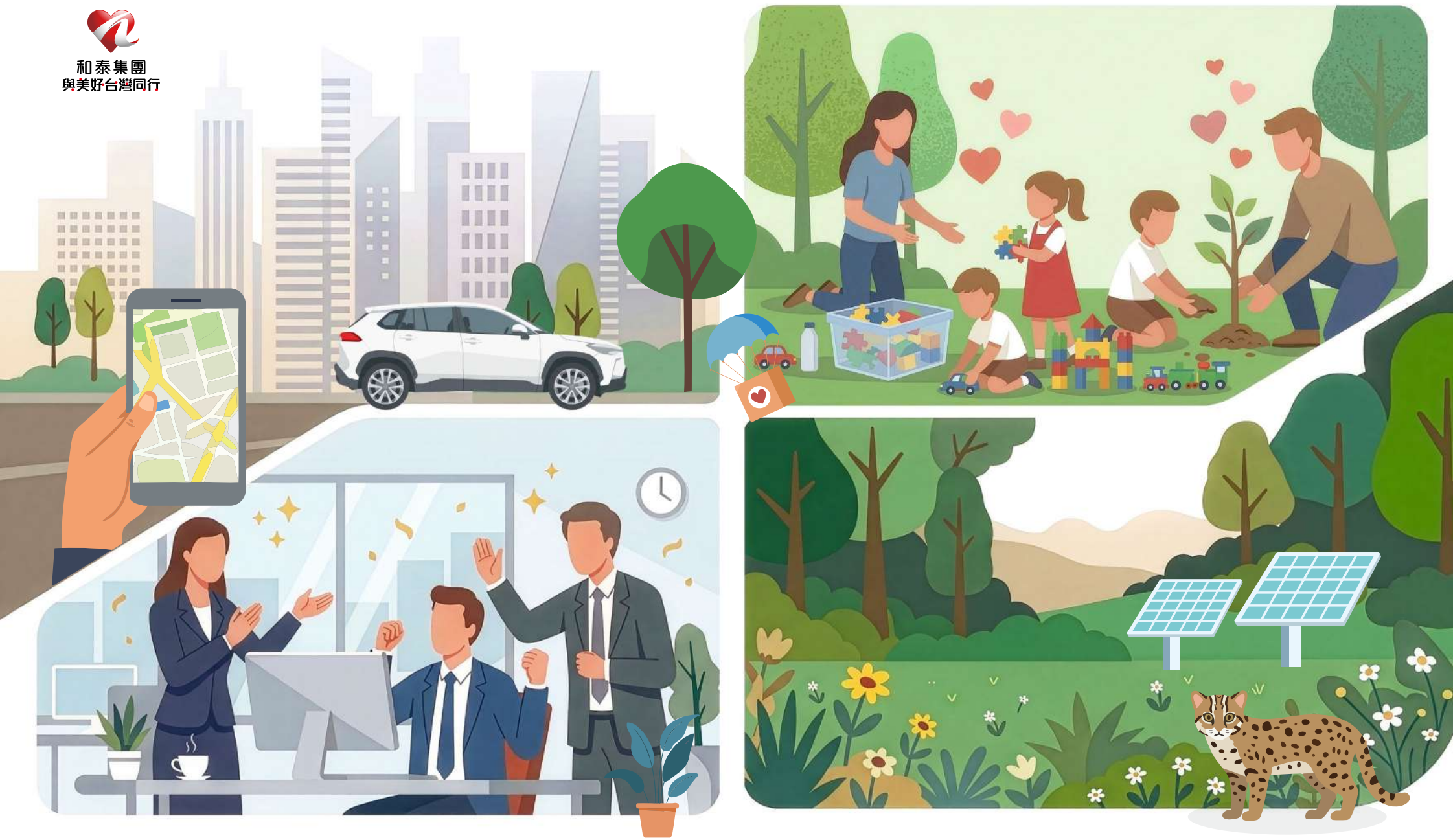




CONTENTS 目錄

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 79 年的光輝史	7
1.4 願景、使命與方針	13
1.5 銷售網絡與服務	15
1.6 2025 年獲獎與榮耀	16
1.7 2025 年永續亮點	16

02 永續管理與誠信經營	17
2.1 企業永續政策	18
2.2 企業治理架構	20
2.3 永續里程碑	23
2.4 重大性分析	24
2.5 誠信經營與法規依循	35
2.6 資訊揭露	38
2.7 風險管理	41
2.8 財務績效	44
2.9 外部組織參與	44

03 移動自由 Mobility	45
3.1 樂在 TOYOTA 的服務文化	46
3.2 產品設計與生產	48
3.3 顧客關係管理	52
3.4 顧客隱私保護	58
3.5 經銷商管理	59
3.6 供應商管理	66

04 社會共好 Openness	68
4.1 量產幸福：串聯公益與交通安全	70
4.2 教育扎根 青年賦能	72
4.3 攜手共好 美好台灣	77

05 人才價值 Value	83
5.1 培育與職涯發展	84
5.2 權益與福祉	87
5.3 職業安全衛生管理	92

06 環境友善 Eco	102
6.1 環保理念	103
6.2 綠色營運	106
6.3 氣候變遷管理	110
6.4 環保產品設計	114
6.5 經銷商環保績效	116
6.6 供應商環保績效	119

附錄	121
關於本報告	122
GRI 指標對照表	123
SASB 對照表	128
上市上櫃公司氣候相關資訊	129
綠色經濟活動盤點	131
查證聲明書	132



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，2026 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，2025 年導入全新 TOYOTA LAND CRUISER；亦持續推出改款及強化之 TOYOTA COROLLA ALTIS GR SPORT、COROLLA CROSS GR SPORT 及 bZ4X 車系等，整體 TOYOTA、LEXUS 與 HINO 全體經銷商齊力達成全年逾 16 萬輛的登錄台數，蟬聯 24 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，整體登錄達 124,907 輛，市佔率達 30.1%，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。在豪華車市場，LEXUS 以登錄 28,628 台、市佔率 28% 的佳績，成功摘下豪華車市場三連霸的榮耀；其中 RX、UX、LM 分別在豪華中大型 SUV、豪華小型 SUV、豪華 MPV 級距中勇奪銷售冠軍。商用車表現也十分亮眼，3.49 噸 (含) 以上商用車市場登錄台數為 6,611 台，市佔率高達 37.6%，達成商用車市場銷售五連霸。

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。2025 年延續「原夢代表隊」贊助新竹縣嘉興國小泰雅族國小合唱團前往日本參加東京國際合唱大賽，勇奪四金殊榮；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，串聯全台 8 縣市之移動服務布局，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、等家實業社會福利協會、喜憨兒

社會福利基金會、佛教慈濟慈善事業基金會) 合作，自 2022 年起已累積捐贈 4.9 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《2025 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，2025 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 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，除連續 10 年榮獲 TCSA 台灣企業永續獎、永續績效獎與社會共融獎外，更連續 11 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，在全體 546 人的全時非主管同仁中，非主管員工平均年薪達 268 萬，中位數 215.7 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 3.78%，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，2025 年全員平均訓練時數逾 10 小時，同仁平均志工時數達 7.8 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，2025 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 CO₂ 零排放，以及優化及少量用水，建立循環型社會，和大自然和諧相處等遠大目標，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，2025 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 33.79 公噸，相當於減少 51,564 噸 CO₂ 排放量，並設置中央供油設備累計減量 5,966 萬瓶機油空瓶，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樹達 100 萬棵。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 79 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 24 年穩居市場佔有率第一名。

總市場佔有率

2022

排名 NO.1

台數	總市場
150,252	429,731

佔有率
35.0%

2023

排名 NO.1

台數	總市場
166,414	476,987

佔有率
34.9%

2024

排名 NO.1

台數	總市場
159,608	457,830

佔有率
34.9%

2025

排名 NO.1

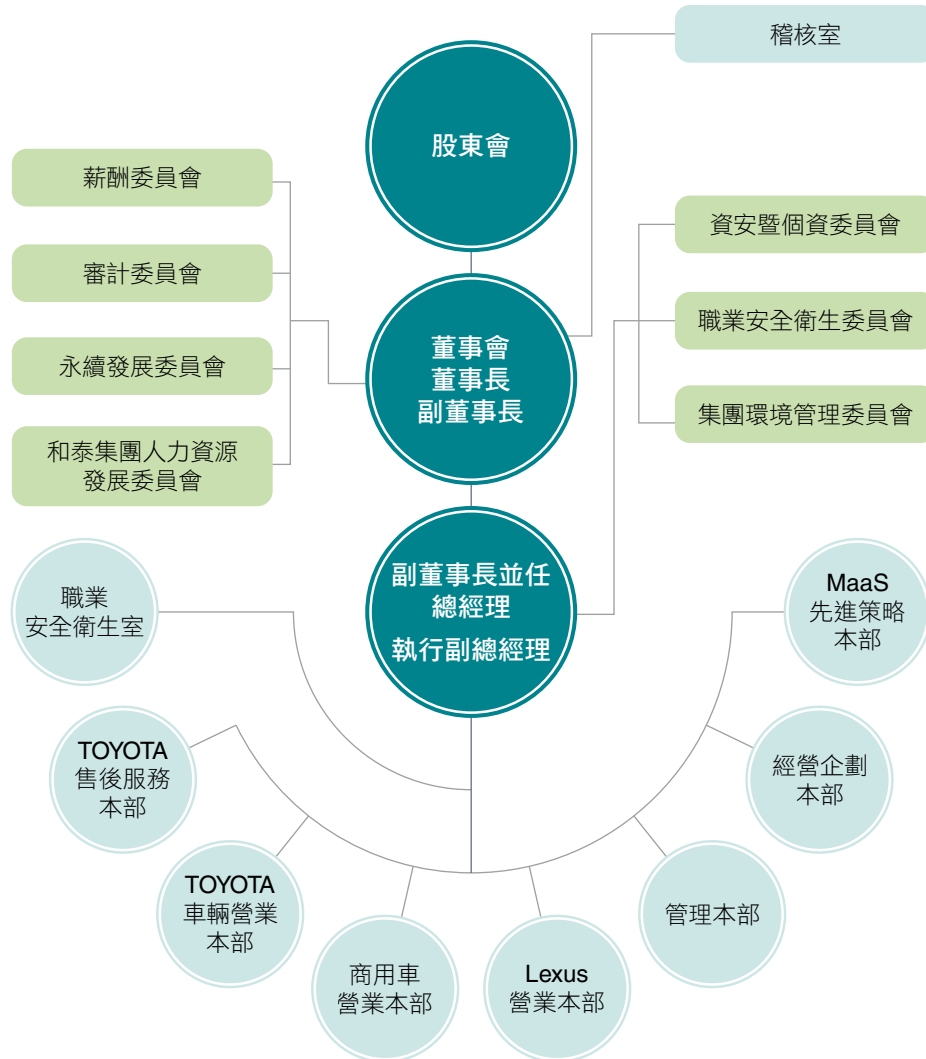
台數	總市場
160,146	414,436

佔有率
38.6%

註：以上為登錄（領照）台數，包含和泰代理之 TOYOTA、LEXUS 及 HINO 品牌車輛



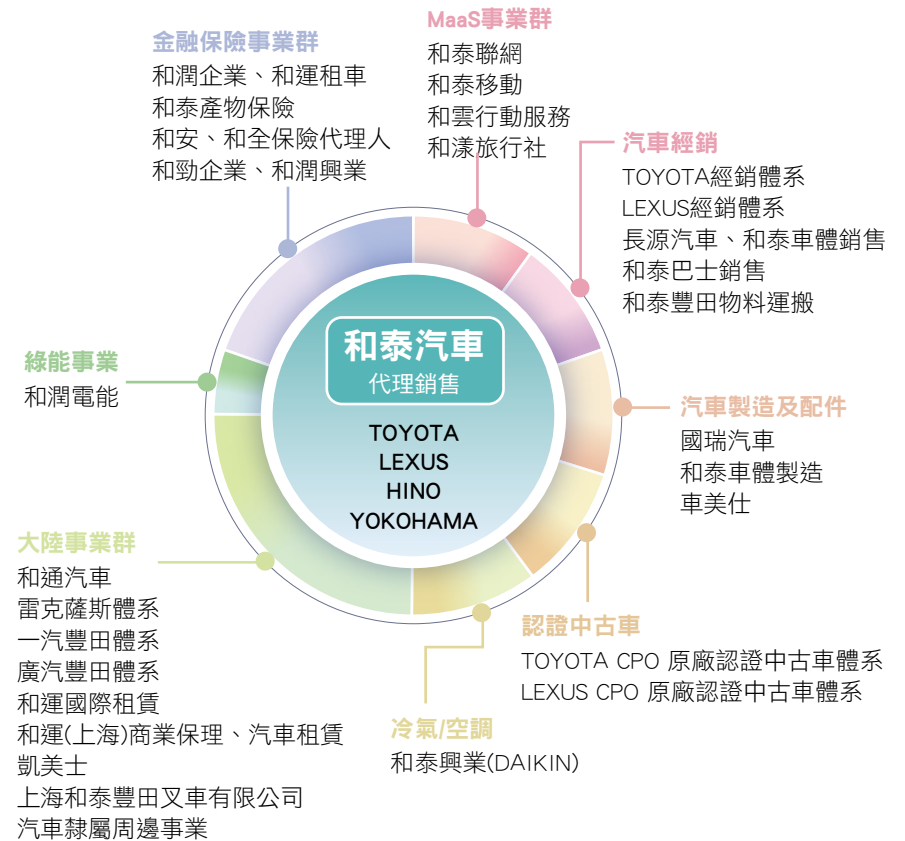
組織架構



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 79 年的光輝史

2025



2025.12

和泰汽車三品牌合計登錄逾 16 萬台，蟬聯 24 年台灣車市銷售冠軍，其中 LEXUS 連續三年取得豪華車市場冠軍、TOYOTA COROLLA CROSS、RAV4、TOWN ACE、YARIS CROSS 四款車位居總市場前五大車型、TOYOTA 及 HINO 3.49 噸 (含) 以上達成商用車市場銷售冠軍五連霸

2025.11

和泰汽車連續 10 年獲台灣企業永續研訓中心「台灣企業永續獎 (TCSA)」

2025.11

和泰汽車榮獲 2025 IDC 未來企業大獎「最佳數位賦能生態系」首獎

2025.11

TOYOTA「一車一樹」100 萬棵植樹達成

2025.11

和泰汽車連續 11 年榮獲天下永續公民獎

2025.10

TOYOTA bZ4X 全新改款上市

2025.10

TOYOTA COROLLA CROSS GR SPORT 與 COROLLA ALTIS GR SPORT 全新改款上市

2025.10

和泰集團「台灣原生動物守護計畫」五年里程碑記者會

2025.09

和運租車登錄興櫃

2025.09

TOYOTA GR YARIS 自排車型全新上市

2025.09

TOYOTA GAZOO Racing Corolla Cup 2025 統規賽最終站

2025.09

和泰集團「守護志工裝備捐贈計畫」連續 15 年，累計捐贈 14 萬套

2025.08

和泰集團「原夢代表隊」贊助嘉興國小參加東京國際合唱大賽，奪四金殊榮

2025.07

TOYOTA LAND CRUISER 全新上市

2025.07

TOYOTA 榮獲工商時報「2025 臺灣服務業大評鑑」金牌獎

2025.07

中信和泰聯名卡突破 30 萬張發卡量

2025.06

和泰集團「量產幸福 移動公益」擴大服務前進屏東

2025.06

TOYOTA GR GARAGE 首次舉辦 TG-RR 紐柏林 24 小時耐久賽直播應援活動

2025.06

TOYOTA GR SUPRA Track Edition 限量賽道版上市

2025.06

和泰集團連續 14 年舉辦全台捐血串聯活動

2025.05

和泰汽車 TOYOTA WAY 菁英研習營開跑

2025.04

和泰集團淨灘減塑全台總動員，全台 16 地同步響應

2025.04

TOYOTA GAZOO Racing Corolla Cup 2025 統規賽正式開跑

2025.04

TOYOTA 玩具愛分享 10 週年達成

2025.03

TOYOTA SIENNA 全新改款上市

2025.03

TOYOTA GR GARAGE 首度開幕

2025.03

TOYOTA bZ4X 全新改款上市

2025.02

TOYOTA PRIUS PHEV 全新改款上市

2025.02

TOYOTA 榮獲 Yahoo Best Brand Awards 2024 汽車類最佳品牌大賞

2025.02

TOYOTA ALPHARD PHEV 全新上市

2025.01

LEXUS RC F 最終版 Final Edition 限量上市

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 萬顆種植達成

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

2024.12

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售冠軍。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

2021.12

和泰集團設立和勁企業(股)公司

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

2021.12

和泰集團設立和勁企業(股)公司

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 萬顆種植達成

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

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



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 NO.1。

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

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

1947

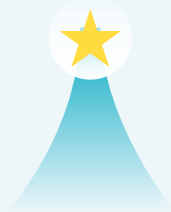
1947/09

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



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

秉持跳脫框架的價值，就是我們不變的堅持

和泰汽車的願景 — +hink Amazing

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。

2026 年經營方針

2026 年全球景氣逐步回穩，國內經濟預期呈現溫和增長。面對淨零碳排趨勢以及汽車產業變革，和泰汽車將以「穩健突圍 無畏挑戰」為經營方針，靈活應對變局，並結合 AI 創新以穩固市場領先。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。

經營策略

	TOYOTA	LEXUS	商用車
 靈活應對變局 穩固市場領先	領航變局 全面制霸	智驅新時代 領航未來	引領產業標準 打造理想首選品牌
 拓展獲利版圖 強化營運韌性	- 長源：提升服務品質，增進顧客黏著，穩固品牌領先 - 和泰豐田物料運搬：穩固核心業務，以倉儲自動化與價值鏈驅動營收與獲利成長 - 和潤：持續推動多元佈局，強化風控穩中求進，AI 轉型降本增效 - 和運：全力拓展租賃業務，全面提升營運效能，蓄勢邁向資本市場 - 車美仕：精進開發品質，培育國際人才，拓展全球版圖 - 和泰產險：加速拓展優質險種，推動異業合作多元化，優化營運模式以提升作業效率 - MaaS 事業群：AI 賦能全員提效，移動服務體驗加值，旅遊規劃跨境拓展 - 和泰車體：發揮集團優勢，擴大車體事業版圖 - 和通汽車：面對大陸內卷汽車市場，穩健經營；提升銷售、服務產值，聚焦 AI 數位轉型		
 重塑管理思維 開啟智慧創新	- 強化集團內部 AI 準確度，精準回應內外顧客需求，提升效率與品質 - 深化人員資安意識，AI 防護技術與時俱進，構築強韌資安體系 - 以職涯成長為核心，打造跨世代理想職場，建構高效組織團隊 - 規劃資本市場布局，整合跨域事業經營體制，驅動集團管理營運效能再提升		
 厚植永續根基 擘劃前瞻佈局	- 串聯集團公益專案，貫徹集團減碳目標，環境友善永續同行 - 凝聚集團策略共識，推進多元事業版圖，擘劃前瞻願景藍圖		

集團經營方針：

穩健突圍 無畏挑戰



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 161 個，服務據點為 282 個；其中 TOYOTA 經銷據點共 108 個、服務據點為 235 個；LEXUS 經銷據點 27 個、服務據點 28 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 8 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	經銷據點	經銷據點	經銷據點
108	27	18	8
服務據點	服務據點	服務據點	
235	28	19	
經銷據點全台地板總面積（坪）	經銷據點全台地板總面積（坪）	經銷據點全台地板總面積（坪）	經銷據點全台地板總面積（坪）
220,259	42,423	30,063	2,455

合計

經銷據點 159 點

服務據點 282 點

經銷據點全台地板總面積（坪）295,200 坪

1.6

2025 年獲獎與榮耀



和泰汽車獲 2025 年
「TCSA 台灣企業永續獎」

連續 10 年獲獎

台灣企業永續研訓中心



和泰汽車獲 2025 年
「天下永續公民獎」第 8 名

連續 11 年獲獎
(連續 6 年入圍前 20 名)

天下雜誌



台北金鵬微電影展
《耀耀的秘密 | 和泰集團
「量產幸福 移動公益」》
【永續微電影銀獎】

連續 3 年獲獎

台灣永續能源研究基金會



和泰汽車獲
2025 年「亞洲最佳雇主品
牌獎」

首次獲獎

《HR Asia》雜誌

1.7

2025 年永續亮點



經濟
治理面

38.6%

連續 24 年台灣市
佔第一

100%

新進人員反賄賂教
育訓練

38.3%

2025 年在地採購比例



環境面

94 噸

使用環保水性漆塗料，2025 年減少
之有機溶劑揮發性氣體的排放量

51,564 噸

2025 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達
33.79 公噸，相當於減少 51,564 噸 CO₂
排放量

100%

全車型 100% 符合廢氣排放、車輛
噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準

5,966 萬瓶

設置中央供油設備，累計至 2025 年共減
量 5,966 萬瓶機油空瓶



社會與
員工

100%

2025 年育嬰留停
復職率

7.8 小時

2025 年員工平均志
工時數

49,000 趟

2025 年量產幸福 移動公益累積捐贈接
駁趟次

6,925 萬元

捐贈汽車高科技教具及教材，累積金額
超過新台幣 6,925 萬元

超過 535 噸

收集二手玩具並利用再生，累計至 2025
年底已超過 535 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%

董事會各功能性委員會平均出席率

台灣首家汽車業界，總代理及經銷商
均通過 ISO 27001 認證

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 (人權) (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 (人權) 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 (人權) 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【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。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與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、經銷商於能資源管理、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     	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 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	- 捐血車捐贈 - 交通安全繪畫比賽 - 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   	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	職能培育計畫 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   	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	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。獨立董事中，蘇錦夥先生連任超過三屆，主要因他對汽車產業的現況及未來發展皆有專業的洞察力，對公司發展方向及董事會運作具正向主動的功能，為因應近期產業結構的快速變化，故再次提名為獨立董事候選人。提名人選皆已接受過 ESG 衝擊管理相關訓練，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。本公司於董事（含獨立董事）之提名與遴選準則中，除審查候選人之基本資格、專業背景與多元化指標外，亦已將「ESG 治理能力、誠信經營及推動永續發展」之專業經驗納入核心遴選考量。候選人皆具備足夠的經歷與專業素養，以引領本公司積極因應環境（E）、社會（S）與公司治理（G）之風險與機會，落實企業永續經營。以確保董事會成員能帶領公司 ESG 治理。

獨立董事選任：考量和泰未來發展趨勢，由專業人士及產官學界，熟悉產業現況及未來趨勢之業界退休人士擔任，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，再提報股東會的選舉案。

和泰汽車 2025 年已召開 10 次董事會，董事平均出席率達到 96%。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 7.9 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 / 董事會重要決議](#)。

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。2025 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	-	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
蘇錦夥（獨董）	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
田天明（獨董）	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓
蕭金泉（獨董）	中華民國	男	-	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓

董事會成員中包含股東與員工等利害關係人代表。除上表列出之專業能力外，亦具備協助和泰汽車治理品牌管理與行銷、人力資源與包容性、氣候減緩行動等重大 ESG 衝擊之經驗。

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。

2025 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 2026 年 1 月 29 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 (人權) (S) 指標，預計於 2028 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」。2025 年審計委員會召開 7 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

主席 - 蘇錦夥

成員 - 蕭金泉、田天明

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。



薪資報酬委員會

主席 - 蘇錦夥

成員 - 蕭金泉、田天明

主要職掌

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。



永續發展委員會

主席 - 黃文瑞

成員 - 蘇晶、蘇錦夥、田天明、蕭金泉

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。



和泰集團人力資源發展委員會

主席 - 蘇利永

成員 - 林麗華、蘇錦夥、蕭金泉、田天明

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。前項員工酬勞數額中，應提撥不低於百分之二十為基層員工分派酬勞。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。2025 年已針對環境、社會（人權）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，2025 年未有重大關鍵事件發生。

