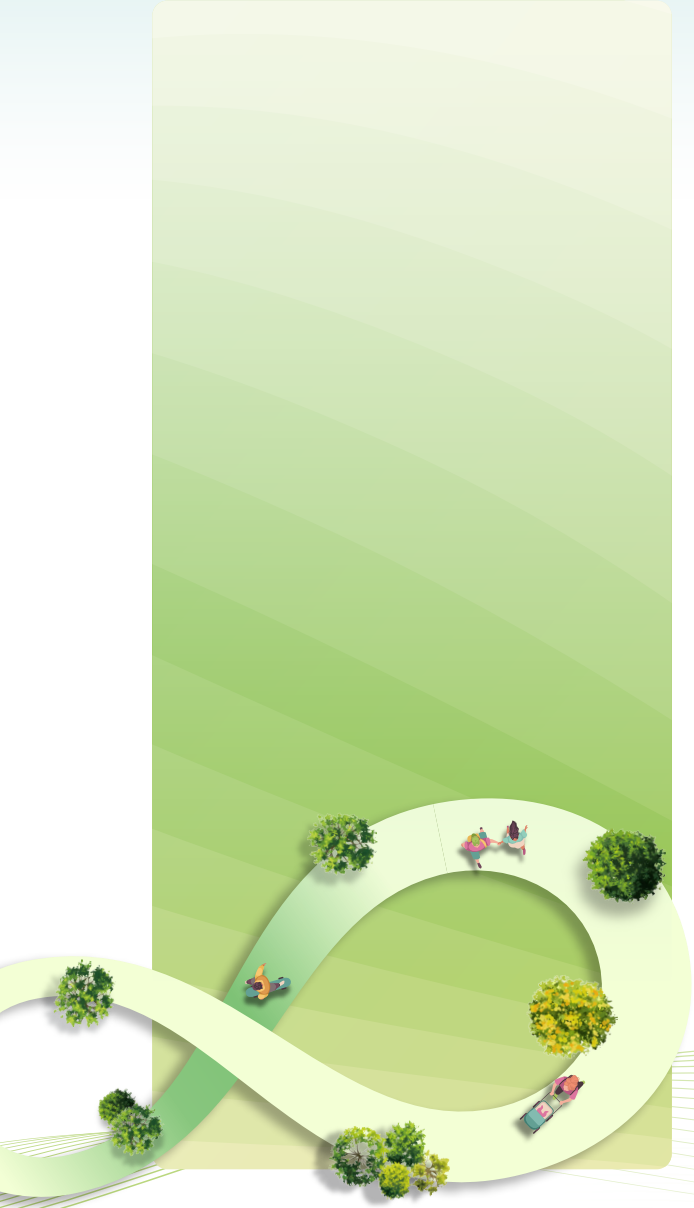
和泰集團
Hotai Group

和泰汽車股份有限公司
Hotai Motor Co., Ltd.

2024 和泰汽車永續報告書 Sustainability Report

和泰集團
與美好台灣同行

CONTENTS 目 錄



經營者的話 3

01 關於和泰 4

1.1 和泰的成立與發展歷史 5
1.2 集團事業版圖 6
1.3 傳承 78 年的光輝史 7
1.4 願景、使命與方針 12
1.5 銷售網絡與服務 14
1.6 民國 113 年 (2024 年) 獲獎與榮耀 15
1.7 民國 113 年 (2024 年) 永續亮點 15

02 永續管理與誠信經營 16

2.1 企業永續政策 17
2.2 企業治理架構 19
2.3 永續里程碑 22
2.4 重大性分析 23
2.5 外部組織參與 30
2.6 資訊揭露 33
2.7 風險管理 35
2.8 財務績效 38
2.9 外部組織參與 38

03 移動自由 Mobility 39

3.1 樂在 TOYOTA 的服務文化 40
3.2 產品設計與生產 42
3.3 顧客關係管理 46
3.4 顧客隱私保護 52
3.5 經銷商管理 53
3.6 供應商管理 59

04 社會共好 Openness 61

4.1 量產幸福：串聯公益與交通安全 63
4.2 教育扎根 青年賦能 65
4.3 攜手共好 美好台灣 70

05 人才價值 Value 76

5.1 培育與職涯發展 77
5.2 權益與福祉 80
5.3 職業安全衛生管理 85

06 環境友善 Eco 91

6.1 環保理念 92
6.2 綠色營運 95
6.3 氣候變遷管理 99
6.4 環保產品設計 103
6.5 經銷商環保績效 105
6.6 供應商環保績效 108

附錄 110

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

經營者的話

面對成熟且競爭的汽車市場，和泰汽車始終秉持「沒有最好，只有更好」的精神，以顧客需求為第一優先，2025 年將不斷創新，持續抱持「Think Amazing」思維，帶給消費者最完美的顧客體驗，創造集團移動服務全新時代，不僅實踐「Do Amazing」的目標，更要「Do Impossible」，朝向汽車業永續標竿邁進。

移動自由 Mobility

提供多元能源的產品陣容，以及推動交通行動服務（MaaS） 多樣的移動可能

近年台灣本島內移動需求持續提升，和泰汽車在豐田母廠的支持下，2024 年導入全新 LEXUS LBX 車系；亦持續推出改款及強化之 TOYOTA COROLLA ALTIS GR SPORT、CAMRY、COROLLA CROSS 及 LEXUS UX 車系，商用車部分在 HINO 全車系及 TOYOTA HIACE、GRANVIA 也增加多項安全便利配備，全年表現超出預期，大型車與小型車全體經銷商齊力達成全年 15.9 萬輛的登錄台數，蟬聯 23 年台灣車市龍頭寶座。其中，TOYOTA 穩居國產車與進口車雙料冠軍，COROLLA CROSS、TOWN ACE、RAV4、YARiS CROSS、ALTIS 等五款車也榮登全年前十大小型車款之列。而 LEXUS RX 與 NX 則分別在豪華中大型與中型 SUV 級距中獲得銷售冠軍，另在中小型 SUV 級距，UX 與 LBX 亦為 LEXUS 取得最高市佔率。

社會共好 Openness

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

致力整合集團內、外部資源並與利害關係人溝通合作，積極推動公益活動，擴大社會影響力。2024 年延續「原夢代表隊」贊助新竹縣嘉興及桃山國小泰雅族國小合唱團前往義大利及紐西蘭比賽；更持續運用和泰本業的共享移動服務，「量產幸福 移動公益」行動以 yoxi 提供弱勢兒少移動需求，完成全台 6 都（台北、新北、桃園、台中、台南、高雄）移動服務布局，並與多家 NGO（麥當勞叔叔之家慈善基金會、台灣兒童暨家庭扶助基金會、等家寶寶社會福利協會、喜憨兒社會福利基金會、佛教慈濟慈善事業基金會）合作，累積捐贈 2.6 萬趟接駁；和泰汽車亦長期支持台灣藝術與文化的長期發展，TOYOTA 及 Lexus 持續舉辦相關藝文體育培育活動，包含 LEXUS DESIGN AWARD 全球設計大賞、LEXUS MY FILM 短影音風格影展、時尚盛會《2024 臺北時裝週 x VOGUE Fashion's Night Out》等，鼓勵年輕創作者揮灑創意；TOYOTA 長年支持台灣體壇發展，2024 年贊助 TPBL 新北中信特攻籃球隊、UBA 大專籃球聯賽及 HBL 高中籃球聯賽轉播等各級賽事，並贊助《hito 流行音樂獎頒獎典禮》、大型演唱會等流行音樂盛事，傳遞對多元文化的支持、積極建立與各世代群眾的溝通橋樑，力挺年輕世代無所畏懼，勇敢追尋自己的夢想。

在強化法規遵循方面，我們建置完整的風險管理機制，落實資安與個人資料保護機制。透過制定有關著作權、商標、機敏資產、研發成果及專利權等內部規範，以及對員工與經銷商分別進行個人資料與著作權的訓練課程，強化人員的專業概念。在永續推動上，連續 9 年榮獲 TCSA 永續報告獎、永續績效獎與社會共融獎外，更連續 10 年榮獲「天下永續公民獎」，持續邁向更永續的未來。

人才價值 Value

建構健康、快樂的職場環境；注重人才發展，共同永續發展

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

我們提供優渥的薪資待遇，非主管員工平均年薪 267.7 萬，中位數 210.3 萬，維持同業待遇第一，年度調薪平均為 2~3%，連年發放 3 個月年終獎金，同時提供具吸引力的福利，包含旅遊補助每年 5 萬元、三節獎金等；並提供多樣的社團資源讓同仁參與，維持身心平衡，在完善的福利制度下，我們的育嬰留停復職率達 100%，也讓近三年的平均離職率維持在 3.94%，低於業界水準。對於員工培育亦不遺餘力，透過多元化的訓練管道、讓同仁們適才適所，2024 年全員平均訓練時數逾 10 小時。有健康的員工，企業才能永續發展，因此我們提供優於法規頻率的健檢內容，同仁可以依自身需求多元選擇；更提供完善健檢費用額度，員工健檢率逐年提升，2024 年已達 93.6%，照顧健康更全面。

環境友善 Eco

推動集團各項節能減碳措施，實踐環境友善

和泰汽車以豐田母廠設定的 2050 年環境願景 6 大挑戰作為方向，並以“碳中和”為終極目標，推動各項環境管理業務。短程目標設定以 2019 年為基準年，2025 年排放量下降 15%（和泰挑戰下降 18%），中程目標則是 2030 年排放量下降 32%（和泰挑戰下降 33%）。我們持續採用 TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）架構，管理氣候變遷之風險與機會，以達到 2050 年前新車、車輛生命週期、工廠等三項 CO_2 零排放，以及優化及少量用水，建立循環型社會，和大自然和諧相處等遠大目標，在「生物多樣性」方面更續行並擴大「台灣原生動物守護計畫」，新增與台北市立動物園合作，捐贈動物園和泰 17 號 – TOYOTA COROLLA CROSS，執行本土物種救傷、野放個體追蹤、保育教育推廣等工作；並與生多所共同舉行「保育我最行 一起平安歸」特展，宣揚避免野生動物路殺議題。我們亦積極實施各項節能方案，並不斷提升與改善能源使用效率，致力減緩氣候變遷帶來的影響，2024 年較前一年度減少 49.07 公噸的溫室氣體（範疇一 & 範疇二），並協助全台經銷商據點 100% 通過 ISO14001 認證，落實供應鏈管理。全台落實 HV 電池 100% 回收；針對經銷商及集團之主管、同仁，舉辦內部永續教育，提升環境永續意識；TOYOTA 一車一樹計劃累積已種植 91 萬顆樹。我們持續支援合作夥伴的環境行動，以確保各領域皆被納入環境風險的考量，同時全力配合豐田母廠對環境保護的要求，整合集團推動成果，帶動集團邁向移動永續新時代。

和泰汽車股份有限公司
董事長

和泰汽車股份有限公司
副董事長 並任 總經理

01
關於和泰

1.1 和泰的成立與發展

和泰汽車創立於 1947 年，迄今已走過逾 78 個年頭，初期以貿易為主要業務，陸續取得豐田、日野、Lexus 等汽車知名品牌之代理權，為日本豐田汽車海外市場的首家總代理。和泰汽車於 1997 年正式於台灣證券交易所掛牌上市，股票代號 2207，總部位於台北市中山區松江路 121 號 8-14 樓。

為因應能源短缺及油價高漲等永續性經營議題，和泰汽車自 2006 年起率先引進日本豐田汽車具備先進環保技術的油電複合動力車（Hybrid），經過多年推廣，已逐漸被消費者接受並衍生出國產化需求。同時，我們所代理的 Lexus 豪華進口車、TOYOTA 乘用車及 TOYOTA ／ HINO 商用車，皆以優異的品質以及完善的售後服務聞名於業界，連續 23 年穩居市場佔有率第一名。

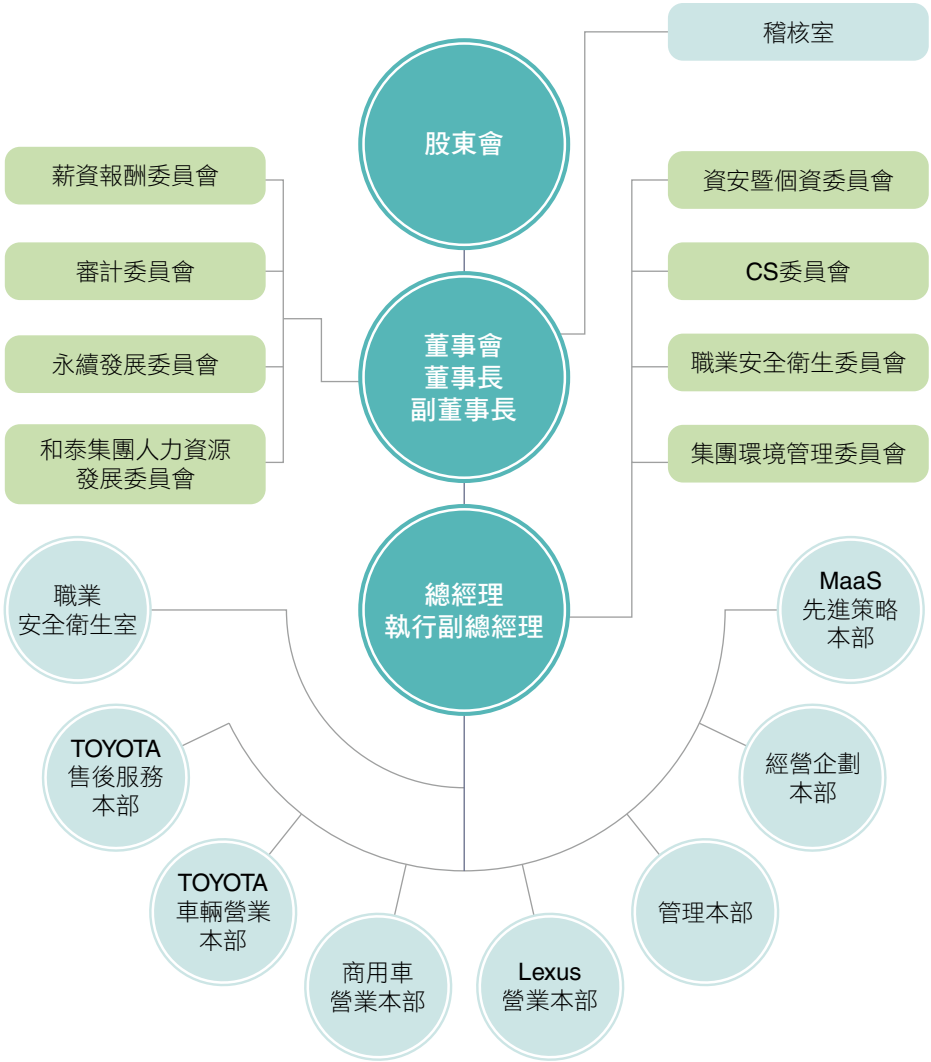
總市場佔有率（TOYOTA+LEXUS+HINO）

	排名	台數	總市場	佔有率
2021	NO.1	156,072	449,859	34.7%
2022	NO.1	150,252	429,731	35.0%
2023	NO.1	166,414	476,987	34.9%
2024	NO.1	159,608	457,830	34.9%

註：以上為登錄（領照）台數

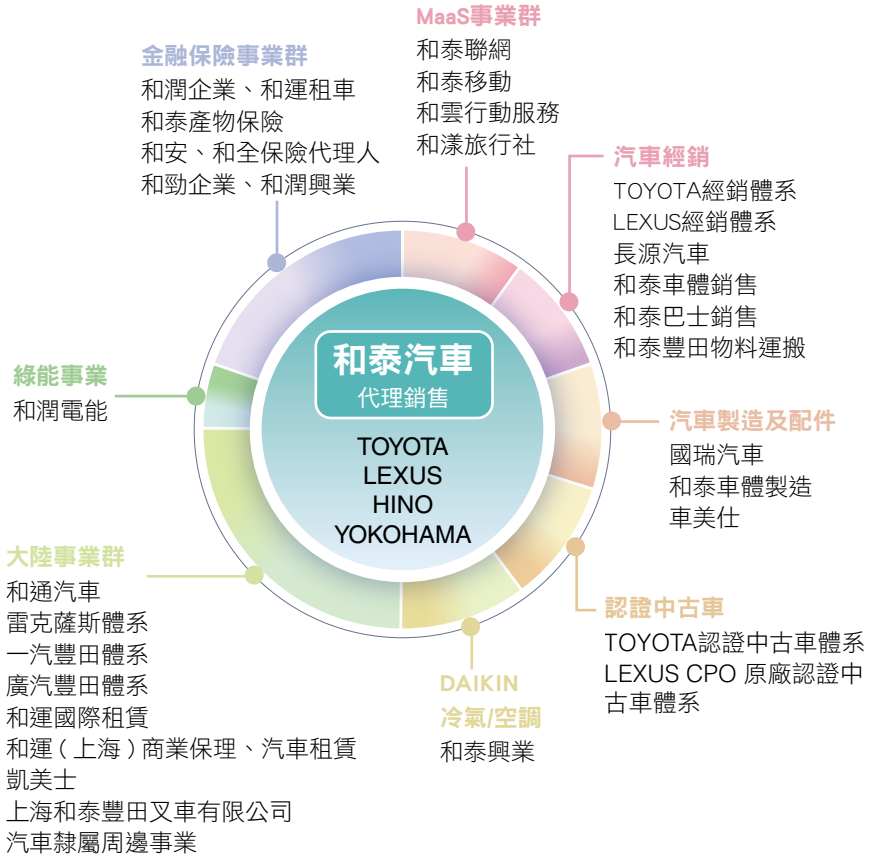
組織架構

(註) 2025.06.13 生效



1.2 集團事業版圖

為了提供顧客更周全完善的服務，和泰集團持續發展汽車價值鏈及移動服務相關事業，跨足汽車經銷、汽車製造及配件、認證中古車、金融保險、MaaS 事業、海外投資等。各相關企業間彼此相互串聯，突破侷限，以健全的價值鏈創造極大化的效益。



1.3 傳承 78 年的光輝史

走過 78 年**改變 為了更好**

78 年以來的每一步改變，成就了每一階段的里程碑。
讓每一天，都為了更好而前進！

2024

2024.12
和泰汽車三品牌合計登錄逾 15.9 萬台，蟬聯 23 年台灣車市銷售冠軍，其中 Lexus 連續兩年取得豪華車市場冠軍、TOYOTA COROLLA CROSS 連續四年稱霸單一車款銷售冠軍、TOYOTA 及 HINO 3.49 噸（含）以上達成商用車市場銷售冠軍四連霸

2024.12
TOYOTA GR YARiS 手排版全新改款上市

2024.12
TOYOTA GR 品牌嘉年華首次舉辦 Corolla Cup 統規賽車示範賽

2024.12
和泰汽車連續 9 年獲台灣企業永續研訓中心「台灣企業永續獎（TCSA）」

2024.12
和泰汽車獲頒教育部體育署「運動企業認證」

2024.11
Lexus RZ 450e 旗艦版限量上市

2024.11
TOYOTA 一車一樹活動 90 萬棵種植達成

2024.11
和泰集團捐贈和泰 13 號捐血車；連續 13 年舉辦全台捐血串聯活動

2024.10
和泰集團旅遊規劃 APP「去趣」會員數突破百萬

2024.10
和泰集團「量產幸福 移動公益」擴大服務前進台北，提供 6 都公益接駁

2024.10
和泰集團第七度舉辦志工植樹，保育台灣海岸線

2024.10
TOYOTA COROLLA CROSS 全新改款上市

2024.09
和泰汽車連續 10 年獲「天下永續公民獎」

2024.09
和泰集團設立和泰巴士銷售（股）公司

2024.08
和泰集團「導護志工裝備捐贈計畫」連續 14 年，累計捐贈 13 萬套

2024.08
和泰集團「原夢代表隊」贊助嘉興國小獲「義大利安德烈·德爾·委羅基奧國際合唱比賽」雙金質獎等六項大獎；桃山國小獲「紐西蘭世界合唱大賽」金質獎

2024.07
和泰集團「量產幸福 移動公益」擴大服務前進桃園

2024.07
TOYOTA CAMRY 全新改款上市

2024.06
TOYOTA 成立首間離島原廠據點 - 澎湖保修站

2024.05
TOYOTA COROLLA ALTIS GR SPORT 全新改款上市

2024.05
TOYOTA 社區型保修站突破 100 間

2024.04
和泰集團淨灘減塑全台總動員

2024.04
Lexus NX 350 Overtrail 版全新上市

2024.03
HINO 500 系 17 噸鋁合金鷗翼大貨車全新上市

2024.02
TOYOTA HIACE 露營車全新上市

2024.02
Lexus UX 全新改款上市

2024.01
Lexus LBX 全新上市

2024.01
和泰集團設立和潤興業（股）公司

2023

2023.12
和泰汽車三品牌合計登錄 16.6 萬台，蟬聯 22 年台灣車市銷售冠軍，其中 Corolla Cross 連續三年稱霸單一車款銷售冠軍。HINO 獲得商用車總市場銷售冠軍三連霸

2023.11
TOYOTA 顧客服務中心榮獲 2023「臺灣客服中心評鑑」金獎

2023.10
和泰汽車總經理蘇純興榮獲「IDC 2023 年未來企業年度 CEO 大獎」

2023.08
和泰集團推出旅遊規劃 APP「去趣」

2023.07
第 9 年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀

2023.06
「移動公益幸福行動」（現：量產幸福 移動公益專案）捐千趟 yoxi 接送及志工服務支持麥當勞叔叔之家

2023.03
「和泰車體製造公司」於彰化溪州落成啟用

2023.02
和泰集團設立充壩技術服務（股）公司

2022

2022.12
和泰汽車三品牌合計登錄 15 萬台，蟬聯 21 年台灣車市銷售冠軍，其中 Corolla Cross 連續二年稱霸單一車款銷冠軍。HINO 獲得商用車總市場銷售冠軍二連霸

2022.12
和泰汽車榮獲行政院國家發展委員會「國家永續發展獎」

2022.11
Lexus 在台 25 週年，累積銷售突破 25 萬台

2022.09
和泰集團發起「原夢國家隊」（現：原夢代表隊）公益計畫

2022.06
和泰集團設立和漾旅行社（股）公司

2022.06
和泰集團發起台灣原生動物守護計畫「虎力平安元年」

2022.04
和泰集團線上商城「HOTAI 購」盛大開台

2022.04
和泰集團發起「yoxi 移動公益幸福行動」（現：量產幸福 移動公益專案）

2022.02
和泰集團設立和潤電能（股）公司

2021

2021.12
和泰汽車三品牌合計登錄 15.6 萬台，蟬聯 20 年台灣車市冠軍，其中 Corolla Cross 稱霸單一車款銷售冠軍。TOYOTA 及 HINO 商用車合計登錄 9,422 台，刷新和泰商用車在台銷售新紀錄，獲得商用車總市場銷售冠軍

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

2021.09
TOYOTA 一車一樹活動 50 萬棵種植達成

2021.07
和泰集團設立和泰車體銷售（股）公司

2021.05
和泰集團以行動捐款台北市及新北市 力挺全民抗疫

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

2020

2020.12
TOYOTA 及 Lexus 合計登錄 146,194 台，蟬聯 19 年台灣車市銷售冠軍，TOYOTA 以 ALTIS、RAV4 穩居國產車、進口車雙料榜首，其中 RAV4 不僅是銷售冠軍，也是史上第一台年販超過 3 萬台的 SUV 車種。HINO 連續 11 年大型商用車 NO.1

2020.12
TOYOTA 一車一樹活動 40 萬棵種植達成

2020.12
和泰汽車連續 6 年榮獲《管理雜誌》「消費者心目中理想品牌」汽車類第一名

2020.11
yoxi 乘車派遣服務正式上線

2020.08
台灣豐田產業機械（股）更名為和泰豐田物料運搬（股）公司

2020.08
和泰汽車榮獲「唯一連續 30 年經營績效五百強企業」、「連續 30 年營收百大企業」雙殊榮

2020.06
和泰集團設立和泰車體製造（股）公司

2020.05
Lexus 在台銷售 20 萬台

2020.04
和泰集團設立和泰移動（股）公司

2019

2019.12
TOYOTA 及 Lexus 合計登錄 141,891 台，蟬聯 18 年台灣車市銷售冠軍，其中 COROLLA ALTIS 連續 19 年蟬聯單一車款銷售冠軍，RAV4 穩坐台灣 SUV 市場 NO.1 的寶座。HINO 連續 10 年大型商用車 NO.1

2019.12
和潤企業掛牌上市

2019.10
國瑞汽車榮獲經濟部「傑出貢獻外商獎」

2019.05
和泰汽車三度蟬聯公司治理評鑑上市公司排名前 5%
並獲得台北市「勞動安全獎」殊榮

2019.03
TOYOTA 導入新型態服務據點－社區型保修站

2019.01
和泰集團設立和雲行動服務（股）公司

2018

2018.12
TOYOTA 及 Lexus 2018 年總登錄台數共 120,766 台，蟬聯台灣車市龍頭寶座 17 年。Lexus 摘下高級豪華品牌 NO.2 寶座。HINO 連續第 9 年大型商用車 NO.1

2018.10
和潤企業上櫃

2018.06
和泰汽車投資日本豐田自動車株式會社股票新台幣 60 億

2018.02
日本豐田汽車，日野汽車及台灣和泰．國瑞汽車集團關懷花蓮地震捐款賑災

2017

2017.12
TOYOTA 及 Lexus 2017 年小型車總登錄台數共 128,084 台，蟬聯台灣車市龍頭寶座 16 年。TOYOTA ALTIS、RAV4、SIENTA 坐擁乘用車款銷售排行前三名。Lexus RX 穩坐豪華 SUV 霸主地位。HINO 連續第 8 年大型商用車 NO.1

2000s

2009.05
和泰集團設立東部汽車（股）公司

2008.04
中古車拍賣事業「和運勁拍中心」開幕

2008.04
和泰增資國瑞汽車至 30%

2007.05
楊梅第二倉庫開幕

2003.01
和泰集團設立台灣豐田產業機械（股）公司

2003.01
和泰集團設立長源汽車（股）公司

2002.02
和泰集團設立車美仕（股）公司

2000.03
楊梅物流中心正式啟用

1990s

1999.06
和泰集團設立和運租車（股）公司

1999.05
和泰集團設立和潤企業（股）公司

1997.11
大陸首家據點上海和裕開幕

1997.09
正式引進 Lexus 品牌至台灣

1997.02
本公司以第一類股票在台灣證券交易所掛牌買賣

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

2017.09
和泰集團設立和泰聯網（股）公司

2017.09
和泰汽車歡慶邁入 70 週年，提出願景「think Amazing」

2017.05
和泰汽車公司治理評鑑進入全體上市公司排名前 5%

2017.03
蘇黎世產險（股）公司更名為和泰產險（股）公司

2017.01
和泰集團併購蘇黎世產險（股）公司

2010s

2016.12
TOYOTA《驅動城市》App 歡慶突破 200 萬下載

2016.08
和泰汽車顧客服務中心榮獲「ISO10002 顧客意見處理管理系統」國際驗證，為台灣汽車業首例

2015.10
和泰集團投資興聯科技（股）公司

2014.12
國瑞汽車年產量突破 20 萬台，創下台灣車廠新紀錄

2014.12
中古車交易網站「@bc 好車網」正式上線

2014.06
和運租車創台灣業界先例 推出 iRent 24 小時自助租車服務

2014.06
和泰集團完成入股各經銷商

2013.03
TOYOTA 首創台灣車壇 All-in-One 行車生活服務 APP-「驅動城市」

2011.09
TOYOTA 在台銷售 200 萬台

2010.07
和泰集團設立和通汽車投資有限公司

1960s

1969.04
本公司透過中信局代理進口第一批日本豐田小汽車 706 台，占日本進口車的 80%，奠定 TOYOTA 小汽車台灣市場

1968.01
改組為和泰汽車股份有限公司

1966.10
新莊工廠建廠，土地面積 8000 餘坪。 係當時國內最具規模之修護廠

1950s

1955.04
改組為和泰貿易股份有限公司

1952
與日本日野汽車公司簽訂台灣區總代理契約

1949
取得豐田及橫濱輪胎代理權，成為兩間公司第一家海外代理商

1947

1947.09
和泰商行創立，資本額新台幣 81 萬元，員工 10 餘人，主要經辦兩岸貿易業務。
公司位於台北車站右邊之路旁

1980s

1995.03
國瑞觀音廠落成

1994.12
第一次突破年銷售 10 萬台紀錄，並奠定年銷 10 萬台銷售體制

1989.05
TOYOTA Corona 上市（國產第一台小型車）

1988.05
本公司與國內八大經銷商簽訂第一次豐田產品經銷契約

1987.04
豐田新事業展開，小型商用車與轎車生產及銷售相關業務啟動

1986.01
經濟部投資審議會通過豐田汽車公司投資國瑞汽車公司

1984.03
和泰投資國瑞汽車，4 月國瑞成立；11 月中壢工廠開始生產

1983.06
經濟部投資審議會通過豐田汽車之設廠投資案 （即一般所稱之大汽車廠案）

1970s

1974.09
與味全和泰興業及大全彩藝等關係人共同捐資新台幣 2 千 5 百萬元成立純青社會福利基金會

1973.02
結束六和汽車銷售業務

1970.02
日本豐田汽車與六和汽車股份有限公司技術合作生產可樂娜轎車，本公司為其總代理

1.4 願景、使命與經營方針

以沒有侷限的思維，超越眼界的創新與驚豔

只有和泰能夠超越自己、超越極限

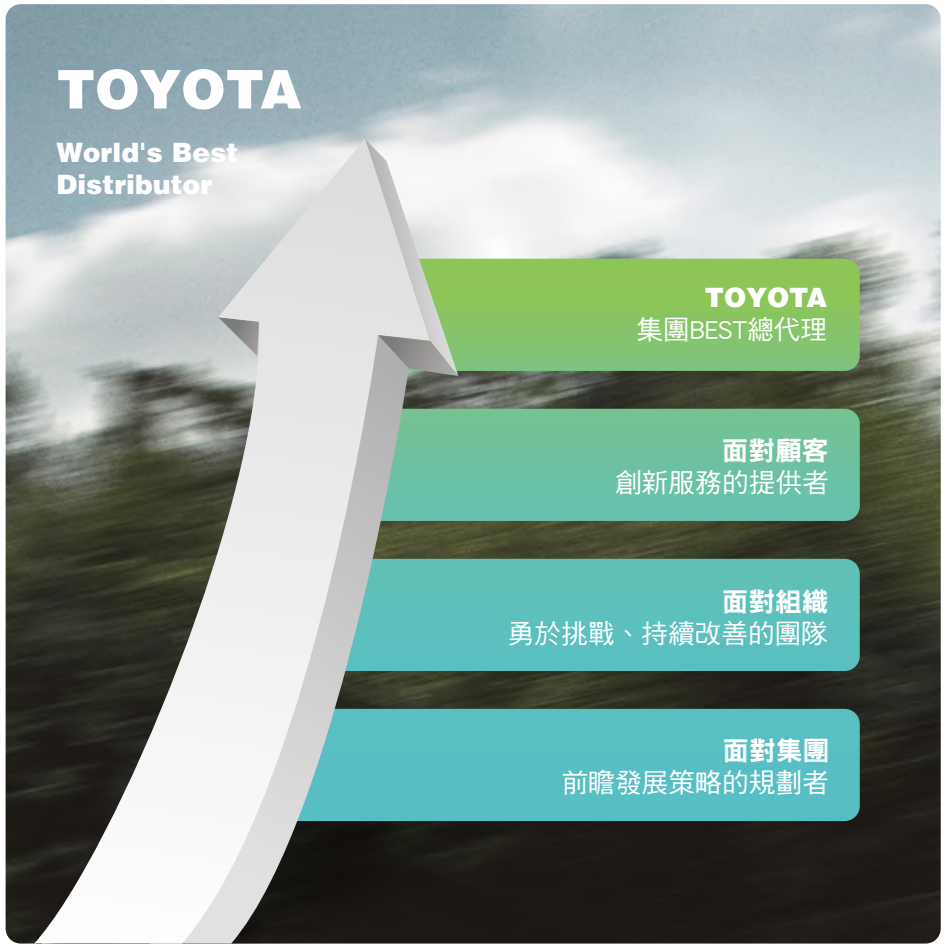
不以現況為自滿，每次的挑戰就是突破

並持跳脫框架的價值，就是我們不變的堅持

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

和泰汽車的使命 - TOYOTA 集團 BEST 總代理

和泰汽車透過集團的前瞻發展策略規劃、建構勇於挑戰、持續改善的團隊，直到成為顧客的創新服務提供者，始終秉持成為「TOYOTA 集團 BEST 總代理」的企業使命。



2023~2027 年中長期計畫

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

2025 年經營方針

2025 年全球經濟因地緣政治衝突及新關稅政策加劇貿易摩擦而充滿不確定性，面對淨零碳排趨勢以及汽車產業變革，和泰汽車將以「韌性．堅持．突破」為經營方針，販賣服務再突破，強化多元佈局，並運用創新科技。在追求營運績效成長的同時，亦將結合本業資源積極投入 ESG，發展四大永續主軸策略藍圖 M.O.V.E「Mobility —移動自由、Openness —社會共好、Value —人才價值、Eco —環境友善」，將永續融入集團的日常營運，動員公司內外利害關係人的資源和能量，共同邁向永續發展的未來。

集團經營方針：**韌性．堅持．突破**

經營策略

		TOYOTA	LEXUS	商用車
奮勇向前 販賣服務再突破	車輛	制霸市場，創新無界線	LEXUS ｜ Toward Next Generation 驅動創新 駕馭未來	安全永續 共創新淨
	服務	運用綿密服務網及智能科技 鞏固品牌 NO.1		服務領航 以客為本

扎實經營 多元佈局 再強化	•和潤：持續鞏固車貸本業，多元布局非車業務，強化風控並落實穩健經營 •和運：發展多元租賃商品及價值鏈服務，全力開拓各層面客群 •車美仕：面對用品 OE 化挑戰，擴大車聯網生態系，加速多元通路及海外布局 •長源：強化完成車銷售，擴充服務量能，提升員工滿意度與定著率 •和泰豐田物料運搬：標準化並複製自動化成功案例，快速擴大市場，持續強化租賃業務 •和通：面對多變市場，穩步經營；優化組織架構及體質，儲備再成長動能 •和泰產險：深化集團價值鏈合作，開拓外部發展機會，提升客源多元性 •MaaS 事業群：整合集團移動品牌數據，實現數據商業價值
運用新知 開創管理 新思維	•透過新興科技導入，快速回應內外顧客需求，提升工作效率 •以零信任架構強化集團 IT 運營體質，建構完善資安防護網
知責當責 凝聚集團 ESG 力量	•積極推進廠家碳排放減量目標，促進全集團減碳達標 •加強集團公益專案之整合及溝通，共同推動 M.O.V.E[註] 相關行動 •促進員工職場工作與生活的平衡及健康，成為新世代夢想企業

註：**M**obility 移動自由
社會共好 Openness
Value 人才價值
Eco 環境友善

1.5 銷售網絡與服務

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

和泰汽車銷售網絡

- 小型乘用車

  國都汽車、北都汽車、桃苗汽車、中部汽車、南都汽車、高都汽車、蘭揚汽車及東部汽車等八大經銷夥伴
- 商用車

  西部地區由長源汽車進行經銷，東部地區則由蘭揚汽車及東部汽車進行經銷

規模最大的汽車綜合園區

- 新莊綜合園區包括「小型車維修大樓」、「長源汽車新莊廠」、「研修大樓」三大部份。
- 配有先進、高效率的教育設備及各式教育訓練教室，以提供汽車維修及第一線銷售人員各項訓練設施及場地，亦提供學員清靜優雅的專用宿舍、餐廳及休閒、交誼等設施。每年提供萬人進行教育訓練及會議。

完善高效的物流中心

- 楊梅物流中心作為零件倉庫中心（總地板面積：10,713 坪），採集中式物流，由楊梅主倉庫供應全台維修零件需求，透過與專業的第三方物流業者合作，配送零件至全台服務據點。
- 為培育專業的汽車零件管理人才，楊梅物流中心設有多樣化之人才培訓設施，包括教育場及道場，提供完整與專業的學習空間。

和泰汽車始終秉持「顧客第一」為核心，持續推動「Only for YOU」的顧客服務活動，以提供顧客最優質的服務；全國經銷據點共有 157 個，服務據點為 273 個；其中 TOYOTA 經銷據點共 107 個、服務據點為 227 個；Lexus 經銷據點 26 個、服務據點 27 個；HINO 經銷據點 18 個、服務據點 19 個；和泰豐田物料運搬經銷據點 6 個，形成全台綿密的經銷服務網絡。

	TOYOTA	Lexus	HINO	和泰豐田物料運搬
經銷據點	107	26	18	6
服務據點	227	27	19	0
經銷據點全台地板總面積（坪）	215,060.8	41,860	30,063	2,455.05

合計

經銷據點 **157** 點

服務據點 **273** 點

經銷據點全台地板總面積（坪）**289,438.85** 坪

1.6 2024 年獲獎與榮耀

和泰汽車獲 2024 年
「TCSA 台灣企業永續獎」

連續 9 年獲獎

台灣企業永續研訓中心

和泰汽車獲 2024 年
「天下永續公民獎 」

連續 10 年獲獎
（大型企業服務業組第 8 名）

天下雜誌

台北金鵬微電影展
《讓夢想發聲｜和泰集團 原夢代表隊》【永續微電影銅獎】

連續 2 年獲獎

台灣永續能源研究基金會

和泰汽車獲 2024 年
「運動企業認證」

首次獲證

教育部體育署

1.7 2024 年永續亮點

經濟治理面

34.9%
連續 23 年台灣市佔第一

100%
新進人員反賄賂教育訓練

39.54%
2024 年在地採購比例

環境面

97 噸
使用環保水性漆塗料，2024 年減少之有機溶劑揮發性氣體的排放量

35,418 噸
2024 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 23.21 公噸，相當於減少 35,418 噸 CO_2 排放量

100%
全車型 100% 符合廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準

5,524 萬瓶
設置中央供油設備，累計至 2024 年共減量 5,524 萬瓶機油空瓶

社會與員工

100%
2024 年育嬰留停復職率

7.6 小時
2024 年員工平均志工時數

26,000 趟
2024 年量產幸福 移動公益（原：移動公益幸福行動）累積捐贈接駁趟次

6,851 萬元
捐贈汽車高科技教具及教材，累積金額超過新台幣 6,851 萬元

超過 460 噸
收集二手玩具並利用再生，累計至 2024 年底已超過 460 噸

02 永續管理與誠信經營

經營理念
以促進企業責任為本之
競爭優勢為出發點

100%
董事會及各功能性委員會平均出席率

台灣首家汽車業界均通過 ISO 27001
認證的汽車經銷體系總代理及經銷商

100%
年度遵法指南教育訓練涵蓋率

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

2.1 企業永續政策

和泰汽車為徹底落實永續經營之理念，經由董事會通過之「和泰汽車永續發展實務守則」，要求本公司與整體集團之所有營運活動，必須以符合平衡環境、社會及公司治理發展之國際趨勢，並矢志成為優秀企業公民，提升對國家經濟之貢獻，改善員工、社區、社會生活品質，並以促進企業永續為本之競爭優勢為出發點。

秉持「與美好台灣同行」的永續承諾，和泰汽車致力透過移動本業為所有人創造幸福。將企業永續納入決策考量，提出四大永續主軸策略藍圖「移動自由、社會共好、人才價值、環境友善」，將永續融入集團的日常營運，動員公司內外利害關係人的資源和能量，共同邁向永續發展的未來。本次報告書即以此架構，統整集團於 ESG 領域表現。M 代表移動自由，囊括包含產品開發、產品安全和供應商、經銷商管理等一系列和和泰汽車核心關鍵移動服務相關的內容；O 代表社會共好，統整集團於社會回饋和公益上的行動，並鎖定「量產幸福　移動公益」、「教育賦能　青年扎根」、「攜手共好　美好臺灣」三大公益主題進行多元的專案，實踐取之於社會用之於社會的理念；V 代表人才價值，回應和泰積極建構友善職場、重視人才培育與發展和完善的職安衛管理系統；E 代表環境友善，統整集團與主要合作代理商、經銷商於節資源管理、環境議題、低碳與廢棄物減量等重大議題上的回應措施。

