



和泰集團  
與美好台灣同行

# 2022

永續報告書  
Sustainability Report



和泰汽車股份有限公司  
Hotai Motor Co., Ltd.



<b>經營者的話</b>	<b>002</b>
<b>關於和泰</b>	<b>003</b>
和泰的成立與發展歷史	003
集團事業版圖	004
傳動76年的光輝史頁	004
願景、使命與方針	006
銷售網絡與服務	008
2022永續亮點	009
<b>永續管理</b>	<b>010</b>
1.1 企業永續政策	011
1.2 永續發展委員會	012
1.3 永續里程碑	013
1.4 重大性分析	014
1.5 外部組織參與	022
1.6 2022年獲獎與榮耀	022
<b>感動客戶</b>	<b>023</b>
2.1 樂在TOYOTA的服務文化	024
2.2 顧客關係管理	025
2.3 產品設計與生產	031
<b>最佳夥伴</b>	<b>035</b>
3.1 經銷商管理	036
3.2 和泰汽車供應商管理體系	049



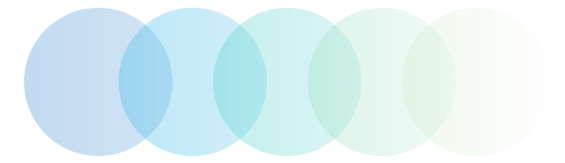
<b>誠信經營</b>	<b>052</b>
4.1 董事會架構與運作	053
4.2 法規依循	057
4.3 資訊揭露	060
4.4 風險管理	060
4.5 資訊安全及顧客資料保護	063
4.6 財務績效	067
<b>環境永續</b>	<b>068</b>
5.1 氣候變遷管理	069
5.2 綠色營運	073
5.3 環保理念	080
5.4 環保產品設計	083
<b>樂在工作</b>	<b>087</b>
6.1 培育與職涯發展	088
6.2 權益與福祉	092
6.3 職業安全衛生管理	098
<b>社會共融</b>	<b>104</b>
7.1 三大公益範疇：人	107
7.2 三大公益範疇：車	113
7.3 三大公益範疇：環境	115
<b>附錄</b>	<b>118</b>
關於本報告	118
GRI指標對照表	119
SASB對照表	120
查證聲明書	121

在全球快速變動的環境以及汽車業持續重大變革下，和泰汽車始終以顧客需要為優先，持續保有「+hink Amazing」的願景，並進一步將「Do Amazing」精神融入工作中，精進不懈，不斷進步、創新，而在追求營運成長的同時，我們亦持續投入資源，朝向汽車業的永續標竿企業邁進，面對全球汽車產業逐漸轉型為提供顧客移動服務，我們也積極以突破性新思維及作法，將願景與永續發展融入我們的營運核心。

和泰汽車股份有限公司 董事長



和泰汽車股份有限公司 總經理



展望2023年，和泰汽車以「逆境奮起，戒慎思危，超越進化，重返巔峰」為經營方針，面對未來保持警覺，不斷進步以維持領先優勢，持續創新並掌握未來新商機，順應汽車產業「移動服務」的趨勢，發展共享交通服務新事業，推出yoxi、iRent等友善多元移動服務，並響應政府永續交通計畫，提供民眾便利、永續美好的移動生活「Mobility for all」，帶給消費者最優質的移動產品與服務，創造移動永續新時代。

### ● 營運成長

近年在疫情的影響下，台灣本島內移動需求提升，和泰汽車在豐田母廠的支持下，2022年亦持續導入全新車款TOYOTA TOWN ACE、bZ4X、GR86、GR SUPRA手排車型，並推出改款、強化之TOYOTA GRANVIA、COROLLA Sport及LEXUS LC、RX、UX車系，更率眾商用車品牌之先，導入符合政府環保與車輛安全法規的全新六期HINO 300系列Hybrid油電複合動力商用車等，全年表現超出預期，與大型車、小型車全體經銷商齊力達成全年15萬輛的登錄台數，蟬聯第21年台灣車市龍頭寶座。其中，TOYOTA穩居國產車與進口車雙料冠軍、COROLLA CROSS、RAV4、ALTIS、

YARIS等四款車也榮登全年前十大乘用車款之列。而Lexus RX、NX、UX分別在豪華中大型、中型及中小型SUV級距中獲得銷售冠軍，ES則在豪華中大型房車級距中榮獲銷售冠軍，表現亮眼。

### ● 治理精進

和泰汽車相當重視公司治理與資訊揭露，我們在公司治理評鑑的排名，近年來保持領先地位，並自2019年起連續四年法令遵循教育訓練涵蓋100%全體員工。在永續推動上，2022年首次榮獲國家最高等級的「國家永續發展獎」，展現永續發展上備受肯定的成果；和泰汽車亦連年獲得TCSA永續報告獎與永續績效獎，並連續7年勇奪「台灣企業永續獎」-《社會共融獎》。此外，更連續8年獲頒「天下CSR企業公民獎」，在在展現我們的永續成果。

### ● 公益強化

和泰汽車推動「人、車、環境」三大公益範疇，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，同時提供一日給薪志工假，鼓勵員工從事公益活動，2022年提供同仁2,488小時志工假，並達成員

均志工時數8.7小時/年的目標。我們長年投入交通安全公益事業，捐贈全台各縣市小學導護志工裝備，至2022年已累計捐贈超過12萬套；為培育產業優秀人才，和泰汽車不僅設立獎學金，也提供車輛教材/零件捐贈，協助技職學生加速職場實務之連結，推出「服務人才校園儲備計畫」，媒合全台服務廠、保修站，提供即將畢業的高中職、大專校院學生職場體驗機會與實習，創造產學合作、媒合就業及培養專業技能三大效益。而公益夢想家活動，透過業師配對輔導，在2022年針對「社會關懷」、「移動服務」、「環境保育」主題，讓公益夢想種子具體化，發揮社會影響力；同時規劃「原夢國家隊」，將具有天賦及才華的泰雅族兒童合唱團登上國際比賽舞台；籌劃「移動公益幸福行動」，提供弱勢團體及志工常態性移動服務。此外，和泰發揮核心業務與公益活動的連結，共持續捐贈12台HINO大型捐血車，為台灣捐贈捐血車數量最多的企業。環境部分，「TOYOTA玩具愛分享」系列活動，累計至2022年底已超過330噸，讓舊玩具經過清潔、改造，繼續陪伴更多小朋友；一車一樹的活動已連續執行5年，至2022年底，已種植超過66萬棵樹，更持續推動「台灣原生動物守護計畫」，攜手集團

企業、農委會與導航商共同開發TOYOTA DRIVE+CONNECT《動物出沒熱點》，擴大交通產業資源之應用，保護台灣珍稀動物。

### ● 環境永續

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。我們亦積極實施各項節能方案，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，2022年共減排91.2公噸的溫室氣體。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，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。

和泰汽車創立於 1947 年，迄今已走過逾 70 個年頭，初期以貿易為主要業務，陸續取得豐田、日野、凌志等汽車知名品牌之代理權，為日本豐田汽車海外市場的首家總代理。和泰汽車於 1997 年正式於台灣證券交易所掛牌上市，股票代號 2207，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 21 年穩居市場佔有率第一名。

0.1

和泰的成立與發展歷史



和泰汽車經營理念

專業

專業精神，累積經驗，投入高品質、高效率的服務，努力不懈的毅力執著於事業。

超越

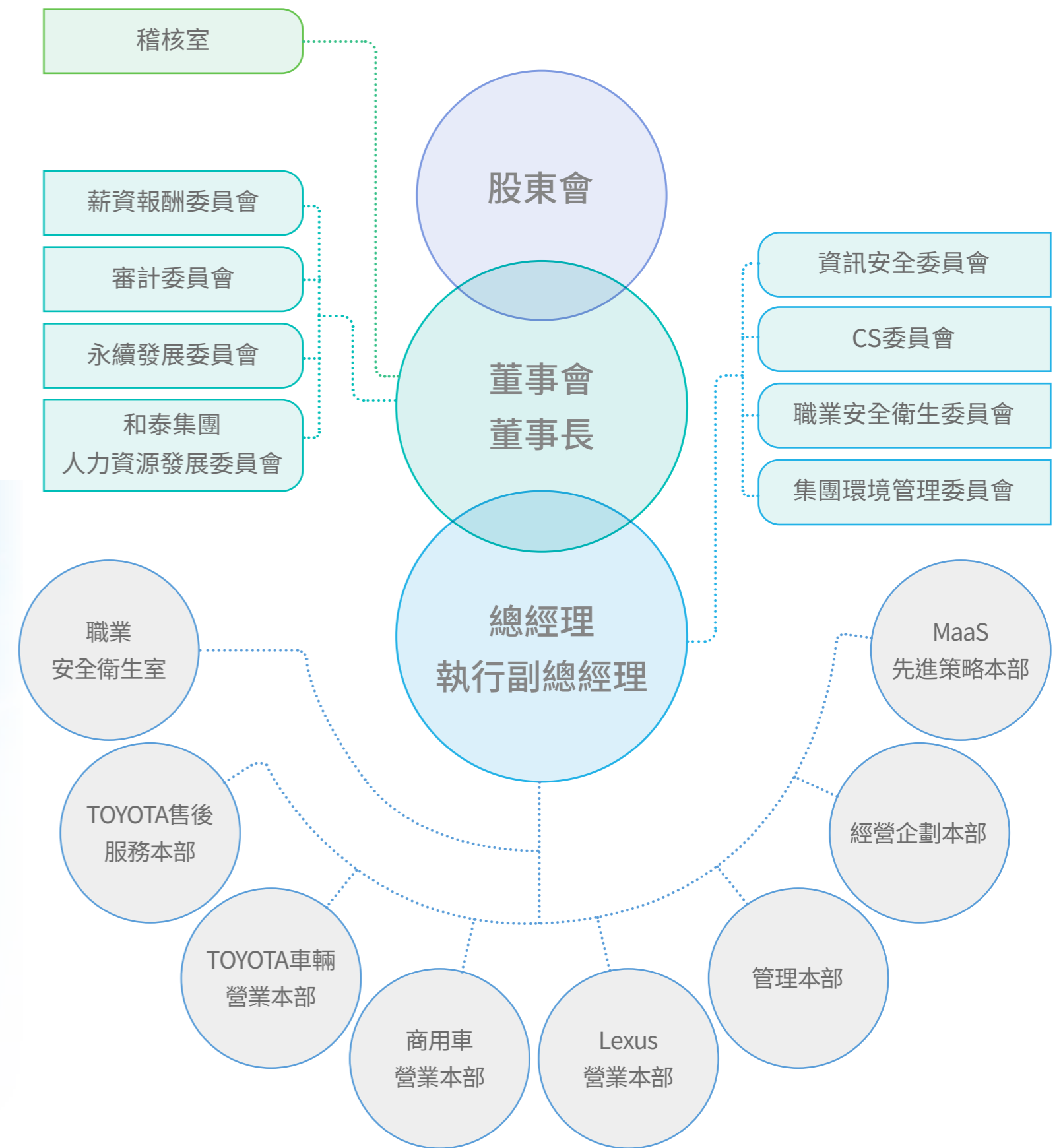
以超越自我、超越現況，超越同業的精神，作最大挑戰，勇往直前。

創新

苟日新、日日新地不斷創新，以旺盛活力突破經營領域提升經營效率。



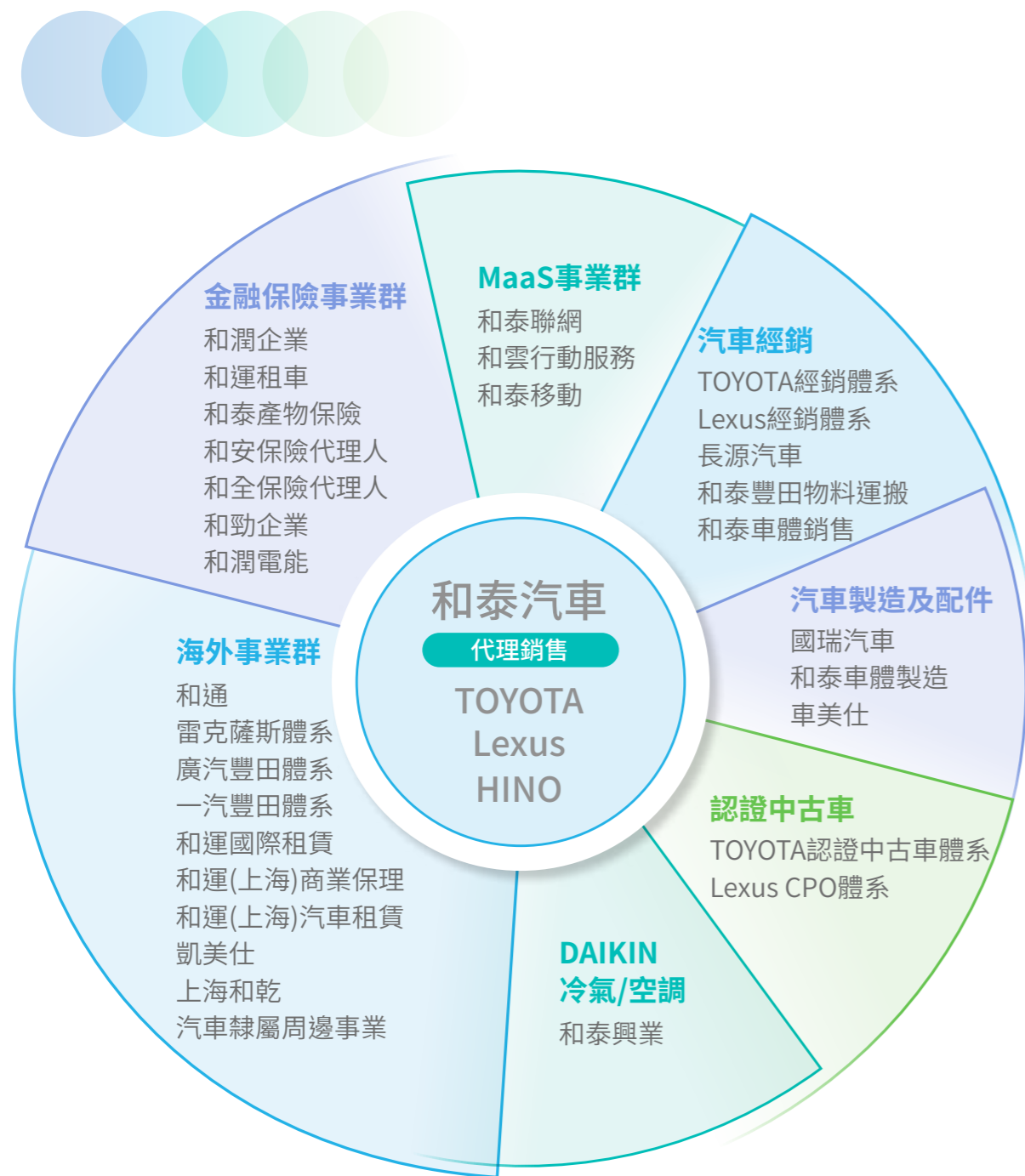
組織架構



為了提供顧客更周全完善的服務，和泰集團持續發展擴張各相關企業，跨足汽車經銷、汽車租賃、金融保險、汽車製造、認證中古車及電商、汽車配件／精品，及各海外事業等，各相關企業間彼此無間串聯，突破侷限，以健全的價值鏈創造極大化的效益。

0.2

集團事業版圖



0.3

傳動76年的光輝史頁

76



2022~

- 2022.12 和泰汽車三品牌合計登錄 15 萬台，蟬聯 21 年台灣車市銷售冠軍，其中 Corolla Cross 連續二年稱霸單一車款銷售冠軍。HINO 獲得商用車總市場銷售冠軍二連霸。
- 2022.12 TOYOTA TOWN ACE 廂型車全新上市。
- 2022.12 TOYOTA 推出業界首創語音智能客服。
- 2022.12 HINO 3.49 噸商用車全新上市。
- 2022.12 和泰汽車榮獲行政院國家發展委員會「國家永續發展獎」。
- 2022.11 和泰汽車連續 7 年獲台灣企業永續研訓中心「台灣企業永續獎 (TCSA)」。
- 2022.11 LEXUS RX 全新上市。
- 2022.11 iRent 榮獲第 31 屆「台灣精品獎」。
- 2022.10 TOYOTA COROLLA Sport 改款上市。
- 2022.10 TOYOTA GR SUPRA 全新上市。
- 2022.10 TOYOTA HIACE 全新上市。
- 2022.10 iRent 榮獲第 19 屆國家品牌玉山獎「最佳產品類」。
- 2022.10 和運租車榮獲第 19 屆國家品牌玉山獎「傑出企業全國首獎」。
- 2022.09 和泰集團「導護志工裝備捐贈計畫」連續 12 年累積捐贈 12 萬套。
- 2022.09 和泰集團發起「原夢國家隊」公益計畫。
- 2022.09 TOYOTA TOWN ACE 榮獲「YouTube 年度廣告大賞」、「最佳媒體綜效獎」。
- 2022.09 和泰汽車勇奪《哈佛商業評論》數位轉型鼎革獎之「商業模式轉型獎 大型企業組」楷模獎。
- 2022.08 TOYOTA 展出碳中和品牌形象館。
- 2022.08 LEXUS UX 全新上市。
- 2022.08 TOYOTA GR86 全新上市，並推出車界首創 NFT - GaRage 86。
- 2022.08 國瑞汽車 AFC 智慧儲能案場啟用。
- 2022.08 和泰集團成立「和漾旅行社」。
- 2022.06 和泰集團世界捐血者日全台捐血串聯活動。
- 2022.06 和泰集團發起台灣原生動物守護計畫〈虎力平安元年〉。
- 2022.05 TOYOTA bZ4X 全新上市。
- 2022.04 國瑞汽車經營團隊變更，總經理由古屋敦博文先生擔任。
- 2022.04 和泰集團發起【yoxi 移動公益幸福行動】。
- 2022.04 TOYOTA 一車一樹活動首度踏足澎湖。
- 2022.04 和泰集團線上商城「HOTAI 購」盛大開台。
- 2022.04 iRent 2.0 榮獲《數位時代》「最佳體驗創新」獎。
- 2022.03 TOYOTA COASTER 中型巴士全新上市。
- 2022.03 TOYOTA GRANVIA 8 人座全新上市。
- 2022.02 HINO 300 系列 Hybrid 油電複合動力商用車全新上市。
- 2022.02 TOYOTA TOWN ACE 全新上市。
- 2022.01 TOYOTA 導入新型態服務據點－社區型保修站。

## 1947~2021

2021.12	和泰汽車三品牌合計登錄 15.6 萬台，蟬聯 20 年台灣車市銷售冠軍，其中 Corolla Cross 稱霸單一車款銷售冠軍。HINO 獲得商用車總市場銷售冠軍。
2021.12	Lexus NX 全新上市。
2021.12	捐贈啟用第 12 台捐血車，11 年來捐贈之捐血車採血 150 萬袋。
2021.11	連續 6 年獲台灣企業永續研訓中心 (TCSA) 「台灣企業永續獎」。
2021.10	捐贈導護志工裝備第十一周年，累計全台捐贈 11 萬套。
2021.10	和運租車三度蟬聯「臺灣服務業大評鑑」汽車租賃類金牌。
2021.10	連續 8 年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。
2021.10	連續 7 年榮獲「天下永續公民獎」。
2021.09	「和泰 Pay」、「和泰 Points」、「中國信託和泰聯名卡」上線。
2021.09	UX300e 全新上市。
2021.09	TOYOTA 一車一樹活動 50 萬棵種植達成。
2021.08	TOYOTA GR YARIS 全新上市。
2021.05	第四度獲得公司治理評鑑上市公司排名前 5% 佳績。
2021.04	「和興國際汽車股份有限公司」更名「和泰車體製造股份有限公司」。
2021.04	捐贈 2,400 萬元防疫基金。
2021.03	TOYOTA SEINNA 全新上市。
2021.03	TOYOTA 一車一樹活動首度踏足金門。
2021.03	HINO 200 系 3.49 噸全新上市。
2021.01	和泰汽車購入 iRent 品牌，結合 yoxi，積極發展 MaaS。
2020.12	TOYOTA 及 Lexus 合計登錄 146,194 台，蟬聯 19 年台灣車市銷售冠軍，其中 RAV4 稱霸單一車款銷售冠軍。HINO 連續 11 年大型商用車 NO.1。
2020.12	TOYOTA 一車一樹活動 40 萬棵種植達成。
2020.12	和泰汽車捐贈啟用第 11 台捐血車，募血逾 2.8 億 c.c. 血量。
2020.12	SIENTA CROSSOVER 全新登場。
2020.12	「消費者心目中理想品牌大調查」TOYOTA 蟬聯汽車類第一名。
2020.11	yoxi 乘車派遣服務正式上線。
2020.11	和泰汽車連續 5 年榮獲 TCSA 台灣企業永續獎。
2020.10	和泰集團萬人淨灘減塑。
2020.10	TOYOTA COROLLA CROSS 國產休旅全新上市。
2020.09	導護志工裝備 10 周年，完成全台第二輪之縣市巡迴捐贈，累計全台捐贈 9.7 萬套。
2020.09	和運租車 榮獲金峰獎「十大傑出企業」肯定。
2020.09	和泰汽車連續 6 年榮獲「天下 CSR 企業公民獎」，挺進大型企業第 8 名。
2020.08	「台灣豐田產業機械」更名【和泰豐田物料運搬】。
2020.08	Lexus LC CONVERTIBLE 全新發表。
2020.08	榮獲「唯一連續 30 年經營績效五百強企業」「連續 30 年營收百大企業」雙殊榮。
2020.08	和泰汽車通過入股和興國際汽車股份有限公司，合作發展車體打造事業。
2020.07	TOYOTA ALL NEW HILUX 越野霸主全新改款上市。
2020.07	和泰汽車 Lexus 榮獲工商時報「2020 臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。
2020.07	和運租車蟬聯「臺灣服務業大評鑑」汽車租賃類金牌。
2020.05	Lexus 在台銷售 20 萬台。
2020.04	TOYOTA All New COROLLA ALTIS GR SPORT 全球首發。
2020.03	和泰汽車 TOYOTA 榮獲 2020 年『康健雜誌讀者票選信賴品牌』汽車類第一名。
2020.01	和泰汽車購入 iRent 品牌，結合 yoxi，積極發展 MaaS。
2020.01	TOYOTA 一車一樹活動 30 萬棵種植達成。
2019.12	和泰汽車捐贈「和泰號®」捐血車，累計全台捐贈 10 台，為台灣捐贈最多捐血車的企業。
2019.12	和潤企業掛牌上市。
2019.12	Lexus LM 全新上市。
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，
2019.12	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。
2019.11	連續 2 年獲英國國際標準協會 (BSI) 「永續獎」。

2019.11	和泰汽車連續 4 年獲台灣企業永續研訓中心 (TCSA) 「台灣企業永續獎」。
2019.10	國瑞汽車榮獲經濟部「傑出貢獻外商獎」。
2019.09	捐贈 12,000 套導護志工裝備予新北市、基隆市、宜蘭縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、花蓮縣、屏東縣，累計全台捐贈 8.5 萬套。
2019.09	和泰集團萬人淨灘減塑。
2019.09	TOYOTA GR SUPRA 全新上市。
2019.08	連續 5 年榮獲「天下 CSR 企業公民獎」。
2019.07	TOYOTA HILUX 全新上市。
2019.06	和泰汽車連續六年獲得工商時報「臺灣服務業大評鑑」金獎榮耀。
2019.05	獲得台北市「勞動安全獎」殊榮。
2019.05	豐田 GRANVIA 全新上市。
2019.04	TOYOTA 一車一樹活動 20 萬棵種植達成。
2019.03	TOYOTA RAV4、COROLLA ALTIS 全新上市。
2019.01	和泰汽車致力捐血公益 9 台和泰號捐血車 募血逾 2 億 C.C.。
2019.01	和泰汽車旗下和運租車轉投資設立「和雲行動服務股份有限公司」。
2018.10	和潤企業上興櫃。
2018.06	和泰董事會決議投資日本豐田自動車株式會社股票新台幣 60 億。
2018.06	和泰楊梅物流中心設置萬坪太陽能發電板。
2017.09	和泰汽車歡慶邁入 70 週年。
2017.03	併購蘇黎世產物保險並正更為和泰產物保險。
2016.12	TOYOTA《驅動城市》App 歡慶突破 200 萬下載。
2016.08	和泰汽車顧客服務中心榮獲「ISO10002 顧客意見處理管理系統」國際驗證，為台灣汽車業首例。
2014.12	完成入股全國經銷商。
2014.06	和運租車創台灣業界先例 推出 iRent 24 小時自助租車服務。
2011.09	Toyota 在台銷售 200 萬台。
2008.04	和泰增資國瑞汽車至 30%。
2003.01	「長源汽車暨台灣豐田產業機械新事業」成立。
2001.01	Toyota 品牌中古車正式導入市場。
1999.06	和潤與和運公司成立。
1997.11	大陸首家據點上海和裕開幕。
1997.09	和泰汽車成立 50 週年慶祝大會。
1997.09	正式引進高級車 Lexus 在台銷售。
1997.02	以第一類股票在台灣證券交易所掛牌買賣。
1996.12	本公司代理銷售之日野大卡車、大巴士、豐田中型卡車、小轎車、產業車輛，全車種市場佔有率居 NO.1。
1994.12	第一次突破年銷售 10 萬台紀錄，並奠定年銷 10 萬台銷售體制。
1989.05	國產 Toyota CORONA 轎車上市。
1988.05	本公司與國內八大經銷商簽訂第一次豐田產品經銷契約。
1987.04	豐田新事業展開。小型商用車與轎車生產及銷售相關業務啟動。
1986.01	經濟部投資審議會通過豐田汽車公司投資國瑞汽車公司。
1984.03	和泰投資國瑞汽車，4 月國瑞成立；11 月中壠工廠開始生產。
1983.06	經濟部投資審議會通過豐田汽車之設廠投資案。(即一般所稱之大汽車廠案。)
1974.09	與味全和泰興業及大全彩藝等關係人共同捐資新台幣 2 千 5 百萬元成立純青社會福利基金會。
1973.02	結束六和汽車銷售業務。
1970.02	日本豐田汽車與六和汽車股份有限公司技術合作生產可樂娜轎車，本公司為其總代理。
1969.04	本公司依照中信局專案代理進口第一批日本豐田小汽車 803 台，市場佔有率 31%。
1968.01	改組為和泰汽車股份有限公司。
1966.10	新莊工廠建廠，土地面積 8000 餘坪。
1955.04	改組為和泰貿易股份有限公司。
1952	與日本日野汽車公司簽訂台灣區總代理契約。
1949.08	與日本豐田汽車及橫濱輪胎公司簽訂台灣區總代理契約。
1947.09	和泰商行創立，資本額新台幣 81 萬元，員工 10 餘人。公司位於台北車站右邊之路旁。

