競爭對手、軟硬體設施、銷售策略延伸至售後服務，其廣度與震幅則遠遠超乎以往。本公司身為我國汽車業的龍頭，不僅充分掌握汽車產業的國內外發展趨勢，同時也留意國內政策走向及市場變化。我們不僅了解因應這場巨變需要很長時間，並深刻體悟第一名殊榮的維持更需最大努力。





一、國產車佔比持續走低

2015 年國產車市佔率由 2014 年的 67.9% 再降為 63.2%，依然維持下滑趨勢，預料此現象還有可能繼續探底。造成國產車市佔率一再走低的原因，既非國產車品質不如進口車，也不是性價比無法獲得消費者青睞，諸如本公司總經銷的 COROLLA ALTIS 車系，不但長期稱霸單一車系之冠軍寶座，更是市場公認的長青優質坐駕。

國產車市佔率走軟之背景因素很多，但主要原因多屬非戰之罪的政策考量，大致上不脫下列現象，而未來持續下修應不意外。

- (一) 部分品牌的某些車系，因銷售量無法達到預期目標，進而結束國產化而改以進口車上市，如 HONDA ACCORD、FORD MONDEO 等。
- (二) 全部車款改採進口方式，如與福特六和結束代工關係的 MAZDA。
- (三) 豪華車品牌掛牌數激增，吞噬了國產車的市場佔比。
- (四) 豪華車品牌導入較低階或入門車款，削弱了相同價格帶之國產車購買意願。



二、無人駕駛車洶湧而來

- 無人駕駛車的研究，早在幾十年前就已開始，隨著科技與資訊產業的飛躍進步，不僅讓無人駕駛車的研發與量產，快速成為各汽車製造廠的競逐目標，也使這項議題變得炙手可熱，而且傳聞不斷。自駕車已被公認為最可行的智慧交通工具，持續蟬聯全球最大車廠的日本豐田汽車，也正以領航群優勢將自駕車駛進人類的夢想。
- 全球已有太多地區馳騁著路試的自動駕駛車，但初期極可能以提供半自駕功能的方式量產問世，預估未來一、兩年就可能實現。這場汽車工業革命性發展的參與者，除傳統汽車製造商外，高科技公司也成為關鍵角色，且將以自有品牌加入汽車市場。自駕車的影響層面很廣，汽車租賃業很可能成為首波銷售對象，並降低社會大眾擁有自己車輛的意願，而尚未解決的除了法規、法律等問題外，還有包括司機失業等社會問題。



三、綠能新動力加速搶市

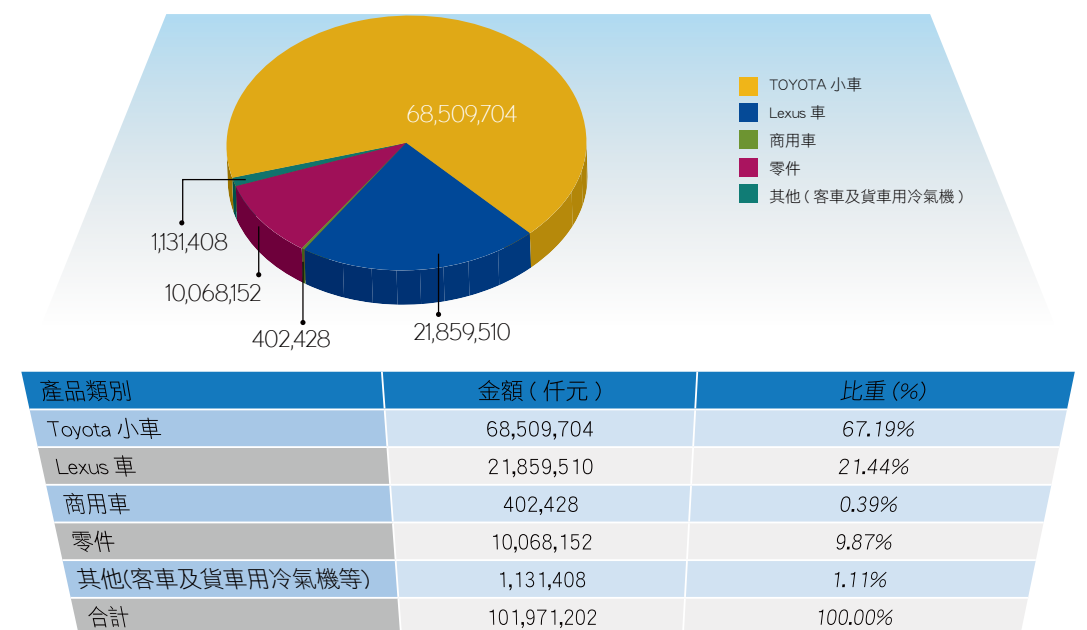
- 電動車與氫燃料電池車都已量產上市，其售價的被接受性也越來越高，在拯救地球的浪濤中，未來蓬勃發展當可預期。傳統汽車製造商幾乎已全面投入綠能新動力的研發，目前美國 TESLA 則是暫居電動車領導地位的新品牌，但通路與產能的不足顯然是嚴重的致命傷，而 GOOGLE、APPLE 等高科技公司為跨足電動車產業，早就籌組龐大的研發團隊，未來電動車市場將很擁擠。
- 於綠能新動力的賽局中，以油電複合動力車執全球牛耳的日本豐田汽車，無疑將是繼續引領風騷的汽車工業霸主。豐田不僅掌握油電複合動力車的獨到科技，還有生產 RAV4、iQ 電動車的經驗，2014 年更率全球之先量產上市氫燃料電池車 MIRAI，且是唯一擁有千萬台年產能的汽車業巨擘，而豐田獨步車壇的卓越條件，則是本公司永續發展的穩固利基。
- 綠能新動力的發展趨勢，氫燃料電池與電動車為兩大主軸，將隨著產能的擴大而使車價更具侵略性，但當下最大的障礙則是相對落後的基礎建設。電動車廠面對的問題顯然較多，主要有最大續航力、電池產能、充電站設施、充電時間等；氫燃料電池車則須克服加氫站的普及便利性，以及設站的龐大投資。電動車與氫燃料電池車能否快速瓜分市場，尤須視政府的態度，包括能源政策、稅賦優惠、購買補貼以及法規配合等現實面問題。



四、共享經濟風潮的變化

- 在科技共享方面，GOOGLE Android 作業系統已明確做出示範，車壇其實也不乏科技共享的先例。為了加速擴大市場規模、降低造車成本與取得技術主導地位，TESLA 已釋出科技共享的策略，而 TOYOTA 也極有可能由共享利基出發，甚至偕同其他車廠致力於加氫站之普及化。當共享經濟理念一旦付諸行動，傳統引擎車輛的市場警訊勢將提前引爆，而服務體系的調整與佈局、技師的教育訓練等都將成重頭戲。
- 另市場共享部分，全球最大的叫車共享平台 Uber 已在國內展業，儘管目前仍屬違法經營，但從國外經驗研判，其有條件合法化的可能性並不算低。國外諸多汽車製造商已相繼宣佈投入叫車服務，如 BMW、FORD、GM 等都已砸下重金。若叫車共享平台合法化時，即可能出現汽車總銷售量減少、租車業務遭到衝擊、營業車市場重創等現象，及早研究因應對策顯然必要。

產品類別營收占比





4.7 歷年財務績效

2015 年全球經濟成長動能疲弱，主因在於中國及新興市場持續減速的不利影響，超越先進國家景氣溫和復甦的助益所致。國內受到全球貿易活動成長減緩以及中國紅色供應鏈的雙重影響下，投資、出口的表現不佳，2015 年度經濟成長率初步統計為 0.75%，較前一年度下降 3.17 個百分點。汽車市場雖受景氣不佳影響，但受惠於油價維持低檔及進口車市場大幅成長 13%，市場總掛牌數達到 420,779 台，較前一年度微幅下降 0.7%。

回顧 2015 年，雖有油電車貨物稅減半補助取消、競牌進口車積極降價搶市，以及年底汰舊換新貨物稅補助消息提前曝光，造成市場觀望等逆境；所幸，和泰汽車在母廠的支持下，推出多款重量級新車，如：TOYOTA Altis、RAV4 及 LEXUS ES、RX 等車款，並且快速調整販促、行銷策略、與經銷商積極推販等多方努力後，最終登錄 132,418 台，市場佔有率達到 31.5%，締造「連續 14 年蟬聯總市場第 1 名」的銷售佳績。

在集團其他事業的經營上，國瑞汽車身為台灣第一家年產 20 萬台以上的車廠，持續與日本母廠合作，提升專業造車技術，推動外銷發展。和潤企業提供新車、中古車之汽車分期服務；和運租車透過 iRent 積極佈點，全台短租服務據點（含 iRent）達 91 處，提供民眾便利、快速、貼心的租賃服務；和潤企業、和運租車再次蟬聯分期、長租、短租及汽車拍賣等全方位市場第一名。專營汽車用品的車美仕打入 TOYOTA 全球供應體系，商品回銷日本 TOYOTA 及配合國瑞整車輸出中東，營收續創成立以來的新高。其他轉投資事業的長源汽車、和泰興業等也成為公司獲利重要來源之一。此外，中國汽車市場逐漸飽和，進入銷量緩慢增長時代，各車廠競爭越發激烈，本公司持續透過中國營運總部 - 和通汽車，統籌中國各據點之銷售、服務等業務，和泰汽車認列大陸收益亦創 4 年以來新高。

年度	2015	2014	2013	2012	單位	備註
營業收入	101,971,202	103,873,219	94,384,785	89,269,583	仟元	
營業毛利	8,742,415	8,040,833	7,299,667	6,855,727	仟元	
營業利益	5,551,847	5,231,790	4,528,791	3,835,873	仟元	
營業外收入及支出	5,581,820	4,978,261	4,252,813	4,661,891	仟元	
稅前淨利	11,133,667	10,210,051	8,781,604	8,497,764	仟元	
個體所得稅費用（利益）	1,357,076	1,014,112	1,131,492	961,213	仟元	
資產總額	50,867,638	43,891,555	44,822,513	38,632,509	仟元	
資本額	5,461,792	5,461,792	5,461,792	5,461,792	仟元	
員工平均營業額	179,843	188,176	174,787	178,539	仟元	
年底總員工數	549	552	540	500	人	
每股市價（平均）	425.05	396.59	300.41	197.70	元	
營業費用	96,382,657	98,709,573	89,901,445	85,287,662	仟元	
每股盈餘	17.90	16.84	14.01	13.80	元	
薪資總額	1,542,395	1,453,325	1,318,032	1,237,152	仟元	
員工福利費用（扣除薪資費用及退休金）	135,391	132,689	119,809	102,461	仟元	
退休金總額	25,852	26,315	24,711	23,597	仟元	
負債比	22.61	19.36	26.27	22.11	百分比	負債占資產比率

註：因應金管會之規定，2015 年會計年度起採用 2013 年版的國際財務報導準則（IFRSs），故 2014 年（去年同期數）亦依 2013 年版 IFRSs 準則編制



共好服務

為了達成「最值得信賴的標竿汽車集團」之目標，我們始終秉持豐田模式 TOYOTA WAY 的「持續改善」與「人性尊重」兩大精神，做好顧客服務。

和泰汽車以創造超越顧客期待的感動服務為追求目標，時時站在顧客的角度思考，從售前到售後的維修服務，提供一體式、專業貼心、值得信賴的服務。我們針對不同顧客層級、需求與用途，提供完整且高品質的商品組合，以創新的行銷方式及銷售通路，來長期建立與顧客的信賴關係。

5.1 服務，總是為您預先設想

人本精神，是和泰汽車最重要的核心價值，從售前到售後的維修服務，我們讓服務不僅是工作，而是時時站在客戶的角度思考，創造超越滿意的感動。

全方位的服務體系

為達成「最值得信賴的標竿汽車集團」之社會肯定，和泰汽車將全球豐田體系經營價值觀「豐田模式 TOYOTA WAY」，實踐於售後服務之業務推動。TOYOTA WAY 的兩大精神支柱為「持續改善」與「人性尊重」，即時挑戰比現狀更好的目標，提出智慧及方法並加以實踐，每一行動都致力於人類的進步，同時善待從業人員、傾聽顧客聲音及對社區、社會貢獻心力。



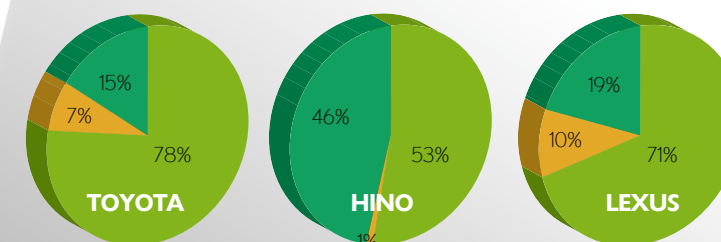
5.2 傾聽顧客的聲音

和泰汽車以「總是為您設想」的服務理念，要求全國所有經銷商，以專業貼心、確保消費者權益為前提，推動各項服務政策及行動。

本公司相當重視顧客意見的反映與後續處理，為提供顧客便利及一致性服務機制，我們特別設置「顧客服務中心」，統一接收及處理相關諮詢及申訴需求，並透過電訪、郵訪方式蒐集顧客聲音。

為了更有效追蹤及控管顧客意見之處理情況，和泰汽車率同業之先，於 2005 年導入顧客服務專業資訊系統，並透過系統與經銷商總公司、地方據點三方連結，確保三方同步掌握即時且正確的資訊，提供迅速便捷之顧客服務，來保障顧客權益。

2015 年 VOC 來源統計



執行單位：TOYOTA及LEXUS顧客服務中心

*VOC：Voice of Customer，顧客的聲音

電話 網路 電訪、郵訪問券

回饋管道

顧客為品牌最重要的資產，為長久維繫顧客關係，我們不僅傾聽顧客的聲音，也非常重視顧客的寶貴意見，並透過 0800 24 小時免付費電話、官網、電話訪問、問卷、App 等多元管道，來關懷顧客滿意度及意見回饋。

顧客服務中心 0800 24hr 免付費服務電話
TOYOTA：0800-221-345 LEXUS：0800-036-036

官網 www.TOYOTA.com.tw / www.LEXUS.com.tw



TOYOTA
All-in-One 行車生活服務 App
「驅動城市」
LEXUS
All-in-One 行車生活服務 App
「LEXUS Plus」

和泰汽車從未停滯於眼前的事業，而是以「跳脫框架、凌駕夢想」為目標，持續創新並超越自我。因此，於 2013 年開發行動應用 App：「驅動城市」及「LEXUS Plus」。此為台灣車壇首創車主 App 服務，強調「行車生活 All-in-One」概念，提供行車全方位服務（如即時路況、停車場、加油站、高鐵 / 台鐵 / 航班時刻等資訊），用戶不限 TOYOTA / LEXUS 車主，iOS/Android 用戶皆可免費下載使用，期望帶給全台用路人更便利之行車資訊服務。

對於 TOYOTA 與 LEXUS 車主，更提供車主獨享「愛車秘書」功能，協助車主掌握愛車保修資訊，並搭配保養檢修、保險到期自動推播提醒，以及線上預約回廠服務、不定期享有電子優惠券，全面提倡無紙化作業，落實企業環保責任。

顧客滿意度調查之
電話訪問

TOYOTA

1. 每月隨機抽樣調查名單
2. SSI* 對象：對象：交車滿 14 日車主（每月抽樣 752 件）
3. CSI* 對象：結帳出廠滿 7 日車主（每月抽樣 1,220 件）

LEXUS

1. 每月抽樣
2. SSI* 對象：交車滿 7 日車主（每月抽樣 100 件）
3. CSI* 對象：結帳出廠滿 7 日車主（每月抽樣 300 件）

顧客滿意度調查之
郵訪問卷

TOYOTA

1. 一年兩次，每次不定期隨機抽樣前 5-6 個月調查名單
2. SSI* 對象：新車交車車主（每次抽樣 12,000 件）
3. CSI* 對象：結帳出廠車主（每次抽樣 17,000 件）

LEXUS

1. 每月不定期抽樣
2. SSI* 對象：新車交車車主（交車滿 6 個月內）（每月抽樣 1,000 件）
3. CSI* 對象：結帳出廠滿 6 個月內車主（每月抽樣 1,500 件）

*註 SSI：Sales Satisfaction Index
CSI：Customer Service Index



和泰領先同業 -TOYOTA 和 LEXUS 領先車界推出 All-in-One 行車生活服務 App「驅動城市」和「LEXUS Plus」

驅動城市 App 於 2015 年累計 163 萬下載量，用戶平均滿意度達 4.3 分，整體評價為非常滿意。LEXUS Plus App 於 Google Play 評價 4.6 星（滿分 5 星），逾 92% 以上的使用者給予 4 星以上評價。

持續訓練 提升客服品質

身為台灣汽車界的標竿企業，和泰從「心」出發，站在員工及顧客的立場思考，不斷提供創新服務以持續深耕員工滿意（ES）及顧客滿意（CS）。透過「Only for YOU」的專業服務及熱誠，系統地進行管理及改善，展現我們的 CS DNA 「技術、態度、解決、溝通、承諾」，落實客戶第一的服務。和泰與全體經銷商投入，有制度地訓練全體員工及一線服務人員，無論主管或職員都需參與訓練課程，以將顧客第一的精神深植員工心中。對顧客重視的態度及執行現場改善，每年持續減少販賣 / 服務的抱怨件數及提昇顧客掌握率。此外，藉由專案的活動及獎勵，確實達到員工及顧客皆滿意的雙贏局面。2016 年將以建構傳遞幸福的共好團隊為使命，將客服品質更進一步提昇。



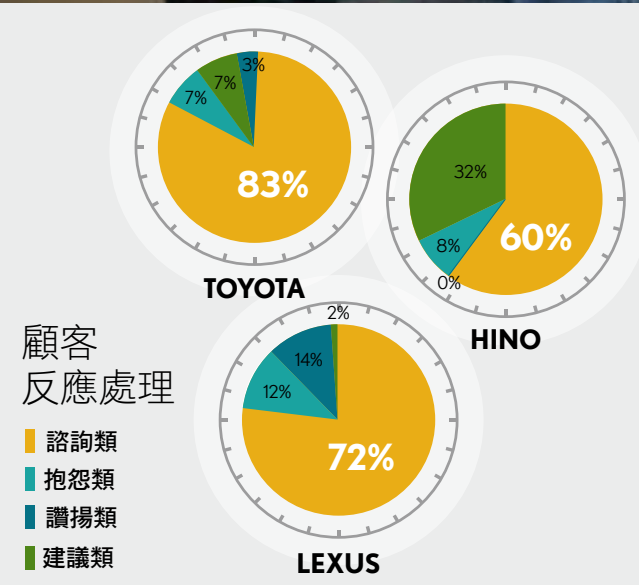


客服中心平時及假日甚至夜間，均為專業人員接聽顧客聲音。和泰的客服人員更需回應顧客多樣的需求，而壓力的適時紓解對身心健康特別重要。為此，我們提供了獨立休息空間的紓壓室供客服人員使用。

顧客反應處理

為了尊重每一位顧客的聲音，本公司設置「標準化客服流程」，以制度化妥適處理及回應顧客意見，並針對反應內容，交由相關權責單位進行研究及討論，再據此規劃及推動相關改進措施。顧客反應狀況可分為諮詢、抱怨、讚揚、建議等四大類別。

正視顧客反應是本公司經營品牌的重要課題，每一筆諮詢、讚揚及建議都會被立即處理，並有系統的歸類保存，以利定期分析檢討；而每一筆抱怨於客服中心受理後，都會指派專人進行後續處理進度的掌握，以確保顧客的聲音能被妥善處理與對應。



5.3 顧客關係維護

當買方市場成熟時，消費者選擇性自然越來越多，對服務的期待也會越來越高，和泰汽車早就深刻認知，現今汽車產業已不再是單純的行銷、廣告、接待、維修等傳統服務，而是「服務創新」的新產業。和泰汽車從展示、銷售、售後服務以至於行車生活，處處展現以客為尊的實際行動，同時為了強化顧客關係，更舉辦各式各樣的顧客關係活動。隨著行動服務與社群網站的蓬勃發展，本公司則憑藉數位新媒體來洞察顧客需求、瞭解顧客意見，做出更即時的互動，並從互動中與顧客建立信任關係。

顧客關係維護機制

01
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。

02
業務代表
拜訪



針對 LEXUS 車主進行主動邀請及聯繫，針對近 5 年購車之車主，每年送生日禮。

03
顧客
關係活動



和泰與經銷商不定期舉辦諸如美食、財經講座、音樂會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。

04
季刊雜誌



於每期 LEXUS 雜誌後附問卷，定期調查車主（約 10 萬多位）對章節的喜好程度，以提供更符合車主興趣之議題內容。

主動召回

汽車是相當先進而且複雜的產品，由一萬多種以上的零組件共構而成，儘管供應商都經過嚴謹的評比與遴選，所供應之零組件則須通過不斷的測試及抽驗，而標準化的組裝過程更是層層檢驗。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。

2015 年，本公司所銷售的全車系，除 LEXUS NX200t 煞車作動器點檢安全性召回改正活動外，並無因衝擊健康與安全而召回之產品或終止之服務、也沒有導致罰款的違規事件及金額、導致警告之違規事件、違反自願性準則的事件等情形。而 TOYOTA 將於 2016 年 3 月針對部分車種之車主寄發掛號信函通知客戶回廠免費檢修，進行乘客側安全氣囊、駕駛側電動窗主控制開關主動召修。對於召回，我們始終秉持誠實、負責、主動與儘快改正的積極態度，讓所有顧客都能安心享受駕馭的舒適及快意。

5.4 顧客滿意度調查

一直以來和泰汽車都以「顧客第一」作為公司的經營理念，顧客滿意更是售前與售後營運最優先的考慮要項，從新車販賣到售後服務，每一個看似微不足道的細節都是我們努力的關鍵。公司內部除了不定期實施品質與 SOP 稽核外，也委託外部市調公司進行顧客滿意度調查，並作為改善參考之依據。

和泰汽車除了專注提供第一流品質的車輛外，更不斷思考如何傳遞超越消費者期待的感動服務，因此『人員服務的品質』即為影響整體表現的關鍵因素。由於長期以來扎實的服務品質與表現，獲得多項社會的肯定及獎項。

本公司為提高顧客滿意度與最快速的改善，委外電訪調查的 SSI 每月抽查樣本數為 TOYOTA 752 件及 LEXUS 100 件，CSI 更高達 TOYOTA 1,220 件及 LEXSU 300 件，並每天將所蒐集之顧客意見提供給客服中心處理，也請經銷商及一線展開對應及改善。為達到更高的顧客滿意度，我們實施全員的「Only for YOU 文化塑造」教育，並且訂定績效指標改善方式及獎勵辦法，以達 CS No.1 的目標。

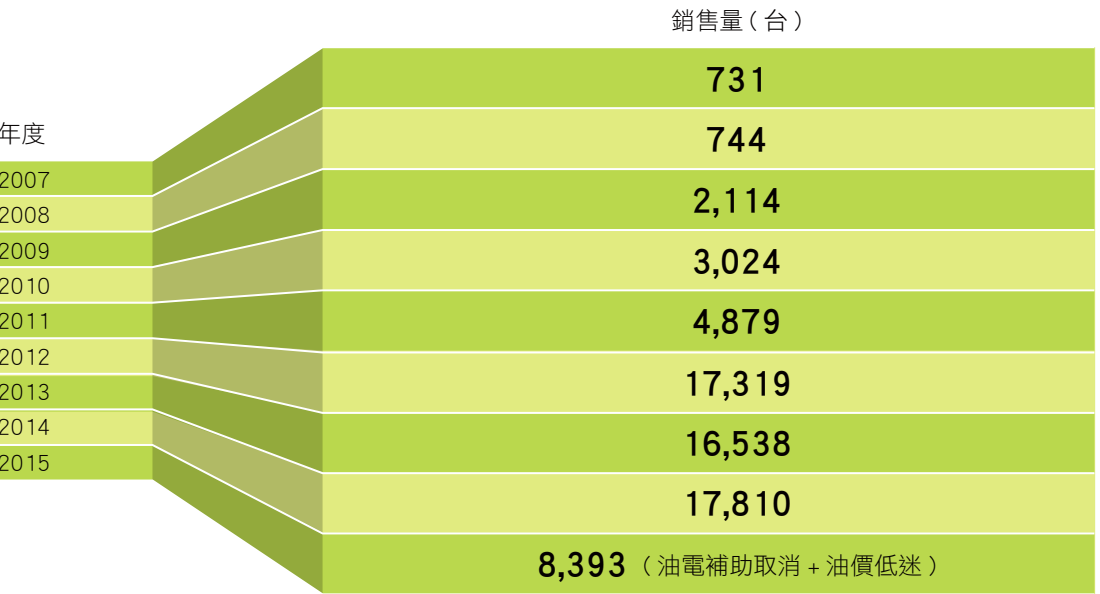
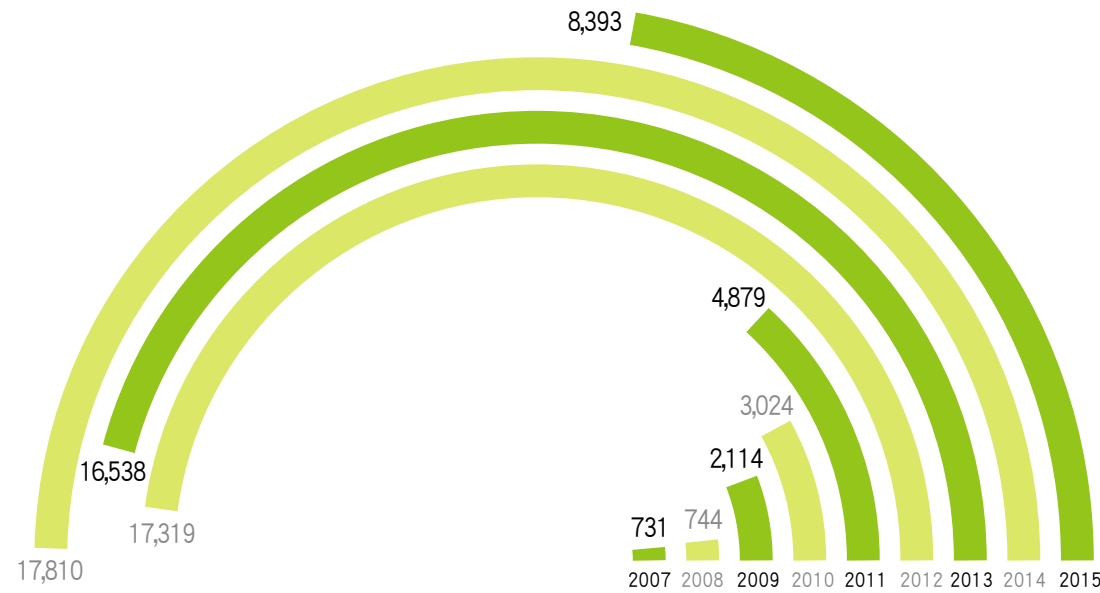
調查方式		2011	2012	2013	2014	2015
TOYOTA	SSI電訪(成績)	97.8	95.9	97.2	97.2	97.7
	SSI電訪(滿意率)	84.6%	75.5%	83.3%	82.0%	85.8%
	CSI電訪(成績)	96.4	95.9	96.8	97.4	97.2
	CSI電訪(滿意率)	77.8%	75.3%	77.1%	81.3%	81.1%
LEXUS	電訪-SSI(落實度)	98.5%	98.6%	98.1%	99.4%	99.4%
	電訪-CSI(落實度)	97.4%	97.2%	98.0%	98.4%	98.5%
	郵訪-SSI(滿意度)	986	983	979	977	983
	郵訪-CSI(滿意度)	965	961	978	971	980
商用車	CSI-電訪				95.3	94.9
	SSI-電訪				-	92