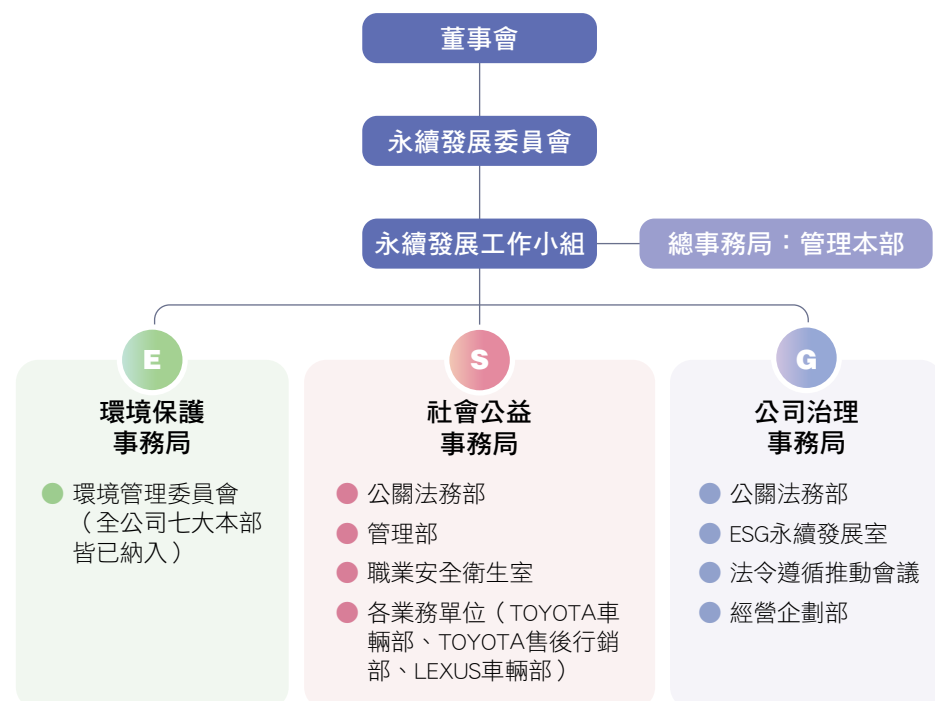
2025 年 ESG 運作成果提報董事會內容摘要

環境面	- 完成 2024 年度和泰汽車及關係企業 (11 間) 溫室氣體盤查 - 完成集團環保教育 / 活動 - 持續推動 TOYOTA 2050 碳中和計畫
社會 (人權) 面	- 和泰公益夢想家 廣宣觸及人數超過 500 萬 - 量產幸福 移動公益專案新增合作單位 4 間 - 原夢代表隊 媒合表演及活動場次 7 次 - 量產幸福 廣宣觸及人數超過 1,500 萬 - 校園職涯活動 場次數 7 場 - 導護志工裝備 捐贈數 1 萬套 - 原生動物守護計畫 廣宣觸及人數超過 1800 萬 - 永續課程場次 8 場
公司治理面	- 董事性別比例資訊之揭露 - 高階主管薪酬與 ESG 績效連結 - 舉辦集團公司治理共識營 - 選定集團 3 間企業做為 Pilot，落地實施誠信經營模組

詳情參閱[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（人權）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「永續環境事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項 ESG 專案方針與執行，並於 7 月進行方針檢討及 12 月由各事務局說明執行結果及次年度執行重點計劃，最終統籌各事務局績效成果提報至永續委員會。永續發展工作小組成員包括和泰環境管理委員會、TOYOTA 車輛部、LEXUS 車輛部、TOYOTA 售後行銷部、公關法務部、公司治理室等單位。此外，由管理本部擔任永續發展委員會總事務局，主要負責委員會召開事宜及跨單位溝通協調，並針對每年的重大性議題進行判定及對應、蒐集各單位永續議題運作成果，編寫和泰汽車永續報告書，每年向董事會提報 ESG 推動事項與成果兩次。相關永續議題之目標方向和規劃行動和利害關係人議合，請參考「利害關係人溝通與重大性分析」章節內容。

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。



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 2026 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

利害關係人溝通與重大性分析

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 (人權) (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) 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 (人權) (S) 和治理 (G) 三大類共 22 項永續議題，並對其進行經濟 / 治理、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	 決定重大主題： 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，設定重大主題的門檻以及公司的適度調整，決定重大主題。

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。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)，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 2025 年無發生對前述評估有重大影響的情事，2025 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，2025 年利害關係人議合情形已於此報告書揭露，並於 2025 年 12 月 18 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 / 治理、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，並將重點關注議題呈現於下方與利害關係人溝通情形表格中。

2025 年與各利害關係人關注議題與議合情形：

和泰與利害關係人議合之主要目的，在於了解其對企業營運、策略及永續議題的關切與期望，進而於辨識重大主題納入考量並回應各方需求，以提升企業決策品質與長期價值。同時，透過持續且系統性的議合，企業得以建立信任關係、降低風險並促進資訊透明。

為確保前述議合具備實質意義，和泰依利害關係人之屬性與影響程度，設計適切的議合管道（如問卷、座談會、訪談或申訴機制），並確保回饋意見被有效蒐集、分析並納入決策流程。此外，和泰定期檢視議合成果與回應情形，並於永續報告書揭露相關資訊，以強化議合的完整性，確保與利害關係人的互動不實際反映於企業策略與行動之中。

利害關係人類別	對和泰汽車的意義	關注議題	議合管道及頻率	2025 年議合情形與成果	聯絡方式										
 股東 / 投資人	股東與投資人是和泰汽車企業發展的核心支持者，提供公司穩定營運與長期成長所需的資本，同時對公司治理、財務績效與永續策略具有高度期待。	- 營運財務績效 - 顧客安全 - 顧客隱私保護	<table><tr><td>年報 / 永續報告書</td><td>每年一次</td></tr><tr><td>股東大會</td><td>每年一次</td></tr><tr><td>法人說明會</td><td>一年四次</td></tr><tr><td>官方投資人關係專頁</td><td>不定期</td></tr><tr><td>公開資訊觀測站發布重大訊息</td><td>不定期</td></tr></table>	年報 / 永續報告書	每年一次	股東大會	每年一次	法人說明會	一年四次	官方投資人關係專頁	不定期	公開資訊觀測站發布重大訊息	不定期	2025 年 5 月發行年報 2025 年 8 月發行永續報告書 2025 年 3、5、8、11 月舉行法說會 - 發布 81 則重大訊息	利害關係人聯絡信箱： investor@hotaimotor.com.tw
年報 / 永續報告書	每年一次														
股東大會	每年一次														
法人說明會	一年四次														
官方投資人關係專頁	不定期														
公開資訊觀測站發布重大訊息	不定期														
類別	對和泰汽車的意義	關注議題	議合管道及頻率	2025 年議合情形與成果	聯絡方式										
 顧客 / 客戶	顧客／客戶是和泰汽車營運發展的核心基礎，也是公司持續成長與創新最重要的推動力量。透過顧客對產品與服務的回饋，公司能即時掌握市場需求、使用體驗與產品改善方向，進一步提升品質與安全性。顧客的信任與滿意度直接影響品牌形象與競爭力，是公司永續營運的關鍵指標。	- 顧客隱私保護 - 產品與服務品質 - 顧客安全	<table><tr><td>年報 / 永續報告書</td><td>每年一次</td></tr><tr><td>問卷、免費專線、APP、電子郵件</td><td>不定期</td></tr><tr><td>電視 / 平面廣告 / 新聞稿、社群平台</td><td>不定期</td></tr><tr><td>官方網站</td><td>不定期</td></tr><tr><td>環保理念傳遞</td><td>每季一次</td></tr></table>	年報 / 永續報告書	每年一次	問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期	電視 / 平面廣告 / 新聞稿、社群平台	不定期	官方網站	不定期	環保理念傳遞	每季一次	- 市佔率持續維持第一 - 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 - LEXUS RX 車款獲交通部臺灣新車安全 5 星評等 - 無發生重大顧客隱私缺失案件 - 發送 Eco 特攻隊分享電子報	TOYOTA 顧客服務中心免費專線：+886-800-221-345 LEXUS 顧客服務中心免費專線：+886-800-036-036 HINO 顧客服務中心免費專線：+886-800-522-567 公司官網： 利害關係人專區
年報 / 永續報告書	每年一次														
問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期														
電視 / 平面廣告 / 新聞稿、社群平台	不定期														
官方網站	不定期														
環保理念傳遞	每季一次														

類別	對和泰汽車的意義	關注議題	議合管道及頻率	2025 年議合情形與成果	聯絡方式												
 供應商	供應商是和泰汽車產品品質與營運效率的關鍵基礎，提供公司生產與服務所需的零組件、原物料及各項支持。良好的供應鏈合作關係有助於確保產品品質穩定、交期可靠與營運風險降低。	- 產品與服務品質 - 產品法規規範 - 顧客安全 - 職業安全與健康	<table><tr><td>電話訪談、定例會議、現場查核、稽核評價</td><td>不定期</td></tr><tr><td>部分主要供應商零件補給會議</td><td>每月</td></tr><tr><td>針對年交易額 100 萬元之常態往來供應商進行評核</td><td>每年</td></tr></table>	電話訪談、定例會議、現場查核、稽核評價	不定期	部分主要供應商零件補給會議	每月	針對年交易額 100 萬元之常態往來供應商進行評核	每年	2025 年針對已達年交易額之 190 家供應商進行稽核，稽核比率約占所有供應商近 70%	公司官網： 利害關係人專區						
電話訪談、定例會議、現場查核、稽核評價	不定期																
部分主要供應商零件補給會議	每月																
針對年交易額 100 萬元之常態往來供應商進行評核	每年																
類別	對和泰汽車的意義	關注議題	議合管道及頻率	2025 年議合情形與成果	聯絡方式												
 經銷商	經銷商是和泰汽車與顧客之間的重要橋樑，肩負銷售、服務與品牌形象維護的關鍵角色。透過遍布全台的經銷網絡，和泰汽車能更有效地觸及消費者，並即時掌握市場需求、產品回饋及服務品質改善方向。經銷商的專業能力與服務水準直接影響顧客滿意度，是公司永續成長、產品競爭力強化與品牌信任建立的重要合作夥伴。	- 顧客隱私保護 - 顧客安全 - 產品與服務品質	<table><tr><td>發文 *</td><td>不定期</td></tr><tr><td>年報、永續報告書</td><td>每年一次</td></tr><tr><td>販賣與服務會議、產品教育訓練、現地查核、線上課程、召回</td><td>不定期</td></tr><tr><td>公益專案資源共享（如共同舉辦志工活動）</td><td>不定期</td></tr><tr><td>定例研討（如技術保證服務會議、顧客服務會議）</td><td>每年 2 次</td></tr><tr><td>集團暨經銷商環境管理會議</td><td>每年 2 次</td></tr></table>	發文 *	不定期	年報、永續報告書	每年一次	販賣與服務會議、產品教育訓練、現地查核、線上課程、召回	不定期	公益專案資源共享（如共同舉辦志工活動）	不定期	定例研討（如技術保證服務會議、顧客服務會議）	每年 2 次	集團暨經銷商環境管理會議	每年 2 次	- 市佔率持續維持第一 - 導入車型無發生重大產品缺失事件 - 共 144 人次環境主管及擔當人員參加環境管理會議	公司官網： 利害關係人專區
發文 *	不定期																
年報、永續報告書	每年一次																
販賣與服務會議、產品教育訓練、現地查核、線上課程、召回	不定期																
公益專案資源共享（如共同舉辦志工活動）	不定期																
定例研討（如技術保證服務會議、顧客服務會議）	每年 2 次																
集團暨經銷商環境管理會議	每年 2 次																

* 「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。

類別	對和泰汽車的意義	關注議題	議合管道及頻率	2025 年議合情形與成果	聯絡方式
 媒體	媒體是和泰汽車與社會大眾溝通的重要窗口，透過新聞報導、廣宣內容與專題資訊，將公司在產品研發、服務品質、永續行動及企業價值等面向的訊息有效傳遞至外界。媒體的即時曝光與資訊擴散能力，有助於提升品牌形象、加深消費者對產品與服務的信任，並協助公司回應重大公共議題、強化透明度與社會責任。良好的媒體關係也能協助和泰汽車掌握輿情動向，作為品牌管理與風險控管的重要依據。	- 產品與服務品質 - 公司治理與誠信經營 - 顧客安全	舉辦新車上市發表會，溝通車款產品規格與性能 不定期 舉辦品牌行銷記者會，傳遞品牌與服務理念 不定期 舉辦公益記者會，傳遞永續理念與價值 不定期	針對新車上市、新車發表會、品牌行銷活動、永續公益活動等內容發布 223 篇新聞稿	利害關係人聯絡信箱： investor@hotaimotor.com.tw
類別	對和泰汽車的意義	關注議題	議合管道及頻率	2025 年議合情形與成果	聯絡方式
 員工	員工是和泰汽車最重要的夥伴，具備專業技能與高度投入的員工，能確保產品品質、提升服務效率並提供優質的客戶體驗，直接影響公司的市場競爭力與永續經營表現。透過營造安全、健康、有保障且具發展性的工作環境，和泰汽車得以吸引並留住優秀人才，建立穩健的人才基礎，成為支撐企業長期成長與社會責任承諾的核心力量。	- 顧客安全 - 產品與服務品質 - 人權與勞資溝通	年報、永續報告書 每年一次 電子郵件及會議 不定期 勞資會議 每年四次 組織發展調查 兩年一次 校園職涯活動與實習生計畫 不定期 專案主管 / TBP、TPS 課程 每年一次 新人教育訓練 / 一般同仁教育訓練課程、線上教育資源 每年一次 設置性騷擾防治申訴管道 不定期 健康促進活動 不定期 舉行志工活動，以利同仁了解公司公益活動 不定期 全員環保教育 不定期	2025 年共舉行 4 次勞資會議 2025 年共參與 6 場校園博覽會、11 場校園說明會（含實習生計畫說明會）、4 場職涯活動，共招募 17 位暑期實習生、3 位長期實習生 - 上架 14 支內部自製微課影片及外部年度線上課程 - 舉辦 75 場健康促進活動及 2,271 人次參與 - 全員年度平均志工時數達近 8 小時 - 舉辦 3 場全員環保教育，超過 300 名同仁參加	公司官網： 利害關係人專區

4 決定重大主題

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，繪製重大主題矩陣。

根據矩陣圖結果，公司進行內部討論，並參考外部顧問的意見，考量因近年永續報導趨勢重視社會(人權)(S)面向，且「人力資源與包容性」、「職業安全與健康」、「人權與勞資溝通」為利害關係人關注的議題，決議保留此三項為 2025 年的重大主題。此外，參考同業揭露情形並兼顧永續報導的平衡性後，持續將環境(E)面議題「氣候減緩行動」列為重大主題。而呼應和泰汽車永續藍圖發展方針 M.O.V.E，並秉持我們一貫對社會公益行動的積極投入，「社會公益活動」續列為 2025 年的重大主題。

綜上，2025 年度重大主題鑑別結果維持同 2024 年的 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」、「人力資源與包容性」、「職業培訓與教育訓練」、「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 項重大主題外，2025 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」，並新增「產品法規規範」與「銷售策略與公平交易」議題，擴大揭露公司的永續作為及績效。

與 2024 年比較，2025 年重大主題並無變動。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	對和泰的意義	衝擊說明		重大主題的衝擊在價值鏈上的位置			政策/承諾	專案/行動	2025 指標和目標	2025 績效	2026~2027 中長期目標	連結 SDGs	對應章節
			正面實際	負面潛在	上游 (如供應商)	和泰汽車內部	下游 (如客戶)							
顧客隱私保護	418-1	妥善保護個資能增強顧客對產品、服務與和泰的信任，同時降低隱私外洩帶來的負面聲譽風險。 顧客隱私保護已由資訊管理議題，提升為公司治理與 ESG 的核心課題之一。對和泰汽車而言，妥善管理車聯網與顧客數據，有助於降低法規與資安風險，並確保 AI 與數位創新能在合規與信任基礎上持續推進。	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		●	●	1. 顧客隱私權政策 2. 完整揭露顧客關係管理活動及成果 3. 說明資安暨個資委員會運作情形	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. 於永續報告書年報中向利害關係人說明隱私權政策 3. 於永續報告書與年報中揭露完整顧客關係管理活動成果 4. 於永續報告書與年報中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	2 3
顧客安全	416	顧客安全不僅決定品牌的信任度，更直接影響消費者的購車選擇，是和泰服務品質承諾的最核心基石。	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	▲	●	●	產品認證	嚴格遵守認證相關法律規定。	重大產品缺失事件數目 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。	因應車輛智慧化發展，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。	11.2	3

重大主題	GRI 主題	對和泰的意義	衝擊說明		重大主題的衝擊在價值鏈上的位置			政策/承諾	專案/行動	2025 指標和目標	2025 績效	2026~2027 中長期目標	連結 SDGs	對應章節
			正面實際	負面潛在	上游 (如供應商)	和泰汽車內部	下游 (如客戶)							
品牌管理與行銷	417	汽車屬於高單價、長使用期且高度依賴信任的產品，品牌為消費者降低購買風險的重要依據。品牌管理與行銷不僅影響新車銷售，更直接形塑顧客對服務品質、售後支援與整體品牌體驗的認知，間接影響供應商持續配合的意願。透過有效的品牌經營可提升顧客黏著度與長期價值，並正向經營與供應商的合作關係，建立可持續的競爭優勢。	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增加成本及碳排放量，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	▲	●	●	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	持續推動品牌形象與永續相關活動(如 TOYOTA 一車一樹、全球夢想車創意繪畫大賽、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 GO 潮派—安全節能新體驗，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	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. 市佔率持續維持第一	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	12.8	3

重大主題	GRI 主題	對和泰的意義	衝擊說明		重大主題的衝擊 在價值鏈上的位置			政策/承諾	專案/行動	2025 指標和目標	2025 績效	2026~2030 中長期目標	連結 SDGs	對應 章節
			正面實際	負面實際	上游 (如供應商)	和泰汽 車內部	下游 (如客戶)							
氣候 減緩 行動	204-1 302-1 302-3 305-1 305-2 305-4 305-5	透過推動氣候減緩行動，和泰訂定溫室氣體減量策略，並攜手價值鏈夥伴共同降低營運及產品之碳排放，以因應氣候變遷風險與相關法規要求，強化企業營運韌性，並持續朝向淨零轉型目標邁進，創造企業與環境的長期共享價值。	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	溫室氣體排放持續增加環境負擔，進一步加劇全球氣候變遷，並使和泰承受更高的環保法規遵循成本與經營利益損失。和泰已積極攜手價值鏈夥伴推動減碳行動，降低排放影響並強化永續經營韌性。	▲	●	▲	豐田環境管理系統、ISO14001 認證、ISO14064 認證	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 4. (公務車電動化、冷氣換新等) 5. 設定全集團子公司及經銷商年度減碳目標 6. 推動集團環保教育、減碳作法分享及每季發行環保電子報	集團各公司碳排放量	2025 年度，集團各公司年減 3% 碳排放	2026~2030 年度，全集團較基準年 (2025 年度) 每年遞減 5% 碳排放；預計 2030 年度全集團較基準年低減 25% 碳排放	13.3	6
	201-3 401 402 405	健全的人力資源管理與包容性制度能吸引並留任關鍵人才，提升組織活力與決策品質，進而支撐企業長期營運韌性與競爭力。	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	若未能招募用優秀人才，需耗用高成本不斷管用人，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		●		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 3. 強化雇主品牌，提供青年職涯探索機會	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. 2025 年共舉行 4 次勞資會議 2025 年共參與 6 場校園博覽會、11 場校園說明會 (含實習生計畫說明會)、4 場職涯活動，共招募 17 位暑期實習生、3 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	8.3 16.7	5

重大主題	GRI 主題	對和泰的意義	衝擊說明		重大主題的衝擊 在價值鏈上的位置			政策/承諾	專案/行動	2025 指標和目標	2025 績效	2026~2030 中長期目標	連結 SDGs	對應 章節
			正面實際	負面實際	上游 (如供應商)	和泰汽 車內部	下游 (如客戶)							
職涯培訓與教育訓練	404	透過系統化職涯培訓與教育訓練培育具備未來能力的人才、提升營運與服務品質，強化人才留任與組織穩定性，並支撐企業永續發展與長期競爭力。	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		●	▲	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)	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	連結 SDGs 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)」。	4.4	5
人權與勞資溝通	自訂主題	透過保障人權、建立透明且有效的勞資溝通機制，和泰營造尊重、多元與安全的職場環境，強化員工信任與組織向心力，降低人權與勞資風險，並支撐企業穩定營運與長期永續發展。	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		●		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	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. 2025 年舉行勞資會議 4 次 2. 2025 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	16.7	5

重大主題	GRI 主題	對和泰的意義	衝擊說明		重大主題的衝擊 在價值鏈上的位置			政策/承諾	專案/行動	2025 指標和目標	2025 績效	2026~2030 中長期目標	連結 SDGs	對應 章節
			正面實際	負面實際	上游 (如供應商)	和泰汽 車內部	下游 (如客戶)							
職業安全與健康	403	確保員工身心健康與安全作業，降低工安事故風險，提升員工滿意度，同時降低營運中斷與潛在法律風險。	1. 落實風險控管：系統化消除危害因子，確保工作環境符合國際標準與法規。 2. 促進員工福祉：提供身心健康之職場，提升員工歸屬感與工作效率。 3. 強化競爭力：優良的職安衛績效有助於提升企業形象與利害關係人信任。	1. 財務與法規衝擊：工傷事故將導致巨額賠償、罰款及法律責任。 2. 人力與產能損失：造成勞動力減損，影響產能與交期，甚至導致停工。 3. 商譽受損：負面職安事件將破壞品牌形象，影響社會觀感與人才招募。	▲	●		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	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. ISO45001 外部驗證通過，且無重大缺失 2. 健康促進活動次數及參與度	1. ISO45001 通過驗證取得新頒證書，且無重大及次要缺失；系統文件精準接軌行政指導，持續滾動式優化 2. 實施守護血管，健康九九系列性健促活動	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	8.8	5
社會公益活動	203-1	透過回應社會需求與利害關係人期待，和泰持續深化企業社會責任實踐，強化品牌信任與員工認同。積極推動社會公益行動，企業得以累積社會資本，促進凝聚力，並奠定長期永續經營的社會基礎。	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	未善盡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		●	▲	1. 公益專案推展（如原夢代表隊、原生動物守護計畫、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	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 7,700 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	1.4 4.5 15.1 17.16 17.17	4

註：● - 直接影響 / ▲ - 間接影響

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，董事會成員出席股東會、新車上市發表會、公益記者會、經銷商表揚激勵大會。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，2025 年溝通情形於 2025 年 12 月舉行的董事會報告。2025 年和泰汽車報告內容彙整如下：

報告摘要		
	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
	顧客安全	產品認證、環境安全管理制度等政策
	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
	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
	氣候減緩活動	實踐豐田環境管理系統 ISO14001、ISO14064-1，推動集團溫室氣體盤查及各項減碳施策
	人力資源與包容性	舉行勞資會議並推動組織發展調查，強化雇主品牌提供青年職涯探索機會
	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，並定期教育宣導性平觀念
	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
	社會公益活動	推展公益專案，關注多元永續議題；每年提供 1 日志工假鼓勵集團同仁參與志工活動

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。和泰汽車於 2025 與 2024 年違反法規罰款的總數和總金額皆為零，2025 年並無重大非金錢制裁的事件。

* 本公司依據以下標準判定重大違法事件：

- (1) 事件嚴重性是否對公司營運、財務狀況、聲譽或環境造成重大影響。
- (2) 罰款金額是否達到或超過新臺幣 20 萬元。



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 (2025 年報 P10-P17)、與供應商或其他利害關係人交易和未清餘額狀況 (請參考 2025 個體財報關係人交易章節)、具控制力股東的存在 (2025 年報 P79) 等。

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 (人權) 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，和泰設有線上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。2025 年接獲舉報案件為 16 件、成案件數 0 件，因相關舉報案件性質均為關係企業的人員管理相關案件，皆已轉送集團各擔當單位對應。

舉報案件統計	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
舉報件數	27	16	24	16
成案件數	0	0	0	0

而為確保反賄賂誠信經營守則之遵循，和泰汽車每年會依「和泰內部重大資訊處理作業程序」，進行 1 年 1 次董事內線交易宣導，2025 年 6 月及 12 月已完成線上宣導，董事參與率為 100%。此外，每年針對本公司同仁進行教育訓練，期盼透過一系列的教育訓練，傳達本公司誠實經營理念，並將此文化深植每位同仁的心中。同時，為了確保每位新進同仁能夠與我們有相同的價值理念，每年針對新進員工皆會舉行反賄賂教育訓練，並要求所有新進同仁皆需完成此一訓練，強化誠信經營的落實。針對供應商，則於合約中納入廉潔條款，內容包括賄賂行為、教唆背信之禁止及法令遵循相關規範。2025 年和泰汽車未發生經確認的貪腐事件。

誠信經營教育訓練		2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
全員年度遵法指南 教育訓練	參與人數	563	567	565	562
	訓練涵蓋率	100%	100%	100%	100%
新進員工反賄賂 教育訓練*	參與人數	27	33	39	31
	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

* 註 3：全員年度遵法指南教育訓練參加人員為部長級（不含）以下員工

2.5.2 違法零容忍

為有效防止法遵缺失，和泰汽車透過多元宣導及教育訓練機制，持續提升集團員工法遵意識與風險敏感度，包含定期安排實體法遵案例分享與即時數位學習，確實傳達公司對於違法行為零容忍的態度，強化預防性管理思維，降低法遵破窗出現的風險。

「違法零容忍」宣導影片

年度「違法零容忍」宣導影片，藉由情境式內容傳達遵法概念。自 2025 年 9 月 22 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 1,833 人次觀看、620 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，藉由分享業務上可能發生的違法案例，對全集團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。2025 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：

2025 年實體課程實績		2025 年線上課程實績	
開課場數	115 場；涵蓋和泰汽車、經銷商與關係企業 ^{註 1}	參與人數	9,276 人；涵蓋經銷商 ^{註 2}
參與人數	4,476 人		

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、東都汽車、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、東都汽車、長源汽車。

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，2025 年舉辦 3 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 244 人參與（含線上）；以及舉辦 9 場經銷商違法零容忍示範教育、7 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 1,064 人。修訂和泰集團遵法手冊，新增使用生成式 AI 關於智慧財產權之說明，並列為法務室年度線上測驗內容，通過測驗人數共 490 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 (<https://www.hotaimotor.com.tw/Investor/ShareholderInfo>)、利害關係人專區 (<https://www.hotaimotor.com.tw/InterestedParties/ContactUs>)、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。2025 年每季參加外部舉辦之法人說明會 (<https://www.hotaimotor.com.tw/Investor/Finance?tab=briefing>)，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。