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

0.4

願景、使命與經營方針



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

和泰汽車的使命- TOYOTA 集團 BEST 總代理

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



## 2023~2027年中長期計畫

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

## 2023 年經營方針

展望2023年，雖國內整體經濟有成長減緩的疑慮，但全球車用晶片短缺有望緩解，加上各國疫情管制鬆綁、民間消費回升，且國內亦有汰舊換新政策、電動車減免貨物稅/免牌照稅等政策延續等利多。在此樂觀之情勢下，和泰汽車將以「逆境奮起，戒慎思危，超越進化，重返巔峰」為經營方針，面對未來保持警覺，審慎控制風險，並不斷創新進化以維持領先優勢，掌握未來商機，讓和泰汽車再創高峰。



## 集團經營方針：逆境奮起，戒慎思危，超越進化，重返巔峰

經營策略	目標／做法
<p>販賣思維-超領先 智能服務-超滿意</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 車輛                     <ul style="list-style-type: none"> <li>TOYOTA 攻佔全級距，再創販賣新高峰</li> <li>Lexus 引領電能，駕馭未來</li> <li>商用車 驅動未來，締造新猷</li> </ul> </li> <li>■ 服務                     <ul style="list-style-type: none"> <li>TOYOTA 打造智慧化服務，延續品牌CS No.1</li> <li>Lexus 智能守護，極致體驗</li> <li>商用車 數位創新，開創先機</li> </ul> </li> </ul>
<p>策略轉型-超全面 領先布局-超前瞻</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>和潤 多元擴張分期業務，嚴控資金成本與貸放風險；佈局光儲充一體化事業，掌握綠色商機</li> <li>和運 開創新商品/新服務，增進黏著度，擴大租賃/中古車領先差距</li> <li>車美仕 強化商品品質、提升開發效率、拓展通路/市場，擴增獲利規模</li> <li>長源 強化完成車銷售，實施客戶分級/智能化服務，提升營業規模及服務量能</li> <li>和泰豐田物料運搬 積極轉型提升獲利，擴大中古車及倉儲業務，增加電動車/租賃占比</li> <li>和通 面對嚴峻挑戰，穩中求進，發展新事業</li> <li>和泰產險 強化經營體質及落實風險管理，推動最適險種策略組合</li> <li>和泰聯網 積極提升yoxi/iRent/商城/點數知名度，擴大會員經濟整體利益</li> <li>和泰車體 完備商用車體Line-up，革新生產效率及品質</li> </ul>
<p>經營控管-超謹慎 管理體制-超完備</p> 	<p>提升風險對應，建立集團風控機制，並優化關係企業控管及監理作法 建置完善之人資及培育體制，強化人才匯聚力及員工認同度 加強雲端/資安技術力，打造最強技術開發及資安團隊，建構個資防護體系</p>
<p>公司治理-超穩健 永續經營-超負責</p> 	<p>推動減碳管理體制，實現碳中和目標，全面提升環保形象 擴大集團公益聲量，提升移動服務品牌好感度 持續深化ESG項目、深植遵法文化，促進集團永續發展</p>

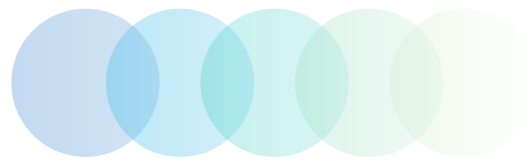


和泰汽車透過綿密且完善的汽車銷售網絡、配備東南亞規模最大的汽車綜合園區，以及完善高效的物流中心，完整建構客戶服務網，致力提供客戶最優質的服務。

和泰汽車始終秉持「顧客第一」為核心，持續推動「Only for YOU」的顧客服務活動，以提供顧客最優質的服務；全國經銷據點共有157個，服務據點為228個；其中TOYOTA經銷據點共108個、服務據點為183個；Lexus經銷據點25個、服務據點26個；HINO經銷據點18個、服務據點19個；和泰豐田物料運搬經銷據點6個，形成全台綿密的經銷服務網絡。

0.5

銷售網絡與服務



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

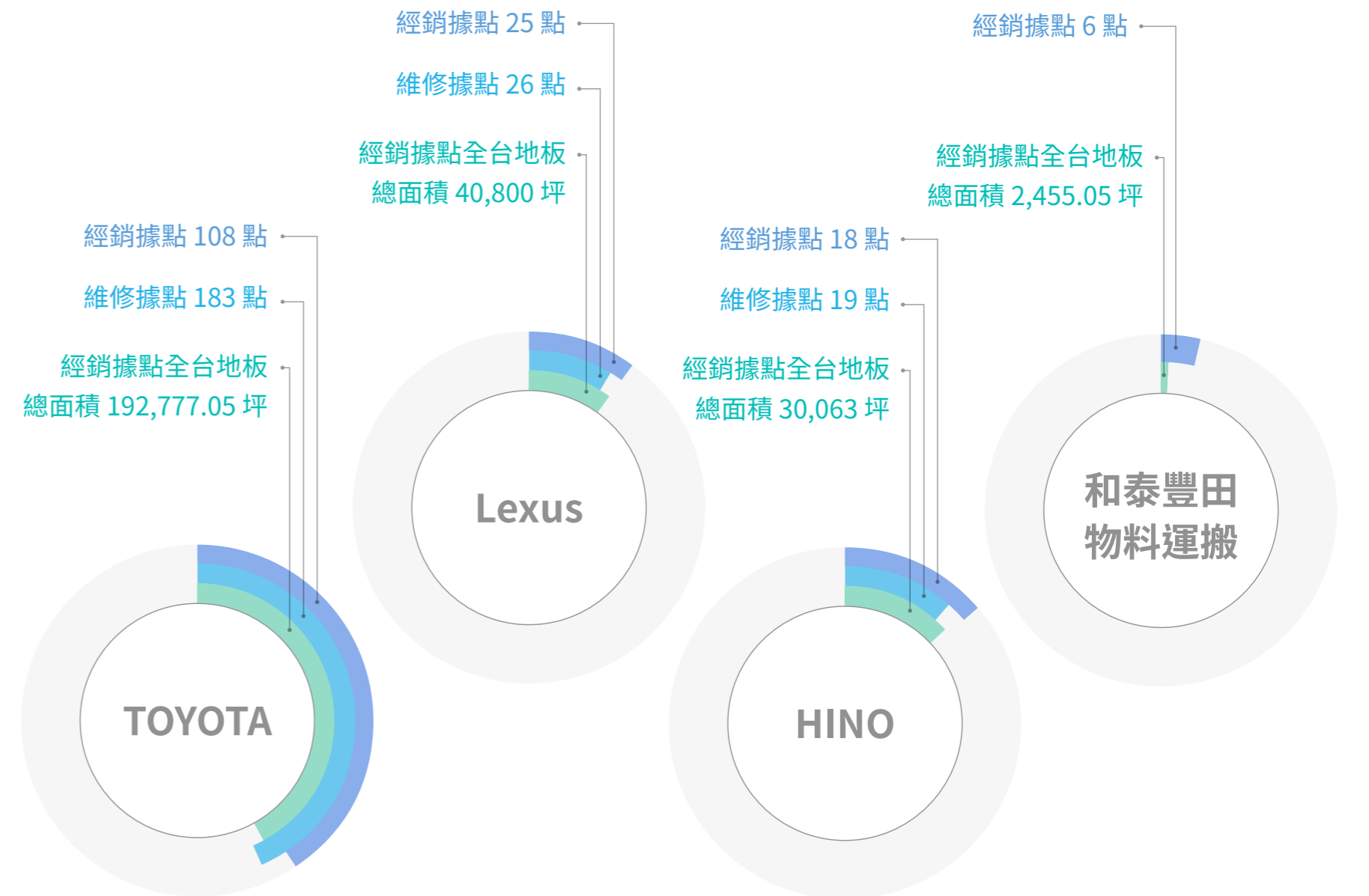
■ 新莊綜合園區包括「小型車維修大樓」、「長源汽車新莊廠」、「研修大樓」三大部份。

■ 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。



■ 合計經銷據點 157 點 ■ 維修據點 228 點 ■ 合計經銷據點全台地板總面積 266,095.10 坪

0.6

2022 永續亮點

經濟面

33.2 %  
連續21年台灣市佔第一

100 %  
新進人員反賄賂教育訓練

上升  
2.25 %  
2022年在地採購比例較  
2021年上升幅度

環境面

59 噸  
使用環保水性漆塗料  
2022年減少之有機溶劑  
揮發性氣體的排放量

24,454 噸  
2022年經銷商全年R134a冷媒  
回收量達19.58公噸  
相當於減少24,454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

4,760 萬 瓶  
設置中央供油設備，累計至2022年  
共減量4,760萬瓶機油空瓶

社會與員工

100 %  
2022年育嬰留停復職率

2,488 小 時  
2022年提供有薪志工假時數

12 萬 套  
至2022年已累計捐贈  
近12萬套導護裝備

2,000 公 里  
2022年移動公益幸福行動累計里程

6,376 萬 元  
捐贈汽車高科技教具及教材，累積  
金額超過新台幣6,376萬元

330 噸  
收集二手玩具並利用再生  
累計至2022年底已超過330噸

超過  
66 萬 棵  
一車一樹活動已種植  
超過66萬棵樹  
減碳量約1.8萬公噸





# 01

## 永續管理

Sustainable Management

### 經營理念

以促進企業責任為本之  
競爭優勢為出發點

### 2021年

CSR 委員會更名為  
**永續發展委員會**

### 10個重大主題

依衝擊顯著程度鑑別出  
**10** 個永續重大主題

### 3個SDGs目標

重大議題管理分針與聯合國  
永續發展目標呼應

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

1.1

企業永續政策

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

和泰汽車積極呼應聯合國永續發展目標 (SDGs)，參考國際相關倡議之精神，遵循「落實推動公司治理、發展永續環境、維護社會公益、加強企業永續發展資訊揭露」等四大原則並提出指導方針，作為日常作業中之依循。我們相信透過有效的管理及執行，必能將ESG行動與經營策略結合，且內化為發展與營運策略之根本，偕同員工對社會永續發展創造持續貢獻。

和泰汽車落實永續發展指導方針

落實推動公司治理

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

發展永續環境

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

維護社會公益

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

加強企業永續資訊揭露

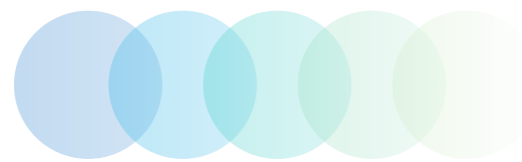
- 經董事會決議通過企業永續之治理機制、策略、政策及管理方針
- 落實推動公司治理、發展永續環境及維護社會公益等因素對公司營運與財務狀況所產生之風險與影響
- 公司為企業永續所擬定之履行目標及措施
- 企業永續之實施績效

SDGs

1.2

永續發展委員會

為實踐企業永續、具體落實與監督企業永續政策及永續經營發展策略，和泰汽車於2018年設置「企業社會責任委員會」為董事會下之功能性委員會，並於2021年12月更名為「永續發展委員會」。一年至少召開兩次會議，並透過定期會議的召開，訂定和泰年度永續政策並檢視各項ESG議題方針執行情形。2022年已針對環境、社會以及公司治理ESG運作成果提報12月董事會。有重大事件或議題時，各單位先行與各董事報告，依董事建議調整議題內容後，再依法提報審計委員會，最後提報董事會作討論，若董事有建議，亦會計載在會議記錄中，2022年未有重大關鍵事件發生。



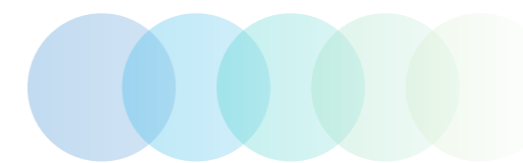
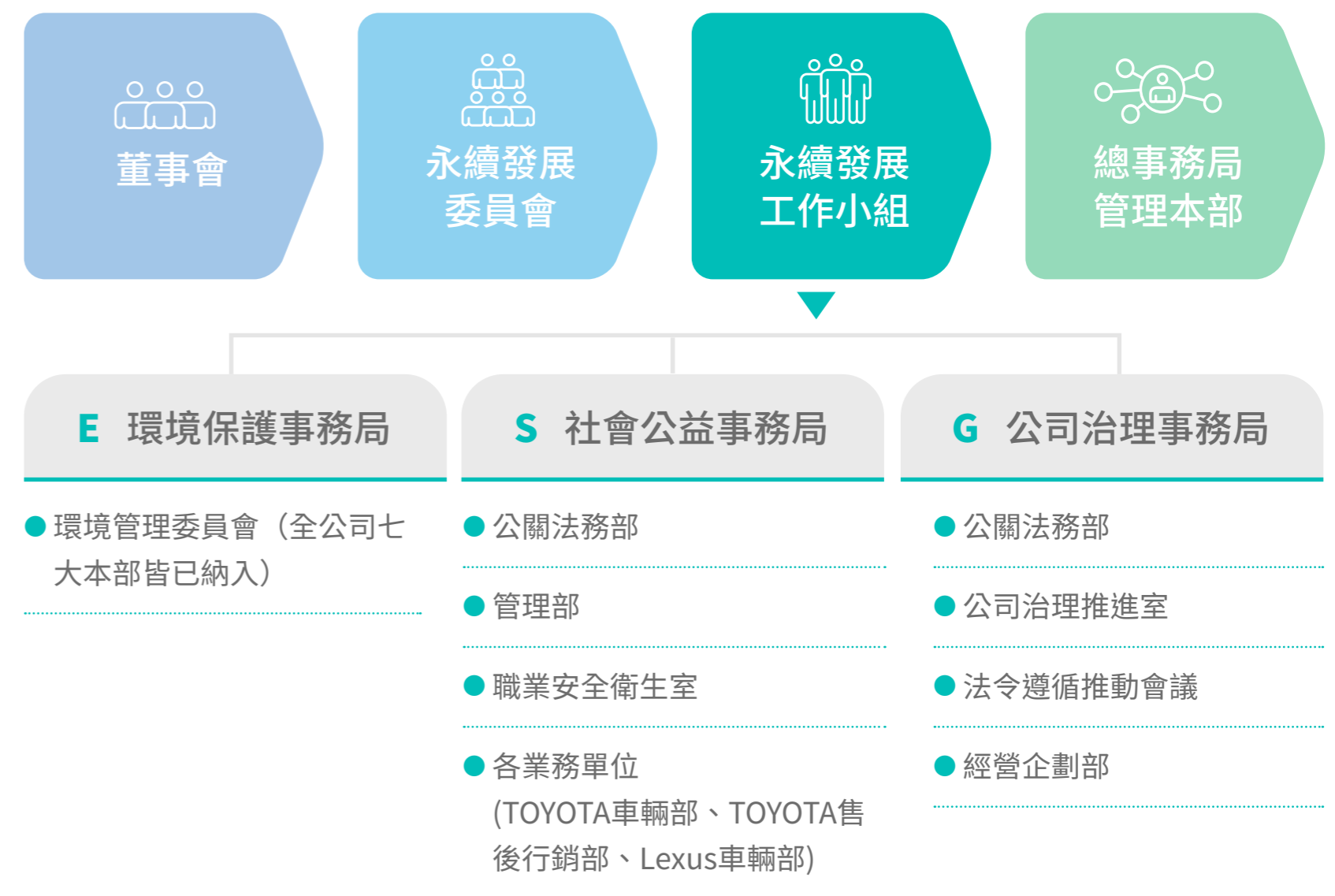
2022年ESG運作成果提報董事會內容摘要

環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 樹立亞太區豐田環管No.1標竿</li> <li>● 擴大品牌/集團環保影響力</li> </ul>
社會	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 連結本業/品牌/志工資源，樹立最暖移動服務企業形象，擴大集團ESG公益品牌聲量</li> <li>● 守護台灣原生環境與原住民，以公益行動連結在地情感</li> <li>● 藝文培育</li> <li>● 擴大經營雇主品牌</li> <li>● 推動集團共好，恢復舉辦「共好壘球賽」</li> </ul>
公司治理	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 強化公司治理及遵法</li> <li>● 管控集團違法風險，透過評鑑及教育健全管理機制</li> <li>● 制訂簽約SOP及教育訓練，確保訂單填寫零缺失</li> <li>● 透過多元手法及新媒體方式強化集團遵法，持續提昇內部人員遵法意識</li> </ul>

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、環境和社會之作為與績效，整合公司資源並將各項ESG議題納入日常營運中，永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項ESG專案方針與執行，並於7月進行方針檢討及12月由各事務局說明執行結果及次年度執行重點計劃，最終統籌各事務局績效成果提報至永續委員會，成員包括和泰環境管理委員會、TOYOTA車輛部、Lexus車輛部、TOYOTA售後行銷部、公關法務部等單位。此外，由管理本部擔任永續發展委員會總事務局，主要負責委員會召開事宜及跨單位溝通協調，並針對每年的重大性議題進行判定及對應、蒐集各單位永續議題運作成果，編寫和泰汽車永續報告書，每年向董事會提報ESG推動事項與成果兩次。

和泰汽車永續發展委員會組織圖



1.3

永續里程碑

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

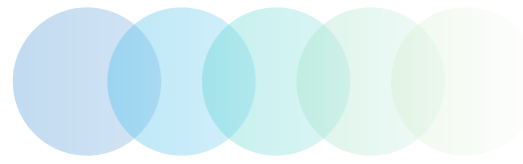


為精進和泰汽車的永續作為與成效，三大事務局也依據環境（E）、社會（S），及公司治理（G）三大面向分別訂定2023年深化永續目標及措施，使和泰汽車朝企業永續經營的目標邁進。



1.4

重大性分析



隨著傳統汽車行業面臨的巨大變化，需要做出更正確的決策並提高營運效率。同時，以環境(E)，社會(S)和治理(G)為考量的利害關係人，對公司非財務議題的績效期望也在提高。和泰汽車嘗試將各面向議題與長期的組織策略、風險和機會互相結合，來為主要利害關係人創造價值。和泰認為永續成長和穩定，是提升公司價值至關重要管理重點，並持續提供滿足客戶需求的產品是解決這些優先事項的關鍵。在企業社會責任的核心中，我們以利害關係人為導向進行管理，以促進永續發展並努力保持和發展良好的溝通管道。

在編撰報告書前置作業的永續議題蒐集上，和泰汽車以總公司、新莊與楊梅園區為考量邊界，遵循GRI準則(GRI Standards)所建議之永續性脈絡與重大性分析原則。除參考國內外企業社會責任的相關準則與報告書編撰規範，包括GRI(Global Reporting Initiative)、UNGC(United Nations Global Compact)、TCFD (Task Force Financial Disclosures)、SASB(Sustainability Accounting Standards Board)、ILO (International Labour Organization Conventions and Recommendations)、SDGs (Sustainable Development Goals)與ISO 26000外，也突破既有規範的框架，同步考量到全球永續發展之風險/機會、利害關係人回饋、汽車產業特有趨勢與外部顧問專家建議之議題，一共歸納出五大類、計21項與和泰汽車營運相關之永續議題，對其進行經濟、環境、社會與人權之正、負面衝擊評估。

# 1 重大性分析步驟

總計鑑別出 **54** 項  
營運活動

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

共有 **31** 項  
營運活動具經濟面衝擊

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

共有 **21** 項  
營運活動具環境面衝擊

共有 **38** 項  
營運活動具社會與  
人權面衝擊

- 前三大正衝擊活動為
- 產品與服務品質
  - 品牌管理與行銷
  - 銷售策略與公平交易

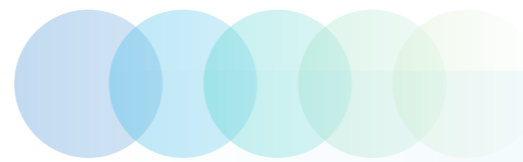
- 前三大負衝擊活動為
- 產品與服務品質
  - 顧客隱私保護
  - 風險與危機管理

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

共決定 **10** 個  
顯著正面衝擊議題

共決定 **10** 個  
顯著負面衝擊議題

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



## 2 組織脈絡

為了精準掌握利害關係人所關注的議題，和泰汽車的相關部門都在積極與主要利害關係人進行對話，交流和泰的永續理念，助於加深相互了解。此外，和泰汽車與外部專家保持溝通，以確保永續發展措施的方向。因此和泰報告書編撰小組透過AA 1000 SES:2015(Account Ability 1000 Stakeholder Engagement Standard:2015)標準中的量化方式，依據所提出之五大原則(依賴性、責任、影響力、多元觀點、張力)評估13個相關之利害關係人與和泰汽車營運的緊密程度。2022年度鑑別出6個主要的利害關係人，分別為：經銷商、員工、媒體、顧客、供應商、股東。和泰汽車為了闡明如何回應主要利害關係人的期望與需求，建立多元的溝通機制來聆聽建議，並於此報告內容導入利害關係人議合之結果。同時透過利害關係人給予之回饋，加速公司績效的向上提升。和泰也將繼續進一步加強與利害關係人的對話，以切實滿足社會的期望，並將其運用到我們的未來計劃中。

## 3 鑑別衝擊

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

## 4 顯著程度

綜整經濟、環境、社會與人權3個面向的衝擊評估結果，和泰汽車的所有營運活動所產生的綜合負面衝擊的顯著性略高於綜合正面衝擊。將54項活動歸納成21項永續議題後，向主要利害關係人詢問對各議題之關注程度。回收之問卷數量分別是經銷商89份、員工87份、媒體38份、顧客33份、供應商20份、股東17份，合計284份。各利害關係人之關注議題如下表所示：

Account Ability  
1000 Stakeholder  
Engagement  
Standard  
2015

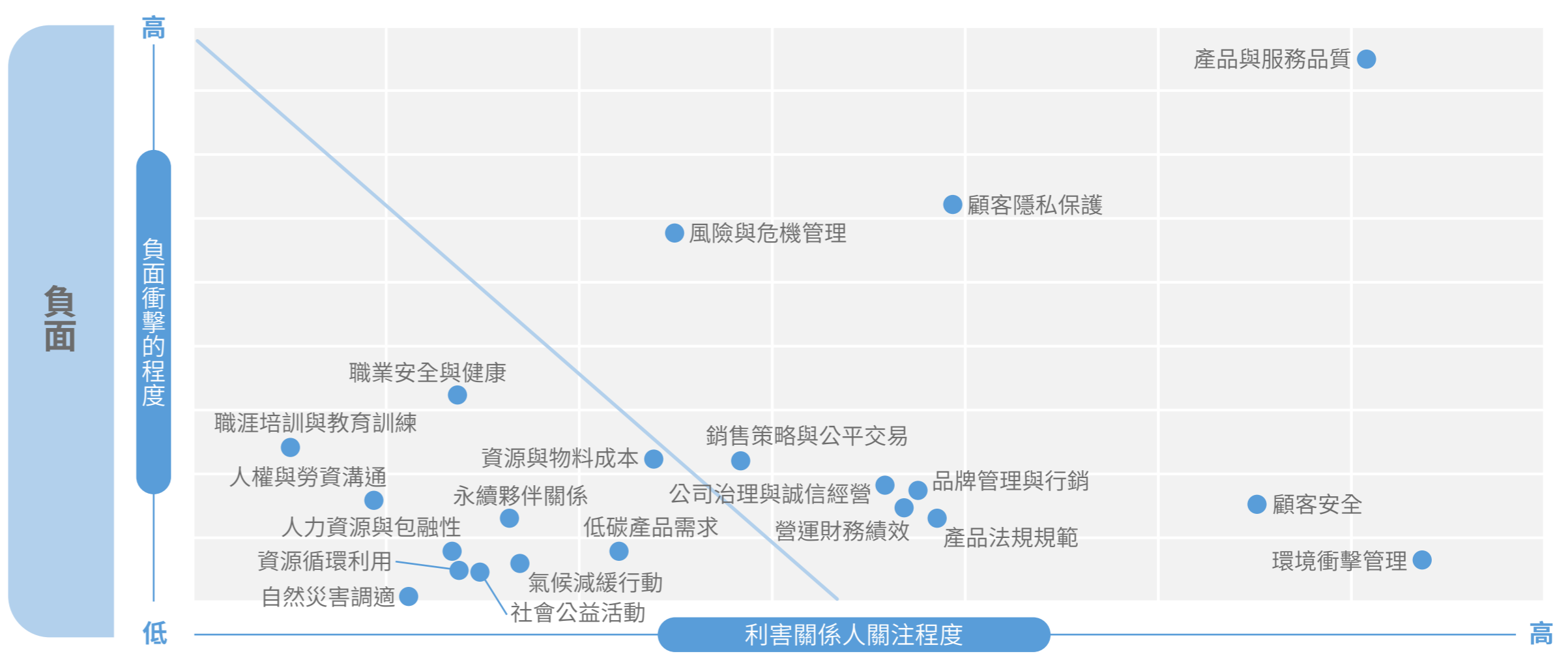
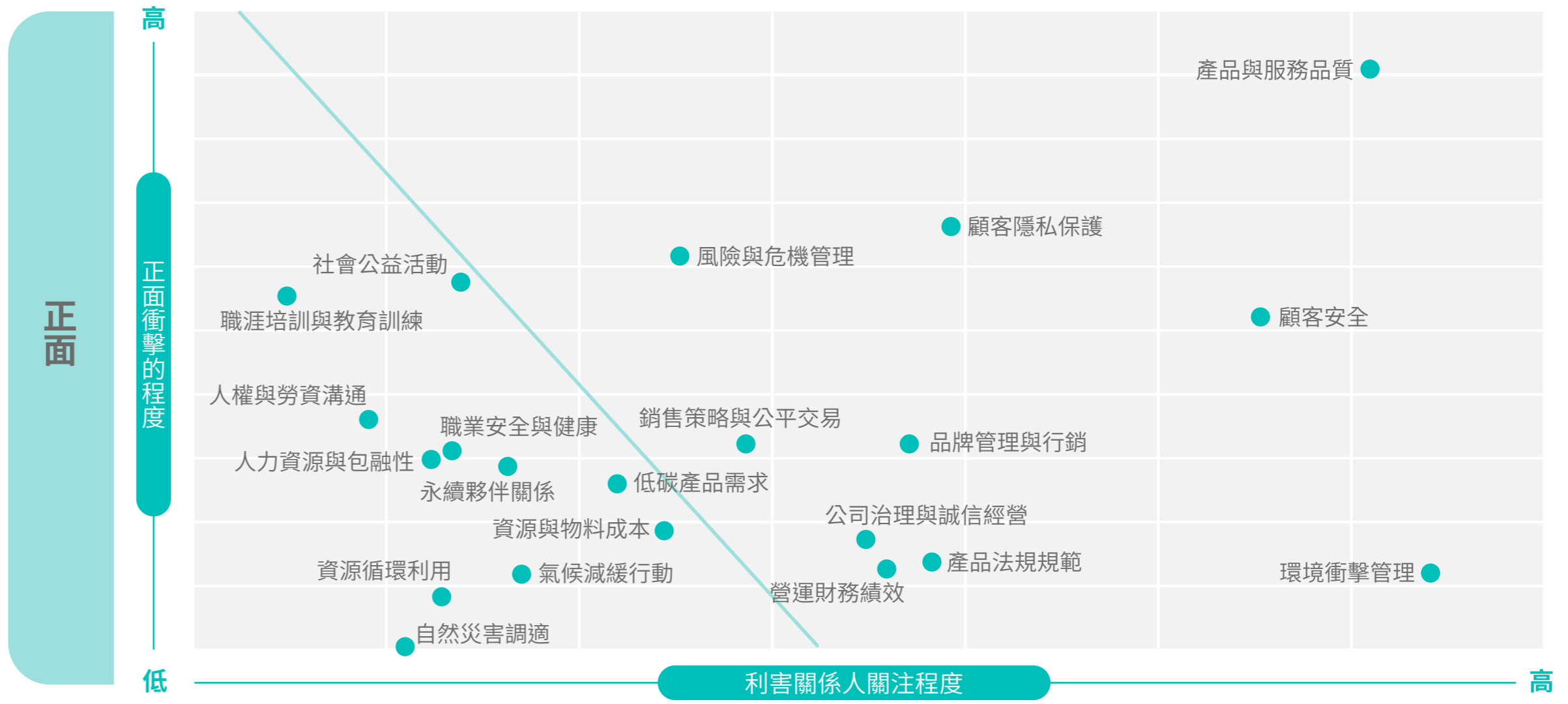
利害關係人	1 <sup>st</sup> 關注議題	2 <sup>nd</sup> 關注議題	3 <sup>rd</sup> 關注議題
經銷商	顧客隱私保護	職業安全與健康	顧客安全
員工	公司治理與誠信經營	產品與服務品質	顧客安全
媒體	產品與服務品質	顧客安全	品牌管理與行銷
顧客	產品與服務品質	顧客安全	品牌管理與行銷
供應商	產品與服務品質	永續夥伴關係	低碳產品需求
股東	營運財務績效	產品與服務品質	顧客安全