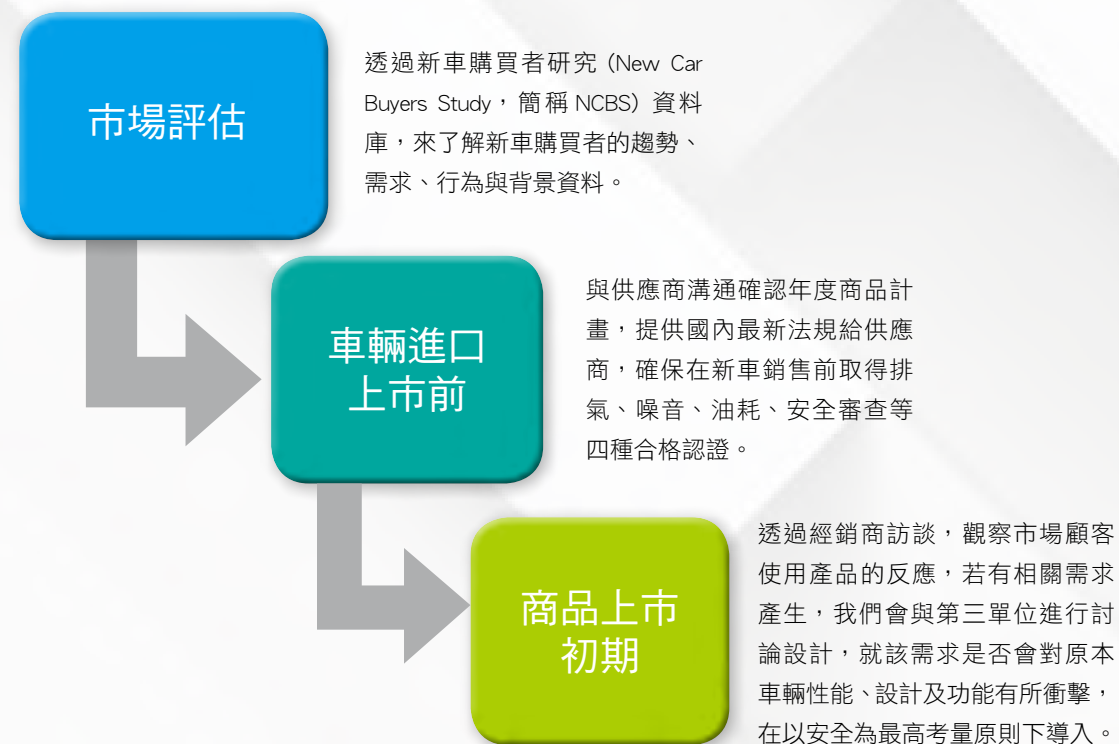
- 調查方式說明
- 一、TOYOTA
- (1) SSI 電訪成績：整體 TOYOTA 營業所之滿意度之分數平均。
 - (2) SSI 電訪滿意度：整體 TOYOTA 營業所調查樣本中，達 A+(95 分) 以上的高滿意比例。
 - (3) CSI 電訪成績：整體 TOYOTA 服務廠之滿意度分數平均。
 - (4) CSI 電訪滿意度：整體 TOYOTA 服務廠調查樣本中，達 A+(95 分) 以上的高滿意比例。
- 二、LEXUS
- (1) 電訪：整體 LEXUS 營業所 / 服務廠之落實度分數平均
 - (2) 郵訪：整體 LEXUS 營業所 / 服務廠之滿意度分數平均
- 三、商用車：SSI、CSI 只有電訪沒有郵訪。

5.5 導入適切產品

和泰汽車重視顧客需求，於導入商品及相關零件前，會先透過新車購買者研究 (New Car Buyers Study，簡稱 NCBS) 資料庫，來了解新車購買者的趨勢、需求、行為與背景資料，並傾聽消費市場的發展趨勢。例如 2000 年公司行號配合法令政策開始週休二日，我們觀察到消費市場對休旅車的需求將轉為殷切，於是適時推出合乎市場需求的休旅車款。

和泰汽車 2007~2014 年 Hybrid 銷售量
Hybrid 銷售量 (台)





產品導入評估流程

油電複合動力車

油電複合動力 (Hybrid Synergy Drive, 簡稱 HSD)，指的是兩種不同動力來源結合在一起，並採最適當之能源分配以進行最具效率的車輛驅動。TOYOTA 所研發的 HSD，能將浪費的動能轉換成動力，達到 150% 的資源運用並可減少 50% 的燃料需求，降低 80% 的環境污染。

日本豐田汽車的堤工廠以綠色生產為概念，廠區採太陽能發電，污水也經強化處理；第三代 PRIUS 行駛中產生的 CO₂ 排放僅 89g/km(原廠測試數值)。車內塑料材質皆採用植物纖維提煉出來的環保塑料，不僅製造過程中產生的 CO₂ 較傳統石化塑料減少 20%，回收性更高達 95%，大幅減少車輛報廢時產生的污染。

第四代 PRIUS 於 2016 年 2 月全新上市，透過重新設計進氣口與 EGR 廢棄循環系統等工程，提升熱效率至 40%，在 PCU 動力控制模組及鋰氫電池多項油電系統導入輕量化工程，提升平均油耗表現至 26.7km/l，較前代進步 10%，使第四代 PRIUS 成為台灣插電式車款外，油耗最佳節能車款。



5.6 提升產品安全性能

和泰汽車對產品安全性的提升從來不遺餘力，舉凡主被動式防護系統、安全駕駛輔助系統、煞車 / 懸吊系統、高剛性車體設計等，都在「總是為您設想」的理念下，逐年增添顧客行車安全之更高保障。2015 年發表的「日野低地板巴士」新車，為確保更平穩、更安全的駕乘行能，配備了三段式油壓減速器、四輪碟煞與 ABS 煞車系統等安全平穩設計，而日野貨車座艙則採高剛性強化設計，搭配車門防撞鋼樑及潰縮式方向盤。

以豪華車著稱的 LEXUS，其肅靜性與安全始終備受肯定。截至 2015 年，已針對 GS、GS F、ES、RX 及 LX 等改款車系導入 Lexus Safety System + 主動式安全防護系統，另於 RX450h、GS450h/300h 及 RC300h 等油電複合動力車 (Hybrid) 裝載了專屬的車輛接近警示系統。本公司更計劃針對未來大 / 小改款或新導入之車型，將 Lexus Safety System + 主動式安全防護系統列為標準配備，而大 / 小改款或新導入之 Hybrid 車型，則追加車輛接近警示系統，以提升道路行駕的人車安全。

為降低意外發生的可能性、提高行車安全，和泰汽車導入高科技安全配備，例如 TSS(Toyota Safety Sense) 主動式安全防護系統、TNGA(Toyota New Global Architecture) 全新世代模組化底盤等。同時為回應市場消費者期待，和泰汽車致力擴大搭載安全配備車型的比例，針對暢銷冠軍 COROLLA ALTIS 推出 Safety+ 版，主力量販等級升級搭載 VSC 車輛穩定控制系統、TRC 循跡防滑控制系統、Smart Entry 車門啟閉系統、Push Start 引擎啟閉系統等九項科技 / 安全配備。另於 2015 年小改款的 RAV4 全面強化安全性，將 VSC 車輛穩定控制系統、TRC 循跡防滑控制系統、駕駛座膝部 SRS 氣囊、HAC 上坡起步輔助系統等列為全等級標準配備，並配備 7 顆 SRS 氣囊於主力量販等級，全面提升車輛安全性，用心守護人車安全。



5.7 管控車種導入風險

1. 全面投保待售新車保險

為確保新車下線到顧客手中傳遞過程的安全，降低風險並提高品牌形象，已率同業之先投保新車保險，包括竊盜險、第三人責任險、零件險及颱風險，投入費用平均每年達 12,000 仟元以上。

2. 保證新車品質

(1) 成立提升車輛交車品質活動委員會

為確保車輛交車品質，和泰汽車成立「提升車輛交車品質活動委員會」，每季進行經銷商實務作業品質(運送、整備作業及交車管理)的實地查核，並進一步分析新車交車品質，以確保顧客權益。

(2) 建立標準化作業流程 (SOP)

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

5.8 永遠走在市場前端的多元產品線

和泰汽車掌握世界脈動，面對消費者的需求從未停下思考的腳步。本公司代理銷售及服務全球知名汽車品牌 TOYOTA、LEXUS、HINO、與豐田產業機械車輛，商品線從一般大眾乘用車至高級乘用車，還有 HINO 大型貨卡、巴士與產業機械車輛。和泰汽車自 2002 年起，市佔率連續多年均蟬聯台灣車市之 No.1，獲利亦為台灣汽車業之冠。



為了給台灣下一代更純淨、美好的未來，TOYOTA 推出一系列節能車款，全方位滿足車主使用需求，並以最新環保動力科技，與您創造無限美好的綠能世代。

汽油車款

轎車 CAMRY、ALTIS、VIOS、86



ALTIS



CAMRY



VIOS



86

掀背車 YARIS



YARIS

休旅車 RAV4、PRADO



RAV4



PRADO

轎旅車 WISH、PREVIA、ALPHARD



WISH



PREVIA



ALPHARD

客貨車 INNOVA



INNOVA

環保綠能車款

轎車 CAMRY HV



CAMRY HV

掀背車 PRIUS、PRIUS C



PRIUS



PRIUS C

休旅車 RAV4 HV



RAV4 HV



PRIUS α

柴油車款

中型巴士 Coaster



Coaster 中型巴士



完美的造車工藝，隨心所欲的駕馭樂趣，動靜皆美的前衛外型，寬敞舒適的豪華內裝，正如同 LEXUS「專注完美、近乎苛求」的品牌精神，全心投入絕不妥協。獨步全球的 Hybrid 油電複合動力科技，更以前瞻視野，引領世界向前，成為環保科技的領先者；而先進的雙渦流增壓引擎，則以世界首創汽缸頭整合排氣歧管之雙渦流增壓技術，創造出更優異的性能表現。

汽油車款

轎車

LS460L、LS460、GS F、
GS350、GS200t、ES200、
IS200t、RC F、RC350、
RC200t



休旅車

LX570、RX350、
RX200t、NX200t



環保綠能車款

轎車

LS600hL、LS600h、
GS450h、GS300h、
ES300h、IS300h、
CT200h、RC300h



休旅車

RX450h、NX300h





以「跳脫框架、凌駕夢想」為經營理念，以「專業真誠服務、超越顧客期待」作為經營價值，時時刻刻秉持「一路相挺，總是為您」的品牌精神，與顧客搏感情，並期許成為大型商用車業界最值得信賴的「標竿企業」。

柴油車款

3.49T
小型貨車



中小型
貨車



中型貨車



大型貨車



Hybrid
貨車



大型巴士



中型巴士



5.9 綿密的服務網絡

和泰汽車始終秉持「顧客第一主義」為核心，持續推動「Only for YOU 啟動關鍵」的顧客服務活動，以員工滿意為起始，且讓顧客感受 TOYOTA、LEXUS 及 HINO 品牌的用心，與各經銷商全力合作，於全台灣提供綿密的服務網絡。

TOYOTA	TOYOTA	經銷據點 109 個，維修據點 121 個
LEXUS	LEXUS	經銷據點 25 個，維修據點 25 個
HINO	HINO	經銷據點 17 個，維修據點 17 個
TOYOTA	TOYOTA	經銷據點 8 個，維修據點 8 個

 **TOYOTA** 經銷據點109個，維修據點121個

 **LEXUS** 經銷據點25個，維修據點26個

桃苗汽車

營業所 17 處
中壢所 / 新竹所 / 桃園所
頭份所 / 竹北所 / 竹東所
南中壢所 / 苑裡所 / 八德所
苗栗所 / 楊梅所 / 龍潭所
龜山所 / 南新竹所 / 南崁所
大岡所 / 桃鶯所

服務廠 19 處
新竹廠 / 桃園廠 / 中壢廠
頭份廠 / 竹北廠 / 竹東廠
苑裡廠 / 八德廠 / 南苗栗廠
楊梅廠 / 龍潭廠 / 平鎮廠
龜山廠 / 南新竹廠 / 南崁廠
大岡廠 / 桃鶯廠 / 桃大廠
大園廠

國都汽車

營業所 17 處
濱江所 / 新莊所 / 陽明所
中和所 / 三重所 / 天母所
土城所 / 林口所 / 樹林所
鶯歌所 / 蘆洲所 / 北永和所
淡水所 / 南松江所 / 北板橋所
丹鳳所 / 板橋所

服務廠 16 處
濱江廠 / 新莊廠 / 陽明廠
中和廠 / 三重廠 / 天母廠
土城廠 / 林口廠 / 樹林廠
鶯歌廠 / 蘆洲廠 / 北永和廠
淡水廠 / 北板橋廠 / 丹鳳廠
板橋廠

北都汽車

營業所 10 處
南港所 / 雙園所 / 新店所
大安所 / 內湖所 / 八堵所
文山所 / 汐止所 / 安坑所
敦化所

服務廠 16 處
南港廠 / 萬大廠 / 新店廠
松山廠 / 大安廠 / 內湖廠
八堵廠 / 文山廠 / 汐止廠
安坑廠 / 中正廠 / 深坑廠
大武崙廠 / 撫遠廠 / 東湖廠
信義廠

蘭揚汽車

服務廠 2 處
羅東廠
宜蘭廠

服務廠 2 處
羅東廠
宜蘭廠

東部汽車

營業所 2 處
花蓮所
台東所

服務廠 3 處
花蓮廠
台東廠
玉里廠

高都汽車

營業所 18 處
北高雄所 / 岡山所 / 屏東所
旗山所 / 潮州所 / 小港所
九如所 / 鳳山所 / 湖內所
北屏東所 / 青年所 / 楠梓所
瑞豐所 / 右昌所 / 東港所
鳳林所 / 恆春所 / 三多所
澎湖所(特約) / 金門所(特約)

服務廠 20 處
北高雄廠 / 岡山廠 / 屏東廠
旗山廠 / 潮州廠 / 小港廠
九如廠 / 鳳山廠 / 湖內廠
北屏東廠 / 青年廠 / 楠梓廠
瑞豐廠 / 右昌廠 / 麟洛廠
東港廠 / 里港廠 / 鳳林廠
恆春廠 / 三多廠

國都汽車

營業所 4 處
松江所
中和所
新莊所
陽明所

服務廠 4 處
濱江廠
新莊廠
中和廠
陽明廠

桃苗汽車

營業所 4 處
桃園所
中壢所
新竹所
苗栗所

服務廠 4 處
桃園廠
中壢廠
新竹廠
苗栗廠

中部汽車

營業所 4 處
北台中所
台中所
南台中所
彰化所

服務廠 4 處
北台中廠
台中廠
南台中廠
彰化廠

南都汽車

營業所 3 處
台南所
嘉義所
斗六所
(2015年10月)

服務廠 3 處
台南廠
嘉義廠
斗六廠
(2015年10月)

北都汽車

營業所 5 處
敦南所
南港所
仁愛所
內湖所
新店所

服務廠 4 處
南港廠
新店廠
內湖廠
光復廠

蘭揚汽車

營業所 1 處
羅東所

服務廠 1 處
羅東廠

東部汽車

營業所 2 處
花蓮所
台東所

服務廠 2 處
花蓮廠
台東廠

高都汽車

營業所 2 處
民族所
建國所

服務廠 4 處
九如廠
屏東廠
民族廠
建國廠



經銷據點 17 個，服務據點 17 個



銷售據點 8 個，服務據點 8 個





共好夥伴

和泰汽車締造新車銷售第一名的長期紀錄，又能成為獲獎無數之汽車業標竿企業，全體員工兢兢業業的卓越表現外，合作超過一甲子的日本豐田汽車、精工打造 TOYOTA、HINO 國產化的國瑞汽車、緊密團結且共識堅強的經銷商團隊、提供高品質也高配合度的供應商，全是和泰汽車最感念、最驕傲的共好夥伴。

6.1 和泰汽車價值鏈

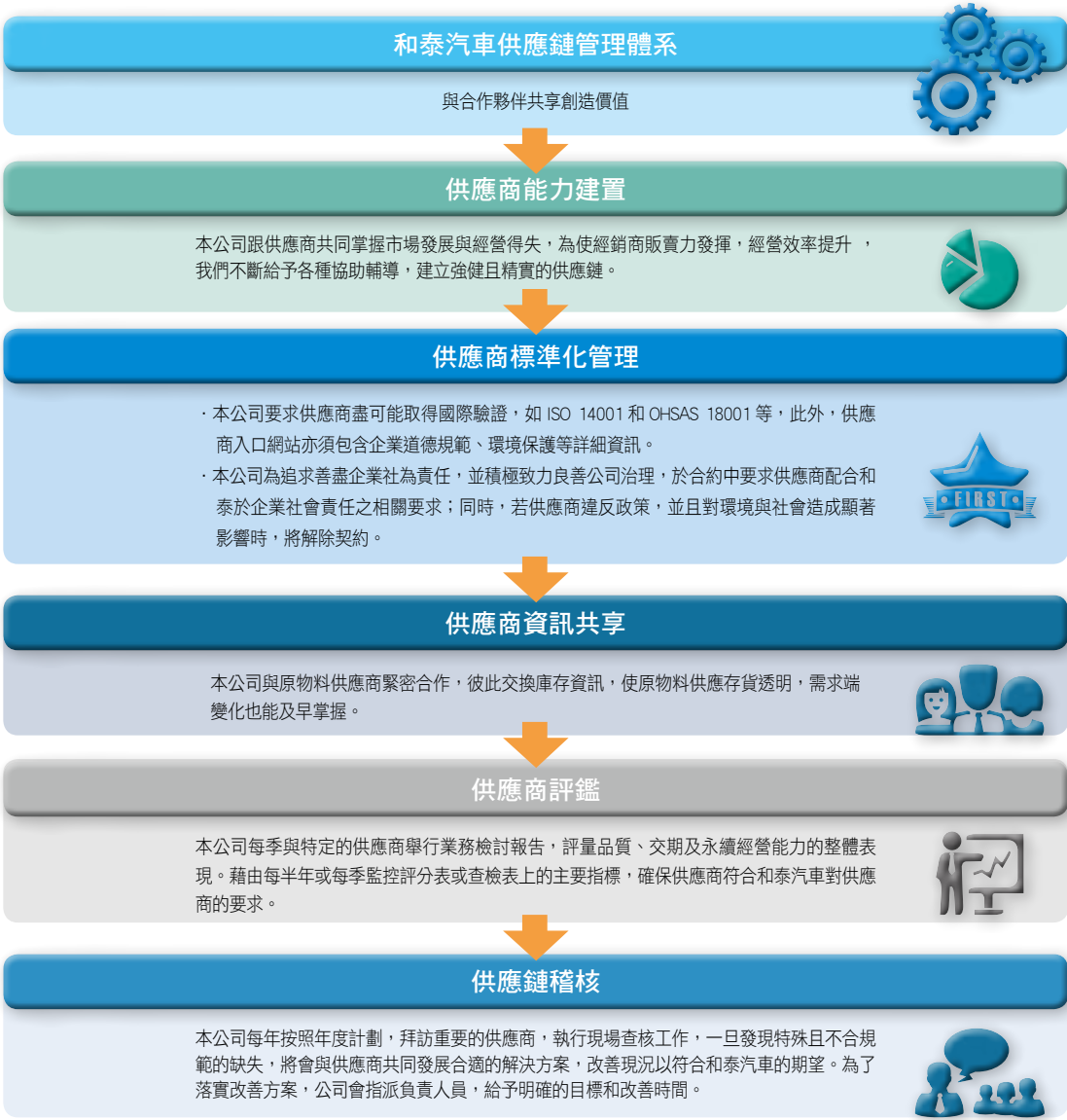
近年來，和泰汽車經營方式由「商品販賣」導向轉變為「顧客服務」導向，由商品代理經銷商定位轉變為產生加值服務定位，不僅快速滿足顧客需求，並提供顧客終身服務。積極拓展企業價值鏈，包括中古車事業、汽車租賃、分期及汽車用品等等，使整個汽車集團架構漸趨成熟，進而成為帶動全國經濟鏈不可忽視的動力源頭之一。



6.2 和泰汽車供應商管理體系

和泰汽車的經銷體系與營運據點遍佈全台，讓我們的價值鏈不斷拓展及延伸，也加深了影響力與責任。因此，和泰汽車不斷致力於創造良好共享的夥伴關係，與供應商及經銷商共存共榮，共同建構價值鏈的永續發展能力。

和泰汽車從與合作夥伴共享創造價值為出發點，透過供應商能力建置、標準化管理、資訊共享、供應商評鑑以及供應商稽核，建構供應鏈管理體系，透過完整的供應鏈管理，將供應商視為最密切的夥伴，同時秉持「顧客第一主義」為核心，持續推動「Only for YOU 啟動關鍵」，全面強化經銷商體質，進而提升顧客滿意度。



6.3 和泰汽車全台物流網絡

和泰汽車的全台零件物流網絡，以豐田生產管理系統（TOYOTA Production System, TPS）的精神與做法，從事補給零件之供應鏈管理，扮演集團供應鏈樞紐的角色，提供專業物流服務予台灣 TOYOTA 集團。



負責供應全國 172 個維修據點的和泰汽車零件部，擔當起零件採購、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。本公司不僅嚴格要求零配件及用品的品質，也非常重視影響顧客用車權益的零件供應率，而 2015 年零件供應率達到 97.9%，超過設定的績效指標。

本公司定期採購 TOYOTA、LEXUS、HINO 等零組件、用品及耗材，主要供應商為日本豐田汽車 (TMC)、國瑞汽車、TOYOTA 亞太公司 (TMAP)、台灣橫濱、台灣美孚與車美仕等國產件供應商，再依經銷商與其據點的需求，於最快的時間內完成配送。目前本公司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，可充份滿足顧客所需。

高效率、高供應率的供應鏈

	採購總單數	銷貨總金額	零件供應率	配送點總數
2011	12,146	7,690,027	98.1	165
2012	14,197	7,952,951	97.8	165
2013	16,807	8,848,731	98.1	170
2014	17,542	9,429,414	97.9	171
2015	19,777	10,068,152	97.9	172

6.4 經銷商

夥伴如己 共好同命

經銷商是和泰汽車擁有市場高佔有率、顧客高度評價的最親密夥伴，今日旗下三大品牌 TOYOTA、LEXUS、HINO 的輝煌表現，來自於經銷商團隊與本公司的緊密配合，並於共同的價值觀、信念及願景下經營品牌價值、為客戶提供最好也最貼切的服務、培養訓練源源不斷的人才，並且真心誠意照顧工作夥伴，這就是和泰汽車共好理念的務實展現。

6.4.1 乘用車經銷商

1986 年初，和泰汽車所規劃 TOYOTA 小型車銷售體制，無疑是品牌鍍金的主要成功關鍵，我們開創了大經銷商制的先河，將全台分成 8 區，由 8 家經銷商獨立在地經營。和泰汽車藉由 8 大經銷商的地方人脈、自有據點與專業經營，於十多年間建立超過 100 處經銷據點，並迅速贏得市佔率第一的長期榮耀。為協助經銷商持續保有最佳服務品質，本公司定期針對經銷商實施年度及人員計劃評價，並進行日常管理作業與販賣滿意度調查、委託神秘訪客定期至各營業據點實際體驗、確認服務標準作業流程 (SOP) 之執行狀況。我們以務實行動關懷經銷商的例行運作，也適時提供必要的輔導與支援，希望於品牌永續下讓經銷商更為壯大。