和泰汽車永續藍圖發展方針

和泰汽車永續主軸		對應 SDGs	發展策略	
移動自由 Mobility	提供多元能源的產品陣容；以及推動交通行動服務（MaaS）多樣的移動可能		樂在 TOYOTA 的服務文化	• 樂在 TOYOTA 理念
			產品設計與生產	• 導入適切產品—兼具環保及便利的油電複合車 • 提升產品安全性能 • 管控車種導入風險 • 確保零件供應時效與品質
			顧客關係管理	• 用心傾聽顧客聲音 • 顧客關係維護
			顧客資料保護	• 個資管理制度建置
			經銷商管理	• 乘用車經銷商教育訓練 / 感動服務活動 • 商用車售後服務教育訓練 / 感動服務活動 • 經銷商技術與服務教育訓練
			供應商管理	• 供應商評鑑與稽核作業

和泰汽車永續主軸		對應 SDGs	發展策略		
社會共好 Openness	善用集團資源，深入台灣在地進行社會關懷；持續強化內部法遵風控，確保企業永續發展	4 優質教育 6 淨水與衛生 9 產業、創新與基礎建設 10 減少不平等 11 永續城鄉 13 氣候行動 15 陸域生態 17 夥伴關係	量產幸福：串聯公益與交通安全	• 量產幸福 移動公益（原：移動公益幸福行動） • 導護志工裝備捐贈計畫	• 捐血車捐贈 • 交通安全繪畫比賽
			教育扎根 青年賦能	• 和泰公益夢想家 • 和泰汽車 TOYOTA WAY 菁英研習營 • 支援技能競賽	• 捐贈豐田汽車高科技教材 • 產學技術新知交流 & 分享
			攜手共好 美好台灣	• 原夢代表隊 • TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽 • 喜憨兒關愛活動 • 藝文培育與活動 • 原生動物守護計畫	• 環境月活動 • 玩具愛分享 • 一車一樹 • 和泰 TOYOTA 集團萬人淨灘減塑
人才價值 Value	建構健康、快樂的職場環境；注重人才發展，共同永續發展	8 就業與經濟成長	培育與職涯發展	• 提升工作價值與鼓舞精神 • 全方位人才發展政策	• 職能培育計畫 • 績效與職能評核計畫
			權益與福祉	• 聘僱與留才 • 權益維護	• 薪酬與福利制度
			職業安全衛生管理	• 推動安全管理 • 建構職場保護	• 風險管理預防 • 職業災害與職業病預防
環境友善 Eco	推動集團各項節能減碳措施，實踐環境友善	12 責任消費與生產 13 氣候行動 17 夥伴關係	環保理念	• 環境永續政策 • 環境管理系統	• 環境願景與歷程 • 計畫與行動
			綠色營運	• 能資源管理 • 溫室氣體減量	• 污染物排放與廢棄物管理 • 車輛與零件運輸
			氣候變遷管理	• TCFD 架構採用	• 重大風險鑑別結果與因應
			環保產品設計	• 合規與認證	• 供應鏈環境衝擊減緩
			經銷商環保績效	• 能源使用 • 二氧化碳排放減量 • 空氣汙染控制	• 廢棄物管理 • 環保投資
			供應商環保績效（國瑞）	• 重要供應商 - 國瑞汽車永續作為	

2.2 企業治理架構

2.2.1 董事會架構與運作

和泰汽車董事會為本公司最高治理單位，依公司章程規定，設置董事 13 至 15 人，其中獨立董事 3 人，任期為三年，連選得連任；本公司董事長未兼任高階經理人職務、獨立董事連任均未超過三屆。目前董事提名與遴選準則尚無納入 ESG 衝擊管理能力，於考量董事專業智識上，已考量有永續發展相關內容，現行董事之一其職能亦涵蓋 ESG 相關推動事務。

本公司董事與獨立董事提名與選任方式如下：

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

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

股東會依公司法規定，就董事候選人名單中選任之，提名人選於 4 月董事會審議候選人相關資料（姓名、學歷、經歷），完成提名作業，再提報 6 月股東會的選舉案。

和泰汽車 2024 年已召開 8 次董事會，董事平均出席率達到 93%。為提升公司治理效能，本公司全體董事皆已符合「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」之規範，董事進修平均時數為 8.29 小時，高於法令規定之 6 小時時數，課程內容涵蓋公司治理、永續發展、風險管理及數位科技趨勢等，詳細董事進修情形，可參閱本公司年報。董事會重要決議情形請參見和泰汽車官網 / 投資人關係專區。

2.2.1.1 董事成員多元化

為有效發揮董事會效能並提升董事會決策品質，和泰汽車於「和泰汽車股份有限公司公司治理實務守則」中，規範董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求擬定適當之多元化方針。2024 年共有 14 位董事，包含 3 位獨立董事，占比為 21%，具員工身份董事 2 位（蘇純興總經理及長沼一生執行副總經理），佔比為 14%，女性董事 2 位，佔比為 14%。51~65 歲董事有 5 位，66 歲（含）以上董事有 9 位，董事皆具經營管理、企業管理、金融等專業背景。除考量專業能力及實務經驗外，也重視董事個人在道德行為及領導上的聲譽。

同時，為達到公司治理之理想目標，董事會整體已具備營運判斷、經營管理能力、危機處理、領導與決策等能力，並具相關產業知識，詳細如下：

項次	基本組成						產業經驗				專業能力			
	國籍	性別	員工身份	年齡			汽車與運輸	金屬或包材製造業	金融與保險	資訊與科技	經營管理	財務分析	國際市場觀	危機處理
				50 歲以下	51~65 歲	66 歲以上								
黃南光	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
蘇純興	中華民國	男	✓	-	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
長沼一生	日本	男	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
林麗華	中華民國	女	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
蘇晶	中華民國	女	-	-	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
黃志誠	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
蘇一仲	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓
柯濬源	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
張世英	中華民國	男	-	-	✓	-	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓
黃文瑞	中華民國	男	-	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
蘇利永	中華民國	男	-	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
李朝森（獨董）	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
蘇錦夥（獨董）	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
吳師豪（獨董）	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓

2.2.1.2 董事會績效評估

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

2024 年董事會、審計委員會及薪資報酬委員會及個別董事績效評估結果皆為優良，並已於 2025 年 1 月 21 日向董事會報告。而近期董事績效外部評估已於 2024 年第 4 季委託財團法人台灣誠正經營學會執行 2024 年董事會績效評估，分別就董事會之決策效能、專業職能、內部控制、永續經營及社會責任等面向，以問卷及實地訪談等方式評估董事會效能，整體評估結果顯示，董事會運作良好，預計下次外部評估於 2027 年執行。目前董事績效評估與薪酬之決定仍著重於 ESG 發展中的公司治理（G）面向的績效，未來將逐漸推廣至環境（E）與社會（S）指標，預計於 2025 年董事外部績效評估納入永續指標。

2.2.1.3 董事會功能性委員會

為健全董事會管理及監督功能，在董事會下依法設置「審計委員會」與「薪資報酬委員會」、「永續發展委員會」及「和泰集團人力資源發展委員會」。2024 年審計委員會召開 6 次會議，薪資報酬委員會召開 4 次會議，永續發展委員會召開 2 次會議，和泰集團人力資源發展委員會召開 4 次會議，出席率皆為 100%。

審計委員會	薪資報酬委員會	永續發展委員會	和泰集團人力資源發展委員會
主席 - 李朝森 成員 - 蘇錦夥、吳師豪 主要職掌 1. 依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度。 2. 內部控制制度有效性之考核。 3. 依證交法第三十六條之一規定訂定或修正取得或處分資產、從事衍生性商品交易、資金貸與他人、為他人背書或提供保證之重大財務業務行為之處理程序。 4. 涉及董事自身利害關係之事項。 5. 重大之資產或衍生性商品交易。 6. 重大之資金貸與、背書或提供保證。 7. 募集、發行或私募具有股權性質之有價證券。 8. 簽證會計師之委任、解任或報酬。 9. 財務、會計或內部稽核主管之任免。 10 由董事長、經理人及會計主管簽名或蓋章之年度財務報告及須經會計師核閱之期中財務報告。 11 「企業併購法」規定之併購事項，並依該法第六條及「公開發行公司併購特別委員會設置及相關事項辦法」規定辦理。 12 其他公司或主管機關規定之重大事項。	主席 - 李朝森 成員 - 蘇錦夥、吳師豪 主要職掌 1. 訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。	主席 - 黃文瑞 成員 - 蘇晶、蘇錦夥、吳師豪、李朝森 主要職掌 1. 永續發展方針實施成效之檢討及建議。 2. 規劃永續發展目標方向及年度執行計畫與進度。	主席 - 蘇利永 成員 - 林麗華、李朝森、吳師豪 、蘇錦夥 主要職掌 1. 研究整體市場人力資源發展。 2. 建議集團人力資源發展政策方向。

2.2.1.4 董事會及高階經理人薪酬政策

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

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

經理人之酬金包含本薪、津貼與獎金，並依「待遇支給辦法」核定， 經理人之主要績效考核評估項目如：目標達成率、營運效益等綜合考量。相關薪酬與獎金提撥發放，均經薪資報酬委員會及董事會審議，並隨時視實際經營狀況及相關法令適時檢討酬金制度，以謀公司永續經營與風險控管之平衡。總經理之績效評估指標除營運績效與財務指標外，亦涵蓋誠信經營、提升企業形象、發展夥伴關係等企業永續經營指標，與風險管理、危機管理等其他指標。

2.2.2 永續發展委員會

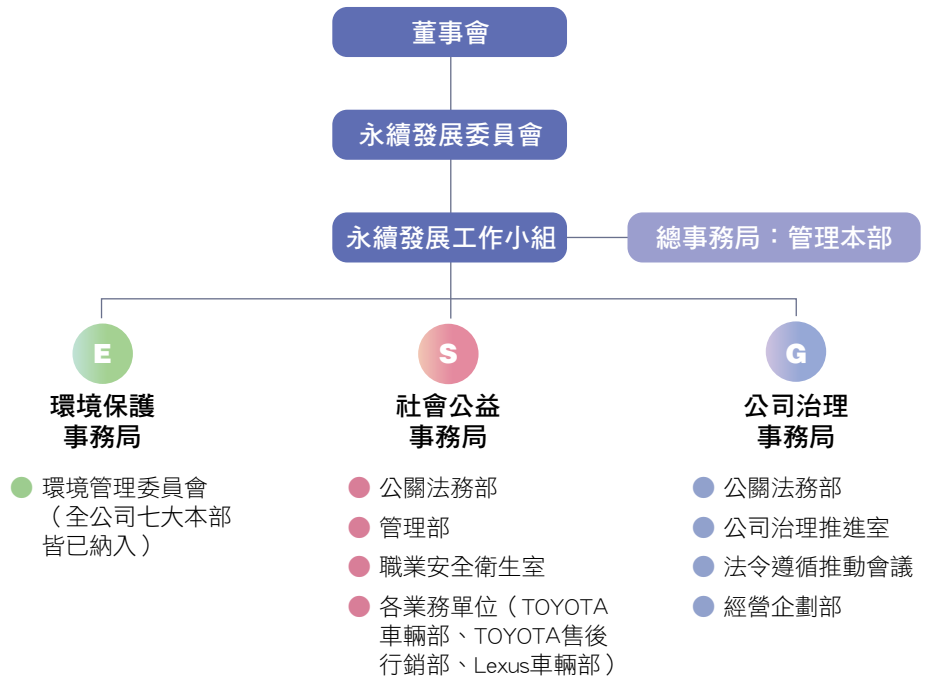
為實踐企業永續、具體落實與監督企業永續政策及永續經營發展策略，和泰汽車於 2018 年設置「企業社會責任委員會」為董事會下之功能性委員會，並於 2021 年 12 月更名為「永續發展委員會」。一年至少召開兩次會議，並透過定期會議的召開，訂定和泰年度永續政策並檢視各項 ESG 議題方針執行情形。2024 年已針對環境、社會以及公司治理 ESG 運作成果提報 12 月董事會。有重大事件或議題時，各單位先行與各董事報告，依董事建議調整議題內容後，再依法提報審計委員會，最後提報董事會作討論，若董事有建議，亦會記載在會議記錄中，2024 年未有重大關鍵事件發生。

2024 年 ESG 運作成果提報董事會內容摘要	
環境面	• 完成 2023 年度和泰汽車及關係企業（11 間）溫室氣體盤查，並取得 ISO14064-1 查證通過 • 取得各項廠家評鑑 No.1（註：豐田亞太區總代理之內部環管評鑑） • 完成集團環保教育 / 活動 • 持續推動 TOYOTA 2050 碳中和計畫
社會面	• 和泰公益夢想家廣宣觸及人數超過 460 萬 • 量產幸福 移動公益專案新增合作 NPO 5 間 • 原夢代表隊集團企業參與數 7 間 • 永續藍圖集團企業橫展數 21 間 • 校園職涯活動場次數 4 場 • 導護志工裝備 捐贈數 1 萬套 • 原生動物守護計畫合作公單位 2 家 • 永續課程場次 6 場
公司治理面	• 溫室氣體排放及減量資訊之揭露 • 完成股東議事手冊上傳、通知股東持股申報 • 修訂誠信風險管理之作業指南及機制建立 • 實施 9 家集團適法評鑑

詳請參閱和泰汽車網站。

為具體落實與監督和泰汽車的經濟、環境和社會之作為與績效，整合公司資源並將各項 ESG 議題納入日常營運中，永續發展委員會轄下設立永續發展工作小組，以「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項 ESG 專案方針與執行，並於 6 月進行方針檢討及 12 月由各事務局說明執行結果及次年度執行重點計劃，最終統籌各事務局績效成果提報至永續委員會。永續發展工作小組成員包括和泰環境管理委員會、TOYOTA 車輛部、Lexus 車輛部、TOYOTA 售後行銷部、公關法務部、公司治理室等單位。此外，由管理本部擔任永續發展委員會總事務局，主要負責委員會召開事宜及跨單位溝通協調，並針對每年的重大性議題進行判定及對應、蒐集各單位永續議題運作成果，編寫和泰汽車永續報告書，每年向董事會提報 ESG 推動事項與成果兩次。

和泰汽車企業永續發展委員會組織圖



2.3 永續里程碑

和泰汽車長期推動企業永續，投入資源推動永續事務不遺餘力，秉持取之於社會、用之於社會的理念，積極落實企業的社會公民責任，並屢獲內外部的支持與肯定。

2012	2016	2018
• 發行首本企業社會責任報告書	• 「企業社會責任年鑑」和泰汽車列為 CSR 標竿企業	• 正式成立 CSR 委員會

2019	2020	2021
• 成為「台灣永續價值指數」成分股	• 連續五年獲得「企業永續獎」及「報告書獎」 • 連續六年入圍天下 CSR 企業公民獎 TOP50	• CSR 委員會更名為永續發展委員會，並發行永續報告書 • 連續六年獲得「TOP50 企業永續獎」及「報告書獎」 • 連續七年獲得天下永續公民獎

2022	2023	2024
• 連續七年獲得「企業永續獎」及「報告書獎」 • 連續八年獲得天下永續公民獎 • 首次榮獲行政院國家永續發展獎（企業類）	• 連續八年獲得「企業永續獎」及「報告書獎」 • 連續九年獲得天下永續公民獎	• 連續九年獲得「企業永續獎」及「報告書獎」 • 連續十年獲得天下永續公民獎

為精進和泰汽車的永續作為與成效，三大事務局也依據環境（E）、社會（S），及公司治理（G）三大面向分別訂定 2025 年深化永續目標及措施，使和泰汽車朝企業永續經營的目標邁進。

2.4 重大性分析

隨著傳統汽車行業面臨巨大變革，公司需要做出更明智的決策並提高營運效率。同時，利害關係人對公司在環境（E）、社會（S）和治理（G）方面的績效期望也在提升。和泰汽車致力於將各項永續議題與長期策略、風險和機會相結合，為主要利害關係人創造價值。和泰汽車認為，永續成長和穩定是提升公司價值的關鍵管理重點，持續提供滿足客戶需求的產品是解決這些優先事項的關鍵。在企業社會責任方面，我們以利害關係人為導向進行管理，促進永續發展，並努力保持和發展良好的溝通管道。

在蒐集永續議題時，和泰汽車以總公司、新莊與楊梅營業據點為考量邊界，遵循 GRI 準則（Global Reporting Initiative（GRI）Standards）所建議的永續性脈絡與重大性分析原則。除了參考國內外企業社會責任的相關準則與報告書編撰規範，包括 GRI 準則、UNGC（United Nations Global Compact）、TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）、SASB（Sustainability Accounting Standards Board）、ILO（International Labour Organization Conventions and Recommendations）、SDGs（Sustainable Development Goals）與 ISO 26000 外，亦考量永續發展的風險與機會、利害關係人回饋、汽車產業特有趨勢以及外部顧問專家建議的議題，歸納出環境（E）、社會（S）和治理（G）三大類共 22 項永續議題，並對其進行經濟、環境、社會與人權的正負面衝擊評估。

1. 重大性分析步驟

步驟	說明
1	組織脈絡： 分組鑑別價值鏈上所有活動，確認各項活動在上下游發生的夥伴關係，探討永續性脈絡中的相關議題，鑑別主要利害關係人並調查其關注焦點。
2	鑑別衝擊： 歸納價值鏈上所有活動，鑑別涉及或可能涉及的實際和潛在衝擊，這些衝擊包括正面或負面、短期或長期、蓄意或非蓄意、可逆或不可逆。
3	衝擊顯著程度： 整合經濟、環境、社會與人權之衝擊鑑別結果，已發生之正面衝擊大小依據其範圍、規模判斷之，負面衝擊再考量其嚴重程度以及不可修復性；潛在之正負面衝擊則考量其發生機率。
4	利害關係人關注程度 ： 內外部利害關係人針對其永續議題的關注程度進行評分。
5	決定重大議題： 依據正負面衝擊顯著度與利害關係人關注程度，繪製重大性矩陣，設定重大議題的門檻以及公司的適度調整，決定重大議題。

2. 組織脈絡

為了精準掌握利害關係人所關注的議題，和泰汽車的相關部門都在積極與主要利害關係人進行對話，交流和泰的永續理念，助於加深相互了解。此外，和泰汽車與外部專家保持溝通，以確保永續發展措施的方向。因此和泰報告書編撰小組透過 AA 1000 SES:2015（Account Ability 1000 Stakeholder Engagement Standard:2015）標準中的量化方式，依據所提出之五大原則（依賴性、責任、 影響力、多元觀點、張力），於 2023 年度鑑別出 6 類主要利害關係人，分別為：股東 / 投資人、顧客 / 客戶、供應商、經銷商、媒體以及員工。考量 2024 年無發生對前述評估有重大影響的情事，2024 年延續該 6 類主要利害關係人。公司已建立多元的溝通機制來聆聽主要利害關係人的建議，積極回應其期望與需求，2024 年利害關係人議合情形已於此報告書揭露，並於 2024 年 12 月 19 日向董事會報告。

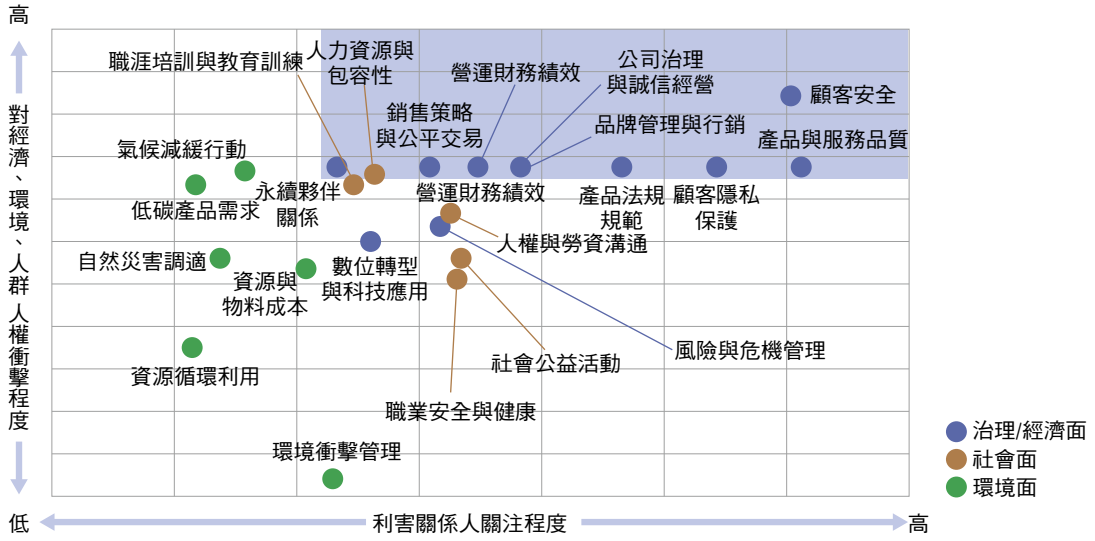
3. 鑑別衝擊

在衝擊顯著程度的鑑別過程中，我們分為每項永續議題之正面衝擊和負面衝擊進行評估，正面衝擊考量因素包含實際衝擊（規模、範圍）及潛在發生可能性，而負面衝擊考量因素則包含實際衝擊（規模、範圍、不可修復性）及潛在發生可能性。評估衝擊顯著程度及利害關係人關注程度發送「永續議題衝擊評估問卷」讓各部門主管同仁針對 22 項永續議題對經濟、環境、社會（人權）的正面衝擊與負面衝擊進行評分。將各永續議題之正負面衝擊影響程度及發生機率平均值相乘，再將正負面乘積值相加並依得分高低排序。

此外，發送「利害關係人關注程度問卷」予 6 類主要利害關係人，透過闡明每項永續議題實際與潛在正負面衝擊情境，調查其對 22 項永續議題的關注程度。將各永續議題評分結果計算平均值，並將其排序。各類主要利害關係人之首三名關注議題如下表所示：

主要利害關係人	第一關注議題	第二關注議題	第三關注議題
股東 / 投資人	營運財務績效	顧客隱私保護	社會公益活動
顧客 / 客戶	產品與服務品質	顧客安全	顧客隱私保護
供應商	產品與服務品質	產品法規規範	顧客安全
經銷商	顧客安全	產品與服務品質	顧客隱私保護
媒體	產品與服務品質	品牌管理與行銷	顧客安全
員工	顧客安全	產品與服務品質	顧客隱私保護

衝擊矩陣圖



4. 決定重大議題

以利害關係人的關注度為 X 軸，正負面衝擊的顯著度為 Y 軸，繪製重大議題矩陣。

針對矩陣圖結果，公司進行內部討論，並參考外部顧問的意見，其中考量「職涯培訓與教育訓練」、「氣候減緩行動」、「人權與勞資溝通」的負面衝擊顯著度得分較高、公司需要持續投入資源管理以預防或減緩其潛在負面衝擊；「職業安全與健康」的管理妥善與否對保障員工的身心健康以及遵守台灣相關法規至關重要；另和泰汽車多年來積極投入多樣社會公益行動，且「社會公益活動」為永續藍圖發展方針 M.O.V.E 的重要一環，因此決定酌幅調整前述 5 個議題的重要性。綜上，初步重大議題鑑別結果為最高重要性的 10 個議題，即「顧客安全」、「顧客隱私權保護」、「產品與服務品質」、「品牌管理與行銷」、「人力資源與包融性」、「職涯培訓與教育訓練」、「氣候減緩行動」、「人權與勞資溝通」、「社會公益活動」、「職業安全與健康」。

除 10 項重大議題外，2024 年報告書亦持續揭露「永續夥伴關係」、「公司治理與誠信經營」、「風險與危機管理」及「低碳產品需求」議題的永續作為及績效。

與 2023 年比較，2024 年重大議題並無變動。鑑別結果呈報永續主管，經核准後於揭露公司於該議題的管理方針以及永續作為。

5. 管理作法

重大主題	GRI 主題	政策 / 承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案 / 行動	2024 指標和目標	2024 績效	2025~2027 中長期目標	連結 SDGs	對應章節
			正面實際	負面潛在									
顧客隱私保護	418	1. 顧客隱私權政策 2. 揭露完整顧客關係管理活動及成果 3. 說明資安委員會運作情形	透過強化身分認證防護、建構顧客個資保護體系及建置應變機制，完善全集團及經銷商個人資料管理制度，落實個人資料保護及管理，以提升顧客信賴度	若組織與關係企業未建立個人資料保護及管理機制，或機制管理不善，當遭遇網路攻擊或竊盜資訊時，可能導致顧客資料洩露及損壞，失去顧客信賴，亦可能遭受主管機關裁罰，企業形象受損	經銷商	年度報告書、永續報告書、發文 *	每年一次	規劃並確實執行個資保護工作藍圖	1. 嚴格遵守個人資料保護法等相關規定 2. 與利害關係人說明隱私權政策 3. 揭露完整顧客關係管理活動成果 4. 說明資安暨個資委員會運作情形	無發生重大顧客隱私缺失案件	1. 持續強化客戶隱私保護措施，致力於零重大顧客隱私缺失事件的目標 2. 關鍵服務進一步取得個資保護認證 ISO27701	12	3
					股東	年度報告書、永續報告書	每年一次						
						官方網站	不定期						
					員工	年度報告書、永續報告書	每年一次						
					客戶	年度報告書、永續報告書	每年一次						
						官方網站	不定期						
顧客安全	416	產品認證	公司透過導入更多車輛安全配備、測試及抽驗、遵循車輛安全法規及建立產品安全事件處理流程，大幅加強產品的安全性能，提供顧客安心且有保障的產品，提升顧客信賴度	若未導入車輛駕駛防護系統，或者未適當進行產品安全性測試及抽驗，可能導致用車風險提升，造成顧客安全疑慮。產品出現安全隱患亦會影響公司獲利，進而損害利害關係人權益	經銷商	販賣會議、產品訓練、現地查核、線上課程、召回	不定期	嚴格遵守認證相關法律規定。	1. 重大產品缺失事件數目 2. 政府安全認證法規符合度	導入車型無發生重大產品缺失事件，並符合政府安全認證法規	因車輛智慧化發展，維護車輛安全，政府交通部將於 2028 年實施車輛網路安全及軟體更新法案。目前持續與原廠溝通展開對應，確保導入車型皆能符合政府規範	12	3
					客戶	問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期						
產品與服務品質	416	1. 產品管理制度 2. 顧客服務制度 3. 定期檢視市場狀況並提供予經銷商及供應商	透過妥善的品質管理作業流程、滿意度調查及導入符合市場需求的商品，減少生產中的浪費、提升品質、改善顧客抱怨項目，增加獲利、顧客信任及企業商譽，進而獲取投資人及社會大眾的良好觀感	產品與服務品質問題除違反法規可能造成罰鍰外，也破壞顧客的信任，可能造成抵制風潮，影響公司獲利及利害關係人權益	員工	電視 / 平面廣告、新聞稿、電子郵件及會議	不定期	1. 產品企劃管理及法規認證 2. 經銷商稽核管理與評價 3. 供應商稽核管理與評價 4. 車聯管理服務及應用	1. 重大產品缺失事件數目 2. 顧客滿意度與意見有效對應程度	市佔率持續維持 NO.1	1. 市佔率持續維持 NO.1 2. 及時掌握顧客用車需求，推出符合市場趨勢之產品 3. 持續改善產品並維持良好品質 4. 價值鏈服務應用與配備開發 5. 360° 滿意度調查，全面掌握顧客服務體驗	12	3
					客戶	電視 / 平面廣告 / 新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期						
					供應商	電話訪談、定例會議、現場查核、稽核評價	不定期						

重大主題	GRI 主題	政策 / 承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案 / 行動	2024 指標和目標	2024 績效	2025~2027 中長期目標	連結 SDGs	對應章節
			正面實際	負面潛在									
品牌管理與行銷	417	1. 品牌行銷年度規劃 2. 透過新聞稿及不定期社群發文傳遞公司內 / 外部的最新訊息 3. 舉辦新車媒體試乘活動，讓媒體直接體驗以增加對商品的了解	品牌管理得宜可以提高企業的社會形象，建立顧客對品牌的信任和忠誠度，推動銷售增長，進而提升利害關係人的權益。透過宣傳永續的價值觀，啟發顧客對環境保護的重視，促進社會的綠色消費和生活方式的轉變	使用不當的宣傳方式或行銷活動不只增加成本及碳排量，造成資源浪費和環境破壞，影響企業獲利。不良行銷可能會遭到裁罰，使品牌形象受損	客戶	電視 / 平面廣告、新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件、社群平台	不定期	持續推動品牌形象與永續相關活動（如 TOYOTA 一車一樹、贊助奧運選手、體育與藝文活動；Lexus 永續生活家、LEXUS ELECTRIFIED、LEXUS LINK 數位服務掌握碳排數據；HINO 安駕會，HINO 平安季），提供品牌能見度，深化顧客對品牌及永續價值認同	提升品牌活動參與次數、活動滿意度、觸及數、社群互動率及品牌活動喜好度	1. 強化 TOYOTA 多角化品牌贊助、公益與環保活動，提升年輕族群品牌喜好度；深化 LEXUS 作為永續豪華品牌的市場定位，提升顧客對品牌價值的認同；HINO 乘載社會前行，持續提升品牌形象。 2. 市佔率持續維持 NO.1	1. TOYOTA：持續投入社會公益活動，累積品牌正面形象，進而提升品牌好感度 2. TOYOTA：嘗試創新平台，引領潮流打造品牌社群形象 3. TOYOTA：跨界行銷，以創新合作形式開拓不同圈層的消費族群 4. Lexus：提升多樣能源車款品牌認知度與好感度 5. Lexus：成為台灣市場最具永續意識的豪華車品牌之一 6. Lexus：建立品牌忠誠度與顧客終身價值管理系統 7. Hino：實踐「HINO TRUST 驅動未來」品牌概念，成為顧客信賴的最佳夥伴。 8. Hino：建構安全、環保、永續，值得顧客信賴（Be Trust）的品牌形象 9. Hino：深耕創新多元、客製化 CR 活動，維繫高黏著度顧客關係，營造車主備受尊寵（Be Loved）的品牌氛圍	12 責任消費與生產	3
					經銷商	販賣會議、產品訓練、現地查核、線上課程、召回、發文 *	不定期						
氣候減緩行動	305 201	豐田環境管理系統、ISO14001 認證、ISO14064 認證	制定明確減量策略嚴格監控溫室氣體排放、逐步降低排放量達成碳中和，抑制環境衝擊，接軌淨零路徑	若無法攜手價值鏈夥伴減少溫室氣體排放，可能面臨高昂的環保法規支出及利益損失，增加環境負擔，加劇全球氣候變遷	供應商	電話訪談、定例會議、現場查核、稽核評價	不定期	1. 推動全集團子公司完成溫室氣體盤查 2. 推動建置自用太陽能案場及綠電導入 3. 持續落實節能減碳及更換耗能設備（公務車電動化、冷氣換新等） 4. 設定全集團子公司及經銷商年度減碳目標 5. 推動集團環保教育、減碳作法分享及每季發行環保電子報	集團各公司碳排量	2024 年度，集團各公司年減 3% 碳排	2026~2030 年度，全集團較基準年（2025 年度）每年遞減 5% 碳排；預計 2030 年度全集團較基準年低減 25% 碳排	13 氣候行動	6
					股東	年度報告書、永續報告書、股東大會	每年 1 次						
						法人說明會	1 年 4 次						
						官網投資人關係專頁	不定期						
					員工	電視 / 平面廣告、新聞稿、電子郵件及會議	不定期						
					客戶	電視 / 平面廣告、新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期						
					經銷商	年度報告書、永續報告書、發文 *	不定期						

重大主題	GRI 主題	政策 / 承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案 / 行動	2024 指標和目標	2024 績效	2025~2027 中長期目標	連結 SDGs	對應章節
			正面實際	負面潛在									
人力資源與包融性	401 402 405	1. 定期舉行勞資會議，建構良性溝通平台 2. 推動組織發展調查，積極傾聽員工聲音 3. 強化雇主品牌，提供青年職涯探索機會	健全人力資源相關管理及薪資福利制度，以吸引招募產業人才，穩定員工組成；並打造友善的企業文化及和諧、有活力的工作環境，提升員工滿意度	若未能招募留用優秀人才，需耗用高成本不斷晉用新人，增加營運成本及造成營運不穩定，使相關利害關係人利益受損	員工	勞資會議	1 年 4 次	1. 為傾聽與了解同仁的意見，透過勞資會議作為員工溝通管道 2. 為更瞭解同仁想法與需求，和泰汽車每兩年定期進行組織發展調查 3. 持續深耕校園關係以提升雇主品牌形象，同時提供學生深入了解企業與職涯探索的機會。	1. 定期舉行勞資會議，預計 1 年 4 次 2. 定期舉行組織發展調查，預計 2 年 1 次 3. 持續參與校園職涯活動與舉行實習生計畫，強化雇主品牌形象	1. 2024 年共舉行 4 次勞資會議 2. 2024 年執行 1 次組織發展調查 3. 2024 年共參與 6 場校園博覽會、12 場校園說明會（含實習生計畫說明會）、4 場職涯活動，共招募 14 位暑期實習生、2 位長期實習生	1. 定期舉行勞資會議，預計 1 年 4 次 2. 定期舉行組織發展調查，預計 2 年 1 次 3. 持續參與校園職涯活動、深耕校園關係，強化雇主品牌	8 就業與經濟成長 16 制度的正義與和平	5
						組織發展調查調查	2 年 1 次						
						校園職涯活動與實習生計畫	不定期						
職涯培訓與教育訓練	404	1. 工作中的學習發展（OJT 工作指導訓練 / 部門輪調） 2. 教育訓練課程（新人教育訓練 / TOYOTA 原廠企劃力訓練等） 3. 自我學習發展（外語學習補助 / E-Learning+ 數位學習平台 / 全員讀書會）	建置完善的職能培育及績效評核政策，培育公司優秀人才，員工得以發揮所長，提升生產力與企業價值，為利害關係人帶來益處	未提供適當升遷管道、員工訓練及績效評核政策，漠視員工學習及發展需求，使企業無法適才所用及保留人才，損害利害關係人權益	員工	儲備主管 / TBP、TPS 課程	一年 1 次	協助同仁快速適應角色與責任，建立穩健的內部接班梯隊；積極推動職能培育計畫，幫助新進同仁瞭解工作環境、企業文化及公司發展方向，同時提供多元學習資源，持續提升各階層同仁的專業能力與關鍵職能，打造自主學習、積極成長的職場文化	針對各層級同仁舉辦多元課程，製作內外部線上課程	上架 14 支內部自製微課影片及外部年度線上課程	為追求企業永續經營，和泰汽車確立「全方位人才」之發展政策，「全方位人才」發展政策由三個構面組成，包含「工作中的學習發展（On the Job Training，簡稱 OJT）」、「教育訓練課程（Off-the-job Training，簡稱 OFF-JT）」及「自我學習發展（Self-Development）」。	4 優質教育	5
						新人教育訓練 / 一般同仁教育訓練課程	不定期						
						線上教育資源	不定期						

重大主題	GRI 主題	政策 / 承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案 / 行動	2024 指標和目標	2024 績效	2025~2027 中長期目標	連結 SDGs	對應章節
			正面實際	負面潛在									
人權與勞資溝通	自訂主題	1. 制定「和泰汽車員工行為準則」 2. 舉行勞資委員會，檢視勞資溝通狀況	建立尊重人權、不容許歧視及侵害之安心職場環境，建立透明溝通管道，強化申訴機制，增進員工信任和向心力	產生歧視或不公平行為，無法保障公司員工及非員工的權益，導致其權益受損，失去信任與喪失向心力	員工	1. 勞資會議 2. 設置性騷擾防治申訴管道	1. 一年 4 次 2. 不定期	1. 為保障與傾聽同仁的意見，本公司設有勞資溝通會議、意見信箱等多元溝通管道 2. 為維護職場性別平權，同仁可透過意見信箱與專線提出性騷擾申訴，並設置性騷擾申訴處理委員會處理申訴案件；定期宣導性平觀念並藉由線上與實體課程強化同仁性平意識	1. 定期舉行勞資會議，預計 1 年 4 次 2. 定期宣導性平觀念，規劃與實施「工作場所性騷擾防治課程」	1. 2024 年舉行勞資會議 4 次 2. 2024 年舉行線上性平教育 1 場，實體課程 4 場	1. 定期舉行勞資會議，預計 1 年 4 次 2. 持續強化全體同仁人權相關訓練，提升同仁性平與多元意識	16 和平與正義	5
職業安全與健康	403	1. 導入 ISO45001 職業安全健康管理系統與相關認證 2. 舉辦健康促進活動	導入職業安全衛生管理系統，落實職安衛管理，減輕職業傷害及意外發生機率，消弭工作風險危害，提供安心健康的工作環境，提升員工信任度並符合法規	若輕視職業安全衛生管理，損害員工身體健康及工作權益，可能導致須支付高昂的醫療費用及罰款，並面臨人員減損，進而影響到產品的生產及企業商譽，損害利害關係人權益	員工	ISO 45001 職業安全衛生管理系統通過外部驗證 健康促進活動	1. 每年驗證 2. 不定期	1. 推動 ISO45001 職業安全衛生管理系統 2. 推動主題式健康促進活動	1. ISO 45001 職業安全衛生管理系統通過外部驗證 2. 健康促進活動次數及參與度	1. ISO45001 各單位擔當人員培訓 2. ISO 45001 三四階系統文件優化 3. 實施避免人因性危害計畫 4. 加強三高及代謝症候群族群之健康促進活動（運動班、醫師諮詢、健康講座）	1. 持續通過外部驗證 ISO45001 職業安全衛生管理系統 2. 持續辦理職場健康促進活動，提升職場安全衛生文化	8 就業與經濟成長	5

重大主題	GRI 主題	政策 / 承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案 / 行動	2024 指標和目標	2024 績效	2025~2027 中長期目標	連結 SDGs	對應章節
			正面實際	負面潛在									
社會公益活動	203	1. 公益專案推展（如原夢代表隊、原生動物守護計畫、和泰公益夢想家、量產幸福移動公益等） 2. 推行集團志工活動，透過每年 1 日志工假鼓勵同仁以自身力量回饋社會	投入公司資源與人力，以實際作為幫助社會弱勢，提升公司正面形象	未盡善企業社會責任將削弱社會凝聚力而增加社會成本，可能造成企業形象受損	經銷商	公益專案資源共享（如共同舉辦志工活動）	不定期	持續舉辦公益活動並擴大影響力	舉辦公益活動，關注多元永續議題如交通安全、弱勢移動、青年賦能、偏鄉孩童教育、生物多樣性等擴大永續影響力	1. 公益影響力廣宣觸及人數超過 1,700 萬 2. 專案成果於永續委員會呈報委員及永續治理高階主管檢視	持續舉辦公益活動，運用集團力量攜手關係企業與合作單位（政府公部門、NGO / NPO 等），擴大公益影響力及觸及人數	1 消除貧窮 2 終結飢餓 3 健康與福祉 4 優質教育 5 性別平等 8 就業與經濟成長 10 消除不平等 11 永續城鄉 12 責任消費與生產 13 氣候行動 14 永續海洋與保育 15 陸域生態 16 和平與正義	4
					媒體	舉辦公益記者會，傳遞永續理念與價值							
					員工	舉行志工活動，以利同仁了解公司公益活動							
					客戶	電視 / 平面廣告 / 新聞稿、電子郵件、社群平台							