# 5 決定重大主題

以利害關係人的關注度為X軸，正、負面衝擊為Y軸，繪製重大議題矩陣。於正面衝擊矩陣篩選出10項關注度與衝擊度高的重大議題，於負面衝擊矩陣篩選出10項重大議題，作為報告書揭露的重點內容。相較前一報告期之重大議題總數由8項增加至10項（合併正負）。相較前一報告期的重大議題，2022年在永續經營和汽車產業的重大特定議題與去年保持相同，差異在於2022年治理面新增“產品法規規範”及“銷售策略與公平交易”，而去年的重大議題“氣候變遷轉型”在2022年回收問卷統計結果中則未進入重大議題。



6 管理作法

重大主題	GRI 主題	政策/承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案/行動	績效指標	目標	連結SDGs
			正面(實際/潛在)	負面(實際/潛在)							
公司治理與誠信經營	GRI 2-27	舉辦董事/全公司教育	<b>■ 正面實際</b> 1. 根據公司治理評鑑指標，定期執行及評估 2. 優化公告申報系統，提升集團公告資訊效率	-	股東	年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	每年1次 1年4次 不定期	1. 維持公司治理排名前5% 2. 召開定期法說會	維持公司治理評鑑前5%	成為公司治理標竿企業	
					供應商	年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	每年1次 1年4次 不定期				
					媒體	年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	每年1次 1年4次 不定期				
風險與危機管理	GRI 2-25	定期進行風險評估	<b>■ 正面實際</b> 訂定風險管理政策，並向董事會報告 <b>■ 正面潛在</b> 提案成立風控組織及控管機制	<b>■ 負面潛在</b> 針對高風險業務運作落實呈報程序	供應商	年度報告書、永續報告書	每年1次	定期進行風險評估	無發生重大事件	每年進行風險評估且無發生重大事件	-
					媒體	年度報告書、永續報告書、官網、股東大會	每年1次 不定期				

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

重大主題	GRI 主題	政策/承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案/行動	績效指標	目標	連結SDGs
			正面(實際/潛在)	負面(實際/潛在)							
品牌管理與行銷	417	1. 品牌行銷年度規劃 2. 透過新聞稿及定期發行之和泰園地傳遞公司內/外部的最新訊息 3. 舉辦新車媒體試乘活動，讓媒體直接體驗以增加對商品的了解	<b>正面實際</b> 1. 運用社群自媒體，擴大對目標客群影響力 2. 舉辦主題(如賽道)活動，強化品牌性能形象	<b>負面潛在</b> 對於影響車主用車體驗之事件，主動聯繫車主並提供相應對策	客戶	電視/平面廣告/新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期	1. 針對和泰社會公益主題舉辦各類活動，並鼓勵員工參與志工活動 2. 社會公益活動之訊息露出	1. 無發生重大產品缺失事件 2. 年度及階段性販賣目標順利達成 3. 定期且及時揭露公司重要資訊	市佔率持續維持No.1	
					經銷商	販賣會議、產品訓練、現地查核、線上課程、召回	不定期				
產品法規規範	417	1. 產品管理制度 2. 產品認證制度	<b>正面實際</b> 1. 建立集團同仁遵法意識 2. 確保商品或政策符合政府法規要求	-	員工	電視/平面廣告/新聞稿、和泰園地公益活動、電子郵件及會議	不定期	1. 產品認證 2. 經銷商評核制度	無發生重大產品缺失事件	無發生重大產品缺失事件	
				客戶	電視/平面廣告/新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期					
營運財務績效	201-1	1. 定期對外說明本公司營運成果 2. 即時揭露公司重要財務業務資訊 3. 針對各經銷商之年計目標討論與確認，並對年度重點業務進行說明	<b>正面實際</b> 1. 定期掌握公司及關企營業績效，加強管理效能 2. 定期檢討與修正年度方針	-	股東	年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	每年1次 1年4次 不定期	1. 定期對外說明本公司營運成果 2. 即時揭露公司重要財務業務資訊 3. 針對各經銷商之年計目標討論與確認，並對年度重點業務進行說明	市佔率No.1	市佔率持續維持No.1	

重大主題	GRI 主題	政策/承諾	衝擊說明		議合對象	議合管道	議合頻率	專案/行動	績效指標	目標	連結SDGs
			正面(實際/潛在)	負面(實際/潛在)							
銷售策略與公平交易	206-1	1. 市場產品銷售策略 2. 透過新聞稿及定期發行之和泰園地傳遞公司內/外部的最新訊息 3. 技術發展與市場佈局	<b>正面實際</b> 1. 訂定各品牌年度銷售目標並定期檢討 2. 商品發表、活動訊息透過內外部管道發布利害關係人知悉	-	客戶	電視/平面廣告/新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期	1. 說明本公司銷售及營運成果 2. 即時揭露公司銷售策略資訊	無發生重大產品缺失事件	市佔率持續維持No.1	
					經銷商	販賣會議、產品訓練、現地查核、線上課程、召回	不定期				
					員工	電視/平面廣告/新聞稿、和泰園地公益活動、電子郵件及會議	不定期				
環境衝擊管理	301 302 303 305 306	豐田環境管理系統、ISO14001、ISO14064	<b>正面實際</b> 1. 實踐集團碳中和，建構淨零藍圖 2. 集團實施減碳、減廢行動計畫	-	股東	年度報告書、永續報告書、股東大會、法人說明會、官網投資人關係專頁	每年1次、1年4次或不定期	設定每年碳排減量3%目標	降低9%碳排(vs2019年)	2025年降低18%碳排(vs2019年)	
					員工	電視/平面廣告/新聞稿、和泰園地公益活動、電子郵件及會議	不定期				
					客戶	電視/平面廣告/新聞稿、問卷、免費專線、APP、電子郵件	不定期				
					經銷商	年度報告書、永續報告書、發文	不定期				

每年12月召開永續發展委員會討論年度 ESG 方針外，亦會在此會議報告與利害關係人議合結果，各委員會提出問題或改善建議，經修正好內容，並於同月提報到董事會作報告，報告結果，董事有建議或提問，亦會記載在會議紀錄中。2022年董事會成員已透過以下場合，和利害關係人進行議合並檢視議合效率的機制與頻率，說明如下表：

利害關係人	經銷商	股東	員工	媒體
議合場合	表揚大會 方針大會	股東會	勞資委員會	新春媒體聯歡會 車款上市發表會
議合頻率	每年1至2次	每年1次	每年4次	每年1次 不定期
檢視議合效率方式	車輛銷售台數	年報 議事手冊	離職率(1年4次) 員工滿意率 (一年1次)	每月媒體新聞報導 內容及則數



## 7 重視利害關係人權益

為加強公司對利害關係人權益之重視，及配合公司治理的精神與遵守企業社會責任實務守則規範，永續發展委員會每年將彙整前年度之「利害關係人溝通情形」於董事會進行報告，2022年鑑別結果預計於2023年年底董事會報告。2022年和泰汽車鑑別出6個主要利害關係人，其關注議題摘要說明如下：

利害關係人	經銷商	股東	員工	客戶	供應商	媒體	回應摘要
顧客隱私保護	✓	✓	✓	✓			揭露完整顧客管理成果並說明隱私權政策
公司治理與誠信經營		✓			✓	✓	即時揭露公司重要財務業務資訊及定期對外說明公司營運成果
產品與服務品質			✓	✓			定期向員工傳遞產品資訊與進行人員考核與訓練，針對顧客要望提供對策
環境衝擊管理		✓	✓	✓			環境管理系統與政策、各項氣候變遷減緩與調適的因應做法、維修服務過程產生的氣體防制/噪音管理作法與成效
銷售策略與公平交易	✓		✓	✓			對於銷售市場的產品策略、技術發展與市場佈局、確保競爭不受市場壟斷以保護消費者的作法、夥伴聯盟策略
顧客安全	✓			✓			說明產品的安全考量、針對顧客要望提供對策並轉知建議
品牌管理與行銷	✓			✓			品牌形象與定位、行銷費用與策略、績效衡量指標及調查、網路與媒體評鑑、淨推薦值指標、產品召回的處置等
產品法規規範			✓	✓			嚴格遵守各種法規，引進並導入符合台灣法規的產品，獲得多項認證
風險與危機管理					✓	✓	揭露風險與危機管理政策
營運財務績效		✓					定期揭露財務資訊、營運狀況、股利政策、以及未來展望

1.5

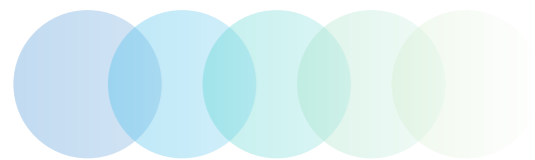
外部組織參與

外部組織名稱	職務
中華民國三三企業交流會	會員
財團法人商業發展研究院	董事
中華民國工商協進會	理事
台北市進出口商業同業公會	會員
台日商務交流協進會	理事
社團法人台北市日本工商會	會員
社團法人中華公司治理協會	會員
中華民國公開發行公司股務協會	會員
台北市汽車代理商業同業公會	會員
台灣區車輛工業同業公會	會員
台灣區汽車修理工業同業公會	會員
東亞經濟會議台灣委員會	會員
台灣董事學會	會員
台灣企業永續研訓中心	理事

1.6

2022年獲獎與榮耀

榮譽	說明	舉辦單位
第 <b>9</b> 屆公司治理評鑑 <b>6-20</b> %	過去 <b>4</b> 次獲全上市公司 排名前 <b>5</b> %	 臺灣證券交易所
和泰汽車榮獲 <b>2022</b> 年 TCSA台灣企業永續獎	連續 <b>7</b> 年獲獎	
和泰汽車榮獲 <b>2022</b> 年 天下CSR企業公民獎 第 <b>16</b> 名	連續 <b>8</b> 年獲獎 連續三年入圍前 <b>16</b> 名	
和泰汽車獲工商時報 <b>2022</b> 年 臺灣服務業大評鑑金獎	連續 <b>7</b> 年獲獎	
和泰汽車榮獲 <b>國家永續發展獎</b> (企業類)	首次獲獎	
和泰勇奪 <b>數位轉型鼎革獎</b> 之楷模獎	首次獲獎	





# 02

## 感動客戶

Customer Services

97.8%

近四年平均零件供應率

110萬人  
和泰 Pay

2 個月累積註冊人數

蟬聯21年

台灣車市銷售冠軍

超過9.7分

TOYOTA 2022 年

客戶滿意度 (滿分 10)



連續21年蟬聯臺灣車市龍頭，和泰汽車始終堅持以人為本的服務精神，從賞車、銷售，到售後的維修，我們只提供最優質且值得信賴的服務。我們將客戶的意見與期待作為我們進步的最大原動力，秉持從「心」出發的精神，為顧客創造超越期待的用車體驗。

2.1

樂在TOYOTA的服務文化

和泰汽車的服務之道向來以「人」為本，不只關心車主在TOYOTA的消費體驗，也在乎TOYOTA員工的工作滿意度。我們的理念為「齊心打造快樂的工作環境，讓我們享受樂在TOYOTA的幸福職場」，透過提升員工滿意度，來帶動顧客滿意度的上升，進而達到忠誠顧客養成的目標。

和泰汽車及TOYOTA各經銷商不定期檢視總公司員工、業務人員及售後服務人員的工作環境與工作生活平衡，針對員工的需求提供各種福利，如：健康生活促進活動、工作環境及設施的改善、員工家屬同樂活動、在職訓練、多元激勵活動等施策。藉由讓員工感受到公司悉心照顧的感覺，更進一步提供車主溫暖、專業的服務。（更多內容請參閱本報告書「樂在工作」章節）

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

樂在 TOYOTA 概念

齊心打造快樂的工作環境，讓我們享受「樂在TOYOTA」的幸福職場

TOYOTA在地第一  
**Best in Town**

用心提供驚喜的感動服務，讓顧客體驗「樂在TOYOTA」的用車生活

全員顧客滿意文化 塑造

和泰董事長、總經理、執行副總及本部長以上主管共同發表顧客滿意文化承諾海報——

**總經理Top Message**  
激勵集團全員

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

**TOYOTA SSI/CSI**  
成果

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

未來，和泰汽車將會持續秉持 **樂在TOYOTA** 的精神，提升員工滿意度與顧客滿意度。透過凝聚員工向心力、促進整體工作氛圍，打造幸福的職場環境；並提供員工發揮專長及創意的舞台，為顧客打造驚喜感動服務。



歷年服務文化與策略



**2014**  
建構High 5  
高績效團隊



**2015**  
建構展現關懷  
的信賴團隊



**2016**  
建構傳遞幸福  
的共好團隊

2016

2017~2022

■ Only for YOU  
啟動關鍵

- ▶ 鞏固CS (Customer Service) 文化
- ▶ 強化思維、健全制度、啟動關鍵、樂在工作
- ▶ 員工滿意→客戶滿意 (人才培育)

■ 樂在TOYOTA

- ▶ TOYOTA幸福文化
- ▶ 讓員工享受樂在TOYOTA的幸福職場
- ▶ 讓顧客體驗樂在TOYOTA的用車生活
- ▶ 經銷商參與及支持
- ▶ 經銷商/據點發展在地感動服務
- ▶ 經驗及成果分享會

■ 樂在TOYOTA

- ▶ 星光聯盟選拔  
鼓勵員工結合弱勢改善進行創意提案
- ▶ 神燈精靈現地激勵  
與經銷商合作，為優秀員工策畫驚喜活動
- ▶ 摘星計畫  
綜合評比ES/CS表現，選拔優秀服務廠
- ▶ 異業結盟體驗活動  
舉辦數位體驗活動，免費提供顧客雜誌/電影/音樂服務
- ▶ 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



2.2

顧客關係管理

用心傾聽顧客聲音

2.2.1

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

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

為因應顧客網路的使用需求增加，2019 年導入「TOYOTA AI 智能客服」，即時回應顧客並提升顧客體驗，2020 年持續強化 AI 智能客服，擴充現有問答題組，從原有販賣/服務題組，進一步擴充影音用品/品牌活動/APP 相關/問卷抽獎等題組，並新增關係企業相關題組(包含貸款/精品/保險/中古車等)；且同時建立車主專區，提供車主便利的一站式客製化服務，2021 年 TOYOTA 智能客服逐步升級，受理占比超過六成，成為主要顧客 VOC 來源，達成擴大分流並成功轉型；為了更進一步提升顧客使用體驗及便利性，2022 年 11月導入同業首創智能客服語音輸入，透過先進的語音辨識功能結合 AI 智能客服，提供更便利的查詢服務。Lexus 亦於 2020 年導入智能客服。

顧客意見回饋管道

車主的心聲一直都是和泰汽車關注的重點，我們透過如24小時免付費電話、市話客服專線、官網（AI智能客服）、CS調查（電話訪問、紙本問卷、網路問卷等）、App等多元管道，與車主進行良好的溝通，仔細聆聽車主的寶貴意見，並將其轉化為一系列的優質服務。



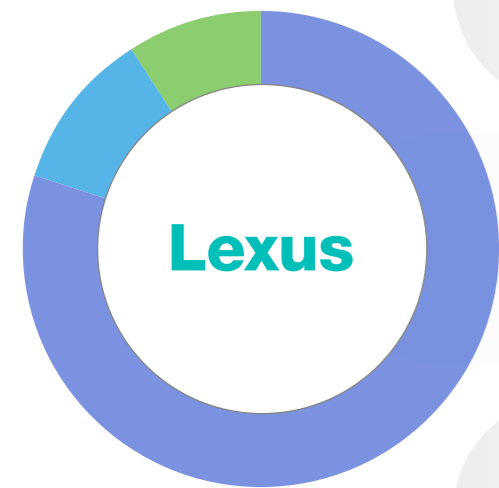
	TOYOTA	Lexus	HINO
24小時顧客服務中心服務電話	0800-221-345 (02) 5599-7299	0800-036-036	0800-522-567
官網	www.toyota.com.tw	www.lexus.com.tw	www.hino.com.tw
電話訪問	<ul style="list-style-type: none"> <li>全數撥打</li> <li>SSI對象：交車滿7日車主</li> <li>CSI對象：車主結帳離廠隔日起，陸續以App或簡訊發送問卷，關懷車主服務滿意度與用車狀況。若未回覆問卷，才會於第7日撥打服務追蹤關懷電話。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全數撥打</li> <li>SSI對象：先以簡訊關懷新車購車滿7日之車主，若車主未回覆簡訊，才撥打追蹤關懷電話。</li> <li>CSI對象：先以簡訊關懷保養或維修結帳出廠滿3日之車主，若車主未回覆簡訊，才會撥打服務追蹤關懷電話。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每月SSI/CSI各抽樣80件。</li> <li>SSI：登錄領牌新車車主，於交車時掃描QR CODE/LINE連結專屬SSI問卷</li> <li>CSI：先以LINE問卷關懷已結帳離廠車主，若車主未填寫問卷，另撥打電話追蹤關懷。</li> <li>SSI對象：每月新車車主。</li> <li>CSI對象：每月回廠顧客。</li> </ul>
紙本與網路問卷	<ul style="list-style-type: none"> <li>每月隨機抽樣寄送紙本以及網路問卷調查服務滿意度</li> <li>新車交車車主(每季抽樣8,000件)</li> <li>入廠保養維修車主(每季抽樣15,000件)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每月抽樣寄送紙本或網路問卷調查服務滿意度，並於2023年針對長期弱勢服務項目增加邏輯接題以深入探討顧客不滿意之根因。</li> <li>SSI對象：新車交車3個月內車主（每次抽樣1,000件）</li> <li>CSI對象：結帳出廠3個月內車主（每次抽樣2,000件）</li> </ul>	
APP	<ul style="list-style-type: none"> <li>All-in-One行車生活服務App「My Toyota」</li> <li>https://www.toyota.com.tw/app/citydriver/</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>All-in-One行車生活服務App「Lexus Plus」</li> <li>https://www.lexus.com.tw/app/lexusplus/</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>All-in-One行車生活服務App「Hi HINO」</li> </ul> 

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情報分享了解客戶的需求並積極回應。我們將客戶反應的聲音區分為一般顧客詢問事項的「諮詢」類、顧客任何不滿意之意見回應的「抱怨」類、顧客對人員或據點服務狀況表示肯定與鼓勵的「讚揚」類，及顧客建議公司或人員可改善但未達不滿意之「建議」類等四大類別，其中，多數意見反應為諮詢、讚揚與建議類。

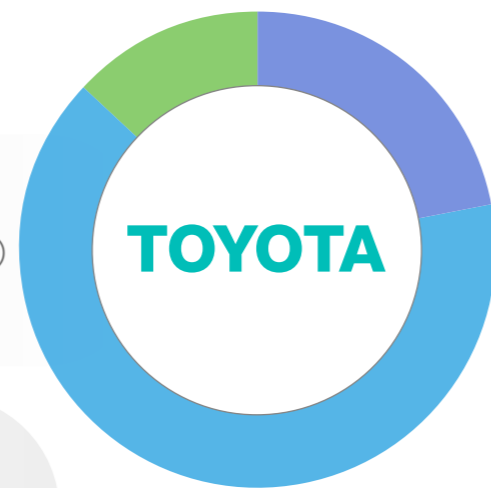
### 2022 VOC來源統計



■ 電話 **22%**  
 ■ 官網 **65%** (智能客服+網路信函)  
 ■ 電訪、郵訪、線上問卷 **13%**

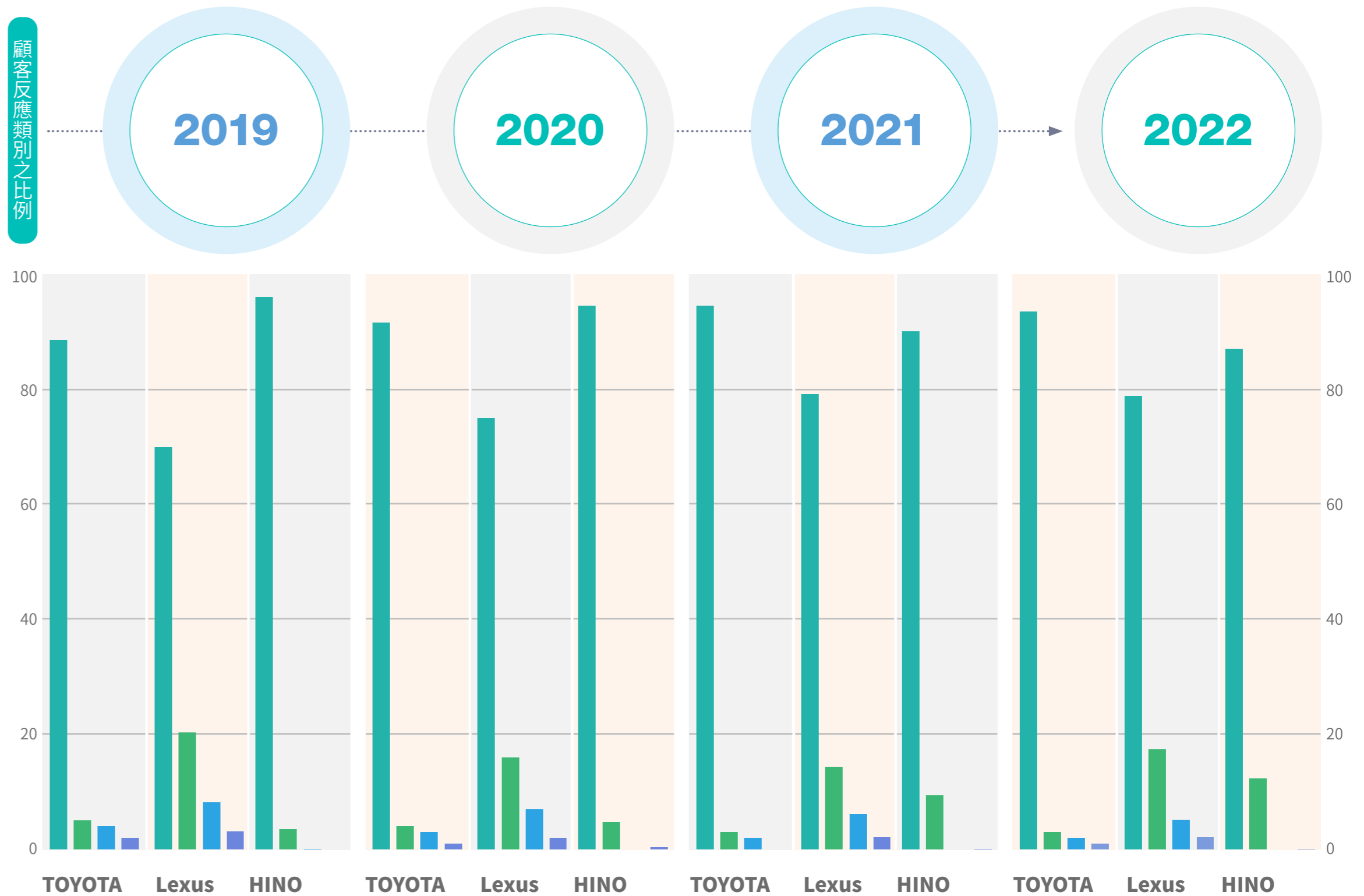
■ 電話 **80%**  
 ■ 官網 **11%** (智能客服+網路信函)  
 ■ 電訪、郵訪、線上問卷 **9%**