乘用車經銷商教育訓練

經銷商人員除須接受認證及通過檢核外，教育訓練課程包括產品教育、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。售後服務之教育訓練分為「技術」與「管理」兩大類，本公司則成立服務教育室，針對經銷商的車輛維修技術與服務接待等面向進行教育訓練，並培育經銷商內部講師，以持續提升技術及服務能力。

教育訓練成果				
分類	上課梯次	參與人次	總人數	參與率
技術類	90	1083	-	-
管理類	52	705	-	-

註：1. 本公司要求 8 大經銷商，每年定期實施「個人資料保護法」之相關教育訓練，對象為所有員工。
2. 2015 年經銷商教育訓練投入金額為 6,371,940 元。

乘用車感動服務活動

全省 LEXUS 據點導入專屬香氛精油，並根據作息時間播放優雅音樂，讓顧客進入 LEXUS 營業所的瞬間，擁有賓至如歸的感受。



此外，LEXUS 提供新車主個人化的感動交車服務，讓顧客驚喜之餘體驗 LEXUS 的貼心。我們公開表揚優異的服務人員作為標竿，每年和泰汽車與經銷商投入 LEXUS 感動服務總費用合計超過 4,000 萬元。



6.4.2 商用車經銷商

和泰汽車設有專責部門與商用車經銷夥伴進行溝通與協調，並訂定市場營運方針及政策，導入具有市場競爭力之商品，而經銷商則負責通路經營、顧客對應及市場情報回饋等業務。目前全國 17 個商用車經銷據點均為販賣服務一體的全功能據點，可提供顧客一體式解決方案 (Total Solution)，並有巡迴服務車隊到府服務，充份體貼顧客的方便性。

安全宣傳～商用車感動服務活動

1. 安全宣導：2011 年起，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使用 HINO 商用車，藉以提升車輛行駛安全。
2. 試乘車導入：針對顧客廣泛使用的 3.49T 車，提供試乘車讓顧客可以在購車前，實際駕馭及感受本牌的優質商品。
3. HINO CARES 中文版雜誌發行：為讓本品牌顧客對 HINO 的商品知識及各項品牌活動有更深入的認識，特發行中文版 HINO CARES 季刊，並於業務代表與客戶的日常訪問時，親自送交客戶手中。

商用車售後服務教育訓練

商用車為營業用交通工具，售後服務必須講究及時修護、盡快交車等兩大原則，因此本公司針對技術人員依不同層級，規劃出四階教育訓練課程，為確保教育訓練的品質與成效，除了課後考試外還安排課前考試，再從比對中尋求更佳方式，2015 年共對 690 人次實施教育訓練。本公司還有一套檢定制，技術員若要往上升級進階，則須先通過檢定考試，才能進階到下一課程，而較高級的職階除筆試外還有技術檢定。

支援全國技能競賽

為選拔國內優秀的汽車修護人才，和泰汽車與經銷商每年都投入全國技能競賽，提供人力及支援器材，並協助培訓國際技能競賽選手且獲得優異成績。2015 年本公司於全國技能競賽分區賽提供 9 台車輛及支援 4 名人力，全國賽則提供 4 台車輛及支援 1 名人力，另有 2 名協助國家培訓國際競賽選手。

7 共好員工

7.1 權益與福利

7.1.1 聘雇與留才

和泰建置完整的人力資源資訊系統，以高效率、高品質管理人事資料，清楚掌握組織中人員發展狀況；更透過加值化的分析，協助管理者進行人才策略發展規劃。於 2015 年的員工總數為 549 人，全體男性與女性員工之平均比例約為 1.8：1。正職人數為 531 人，占全體員工 96.7%；有 18 人為約聘，占 3.3%。女性員工的比率歷年來呈現增加的趨勢，顯示和泰汽車在女性就業機會上已有所進展。在年齡組成的分布上，以 30-50 歲占有最高比率，但近三年該年齡層之比率有明顯下降的趨勢。其主要原因是由於新聘多位青年員工，以及同仁逐漸轉為資深員工造成。依職級區分，有 18.9% 為事務室長職以上之主管；以資位區分，有 23.9% 為課長以上之管理階層。在原住民與身心障礙人士的聘用上，2015 年完全符合法規之最低人數要求。

員工組成統計

		2013		2014		2015	
		員工 人數	占全體員 工比率 (%)	員工 人數	占全體員 工比率 (%)	員工 人數	占全體員 工比率 (%)
依性別	男	339	71.2	347	65.5	350	63.8
	女	173	28.8	183	34.5	199	36.2
依合約	正職	494	96.5	512	96.6	531	96.7
	約聘	18	3.5	18	3.4	18	3.30
依國籍	本國	508	99.2	527	99.4	546	99.5
	外國註 1	4	0.8	3	0.6	3	0.5
依地區	總公司	328	64.1	358	67.5	372	67.7
	新莊	102	19.9	92	17.4	97	17.7
	楊梅	82	16.0	80	15.1	80	14.6
依年紀	30 歲以下	61	12.8	60	11.3	84	15.3
	30-50 歲	367	77.1	382	72.1	349	63.6
	50 歲以上	84	10.1	88	16.6	116	21.1
依職級	事務室長職以上	95	18.6	92	17.4	104	18.9
	事務主管職	64	12.5	67	12.6	62	11.3
	事務一般職	353	68.9	371	70.0	383	69.8
依資位	課長以上	129	25.2	131	24.7	131	23.9
	副課長（含副技監）	33	6.4	33	6.20	36	6.6
	高級專員（含組長）	219	42.8	243	45.8	251	45.7
	專員（含班長辦事員）	116	22.7	105	19.8	111	20.2
	練習生（含司機守衛）	15	2.9	18	3.50	20	3.6

註 1：美國與日本。

我們長期以來透過公開管道，不斷招募相關領域的專業人才；強化系統化的徵才流程，提高招聘的作業效率。不但秉持「適才適所」與「人盡其才」的理念，應徵者更需經過筆試、個案分析面試與單位主管面談等過程，才能正式成為和泰家族的一員。同時藉由提供員工生涯發展機會、工作生活平衡，及提升主管能力來促進員工持續留任。因此公司致力於營造容易發揮個人及團隊潛力的工作環境，使員工間建立互信、互愛、互助之團結精神以謀公司之業務發展。使得在和泰汽車服務的職員，每一位皆能在工作崗位上發揮出自己最大的潛能。從 2014 年開始，招募之女性員工人數已開始高於男性。且集中於 30 歲以下之族群，創造青壯年就業之機會。

招募員工統計

		2013		2014		2015	
		招募人數	占全體員工比率(%)	招募人數	占全體員工比率(%)	招募人數	占全體員工比率(%)
依性別	男	14	2.7	14	2.6	19	3.5
	女	8	1.6	15	2.8	28	5.1
依合約	正職	20	3.9	28	5.3	42	7.7
	約聘	2	0.4	1	0.2	5	0.9
依國籍	本國	22	4.3	29	4.2	47	8.6
	外國	0	0.0	0	0.0	0	0.0
依地區	總公司	18	5.4	27	7.5	41	11.0
	新莊	3	2.9	2	2.2	4	4.1
	楊梅	1	1.2	0	0.0	2	2.5
依年紀	30 歲以下	18	29.5	17	28.3	42	50.0
	30-50 歲	4	1.0	12	3.1	5	1.4
	50 歲以上	0	0.0	0	0.0	0	0.0
依職級	事務一般職	20	3.9	28	5.3	42	7.7
	約聘	2	0.4	1	0.2	5	0.9
依資位	副課長以上	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	高級專員	14	6.5	24	10.4	29	11.7
	專員	6	5.5	4	3.9	13	12.9
	練習生	2	12.5	1	5.6	5	26.3

高階管理階層聘用當地居民統計

		2013		2014		2015	
		聘用人數	比率(%)	聘用人數	比率(%)	聘用人數	比率(%)
依性別	男	36	92.3	36	92.3	35	92.1
	女	0	0.0	0	0.0	0	0.0
依地區	總公司	31	93.9	31	91.2	30	90.9
	新莊	4	80.0	4	100	4	100
	楊梅	1	100	1	100	1	100

註：高階管理階層為經理級以上。

新進員工的女性離職率高於男性，年齡層多集中於 30-50 歲間。一般員工近三年的正職人員平均離職率為 4.0%，以 30-50 歲的年齡層居多。為刺激組織活化與培育全方位人才，公司實施內部輪調制度。只要任現單位滿三年以上，考績優秀之人員，都有機會成為輪調的候選人；另外在新業務需求出現或重要職缺出缺時，也會進行人員輪調的評估。若遇工作上有輪調需求時，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。

新進員工離職統計

		2013		2014		2015	
		離職人數	占新進員工比率(%)	離職人數	占新進員工比率(%)	離職人數	占新進員工比率(%)
依性別	男	1	5.6	0	0.0	0	0.0
	女	0	0.0	4	14.8	3	7.2
依合約	正職	0	0.0	1	3.7	2	4.8
	約聘	1	5.6	3	11.1	1	2.4
依國籍	本國	1	5.6	4	14.8	3	7.2
	外國	0	0.0	0	0.0	0	0.0
依地區	總公司	1	5.6	4	14.8	3	7.2
	新莊	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	楊梅	0	0.0	0	0.0	0	0.0
依年紀	30 歲以下	1	5.6	4	23.5	2	4.76
	30-50 歲	0	0.0	0	0.0	1	20.0
	50 歲以上	0	0.0	0	0.0	0	0.0
依職級	事務一般職	0	0.0	1	3.7	2	4.8
	約聘	1	5.6	3	11.1	1	2.4
依資位	副課長以上	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	高級專員	0	0.0	1	4.2	1	3.5
	專員	0	0.0	0	0.0	1	7.7
	練習生	1	50.0	1	100	1	20.0

註：新進員工為當年聘進，且當年離職者。

一般員工離職統計

		2013		2014		2015	
		離職人數	占一般員工比率(%)	離職人數	占一般員工比率(%)	離職人數	占一般員工比率(%)
依合約	正職	16	3.2	20	3.9	26	4.9
	約聘	2	11.1	6	33.3	9	50
依國籍	本國	18	3.5	24	4.6	34	6.2
	外國	0	0.0	2	66.7	1	33.3
依地區	總公司	14	4.3	23	6.4	30	8.1
	新莊	4	3.9	1	1.1	3	3.1
	楊梅	0	0.0	2	2.5	2	2.5
依年紀	30 歲以下	3	4.9	8	13.3	12	14.3
	30-50 歲	10	2.7	9	2.4	18	5.2
	50 歲以上	5	6.0	9	10.2	5	4.3
依職級	事務室長職以上	4	4.2	5	5.4	4	3.9
	事務主管職	1	1.6	2	3.0	1	1.6
	事務一般職	13	3.7	19	5.1	30	7.8
依資位	課長以上	5	3.9	8	6.1	5	3.8
	副課長	0	0.0	0	0.0	2	5.6
	高級專員	8	3.7	11	4.5	17	6.8
	專員	3	2.6	2	1.9	4	3.6
依年資	練習生	2	13.3	5	27.8	7	3.5
	15 年以上	8	4.1	10	3.8	6	2.2
	8-15 年	1	1.0	2	2.0	1	1.1
	4-8 年	7	18.9	6	12.2	11	19.3
	4 年以下	2	1.9	8	6.9	17	13.5

註：以上統計包含屆齡退休人員。

7.1.2 權益維護

和泰汽車在 2009 年制定，並於 2013 年修訂「和泰汽車員工行為準則」，建立一致道德標準來加強員工自律精神，提升公司內控及治理能力，強化重視公益與環保的公司文化。攜手跟員工一起投入社會貢獻行動，致力於創造更好的社會價值。我們建立多元化的勞資溝通管道：意見信箱、直屬主管、人資主管。每兩年定期於第三季進行員工滿意度調查，調查方式為線上問卷及紙本問卷並行。員工滿意度調查對象為公司全體同仁，扣除年資未滿半年人員及借調人員。2015 年共發放問卷 449 份，回收 326 份，回收率 73%。以滿分 5 分計，整體滿意度總平均由 2011 年的 3.70 到 2013 年的 3.79，2015 年持續成長至 3.86。所有調查結果進階分析後，以瞭解同仁對工作環境之滿意度與真實需求，作為公司政策改善之基礎。近年在提升滿意度的主要作法上，針對升遷制度有下修門檻值與條件限制。績效管理則改進比例制，使評鑑制度更加完善。教育訓練上新增加員工語言課程補助；員工的發展制度則增加輪調調查，以提高同仁輪調意願。

員工滿意度調查結果（以滿分5分計）

問卷調查構面	2011	2013	2015
工作內容	3.84	3.85	3.92
薪資福利	3.88	3.91	3.91
考核制度	3.42	3.51	3.52
升遷制度	3.35	3.65	3.58
訓練發展	3.48	3.66	3.79
同事合作	3.86	3.90	4.03
直屬主管	3.85	3.82	4.10
公司整體	3.95	4.00	4.02
總平均	3.70	3.79	3.86

因此和泰員工透過溝通及對話，與公司建立與分享「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，使員工的意見可以充分的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，勞資雙方均能和諧互動，共同為公司的永續經營做出貢獻。並且在員工行為準則的完整落實下，和泰近五年並無發生任何歧視與騷擾事件。公司更杜絕童工之聘用，也不以任何方式強迫或強制員工勞動。

7.1.3 薪酬與福利制度

和泰員工之薪酬待遇，皆依員工待遇支給辦法辦理；唯協理級以上人員需由公司薪資報酬委員會審核與建議，並經董事會通過。公司亦委託外部獨立顧問進行員工薪酬之建議報告，而員工本身也可透過勞資會議反應，或經由員工意見信箱進行建議。升遷制度依資位分為 16 級，各職級則依其市場價值及公司薪資政策，設定薪資中間值和上下限，使員工薪資結構兼顧合理化與彈性化，亦有效激勵員工積極提升職能、創造更佳績效。目前男性員工的平均薪資與報酬大都高於女性，主要是因為男性員工年資較久之故。和泰於 2009 年，依勞基法規定發給退休金，以結清員工舊制退休金。同年起，依勞退新制規定每位員工提繳工資 6% 入個人退休金專戶，員工參與率為 100%。

男女薪資與報酬比

職級		薪資比（男：女）			報酬比（男：女）		
		2013	2104	2015	2013	2104	2015
	事務室長職以上	-	-	-	-	-	-
	事務室長職	1.03：1.00	1.00：1.00	1.03：1.00	1.07：1.00	1.13：1.00	1.13：1.00
	事務主管職	1.08：1.00	1.10：1.00	1.15：1.00	1.13：1.00	1.17：1.00	1.15：1.00
	事務一般職	1.03：1.00	1.03：1.00	1.06：1.00	1.06：1.00	1.05：1.00	1.03：1.00

註：事務室長職以上目前沒有女性。

福利會乃為照顧員工生活與增進福利而成立，其服務項目包含結婚 / 生育 / 喪葬 / 急難慰助、獎助學金、年節福利品、慶生禮品、旅遊補助、急難貸款、住院慰問、住院補助與退會慰勞。並訂有和泰汽車互助辦法，以照顧會員生活。公司每年提供員工健康檢查費，並邀請醫師至公司說明體檢之結果與預防疾病之方法。另為因應本公司與國外廠家往來日趨頻繁，特定管理部人才發展室為教育訓練主管單位，來全面統籌規劃該員工語言能力發展計畫。制訂員工外語進修補助辦法，持續加強員工教育訓練以提升員工語文能力，提高工作效率、促進業務溝通與推動。

員工福利支出金額（新台幣元）

福利項目	2013	2014	2015
退休金	24,710,981	26,314,686	25,851,209
團體、平安、意外保險	1,592,310	1,230,128	1,782,009
健康檢查費	3,156,923	3,997,812	3,931,452
教育與社外講習	5,979,188	7,317,116	9,276,968
獎助學金	12,568,500	13,912,500	14,495,500
節慶、旅遊與專案活動	31,990,954	33,832,099	41,688,929
祝賀、慶生與慰問	4,802,677	4,911,470	4,611,320
生活與福利品	14,189,000	12,495,000	12,918,000
公務車使用	13,015,806	12,438,650	13,812,187
合計	112,006,339	116,449,461	128,367,574

和泰汽車重視紀律與守法，除訂定人事管理規則來規範員工的職場態度與行為外，基於對性別平權的尊重，我們亦成立了性別平權委員會「和泰汽車性騷擾防治員工申訴中心」。並遵照性別工作平等法原則訂定組織章程，在內部網站建立專門網頁，內容涵蓋防治措施、委員會相關資訊、案例說明與管理辦法修訂等，說明並推廣性別平權概念。員工申請育嬰留職停薪，亦依性別工作平等法及育嬰留停辦法辦理。為讓同仁能夠更安心無虞的工作，特別與數家托育兒中心簽訂優惠合約，同仁之孩童報名後，可享註冊費、用品或接送時間之特殊優待。

2015育嬰留停統計

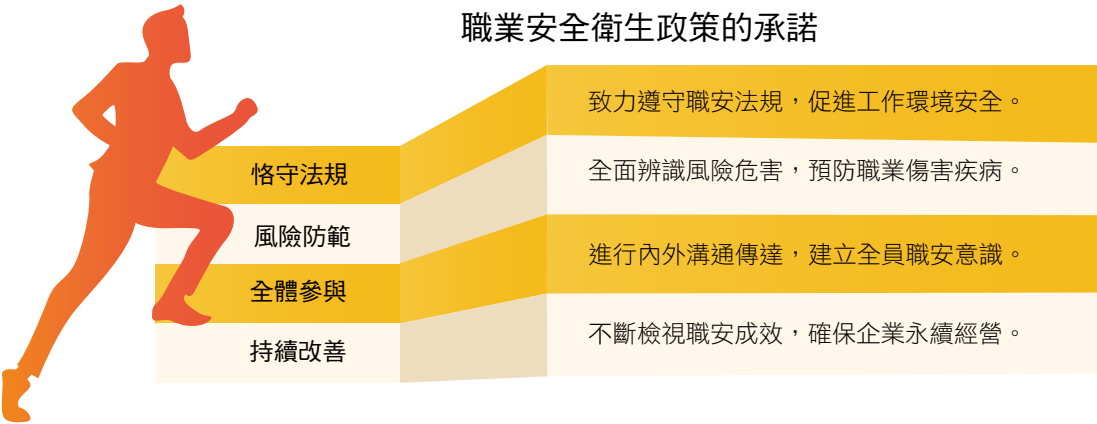
	男性	女性	合計
● 當年度符合育嬰留停申請資格人數	25	20	45
● 當年度實際申請育嬰留停人數	0	6	6
● 育嬰留停預計於當年度復職人數	0	0	0
● 當年度育嬰留停復職人數	0	0	0
● 前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	0	0
● 育嬰留停申請率（%）	0.0%	30.0%	13.3%
● 育嬰留停復職率（%）	0.0%	0.0%	0.0%
● 育嬰留停留職率（%）	0.0%	0.0%	0.0%

註：育嬰留停復職率與留職為 0 的原因，乃由於員工仍處於育嬰假申請期間內。

7.2 工作健康與安全

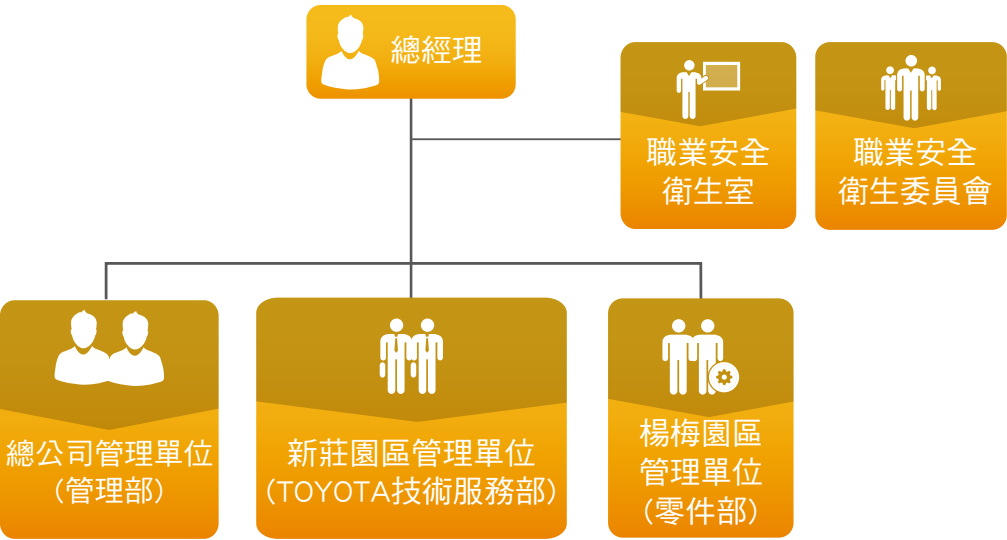
7.2.1 推動安全管理

安全不僅是工作的基本條件，亦是目標，全體員工應努力創造安全、健康、舒適的工作環境。和泰汽車的職業安全衛生政策乃秉持著「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。



自 2015 年起，公司內部推動「計步到雲端」健康促進活動，希望藉由達成每日萬步之目標，提升同仁運動習慣並改善健康狀況。在總經理率領主管們以身作則的參與之下，2015 年活動結束後統計，共有 65% 的參賽者達成健走目標，提升個人運動習慣與健康狀況。許多參賽者在活動結束後反應，健走除了能有效維持身材之外，整體精神也比以往更好，也積極表示願意持續參加。

公司職業安全衛生委員會由總經理擔任主任委員，各園區主管偕同勞工代表擔任委員，以公司整體觀點來規劃並進行職業安全衛生相關事務。職業安全衛生委員會共 9 位委員，其中資方代表人數為 3 人（總經理，副總經理與協理各 1 人），勞方代表人數為 6 人（經理 3 人，室長、專案主管與高級專員各 1 人）。委員會每季召開會議一次，針對擬定之安全衛生政策提出建議，審議、協調及建議安全衛生相關事項。並規劃、督導與推動安全衛生管理事項，指導相關部門實施。



職業安全衛生委員會組織架構

和泰汽車職業安全衛生業務推展規劃



7.2.2 落實防災與演練

為建構安全可靠的作業環境，我們秉持「安全第一」的工作原則，以「零意外」為目標，設立了「安全事務局」執行相關安全防護行動。在嚴格落實及有效管理下，近三年來員工並無重大的安全意外事項發生。此外，我們每年定期實施工作場所消毒、消防演練，以及急救演練。目前和泰汽車全台服務廠每年定期舉辦兩次緊急應變演練，演練內容包含油槽洩漏防災演練、消防演練、化學品傾倒演練、工安演練，並參酌物質安全資料表作緊急處理等。新莊綜合園區每年四月進行消防設備檢修及申報，2015 年達到「零缺失」成果。在建物公安部份，我們每年委請顧問公司進行檢查及申報，每年舉行兩次消防演習，2015 年約有 46 人參加。此外，我們亦積極投入汙染防治設備之導入，各項設備皆備有定期檢測及維護保養記錄，並指派專人負責。危害物質都有張貼為害物質警語標示，另備有物質安全資料表詳述緊急應變的對應作法。

設定安全基準	安全防護措施
推動相關安全活動	實施風險評鑑、倉庫各區訂定人員防護裝備標準、訂定倉庫各種設備使用標準。
	• 各層級安全巡察、安全月活動、發行安全雜誌、實施安全相關教育、設立安全看板及安全提案箱。
	• 規範行車方向及停止線，減少作業堆高機之衝突。
	• 分隔人員與機具作業區，提高作業人員作業時安全。
	• 規範人員行動線及停止線，提高人員倉庫行走時之安全性。
	• 藉由庫位改善降低高處墜落風險。

7.2.3 職災防範

公司於 2015 年邀請勞工健康服務醫師，親自至工作環境巡視並進行現場評估，確認各種作業類型之安全性。公司更極力宣導與教育員工應預防工作中發生意外與災害，一旦發生職業災害便立即停止作業、進行救助、確保安全。職業衛生管理單位應於一定時間內，向上呈報公司所屬之勞動檢查單位。事故單位主管亦應於規定期間內，填寫「職業災害事故通報表」，並依據事故調查結果提出調查報告，以防止未來再次發生。所有園區職業安全衛生管理單位，皆依照法令統計前月份職災事件與虛驚事件次數。如有發生相關情事，則依照「和泰汽車職業災害調查及處理程序」進行後續處理及追蹤。每月由各園區職業安全衛生管理單位進行統計，並填報各園區所屬地區之職災月報，由職業安全衛生室彙整。

為確保道路行車與配送新車安全，公司針對司機管理及運輸安全改善皆有相關管理措施。於新車托運公司的作業內容中，均有相關的管理辦法，涵蓋行車前檢查、配車、交車作業流程以及事故發生之處理。而司機管理部分則包含聘僱規定、服裝儀容、健康管理、事故賠償等；在運輸安全改善部分，針對拖車全面實施固縛作業，確保每月交通「零」事故，人員「零」傷亡。

員工職災統計				
項目	依性別	2013	2014	2015
缺勤率	男	311.9	234.2	105.6
	女	257.4	83.7	198.1
工傷率	男	0.195	0	0
	女	0.195	0.190	0
損失日數率	男	0.098	0	0
	女	0.098	0.094	0
職業病率	男	0	0	0
	女	0	0	0
死亡人數	男	0	0	0
	女	0	0	0



承攬商與外包商職災統計				
項目	依性別	2013	2014	2015
缺勤率	男	0	0	0
	女	0	0	0
工傷率	男	0	0	0
	女	0	0	0
損失日數率	男	0	0	0
	女	0	0	0
職業病率	男	0	0	0
	女	0	0	0
死亡人數	男	0	0	0
	女	0	0	0