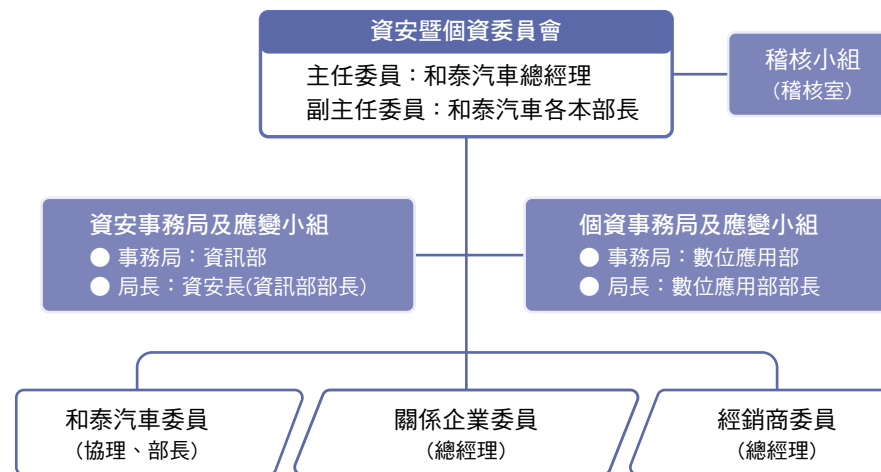


2.6.1 資訊安全及顧客資料保護

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」，成立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 (Confidentiality)、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。

01 規劃階段

著重資安風險管理及強化，建立完整的資訊安全管理系統 (Information Security Management System, ISMS)，推動和泰汽車持續通過國際資安管理系統 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。

02 執行階段

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

03 查核階段

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

04 行動階段

定期檢討與持續改善資訊安全防護措施，並進行全員資安教育訓練以提升資安意識。

2025 年資訊技術安全管理措施

為應對數位環境邊界日漸模糊的趨勢，以及在 AI 與自動化助攻下，駭客加速攻擊效率，企業面臨的資安威脅不斷加劇。和泰汽車以「零信任 (Zero Trust)」安全架構為核心，結合人員、制度與技術三大支柱的協同防護策略，建構多層次的資安防禦體系，強化整體資安防護韌性並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。

1

1. 警覺的人員：全員參與



- 全體同仁：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、教育及郵件演練，確保員工具備正確的資安觀念及辨識風險能力。
- 資訊與資安人員：為確保資安(含資訊)人員專業能力與時俱進，制定「和泰集團資安人才培訓藍圖」，為同仁規劃了系統性的學習路徑，並設定明確的教育訓練課程與專業證照取得目標，以確保團隊的專業能力與產業趨勢同步，強化集團整體資安防護能量。

2

2. 嚴明的制度：持續改善



建立嚴謹的資安治理架構，透過多元的管理機制，包括每月彙整關鍵績效指標 (KPI)、追蹤發現事項改善進度及現地檢核結果等數據，量化各公司資安整體表現，作為提出改善建議與持續精進之依據，進一步強化整體治理與防護體質。

3

3. 精良的技術：多層次防護



以零信任架構為基礎，建構多層次資安防護體系，於各防護層面落實持續監控與即時防禦機制，強化主動式威脅偵測與快速應變能力，有效降低資安攻擊所帶來之風險與衝擊。



- 帳號：全面導入無密碼與雙因素驗證，持續落實零信任身分驗證。



- 裝置：個人電腦異常行為預警機制(EDR)擴大導入，即時偵測端點威脅。



- 系統：建置自動化弱掃上版中台，統一且自動化的安全檢測及版更機制，將安全無縫融入開發流程，強化系統韌性與合規性。



- 軌跡：利用AI即時分析資料庫日誌，及早識別潛在異常活動。



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：



專職人力

2025 年資訊部轄下設立「資安治理室」為資安專職單位，在資安長督導下運作，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。



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，2025 年完成審查，證書持續有效，亦無資安稽核重大缺失。



資安事件通報及處理

對資安事件的通報及處理，資安治理室明確訂立權責、事件分級、及通報處理流程及時限，委由資安治理室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。2025 年未有重大資訊安全之相關事件發生。



郵件演練

透過寄發網路釣魚郵件，測試同仁對於資訊安全保護的觀念，並透過宣導信件教授大家正確的郵件使用習慣。2025 年共執行 2 次社交工程演練，受測人數 583 位，演練涵蓋率 100%，藉此強化同仁對於郵件社交工程的警覺性。



資安宣導

防護系統並非萬能，鑒於駭客攻擊手法不斷更新，仍須仰賴每位同仁有正確的資安觀念才能確保資安，因此在資安意識的提升上，和泰汽車透過多元化形式的教育訓練及溝通宣導，持續深化每位同仁的資安意識。



新進員工：

為確保新進員工於入社後可立即接受資安教育，並對照工作情境建立正確的資安觀念。公司每一位新進員工於報到當天，就會收到需要接受資安教育的郵件，內容以影片及動畫方式呈現工作情境、社交工程及常見駭客攻擊手法，並以測驗機制驗證新進員工的學習成果，降低資安事件或外洩機敏資料之風險。



全體同仁：

每年除接受資安教育外，亦會不定期收到資安時事宣導信件，讓同仁掌握最新攻擊手法及日常業務注意事項，深化同仁資安防護意識及應對能力。



資訊與資安人員：

為確保資訊與資安人員於到職後即具備完善的資安概念與基礎防禦技術，本公司除落實一般資安意識教育外，資訊與資安人員需再接受專業的 IT 通識與資安課程訓練，讓技術團隊將安全 DNA 思維深植於系統設計與日常維運的每個環節，從而鞏固公司核心資訊資產的安全。

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 2025 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 2025 年度舉辦二次集團稽核教育訓練，以 AI 稽核介紹、永續資訊之管理、誠信經營風險管理、子公司監督與管理等為主題，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

2025 年全球貿易環境受到美國關稅政策影響而產生劇烈波動，惟台灣受惠於企業提前備貨效應，以及 AI 科技創新應用發展，降低高關稅對經濟的衝擊，全年經濟成長率達 8.68%，較 113 年上升 3.41%。汽車市場雖受到進口關稅政策未明而引發濃厚觀望氛圍，但 9 月份政府發佈新車貨物稅減免及延長汰舊換新補助，加上各廠牌促銷帶動，全年總市場最終登錄台數為 414,436 台，去年比 91%。

以品牌別而言，本公司代理之 TOYOTA / LEXUS / HINO 品牌之總銷售量為市場佔有率第一名，市佔率前三名均為日系車商，合計市佔率達 54.5%。

排名	1	2	3	4	5	6
品牌	TOYOTA LEXUS HINO	MITSUBISHI CMC MG	HONDA	MERCEDES BENZ	HYUNDAI	BMW
銷售量	160,146	42,898	23,569	22,893	19,017	17,278
市佔率	38.6%	10.4%	5.7%	5.5%	4.6%	4.2%

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。* 註 1

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）、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。

* 註 1：和泰的活動及價值鏈如上所述，與 2024 年相比無重大變化

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，

2025 年進口車在台灣市佔率上升至 50.2%；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，2025 年 SUV 銷售佔比為 58.2%。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 18 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	● 政府汰舊換新補助延續與新購車輛貨物稅減免政策帶動，有助於拉抬換購新車動能，支撐國內車市基本需求，特別對國產車市場形成利多。 ● 隨全球經濟逐步回歸成長軌道，主要國家通膨壓力趨緩，產業投資與貿易活動回溫，帶動國內出口及相關產業穩定發展，整體經濟環境有助於支撐民間消費信心。
 不利因素	● 國際政經環境仍存變數，美國貿易與關稅政策走向尚未完全明朗，恐影響全球供應鏈穩定性，進而對車輛進口與交車節奏造成干擾。 ● 全球通膨雖有趨緩跡象，但利率水準仍處相對高檔，可能壓抑消費者購車意願，特別對價格敏感族群影響較為明顯。 ● 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。
 因應策略	● 將持續提升消費者心佔率，爭取適切商品導入。 ● 持續強化一線數位販賣力，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。

TOYOTA



有利因素

- 台灣人均GDP逐年上升，據主計總處2025年表示，若每年經濟成長維持3%且匯率穩定，2028年人均GDP可望達4萬美元。加以今年因對等關稅降至15%且不疊加原最惠國關稅稅率等因素影響，經濟表現有望進一步提升，進而增加豪華車市場購買力。
 - 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。



不利因素

- 供應鏈壓力仍存在，特別是車用晶片、影音設備與先進駕駛輔助系統等高端零組件短缺可能影響交付效率



因應策略

- 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。
- 持續與原廠進行密切合作與溝通，掌握供應商零組件供給狀況，以即時回應市場需求。

大型車



有利因素

- 受益於全球AI及半導體相關產業需求暢旺，帶動出口、工業活動，以及投資、勞動市場、家庭消費等增長。
- 政府推動的「AI新十大建設」以及企業為維持競爭力而持續進行的資本投資，預期將帶動營建、工程等相關產業，進而推升對商用車的需求。
- 政府日益嚴格的安全及環保法規，迫使企業轉向安全配備升級和新能源車輛，為商用車市場注入新動能。



不利因素

- 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，影響整體經濟成長動能。
- 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。
- 缺乏汰舊換新政策刺激，消費者購車意願趨於保守。



因應策略

- 針對市場主流級距，加速導入重點車型，滿足客戶多元的營運需求。
- 與現行優良的車體廠合作，導入「HINO 車體合作機制」，提升完成車品質。
- 強化各車系的安全配備，提供顧客更安心可靠的車輛。
- 規劃HEV或BEV之商用車及商旅車，提前布局新能源車販賣商機。

2.8

財務績效

年度	2022	2023	2024	2025	單位
營業收入	130,393,188	161,317,924	160,057,276	160,379,156	仟元
營業利益	9,757,266	10,630,312	10,356,551	10,760,263	仟元
營業外收入及支出	(28,957,412)	12,310,719	11,267,255	11,008,492	仟元
稅前淨利	(19,200,146)	22,941,031	21,623,806	21,768,755	仟元
稅後淨利	(19,330,194)	22,857,675	20,467,026	18,900,453	仟元
所得稅費用（利益）	130,048	83,356	1,156,780	2,868,302	仟元
資產總額	83,693,191	102,391,453	101,914,984	110,191,926	仟元
資本額	5,461,792	5,571,028	5,571,028	5,571,028	仟元
員工平均營業額	231,604	284,511	276,437	273,218	仟元
年底總員工數 (HR)	563	567	579	587	人
營業費用 + 營業成本	120,621,590	150,446,356	149,494,341	150,075,206	仟元
每股盈餘	(35.39)	41.03	36.74	33.93	元
薪資總額	1,356,981	2,257,974	2,217,800	2,243,612	仟元
員工福利費用（扣除薪資費用及退休金）	183,221	202,823	213,314	217,829	仟元
退休金總額	33,239	33,878	34,499	37,848	仟元
負債比	50.1	35.3	23.2	21.8	百分比
留存經濟價值	8,197,518	8,377,532	8,097,322	7,804,661	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

98%

近五年平均零件供應率

5 星評等

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

蟬聯 **24 年**

台灣車市銷售冠軍

超過 **9.8 分**

TOYOTA 2025 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 24 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，激發全員の顧客服務精神

- 定期主軸：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)



2017~2025 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 《理念宣導》

推廣幸福文化

2018 《精神扎根》

強化全員教育

2019 《建立架構》

形塑推動架構

2020 《激發動力》

創造榮譽/成就感

2021 《觀摩學習》

同/異業標竿學習

2022 《鞏固成效》

內外部顧客體驗升級

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

2025 《永續發展》

聚焦員工身心健康

全台經銷商投入參與及支持 + 持續推進多元專案活動

【CS全員教育】持續教育CS核心價值，強化顧客體驗

【看板團隊/服務職人】綜合評比ES/CS表現，選拔優秀服務廠及各職種人員

【星光聯盟選拔】鼓勵員工針對ES/CS改善進行創意提案

【Best Practice百科大全】集結各經銷商ES/CS優良案例成冊，進行交流學習與案例橫展

【樂T快樂生活季刊】分享優秀改善案例、人員讚揚、新車快訊、職場與生活等

【健康永續活動】關懷員工身心健康，強化企業永續經營韌性

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

STEP 01



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。

STEP 02



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。

STEP 03



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	2022	2023	2024	2025
TOYOTA	29,739	29,533	34,334	47,615
LEXUS	6,036	12,648	14,791	16,042
HINO	8	12	26	54
合計登錄	35,781	42,215	49,137	63,672

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。2025 年末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、RX，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



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。



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。



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，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)、Corolla Sport、Prius PHEV、Land Cruiser、Alphard(油電 / 插電式油電)、Sienna、Hilux、GR Supra、CROWN、bZ4X 等車型全車系標配 TSS 系統與 7 氣囊 (含以上)，總計共 14 款車型，全方位守護乘員安全。

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 (Electrified Vehicle) 全車系裝載了專屬的車輛接近警示系統，以提升道路行駕的人車安全。

HINO

- 日野在貨車方面，座艙採高剛性強化設計，搭配車門防撞鋼樑及潰縮式方向盤，5 噸以上車型全面配備 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，都有標準的品質驗收機制。以確保每一輛新車，從工廠到整備中心，到各經銷商之營業據點，最後交付到車主手上，均能保持完美無瑕疵。

• 實施 SSI 銷售滿意度調查新車品質

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

• 新車物流作業品質現地查核暨車輛物流研討會

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



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 300 個綿密的服務維修據點，提供最完整的零件供應服務。2021~2025 年零件供應率平均為 98%。

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 進行钣噴保險勘估，使顧客可於最短時間取回愛車

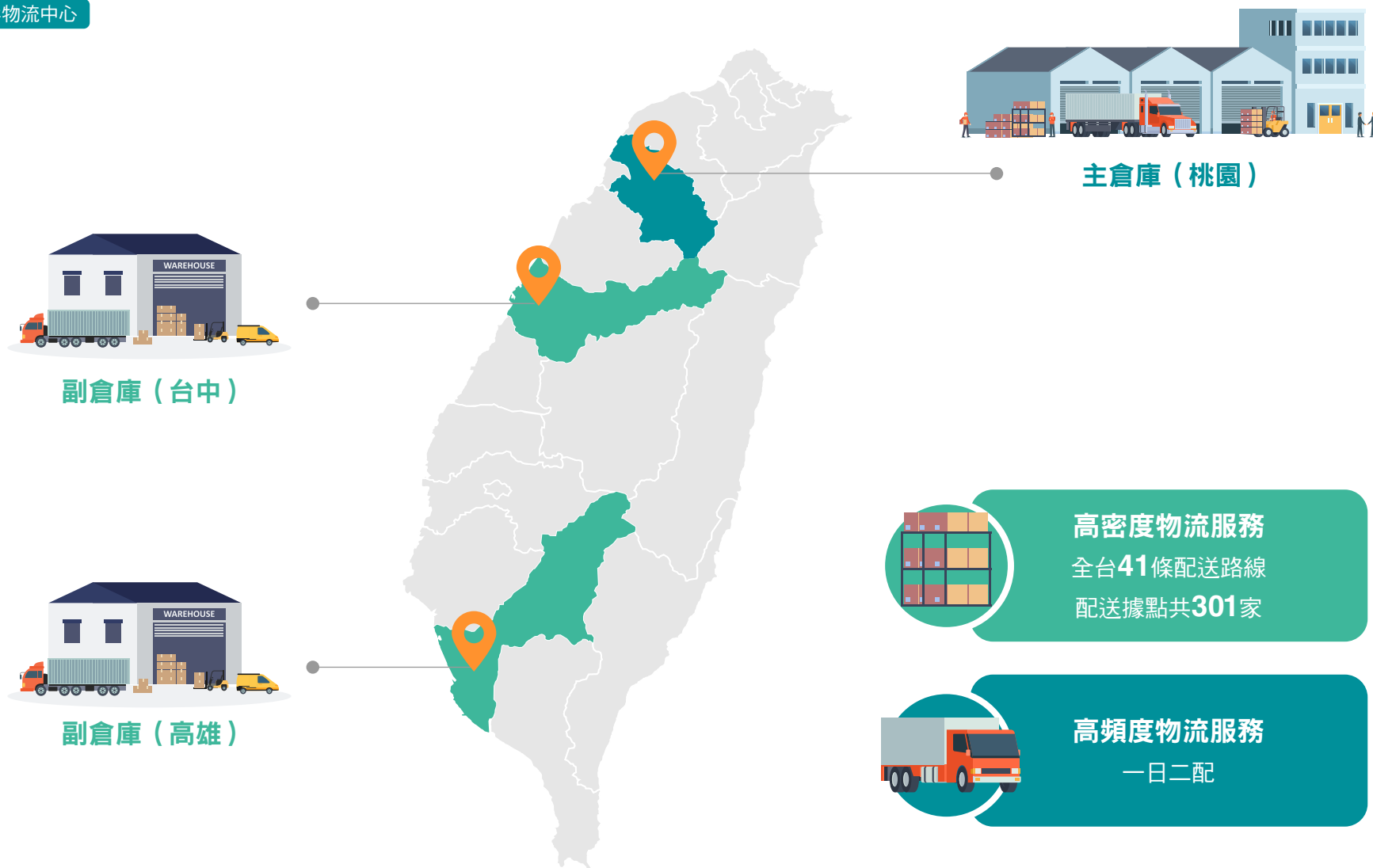
項目	2021	2022	2023	2024	2025
採購總單數	24,631	25,341	25,523	25,597	25,867
銷貨總金額 (仟元)	12,889,677	14,286,655	15,396,324	15,936,633	16,308,521
零件供應率(%)	97.8%	98.0%	98.2%	97.9%	97.9%
配送點總數	205	240	267	286	300

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



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」，提供 24 小時不間斷的線上溝通管道，即時回應顧客以提升服務體驗，持續擴大服務問答範圍、建立個人化車主服務專區，逐步達成一站式客製化查詢。

為了讓服務更便利，TOYOTA 於 2022 年領先同業導入「智能客服語音輸入」功能，並於 2023 年將智能客服功能整合至客戶服務電話專線，透過先進的語音辨識功能，讓車主能更便捷地獲取服務資訊，進而強化用車體驗與行車安全；同年，TOYOTA 顧客服務中心以深刻理解顧客需求、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。

至 2024 年，智能客服受理比例已突破七成，不僅成為顧客心聲 (VOC) 的主要來源，更成功達成服務管道分流與數位轉型。為應對此一轉變並優化整體服務，客服中心同年啟動內部轉型，導入知識管理系統以提升服務效率。TOYOTA 接續於 2025 年進行「AI 智能客服」革新，透過導入新一代語言模型，使其能更深刻地理解顧客語意、更精準地解析問題核心，提供更正確解答；與此同時，操作介面與體驗流程亦全面優化，致力於提升顧客體驗的每一個環節，成功讓智能客服受理比例向上突破至近八成。

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：車主於交車日隔日起，陸續以 App、LINE、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。 - CSI 對象：車主結帳離廠隔日起，陸續以 APP、LINE 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，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 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。	- SSI：針對登錄領牌新車車主，於交車時掃描 QR CODE 或透過 LINE@ 與 Hi HINO APP 發送專屬 SSI 網路問卷，網路問卷回覆數 150 件以上。 - CSI：針對回廠顧客，以 LINE@ 與 Hi HINO APP 發送 CSI 網路問卷，網路問卷回覆數 500 件以上。 - 針對每月未回覆網路問卷之新車車主 (SSI 對象) 及回廠車主 (CSI 對象)，各抽樣撥打追蹤關懷電話 80~100 件。
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 - 入廠保養維修車主	- 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」  TOYOTA 官方 LINE 	All-in-One 行車生活服務 APP「LEXUS Plus」 APP「LEXUS Plus」  LEXUS 官方 LINE 	HINO/TOYOTA 商用車一站式服務 APP「Hi HINO」  HINO 官方 LINE 

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)

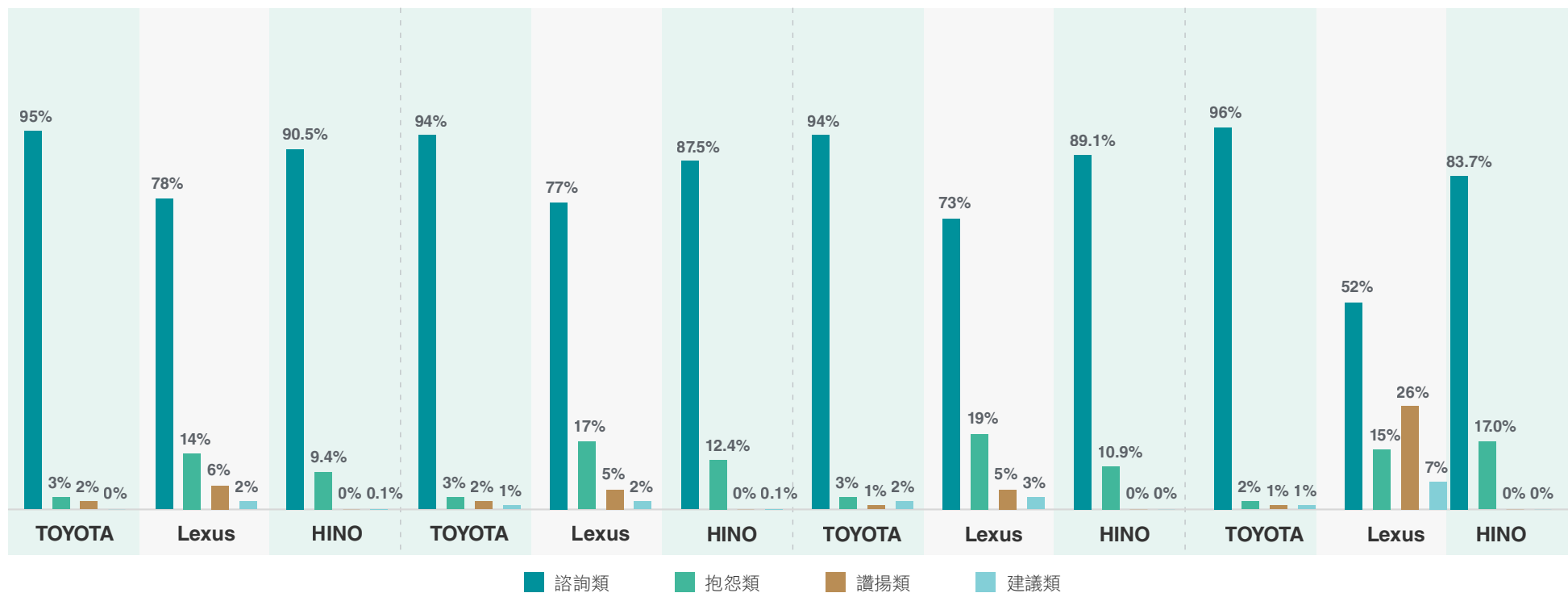
客戶反應處理

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。

2025 年 VOC 來源統計

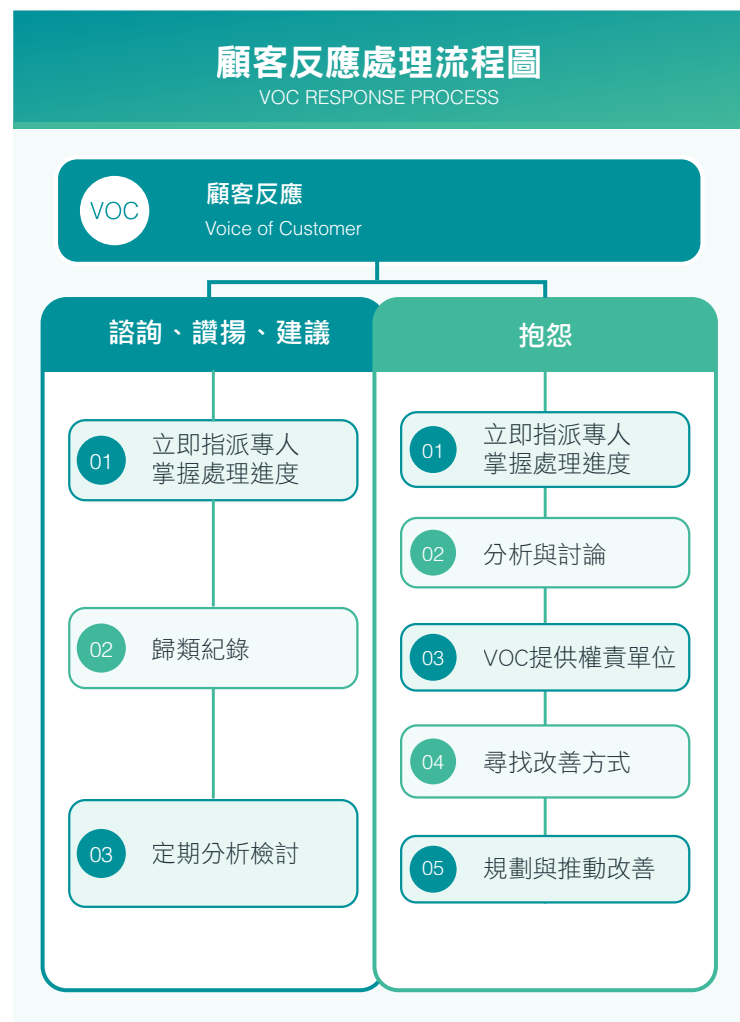
VOC* 來源	TOYOTA	LEXUS	HINO	執行單位
電話	9%	25%	12%	TOYOTA 及 LEXUS 顧客服務單位 HINO：商用車技術教育室
官網 (智能客服 + 網路信函)	87%	36%	1%	
電訪、郵訪、線上問卷等	4%	39%	87%	除 TOYOTA 之電訪為經銷商執行，其餘委託外部單位進行