■ 電話 **12%**  
 ■ 官網 **1%** (智能客服+網路信函)  
 ■ 電訪、郵訪、線上問卷 **87%**



■ 電話	執行單位 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)	
■ 電訪、郵訪、線上問卷等	執行單位 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



■ 諮詢類 ■ 抱怨類  
 ■ 讚揚類 ■ 建議類

註：Lexus 於2022年抱怨類多數與品質無關，主要內容與說明聯繫、人為應對與販賣條件相關，已於2022年舉辦各職種主管與人員溝通教育及案例研討；HINO則以服務抱怨占比67%，主要以未一次修好（14%）及零件缺貨（7%）為主。針對未一次修好透過強化技術員OJT體制及多元化技術力評鑑，來改善問題，零件缺貨主要因受中國疫情影響產能，造成供貨不及，已增加零件庫存對應。

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。

# VOC

顧客反應處理流程



## 顧客滿意度

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

和泰汽車透過多樣化的顧客滿意度調查（包括電訪、郵訪等），將顧客意見提供給顧客服務中心處理，也要求經銷商及一線人員因應並改善，提升顧客滿意度。2022年各項顧客滿意度調查結果均符合目標設定值。多年來我們深耕顧客滿意認知教育，以員工滿意為基礎，透過Top-down的高層參與及Bottom-up的現場即時改善，期許同仁樂在TOYOTA，以同理心出發並獲得顧客的信賴與肯定，維持TOYOTA在地第一的地位。

品牌	調查方式	2019	2020	2021	2022	2023目標
TOYOTA	SSI電訪(成績)	9.7	9.81	9.82	9.8	9.8
	CSI電訪(成績)	9.7	9.70	9.71	9.7	9.7
Lexus	SSI(落實度)	99%	99%	99%	99.6%	95%
	CSI(落實度)	99%	99%	99%	99.2%	95%
	SSI(滿意度)	990	991	990	992	980
	CSI(滿意度)	985	984	986	987	975
HINO	CSI-問卷	97.4	96.1	95.8	95.4	93
	SSI-問卷(滿意度)	94.8	98.3	98.2	99.1	95

### 調查方式說明

#### TOYOTA

- SSI電訪（成績）：整體TOYOTA營業所之滿意度之分數平均，滿分為10分。CSI電訪（成績）：整體TOYOTA服務廠之滿意度分數平均，滿分為10分。
- 花費500元以上維修費納入滿意度調查客戶樣本數

#### 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。

#### HINO

- CSI問卷：整體HINO服務廠之滿意度分數平均，滿分為100分。
- SSI線上問卷：整體HINO營業所之滿意度分數平均，滿分為100分。2020年SSI由原本電訪改為線上問卷，計分方式亦有調整。
- 調查對象涵蓋全客戶。

## 行動化服務「My Toyota」和「Lexus Plus」

和泰汽車積極致力於提供便捷安全的行車體驗，2013年領先同業，首創「My Toyota」和「Lexus Plus」服務，完整支援九大行車功能，強調「行車生活All-in-One」概念。TOYOTA與Lexus車主更有車主獨享的「愛車秘書」功能，協助車主掌握愛車維修資訊，並搭配保養檢修，以及線上預約回廠服務、不定期享有電子優惠券，大幅提升廣大車主在養護車輛上的便利性。2020年11月進一步導入和泰集團會員，車主可使用單一帳號享有和泰集團相關服務，提升車主跨平台使用的方便性，2021年10月更全面上架和泰集團數位新服務-【和泰Pay】及【和泰Points】，建立車主會員制度與多元支付方式，給予車主煥然一新的數位新體驗，每月平均活躍用戶已超過50萬人，2022年累計註冊人數達110萬人（TOYOTA 878,517人），未來和泰汽車也將持續致力於提供社會更多元、便捷、安全的行車體驗及行動化服務，落實企業社會應盡的責任，樹立標竿企業的典範。2022年5月起，HINO導入「Hi HINO」App服務，整合愛車秘書、和泰Points與和泰Pay、大車友善地圖推薦大車司機方便飲食的餐廳，以及不定期推播CS或品牌相關訊息等功能，提供車主便捷的使用體驗。

和泰集團近年來積極推展MaaS（Mobility as a Service）相關服務與文化，期望能完美滿足每一位顧客在「移動過程」中的各種需求。為進一步瞭解消費者對移動服務的想像與期待，2022年首次舉辦MaaS數據黑客松活動，以「結合智慧科技與共享經濟」為主軸，除釋出內部珍貴移動服務數據外，更提供百萬總獎金為提案獎勵，成功號召全國超過250間大專校系及新創／大型企業共同響應組隊參賽，一起發揮無限創意並落實所學，開創移動減碳新世代。和泰汽車黃南光董事長特別親臨決賽表示，集團不遺餘力地推動台灣MaaS成長發展，期盼藉由提供商業數據與競賽的舞台，讓年輕世代對移動服務有更深一層的了解外，更輔以工作坊20位頂尖業師團1對1指導，協助團隊淬鍊數據價值與優化提案，以實際的行動培

育在地青年學子，盡情發揮創新思維與正向力量，為國內打造兼顧環境永續、經濟又便利的智慧移動新生活，帶給台灣這片土地更美好的移動未來！



**Mobility  
as a Service**



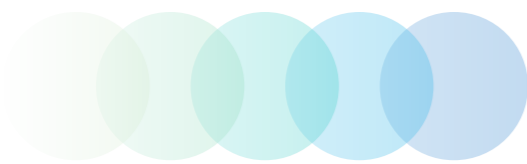
## 新型態服務據點- TOYOTA社區型保修站

2017年起，和泰汽車即針對內外部趨勢進行研究，並透過發放車主保養行為問卷調查等方式，發現「地點便利」與「快速保養」為顧客對售後服務的主要訴求，故經過兩年時間規劃，自2019年起，和泰汽車將服務廠走入社區，於全台設立業界首創之「TOYOTA社區型保修站」，提供車主快速保養及簡易維修以及輪胎與電瓶更換服務，滿足車主需求。至2022年底，已累積60間TOYOTA保修站，並有14.7萬入站台次，其中顧客滿意度達96%，且98%顧客願意再次入站。目標2024年將擴點至100間保修站，加上現有122間TOYOTA服務廠，全台共有223間服務據點，提供車主更便利密集的售後服務網絡。

顧客關係維護

2.2.2

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



購車及交車關懷

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

依客戶需求提供客製化交車服務，提升交車體驗滿意度。

為關懷新車車主交車後之用車情形，於交車第3天寄發關懷簡訊，若未填回則於7天後進行電訪關懷，確保滿意之購車體驗。

保有車主用車關懷

針對TOYOTA車主進行用車、續保、定期保養、驗車提醒...等訊息溝通。

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

多元顧客關係活動

和泰與經銷商不定期舉辦多元類型車主活動，如：親子手作DIY、家庭健康講座、環保公益活動、數位社群互動、小小技師體驗營、節慶同樂會、客休息室數位體驗活動...等。

增進與車主的互動及傳遞環保觀念，除提升品牌服務外，同時維繫車主關係。



主動召回

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

2022年TOYOTA實施5項主動召回之改正活動，受影響台數共5,811台。和泰汽車始終秉持誠實、負責、主動與盡快改正的積極態度，讓所有客戶都能安心享受駕馭的舒適及快意。

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16萬位)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



案件名稱	應召回車輛數(台)
C-HR、GR YARIS毫米波雷達點檢/校正	1,588
RAV4 HV、SIENNA防滑控制程式更新	3,663
SIENNA前座椅背骨架修正	384
bZ4X輪圈螺栓瑕疵召回改正活動	88
bZ4X左、右A柱簾幕氣囊(CSA)繫帶固定狀況召回改正活動	88

2.3

產品設計與生產

導入適切產品—兼具環保及便利的油電複合車

2.3.1

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



產品導入評估流程

市場評估

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

車輛上市前

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

商品上市初期

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



近年來，隨著環保意識的提升伴隨而來消費偏好的改變，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

	2019	2020	2021	2022
<b>TOYOTA</b>	<b>16,923</b>	<b>21,671</b>	<b>29,708</b>	<b>29,739</b>
<b>Lexus</b>	<b>5,106</b>	<b>5,747</b>	<b>6,423</b>	<b>6,036</b>
<b>HINO</b>	<b>130</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
<b>登錄</b>	<b>22,159</b>	<b>27,443</b>	<b>36,135</b>	<b>35,781</b>



## 提升產品安全性能

2.3.2

和泰汽車將人身安全放在首位，人人安全、無交通事故傷亡的社會就是我們的目標，我們具備了整合的安全管理概念，透過安全碰撞試驗、駕駛模擬機、安全測試用人體模型的輔助，希望大幅提升產品的安全性能。旗下各品牌車型車款並導入各項主被動式防護系統、安全駕駛輔助系統、煞車／懸吊系統、高剛性車體設計等，並持「安全為先」的理念，提供最完善的主被動全方位安全防護。若發生影響車主使用產品安全之事件，如bZ4X輪輻脫落事件，和泰汽車主動聯繫車主，並提供解決對策，以求妥善處理。和泰汽車販賣之車輛皆符合原廠及政府之安全法規，以確保使用者安全，同時廢棄車輛處理亦依照政府規範處理。2022年未發生違反有關產品與服務的健康和安全法規、未遵循產品與服務之資訊與標示法規及未遵循行銷傳播相關法規之事件。

## 安全碰撞試驗

■ 分析各種意外事故的資料並執行廣泛的碰撞試驗，以持續導入可降低意外事故中傷害的安全措施，和泰汽車旗下的所有車輛均通過法規要求之前方與側方撞擊測試。

## 駕駛模擬機

■ 建造全世界最先進的駕駛模擬機，它是可移動的圓頂型體，且配備有360度高畫質螢幕，可在此模擬左右轉彎、加速及減速，模擬以實際車輛重現時太過危險之情況、或特殊情況下之駕駛條件。

■ 以此研究事故時之駕駛反映及車輛資料，並不斷地進化我們的主動安全科技。

## 安全測試用人體模型

■ TOYOTA自1997年起即致力開發THUMS (Total Human Model for Safety) 電腦虛擬人體模型，用來模擬分析事故時乘客與行人所受到的傷害、瞭解人體內部器官在發生碰撞時會如何受到影響，並持續開發更精細的THUMS家族成員，以模擬不同性別與年齡層的身體狀態。

■ 取得的資料有助於開發出如車側簾式氣囊以及WIL (Whiplash Injury Lessening) 頸椎傷害緩和座椅等被動安全技術。

## 整合的安全管理概念

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

## TOYOTA

- 為降低意外發生的可能性、守護行車安全，和泰汽車致力導入更完善多元的主被動安全配備，如TOYOTA極致安全防護系統（整合智能防護駕駛系統、智能輔助煞車系統、智能安全警示系統）、TSS (Toyota Safety Sense) 系統、高剛性車體等。
- 為回應市場消費者期待，和泰汽車持續升級旗下車款的安全配備。國產車部分，級距銷售冠軍Corolla Cross與Corolla Altis全車系標配TSS系統與7氣囊，Sienta、Yaris與Vios亦搭載TSS系統；進口車部分，也於RAV4、Camry、C-HR、Corolla Sport、Prius PHV、Prado、Alphard、Sienna、Hilux、Supra等車型全車系標配TSS系統與7氣囊(含以上)，總計共12款車型，全方位守護乘員安全。
- 統計至2022年全年，配備有TSS系統之車型佔該年全車型銷售比率約82%。

## Lexus

- 以豪華車著稱的Lexus，其靜肅性與安全始終備受肯定。截至2022年，已針對全車系導入Lexus Safety System+ 智動安全防護系統，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，並加裝視野補助裝置及左右轉警報系統，強化車輛運行安全性，巴士方面，後軸寬幅式懸吊系統新車型，降低車身的震動、搖晃，並優化輔助煞車性能，追加排氣煞車，提升減速時的性能。



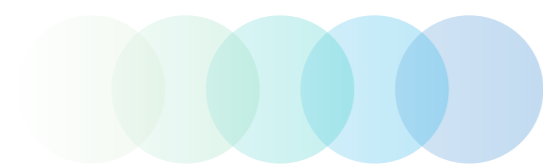
### 管控車種導入風險

2.3.3

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

#### 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1,500萬元以上。



#### 保證新車品質

##### ■ 建立標準化作業流程 (SOP)

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

##### ■ 實施SSI銷售滿意度調查新車品質

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

##### ■ 新車物流作業品質現地查核暨車輛物流研討會

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

### 確保零件供應時效與品質

2.3.4

和泰汽車以豐田生產管理系統 (TOYOTA Production System, 簡稱TPS) 的精神與做法，建置集團的零件供應管理，藉由零件資訊系統提供之精確資訊，在全臺共有240個綿密的服務維修據點提供最完整的零件供應服務。負責供應全國維修據點的和泰汽車零件部，負責零件採購、價格政策、品質管理、庫存掌控、經銷商倉儲安全與庫存管理制度、物流配送作業，以及零件人員培育訓練等主要支援重任。為了保障顧客的用車權益，我們相當重視零件供應率，2019~2022年零件供應率平均為97.8%。

01



#### 服務整合

服務資訊整合系統，全台系統連線，即時查詢顧客相關紀錄

02



#### 線上型錄

線上電子零件型錄，即時更新，隨時確保所需零件的庫存訊息

03



#### 即時調度

零件物流資訊系統及廠家直送機制，即時調度滿足顧客需求

04



#### TOYOTA Club On Line

(TOYOTA網站網路服務功能)

05



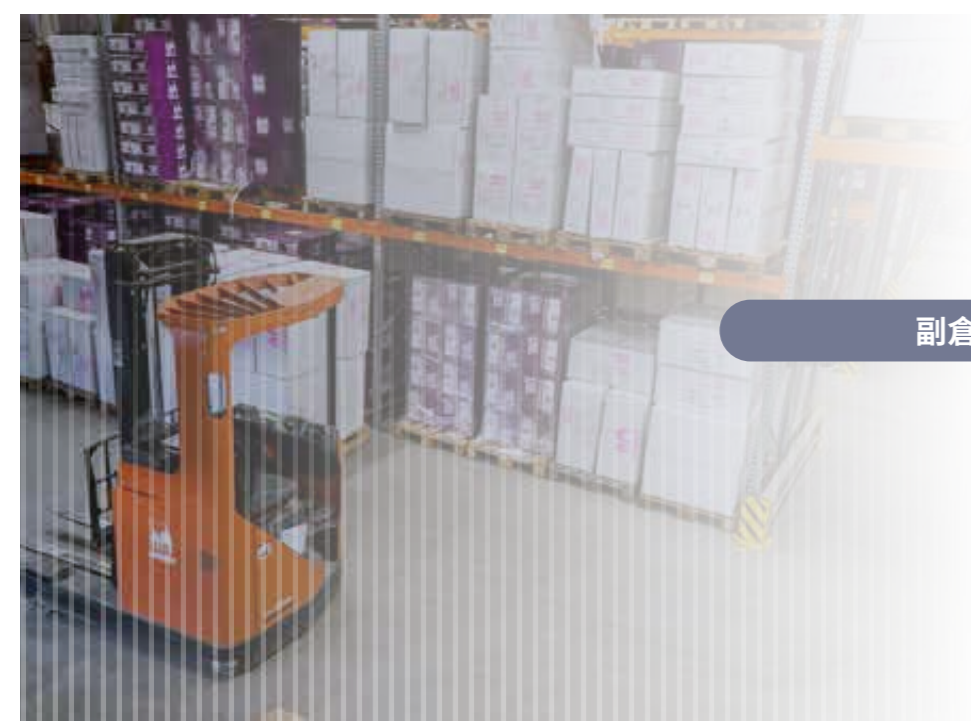
透過IPAD進行鈹噴保險勘估，使顧客可於最短時間取回愛車



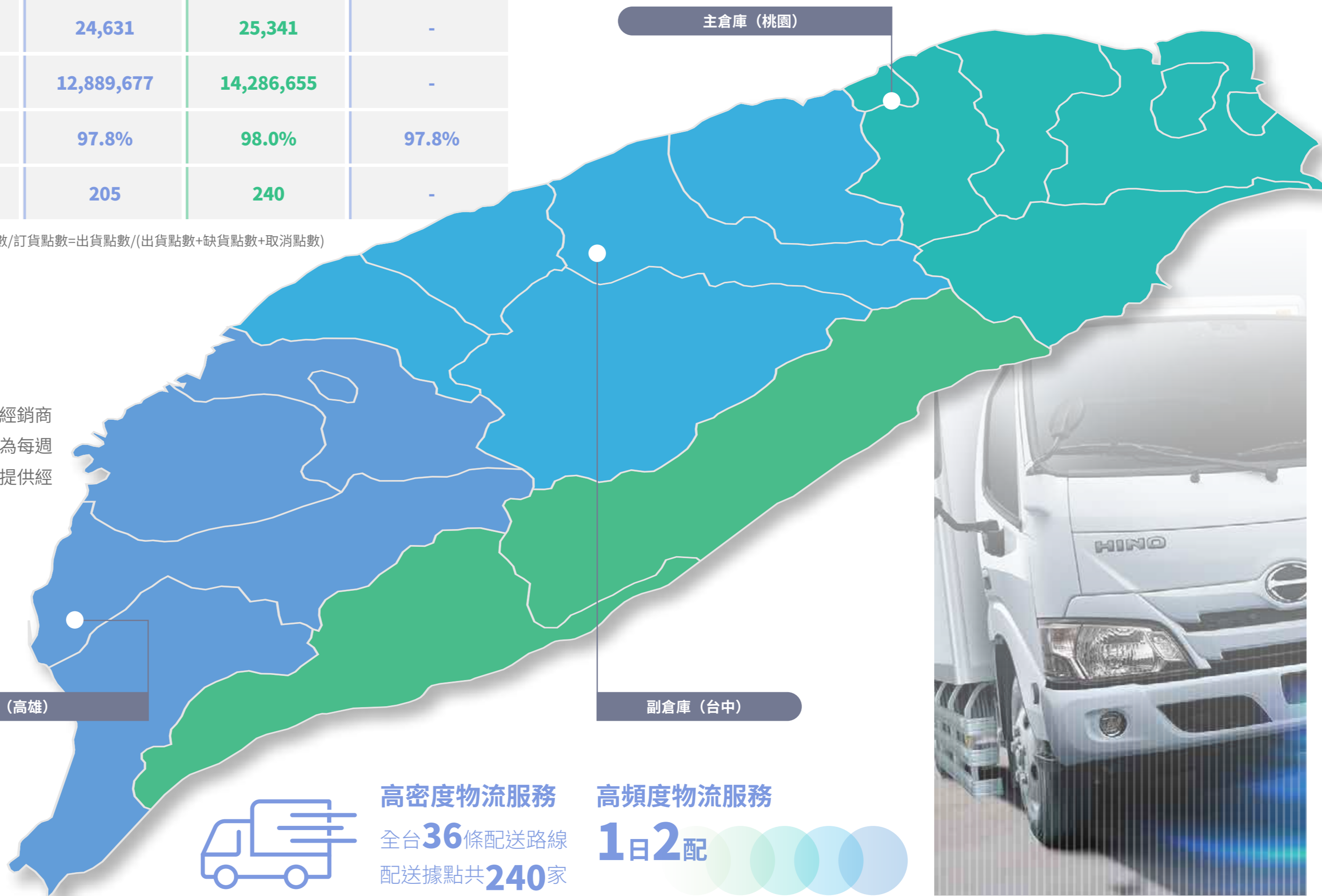
項目	2019	2020	2021	2022	2023目標
採購總單數	26,114	26,746	24,631	25,341	-
銷貨總金額(仟元)	12,197,408	12,529,308	12,889,677	14,286,655	-
零件供應率(%)	97.8%	97.6%	97.8%	98.0%	97.8%
配送點總數	174	184	205	240	-

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2022年目標設定值為97.8%，已達成目標

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。



副倉庫 (高雄)



主倉庫 (桃園)

副倉庫 (台中)



高密度物流服務

全台**36**條配送路線  
 配送據點共**240**家

高頻度物流服務

**1日2配**



# 03

## 最佳夥伴

Best Partner

連續**22**年  
贊助支援全國  
技能競賽

**46.50%**  
在地採購比例

**100%** 據點  
國內首家汽車業全數通過  
**ISO 14001** 驗證

**15,268**人次  
商用車省油駕駛  
教育累積人次



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，與我們的經銷商及供應商共同努力，再創更多佳績。

3.1

經銷商管理

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

乘用車經銷商

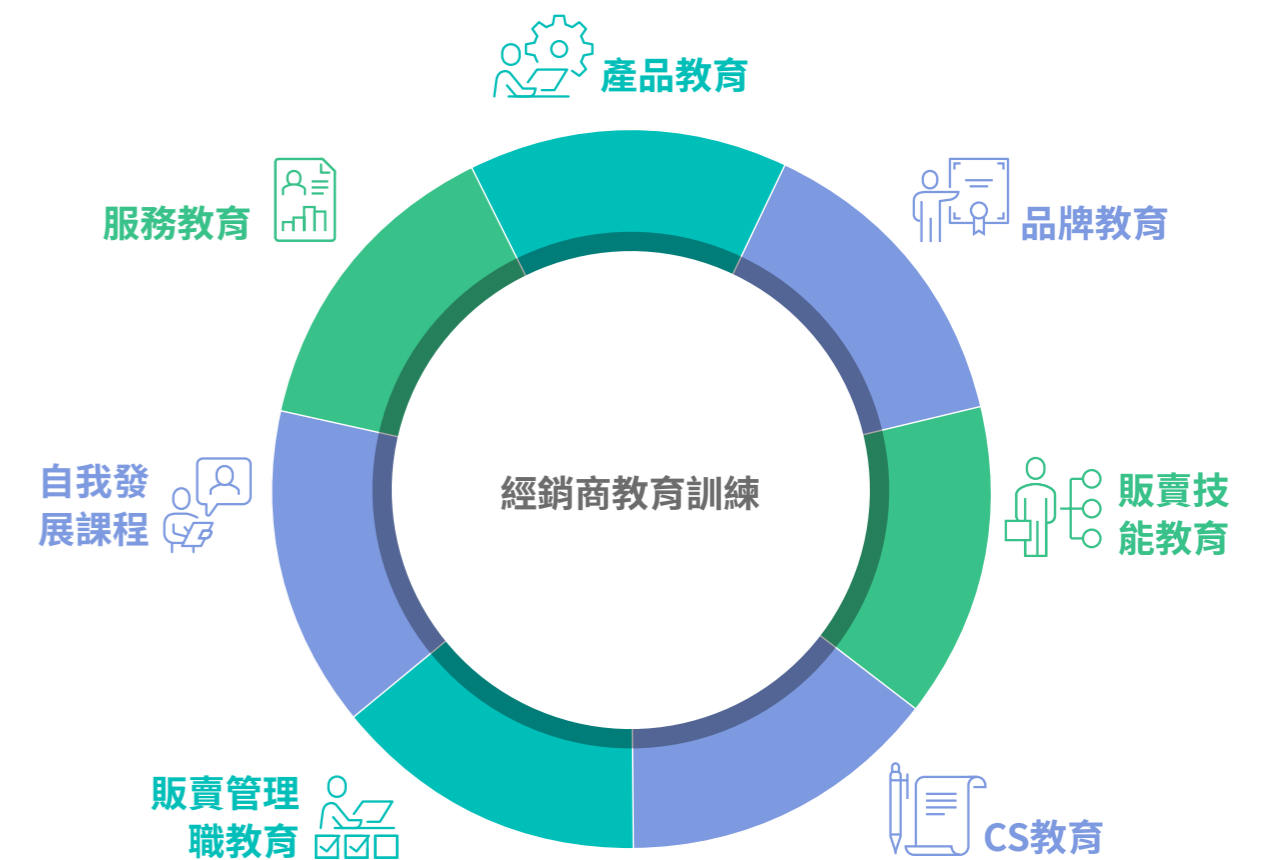
3.1.1

1986年初，和泰汽車規劃TOYOTA小型車銷售體制，由8大經銷商專業經營販售車輛及維修服務業務，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，至今已經累計成立了60家，合計183個服務據點，提供車主更便利的服務。

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

乘用車經銷商教育訓練

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



小型乘用車售後服務教育訓練成效

年份	2019 (T)	2019 (L)	2020 (T)	2020 (L)	2021 (T)	2021 (L)	2022 (T)	2022 (L)
梯次	159	88	131	67	121	67	132	102
人數	3,009	1,129	2,329	1,073	1,235	972	2,613	1,654
經銷商教育訓練投入金額 (新台幣元)	8,699,000	6,846,390	7,420,000	8,640,950	7,192,900	5,998,396	7,549,400	9,925,240

註1：本公司要求8大經銷商，每年定期實施「個人資料保護法」之相關教育訓練，對象為所有員工。

註2：因應2019年Toyota與Lexus教育訓練分別規劃及實施，相關資訊予以分列。



乘用車感動服務活動

2022年和泰為打造讓車主安心、驚喜的入廠體驗，與不同類型的數位平台進行異業合作，在全台TOYOTA服務廠免費提供線上電影平台的使用時數或虛擬寶物，創造良好在廠等候體驗。

Lexus Plus 車主App更在2022年全新大改版，除了受車主喜愛的即時路況資訊，本次改版，更新增取送車服務和快速定保的方案，讓顧客可依需求選擇最適合自己的服務方式；此外，更新增專屬專員服務，讓車主可輕鬆聯繫所屬專員，貼心關懷不間斷。

客休數位體驗活動

客休數位體驗活動於3至5月與Line遊戲合作兩款遊戲(Line bubble 2、LINE Rangers)，可於客戶休息室兌換虛擬寶藏，讓客休期間也能充滿樂趣。另於8至12月與台灣大哥大 MyVideo 影音平台「茁劇場」影集異業合作，於服務廠顧客休息室提供顧客免費體驗時數。車主可以自行選擇喜好的服務，優化在廠等候體驗。



### 商用車經銷商

3.1.2

目前全國商用車經銷據點為販賣服務一體的全功能據點，提供顧客一體式解決方案(Total Solution)。2021年起積極導入新一代客戶休息室標準及升級軟體服務，提升來廠體驗。為進一步提升板噴服務品質，自2021年逐步設置區域板噴中心，導入更專業及更有效率之設備。更有全台巡迴服務車執行到府服務，充份體貼顧客的便利性，2022年全年共計執行1萬4,454台到府服務。另提供搶修車服務協助車主處理緊急事故，與顧客共同打拼，成為顧客最佳事業夥伴，為持續提供顧客滿意的服務而努力。