*「發文」意指以正式公文通知經銷商，指示其依照內容配合執行相關業務或行動事項。

6. 為加強公司對利害關係人權益之重視，及配合公司治理的精神與遵守企業社會責任實務守則規範，永續發展委員會每年將彙整前年度之「利害關係人溝通情形」於董事會進行報告，2024 年溝通情形預計於 2025 年 12 月舉行的董事會報告。2024 年和泰汽車報告內容彙整如下：

報告摘要	
顧客安全	產品認證、環境安全管理制度等政策
氣候減緩活動	實踐豐田環境管理系統 ISO14001、ISO14064-1
顧客隱私保護	揭露完整顧客管理成果，並說明隱私權政策及資安委員會運作情形
品牌管理與行銷	品牌行銷年度規劃，透過新聞稿及媒體試乘活動對外傳遞訊息並增加外部對商品的了解
產品與服務品質	實行產品管理及顧客服務制度，定期檢視市場狀況並回饋予經銷商、供應商
社會公益活動	推展公益專案，每年提供 1 日志工假鼓勵集團同仁參與志工活動
人力資源與包融性	舉行勞資委員會，實施員工滿意度調查
職涯培訓與教育訓練	OJT 制度並提供教育訓練課程、自我學習發展資源
人權與勞資溝通	制定員工行為準則，透過勞資委員會檢視勞資溝通狀況
職業安全與健康	導入 ISO45001 管理系統與認證，建立集團職安衛資料庫，並舉辦健康促進活動

2.5 誠信經營與法規依循

和泰汽車重視紀律與守法，視誠信透明為企業社會責任的核心。我們秉持誠信經營的原則，不定期透過法律資料庫檢視最新法規變動，以落實各項法令規範。此外，為確保誠信經營的優良傳統，依據不同職掌與層級，訂有詳盡的規範以供依循，以確保誠信正直的核心價值。本公司於 2024 年未發生重大違法事件；2023 及 2024 年無違反法規而須支付罰款。2023 及 2024 年無違反法規而須支付罰款。

* 重大違法事件係參考「臺灣證券交易所股份有限公司對有價證券上市公司重大訊息之查證暨公開處理程序」，定義為單一事件罰鍰金額累計達新台幣壹佰萬元以上者。

和泰汽車股份有限公司
董事會議事規範

和泰汽車股份有限公司
反賄賂誠信經營守則

和泰汽車股份有限公司
誠信經營作業程序及行為指南

和泰汽車股份有限公司
公司治理實務守則

和泰汽車股份有限公司
內部重大資訊處理作業程序

董事會利益迴避程序

- 於「董事會議事規範」特別規定董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其自身利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權，以有效落實董事利益迴避制度。
- 有關最高治理單位於其它董事會任職、交叉持股狀況、具控制力股東的存在等，請參考 2024 年報 P10-P21。

防範內線交易之管理

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

反賄賂誠信經營守則

- 和泰汽車反賄賂誠信經營守則係遵循「上市上櫃公司誠信經營守則」、「日本豐田汽車股份有限公司反賄賂指南」及相關法令規定而制定，凡本公司董事、監察人、經理人、任何形態受僱人均應遵守，以徹底貫徹誠實、透明、負責之經營理念。
- 為禁止賄賂不法行為，公司人員除因合法執行業務，或符合正常社交禮俗者外，於與行為對象往來過程中，不得直接或間接提供、收受、承諾或要求利益。本守則並對政策制定、商業活動、政治獻金、慈善捐贈或贊助等做出明確規範。為確保本守則之落實，規定本公司董事會應善盡善良管理人之注意義務，督促公司防止不誠信行為，並隨時檢討實施成效及持續改進。針對賄賂行為，堅持採行零容忍政策。
- 2016 年 6 月因應「上市上櫃公司誠信經營守則」及公司章程修訂，配合修正本守則；2018 年 1 月制定「反賄賂誠信經營作業程序及行為指南」完備檢舉流程，俾供同仁有明確之作業流程遵循。
- 分別於 2023、2024 年修訂本守則及「誠信經營作業程序及行為指南」，完善本公司誠信經營規範。

員工行為準則

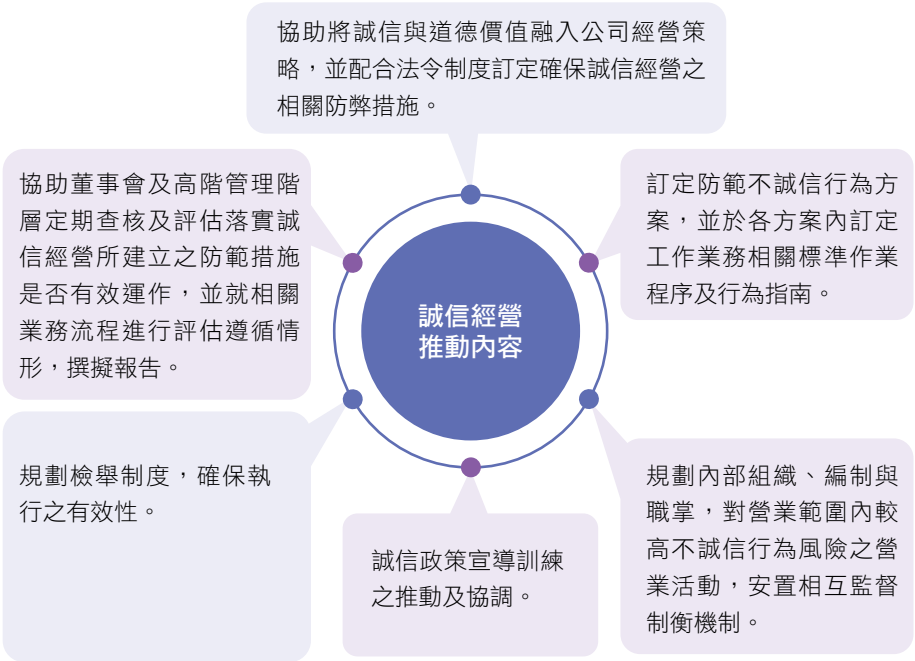
- 和泰汽車自 1947 年創立至今，藉著提供高品質的產品與服務給我們的顧客，並持續為社會永續發展付出努力。建立「和泰汽車員工指導綱領」鼓勵同仁應以「沒有最好，只有更好」的態度來實踐此準則，並將此準則持續傳承至未來，希望因此可促進社會繁榮。依本準則的說明，我們必須遵守法規規範，行為保持謙遜、誠實與正直。並且依據其精神，針對與公司營運相關、與公司活動相關、與社會相關三大層面制訂和泰汽車員工行為準則，提供全體員工於日常業務中之行為有所依據。

內部重大資訊處理作業程序

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

2.5.1 誠信經營與反賄賂教育

「正直誠信」是和泰的企業文化核心，為落實誠信經營，由法務室擔任誠信經營推動專責單位，推動誠信經營事項，並由稽核室監督執行並定期向董事會報告運作情形。



此外，我們設有網路及實體的違反反賄賂誠信經營行為舉報信箱，依「誠信經營作業程序及行為指南」等相關辦法規定，由稽核室為受理單位，舉報人得以匿名方式舉報（檢舉信箱：whistle@hotaimotor.com.tw），並承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置，以保障舉報人的工作權益並鼓勵誠信透明的治理文化。稽核室並應將檢舉情事、其處理方式及後續檢討改善措施，向董事會報告。 2024 年接獲舉報案件為 24 件、成案件數 0 件，因相關舉報案件性質均為關係企業的人員管理相關案件，皆已轉送集團各擔當單位對應。

舉報案件統計	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
舉報件數	17	27	16	24
成案件數	0	0	0	0

而為確保反賄賂誠信經營守則之遵循，和泰汽車每年會依「和泰內部重大資訊處理作業程序」，進行 1 年 1 次董事內線交易宣導，2024 年 6 月已完成線上宣導，董事參與率為 100%。此外，每年針對本公司同仁進行教育訓練，期盼透過一系列的教育訓練，傳達本公司誠實經營理念，並將此文化深植每位同仁的心中。同時，為了確保每位新進同仁能夠與我們有相同的價值理念，每年針對新進員工皆會舉行反賄賂教育訓練，並要求所有新進同仁皆需完成此一訓練，強化誠信經營的落實。針對供應商，則於合約中納入廉潔條款， 內容包括賄賂行為、教唆背信之禁止及法令遵循相關規範。2024 年和泰汽車未發生經確認的貪腐事件。

誠信經營教育訓練		2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
全員年度遵法指南教育訓練	參與人數	563	563	567	565
	訓練涵蓋率	100%	100%	100%	100%
新進員工反賄賂教育訓練 *	參與人數	24	27	33	39
	訓練涵蓋率	100%	100%	100%	100%

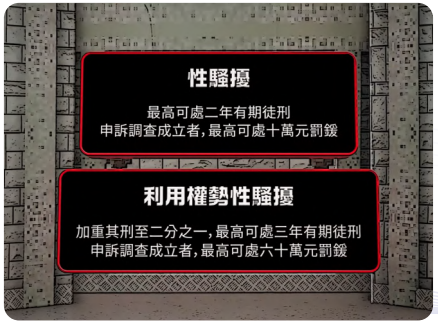
* 註 1：未通過誠信經營教育訓練者須參加補訓課程
* 註 2：因新進人員到職時間，教育訓練參與人數與年度新進人員統計數據略有差異

2.5.2 違法零容忍

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

「違法零容忍」宣導影片

向集團徵稿、發想年度「違法零容忍」宣導影片，並以詼諧的手法帶入遵法概念。自 2024 年 8 月 14 日上線供內部教育宣導播放，使集團人員能切身思考深刻體會，並結合線上課程測驗與影片留言抽獎活動等，刺激集團人員觀賞及發表感想，使影片宣導更加確實，累計 1 萬 2,104 人次觀看、756 則感想留言。



「違法零容忍」法律講座

和泰汽車每年定期舉辦「違法零容忍」法律講座，藉由對「破窗理論」及「違法零容忍」觀念解說及業務上常見違法案例解說，對第一線人員進行法遵觀念強化溝通。透過實體講座課程，邀請各經銷商法務擔當擔任種子講師，無法參與實體課程的人員則施以線上課程與課後測驗，確實展現集團對於違法行為絕不姑息的決心。2024 年，已針對各項業務遵法辦理實體與線上課程，相關成果如下：

2024 年實體課程實績		2024 年線上課程實績	
開課場數	121 場；涵蓋和泰汽車、經銷商與關係企業[註 1]	參與人數	9,293 人；涵蓋經銷商[註 2]
參與人數	3,798 人	涵蓋率	99%[註 3]

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

2.5.3 適法評鑑智財守備零容忍

和泰汽車透過制定「著作權管理辦法」、「商標管理辦法」、「機敏資產管理規範」及「研發成果及專利權管理辦法」等規範，以完備本公司之智慧財產管理體制。為落實智慧財產權觀念，2024 年舉辦三場之全員法律教育，對象為和泰汽車員工，強調尊重智慧財產權為誠信政策之一環，共計 235 人參與（含線上）；以及舉辦 12 場經銷商違法零容忍示範教育、3 場關係企業遵法教育，授課對象分別為經銷商（含長源汽車）營業所主管及關係企業同仁，講授日常工作中，如何避免侵害他人智慧財產權議題，參與人數共 590 人。修訂和泰集團遵法手冊，新增軟體智慧財產權說明，並列為法務室年度線上測驗內容，通過測驗人數共 404 人。

2.6 資訊揭露

和泰汽車透過設置多元的資訊揭露管道來與投資人溝通，包含發言人制度、投資人關係網頁、利害關係人專區、召開股東會及座談會等，除了主動提供正確且即時的資訊予投資人，也提供平台傾聽投資人的聲音。2024 年每季參加外部舉辦之法人說明會，以及舉辦多場座談會，由發言人向法人說明公司重要營運成果及未來策略；在股東會中各項承認事項及討論事項採逐案表決，並即時公開各項議案表決情形。

資訊揭露管道

設置發言人及代理發言人

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

投資人關係網頁

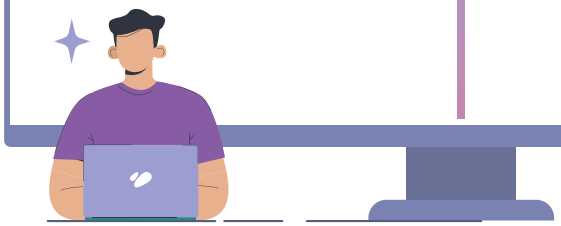
- 提供投資人即時查詢、下載公司財報、年報及各項主要財務資訊、法說會或股東會等訊息。
- 定期並指定專人負責公司資訊之蒐集與揭露。

法人說明會 / 法人座談會

- 每季召開法人說明會
- 不定期或視需要召開法人座談會

利害關係人專區

- 針對員工、消費者、供應商、社區或其他利害關係人，提供暢通之溝通管道。

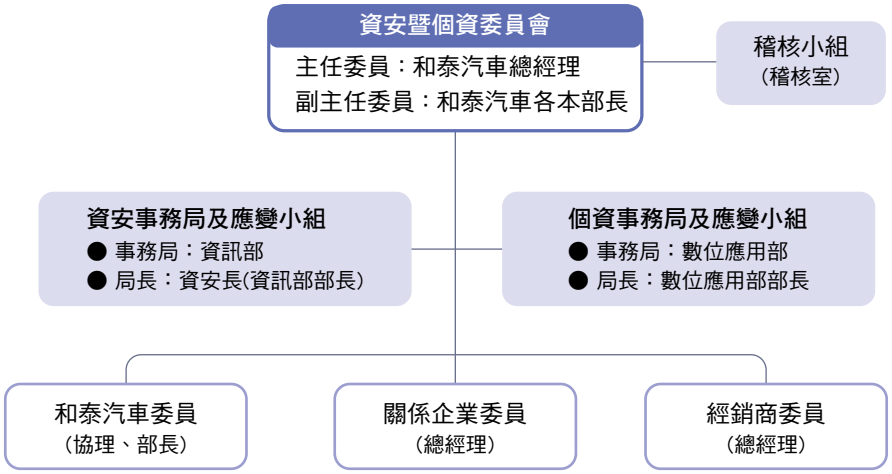


2.6.1 資訊安全及顧客資料保護

和泰汽車自 1987 年啟動小型商用車與轎車生產及銷售等相關業務，隨著集團業務不斷拓展、提供客戶服務應用增加，為了保障客戶資料的安全及有效降低網路安全風險，我們持續精進及強化資訊安全系統及個人資料保護機制。和泰汽車於 2007 年成立「資訊安全委員會」，作為集團資訊安全之最高指導單位，以貫徹資訊安全治理政策，明確宣示及落實維護資訊安全，並要求全體員工確實遵守，維護集團資訊安全。為了全方位保護顧客個資，和泰汽車「資訊安全委員會」於 2024 年 1 月更名為「資安暨個資委員會」，除由「資安事務局」為資安專責單位外，新設立「個資事務局」，專責事務局進行個資管理，持續推動個人資料保護政策，強化個資防護韌性及管理機制。

「資安暨個資委員會」透過定期舉辦會議，由集團主任委員（即和泰汽車總經理）及委員們，審視本集團資安治理及個人資料保護政策，督導資安及個資管理體系運作情形。委員會轄下之資安及個資業務推行專責事務局則透過定例會議，依據內外部環境需求及法令規定，評估資安及個資政策之適用範圍、完整性，適時進行政策調整，共同檢核全集團政策執行進度及結果，確保皆有符合本集團資訊及個資安全之要求，當有重大資安事件與個資侵害事件發生時，處理並呈報主任委員，以建構高標準防護能力。

資安暨個資委員會組織圖



註：本組織調整於 2024 年 1 月 1 日起生效。

2.6.2 資訊安全管理制度

為建立及維護集團安全及可信賴之資訊環境，確保資料、系統、設備及網路之穩定與安全，以達企業之永續經營，和泰汽車於 2008 年協同旗下 8 家經銷商，推動國際資訊安全管理標準 ISO 27001 認證，成為臺灣汽車業界首家上、下游廠商均通過 ISO 27001 認證的汽車經銷體系總代理及經銷商。為確保資安管理的有效性，持續以「規劃－執行－查核－行動」（PDCA, Plan-Do-Check-Act）循環不斷精進資安風險管理，事務局透過召開定期會議，針對新科技之導入或新資訊與通訊系統專案，評估可能之資訊安全衝擊，並藉由每年資訊安全風險評鑑作業，依據法令要求、近期內外部威脅情資等項目，評估對內部可能產生的資安風險並加以對策改善，以確保資安控管其有效性及適當性。從各項可能的威脅與弱點組合中，分析出可能面臨的風險並加以改善，持續管控將資安風險降到最低，以確保資訊的機密性（Conüdentiality）、完整性（Integrity）、可用性（Availability）；同時檢討、處理並報告資訊安全與相關威脅，透過以上機制達到資訊服務風險評估，做好全面的資安防護準備。

規畫階段 01 STEP

著重資安風險管理及強化，建立完整的資訊安全管理系統（Information Security Management System, ISMS），推動和泰汽車持續通過國際資安管理系統ISO 27001標準認證，並透過年度查核作業，不斷持續改善資安管理制度。從管理面、流程面、系統面、技術面降低企業資安威脅。

執行階段 02 STEP

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

查核階段 03 STEP

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

行動階段 04 STEP

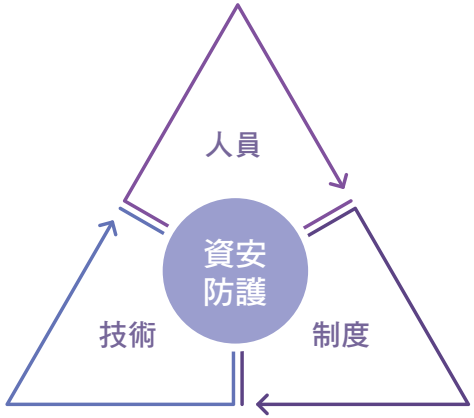
定期檢討與持續改善資訊安全防護措施，並進行全員資安教育訓練以提升資安意識。

2024 年資訊技術安全管理措施

為因應 AI 技術迅速發展，駭客攻擊變得更快速且廣泛、各類資安威脅情事不斷，和泰汽車採取人員、制度與技術的協同防護策略，建立多層次的資安防禦架構，快速回應複雜多變威脅，推行管理事項及具體管理方案如下。

全員參與

人是第一道防線，為了提升每位員工的資安意識，進行資安新興風險宣導以及意識教育，確保員工具備正確的資安觀念及辨識和應對風險的能力。



多層次防護

遵循國際資通安全循環框架，透過層層防護架構，有效減緩攻擊所帶來的風險與影響。

- 識別：擴大弱點檢測範疇並利用自動化技術加快對應。
- 防禦：網路細緻化分隔，將威脅限制在最小範圍。
- 偵測：雲地資安告警聯防，智能偵測惡意攻擊及入侵威脅。
- 復原：完善備份資料隔離架構，確保備份資料之安全。

持續改善

透過制度的落實及定期審查，以及早察覺風險做出因應，和泰汽車發布新版應用程式管理規範，除擴大管控範圍，依據服務類型及風險等級制定相對應要達成的資安防護水準，亦提高漏洞修補標準及檢測頻率，並嚴控存取行為，以強化整體資安防禦能力。

投入資通安全管理之資源

資訊安全已為公司營運重要議題，對應資安管理事項及投入之資源方案如下：

1. **專責人力：**以「資安暨個資委員會」為資安專責單位，並設立資安長，負責綜理、管控資訊安全政策推動及資源調度，且監督成效及落實狀況，以維護及持續強化資訊安全。
2. **國際認證：**依循國際資訊安全管理系統 ISO 27001 標準，持續精進資安治理架構及管理機制。此外，每年透過驗證公司審查，以確保資訊安全管理體系的有效性，2024 年完成審查，證書持續有效，亦無資安稽核重大缺失。
3. **資安事件通報及處理：**對資安事件的通報及處理，事務局明確訂立權責、事件分級、及通報處理流程及時限，委由事務局掌握威脅及事件對應進度及結果，集團各公司須於目標處理時間內通報、解決資安事件，查找可能的根因，提出改善矯正措施及執行時間，以預防事件再次發生。2024 年未有重大資訊安全之相關事件發生。
4. **資安宣導：**鑑於駭客攻擊手法不斷更新，仍須仰賴每位同仁有正確的資安觀念才能確保資安，因此在資安意識的提升上和泰汽車也透過多元化的教育訓練及溝通宣導管道，持續深化同仁的資安意識。2024 年執行 2 次社交工程演練，受測人數 570 位，演練涵蓋率 100%，透過寄發網路釣魚郵件，測試同仁對於資訊安全保護的認知，並搭配宣導信件教授大家正確的郵件使用習慣，藉此強化同仁對於郵件社交工程的警覺性。

2.7 風險管理

2.7.1 風險管理

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

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

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

內控內稽

因自行評估作業乃是公司內部控制制度設計與執行檢視適當性的重要時機，亦是風險評估的重要工作之一，為強化風險管理，和泰汽車及其子公司每年辦理自行評估作業，和泰汽車稽核室於 2024 年度舉辦一次集團內部控制自行評估教育訓練，評估內部控制制度設計及執行的有效性，並據以出具內部控制制度聲明書。

此外，為加強集團公司的風險管控，和泰汽車稽核室於 2024 年度舉辦二次集團稽核教育訓練，以風險較高之資安稽核、個資管理，法規新修訂增的永續資訊之管理等為主題，提升集團稽核人員之稽核專業知識與技巧。並藉由宣導、研討及分享內稽、內控實務運作及經驗，以強化集團公司之風險管理與稽核的能力。

內部稽核制度

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

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

2.7.2 產業相關的風險與機會

1. 產業現況與發展

2024 年全球經濟隨通膨趨緩、國際消費需求回暖及 AI 等新興科技應用商機強勁而穩定回升。全年經濟成長率 4.59%，較 2023 年上升 3.28%。在政府汰舊換新政策持續、各廠牌持續販促活動及主力重點新車改款挹注下，台灣車市依然維持不錯銷售動能，全年總市場最終登錄台數為 457,830 台。

以品牌別而言，本公司代理之 TOYOTA / LEXUS / HINO 品牌之總銷售量為市場佔有率第一名，市佔率前三名均為日系車商，合計市占率達 52.4%。

排名	1	2	3	4	5	6
品牌	TOYOTA LEXUS HINO	MITSUBISHI CMC MG	HONDA	MERCEDES BENZ	HYUNDAI	BMW
銷售量	159,608	53,020	26,791	26,557	22,691	20,332
市佔率	34.9%	11.6%	5.9%	5.8%	5.0%	4.4%

2. 產業上、中、下游之關聯性

台灣汽車產業之產品來源，由國際性汽車廠（品牌之母廠）授權，提供零組件及生產技術在台灣組裝生產、或者以整車輸入，然後，交由台灣區代理商透過經銷體系進行銷售，並處理各種售前服務、售後服務及車輛維修事宜。

目前主要國產車製造廠家，除本集團之國瑞（TOYOTA 小型車及 HINO 大型車）外，尚包括中華（MITSUBISHI、MG 小型車及 FUSO 大型車）、裕隆（NISSAN 及 LUXGEN 小型車）、福特六和（FORD 小型車）、三陽（HYUNDAI 小型車）及台灣本田（HONDA 小型車）等。

本公司所代理之汽車品牌，一向以品質優異、售後服務週到、行銷及企劃能力卓越，聞名於業界，且競爭優勢年年提升，已多年穩居汽車市場佔有率第一名。

3. 產品之各種發展趨勢及競爭情形

近年多家國際性汽車廠從代理商轉換成品牌分公司直營，積極導入新產品，並提出更具競爭力的售價，使進口車佔比持續居於高水位。疫情後全球汽車供應鏈持續回穩，2024 年進口車在台灣市佔率上升至 49.3%；在汽車級距別方面，SUV 車型持續熱賣，加上各廠牌推出多款跨界休旅車，2024 年 SUV 銷售佔比為 58.3%。本牌之 TOYOTA COROLLA CROSS 稱霸台灣 SUV 級距與國產車之銷售 NO.1、TOYOTA RAV4 則蟬聯 17 年進口車銷售冠軍。

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

TOYOTA

有利因素	不利因素	因應策略
• 政府延長「汰舊換新貨物稅減徵方案」至 2026 年初；以及持續推動「老舊車輛汰舊換新空氣污染物減量補助辦法」及「老舊汽車汰舊換新溫室氣體減量獎勵辦法」有助於換購需求持續。 • 隨全球經濟穩健復甦，AI 等新興科技應用加速擴展，帶動國內出口及生產成長力道延續，加上受惠低碳及數位轉型驅動業者擴大資本支出，且國際大廠陸續加碼投資臺灣等挹注，有助內需消費市場穩定成長。	• 全球經濟受美國政黨輪替、中國經濟持續疲軟，各國央行貨幣政策不同步、以及地緣政治衝突等因素仍充滿諸多不確定性，將影響未來全球經濟發展前景。 • 台海政經風險、房市景氣及金融放貸等不確定性，將影響民眾消費決策。	• 將持續提升消費者心佔率，爭取適切商品導入。 • 持續強化一線數位販賣力，創造最佳化販賣及營運效率。 • 提升中古車小賣與入庫，開創新價值鏈利益。

Lexus

有利因素	不利因素	因應策略
• 根據中央研究院最新預測結果，2025 年國內經濟成長率預估為 3.1%，其中半導體、資通訊及新能源產業的發展有望帶動高薪族群的增加。 • 隨著一般汽車品牌與豪華車品牌價格帶漸有重疊，豪華車品牌成為更多車主的購買選項之一，受益於此，豪華車市場有望持續成長。 • 減碳意識抬頭，刺激老舊車輛換購電動化車款趨勢。	• 國際政經的不穩定性，如：戰爭、關稅壁壘等，可能衝擊本土產業與消費者信心。	• 評估舊換新購車補助，並推出彈性付款方案，降低車主購車負擔。 • 透過全方位電動化車款（HEV、PHEV、BEV）及多元化服務，滿足不同消費者需求。

大型車

有利因素	不利因素	因應策略
• 全球有望多次降息，刺激景氣回溫。 • 受益於全球 AI 需求暢旺，帶動出口、工業活動，以及投資、勞動市場、家庭消費等增長。 • 政府延長「老舊車輛汰舊換新空氣污染物減量補助辦法」至 115 年底，有助於換購需求持續。	• 全球經濟的不確定性與持續的地緣政治衝突，導致關稅壁壘，造成原物料及能源價格上漲等風險，影響顧客購車意願。 • 高齡化、少子化造成的缺工現象，使得企業縮減規模或延遲生產計劃。 • 國人旅遊意向在疫情解封後快速轉向，國旅衰退導致巴士需求趨緩。	• 持續提供多元化特裝車型，極大化商用車價值鏈。 • 迎合世界減碳與永續經營趨勢，試行導入氫能巴士。 • 強化各車系的安全配備，提供顧客更安心可靠的車輛。

註：以上詳見和泰汽車 2024 年度年報第 86 至第 91 頁

2.8 財務績效

年度	2021	2022	2023	2024	單位
營業收入	138,872,240	130,393,188	161,317,924	160,057,276	仟元
營業利益	8,545,817	9,757,266	10,630,312	10,356,551	仟元
營業外收入及支出	10,163,586	（28,957,412）	12,310,719	11,267,255	仟元
稅前淨利	18,709,403	（19,200,146）	22,941,031	21,623,806	仟元
稅後淨利	16,210,758	（19,330,194）	22,857,675	20,467,026	仟元
所得稅費用（利益）	2,498,645	130,048	83,356	1,156,780	仟元
資產總額	94,565,824	83,693,191	102,391,453	101,779,708	仟元
資本額	5,461,792	5,461,792	5,571,028	5,571,028	仟元
員工平均營業額	246,665	231,604	284,511	276,437	仟元
年底總員工數（HR）	563	563	567	579	人
營業費用 + 營業成本	130,284,359	120,621,590	150,446,356	149,494,341	仟元
每股盈餘	29.68	（35.39）	41.03	36.74	元
薪資總額	2,032,037	1,356,981	2,257,974	2,217,800	仟元
員工福利費用（扣除薪資費用及退休金）	177,302	183,221	202,823	213,314	仟元
退休金總額	28,409	33,878	33,239	34,499	仟元
負債比	22.0	35.3	50.1	23.1	百分比
留存經濟價值	6,350,133	8,376,893	8,198,157	8,097,322	仟元

2.9 外部組織參與

本公司積極參與產業與永續相關外部公會及協會組織，除了有助於理解市場趨勢、技術創新和行業最佳實踐，從而提升企業競爭力外，亦能與產業界各方先進建立更緊密的合作關係，促進資訊的共享與交流。

外部組織名稱	職務
中華民國三三企業交流會	理事
中華民國工商協進會	理事
台北市進出口商業同業公會	會員
台日商務交流協進會	理事
社團法人台北市日本工商會	會員
社團法人中華公司治理協會	會員
中華民國公開發行公司股務協會	會員
台北市汽車代理商業同業公會	常務理事
台灣區車輛工業同業公會	會員
台灣區汽車修理工業同業公會	副理事長
中華民國東亞經濟協會	理事
台灣董事學會	會員
台灣企業永續研訓中心	理事
台北市醫療器材商業同業公會	會員

03
移動自由
Mobility

97.9%
近五年平均零件供應率

5 星評等
TOYOTA Corolla Cross、Corolla Altis、RAV4，及 Lexus NX 車款獲交通部臺灣新車安全 5 星評等

蟬聯 **23 年**
台灣車市銷售冠軍

超過 **9.7 分**
TOYOTA 2024 年客戶滿意度（滿分 10）

和泰汽車提供多元能源產品陣容，以及推動交通行動服務（MaaS）多樣的移動可能。從服務文化、產品設計與生產、顧客關係到經銷與供應的整體產業鏈支撐移動自由基礎。和泰汽車始終堅持以人為本的服務精神，已連續 23 年蟬聯臺灣車市龍頭，從賞車、銷售，到售後的維修，我們只提供最優質且值得信賴的服務。我們將客戶的意見與期待作為我們進步的最大原動力，秉持從「心」出發的精神，為顧客創造超越期待的用車體驗。

3.1 樂在 TOYOTA 的服務文化

樂在 TOYOTA 理念

和泰汽車始終秉持「以人為本」的服務理念，不僅重視車主在 TOYOTA 的消費體驗，亦關心 TOYOTA 員工的工作滿意度。我們堅信：「打造快樂的工作環境，造就樂在 TOYOTA 的幸福職場」，透過提升員工的滿意度，進一步推動顧客滿意度的提升，最終實現忠誠顧客養成的目標。

為確保員工擁有良好的工作環境與工作生活平衡，和泰汽車及各 TOYOTA 經銷商持續檢視總公司員工、業務人員與售後服務人員的職場環境，並根據實際需求提供多元福利與支持措施，包括：健康生活促進活動、工作環境與設施改善、員工家屬同樂活動、在職訓練與多元激勵活動等項目。透過完善的關懷機制，讓員工深刻感受企業的悉心照顧，進而將這份溫暖轉化為專業且貼心的顧客服務。（更多詳情請參閱本報告書「人才價值」章節。）

此外，和泰汽車持續投入資源於「感動服務」，致力為車主打造超越期待的服務體驗。TOYOTA 不僅將在地人文風情融入服務流程、打造舒適的客休環境、提供多元親子與數位互動體驗，亦透過 e 化系統導入創新服務模式。同時，我們積極邀請在地居民參與品牌活動，讓每位車主在與 TOYOTA 的每一次互動中，都能感受到品牌的溫度與關懷。

樂在 TOYOTA 概念

齊心打造快樂的工作環境，讓我們享受「樂在 TOYOTA」的幸福職場	用心提供驚喜的感動服務，讓顧客體驗「樂在 TOYOTA」的用車生活	TOYOTA 在地第一（Best in Town）

- 攜手營造正向氛圍，讓員工享受「樂在 TOYOTA」的幸福職場。
- 專注提供貼心服務，讓顧客體驗「樂在 TOYOTA」的用車生活。
- 深耕在地提升價值，TOYOTA 在地第一：Best in Town。

全員顧客滿意文化塑造

每年設計顧客滿意推動發展主軸與專案，並邀請經銷商共同執行展開	定期舉辦和泰汽車跨部門的顧客滿意委員會、跨經銷商的執行成果分享會、每月透過調查檢視 TOYOTA SSI/CSI 成果	每年舉辦顧客滿意教育課程，並建立 CS 認證講師制度，導入全員 CS 線上教育資源等，激發全員的顧客服務精神

- 定調主軸：每年規劃顧客滿意發展主軸與推動專案，攜手經銷商共同落實。
- 追蹤成效：召開跨部門顧客滿意委員會、舉辦跨經銷商成果分享會，並透過月度調查檢視 TOYOTA SSI/CSI 成效。
- 推動培訓：每年舉辦顧客滿意課程，建立 CS 認證講師制度，推動全員 CS 教育資源，強化服務意識。

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

未來，和泰汽車將持續秉持「樂在 TOYOTA」精神，凝聚員工向心力、促進整體工作氛圍，打造更幸福的職場環境，提升員工滿意度；並提供員工發揮專長及創意的舞台，持續為顧客打造驚喜的感動服務，提升顧客滿意度。

歷年服務文化與策略

2014~2016 Only for YOU

2014《CS文化塑造》
建構High 5 高績效團隊

- 鞏固CS（Customer Service）文化

2015 《看見信賴》
建構展現關懷的信賴團隊

- 強化思維、健全制度、樂在工作

2016 《啟動關鍵》
建構傳遞幸福的共好團隊

- 員工滿意 → 客戶滿意 （人才培育）

樂在TOYOTA 2017~2024 樂在TOYOTA

TOYOTA的幸福文化 → 讓員工享受樂在TOYOTA的幸福職場 + 讓顧客體驗樂在TOYOTA的用車生活

2017《精神紮根》
強化員工與顧客的體驗 →

2018 《發展特色》
定義CS職能及關鍵行為 →

2019 《鞏固成效》
CS核心價值形塑與推動 →

2020 《觀摩學習》
持續同/異業標竿學習

2021 《持續優化》
內外部客戶體驗升級 →

2022 《激發動力》
刺激創意提升榮譽/成就感 →

2023 《深化重視》
ES改善落實與資訊交流 →

2024 《案例橫展》
全據點優良作法執行

全台經銷商投入參與及支持 + 持續推進多元專案活動

【星光聯盟選拔】鼓勵員工結合弱勢改善進行創意提案
【神燈精靈現地激勵】與經銷商合作，為優秀員工策畫驚喜活動
【摘星計畫】綜合評比ES (Employee Satisfaction) / CS (Customer Satisfaction) 表現，選拔優秀服務廠
【異業結盟體驗活動】舉辦數位體驗活動，免費提供顧客雜誌/電影/音樂服務
【優良案例百大全】集結各經銷商適合橫展的ES/CS優良案例成冊，進行交流學習與案例橫展

持續TOYOTA 在地No.1

3.2 產品設計與生產

3.2.1 導入適切產品—兼具環保及便利的油電複合車

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

產品導入評估流程

市場評估

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

車輛上市前

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

商品上市初期

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

近年來，隨著環保意識的提升伴隨而來消費偏好的改變，電動化車型在全球掀起風潮，身為市場領導者，TOYOTA 原廠一向致力於提供對環境及消費者更友善的汽車產品，因此和泰汽車也追隨品牌理念，領先同業率先引進原廠提供的電動化車型，讓消費者有更多元化的選擇外，也帶給本土消費者更純淨的綠能生活，讓車主安心享受最舒適的節能體驗。

電動化車款銷量

單位：台

年度	2021	2022	2023	2024
TOYOTA	29,708	29,739	29,533	34,334
Lexus	6,423	6,036	12,648	14,791
HINO	4	6	34	12
合計登錄	36,135	35,781	42,215	49,137

3.2.2 提升產品安全性能

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

若發生影響車主使用產品安全之事件，和泰汽車將主動連繫車主，並提供解決對策，以求妥善處理。和泰汽車販賣之車輛皆符合原廠及政府之安全法規，以確保使用者安全，同時廢棄車輛處理亦依照政府規範處理。2024 年未發生違反有關產品與服務的健康和安全法規、未遵循產品與服務之資訊與標示法規及未遵循行銷傳播相關法規之事件。

安全碰撞試驗

- 分析各種意外事故的資料並執行廣泛的碰撞試驗，以持續導入可降低意外事故中傷害的安全措施，和泰汽車旗下的所有車輛均通過法規要求之前方與側方撞擊測試。
- 在 2024 年起執行之臺灣新車安全評等中（Taiwan New Car Assessment Program，簡稱 TNCAP），TOYOTA 旗下車款，包含 Corolla Cross、Corolla Altis、RAV4， 以 及 Lexus 旗下車款 NX，更獲得主管機關之五星評等，顯現相關車型碰撞前及過程中，可提供乘員與行人優秀的安全防護能力

駕駛模擬機

- 建造全世界最先進的駕駛模擬機，它是可移動的圓頂型體，且配備有 360 度高畫質螢幕，可在此模擬左右轉彎、加速及減速，模擬以實際車輛重現時太過危險之情況、或特殊情況下之駕駛條件。
- 以此研究事故時之駕駛反映及車輛資料，並不斷地進化我們的主動安全科技。

安全測試用人體模型

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

整合的安全管理概念

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

TOYOTA

- 為降低意外發生的可能性、守護行車安全，和泰汽車致力導入更完善多元的主被動安全配備，如 TOYOTA 極致安全防護系統（整合智能防護駕駛系統、智能輔助煞車系統、智能安全警示系統）、TSS（Toyota Safety Sense）系統、高剛性車體等。
- 為回應市場消費者期待，和泰汽車持續升級旗下車款的安全配備。國產車部分，級距銷售冠軍 Corolla Cross 與 Corolla Altis 全車系標配 TSS 系統與 7 氣囊，Sienta、Yaris Cross、Vios 與 Town Ace 亦搭載 TSS 系統；進口車部分，也於 RAV4（汽油 / 油電）、Camry（汽油 / 油電）、C-HR、Corolla Sport、Prius PHEV、Prado、Alphard、Sienna、Hilux、GR Supra、CROWN 等車型全車系標配 TSS 系統與 7 氣囊（含以上），總計共 13 款車型，全方位守護乘員安全。

Lexus

- 以豪華車著稱的 Lexus，其靜肅性與安全始終備受肯定。針對全車系已全面導入 Lexus Safety System+ 主動式安全防護系統，提供駕駛人最全面的保護。
- 電動化車款（Electriued Vehicle）全車系裝載了專屬的車輛接近警示系統，以提升道路行駕的人車安全。

HINO

- 日野在貨車方面，座艙採高剛性強化設計，搭配車門防撞鋼樑及潰縮式方向盤，5 噸以上車型全面配備 PCS 預警式防護系統、LDWS 車道偏離警示系統、視野輔助裝置及防捲入裝置，10 噸以上車型配備 ACC 主動式車距維持系統，強化車輛運行安全性。巴士方面，RM 車型配備後軸寬幅式懸吊系統，提供優異的行駛穩定性，並配備 PCS、LDWS、ACC、VSC 等先進主動安全系統，完整守護駕乘的安全。

3.2.3 管控車種導入風險

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

全面投保待售新車保險

為確保新車下線到顧客手中傳遞過程的安全，降低風險並提高品牌形象，已率同業之先投保新車保險，包括竊盜險、第三人責任險、零件險及颱風險，投入費用平均每年達新台幣 1,200 萬元以上。

保證新車品質

- **建立標準化作業流程（SOP）**

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

- **實施 SSI 銷售滿意度調查新車品質**

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

- **新車物流作業品質現地查核暨車輛物流研討會**

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

3.2.4 確保零件供應時效與品質

為了保障顧客的用車權益，和泰汽車以豐田生產管理系統（TOYOTA Production System，簡稱 TPS）的精神與做法，建置集團的零件供應管理體系，負責零件採購、價格政策、品質管理、庫存掌控、經銷商倉儲安全與庫存管理制度、物流配送作業，以及零件人員培育訓練等主要支援重任；藉由零件資訊系統提供之精確資訊，為全臺共有 286 個綿密的服務維修據點，提供最完整的零件供應服務。2020~2024 年零件供應率平均為 97.9%。