缺勤率（AR）= 總缺勤時數（事病假）× 200,000/ 總經歷工時

工傷率（IR）= 職業傷害（件）× 200,000/ 總經歷工時

損失日數率（LDR）= 總損失工作日（天）× 200,000/ 總經歷工時

7.3 人才培育與評核

7.3.1 一般與職能教育訓練

持續學習，是和泰汽車協助員工發展的基石。我們重視員工的職能與潛力發展，每年投入大量的教育訓練資源，透過員工技能及素質的提升，強化企業的整體競爭力。依據和泰汽車公司教育訓練辦法，以有計劃性、長期性、連貫性的方式培養各級優秀人才，達成公司永續發展之最高目標。教育訓練計劃由管理部全面統籌辦理，從擬訂計劃、派定師資、編訂教材、甄選受訓人員、籌劃教育場所、檢討訓練成果，到訓練經費預算編定與執行運用的過程，來建全完整的教育訓練體系。我們提供最紮實有系統的訓練予新進員工，協助新進同仁對工作內容、團體生活及未來發展方向有更完整的了解。新進人員需接受人格特質測驗，並建置於公司內的完整工作經歷，以利人才資料庫建立。所有新進員工在加入公司後，均接受職前訓練及部門到職引導，積極協助員工適應與融入。在報到後第一個月會在所屬單位進行業務了解，之後便會派至經銷商實習，兩個月後回到工作崗位進行在職訓練，進行包括公司簡介、系統操作、各部門業務說明，參觀國瑞製造廠及新車發表會等新人教育訓練。和泰總公司、新莊與楊梅，皆委由保全公司從事保全業務，全數皆於保全公司接受過人權相關訓練。



保全人員人權訓練時數與受訓統計

	2013 受訓率皆100%	2014 受訓率皆100%	2015 受訓率皆100%
總公司 ^{註1}	總時數：642 受訓人數：6 平均時數：96	總時數：672 受訓人數：7 平均時數：96	總時數：672 受訓人數：6 平均時數：96
新莊	總時數：48 受訓人數：6 平均時數：8	總時數：48 受訓人數：6 平均時數：8	總時數：48 受訓人數：6 平均時數：8
楊梅	總時數：544 受訓人數：6 平均時數：90.7	總時數：600 受訓人數：6 平均時數：100	總時數：656 受訓人數：6 平均時數：109.3

註1：保全人員數於2013年1至6月有6員，2013年7月以後有7員。

公司的在職教育訓練分為「和泰內部」及「集團」（和泰集團之關係企業與經銷商），全年度教育訓練又再分為針對「各職級員工」與「全體公司員工」規劃。針對各職級員工之教育訓練主要為提升其所對應之職能需求的強化課程。此類教育旨在強化各職級員工應具備之管理能力，同時也作為公司在人才培育時的重要參考指標。在全體員工之教育訓練上，主要為一般通識類課程、專業能力教育與實務講座等等。此類教育旨在提升公司全體員工對於公司、集團業務的全面了解；加強員工的職場素養、能力；傳遞公司重要精神、文化。此外，公司教育訓練的安排將依據當年度是否有新的方針、業務需求發展新的規劃。

此外，為更加強化員工教育訓練的推動與深化。公司針對每年的全年度教育訓練皆設有場次、受訓人次之KPI，針對主管級學員也皆設有每年受訓之時數目標。針對系列教育，於教育結業式後設有學員、講師回饋機制，作為公司未來人才儲備的參考指標。

教育訓練統計

課程類型	課程名稱	課程對象	開課時數（小時）			投入金額 （新台幣百萬元）		
			2013	2014	2015	2013	2014	2015
一般課程	專業能力教育	全體員工	6	17.5	4	5.21	7.54	9.36
	高階經驗傳承講座	全體員工	11	8	12			
	CS教育 & Only for YOU	全體員工	12	2	23.5			
	Toyota 實務發展計畫	全體員工或指定員工	0	70.5	125.5			
	新人教育	新進員工（每年兩次）	54	64.5	70.5			
職能提升	專案主管級以下職能教育	專案主管級以下	38.5	50	31			
	室長級職能教育	室長級	14	26	14			
	中高階主管量身訂做教育	副理級至本部協理級	16	14	8			
	高階主管職能教育	部長級以上至本部長級	14	6	65			
	Team Building	高階主管、室長級主管	0	26	14			
	Assessment Center	晉升副課長級、 職能評鑑	14	14	14			
關係企業	集團管理能力教育	集團中高階主管	0	28	33			
	Toyota 通識課程	集團全體同仁	88	52.5	49			
其他	法務教育	依主題	0	19	32.5			
	集團共好教育	公司全體同仁	0	30	45			
合計			267.5	428	541			

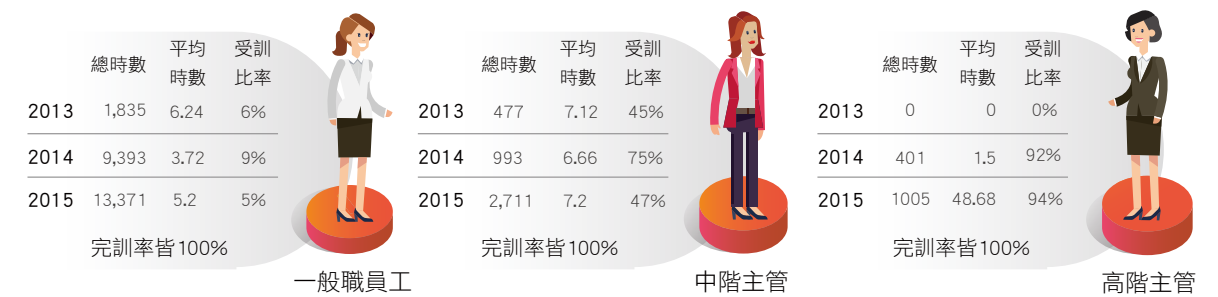
全體教育訓練場次與人次統計

	2013	2014	2015	2015 目標	是否達到目標	2016 目標
場次 / 人次	14 / 440	82 / 3100	140 / 4700	130 / 4000	是	150 / 4800

職能教育訓練場次與人次統計

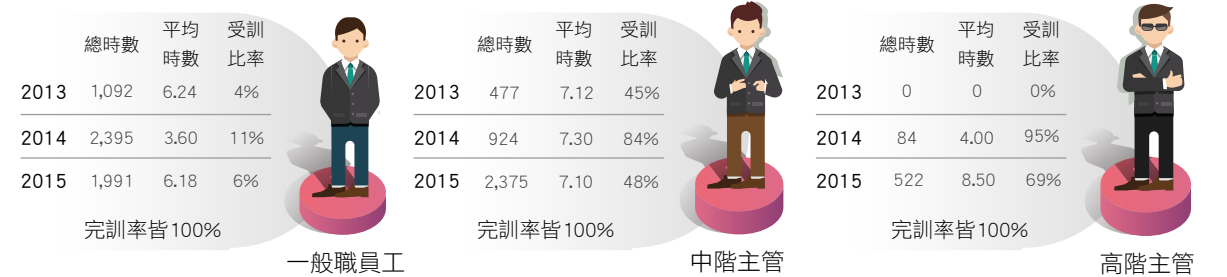
	2013	2014	2015	2015 目標	是否達到目標	2016 目標
場次 / 人次	13 / 242	20 / 813	32 / 952	30 / 950	是	35 / 980

全體教育訓練時數與受訓統計



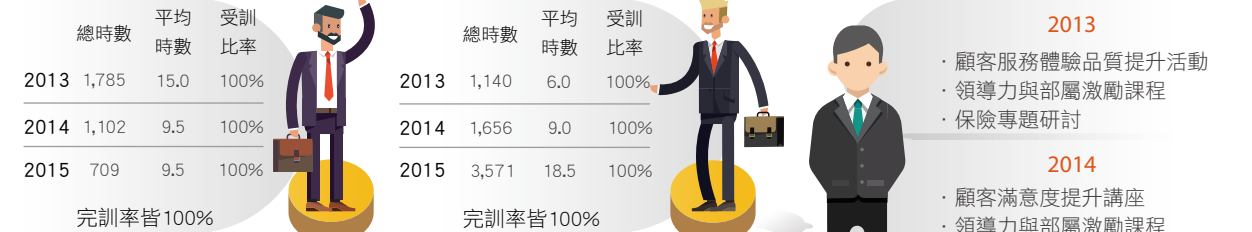
註：完訓率為學員全程參與完成課程之比率。

職能教育訓練時數與受訓統計



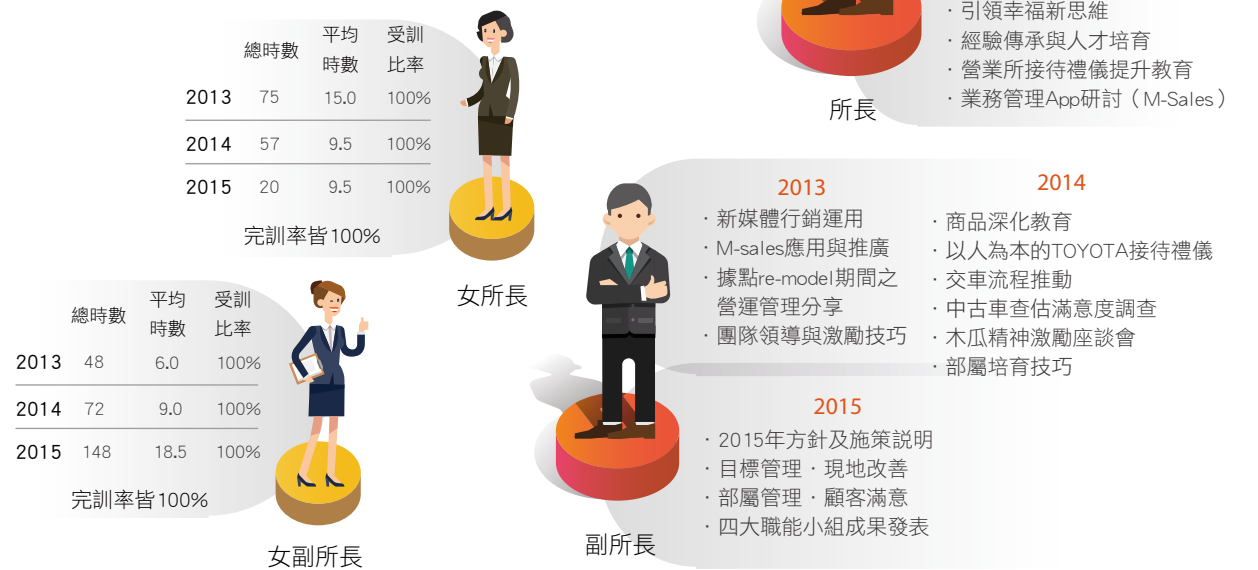
註：完訓率為學員全程參與完成課程之比率。

所長與副所長教育訓練



所長與副所長訓練課程內容

- 2013**
- 顧客服務體驗品質提升活動
 - 領導力與部屬激勵課程
 - 保險專題研討
- 2014**
- 顧客滿意度提升講座
 - 領導力與部屬激勵課程
- 2015**
- 引領幸福新思維
 - 經驗傳承與人才培育
 - 營業所接待禮儀提升教育
 - 業務管理App研討（M-Sales）



7.3.2 菁英培育計畫

每一位進入和泰汽車大家庭的夥伴，都是深具潛力的人才，重視人才培育是本公司最重要的致勝關鍵之一，為了培育人才，我們設計了四大菁英培育計畫。而為能更客觀挑選並培養組織所需之人才，所有主管職位皆訂定明確的職位資格與條件，此外，透過職能發展中心（Assessment Center）評鑑，員工與主管皆可熟悉員工本身符合晉升所需職能程度及未來改善方向，作為日後個人發展與教育訓練的參考依據，如此對於公司在發展與培育未來所需人才方面，有極大助益。

菁英培育四大計畫

- 為協助中高階主管人員提昇經營管理能力，我們開辦「高階主管 Team Building」及「室長級 Team Building」活動，希望藉由階段性與系統性的課程安排，培養宏觀領導氣質，並塑造不斷學習，持續成長的風氣。
- 為使員工薪資更加彈性化、結構合理化，我們設計新的薪資及升遷制度，依照資位分為22級，各資位則依其市場價值及公司的薪資政策，設定Mid-point和上下限，如此亦可有效激發員工創造更佳績效及生產力。
- 為使在發展及培育未來所需人才上有參考及評鑑的依據，我們透過職能發展中心（Assessment 職能程度，以及未來改善方向，做為日後個人發展與教育訓練的參考依據。
- 為使員工能在此基礎上學習發展，繼而成為公司未來倚重人才，我們建構了完整的教育訓練架構，包括：
 - 以提升員工職能為教育訓練主軸。
 - 著重在職教育(On Job Development, OJD)，與現地、現物式的教導。
 - 計畫性地進行教育訓練，以確認其發展方向符合公司需要。
 - 提供ICT（Intra Company Transferee）國際人才交流及外派至關係企業擔任主管職之機會。

各職級職能連結圖



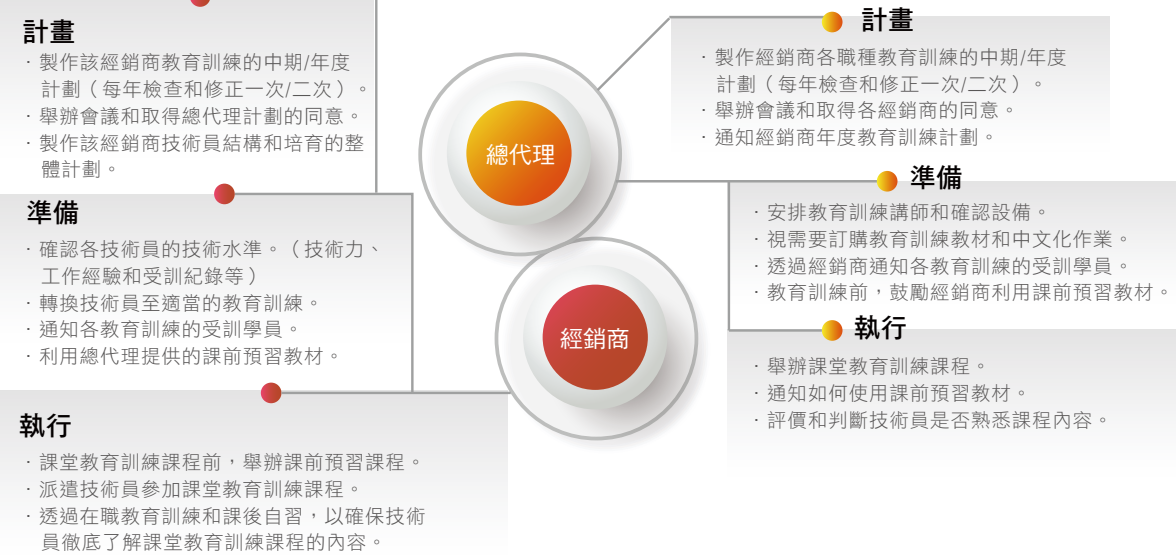
7.3.3 技術教育訓練

和泰汽車的人本精神，是最重要的核心價值，從售前的銷售到售後的維修服務，我們讓服務不僅是工作，而是時時站在客戶的角度思考，創造超越滿意的感動。我們深信唯有訓練有素的服務人員，在設備良好的服務廠工作，才能提供使豐田顧客滿意的高品質服務。而且服務人員使顧客滿意的所有經驗和知識回饋給豐田自動車株式會社（TMC），這對 TMC 在設計和製造高品質車輛方面是不可或缺的。因此，所有的服務人員不僅有責任提供一流的售後服務，而且也要協助 TMC 生產一流品質的車輛。因此日本 TOYOTA 已經針對服務人員開發了服務教育訓練計畫，以加強他們的技術能力和顧客關懷的技巧。TEAM 21（Toyota Education for Automotive Mastery in the 21st century）是一種服務教育訓練和檢定系統，針對 TOYOTA 技術服務教育訓練的一般整備技術員而設計。TEAM 21 可分為二個主要的教育訓練課程（多頻度服務教育訓練和檢診教育訓練）和另外一個的教育訓練課程（回訓課程），目標在建立一個高效率和高效果的教育訓練體制和高效能的服務運作。所有教育訓練教材包含有三個架構：課前預習、課堂教育訓練課程和課後自習。TEAM 21 共有四個檢定職種，只有檢診技術員有細分為三個科目，因此 TEAM21 總共有六種合格技術員。

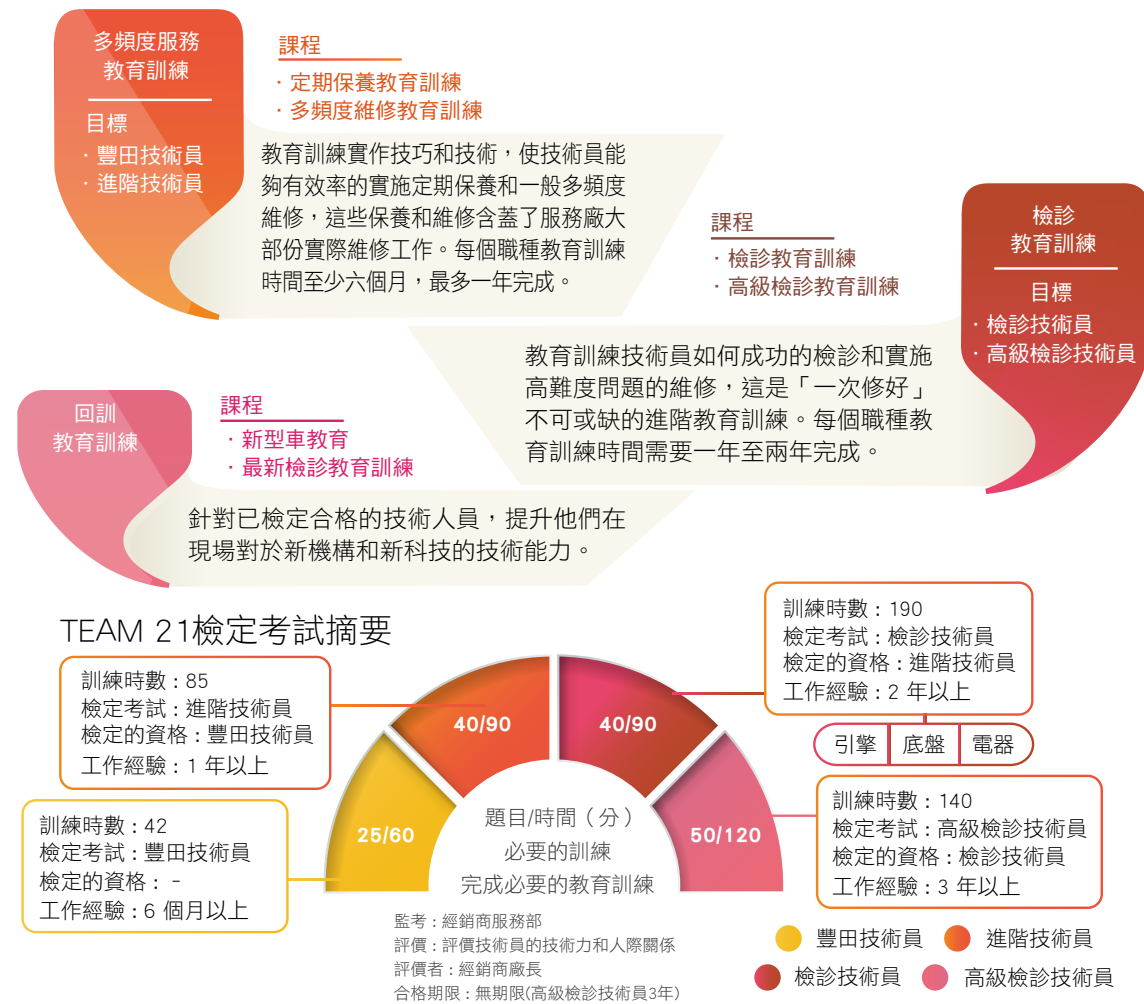
技術教育訓練的優點

- 對經銷商**
 - 提高服務廠生產力。
 - 提高技術員機動性（服務廠的氣氛更有活力）。
 - 精確且不斷的掌握技術員的技術能力。
- 對顧客**
 - 在任何地區的服務廠都可以獲得確實、迅速和可靠的維修服務。
 - 更少重修問題。
- 對和泰**
 - 有效率的技術教育訓練計劃。
 - 善加利用 TMC 的教育訓練教材和技術。
- 對技術員**
 - 經由淺顯易懂的教育訓練教材以有效的提升技術力。
 - 主管可以適當的評價技術員。
 - 獲得清楚的學習目標。

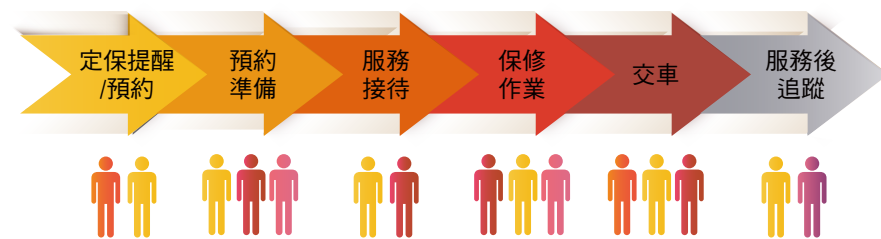
TEAM21 技術教育訓練程序



TEAM21教育訓練課程



此外，TOYOTA 服務教育訓練也包含服務專員的「服務專員教育體制」(Toyota Service Advisor Program, TSAP)，和板金和塗裝技術員的「板噴教育體制」(Toyota TEAM System for Body & Paint Technicians, B&P TEAM)。服務專員教育體制從 1991 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現。為了配合 TMC 全球一致的導入計畫，和泰在 2009 年 1 月正式導入 NEW TSA21 教育體制，希望藉由這個全新的教育體制來強化第一線服務人員的各項顧客對應技巧，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，並以創造「Life time customer 終身顧客」作為終極目標。NEW TSA21 教育體制將不僅止於對服務專員實施教育，而是將所有服務流程中與顧客有接觸的服務人員均納入其教育對象中，藉由教育訓練來轉授與顧客對應的相關專業知識，且輔以檢核機制確保訓後產出成果。配合 TMC 服務流程變更，依據工作職掌服務專員、出納專員、技術專員、零件專員、電訪員等五個職種の服務人員是會直接的或間接的與顧客接觸，故這些服務人員都將被考慮納入 NEW TSA21 教育中。