#### 安全宣導

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



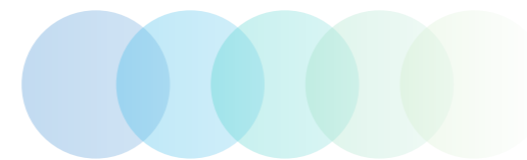
#### 試乘車導入

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



#### 新一代客休息室導入

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



一體式解決方案  
**Total Solution**

### 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，2022年共針對352人次實施教育訓練。

#### HS4

- 保養  
一般保養、快速保養

#### HS3

- 大修  
引擎大修、變速箱大修
- 多頻度  
引擎、底盤

#### HS2

- 引擎檢診  
引擎控制系統、HINO DX II
- 電器檢診  
啟動系統、充電系統、燈光系統、車內電器系統、冷氣/DENSO巴士冷氣、巴士架裝

#### HS1

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

大型商用車售後服務教育訓練成效

年份		2019	2020	2021	2022
梯次	技術類	34	20	27	23
	管理類	1	1	2	0
人數	技術類	506	318	391	352
	管理類	12	15	11	0
經銷商教育訓練 投入金額 (新台幣元)		2,179,000	1,662,800	1,890,400	1,752,000



商用車感動服務活動

環境保護—省油駕駛教育

考量商用車為營業用交通工具，累計里程快速，若可讓駕駛掌握駕駛技巧，不僅可讓商用車的性能發揮到極致，也可保持良好的油耗。如此一來除了對環境有幫助外，更可為車主節省成本。自2008年以來陸續為大口客戶(如車隊等)及一般客戶舉辦省油技巧講座，2021年共舉辦了82場講座，參加人次達1,297人，自2008年開辦起至2021年參與人次累計達1萬5,268人次，2022年因新冠疫情影響停辦，近四年參與人次如下：

年份	2019	2020	2021	2022
省油技巧講座場次	156	138	82	未舉辦
參與人次	1,386	1,860	1,297	





### 支援技能競賽

3.1.3

為培育與選拔國內優秀的汽車修護人才，和泰汽車與經銷商每年均提供人力及支援器材，投入全國技能競賽。2022年我們持續贊助全國技能競賽及工科技藝競賽，並支援2位講師各4天(8小時/天)協助擔任裁判和技術顧問，鼓勵年輕學子投入此產業，培育產業人才資源。

#### 2022年第52屆 全國技能競賽支援



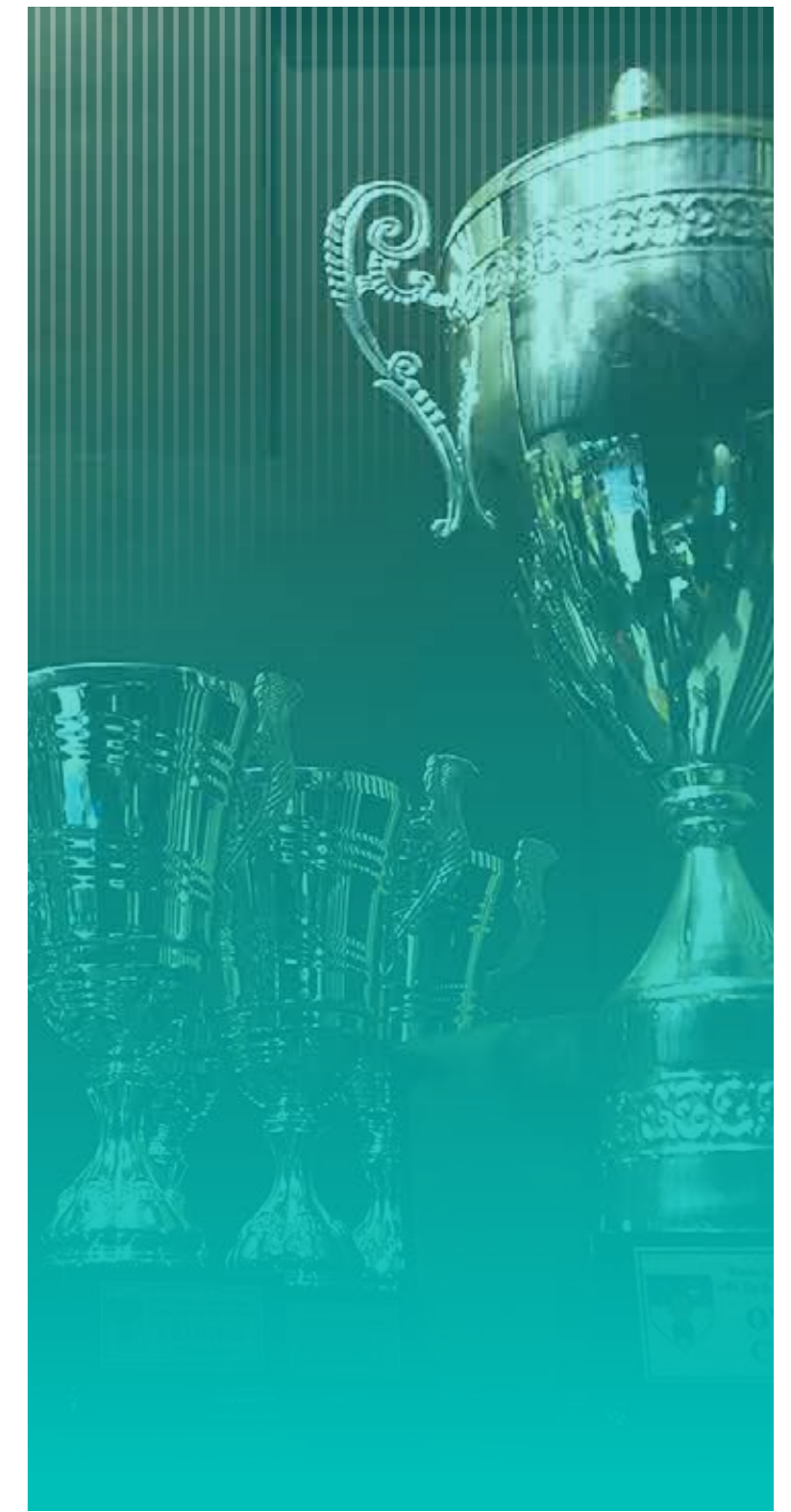
#### 工科技藝競賽支援

台北市政府 陳志銘主任秘書頒發感謝狀予和泰汽車  
教育支援部 吳宗益副理以表示感謝



#### 2022年第46屆 國際技能競賽支援

協助培訓國手—詹許堃，代表臺灣參加2022年國際技能競賽  
(WorldSkills Competition)，勇奪汽車技術類金牌獎。



### 經銷商技術與服務教育訓練

3.1.4

#### 經銷商技術教育訓練

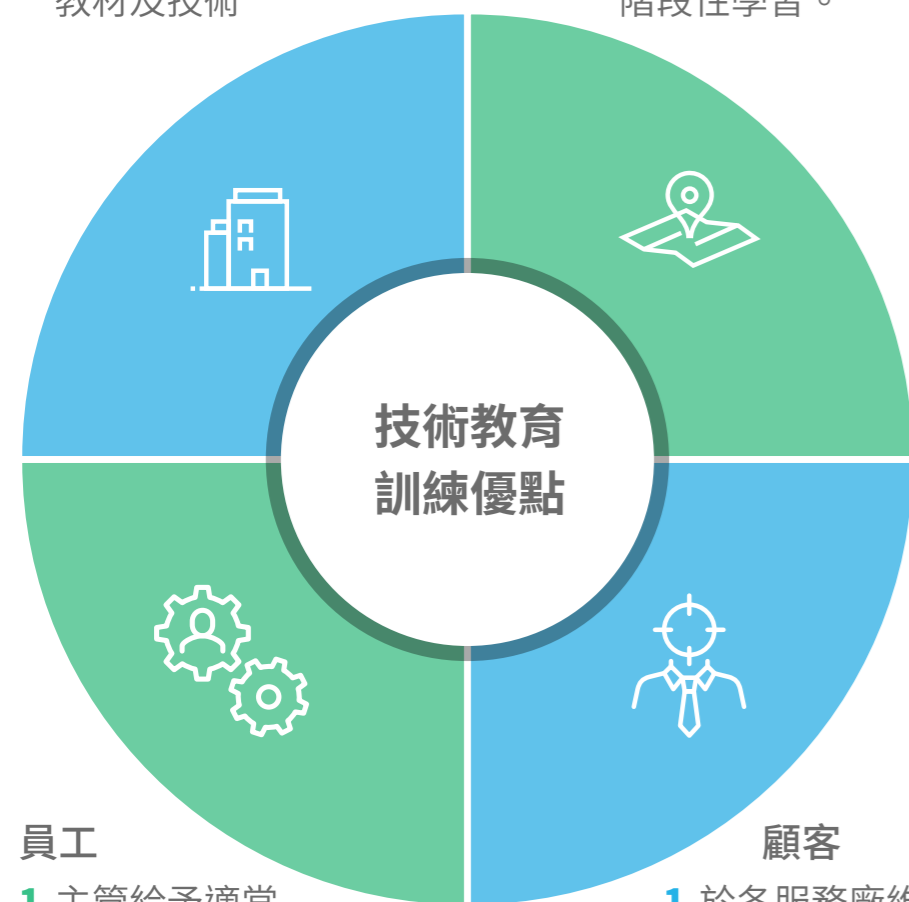
和泰汽車致力與經銷商發展夥伴關係，在雙方的齊力合作下，共同提升服務品質。我們提供經銷商完整的技術教育訓練，透過和泰的教育訓練系統，有效提升經銷商的生產力與技術力，也使客戶獲得品質更良好的產品以及更確實的服務。

#### 和泰

- 1. 有效率的教育訓練計畫
- 2. 善加利用廠家之教育訓練教材及技術

#### 經銷商

- 1. 提高服務廠生產力
- 2. 員工可依不同課程階段性學習。



#### 員工

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

#### 顧客

- 1. 於各服務廠維修，皆能獲得確實及迅速的服務。
- 2. 降低重修案件。

#### 一般整備人員訓練

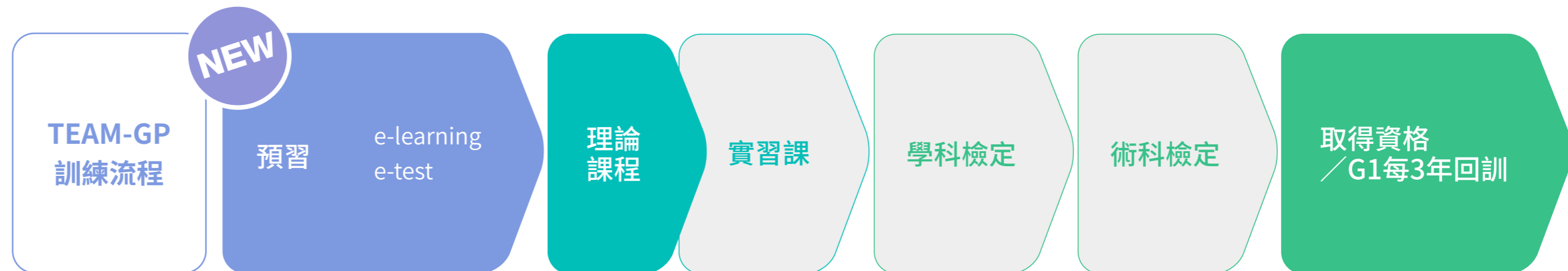
TEAM-GP (Toyota Education And Management system-Global Program，下稱TEAM-GP) 技術人員教育為TOYOTA養成一般整備技術員技術服務的教育訓練和四個檢定等級。

#### TEAM-GP優勢

即時提供訓練教材，獨立且容易理解的訓練課程(透過3D單體或動畫，幫助技術員了解組件原理)，容易管理每位技術員的訓練成果(實體課程強化自習的弱勢)。

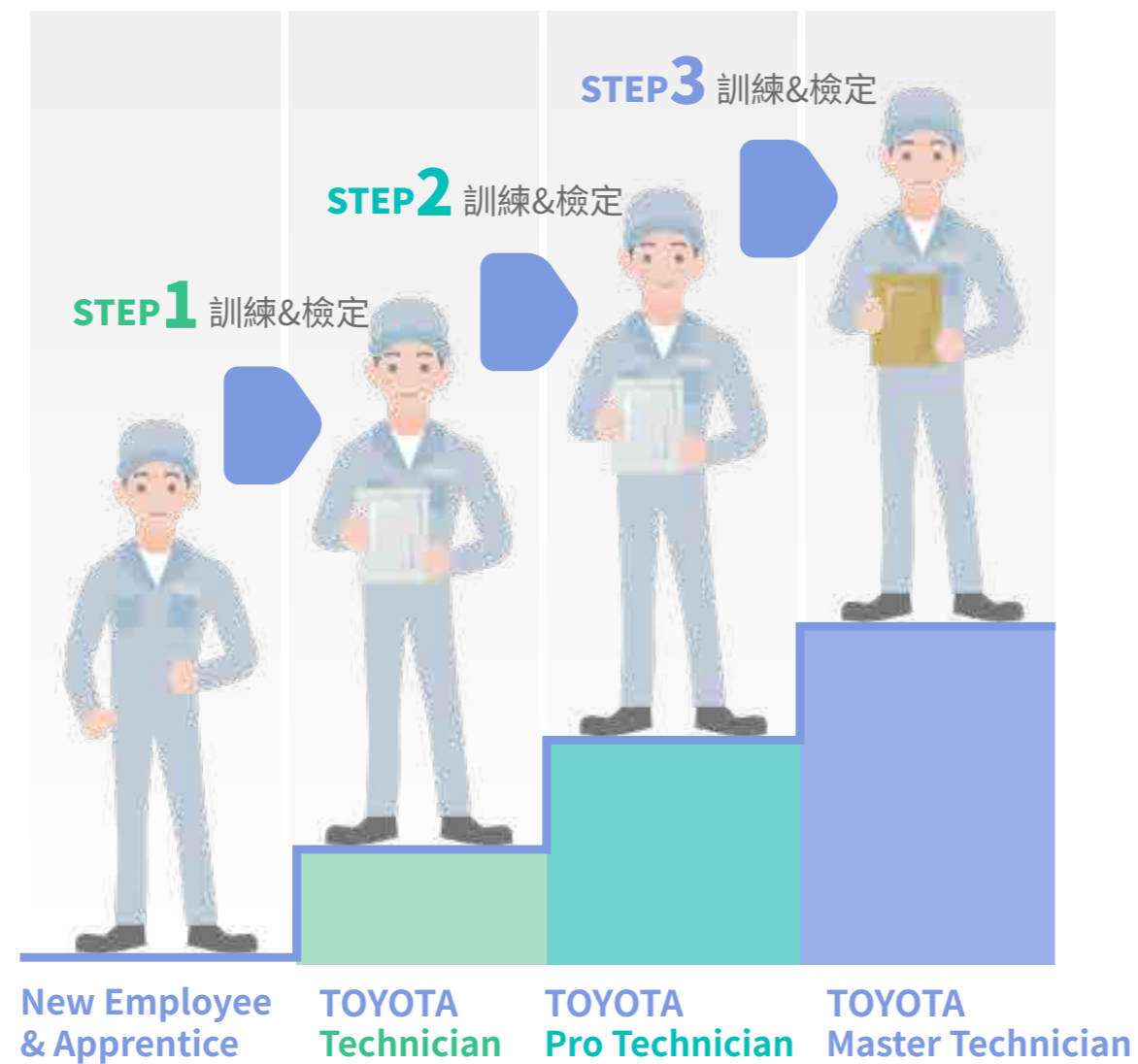
■ TEAM-GP的預習時數增加，在實體課程前，必須完成e-learning、e-test。

■ 總代理/經銷商講師針對自習弱勢強化，視情況增加實習課比例。



### 板噴人員訓練

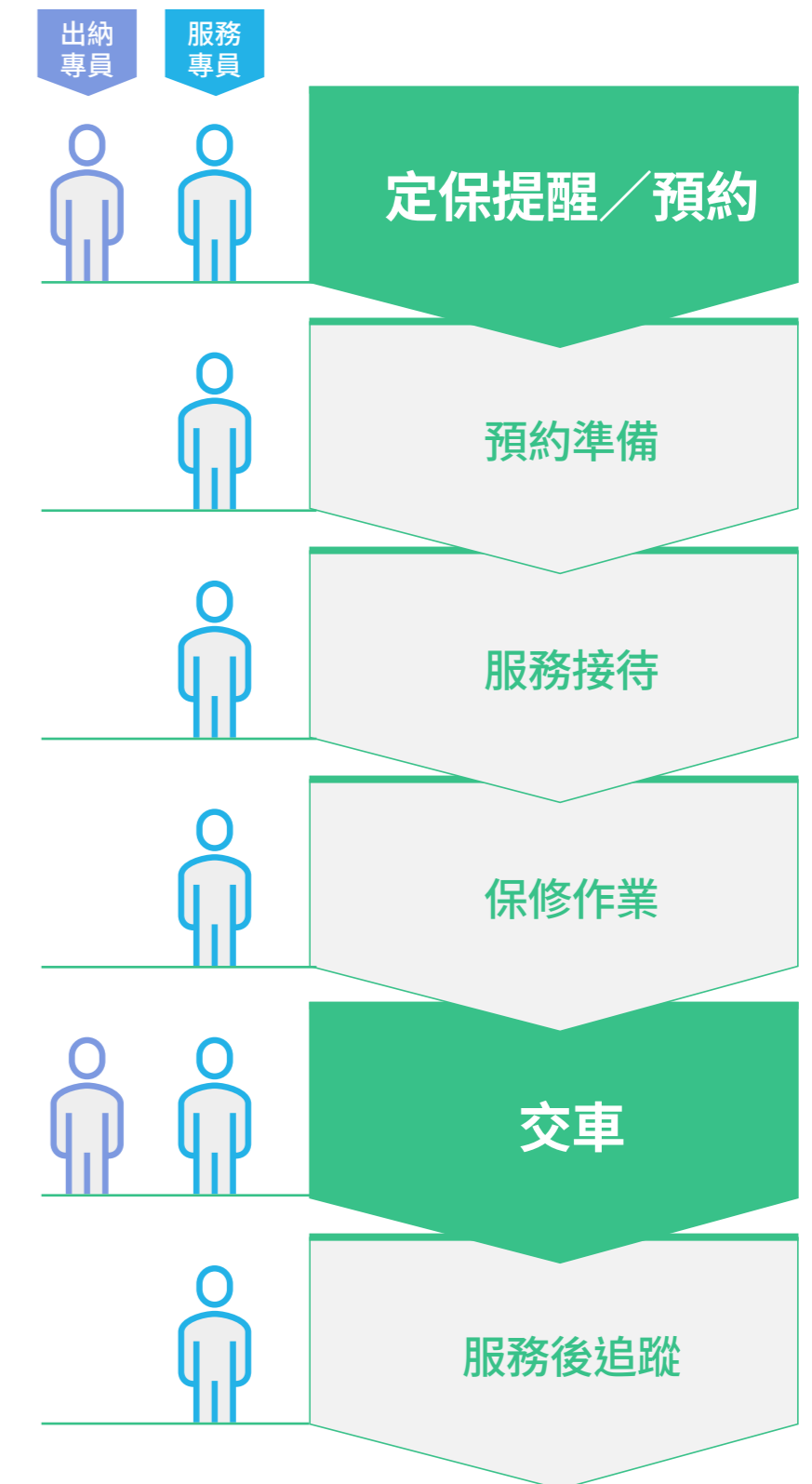
板金及塗裝技術員的教育訓練可分為三個檢定等級，期許藉由此教育訓練能有效提升技術人員的專業知識與技術，並進而提高服務廠的生產力與顧客滿意度，共同創造總代理與經銷商持續成長的售後服務收益。



### 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TSA21教育體制，希望藉由這個全新的教育體制來強化第一線服務人員的各項顧客對應技巧，主要強化服務專員對於商品知識、顧客抱怨處理與顧客關懷等的教育內容，提供每位入廠顧客絕佳的服務體驗，進而提高顧客滿意度，創造經銷商持續穩定的售後服務收益，以創造『Life time customer終生顧客』作為終極目標，並依據工作職掌將服務專員及出納專員二個職種的服務人員納入TSA21教育中。



Life time customer

TSA21教育所涵蓋之服務人員



售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額 (TOYOTA + Lexus)

	開課時數(小時)				投入金額(新台幣元)			
	2021(T)	2021(L)	2022(T)	2022(L)	2021(T)	2021(L)	2022(T)	2022(L)
服務專員	816	392	808	352	2,241,200	952,125	2,003,800	563,150
一般整備技術員	1,148	416	880	488	3,126,540	999,000	3,279,400	1,574,200
鈹金技術員	312	256	472	256	791,640	608,300	1,264,700	888,200
塗裝技術員	512	216	384	368	1,033,520	604,000	1,001,500	931,000
合計	<b>2,788</b>	<b>1,280</b>	<b>2,544</b>	<b>1,464</b>	<b>7,192,900</b>	<b>363,425</b>	<b>7,549,400</b>	<b>3,956,550</b>

售後服務人員教育訓練開課時數與投入金額 (HINO)

	開課時數 (小時)			投入金額 (新台幣元)		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
服務專員	16	40	-	37,500	35,200	-
一般整備技術員	720	960	824	1,625,300	1,786,200	1,752,000
鈹金技術員	-	120	-	-	69,000	-
塗裝技術員	-	-	-	-	-	-
合計	736	1,120	824	1,662,800	1,890,400	1,752,000

2021年起，因應網路、疫情時代來臨與顧客購車行為轉變，規劃天駒戰士體制，針對網路社群與數位工具管理/運用，舉辦基礎數位課程，並搭配全新製作之新進銷售顧問入門指南，供未來新進人員學習。2022年持續開設進階數位課程(社群深度經營、多媒體課程等)，以提升全員數位販賣力，持續打造數位轉型。2023年將延續舉辦數位進階課程，持續強化天駒戰士之數位販賣力。

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

經銷商環保績效

3.1.5

經銷商是和泰汽車最好的夥伴，因汽車銷售總代理性質，和泰積極管理經銷商的環保績效，一同致力於降低營運過程中對環境造成的風險，故針對每年第一季、第三季均會針對全台8家經銷商進行相關之稽核與輔導，包括編制經銷商環保評鑑指導手冊，針對評鑑目的、項目逐一列表，清楚向經銷商溝通環境永續做法及重要性；監督經銷商環境風險評鑑自我評核，透過評核方式，確保環境管理行為融入經銷商日常業務中，並納入經銷商年度評價，約佔總分4%，以及以國際標準要求經銷商以有效的環境管理系統減少廢棄物和能源使用，自2003年起即推動經銷商及關係企業通過ISO 14001驗證，是國內汽車業相關產業首家結合經銷商據點全數通過ISO 14001驗證的企業，目前全台據點（含Toyota、Lexus及HINO維修/經銷據點、鈹噴中心）皆已全數通過新版ISO 14001：2015國際環境管理系統驗證。



能源使用

為有效管理能源的耗用，和泰2018年起建置環境管理資訊系統，作為管理各項溫室氣體排放源、用水及廢棄物數據登錄等之資訊蒐集平台，目前經銷商系統使用率及建檔率已達100%。透過環境管理及檢視的過程，2018年起推動經銷商逐步停止烤漆爐燃燒重油與潤滑油，改用柴油及天然氣，至2019年重油及潤滑油已無使用。2022年八大經銷商所有用電與化石能源的使用量為313,274十億焦耳。

**2019**  
重油及潤滑油已無使用



8大經銷商能源耗用量

能源種類	耗用單位	2019	2020	2021	2022
汽油	公升	920,138	908,641	834,169	824,450
柴油	公升	732,460	646,575	620,588	638,657
重油	公升	0	0	0	0
潤滑油	公升	0	0	0	0
天然氣	立方米	562,784	669,241	696,414	764,872
液化石油氣	公升	0	0	0	0
電力	度	64,202,834	67,032,909	65,689,568	66,230,404

能源種類	耗用單位	2019	2020	2021	2022
汽油	十億焦耳	30,042	29,667	27,235	26,907
柴油	十億焦耳	25,754	22,734	21,821	22,447
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	18,846	22,411	23,321	25,602
液化石油氣	十億焦耳	0	0	0	0
電力	十億焦耳	231,130	241,318	236,482	238,319
<b>合計</b>	<b>十億焦耳</b>	<b>305,772</b>	<b>316,130</b>	<b>308,859</b>	<b>313,274</b>

註：上表熱值轉換係數出自能源局「能源產品單位熱值表」，換算後：汽油為 32,635,980 J/L、柴油為 35,146,440 J/L、天然氣為 33,472,800 J/M3、電力為 3,598,326 J/度  
 註：建置環境管理資訊系統，由經銷商每月自行統計（每季查核相關單據，如：電費單），電力依據電費單度數申報、汽油以當月進貨量除以當月平均油價進行推算、天然氣及柴油以實際繳費單據度數申報。

二氧化碳排放減量

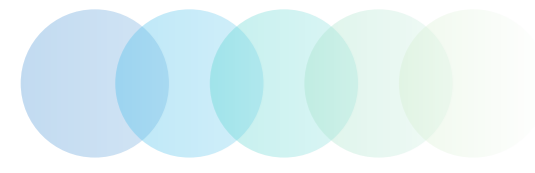
8大經銷商各項能源使用產生的二氧化碳排放量以電力為最大宗，占87%。經銷商二氧化碳減量方式包括停止燃燒重油及潤滑油、裝設定時自動控制裝置、汰換老舊照明、烤漆爐、空壓機及冷氣空調設備、及於烤漆爐及空壓機加裝變頻裝置等。

8大經銷商溫室氣體排放量

能源種類	排放量單位	2019	2020	2021	2022
汽油	公噸二氧化碳當量	2,082	2,056	1,888	1,866
柴油		1,909	1,685	1,617	1,664
重油		0	0	0	0
潤滑油		0	0	0	0
天然氣		1,057	1,258	1,309	1,437
液化石油氣		0	0	0	0
電力		32,679	34,120	32,976	33,711
<b>總量</b>			<b>37,727</b>	<b>39,119</b>	<b>37,790</b>