- 服務資訊整合系統，全台系統連線，即時查詢顧客相關紀錄
- 線上電子零件型錄，即時更新，隨時確保所需零件的庫存訊息
- 零件物流資訊系統及廠家直送機制，即時調度滿足顧客需求
- 透過IPAD進行鈑噴保險勘估，使顧客可於最短時間取回愛車

項目	2020	2021	2022	2023	2024
採購總單數	26,746	24,631	25,341	25,523	25,597
銷貨總金額（仟元）	12,529,308	12,889,677	14,286,655	15,396,324	15,936,633
零件供應率（%）	97.6%	97.8%	98.0%	98.2%	97.9%
配送點總數	184	205	240	267	286

註 1：零件供應率定義：經銷商發注訂單，可立即出貨的比率；公式：出貨點數／訂貨點數 = 出貨點數／（出貨點數 + 缺貨點數 + 取消點數）
註 2：零件供應率於 2024 年更正為與其他指標項目基準相同，含 TOYOTA、Lexus、Hino 三品牌，原僅含 TOYOTA

和泰汽車定期採購所售車系之零組件、用品及耗材，則依經銷商與其據點的需求，於最快的時間內完成配送。目前配送時間為每週一至每週六，每天配送二次（東部一次），如有特殊急件則提供經銷商自取或計程車、快遞運送服務，以即時因應顧客需求。

和泰集團零件物流中心

高密度物流服務

全台 **41** 條配送路線
配送據點共 **286** 家

高頻度物流服務

1 日 **2** 配

3.3 顧客關係管理

3.3.1 用心傾聽顧客聲音

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

顧客的意見與回饋是我們進步的動力與來源。和泰汽車早在 1990 年即設立客服中心及 0800 免付費專線，透過統一的窗口接收與處理相關諮詢或申訴，經由標準化的管控機制，確實將每位顧客的意見進行檢視與改善；2005 年，和泰汽車領先同業全面導入顧客服務專業資訊系統，使和泰汽車與經銷商之資訊同步化，以有效追蹤及控管顧客意見之處理情況；2016 年，TOYOTA 顧客服務中心通過 ISO 10002 國際驗證，2017 年導入「0800 接聽顧客滿意度調查」、「VOC（Voice of Customer 顧客聲音）情報分享」、「案件受理 & 結案簡訊通知顧客」等機制，以系統性的管理流程，持續強化顧客服務品質，拉近與顧客的距離。

為因應顧客使用網路的需求增加， TOYOTA 於 2019 年導入「TOYOTA AI 智能客服」，即時回應顧客並提升顧客體驗；2020 年強化 AI 智能客服，擴充現有問答題組，從原有販賣／服務題組，進一步擴充影音用品／品牌活動／ APP 相關／問卷抽獎等題組，並新增關係企業相關題組（包含貸款／精品／保險／中古車等）；同時建立車主專區，提供車主便利的一站式客製化服務；2021 年 TOYOTA 智能客服逐步升級，受理占比超過六成，成為主要顧客 VOC 來源，達成擴大分流並成功轉型；為了更進一步提升顧客使用體驗及便利性，2022 年 11 月導入同業首創之智能客服語音輸入，透過先進的語音辨識功能結合 AI 智能客服，提供更便利的查詢服務；2023 年 0800 語音專線亦整合智能客服，進一步提升顧客體驗，讓車主能更便捷地獲取服務資訊，強化用車體驗與行車安全；同年，TOYOTA 顧客服務中心透過深刻理解顧客需求、用心聆聽建議並有效解決問題的流暢服務設計，榮獲第二屆「臺灣客服中心評鑑」金獎肯定；2024 年，智能客服受理比例突破七成，客服中心同步啟動內部轉型，導入知識管理系統，提升客服人員應對效率，確保顧客能獲得更快速、精準的服務，進一步優化整體服務體驗。Lexus 亦於 2020 導入 Smart Center，透過與 LEXUS LINK 智能車載系統的結合，從被動接受顧客聲音，轉為主動提醒顧客須留意事項。

顧客意見回饋管道

車主的心聲始終是和泰汽車關注的重點，我們透過如 24 小時免付費電話、市話客服專線、官網（AI 智能客服）、CS 調查（電話訪問、網路問卷等）、App、Line 等多元管道，與車主進行良好的溝通，仔細聆聽車主的寶貴意見，並將其轉化為一系列的優質服務。

顧客意見回饋管道

	TOYOTA	Lexus	HINO
24 小時顧客服務中心服務電話	0800-221-345 （02）5599-7299	0800-036-036	0800-522-567
官網	www.toyota.com.tw	www.lexus.com.tw	www.hino.com.tw
電話訪問	• 全數撥打 • SSI 對象：交車滿 7 日車主 • CSI 對象：車主結帳離廠隔日起，陸續以 app 或簡訊發送問卷，關懷車主服務滿意度與用車狀況。若未回覆問卷，才會於第 7 日撥打服務追蹤關懷電話。	• 全數撥打 • SSI 對象：先以簡訊關懷新車購車滿 7 日之車主，若車主未回覆簡訊，才撥打追蹤關懷電話。 • CSI 對象： 先以簡訊關懷保養或維修結帳出廠滿 3 日之車主，若車主未回覆簡訊，才會撥打服務追蹤關懷電話。	• 每月 SSI ／ CSI 電訪各抽樣 80~100 件，網路問卷抽樣 SSI 150 件以上、CSI 500 件以上。 • SSI：登錄領牌新車車主，於交車時掃描 QR CODE ／或系統透過 LINE@ 與 Hi HINO APP 發送連結專屬 SSI 網路問卷 • CSI：每月針對回廠顧客先以 LINE@ 與 Hi HINO APP 發送網路問卷關懷已結帳離廠車主，若車主未填寫問卷，另撥打電話追蹤關懷。
紙本或網路問卷	• 每月隨機抽樣寄送 • 網路問卷調查服務滿意度 • 新車交車車主 （每季抽樣 13,500 件） • 入廠保養維修車主（每季抽樣 10,000 件）	• 每日排程寄送網路問卷調查服務滿意度，依交車型態及主要工作項目設計分流選項問卷，以更即時聽取顧客 VOC。 • SSI 對象：新車交車 7 天後的車主 • （全數發送） • CSI 對象：結帳出廠 3 天後的車主（全數發送）	
App / Line	All-in-One 行車生活服務 App「My Toyota」	All-in-One 行車生活服務 App「Lexus Plus」	一站式服務 APP「Hi HINO」

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

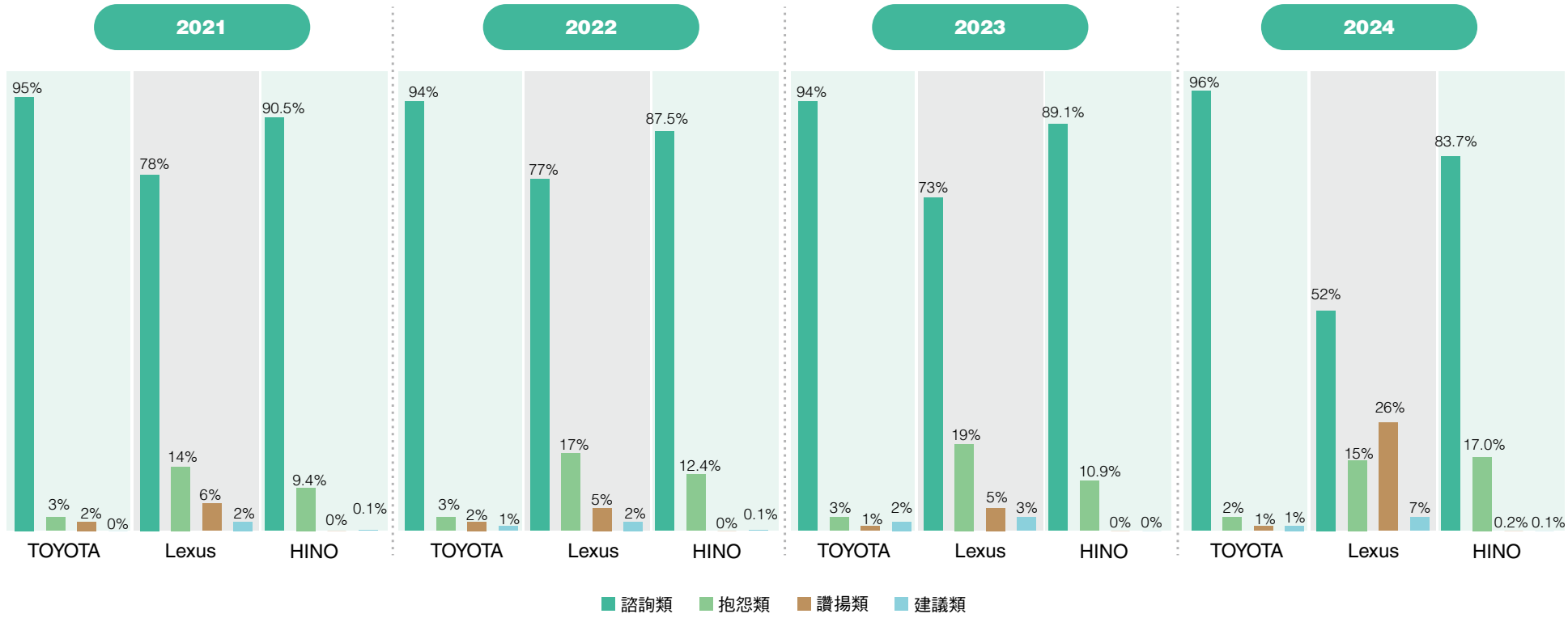
客戶反應處理

和泰汽車持續透過 VOC 情報分享機制，了解客戶的需求並積極回應。我們將客戶反應的聲音區分為一般顧客詢問事項的「諮詢」類、顧客任何不滿意之意見回應的「抱怨」類、顧客對人員或據點服務狀況表示肯定與鼓勵的「讚揚」類，及顧客建議公司或人員可改善但未達不滿意之「建議」類等四大類別。於各項客戶反應類別中，以諮詢類為多數。

2024 年 VOC 來源統計

VOC* 來源	TOYOTA	Lexus	HINO	執行單位
電話	9%	43%	12%	TOYOTA 及 Lexus 顧客服務單位 HINO：商用車技術教育室
官網（智能客服 + 網路信函）	89%	27%	1%	
電訪、郵訪、線上問卷等	2%	30%	87%	除 TOYOTA 之電訪為經銷商執行，其餘委託外部單位進行

顧客反應類別之比例



其中，針對抱怨類型的反應內容，立即指派專人於時限內追蹤處理進度，並交由權責單位研究及討論，並進一步規劃與改善。所有的 VOC 均有專責的客服主管妥善處理，隨時追蹤案件進度。

顧客反應處理流程

顧客反應（VOC）

- 諮詢、讚揚、建議 → 立即指派專人掌握處理進度 → 歸類紀錄 → 定期分析檢討
- 抱怨 → 立即指派專人掌握處理進度 → 分析與討論 → VOC提供權責單位 → 尋找改善方式 → 規劃與推動改善

顧客滿意度

和泰汽車始終秉持「顧客第一」，從新車販賣到售後服務，每一個流程與細節，我們都努力把關，致力提供最好的服務。為了確實了解顧客的需求與心聲，我們除了不定期實施品質與 SOP 稽核外，也委託外部市調公司進行顧客滿意度調查，作為精進服務品質的參考依據，以符合並超越客戶之期待。

和泰汽車透過包括電話、網路等不同方式執行顧客滿意度調查，將顧客意見提供給顧客服務中心處理，也要求經銷商及一線人員因應並改善，提升顧客滿意度。2024 年各項顧客滿意度調查結果均符合當年度目標設定值。多年來我們深耕顧客滿意認知教育，以員工滿意為基礎，透過由上而下的高層參與及由下而上的現場即時改善，期許同仁樂在 TOYOTA，以同理心出發並獲得顧客的信賴與肯定，維持 TOYOTA 在地第一的地位。

品牌	調查方式	2021	2022	2023	2024	2024 目標
TOYOTA	SSI（滿意度）	976	982	984	986	930
	CSI（滿意度）	960	962	972	978	940
Lexus	SSI（落實度）	99%	99.6%	99.8%	100.0%	95.0%
	CSI（落實度）	99%	99.2%	99.1%	99.3%	95.0%
	SSI（滿意度）	990	992	995	998	980
	CSI（滿意度）	986	987	988	995	975
HINO	CSI（滿意度）	95.8	95.4	96.0	95.9	93.0
	SSI（滿意度）	98.2	99.1	99.2	98.6	95.0

調查方式說明

一、TOYOTA
- 滿意度（問卷）：整體 TOYOTA 營業所 / 服務廠之顧客滿意度分數平均，滿分為 1,000 分。
- 調查對象涵蓋全客戶。

二、LEXUS
- 落實度（問卷）：整體 LEXUS 營業所／服務廠之作業落實度分數平均，滿分為 100%。
- 滿意度（問卷）：整體 LEXUS 營業所／服務廠之顧客滿意度分數平均，滿分為 1,000 分。
- 調查對象涵蓋全客戶。

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

行動化服務 -「My Toyota」和「Lexus Plus」

和泰汽車積極致力於提供便捷安全的行車體驗，2013 年領先同業，首創「My Toyota」和「Lexus Plus」服務，完整支援包含「停車與代扣」、「愛車優惠」、「營業據點」、「道路救援」、「加油 / 充電站」等行車生活功能，強調「行車生活 All-in-One」概念。TOYOTA 與 Lexus 和 HINO 車主更都有車主獨享的「愛車秘書」功能，協助車主掌握愛車保修資訊，並搭配保養檢修，以及線上預約回廠定保服務、不定期享有電子優惠券，大幅提升廣大車主在養護車輛上的便利性。HINO 亦於 2022 年正式推出「Hi HINO」App，整合「愛車秘書」、「和泰 Points」、「和泰 Pay」及「大車友善地圖」推薦大車司機方便飲食的餐廳，以及不定期推播客戶服務或品牌相關訊息等功能，未來將更新增商用車車主行車必備的科技執法及日常生活一鍵快速查找的功能，各項功能同步串聯到 Line，提供車主更便捷的多元使用體驗。2024 年更進一步新增「科技執法」、「停車場」和「洗手間」等實用功能，讓顧客能夠一鍵快速查找所需資訊，提升日常使用便利性。此外，所有功能均已與 Line 同步串聯，提供更即時、更便捷的服務體驗。

為提供顧客更完善之數位服務體驗，2020 年底導入和泰集團會員 ONE ID，從以「車」為中心轉變為以「人」為中心，透過單一會員帳號即可漫遊租賃、叫車等集團相關服務。2021 年底更進一步提供「和泰 Pay」、「和泰 Points」，建立車主會員制度與多元支付方式，給予車主煥然一新的數位新體驗，並攜手中信推出「中國信託和泰聯名卡」，提供更多元的點數回饋方案，為集團數位轉型之重要里程碑。為擴大和泰 Points 的使用情境，「HOTAI 購」線上商城於 2022 年中開台營運，滿足了和泰會員全方位生活需求。

和泰近年新推出旅遊規劃 App「去趣」，不僅深化集團各項移動服務的串聯，打造完善的 MaaS 移動服務生態系，同時提供機票、住宿查詢與預訂，以及全球熱門景點門票、體驗券、餐券和旅遊網卡等一站式購買服務，全面滿足各類旅遊需求，成為旅遊規劃的首選平台。未來持續推動多元、便捷且安全的行車與移動體驗，積極履行企業永續責任，樹立標竿企業形象。

近年來，和泰集團秉持以客戶為核心的理念，積極落實 MaaS（Mobility as a Service）的發展，期望完美滿足每一位顧客在「移動過程」中的各種需求。為探索消費者對移動服務的想像與期待，和泰汽車自 2022 年起舉辦「MaaS 黑客松」活動。首屆以「結合智慧科技與共享經濟」為主軸，號召全國大專校系及新創／大型企業共同響應組隊參賽，攜手發揮無限創意。

延續首屆賽事熱烈迴響，2024 年再度舉辦 MaaS 黑客松系列活動，並以「移動新體驗，想像無極限」為主題，結合去趣、iRent、yoxi 等一系列移動服務應用，鼓勵參賽者以使用者多元角度出發，挖掘 MaaS 生態圈中的痛點與機會，提出創新解決方案。

本屆賽事共有全台 235 組優秀的青年學子與社會新創團隊報名參賽，一同發揮創意打造「MaaS 360 數位生態圈」。為協助參賽團隊將創意轉化為具體成果，和泰集團投入大量資源，除釋出上億筆企業營運資料供參賽團隊進行分析外，更深入全台各大專院校與新創基地，舉辦多場講座與交流活動，將 MaaS 移動服務的願景傳遞給青年學子與社會大眾。作為台灣領先的移動服務提供者，和泰集團將持續為台灣的 MaaS 發展注入嶄新能量，開創智慧移動服務的無限可能。

新型態服務據點 - TOYOTA 社區型保修站

2017 年起，和泰汽車即針對內外部趨勢進行研究，並透過發放車主保養行為問卷調查等方式，發現「地點便利」與「快速保養」為顧客對售後服務的主要訴求，故經過兩年時間規劃，自 2019 年起，和泰汽車將服務廠走入社區，於全台設立業界首創之「TOYOTA 社區型保修站」，提供車主快速保養、簡易維修以及輪胎與電瓶更換服務，滿足車主需求。至 2024 年底，已成立 105 間 TOYOTA 保修站，並累計超過 53 萬入站台次，其中顧客滿意度達 97%，且 98% 顧客願意再次入站。

3.3.2 顧客關係維護

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

TOYOTA

購車及交車關懷

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

依客戶需求提供客製化交車服務，提升交車體驗滿意度

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

保有車主用車關懷

針對 TOYOTA 車主進行用車、續保、定期保養、驗車提醒 ... 等訊息溝通。另於車主回廠保養維修後，第 3 天和第 5 天寄發關懷簡訊，若未填答則於 7 天後致電關懷，以確認車主回廠體驗。

多元顧客關係活動

和泰與經銷商不定期舉辦多元類型車主活動，如：親子手作 DIY、家庭健康講座、環保公益活動、數位社群互動、小小技師體驗營、節慶同樂會、客休室數位體驗活動…等。增進與車主的互動及傳遞環保觀念，除提升品牌服務外，同時維繫車主關係。

Lexus

主動 Call out

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

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

業務代表拜訪

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

顧客關係活動

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

季刊雜誌

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

HINO

販賣人員

交車後 3 日內致電顧客：
關懷用車情形

販賣主管

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

主動召回

在重視顧客安全與保障顧客權益下，我們所賣出的汽車與零組件皆經過不斷的測試及抽驗，而標準化的組裝過程更是通過層層檢驗。即使如此，各品牌瑕疵召回依舊難免，卻也是對汽車消費者的負責態度。向來高度重視顧客權益的和泰汽車，一旦接獲日本豐田汽車的召回訊息，即主動對被影響車主掛號寄出由總經理具名的「安全性召回改正通知」，詳細說明召回原因、瑕疵可能造成的影響、改正對策、檢修或更換所需時間以及何時開始啟動召回等，並為召回可能導致的不便表達歉意。

2024 年 TOYOTA 實施 7 項受影響台數共 51,541 台主動召回之改正活動。和泰汽車始終秉持誠實、負責、主動與盡快改正的積極態度，讓所有客戶都能安心享受駕馭的舒適及快意。

案件名稱	應召回車輛數（台）
GR SUPRA 變速箱控制單元更換	3
SIENTA 前柱飾板固定扣更換	46,266
ALPHARD PVM ECU 程式更新	522
SIENNA 前座乘員分級系統（OCS）感知器點檢 / 更換	199
PRIUS PHEV 車型後車門開啟器開關更換	803
bZ4X 及 CROWN 車型前識別攝影機軟體更新	3,285
CROWN 車型 PVM 前、後影像攝影機點檢 / 更換	463

3.4 顧客資料保護

個資管理制度建置

為使客戶資料獲得完善的保護，和泰汽車以「個資事務局」為個資專責單位並設立事務局局長，負責建置全集團個人資料管理制度，從企業策略面著手定位組織管理與運作，透過業務流程與資訊系統的分析，檢視個人資料取得、處理、傳遞、儲存、封存與銷毀等過程的生命循環及存取控管情況，規劃最完善的個資保護解決方案。

保護顧客隱私權

為保障顧客線上隱私，遵循台灣「個人資料保護法」在個人資料之蒐集、處理或利用之規範，和泰汽車頒佈「個人資料檔案蒐集、處理與利用管理辦法」，規範資料使用原則與內部作業流程，供全體單位遵循。此外，遵循法令要求，在官方網站上揭露客戶資料之隱私權聲明，除承諾本集團將保護客戶隱私外，並清楚說明客戶資料之蒐集、使用與資料安全規範等，以保障顧客隱私權。2024 年經內部確認無任何經證實的投訴屬於侵犯客戶隱私或遺失客戶資料之事件。

隱私權聲明

TOYOTA　LEXUS　HINO

深化個資意識

為完善保護顧客個資，和泰汽車個資事務局每年定期辦理個資教育訓練。教育訓練以教材搭配測驗確保同仁個資意識（時數約 2 小時），受訓對象為全體同仁。

個資教育訓練	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
人數（人）	489	493	520	570
涵蓋率（%）	100%	100%	100%	100%

註：上述表格教育人數為有配備電腦之員工數

委外廠商個資管理

在委外廠商方面，和泰汽車為顧客資料安全及權益負起把關之責，並已建立「委外廠商個資安全管理作業規範」，明確規範廠商在執行委託業務時應遵循的個資保護要求事項與責任範圍。為確保規範落實，和泰汽車每年定期審閱委外廠商提交的個資自評報告並執行實地稽核，同時建置再發缺失控管機制，並透過不定期現地查核，持續強化委外廠商的個資防護措施與執行成效。

事件通報及應變處理

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

* 2023 年，集團子公司發生 1 起與個人資料保護相關之事件，已依規定主動通報主管機關，同步採取阻斷外部連線及內部清查等處置，確認本事件中無個人資料遭查詢或洩露之情形。惟主管機關於 2024 年就本事件依《個人資料保護法》相關規定，裁處新臺幣 2 萬元罰鍰。

3.5 經銷商管理

合作超過一甲子的日本豐田汽車、精工打造 TOYOTA、HINO 國產化的國瑞汽車、緊密團結且共識堅強的經銷商團隊，以及提供高品質及高配合度的供應商，是和泰汽車成立迄今超過 70 個年頭以來最值得信賴的夥伴。在我們攜手合作之下，共同創造了使員工、股東與顧客驚艷與感動的最佳服務。未來，和泰汽車將持續投入熱情與資源，持續與我們的經銷商及供應商共同努力，再創更多佳績。

3.5.1 經銷商管理

和泰汽車與經銷商攜手打造了台灣車市的高市占率，和泰汽車也挹注資源培養經銷商，以共同致力提供顧客最好的服務，攜手共創品牌價值，為確保經銷商都能提供顧客優質服務、專業保養維修，TOYOTA 每年對經銷商人員實行 2 次技術檢定，也分別在上下半年各實施一次各職種技術力現地查核；Lexus 也針對服務專員、技術人員實施 1 年 2 次技能檢定，並於每年第四季實施技術力抽測活動，其目的就是希望服務人員於和泰受訓後，不僅技術力提升，也可將所學運用在服務廠，解決顧客用車安全無虞；HINO 提供服務專員、技術人員定期的制式課程與年度檢定外，也另外針對技術人員實施 OJT 訓練，並於每季評核技術人員自主 OJT 狀況，確保課堂內、課堂外皆有精實的教育訓練持續精進技術力。

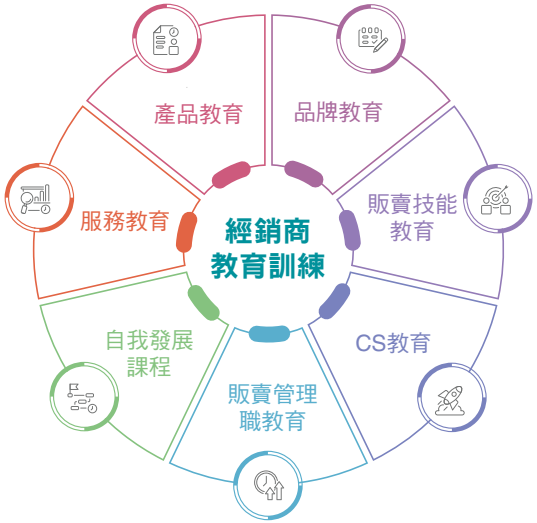
3.5.1.1 乘用車經銷商

和泰汽車自 1986 年起即建立 TOYOTA 小型車銷售體制，由 8 大經銷商專業經營販售車輛及維修服務業務，除了原有的 122 家 TOYOTA 維修服務據點，自 2019 年導入新型態服務據點「社區型保修站」，以更綿密的據點佈建，提供更便利、快速的原廠服務，截至 2024 年 12 月底已經累計成立了 105 家，合計 227 個服務據點，提供車主更便利的服務。

為提供顧客一致的優良服務品質與水準，針對經銷商定期實施年度各項施策評價，並進行日常管理作業與確認服務標準作業流程（SOP）之執行狀況等。除進行管理外，也適時提供必要的輔導與支援，與經銷商攜手永續經營。如，為檢核一線人員服務落實度，以提升整體服務品質及鞏固顧客滿意度，Lexus 持續推動神秘客查核，發掘服務流程弱勢項目，並於每半年提供成績及影片檔予經銷商，供其作為學習參考；同時，針對新車購車及回廠保養之車主寄送簡訊調查落實度，調查結果則提供予經銷商作為改善依據。

乘用車經銷商教育訓練

針對經銷商我們提供完整的一系列的訓練，課程包括產品教育、服務教育、品牌教育、販賣技能教育、CS 教育、販賣管理職教育以及自我發展課程等，經銷商人員必須接受認證及通過檢核。售後服務的教育訓練課程設計，主要是根據學習地圖去規劃，透過完整的學習地圖，使各職種、階層人員接受適當教育訓練，確保服務品質、維持高顧客滿意。



小型乘用車售後服務教育訓練成效

年份	2021		2022		2023		2024	
品牌	TOYOTA	Lexus	TOYOTA	Lexus	TOYOTA	Lexus	TOYOTA	Lexus
梯次	121	67	132	102	131	110	142	90
人數	1,235	972	2,613	1,654	2,666	2,172	2,262	1,789
投入金額（新台幣元）	7,192,900	5,998,396	7,549,400	9,925,240	9,165,000	9,467,560	8,687,700	9,855,357

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

乘用車感動服務活動

Lexus 於 2024 年 6 月推出「UV 快速局部修補服務」，使用新型塗料與光照技術，不但節省塗料耗量，更大幅降低施工時間，提供車主環保且優質修復愛車的方案。2024 年度共計 521 台車顧客體驗 UV 快速局部修補服務。

Lexus 在客休室餐點方面亦持續展現悉心款待的精神。2024 年全面更新客休室餐點菜單，除了精選咖啡、茶品及海鹽巧巴達、哈根達斯冰淇淋等常態餐點之外，週間午餐時段更全新供應米類輕食與義大利麵。此外，為了讓顧客持續 Experience Amazing，不僅不定期推出季節飲品，2024 年 11 月更與世界麵包冠軍陳耀訓師傅推出平日限定「明太子軟法午茶套餐」，提升車主回廠滿意度並增添餐點多元性。

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

3.5.1.2 商用車經銷商

和泰汽車自成立以來，深耕台灣市場逾 70 年，商用車業務亦同步穩健發展，逐步建立起完善的全功能銷售與服務體系，為顧客提供一站式解決方案（Total Solution）。至今全台已有 19 處服務據點，並持續擴建與優化設施，致力於打造更全面、高品質的服務體驗。為確保顧客在維修與保養方面獲得卓越的服務品質，我們建立了完善的教育體系，為一線服務人員提供系統化、全方位的專業訓練，確保每一位顧客享受到一致且高標準的服務，更展現我們始終如一的專業承諾。

安全宣導

持續進行車輛安全載重規定宣導，於新車點交時及既售車顧客拜訪時，向顧客說明如何正確駕駛，以提升車輛行駛安全。

試乘車導入

針對 HINO 5T 及 TOYOTA GRANVIA 車型，提供試乘車讓顧客可以在購車前，實際駕馭及感受本牌的優質商品。

新一代客休室導入

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

商用車售後服務教育訓練

因應商用車之用途，售後服務必須講究「及時修護、盡快交車」等兩大原則，因此本公司針對技術人員依不同層級與技術需求，規劃出四階教育訓練課程，以確保教育訓練的品質與成效，並透過課前施測及課後測驗讓同仁確實發現問題，可於課程中進一步提問，2024 年共針對 354 人實施教育訓練。

HS4

保養

定期保養教育訓練、快速保養教育訓練

HS3

多頻度維修教育訓練

底盤組件拆修、空氣煞車結構教學、冷媒充填要領教育

HS2

引擎檢診

引擎控制系統、HINO DX II

電器檢診

啟動系統、充電系統、燈光系統、車內電器系統、冷氣/DENSO 巴士冷氣、巴士架裝

HS1

高階檢診

引擎控制系統、HINO DX II CAN 網路系統、HYBRID 系統檢診、燃油消耗

大型商用車售後服務教育訓練成效

年份		2021	2022	2023	2024
梯次	技術類	27	23	24	23
	管理類	2	0	0	0
人數	技術類	391	352	372	354
	管理類	11	0	0	0
經銷商教育訓練投入金額（單位：新台幣元）		1,890,400	1,752,000	1,904,400	1,800,000

註：HS 為 Hino Service 教育訓練系統

商用車感動服務活動

考量商用車高行駛里程與高頻回廠的特性，近年來特別提供多樣化的季節性點心與飲品，為回廠顧客帶來驚喜體驗，並不定期舉辦車主活動，讓服務更添溫度。同時，針對商用車車主的營業需求，除原有的全台巡迴服務車提供到府服務、搶修車協助車主處理緊急事故，今年我們首度與「台灣代駕」合作，推出代客到府「取送車服務」，有效節省顧客寶貴時間，讓車主無論何時何地都能安心將愛車交給我們。我們始終以用心與貼心的服務，致力於為車主打造更舒適、更便利的服務體驗。

商用車安全活動

商用車作為營業用交通工具，由於車體龐大，行駛時易產生視野盲區。為提升行車安全，響應日益增強的道路安全意識，我們於 2024 年特別推出「優良駕駛招募活動」。本活動透過多元社群平台積極宣導安全駕駛理念，廣邀優秀駕駛人踴躍參與，期望深化全民對道路安全的重視，共同營造更安全、更友善的行車環境，讓每一段旅程都更加安心、更有保障。

3.5.1.3 經銷商技術與服務教育訓練

經銷商技術教育訓練

和泰汽車致力與經銷商發展夥伴關係，在雙方的齊力合作下，共同提升服務品質。我們提供經銷商完整的技術教育訓練，包括一般整備人員訓練、板噴人員訓練、服務專員訓練及販賣人員訓練；透過和泰的教育訓練系統，有效提升經銷商的生產力與技術力，也使客戶獲得品質更良好的產品以及更確實的服務。

一般整備人員訓練

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

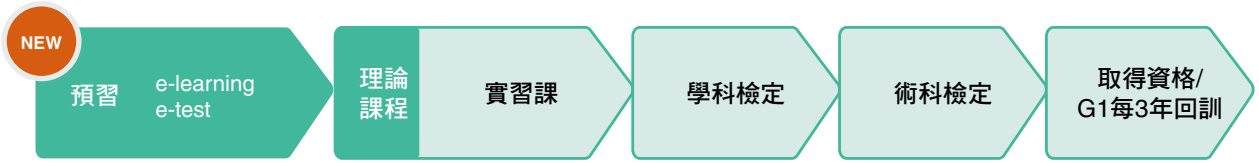
檢定等級

等級	各等級技術員需求技能	
GP-G1（DMT 高級檢診技術員）	知識	• 整合性診斷
	實作技能	• 信號及控制檢診 • NVH 檢診及維修 • 跨系統檢診
GP-G2（DT 檢診技術員）	知識	• 基本檢診：功能、各系統控制與電路迴路
	實作技能	• 有 DTC 的故障檢診 • 電路與機構檢診 • 獨立系統檢診
GP-G3（PT 進階技術員）	知識	• 車輛功能 • 作動原理、各系統檢查與維修
	實作技能	• 大修（量測、調整、拆卸 / 組裝…等） • 根據對機構的知識、作動及目視檢查評估故障區域
GP-G4（TT 豐田技術員）	知識	• 豐田顧客服務理念、工作安全 • 車輛基本功能（行駛 / 轉向 / 停止），各系統的作動與基本功能
	實作技能	• 定期保養與多頻度作業

TEAM-GP 優勢

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

TEAM-GP 訓練流程



板噴人員訓練

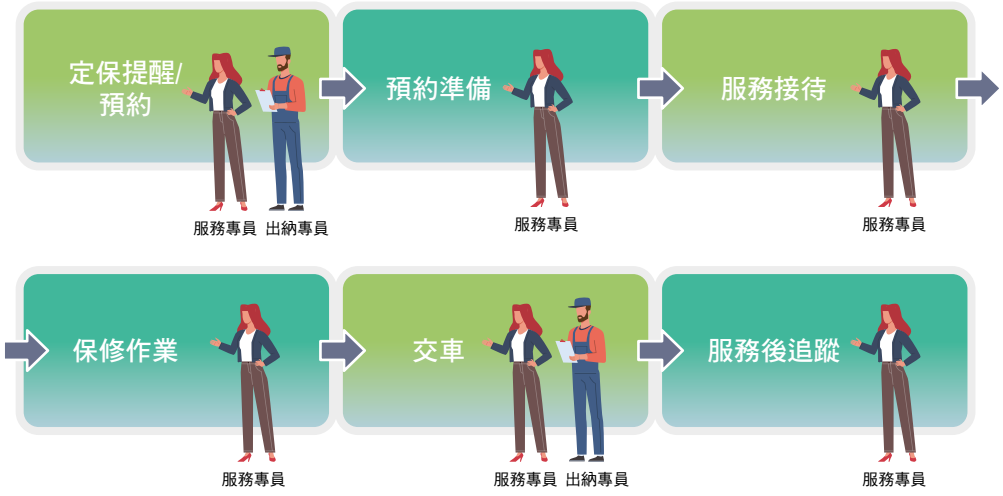
板金及塗裝技術員的教育訓練可分為三個檢定等級，期許藉由此教育訓練能有效提升技術人員的專業知識與技術，並進而提高服務廠的生產力與顧客滿意度，共同創造總代理與經銷商持續成長的售後服務收益。

板噴教育體制

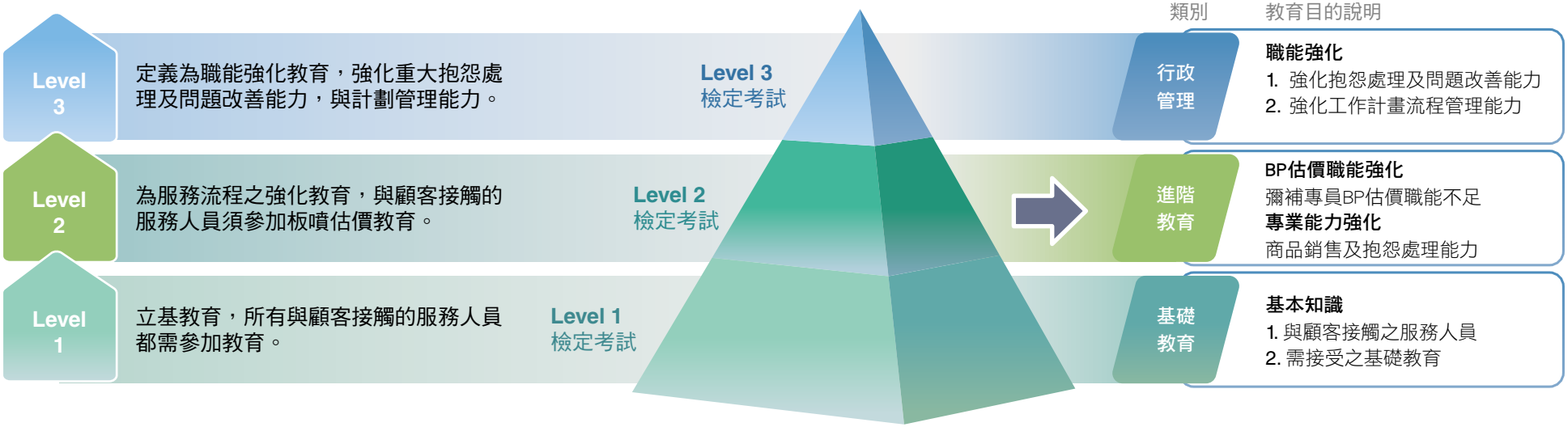
服務專員訓練

和泰汽車深信唯有貼心並訓練有素質的服務專員，在設備良好的服務廠工作，才能提供使顧客滿意的高品質服務。因此日本 TOYOTA 原廠針對服務專員開發教育訓練計畫，以加強一線人員的專業能力和顧客關懷的技巧，以更貼近客戶，提供更優質的服務。

TOYOTA 服務教育訓練也包含服務專員的「服務專員教育體制」（Toyota Service Advisor Program，簡稱 TSAP），服務專員教育體制從 1991 年開始推行至今，在各經銷商的努力下已有很好的成果表現。為了配合 TMC（TOYOTA MOTOR CORPORATION 豐田自動車株式會社）全球一致的導入計畫，和泰在 2018 年 1 月正式導入 TSA 21 教育體制，希望藉由這個全新的教育體制來強化第一線服務人員的各項顧客對應技巧，主要強化服務專員對於商品知識、顧客抱怨處理與顧客關懷等的教育內容，提供每位入廠顧客絕佳的服務體驗，進而提高顧客滿意度，創造經銷商持續穩定的售後服務收益，以創造『Life time customer 終生顧客』作為終極目標，並依據工作職掌將服務專員及出納專員二個職種的服務人員納入 TSA21 教育中。



TSA21 教育所涵蓋之服務人員



售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額（TOYOTA + LEXUS）

	開課時數（小時）				投入金額（新台幣元）			
	2023（T）	2023（L）	2024（T）	2024（L）	2023（T）	2023（L）	2024（T）	2024（L）
服務專員	904	328	864	344	3,184,000	705,600	2,741,000	752,400
一般整備技術員	856	504	880	536	3,678,000	1,580,000	3,070,800	1,660,000
板金技術員	368	232	472	240	1,110,000	730,400	1,391,200	730,000
塗裝技術員	520	280	600	290	1,193,000	754,000	1,484,700	754,000
合計	2,648	1,344	2,816	1,410	9,165,000	3,770,000	8,687,700	3,896,400

售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額（HINO）

	開課時數（小時）		投入金額（新台幣元）	
	2023	2024	2023	2024
服務專員	128	72	316,400	240,000
一般整備技術員	768	592	1,542,000	1,560,000
板金技術員	64	32	36,800	30,476
塗裝技術員	16	8	9,200	11,429
合計	976	664	1,904,400	1,800,000

販賣人員訓練

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

因應電子商務、後疫情時代來臨與顧客購車行為轉變，2021 年開始為經銷商一線人員規劃天駒戰士（數位販賣）教育，針對網路社群與數位工具管理 / 運用舉辦基礎數位課程，2022、2023 年開設進階數位課程，授課主題包括社群深度經營、多媒體應用、高流量社群經營心法、影片拍攝實作課程等，2024 年開設直播教育，以提升全員數位販賣力，持續進行販賣服務數位轉型；2024 年所長、副所長、經銷商本社人員、銷售顧問共 420 人受訓，每人完成 7 小時直播技巧基礎培訓，2025 年亦將持續舉辦直播技巧進階教育。