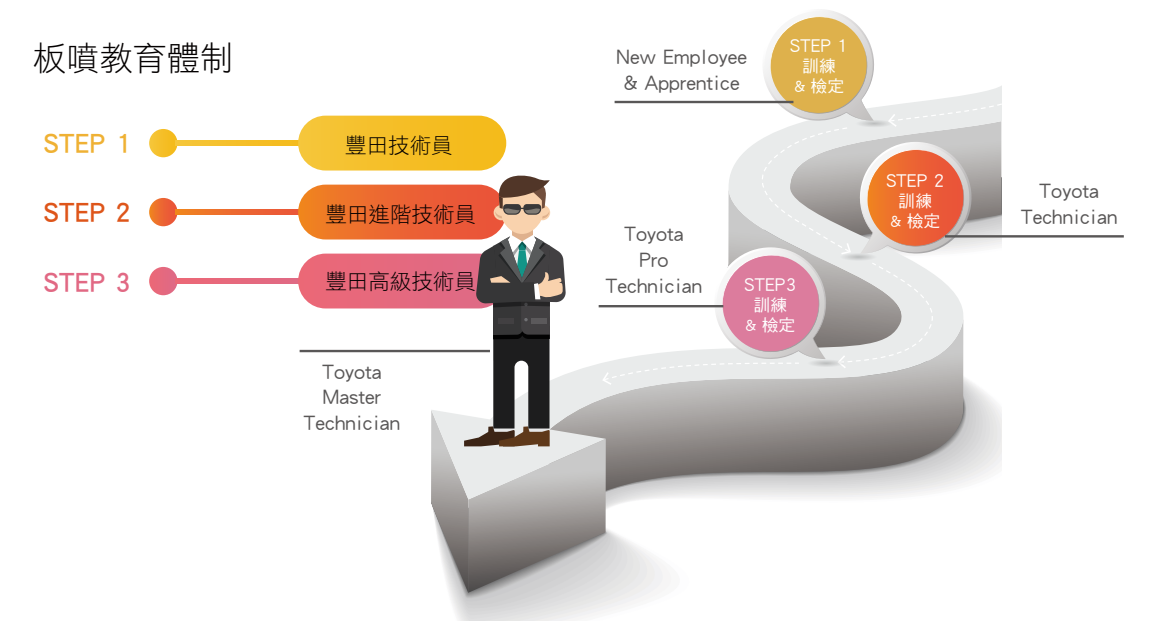
NEW TSA21 教育所涵蓋之服務人員

服務專員教育體制

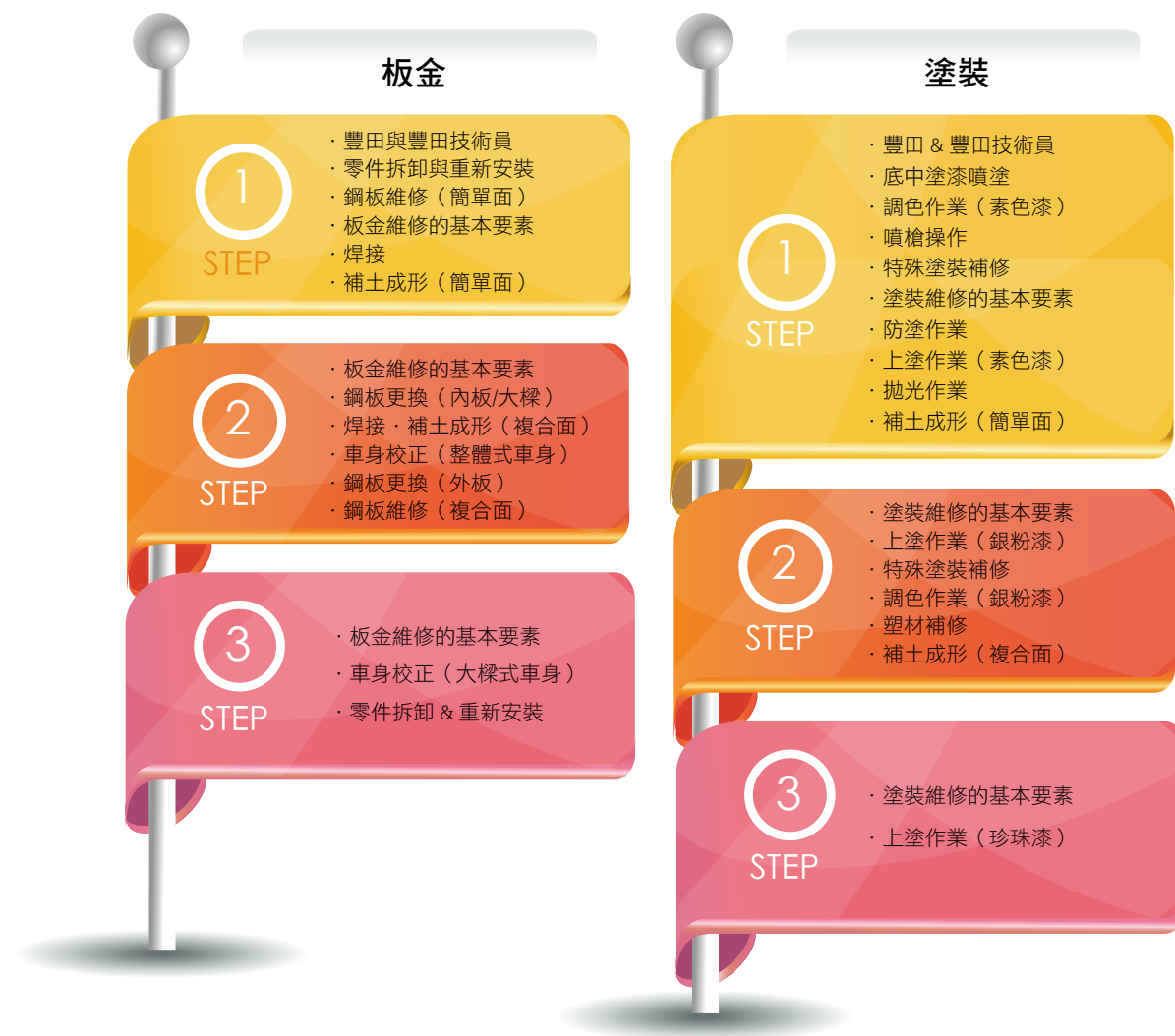


板噴教育體制從 1997 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現。和泰配合板噴的新教材導入計畫，將板噴教育體制書增修，期許藉由此更完善的教育體制來精確掌握與有效提升技術人員的專業知識與技術，並進而提高服務廠的生產力與顧客滿意度，共同創造經銷商與總代理持續成長的售後服務收益。板噴教育體制實施分工教育，主要目的在藉由分工教育快速反應第一線教育需求，培養經銷商講師人才，提升人員專業素質；以及透過和泰深化高階教育品質，強化課後檢核機制。而為了檢核分工教育實施成效，課程結束前務必實施結訓測驗以驗收每位學員的學習成效，並於課程結束後一周內至技術員檢定系統內完成登入。在完成分工教育課程後，所有受訓學員需依據其受訓內容安排在職訓練 (On Job Training, OJT)。

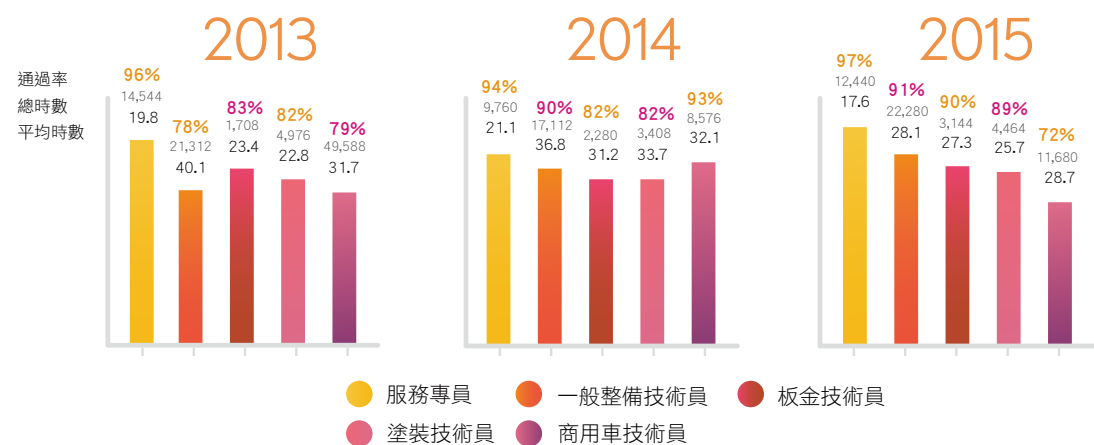
板噴教育體制



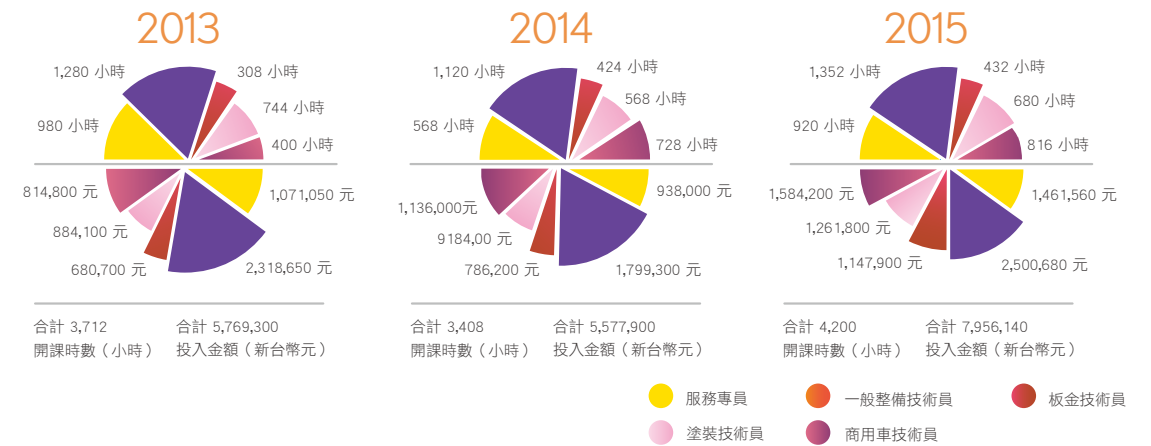
板噴教育訓練科目



售後服務人員教育訓練時數與受訓統計



售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額



7.3.4 績效與職能評核

和泰汽車全體員工每年均需接受定期績效與職能評核。每年於評核前公告時程及實施作法，並於過程中加入主管面談及分數確認機制，以求達到雙向溝通之成效。評核內容包括工作內容完成度、工作占單位內方針權重、單位排名，並建立職能模組，依各階層人才設定關鍵行為及指標。透過績效與職能評核的實施，替公司找到潛力及適任之人才；讓員工對於自身工作及職能有努力的方向及標準，建立滿意及高效的工作風氣。此外，我們建立了員工個人資料維護系統，讓員工可以於線上填寫職涯意願。不僅可讓公司瞭解員工職涯發展意願，員工亦可以透過系統，看到自己有興趣職位的條件需求，有助員工進行重點能力的強化與進修，避免資源浪費。而對於評核成績不佳的同仁，則由人資室協助該同仁之直屬主管安排輔導計劃。

由於現行考核制度皆以部門內工作表現為基礎，較難呈現員工跨部門團隊合作之表現與能力，且獲晉升之同仁，未來將負擔更多跨單位業務；因此，為瞭解同仁之跨部門團隊合作表現並予以適當評價作為晉升遴選之參考，故制定團隊合作評核機制。

績效

期末

作法：
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，期末（隔年一月初）各單位主管應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。

評核內容：

- 依據工作項目累加得分，予以評定績效級數。
- 設定次年度工作項目與 KPI。

職能

期末

作法：
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，期末（隔年一月初）考核一次，並建議各職能項目評核級數。

評核內容：

- 依照受評同仁所屬職級之職能項目予以評核分數。
- 依同部門同位階人員之職能加權得分排序並給予評核級數。

績效及職能評核統計

		2013		2014		2015	
		人數	比率	人數	比率	人數	比率
受評核總人數註 1	全體	511	99.8%	523	99.7%	542	98.7%
	管理職	95	100%	95	100%	104	100%
依職位註 2	非管理職	416	99.8%	428	98.4%	438	98.4%

註 1：受評核人數 = 公司總人數 - 不須評核之約聘人員。

註 2：管理職：事務室長級以上，非管理職：除管理職以外之員工。



8

共好環境

8.1 從永續出發

8.1.1 永續政策

和泰汽車對環保議題的目光從未停滯於眼前的成就，而是不斷在全球的趨勢中，走出一步步自己的道路，專注的腳步亦不曾稍歇。我們以實現「低碳與循環型社會」為願景，在車輛生命週期的各個階段，從開發設計、採購、生產、物流、銷售減少浪費和回收利用，積極降低產品與服務對環境的影響。我們對環保的原則及行動，係依循日本豐田汽車之地球環境憲章（TOYOTA Earth Charter）來推行，用中、長期的思維來履行核心行動。日本豐田的企業文化強調尊重他人，在追求企業成長的同時，也將環保放在日常營運的核心重點，透過「地球環境憲章」作為全球 TOYOTA 夥伴的環保指導原則。也因此，和泰汽車環境永續政策包含政府政策、污染防治、資源回收與環境意識四大面向。

和泰汽車環境永續政策

- 配合政府環保政策，改善廠區周界環境品質，以符合環保法規要求。
- 落實資源永續利用，促進資源回收再利用、減少廢棄物產出及避免資源浪費。
- 提供安全的工作環境，消除工作場所產生影響員工的危害因素。
- 強化員工環保意識，舉辦環境教育訓練與積極參與社區環保事務。

地球環境憲章

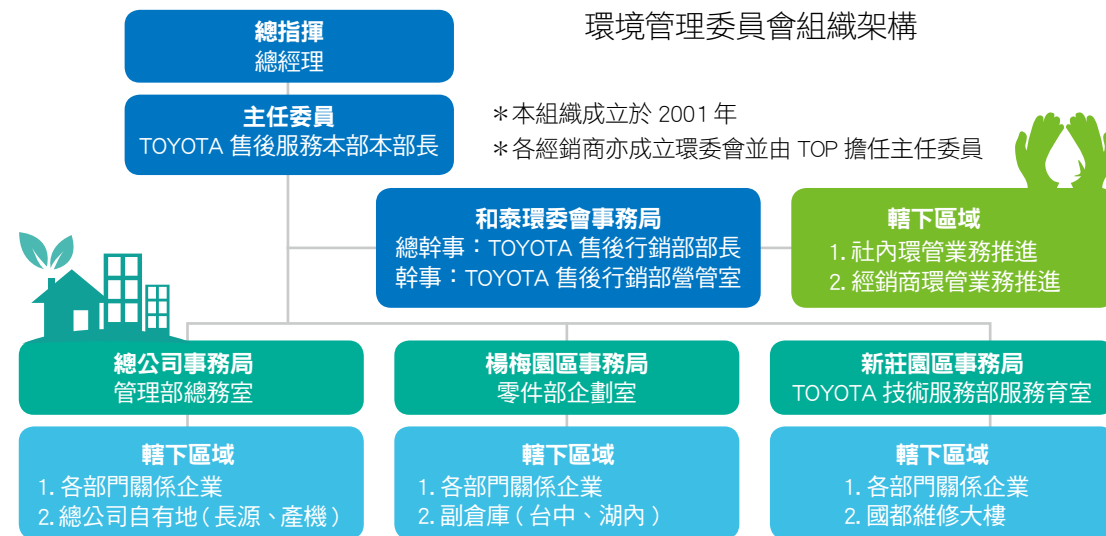
基本原則

- 挑戰零排放的目標，在追求成長的同時，須兼顧環境保護，對21世紀之社會繁榮有所貢獻。
- 環境新技術的研發。
- 自主行動方案的提出。
- 與社會和諧的脈動。

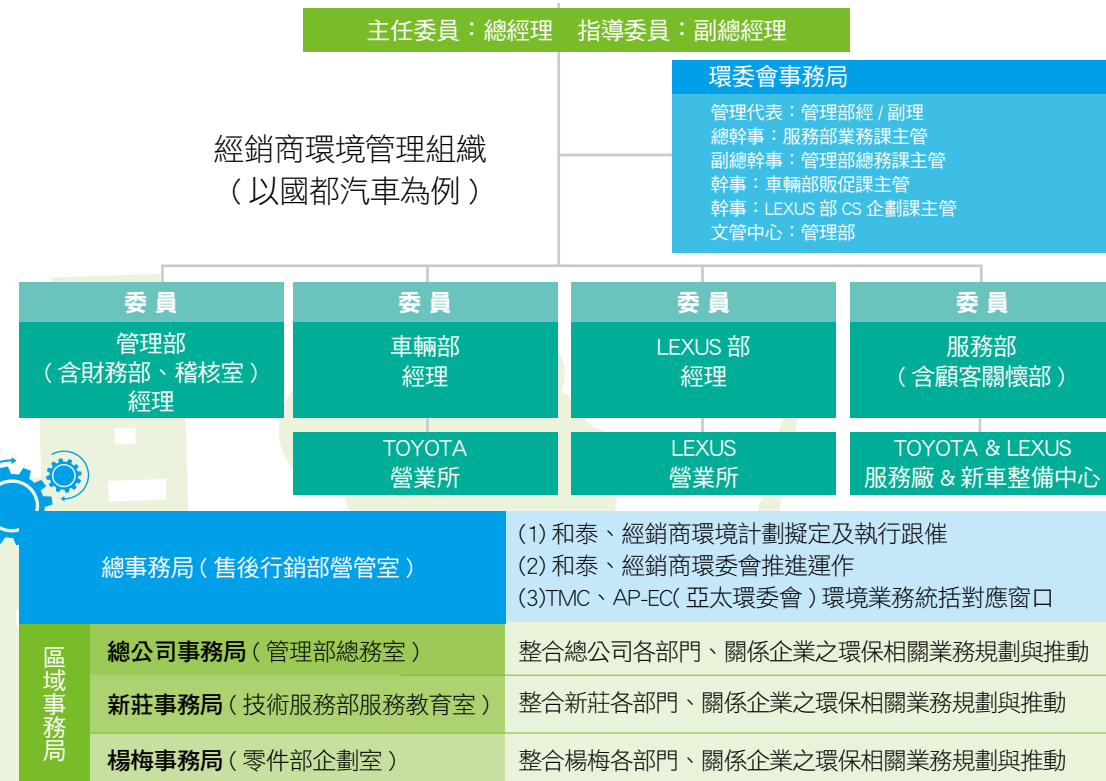
行動指導方針

- ★持續關心環境議題，以零排放作為挑戰目標。
 - 致力開發高標準之環保節能產品。
 - 降低生產過程中產生的浪費。
 - 透過事先環境影響的評估來降低環境衝擊。
 - 鼓勵有助於環保改善之活動。
- ★與企業上下游夥伴合作共創美好環境。
- ★善盡企業社會公民之責任。
 - 推動資源回收再利用。
 - 支持政府之環境政策。
 - 參與環保公益活動。
- ★主動揭露資訊與加強成員的環保意識。

環境管理委員會組織架構



經銷商環境管理組織
(以國都汽車為例)



8.1.2 管理系統

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，並實現和泰重視環境保護與追求永續經營的承諾，引用國際標準 ISO 14001 建立、實施並維持環境管理系統，以確保環境管理業務能適切地有效運作。在達成我們對環保的承諾與願景上，和泰汽車在 2001 年成立環境管理委員會，展開一系列環境保護的計畫與行動。並協同經銷商設立環境委員會事務局，每半年召開環境管理委員會推動 PDCA 改善循環，與價值鏈上的所有夥伴同步進行改善，共同為環境保護而努力。我們承諾持續支援合作夥伴的環境行動，確保各領域皆被納入環境風險的考量，同時也會全力配合日本豐田汽車對環境保護行動的要求，整合集團施策成果進行揭露及溝通。和泰自 2003 年起積極推動經銷商及關係企業通過 ISO 14001 驗證，是國內車業第一家結合經銷商全數據點通過 ISO 14001 驗證的企業。此外，為了確保環境管理系統的落實與有效性，我們持續展開每年定期的稽核與複評，目前共有 152 個據點取得 ISO 14001 國際環境管理系統驗證。

EMS: Enviromental Management System



8.1.3 願景與歷程

日本豐田汽車多年來致力於研發生產環保車輛及可回收的車輛製造材質，在 1999 年聯合國環境計畫曾獲頒全球 500 環保成就獎。2000 年推出「豐田環境保護活動研究計畫」，用於支持環境復甦及環境保護。和泰汽車積極響應日本豐田汽車環境永續願景，規劃環境中、長期計畫，並定期向高層及董事會報告。2015 年，公司針對朝低碳節能努力、建構循環型的社會、持續投入環境 / 生態保育，以及強化環境管理體系四大面向，陸續展開相關行動的績效與結果，並據此執行相關改善措施。全球 2020 年 TOYOTA 願景，乃朝向落實環境政策與產業永續發展而努力。

環境永續推動歷程



8.1.4 行動與計畫

和泰汽車近年未曾有重大環境違規，是由於每位員工皆考量自身工作對潛在環境的影響，努力於商品企劃、運輸、販賣、維販賣、維販賣與維修等營運活動中，達成零污染的目標。和泰汽車的環境永續行動是整合經銷商、服務廠及物流中心等體系來共同執行。於優化及改善後，再逐步推展至全公司及各協力廠商。我們透過全面性地瞭解環保法規、相關環保設備及設施的導入審查、環保業務宣導及環境管理專業人才培訓等，針對營運過程中的各項環境風險予以嚴格管控，據此推行各項環境永續行動和計畫。在環境保護的投資與支出上，我們定期舉辦環境教育、優先採購環保與節能設備、導入環境管理系統並每年經過外部驗證，以及委託優良廠商進行廢棄物處理；近三年的總投入金額超過兩千萬元。

環境永續行動績效與成果

議題	具體實施項目	2015 年具體實績	2016 新規劃
朝低碳節能努力	全據點通過 ISO 14001 認證	TOYOTA 與 LEXUS 據點全數通過	100% 通過
	供應商有害物質管理	一年提交兩次管理明細表並確保無使用	一年提交兩次管理明細表並確保無使用
	定期舉辦環境月活動	共舉辦 8 場	舉辦 8 場
	使用水性塗料以減少有機溶劑揮發氣體產生	比 2008 年基準年減少 24.23 噸	持續較基準年減少排放
建構循環型的社會	導入油電混合節能環保車款	累計共導入進口車型 13 款	-
	零件部包材回收減量再利用	減少 268.2 噸紙材	-
	經銷商零件包材回收、廢棄物回收	減少 268.2 噸紙材	-
	總公司、新莊、楊梅各區域實施節能改善方案	更換 LED 燈管、公務車選用油電混合車、燈具分區控管、空調溫度設定、省水設備	-
	經銷商設定並達成溫室氣體減量目標	比 2008 年減量 5.15%，實際減量達2,177.7 公噸。	低於 2015 年排放量
	經銷商環境風險評鑑（DERAP）	TOYOTA 與 LEXUS 據點全數通過	100% 通過
	舉辦各項環保公益活動 樹苗捐贈	與台大和林務局合作捐贈 2 萬顆樹苗並提供 3 年的樹林撫育基金 400 萬	TOYOTA 玩具愛分享活動
持續投入環境、生態保育	推動節能商品活動 - 省油競賽、推廣 Hybrid 車款	-	-
強化環境管理體系	發行企業社會責任報告書	每年發行	每年發行
	環境教育推廣 - 環管專責人員教育、全員環保教育、環保公報發行	・專責人員共計 59 人 ・全員環保教育共計 256 人 ・環保公報發行 12 期	・專責人員教育共計300 ・全員環保教育共計500 人 ・環保公報發行 12 期

環保支出金額（新台幣元）

2013	2014	2015
環境教育	環境教育	環境教育
環保設備	環保設備	環保設備
環境管理系統	環境管理系統	環境管理系統
廢棄物處理	廢棄物處理	廢棄物處理
合計	合計	合計

8.2 環境友善產品

8.2.1 產品認證

和泰汽車對環保議題的目光從未停滯於眼前的成就，而是不斷在全球的趨勢中，走出一步步自己的道路，專注的腳步亦不曾稍歇。我們以實現「低碳與循環型社會」為願景，在車輛生命週期的各個階段，從開發設計、採購、生產、物流、銷售減少浪費和回收利用，積極降低產品與服務對環境的影響。我們對環保的原則及行動，係依循日本豐田汽車之地球環境憲章（TOYOTA Earth Charter）來推行，用中、長期的思維來履行核心行動。日本豐田的企業文化強調尊重他人，在追求企業成長的同時，也將環保放在日常營運的核心重點，透過「地球環境憲章」作為全球 TOYOTA 夥伴的環保指導原則。也因此，和泰汽車環境永續政策包含政府政策、污染防治、資源回收與環境意識四大面向。

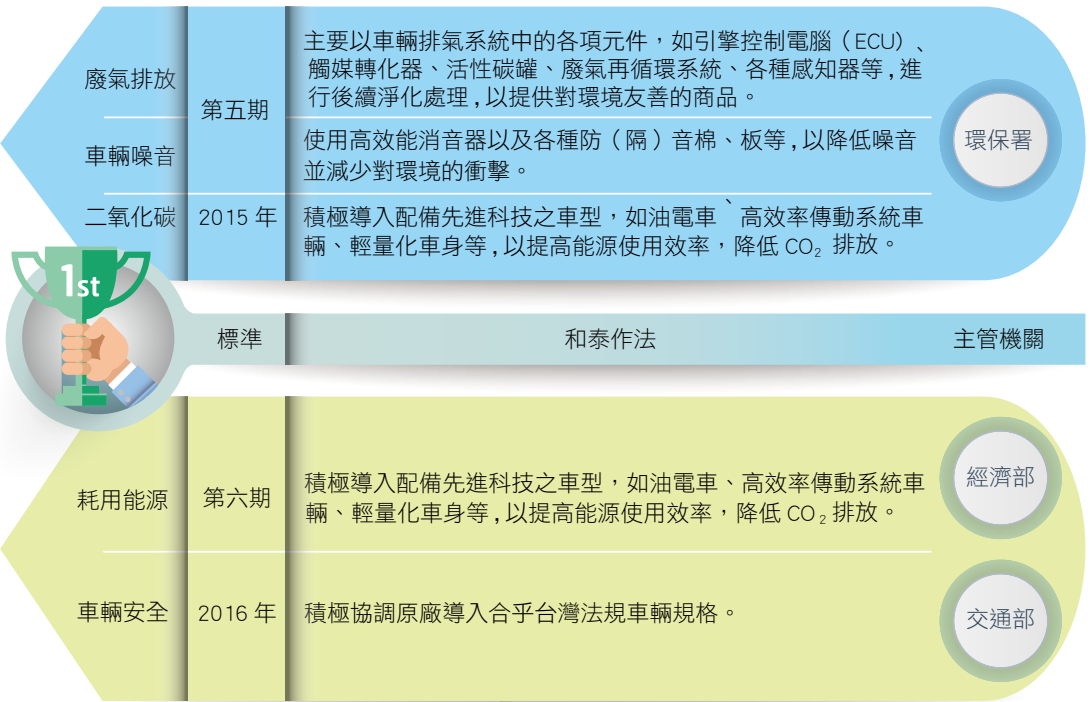
取得節能標章及環保標章之產品

標章	產地	TOYOTA				LEXUS				合計
		車種	2013	2014	2015	車種	2013	2014	2015	
節能標章	國產	CAMRY	0	0	0	IS 250	0	0	X	2013：18 個車種
		CAMRY HYBRID	0	0	0	IS 300H	0	0	X	
		WISH	0	0	0	GS 300H	0	0	X	
		YARIS	0	0	0	GS 450H	0	0	X	
		VIOS	0	0	0	ES 300H	0	0	X	
		ALTIS	0	0	0	CT 200H	0	0	X	
	進口	RAV4	0	0	0	RX 450H	0	0	X	2014：19 個車種
		PRIUS	0	0	0	NX 300H	◎	0	0	
		PRIUS C	0	0	0	NX 200t	◎	◎	0	
		86	0	0	0					
環保標章	國產	ALPHARD	0	0	X					2015：12 個車種
		CAMRY	0	0	0	IS 250	X	0	0	
		CAMRY HYBRID	0	0	0	IS 300H	X	0	0	
		WISH	0	0	0	GS 300H	X	0	0	
		YARIS	0	0	0	GS 450H	X	0	0	
		VIOS	0	0	0	ES 300H	X	0	0	
	進口	ALTIS	0	0	0	CT 200H	X	0	0	2014：15 個車種
		RAV4	0	0	0	RX 450H	X	0	0	
						NX 300H	◎	0	0	
						NX 200t	◎	◎	0	