註1：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為0.509（2019）、0.502（2020）、0.509（2021）公斤二氧化碳當量/度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。  
 註2：排放係數資料來源為環保署國家溫室氣體登錄平台之溫室氣體排放係數管理表6.0.4版，GWP值為IPCC AR6。  
 註3：統計之氣體種類為二氧化碳。

註4：基準年為2019年。  
 註5：2021年因疫情影響，服務廠營運時間及人力均受影響，加上多數民眾居家上班、減少出遊，導致用車頻度下降，影響服務台數，故造成溫室氣體排放量降低  
 註6：以上數據為自行盤查之數據



2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

歷年溫室氣體減量方案

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

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

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

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

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

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

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

空氣污染物控制

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

目前經銷商作業活動所產生之空氣污染物主要有氮氧化物及硫氧化物，而在減少污染物的排放量上，經銷商也自行持續導入各種設備削減空氣汙染排放。其中烤漆停用重油及潤滑油政策，也使氮氧化物及硫氧化物較2017年停用前皆約下降30%。

8大經銷商空氣污染物排放量

能源種類	耗用單位	2019	2020	2021	2022
氮氧化物	公斤	3,017	3,050	3,049	3,246
硫氧化物	公斤	6,651	5,872	5,636	5,800
<b>總量</b>	<b>公斤</b>	<b>9,668</b>	<b>8,922</b>	<b>8,685</b>	<b>9,046</b>

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

8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。

廢水精箱  
及廢溶劑  
回收再利用

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

廢鉛蓄電瓶  
廢鉛塊回收  
再製成大型  
鉛塊、鉛錠

電瓶、平衡鉛塊汰換後可重製再生，廢電瓶的外殼粉碎後可做廢塑膠回收，廢鉛酸液可冶煉再製成鉛塊和鉛錠。TOYOTA及LEXUS服務廠均將廢棄物交由合格處理廠回收，確保廢料流向的合法性與安全性。

廢玻璃回收  
再製成玻璃顆粒  
或透水磚綠  
建材

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

廢潤滑油回收  
再製成再生  
燃料油

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

廢輪胎回收  
再製成輔助燃料  
橡膠製品

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

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，2022年總共回收9,419顆。



環保投資

近年環保意識漸趨抬頭，八大經銷商也逐年提高投資各環保項目。經銷商在環境保護的支出項目包含ISO 14001認證、環境教育、環保設備、環境規費與廢棄物處理。2022年共支出約5,183萬元。其中廢棄物處理費用成本提高，其占比最高，環保設備支出居次，分別為66%及18%。



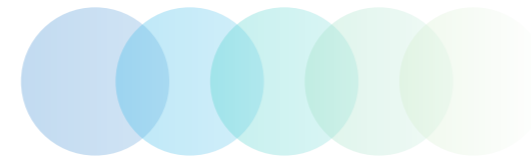
8大經銷商環保支出金額（新台幣元）與比率（%）

能源種類	2019		2020		2021		2022	
	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	636,407	1.4%	664,925	1.0%	655,470	1.0%	546,551	1%
環境教育	2,128,771	4.6%	2,137,911	3.1%	699,927	1.1%	2,833,852	5%
環保設備	15,896,124	34.3%	29,501,813	43.1%	24,676,975	39.4%	9,495,564	18%
環境規費	4,008,733	8.6%	4,668,328	6.8%	3,666,492	5.9%	4,929,296	10%
廢棄物處理	23,708,141	51.1%	31,399,705	45.9%	32,896,760	52.6%	34,023,115	66%
<b>總量</b>	<b>46,378,176</b>	<b>100.0%</b>	<b>68,372,682</b>	<b>100.0%</b>	<b>62,595,624</b>	<b>100%</b>	<b>51,828,378</b>	<b>100%</b>



**2022**  
環境保護的支出  
**5,183**萬元

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。



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。

供應商資訊共享

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

供應商評鑑

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

供應鏈稽核

和泰對一般商品採購的供應商，不定期執行現場查核工作，確保供貨品質與穩定性，一旦發現不合規範的缺失，將會與供應商討論合適的解決方案，進行改善。

針對裝修類、舉辦活動的供應商，亦會事先到現場監工、查核，確保工程中、活動過程中的安全性。

供應商能力建置

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

3.2

和泰汽車供應商管理體系

與和泰汽車於2022年有交易之供應商家數共計為546家，針對販賣活動、售後服務及公司營運管理上之業務往來供應商，我們除須於每年底針對年交易額100萬元以上之常態往來供應商針對產品/服務品質、專業能力、作業時效及價格合理性等項目進行評價，針對供應商與和泰往來過程中如有優良事蹟或重大瑕疵者，業務人員應予註記並作為後續評鑑的參考資料。2022年針對供應商進行風險評核的家數計205家，約占所有供應商家數的37.5%、供應商現場稽核家數為78家。

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



綠色採購

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

環保知能提升—「Eco特攻隊分享報」

為強化全體人員之環保意識，和泰針對內部、關係企業及經銷商員工（共19家公司）發布「Eco特攻隊分享報」，分享環保新知與案例，2022上半年針對國內溫室氣體盤查、TOYOTA碳中和現況及塑膠危害說明，下半年則介紹碳中和相關名詞及各式生活環保撇步，迄今已累計發行225期，每月內容皆於「TOYOTA Eco特攻隊」FB粉絲專頁上公開分享。



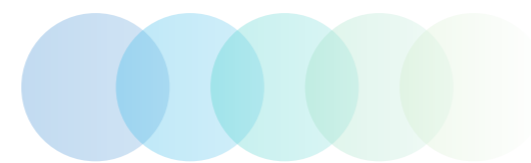
月份	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
主題		上市櫃公司溫室氣體盤查		減碳之戰：蔬食者聯盟		豐田全球環境月與碳中和現況及一次性塑膠的危害	減碳之戰：型男大主廚	環保減碳小辭典：碳中和名詞介紹	減碳之戰：玄女節能記	減碳之戰：媽別買了	減碳小撇步&環保新聞	

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。和泰汽車近四年於台灣地區之在地採購比例逐年穩定上升，2022年之在地採購比例為46.50%。未來，我們將搭配營運方向，持續朝向建立適當的採購及供應網絡，提升在地採購比例。

年度	2019	2020	2021	2022
在地採購比例 (%)	29.41	36.66	43.98	46.5

註：在地採購比例=車輛及零件國內採購金額/車輛及零件之國內、外採購金額



重要供應商-國瑞汽車 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38年，為目前國內第一大綜合汽車製造廠。

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

國瑞汽車自2009年開始整車外銷至中東地區，迄今累計外銷量超過63.7萬台，品質不僅受到國內消費者肯定，更讓「Made in Taiwan」在豐田全球營運中，成為一個響亮的品牌。

國瑞企業永續作為

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

環境保護

為提升國內電池產製技術及節能減碳，國瑞汽車自2012年起生產組裝油電複合車，2017至2022年共累計生產6萬8,888台；於2016到2018年間獲得國家級企業環保獎銀級獎以及金級獎的肯定；2021年獲得桃園市政府空污減量績優獎及綠色採購績優獎，於2022年榮獲經濟部節能標竿獎銀獎。未來將持續結合集團節能減碳的力量，積極響應「豐田環境挑戰2050」，達成2025年減量54%、2035年工廠達成碳中和之CO2零排放的願景目標，以善盡地球公民之責。

AFC智慧儲能案場啟用

國瑞汽車於2022年8月5日正式加入台灣電力公司的調頻備轉輔助服務，協助台電穩定電網。在案場建置4.2MW AFC儲能設備，採用dReg0.25一級效能可於1秒內快速反應，主動偵測電網頻率、配合台電進行充電放電作業。在政府大力

發展再生能源的過程中，需要依靠【儲能】設備來安定電力品質及強化電網韌性。

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

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

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

淨灘活動

自1998年起國瑞汽車結合協力廠商的力量，一起響應淨灘活動，並邀請員工及家人熱情參與。累計7場次，超過2,340人參與。2022年持續舉辦淨灘活動，清理出近350公斤的一次性塑膠垃圾(含寶特瓶)，創造美好台灣環境。

配合國瑞汽車今年環境活動主題「循環經濟」，活動主辦單位準備兩樣精美的環保小物送予參與這次淨灘活動的環境志工們。分別為100%寶特瓶再製環保帽以及以車輛生產用的超高張力鋼板廢料再製而成的SDGs徽章。讓原本回收價格較低的廢棄寶特瓶、鋼板廢

料能夠透過循環再利用、提升價值，並將環保小物從「實用、好用」角度帶入志工的生活中，希望能拋磚引玉激發更多廢棄物再生利用的創意發想。

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

地域貢獻

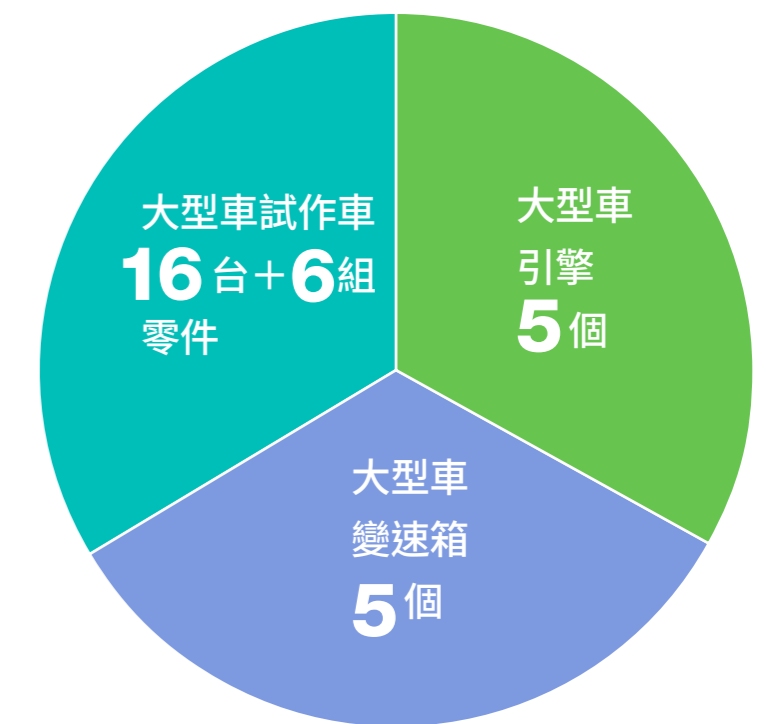
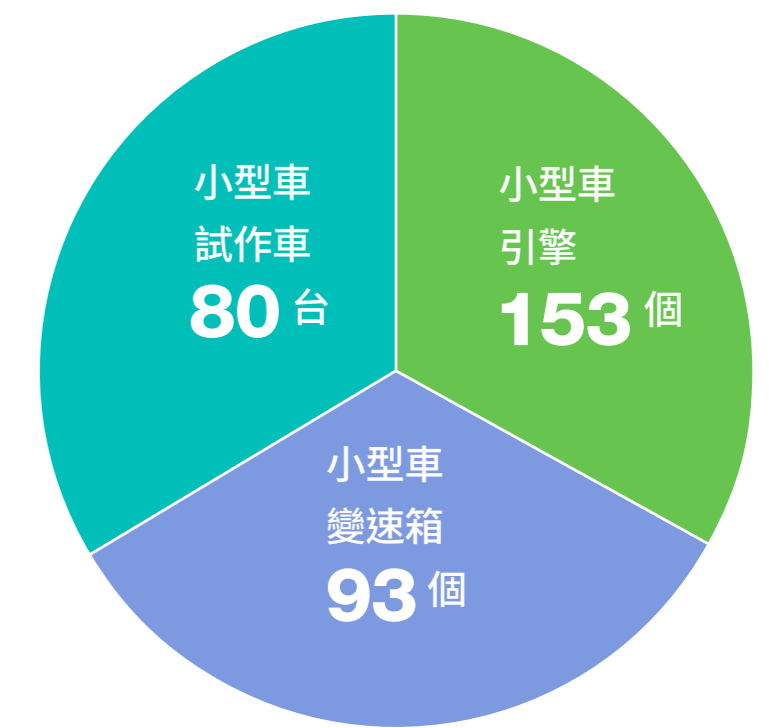
自2002年開始，對緊鄰國瑞的內定國小，透過捐贈以充實學校的教育設施、強化社團活動的師資及內容、提供畢業典禮中的各項獎金(品)來保持友好關係，2017至2022年共累積捐贈新台幣70萬元。

教育文化

舉辦交通安全列車巡演、工廠見學等，國瑞汽車並獎勵清寒優秀學子，頒發獎學金，22年來，已累計頒發獎學金給2,654名優秀學子，累計捐贈的獎學金總額達新台幣2,427萬元；此外，2022年我們亦擴大增設技能交流學校與技職汽修科系學生名額達113名與「特別優秀學生獎」希望藉此鼓勵大家持續努力。同時為了推動產學合一以培養更多優秀的汽車技術人才，我們不定期提供最新的車輛與重點零件給國內學校，提升技職學校教學設備。



累計捐贈車輛與重點零件





# 04

## 誠信經營

Corporate Governance

100%

功能性委員會出席率

2席

女性董事 2 席

落實董事會性別多元化

台灣首家

汽車業界均通過 ISO 27001 認證的汽車經銷體系總代理及經銷商

100%

年度遵法指南教育訓練涵蓋率

成立迄今已76年的和泰汽車，秉持正直誠信的企業文化核心，透過良好的公司治理制度、專業的經營團隊、嚴謹的風險管理與內稽內控機制，以及透明且即時的溝通管道，持續穩健成長與擴張，與社會共存共榮，達到永續經營的願景與目標。

## 4.1

## 董事會架構與運作

和泰汽車依公司章程規定，目前設置14位董事，包含獨立董事3人，採候選人提名制，目前董事提名與遴選準則尚無納入ESG衝擊管理能力，但現行董事之一已在其經營事業上積極推動環保相關事項，未來董事提名將考量納入永續相關指標。由股東會依董事候選人名單中選任之，任期為三年，連選得連任，目前獨立董事連任均未超過三屆。董事成員中有2位董事任本公司員工（蘇純興總經理及長沼一生執行副總經理），董事長未兼任高階經理人職務。董事與獨立董事選任方式如下：

## 董事選任

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

## 獨立董事選任

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

股東會依公司法規定，就董事候選人名單中選任之，提名人選經3月董事會審議通過後，事務局蒐集被提名人應檢附之相關資料（姓名、學歷、經歷）向公司提出，完成提名作業，再提報6月股東會的選舉案。

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，與薪資報酬之政策、制度、標準及結構。並定期評估董事及經理人之目標達成情形。再提報董事會討論。

和泰汽車2022年已召開8次董事會，董事平均出席率達到100%。為提升公司治理效能，本公司全體董事皆已符合「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」之規範，董事進修平均時數為9.6小時，高於法令規定之6小時時數，課程內容涵蓋公司治理、永續發展及數位科技趨勢等，詳細董事進修情形，可參閱下表。董事會重要決議情形請參見和泰汽車官網/[投資人關係專區](#)



2022年董事進修情形

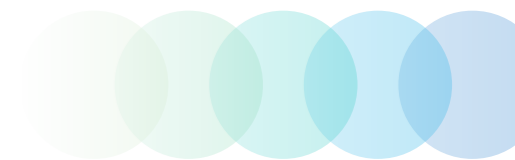
主辦單位	課程名稱	董事參與人數	進修時數
台灣董事學會	企業永續的加速器 CSR, ESG 及SDGs	14	3
	數位匯流新經濟，預見2025年趨勢與典範	14	3
	後疫情，家族企業永續長青的關鍵	3	3
財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	晶圓代工與先進封裝技術與供應鏈商機	1	3
	循環經濟效益及其商業模式	1	3
	元宇宙與加密貨幣區塊鏈的未來發展	1	3
	企業併購過程之併購整合議題探討	1	3
	電動車與智慧車的技術發展與商機	1	3
	企業財務危機預警與類型分析	1	3
	快速解讀與準備公司治理3.0之ESG揭露要求	1	3
	電動車與智慧車的技術發展與商機	1	3
中華公司治理協會	審計委員會如何督導內部控制之有效性	1	3
	2022年全球及台灣經濟展望	1	1
	數位科技及人工智慧的趨勢與風險管理	1	3
	上市櫃公司之淨零減碳路徑	1	1
中華獨立董事協會	洗錢防制實務探討與最新規定	2	3
台灣證券交易所	獨立董事及審計委員會行使職權參考指引發布暨董監宣導會	1	3

董事成員多元化

4.1.1

為有效發揮董事會效能並提升董事會決策品質，和泰汽車於「和泰汽車股份有限公司公司治理實務守則」中，規範董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求擬定適當之多元化方針。2022年共有14位董事，包含3位獨立董事，占比為21%，具員工身份董事2位，占比為14%。女性董事2位，占比為14%。51~65歲董事有4位，66歲(含)以上董事有10位，董事皆具經營管理、企業管理、金融等專業背景。除考量專業能力及實務經驗外，也重視董事個人在道德行為及領導上的聲譽。

同時，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備下列能力：1.營運判斷能力、2.會計及財務分析能力、3.經營管理能力。4.危機處理能力、5.產業知識、6.國際市場觀、7.領導能力、8.決策能力。各成員學經歷、專業知識及進修情形，詳見和泰汽車2022年度年報第20至31頁。

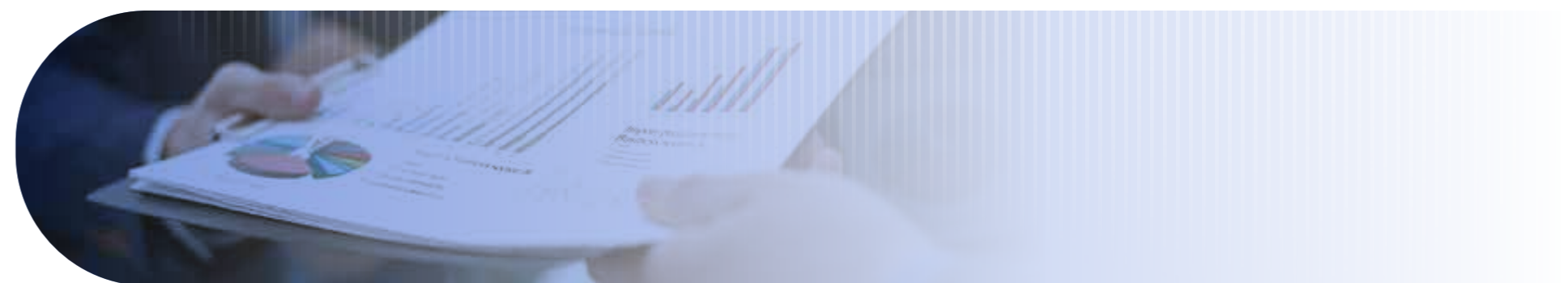


董事會績效評估

4.1.2

為提升董事會效能，本公司於2016年12月29日董事會通過訂定「和泰汽車股份有限公司董事會績效評估辦法」，規範於每年12月底進行當年度之董事會績效評估，對象包含董事會整體之運作及董事本身之自評，至少每3年應實施一次董事績效外部評估。

本公司每年定期就董事會及個別董事進行績效評估，2022年董事會及個別董事績效評估結果皆為優良。而近期董事績效外部評估已於2021年第4季委託財團法人台灣誠正經營暨防弊鑑識學會執行2021年董事會績效評估，分別就董事會之決策效能、專業職能、內部控制、永續經營及社會責任等面向，以問卷及實地訪談等方式評估董事會效能。評估結果已於2022年1月20日向董事會報告，整體評估結果顯示，董事會運作良好，預計下次外部評估於2024年執行，目前董事績效評估與薪酬之決定著重於ESG發展中的公司治理(G)面向的績效，未來將逐漸推廣至環境(E)與社會參與(S)指標。



董事會功能性委員會

4.1.3

為健全董事會管理及監督功能，在董事會下依法設置「審計委員會」與「薪資報酬委員會」，2018年自發性成立「企業社會責任委員會」，以有效整合ESG各項業務及資源，提升公司治理效率，並於2021年更名為永續發展委員會。2021年為因應和泰集團（和泰汽車及其子公司）發展需求及提升組織競爭力、推動完善且周延之人力資源發展策略，特設置和泰集團「人力資源發展委員會」。2022年審計委員會召開5次會議，薪資報酬委員會召開5次會議，永續發展委員會召開2次會議，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－李朝森

成員－蘇錦夥、吳師豪

主要職掌

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

薪資報酬委員會

主席－李朝森

成員－蘇錦夥、吳師豪

主要職掌

- 01 訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
- 02 定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬。

永續發展委員會

主席－黃文瑞

成員－蘇晶、蘇錦夥、吳師豪、李朝森

主要職掌

- 01 企業社會責任實施成效之檢討及建議。
- 02 規劃企業社會責任方向及年度執行計畫與進度。

和泰集團人力資源發展委員會

主席－蘇利永

成員－林麗華、李朝森、吳師豪、蘇錦夥

主要職掌

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



### 董事會及高階經理人薪酬政策

4.1.4

本公司董事酬金包括董事報酬、盈餘分配酬勞與業務執行費用，經理人之酬金包含本薪、津貼與獎金，並依「待遇支給辦法」核定，由薪資委員會定期檢討董事暨經理人之長期目標、薪資報酬之政策與標準並定期評估董事暨經理人之目標達成情形。

經理人之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。

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



### 內部稽核制度

4.1.5

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

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

控制環境

風險評估

控制作業

資訊及溝通

監督



## 4.2

## 法規依循

和泰汽車重視紀律與守法，視誠信透明為企業社會責任的核心。我們秉持誠信經營的原則，不定期透過法律資料庫檢視最新法規變動，以落實各項法令規範。此外，為確保誠信經營的優良傳統，依據不同職掌與層級，訂有詳盡的規範以供依循，以確保誠信正直的核心價值。2022年本公司未有因違反公司法、證券交易法、資訊揭露，或國內外當地監理法規等被課以罰款或行政處分的事件，亦無反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動。



和泰汽車股份有限公司  
董事會議事規範



和泰汽車股份有限公司  
反賄賂誠信經營守則



和泰汽車股份有限公司  
反賄賂誠信經營作業程序及行為指南



和泰汽車股份有限公司  
公司治理實務守則



和泰汽車股份有限公司  
內部重大資訊處理作業程序

### 董事會 利益迴避程序

- 於「董事會議事規範」特別規定董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其自身利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權，以有效落實董事利益迴避制度。
- 有關最高治理單位於其它董事會任職、交叉持股狀況、具控制力股東的存在等，請參考2022年報P20-P35。

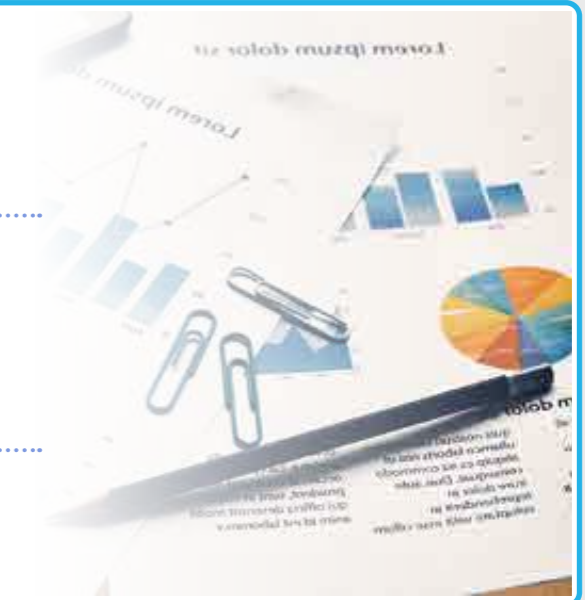


### 防範內線交易 之管理

- 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。



### 員工行為準則

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

### 內部重大資訊 處理作業程序

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

誠信經營與反賄賂教育

4.2.1

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

此外，我們設有網路及實體的反賄賂誠信經營行為舉報信箱，依「誠信經營作業程序及行為指南」等相關辦法規定，由稽核室為受理單位，舉報人需以具名方式舉報，並承諾不對舉報人有任何不利處分，以保障舉報人的工作權益並鼓勵誠信透明的治理文化。稽核室並應將檢舉情事、其處理方式及後續檢討改善措施，向董事會報告。2022年接獲舉報案件為27件、成案件數0件，因相關舉報案件其性質均為客訴相關案件，皆已轉送集團各擔當單位對應。

舉報案件統計

	2018	2019	2020	2021	2022
舉報件數	13	9	7	17	27
成案件數	0	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，2022年12月已完成線上宣導，董事參與率為100%。此外，每年針對本公司同仁進行教育訓練，期盼透過一系列的教育訓練，傳達本公司誠實經營理念，並將此文化深植每位同仁的心中。同時，為了確保每位新進同仁能夠與我們有相同的價值理念，每年針對新進員工皆會舉行反賄賂教育訓練，並要求所有新進同仁皆需完成此一訓練，強化誠信經營的落實。針對供應商，則於合約中納入廉潔條款，內容包括賄賂行為、教唆背信之禁止及法令遵循相關規範。2022年和泰汽車（不含經銷商）均已進行貪腐風險評估，且未發生經確認的貪腐事件。

誠信經營推動內容



誠信經營訓練

	2018	2019	2020	2021	2022	
全員年度遵法指南	參與人數	406	551	556	563	563
教育訓練	訓練涵蓋率	100%	100%	100%	100%	100%
新進員工反賄賂	參與人數	21	18	26	24	27
教育訓練	訓練涵蓋率	100%	100%	100%	100%	100%

註：未通過新進員工反賄賂教育訓練者須參加新進員工教育訓練補訓課程



正直誠信

違法零容忍

4.2.2

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

「違法零容忍」宣導影片

以經銷商實際發生案例規劃年度「違法零容忍」宣導影片，自2022年7月5日上線供內部教育宣導播放，使集團人員能切身思考深刻體會，並結合線上課程測驗與影片留言抽獎活動等，刺激集團人員觀賞及發表感想，使影片宣導更加確實，累計1萬7,655人次觀看、4,117則感想留言。

法務室直播

為提升法律課程趣味性，同時提供經銷商一線同仁全面、即時與法務互動機會，法務室於2020年起，舉辦季度之法務室直播宣導活動，希能不受空間限制，更貼近一線實務、消弭觀念差異隔閡。2022年調整為一年舉辦兩場，移至中部及南部經銷商舉辦，增加與一線人員的即時互動，達成1萬4,753參與人次，累計5,266則留言。