對象	2021	2022	2023	2024
所長	• 天駒戰士（數位販賣）基礎教育	• 所長教育 • 天駒戰士數位進階教育	• 所長教育 • 天駒戰士數位進階教育	• 所長教育 • 天駒戰士數位進階教育
副所長	• 儲備副所長教育 • 天駒戰士數位基礎教育 • 內部講師培訓	• 副所長教育 • 儲備所長教育 • 天駒戰士數位進階教育 • 內部講師培訓	• 副所長教育 • 儲備所長教育 • 天駒戰士數位進階教育 • 內部講師培訓	• 副所長教育 • 新任副所長教育 • 直播技巧基礎教育 • 內部講師培訓
銷售顧問	• 儲備副所長教育 • 新進人員教育與實務評鑑 • 天駒戰士數位基礎教育 • 商品教育	• 儲備副所長教育 • 新進銷售顧問教育 • 天駒戰士進階教育 • 商品教育	• 儲備副所長教育 • 新進銷售顧問教育 • 天駒戰士進階教育 • 商品教育	• 儲備副所長教育 • 新進銷售顧問教育 • 直播技巧基礎教育 • 商品教育

3.6 供應商管理

供應商評鑑與稽核作業

和泰汽車身為台灣的汽車產業領導品牌，期許與日本廠家及在地供應商、經銷商共同建構服務價值鏈的永續發展。

與和泰汽車於 2024 年有交易之供應商家數共計為 311 家，針對販賣活動、售後服務及公司營運管理上之業務往來供應商，我們除須於每年底針對年交易額 100 萬元之常態往來供應商針對產品 / 服務品質、專業能力、作業時效及價格合理性、安全衛生評鑑等項目進行評價，針對供應商與和泰往來過程中如有優良事蹟或重大瑕疵者，業務人員應予註記並作為後續評鑑的參考資料。2024 年針對供應商進行風險評核的家數計 255 家，約占所有供應商家數的 82%、供應商現場稽核家數為 52 家，評核後無發現高風險項目。

此外，我們的供應鏈管理體系以創造價值為出發點，透過「標準化管理、資訊共享、供應商評鑑、供應商稽核以及供應商能力建置」五大面向著手，除邀請供應商應重視環境與社會之永續發展，並於合約中要求供應商應配合和泰企業社會責任之相關要求，且若供應商對環境與社會造成負面顯著影響時，將不再予以合作，以提升價值鏈的永續發展能力，期望透過完整的供應鏈管理，致力於創造良好的夥伴關係，同時秉持「顧客第一」理念，持續推動「樂在 TOYOTA」，全面強化經銷商體質，進而創造出超越顧客期待的服務品質。

和泰汽車供應鏈管理體系 - 與合作夥伴共享創造價值

供應商標準化管理

- 和泰要求供應商尤其是具高風險作業之工程承攬商，盡可能取得國際驗證，如 ISO 45001 等
- 和泰於合約中要求供應商會善盡企業社會責任，積極致力改善公司治理 ，並關注社會關係及環境永續議題，以追求企業永續發展之相關要求
- 若供應商違反政策，並且對環境與社會造成顯著影響時，將解除契約。2024 年無解約情事，但有 1 家經評估後不符規範故 2025 年後不再予以合作。

供應商資訊共享

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

供應商評鑑

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

供應鏈稽核

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

供應商能力建置

- 和泰跟供應商共同掌握市場發展與經營得失，為使經銷商販賣力發揮，經營效率提升，我們不斷給予各種協助輔導，建立有韌性的供應鏈。

企業永續發展之相關要求

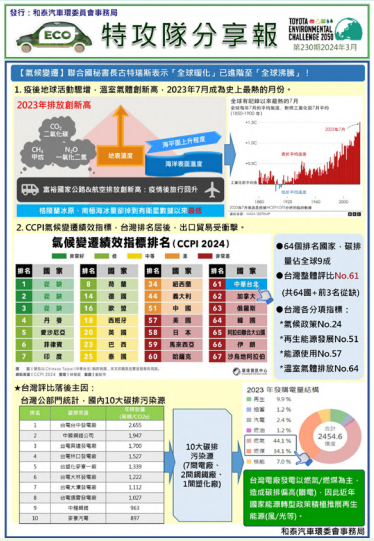
- 若供應商違反政策，並且對環境與社會造成顯著影響時，將解除契約 (2024 年無解約情事，但有 1 家評估不符合規範不再合作)。

環保知能提升

本公司以宣導方式鼓勵全公司同仁能優先考量採購回收材料製造之物品，目前全公司燈泡、水龍頭、冷氣、事務機等皆採購節能款式。另要求零件包材廠商須符合相關規範，如化學品儲存方式、廢棄物處理流程等，並請供應商提出有害物質驗證報告。

為強化全體人員之環保意識，和泰針對內部、關係企業及經銷商員工（共 19 家公司）發布「ECO 特攻隊分享報」，每季分享環保新知與案例，迄今已累計發行 233 期，每季內容皆於各經銷商 FB 粉絲專頁上公開分享。

2024 年主題與內容：

期數	230	231	232	233
主題	和泰集團淨灘減塑 暖化已晉階至全球沸騰	TOYOTA 在地環境月 推動新莊園區低碳減塑	國家氣候變遷對策委員會 碳費徵收 2025 年生效	COP29 會議摘要 全球塑膠公約最新發展
內容				

在地採購

當地採購除能增加營運所在地之就業機會並促進當地之經濟發展，亦能有效降低因運輸過程中的碳排放，以降低對環境的負面衝擊。和泰汽車 2024 年之在地採購比例為 39.54%。未來，我們將搭配營運方向，持續建立適當的採購及供應網絡，提升在地採購比例。

年度	2021	2022	2023	2024
在地採購比例（%）	43.98	46.5	39.66	39.54

註 1：在地採購比例＝車輛及國內採購金額／車輛及零件之國內、外採購金額
註 2：2021 年及 2022 年受疫情影響，在地採購比例較高

2.6 萬趟
「量產幸福 移動公益」專案累積捐贈接駁趟次

22.7 萬袋
2024 年和泰號捐血車募集捐血血袋數

13 萬套
全台國中小學導護志工裝備累積捐贈數量

04
社會共好
Openness

和泰汽車秉持「取之於社會，用之於社會」之觀念，長期投入社會公益，結合集團內外部資源並與利害關係人合作，積極推動社會共好相關公益行動，期望發揮正向社會影響力，帶動社會持續進步，共享共榮。秉承日本豐田母廠於 2020 年提出的新哲學「 Producing Happiness for All 為所有人帶來幸福 」，和泰汽車整合資源，與關係企業及經銷商共同攜手投入公益專案，以「量產幸福」為使命，凝聚集團力量，創造永續與美好，集團專案多元，包括「原夢代表隊」、「量產幸福 移動公益」、「導護志工裝備捐贈」等等，目的是希望為社會帶來更多福祉。

為推廣公益活動，於 2017 起成立《和泰集團 ESG • 與美好台灣同行》FB 粉絲團（原《和泰集團讓愛啟動》），以分享和泰集團相關公益活動，傳遞更多社會關懷與溫暖。後於 2024 年積極經營《虎力｜和泰汽車專員》IG 頻道，透過新平台觸及更多年輕族群，擴大公益活動宣導面向與受眾，透過粉絲按讚、留言、分享，啟動每一份愛與關懷，讓更多人感受到幸福的正能量。

《和泰集團 ESG • 與美好台灣同行》FB 粉專

《虎力｜和泰汽車專員》IG 頻道

集團公益數位平台 & 系列影片

（1）集團公益數位平台：以穩定發文與粉絲溝通集團公益作為，截至 2024 年全年，集團 FB 粉專總觸及 7,888,517 人，粉絲數達 120,000 人，較 2023 年增加 20,000 人；集團 IG 頻道總觸及 7,187,799 人，粉絲數達 2,599 人，較 2023 年增加 2,300 人。

（2）集團公益系列影片：網路影片超過 1300 萬觀看人次，積極傳達集團公益理念

和泰汽車鼓勵員工投身從事公益行動，落實企業永續經營理念，自 2017 年起提供員工每人年度 8 小時有薪志工假，於上班時間參與內外部志工活動即可提出申請；2019 年起推廣 1 日志工假至全集團總計 20 家企業。而為鼓勵集團同仁志工活動參與，和泰汽車每年主動開辦多樣化志工活動，以符合不同同仁的興趣和專長。這些活動包括但不限於環境保護、社區服務、教育支援、公益捐助等領域。我們希望透過提供多元志工服務機會滿足同仁的需求，同時讓同仁感到參與志工服務的價值和意義，並鼓勵員工以實際行動回饋社會，為台灣貢獻一份心力。2024 年，和泰汽車同仁平均志工時數達到 7.6 小時，往後我們將持續鼓勵同仁們繼續參與志工活動，為社會盡一份心力。

2024 年集團志工活動統整

項目	集團志工活動	場次數	人次	志工時數	總計（時）
1	麥當勞叔叔之家「主廚到我家」	12	96	4	384
2	玩具愛分享「二手玩具回收」	7	210	4	840
3	原夢代表隊寄宿志工「帶原民小朋友到你家」	2	20	8	160
4	移動公益志工活動	3	30	4	120
5	和泰集團淨灘減塑全台總動員	1	250	4	1,000
6	南投生多所—石虎棲地保育	2	80	8	640
7	和泰集團全台捐血串聯	1	150	1	150
8	和泰集團一車一樹植樹志工	1	120	4	480
9	玩具愛分享「傳愛背包志工」	1	45	8	360
10	台北動物園—行為豐富化道具製作	2	19	4	76
總計		32	1,020	49	4,210

4.1 量產幸福：串聯公益與交通安全

2.6 萬趟	22.7 萬袋	13 萬套
「量產幸福 移動公益」累積捐贈接駁趟次	2024 年和泰號捐血車募集捐血血袋數	全台國中小學導護志工裝備累積捐贈數量

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

4.1.1 量產幸福 移動公益

在台灣各角落仍有許多弱勢族群為「行」所困，例如偏鄉交通移動、就醫就學接送、社工緊急勤務救助等交通需求未被滿足，和泰集團運用本業共享移動服務（如 yoxi）及車輛捐贈，發展「量產幸福 移動公益」，幫助更多人邁向美好的生活。

「量產幸福 移動公益」致力於協助台灣各角落的交通移動需求，2024 年專案邁入第三年，完成全台 6 都（台北、新北、桃園、台中、台南、高雄）政府社會局公益接駁服務合作，更與多家 NGO 及 NPO 公益組織（麥當勞叔叔之家慈善基金會、台灣兒童暨家庭扶助基金會、等家寶寶社會福利協會、喜憨兒社會福利基金會、佛教慈濟慈善事業基金會）合作，繼續為有交通需求的弱勢族群提供安全、暖心的接送服務，至 2024 年已捐贈約 2.6 萬趟的公益接駁服務。

為呼籲大眾一同關注弱勢議題，我們改編個案故事動畫，創新形式提升大眾對弱勢議題關注，累積超過 252 萬觀看；社群分享《暖心接駁故事系列》，達約 50 萬觸及。希望透過本業資源讓為行所困的弱勢對象也能享有滿意的移動體驗，並透過影片的傳送，攜手擴大社會影響力。

4.1.2 導護志工裝備捐贈計畫

和泰集團長期致力於推廣交通安全公益活動，關注行人用路安全，為打造更安全的交通環境。為提升導護志工值勤時的安全，及維護孩童上下學時秩序，和泰集團自 2001 年開始，以縣市為單位，每年輪流捐贈全台縣市國小導護志工裝備，包含反光背心與指揮旗。14 年來已累積捐贈近 13 萬套導護志工裝備，全台超過 2,700 所小學、百萬名導護志工及學童受惠。2024 年和泰集團攜手和泰純青基金會，加入關係企業和泰產險、和運租車、大全彩藝與經銷商國都汽車共同響應，傾集團之力，共捐贈全台國中小學一萬套導護志工裝備，盼能一同守護學童用路安全，並積極在交通安全公益領域盡一份心力，善盡汽車本業社會責任。今年統一捐贈縣市包括基隆市、新北市、新竹縣市、苗栗縣、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣國小，也提供全台國小及國中線上個別申請。為保障志工及學童的交通安全，和泰集團特地採用警用等級材質製作導護志工裝備，使得駕駛人一眼望去便能提高警覺、降低車速。更融合了和泰集團公益吉祥物 < 虎力 >，代表台灣珍貴的原生動物－石虎，讓裝備在原先亮眼醒目的設計上，增添了活潑、童趣的風格，也表達和泰集團守護導護志工與學童們交通安全的決心。

4.1.3 捐血車捐贈

和泰號捐血車

為鼓勵國人踴躍捐血，並提供國人舒適優質的捐血環境，自 2011 年起，和泰運用代理的 HINO 大型車打造捐血車，已捐贈共 13 台配備先進的採血設備之和泰號捐血車予各地捐血中心，服務超過 151 萬名捐血人，募集超過 225 萬袋熱血（每袋 250c.c.），和泰汽車為台灣捐贈捐血車數量最多的企業。和泰集團亦攜手各關係企業已累計舉辦超過 1,500 場捐血活動，約 8 萬人次踴躍捐血。

和泰集團一日捐血串聯活動

和泰集團亦攜手醫療財團法人台灣血液基金會舉辦「2024 和泰集團全台捐血串聯活動」，動員全台多輛和泰號捐血車，於台北、新北、桃園、新竹、台中、彰化、雲林、嘉義、台南、高雄、宜蘭、花蓮等行政區內多個 TOYOTA 營業所、公園及企業據點，設立共 30 處捐血站。號召和泰集團 17 家關係企業及經銷商同仁，於遍布全台北、中、南、東部地區的捐血站點，與車主及熱血民眾一同挽袖獻出熱血，用實際行動支援全台醫療用血，本次活動共募集 2,545 袋血，補充全台血庫、緩解缺血情況。2024 年所有和泰號捐血車已募集了 22 萬 7,117 袋的血液，佔本年度全國捐血量逾 8%。（數據資料來源：醫療財團法人台灣血液基金會）

4.1.4 交通安全繪畫比賽

和泰汽車於 2001 年起即與和泰純青社會福利基金共同舉辦全國兒童交通安全繪畫比賽，為鼓勵兒童發揮創作能力，將「道路交通安全」相關知識以繪畫方式呈現，以期強化道安觀念。和泰汽車亦以繪畫比賽所用之圖畫紙以每張 2 元計，將費用加倍後捐贈給弱勢及偏遠學童，比賽舉辦 24 年以來，累計參賽人數將近百萬人，捐贈金額超過百萬以上，持續推廣交通安全與社會公益。

4.2 教育扎根 青年賦能

1,000 萬元
和泰公益夢想家公益實作基金累積金額

6,851 萬元
捐贈汽車高科技教具及教材，累積金額超過新台幣 6,851 萬元

3,500 位
TOYOTA WAY 菁英研習營累積報名學生

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

4.2.1 和泰公益夢想家

和泰集團自 2019 年起舉辦「和泰公益夢想家」計畫，2024 年已邁入第六屆，以企業攜手青年共創公益的形式，結合產官學界豐富資源，提供紮實公益培力活動，六年來累計近千組青年提案，陪伴超過 55 組團隊進行公益實作，提供逾千萬元公益實作基金，鼓勵青年藉由具體行動發揮影響力，傳遞改變社會的正能量。

第六屆「和泰公益夢想家」永續提案實作行動以「永續行動」、「社群網路」、「生命課題」為三大主軸為提案主題，廣納全台 42 所大專院校、高中，近百組學生隊伍，並從中篩選出 10 隊，提供每隊 20 萬的公益實作津貼，邀請教育部青年發展署擔任活動指導單位，為使同學在提案過程中有更多收穫，本屆擴大與 7 家長期耕耘永續行動的協辦單位合作，包含「KPMG 安侯永續發展顧問股份有限公司」、「學習家有限公司」、「國際城市浪人育成協會」、「台灣影響力投資協會」、「SERT 社會福祉及社會企業公益信託循環基金」、「社團法人台灣公益團體自律聯盟」與「應援科技股份有限公司」。

產官學豐沛資源 培育青年永續公益人才

第六屆和泰公益夢想家邀請多方專業領域評審，包含和泰汽車永續發展委員會黃文瑞召集人、KPMG 安侯永續發展顧問股份有限公司黃正忠董事總經理、青年發展署吳正煌組長、臺灣大學社會工作學系馮燕名譽教授、天下永續會熊毅晰負責人、與台灣影響力投資協會陳一強副理事長，名單橫跨產官學、品牌與媒體顧問知名代表，給予學生團隊專業務實的指導與回饋。在實作過程中，也透過相關領域業師一對一輔導諮詢、社會創新組織探訪、和泰企業工作術課程等活動，為隊伍帶來關鍵突破思維及多方資源。和泰公益夢想家透過結合產官學界的豐沛能量，以及運用和泰集團資源，來為台灣培育下一代的永續創新人才。

松菸盛大登場 青年公益實作展覽

「第六屆和泰公益夢想家成果展覽」於松山文創園區舉辦，展覽聚焦青年公益成果，展現 10 組隊伍近一年的公益實作成果，以及安排永續領域業師與歷屆和泰公益夢想家參與同學的精采論壇，向大眾分享豐富成果，期待未來能繼續與青年攜手，共創美好永續社會。

提案主題	隊伍名稱	業師	提案
生命課題	Career Venture	學習家 羊正鈺執行長 綠能公益發展協會 張寒瑋副秘書長 真實品牌工作室 劉姝麟創辦人 老玩客股份有限公司 廖健妤創辦人	**迷惘學生的 AI 職涯教練** 致力於職涯諮詢普及，讓每個大學生能透過與 AI 對話，挖掘自我優勢、設定清晰的目標，找到具體實踐路徑
	StarUp	學習家 羊正鈺執行長 真實品牌工作室 劉姝麟創辦人 社團法人公益團體自律聯盟 沈怡如秘書長	**大學自我探索計劃** 透過自我探索工作坊與實戰課程，讓學生具備讓想法落地實踐的能力，搭配職涯教練講師諮詢及探索講座引導同學發展個人天賦與熱忱
	撐傘者後盾	學習家 羊正鈺執行長 真實品牌工作室 劉姝麟創辦人 社團法人公益團體自律聯盟 沈怡如秘書長	**癌症年輕照顧者聊癒工作室** 聚焦「癌症年輕照顧者的心理調適」，與相關社福團體進行訪談，開展校園宣講活動，提升議題關注度並挖掘潛在的年輕照顧者
社群網絡	Picker	學習家 羊正鈺執行長 綠能公益發展協會 張寒瑋副秘書長 社團法人台灣五角拌回收平權協會 王品涵共同創辦人	**拾荒者翻轉勞動，勞動翻轉拾荒者** 翻轉拾荒勞動基礎設施與流程，構築對拾荒者更包融的支持系統，使勞動為拾荒者翻轉生活環境
	自學力 製學例	學習家 羊正鈺執行長 老玩客股份有限公司 廖健妤創辦人 社團法人公益團體自律聯盟 沈怡如秘書長	**完善與補充自學資源網** 旨在解決國高中實驗教育學生缺乏社群連結與經驗傳承管道問題，完善接住離開體制學生的機制
	Lapsee 100 談	學習家 羊正鈺執行長 綠能公益發展協會 張寒瑋副秘書長 真實品牌工作室 劉姝麟創辦人	**資訊判讀與媒體素養教育** 推出媒體素養教育主題桌遊，陪伴教師、學生透過遊戲化教學認識媒體素養議題，將複雜知識轉化為生動有趣遊戲情境，提升學生批判性思考能力和資訊辨別力
永續行動	楓杏社會醫療暨醫學知識推廣服務隊	學習家 羊正鈺執行長 老玩客股份有限公司 廖健妤創辦人	**澎湖醫療暨醫學知識推廣服務隊** 深入了解澎湖當地居民生活與醫療需求，並引進新的儀器、攜帶醫藥包進行家訪服務，舉辦馬公國小醫學體驗營
	森永學堂	學習家 羊正鈺執行長 社團法人台灣五角拌回收平權協會 王品涵共同創辦人	**森林環境教育創新計畫** 前往 NPO 向孩童傳授森林永續相關知識，為教師舉辦「森」度思考工作坊，與桃園在地夥伴推出「森」度之旅森林體驗教育，共同探尋森林教育議題創新解方
	iRent 的移動城堡	學習家 羊正鈺執行長 綠能公益發展協會 張寒瑋副秘書長	**巡輔老師通勤改善方案** 提供特教巡輔老師教育移動租車優惠與交通費補助，安心前往偏僻地區學校任教
	長青接力賽	學習家 羊正鈺執行長 老玩客股份有限公司 廖健妤創辦人 風尚旅行 游智維共同創辦人	**雙向互動，世代共榮** 辦理多元主題的青銀交流活動，讓青年與長者體驗五感互動，優化青銀互動品質並深耕在地社區

4.2.2 和泰汽車 TOYOTA WAY 菁英研習營

和泰汽車近年來積極投入青年學子人才培育活動。為進一步培養學生競爭力，提前了解職場趨勢，自 2019 年起每年暑假定期舉辦 TOYOTA WAY 菁英研習營，提供大專院校及研究所學生認識汽車產業以及提前接觸職場的機會（ 除疫情 2020、2021 停辦外）。本年度規劃為期 2 天的課程，包含車款導入實務、品牌行銷實務、A3 原廠企劃力、經銷商據點參訪等內容，全面性地將和泰汽車介紹給即將進入職場的大學生們，為學生們展現汽車龍頭企業的魅力；並另全新規劃「專案報告實作」，讓學生了解企業內部簡報的形式，提前與職場接軌。活動至今已舉辦 4 屆，累積超過 3,500 人次報名，參加人數共約 450 多位。

4.2.3 支援技能競賽

為培育與選拔國內優秀的汽車修護人才，和泰汽車與經銷商每年均提供人力及支援器材，投入全國性技能競賽。2024 年我們持續贊助第 54 屆全國技能競賽，並支援 1 位講師 4 天（8 小時 / 天）協助擔任裁判和技術顧問及檢診儀器、修護手冊各 4 套，並鼓勵年輕學子投入此產業，培育產業人才資源；並協助指導選手吳宸安參加 2024 年第 47 屆法國里昂國際技能競賽，榮獲汽車技術職類優勝獎，增進台灣汽修技術的國際能見度，讓世界再度看見台灣；並持續支援工科技藝競賽 1 位講師 3 天（8 小時 / 天）協助擔任術科裁判及學科命題顧問，激勵學子勇於追求自我夢想、在技職舞台上發光發熱。

第 47 屆國際技能競賽支援培訓

第 54 屆全國技能競賽支援

113 年工科賽

4.2.4 捐贈豐田汽車高科技教材

為培養青年學子的技職能力，和泰汽車自 1991 年起投入和泰汽車技術支援計畫 T-TEP，協助技職學校培育汽車修護人才。至今已與 32 所工業職業學校建教合作，捐贈汽車高科技教具及教材，供學校師生實習。目前仍持續捐贈教材與實習教育車輛，累積金額超過新台幣 6,851 萬元，為汽車產業培育更多人才。

T-TEP 學校教育器材捐贈

	2022	2023	2024
捐贈器材名稱	CVT 無段變速箱 55 個、HV 轉換器 31 個等器材	CVT 無段變速箱 10 個、方向機齒輪箱 48 個等器材	EM 工具車 2 台、EM 輪胎放置架 2 台、CO_2 焊接機及防護裝配各 2 套等器材
捐贈器材金額（新台幣元）	8,290,000	4,314,320	530,000

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

T-TEP FB 社團

為打造技職資訊分享平台，促進學校交流，於 2020 年 6 月成立 T-TEP FB 社團，社團現況：32 所 T-TEP 學校，4,731 師生加入社團，每月約 20 則 PO 文分享，技職資訊交流熱絡。

TOYOTA TECHNICAL EDUCATION PROGRAM

4.2.5 產學技術新知交流 & 分享

和泰汽車每年 2 次定期與經銷商舉辦各類專題講座並與學界分享最新汽車技術及業界實務，邀請 32 所加入 T-TEP 計畫的學校教師，參與技術交流活動，增進產業與學界之互動及共同交流。同時，和泰總代理及經銷商也提供場地、設備，分享實務經驗和最新的車輛科技新知，讓師生能更進一步了解業界做法及動向，學生亦可提早對職場及就業環境有所認知、加強自我職能，進而做出適當的職涯選擇，有助於日後就業銜接順暢，達到就業及就學協同接軌。

【2024 研修課程】

舉辦單位		對象	主題	花絮照片
和泰汽車	上半年	T-TEP 學校教師	MIRAI 氫能電動車、加氫站設備及充電樁裝置簡介（共 27 名教師參加）	
	下半年		綠色能源電池發展 & 服務接待實務簡介（共 29 名教師參加）	
豐田各經銷商		T-TEP 學校師生	HEV 油電複合動力系統及板噴維修、引擎大修及服務接待流程教學等課程項目。	

T-TEP 合作學校

下表內容為 32 所 T-TEP 合作學校及其對應轄區內的管理經銷商。

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	東部汽車
臺北科技大學	東南科技大學	萬能科技大學	南開科技大學	慈幼工商	中山工商	羅東高工	花蓮高工
亞東科技大學	南強工商	光復高中	彰師附工	曾文農工	中正高工		光復商工
臺北城市科技大學	協和祐德高中	北科附工	沙鹿高工	白河商工	屏東科技大學		台東專科學校（高職部）
泰山高中		啟英高中	臺中高工	大成商工	屏東高工		
新北高工			東勢高工		高苑高工		
三重商工							
惇敘工商							

4.3 攜手共好 美好台灣

460 噸
收集二手玩具並利用再生，累計至 2024 年底已超過 460 噸

3 台車款
原生動物守護計畫捐助車輛進行石虎保育行動

4.5 萬人次
環境月活動累計響應人次

和泰汽車長期關注社會共融與環境永續，透過多元公益與文化教育計畫，實踐企業社會責任。從「原夢代表隊」原住民兒童歌唱夢想支持；「TOYOTA 全球夢想車繪畫大賽」啟發孩童繪畫創意；品牌藝文活動；「原生動物守護計畫」保育台灣原生種珍稀石虎；「玩具愛分享」、「環境月」、「一車一樹」與「萬人淨灘減塑」行動，串聯環保與愛心行動；推動與環境友善共存。我們相信，美好社會需要集體努力，持續以具體行動守護這片土地，與每一位夥伴一同描繪出永續且有溫度的台灣。

4.3.1 原夢代表隊

和泰集團自 2022 年啟動「原夢代表隊」公益計畫，攜手集團內各事業體，共同整合資源，長期支持新竹縣尖石鄉嘉興國小與五峰鄉桃山國小的泰雅族兒童合唱團。此計畫旨在幫助這些擁有音樂天賦的孩子，在成長與學習的過程中，接觸多元職業與環境，拓展視野並提升對未來職業的想像。

2024 年「原夢代表隊」公益計畫集合集團資源，攜手和泰純青基金會、車美仕、和泰豐田物料運搬，共同捐贈 700 萬元，贊助新竹縣尖石鄉嘉興國小及五峰鄉桃山國小合唱團勇闖國際賽事，挑戰夢想舞台，嘉興國小於【義大利安德烈·德爾·委羅基奧國際合唱比賽 -Andrea Del Verrocchio International Choral Festival】榮獲六大獎項，包含童聲合唱組及民謠合唱組雙《金質獎》、《最佳獨唱》、《最佳樂曲表現》、《最佳義大利樂曲詮釋》、《大獎賽》第二名。桃山國小於【紐西蘭世界合唱大賽 -World Choir Games】勇獲童聲合唱組《金質獎》，讓世界聽見泰雅族最純淨的歌聲。國際合唱比賽的佳績打開了兩校知名度，2024 年兩校合唱團以「原夢代表隊」之名受邀於國慶晚會在台北大巨蛋演出。

踏上世界舞台充滿挑戰，為了完整紀錄「原夢代表隊」新竹縣嘉興國小及桃山國小合唱團逐夢之旅的過程，和泰集團與知名配音員 - 星期天（FB 粉絲數 :58 萬）合作拍攝系列影片，以趣味方式紀錄合唱團出國比賽的過程，共累積 133 萬瀏覽（YT:24 萬，IG:109 萬）。

為呈現兩校學生在和泰集團公益計畫幫助下的成長與轉變，特別邀請擅長描繪情感的知名導演范揚仲合作，取材自學生的真實故事，圍繞「改變」這一主題，紀錄三段感人的成長歷程，並將其剪輯為不同長度的影片，以擴大影響力，共累積超過 1,200 萬瀏覽（FB：1,004 萬，YT：199 萬）。

和泰集團「原夢代表隊」帶領泰雅小朋友拓展視野，連續 3 年舉辦「職涯體驗營及寄宿家庭活動」，2024 年集合集團資源，規劃嘉興及桃山國小參訪關係企業車美仕、和運，認識並了解多元有趣的職業，體驗不一樣的都市家庭生活，壯大孩子對未來的期待，啟發對人生更寬廣的憧憬。

4.3.2 TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽

為鼓勵兒童的想像力，並提升繪畫比賽層級，和泰汽車響應日本 TOYOTA，於每年舉辦夢想車創意繪畫比賽，至 2024 年已邁入第 18 屆、在學童踴躍參與藝術活動的熱情下，累積超過 90 萬件的作品，每年吸引眾多 15 歲以下的兒童及青少年參賽，為全台規模第一的兒童國際繪畫賽事。第 18 屆的 TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽持續推廣多元報名管道及電腦繪圖藝術作品投稿，讓喜歡繪畫的大小朋友，有更多表現創意的方式。

全球大賽 8 至 11 歲組最佳入圍獎：王元晟同學作品《建築製造車》

在現代科技日新月累下，人們時常忽略對自然環境造成的破壞，因此為了在取得「保護生態」及「講求建築效率」兩面兼得的狀況下，設計出了這台建築製造車。

4.3.3 喜憨兒關愛活動

和泰汽車於 2015 年啟動關懷喜憨兒計畫，全台灣 TOYOTA 服務據點長期採購喜憨兒烘焙商品，全面支持協助憨兒自立獨立的工作機會，至 2024 年累計採購金額逾 5,651 萬元。

4.3.4 藝文培育與活動

為支持台灣藝術與文化的長期發展，TOYOTA 及 Lexus 持續舉辦相關藝文培育活動。Lexus 為支持台灣藝術與文化相關事務，長年舉辦相關活動，包括 LEXUS DESIGN AWARD 全球設計大賞、LEXUS MY FILM 短影音風格影展等，鼓勵年輕創作者揮灑創意；更連續五年與臺北市政府、VOGUE 攜手贊助年度時尚盛會《2024 臺北時裝週 x VOGUE Fashion's Night Out》，支持台灣新世代時尚設計師。Lexus 也與更多職人合作，規劃「小小系列活動」，讓車主孩童向網球球星、星級主廚、人氣影音創作者等學藝，培養兒童職人精神。透過多元且長期舉辦及贊助多元藝文活動，持續注入創作人才培育的能量，為年輕世代打造夢想舞台。

此外，TOYOTA 長年支持台灣體壇發展，2024 年贊助 TPBL 新北中信特攻籃球隊、UBA 大專籃球聯賽及 HBL 高中籃球聯賽轉播等各級賽事，攜手推廣籃球運動，傳遞 TOYOTA 品牌的熱血運動魂；並用行動支持各類型音樂活動，贊助《hito 流行音樂獎頒獎典禮》、大型演唱會等流行音樂盛事，以及《We Are 我們的除夕夜》—呈現台灣跨界音樂的樣態，傳遞對多元文化的支持、積極建立與各世代群眾的溝通橋樑；同時支持《原子少年 2》超人氣男團選秀節目，力挺年輕世代無所畏懼，勇敢追尋自己的夢想，傳遞 TOYOTA 不斷突破自我的品牌精神，同時也鼓勵更多年輕世代找到屬於自己的舞台。

4.3.5 原生動物守護計畫

和泰集團「台灣原生動物守護計畫」自 2021 年起與農業部生物多樣性研究所（簡稱生多所）一同保護台灣本土原生石虎，希望台灣僅存不到 500 隻的珍貴石虎能夠持續繁衍，守護台灣生態保育。「台灣原生動物守護計畫」贊助生多所進行石虎野放，透過系統性訓練後回歸大自然，自 2021 年起已野放 14 隻的石虎個體，其中 4 隻母獸更有野外繁殖紀錄；為了能有效達到石虎移動安全，和泰集團與生多所、Garmin、車美仕共同開發了 TOYOTA Drive+ Connect《動物出沒熱點》導航圖資，彙整來自高速公路局、國家公園以及民間保育團體十多萬筆資料，當車輛經過熱點路段時，系統會自動透過語音及文字來提醒駕駛，減少衝撞野生動物的風險，累計超過 17 萬車主一同守護台灣石虎及其他珍貴動物；捐贈三台動物保護用車，包含 2022 年與 2023 年捐贈生多所和泰 15 號 –TOYOTA RAV4 4WD 與和泰 16 號 –TOYOTA COROLLA CROSS HYBRID 環保油電車款，兩台車輛實際出勤次數近 700 趟，協助野生動物救援與保育巡迴教育移動。

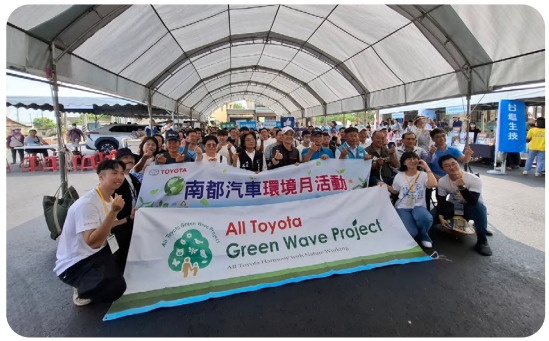
2024 年與臺北市立動物園合作，捐贈動物園和泰 17 號 –TOYOTA COROLLA CROSS，執行本土物種救傷、野放個體追蹤、保育教育推廣等工作；並與生多所共同舉行「保育我最行 一起平安歸」特展，宣揚避免野生動物路殺議題，讓更多台灣美麗珍稀的動物平安回家，擴大保育影響力，同時提升台灣生態保育及生物多樣性。

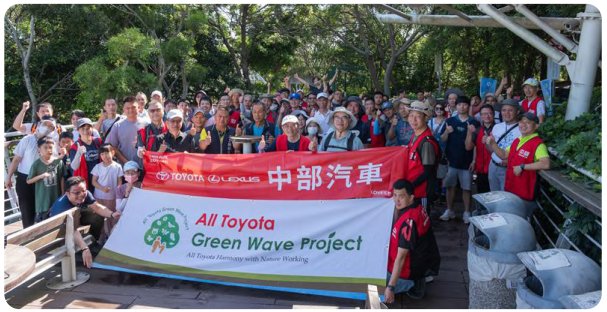
4.3.6 環境月活動

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

環境月活動自 2005 年起開辦至今，2009 年加入全台 8 家經銷商，持續擴大活動參與範圍與人數；2013 年起推動社區綠改造計畫，希望透過 TOYOTA 環境月活動，與社區民眾共同響應政府閒置空間再生政策，同時提升社區民眾生活品質；2018 年起更擴大與非政府組織及公部門如各縣市政府環保局、森林及公園管理單位、鄰里社區義工隊等單位合作，落實在地深根。2024 單年度共 3,093 人參與，累計至 2024 年已舉辦 126 場次，累積超過 4.5 萬人次共襄盛舉。

年度	2009~2012	2013~2017	2018~2020	2021~2024
活動主軸	清理總動員	綠色環保總動員	深耕在地關懷	深耕在地 + α
累計場次	32 場	36 場	25 場	33 場





4.3.7 玩具愛分享

和泰汽車自 2016 年起舉辦「TOYOTA 玩具愛分享」系列活動，運用全台零件配送物流網，將玩具自服務廠回收、運送至玩具物流中心，希望藉由二手玩具的回收與再生，傳遞環保概念。此外，自 2017 起，TOYOTA 更捐贈台灣玩具圖書館協會一台 INNOVA 商旅車做為行動形象車，穿梭大街小巷運送民眾捐贈的二手玩具，讓環保遍及各地。熱情民眾捐贈的二手玩具累計至 2024 年底已有超過 460 噸之多，相當於 120,000 棵樹一年的減碳量 ；活動舉辦至今，從玩具回收、玩具復活節、小小技師體驗、傳愛背包，到玩具巡迴車的服務活動，總計有超過 33 萬名的民眾共同參與，和泰並將 2018~2024 年活動報名費新台幣 166 萬元全數捐贈伊甸基金會，持續注入社會關懷的能量。

註 : 減碳量依據環保署回收管理基金會資料，每減少一公斤垃圾相當於降低 2.06 公斤二氧化碳排放量。根據農委會，每一棵樹一年可吸收 5-10 公斤二氧化碳 - 在此以 8.5 公斤計算。

4.3.8 一車一樹

TOYOTA 自 2017 年 4 月啟動「一車一樹」植樹計畫，每售出一台 TOYOTA 新車，即為車主在台灣種下一棵樹，投入經費更超過三億元，在財團法人慈心有機農業發展基金會的協助下，為全台 17 縣市及離島澎湖、金門、馬祖陸續建立起綠色長城。自 2019 年起舉辦車主志工植樹活動，邀請 TOYOTA 車主與民眾共同響應，讓每一位參與者體驗親手種下樹苗的感動，一起成為守護台灣海岸線的重要推手。

2024 年也於宜蘭壯圍海岸舉辦「TOYOTA 一車一樹 90 萬棵植樹達成紀念活動」，邀請藝人鼓鼓 (呂思緯) 擔任植樹大使，與超過百位車主及民眾於海岸線種下近 1,200 株樹苗。本次種植主要以固沙耐旱的海檬果、水黃皮等樹苗為主，不僅有效吸收二氧化碳，更能保持水土，防止海岸退縮，實現保護台灣海岸與減碳的雙重目標。

和泰汽車堅持守護台灣的海岸線，持續種樹，實現守護美麗家園的承諾，透過慈心有機農業發展基金會的協助，使海岸樹木的存活率高達九成，從 2017 年活動啟動開始至 2024 年底，已經種植超過 91 萬棵樹，種下的樹木遍及台灣沿海 17 個縣市及離島地區。

和泰汽車多年來持續執行淨零碳排行動，不僅在造林減碳方面創新實踐，TOYOTA 也積極提供消費者完整的電動化車款，為實現碳中和的目標盡一份心力，為下一代打造更潔淨、永續的生活環境。

第 54 屆全國技能競賽支援

一車一樹 90 萬棵達成

4.3.9 和泰 TOYOTA 集團萬人淨灘減塑

自 2019 年起，和泰集團與在地經銷商攜手，集結全台臨海縣市同步淨灘，並邀請當地公部門、非政府組織及全台民眾熱情參與。歷年累計全台 80 場次，超過 5.2 萬人次參與。2024 年持續舉辦，讓環境能夠永續經營。活動於全台 15 處海灘同時進行，共清理出近 1.3 萬公斤垃圾，並捐贈新台幣 58 萬元予「台灣咾咕嶼協會」，協助於全台舉辦 30 場國小環保減塑教育，讓環保減塑意識從小扎根，創造美好台灣環境。

05 人才價值 Value

平均 2~3%
年度穩定調薪

10.83 小時
全體平均訓練時數

100%
2024 年育嬰留停復職率

93.6%
2024 年健康檢查率

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

5.1 培育與職涯發展

5.1.1 提升工作價值與鼓舞精神

為持續鼓勵同仁互相交流，擴大共好活動的範圍，鼓勵同仁成立社團進行交流與學習，自 2018 年第二季起開辦共好社團。截至 2024 年底，和泰汽車共有 19 個社團，包含運動社團、學術研究社團、聯誼性社團等，以增進員工技藝、調劑身心，提高工作效率，並建立內部活動資訊平台，讓同仁了解社團的活動與成果，吸引更多同仁加入身心放鬆的行列，在工作上發揮更多的創造力。