註：0 指有申請並獲得認證。
註：X 指當年未申請。
註：◎指當年未進口。

全車型100%符合下列法規標準並取得合格認證

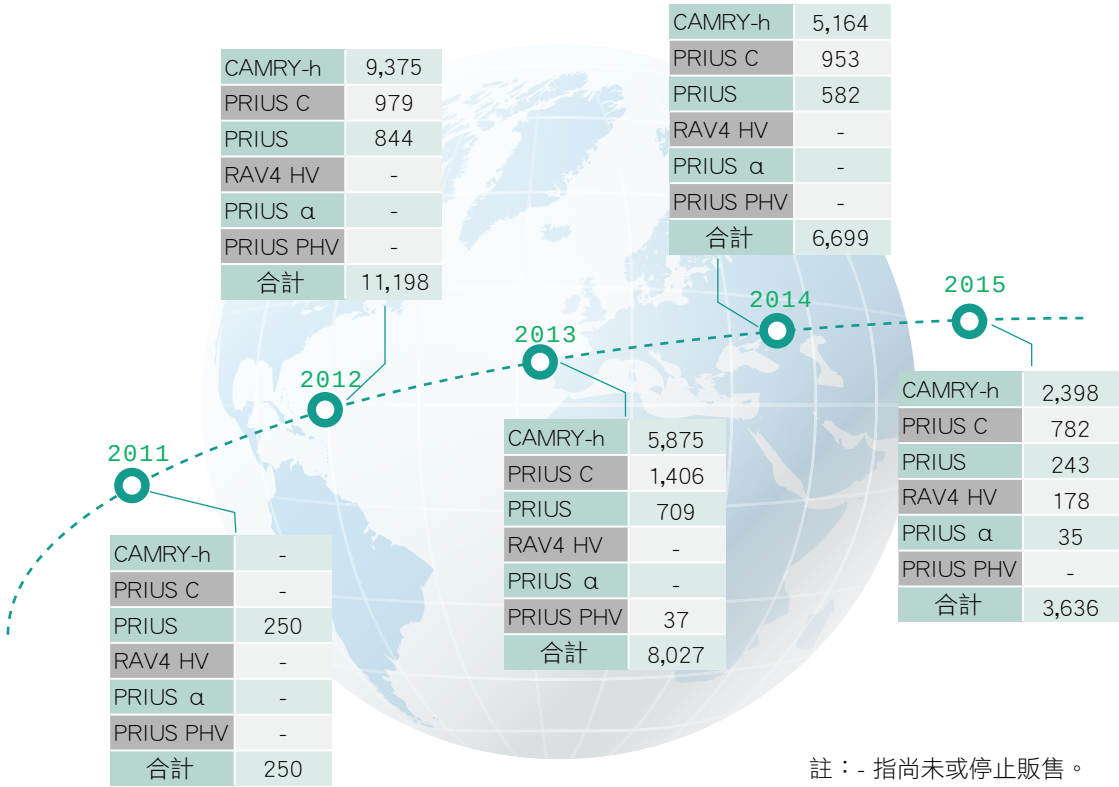


氣候變遷所引致的極端氣候變化，可能導致汽車產業與整個供應鏈受到影響，造成財務上的損失。但相對的，因節能所帶動的綠色消費，也可能帶動綠能車種的銷售，成為挹注營運的正向因素。豐田汽車於 2015 年 10 月公布第 6 期環境願景報告書，宣告零碳排放新環保願景。預計 2050 年將較 2010 年減少 90% 新車碳排放量，並逐步減產純汽油、柴油動力車款。計畫銷售主力轉向油電混合車（HV）、燃料電池車（FCV）、插電式油電複合車（PHV）與電動車（EV）等車款，以落實環保理念與願景的中長期目標。除了降低新車行駛時的碳排放量外，豐田也將逐步減少生產時所產生的碳排放量，加強工廠節能措施，並運用氫能源或風力發電等方式達到低碳目標。為達成豐田汽車碳排放減量之節能願景，和泰汽車除配合原廠綠能商品導入規劃外，並會遵循臺灣政府法規節能減碳的目標，提供更環保節能的車款，並積極推廣節能環保新車種的市場普及率。

取得能源效率標示 2 級以上車型

TOYOTA	86 AT、PRIUS、PRIUS C、PRIUS α、RAV4 2.0、RAV4 2.5 HYBRID、RAV4 2.5 4WDHYBRID、CAMRY 2.5G HYBRID、CAMRY 2.0、ALTIS 1.8、VIOS 1.5	等級 1
	RAV4 2.5、LAND CRUISER PRADO、ALPHARD、WISH 2.0 E/J、WISH 2.0 G、YARIS 1.5	2
LEXUS	CT200H、ES200、ES300H、GS300H、GS450H、IS300H、LS460L LUXURY、LS460、LS600H、LS600HL、NX300h 4WD、NX300h 2WD、RX450H、RC F、RC300h	等級 1
	GS350、GS F、LS460L、RC350、NX200t	2

環保綠能車輛年販台數

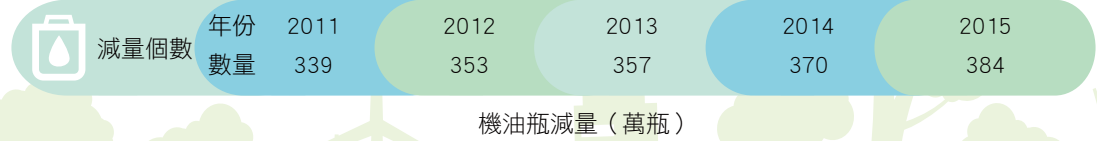


8.2.2 降低環境衝擊

除碳排放量的降低外，為減少產品在販賣、維修過程中產生的環境負擔，我們不斷積極導入各種污染防治設備及流程，從小規模的環境改善與節省能源的活動做起。目前已針對供油系統、有機溶劑揮發性氣體、再生零件與環境危害物質，提出具體的對策，更將相關做法逐步落實到經銷商及供應商。

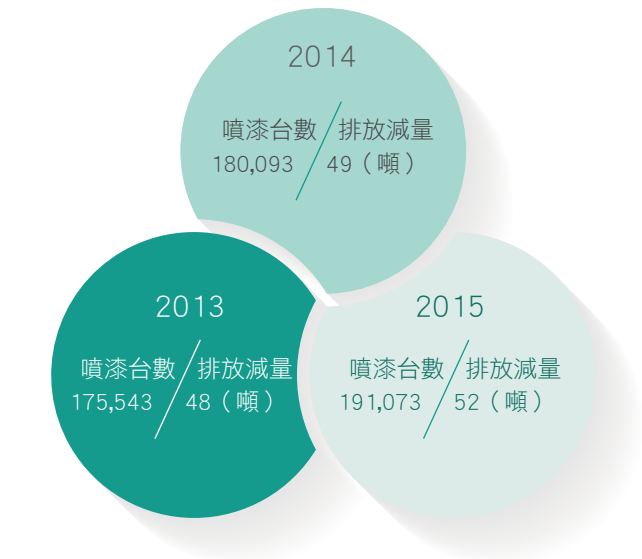
中央給油

協助經銷商服務據點導入中央給油設備，減少機油瓶產出量，持續推動節能減碳方案。目前符合導入規範據點已 100% 完成建置，總投資約 1.4 億元。以中央給油設備取代油瓶供應，依每瓶的機油量換算，每年約減少使用 360 萬個機油瓶，大幅減少油氣飄散和環境風險的衝擊。



水性塗料

和泰汽車率同業之先，2008 年導入環保水性漆塗料，成為全國第一家全板噴廠導入環保水性塗料的業者。將原先的油性漆改為環保水性漆，不但可減少有機溶劑揮發性氣體（Volatile Organic Compound, VOC）的排放，又可保護第一線工作人員的健康。於 2010 年，要求全國所有服務廠全面使用環保水性漆；估計每年可減少 34% 的排放，約 50 噸。



環保水性漆 VOC 排放減量統計

	原廠零件	再生零件
定義	通過日本 TOYOTA 母廠認證之零件	將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修
折扣	無	約為原廠價格之 3 折~7 折
保固	1 年／2 萬公里	1 年／2 萬公里
品項	全部	· 自動變速箱 · 啟動馬達 · 發電機 · 冷氣壓縮機 · 動力轉向方向機 · 動力轉向機泵浦
再生零件使用比率		· 自動變速箱（25.1%） · 啟動馬達（4.6%） · 發電機（5.5%） · 冷氣壓縮機（76.9%） · 動力轉向方向機（78.6%） · 動力轉向機泵浦（93.9%）

再生零件

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，並以優於原廠之價格鼓勵消費者使用再生零件。目前品項有自動變速箱、啟動馬達、發電機、冷氣壓縮機、動力轉向方向機及動力轉向機泵浦等 6 種。

危害物質

和泰汽車配合全球及臺灣當地法令，落實禁用危害物質之規範。並與同業簽署禁用環境危害物質（Substance of Concern, SOC）自願性規範，確保車輛不含有鉛、汞、鎘、六價鉻等對環境有危害的物質。



冷媒回收

1991 年開始，率先同業在全台經銷商服務廠投資約 5 千萬元導入 R134a 冷媒回收機；避免冷媒排至大氣，造成臭氧層的破壞。透過回收循環再利用，有效將殘餘冷媒完全回收、儲存。而回收後之冷媒，可加以淨化、再生，使檢修車輛完畢後來再行使用。除有節約的功能外，並可避免大自然受到污染破壞。為落實冷媒全面性的回收再利用，目前全據點皆配備 R134a 冷媒回收機。此外，冷媒及其類品進貨應由專人負責並登錄於庫存表；負責冷媒及其類品進貨之專員也需控制存量與進貨之數量。



8.3 邁向綠色管理

8.3.1 能資源耗用

和泰汽車的能源耗用有汽柴油、天然氣、液化石油氣與電力五種，其中以電力使用量為最大。燃料中的汽、柴油主要是使用於車輛，包括公務與訓練；天然氣及液化石油氣的使用範圍則為廚房與宿舍。由於在總公司和各園區開始導入油電混合車，汽油的使用量有逐年遞減的趨勢。天然氣及液化石油氣的使用量，則取決於每年到園區中接受教育訓練的學員數，因此起伏會較大；在每年的用水量上，也是有相同的情形。總公司的電力與用水目標為每年減少 1%，乃透過各項節能專案與省水措施來達成。

在人均能資源耗用強度上，不論是汽油、電力或水，2015 年皆是近三年中最低的。新莊園區於 1997 年設立教育研修中心，是公司辦理教育訓練的主要地點，專司人才培育工作。由於園區提供學員專用的宿舍、餐廳及休閒、交誼設施；因此在能資源的耗用強度上，汽油與電力的人均用量都是呈現最高的。楊梅園區於 1999 年規劃成為和泰的物流中心，此主倉庫供應全省維修零件需求，從事補給零件之供應鏈管理，並扮演集團供應鏈樞紐的物流專業角色。而為因應逐漸成長的零件需求業務，以及供應園區清潔用水和員工宿舍，使用水強度高於總公司與新莊園區。

能資源耗用量					
	耗用單位	耗用區域	2013	2014	2015
	公升	總公司	18,843	18,621	16,573
		新莊	17,425	16,518	13,633
		楊梅	6,333	5,824	6,610
	合計		42,601	40,963	36,816
	耗用單位	耗用區域	2013	2014	2015
	公升	總公司	0	0	0
		新莊	346	521	748
		楊梅	4,724	4,645	4,617
	合計		5,070	5,166	5,365
	耗用單位	耗用區域	2013	2014	2015
	立方米	總公司	0	0	0
		新莊	27,611	27,967	29,540
		楊梅	0	0	0
	合計		27,611	27,967	29,540
	耗用單位	耗用區域	2013	2014	2015
	公升	總公司	0	0	0
		新莊	0	0	0
		楊梅 ^註	4,465	5,358	3,751
	合計		32,076	33,325	33,291
	耗用單位	耗用區域	2013	2014	2015
	度	總公司	1,039,064	964,287	956,978
		新莊	889,456	861,832	872,888
		楊梅	1,108,944	1,120,622	1,177,152
	合計		3,037,464	2,946,741	3,007,018
	耗用單位	耗用區域	2013	2014	2015
	立方米	總公司	4,808	5,115	5,510
		新莊	4,918	4,352	4,175
		楊梅	15,394	19,393	13,441
	合計		25,120	28,860	23,126

註：以每公斤相當於 1.786 公升換算。

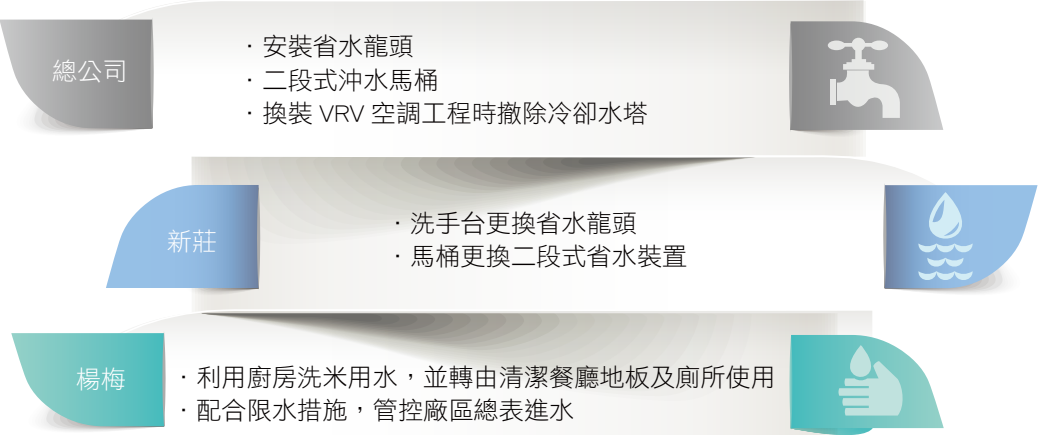
能資源耗用強度								
能源種類	強度單位	耗用區域	2013		2014		2015	
			人數	強度	人數	強度	人數	強度
汽油	公升 / 每人	總公司	332	56.8	358	52.0	372	44.6
		新莊	102	170.8	93	177.6	95	143.5
		楊梅	197	32.2	199	29.3	204	32.4
		平均	631	67.5	650	63.0	671	54.9
電力	度 / 每人	總公司	332	3,130	358	2,694	372	2,573
		新莊	102	8,720	93	9,267	95	9,188
		楊梅	197	5,629	199	5,631	204	5,770
		平均	631	4,814	650	4,533	671	4,481
水	立方米 / 每人	總公司	332	14.5	358	14.3	372	14.8
		新莊	102	48.2	93	46.8	95	43.9
		楊梅	197	78.1	199	97.5	204	65.9
		平均	631	39.8	650	44.4	671	34.5

註：強度計算使用之人數為實際工作人數，因包含於廠內固定工作之承攬商，因此與和泰正式員工總人數有所差異。

能資源的節約成效方面，總公司與楊梅園區的汽油節約來自於油電混合車的導入，取代全汽油引之車種。於 2013 年開始使用後，節省約 15,900 公升的汽油用量。新莊園區於週末停止天然氣加熱鍋爐，降低使用量來達到節約的效益，每年的平均節省量約 5,000 立方米。總公司與兩座園區歷年持續進行電力的減量方案，近三年的節電量達 366,227 度。總公司與兩座園區亦實施多項的節水計畫，以減少水資源的耗用與成本支出。而楊梅園區的節水量在 2015 年為 5,952 立方米，是利用廚房洗米用水，並轉由清潔餐廳地板及廁所使用，以及配合限水措施，管控廠區總表進水來達成。成本的減少上，主要仍來自於節電，近三年總節電金額為新台幣 1,420,291 元。

單位	區域	2013	2014	2015	
公升	總公司	13,000	-	-	
	新莊	-	-	-	
	楊梅	2,900	-	-	
合計		15,900			
單位	區域	2013	2014	2015	
立方米	總公司	-	-	-	
	新莊	5,160	4,920	4,920	
	楊梅	-	-	-	
合計		346	521	748	
單位	區域	2013	2014	2015	
度	總公司	122,800	113,000	-	
	新莊	5,746	484	3,233	
	楊梅	63,774	52,003	5,187	
合計		192,320	165,487	8,420	
單位	區域	2013	2014	2015	
立方米	總公司	-	-	-	
	新莊	-	-	-	
	楊梅	-	20	5,952	
			20	5,952	

節水計畫



能源種類	節省區域	2013		2014		2015	
		平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本
汽油	總公司	33.9	440,700	-	-	-	-
	新莊	-	-	-	-	-	-
	楊梅	34.0	98,616	-	-	-	-
合計			539,316				
電力	總公司	3.87	475,236	3.89	439,570	-	-
	新莊	3.92	22,524	4.18	2,023	3.98	12,867
	楊梅	4.0	255,096	3.7	191,371	3.9	20,004
合計			754,856		632,964		32,871
水	總公司	-	-	-	-	-	-
	新莊	-	-	-	-	-	-
	楊梅	-	-	12.3	246	13	77,376
合計			-		246		77,376

因能資源節約而節省之成本（新台幣元）

8.3.2 溫室氣體減量

範疇二的間接能源排放，是和泰汽車排放溫室氣體的主要來源。2015 年的總排放量中，90.6% 是來自於電力的使用。近三年範疇一的排放量呈現出逐年降低的趨勢，主要乃是因為油電混合車的導入所貢獻。範疇一與二的排放量，於近三年的變化量都在 5% 以下。這乃是由於在業務量增加的同時，和泰仍積極實施各項節能方案；使溫室氣體排放量，並不會因為公司的規模成長而有顯著的升高。從排放強度的降低趨勢的表現來看，亦代表和泰在能源使用效率上，是每年不斷地在提升。因此，和泰的氣候變遷減緩與碳管理績效，是跟隨著全球低碳經濟發展的潮流。

溫室氣體排放量			2013	2014	2015
範疇別	排放量單位	排放區域	排放量	排放量	排放量
一註 1	公噸二氧化碳當量	總公司	42.7	42.2	37.5
		新莊	97.8	97.2	94.6
		楊梅	31.9	31.6	31.4
		合計	172.4	171.0	163.5
範疇別	排放量單位	排放區域	排放量	排放量	排放量
二註 2	公噸二氧化碳當量	總公司	542.4	502.4	498.6
		新莊	464.3	449.0	454.8
		楊梅	578.9	583.8	613.3
		合計	1,585.6	1,535.3	1,566.7

註 1：範疇一排放僅計算固定源與移動源，不包含逸散源。

註 2：範疇二排放為電力使用，係數為 0.522（2013）、0.521（2014、2015）公斤二氧化碳當量 / 度。

溫室氣體排放強度			2013		2014		2015	
範疇別	強度單位	區域	人數	強度	人數	強度	人數	強度
一 + 二	公噸二氧化碳當量 / 每人	總公司	332	1.76	358	1.52	372	1.44
		新莊	102	5.51	93	5.87	95	5.78
		楊梅	197	3.10	199	3.09	204	3.16
		平均	631	4.65	650	4.35	671	4.24

註：範疇一排放僅計算固定源與移動源，不包含逸散源；範疇二排放為電力，使用係數為 0.522（2013）、0.521（2014、2015）公斤二氧化碳當量 / 度。

註：強度計算使用之人數為實際工作人數，因包含於廠內固定工作之承攬商，因此與和泰正式員工總人數有所差異。

歷年減量計畫與預估成效

推行區域	2013	2014	2015
總公司	· 公務車採用 Hybrid 節能車種 (26.4 噸 / 年) · 換裝 LED 節能燈具 (84.9噸 / 年)	· 裝設 Low-E 節能玻璃 (41.7 噸 / 年) · 換裝 VRV 空調 (30.2 噸 / 年)	-
新莊	· 更換節能之 LED 燈具 (3.0噸 / 年) · 假日關閉鍋爐天然氣 (9.7噸 / 年)	· 更換節能之 LED 燈具 (0.25 噸 / 年) · 假日關閉鍋爐天然氣 (9.3噸 / 年)	· 更換節能之 LED 燈具 (1.7噸 / 年) · 假日關閉鍋爐天然氣 (9.3噸 / 年)
楊梅	· 公務車更換為油電車 (6.56 噸 / 年) · 換裝 LED 節能燈具 (33.3噸 / 年)	· 常用冷氣機汰換為變頻式冷氣機，提高電器使用效能 (27.1 噸 / 年)	· 汰換探照燈更換為 LED 型式 (2.3 噸 / 年) · 換舊型冰箱且採用變頻機種 (0.4 噸 / 年)
合計每年溫室氣體減量(噸)	163.86	108.55	13.7

歷年排放減量實際成效

範疇別	排放減量單位	減量區域	排放減量		
			2013	2014	2015
一註 1	公噸二氧化碳當量	總公司	30.5	0.5	4.6
		新莊	9.7	9.3	9.3
		楊梅	6.6	-	-
		合計	46.8	9.8	13.9
二註 2	公噸二氧化碳當量	總公司	64.1	58.9	-
		新莊	3.0	0.3	1.7
		楊梅	33.3	27.1	2.7
		合計	100.4	86.3	4.4

註 1：範疇一排放僅計算固定源與移動源，不包含逸散源。
註 2：範疇二排放為電力使用，使用係數為 0.522 (2013)、0.521 (2014、2015) 公斤二氧化碳當量 / 度。

8.3.3 污染物排放與廢棄物管理

和泰近三年的平均廢棄物產生量約為 210 噸，以 2015 年為最低。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，並委由大樓管理處統籌或直接請環保科技公司承包清運。總公司與兩座園區之所有營運，也並未造成臭氧層破壞物質、氮氧化物與硫氧化物的排放。

廢棄物產生量（噸）

廢棄物類別	產生區域	2013	2014	2015
一般	總公司	48.0	48.0	48.0
一般	新莊	98.1	98.5	98.3
一般	楊梅	66.4	66.5	54.5
合計		212.5	213.0	200.8

資源回收量（噸）

回收類別	回收區域	2013	2014	2015
紙類、鐵鋁罐、塑膠	總公司	16.50	16.38	16.20
紙類、鐵鋁罐、塑膠	新莊	7.75	7.71	7.75
國內包材 進口紙箱	楊梅	55.0	50.4	46.3
		131.7	135.6	209.3
合計		210.95	210.09	279.55

8.3.4 車輛與零件運輸

和泰致力於有效率地運送高品質的各式車輛及零件，以達成顧客期待。為強化競爭力，和泰應用豐田生產方式（Toyota Production System, TPS）的概念於物流作業中，努力維護產品的安全與品質，並遵守物流相關法規。和泰針對托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；要求托運公司每月提供托運記錄，包含托運數量、里程、油耗、二氧化碳排放量。為能有效減少托車二氧化碳排放量，和泰也鼓勵托運公司，針對司機每年進行一次「省油駕駛」課程。教育如何能於運輸過程中，有效率地減少汽油浪費，進而降低二氧化碳之排放。此外，托車公司也必須依照規定，定期針對托車進行保養及維修，以達運輸時最佳駕駛效能。預估平均每台新車托運之二氧化碳排放量，每年可減少約 1%。此外，從 2004 年起和泰汽車結合供應商，利用回頭車協助協力廠商載運電瓶，送至關係企業國瑞組裝，大幅減少 43% 汽油及溫室氣體的排放，運用零件配送回頭車大幅提升配送效率，有效降低運輸成本。

車輛運輸排放減量成果

項目	拖車使用率改善達成度	溫室氣體排放量（公克二氧化碳當量 / 平均每台新車運輸）
減量對策	· 準確預知放行台數派遣拖車 · 每台拖車拖運兩趟 · 提升每台拖車裝載台數	· 控制司機駕駛速度 · 拖車定期保養
2013	100%	35.87
2014	100%	35.10
2015	100%	34.80
目標	掌握率 100%	每年降低 1%

8.3.5 e 化服務

行動秘書

為了因應市場日益競爭、品牌差異縮小、顧客需求拉高、業務代表負擔加劇的狀況，並提升販賣管理效率，強化顧客對和泰汽車代理品牌之信賴，我們導入 M-Sales 系統。將販賣系統功能整合，有效協助業代商談與自我管理，提升銷售效率，強化銷售流程管理，快速滿足顧客需求。此外，我們更進一步擴大管理工具的應用，將販賣過程透明化、無紙化。估計每年節省列印 67 萬張 A4 紙，以每張紙之碳足跡 0.0068 公克換算，約相當於 4.6 噸的節碳量。

無紙化作業節紙量成果（張）



無紙化作業項目	2013	2014	2015	目標
OPS 零件訂購作業	167,609	172,472	183,859	130,000
電子發票	261,824	280,037	282,414	200,000

無紙化作業

為節省人力、時間與紙張等多項成本，2003 年藉由導入 HOPES 新系統 OPS（Order Plan Sheet）零件訂購作業功能後，已逐年降低人員工時並減少耗材使用，在人員效率提升及環保上獲得極大效益。從 2003 年至 2015 年計 13 年時間，估算累計節省 205 萬張 A4 紙的使用。另配合財政部推行建構健全電子商務發展環境，提升產業競爭力。和泰汽車於 2009 年 9 月份起配合政府推動「電子發票推動計畫」，辦理電子發票整合服務平台，是國內眾多汽車產業中，第一家導入電子發票的公司。透過網際網路傳輸發票至各經銷商據點，使在減少紙張耗用績效上。平均一年可達到 24 萬張，以每張紙之碳足跡 0.0068 公克換算，約相當於 1.6 噸的節碳量。