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、網路等管道執行顧客滿意度調查，並將顧客的每一份意見都視為進步的動力，交由顧客服務中心專責處理，也要求經銷商及一線人員因應並改善，建立起即時、全面的顧客溝通機制。各項顧客滿意度逐年攀升的卓越成果，展現顧客對我們服務的高度認可。多年來我們深耕顧客滿意認知教育，以員工滿意為基礎，透過由上而下的支持參與及由下而上的現場即時改善，期許同仁樂在工作，以同理心出發並獲得顧客的信賴與肯定，維持品牌在地第一的地位。

品牌	調查方式	2022	2023	2024	2025
TOYOTA	SSI (滿意度)	982	984	986	989
	CSI (滿意度)	962	972	978	982
LEXUS	SSI (落實度)	99.6%	99.8%	100.0%	100%
	CSI (落實度)	99.2%	99.1%	99.3%	99.3%
	SSI (滿意度)	992	995	998	999
	CSI (滿意度)	987	988	995	996
HINO	SSI (滿意度)	99.1	99.2	98.6	98.4
	CSI (滿意度)	95.4	96.0	95.9	96.2

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」、「LEXUS Plus」與「Hi HINO」

和泰汽車積極致力於提供便捷的行車體驗，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 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 於 2022 年正式推出「Hi HINO」APP，透過「愛車秘書」功能，協助商用車駕駛即時管理車輛狀態，提供線上保養預約、保修紀錄查詢及維修進度追蹤等服務，提升車輛管理效率。除核心車輛服務外，APP 亦整合「科技執法」、「停車場」、「洗手間」、「美食地圖」及「加油站」等高實用性周邊資訊，強化駕駛於日常營運與行車過程中的便利性與安全性。同時，透過不定期推播客戶服務與品牌相關訊息，HINO 持續深化與客戶的即時互動，打造更即時、便捷且以使用者為核心的數位服務體驗。

為進一步提升顧客的數位服務體驗，和泰集團自 2020 年底導入集團統一會員帳號 ONE ID，集團服務由原本以「車」為中心，成功轉型為以「人」為中心的全方位數位服務體系。透過單一會員帳號，消費者即可享受租賃、共享移動、叫車與旅遊規劃等集團相關服務，達成跨場域數位漫遊的無縫體驗。2021 年底，進一步推出「和泰 Pay」與「和泰 Points」，建立車主會員制度與多元支付方式，結合點數回饋與支付便利性，為集團數位轉型的重要里程碑。與中國信託合作推出的「中國信託和泰聯名卡」，亦為會員提供更豐富的點數回饋方案，強化會員忠誠與消費誘因。為滿足會員在日常消費與用車生活中的多元需求，集團於 2022 年中正式啟動線上生活消費平台「HOTAI 購」，整合精品、配件與各類生活商品，打造一站式消費場景。

近年，和泰集團持續積極擴展 MaaS 生態系，並於 2023 年同步推出旅遊規劃平台「去趣 (chicTrip)」與人車生活服務平台「OpenHub」，藉以打造涵蓋旅遊、移動與用車生活的數位服務。去趣作為集團旅遊與移動服務的重要入口，整合集團旗下共享移動服務 (iRent)、計程車服務 (yoxi)、租車與機場接送等交通選項，並提供機票與住宿搜尋預訂、全球熱門景點門票與體驗券購買、旅遊優惠與行程規劃等一站式服務，協助用戶

有效整合行前規劃與移動安排，全面滿足旅遊需求；OpenHub 則延伸集團數位服務觸角至車主日常生活場景，其首項服務「充電漫遊」整合逾 12 家充電營運商充電據點，為 Toyota 與 LEXUS 電動車主提供跨品牌、跨營運商之充電便利性，而於後續推出之「洗車地圖」服務則整合全台超過 120 個洗車據點，並透過統一 API 介面與電子券管理機制，供車主查詢據點、兌換電子洗車券及管理使用紀錄，強化用車生活服務體驗。

近年來，和泰集團秉持以客戶為核心理念，積極推動 MaaS (Mobility as a Service) 相關發展，致力於整合多元移動服務，以回應顧客在「移動過程」中的各項需求。為深入了解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，廣邀全國大專校系，以及新創與大型企業組隊參與，激盪創新思維。



2024 年舉辦第二屆 MaaS 黑客松系列活動，以「移動新體驗，想像無極限」為主題，並結合去趣、iRent、yoxi 等移動服務應用，引導參賽者從多元使用者角度出發，發掘 MaaS 生態圈中的痛點與潛在機會，提出具體的創新構想。共吸引全台 235 組青年學子與新創團隊報名參與，攜手打造「MaaS 360 數位生態圈」。為協助參賽團隊將創意轉化為可行成果，和泰集團釋出大量企業營運資料供團隊分析，並透過校園與新創場域之交流活動，深化對 MaaS 移動服務願景的理解。下一屆 MaaS 黑客松競賽預計於 2026 年舉辦，屆時將持續邀集各界創新能量，運用 AI 賦能，結合各項移動服務，實現「以人為本」的智慧移動生活。

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 2025 年底，已成立 112 間 TOYOTA 保修站，並累計超過 79 萬入站台次，其中顧客滿意度達 981 分 (滿分 1000 分)，且 99% 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，於交車後將依序由 App、LINE、簡訊或電話分階段提醒與關懷，確認購車體驗之滿意度。

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。車主回廠保養後，將依序由 APP、LINE、簡訊或電話分階段提醒與關懷，以確認顧客回廠體驗。

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：親子積木闖關活動、小小技師體驗營、客休息室香氛體驗、客休息室全方位紓壓體驗、LINE 全智能客休服務...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 19 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。

2025 年 TOYOTA 實施 10 項受影響台數共 106,983 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駛的舒適及快意。

案件名稱	應召回車輛數 (台)
COROLLA ALTIS、COROLLA CROSS 車型油箱瑕疵點件 / 更換	569
ALPHARD 車型引擎蓋飾板更換	427
CAMRY HYBRID 車型燃油泵總成更換	201
SIENNA 車型第三排座椅椅背螺栓再鎖緊至規定扭力	1,628
TOWN ACE 貨卡木床系列車型第一橫樑及起動馬達更換	10,818
TOWN ACE 貨卡 TSS 頂規車型電瓶固定裝置更換	7,520
YARIS CROSS 系列車型左右前座椅固定螺栓再鎖緊至規定扭力	24,591
COROLLA ALTIS 系列、ALPHARD、CAMRY、COROLLA SPORT、CROWN、RAV4 系列車型全彩數位式儀表軟體更新 / 更換	59,679
bZ4X 車型空調系統控制電腦程式更新	1,406
COROLLA、ALTIS、VIOS、YARIS 系列車型前乘客座 SRS 氣囊充氣裝置更換	144

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。2025 年度，和泰汽車配合主管機關辦理個人資料保護行政檢查，經主管機關綜合檢視後，確認相關個資管理制度與實務運作均符合法規要求，未有缺失事項，展現公司個資治理機制之健全性與落實成效。本公司在 2025 年度無發生任何客戶資料洩露、失竊或遺失事件，且無接獲任何經證實的客戶隱私侵犯投訴，亦無來自監管機關的相關投訴。

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	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
人數 (人)	493	520	570	583
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。

* 2025 年，集團子公司曾因外界關注其個人資料蒐集及關係企業共同行銷機制之適當性，依主管機關建議調整其隱私權政策內容，持續強化個人資料保護與顧客權益保障。

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

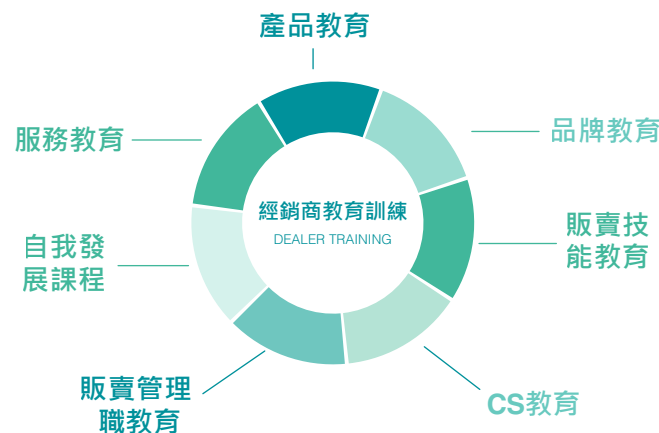
和泰汽車與經銷商攜手打造了台灣車市的高市占率，和泰汽車也挹注資源培養經銷商，以共同致力提供顧客最好的服務，攜手共創品牌價值，為確保經銷商都能提供顧客優質服務、專業保養維修，TOYOTA 每年對經銷商人員實行 2 次技術檢定，也分別在上下半年各實施一次各職種技術力現地查核；LEXUS 也針對服務專員、技術人員實施 1 年 2 次技能檢定，並於每年第四季實施技術力抽測活動，其目的就是希望服務人員於和泰受訓後，不僅技術力提升，也可將所學運用在服務廠，解決顧客用車安全無虞；HINO 提供服務專員、技術人員定期的制式課程與年度檢定外，也另外針對技術人員實施 OJT 訓練，並於每季評核技術人員自主 OJT 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 123 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 2025 年 12 月底已經累計成立了 113 家，合計 236 個服務據點，提供車主更便利的服務。

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	2022		2023		2024		2025	
品牌	TOYOTA	LEXUS	TOYOTA	LEXUS	TOYOTA	LEXUS	TOYOTA	LEXUS
梯次	132	102	131	110	142	90	128	83
人數	2,613	1,654	2,666	2,172	2,262	1,789	2,497	1,410
投入金額 (新台幣元)	7,549,400	9,925,240	9,165,000	9,467,560	8,687,700	9,855,357	8,908,300	9,097,466

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 2025 年起，正式啟動第三代據點建置計畫。新車展示間運用柔和光影與動感線條，打造極具質感的賞車氛圍；服務客休區則採精品級沙龍般的設計，期望讓每位顧客皆能在尊榮與舒適的空間中，感受到賓至如歸的體驗。不僅如此，第三代據點亦將符合美國 LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) 綠建築認證，LEXUS 率先豪華車品牌於全據點導入節能減碳措施，實現永續經營的品牌價值。國都汽車三重為首間採用全新內裝設計之據點，已於 2025 年 5 月正式開幕，取得 LEED 銀級認證。

LEXUS 在客休室餐點方面亦持續展現悉心款待的精神，為讓顧客每次回廠皆能感受嶄新體驗，LEXUS 每四個月依據當令水果規劃季節飲品，例如夏季以清爽蘋果風味推出「林檎美式」，冬季則選用椪柑，搭配伯爵茶設計「柑蘋伯爵」，透過風味轉換傳遞四季特色，讓顧客在客休室中持續感受「Experience Amazing」的款待溫度。

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」與「皇冠風格」香氛精油，透過季節性更替為車主的每次回廠創造不同體驗，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紓壓按摩的影片，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，實際駕駛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，2026 年共針對 236 人實施教育訓練。

HS4	HS3	HS2	HS1
保養 定期保養教育訓練、快速保養教育訓練	多頻度維修教育訓練 定位角度量測調整、轉向系統檢測、基礎電學原理、空氣煞車系統教學、冷媒充填要領教育	引擎檢診 引擎控制系統、HINO DX III 及 GTS+ 檢診軟體使用 電器檢診 啟動、充電、燈光、電器系統及 ABS 系統、巴士冷氣、線路圖、主安校正	高階檢診 PTO系統、CAN網路系統、M112自手排變速箱、NVH震動儀器操作、耗電流測試

註：HS 為 Hino Service 教育訓練系統

大型商用車售後服務教育訓練成效

年份		2021	2022	2023	2024	2025	2026
梯次	技術類	27	23	24	23	21	16
	管理類	2	0	0	0	0	0
人數	技術類	391	352	372	354	300	236
	管理類	11	0	0	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	1,795,200	1,412,244

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點心與飲品，讓顧客在回廠的同時也享受更愉悅的休憩時光，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，本牌也持續與「台灣代駕」合作，搭配「取送車服務」優惠，提供顧客更安全、更有信賴感的移動式體驗。另外，今年也與按摩椅品牌 TOKUYO 合作，於客休室擺放按摩椅及按摩枕，讓顧客回廠如回家般的放鬆。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，為提升全台道路安全，我們於今年再度舉辦「HINO 運轉幸福家」優良駕駛招募活動，秉持「安全行車人人有責、責任不分品牌」的精神，廣邀全台 3.49 噸(含)以上商用車駕駛踴躍參加，並與和泰純青基金會合作，設立「優良駕駛子女獎學金」，希望減輕駕駛家庭的教育負擔，讓孩子看見父母在交通安全的貢獻上受到肯定，進而對「遵守交通法規」產生認同與驕傲。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。



和泰

- 有效率的訓練計畫。
- 善加利用廠家之教育訓練教材及技術。



員工

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



經銷商

- 提高服務與生產力。
- 員工可依不同課程階段性學習。



顧客

- 於客服務旅維修，皆能獲得確實及迅速的服務。
- 降低重修案件。

一般整備人員訓練

TEAM-GP (Toyota Education And Management system-Global Program，下稱 TEAM-GP) 是 TOYOTA 的教育訓練及數位管理平台，用以養成 TOYOTA 一線服務人員使用，針對一般整備技術人員的訓練作法如下。

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。

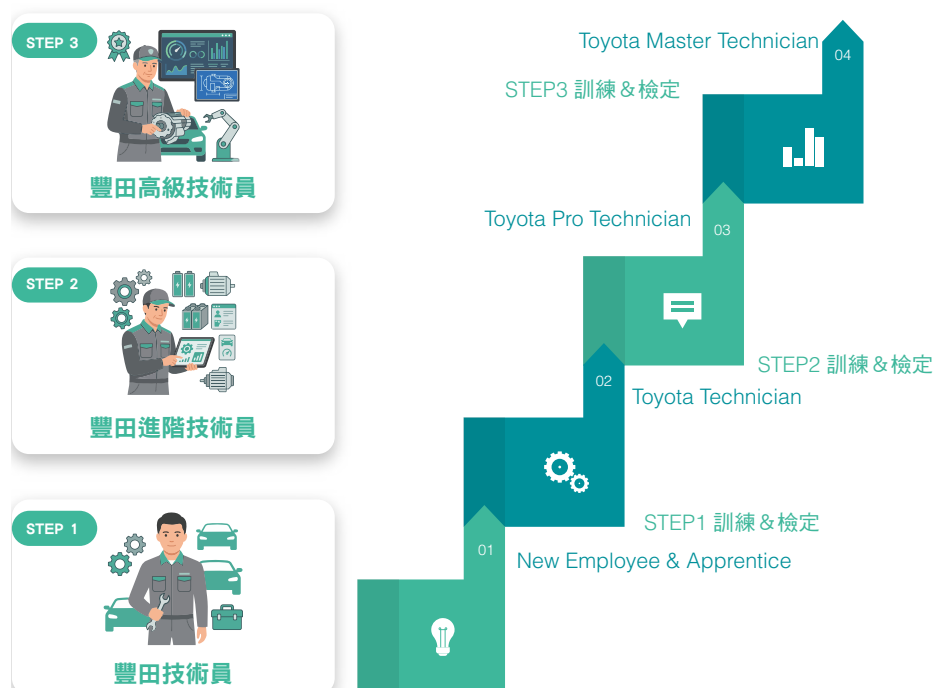
TEAM-GP 訓練流程



板噴人員訓練及客服專員訓練

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，並於 2025 年 1 月導入 TSA 新式教材且納入 TEAM-GP 供一線服務專員學習。



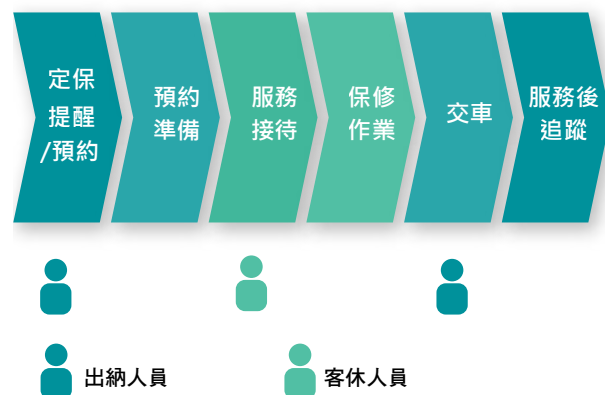


e-Learning+實體課程+OJT+檢定考試(和泰端)

客服專員教育從 2009 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，為有效整合學習資源，從 2025 年 7 月由和泰針對現行出納人員及客休人員建立完整「客服專員」教育體制並自 TSA 教育體制中獨立出來。新的客服專員教育體制 (TCA) 乃是依據未來市場需求所規劃的全新教育體制。

希望藉由這兩個體制來強化第一線服務人員的各項顧客對應技巧、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，並以創造『Life time customer 終身顧客』作為終極目標。

TSA21教育所涵蓋之服務人員



TSA21教育所涵蓋之服務人員

LEVEL 3

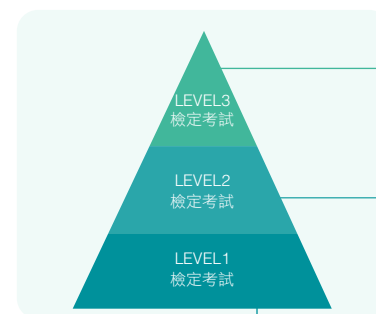
定義為職能強化教育，強化重大抱怨處理及問題改善能力，與計劃管理能力。

LEVEL 2

為服務流程之強化教育，與顧客接觸的服務人員須參加板噴估價教育。

LEVEL 1

立基教育，所有與顧客接觸的服務人員都需參加教育。



類別

教育目的說明

行政管理

職能強化

- 1 強化抱怨處理及問題改善能力
- 2 強化工作計畫流程管理能力

進階教育

BP估價職能強化

- 彌補專員BP估價職能不足
專業能力強化 商品銷售及抱怨處理能力

基礎教育

基本知識

- 1 與顧客接觸之服務人員
- 2 需接受之基礎教育

TCA 教育所涵蓋之服務人員

LEVEL 2

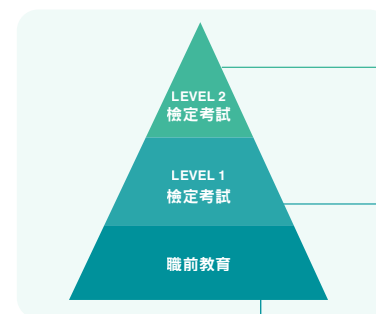
定義為職能強化教育，提昇專業技能，抱怨處理及預防能力。

LEVEL 1

為服務流程之強化教育，著重在專業技能與流程對應。

職前教育

立基教育，所有與顧客接觸的服務人員都需參加教育。



類別

教育目的說明

高階教育

職能再強化

- 團隊領導與合作及危機處理能力
商品銷售、工作品質相關能力

進階教育

職能強化

- 顧客關懷應對能力
預約/結帳、電話相關能力

基礎教育

基本知識

- 客休服務流程及美姿美儀形象能力

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)			
	2024 (T)	2024 (L)	2025 (T)	2025 (L)	2024 (T)	2024 (L)	2025 (T)	2025 (L)
服務專員	864	344	856	360	2,741,000	752,400	3,135,700	766,200
一般整備技術員	880	536	800	456	3,070,800	1,660,000	3,196,100	1,545,500
板金技術員	472	240	464	248	1,391,200	730,000	1,628,000	902,240
塗裝技術員	600	290	408	304	1,484,700	754,000	948,500	842,600
合計	2,816	1,410	2,528	1,368	8,687,700	3,896,400	8,908,300	4,056,540

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	2025	2023	2024	2025
服務專員	128	72	24	316,400	240,000	80,000
一般整備技術員	768	592	525	1,542,000	1,560,000	1,383,375
板金技術員	64	32	120	36,800	30,476	54,000
塗裝技術員	16	8	80	9,200	11,429	36,000
合計	976	664	749	1,904,400	1,800,000	1,553,375

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，每年皆為經銷商營業所販賣人員規劃相關教育課程，包括所長教育、副所長教育、銷售顧問教育、內部講師教育等活動，使各級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、後疫情時代與顧客購車行為轉變，2021 年起每年為經銷商一線銷售人員舉辦各類數位販賣教育，提升數位經營能力，包括：社群媒體經營、數位販賣工具運用、多媒體應用、影片拍攝剪輯、網路直播…等課程。2025 年含經銷商所長、副所長、銷售顧問、經銷商本社人員在內，共 691 人受訓，每人完成 7~14 小時網路客源經營及直播技巧培訓。

對象	2021	2022	2023	2024	2025
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	• 所長教育 • OMO 數位販賣教育
副所長	• 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	• 副所長教育 • 新任副所長教育 • OMO 數位販賣教育 • 內部講師培訓
銷售顧問	• 天駒戰士數位基礎教育 • 商品教育	• 天駒戰士進階教育 • 商品教育	• 天駒戰士進階教育 • 商品教育	• 直播技巧基礎教育 • 商品教育	• OMO 數位販賣教育 • 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 2025 年有交易之供應商家數共計為 274 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進行評估。人權方面目前主要側重於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。2025 年針對供應商進行風險評核的家數計 190 家，約占有所有供應商家數的 69.3 %、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。

和泰汽車供應商管理政策揭露於官網



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。

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。

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 (2025 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 237 期，每季內容皆於各經銷商 FB 粉絲專頁上公開分享。

2025 年主題與內容：

期數	234	235	236	237
主題	環境部逐步導入 SRF (固體再生燃料) 經銷商導入節能冷氣及省水措施	環境部推動塑膠容器新費率關係企業導入 LED 燈具及更換行動服務車	經銷商服務廠更換 LED 燈具及導入自發自用太 陽能電廠	經銷商推動節能行動查核及分區降溫省電作法
內容	 【備註】環境部逐步導入 SRF (固體再生燃料) 1. 背景/目的：為促進廢棄物資源化，環境部擬定 SRF (固體再生燃料) 之使用，以減少垃圾量，並促進資源循環。 2. 什麼是 SRF：SRF (Solid Recovered Fuel) 是指將垃圾經過處理後，所產生的可燃性燃料。其成分包括紙類、塑膠、金屬、玻璃等。 3. 如何導入 SRF：經銷商應與供應商確認，是否已導入 SRF。若已導入，應要求供應商提供 SRF 之品質證明文件，並確保 SRF 之使用符合相關法規。 4. 導入 SRF 之優點：減少垃圾量、降低碳排放、促進資源循環。 5. 導入 SRF 之注意事項：應選擇品質優良之 SRF，並確保其使用符合相關法規。 6. 導入 SRF 之實施步驟：與供應商確認 SRF 之品質、與環境部門溝通 SRF 之使用、制定 SRF 之使用規範、開始導入 SRF。 7. 導入 SRF 之預期效益：減少垃圾量、降低碳排放、促進資源循環。 8. 導入 SRF 之挑戰：SRF 之品質、SRF 之價格、SRF 之使用規範。 9. 導入 SRF 之建議：選擇品質優良之 SRF、與環境部門密切合作、制定 SRF 之使用規範。 10. 導入 SRF 之結論：SRF 是一種環保之燃料，經銷商應積極導入 SRF，以減少垃圾量，並促進資源循環。	 【備註】環境部推動塑膠容器新費率關係企業導入 LED 燈具及更換行動服務車 1. 背景/目的：環境部擬定塑膠容器新費率，以鼓勵企業減少塑膠容器之使用，並推動 LED 燈具之使用。 2. 什麼是 LED 燈具：LED 燈具是指利用半導體材料所產生之光線之燈具。其優點包括節能、壽命長、發熱低等。 3. 如何導入 LED 燈具：經銷商應與供應商確認，是否已導入 LED 燈具。若已導入，應要求供應商提供 LED 燈具之品質證明文件，並確保 LED 燈具之使用符合相關法規。 4. 導入 LED 燈具之優點：節能、壽命長、發熱低。 5. 導入 LED 燈具之注意事項：應選擇品質優良之 LED 燈具，並確保其使用符合相關法規。 6. 導入 LED 燈具之實施步驟：與供應商確認 LED 燈具之品質、與環境部門溝通 LED 燈具之使用、制定 LED 燈具之使用規範、開始導入 LED 燈具。 7. 導入 LED 燈具之預期效益：節能、壽命長、發熱低。 8. 導入 LED 燈具之挑戰：LED 燈具之品質、LED 燈具之價格、LED 燈具之使用規範。 9. 導入 LED 燈具之建議：選擇品質優良之 LED 燈具、與環境部門密切合作、制定 LED 燈具之使用規範。 10. 導入 LED 燈具之結論：LED 燈具是一種環保之燈具，經銷商應積極導入 LED 燈具，以減少能源消耗，並推動資源循環。	 【備註】經銷商服務廠更換 LED 燈具及導入自發自用太陽能電廠 1. 背景/目的：經銷商服務廠應積極導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠，以減少能源消耗，並推動資源循環。 2. 什麼是 LED 燈具：LED 燈具是指利用半導體材料所產生之光線之燈具。其優點包括節能、壽命長、發熱低等。 3. 什麼是自發自用太陽能電廠：自發自用太陽能電廠是指利用太陽能板所產生之電力，供服務廠內部使用。 4. 如何導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠：經銷商應與供應商確認，是否已導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠。若已導入，應要求供應商提供 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之品質證明文件，並確保其使用符合相關法規。 5. 導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之優點：節能、壽命長、發熱低、減少碳排放。 6. 導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之注意事項：應選擇品質優良之 LED 燈具及自發自用太陽能電廠，並確保其使用符合相關法規。 7. 導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之實施步驟：與供應商確認 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之品質、與環境部門溝通 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之使用、制定 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之使用規範、開始導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠。 8. 導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之預期效益：節能、壽命長、發熱低、減少碳排放。 9. 導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之挑戰：LED 燈具及自發自用太陽能電廠之品質、LED 燈具及自發自用太陽能電廠之價格、LED 燈具及自發自用太陽能電廠之使用規範。 10. 導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之建議：選擇品質優良之 LED 燈具及自發自用太陽能電廠、與環境部門密切合作、制定 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之使用規範。 11. 導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠之結論：LED 燈具及自發自用太陽能電廠是一種環保之設施，經銷商應積極導入 LED 燈具及自發自用太陽能電廠，以減少能源消耗，並推動資源循環。	 【備註】經銷商推動節能行動查核及分區降溫省電作法 1. 背景/目的：經銷商應積極推動節能行動查核及分區降溫省電作法，以減少能源消耗，並推動資源循環。 2. 什麼是節能行動查核：節能行動查核是指對服務廠之能源使用情況進行檢查，並提出節能建議。 3. 什麼是分區降溫省電作法：分區降溫省電作法是指將服務廠分為不同區域，並根據不同區域之溫度設定，來達到省電之目的。 4. 如何導入節能行動查核及分區降溫省電作法：經銷商應與供應商確認，是否已導入節能行動查核及分區降溫省電作法。若已導入，應要求供應商提供節能行動查核及分區降溫省電作法之品質證明文件，並確保其使用符合相關法規。 5. 導入節能行動查核及分區降溫省電作法之優點：節能、省電、減少碳排放。 6. 導入節能行動查核及分區降溫省電作法之注意事項：應選擇品質優良之節能行動查核及分區降溫省電作法，並確保其使用符合相關法規。 7. 導入節能行動查核及分區降溫省電作法之實施步驟：與供應商確認節能行動查核及分區降溫省電作法之品質、與環境部門溝通節能行動查核及分區降溫省電作法之使用、制定節能行動查核及分區降溫省電作法之使用規範、開始導入節能行動查核及分區降溫省電作法。 8. 導入節能行動查核及分區降溫省電作法之預期效益：節能、省電、減少碳排放。 9. 導入節能行動查核及分區降溫省電作法之挑戰：節能行動查核及分區降溫省電作法之品質、節能行動查核及分區降溫省電作法之價格、節能行動查核及分區降溫省電作法之使用規範。 10. 導入節能行動查核及分區降溫省電作法之建議：選擇品質優良之節能行動查核及分區降溫省電作法、與環境部門密切合作、制定節能行動查核及分區降溫省電作法之使用規範。 11. 導入節能行動查核及分區降溫省電作法之結論：節能行動查核及分區降溫省電作法是一種環保之設施，經銷商應積極導入節能行動查核及分區降溫省電作法，以減少能源消耗，並推動資源循環。