花藝社

咖啡社

手作社

5.1.2 全方位人才發展政策

和泰汽車對於人才的發展與培育亦不遺餘力，且為因應和泰集團（和泰汽車及其子公司）發展需求及提升組織競爭力，推動完善且周延之人力資源發展策略。為了激發員工的潛能，每年皆訂定年度教育訓練計畫，針對各級人員職能、專業能力、職場力等開設課程，希望透過員工職能及素質的提升，使員工與公司同步成長與茁壯。

為追求企業永續經營，和泰汽車確立「全方位人才」之發展政策，並以能為公司持續不斷地培育出具備「專業」、「創新」及「超越」之全方位人才為主要目標。「全方位人才」發展政策由三個構面組成，包含「工作中的學習發展（On the Job Training ，簡稱 OJT）」、「教育訓練課程（Off-the-job Training ，簡稱 OFF-JT）」及「自我學習發展（Self-Development）」。

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

另外，為幫助新進同仁融入 TOYOTA 的集團文化，本公司提供系統化及實務見學課程，協助新進同仁瞭解工作環境、企業文化及公司未來發展方向，透過完整的新人教育課程加上三週的見學計畫，協助新進同仁增加對公司的熟悉度並能快速融入提升向心力與對公司的認同度。

新人訓練	新人教育
• 單位內業務學習：新進同仁於到職一個月內，需認識室內業務 及基礎 TOYOTA 原廠企劃力（A3、PDCA）概念等。 • 見學：新進同仁於到職一個月後，即至經銷商進行三週的汽車銷售及服務觀摩學習。透過此制度了解業務執行推動與售後服務管理的流程，提升後續業務企劃的精準度。 • 線上影音課程：見學後、新人教育前，需完成職場／和泰相關的線上影音課程約 5 堂。 • 新人教育：包含公司部室簡介、TOYOTA 原廠企劃力課程、現地參訪等。（詳見右表）	• 公司部室簡介：對新進同仁進行業務說明，幫助新進同仁對公司整體業務有基本認知。 • 影音說明／課前影片：提供新人教育制度說明與 TOYOTA WAY 課前導讀線上影片。 • TOYOTA 原廠企劃力課程：包含 TOYOTA WAY、PDCA、A3、TBP、TPS 豐田式生產管理課程，培養企業文化與邏輯思考，並於課後一個月安排測驗與回訓，驗證學習成效。 • 現地參訪：安排參觀新莊園區、楊梅物流中心、國瑞製造廠等。

2024 年訓練時數統計 (含實體課程與線上課程)

男性平均	女性平均	全體平均
14.95	18.12	16.27

主管職	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
高階主管	16.43	-	16.43
中階主管	20.82	32.50	22.38
基層主管	10.10	11.76	10.83
合計	23.03	37.39	27.54

職員	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
課長 / 副課長 / 技監 / 副技監	17.35	29.58	21.61
高級專員 / 組長	10.89	12.15	11.50
專員 / 班長 / 辦事員 / 練習生 / 司機 / 守衛 / 護理師 / 派遣人員	13.15	13.49	13.33
合計	10.01	11.76	10.83

- 訓練時數統計含實體課程與線上同步直播課程
- 公司全體人員男女比例約 1.4:1（2024/12/31 正職員工人數（含借調）：579 人）
- 主管職：高階主管 - 協理級（含）以上；中階主管 - 經理級；基層主管 - 室長級
- 非主管職：1.（副）課長、（副）技監；2. 高級專員（含組長）；3. 專員（含以下）

和泰汽車結合線上和線下課程，設計混合式學習體驗，讓同仁在實體和虛擬教室，都可接受客製且即時的學習素材，提升學習成效，至 2024 年平台 2.0 全新版本上線，「和泰 E-Learning+ 」線上學習平台該年度共上架約 101 堂課程，包含各階職能、線上直播講座、線上影音課程等。

和泰 E-Learning+ 入口畫面

和泰 E-Learning+ 課程選單

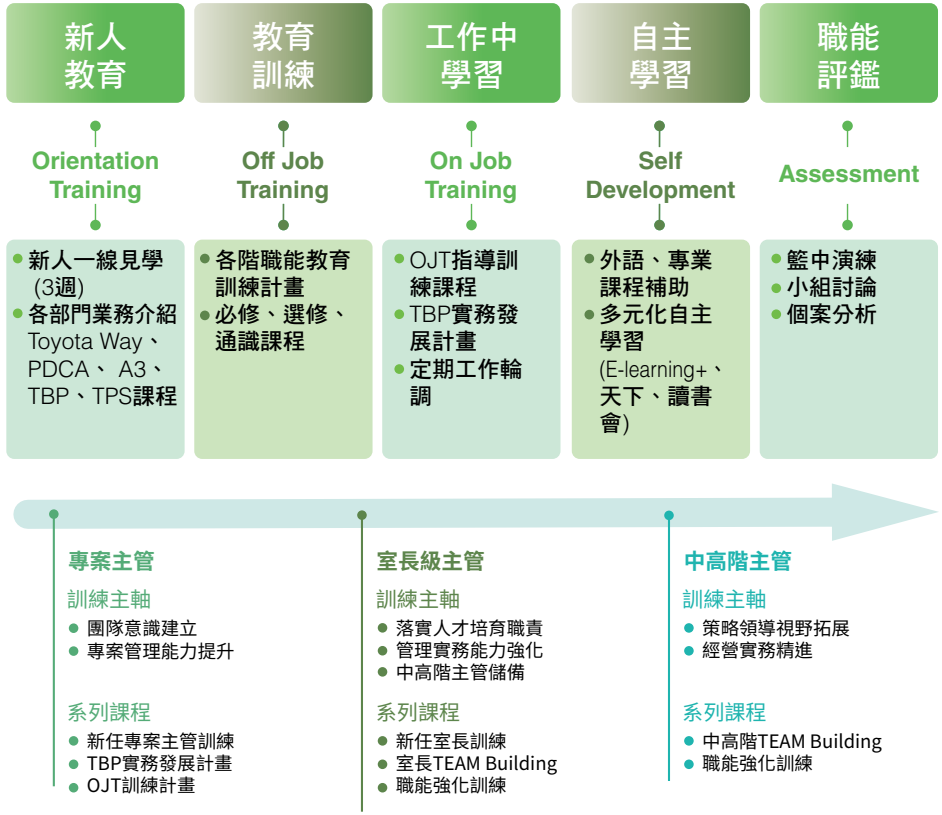
線上學習資源

和泰 E-Learning+	• 2024 年平台 2.0 全新版本上線，當年度累計開設 101 堂課程。 • 完訓人數：6,320 人次。
直播讀書會	• 直播分享會：2 場、共 375 位同仁參與、總時數 2.5 小時。 • 大大學院：52 堂、完成觀看數 1,018 次。 • KONO 電子雜誌：全員皆可使用；每月平均 32 位同仁使用、年度總閱讀篇數 28,320 篇。 • 天下創新學院：共 50 個帳號，單季測驗數未達 30 篇者將收回帳號，全年度完成 4,711 篇閱讀數。
大大學院	
KONO 電子雜誌	
天下創新學院	

5.1.3 職能培育計畫

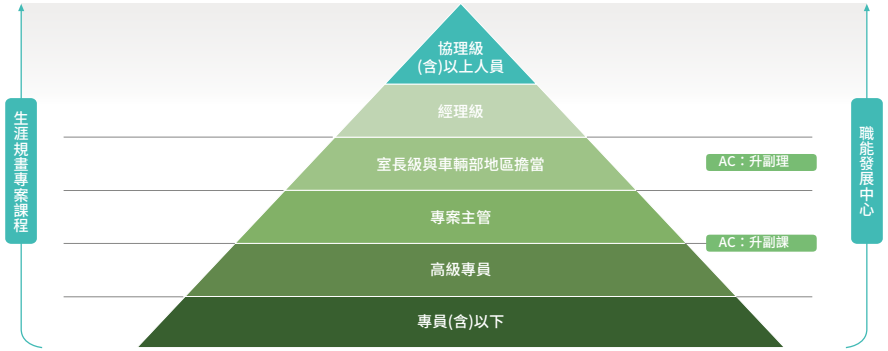
和泰汽車職能發展中心（Assessment Center，簡稱 AC）依循「全方位人才發展政策」，定義各職位應有的職能，使全體員工瞭解應具備之能力，並透過工作中的學習發展（OJT）、教育訓練（Off-JT）及自我學習（Self-Development）的各項課程，加以強化自身能力；之後再回到職能發展中心評鑑，衡量員工之職能發展現況，並針對不足之處，持續改善。

人才發展路徑圖



此外，訓練單位亦每年邀請內部主管人員及外部專業顧問擔任評核人員，定期對績優員工執行年度職能評鑑。和泰汽車特別針對人才發展設計各階菁英培育計畫，透過職能發展中心評鑑，讓員工與主管皆可瞭解晉升所需職能程度及未來改善方向，持續成長，攜手向前邁進。

和泰汽車職能模組



5.1.4 績效與職能評核計畫

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

評核辦法

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

5.2 權益與福祉

5.2.1 聘僱與留才

2024 年的員工總數為 579 人，男性與女性員工之平均比例約為 1.4：1，皆為正職與全職人員。年齡組成的分布上，以 30 歲以上未滿 50 歲比率最高，占 48.53%；依主管 / 非主管區分，有 20.55% 為主管職。2024 年暑期實習生共有 14 位、長期實習生共有 2 位，其工作為依照所屬單位之業務協助進行專案企劃；外包派遣行政人員 23 位、清潔人員 11 位、守衛 15 位；員工與非員工總數與 2023 年相比無明顯差異。和泰汽車除聘用本國籍員工外，亦有日本籍員工，也未有因聘用歧視而引起之法律訴訟。

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

合約性質 / 類型		男（人數）	占該類比率（%）	女（人數）	占該類比率（%）	總公司	新莊	楊梅
合約性質	正職	337	58.2%	242	41.8%	415	91	73
	約聘	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0
聘僱性質	全職	337	58.2%	242	41.8%	415	91	73

員工類別分布		男（人數）	占該類比率（%）	女（人數）	占該類比率（%）	未滿 30 歲（人數）	占該類比率（%）	30 歲（含）- 未滿 50 歲（人數）	占該類比率（%）	50 歲（含）以上（人數）	占該類比率（%）
主管職	高階（協理級以上）	19	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	17	89.5%
	中階（經理級）	24	85.7%	4	14.3%	0	0.0%	9	32.1%	19	67.9%
	基層（室長級；副理）	45	62.5%	27	37.5%	0	0.0%	54	75.0%	18	25.0%
非主管職	課長、副課長（含技監、副技監）	79	64.8%	43	35.2%	5	4.1%	89	73.0%	28	22.9%
	高級專員（含組長）	119	52.0%	110	48.0%	58	25.3%	99	43.2%	72	31.5%
	專員（含以下）	51	46.8%	58	53.2%	22	20.2%	28	25.7%	59	54.1%
總計		337	337	58.2%	242	41.8%	85	14.7%	281	48.5%	213

和泰汽車 2024 年共聘僱 47 位新人，佔全體員工的 8.1%，我們秉持「適才適所」與「人盡其才」的理念，致力打造友善的工作環境。透過多元管道，持續招募相關領域的專業人才，共同與和泰汽車成長茁壯。

新進員工統計

		2021		2022		2023		2024	
		新進人數	占全體員工比率（%）	新進人數	占全體員工比率（%）	新進人數	占全體員工比率（%）	新進人數	占全體員工比率（%）
新進員工比率（%）		5.7%		5.7%		6.7%		8.1%	
依性別	男	14	2.5%	14	2.5%	19	3.4%	24	4.1%
	女	18	3.2%	18	3.2%	19	3.4%	23	4.0%
依地區	總公司	31	5.5%	29	5.2%	32	5.6%	36	6.2%
	新莊	0	0%	1	0.2%	3	0.5%	7	1.2%
	楊梅	1	0.2%	2	0.4%	3	0.5%	4	0.7%
依年齡	未滿 30 歲	24	4.3%	19	3.4%	30	5.3%	34	5.8%
	30 歲（含）- 未滿 50 歲	7	1.2%	12	2.1%	8	1.4%	12	2.1%
	50 歲（含）以上	1	0.2%	1	0.2%	0	0.0%	1	0.2%

中高階管理階層聘用當地居民統計

		2021		2022		2023		2024	
		聘用人數	占全體中高階管理階層比率（%）	聘用人數	占全體中高階管理階層比率（%）	聘用人數	占全體中高階管理階層比率（%）	聘用人數	占全體中高階管理階層比率（%）
依性別	男	37	86.0%	38	86.4%	36	85.7%	40	85.1%
	女	3	7.0%	3	6.8%	3	7.1%	4	8.5%
合計		40	93%	41	93.2%	39	92.8%	44	93.6%

註 1：中高階管理階層為經理級以上。
註 2：當地的定義為台灣籍。
註 3：全體中高階管理階層含台灣籍與日籍主管。

和泰汽車近三年的平均離職率為 3.94%，主因為重視員工發展，加上年度營運績效良好，以及穩定調薪（每年平均 2%~3%），予以提升員工留任意願。為刺激組織活化與培育全方位人才，公司訂有內部輪調制度，在現職單位任滿三年以上，考績優秀之人員，都有機會成為輪調的候選人，相關輪調經驗將作為職位晉升之參考指標之一；另外在新業務需求出現或重要職缺出缺時，也會進行人員輪調的評估。若遇工作上有輪調需求或重大營運變化時，我們於工作異動公告前二週告知當事人及其主管，使員工有適當的心理調適與準備。

離職員工統計

離職人數		2021		2022		2023		2024	
		離職人數	占全體員工比（%）	離職人數	占全體員工比（%）	離職人數	占全體員工比（%）	離職人數	占全體員工比（%）
離職率（%）		2.33%		3.37%		4.60%		3.84%	
依性別	男	5	0.9%	6	1.1%	15	2.6%	15	2.6%
	女	8	1.4%	13	2.3%	11	1.9%	7	1.2%
依地區	總公司	12	2.1%	18	3.2%	23	4.1%	17	3.0%
	新莊	0	0.0%	0	0.0%	2	0.4%	3	0.5%
	楊梅	1	0.2%	1	0.2%	1	0.2%	2	0.3%
依年齡	未滿 30 歲	3	0.5%	11	2.0%	6	1.1%	9	1.6%
	30 歲（含）- 未滿 50 歲	10	1.8%	8	1.4%	20	3.5%	11	1.9%
	50 歲（含）以上	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.3%

註 1：以上統計不含屆齡退休人員。
註 2：均為自願離職。
註 3：針對離職率變化，已持續追蹤分析，了解市場趨勢，並檢視現有留才政策。

5.2.2 權益維護

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

為保障與傾聽同仁的意見，本公司設有如勞資溝通會議、意見信箱等多元溝通管道，透過各種溝通管道及對話，使公司與同仁共同建立「相互信賴，責任與共」的基本價值。而公司更以尊重員工、創造和諧的勞資關係為經營準則，透過每季之勞資會議及各種意見反應途徑，使意見可充分表達並得到合理的解決。由於制度完善加上人性化的管理精神，和泰汽車創業以來，並未產生重大勞資糾紛、申訴與爭議。2024 年亦未有因違反勞動法規而引起的法律訴訟。

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

為更瞭解同仁想法與需求，和泰汽車每兩年定期進行組織發展調查，調查方式採線上問卷填寫，調查對象為公司全體正職同仁。最近一次調查於 2024 年實施，主軸為收集同仁回饋促進組織發展。本次調查有效回收率為 53.4%，公司整體滿意度達 3.85 分（5 分量表）；於本次調查中得分較低的部分為「考核體系」（3.47 分 / 滿分 5 分），主因除了以職能考核表現外，須通過職能評鑑中心測驗，方可晉升，故相對來說，有一定挑戰性，未來將持續透過職能教育與在職訓練，以協助員工做好充分之準備。此外，和泰亦積極優化員工體驗，藉以改善得分降幅較多之構面（如「組織承諾」），包括 2022 年首度推動全員結構性調薪，固定薪調幅達 20%，持續維持業界領先。另自 2024 年 11 月起導入 EAP 員工協助方案，提供涵蓋心理、法律、健康等多元諮詢，並提供「一日有薪健檢假」，從工作、生活到健康全方位照顧同仁，打造值得信賴的職場環境。下一次調查預計於 2026 年辦理。

組織發展調查結果（以滿分 5 分計）

註：考量疫情影響，原訂 2021 年實施之調查延緩於 2022 年執行。

5.2.3 薪酬與福利制度

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

在升遷制度上，各職級則依其市場價值及公司薪資政策，設定薪資中間值和上下限，使員工薪資結構兼顧合理性與公平性，以激勵員工提升績效；除事務室長職以上，目前男性員工的平均薪資與報酬大都高於女性，主因為男性員工年資較高，和泰汽車針對相同職位之薪資水準，不因性別而有所差異，薪資水準以學經歷及年資為考量條件。我們的基層同仁（專員職）薪資不因性別而有所差異，其薪資起薪為台灣當地最低薪資的倍數為 1.48 倍。和泰於 2009 年依勞基法規定發給退休金，結清員工舊制退休金；同年起，依勞退新制為每位員工提繳工資 6% 入個人退休金專戶，參與率為 100%。

和泰汽車 2024 年度非擔任主管職務之全時員工人數及非擔任主管職務之全時員工薪資平均數，分別為 536 人及 2,677 千元。

年度	2023	2024	變化比率（%）
非擔任主管職務之全時員工人數	529	536	1.32
薪資平均數（仟元）	2,630	2,677	1.79
薪資中位數（仟元）	1,991	2,103	5.63

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

女男報酬與酬金比率

		報酬比（女 / 男）		酬金比（女 / 男）	
		2023	2024	2023	2024
主管職	高階（協理）	-	-	-	-
	中階（經理）	0.96	0.96	0.98	0.98
	基層（室長）	0.98	0.99	1.00	1.05
非主管職	課長、副課長（含技監、副技監）	0.92	0.95	0.90	0.94
	高級專員（含組長）	0.94	0.94	0.93	0.93
	專員（含以下）	1.01	1.00	1.06	1.03

註：報酬係指月薪；酬金係指報酬 + 酬勞（獎金）；2023 及 2024 年未有女性高階主管。

和泰汽車訂有和泰汽車互助辦法，提供同仁完善的福利，包含結婚 / 生育 / 喪葬 / 急難慰助、獎助學金、年節福利品、急難貸款、住院慰問、住院補助與退會慰勞，照顧同仁生活。公司每年提供全體員工健康檢查，並舉辦健康促進活動，增進同仁身心健康；另因應營業範圍擴展至海外地區，提供員工外語進修的優惠補助。

優於法令的福利制度

項目	說明
團體保險	• 公司全額支付之壽險、防癌險 • 福委會全額支付之團體意外傷害險及傷害醫療險
外語進修補助	• 公司針對合作教育機構之英 / 日語課程補助一半學費（不含其他雜費）
旅遊補助	• 每年發放旅遊點數 50,000 元
生日及三節禮金	• 生日禮金：5,000 元百貨禮券 • 三節禮金：5,000 元現金 / 次
獎助學金	• 2024 年度發放獎助學金每人 44,500 元

員工福利支出金額（新台幣元）

總平均

2021	2022	2023	2024
141,577,045	141,852,549	167,636,142	176,236,427

退休金 | 教育與社外講習 | 祝賀、慶生與慰問
團體、平安、意外保險 | 獎助學金 | 生活與福利品
健康檢查費 | 節慶、旅遊與專案活動 | 公務車使用

和泰汽車提供讓同仁安心工作的職場，2024 年育嬰留停的復職率 100%、留任率為 100%，表示同仁們樂意回歸到職場中，繼續與我們一起努力。為使同仁生育後能更安心無虞地工作，我們也與鄰近托育兒中心簽訂優惠合約，可享註冊費、用品或接送時間之優惠，減輕同仁撫育幼兒的負擔。

2024 年育嬰留停統計

	男性	女性	合計
當年度符合育嬰留停申請資格人數	25	18	43
當年度實際申請育嬰留停人數	1	5	6
育嬰留停預計於當年度復職人數	1	3	4
當年度育嬰留停復職人數	1	3	4
前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	3	3
前一年休完育嬰留停的復職人數	0	3	3
育嬰留停申請率（%）	4	27.8	14.0
育嬰留停復職率（%）	100	100	100
育嬰留停留任率（%）	N / A	100	100

育嬰留停申請率（%）計算公式：當年度實際申請育嬰留停人數 / 當年度符合育嬰留停申請資格人數
育嬰留停復職率（%）計算公式：當年度育嬰留停復職人數 / 育嬰留停預計於當年度復職人數
育嬰留停留任率（%）計算公式：休完育嬰假復職後 12 個月仍在職人數 / 前一年休完育嬰留停的復職人數。因 2023 年無育嬰留停男性，故育嬰留停留任率中以 N/A 標註。

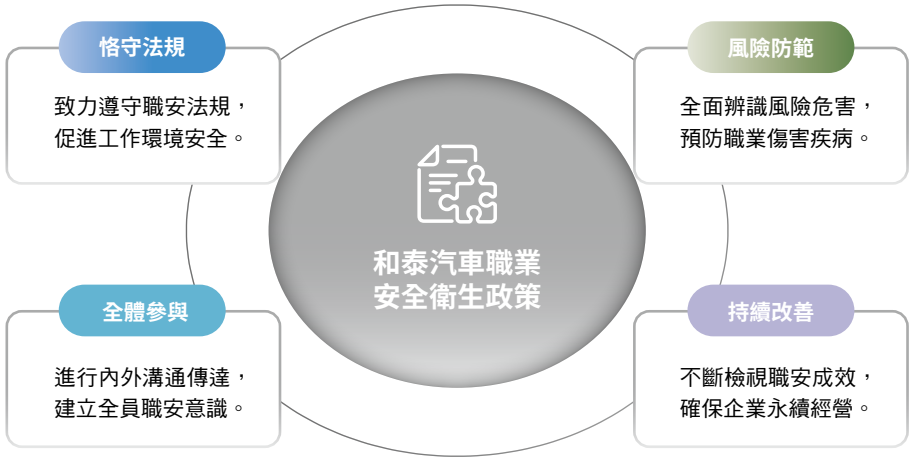
5.3 職業安全衛生管理

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

5.3.1 推動安全管理

職業安全衛生政策

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



職業安全衛生管理系統

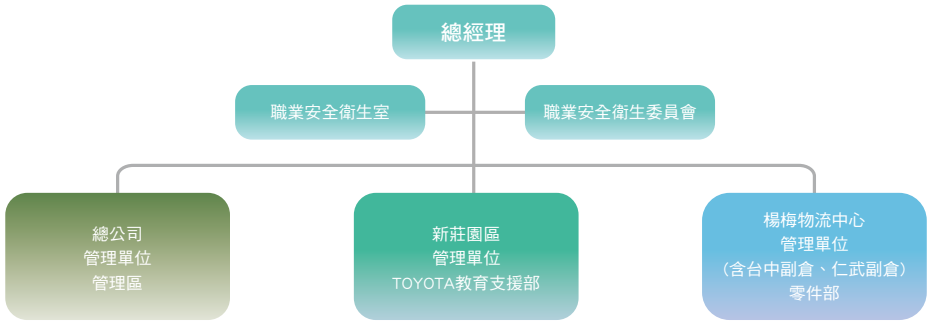
和泰汽車於 2018 年導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，2019 年起通過第三方國際驗證機構之驗證，範圍涵蓋全公司（包含台北總公司、新莊綜合園區、楊梅物流中心、台中副倉、高雄仁武副倉），對象為此五個工作地區的工作者（含員工、派遣人員、承攬商），並每年持續審驗管理系統運作狀態，共計全體員工 584 人，及非員工（僅派遣人員）27 人皆納入管理範疇，並皆經過內外稽核。

職業安全衛生推動需全體同仁共同參與，因此各部門皆設有職業安全衛生種子人員並完成相關訓練，共同執行內外部稽核、管理系統程序文件修訂、危害鑑別與風險評估、法規符合度確認、管理審查…等重要事項，運用系統化的管理模式，秉持持續改善的精神，持續推行職業安全衛生管理工作。

職業安全衛生委員會

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

職業安全衛生委員會組織架構



集團職安衛強化

和泰汽車推動職場安全健康不遺餘力，並將理念展開至集團關係企業與經銷商，期許重要工作夥伴們皆於安心可靠的工作場所奮鬥；為使職業安全衛生相關資源發揮最大化效益，規劃建立健康促進講座與職業安全衛生管理課程分享機制，將現有資源置於集團線上教育平台，與集團同仁、眷屬共享，攜手提升職場安全健康知能，以行動實踐 ESG 企業永續作為。

5.3.2 建構職場保護

在職員工健康檢查

和泰汽車關懷同仁及工作者健康，提供優於法規的健檢組套，涵蓋對象包含全體員工及派遣員工，同仁可以依自身需求多元選擇，2024 年為鼓勵員工儘早完成健檢，以利早期追蹤健檢異常項目，提供早鳥健檢抽機票活動， 2021 年年全公司健檢率為 89%，2022 年為 87%，2023 年為 90%，2024 年為 93.6%，呈現上升的趨勢。針對從事特別危害健康作業之員工，每年安排特殊健康檢查，如檢查結果屬三級以上，則安排與職業醫學科專科醫師進行訪談及現場評估，採取危害控制、調整工作內容或調整工時等措施，本公司 2024 年之特別危害健康檢查無三級以上之結果。

各級別健康檢查額度表

級別	年齡	2024 健檢額度
B 級	≦ 39 歲	3,500
A 級	≧ 40 歲	15,000
經理、副理、室長級	≦ 39 歲	15,000
	≧ 40 歲	20,000
協理級（含）以上	無設定	35,000

健康促進

和泰汽車設有專職的勞工健康服務護理師及特約職業醫學科專科醫師，以預防重於治療的概念，透過各項健康促進活動及服務，關懷每位員工的身心健康。2024 年以「好吃好動好健康，增肌減脂我最行」為主題，設計相關的健康促進活動，包含：健康講座、健康測量、健康餐盒日、增肌減脂運動班、導入健康管理 app…等，並提供多項健促獎金，鼓勵員工參加活動，維持身體健康；本公司亦獲得衛生福利部國民健康署 2023 年健康職場認證「健康促進標章」（標章有效期限為 3 年）。

2024 年健康管理活動

活動名稱	活動內容	場次數	參與人次
醫師臨場健康諮詢服務	每月邀請職醫或家醫進行臨場健康一對一門診諮詢服務	30	148
HRV 自律神經分析檢測	藉由穿戴裝置，以非侵入性的方式收集身體心電訊號，利用心跳速度的變化作為指標，間接了解自律神經的活性狀態及壓力指數	6	169
BIA 身體組成分析檢測	透過專業儀器，讓員工測量自己的體脂肪量、基礎代謝率、肌肉量、骨重量、身體水分分布，全方位解析身體組成	15	500
營養師諮詢	邀請經驗豐富的營養師提供營養諮詢服務，解釋身體組成分析報告、減肥瘦身飲食建議、外食族飲食建議…等	10	56
筋膜放鬆術	邀請物理治療師對長期久坐不動的上班族，提供簡單易學的伸展運動建議	6	106
增肌減脂運動班	與公司附近的健身房合作，開設增肌減脂運動班，協助員工達成理想體態	9	117
健康講座	透過各式健康講座，增加員工的健康知識，讓員工更重視自己的身體健康，講座主題包含：輕鬆上手美味健康餐盒、健檢報告大解密、保護心血管…等	11	483
流感疫苗到站施打	為維護同仁健康、提升群體保護力，委請特約診所至本公司設站，提供自費流感疫苗接踵服務（亦開放關企之員工、員眷一同來接踵）	3	142
健康餐盒日	導入健康餐盒線上訂餐平台，提供多元便利購餐管道，同時將健康飲食落實至日常生活	-	6,756

勞工健康保護四大計畫

和泰汽車致力保護員工健康，透過肌肉骨骼調查問卷、工作異常負荷過勞問卷、職場不法侵害危害辨識及風險評估問卷，發現需關懷或協助的員工，除進行訪談外，將視情況搭配作業場所訪視、協助安排醫師諮詢、作業環境改善等措施，主動發掘潛在健康風險因子，於危害演變成疾病前進行阻斷。為避免員工在工作場所遭到不法侵害，包含身體暴力、精神暴力、性騷擾、性侵害等，公司已建立相關通報機制，並規劃辦理職場不法侵害預防講座，以避免發生不法侵害情事。在母性健康保護專案部分，勞工健康服務護理師接獲孕期通報即安排進行健康諮詢、危害辨識與評估，訪視工作現場，以確認風險等級，公司另有孕期補給品補助，每位孕媽咪都有 2,000 元的額度可供申請，2024 年總計申請 1 件；各園區皆設有哺集乳室，提供產後職場媽咪更友善的職場環境，台北總公司哺集乳室更獲得台北市政府衛生局 112 年特優評鑑（標章有效期限為 3 年）。

5.3.3 風險管理預防

危害鑑別與風險評估

和泰汽車為確保員工享有安全衛生的工作環境，近年來積極安排各部門職業安全衛生種子人員進行危害鑑別與風險評估教育訓練，種子人員每年需定期檢視工作流程、設施、設備或環境進行危害鑑別與風險評估，依照危害事件之嚴重度及可能性的組合，將風險進行分級管制措施，評估嚴重度須考量：可能受到傷害或影響的部位、傷害人數、傷害程度等，評估可能性須考量：暴露於危害的頻率及時間、現有防護設施的有效性、個人防護具的使用狀況；風險等級結果為 4 分及 5 分即屬於高度風險，須立即施以改善對策，依據消除、取代、工程改善、行政管理、個人防護具之改善順序，尋求最佳降低風險之改善方案，並後續加以追蹤改善的情況，2024 年危害鑑別與風險評估件數共計 1,432 件，高度風險共計 3 件，將其列為目標管理方案進行改善，已於 2024 年 12 月完成改善。經評估，2024 年高風險作業項目共計 3 項（皆為墜落危害風險），後續將其展開為管理方案，並已完成改善；當有作業活動或異常發生時，則需重新執行評估。

針對承攬商及常期駐廠之承攬商部分，依照 OSH-3-020-E 承攬商安全衛生管理作業標準之規定，於作業前一律簽訂危害告知、協議組織。每年進行供應商職安衛評價，確保其職安衛能力。針對關係企業、經銷商，定期分享國內法規資訊及常見工安事故，增加訊息交流。

變更管理

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

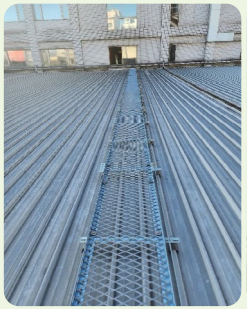
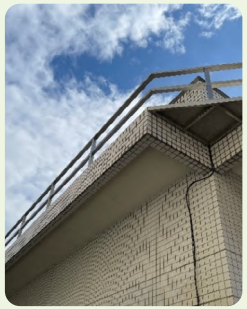
化學品管理與作業環境監測

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

法規鑑別查核

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

2024 年職業安全衛生風險預防專案

專案	內容
電動車及鋰電池火災危害預防專案	為強化各區對電動車及鋰電池火災之緊急應變資源與能力，購入電動車用防火毯，作為風險管控措施，並對緊急應變小組成員進行鋰電池火災特性介紹及防火毯操作教育訓練。
辦公室及倉儲區照度改善專案	台北總公司部分樓層及台中副倉部分區域，進行燈光照度改善工程，以符合「職業安全衛生設施規則」第 313 條之規定。
園區警衛安全裝備改善	台北總公司、新莊園區及楊梅園區之大門警衛，發放螢光背心與指揮棒，提升能見度，加強人員及車輛行駛安全提醒作用。
室外平台及屋頂墜落危害預防	新莊園區研修大樓冷氣室外機及水塔室外平台加裝固定梯、護欄，實習場屋頂加裝水平母索、踏板，預防人員墜落危害。  
烤漆房火災爆炸危害預防	板噴中心烤漆房於 2024 年汰換時加裝符合 TS 標章之防爆燈，以預防火災、爆炸之危害。
板噴中心消防管線顏色重漆改善	板噴中心消防管線顏色重漆為紅色，以利安全辨識。
板噴中心噪音監控及管理	板噴中心加裝噪音看板顯示器、規範應佩戴防音防護具之時機，並辦理聽力保護教育訓練。

5.3.4 職業災害與職業病預防

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

提升工作者安全衛生意識也是預防職業災害不可或缺的一環，和泰汽車每年訂有職業安全衛生教育訓練計畫，定期舉辦內部安全衛生教育訓練及安排證照人員參加外部訓練或在職回訓，以增進員工對安全衛生的認知，預防職業災害發生；本公司職安衛相關證照共計 117 張，2024 年須回訓證照計 46 張，皆已完成訓練，如期展延。2024 年教育訓練參訓人數總計 380 人次。

職業安全衛生證照一覽表

證照名稱	職安衛管理師 / 員	職安衛業務主管	勞工健康服務護理師	EMT1 初級救護員	高空工作車操作人員	堆高機操作人員
數量	3	9	1	2	3	38

證照名稱	保安監督人	防火管理人	有害作業主管	急救人員	AED 管理員
數量	1	6	20	25	9

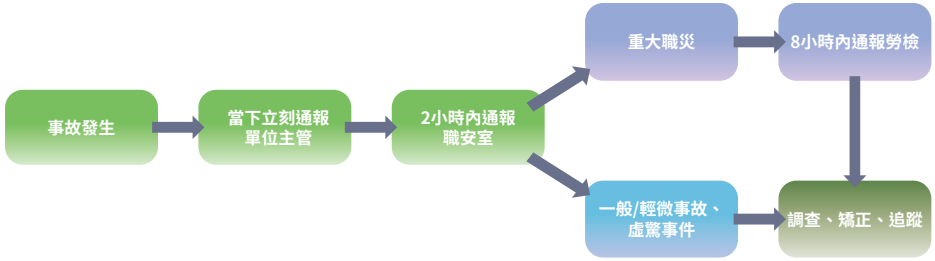
【各類型職業安全衛生教育訓練人次統計】

類型	教育訓練名稱	訓練人次
一般安全衛生類	新進人員一般安全衛生教育訓練	68
	化學品危害通識教育訓練	38
	各級主管職業安全衛生教育訓練	81
	呼吸防護教育訓練	8
	聽力保護教育訓練	9
ISO45001 類	法規查核教育訓練	20
	危害鑑別與風險評估教育訓練	32
	承攬商安全衛生管理教育訓練	21
	條文解說與內部稽核教育訓練	43
證照類	職安衛管理人員回訓	1
	職安衛業務主管初訓 / 回訓	3
	勞工健康服務護理人員回訓	1
	堆高機操作人員初訓 / 回訓	37
	保安監督人初訓 / 回訓	1
	防火管理人初訓 / 回訓	2
	急救人員初訓 / 回訓	8
	有害作業主管初訓 / 回訓	7

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

為確保職業災害發生時，相關單位能迅速反應，本公司訂有「職安衛事故調查程序」，規定所有內、外部員工及承攬商，如有虛驚事件、職業傷害或職業疾病等事故發生時，應立即採取通報、調查等程序，找出根本原因及矯正措施，以預防類似事故再次發生。根據本公司 OSH-2-011-C 職安衛事故調查程序 5.2 之規定，發生重大事故 2 小時內通報職安室，重大事故以外之傷害事故及虛驚事件 24 小時內通報職安室；工作者進行通報，並不會受到任何的處分。根據本公司 OSH-3-021-A 和泰汽車職業安全衛生工作守則第 72、73 條之規定，工作場所有立即發生危險之虞時，工作場所負責人應即令停止作業，並使工作者退避至安全場所。工作者執行職務發現有前條所述立即發生危險之虞時，得在不危及其他工作者安全情形下，自行停止作業及退避至安全場所，並立即向工作場所負責人報告。

事故調查流程



和泰汽車訂有「緊急事件處理手冊」、「環安衛緊急應變程序」，緊急事件發生時能有對應措施與流程。根據本公司 OSH-2-011-C 職安衛事故調查程序 5.5 之規定，職安室應於事故發生後三日內（遇假日則於收假後三天內）召集當事人進行約談，調查事故原因，填寫 OSH201101-B 事故調查分析報告表。另根據本公司 OSH-2-005-B 危害鑑別與風險評估管理程序 5.2 之規定，無預警之緊急或意外狀況發生時，應重新進行危害鑑別及風險評估。2024 年台北總公司特別邀請專業消防廠商進行場所危害辨識與風險評估、火災應變訓練課程、緊急應變小組桌上型兵推訓練及實兵演習，以強化防災資訊與災害對應能力；公司各區每年會視自身特性進行演練，例如消防演練及化學品洩漏災害應變演練等，演練包含狀況通報、避難引導、滅火、防護、滅火器操作、消防栓操作、急救包紮等實作，使同仁面臨緊急狀況時可快速做正確應變措施，台北總公司演練人數為 71 人次，新莊園區為 46 人次，楊梅園區為 69 人次，台中倉為 23 人次，仁武倉為 24 人次。

配送司機管理部分，包含健康檢查、宣導運輸安全，並要求出車前每位司機皆須做酒測檢查及自我健康評估後才能出車上路，日常作業交通「零」事故，人員「零」傷亡。

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

項目	依性別	2021 年		2022 年		2023 年		2024 年	
		員工	非員工	員工	非員工	員工	非員工	員工	非員工
可記錄職業傷害件數	男 / 女	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
可記錄職業傷害比率	男 / 女	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
工傷率	全體	0	0	0	0	0	0	0	0
職業病率	全體	0	0	0	0	0	0	0	0
死亡人數	全體	0	0	0	0	0	0	0	0
承攬商工傷率	全體	0	0	0	0	0	0	0	0

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

06
環境友善
Eco

96%
TOYOTA 新車販賣台數中同時具節能與環保標章比率

74.5%
使用再生零件 - 冷氣壓縮機比率

超過 **75 萬度**
回廠保修不洗車，累計至 2024 年節約水量

898.8 噸
近 3 年包材回收重量

6.1 環保理念

6.1.1 永續政策

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

和泰汽車以實現「碳中和與循環型社會」為願景，在車輛生命週期的各個階段，從開發設計、採購、生產、物流、銷售、使用、減少浪費和回收利用，積極降低產品與服務對環境的影響。同時訂有環境永續政策，包含政府政策、資源永續利用、安全的工作環境與強化環保意識等四大面向，持續邁向永續發展。

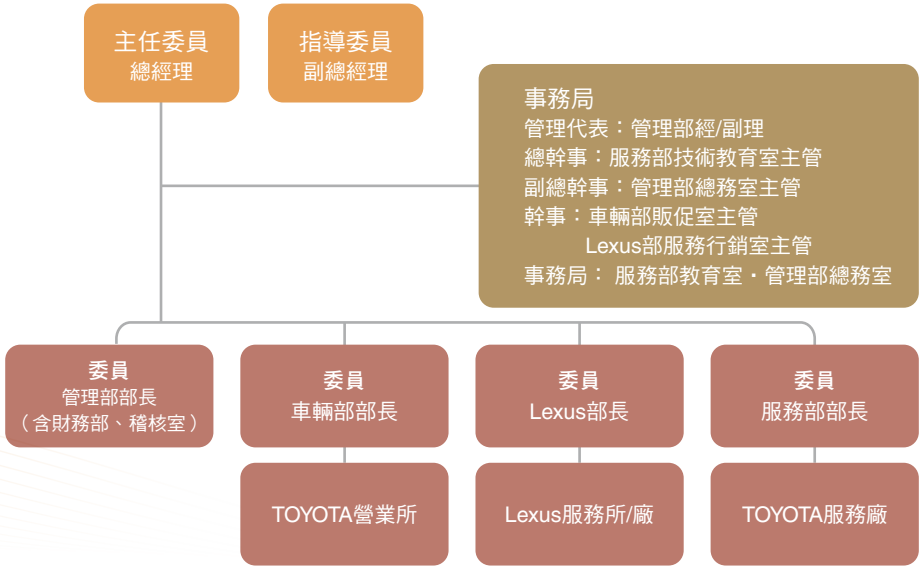
6.1.2 管理系統

和泰汽車設有集團環境管理委員會及環境設施室，透過環境保護計畫與方案的推動，實現對環保的承諾與目標。為有效管理銷售與維修服務作業可能對環境造成的負面衝擊，和泰汽車將環管理念拓展至價值鏈的夥伴，推動經銷商體系全面實施 ISO 14001 國際環境管理系統，透過內部稽核與外部審查，確保環境管理業務能適切地有效運作。和泰汽車視合規為最基本的自我要求，過去四年未發生任何環境違規事件，環保法規罰鍰金額為 0。