8.4 經銷商環保績效

8.4.1 能資源耗用

在能資源耗用的管理上，和泰與經銷商配合「溫室氣體盤查與自願減量計畫」，並依經銷商依環境管理審查會議決議之環境目標與標的或現場實際需求擬定自願減量目標及環境管理方案。並在考量財務可行與技術可行之前提下，成立方案執行小組，由部門主管指定專人擔任小組長，其組員由小組長召集之。各方案執行小組應填寫「環境管理方案評估表」及「環境管理方案進度追蹤表」，經部門主管簽核後提報事務局進行審查，再交由相關部門進行會簽。事務局收到各部門提出的「環境管理方案評估表」後，應逐案實施審查，並填具審查意見轉呈環境管理代表核准。環境管理代表必要時得召開臨時環境管理審查會議重新審查。事務局彙整各部門提出的「環境管理方案評估表」後，應製作「年度環境目標、標的及管理方案預定表」管控各項方案執行進度，並於下次環境管理審查會議中審查方案達成績效。

8.4.2 溫室氣體減量

為建立、管理及維持排放溫室氣體資訊之盤查結果與報告內容，並符合 ISO 14064-1 標準之五大原則，特制定溫室氣體盤查與自願減量管理程序。各部門於每年 3 月底前，對產生的溫室氣體排放源展開鑑別，並將鑑別結果填入「溫室氣體盤查排放源鑑別表」；對已鑑別的溫室氣體排放源產生之溫室氣體排放量進行盤查，並將盤查結果填入「溫室氣體盤查排放量輸入表」。所有結果經事務局審核後，交由管理代表核准。經事務局審核後，再交由管理代表核准。事務局亦於每年 10 月底前應編定公司下年度之「溫室氣體盤查與自願減量計畫」，經主任委員核定後實施。各部門、營業所及服務廠皆依「溫室氣體盤查與自願減量計畫」規劃內容，配合實施溫室氣體盤查與自願減量方案。

八大經銷商能資源耗用量

能源種類	耗用單位	2013	2014	2015
汽油	公升	979,286	980,092	959,211
柴油	公升	187,805	226,173	247,597
重油	公升	336,797	342,101	301,395
液化石油氣	公升	3,400	2,200	2,200
電力	度	50,728,206	53,910,455	57,377,423
水	立方米	210,745	254,501	635,521

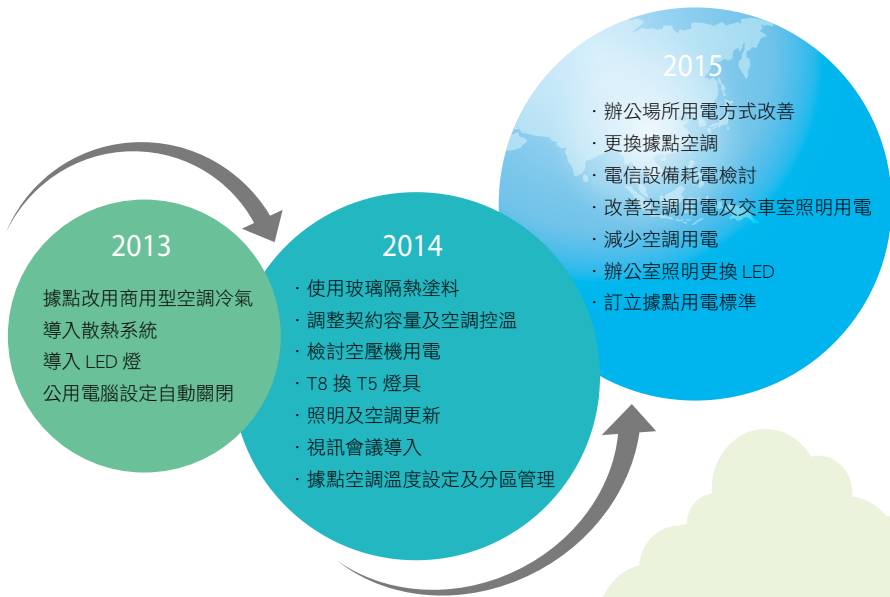


八大經銷商溫室氣體排放量

能源種類	排放量單位	2013	2014	2015
汽油	公噸二氧化碳當量	2,224.0	2,225.9	2,178.4
柴油		491.0	591.3	647.4
重油		864.8	878.4	773.9
液化石油氣		6.0	3.9	3.9
電力		26,480.1	28,087.3	29,893.6



註：電力使用之排放係數為 0.522（2013）、0.521（2014、2015）公斤二氧化碳當量 / 度。

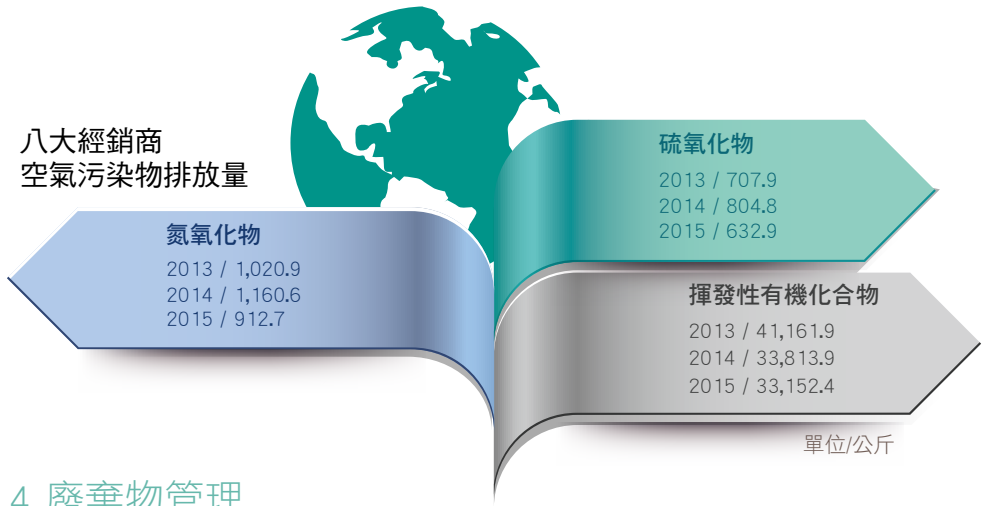


八大經銷商歷年減量計畫

8.4.3 污染物排放

經銷商作業活動所產生之空氣污染物包含氮氧化物、硫氧化物，以及揮發性有機化合物。為加強對經銷商污染物排放之管控，和泰製訂環境管理手冊，各經銷商必須依手冊中之「環境作業管制程序」所製訂之條文，落實各種污染物管理之進行，包含排放源、管控措施及檢查記錄等。此外，經銷商也自行持續導入各種設備，減少污染物的排放量。

八大經銷商
空氣污染物排放量



8.4.4 廢棄物管理

和泰汽車自 2003 年起，依序建置環境管理系統至全省小車經銷商，並協助經銷商解決長期不易處理之廢棄物，建立廢棄物回收體系，促進廢棄物回收再利用。在經過多年的努力下，車輛廢棄物回收率已經達到 100%。運作現況為全台各據點建置軟硬體設備，如廢棄物回收場所、廢油槽、抽油管線、防溢設施、消防設施、環境維護、環管文件管制等，累計投資 2 億元。經銷商各單位必須將產出之廢棄物依其類別，自行收集分類運送至貯存場所。管理部需將公司及服務廠之廢棄物，分類為可回收廢棄物、一般事業廢棄物及有害事業廢棄物，並將分類細項登錄於廢棄物分類表。必要時，管理部、服務部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，於 2012 年起委託合格廠商，全面 100% 回收 HV 廢電池，並送至境外處理。

八大經銷商廢棄物回收作法

廢棄物	作法	說明
保桿	再製成塑膠顆粒原料	TOYOTA 全車系的塑料已改為 TSOP（TOYOTA Super Olefin Polymer）材質，成為廢車拆解廠及回收廠稱讚的貨源。由於 TSOP 是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，杜絕環境危害物質如鉛、汞、鎘、六價鉻對環境的危害，全車塑料統一，對回收業者的分類再利用也有極大的助益。
廢水精箱及廢溶劑	回收再利用	TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均統一將廢水箱精及廢有機溶劑交由甲級處理廠進行回收再利用，處理廠均依規定設置環安設施，備有濕式洗滌塔、活性碳吸附設備降低空污污染，再製品以稀釋劑、化學品為主。
廢鉛蓄電池、廢鉛塊回收	再製成大型鉛塊、鉛錠	電瓶、平衡鉛塊汰換後的廢料可創意想不到的經濟價值，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 服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。
廢玻璃回收	再製成玻璃顆粒或透水磚綠建材	在 TOYOTA 及 LEXUS 經銷商服務廠，廢玻璃多為前、後擋風玻璃及車窗玻璃。這些廢玻璃體積大又重，以往的處理方式以打碎後當一般垃圾處理，惟進入掩埋場會佔用大量空間，以焚化處理會蓄積於焚化爐內壁，破壞焚化爐體造成停機故障。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。
廢潤滑油回收	再製成再生燃料油	車輛保養更換的油品，為有害環境之油品，對作業人員及環境都有極高的風險。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，油品回收後會加壓過濾為再生油，使油品循環再利用。
廢輪胎回收	再製成輔助燃料、橡膠製品	廢輪胎回收後，經破碎及去除鋼絲程序，所產生的膠片（塊）因熱值相當高，可作為輔助燃料，提供汽電共生廠或造紙業以替代燃油產生蒸氣及發電，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。TOYOTA 及 LEXUS 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。

8.4.5 環保投資

經銷商之環保支出項目可分為 ISO 認證、環境教育、環保設備、環境規費與廢棄物處理五大項。其中以廢棄物處理的占有比率最高，近三年平均為 46.5%；其次為環保設備的投資，占總支出的 34.8%。2015 年的總支出金額超過 860 萬元，比 2014 年增加 29%。

八大經銷商環保支出金額與比率

項目	2013		2014		2015		
	支出金額 (新台幣元)	比率 (%)	支出金額 (新台幣元)	比率 (%)	支出金額 (新台幣元)	比率 (%)	
ISO 認證	607,882	8.7	648,994	9.7	646,175	7.5	
環境教育	159,571	2.3	152,980	2.3	218,409	2.5	
環保設備	2,318,679	33.1	2,049,336	30.5	3,516,035	40.7	
環境規費	636,311	9.1	601,243	9.0	458,374	5.3	
	3,286,782	46.9	3,262,086	48.6	3,794,786	44.0	
合計	7,009,225	100	6,714,639	100	8,633,779	100	

8.4.6 申訴案件

為降低服務廠各項作業活動產生之廢水、廢氣及噪音對環境產生之負面衝擊，或影響到社區民眾，和泰制訂環境管理手冊。各經銷商必須依手冊中之「環境管理溝通程序」所規範之條文，落實執行對內及對外的環境溝通作業處理作法。因此，在和泰積極推動價值鏈環境管理的努力下，經銷商近三年來並無因營運作業而遭到主管機關裁罰之環保案件發生。部分經銷商曾接獲到社區陳情意見者共有 5 件，皆是鄰居直接向服務廠反應，當下皆立即處理且並無再發。而環保局曾至現場調查者則計有 2 件，其中 1 件廢水問題於調查後已確定並非和泰經銷商所為。另有 1 件噪音問題，亦經環保局至現場檢測後，確認並無超出標準值，因此並未立案。



共好社會

9.1 五大主題

9.1 五大主題

和泰汽車的社會公益五大主題為「交通安全、環境保護、弱勢關懷、學術培育、藝文及體育活動推廣」。六十多年以來，公司即抱持「取之於社會，用之於社會」之觀念投入社會慈善工作，積極舉辦及獎助各種公益活動，數十年來不曾間斷過。除奉獻在與本業相關的交通、環保等公益議題之外；近年來更致力於弱勢關懷及學術、藝文等推廣，以善盡企業公民責任並回饋給社會，成果也受到來自社會各界的肯定與認同。



9.2 交通安全教育宣導

9.2.1 捐贈交通導護設備

2011 年開同業首例，在台北市政府及台北市教育局的指導下，捐贈 3,000 套導護志工裝備予台北市各小學，以實際行動支持學童的每日上下學的交通安全。2011 至 2015 年的五年時間，完成捐贈全臺灣各縣市國小交通導護裝備，包含警用等級之反光背心與指揮旗，總計捐贈逾 4 萬 4 千套。



導護志工裝備捐贈

	2011	2012	2013	2014	2015
導護裝備（套）	3,000	8,000	15,193	8,968	9,194

9.2.2 交通安全繪畫比賽

為了宣導交通安全觀念，和泰與純青社會福利基金會於 2001 年起，共同舉辦全國兒童交通安全繪畫比賽。每年皆以民眾切身相關的「交通安全」議題做為繪畫比賽的主題，希望透過繪畫創作的方式，將交通安全觀念深植在更多學童心中，達到潛移默化的效果，並進一步將交通安全的觀念落實至實際生活領域中，為社會帶來更多正面的影響力！舉辦 15 年以來，累計參賽人數超過 69 萬人。

9.2.3 說故事巡迴活動

和泰 2005 年起與天下雜誌集團之小天下合作，進入校園說故事。藉由「TOYOTA 故事姐姐」生動活潑說故事方式，置入交通安全主題，以寓教於樂的方式幫助學童習得正確的觀念與態度。其後和泰汽車持續推動這項活動，並於 2010 年更名「和泰汽車校園交通安全說故事公益巡迴活動」。累計至 2015 年止，已舉辦超過 800 場、超過 18 萬名學童參與，廣受全台小學師生喜愛，佳評如潮。



說故事巡迴活動

	2011	2012	2013	2014	2015
場次數（場）	100	110	100	100	120
參與學童數（人次）	14,910	17,483	24,635	26,946	34,521



交通導護裝備捐贈



交通安全繪畫比賽



交通導護裝備捐贈



校園交通安全說故事公益巡迴

9.3 環境保護

9.3.1 TOYOTA Family Day

TOYOTA 年度車主盛事「TOYOTA FAMILY DAY」活動邁入第 11 年。為滿足車主對於休閒生活的高度期待，和泰汽車與經銷商特別於全台各地舉辦五場各具特色，適合全家大小共渡週末時光之活動。台北場的活動訴求「綠活尋寶趣，健康邁步走」，以健走、小農市集、親子同樂的舞台表演與 DIY 體驗等多樣化活動吸引 2 萬位以上民眾參與。同時，和泰汽車全體員工發起二手物品捐贈活動，超過 1,400 項物品進行義賣。除現場義賣金額外，和泰汽車再將捐贈金額加碼至 100 萬元，捐贈給長期照顧弱勢兒童的兒童福利聯盟。此外，桃苗場以風景秀麗的石門水庫規劃路跑活動，一開放報名就吸引許多熱愛路跑的民眾報名。中部場則規劃為親子闖關遊戲及小農市集、南都場於台南都會公園，邀請曾淑勤、大小南方知名歌手進行民歌表演。而高都場次則是邀請林宜融、蕭賀碩等知名歌手進行野餐音樂會表演等。這些新奇有趣的活動內容吸引了許多民眾報名參加；還有令人驚喜的抽獎項目以及 100 多項的好禮贈送。



2015 TOYOTA Family Day 執行狀況

場次	台北場	桃苗場	中部場	南都場	高都場	合計
場地	台北市 花博公園	石門水庫	台中 都會公園	台南 都會公園	義大世界	
參與人數	23,647	20,353	15,214	14,723	11,587	85,524



9.3.2 環境月活動

和泰以最能貼近生活的環保議題，用永續家園公益來持續與社會溝通。將資源注入社區，回饋在地鄰里，鞏固彼此更加緊密的互動關係，成為業界第一個與社區站在一起的最堅固環保夥伴。於 2005 年起，配合 TMC 全球環境政策，推動「環境月活動」至今已邁入第 11 年。從初期的淨山、淨灘、二手物品拍賣、參訪環保單位活動，到 2009 年開始加入全台八家經銷商，壯大了環境月活動參與人數，讓環境月活動的效益能擴展到全據點。2013 年起更帶領八大經銷商共同推動社區綠改造計畫，希望透過 TOYOTA 環境月活動，與社區民眾共同響應政府閒置空間再生政策。同時提升社區民眾生活品質，經由綠色改造計畫注入資源，從點到線，以致全面串連成全臺灣最關懷綠色行動的支持單位。藉此拋磚引玉，期望更多企業投入社區活動，凝聚全民環保意識，讓社會大眾的生活更環保。未來和泰汽車集團也將持續舉辦相關環保公益活動，以具體行動為我們的地球環境貢獻一份心力。

環境月活動

2015

- 以「社區大連線，擁抱綠未來」為主體，邀請社區發揮巧思投稿提出創意 idea。
- 針對社區閒置空間再改造或綠美化，並由經銷商提供贊助金及一日志工協助進行社區環境改造。
- 累計超過 350 份社區改造計畫書，並從中挑選優秀改造計畫共 22 件進行社區綠改造。



參與人數

1,649

2014

- 為發掘更多致力推動環境保護的社區加入行列，特別製作活動網站，對外募集社區最有創意的綠色改造計畫。
- 透過徵選方式，自 173 件投稿作品中，選出經銷商轄區內的代表社區，進行環境月主題：「2014 年和地球握手 改造綠家園」活動。
- 因企業環保議題的群眾吸引力，活動訊息也發佈在 TOYOTA Facebook 官網裡，獲得廣大迴響。



參與人數

1,580

2013

- 為讓環境友善的正面活動，能吸引更多志同道合的團體一起加入我們，正式對外走向群眾，規劃三年期「綠色環保總動員 全台社區大募集」活動。
- 希望藉由敦睦鄰里、關懷綠色生活的前提下，尋找全台優秀的環保社區。
- 與經銷商投入 1 日志工服務及資金挹注，共同維護及改造社區的環境。



參與人數

1,302



國都 新北市林口區 雙林社區發展協會

規劃一個能讓社區居民們早晚運動、散步休憩及呼吸新鮮空氣的最佳場所。因此將在林口仁愛路自行車道，綠美化「自行車補給站」，讓騎自行車者及往來居民們，能有一個駐足停留時欣賞綠色景觀的休息小站。

合作主題
環境景觀營造計畫

志工人數

210



北都 台北市萬華區 騰雲里國興社區

「青年漫步道」由騰雲里辦公處向臺北市文化局申請的公共藝術專案獲准，將規劃在此步道，透過鳥類生態立柱，搭配步道兩旁的植栽綠化帶，營造出一條藝術與自然融合的優美環境。

合作主題
青年公園漫步道

志工人數

200



桃苗 桃園市新屋區 頭洲社區發展協會

為重新打造社區內開心菜園旁的駁坎地，將在此架立圍籬及社區形象招牌，並在開心菜園旁的公園植栽七里香。透過綠化及整理環境的方式，讓開心菜園及公園同步大變身。

合作主題
綠色開心大道

志工人數

120



中部 台中市霧峰區 環境生態保育協會

改善園區內草木橫生的畸零地，在竹仔坑種植黃花風鈴木，並搭配節能減碳紀念樹 - 肖楠。讓活動除了落實綠美化，同時也做好水土保持，環境維護等延續傳承。

合作主題
大手拉小手 - 一起節能減碳

志工人數

320

**南都
台南市南區
金華社區發展協會**

配合社區規劃師整體設計成為「花苗木銀行」，透過香草、花苗木，設置植物園、藥草區、花苗木培植區。並將原有紅磚步道重新整修鋪設，維護空間整潔及亮化工作，提昇社區環境品質。

合作主題
魅力綠帶花苗木銀行

志工人數
190

**高都
高雄市旗山區
糖廠社區發展協會**

見證民族歷史融合「閩客械鬥」的義勇公祠空地，同時也是糖廠社區重要入口。將重新整理空地，並保留老厝內部已長成的樹木，保留斑駁牆面以爬藤植物點綴，為歷史文化注入新活力。

合作主題
守護歷史文化

志工人數
149

**蘭揚
宜蘭縣五結鄉
上四社區發展協會**

為讓綠地植栽效果不理想的三角公園重新美化改頭換面，規劃修剪現有樹木，補植舊街路邊的金露花。並栽植多年生植物，加強環境綠美化，提高社區整體環境形象。

合作主題
三角櫻花公園

志工人數
100

**東部
花蓮縣光復鄉
大全社區發展協會**

位於光復鄉的拉索埃湧泉為現在最新的花東秘境，其湧泉清澈如水族箱。為不破壞湧泉區又能讓民眾體驗拉索埃之美，將於湧泉旁設置親水體驗池，並於三面岸邊規劃原生水生植物。夏季可供遊客與湧泉互動，冬季可作為景觀生態池。

合作主題
來鎖愛水岸生態親水池

志工人數
360



9.4 弱勢關懷

9.4.1 喜憨兒庇護工場計畫

2015 年啟動喜憨兒關愛計畫，於全台 121 個 TOYOTA 服務據點全面採購喜憨兒烘焙商品。藉由長期採購合約的簽訂，提供憨兒們長期、穩定的支持，並喚起更多社會大眾一同共襄盛舉。協助庇護工廠年收益約增加 1,000 萬元以上，捐贈醫療巴士乙台。



捐贈喜憨兒基金會醫療交通



集結志工協助喜憨兒包裝餅乾

9.4.2 暑期營養午餐

自 2013 年起，每年捐助兒童福利聯盟文教基金會「弱勢學童長假營養資助計畫」。三年來累積捐款 1,800 萬元，透過兒福聯盟的專業規劃與執行，攜手改善弱勢孩童暑期用餐的困境。

	營養午餐資助計畫		
	2013	2014	2015
受益學生數（人）	1,000	1,041	1,425
捐款金額（新台幣元）	6,000,000	6,000,000	6,000,000



2013 年起和泰汽車啟動弱勢學童暑期營養午餐捐助計畫



每年捐贈 600 萬元支援弱勢兒童暑期午餐



9.4.3 和泰號捐血車

自 2011 年起，每年捐贈大型捐血車給各捐血中心，目前已累積捐贈 6 台「和泰號」捐血車，分別於台北、新竹、台中、台南及花蓮地區進行採血服務，捐血車搭載最先進的採血儀器及設備，大幅提升民眾捐血時的便利、舒適與安全。

9.4.4 全國捐血月

自 2012 年開始，於每年的 8 月份舉辦「和泰汽車全國捐血月」，結合全體員工、集團關係企業及全國六大捐血中心於指定的 TOYOTA 據點及各地區捐血中心展開巡迴捐血活動。暑假期間一向是血源較為不足的血荒期，和泰汽車動員全體員工與集團各關係企業同仁一同響應捐血。截至 2015 年底已募集共 600 萬毫升熱血，希望藉此活動的發起，呼籲社會大眾一起捐血救人！

全國捐血月活動				
	2012	2013	2014	2015
參與人數（人次）	3,369	3,043	4,139	5,360
募集捐血量（毫升）	1,210,750	1,095,250	1,514,750	1,969,500



和泰汽車全國捐血月活動

9.5 學術培育

9.5.1 TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽

為了讓全球各地的學童了解到擁有夢想的重要與喜悅，TOYOTA 持續辦理全球夢想車創意繪畫大賽 (TOYOTA Dream Car Art Contest)，鼓勵學童發揮天馬行空的創意描繪出心中的夢想車，並藉由繪畫創作培養對汽車的熱愛。和泰汽車秉持在地深耕精神，自 2004 年首屆比賽以來，持續響應此國際賽事，至 2015 年已經邁入第十屆、累積超過 23 萬件的作品，是國內唯一與國際接軌的兒童繪畫比賽。

第 10 屆大賽共吸引全台超過 300 所學校報名參賽，徵件數高達 39,788 件。本次獲得金、銀或銅獎的學童除可獲得圖書禮券外，和泰汽車特別致贈各組金獎得主印有得獎者姓名的精美水彩木盒畫具組。此外，台灣區金獎的 9 件畫作將代表台灣參加世界大賽，獲獎者將在暑假期間前往日本參加頒獎典禮。



TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽作品數

	2011	2012	2013	2014	2015
A (8 歲以下)	29,462	16,852	9,270	14,498	6,258
B (8 至 11 歲)	28,743	9,638	18,209	13,457	29,843
C (12 至 15 歲)	13,038	513	5,628	5,571	3,687
總計	71,243	27,003	33,107	33,526	39,788

9.5.2 第一屆 LEXUS 新銳影展

LEXUS 校園競賽歷經十年耕耘，已有效促進品牌知名度與好感度。考量近年短片拍攝競賽蔚為風潮，自 2015 年起擴大舉辦校園活動並定調為「第一屆 LEXUS 新銳影展」。透過新銳影展，希望提供有潛力的新銳導演們發展創意的舞台，支持及培養未來具影響力的創意領導者；並藉此建立與年輕學子的溝通平台、維持長期良好的互動關係。延伸全球 LEXUS Short Films 的概念，「第一屆 LEXUS 新銳影展」競賽主題為 LIFE IS AMAZING，邀請全台大專院校年輕學子拍攝 300 秒創意短片，展現生活中的驚喜片段。活動從 3 月電影講座，4 月百強初選，5 月網路投票及 6 月頒獎典禮，徵得 887 件優秀作品，吸引近 800 名學生共襄盛舉。



2016 TOYOTA 夢想車繪畫大賽



LEXUS 新銳影展金獎《喬尼》製作團隊與全球 LEXUS 總部高田部長及和泰汽車蘇純興總經理合影



2016 TOYOTA 夢想車繪畫大賽





學校技能競賽及教材捐贈



學校技能競賽及教材捐贈



技術教育訓練



技術教育訓練



技術教育訓練

9.5.3 學校技能競賽

為培育汽車維修技術人才，並擴大產學合作成果，激發學生對汽車學習的興趣，自 2008 年起舉行第一屆的汽車技術支援計畫（TOYOTA-Technical Education Program, T-TEP）技能競賽活動，至 2014 年共連續舉辦六屆。藉由豐田提供之器材及經銷商提供之校學資源進行各學校間之技能競賽，以達到教學相長的目的。