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 2025 年之在地採購比例為 38.26%。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	2022	2023	2024	2025
在地採購比例 (%)	46.5	39.66	39.54	38.26

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 年受疫情影响，在地採購比例較高

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 量產幸福」，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 2025 年全年，集團 FB 粉專粉絲數達 142,000 人，較 2024 年增加 24,000 人；集團 IG 頻道粉絲數達 6012 人，較 2024 年增加 3,413 人。
- (2) 集團公益系列影片：影片於社群 (FB&IG) 超過 1500 萬觀看人次，積極傳達集團公益理念

和泰汽車致力於將永續理念轉化為實際行動，自 2017 年起推動「8 小時有薪志工假」，並於 2019 年將此制度擴及集團內 20 家企業，鼓勵同仁於辦公時間投入社會服務。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。2025 年，和泰汽車同仁平均志工時數達到 7.8 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。

2025 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」	9	72	4	288
2	玩具愛分享「二手玩具回收」	5	150	4	600
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	5	50	4	200
5	喜憨兒烘焙教室	2	30	4	120
6	和泰集團淨灘減塑全台總動員	1	250	4	1,000
7	南投生多所一石虎棲地保育	2	80	8	640
8	和泰集團全台捐血串聯	1	150	1	150
9	和泰集團一車一樹植樹志工	1	120	4	480
10	玩具愛分享「傳愛背包志工」	1	45	8	360
11	台北動物園一行為豐富化道具製作	2	20	4	80
	總計	31	987		4,078



4.1

量產幸福：串聯公益與交通安全

4.9

萬趟

「量產幸福 移動公益」
累積捐贈接駁趟次

16.6

萬袋

2025 年和泰號捐血車募集捐血
血袋數

14

萬套

全台灣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 (原：移動公益幸福行動)

在台灣各角落仍有許多弱勢族群為「行」所困，例如偏鄉交通移動、就醫就學接送、社工緊急勤務救助等交通需求未被滿足，和泰集團運用本業共享移動服務(如 yoxi)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，2025 完成全台 8 個縣市(台北、新北、桃園、台中、台南、高雄、屏東縣、新竹縣)政府社會局 / 處公益接駁服務合作，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、等家寶實社會福利協會、喜憨兒社會福利基金會、佛教慈濟慈善事業基金會)合作，至 2025 年已捐贈約 4.9 萬趟的公益接駁服務；更導入了 iRent 提供多元的接駁服務模式繼續為有交通需求的弱勢族群提供安全、暖心的接送服務。

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。15 年來已累積捐贈近 14 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。2026 年和泰集團攜手和泰純青基金會，加入關係企業和安保險代理人、和泰產險、和潤企業、和運租車、和泰興業，和泰車體製造以及經銷商北都汽車、桃苗汽車、中部汽車、南都汽車與長源汽車共同響應，傾集團之力，共捐贈全台灣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新北市、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市、南投縣、台東縣、澎湖縣、金門縣、連江縣國小，也提供全台灣小及國中線上個別申請。為守護志工與學童交通安全，特別採用警用高等級材質研製導護裝備，大幅提升清晨與黃昏時段的辨識度，有效提醒駕駛人警覺並放慢車速。設計上更融合集團公益吉祥物「虎力」，以台灣原生動物石虎的意象，為專業裝備注入活潑童趣生命力，展現了和泰守護導護志工與學童安全的決心與對本土生態保育的重視。



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 162 萬名捐血人，募集超過 242 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「2025 和泰集團全台捐血串聯活動」，動員全台多輛和泰號捐血車，於台北、新北、桃園、台中、雲林、台南、高雄、宜蘭、花蓮等行政區內的 TOYOTA 營業所、GR Garage 林口、公園等處，設立共 14 處捐血站。號召和泰集團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 912 袋血，補充全台血庫、緩解缺血情況。2025 年所有和泰號捐血車已募集了 16 萬 6,110 袋的血液，佔本年度全國捐血量逾 6%。（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 (純青基金會)

和泰汽車於 2001 年起即與和泰純青社會福利基金會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 25 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

1,200 萬元

和泰公益夢想家公益實作基金
累積金額

6,925 萬元

捐贈汽車高科技教具及教材，累
積金額超過新台幣 6,925 萬元

3,900 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喜憨兒就業，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，近年更加强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，2025 年已邁入第七屆，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，七年來累計超過千組青年提案，陪伴超過 60 組團隊進行公益實作，持續穩定擴大支持青年，提供逾 1,200 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。

第七屆「和泰公益夢想家」依和泰汽車永續藍圖設計全新提案主題，倡議 M. O. V. E. 四大主軸，廣納全台大專院校、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」、「Social AED」、「SERT 社會福祉及社會企業公益信託循環基金」與「社團法人台灣公益團體自律聯盟」。

第七屆「和泰公益夢想家」實作過程中有三大亮點，希望提升青年自我探索培力，透過計劃引導青年看見自己與世界的關係，進一步找到希望解決的問題，再者，協助青年累積社會創新實作經驗，包含安排參與提升問題解決、邏輯思維軟實力的工作坊，以及參訪第一線的社會創新組織。最後加上豐沛的資源，包含多元領域業師一對一輔導諮詢、公益實作津貼等，陪伴青年透過約 6 個月的實作階段一步步完成夢想。



產官學豐沛資源 培育青年永續公益人才

第七屆和泰公益夢想家邀請多方專業領域評審，包含教育部青年發展署吳正煌組長、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、和泰汽車管理本部林裕昌協理、KPMG 安侯永續發展顧問股份有限公司黃正忠董事總經理，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、和泰永續課程等活動，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。



華山盛大登場 青年公益實作展覽

「第七屆和泰公益夢想家成果展覽」於華山文創園區舉辦，展覽聚焦青年公益成果，展現 10 組隊伍近一年的公益實作成果，以及安排永續領域業師與歷屆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，吸引近 1,800 位民眾到場參觀，期許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
 Mobility- 移動自由	履適步爽	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 萬秀孫文創股份有限公司 張瑞夫 執行長	人本『焦』通——焦灼的交通使用經驗 反思交通規劃與使用的落差，討論交通改造的核心理念，並讓使用者思考並展現心中理想的道路規劃。
 Openness- 社會共好	SAFII	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 社團法人台灣 I-LIFE 國際行動協會 賴雷娜 創辦人	智慧守護 App SAFII：Safe for Every “I” 打造女性專屬的安全守護網，從被動強制保護轉向主動自救，實現「安心被看見」的願景。
	友膳食嚙家	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 日裏文創事業有限公司 黃子軒 共同創辦人	智慧化質地飲食照護平台——以 AI 與 LINE 打造高齡友善飲食支持系統 開發智慧化質地飲食照護平台，解決長者進食困難、照顧者備餐困難讓長輩重新享受用餐快樂，減輕壓力照護者壓力。
	神隊友充電站	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 萬秀孫文創股份有限公司 張瑞夫 執行長	情緒安定 × 家庭支持：神隊友充電站心理支持行動 以 Podcast 與 LINE 語音任務結合實體早餐會，讓爸爸在行車時練習情緒覺察與家庭溝通，轉化車內為心理充電站。
	悅谷生活圈	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 多扶事業股份有限公司 劉亦中 副總經理	臺灣偏鄉藥事支援行動 以藥師為核心、社區為網絡，結合營養師共學與長者專長交流，讓健康議題成為社會連結的新日常。
	達文嚕咖啡	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 銀色大門事業股份有限公司 孫士嫻 執行長	不只飯飯之交 - 《新的早晨，武動廚房》 前往台東縣海端鄉新武國小進行飲食教育體驗營，以達成建立部落孩童吃早餐與健康飲食習慣之目標。
 Value- 人才價值	Teach for the future	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 社團法人國際技能發展協會 黃偉翔 執行長	AI Odyssey：AI 素養的遊戲化實踐之旅 為國中生設計遊戲化 AI 素養學習平台。讓學生在遊戲中親手訓練 AI，從玩樂中啟發用 AI 解決問題的動機。
	實習通	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 社團法人國際技能發展協會 黃偉翔 執行長	實習通職涯發展平台 打造學生專屬實習平台，整合職缺、即時討論、人脈拓展與評價機制，協助學生探索職涯、精準媒合企業。
 Eco- 環境友善	維修聊天室	學習家股份有限公司 羊正鈺 創辦人 銀色大門事業股份有限公司 孫士嫻 執行長	社區扶助家電創生：新竹定點維修與教學 在新竹據點導入家電檢測分流、現場維修與維修教學，賦予舊物新生命亦創造社區交流空間。

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）。兩日的課程理論與實務兼具，包含 2025 全新活動企劃：「職場專案簡報課程及實作」銜接校園與職場，將帶領學員從架構思考到簡報呈現，完整體驗企業提案的真實流程，提升溝通簡報實力。除傳授企業管理祕訣、TOYOTA、LEXUS、HINO 品牌經營與車款導入的實戰經驗、豐田價值觀外，更安排現地參訪營業據點，讓學員親身體驗顧客尊榮服務。TOYOTA WAY 菁英研習營活動至今已舉辦 5 屆，累積超過 3,900 人次報名，參加人數共約 500 多位。



4.2.3 支援技能競賽

和泰汽車長期攜手經銷商投入國家級技術職能競賽，致力於台灣汽車修護人才的育成。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。2025 年我們持續贊助第 55 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 55 屆全國技能競賽支援



2025 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 33 所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 6,925 萬元培育更多人才。

T-TEP 學校教育器材捐贈

	2022	2023	2024	2025
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、焊接機及防護裝配各 2 套等器材	bZ4X 車型變速箱單體 1 個、PRIUS 車型含變壓器轉換器總成 1 個及冷氣壓縮機 4 個、SIENNA 車型變速箱 1 個、水性塗料噴槍 4 支、交直流鉤表 1 個等器材
捐贈器材金額 (新台幣元)	8,290,000	4,314,320	530,000	743,000

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：33 所 T-TEP 學校，4,892 師生加入社團，每月約 20 則 PO 文分享，技職資訊交流熱絡。



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 33 所 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。



【2025 研修課程】

舉辦單位	對象	主題	花絮照片
和泰汽車	上半年	汽車技術類技能競賽專題分享、BEV 電池拆裝實務 & 新式 UV 塗裝簡介 (共 27 名教師參加)	 
	下半年	汽車板金類技能競賽專題分享 & 國瑞汽車中壢廠小型車製造流程實務簡介 (共 31 名教師參加)	 
豐田各經銷商	T-TEP 學校師生	定期保養及油電車組件介紹等課程項目	 

T-TEP 合作學校

下表內容為 33 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					澎湖海事		
惇敘工商							

4.3 攜手共好 美好台灣

535 噸

收集二手玩具並利用再生，
累計至 2025 年底已超過 535 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

4.9

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，整合集團各事業體資源，長期支持新竹縣嘉興國小及桃山國小之泰雅族兒童合唱團。透過音樂培育結合多元學習與生活體驗，陪伴偏鄉學童在成長歷程中拓展視野，縮短教育與資源落差，促進其自我發展並啟發對未來的想像。

2025 年和泰集團持續攜手和泰純青基金會投入各項資源，其中車美仕捐助 50 萬元出國經費，支持「原夢代表隊」嘉興國小合唱團（拿戶依 & 馬胎合唱團）前往 7 月東京國際合唱比賽。嘉興國小於日本國際合唱大賽，榮獲 13 歲及 18 歲以下兒童合唱組雙金質獎；並於接下來的台北國際合唱大賽，奪得兒少組與民謠組雙金質獎，同時獲大會特別獎「王道之星」，見證孩子們傲人的歌唱實力。返國後，和泰集團於 2025 年 9 月於車美仕舉辦「原夢代表隊」感謝儀式，感謝集團投入資源支持原民合唱團，並肯定孩子們的努力與成長歷程。



和泰集團透過資源整合，持續為「原夢代表隊」創造多元舞台，讓偏鄉學童能累積更多演出經驗。2025 年，嘉興國小及桃山國小分別於和泰集團淨灘活動與 HINO GO 潮派活動中演出，展現音樂學習成果，也促進大眾對偏鄉議題的關注。



和泰集團「原夢代表隊」帶領泰雅小朋友拓展視野，連續 4 年舉辦「學涯體驗營及寄宿家庭活動」，2025 年規劃嘉興及桃山國小參訪關係企業 - 長源汽車，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，吸引眾多 15 歲以下的兒童及青少年參賽，為全台著名的兒童國際繪畫賽事。2025 年第 18 屆 TOYOTA 全球夢想車創意繪畫大賽於台灣共吸引超過 2.5 萬件作品參賽，全球各地收到約有 66 萬件投稿。其中，台灣更首次於全球大賽中有 2 位學童獲得世界大獎，雙雙榮獲最佳入圍獎，為台灣寫下亮眼成績。TOYOTA 未來將持續推動夢想車繪畫大賽，鼓勵學童勇於描繪心中的夢想車款，用創意與想像力感動世界，並傳遞對未來交通的美好想像。



全球大賽 12 至 15 歲組最佳入圍獎：王元宗同學作品《地震救援車》



全球大賽 7 歲以下組最佳入圍獎：顏德安同學作品《宇宙火箭車》

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 2025 年累計採購金額逾 6,158 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，例如 LEXUS MY FILM 短影片競賽，鼓勵年輕創作者揮灑創意；更連續七年與台北市政府、VOGUE 攜手贊助年度時尚盛會《2025 臺北時裝週 x VOGUE Fashion Romantasy》，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」，全新主題《LEXUS 小小智能造車王》結合程式設計、動手實作與車輛安全科技模擬，透過英國 BBC 研發、全球廣泛使用的 micro:bit 微型晶片，結合 LEXUS 專屬教材，帶領學員在玩中學、做中學，從零開始打造屬於自己的專屬智能小車，體現 STEAM 教育的精神與價值。



TOYOTA 長期用行動支持各類型音樂活動，包括贊助《hito 流行音樂頒獎典禮》、大型演唱會等流行音樂盛事，以及《2025 春浪音樂節》—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 TOYOTA 也支持台灣體壇發展，2025 年持續贊助 TPBL 新北中信特攻籃球隊，攜手推廣籃球運動，並首次冠名贊助《2025 斯巴達障礙跑競賽》，觸及健身族群，傳遞 TOYOTA 品牌的熱血運動魂。



4.3.5 台灣原生動物守護計畫

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。2025 年「台灣原生動物守護計畫」達成五年里程碑，與知名插畫家合作推出石虎保育動畫《[名偵探來貓：石家莊神秘事件簿](#)》，使用寓教於樂方式喚起民眾對於原生石虎的保育意識，於 YT / IG / FB 等三平台已累積超過 1,500 萬次觀看；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，2025 年進行更新系統，將石虎於導航圖資中獨立顯示，顯示對石虎保育的重點關注，累計超過 22.7 萬車主一同守護台灣石虎及其他珍貴動物；和泰汽車亦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，及 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，三台車輛實際出勤次數逾千趟，協助野生動物救援與保育巡迴教育移動；與生多所共同舉行「保育我最行 一起平安歸」特展，至今已累計近 5 萬人參觀展覽，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。2025 單年度共 4,068 人參與，累計至 2025 年已舉辦 134 場次，累積超過 4.9 萬人次共襄盛舉。

年度	2009~2012	2013~2017	2018~2020	2021~2025
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
累計場次	32 場	36 場	25 場	41 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 2025 年底已有超過 535 噸之多，相當於 137,871 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 38 萬名的民眾共同參與，和泰並將 2018~2025 年活動報名費新台幣 196 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 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 3.5 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。

2025 年也於新北金山中角灣海岸舉辦「TOYOTA 一車一樹 100 萬棵植樹達成紀念活動」，邀請啦啦隊女神禾羽擔任植樹大使，與超過百位車主及民眾於海岸線種下近 2,000 株樹苗。本次種植主要以台灣原生種林投為主，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 2025 年底，已經種植累積 100 萬棵樹，種下的樹木遍及台灣沿海個縣市及離島地區。

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。





新北市中角灣植樹活動



一車一樹 100 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 96 場次，超過 6.4 萬人次參與。2025 年持續舉辦，讓環境能夠永續經營。活動於全台 16 處海灘同時進行，共清理出近 2.2 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 / 國中 / 高中環保減塑教育，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

14.7 小時

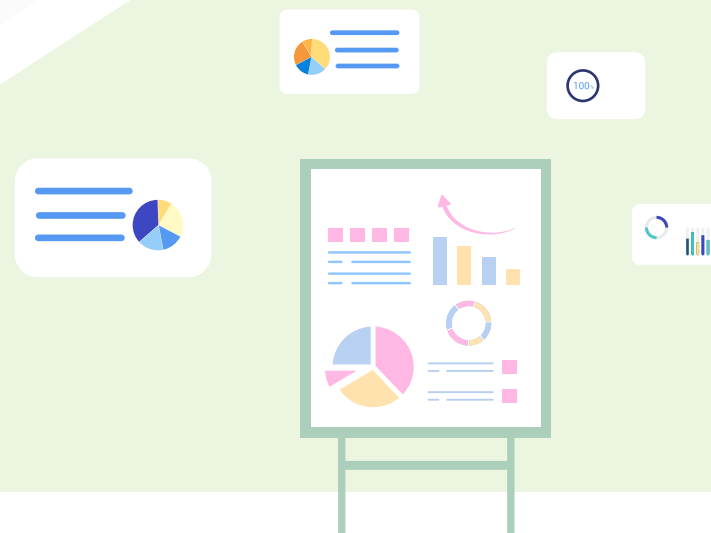
全體平均訓練時數

100%

2025 年育嬰留停復職率

93.6%

2025 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 2025 年底，和泰汽車共有 19 個社團，涵蓋運動、學術研究及聯誼等多元類型，旨在增進員工專業技能、調劑身心並提升工作效率。同時，亦建置內部活動資訊平台，讓同仁即時了解各社團的活動內容與成果，吸引更多同仁參與，進而在工作中激發更多創造力。



單車社



單車社

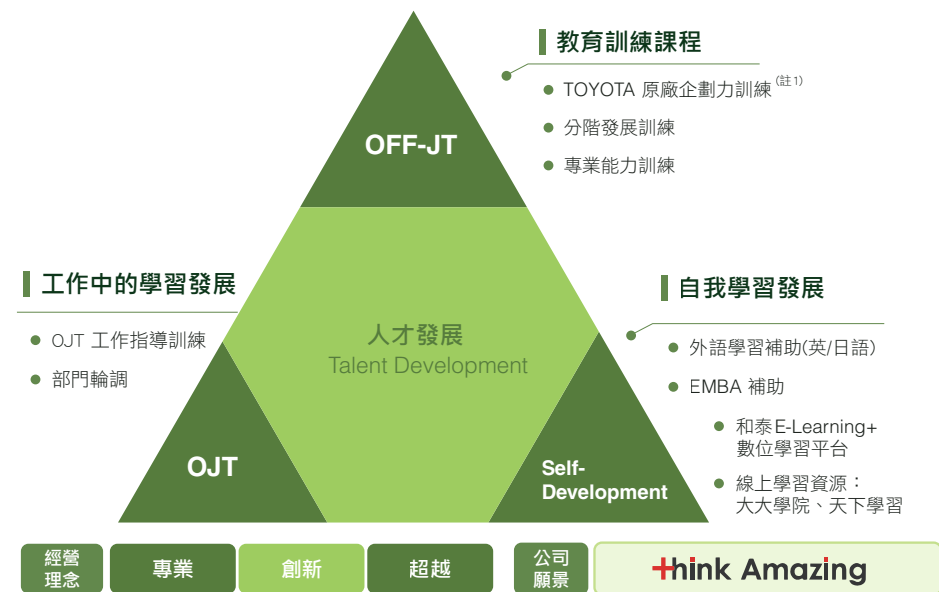


手作社

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 Job Training，簡稱 OJT）」、「教育訓練課程（Off 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、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，透過完整的新人訓練與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	年度新人教育
- 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、年度新人教育前，需完成職場／和泰相關的線上影音課程約 5 堂。 - 年度新人教育：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。 - 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。

2025 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
14.42	15.07		14.7
主管職	平均時數 - 男	平均時數 - 女	該類平均
高階主管	13.11	-	13.11
中階主管	33.91	41.18	35.47
基層主管	17.50	19.43	18.3
合計	20.52	23.15	21.28
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	11.46	18.59	14.04
高級專員 / 組長	13.18	12.21	12.72
專員 / 班長 / 辦事員 / 練習生 / 司機 / 守衛 / 護理師 / 派遣人員	11.01	12.94	12.18
合計	12.26	13.76	12.97

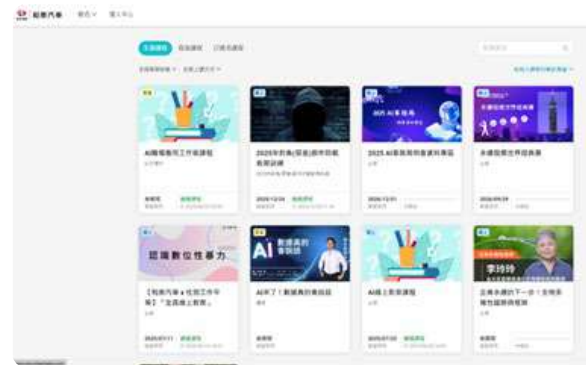
訓練時數統計含實體課程與線上同步直播課程

公司全體人員男女比例約 1.4:1 (2025/12/31 正職員工人數 (含借調)：587 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，「和泰 E-Learning+」線上學習平台 2025 年度共上架約 8 堂課程，共 57 支影片，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+	- 本年度共上架 8 堂影音課程，共 57 隻影片 - 完訓人數：567 人次。
大大學院	大大學院：3 堂課程、完成觀看數 51 人次。
天下學習	天下學習：1 堂課程，完成觀看數 497 人次

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

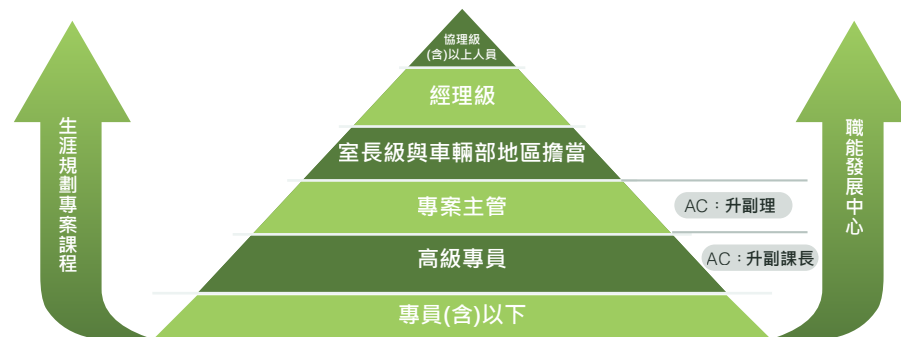


【主管培訓體系】



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 (2025 年)