「違法零容忍」法律講座

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



實體課程實績

開課場數

84場

涵蓋八大經銷商

參與人次

3,350人

線上課程實績

參與人次

4,751人

涵蓋率

99%

適法評鑑智財守備零容忍

4.2.3

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

為落實智慧財產權觀念，2022年舉辦兩場次智慧財產權教育訓練，共計182人參與，以媒體上討論度高的題材，說明司法實務如何判斷「抄襲」與「致敬」，及執行行銷業務應注意事項，降低本公司人員於業務上違法風險。

## 4.3

## 資訊揭露



和泰汽車透過設置多元的資訊揭露管道來與投資人溝通，包含發言人制度、架設投資人關係網站、網站上設有利害關係人專區、召開股東會、法人說明會及座談會等，除了主動提供正確且即時的資訊予投資人，也提供平台傾聽投資人的聲音。2022年每季參加外部舉辦之法人說明會，以及舉辦多場座談會，由發言人及投資人關係團隊向法人說明公司重要營運成果及未來策略；在股東會中各項承認事項及討論事項採逐案表決，並即時公開各項議案表決情形。

#### 設置發言人及代理發言人

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

#### 投資人關係網頁

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

#### 法人說明會／法人座談會

每季召開法人說明會不定期或視需要召開法人座談會

#### 利害關係人專區

針對員工、消費者、供應商、社區或其他利害關係人，提供暢通之溝通管道。

## 4.4

## 風險管理

#### 制定標準化風險管理

4.4.1

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

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

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

#### 內控內稽

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，並由稽核單位舉辦內控自行評估教育訓練，邀集公司各部室及集團稽核人員共計77人參與，提升人員對風險評估、管理的能力。

此外，公司為加強風險管控，每年舉辦集團稽核業務交流活動，落實且推動本公司內稽內控體制，並藉由交流宣導、研討及分享內稽、內控運作及經驗，提昇風險管理與稽核的能力。

產業相關的風險與機會

4.4.2

2022年在變種病毒、俄烏戰爭、高通膨和氣候變遷等因素影響下，全球經濟表現並不理想，各國為控制通膨而實行升息政策，使全球經濟需求轉弱，影響我國外貿表現及資本投資，全年經濟成長率2.43%，較110年經濟成長率6.45%下降4.02個百分點。台灣車市買氣則依舊保持強勁，惟受限於車用晶片短缺導致的缺車影響並未獲得明顯改善，市場持續呈現供不應求的狀況，全年總市場最終登錄台數為429,731台，去年比95.5%。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，市佔率前四名均為日系車商，合計市佔有率達57.5%。

排名	1	2	3	4	5	6
品牌	TOYOTA Lexus HINO	MITSUBISHI CMC	FORD	NISSAN INFINITI	MERCEDES BENZ	HONDA
銷售量	150,252	44,613	27,381	25,061	24,675	23,861
市佔率	34.96%	10.38%	6.37%	5.83%	5.74%	5.55%

本公司為專業的汽車銷售服務總代理，因此不論在售前或售後服務上，一直是本公司所努力不懈，期能給予超越顧客期待的優質服務，也因此以提昇車輛品質及顧客滿意度為銷售活動的主軸，不斷持續以創新手法提供顧客最佳之產品與服務。展望2023年，國內整體經濟雖有成長減緩、供應鏈尚未完全恢復等疑慮。但在全球晶片短缺有望緩解、疫情管制鬆綁後的民間消費回升以及各車廠待交車數量仍高等因素下，我們預估2023年小型車總市場為45萬台，較去年成長約4.7%。



TOYOTA

有利因素

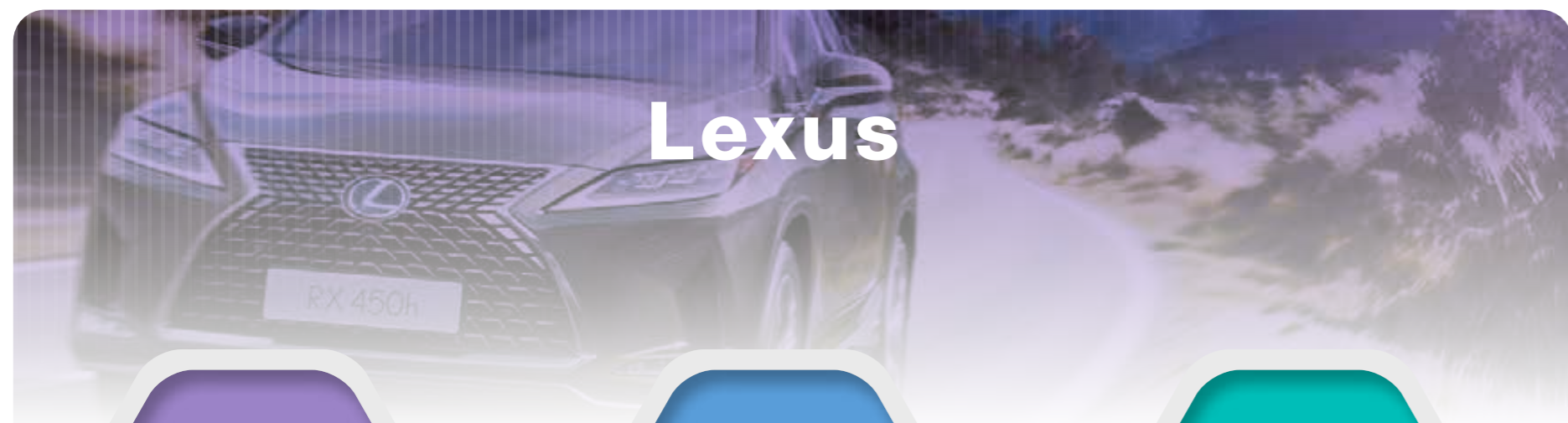
- 政府鼓勵「汰舊換新貨物稅減徵方案」延長五年（至2026年初）；以及推動「老舊車輛汰舊換新空氣污染物減量補助辦法」及「老舊汽車汰舊換新溫室氣體減量獎勵辦法」有助於換購需求持續。
- 追隨原廠的腳步，同步考量未來台灣法規、政策動向、基礎設施並積極與母廠洽談，在導入TOYOTA首款電動車bZ4X後，將持續評估並爭取導入符合台灣市場的電動化車款（BEV、HEV、PHEV）編成，以及導入全新多款新車。

不利因素

- 2022年受新冠疫情、烏俄戰爭與中國封城等相關因素影響，以及隨著車輛電動化與智慧化的發展趨勢下，車用晶片的需求將更加強勁，每台車輛晶片成本以8%至10%持續上升，導致車用原物料持續上漲、造車成本恐持續上升。
- 國內疫情政策轉向共存，推升民間消費，惟邊境鬆綁時程及通膨壓力等不確定因素。

因應策略

- 商品佈局將持續配合原廠檢討，爭取導入適切商品導入。
- 擴大滲透年輕族群，贊助全級別籃球賽事、深化NFT應用，以及聯合大牌歌手、網紅，強化品牌觸及力，並與電競跨界合作強化品牌年輕形象。
- 持續提升一線數位販賣力，並全方位持續改善，創造最佳化販賣及營運效率。
- 提升中古車小賣與入庫，開創新價值鏈利益。



# Lexus

## 有利因素

- 2023年全球車用晶片短缺有望緩解，隨著各國疫情管制鬆綁、民間消費回升，加上政府推動貨物稅減徵和公共領域電動化等政策誘因，持續刺激國內汽車的消費。
- 隨著自動駕駛、車聯網、電動車等技術發展逐漸成熟，各車廠有望導入更多實用的服務和配備，進一步提升消費者用車體驗。



## 不利因素

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



## 因應策略

- 持續佈局多元動力組合，透過結合販促激勵及彈性策略化生產，挑戰年度銷售目標。
- 導入全新純電平台車款 RZ，展示品牌科技和駕馭樂趣，啟動電能新篇章。
- 透過建立全面的BEV網絡和提升BEV服務與技術力，全面強化BEV競爭力。
- 走向科技服務新未來，透過提升LEXUS LINK應用和提供專屬的CR服務，搶攻顧客心佔率。



# 大型商用車

## 有利因素

- 宅經濟帶動運輸物流需求穩定發展。
- 疫後開放，旅遊商機復甦，巴士需求可望逐步提升。
- 科技產業回流投資帶動廠房建設剛性需求，大型車需求提升。
- 環保署大型柴油車汰舊換新補助，新車登錄之期限延長至2023年底。



## 不利因素

- 部分零組件持續短缺，影響車源供應。
- 高通膨與匯率波動導致車價上漲，影響顧客購車意願。



## 因應策略

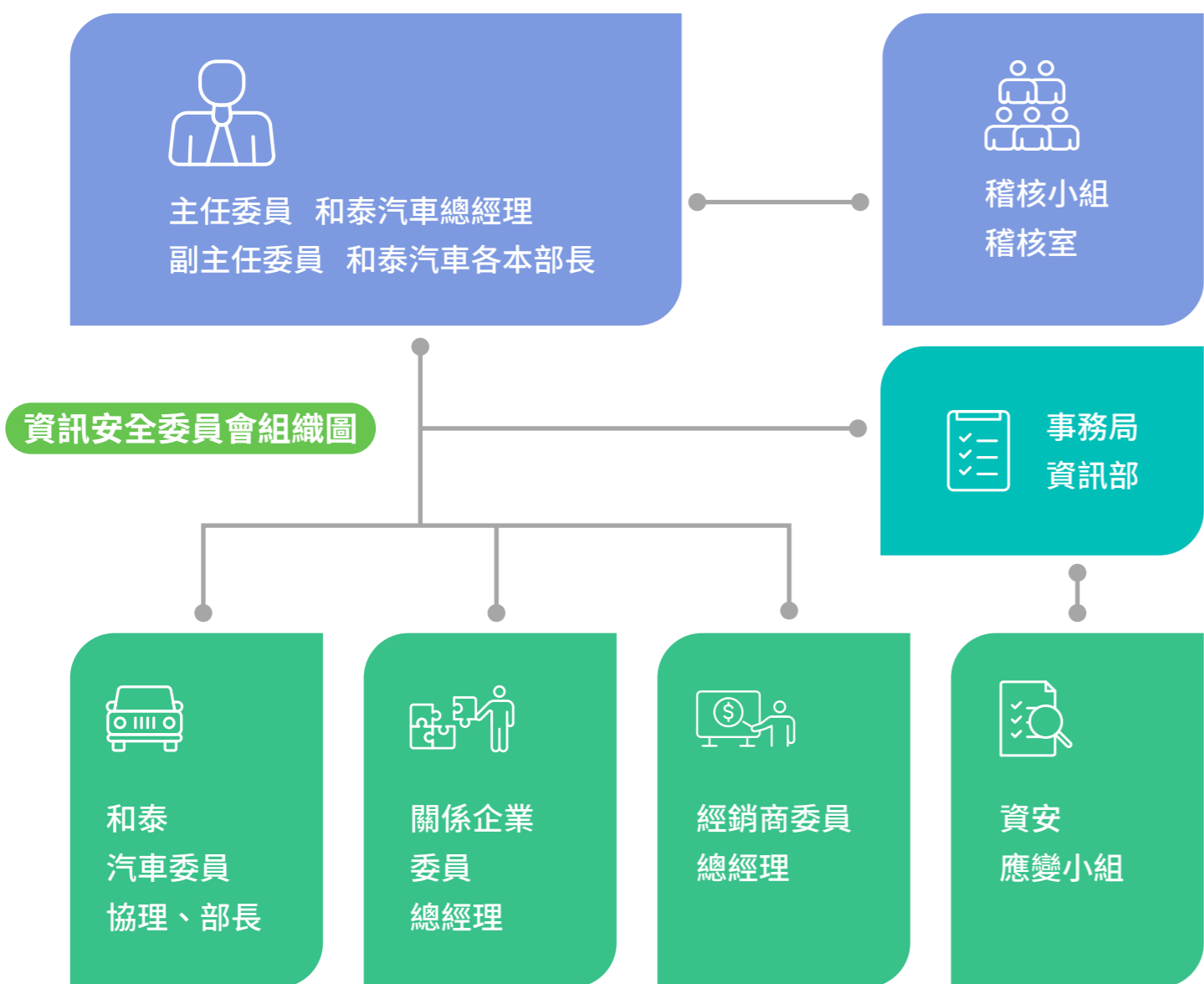
- 評估車源供應狀況，預先備貨有短缺風險之車型。
- 協同和泰車體提供多元車體打造，極大化商用車價值鏈。
- 持續導入新商品-(1). 全新導入700系12速手自排拖車頭與氣囊懸吊系統大貨車，有效提昇貨物運輸效率與完整性。(2). 迎合世界減碳與永續經營趨勢，示範導入氫能巴士。
- 推展車載資通訊新系統，加速導入物流大型管理架構。

註：以上詳見和泰汽車2022年度年報第100至第104頁

4.5

資訊安全及顧客資料保護

和泰汽車自1987年啟動小型商用車與轎車生產及銷售等相關業務，至今已累積350多萬顧客資料，為了保障客戶資料的安全及有效降低網路安全風險，我們持續精進及強化資訊安全系統。和泰汽車於2007年成立「資訊安全委員會」，作為集團資訊安全之最高指導單位，以貫徹資訊安全治理政策，明確宣示及落實維護資訊安全，並要求全體員工確實遵守，維護集團資訊安全。「資訊安全委員會」透過定期每一年舉辦一次會議，由集團主任委員（即和泰汽車總經理）及資安委員負責審視本集團資安治理政策，督導資安管理體系運作情形。2022年設定「資訊安全事務局」為資安專責單位及設立資安長，透過每月一次定例會議，依據內外部環境需求及法令規定，評估資安政策之適用範圍、完整性，適時進行政策調整，以檢核全集團資安政策執行進度及結果，確認皆有符合本集團資訊安全之要求，當有重大資安事件與個資侵害事件發生時，處理並呈報主任委員，以建構高標準資安防護能力。



資訊安全管理制度

4.5.1

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

規畫階段

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

執行階段

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

查核階段

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

行動階段

定期檢討與持續改善資訊安全防護措施，並進行全員資安教育訓練以提升資安意識。





### 2022年資訊技術安全管理措施

為達資安政策與目標，建立全面性的資安防護，推行的管理事項及具體管理方案如下。



#### 1. 提升端點及身分帳號安全

面對後疫情時代，採「零信任思維」規劃電腦及系統架構，一致化公司電腦及帳號作業標準及流程，提升基礎架構防護控制力，與應用資安防護新功能，強化身份認證及使用資訊系統的安全，提升新常態辦公服務之安全。



#### 共通性要求

1. 應確保提供的服務及檔案無惡意程式
2. 對廠商有查核權利及缺失限期改善
3. 廠商發生資安事件須立即通報
4. 服務終止歸還資產及移除權限

#### 2. 加強委外廠商資安管理

依據委外服務流程控管項目及常見資安風險，制定和泰汽車資安條款，並規定同仁在簽訂委外合約時應附加資安條款，約束廠商應充分了解及確實遵守和泰汽車制定的資安政策，共同維護公司重要資產。

#### 程式開發及系統維運安全要求

1. 遵守集團資安規範要求(如:官網、App行動化應用程式)
2. 確保使用元件之安全
3. 確認外部連線非至惡意網站
4. 系統弱點限期修正
5. 提供系統文件
6. 程式碼應有權限控管
7. 資料庫應有權限控管及帳密保管

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

1 專責人力



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

2 國際認證



通過 ISO27001 資訊安全認證，相關資安稽核無重大缺失。

3 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。

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，減少因不清楚資安規定誤引發資安事件或外洩機敏資料。

資安教育影片內容：資安教育主題結合工作情境，以動畫方式加深同仁資安意識



資安：讓新進員工了解駭客入侵手法及對企業造成的危害，並搭配工作情境，說明防護的作法。



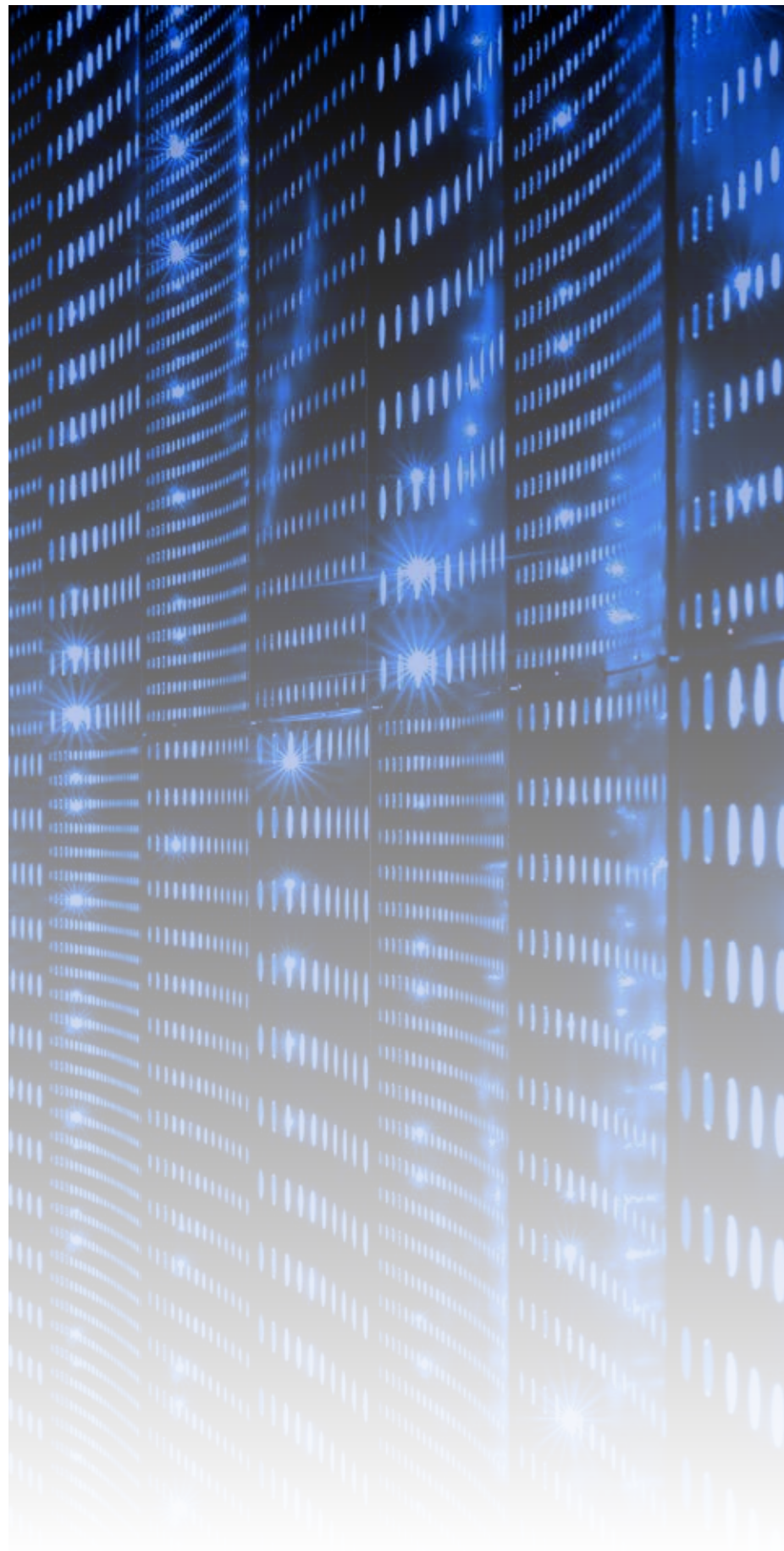
個資：教導同仁日常業務中如何做好個資防護及委外廠商管理。

針對全體同仁每年除接受資安教育外，同時會定期收到資安電子報，藉由資安時事新聞與新知分享，宣導並傳達和泰汽車最新的資安規定及注意事項，讓員工深知資安風險及防護的重要性。

對象	課程內容	受訓人數 (單位:人)	受訓時數 (單位:小時)	涵蓋率
一般同仁	個資及資訊安全教育訓練及測驗	493	2	100%
新進員工	新進員工個資及資訊安全教育訓練	16	1	100%
資訊同仁	資訊技能教育訓練	50	依同仁專業需要接受不同之課程時數	100%

### 顧客資料保護

4.5.2



#### 保護顧客隱私權

為使客戶資料獲得完善的保護，和泰汽車建置全集團個人資料管理制度，從企業策略面著手定位組織管理與運作，透過業務流程與資訊系統的分析，檢視個人資料取得、處理、傳遞、儲存、封存與銷毀等過程的生命循環及存取控管情況，規劃最完善的個資保護解決方案。2022年無違反個資法之案例。

年度	資訊洩漏件數(件)	個資佔資訊洩漏件數的百分比(%)	因資訊洩露致受影響的客戶數量(筆)
2022	0	0%	0

\*2022年集團子公司接獲1起可能影響個資安全事件之通知，第一時間於官網公告反詐騙宣導，確保顧客權益。

#### 符合法令規範

為保障顧客線上隱私，遵循台灣「個人資料保護法」在個人資料之蒐集、處理或利用之規範，和泰汽車頒發「個人資料檔案蒐集、處理與利用管理辦法」供相關單位遵循。此外，遵循法令要求，在官方網站上揭露客戶資料之隱私權聲明，除承諾本集團將保護客戶隱私外，並清楚說明客戶資料之蒐集、使用與資料安全規範等，以保障顧客隱私權。

TOYOTA



Lexus



HINO



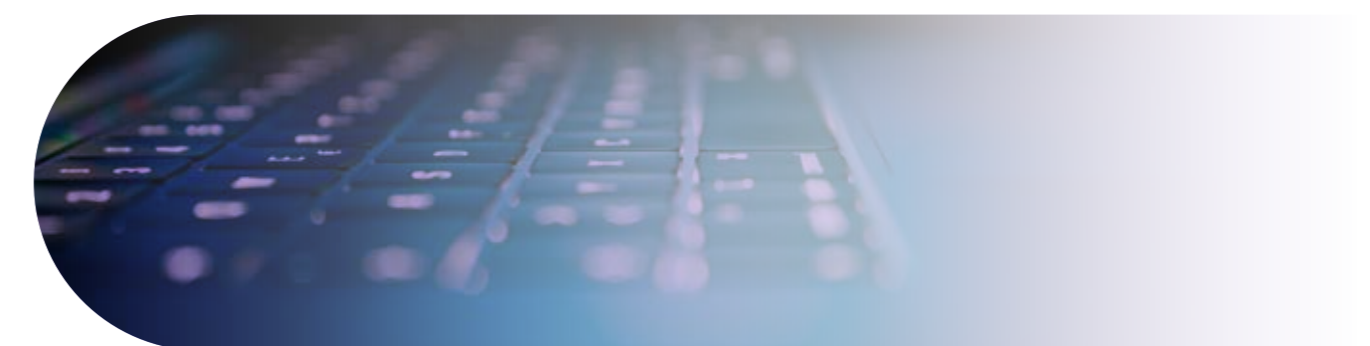
#### 落實控管與教育

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

個資教育訓練	2019年	2020年	2021年	2022年
人數(人)	497	473	489	493
涵蓋率(%)	100	100	100	100

#### 委外廠商個資管理

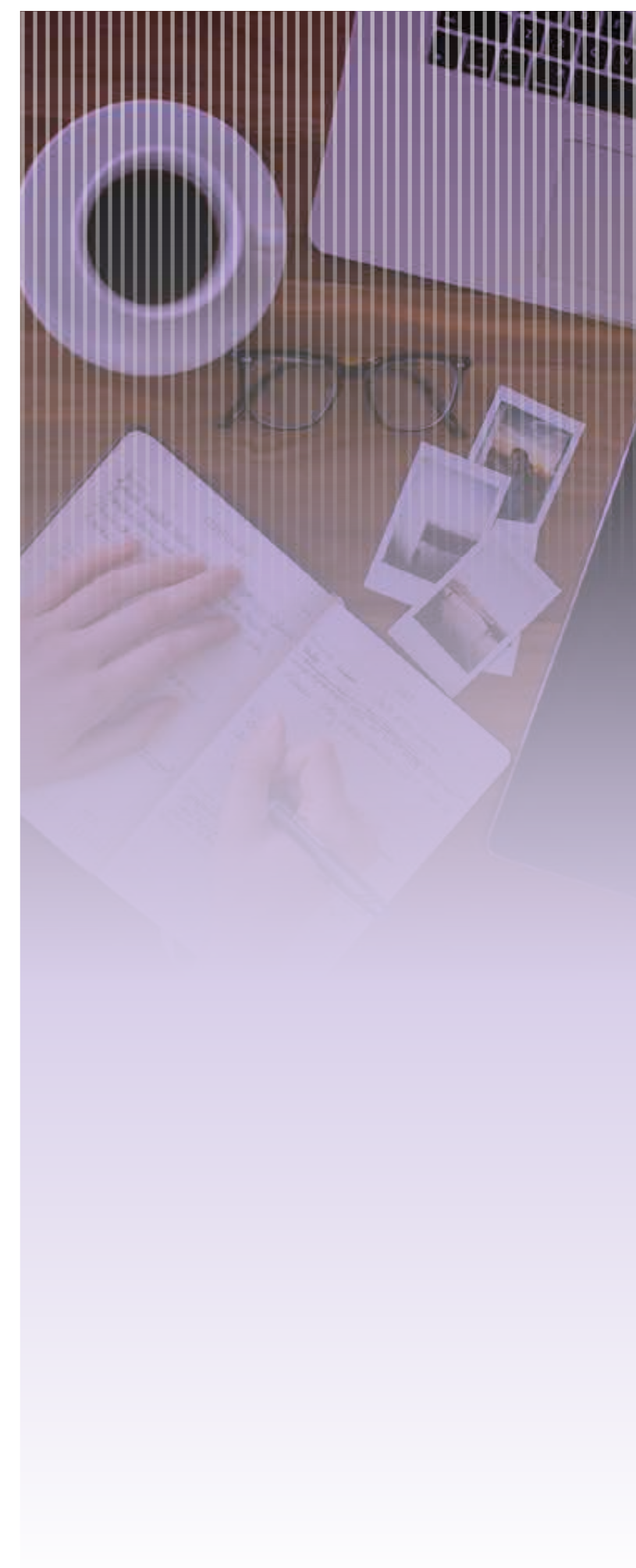
在委外廠商方面，自2015年起建立委外廠商個資防護規範，要求廠商遵循，且自2016年開始，每年一次定期審閱委外廠商交付之個資自評報告並執行實地稽核，於2018年建立委外廠商再發缺失控管機制，設有「委外廠商個資安全管理作業規範」並分級廠商個資防護能力，供權責單位作為遴選廠商參考。