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

總事務局	TOYOTA 教育支援部環境設施室	(1) 和泰、經銷商環境計畫擬定及執行跟催 (2) 和泰、經銷商環委會推進運作 (3) TMC、AP-EC (亞太環委會) 環境業務統括對應窗口
區域事務局	總公司事務局 (管理部總務室) 新莊事務局 (TOYOTA 教育支援部環境設施室) 楊梅事務局 (零件部企劃室)	整合總公司各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動 整合新莊各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動 整合楊梅各部門、關係企業之環保相關業務規劃與推動

經銷商環境管理組織 (以國都汽車為例)



6.1.3 願景與歷程

豐田母廠設定 2050 年環境願景的 6 大挑戰，朝向落實環境政策與產業永續發展而努力。和泰汽車以“碳中和”為終極目標，推動各項環境管理業務，逐步完成此 6 大挑戰。此外還包含強化環管組織及方針管理、建立環管資訊系統、落實環保文化，以及對外揭露資訊，達成環保評鑑 NO.1 的目標。

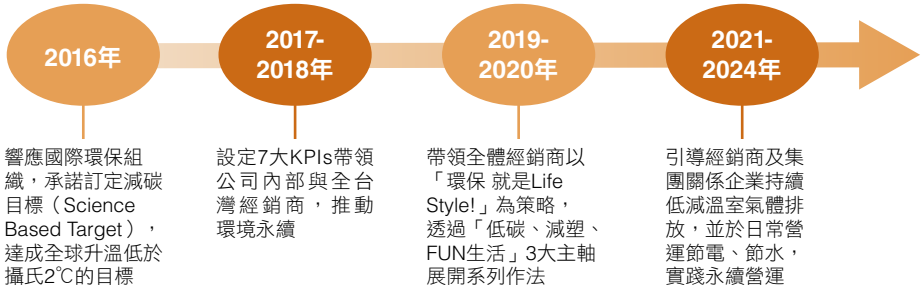
推動目標	豐田亞太區目標（以 2019 為基準年）	和泰汽車目標（以 2019 為基準年）
（1）新世代新車 CO_2 零排放	• 2025 年 CO_2 ↓ 30%	和泰汽車無此項目
（2）生命週期 CO_2 零排放	• 2025 年 CO_2 ↓ 15% • 2030 年 CO_2 ↓ 32%	• 2025 年 CO_2 ↓ 18% • 2030 年 CO_2 ↓ 33%
（3）工廠 CO_2 零排放	• 2025 年 CO_2 ↓ 20% • 2030 年 CO_2 ↓ 35%	和泰汽車無此項目
（4）最小量及優化用水	廢水回收概念	設定累進節水 1% 目標
（5）建立循環型社會與制度	3R 概念（電池）	←與亞太區相同
（6）與自然和諧相處	提升員工環保認知、影響利害關係人	←與亞太區相同

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

2050 Net Zero 碳排挑戰	2030 亞太目標（8th 計畫 :2026~30）	2025 亞太目標（7th 計畫 :2021~25）
1. 新世代新車 CO_2 ↓ 90%	↓ TBC%	CO_2 ↓ 30%
2. 生命週期 0 碳排循環經濟	↓ 32%	CO_2 ↓ 15% （每年↓ 3%,2019 基線）
3. 工廠 0 碳排強化氫 / 再生能源	↓ 61 %（TBC % RE）	CO_2 ↓ 35%（31% RE）
2050 正向循環挑挑戰		
4. 小量及優化用水	水回收概念	
5. 循環社會	3R 概念（電池）	
6. 與自然和諧相處	員工 Eco mindset、影響利害關係人、一次性塑膠減量	

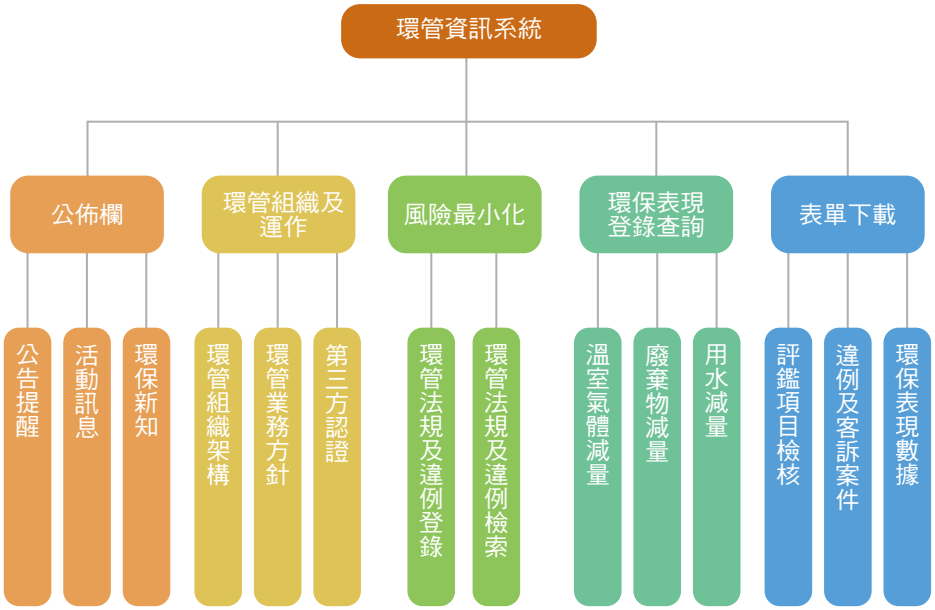
備註：負責項目 ;3R:Rebuit（電池再生）→ Reuse（再生電池販售）→ Recycle（廢電池回收）

環境管理推動歷程



6.1.4 計畫與行動

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



和泰汽車環管業務行動計畫於 2018 年展開，首先建立環管基礎資訊系統，檢核及追蹤環保表現數據，並強化推廣環保理念；2019-2020 年為創造環保價值，完成服務廠暑熱對應與再生能源建設，並推動示範據點；2021-2024 年則將優良範例做法推廣到其他據點及海內外和泰集團關係企業，持續擴展環管業務作為、強化環境影響力。2025 年將持續精進，逐步朝淨零排放目標前進。

和泰汽車持續執行環境永續行動，並爭取價值鏈合作夥伴之認同與加入。各項環境永續行動經整合經銷商服務廠及物流中心等體系，執行並優化及改善後，再逐步推展至全公司及各協力廠商。和泰集團亦持續投資環境永續，除定期舉辦環境教育、優先採購環保與節能設備、妥善處理廢棄物外，亦於楊梅廠區導入 ISO14001:2015 環境管理系統驗證（EMS），並自 2019 年起連續 5 年通過外部查證。

環境永續行動績效與成果

議題	具體實施項目	2024 年具體實績	2025 新規劃
朝零排放目標邁進	溫室氣體（CO_2）減量活動	和泰汽車碳排較 2019 基準年減少 5.9%	設定全年碳排 -18%（vs. 母廠 2019 基準年），將透過購買綠電完成減碳目標
建立低碳社會	推廣環保駕駛（Eco-driving）	全台服務據點均設有環保公布欄，宣導環保駕駛技巧及益處。	持續於全台服務據點環保公布欄，宣導環保駕駛。
	落實 HV 電池回收體制	全台落實 HV 電池 100% 回收，避免造成環境破壞。	全台落實 HV 電池 100% 回收，避免造成環境破壞。
	推展植樹活動，持續擴大生物多樣性綠化活動	一車一樹活動，累積植樹 91 萬棵。	持續推展植樹活動
推動豐田環境計劃	加強與非政府組織（NGOs）合作	持續與 NGOs 合作，推廣植樹（慈心基金會）、淨灘（咾咕嶼協會）、舉辦環境教育（台灣環資協會 / 循環台灣基金會）等環境永續相關活動。	持續拓展合作模式，擴大品牌環保影響力。
	環管訊息揭露（內外部）	每年召集經銷商及集團各公司主管、同仁，分別為 3 月約 60 人、9 月約 100 人舉辦內部教育、分享全球趨勢及國內現況，提升環境永續意識，並於永續報告書中揭露集團環境管理實績，實踐永續營運願景。	預定於 3 月、9 月舉辦高階環管教育，針對各項環境永續及管理業務提供新知，協助全集團各公司推動。
	推動內外部“環境持續發展教育”		
	提升和確保零異常和抱怨	全台 0 環境相關抱怨或客訴。	維持全台服務據點環管品質，創造鄰里友善的服務環境。
加強推動環管體系	持續提升環管績效表現	2024 年廠家評鑑 NO.1（註）。	2025 年保持水準並獲得 NO.1。
	持續推動太陽能	推動興建自建自用太陽能案場。	持續擴展太陽能案場。 宿舍頂樓及小倉太陽能案場年發電量 123,463 度 / 年（58.52 噸 / 年）
	ECO 特攻隊分享報發行	每季發行 ECO 分享報，提供新知與趨勢。	持續蒐羅現下環保新知，於每季 ECO 分享報分享新知。
	100% 通過第三方單位驗證（ISO 14001）	全台經銷商據點 100% 通過驗證。	全台服務據點 100% 取得 ISO 14001 驗證。
	與經銷商共同推動環保活動	於 Q3 舉辦 8 場環境月活動，吸引逾 3 千人參加，擴大品牌影響力。	依日本母廠之年度活動辦法，與各經銷商共同舉辦環境月活動。
	經銷商通過廠家 Eco-Dealership 評鑑	各經銷商據點 100% 通過廠家 Eco-Dealership 評鑑。	持續維持各經銷商環管水準，100% 通過廠家 Eco-Dealership 評鑑。
	舉辦員工教育，定期發佈環保訊息	7 月舉辦 3 場次全員環境教育，共超過 280 名同仁參加，提升員工環境永續意識。	於 7 月舉辦員工環保通識教育。
	公開揭露環管成效，提高品牌形象	以公司 Email、永續報告書等管道公開揭露環境管理成效。	持續提升環管能力，樹立同業標竿。
		於永續報告書、公司官方網站、TOYOTA 各經銷商 FB、據點佈告欄公開環境管理成效。	持續強化對外部溝通，營造環境永續品牌形象。

註：豐田亞太區總代理之內部環管評鑑

6.2 綠色營運

6.2.1 能資源管理

2024 年和泰汽車的年能源總耗用量為 11,572 十億焦耳[1]，能資源耗用以電力使用量為最大；其次為汽油，主要使用於車輛，包括公務與訓練；第三為天然氣及液化石油氣，使用範圍為廚房與宿舍。

汽油的使用量逐年遞減，主因為公務車擴大導入油電混合車。天然氣及液化石油氣的使用量，則取決於每年在園區中接受教育訓練的住宿學員數與廚房烹煮的次數，因此起伏會較大。水資源的來源皆是自來水公司提供，因此並未對任何水源產生顯著影響；使用後的排水量相等於總取水量，並全部排放至政府下水道統一處理，並訂定以 2019 為基準年，每年節水 1% 的目標，故 2024 年減量目標為相較 2019 年減量 5%，2024 年實際用水減量 31%，達成年度目標。

在地區的分布上，新莊園區為教育訓練及會議的主要地點，並設有學員專用的宿舍、餐廳。楊梅園區為和泰汽車的物流中心，主倉庫供應全台灣維修零件需求，因應逐漸成長的零件需求業務興建第三倉庫，園區內實際工作人員包含外包廠商；另園區內有員工宿舍，且整個園區（未含國都 PDS 中心）因佔地面積較廣，因此在能資源的耗用強度上，電力與水的人均用量都是呈現最高的。

能源使用量

能源種類	耗用單位	耗用區域	2021	2022	2023	2024
汽油	公升	總公司	18,852	50,572	64,424	25,314
		新莊	6,863	9,594	8,706	6,738
		楊梅	2,331	1,936	2,500	2,389
	合計		28,046	62,102	75,630	34,441
	十億焦耳	總公司	616	1,652	2,104	827
		新莊	224	313	284	220
		楊梅	76	63	82	78
	合計		916	2,028	2,470	1,125
柴油	公升	總公司	0	0	0	84
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	4,433	3,820	3,755	4,020
	合計		4,433	3,820	3,755	4,104
	十億焦耳	總公司	0	0	0	3
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	156	134	132	141
	合計		156	134	132	144
天然氣	立方米	總公司	0	0	0	0
		新莊	16,085	21,882	21,269	15,523
		楊梅	0	0	0	0
	合計		16,085	21,882	21,269	15,523
	十億焦耳	總公司	0	0	0	0
		新莊	606	825	801	585
		楊梅	0	0	0	0
	合計		606	825	801	585
液化石油氣	公升	總公司	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	144	161	152	134
	合計		144	161	152	134
	十億焦耳	總公司	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	4	5	4	4
	合計		4	5	4	4
外購電力	度	總公司	704,774	815,662	827,205	851,526
		新莊	541,219	589,238	584,349	580,859
		楊梅	1,367,285	1,281,223	1,234,272	1,265,481
	合計		2,613,278	2,686,123	2,645,826	2,697,866
	十億焦耳	總公司	2,538	2,937	2,979	3,066
		新莊	1,949	2,122	2,104	2,092
		楊梅	4,923	4,613	4,444	4,557
	合計		9,410	9,672	9,527	9,715
再生總能源總耗用量 - 太陽能（十億焦耳）			0	30	303	445
總耗用量（十億焦耳）			11,092	12,694	13,238	12,017
總人數			563	565	584	579
能源密集度（十億焦耳 / 人）			19.70	22.47	22.67	20.75

註：
1. 本數據統一四捨五入以整數表達。
2. 本數據統計自台電用電資料及油品、石油氣、天然氣採購紀錄。各類能源熱值轉換係數依據經濟部能源署之能源常用單位換算表：汽油 1 L 公升 = 7,800 kcal；柴油 1 L 公升 = 8,400 kcal；天然氣 1 立方米 = 9,000 kcal；液化石油氣 1 公升 =6,635 kcal；電力 1 度 =860 kcal ；太陽能 1 度 =860 kcal ；1 kcal=4.187 千焦（KJ）、1,000,000 千焦（KJ）= 1 十億焦耳（GJ）。
3. 自 2023 年開始自發自用太陽能。

取水量

資源種類	取用單位	取用區域	2021	2022	2023	2024
水（均為第三方水）	百萬公升	總公司	7.15	5.91	3.89	3.39
		新莊	4.49	5.04	4.76	3.59
		楊梅	6.70	6.41	7.55	8.76
合計			18.34	17.36	16.20	15.74

* 基準年 2019 年取水量為 22.35 百萬公升。

用水密集度

資源種類	單位	耗用區域	2021		2022		2023		2024	
			人數	密集度	人數	密集度	人數	密集度	人數	密集度
水	度 / 每人	總公司	398	18	401	15	403	10	418	8
		新莊	87	52	88	57	91	52	88	41
		楊梅	76	88	74	87	73	103	73	120
人數加總或強度平均			563	33	565	31	584	28	579	27

汽油節約成效主要來自於油電混合車取代全汽油引擎之車種，於週末停止天然氣加熱鍋爐以降低使用量，總公司與兩處園區歷年持續進行電力的減量方案與多項的節水計畫，節電措施更帶來顯著的成本減少效益。

6.2.2 溫室氣體減量

2024 年和泰汽車的溫室氣體總排放量中，84.5% 是來自於電力的使用，故範疇二的間接能源排放，為溫室氣體排放的主要來源。範疇一的排放量在近三年則呈現穩定。不論是範疇一或二的排放量，和泰汽車積極實施各項節能方案，並不斷提升與改善能源使用效率，致力減緩氣候變遷帶來的影響。2024 年度範疇一 + 二溫室氣體排放總量為 1,518.36 噸 CO_2e，較 2019 基準年 1,613.7 噸 CO_2e 減少 5.9%。

溫室氣體排放量

範疇別	排放量單位	排放區域	排放量			
			2021	2022	2023	2024
一[註 1]	噸 CO_2e	總公司	80.0	85.42	93.24	93.95
		新莊	48.8	99.58	93.42	90.23
		楊梅	23.5	61.97	57.76	51.07
合計			152.3	246.97	244.41	235.24
二	噸 CO_2e	總公司	358.7	514.82	408.64	403.62
		新莊	275.5	319.57	288.67	275.33
		楊梅	695.9	643.90	634.88	604.17
合計			1,330.1	1,478.29	1,332.19	1283.12

註 1： 排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為二氧化碳（CO_2）、甲烷（CH_4）、氧化亞氮（N_2O）、氫氟碳化合物（HFCs）及六氟化硫（SF6）；2021 年盤查範疇一排放僅計算固定源，不包含逸散源。
註 2： 範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為 0.509（2021）、0.495（2022）、0.494（2023）、0.474（2024）公斤 CO_2e/ 度。排放係數依能源局每年公告修正。
註 3： 排放係數資料來源為溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版，GWP 值為 IPCC AR6。
註 4： 2023、2024 年係由本公司依據 ISO 14064-1: 2018 標準盤查數據品管作業要求，進行自行盤查，2022 年數據則取得第三方查證單位 SGS 核發之 ISO14064-1 證書。
註 5： 2019 基準年溫室氣體排放（噸 CO_2e）：範疇一 209.0 公噸、範疇二 1,404.7 公噸，合計 1,613.7 公噸。（範疇一排放僅計算固定源，不包含逸散源）
註 6： 2019 基準年係依循亞太豐田之設定；基準線碳排範疇包含：直接（範疇一）、能源間接（範疇二）。（範疇一排放僅計算固定源，不包含逸散源）
註 7： 按照法規需求，將於 2027 年進行 2026 年度溫室氣體盤查之外部查證。

溫室氣體排放強度

範疇別	強度單位	區域	2021		2022		2023		2024	
			營收（百萬元）	強度	營收（百萬元）	強度	營收（百萬元）	強度	營收（百萬元）	強度
一＋二	噸 CO_2e / 營收（百萬元）	全區統計	138,872	0.0107	130,393	0.0132	161,318	0.0098	160,057	0.0095

歷年減量作為

推行區域	2021	2022	2023	2024
總公司	• 2021 年起到期公務車換租插電式車種（EV 或 PHEV）（3.8 噸 / 年） • 持續更換節能 LED 燈泡（3.2 噸 / 年）	• 到期公務車持續換租插電式車種（PHEV）（2.9 噸 / 年） • 持續更換節能 LED 燈泡（0.9 噸 / 年）	• 到期公務車持續換租插電式車種（EV 或 PHEV）（8.0 噸 / 年） • 持續更換節能 LED 燈泡（1.6 噸 / 年）	• 到期公務車持續換租插電式車種（EV 或 PHEV） • 裝設中央空調控制系統。
新莊	• 訓練場地空調汰換（36 噸 / 年）	• 強化照明設備使用管理。 • 休息區 / 茶水間 / 洗手間感應式照明	• 5 樓大禮堂複金屬燈汰換，改為 LED。 • 5-6 樓宿舍照明全面改為 LED。	• 5 樓餐廳改採外燴供餐，天然氣減量（9.6 噸 / 年）（2024 年減量 5,105 度，使用天然氣排放係數 1.88）。
楊梅	• 楊梅汰換複金屬燈（3.6 噸 / 年） • 持續包材回收作業	• 宿舍頂樓加設太陽能板（3.9 噸 / 年） • 楊梅主倉庫汰換複金屬燈，冷氣（22.6 噸 / 年）	• 小倉庫屋頂加設太陽能板（34.6 噸 / 年）（2023 年發電量 69,965 度，使用電力排放係數 0.494） • 楊梅主倉庫汰換複金屬燈（4.26 噸 / 年）	• 楊梅主倉庫汰換複金屬燈（4.06 噸 / 年 2024 年發電量 8,559 度，使用電力排放係數 0.474）。
合計每年溫室氣體減量（噸 CO_2e）	-	148.19	-	13.66

註 1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為二氧化碳（CO_2）、甲烷（CH_4）、氧化亞氮（N_2O）、氫氟碳化合物（HFCs）及六氟化硫（SF_6）。

6.2.3 污染物排放與廢棄物管理

和泰汽車在營運過程並無有害廢棄物的境外運輸與處理，所產生之一般廢棄物分為資源回收與焚化兩種方式處理，再委由大樓管理處統籌或委請合格之環保公司清運。總公司與兩座園區之所有營運，也並未造成重大之臭氧層破壞物質、氮氧化物硫氧化物與懸浮微粒等空氣污染物質排放。

2024 年目標為廢棄物減量 1%，和泰透過環保教育，宣導資源重複使用、垃圾確實分類等優良作法，最終實際減量 30.5%，達成年度目標。

廢棄物產生量（噸）

廢棄物類別	產生區域	2021	2022	2023	2024
一般	總公司	21.9	21.9	21.9	21.9
一般	新莊	3.63	4.04	4.15	4.72
一般	楊梅	84.9	68.12	60.8	33.75
合計		110.43	94.06	86.85	60.37

1- 總公司和楊梅的廢棄物產生量因計算上後續配合溫盤原則，故有重編資訊。

6.2.4 車輛與零件運輸

和泰汽車針對拖車在整個運輸過程中所排放之二氧化碳，進行嚴格管理及監控；要求拖運公司每月提供拖運記錄，包含拖運數量、里程、油耗、二氧化碳排放量。為能有效減少拖車二氧化碳排放量，和泰汽車也鼓勵拖運公司，針對司機日常進行「省油駕駛」宣導，以確保車輛運輸能維持穩定的燃油消耗及 CO_2 排放。2024 年共拖載車輛 160,409 台，消耗柴油 2,137,892 噸，經係數轉換，每台新車拖運之二氧化碳排放量為 34.93 / 台，平均每年可低於 35 公斤 CO_2e。此外，拖車公司也必須依照規定，定期針對拖車進行保養及維修，以達運輸時最佳駕駛效能。

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

車輛運輸排放管控成果

項目	管控對策	2021	2022	2023	2024	目標
拖車使用率改善達成度	• 準確預知配車台數派遣拖車 • 提升每台拖車裝載台數	100%	100%	100%	100%	達成率 100%（實際拖運台數 / 目標拖運台數）
新車托運溫室氣體排放量（公斤 CO_2e / 台新車運輸）	• 控制司機駕駛速度 • 拖車定期保養	34.66	34.41	34.77	34.93	低於 35

6.3 氣候變遷管理

6.3.1 TCFD 架構採用

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

- 短期目標：以 2019 年為基準年，2025 年排放量下降 15%（和泰汽車挑戰下降 18%）
- 中期目標：以 2019 年為基準年，2030 年排放量下降 32%（和泰汽車挑戰下降 33%）

豐田基於環境重大性議題的評估與審查制定各項環境目標，和泰汽車身為豐田代理商，也持續關注公眾意見和市場趨勢，考慮應加強重視的環境問題，並以新思想、新技術來應對，以期解決未來的問題。現今各國政府與企業仍面臨著全球性的氣候變遷問題，包括全球升溫、糧食及水資源短缺、自然資源枯竭及生物多樣性喪失等議題，在此趨勢下，和泰汽車認知未來傳統汽車產業勢必面臨減緩與調適的難題，同時隨著各項氣候變遷措施的施行，汽車產業、消費者行為都有可能產生重大改變，如更嚴格的燃油車禁售法規、能源效率需求、碳定價的實施或增加、低碳產品的研發等相關政策，都足以大幅改變客戶的觀念與危機意識。為確保和泰汽車能將環境永續的理念融貫至經營策略的各個環節之中，並不斷向下傳承，我們採用由國際金融穩定委員會（Financial Stability Board, FSB）所建議之 TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）架構，進行氣候變遷風險之管理與揭露。未來規劃於 2025 年擴大針對集團與重要子公司進行氣候相關風險之鑑別與排序。預計 2025 年底完成 TCFD 氣候相關風險鑑別更新，2026Q2 會做完永續相關風險鑑別，並針對較重大的永續風險進一步連結財務影響。

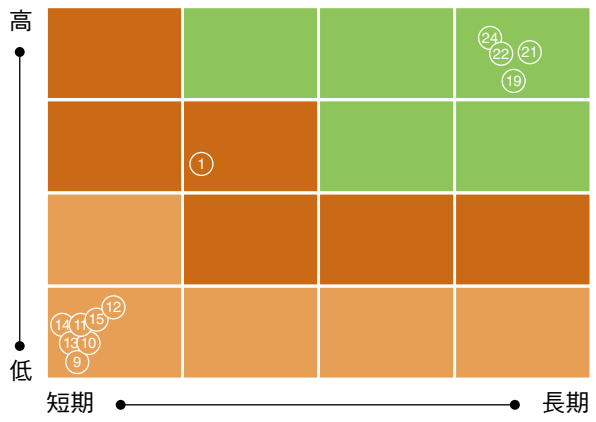
治理	• 和泰汽車於 2018 年經董事會通過，設置企業社會責任委員會（CSR 委員會），直接隸屬於董事會，委員會成員為和泰汽車之董事及獨立董事，主要負責制定公司永續發展策略以及各項活動之展開與監督，會中將由 ESG 事務局報告目前相關業務實績與未來目標以一年兩次的頻率召開委員會，供董事及獨立董事檢視與檢討成果。2021 年 12 月更名為「永續發展委員會」，會中將由 ESG 事務局主管與董事與獨立董事報告環境面（如監督氣候變遷相關議題與減碳政策等）、社會面（如公益專案執行進度等）以及公司治理面（如管控集團遵法風險等）執行實績與備詢。 • 永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項 ESG 專案方針與執行。環保事務局每季向董事會保管環境相關議題，社會公益局於每年 12 月向董事會提報相關資料，公司治理事務局彙整個單位向董事會提報之議題。 • 和泰汽車成立和泰集團環境管理委員會，由總經理擔任主任委員，各本部長為指導委員，管理代表為 TOYOTA 售後服務本部本部長，副管理代表為 TOYOTA 售後服務本部協理，總幹事為 TOYOTA 教育支援部部長，總事務局為環境設施室。
策略	• 氣候變遷風險與機會之短、中、長期分別為 1 年、1-3 年與 3-5 年。 • 基於目前氣候變遷政策/策略，和泰集團基於 NDC、SBT-WB2℃（IPCC AR6，SSP1-2.6）及 SBT-2.5℃（IPCC AR6，SSP1-1.9）等情境分析集團可能面臨之法規、技術、市場與商譽之氣候轉型衝擊。
風險管理	• TOYOTA 每年定期召開亞太區環境管理會議，分享國際趨勢、各國法規及淨零排放作為，藉由跨國溝通、分享各國環境管理、淨零排放、供應鏈綠色轉型等優良作法，強化對氣候變遷之調適，同時減緩氣候變遷所帶來之負面衝擊。 • 為實踐和泰集團願景及企業永續發展，和泰汽車配合日本 TOYOTA 母廠，並經內部評估與排序，針對台灣環境與市場執行氣候變遷實體與轉型風險之鑑別，透過 SWOT 分析、風險矩陣（Risk Map），排序對集團營運、財務、市場地位具重大影響的風險及產業機會，由永續發展委員會轄下之「環境保護事務局（E）」、「社會公益事務局（S）」及「公司治理事務局（G）」負責配合或擬定各項永續專案方針與執行計劃，並定期向委員會報告進度與成果，持續提升企業永續力。 • 針對重大性鑑別出之轉型與實體風險，由三大事務局負責擬定各項專案方針與執行辦法，並至委員會報告其進度與成果，藉由跨部門溝通、整合公司資源，降低氣候變遷風險所帶來之負面影響。
指標與目標	• 和泰汽車致力達成 2050 年環境 6 大挑戰之願景，包含： （1）新世代新車 CO_2 零排放 （2）車輛生命週期 CO_2 零排放 （3）工廠 CO_2 零排放 （4）最小量及優化用水 （5）建立循環型社會與制度 （6）與自然和諧共存 為達成挑戰，和泰汽車及各經銷商積極配合母廠各項環境管理評價，持續監控並追蹤改善作法與實施成效。

6.3.2 重大風險鑑別結果與因應

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

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

氣候變遷風險



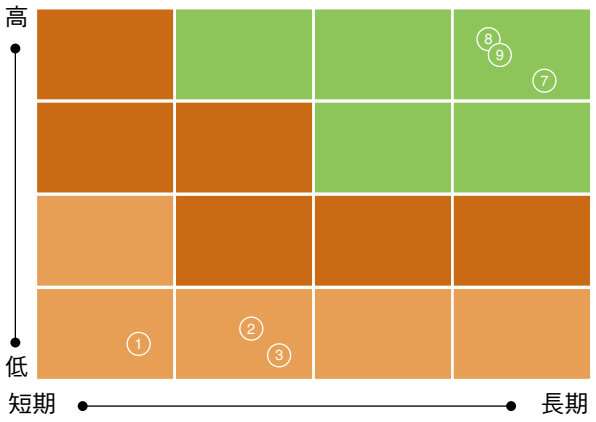
氣候變遷風險：

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

氣候變遷風險之衝擊與管理

風險等級	風險說明	發生位置	發生時間	衝擊	財務影響	管理作法
高	低碳產品與服務的需求	下游客戶	中期	隨著環保意識抬頭，舊世代車款於性能、環保表現層面無法滿足市場需求。	營運成本增加（如需導入更多符合環保需求的產品）	隨時掌握市場需求變化、顧客行為與偏好之轉變，向母廠爭取導入更多低耗能、低碳排放車款。
高	顧客偏好改變	下游客戶	中期	隨著永續意識抬頭，顧客於購買車輛時將更加考量低耗能或低碳排車款。		
高	顧客行為轉變	下游客戶	中期	隨著永續意識抬頭，顧客於購買車輛時，將開始對燃油車種產生排斥。		
高	產品效率法規與標準	上游供應商	中期	若未能符合法規之規範標準，車輛將無法販賣。	營運成本增加（法規遵循成本或管理費用的增加）	掌握法規動向，依情況與母廠溝通，以期能導入符合規範之商品。
中	熱帶氣旋	上游供應商 公司自身	短期	極端的氣候和天災可能造成公司資產及財務損失，如房屋倒塌、車輛損失、淹水等等以外；在人員方面，亦可能造成員工人身傷害、或人員無法上班，進而影響公司人力的配置。	營運成本增加（例如需準備更多零件庫存與受到天災影響，生產線受到衝擊）	1. 掌握颱風動向，確保防颱工作落實執行。 2. 掌握風災對於商品運送、公司人員及資產所造成的影響，必要時進行慰問及修繕重建。 3. 若因颱風致品牌車輛受損者，提供車主維修零件、車輛引擎控制單元 6~8 折不等之回饋。 4. 依管理機關規範處理。

氣候變遷機會



氣候變遷機會：

- 08 低碳產品或服務
- 09 顧客行為轉變
- 07 政策獎勵
- 01 水資源使用
- 02 找尋新商機
- 03 運輸模式

氣候變遷機會之衝擊與管理

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

6.3.3 情境分析

情境中預估原始排放量（不再進行節電、也不購買再生能源情況下），以及達成 SBT-WB2℃（Well-below 2℃）、SBT-1.5℃目標之允許排放量。若和泰汽車 維持現況不進行任何改變下，其主要氣候變遷財務衝擊風險將發生在碳稅上，而由於和泰汽車無車輛製造，其主要以代理豐田集團的旗下品牌：TOYOTA、Lexus 以及貨車品牌 Hino，其市場與商譽風險則聚焦在豐田集團的車輛布局，因此研究豐田集團未來新能源車的布局相當重要。和泰汽車的碳稅風險主要來自於自身排放量，而在 1.5℃情境下，其碳稅成本最高，而在目前政府的法規下，其碳費以 300NTD 徵收的話，風險雖高於之前 100NTD 定價，但風險仍在掌握範圍內，且考量到目前規劃暫以列管須申報的企業為徵收對象，以排放量不到 2,000 噸的和泰汽車而言，受到法規的影響甚低。僅有可能未來因碳費導致的電價成本上。

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

風險		情境說明
法規	碳稅 / 碳定價	依據不同情境下，對企業的碳排課徵稅收。此部分由於稅制落差極大，因此不確定性甚高，評估主要參考 IPCC AR6 的 SSP1 與 SSP2 在 OECD 國家碳價擬定轉型情境的碳稅價格，並採用十年稅制一致性的階梯式碳稅價格，同時參考目前氣候政策考慮的 300NTD / tCO_2e 方案，設計出三種情境的碳稅： 1.NDC：300 NTD / tCO_2e 2.SBT-WB2℃（IPCC AR6，SSP1-2.6）：9-242 USD / tCO_2e 3.SBT-1.5℃（IPCC AR6，SSP1-1.9）：7-708 USD / tCO_2e 不同情境下的碳排放額度估算： 1.NDC 目標：基線年排放在 2030 年以前每年減少 1.46%，2031-2050 年每年減少 2.32%。 2.SBT-WB2DC（SBT）：基線年排放每年減少 2.5% 線性遞減 3.SBT-1.5℃（SBT）：基線年排放每年減少 4.2% 線性遞減
	總量管制與碳罰鍰	針對超額部分進行碳罰鍰（NTD / t CO_2e），分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計： 1.NDC：300 NTD / tCO_2e 2.SBT-WB2℃：750 NTD / tCO_2e 3.SBT-1.5℃：1,500 NTD / tCO_2e 目前總量管制在台灣實施可能性很低，因此暫不考慮此一風險情境。
	義務容量	依據能源局於 2020 年 12 月 31 日公告之一定契約容量以上之電力用戶應設置再生能源發電設備管理辦法草案中，和泰汽車並不在此法規管轄之下。
技術	再生能源建置成本	自身設立再生能源發電裝置的每年平均攤提成本，由於目前的裝置容量甚少，因此暫不考慮。
	再生能源轉供成本	與再生能源業者簽訂轉供合約，獲得再生能源的供應的額外成本。
	再生能源憑證	購買再生能源憑證的費用
	節電成本	投資的節電成本，節電成本以每度電 1.1 NTD 估算
	節電效益	省電的成本，以台電公告電價為主，2.44 NTD / 度
商譽	-	由於和泰汽車屬於 TOYOTA 豐田汽車於台灣的代理商，因此商譽與市場風險主要仰賴豐田汽車的產品策略，故本計畫將分析 TOYOTA 的新能源車策略，定性評估和泰汽車的商譽與市場風險。
市場	綠色產品	

6.4 環保產品設計

6.4.1 合規與認證

和泰汽車全車型 100% 符合廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準，並取得合格認證。至 2024 年底，有效之節能標章產品[1]，品牌別為 TOYOTA 的 47 款產品，Lexus 的 23 款產品。有效之環保標章產品[2]，品牌別為 TOYOTA 的 34 款產品，Lexus 的 18 款產品。2024 年 TOYOTA 新車販賣台數中，具環保標章台數達 98%、具節能標章台數達 96%、同時具有環保標章與節能標章達 96%。和泰汽車以「提供有益環境與人類的車輛」為最高原則，遵守國際環保標準，號召供應商、經銷商等共同落實。在法規愈加嚴苛下，目前本牌銷售之能源效率 1、2 級車型仍能超越本牌過半之銷售比率。

全車型 100% 符合下列法規標準並取得合格認證

法規	主管機關	標準	和泰汽車作法
廢氣排放	環境部	第六期	主要以車輛排氣系統中的各項元件，如引擎控制電腦（ECU）、觸媒轉化器、活性碳罐、廢氣再循環系統、各種感知器等，進行後續淨化處理，以提供對環境友善的商品。
車輛噪音	環境部	第六期	使用高效能消音器以及各種防（隔）音棉、板等，以降低噪音並減少對環境的衝擊。
耗用能源	經濟部	2023 年公告版本	積極導入配備先進科技之車型，如油電車、高效率傳動系統車輛、輕量化車身等，以提高能源使用效率，降低 CO_2 排放。
車輛安全	交通部	2024 年公告版本	積極協調原廠導入合乎台灣法規車輛規格。

[1] 節能標章之有效期限為 2 年。
[2] 環保標章之有效期限為 3 年。

TOYOTA 車款取得能源效率標示 2 級以上車型

廠牌	車種	等級	比率
TOYOTA	ALPHARD HV、CAMRY HV、CROWN HV（2.5）、PRIUS PHEV、RAV4 HV、ALTIS HV、COROLLA CROSS HV、SIENNA HV	1	33%
	CAMRY、COROLLA SPORT、CROWN HV（2.4）、RAV4、HILUX、、TOWN ACE、TOWN ACE VAN、VIOS、YARIS CROSS	2	38%

Lexus 車款取得能源效率標示 2 級以上車型

廠牌	車種	等級	比率
Lexus	ES300h、IS300h、LS500h、RX350h、RX450h+、NX350h、NX450h+、UX250h、UX300h、LM350h、LM500h、LC500h、LBX	1	52%
	ES200、ES250、NX200、NX250、UX200	2	20%

6.4.2 供應鏈環境衝擊減緩

為降低車輛在生命週期中產生的環境衝擊，和泰汽車積極導入各種污染防制設備及流程，目前已針對供油系統、揮發性有機溶劑、再生零件與環境危害物質，進行回收或再利用等措施，並逐步將範圍擴大至經銷商及供應商。

- 中央供油

和泰汽車協助經銷商服務據點自 2003 年起導入中央供油設備，減少機油瓶廢棄量，持續推動廢棄物減量措施，2011 年已 100% 完成建置，總投資金額約 1.4 億元。平均每年減量百萬瓶的機油空瓶，自 2011 年累計 2024 年共減量 5,524 萬瓶，減少重量達 326 萬公斤大幅減少油氣飄散和環境污染的衝擊，而所更換之廢油則委外由合格之廠商進行後續之處理。

中央供油塑膠瓶減量（萬瓶）

2021		2022		2023		2024	
T	L	T	L	T	L	T	L
276	73	305	81	330	87	335	98

T: TOYOTA、L：Lexus

- 水性塗料

為了降低傳統油性塗料對環境所帶來的汙染，和泰汽車 2008 年導入環保水性塗料，率同業之先成為全國第一家全板噴廠導入環保水性塗料的業者。目前全國所有服務廠皆使用環保水性漆、水性金油，2024 年減少約 97 噸的 VOCs。

環保水性漆 VOC 排放減量統計

2021		2022		2023		2024	
噴漆台數	排放減（噸）	噴漆台數	排放減（噸）	噴漆台數	排放減（噸）	噴漆台數	排放減（噸）
169,962	52	177,436	61	181,948	82	171,718	97

- 再生零件

和泰汽車以循環經濟為理念，將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修，並以較優惠之價格鼓勵消費者使用再生零件。目前品項有自動變速箱、冷氣壓縮機、動力轉向方向機等 3 種。

	原廠零件	再生零件
定義	通過日本 TOYOTA 母廠認證之零件	將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修
折扣	無	約為原廠價格之 3 折 ~7 折
保固	1 年／2 萬公里	1 年／2 萬公里（或依品項不同而有差異）
品項	全部	• 自動變速箱 • 冷氣壓縮機 • 動力轉向方向機
再生零件使用比率 *	-	• 自動變速箱（52.6%） • 冷氣壓縮機（74.5%） • 動力轉向方向機（41.9%）

* 再生零件使用比率：該再生品項佔該品項實際銷售數之比重

- 冷媒回收

和泰汽車全省服務據點皆已配備 R134a 冷媒回收機，2024 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 23.21 公噸，以全球暖化潛勢（GWP）為 1,526 計算（IPCC: AR6），相當於減少 35,418 公噸 CO_2 排放量。此外，冷媒及其類品進貨由專人負責並登錄於庫存表，管控進出貨數量。

- 包材回收

零件包裝過程產生之紙箱、紙板、塑膠袋等物質，經環境考量面鑑別，非顯著性衝擊，惟為持續改善。和泰汽車設定可重複使用之包材品項，要求全體經銷商統一回收至物流中心重覆利用，近 3 年包材回收重量分別為 251.7 噸、323.8 噸、及 332.3 噸。

- 回廠保修不洗車活動

和泰汽車於 2018 年 10 月起與經銷商推動不洗車活動，鼓勵車主珍愛水資源，贈與車主環保好禮，回饋選擇不洗車之車主 TOYOTA 紅利點數，另於 2021 年 7 月起因應疫情，將回饋禮品調整為高效防護口罩、香氛手部乾洗噴霧、柔濕巾及車用掛勾等好禮。活動累計至 2024 年超過 499 萬台車響應，節約逾 75 萬度水。

2021 年		2022	
響應車次	水減量（度）	響應車次	水減量（度）
1,019,805	152,971	1,027,505	154,127

2023		2024	
響應車次	水減量（度）	響應車次	水減量（度）
1,081,892	162,203	1,166,384	174,958

6.5 經銷商環保績效

身為日本豐田汽車在台總代理，和泰積極管理經銷商的環保績效，一同致力於降低營運過程中對環境造成的風險，故每半年將針對全台 8 家經銷商夥伴進行相關之稽核與輔導，包括編制經銷商環保評鑑指導手冊，針對評鑑目的、項目逐一列表，清楚向經銷商溝通環境永續做法及重要性。同時透過評核方式，監督經銷商環境風險自我評核，確保環境管理行為融入經銷商日常業務中，並納入經銷商年度評價。和泰汽車每年以國際標準要求經銷商採用有效的環境管理系統減少廢棄物產生和能源使用，自 2003 年起即推動經銷商及關係企業通過 ISO 14001 驗證，是國內汽車相關產業首家結合經銷商據點全數通過 ISO 14001 驗證的企業，目前全台據點（含 TOYOTA、Lexus 及 HINO 維修 / 經銷據點、鈑噴中心）皆已全數通過新版 ISO 14001：2015 國際環境管理系統驗證。

TÜV NORD

CERTIFICATE

Management system as per
ISO 14001: 2015

The Certification Body TÜV NORD CERT GmbH hereby confirms as a result of the audit, assessment and certification decision according to ISO/IEC 17021-1:2015, that the organization

HOTAI MOTOR CO., LTD. (YANG-MEI LOGISTIC CENTER)
No. 560, Gaush Rd., Yangmei Dist.,
Taoyuan City, Taiwan, R.O.C.

operates a management system in accordance with the requirements of ISO 14001:2015 and will be assessed for conformity within the 3 year term of validity of the certificate.