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，範圍涵蓋和泰全職員工比例 100%，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 < 總務提供清潔工 & 守衛人數 >

2025 年的員工總數為 587 人，男性與女性員工之平均比例約為 1.3:1，皆為正職與全職人員。年齡組成的分布上，以 30 歲以上未滿 50 歲比率最高，占 49.06%；依主管 / 非主管區分，有 25.70% 為主管職。2025 年暑期實習生共有 17 位、長期實習生共有 3 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 2024 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	永久聘雇員工 (或稱不定期契約勞工)	333	56.7%	254	43.3%	425	88	74
	臨時員工 (或稱定期契約員工)	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0
	無時數保證的員工 (或稱零工經濟者)	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0
聘僱性質	全職 (或稱全時勞工)	333	56.7%	254	43.3%	425	88	74
	兼職 (或稱部分工時勞工)	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0

註 1：員工人數統計至 2025 年 12 月 31 日止，以實際員工人數統計計算。

註 2：統計涵蓋範圍為和泰汽車總公司、新莊及楊梅園區。

註 3：報導期間內及報導期間與前期比較，員工人數沒有重大顯著波動。

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)	22	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%	20	90.9%
	中階 (經理級)	22	78.6%	6	21.4%	0	0.0%	10	35.7%	18	64.3%
	基層 (室長級、副理)	41	58.6%	29	41.4%	0	0.0%	50	71.4%	20	28.6%
非主管職	課長、副課長 (含技監、副技監)	80	64.0%	45	36.0%	2	1.6%	65	52.0%	58	46.4%
	高級專員 (含組長)	123	52.1%	113	47.9%	59	25.0%	104	44.1%	73	30.9%
	專員 (含以下)	45	42.5%	61	57.5%	21	19.8%	26	24.5%	59	55.7%
總計		333	56.7%	254	43.3%	82	14.0%	257	43.8%	248	42.2%

和泰汽車 2025 年共聘僱 37 位新人，佔全體員工的 6.3%，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

		2022		2023		2024		2025	
		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%		6.7%		8.1%		6.3%	
依性別	男	14	2.5%	19	3.4%	24	4.1%	20	3.4%
	女	18	3.2%	19	3.4%	23	4.0%	17	2.9%
依地區	總公司	29	5.2%	32	5.6%	36	6.2%	30	5.1%
	新莊	1	0.2%	3	0.5%	7	1.2%	6	1.0%
	楊梅	2	0.4%	3	0.5%	4	0.7%	1	0.2%
依年齡	未滿 30 歲	19	3.4%	30	5.3%	34	5.9%	27	4.6%
	30 歲 (含) - 未滿 50 歲	12	2.1%	8	1.4%	12	2.1%	9	1.5%
	50 歲 (含) 以上	1	0.2%	0	0.0%	1	0.2%	1	0.2%

中高階管理階層聘用當地居民統計

		2022		2023		2024		2025	
		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	38	86.4%	36	85.7%	40	85.1%	40	80%
	女	3	6.8%	3	7.1%	4	8.5%	6	12%
合計		41	93.2%	39	92.8%	44	93.6%	46	92%

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 3.78%，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		2022		2023		2024		2025	
		占全體員工比率 (%)	離職人數	占全體員工比率 (%)	離職人數	占全體員工比率 (%)	離職人數	占全體員工比率 (%)	離職人數
離職率 (%)		3.37%		4.60%		3.84%		2.90%	
依性別	男	6	1.1%	15	2.6%	15	2.6%	12	2.1%
	女	13	2.3%	11	1.9%	7	1.2%	5	0.9%
依地區	總公司	18	3.2%	23	4.1%	17	3.0%	13	2.3%
	新莊	0	0.0%	2	0.4%	3	0.5%	4	0.7%
	楊梅	1	0.2%	1	0.2%	2	0.3%	0	0.0%
依年齡	未滿 30 歲	11	2.0%	6	1.1%	9	1.6%	8	1.4%
	30 歲 (含) - 未滿 50 歲	8	1.4%	20	3.5%	11	1.9%	7	1.2%
	50 歲 (含) 以上	0	0.0%	0	0.0%	2	0.3%	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。

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，每次於會議結束後皆會將會議紀錄寄至全公司，覆蓋總員工人數為百分之百。2025 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 2025 年起全員固定薪資提升 10%，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。

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 2025 年起全員固定薪資提升 10%，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「一日有新健檢假」，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 1.54 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 2025 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 546 人及 2,680 仟元。

年度	2024	2025	變化比率 (%)
非擔任主管職務之全時員工人數	536	546	1.86
薪資平均數 (仟元)	2,677	2,680	0.11
薪資中位數 (仟元)	2,103	2,157	2.57

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)	
		2024	2025	2024	2025
主管職	高階 (協理)	-	-	-	-
	中階 (經理)	0.96	0.97	0.98	1.03
	基層 (室長)	0.99	0.96	1.05	0.99
非主管職	課長、副課長 (含技監、副技監)	0.95	0.95	0.94	0.92
	高級專員 (含組長)	0.94	0.96	0.93	1.01
	專員 (含以下)	1.00	0.98	1.03	0.94

註：報酬係指月薪；酬金係指報酬 + 酬勞 (獎金)；2024 及 2025 年未有女性高階主管。

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	2025 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)

合計			
2022	2023	2024	2025
141,852,549	167,636,142	176,236,427	186,484,493
 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，2025 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。

2025 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	19	13	32
當年度實際申請育嬰留停人數	0	1	1
育嬰留停預計於當年度復職人數	0	0	0
當年度育嬰留停復職人數	0	2	2
前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數	1	3	4
前一年休完育嬰留停的復職人數	1	3	4
育嬰留停申請率 (%)	N/A	7.7	3.1
育嬰留停復職率 (%)	N/A	100	100
育嬰留停留任率 (%)	100	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 2025 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：

和泰汽車 職業安全 衛生政策



恪守法規

致力遵守職安法規，促進工作環境安全。



風險防範

全面辨識風險危害，預防職業傷害疾病。



全體參與

進行內外溝通傳達，建立全員職安意識。



持續改善

不斷檢視職安成效，確保企業永續經營。

職業安全衛生管理系統與全員參與

(1) 國際標準體系與全方位覆蓋

和泰汽車致力於建構最高規格的職場安全守護網，自 2018 年導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，並自 2019 年起持續通過第三方國際機構驗證。驗證範疇全面覆蓋台北總公司、新莊綜合園區、楊梅物流中心、台中副倉及高雄仁武副倉等五大核心據點。本公司秉持「全員守護」原則，管理範疇不僅納入全體員工，亦涵蓋非員工工作者（含派遣夥伴 27 人、常駐承攬 182 人），管理系統覆蓋率與內外部稽核達成率均為 100%。透過年度定期審驗，確保系統運作之合規性與有效性，落實對所有工作者的安全承諾。



台北總公司



新莊教學園區



楊梅主倉庫



台中副倉庫



高雄副倉庫



(2) 系統化運作與種子人員機制

本公司關聯部門設立「ISO 擔當人員」，經訓練後協同執行風險管控（危害鑑別、法規確認）、系統維護（文件修訂、內外稽核）及管理審查。透過 PDCA 循環將職安知能深化至日常作業，實現工作環境的動態優化與持續改善。

(3) 利害關係人議合與期望管理

本公司重視多元利害關係人的參與，除精準接軌政府職安政策與產業趨勢外，更建立常態化溝通機制。每年定期發起「職安衛需求與期望調查」，對象廣納：①內部同仁：獲取第一線作業環境回饋，②價值鏈夥伴：納入關係企業、經銷商及常駐承攬商之需求。透過整合政府方針與利害關係人的實務建議，本公司將各方回饋轉化為優化作業環境與精進安全管理政策之重要依據，攜手夥伴共創安全雙贏。

職業安全衛生委員會

和泰汽車依法設置職業安全衛生委員會，由總經理親自擔任主任委員，展現由上而下的管理承諾。委員會由各據點主管及勞工代表共 19 名成員組成，其中勞工代表共 8 員，占比達 42%，優於法定三分之一門檻，確保基層同仁的聲音具備實質決策影響力。本委員會每三個月定期召開會議，共同審議、協調與督導職安衛政策之落實。為精進委員之專業素養與決策品質，每年特聘專業講師，針對最新職安衛趨勢、法規演進或特定風險議題講授專業課程，確保領導層與勞方代表能接軌職安新知。此外，本公司建立全方位的溝通渠道，確保所有工作者（含員工、派遣及承攬人員）皆可透過職安衛專屬信箱、勞工代表、服務專線或親臨辦公室反映議題。透過「議題納入議案、回饋轉化行動」的機制，我們將利害關係人的期望轉化為具體的管理成效，持續驅動作業環境的優化與革新。



委員審議職業安全衛生議題

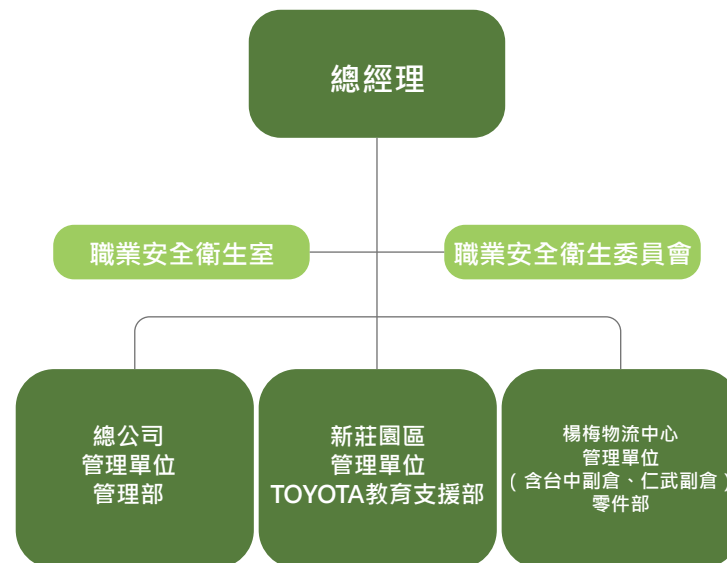


議題討論



講師說明企業職安法律責任

【職業安全衛生委員會組織架構】



推動夥伴安全共好，落實職安資源共享

和泰汽車秉持「職場安全，永續經營」之核心理念，將職業安全衛生管理體系由內而外延伸，積極帶動集團關係企業及經銷商夥伴共同參與，戮力打造安心可靠的工作環境。為極大化職安資源效益，本公司透過「職業安全衛生管理課程共享機制」，將專業培訓資源錄製數位化，提供集團全體同仁與夥伴彈性修習、跨域共享。藉由知識傳承與知能提升，攜手價值鏈夥伴強化職場安全韌性，以具體行動實踐 ESG 企業永續承諾，達成共榮發展之目標。

5.3.2 建構職場保護

員工健康守護

和泰汽車視同仁健康為企業永續經營之基石。為落實職場健康管理，本公司優於法規每年提供健康檢查補助，對象涵蓋全體正職員工及派遣夥伴。同仁可視個人健康狀態與需求，於多元健檢套組中彈性選擇；2025 年起，更進一步提升健檢補助額度，賦予同仁更程度的自主規劃空間，深化個人化健康管理之成效。為推動「預防勝於治療」之觀念，鼓勵同仁及早完成檢查以利追蹤異常項目，本公司特別規劃「早鳥健檢抽獎活動」，有效帶動員工參與意願。近年來，同仁健檢參與率呈現穩定成長趨勢，由 2021 年的 89% 逐年攀升，至 2024 年與 2025 年已達成 93.6% 之高參與率，充分體現同仁對自我健康的重視及公司健康政策之成效。針對從事特別危害健康作業之人員，本公司每年定期辦理特殊健康檢查，並建立完善的後續追蹤流程。檢查結果如為三級管理以上將立即啟動守護機制，由職業醫學科專科醫師進行個人訪談與作業現場評估，依據醫師建議採取危害控制措施，包括但不限於調整工作內容或縮短工時，以確保同仁健康權益。2025 年特殊健康檢查全體受檢人員均無三級以上之異常狀況。

【各級別健康檢查額度表】

級別	年齡	2025 健檢額度
B 級	≤ 39 歲	3,500
A 級	≥ 40 歲	18,000
經理、副理、室長級	≤ 39 歲	18,000
	≥ 40 歲	23,000
協理級(含)以上	無設定	40,000

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。2025 年以「守護血管，健康九九」為主題，設計相關的健康促進活動，包含：健康講座、健康測量、減重班、戒菸班、心血管專科諮詢、增肌減脂運動班、線上運動會等，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）。



2025 年健康管理 & 健康促進活動

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 & 家醫雙專科醫師進行臨場健康一對一門診諮詢服務	24	125
線上運動會	導入運動競賽 App 舉辦全員線上運動競賽，營造同仁持續運動的動力與氛圍	3	528
健康專題班	開設增肌班、減重班、戒菸班，從多面向支持同仁健康管理，強化整體身心健康	7	94
諮詢檢測活動	透過心血管遠距諮詢門診、InBody 身體組成分析、人因桌邊檢視及足壓檢測等措施，從預防醫學與作業風險管理角度出發，協助同仁掌握個人健康狀況，降低慢性疾病及肌肉骨骼不適風險	28	876
健康講座	規劃各式健康講座，強化員工健康素養與預防觀念，協助員工辨識常見健康與人因風險，降低職場壓力與身體負荷；講座主題包含舒壓管理、抗老保健及人因危害預防等	11	473
流感疫苗到站施打	為維護同仁健康並提升整體群體保護力，委請特約醫療診所進駐公司設站，提供自費流感疫苗接種服務，並開放關係企業員工及員眷共同參與，以擴大健康防護效益。	2	175



醫師臨場服務



健康講座



健康專題班



INBODY 量測

落實職業安全衛生四大計畫：精準預防與溫暖照護

和泰汽車秉持「預防勝於治療」之精神，系統化推動職業安全衛生四大計畫，透過主動辨識潛在風險因子，於危害演變成傷害前落實預防阻斷。

- (1) 人因、過勞預防之健康風險辨識與主動干預：本公司依肌肉骨骼症狀調查、異常工作負荷問卷篩選出需關懷之個案，安排醫護訪談與諮詢，主動消除潛在風險因子；2025 年評估共 70 位具潛在風險者，皆已展開對應措施。
- (2) 職場不法侵害預防：接軌勞動部 2025 年 2 月最新修訂之《執行職務遭受不法侵害預防指引（第四版）》，啟動全面性升級作為，致力將風險降至最低：



面向	措施
制度優化	修訂內部管理程序，並盤點更新事件處理資源。
宣示與溝通	更新並公告由董事長親自簽署之「禁止職場不法侵害聲明」（含樣態說明、通報管道），強化全員守法意識。
場域檢點	針對工作場所配置進行安全與風險評估，並檢視工作設計及人力配置之適切性，以預防職場不法侵害事件發生。
培訓賦能	分別辦理主管與同仁之專項教育訓練，建構相互尊重之職場文化。

- (3) 母性健康保護：本公司建構完善的母性健康保護體系，職安室於接獲孕期通報後立即啟動關懷流程，進行個別化工作危害辨識與評估，確認風險等級並提供衛教諮詢，並告知每位同仁有 2,000 元孕期補給品補助金，2025 年度總計核准 3 件申請，以實質資源補貼妊娠員工。
- (4) 友善哺乳環境與外部肯定：各據點均設有溫馨、私密的哺集乳室，為產後返職媽咪提供支持。其中，台北總公司哺集乳室榮獲台北市政府衛生局「特優」評鑑肯定（標章有效期至 115 年），具體體現本公司在營造友善職場與支持員工育兒發展上的卓越表現。

5.3.3 風險管理預防

危害辨識、風險評估與控制

和泰汽車致力於建構主動預防的安全文化，透過系統化的危害辨識與風險評估機制，確保工作環境之潛在風險獲得有效管控。

- (1) 專業培訓與全員參與：由受過訓練之「ISO 擔當人員」每年針對部門之工作流程、設施設備及環境執行性風險清查。評估指標結合「嚴重度」與「可能性」之矩陣進行風險分級。
- (2) 分級管控與改善對策：風險由嚴重性 (S) 與可能性 (P) 之風險矩陣對應等級分為 5 級，評估標準與對應管制措施如下：

【風險矩陣】

風險等級		後果可能性				
		P5 (極可能)	P4 (較有可能)	P3 (有可能)	P2 (不太可能)	P1 (非常不可能)
後果嚴重性	S5(極端)	5	5	4	3	2
	S4(重大)	5	4	3	2	1
	S3(高度)	4	3	2	2	1
	S2(中度)	3	2	2	2	1
	S1(輕度)	2	1	1	1	1

【風險分級與因應對策】

風險等級	風險性質	因應對策
5	非常高度風險（高風險事項）	立即檢討現有保護措施完整性，且儘速進行改善
4	高度風險（高風險事項）	立即檢討現有保護措施完整性，且於合理期限進行改善
3	中高度風險（暫時接受風險）	暫時可接受，但需要注意是否具更有效之風險控制措施
2	中度風險（暫時接受風險）	暫時可接受，留意現有控制措施有效性
1	低度風險（可接受風險）	可接受

評估結果採取分級管理措施，並遵循「風險控制層級」之優先順序（消除 ► 取代 ► 工程改善 ► 行政管理 ► 個人防護具），尋求最佳化風險降減方案，風險屬 4-5 之高風險事項將立即啟動改善對策並納入年度目標管理方案持續追蹤；凡遇有作業變更、新增活動或異常事件發生，即重新執行動態風險評估，確保管理機制與時俱進。

(3) 風險管控績效：2025 年度危害辨識與風險評估共計執行 1,466 項，具體成效如下：

- 高度風險管控：經評估屬高風險共 2 項（均為墜落危害風險），已全數列入年度重點管理方案，預計於 2026 年第 2 季前完成改善。
- 持續改善機會點：辨識出 3 項非高風險之改善機會（人因性危害與火災應變），已完成相關主題之優化推動，提升整體防護韌性。



採購與供應商 / 承攬商管理

和泰汽車將職場安全理念延伸至價值鏈，透過嚴謹的採購審核與承攬商管理機制，攜手夥伴共同建構安全的工作環境。

- (1) 職安衛採購管理：為確保購入品項之適法性與安全性，本公司依循《職安衛採購管理作業標準》落實風險管控：
 - 先期審核：針對與職安衛相關之採購標的，由請 / 採購單位於事前會簽職業安全衛生室，提供合規建議與技術評估。
 - 適法驗收：依循安全標準進行驗收程序，確保購入之設施設備、化學品、防護具…等均符合法規要求與安全規範。
- (2) 承攬商安全管理：針對一般承攬商及長期駐場夥伴，本公司依據《承攬商安全衛生管理作業標準》落實全流程管理：

機制	執行方式
事前準入審查	合作前適性確認，包含審核重大職災紀錄、作業人員清冊及勞保 / 工程意外險證明，確保夥伴具備基本風險保障能力。
危害告知	作業人員入場前一律須完成危害告知與安全宣導，確保其充分知悉職安規定及工作場域風險。
協議組織與現場協調	屬共同作業性質者，於開工前及作業期間定期召開協議組織會議，強化指揮、協調與連繫；並要求承攬商須指派場所負責人於現場督導安全事項。
動態管控與年度評價	作業期間實施管制作業與現場稽核，並每年辦理供應商評價，將職安衛管理能力納入長期合作之評選指標。

- (3) 以「採購審核」與「承攬管理」從源頭及入場作業雙管齊下，確保作業環境與人員安全；於採購機械設備、化學品前進行事前風險評估與安全審查以防杜潛在危害，搭配工程與勞務發包之安全規範、事前危害告知、危險作業管制及廠商評鑑等承攬管理機制，兩者緊密結合以實踐供應鏈責任與全面風險控管的關鍵機制；2025 年度各單位提出之職安衛採購審核需求與承攬管理案件受理件數共 84 件，由職業安全衛生室協助擔當確認管制項目皆符合運作管制規範。

變更管理

本公司秉持「預防優於改善」之安全管理理念，建立變更管理之作業原則，於在新的作業流程、設備或原物料導入過程中，納入職安衛評估機制，於變更初期即識別潛在風險並採取因應措施。

- (1) 機械設備安全考量：於新設備採購及導入階段，即納入安全性評估考量，優先選用具備基本安全防護設計之設備，並依實際作業環境需要，規劃適當之防護或改善措施，以提升作業安全性。
- (2) 化學品源頭管理：針對新導入之化學原料，進行基本危害辨識與管理評估，於可行情況下優先選用相對低危害性之物質，落實化學品風險降低之管理原則，以維護人員健康並減少對工作環境之影響。

透過上述作法，持續強化變更管理能力，朝向更完善之職場安全管理體系邁進；2025 年度變更管理評估案件受理件數共 6 件，確認變更事項未產生不可接受風險，及已完成相關對應措施（視案件型態需求，如：教育訓練、職安法規符合性確認…等）。

化學品管理與作業環境監測

和泰汽車重視工作場所的化學品安全，透過「環境工程管控」與「個人防護強化」雙重防線，致力落實職場健康防護。

- (1) 系統化化學品風險管理：本公司針對化學品導入完整的危害通識與重點管理機制，確保所有化學物質之運作均符合安全規範。

機制	執行方式
危害通識與透明化	落實 GHS 化學品標示與定期盤點並更新化學品清單，作業場域均備有安全資料表，確保同仁能即時獲取危害資訊。
高風險重點管控	針對高危害或高運作量之「優先管理化學品」，每年依法完成申報，落實高風險化學品之重點監控。
源頭防護與工程控制	化學品作業區設置整體換氣及局部排氣裝置，透過工程手段有效排除有害氣體，降低環境暴露風險。
呼吸防護計畫	依據作業特性配發個人防護具，並針對呼吸防護具實施教育訓練、密合度測試及生理評估，確保裝備有效性與適用性。

- (2) 作業環境監測與成效：為確保作業環境維持良好水準，每半年委託勞動部認可之專業監測機構執行環境監測，掌握危害因子之逸散情形。

- 專業嚴謹流程：監測計畫書經外部職業衛生技師簽證，並於執行前召開監測評估小組會議，確保採樣點位與頻率之最適性。
- 全方位監測項目：監測範疇涵蓋有機溶劑、粉塵、特定化學物質、錳及噪音。
- 100% 合規：2025 年所有作業環境監測結果均低於法規容許濃度標準，確保同仁在安全無虞的環境中工作。



暴露採樣



定量密合度測試



呼吸防護教育訓練



數位化職安法規管理與合規監測

為確保職安衛相關推動精準接軌法規趨勢，和泰汽車運用智能法規查核系統，落實系統化的職安衛法規監測從「即時異動監控」到「精準風險查核」的全面自動化流程。藉由系統化的查核任務分派落實權責管理，並透過查核證據與歷程集中管理，確保管理軌跡透明完整，從源頭落實法規防禦，為本公司職安法遵作業提供堅實後盾。

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。

2025 年風險預防措施

專案	內容
大樓火災緊急應變能力提升措施	總務室因應市區商辦場域實體滅火訓練受限，導入 VR 模擬系統，透過沉浸式演練與數據回饋，精準識別並強化人員操作弱點，建構數位化、高效率的職場應變韌性
職安意識提升圖像化宣導	突破傳統文字藩籬、解決法規生硬痛點，將硬梆梆規範搭配 AI 工具創意，轉化成漫畫方式進行宣導，提升閱讀意願與理解程度。
新莊茶水間整修專案	裝修茶水間改善流理台高度，減少檯面偏低需彎腰之肌肉骨骼負擔，同步優化工作環境提升人員整體舒適度。
楊梅園區道路人行道鋪設改善	楊梅園區辦公室通往餐廳 / 宿舍之道路劃設人車分道之專屬人行道，降低人車交錯風險。
公共危險物品存量及時控管優化	為即時掌握公共危險物品管制，零件部建置公共危險物品管制數位化系統，每週系統自動派發報表。
人因性危害預防專案	為有效降低重複性作業或姿勢不良引發之肌肉骨骼危害，本公司透過「專家入場」與「個人化改善」兩大策略，落實人因性危害預防計畫： 1. 安排專職物理治療師進行桌邊檢視，針對同仁工作姿勢、電腦排布提供個別化修正建議。 2. 針對零件部倉儲作業特性導入足壓檢測與護腰衣評估，提供更精準的建議與護具選擇。 3. 舉辦人因危害預防專題講座，提升同仁自我防護意識與伸展知能，由源頭降低職場人因風險。



VR 模擬滅火系統



職安衛宣導漫畫



人因 - 桌邊檢視



人因 - 足壓檢測

職業安全衛生證照與教育訓練

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 115 張，2025 年須回訓證照計 16 張，皆已完成訓練，如期展延。2025 年職安相關教育訓練參訓人數總計 222 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	防火管理人	有害作業主管	急救人員	AED 管理員	保安監督人	保安檢查員
數量	3	10	1	2	3	38	5	20	25	5	1	1