T-TEP 學校技能競賽

舉辦年度	2008	2010	2011	2012	2013	2014
參賽學校數	24	24	22	24	24	24

註：T-TEP 學校技能競賽至 2008 起共舉辦六屆，目前已達成其階段性目標，因此於 2015 年起暫停舉辦此競賽。

9.5.4 教材捐贈

我們長期投入培育新一代汽車維修技術人才，自 1991 年起在臺灣實施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。至今已與多所工業職業學校建教合作，並捐贈各式和泰汽車高科技教具及教材，供學校師生實技實習。目前捐贈之教材與實習教育車輛，累積金額超過新台幣 2,450 萬元。



T-TEP 學校教育器材捐贈

	2013	2014	2015
捐贈器材名稱	GTS 檢診工具	實習車 & 活塞行程與曲軸角度示教板	行星齒輪組示教板
捐贈器材金額（新台幣元）	1,328,578	1,069,594	166,015



9.6 藝文與體育活動

9.6.1 LEXUS 經典饗宴—第六感生死戀

音樂劇《第六感生死戀》改編自 90 年代風靡全球的好萊塢同名電影，榮獲 1990 年奧斯卡最佳電影獎項提名的電影《第六感生死戀》曾贏得無數國際大獎，同時也是全球歷來享譽口碑、極為賣座的電影。這齣 25 年前令人盪氣迴腸的愛情故事，時至今日仍令無數人傾倒，且被認為是好萊塢史上最經典最浪漫的愛情故事之一。《第六感生死戀》優美經典的音樂、動感舞蹈搭配歷久彌新的故事情節，加上充滿現代科技的舞台場景、精心設計的燈光效果、還有讓人驚艷的魔幻特效。此劇榮獲東尼獎最佳女主角、最佳場景設計、燈光設計提名及奧立佛獎最佳音樂劇入圍，開啟新世代音樂劇視野及嶄新的觀賞體驗！



LEXUS 經典饗宴 - 第六感生死戀

重大考量面管理方針

類別 - 子類別	考量面	管理方針章節	章節名稱	頁碼	外部查證
經濟面	經濟績效	CH4.7	歷年財務績效	54	V
經濟面	市場形象	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86	V
經濟面	間接經濟衝擊	CH9.1	五大主題	121	V
環境面	原物料	CH8.2.2	降低環境衝擊	107	V
環境面	能源	CH8.3.1	能資源耗用	110	V
環境面	排放	CH8.3.2	溫室氣體減量	113	V
環境面	廢污水及廢棄物	CH8.3.3	污染物排放與廢棄物管理	114	V
環境面	產品及服務	CH8.2.1	產品認證	105	V
環境面	法規遵循	CH8.1.2	管理系統	102	V
環境面	交通運輸	CH8.3.4	車輛與零件運輸	115	V
環境面	整體情況	CH8.1.4	行動與計畫	104	V
環境面	供應商環境評估	CH6.2	和泰汽車供應商管理體系	78	V
環境面	環境問題申訴機制	CH8.4.6	申訴案件	119	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞僱關係	CH7.1.1	聘雇與留才	83	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞資關係	CH7.1.2	權益維護	86	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	職業健康與安全	CH7.2.1	推動安全管理	88	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	訓練與教育	CH7.3.1	一般與職能教育訓練	91	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	員工多元化與平等機會	CH7.1.1	聘雇與留才	83	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	女男同酬	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	供應商勞工實務評估	CH6.2	和泰汽車供應商管理體系	78	V
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞工實務問題申訴機制	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86	V
社會 - 人權	投資	CH7.1.2	權益維護	86	V
社會 - 人權	不歧視	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86	V
社會 - 人權	結社自由與集體協商	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86	V
社會 - 人權	強迫與強制勞動	CH7.1.1	聘雇與留才	83	V
社會 - 人權	人權評估	CH7.1.2	權益維護	86	V
社會 - 人權	供應商人權評估	CH6.2	和泰汽車供應商管理體系	78	V
社會 - 人權	人權問題申訴機制	CH7.1.2	權益維護	86	V
社會 - 社會	當地社區	CH9.1	五大主題	121	V
社會 - 社會	反貪腐	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47	V
社會 - 社會	公共政策	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47	V
社會 - 社會	反競爭行為	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47	V
社會 - 社會	法規遵循	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47	V
社會 - 社會	供應商社會衝擊評估	CH6.2	和泰汽車供應商管理體系	78	V
社會 - 社會	社會衝擊問題申訴機制	CH4.5	資訊安全	50	V
社會 - 產品責任	顧客的健康安全	CH5.6	提升產品安全性能	65	V
社會 - 產品責任	產品及服務標示	CH5.4	顧客滿意度調查	62	V
社會 - 產品責任	行銷溝通	CH5.4	顧客滿意度調查	62	V
社會 - 產品責任	顧客隱私	CH4.5	資訊安全	50	V
社會 - 產品責任	法規遵循	CH5.3	主動召回	61	V

重大考量面邊界

面向	實體名稱 重大考量面	組織內 實體	組織外					
		和泰 (含員工)	經銷商	供應商	投資人	客戶	社區	媒體
經濟面	經濟績效	●	●		●			
經濟面	市場形象	●			●			
經濟面	間接經濟衝擊				●		●	●
環境面	原物料	●	●	●		●		
環境面	能源	●				●		
環境面	排放		●			●	●	
環境面	廢污水及廢棄物		●			●	●	
環境面	產品及服務	●	●	●	●	●		
環境面	法規遵循	●	●				●	●
環境面	交通運輸	●	●	●				
環境面	整體情況	●	●	●		●	●	
環境面	供應商環境評估	●		●				
環境面	環境問題申訴機制	●	●				●	●
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞僱關係	●	●					
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞資關係	●	●					
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	職業健康與安全	●	●					
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	訓練與教育	●	●					
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	員工多元化與平等機會	●	●					
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	女男同酬	●	●					
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	供應商勞工實務評估	●		●				
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞工實務問題申訴機制	●	●					
社會 - 人權	投資	●			●			
社會 - 人權	不歧視	●	●					
社會 - 人權	結社自由與集體協商	●						
社會 - 人權	強迫與強制勞動	●	●					
社會 - 人權	人權評估	●	●					
社會 - 人權	供應商人權評估	●						
社會 - 人權	人權問題申訴機制	●	●					
社會 - 社會	當地社區	●	●				●	
社會 - 社會	反貪腐	●	●	●	●			●
社會 - 社會	公共政策	●						
社會 - 社會	反競爭行為	●			●			
社會 - 社會	法規遵循	●			●			
社會 - 社會	供應商社會衝擊評估	●		●				
社會 - 社會	社會衝擊問題申訴機制	●	●				●	
社會 - 產品責任	顧客的健康安全	●	●		●	●		
社會 - 產品責任	產品及服務標示	●				●		●
社會 - 產品責任	行銷溝通	●				●		●
社會 - 產品責任	顧客隱私	●	●			●		
社會 - 產品責任	法規遵循	●	●	●		●		

報告書指標對照表

揭露標準	類別 - 子類別	考量面	指標	說明	章節	章節名稱	頁碼	省略	外部查證
一般標準揭露			G4-1*	最高決策者對永續性議題與策略的聲明	經營者的話	經營者的話	經營者的話		V
一般標準揭露			G4-2	組織的關鍵衝擊、風險及機會	CH4.4	風險管理	50		V
一般標準揭露			G4-3*	組織名稱	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-4*	主要品牌、產品與服務	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-5*	組織總部所在位置	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-6*	營運所在的國家數量及國家名	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-7*	所有權的性質與法律形式	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-8*	所提供服務的市場	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-9*	組織規模	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-10*	員工總數	CH1.1	公司簡介	13		V
一般標準揭露			G4-11*	受集體協商協定保障之總員工數比例				無集體協商	V
一般標準揭露			G4-12*	組織的供應鏈	CH6.1	和泰汽車價值鏈	77		V
一般標準揭露			G4-13*	組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化				無重大改變	V
一般標準揭露			G4-14*	組織是否具有因應之預警方針或原則	CH4.4	風險管理	50		V
一般標準揭露			G4-15*	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	CH2.2	參與永續相關倡議	37		V
一般標準揭露			G4-16*	參與的公協會和國家或國際性倡議組織的會員資格	CH2.2	外部組織參與狀況	37		V
一般標準揭露			G4-17*	a. 組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體 b. 是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中	CH1.8	組織架構	24		V
一般標準揭露			G4-18*	a. 界定報告內容和考量面邊界的流程 b. 組織如何依循「界定報告內容的原則」	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-19*	所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	CH3.2	重大性議題與利害關係人溝通	39		V
一般標準揭露			G4-20*	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界	CH3.2/ 重大考量面邊界	重大性議題與利害關係人溝通	39/141		V
一般標準揭露			G4-21*	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界	CH3.2/ 重大考量面邊界	重大性議題與利害關係人溝通	39/141		V
一般標準揭露			G4-22*	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-23*	與先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變				無改變	V
一般標準揭露			G4-24*	進行議合的利害關係人群體	CH3.3	重大性議題與利害關係人溝通	41		V
一般標準揭露			G4-25*	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	CH3.3	重大性議題與利害關係人溝通	41		V
一般標準揭露			G4-26*	與利害關係人議合的方式與頻率	CH3.3	重大性議題與利害關係人溝通	41		V
一般標準揭露			G4-27*	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應	CH3.3	重大性議題與利害關係人溝通	41		V
一般標準揭露			G4-28*	所提供資訊的報告期間	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-29*	上一次報告的日期	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-30*	報告週期	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-31*	可回答報告或內容相關問題的聯絡人	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-32*	a. 選擇的「依循」選項 b. 針對所擇選項的 GRI 內容索引 c. 引述外部保證 / 確信報告	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-33*	a. 尋求外部保證 / 確信的政策與現行做法 b. 若未在永續報告書附帶保證 / 確信報告，則需說明已提供的任何外部保證 / 確信的根據及範圍 c. 組織與保證 / 確信雙方之間的關係 d. 最高治理機構與管理階層是否參與尋求永續報告書外部認證的程序	報告編撰原則	報告編撰原則	報告編撰原則		V
一般標準揭露			G4-34*	組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會	CH4.1	董事會運作	G4-EN6		V
一般標準揭露			G4-35	最高治理機構針對經濟、環境及社會議題，授權委任給高階管理階層與其他員工的流程	CH2.1	永續發展推動組織	G4-EN6		V

揭露標準	類別 - 子類別	考量面	指標	說明	章節	章節名稱	頁碼	省略	外部查證
一般標準揭露			G4-36	是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，並是否直接向最高治理機構報告	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-37	利害關係人與最高治理機構在經濟、環境和社會議題上諮詢的流程	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-38	最高治理機構及其委員會的組成	CH4.1	董事會運作	45		V
一般標準揭露			G4-39	最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	CH4.1	董事會運作	45		V
一般標準揭露			G4-40	最高治理機構及其委員會之提名與遴選流程，以及最高治理機構成員提名和遴選的準則	CH4.1	董事會運作	45		V
一般標準揭露			G4-41	最高治理機構如何確保避免及管理利益衝突之流程	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47		V
一般標準揭露			G4-42	最高治理機構與高階管理階層，在發展、核准與更新該組織之宗旨、價值或願景、策略、政策，以及與經濟、環境、社會衝擊相關之目標上的角色	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-43	為發展與提升最高治理機構在經濟、環境和社會議題上的整體知識所採取的措施	CH4.1	董事會運作	45		V
一般標準揭露			G4-44	a. 最高治理機構在經濟、環境和社會議題表現的評量流程 b. 因應最高治理機構於經濟、環境和社會議題之績效評量而採取之措施，至少應包括成員和組織行為的改變	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-45	a. 最高治理機構於鑑別與管理經濟、環境與社會產生之衝擊、風險和機會所扮演的角色 b. 與利害關係人之諮詢是否用於支持最高治理機構對經濟、環境和社會的衝擊、風險和機會之辨識與管理	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-46	最高治理機構在檢視組織針對經濟、環境和社會議題風險管理流程之有效性上的角色	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-47	最高治理機構檢視經濟、環境和社會衝擊、風險與機會之頻率	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-48	最高層級委員會或職位，其職責為正式檢視及核准組織永續性報告書，並確保已涵蓋所有重大考量面	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-49	與最高治理機構溝通重要關鍵議題的程序	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-50	與最高治理機構溝通之重要關鍵議題的性質和總數，以及後續所採取的處理和解決機制	CH2.1	永續發展推動組織	35		V
一般標準揭露			G4-51	a. 最高治理機構和高階管理階層的薪酬政策 b. 有關最高治理機構和高階管理階層在經濟、環境和社會目標的績效標準如何與薪酬政策連結	CH4.1	董事會運作	45		V
一般標準揭露			G4-52	薪酬決定的流程	CH4.1	董事會運作	45		V
一般標準揭露			G4-56*	組織之價值、原則、標準和行為規範	CH1.3	願景與使命	14		V
一般標準揭露			G4-57	對倫理與合法行為徵詢意見及組織誠信相關事務之內、外部機制	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47		V
一般標準揭露			G4-58	舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內、外部機制	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47		V
特定標準揭露	經濟面	經濟績效	G4-EC 1	組織所產生及分配的直接經濟價值	CH4.7	歷年財務績效	54		V
特定標準揭露	經濟面	經濟績效	G4-EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	CH8.2.1	產品認證	105		V
特定標準揭露	經濟面	經濟績效	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86		V
特定標準揭露	經濟面	經濟績效	G4-EC4	自政府取得之財務補助				無此情事	V
特定標準揭露	經濟面	市場形象	G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員之標準薪資與當地最低薪資的比例	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86		V
特定標準揭露	經濟面	市場形象	G4-EC6	在重要營運據點，僱用當地居民為高階管理階層的比例	CH7.1.1	聘雇與留才	83		V
特定標準揭露	經濟面	間接經濟衝擊	G4-EC7	基礎設備的投資與支援服務的發展及衝擊	CH9.1	五大主題	121		V
特定標準揭露	環境面	原物料	G4-EN2	使用再生原物料的百分比	CH8.2.2	降低環境衝擊	107		V
特定標準揭露	環境面	能源	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	CH8.3.1	能資源耗用	110		V
特定標準揭露	環境面	能源	G4-EN5	能源密集度	CH8.3.1 CH8.4.1	能資源耗用 能資源耗用	110 116		V
特定標準揭露	環境面	能源	G4-EN6	減少能源的消耗	CH8.3.2 CH8.4.2	溫室氣體減量 溫室氣體減量	113 116		V
特定標準揭露	環境面	能源	G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	CH8.2.1	產品認證	105		V

揭露標準	類別 - 子類別	考量面	指標	說明	章節	章節名稱	頁碼	省略	外部查證
特定標準揭露	環境面	水	G4-EN8	依來源劃分的總取水量	CH8.3.1 CH8.4.1	能資源耗用 能資源耗用	110 116		V
特定標準揭露	環境面	排放	G4-EN15	直接溫室氣體排放	CH8.3.2 CH8.4.2	溫室氣體減量 溫室氣體減量	113 116		V
特定標準揭露	環境面	排放	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量	CH8.3.2 CH8.4.2	溫室氣體減量 溫室氣體減量	113 116		V
特定標準揭露	環境面	排放	G4-EN18	溫室氣體排放強度	CH8.3.2 CH8.4.2	溫室氣體減量 溫室氣體減量	113 116		V
特定標準揭露	環境面	排放	G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	CH8.3.2 CH8.4.2	溫室氣體減量 溫室氣體減量	113 116		V
特定標準揭露	環境面	排放	G4-EN20	臭氧層破壞物質 (ODS) 的排放	CH8.2.2	降低環境衝擊	107		V
特定標準揭露	環境面	排放	G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他顯著氣體的排放	CH8.4.3	污染物排放	117		V
特定標準揭露	環境面	廢污水及廢棄物	G4-EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排放水量	CH8.3.1	能資源耗用	110		V
特定標準揭露	環境面	廢污水及廢棄物	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	CH8.3.3 CH8.4.4	污染物排放與廢棄物管理 廢棄物管理	114 117		V
特定標準揭露	環境面	廢污水及廢棄物	G4-EN25	組織運輸、輸入、輸出被「巴塞爾公約」附錄 I、II、III、VIII 視為有害廢棄物的物質之重量，以及運往國外的百分比	CH8.4.4	廢棄物管理	118		V
特定標準揭露	環境面	產品及服務	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	CH8.2.1 CH8.2.2	產品認證 降低環境衝擊	105 107		V
特定標準揭露	環境面	產品及服務	G4-EN28	按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比	CH8.3.3 CH8.4.4	污染物排放與廢棄物管理 廢棄物管理	114 117		V
特定標準揭露	環境面	法規遵循	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數				無鉅額罰款違規	V
特定標準揭露	環境面	交通運輸	G4-EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	CH8.3.4	車輛與零件運輸	115		V
特定標準揭露	環境面	整體情況	G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	CH8.1.4 CH8.4.5	行動與計畫 環保投資	104 119		V
特定標準揭露	環境面	供應商環境評估	G4-EN33	供應鏈對環境有顯著實際或潛在的負面影響，以及所採取的行動	CH 6.2	和泰汽車供應商管理體系	78		V
特定標準揭露	環境面	環境問題申訴機制	G4-EN34	經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴之數量	CH8.4.6	申訴案件	119		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞僱關係	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工總數及比例	CH7.1.1	聘雇與留才	83		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞僱關係	G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞僱關係	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	勞資關係	G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期				依勞基法規定	V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	職業健康與安全	G4-LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	CH7.2.1	推動安全管理	88		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	職業健康與安全	G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	CH7.2.3	職災防範	90		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	職業健康與安全	G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工	CH7.2.3	職災防範	90		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	訓練與教育	G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	CH7.3.1 CH7.3.2 CH7.3.3	一般與職能教育訓練 菁英培育計畫 技術教育訓練	91 94 95		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	訓練與教育	G4-LA10	加強員工的持續受聘能力以及協助員工管理職業退休生涯的職能管理及終生學習計畫	CH7.3.2 CH7.3.3	菁英培育計畫 技術教育訓練	94 95		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務與尊嚴勞動	訓練與教育	G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職業發展檢視的員工比例	CH7.3.4	績效與職能評核	99		V

揭露標準	類別 - 子類別	考量面	指標	說明	章節	章節名稱	頁碼	省略	外部查證
特定標準揭露	社會 - 勞工實務 與尊嚴勞動	員工多元化 與平等機會	G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	CH4.1 CH7.1.1	董事會運作 聘雇與留才	45 83		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務 與尊嚴勞動	女男同酬	G4-LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬比率	CH7.1.3	薪酬與福利制度	86		V
特定標準揭露	社會 - 勞工實務 與尊嚴勞動	供應商勞工 實務評估	G4-LA15	供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊，以及所採取的行動	CH 6.2	和泰汽車供應商管理體系	78		V
特定標準揭露	社會 - 人權	投資	G4-HR1	載有人權條款或已進行人權篩選的重要投資協定及合約的總數及百分比				無重大投資	V
特定標準揭露	社會 - 人權	不歧視	G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	CH7.1.2	權益維護	86		V
特定標準揭露	社會 - 人權	結社自由與 集體協商	G4-HR4	已鑑別為可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 人權	強迫與強制 勞動	G4-HR6	已發現具有嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 人權	供應商人權 評估	G4-HR11	供應鏈對人權有顯著實際或潛在負面的衝擊，以及所採取的行動				主要供應商為日本豐田，無重要人權影響。若有相關情事發生時將會於公開資訊進行相關報告。	V
特定標準揭露	社會 - 人權	人權問題申 訴機制	G4-HR12	經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴之數量	CH7.1.2	權益維護	86		V
特定標準揭露	社會 - 社會	當地社區	G4-SO2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運據點	CH9.3.2	環境月活動	126	無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 社會	反貪腐	G4-SO3	已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47		V
特定標準揭露	社會 - 社會	反貪腐	G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47		V
特定標準揭露	社會 - 社會	反貪腐	G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47		V
特定標準揭露	社會 - 社會	公共政策	G4-SO6	按國家和接受者 / 受益者分類的政治獻金總值	CH4.2	誠信經營 - 落實法規依循	47		V
特定標準揭露	社會 - 社會	反競爭 行為	G4-SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 社會	法規遵循	G4-SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 社會	供應商社會 衝擊評估	G4-SO10	供應鏈對社會的顯著實際或潛在負面衝擊，以及所採取的行動	CH 6.2	和泰汽車供應商管理體系	78		V
特定標準揭露	社會 - 社會	社會衝擊問 題申訴機制	G4-SO11	經由正式申訴機制立案、處理和解決的社會衝擊申訴之數量	CH4.5	資訊安全	50		V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	顧客的健康 安全	G4-PR1	為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之比例	CH4.5 CH5.6	資訊安全 提升產品安全性能	50 65		V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	顧客的健康 安全	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	產品及服務 標示	G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比				所有販售之車輛與服務揭依規定標示	V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	產品及服務 標示	G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	產品及服務 標示	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	CH5.4	顧客滿意度調查	62		V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	行銷溝通	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	行銷溝通	G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數				無此情事	V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	顧客隱私	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	CH4.5	資訊安全	50		V
特定標準揭露	社會 - 產品責任	法規遵循	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額				無此情事	V

獨立保證意見聲明書

和泰汽車股份有限公司 2015 年度企業社會責任報告書

英國標準協會與和泰汽車股份有限公司(簡稱和泰汽車)為相互獨立的公司。英國標準協會除了針對和泰汽車 2015 年度企業社會責任報告書進行評估和查證外，與和泰汽車並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書的目的，僅作為對下列有關和泰汽車企業社會責任報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外，對於關於其他目的之使用，或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人，英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書係基於和泰汽車提供予英國標準協會之相關資訊審查所作成之結論，因此審查範圍乃基於並侷限在這些提供的資訊內容之內。英國標準協會認為這些資訊內容都是完整且準確的。

對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問，將由和泰汽車一併回覆。

查證範圍

和泰汽車與英國標準協會協議的查證範圍包括：

1. 整份報告書內容有關 2015 年度和泰汽車於台灣地區總部位及其相關營運系統與活動。
2. 依照 AA1000 保證標準(2008)的第 1 應用類型評估和泰汽車遵循 AA1000 當責性原則標準的本質和程度，不包括對於報告書揭露的資訊/數據之可信程度的查證。

本聲明書以英文作成原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 2015 年度企業社會責任報告書內容，對於和泰汽車的相關運作與績效則提供了一個公平的觀點。基於保證範圍限制事項，和泰汽車所提供資訊與數據以及抽樣之測試，此報告書並無重大的不實陳述。我們相信有關和泰汽車 2015 年度的經濟、社會及環境等績效指標是相互確無誤地呈現。報告書所揭露的績效指標展現了和泰汽車對識別利害關係人的努力。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準(2008)查證能力之團隊執行，以及策劃和執行這部分的工作，以獲得必要的訊息資料及說明。我們認為和泰汽車所提供的足夠證據，表明其遵循 AA1000 保證標準(2008)的報告方法與他們的自我聲明符合全球永續性報告 G4 規範指南核心選項披露公允的。

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政策進行管理層訪談，以確認其報告書中聲明書的合適性
- 與和泰汽車管理層討論有關利害關係人參與的方式。然而，我們並無直接接觸外部利害關係人
- 訪談 20 位與永續性管理、報告書編製及資訊提供有關的員工
- 審查有關組織的關鍵性發展
- 審查內部稽核的發現
- 審查報告書中所作宣告的支持性證據
- 針對公司報告書及其相關 AA1000 保證標準(2008)中所述有關包容性、重大性及回應性原則的流程管理進行審查

結論

針對包容性、重大性及回應性之 AA1000 當責性原則與全球永續性報告 G4 指南的詳細審查結果如下：

包容性

2015 年度報告書反映出和泰汽車已尋求利害關係人的參與，以發展及達成對企業社會責任具有實質且策略性的回應。此系統正被發展以產生必要的資訊。報告書中已公正地報告與揭露經濟、社會及環境的訊息，足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了和泰汽車的包容性議題。

重大性

和泰汽車公布永續經營相關資訊使利害關係人得以對公司的管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了和泰汽車的重大性議題。

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的回應性議題。然而，未來的報告書可以進一步加強以下的項目：

— 為能提升提供利害關係人報告書中永續性績效資訊之可靠度，鼓勵尋求 AA1000 保證標準(2008)的第二類型查證。

全球永續性報告指南

和泰汽車提供有關遵循全球永續性報告 G4 版指南(GRI G4)的自我宣告，其相當於“核心選項”(揭露每項重大考量面有關的至少一個績效指標)的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照 GRI 的社會責任與永續發展的相關指標已被報告、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公司的社會責任與永續性議題。然而，未來的報告書可以考慮加強以下的項目以進行持續改善：

— 隨著標準的發展，持續關注於同業實得有關永續發展的程序和方案的實施。

保證等級

依據 AA1000 保證標準(2008)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的範圍與方法。

責任

這份企業社會責任報告書所屬責任，如同責任信中所宣稱，為和泰汽車公司負責人所有。我們的責任為基於所描述的範圍與方法，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資深，且接受過如 AA1000AS、ISO 14001、OHSAS 18001、ISO 14064 及 ISO 9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練，具有主導稽核員與碳足跡查證員資格之成員組成。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
27 June, 2016

bsi.

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-4

Taiwan Headquarters: 5th Floor, No. 39, Ji-Hua Rd., Nei-Hia Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.

BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