Scope
Distribution of Parts for Vehicles

Certificate Registration No. 44 104 19 82 0150
Audit Report No. 2-5-2811/2022

Valid from 2022-11-04
Valid until 2025-11-03
Initial Certification 2019-11-04

Certification Body
at TÜV NORD CERT GmbH

TÜV NORD Taiwan Co., Ltd.
Room A1, 9F, No.333, Sec.2,
Tun Hua S. Rd.,
Taipei 10688 Taiwan, R.O.C.
2022-10-24

TÜV NORD CERT GmbH Am TÜV 1 45307 Essen www.tuev-nord-cert.com

IAF DAkkS

能源使用

為有效管理能源的耗用，和泰 2018 年起建置環境管理資訊系統，作為管理各項溫室氣體排放源、用水及廢棄物數據登錄等之資訊蒐集平台，目前經銷商系統使用率及建檔率已達 100%。透過環境管理及檢視的過程，2018 年起推動經銷商逐步停止烤漆爐燃燒重油與潤滑油，改用柴油及天然氣，至 2019 年重油及潤滑油已無使用。2024 年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為 316,638 十億焦耳。

八大經銷商能源耗用量

能源種類	耗用單位	2021	2022	2023	2024
汽油	公升	834,169	824,450	756,663	762,680
柴油	公升	620,588	638,657	609,462	580,701
重油	公升	0	0	0	0
潤滑油	公升	0	0	0	0
天然氣	立方米	696,414	764,872	658,299	590,082
液化石油氣	公升	0	0	0	17.72
電力	度	65,689,568	66,230,404	66,566,974	69,170,172

八大經銷商能源耗用量

能源種類	耗用單位	2021	2022	2023	2024
汽油	十億焦耳	27,235	26,907	24,694	24,908
柴油	十億焦耳	21,821	22,447	21,420	20,424
重油	十億焦耳	0	0	0	0
潤滑油	十億焦耳	0	0	0	0
天然氣	十億焦耳	26,243	28,823	24,807	22,236
液化石油氣	十億焦耳	0	0	0	0.9
電力	十億焦耳	236,482	238,319	239,530	249,069
合計	十億焦耳	311,781	316,496	310,451	316,638

註 1：上表熱值轉換係數出自中華民國 112 年能源統計手冊並有修正 2021-2023 天然氣耗用量。
註 2：建置環境管理資訊系統，由經銷商每月自行統計（每季查核相關單據，如：電費單），電力依據電費單度數申報、汽油以當月進貨量除以當月平均油價進行推算，天然氣、液化石油氣及柴油以實際繳費單據度數申報。

二氧化碳排放減量

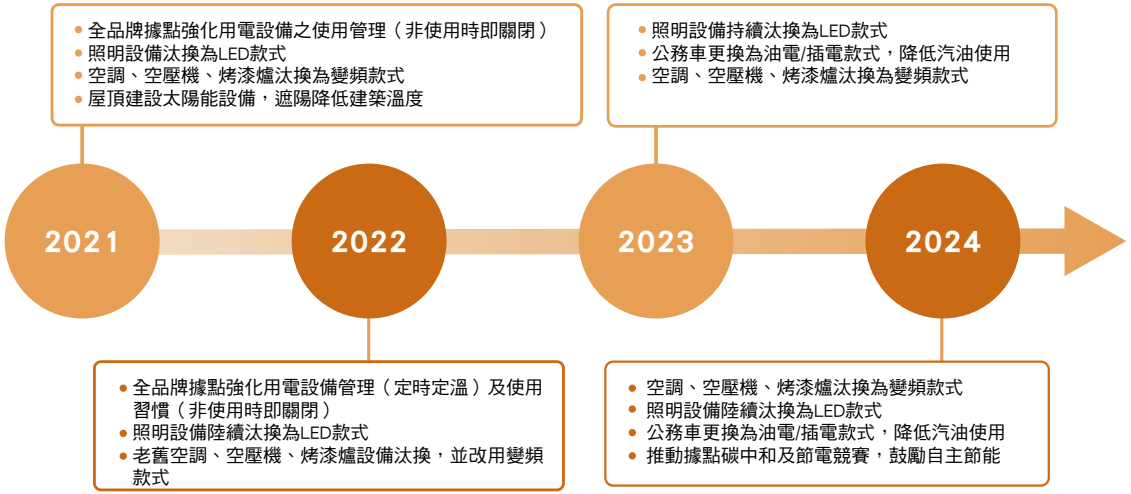
八大經銷商各項能源使用產生的二氧化碳排放量以電力為最大宗，佔 88.6%。經銷商二氧化碳減量方式包括停止燃燒重油及潤滑油、裝設定時自動控制裝置、汰換老舊照明、烤漆爐、空壓機及冷氣空調設備，及公務車更換為油電 / 插電車款等。

八大經銷商二氧化碳排放量（TOYOTA、Lexus）

能源種類	排放量單位	2021	2022	2023	2024
汽油	公噸二氧化碳	1,888	1,866	1,712	1,726
柴油		1,617	1,664	1,588	1,513
重油		0	0	0	0
潤滑油		0	0	0	0
天然氣		1,309	1,437	1,237	1,109
液化石油氣		0	0	0	50
電力		32,976	33,711	32,951	32,787
總量		37,790	38,678	37,488	37,185

註 1：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為 0.509（2021）、0.495（2022）、0.494（2023）、0.474（2024）公斤二氧化碳當量 / 度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。
註 2：排放係數資料來源為環境部事業溫室氣體排放量資訊平台 6.0.4 版，GWP 值為 IPCC AR6。
註 3：統計之氣體種類為二氧化碳（CO_2）、甲烷（CH4）、氧化亞氮（N2O）。
註 4：基準年為 2019 年。
註 5：以上數據為自行盤查之數據，未經過第三方認證機構查證。

歷年溫室氣體減量方案



空氣污染物控制

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

目前經銷商作業活動所產生之空氣污染物主要有氮氧化物及硫氧化物，而在減少污染物的排放量上，經銷商也自行持續導入各種設備削減空氣汙染排放。

八大經銷商空氣污染物排放量

能源種類	單位	2021	2022	2023	2024
氮氧化物	公斤	2,603	2,756	2,515	2,337
硫氧化物	公斤	11,271	11,599	11,069	10,547

註 1：依照環境部「公私場所固定污染源排放係數及符合排放標準最低控制效率」，天然氣之氮氧化物排放係數為每千立方公尺 1.602 公斤、柴油之氮氧化物排放係數為每公秉 2.396 公斤、硫氧化物排放係數為每公秉 18.162 公斤計算。
註 2：因服務廠烤漆房鍋爐應為小型鍋爐（原認定工業用中型鍋爐），影響排放係數計算，故於今年重新調整 2021-2023 天然氣氮氧排放係數。

廢棄物管理

和泰汽車自 2003 年起致力推廣車輛廢棄物回收，目前車輛可回收廢棄物項目已全數進行回收。

和泰建置之環境管理系統提供各據點填報每月耗用數字之平台，適用全體乘用車經銷商，可透過數字管理、分析協助經銷商解決長期不易處理之廢棄物，並透過廢棄物回收體系，促進廢棄物回收再利用。

全台各據點皆已建置回收相關之軟硬體設備，如廢棄物回收場所、廢油槽、抽油管線、防溢設施、消防設施、環境維護、環管文件管制等。經銷商及服務廠之廢棄物，分為可回收廢棄物、一般事業廢棄物及有害事業廢棄物，須將分類細項登錄於廢棄物分類表，以供統計，經銷商亦須稽核清運商是否依法清理廢棄物，並將結果登錄於「事業廢棄物承包商稽核表」。

配合日本豐田母廠要求，廢棄物清運皆委託合格廠商，目前亦 100% 回收 HV 廢電池，並送至境外處理，2024 年總共回收 4,909 顆。

八大經銷商廢棄物回收作法

保桿 - 再製成塑膠顆粒原料	TOYOTA 全車系的塑料已改為 TSOP（TOYOTA Super Oleün Polymer）材質，成為廢車拆解廠及回收廠稱讚的貨源。TSOP 的概念以回收再利用為考量，將生化塑料及再生材料融入新品製造，杜絕環境危害物，全車塑料統一，對回收業者的分類再利用也有極大的助益。
廢水箱精及廢溶劑 - 回收再利用	TOYOTA 及 Lexus 服務廠均統一將廢水箱精及廢有機溶劑交由甲級處理廠進行回收再利用，再製品以稀釋劑、化學品為主
廢鉛蓄電瓶、廢鉛塊回收 - 再製成大型鉛塊、鉛錠	電瓶、平衡鉛塊汰換後可重製再生，廢電瓶的外殼粉碎後可做廢塑膠回收，廢鉛酸液可冶煉再製成鉛塊和鉛錠。TOYOTA 及 Lexus 服務廠均將廢棄物交由合格處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性
廢玻璃回收 - 再製成玻璃顆粒或透水磚綠建材	在服務廠中，廢玻璃主要為前、後擋風玻璃及車窗玻璃。TOYOTA 及 Lexus 服務廠均交由合格處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性
廢潤滑油回收 - 再製成再生燃料油	車輛保養更換的油品，服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，油品回收後會加壓過濾為再生油，使油品循環再利用
廢輪胎回收 - 再製成輔助燃料、橡膠製品	廢輪胎回收後，所產生的膠片（塊）因熱值相當高，可作為輔助燃料，或作為水泥業生產原料使用，也可製成橡膠成份純度高的橡膠粉，重新製成橡膠製品。服務廠均交由具有回收再利用之處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性

環保投資

近年環保意識漸趨抬頭，八大經銷商也逐年提高投資各環保項目。經銷商在環境保護的支出項目包含 ISO 14001:2015 驗證、環境教育、環保設備、環境規費與廢棄物處理。2024 年共支出約新台幣 9,343 萬元。其中環保設備成本佔比最高；廢棄物處理支出居次，分別為 56.1% 及 33.7%。

八大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

項目	2021		2022		2023		2024	
	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）	支出金額	比率（%）
ISO 驗證	655,470	1%	546,551	1%	581,742	1%	1,201,539	1.3%
環境教育	699,927	1%	2,833,852	5%	3,070,003	5%	4,027,874	4.3%
環保設備	24,676,975	39%	9,495,564	18%	9,986,645	16%	52,400,454	56.1%
環境規費	3,666,492	6%	4,929,296	10%	7,046,987	11%	4,286,147	4.6%
廢棄物處理	32,896,760	53%	34,023,115	66%	43,411,440	68%	31,523,809	33.7%
合計	62,595,624	100%	51,828,378	100%	64,096,817	100%	93,439,823	100%

6.6 供應商環保績效

6.6.1 重要供應商 - 國瑞汽車 官網：www.kuozui.com.tw

國瑞汽車係日本豐田汽車公司在台灣之製造基地，由日本豐田汽車（65%）、日野（5%）及和泰汽車（30%）合資設立，國瑞設有「中壢廠」及「觀音廠」兩工廠，年生產量最高達 20 萬台 / 年，在台生產已逾 40 年，迄今累計生產台數 379.4 萬台，為目前國內第一大綜合汽車製造廠。

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

國瑞汽車自 2009 年開始整車外銷至中東地區，迄今累計外銷量超過 71.8 萬台，品質不僅受到國內消費者肯定，更讓「Made in Taiwan」在豐田全球營運中，成為一個響亮的品牌。

【國瑞企業永續作為】

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

環境保護：為提升國內電池產製技術及節能減碳，國瑞汽車自 2012 年起生產組裝油電混合車，至 2024 年共累計生產近 14.8 萬台；於 2016 到 2018 年間獲得國家級企業環保獎銀級獎以及金級獎的肯定； 2021 年獲得桃園市政府空污減量績優獎及綠色採購績優獎，於 2022 年榮獲經濟部節能標竿獎銀獎。未來將持續結合集團節能減碳的力量，積極響應「豐田環境挑戰 2050」，達成 2025 年減量 54%、2035 年工廠達成碳中和之 CO_2 零排放的願景目標，以善盡地球公民之責。

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

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

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

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

淨灘活動：自 1998 年起國瑞汽車結合協力廠商的力量，一起響應淨灘活動，並邀請員工及家人熱情參與。累計 12 場次，超過 3,075 人參與。2024 年持續舉辦淨灘活動，清理出近 400 公斤的一次性塑膠垃圾（含寶特瓶），創造美好台灣環境。

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

植樹活動：國瑞汽車於 2024 年迎接 40 周年到來，為展現對環境永續的重視，正式啟動為期十年的「國瑞樹人」植樹計畫，響應林業及自然保育署的永續倡議。首年於新豐海岸栽植 1,000 棵具防風固沙功能的原生樹種，守護台灣海岸生態。預計於 2033 年達成萬棵樹木種植目標。希望每一次種下的樹苗，成為改變環境的起點，一步步實踐綠色永續願景。

地域貢獻：分別自 2002 年開始，對緊鄰國瑞中壢廠的內定國小；2023 年起，對觀音廠的樹林國小，透過捐贈以充實學校的教育設施、強化社團活動的師資及內容、提供畢業獎金（品）以鼓勵優秀學子，達到敦親睦鄰目的，共累積捐贈新台幣 452 萬元。且自 2022 年起與內定國小合作，提供國瑞汽車在安全、生產、環境等相關 Know-How 給老師活用與設計教材，並開放廠內相關設施作為內定國小教學場所。自 2023 年起，為了讓學生可以專注於比賽，每年贊助大園國中棒球隊比賽移動經費，目前已累積 20 萬元。

教育文化：

1. 交通安全列車巡演：國瑞汽車身為交通工具的製造者，為加強幼童的交通安全意識，自 2007 年起針對桃園市的小學，舉辦交通安全列車巡演，至 2024 年已累積巡演 636 校。2024 年舉辦交通安全繪本比賽，提供獲獎繪本 10,000 本給國小低年級學童進行交通安全教育。
2. 國瑞獎學金：自 2001 年起為獎勵清寒優秀學子設立國瑞獎學金，2023 年起響應和泰集團關懷原住民行動，增設清寒原住民獎學金。24 年來，已累計頒發獎學金給 2,920 名優秀學子，累計捐贈的獎學金總額達新台幣 2,741 萬元；並延續擴大技能交流學校與技職汽修科系學生「特別優秀學生獎」名額，希望藉此鼓勵大家持續努力。
3. 車輛零件捐贈：為了推動產學合一以培養更多優秀的汽車技術人才，我們不定期提供最新的車輛與重點零件給國內學校，提升技職學校教學設備。

累計捐贈車輛與重點零件：

小型車試作車 109 台

小型車引擎 163 個

小型車變速箱 100 個

大型車試作車 16 台

大型車引擎 6 個

大型車變速箱 6 個

附錄

關於本報告

和泰汽車股份有限公司（以下簡稱和泰汽車、和泰）於 2025 年 8 月公開發行第十三本報告書，更強調鑑別永續發展的衝擊、風險與機會，以及回應利害關係人就永續發展提出的主要焦點、期望與要求，前一本報告書已在 2024 年 6 月發行；我們朝向以營運策略結合聯合國永續發展目標之方向邁進，落實管理方針，與合作夥伴共同努力，逐步落實和泰汽車的永續發展。

邊界與數據

本報告書對於組織內資訊的揭露範疇主體為和泰汽車（包含總公司、新莊與楊梅營業據點），未與和泰汽車財務報告中的揭露實體完全一致（未包含集團子公司）。另為使利害關係人了解和泰汽車整體服務的完整性，亦揭露國瑞汽車重要永續作為及經銷商相關永續實績。資料涵蓋時間主要為 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日止，內容包括公司治理、經營績效、供應鏈管理、環境永續、人力資本與社會公益等各種作為與績效數據。對於發生於和泰子公司與價值鏈之衝擊，乃以揭露和泰汽車之管理制度、策略或未來規劃為主。重大主題與前一年度主要差異已於內文中說明、永續議題之項目數量與前一年度相同。若有數據邊界或量測計算方式、結果上與前一版有所不同，會於段落中或圖、表之下方以註釋方式說明。

發行資訊

和泰汽車每年公開發行永續報告書，並提供電子檔於企業永續發展網站供下載瀏覽：

聯絡方式

若您有任何關於本報告書內容或和泰永續發展之建議或問題，歡迎您與我們聯絡：和泰汽車 公關法務部 林姿妤

地址：台灣臺北市中山區松江路 121 號 4 樓

信箱：WENDYLIN@hotaimotor.com.tw

報告書管理

編撰原則

本報告書依循 GRI 永續性報告準則 2021 年版及 SASB 準則為編撰基礎；在確保符合揭露精神且達到綱領要求之內容及品質的原則下，透過內部工作小組與外部輔導團隊協助，蒐集和泰汽車永續性議題與建立重大性議題鑑別流程。針對重大性分析的結果，篩選出屬於和泰 2024 年之重大議題與對應於準則之主題，於本報告書內容中揭露公司的管理作法、目標與執行成果。

內部審查

本報告書資料及數據經由各部門同仁蒐集與彙整，由部門主管進行審查，再提交至報告書工作小組，同時委託外部輔導團隊提供改善建議。為確保數據與資料品質之可信度，待所有數據與資料完備後，由各部門主管逐層審閱，目前最終版本由永續主責單位高階主管核定後發行，並交由董事會核定。

外部審查

本報告書由英國標準協會台灣分公司（BSI Taiwan）依照 AA1000 Type 1 中度保證等級進行查證，財務數據係經資誠聯合會計師事務所（PwC Taiwan）簽證之財務年報資料，以新台幣為計算單位；非財務資訊包含環境管理系統（ISO 14001）、職業安全衛生管理系統（ISO 45001）、資訊安全管理系統（ISO 27001）相關資訊，皆經公正第三方驗證。

GRI 永續性報導準則（GRI 準則）對照表

使用聲明	和泰汽車已依循 GRI 準則報導編制，報導期間為 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	尚未有適用的行業準則

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略			GRI 行業準則中的揭露項目參考編號
			章節名稱	頁碼	省略項目	理由	解釋	
GRI 2: General Disclosures 一般揭露								
GRI 2：一般揭露 2021	2-1	組織詳細資訊	關於和泰	P4				
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	P111				
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	P111				
	2-4	資訊重編	6.2.1 能資源管理 6.2.2 溫室氣體減量 6.2.3 污染物排放與廢棄物管理 6.5 經銷商環保績效 公司判斷資訊重編無重大影響，詳細重編原因與方式請見章節註解。	P95~96 P98 P106				
	2-5	外部保證／確信	關於本報告書 附錄	P111				
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	關於和泰 3.5 經銷商管理 3.6 供應商管理	P4 P53~P60				
	2-7	員工	5.2.1 聘僱與留才	P80~P82				
	2-8	非員工的工作者	5.2.1 聘僱與留才	P80~P82				
	2-9	治理結構及組成	2.2.1 董事會架構與運作	P19~P21				
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	2.2.1 董事會架構與運作	P19~P21				

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略			GRI 行業準則中的揭露項目參考編號
			章節名稱	頁碼	省略項目	理由	解釋	
GRI 2：一般揭露 2021	2-11	最高治理單位的主席	2.2.1 董事會架構與運作	P19~P21				
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	2.2.2 永續發展委員會	P21~P22				
	2-13	管理衝擊的負責人	2.2.2 永續發展委員會	P21~P22				
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	P111				
	2-15	利益衝突	2.5 誠信經營與法規依循	P30~P35				
	2-16	溝通關鍵重大事件	2.2.2 永續發展委員會	P21~P22				
	2-17	最高治理單位的群體智識	2.2.1 董事會架構與運作	P19~P21				
	2-18	最高治理單位的績效評估	2.2.1 董事會架構與運作	P19~P21				
	2-19	薪酬政策	2.2.1 董事會架構與運作	P19~P21				
	2-20	薪酬決定的流程	2.2.1 董事會架構與運作	P19~P21				
	2-21	年度總薪酬比率	-	-		保密規定限制	可能推導個人具體薪資，涉及個人隱私並違反本公司密薪制原則不故予揭露	
	2-22	關於永續發展策略的聲明	關於和泰 2.1 企業永續政策	P4 P17~P18				
	2-23	政策承諾	2.5 誠信經營與法規依循	P30~P35				
	2-24	納入政策承諾	2.2.2 永續發展委員會 2.5 誠信經營與法規依循	P19~P21 P30~P35				
	2-25	補救負面衝擊的程序	2.5.1 誠信經營與反賄賂教育	P31~P32				
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	2.6 資訊揭露 5.2.2 權益維護	P33~P35 P82~P83				

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略			GRI 行業準則中的揭露項目參考編號
			章節名稱	頁碼	省略項目	理由	解釋	
GRI 2：一般揭露 2021	2-27	法規遵循	2.5 誠信經營與法規依循	P30~P35				
	2-28	公協會的會員資格	2.9 外部組織參與	P38				
	2-29	利害關係人議合方針	2.4 重大性分析	P23~P30				
	2-30	團體協約	本公司未有勞資雙方簽訂之團體協約，然有勞資委員會，可參照第五章相關說明。	-				
重大主題								
GRI 3：重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	2.4 重大性分析	P23~P30				
	3-2	重大主題的列表	2.4 重大性分析	P23~P30				
	3-3	重大主題管理	2.4 重大性分析	P23~P30				
顧客隱私保護								
GRI 418：客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	3.4 顧客資料保護	P52				
顧客安全								
GRI 416：顧客健康與安全 2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的影響	3.2.2 提升產品安全性能 3.2.3 管控車種導入風險 3.2.4 確保零件供應時效與品質	P43~P45				
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	無違規	-				
產品與服務品質								
GRI 416：顧客健康與安全 2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的影響	3.2.2 提升產品安全性能 3.2.3 管控車種導入風險 3.2.4 確保零件供應時效與品質	P43~P45				
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	無違規	-				

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略			GRI 行業準則中的揭露項目參考編號
			章節名稱	頁碼	省略項目	理由	解釋	
品牌管理與行銷								
GRI 417：行銷與標示 2016	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	3.2 產品設計與生產	P42~P45				
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	3.2 產品設計與生產	P42~P45				
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.2 產品設計與生產	P42~P45				
氣候減緩行動								
GRI 201：經濟績效 2016	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	6.3 氣候變遷管理	P99~P102				
GRI 305：排放 2016	305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	6.2.2 溫室氣體減量	P96~P97				
	305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	6.2.2 溫室氣體減量	P96~P97				
	305-4	溫室氣體排放密集度	6.2.2 溫室氣體減量	P96~P97				
	305-5	溫室氣體排放減量	6.2.2 溫室氣體減量	P96~P97				
人力資源與包融性								
GRI 401：勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工比例	5.2.1 聘僱與留才	P80~P82				
	401-2	提供給全職員工 (不包含臨時和兼職) 的福利	5.2.3 薪酬與福利制度	P83~P84				
	401-3	育嬰假	5.2.3 薪酬與福利制度	P83~P84				
GRI 402：勞 / 資關係 2016	402-1	關於營運變化的最短預告期	5.2.1 聘僱與留才	P80~P82				
GRI 405：員工多元化與平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	2.2.1.1 董事成員多元化 5.2.1 聘僱與留才	P19 P80~P82				
	405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	5.2.3 薪酬與福利制度	P83~P84				

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略			GRI 行業準則中的揭露項目參考編號
			章節名稱	頁碼	省略項目	理由	解釋	
職涯培訓與教育訓練								
GRI 404：訓練與教育 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.1.2 全方位人才發展政策	P77~P78				
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	5.1.4 績效與職能評核計畫	P79				
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.1.4 績效與職能評核計畫	P79				
人權與勞資溝通								
自訂主題	無對照		5.2.2 權益維護	P82~P83				
職業安全與健康								
GRI 403：職業安全衛生 2018	403-1	職業安全衛生管理系統	5.3.1 推動安全管理	P85~P86				
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	5.3.3 風險管理預防	P87~P88				
	403-3	職業健康服務	5.3.4 職業災害與職業病預防	P89~P90				
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	5.3.1 推動安全管理	P85~P86				
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	5.3.4 職業災害與職業病預防	P89~P90				
	403-6	工作者健康促進	5.3.2 建構職場保護	P86~P87				
GRI 403：職業安全衛生 2018	403-7	預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	5.3.3 風險管理預防	P87~P88				
	403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	5.3.1 推動安全管理	P85~P86				
	403-9	職業傷害	5.3.4 職業災害與職業病預防	P89~P90				
	403-10	職業病	5.3.4 職業災害與職業病預防	P89~P90				
社會公益活動								
GRI 203：間接經濟衝擊 2016	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	4.1 量產幸福 串聯公益與交通安全 4.2 教育扎根 青年賦能 4.3 攜手共好 美好台灣	P63~P75				

SASB 對照表

主題	指標編碼	指標	章節	頁碼
零售與配送的能源管理	CGMR 130a.1	1. 總能源消耗量 2. 使用外購電比率 3. 使用再生能源比率	6.2.1 能資源管理	P95
資訊安全	CGMR 230a.1	描述鑑別與管理資安風險的方法	2.6.2 資訊安全管理制度	P34~P35
	CGMR 230a.2	1. 資訊洩漏數量 2. 資訊洩漏事件中涉及個資的百分比 3. 受資訊洩漏事件影響的客戶數量	2.6.1 資訊安全及顧客資料保護 3.4 顧客資料保護	P33 P52
勞工實踐	CGMR 310a.1	1. 平均時薪 2. 依地區劃分領取最低基本工資的工作者比率	未揭露	-
	CGMR 310a.2	工作者的自願離職率與非自願離職率	5.2.2 權益維護	P82
	CGMR 310a.3	因違反勞動法規而引起的法律訴訟造成的金錢損失總額	5.2.2 權益維護	P82
工作者的多樣性與包容性	CGMR 330a.1	管理層和所有其他員工在性別和種族 / 族裔群體之比率	5.2.1 聘僱與留才	P80
	CGMR 330a.2	因種族歧視而引起的法律訴訟造成的金錢損失總額	5.2.1 聘僱與留才	P80
產品來源、包裝與行銷	CGMR 410a.1	來自於經第三方認證符合環境和或社會標準的產品營業收入	3.2.2 提升產品安全性能	P43
	CGMR 410a.2	評估和管理產品中與化學品相關的風險和或危害的過程	NA	-
	CGMR 410a.3	減少包材對環境衝擊的策略	6.2.3 污染物排放與廢棄物管理 6.4.2 供應鏈環境衝擊減緩	P98 P104

指標編碼	活動指標	章節	頁碼
CG MR 000.A	據點與配送中心總數	關於和泰	P4
CG MR 000.B	據點與配送中心總樓地板面積	關於和泰	P4

上市上櫃公司氣候相關資訊

氣候變遷對公司造成之風險與機會及公司採取之相關因應措施

項目	執行情形
1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	• 和泰汽車於 2018 年經董事會通過，設置企業社會責任委員會（CSR 委員會），直接隸屬於董事會，委員會成員為和泰汽車之董事及獨立董事，主要負責制定公司 CSR 發展策略以及各項活動之展開與監督，會中將由 ESG 事務局報告目前相關業務實績與未來目標以一年兩次的頻率召開委員會，供董事及獨立董事檢視與檢討成果。2021 年 12 月更名為「永續發展委員會」，會中將由 ESG 事務局主管與董事與獨立董事報告環境面 (如監督氣候變遷相關議題與減碳政策等)、社會面 (如公益專案執行進度等) 以及公司治理面 (如管控集團遵法風險等) 執行實績與備詢。 • 永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項 ESG 專案方針與執行，。環保事務局每季向董事會保管環境相關議題，社會公益局於每年 12 月向董事會提報相關資料，公司治理事務局彙整個單位向董事會提報之議題。
2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務 (短期、中期、長期)。	• 氣候變遷風險與機會之短、中、長期分別為 1 年、1-3 年與 3-5 年。 • 推進和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的成效，監控並追蹤和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的 PDCA 改善循環及自主發展 / 改善的成效。 • 以目前的氣候變遷政策與策略，以及已經實施並且確定運作的情形做為基礎情境，分析法規、技術、市場與商譽之氣候衝擊。
3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	（風險）隨著氣候變遷的推進，可預期溫度將升高、海平面將上升，包括颱風、乾旱和洪水在內的自然災害將變得更加嚴重。這些變化可能會對汽車的業務領域產生各種影響。傳統燃料汽車對生產和購買的影響，預計在隨著全球氣候變遷法規的制訂下，碳定價與交易將被引入並逐年提高，這將導致更高的消費者購買和公司生產成本。另一方面，有鑑於氣候變遷所帶來的影響，低碳的商業模式將加速燃料汽車的淘汰速度。這樣的氛圍下，市場上銷售使用電力之低碳汽車，將有可能對二氧化碳減排效果發生極大的助益，這也將誘導出更多的商機。此外，在實體風險部分，在沒有足夠應變的情況下，由於洪水氾濫等自然災害的頻發和加劇，生產中斷和供應鏈中斷可能會隨之發生，造成營運成本的增加。 （機會）隨著顧客行為偏好改變與低碳產品或服務的需求增加，顧客於購買車輛時將更加考量節能或新能源車款，而隨著更嚴苛的油耗標準，需提供更多低碳排放量的節能或新能源車款，則有利於提高營收。
4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	• 針對所鑑別出之轉型與實體風險，經由排序重大風險、機會，由三大事務局相關單位負責擬定各項專案方針與執行，並至委員會報告其進度與成果。藉由跨部門溝通及討論，整合公司資源，降低氣候變遷風險所帶來之負面影響。
5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	（轉型風險 - 法規）據不同情境下，對企業的碳排課徵稅收。此部分由於稅制落差極大，因此不確定性甚高，評估主要參考 IPCC AR6 的 SSP1 與 SSP2 在 OECD 國家碳價擬定轉型情境的碳稅價格，並採用十年稅制一致性的階梯式碳稅價格，同時參考目前氣候政策考慮的 300 NTD / tCO_2e 方案，設計出三種情境的碳稅： 1. NDC：100 NTD / tCO_2e 2. SBT-WB2℃（IPCC AR6，SSP1-2.6）：9-242 USD / tCO_2e 3. SBT-1.5℃（IPCC AR6，SSP1-1.9）：7-708 USD / tCO_2e 不同情境下的碳排放額度估算： 1. NDC 目標：基線年排放在 2030 年以前每年減少 1.46%，2031-2050 年每年減少 2.32%。 2. SBT-WB2DC（SBT）：基線年排放每年減少 2.5% 線性遞減 3. SBT-1.5℃（SBT）：基線年排放每年減少 4.2% 線性遞減 （轉型風險 - 總量管制與碳罰鍰）針對超額部分進行碳罰鍰（NTD / kg CO_2e），分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計： 1. NDC：300 NTD / tCO_2e 2. SBT-WB2℃：750 NTD / tCO_2e 3. SBT-1.5℃：1,500 NTD / tCO_2e 其他情境請分析詳細內容請參考報告書 6.3.3

項目	執行情形
6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	• 和泰汽車致力達成 2050 年環境 6 大挑戰之願景，包含： (1) 新車 CO_2 零排放 (2) 車輛生命週期 CO_2 零排放 (3) 工廠 CO_2 零排放 (4) 最小量及優化用水 (5) 建立循環型社會與制度 (6) 建立與自然和諧相處的未來社會。 為達成挑戰，制定環保評價手冊 (EAS) 及經銷商 ECO Dealership，監控並追蹤和泰汽車集團內 (含經銷商) 之環保管理改善與成效。
7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	未使用內部碳定價作為規劃工具
8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 (RECs) 數量。	豐田在短期至長期的策略和行動計劃（包括《豐田 2050 年環境挑戰》和《豐田環境行動計劃》）中表示，豐田將短程目標設定為：以 2019 年為基準年，2025 年排放量下降 15%(和泰汽車挑戰下降 18%)，中程目標則是較 2019 年，2030 年排放量下降 32% (和泰汽車挑戰下降 33%)。2022 年和泰未使用碳抵換或再生能源憑證。
9. 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫 1-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形， 敘明溫室氣體最近兩年度之排放量（公噸 CO_2e）、密集度（公噸 CO_2e / 百萬元）及資料涵蓋範圍。 敘明最近兩年度確信情形說明，包括確信範圍、確信機構、確信準則及確信意見。 1-2 溫室氣體減量目標、 策略及具體行動計畫，敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形。	請參考報告書 6.2.2 2023 年度個體公司 (含總公司、新莊營運據點及楊梅營運據點) 範疇一 + 二溫室氣體排放總量為 1,576.60 噸 CO_2e 2024 年度範疇一 + 二溫室氣體排放總量為 1518.36 噸 CO_2e 。2023 年度及 2024 年度溫室氣體密集度分別為 0.0098 及 0.0095。2024 年尚未進行確信。 本公司屬實收資本額 50~100 億元之公司，配合金管會推動「上市櫃公司永續發展路徑圖」，分階段揭露溫室氣體盤查及確信資訊，個體公司（即母公司）應於第二階段適用溫室氣體盤查 （即 2025 年完成盤查，2027 年完成查證）；合併報表子公司應於 2026 年度完成盤查，2028 年度完成查證。本公司將配合金管會要求，不晚於對應時間內完成溫室氣體盤查及確信。

查證聲明書

bsi.

By Royal Charter

獨立保證意見聲明書

和泰汽車股份有限公司 2024 永續報告書

英國標準協會與和泰汽車股份有限公司(簡稱和泰汽車)為相互獨立的公司，英國標準協會除了針對和泰汽車股份有限公司 2024 永續報告書進行評估和查證外，與和泰汽車並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書之目的，僅作為對和泰汽車股份有限公司 2024 永續報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外，對於其他目的之使用，或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人，英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

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

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

查證範圍

和泰汽車與英國標準協會協議的查證範圍包括:

1. 本查證作業範疇與和泰汽車股份有限公司 2024 永續報告書揭露之報告範疇一致。
2. 依照 AA1000 保證標準 v3 的第 1 應用類型評估和泰汽車遵循 AA1000 當責性原則(2018)的本質和程度，不包括對於報告書揭露的資訊/數據之可信賴度的查證。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們總結和泰汽車股份有限公司 2024 永續報告書內容，對於和泰汽車之相關運作與永續績效則提供了一個公平的觀點。基於保證範圍限制事項、和泰汽車所提供資訊與數據以及抽樣之測試，此報告書並無重大之不實陳述。我們相信有關和泰汽車的環境、社會及治理等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露之永續績效資訊展現了和泰汽車對識別利害關係人的努力。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準 v3 查證能力之團隊執行，以及策劃和執行這部分的工作，以獲得必要之訊息資料及說明。我們認為就和泰汽車所提供之足夠證據，表明其符合 AA1000 保證標準 v3 的報告方法與自我聲明依循 GRI 永續性報導準則係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關於和泰汽車政策進行訪談，以確認本報告書中聲明書的合適性;
- 與管理者討論有關利害關係人參與的方式，然而，我們並無直接接觸外部利害關係人;
- 訪談 8 位與永續性管理、報告書編製及資訊提供有關的員工;
- 審查有關組織的關鍵性發展;
- 審查內部稽核的發現;
- 審查報告書中所作宣告的支持性證據;
- 針對公司報告書及其相關 AA1000 當責性原則(2018)中有關包容性、重大性、回應性及衝擊性原則之流程管理進行審查。

結論

針對 AA1000 當責性原則(2018)之包容性、重大性、回應性及衝擊性與 GRI 永續性報導準則的詳細審查結果如下：

包容性

2024 年報告書反映出和泰汽車已持續尋求利害關係人的參與，並建立重大永續主題，以發展及達成對永續具有責任且策略性的回應。報告書中已公正地報告與揭露環境、社會及治理的訊息，足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了和泰汽車之包容性議題。

重大性

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

回應性

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

衝擊性

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

GRI 永續性報導準則

和泰汽車提供有關依循GRI永續性報導準則2021之自我宣告，並對每個涵蓋其行業準則和具相關性的GRI主題準則之重大主題，其揭露項目依循全部報導要求的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照GRI永續性報導準則之永續發展相關揭露項目已被報告、部分報告或省略。以我們的專業意見而言，此自我宣告涵蓋了和泰汽車的永續性主題。然而，未來的報告書可以進一步加強以下的項目：

- 目前組織尚未揭露 GRI 指標 2-21 年度總薪酬比率。鼓勵組織未來依循 GRI 指標要求如實揭露 2-21 年度總薪酬比率，以提升報告書完整度與精確度。

保證等級

依據 AA1000 保證標準 v3 我們審查本聲明書為中度保證等級，如同本聲明書中所描述之範圍與方法。

責任

這份永續報告書所屬責任，如同責任信中所宣稱，為和泰汽車負責人所有。我們的責任為基於所描述之範圍與方法，提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

能力與獨立性

英國標準協會於 1901 年成立，為全球標準與驗證的領導者。本查證團隊係由具專業背景，且接受過如 AA1000AS、ISO 14001、ISO 45001、ISO 14064 及 ISO 9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練，具有稽核員資格之成員組成。本保證係依據 BSI 公平交易準則執行。

For and on behalf of BSI:

Peter Pu, Managing Director BSI Taiwan

AA1000
Licensed Report
000-4/V3-1TO1W

...making excellence a habit.™

Statement No: SRA-TW-822987

2025-07-15

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

A Member of the BSI Group of Companies.

和泰集團
Hotai Group

和泰汽車股份有限公司
Hotai Motor Co., Ltd.

www.hotaimotor.com.tw