【各類型職業安全衛生教育訓練人次統計】

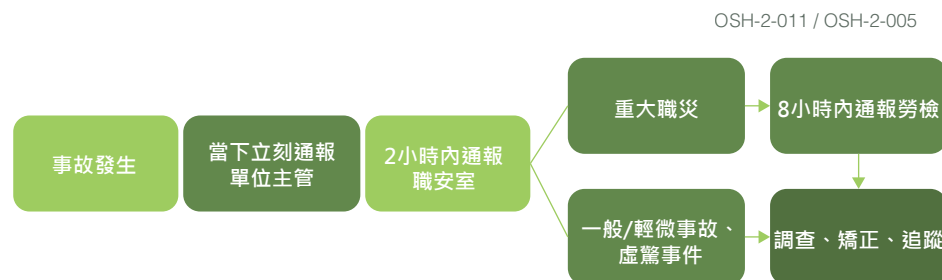
類型	教育訓練名稱	訓練人次
一般安全衛生類	新進人員一般安全衛生教育訓練 (含派遣與實習生)	70
	化學品危害通識教育訓練 (含協助承攬夥伴)	36
	新任主管職業安全衛生教育訓練	5
	呼吸防護教育訓練	9
	職業安全衛生委員會委員	18
ISO45001 類	採購與變更管理	35
	事故調查與處理	35
	承攬制度教育	14



事故調查、處理、預防機制與緊急應變

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 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 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 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 事故調查分析報告表。另根據本公司 OSH-2-005 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。2025 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、包紮救護等實作，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 232 人次，新莊園區為 54 人次，楊梅園區為 142 人次（含常駐廠商），台中倉為 26 人次（含常駐廠商），仁武倉為 24 人次（含常駐廠商）。

和泰汽車秉持「安全第一、生命至上」的核心價值，致力建構全員參與的安全守護文化。在全體同仁的努力下，公司已連續五年全體員工零職業災害。本公司將所有工作者（含承攬夥伴）納入統一安全防護網，針對物流配送夥伴建構嚴謹的主動防禦機制，強制要求配送人員出車前，必須全數通過酒精測驗與自主健康評核，確保駕駛狀態無虞，透過多重監測與定期安全宣導，攜手夥伴共同推動「零交通事故、零人員傷亡」，確保物流作業之穩定與安全。本公司將持續投入職安資源，優化管理流程，致力維護全員「零災害」的安心幸福職場確保每位工作夥伴皆能在最安全、最健康的環境中共同成長。



物流士酒測



緊急應變情境訓練



實際操作消防栓

項目	依性別	2022 年		2023 年		2024 年		2025 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	1/0 ^{*註 1}
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	無法估算 ^{*註 2}
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	無法估算 ^{*註 2}

註 1. 2025 年 1 件承攬商作業切割傷意外事件，已完成事故調查、人員安全教育、機具 / 防護具盤點及安全檢查、強化機具管制措施。

註 2. 因非員工（含承攬商）之業務特性迥異，實際工時難以精確統計、無從計算「總經歷工時」，故無法估算「工傷率」與「承攬商工傷率」。

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

94%

TOYOTA 新車販賣台數中同時具節能與環保標章比率

68.2%

使用再生零件 - 冷氣壓縮機比率

超過 **94 萬度**

回廠保修不洗車，累計至 2025 年節約水量

941.4 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

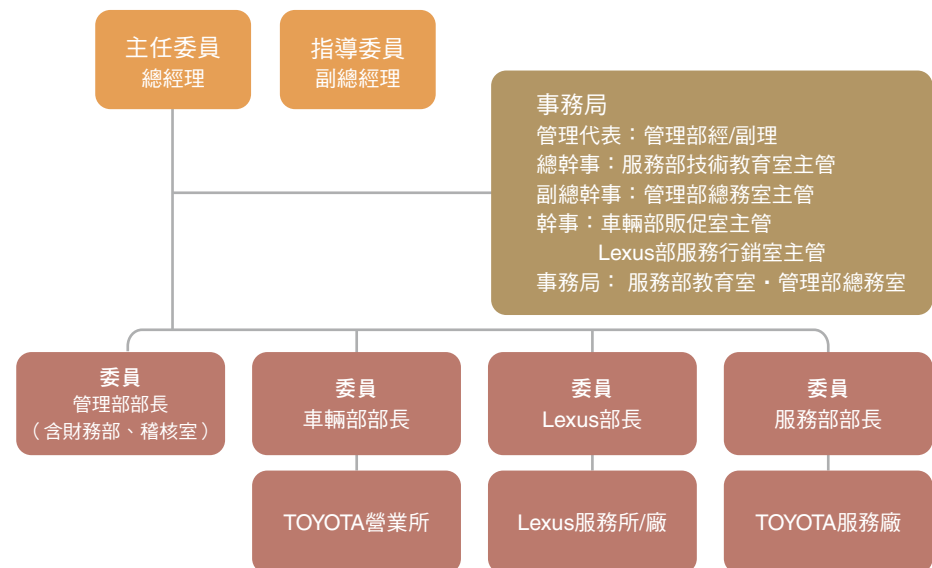
和泰汽車設有集團環境管理委員會及環境設施室，透過環境保護計畫與方案的推動，實現對環保的承諾與目標。為有效管理銷售與維修服務作業可能對環境造成的負面衝擊，和泰汽車將環管理理念拓展至價值鏈的夥伴，推動經銷商體系全面實施 ISO 14001 國際環境管理系統，透過內部稽核與外部審查，確保環境管理業務能適切地有效運作。和泰汽車視合規為最基本的自我要求，過去四年未發生任何環境違規事件，環保法規罰鍰金額為 0。

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	- 和泰、經銷商環境計畫擬定及執行跟催 - 和泰、經銷商要會推進運作 - 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。

2025 年起配合主管機關要求，將依據營運控制權法彙總包括合併財報子公司之範疇一與範疇二溫室氣體排放量，以 2025 年度作為合併公司減碳基準年，2026 年起每年遞減 5% 碳排，並於 2030 年度較基準年低減 25% 碳排。

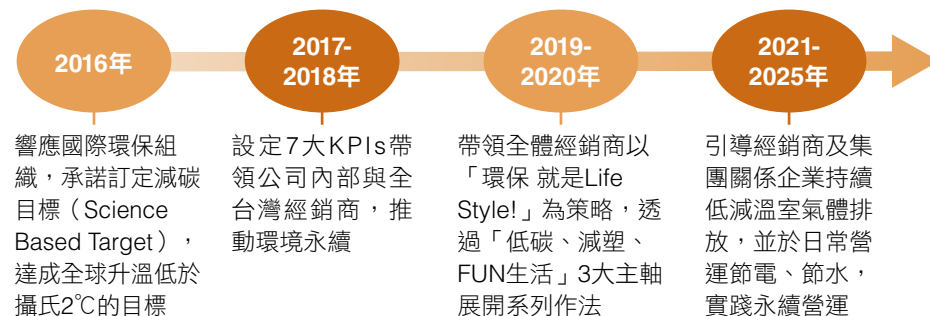
推動目標	豐田亞太區目標 (以 2019 為基準年)	和泰汽車 (合併公司) 目標 (以 2025 為基準年)
(1) 新世代新車 CO ₂ 零排放	2025 年 CO₂ ↓ 30%	和泰汽車無此項目
(2) 生命週期 CO ₂ 零排放	2025 年 CO₂ ↓ 15% 2030 年 CO₂ ↓ 32%	2026 年 CO₂ ↓ 5% 2030 年 CO₂ ↓ 25%
(3) 工廠 CO ₂ 零排放	2025 年 CO₂ ↓ 20% 2030 年 CO₂ ↓ 35%	和泰汽車無此項目
(4) 最小量及優化用水	廢水回收概念	和泰汽車設定累積節水 1% 目標
(5) 建立循環型社會與制度	3R 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 正向循環挑戰		
4. 小量及優化用水	水回收概念	
5. 循環社會	3R 概念 (電池)	
6. 與自然和諧相處	員工 Eco mindset、影響利害關係人、一次性塑膠減量	

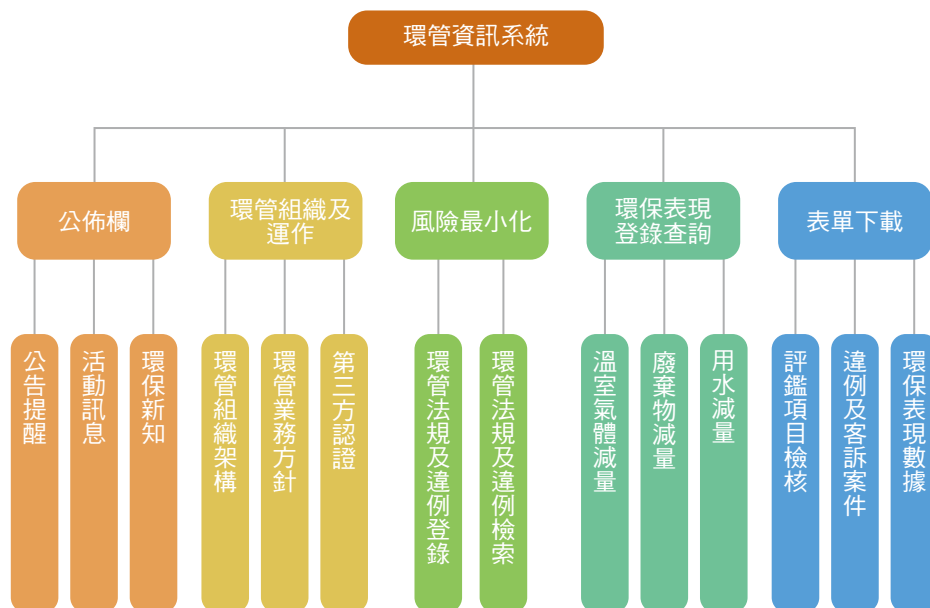
備註：負責項目；3R: Rebuilt (電池再生) → Reuse (再生電池販售) → Recycle (廢電池回收)

【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；2021-2025 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。2026 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 6 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	2025 年具體實績	2026 新規劃
朝零排放目標邁進	溫室氣體 (CO ₂) 減量活動	和泰汽車碳排較原 2019 基準年減少 8.6%	合併公司全年碳排 -5% (vs. 2025 基準年)
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 100 萬棵。	推動永續生活家、提升節能車輛市占率
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、9 月舉辦內部教育、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。	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	定期檢視排水、噪音、空污狀態。	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	持續推動太陽能	興建楊梅三倉自建自用太陽能案場。	持續擴展太陽能案場；楊梅三倉自建自用太陽能案場啟用。
	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 4 千人參加，擴大品牌影響力。	依年度活動辦法，與各經銷商共同舉辦環境月活動。
	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 300 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。

6.2

綠色營運

6.2.1 能資源管理

2025 年和泰汽車的年能源總耗用量為 13,027 十億焦耳，能資源耗用以電力使用量為最大；其次為汽油，主要使用於車輛，包括公務與訓練；第三為天然氣及液化石油氣，使用範圍為廚房與宿舍。

汽油的使用量較去年增加，主因為舉辦 GR 統規賽車比賽增加耗油量。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 2025 年減量目標為相較 2019 年減量 6%，2025 年實際用水減量 39.8%，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	2022	2023	2024	2025
汽油	公升	總公司	50,572	64,424	25,314	47,161
		新莊	9,594	8,706	6,738	7,103
		楊梅	1,936	2,500	2,389	2,366
	合計		62,102	75,630	34,441	56,630
	十億焦耳	總公司	1,652	2,104	827	1,498
		新莊	313	284	220	226
		楊梅	63	82	78	75
	合計		2,028	2,470	1,125	1,799

能源種類	耗用單位	耗用區域	2022	2023	2024	2025
柴油	公升	總公司	0	0	84	68
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	3,820	3,755	4,020	3,580
	合計		3,820	3,755	4,104	3,648
	十億焦耳	總公司	0	0	3	2.5
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	134	132	141	129
	合計		134	132	144	131.5
天然氣	立方米	總公司	0	0	0	0
		新莊	21,882	21,269	15,523	20,722
		楊梅	0	0	0	0
	合計		21,882	21,269	15,523	20,722
	十億焦耳	總公司	0	0	0	0
		新莊	825	801	585	757
		楊梅	0	0	0	0
	合計		825	801	585	757
液化石油氣	公升	總公司	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	161	152	134	2,730
	合計		161	152	134	2,730
	十億焦耳	總公司	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	5	4	4	69
	合計		5	4	4	69
外購電力	度	總公司	815,662	827,205	851,526	845,189
		新莊	589,238	584,349	580,859	300,951
		楊梅	1,281,223	1,234,272	1,265,481	1,313,762
	合計		2,686,123	2,645,826	2,697,866	2,459,902
	十億焦耳	總公司	2,937	2,979	3,066	3,043
		新莊	2,122	2,104	2,092	1,084
		楊梅	4,613	4,444	4,557	4,731
	合計		9,672	9,527	9,715	8,858

再生總能源總耗用量 - 太陽能 (十億焦耳)	30	303	445	1,413
總耗用量 (十億焦耳)	12,694	13,238	12,017	13,027
總人數	565	584	579	587
能源密集度 (十億焦耳 / 人)	22.47	22.67	20.75	22.19

註：
1. 本數據統一四捨五入以整數表達。
2. 本數據統計係根據環境部於 115 年 2 月 10 公布國內常用燃料之平均熱值，統計轉換而成。
3. 自 2022 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	2022	2023	2024	2025
水 (均為第三方水)	百萬公升	總公司	5.91	3.89	3.39	2.68
		新莊	5.04	4.76	3.59	3.58
		楊梅	6.41	7.55	8.76	7.20
合計			17.36	16.2	15.74	13.46

* 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	2022		2023		2024		2025	
			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	401	15	403	10	418	8	425	6
		新莊	88	57	91	52	88	41	88	41
		楊梅	74	87	73	103	73	120	74	97
人數加總或 強度平均			565	31	584	28	579	27	587	23

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

2025 年和泰汽車的溫室氣體總排放量中，78.15% 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。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。2025 年度範疇一 + 二溫室氣體排放總量為 1475.36 噸 CO₂e，較 2019 基準年 1,613.7 噸 CO₂e 減少 8.6%。

溫室氣體排放量

範疇別	排放量 單位	排放 區域	排放量			
			2022	2023	2024	2025
一註 1	噸 CO ₂ e	總公司	85.42	93.24	93.95	144.42
		新莊	99.58	93.42	90.23	126.90
		楊梅	61.97	57.76	51.07	51.11
合計			246.97	244.41	235.24	322.43
二	噸 CO ₂ e	總公司	514.82	408.64	403.62	393.86
		新莊	319.57	288.67	275.33	140.24
		楊梅	643.9	634.88	604.17	618.83
合計			1,478.29	1,332.19	1283.12	1,152.93

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 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFCs) 及六氟化硫 (SF₆)，本公司因無工業相關製程，經盤查後並無全氟碳化物 (PFCs)、三氟化氮 (NF₃) 之排放源。
註 2：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為 0.495 (2022)、0.494 (2023)、0.474 (2024)、0.466 (2025) 公斤 CO₂e / 度。排放係數依能源局每年公告修正。
註 3：2022~2023 年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，2024、2025 年排放係數資料來源為環境部於 113 (2024) 年公告之「溫室氣體排放係數」，GWP 值皆為 IPCC AR6。
註 4：2023~2025 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。本公司自 2022 年度起，每年採用 ISO 14064-1:2018 版本，以嚴謹方式計算和泰汽車碳排放，並符合政府現行二擇一規定 (ISO 14064-1；GHG Protocol)。因應主管機關規定，預計 2027 年度將改採 GHG Protocol 計算溫室氣體排放並依據永續準則規定揭露。
註 5：2019 基準年溫室氣體排放 (噸 CO₂e)：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。
註 8：本公司採用總排放量計算溫室氣體總量。本公司未使用行業去碳法。

溫室氣體排放強度

範疇別	強度單位	區域	2022		2023		2024		2025	
			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 ₂ e / 營收 (百萬元)	全區統計	130,393	0.0132	161,318	0.0098	160,057	0.0095	160,379	0.0092

(本公司及合併財務報表子公司) 溫室氣體排放統計與密集度

盤查內容		2024		2025	
		排放量 (公噸 CO ₂ e)	密集度 (公噸 CO ₂ e/ 營業額新台幣百萬元)	排放量 (公噸 CO ₂ e)	密集度 (公噸 CO ₂ e/ 營業額新台幣百萬元)
本公司	範疇一直接溫室氣體排放	235.243	0.0015	322.426	0.0020
	範疇二間接溫室氣體排放	1,283.123	0.008	1,152.931	0.0072
	小計	1,518.366	0.0095	1,475.357	0.0092
合併財務報表子公司	範疇一直接溫室氣體排放			7,996.379	0.0688
	範疇二間接溫室氣體排放			14,429.911	0.1242
	小計			22,426.291	0.1930
總計				23,901.648	0.0864
本公司	範疇三	20,321.615	0.1270	20,330.304	0.1268
合併財務報表子公司				41,003.347	0.3528
總計				61,333.651	0.2217

1. 本公司及合併財報子公司依照國際標準組織 (ISO) 發布之 ISO 14064-1 溫室氣體盤查標準建立溫室氣體盤查機制。本公司自 2022 年度起，每年採用 ISO 14064-1:2018 版本，以嚴謹方式計算和泰汽車碳排放。並依上市櫃公司永續發展路徑圖規定因應主管機關規定，自 2025 年起每年定期盤查合併財報子公司之範疇一、二溫室氣體排放量，依照國際標準組織 (ISO) 發布之 ISO14064 — 1 溫室氣體盤查標準建立溫室氣體盤查機制，完整掌握溫室氣體使用及排放狀況，並驗證減量行動之成效，預計 2027 年度將改採 GHG Protocol 計算溫室氣體排放並依據永續準則規定揭露。
2. 2024 年合併財務報表子公司尚未全面進行溫室氣體盤查。
3. 就溫室氣體排放之量化方法而言，本公司採用排放係數法進行衡量。此方法運用活動數據、排放係數及全球暖化潛勢 (GWP) 值等假設與輸入值計算溫室氣體排放量。其中，各種排放源之排放係數源自環境部於 113 (2024) 年公告之「溫室氣體排放係數」，購買或使用公用售電業電力的部分，則依盤查時經濟部最新公告之電力排碳係數；全球暖化潛勢 (GWP) 值則源自聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 第六次評估報告。
4. 2026 年起，將逐年按主管機關規範，揭露合併報表內其他子公司之排放資訊於年報及永續報告書。其他被投資者 (包含關聯企業、合資及未納入合併報表之子公司) 因蒐集數據較為困難，且對其他被投資者係採用營運控制法，經判斷本公司對該等被投資者並無控制。未來將逐步要求相關公司進行溫室氣體盤查，以擴大整體盤查邊界。
5. 本公司原依循 TOYOTA 亞太區碳中和目標，以 2019 年為基準年，2019 基準年溫室氣體排放 (噸 CO₂e)：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)。2025 年起配合主管機關要求，將依據營運控制權法彙總包括合併財報子公司之範疇一與範疇二溫室氣體排放量，以 2025 年度作為合併公司減碳基準年，2026 年起每年遞減 5% 碳排，並於 2030 年度較基準年低減 25% 碳排。
6. 合併公司依營運控制權法盤查與營運活動有關之直接溫室氣體排放與間接溫室氣體排放，包括：二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFCs) 及六氟化硫 (SF₆) 等五項。合併公司因無工業相關製程，經盤查後並無全氟碳化物 (PFCs)、三氟化氮 (NF₃) 之排放源。
7. 永續報告書提供之合併公司溫室氣體盤查數據，與 2025 年報申報數字有所差異，主因為部分子公司於查證後碳排數據有進行調整 (依第三方公證單位建議、修正重複盤查等)、或更新係數 (電力排碳係數等) 導致碳排數據異動等，合併公司 2025 年度碳排以永續報告書揭露為準。

歷年減量作為

推行區域	2022	2023	2024	2025
總公司	- 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。	- 到期公務車持續換租插電式車種 (EV 或 PHEV) - 內部宣導節電
新莊	- 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)。	外購綠電 26 萬度 (121.16 噸 / 年) (使用 2025 年度電力排放係數 0.466)
楊梅	- 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)。	新建太陽能案場，啟用後自發自用綠電達 0.7 萬度 (3.26 噸 / 年) (使用 2025 年度電力排放係數 0.466)
合計每年溫室氣體減量 (噸 CO ₂ e)	148.19	-	13.66	124.42

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 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFCs) 及六氟化硫 (SF₆)。

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。

本公司訂定以 2019 為基準年，每年減少一般廢棄物 1% 的目標，故 2025 年減量目標為相較 2019 年減量 6%，2025 年實際一般廢棄物減量 46.84%，達成年度目標。

廢棄物產生量 (噸)

廢棄物類別	產生區域	2022	2023	2024	2025
一般	總公司	21.9	21.9	21.9	21.9
一般	新莊	4.04	4.15	4.72	5.70
一般	楊梅	68.12	60.8	33.75	50.15
合計		94.06	86.85	60.37	77.75

* 基準年 2019 年一般廢棄物產生量為 146.25 公噸。

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 CO₂ 排放。2025 年共拖載車輛 145,924 台，消耗柴油 1,978,086 噸，經係數轉換，每台新車拖運之二氧化碳排放量為 34.98 / 台，平均每年可低於 35 公斤 CO₂e。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	2022	2023	2024	2025	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 ₂ e/ 台新車運輸)	- 控制司機駕駛速度 - 拖車定期保養	34.41	34.77	34.93	34.98	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，2026 年排放量下降 21%
- 中期目標：以 2019 年為基準年，2030 年排放量下降 32%
- 2025 年起配合主管機關要求，將依據營運控制權法彙總包括合併財報子公司之範疇一與範疇二溫室氣體排放量，以 2025 年度作為合併公司減碳基準年，2026 年起每年遞減 5% 碳排，並於 2030 年度較基準年低減 25% 碳排。
- 經銷商仍依據豐田汽車短 / 中期減碳目標，落實碳排減量。

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。於本報告書發布時，和泰已逐步導入 IFRS 永續揭露準則，並正在進行氣候相關風險與機會鑑別以及財務評估。和泰將依循主管機關要求，於 2028 年發布含永續專章之 2027 年報，並於永續報告書中揭露相關資訊。



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 (如管控集團違法風險等) 執行實績與備詢。
- 永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項 ESG 專案方針與執行。環保事務局每季向董事會報告環境相關議題，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°C (IPCC AR6, SSP1-2.6) 及 SBT-2.5°C (IPCC AR6, SSP1-1.9) 等情境分析集團可能面臨之法規、技術、市場與商譽之氣候轉型衝擊。

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 CO₂ 零排放
- (2) 車輛生命週期 CO₂ 零排放
- (3) 工廠 CO₂ 零排放
- (4) 最小量及優化用水
- (5) 建立循環型社會與制度
- (6) 與自然和諧共存

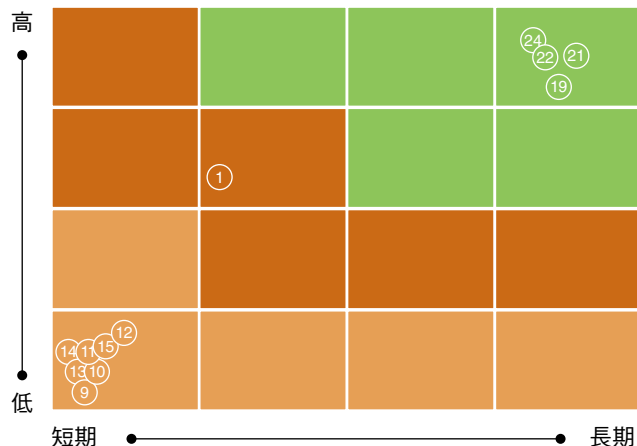
為達成挑戰，和泰汽車及各經銷商積極配合母廠各項環境管理評價，持續監控並追蹤改善作法與實施成效。

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



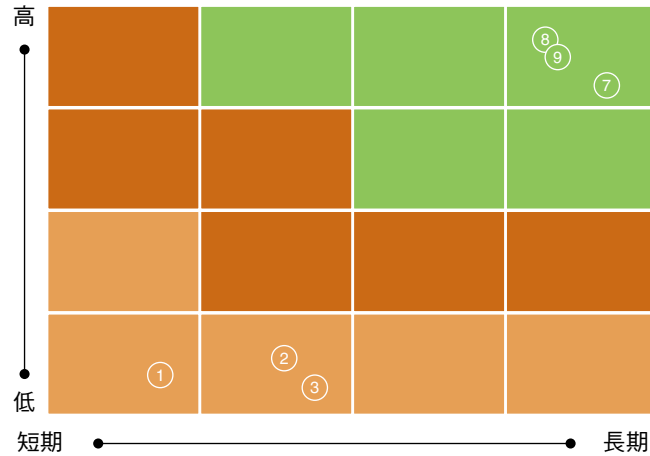
氣候變遷風險：

- | | |
|---------------|----------------|
| 21 低碳產品與服務的需求 | 13 再生能源法規 |
| 19 產品效率法規與標準 | 14 新法規的不確定性 |
| 24 顧客偏好改變 | 15 缺少法規或適法性 |
| 22 顧客行為轉變 | 9 碳稅 |
| 1 熱帶氣旋 | 11 總量管制 / 排放交易 |
| 12 強制申報 | 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	顧客行為發生改變，對於選擇產品或服務的提供，產生不同的考量		
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，如燃油效率、汽機車排放標準 (汽車六期排放標準、CAFE 油耗新制、零排放車輛 ZEV 法規等)，車輛將無法販賣，或遭受裁罰	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 (如颱風、水災) 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；人員方面，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；營運方面，可能造成供應商零部件和材料供應中斷、物流暫停，導致工廠營運暫停	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°C（Well-below 2°C）、SBT-1.5°C 目標之允許排放量。若和泰汽車 維持現況不進行任何改變下，其主要氣候變遷財務衝擊風險將發生在碳稅上，而由於和泰汽車無車輛製造，其主要以代理豐田集團的旗下品牌：TOYOTA、LEXUS 以及貨車品牌 Hino，其市場與商譽風險則聚焦在豐田集團的車輛布局，因此研究豐田集團未來新能源車的布局相當重要。和泰汽車的碳稅風險主要來自於自身排放量，而在 1.5°C 情境下，其碳稅成本最高，而在目前政府的法規下，其碳費以 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 300 NTD/tCO ₂ e 方案，設計出三種情境的碳稅： 1. NDC：300 NTD/tCO ₂ e 2. SBT-WB2°C（IPCC AR6，SSP1-2.6）：9-242 USD/tCO ₂ e 3. SBT-1.5°C（IPCC AR6，SSP1-1.9）：7-708 USD/tCO ₂ e 4. 不同情境下的碳排放額度估算： 5. 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%。 6. SBT-WB2DC（SBT）：基線年排放每年減少 2.5% 線性遞減 7. SBT-1.5°C（SBT）：基線年排放每年減少 4.2% 線性遞減
	總量管制與碳罰鍰	針對超額部分進行碳罰鍰（NTD/t CO ₂ e），分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計： 1. NDC：300 NTD/tCO ₂ e 2. SBT-WB2°C：750 NTD/tCO ₂ e 3. SBT-1.5°C：1,500 NTD/tCO ₂ e 4. 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 2025 年底，有效之節能標章產品，品牌別為 TOYOTA 的 20 款產品，LEXUS 的 19 款產品。有效之環保標章產品，品牌別為 TOYOTA 的 17 款產品，LEXUS 的 16 款產品。2025 年 TOYOTA 新車販賣台數中，具環保標章台數達 94%、具節能標章台數達 98%、同時具有環保標章與節能標章達 94%。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	2025 年公告版本	積極協調原廠導入合乎台灣法規車輛規格。

² 節能標章之有效期限為 2 年。³ 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、ALPHARD PHEV、CAMRY HV、CROWN HV (2.5)、PRIUS PHEV、RAV4 HV 2WD、RAV4 HV 4WD、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	30%

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+、UX300h、LM350h、LM500h、LC500h、LBX	1	40%
	ES200、ES250、NX200、NX250	2	13%

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 2025 年共減量 5,966 萬瓶，減少重量達 352 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）

2022		2023		2024		2025	
T	L	T	L	T	L	T	L
305	81	330	87	335	98	333	109

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，2025 年減少約 94 噸的 VOCs。

環保水性漆 VOC 排放減量統計

2022		2023		2024		2025	
噴漆台數	排放減量（噸）	噴漆台數	排放減量（噸）	噴漆台數	排放減量（噸）	噴漆台數	排放減量（噸）
177,436	61	181,948	82	171,718	97	167,704	94

• 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（32.1%） - 冷氣壓縮機（68.2%） - 動力轉向方向機（45.3%）

* 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，2025 年經銷商全年 R134a 冷媒回收量達 33.79 公噸，以全球暖化潛勢 (GWP) 為 1,526 計算 (IPCC: AR6)，相當於減少 51,564 公噸 CO₂ 排放量。此外，冷媒及其類品進貨由專人負責並登錄於庫存表，管控進出貨數量。

• 包材回收

零件包裝過程產生之紙箱、紙板、塑膠袋等物質，經環境考量面鑑別，非顯著性衝擊，惟為持續改善。和泰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 323.8 噸、332.3 噸、及 285.3 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，活動累計至 2025 年超過 625 萬台車次響應，節約近 94 萬度水。

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

2024		2025	
響應車次	水減量（度）	響應車次	水減量（度）
1,166,384	174,958	1,251,659	187,749

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，目前含 TOYOTA、LEXUS 及 HINO 品牌之經銷據點及服務廠，已全數通過 ISO 14001：2015 國際環境管理系統驗證。



能源使用

為有效管理能源的耗用，和泰 2018 年起建置環境管理資訊系統，作為管理各項溫室氣體排放源、用水及廢棄物數據登錄等之資訊蒐集平台，目前經銷商系統使用率及建檔率已達 100%。透過環境管理及檢視的過程，2018 年起推動經銷商逐步停止烤漆爐燃燒重油與潤滑油，改用柴油及天然氣，至 2019 年重油及潤滑油已無使用。2025 年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為 314,018 十億焦耳。

八大經銷商能源耗用量

能源種類	耗用單位	2022	2023	2024	2025
汽油	公升	824,450	756,663	762,680	685,962
柴油	公升	638,657	609,462	580,701	679,254
重油	公升	0	0	0	0
潤滑油	公升	0	0	0	0
天然氣	立方米	764,872	658,299	590,082	634,681
液化石油氣	公升	0	0	17.72	0
電力	度	66,230,404	66,566,974	69,170,172	67,894,393

八大經銷商能源耗用量

能源種類	耗用單位	2022	2023	2024	2025
汽油	十億焦耳	26,907	24,694	24,908	21,788
柴油	十億焦耳	22,447	21,420	20,424	24,561
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	28,823	24,807	22,236	23,194
液化石油氣	十億焦耳	0	0	0.9	0
電力	十億焦耳	238,319	239,530	249,069	244,475
合計	十億焦耳	316,496	310,451	316,638	314,018

註 1：上表熱值轉換係數出自環境部於 115 年 2 月 10 日公布國內常用燃料之平均熱值。

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 84.37%。經銷商 2025 年主要減碳方式為導入綠電（外購及自發自用綠電共 14,764,547 度），其餘二氧化碳減量方式包括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，最後則為公務車更換為油電 / 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	2022	2023	2024	2025
汽油	公噸二氧化碳	1,866	1,712	1,726	1,616
柴油		1,664	1,588	1,513	1,776
重油		0	0	0	0
潤滑油		0	0	0	0
天然氣		1,437	1,237	1,109	1,194
液化石油氣		0	0	50	0
電力		33,711	32,951	32,787	24,759
總量		38,678	37,488	37,185	29,345

註 1：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為 0.495(2022)、0.494(2023)、0.474(2024)、0.466(2025) 公斤二氧化碳當量 / 度。

註 2：2022~2024 年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，2025 年排放係數資料來源為環境部於 113 (2024) 年公告之「溫室氣體排放係數」，GWP 值皆為 IPCC AR6。

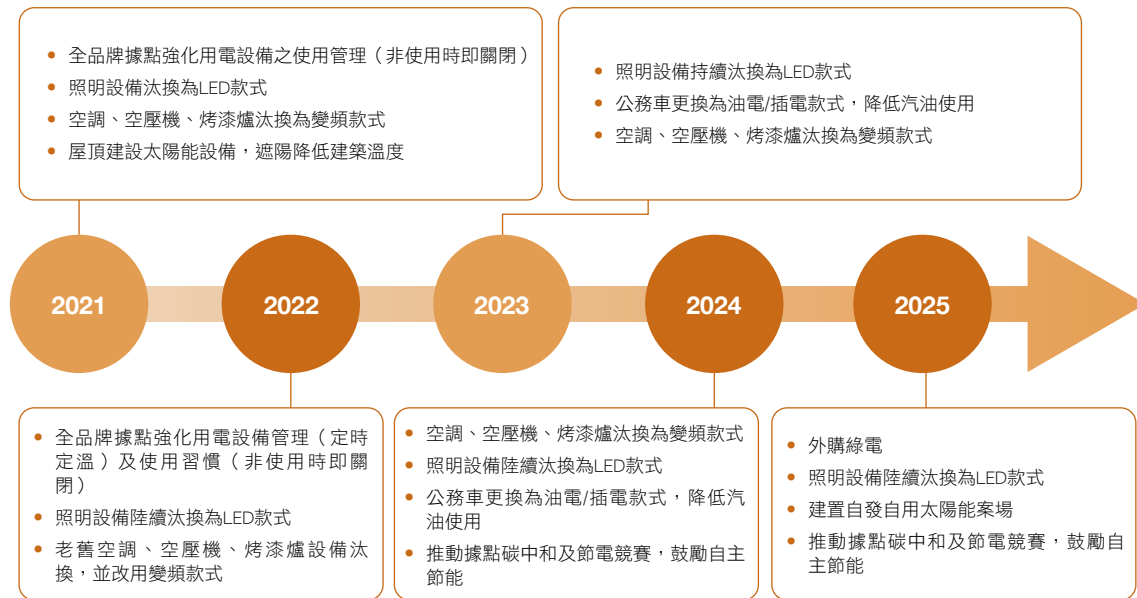
註 3：統計之氣體種類為二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)。

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。

註 6：2025 年經銷商整體用電 67,894,393 度，扣除 14,764,547 度外購及自發自用綠電後，需統計電力碳排之一般用電為 53,129,846 度。

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	2022	2023	2024	2025
氮氧化物	公斤	2,756	2,515	2,337	2,644
硫氧化物	公斤	11,599	11,069	10,547	12,337

註：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。

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，2025 年總共回收 4,852 顆。

環保投資

近年環保意識漸趨抬頭，八大經銷商也逐年提高投資各環保項目。經銷商在環境保護的支出項目包含 ISO 14001 驗證、環境教育、環保設備、環境規費、廢棄物處理、綠電採購及太陽能案場建置。2025 年共支出約新台幣 2.3 億元。其中光電案場建置 0.94 億元、綠電採購 0.7 億元，支出佔比分別達 40.94%、30.65%。

八大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

項目	2022		2023		2024		2025	
	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	546,551	1%	581,742	1%	1,201,539	1.30%	974,196	0.42%
環境教育	2,833,852	5%	3,070,003	5%	4,027,874	4.30%	3,733,587	1.62%
環保設備	9,495,564	18%	9,986,645	16%	52,400,454	56.10%	11,315,804	4.92%
環境規費	4,929,296	10%	7,046,987	11%	4,286,147	4.60%	3,595,737	1.56%
廢棄物處理	34,023,115	66%	43,411,440	68%	31,523,809	33.70%	45,655,849	19.87%
綠電採購	-	-	-	-	-	-	70,427,506	30.65%
光電案場建置	-	-	-	-	-	-	94,067,660	40.94%
合計	51,828,378	100%	64,096,817	100%	93,439,823	100%	229,770,339	100.00%

八大經銷商廢棄物回收作法

保桿 - 再製成塑膠顆粒原料	TOYOTA 全車系的塑料已改為 TSOP（TOYOTA Super Olefin Polymer）材質，成為廢車拆解廠及回收廠稱讚的貨源。TSOP 的概念以回收再利用為考量，將生化塑料及再生材料融入新品製造，杜絕環境危害物，全車塑料統一，對回收業者的分類再利用也有極大的助益。
廢水箱精及廢溶劑 - 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
廢鉛蓄電池、廢鉛塊回收 - 再製成大型鉛塊、鉛錠	電池、平衡鉛塊汰換後可重製再生，廢電池的外殼粉碎後可做廢塑膠回收，廢鉛酸液可冶煉再製成鉛塊和鉛錠。TOYOTA 及 LEXUS 服務廠均將廢棄物交由合格處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性
廢玻璃回收 - 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

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 42 年，迄今累計生產台數 392 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 75.4 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

國瑞汽車致力於推動節能減碳與低碳運輸發展，自 2012 年起投入油電混合車組裝生產，至 2025 年累計產量已近 18.3 萬台。2016 年至 2018 年間，先後榮獲國家級企業環保獎銀級獎及金級獎；2021 年獲頒桃園市政府空污減量績優獎與綠色採購績優獎；2022 年再榮獲經濟部節能標竿獎銀獎。未來將持續結合集團資源，積極響應「2035 碳中和目標」，並以 2019 年為基準，朝 2035 年前減碳 68% 之 SBTi 目標邁進，持續落實企業環境責任。



再生能源

國瑞汽車自 2010 年起持續推動再生能源建置，並配合 TOYOTA 集團「2035 年工廠達成碳中和」目標，規劃於 2030 年前投入逾新台幣 10 億元，於廠區建置總容量 25MWp 之太陽能發電系統，以提升再生能源使用比重並降低碳排放。隨著太陽能設置容量逐步提升，廠區於假日期間已出現部分餘電情形。基於整體能源使用效益之考量，本公司規劃自 2026 年起，將原用於調頻服務之 AFC 儲能設備轉型為場內「表後自用」，模式優先儲存廠內餘裕太陽能電力，並透過削峰填谷及尖離峰負載移轉，提升能源使用效率、降低用電成本，同時減輕電網尖峰時段供電壓力。



淨灘活動

國瑞汽車從 2018 年至今，已舉辦了 14 場次的淨灘活動。除員工之外，還結合其家人及協力廠商的力量，目前已累計超過 3,600 人一起響應淨灘活動。而 2025 年的淨灘活動，清理出重達 6 公噸的保麗龍、漁網、浮球等塑膠垃圾。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

國瑞汽車響應林業及自然保育署永續倡議，自 2024 年起推動「國瑞樹人」十年植樹計畫。2025 年持續選用具防風固沙功能的原生樹種，於新竹鳳坑沙灣及台東關山種下希望的樹苗。截至目前已累計植栽 2,000 棵，並以 2033 年達成萬棵植樹為目標，期盼每一次種樹行動，都能為環境帶來正向改變，共同守護台灣的自然生態。



地域貢獻

國瑞汽車長期深耕在地社區，自 2002 年起持續關懷緊鄰中壢廠的內定國小，並自 2023 年起擴大至觀音廠周邊的樹林國小，透過捐贈方式，協助充實校園教育設施、強化社團活動師資與內容，並提供畢業獎金（品）以鼓勵優秀學子，落實敦親睦鄰的企業責任，累計捐贈金額達新台幣 476 萬元。同時，自 2022 年起與內定國小合作，將企業在安全、生產與環境領域的實務經驗帶入校園，並開放廠區作為教學場域，讓學習與產業接軌。此外，2023 年起，為支持學生專注於運動競賽表現，國瑞汽車每年贊助大園國中棒球隊比賽移動所需經費，目前累計贊助金額達新台幣 30 萬元，實際行動支持在地教育與體育發展。



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 2025 年已累積巡演 646 校。2024 年起舉辦交通安全繪本比賽，提供獲獎繪本給國小低年級學童進行交通安全教育，至 2025 年已印刷 13,000 本捐贈用書。
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。25 年來，已累計頒發獎學金逾 3,000 名優秀學子，累計捐贈的獎學金總額達新台幣 2,912 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. 車輛與零件捐贈：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



車門片及葉子板
1,242片



變速箱
100個



空車體
17台



試作車
126台



引擎
163個

大型車



試作車
16台



變速箱
6個



引擎
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 2026 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 2025 年 8 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，經確信的最終版本由永續主責單位高階主管與董事會核定後發行。

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 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日止，與財務報告的報導期間相同。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。

報告書管理

編撰原則

本報告書參考 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 2025 年之重大議題與對應於準則之主題，於本報告書內容中揭露公司的管理作法、目標與執行成果。

內部審查

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

外部審查

本報告書經永續主責單位管理本部本部長核定，由新加坡商英國標準協會集團私人有限公司臺灣分公司 (BSI Group Singapore Pte. Ltd. Taiwan Branch)，依照 AA1000 Type 1 中度保證等級進行查證。財務數據係經資誠聯合會計師事務所 (PwC Taiwan) 簽證之財務年報資料，以新台幣為計算單位；非財務資訊包含環境管理系統 (ISO 14001)、職業安全衛生管理系統 (ISO 45001)、資訊安全管理系統 (ISO 27001) 相關資訊，皆經公正第三方驗證。

發行資訊

和泰汽車每年公開發行永續報告書，並提供電子檔於企業永續發展網站供下載瀏覽：



聯絡方式

若您有任何關於本報告書內容或和泰永續發展之建議或問題，歡迎您與我們聯絡：
和泰汽車 管理本部 王巍勳

- 地址：台灣臺北市中山區松江路 121 號 4 樓
- 信箱：WALLYWANG@hotaimotor.com.tw

GRI 永續性報導準則（GRI 準則）對照表

使用聲明	和泰汽車已依循 GRI 準則報導編制，報導期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 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		章節名稱'	頁碼	省略			GRI 行業準則 中的揭露項目 參考編號
					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	4				
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	122				
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	122				
	2-4	資訊重編	關於本報告	122				
	2-5	外部保證／確信	關於本報告書 附錄	122 131				
	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	4 59 66				
	2-7	員工	5.2.1 聘僱與留才	87				
	2-8	非員工的工作者	5.2.1 聘僱與留才	87				
	2-9	治理結構及組成	2.2.1 董事會架構與運作	20				
	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	20				
	2-11	最高治理單位的主席	2.2.1 董事會架構與運作	20				
	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	22				
	2-13	管理衝擊的負責人	2.2.2 永續發展委員會	22				



GRI 準則 / 其他來源	揭露項目	章節名稱 ¹	頁碼	省略			GRI 行業準則中的揭露項目參考編號
				省略項目	理由	解釋	
GRI 2：一般揭露 2021	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	122			
	2-15	利益衝突	2.5 誠信經營與法規依循	35			
	2-16	溝通關鍵重大事件	2.2.2 永續發展委員會	22			
	2-17	最高治理單位的群體智識	2.2.1 董事會架構與運作	20			
	2-18	最高治理單位的績效評估	2.2.1 董事會架構與運作	20			
	2-19	薪酬政策	2.2.1 董事會架構與運作	20			
	2-20	薪酬決定的流程	2.2.1 董事會架構與運作	20			
	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	4 18			
	2-23	政策承諾	3.6 供應商管理	66			
	2-24	納入政策承諾	3.6 供應商管理	66			
	2-25	補救負面衝擊的程序	2.5.1 誠信經營與反賄賂教育	35			
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	2.4 利害關係人溝通與重大性分析 3.6 供應商管理	24 66			
	2-27	法規遵循	2.5 誠信經營與法規依循	35			
	2-28	公協會的會員資格	2.9 外部組織參與	44			
	2-29	利害關係人議合方針	2.4 重大性分析	24			
	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。	-			



GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		章節名稱'	頁碼	省略			GRI 行業準則 中的揭露項目 參考編號
					省略項目	理由	解釋	
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	24				
	3-2	重大主題的列表	2.4 重大性分析	24				
	3-3	重大主題管理	2.4 重大性分析	24				
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	58				
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	49 50 50				
	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	49 50 50				
	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					
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	48				
	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	48				
	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	48				



GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		章節名稱'	頁碼	省略			GRI 行業準則 中的揭露項目 參考編號
					省略項目	理由	解釋	
氣候減緩行動								
GRI 204	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	3.6 供應商管理	66				
GRI 302	302-1	組織內部的能源消耗量	6.2.1 能資源管理	106				
	302-3	能源密集度	6.2.1 能資源管理	106				
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	107				
	305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	6.2.2 溫室氣體減量	107				
	305-4	溫室氣體排放密集度	6.2.2 溫室氣體減量	107				
	305-5	溫室氣體排放減量	6.2.2 溫室氣體減量	107				
人力資源與包容性								
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	87				
	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	90				
	401-3	育嬰假	5.2.3 薪酬與福利制度	90				
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	87				
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	20 87				
	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	90				
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	84				
	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	86				
	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	86				



GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		章節名稱’	頁碼	省略			GRI 行業準則 中的揭露項目 參考編號
					省略項目	理由	解釋	
人權與勞資溝通								
自訂主題	無對照		5.2.2 權益維護	89				
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	92				
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	5.3.3 風險管理預防	95				
	403-3	職業健康服務	5.3.4 職業災害與職業病預防	98				
	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	92				
	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	96				
	403-6	工作者健康促進	5.3.2 建構職場保護	94				
	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	95				
	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	92				
	403-9	職業傷害	5.3.4 職業災害與職業病預防	98				
	403-10	職業病	5.3.4 職業災害與職業病預防	98				
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	70 72 77				

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	106
	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	39
	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	38 58
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	89
	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	89
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	87
	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	87
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	57
	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	100 114

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	4
CG MR 000.B	據點與配送中心總樓地板面積	關於和泰	4

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

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（如管控集團違法風險等）執行實績與備詢。 - 永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項 ESG 專案方針與執行，。環保事務局每季向董事會保管環境相關議題，社會公益局於每年 12 月向董事會提報相關資料，公司治理事務局彙整個單位向董事會提報之議題。
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，確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/tCO₂e 方案，設計出三種情境的碳稅： 1.NDC：100 NTD/tCO₂e 2.SBT-WB2°C（IPCC AR6，SSP1-2.6）：9-242 USD/tCO₂e 3.SBT-1.5°C（IPCC AR6，SSP1-1.9）：7-708 USD/tCO₂e 不同情境下的碳排放額度估算： 1.NDC 目標：基線年排放在 2030 年以前每年減少 1.46%，2031-2050 年每年減少 2.32%。 2.SBT-WB2DC（SBT）：基線年排放每年減少 2.5% 線性遞減 3.SBT-1.5°C（SBT）：基線年排放每年減少 4.2% 線性遞減 （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 CO₂e），分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計： 1.NDC：300 NTD/tCO₂e 2.SBT-WB2°C：750 NTD/tCO₂e 3.SBT-1.5°C：1,500 NTD/tCO₂e 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。	為達成合併公司每年較基準年 (2025 年度) 遞減 5% 碳排、2030 年較基準年低減 25% 碳排目標 (範疇一、範疇二)，同時強化各部門能源使用效率及增進內部減碳行動力，本公司參考環境部「碳費收費辦法」、國際碳費趨勢及相關減碳施策成本後，於 2025 年訂定新台幣 3,135 元 / 噸 CO ₂ e 作為內部碳定價。
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 ₂ e）、密集度（公噸 CO ₂ e/ 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 2024 年度及 2025 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分別為 1,518.37 噸 CO ₂ e 及 1,495.15 噸 CO ₂ e。2024 年度及 2025 年度之溫室氣體密集度則分別為 0.0095 及 0.0093（噸 CO ₂ e/ 營業額新台幣百萬元）。2025 年度數據尚未進行第三方外部確信。 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。

綠色經濟活動盤點

和泰汽車積極推動 ESG 永續發展，並將綠色思維融入集團核心業務，致力落實企業公民之永續轉型責任。本公司以合併財務報告個體為範疇，全面盤點母公司本體及子公司之綠色營運成果與經濟活動實績。於本年度合併總收入（282,608,974 仟元）中，經盤點符合永續經濟活動之綠色營業收入總計 147,470,407 仟元，占合併總收入比例為 52.18%。我們將綠色營收依評估架構區分為深綠色項目與淺綠色項目，具體財務數據分級揭露如下：

- 深綠色項目（0.12%）：總計 334,779 仟元。主要為子公司（和潤電能股份有限公司）之太陽能發電收入，屬支持環境永續之核心綠能活動。
- 淺綠色項目（52.06%）：總計 147,135,628 仟元。涵蓋母公司本體及子公司（和運租車、和泰興業、和雲行動服務）之低碳營運實績，包括「環保標章車款」之銷貨與租賃收入，以及兼具節能與環保標章之空調與電器產品銷售，展現集團推動綠色生活與服務的成果。

本年度合併綠色營收總占比達 52.18%。面向未來，和泰汽車將持續擴大低碳移動生態圈與綠色價值鏈，落實集團深化永續轉型的長遠承諾。

（單位：仟元）

公司別	本體 / 子公司	綠色收入分類	項目	收入金額	和泰汽車股份有限公司及子公司 合併總收入	占總收入比例
和泰汽車股份有限公司	母公司本體	淺綠色	環保標章車款 _ 銷貨收入	\$126,746,576	\$282,608,974	44.85%
和潤電能股份有限公司	子公司	深綠色	太陽能收入	\$334,779		0.12%
和運租車股份有限公司	子公司	淺綠色	環保標章車款 _ 租賃收入	\$7,289,450		2.58%
		淺綠色	環保標章車款 _ 銷貨收入	\$2,900,104		1.03%
和雲行動服務股份有限公司	子公司	淺綠色	環保標章車款 _ 租賃收入	\$1,181,098		0.42%
		淺綠色	環保標章車款 _ 銷貨收入	\$191,337		0.07%
和泰興業股份有限公司	子公司	淺綠色	環保標章產品 _ 銷貨收入	\$8,827,063		3.12%
加總		深綠色 + 淺綠色	-	\$147,470,407		52.18%

查證聲明書



獨立保證意見聲明書

和泰汽車股份有限公司 2025 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 2025 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 2025 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 2025 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 2025 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。我們認為就泰汽車所提供之足夠證據，表明其符合 AA1000 保證標準 V3 的報告方法與自我聲明依據 GRI 永續性報導準則係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關於和泰汽車政策進行高階管理層訪談，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 15 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

2025 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據 GRI 永續性報導準則 2021 之自我宣告，並對每個涵蓋其行業準則和具相關性的 GRI 主題準則之重大主題，其揭露項目依據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項目：

- 鼓勵組織未來依據指標 GRI 2-21 要求揭露年度總薪酬比例，以提升報告書內容的完整度。

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

Joe Hsieh, Managing Director Northeast Asia, APAC Assurance



...making excellence a habit.™

Statement No: SRA-TW-834563
2026-07-27

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