## 4.6

## 財務績效

	2022	2021	2020	2019	單位
營業收入	130,393,188	138,872,240	136,052,443	126,892,633	仟元
營業利益	9,757,266	8,545,817	8,228,028	6,889,079	仟元
營業外收入及支出	(28,957,412)	10,163,586	7,973,590	6,848,237	仟元
稅前淨利	(19,200,146)	18,709,403	16,201,618	13,737,316	仟元
稅後淨利	(19,330,194)	16,210,758	13,848,870	11,768,815	仟元
所得稅費用 (利益)	130,048	2,498,645	2,352,748	1,968,501	仟元
資產總額	83,693,191	94,565,824	83,719,774	76,469,958	仟元
資本額	5,461,792	5,461,792	5,461,792	5,461,792	仟元
員工平均營業額	231,604	246,665	246,026	230,295	仟元
年底總員工數	563	563	553	551	人
營業費用+營業成本	120,621,590	130,284,359	127,907,621	119,890,558	仟元
每股盈餘	(35.39)	29.68	25.36	21.55	元
薪資總額	1,356,981	2,032,037	1,945,833	1,726,363	仟元
員工福利費用 (扣除薪資費用及退休金)	183,221	177,302	172,767	163,176	仟元
退休金總額	33,239	28,409	28,401	27,704	仟元
負債比	50.1	22.0	21.8	23.4	百分比
留存經濟價值	8,198,157	6,350,133	5,997,821	5,084,832	仟元





# 05

## 環境永續 Environment

**91%**

Toyota 新車販賣  
台數中具節能標章比率

**72.1%**

使用再生零件  
冷氣壓縮機比率

超過**47萬度**

回廠保修不洗車，  
累計至 2022 年節約水量

超過**215噸**

近 4 年包材回收  
碳排減量

豐田在短期至長期的策略和行動計劃（包括《豐田2050年環境挑戰》和《豐田環境行動計劃》）中表示，豐田將短程目標設定為：以2019年為基準年，2025年排放量下降15%（和泰汽車挑戰下降18%），中程目標則是較2019年，2030年排放量下降32%（和泰汽車挑戰下降33%）。

5.1

氣候變遷管理

TCFD架構採用

5.1.1

豐田在最近制定2025年目標時，對環境重大性議題進行了審查。身為豐田全球代理商之和泰汽車，也持續關注公眾的意見和市場趨勢，考慮應更加重視哪些環境問題，並以新的思想和技術來應對，以期解決未來的問題。但是，仍有許多全球環境問題需要更大的努力，包括氣候變遷、水資源短缺、資源枯竭和生物多樣性喪失。和泰汽車已顯著體認到，未來傳統汽車產業在氣候變遷議題的趨勢下，將面臨減緩與調適難題。加上隨著全球各國相關氣候變遷措施的進行，汽車產業和整個社會觀念都有可能面臨重大改變。如更嚴格的政策，包括燃油車的禁售、能源效率法規、碳定價的實施或增加、低碳產品的研發等，都足以大幅改變客戶在環保與氣候變遷的危機意識。為確保和泰汽車能將環境永續的理念不斷傳承至下一代，並融貫到經營策略的各個環節之中，我們採用由國際金融穩定委員會（Financial Stability Board, FSB）所建議之TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）架構，進行氣候變遷風險之管理與揭露。

治理

- 和泰汽車於2018年經董事會通過，設置企業社會責任委員會（CSR委員會），直接隸屬於董事會，委員會成員為和泰汽車之董事及獨立董事，主要負責制定公司CSR發展策略以及各項活動之展開與監督，會中將由ESG事務局報告目前相關業務實績與未來目標以一年兩次的頻率召開委員會，供董事及獨立董事檢視與檢討成果。2021年12月更名為「永續發展委員會」，會中將由ESG事務局主管與董事與獨立董事報告環境面(如監督氣候變遷相關議題與減碳政策等)、社會面(如公益專案執行進度等)以及公司治理面(如管控集團遵法風險等)執行實績與備詢。
- 永續發展委員會轄下設立「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」做為永續相關事務推動之執行單位，主要負責擬定各項ESG專案方針與執行。環保事務局每季向董事會保管環境相關議題，社會公益局於每年12月向董事會提報相關資料，公司治理事務局彙整各單位向董事會提報之議題。
- 和泰汽車成立環境委員會，由總經理擔任主任委員。各本部長為指導委員，管理代表為Toyota售後本部本部長，總幹事單位為Toyota教育支援部，總事務局為環境設施室。

策略

- 氣候變遷風險與機會之短、中、長期分別為1年、1-3年與3-5年。
- 推進和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的成效，監控並追蹤和泰汽車集團內（含經銷商）之環保管理的PDCA改善循環及自主發展/改善的成效。
- 以目前的氣候變遷政策與策略，以及已經實施並且確定運作的情形做為基礎情境，分析法規、技術、市場與商譽之氣候衝擊。

風險管理

- 針對所鑑別出之轉型與實體風險，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。
- 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，同時針對台灣環境與市場鑑別出之轉型風險，透過SWOT分析、風險矩陣 (Risk Map)，並排序重大營運、財務、市場地位風險及產業機會，由永續發展委員會轄下之「環境保護事務局」、「社會公益事務局」及「公司治理事務局」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。
- TOYOTA每年亦定期召開亞太區環境管理會議，分享國際環境管理趨勢、各國法規現況及淨零排放趨勢與作為，藉由跨國溝通、分享各國環境管理、淨零排放、供應鏈綠色轉型作法，強化TOYOTA與和泰集團對於氣候變遷之應對能力，同時減緩氣候變遷所帶來之負面衝擊。

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. 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. 與自然和諧相處

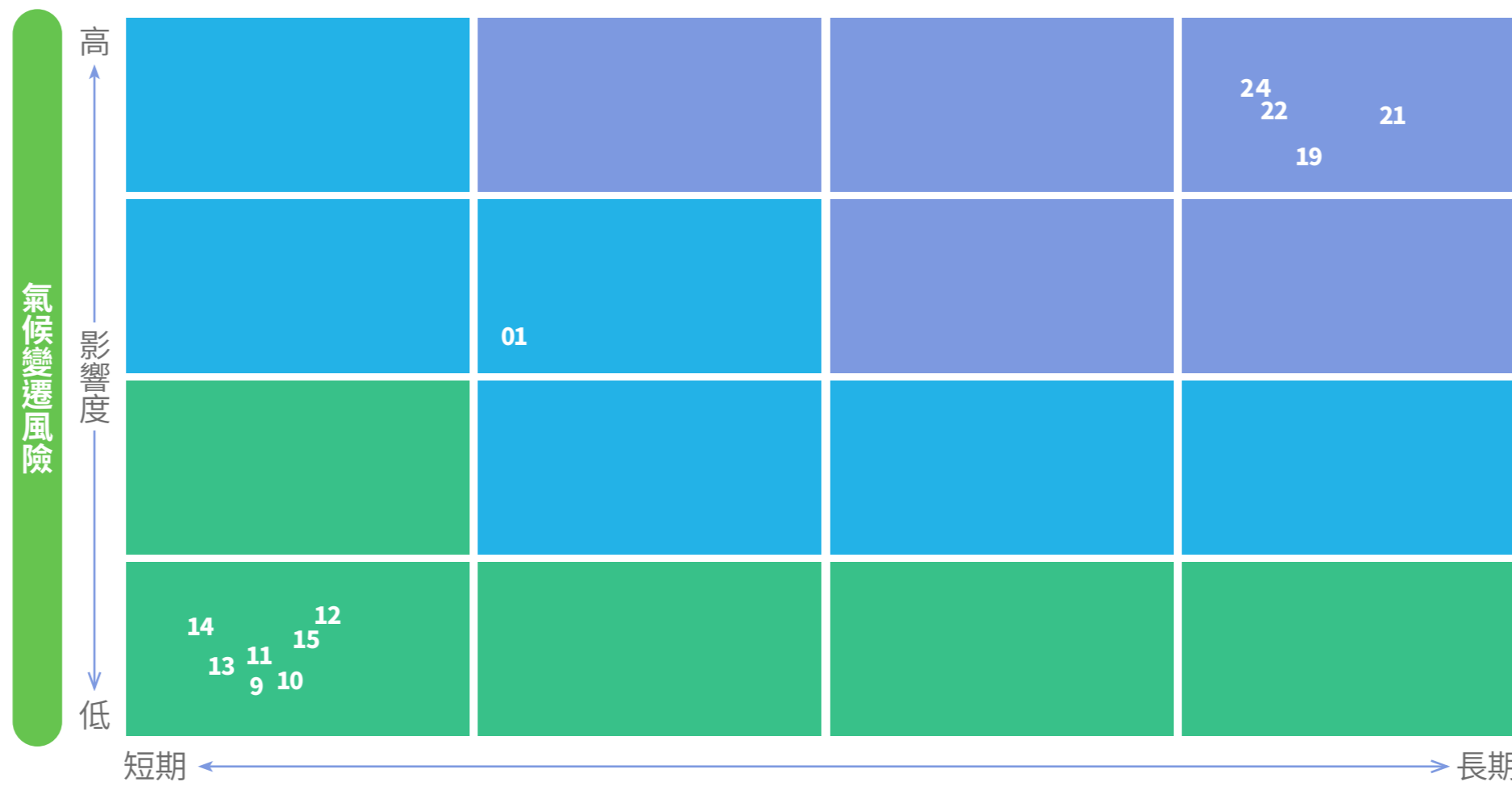
為達成挑戰，制定環保評價手冊(EAS)及經銷商ECO Dealership，監控並追蹤和泰汽車集團內(含經銷商)之環保管理改善與成效。

重大風險鑑別結果與因應

5.1.2

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

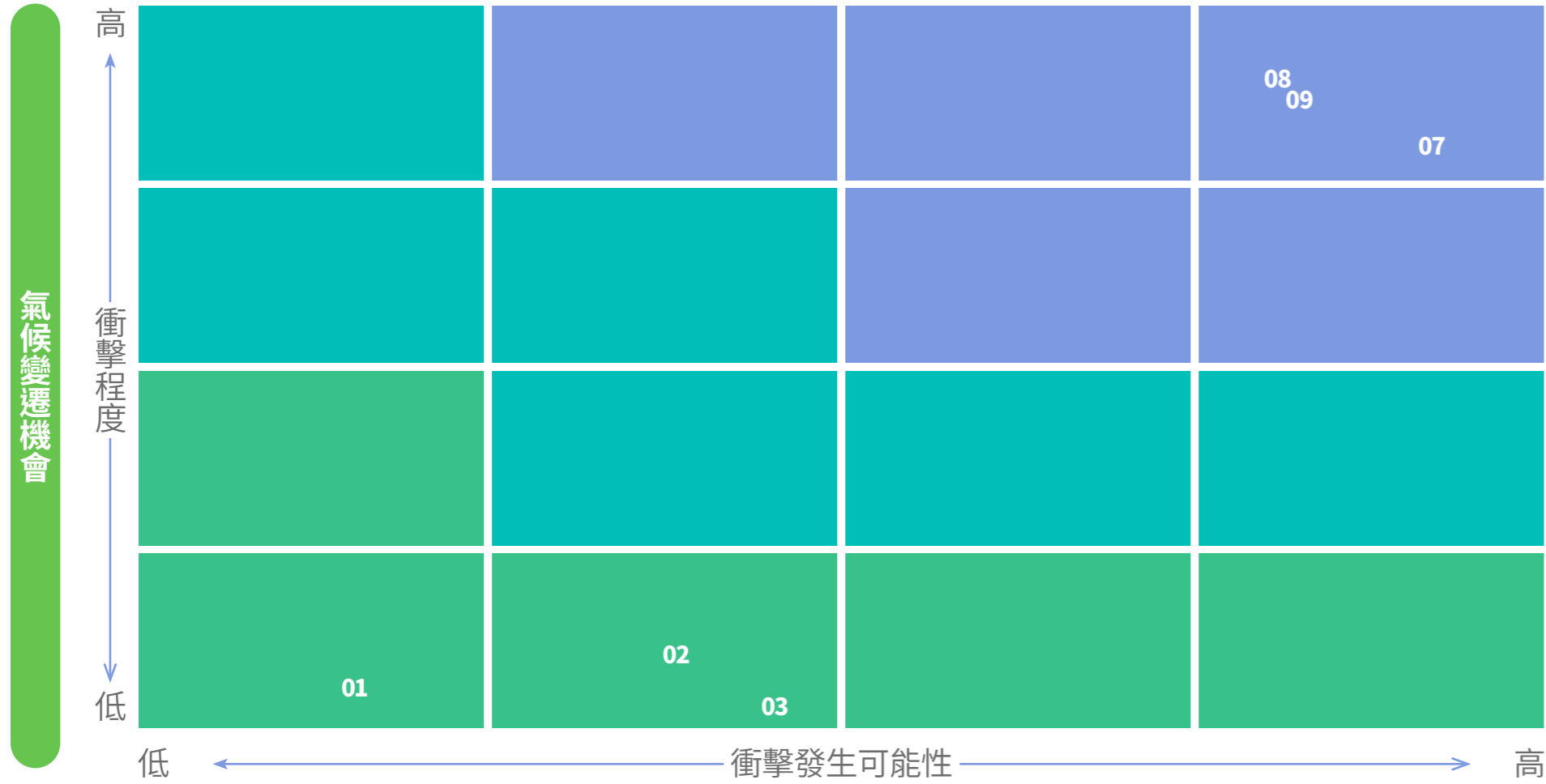
傳統燃料汽車對生產和購買的影響，預計在隨著全球氣候變遷法規的制訂下，碳定價與交易將被引入並逐年提高，這將導致更高的消費者購買和公司生產成本。另一方面，有鑑於氣候變遷所帶來的影響，低碳的商業模式將加速燃料汽車的淘汰速度。這樣的氛圍下，市場上銷售使用電力之低碳汽車，將有可能對二氧化碳減排效果發生極大的助益，這也將誘導出更多的商機。此外，在實體風險部分，在沒有足夠應變的情況下，由於洪水氾濫等自然災害的頻發和加劇，生產中斷和供應鏈中斷可能會隨之發生。



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



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



- 08 低碳產品與服務的需求
- 09 產品效率法規與標準
- 07 顧客偏好改變
- 01 強制申報
- 02 再生能源法規
- 03 新法規的不確定性



情境分析

5.1.3

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

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

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。



	風險	情境說明
法規	■ 碳稅/碳定價	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據不同情境下，對企業的碳排課徵稅收。此部分由於稅制落差極大，因此不確定性甚高，評估主要參考IPCC AR6的SSP1與SSP2在OECD國家碳價擬定轉型情境的碳稅價格，並採用十年稅制一致性的階梯式碳稅價格，同時參考目前氣候政策考慮的100 NTD/tCO<sub>2</sub>e方案，設計出三種情境的碳稅：                     <ol style="list-style-type: none"> <li>NDC：100 NTD/tCO<sub>2</sub>e</li> <li>SBT-WB2°C (IPCC AR6, SSP1-2.6)：9-242 USD/tCO<sub>2</sub>e</li> <li>SBT-1.5°C (IPCC AR6, SSP1-1.9)：7-708 USD/tCO<sub>2</sub>e</li> </ol> </li> <li>不同情境下的碳排放額度估算：                     <ol style="list-style-type: none"> <li>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%。</li> <li>SBT-WB2DC (SBT)：基線年排放每年減少2.5%線性遞減</li> <li>SBT-1.5°C (SBT)：基線年排放每年減少4.2%線性遞減</li> </ol> </li> </ul>
	■ 總量管制與碳罰鍰	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對超額部分進行碳罰鍰 (NTD/kg CO<sub>2</sub>e)，分別以不同總量管制分析。總量管制分別以三種情境設計：                     <ol style="list-style-type: none"> <li>NDC：100 NTD/tCO<sub>2</sub>e</li> <li>SBT-WB2°C：750 NTD/tCO<sub>2</sub>e</li> <li>SBT-1.5°C：1,500 NTD/tCO<sub>2</sub>e</li> </ol> </li> <li>目前總量管制在臺灣實施可能性很低，因此暫不考慮此一風險情境。</li> </ul>
	■ 義務容量	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
技術	■ 再生能源建置成本	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	■ 再生能源轉供成本	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	■ 再生能源憑證	<ul style="list-style-type: none"> <li>購買再生能源憑證的費用</li> </ul>
	■ 節電成本	<ul style="list-style-type: none"> <li>投資的節電成本，節電成本以每度電1.1 NTD估算</li> </ul>
	■ 節電效益	<ul style="list-style-type: none"> <li>省電的成本，以台電公告電價為主，2.44 NTD/度</li> </ul>
商譽	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
市場	■ 綠色產品	



5.2

綠色營運

能資源管理

5.2.1

2022年和泰汽車的年能源總耗用量為12,711十億焦耳，能資源耗用以電力使用量為最大；其次為汽油，主要使用於車輛，包括公務與訓練；第三為天然氣及液化石油氣，使用範圍為廚房與宿舍。

汽油的使用量逐年遞減，主因為使用油電複合車。天然氣及液化石油氣的使用量，則取決於每年在園區中接受教育訓練的住宿學員數與廚房烹煮的次數，因此起伏會較大。水資源的來源皆是自來水公司提供，因此並未對任何水源產生顯著影響；使用後的廢水量相等於總取水量，並全部排放至政府下水道統一處理，並訂定以2019為基準年，每年累計節水1%的目標，2022年實際用水減量22%達成年度目標（-3%）。

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

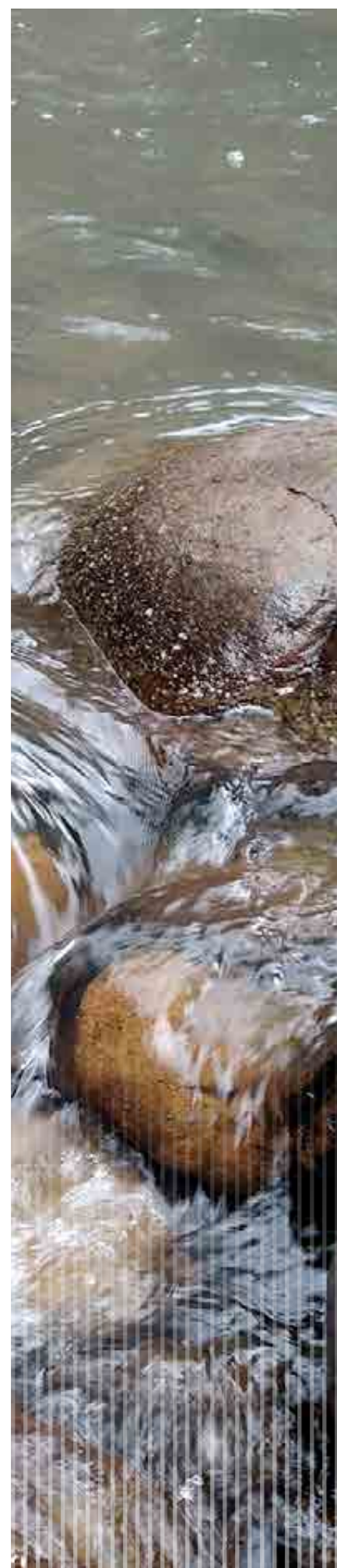
能源使用量

能源種類	耗用單位	耗用區域	2019	2020	2021	2022
汽油	公升	總公司	47,608	49,241	33,933	50,572
		新莊	12,091	11,969	7,863	9,594
		楊梅	2,803	2,331	2,331	1,714
		合計	62,502	63,541	44,127	61,880
	十億焦耳	總公司	1,554	1,107	1,107	1,651
		新莊	395	257	257	313
		楊梅	92	76	77	56
	合計	2,041	1,440	1,441	2,020	
柴油	公升	總公司	0	0	0	0
		新莊	60	60	0	0
		楊梅	5,450	5,499	4,433	3,820
		合計	5,510	5,559	4,433	3,820
	十億焦耳	總公司	0	0	0	0
		新莊	2	2	0	0
		楊梅	192	193	156	134
	合計	194	195	156	134	



能源種類	耗用單位	耗用區域	2019	2020	2021	2022
天然氣	立方米	總公司	0	0	0	0
		新莊	22,224	19,887	16,085	21,882
		楊梅	0	0	0	0
		合計	22,224	19,887	16,085	21,882
	十億焦耳	總公司	0	0	0	0
		新莊	744	666	539	732
楊梅		0	0	0	0	
	合計	744	666	539	732	
液化石油氣	公升	總公司	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0
		楊梅	3,011	4,023	3,574	4,023
		合計	3,011	4,023	3,574	4,023
	十億焦耳	總公司	0	0	0	0
		新莊	0	0	0	0
楊梅		84	112	99	112	
	合計	84	112	99	112	
外購電力	度	總公司	704,774	820,537	726,374	815,662
		新莊	541,219	638,996	541,219	589,238
		楊梅	1,367,285	1,351,265	1,367,285	1,294,446
		合計	2,613,278	2,810,798	2,634,878	2,699,346
	十億焦耳	總公司	2,537	2,874	2,537	2,936
		新莊	1,948	2,300	1,948	2,120
楊梅		4,922	4,865	4,922	4,658	
	合計	9,407	10,039	9,407	9,714	
總能源總耗用量(十億焦耳)			12,998	13,110	11,639	12,711
總人數			551	553	563	563
能源密集度			23.59	23.71	20.67	22.58

註：上表熱值轉換係數出自能源局「能源產品單位熱值表」，換算後：汽油為32,635,980 J/L、柴油為35,146,440 J/L、天然氣為33,472,800 J/M3、電力為3,598,326 J/度



取水量

能源種類	強度單位	耗用區域	2019	2020	2021	2022
水 (均為第三 方水)	百萬公升	總公司	7.23	6.83	7.15	5.91
		新莊	4.76	5.34	4.49	5.04
		楊梅	10.36	7.58	6.70	6.41
	合計	22.35	19.75	18.34	17.36	

\*和泰汽車水資源的來源皆是自來水公司，使用後的總排水量約等於總取水量，並全部排放至政府下水道統一處理。

用水密集度

能源種類	強度單位	耗用區域	2019		2020		2021		2022	
			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	381	19	385	18	398	18	401	15
		新莊	93	51	91	59	87	52	88	57
		楊梅	77	135	77	98	76	88	74	87
	人數加總或強度平均	551	41	553	36	561	33	563	31	

汽油節約成效主要來自於油電混合車取代全汽油引擎之車種，自2013年開始取代後，每年可節省約15,900公升的汽油用量（518.9十億焦耳），並於週末停止天然氣加熱鍋爐以降低使用量，每年的平均節省量約5,160立方米（172.7十億焦耳），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減少成本效益。

節能績效

節省能源種類	單位	區域	2019	2020	2021	2022
汽油	公升	總公司	-	-	1,697	1,264
		新莊	-	-	-	-
		楊梅	-	-	-	-
	合計	-	-	1,697	1,264	
天然氣	立方米	總公司	-	-	-	-
		新莊	-	-	-	-
		楊梅	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	
電力	度	總公司	921	3,175	6,454	1,703
		新莊	36,716	55,776	71,669	-
		楊梅	-	-	7,390	52,851
	合計	37,637	58,951	85,513	54,554	



節水績效

節省能源種類	單位	區域	2019	2020	2021	2022
水	噸	總公司	-	400	350	1,313
		新莊	-	31	-	-
		楊梅	4,045	-	-	3,949
	合計	4,045	431	350	5,262	

和泰汽車自2018年開始實施節水活動，透過更換省水水龍頭、調整出水量，並透過環保教育宣導節約水資源等方式，降低營運用水，至2022年已實施告一段落，未來將持續向同仁宣導，以維持營運用水最小化。

能源節省成本

能源種類	節省區域	2019		2020		2021		2022	
		平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本
電力	總公司	3.58	3,297	3.65	11,589	3.67	23,686	3.93	6,693
	新莊	3.54	129,975	3.42	190,754	3.4	243,674	-	-
	楊梅	-	-	-	-	3.4	25,126	3.8	200,834
	合計	7.12	133,272	7.07	202,343	10.47	292,486	7.73	207,527

水資源節省成本

能源種類	節省區域	2019		2020		2021		2022	
		平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本	平均單價	節省成本
水	總公司	-	-	14.62	5,848	15.7	5,459	15.9	20,877
	新莊	-	-	-	-	-	-	-	-
	楊梅	12.9	52,180	13	403	-	-	13.2	51,969
	合計	12.9	52,180	27.62	6,251	15.7	5,459	29.1	72,846

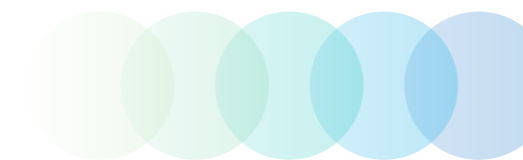
註1：以上節約量乃以每年新實施之節能專案所預估，非實際之量測值。



溫室氣體減量

5.2.2

2022年和泰汽車的溫室氣體總排放量中，87%是來自於電力的使用，故範疇二的間接能源排放，為溫室氣體排放的主要來源。範疇一的排放量在近三年則呈現穩定。不論是範疇一或二的排放量，和泰汽車積極實施各項節能方案，並不斷提升與改善能源使用效率，致力減緩氣候變遷帶來的影響，為加強溫室氣體管理，和泰汽車將於2023年規劃範疇三排放量盤查。



溫室氣體排放量

範疇別	排放量單位	排放區域	排放量			
			2019	2020	2021	2022
— 註1	公噸二氧化碳當量	總公司	112.2	116.1	80.0	119.2
		新莊	70.5	65.8	48.8	63.8
		楊梅	26.3	28.7	23.5	21.2
	合計	209.0	210.6	152.3	204.2	
— 註2	公噸二氧化碳當量	總公司	397.2	406.4	358.7	415.2
		新莊	350.9	325.2	275.5	299.9
		楊梅	656.6	687.8	695.9	658.9
	合計	1,404.7	1,419.4	1,330.1	1,374.0	

註1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為CO2、CH4與N2O。

註2：範疇一排放僅計算固定源，不包含逸散源。

註3：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為0.533(2018)、0.509(2019)、0.502(2020)、0.509(2021)公斤二氧化碳當量/度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。(2021年因能源局遲至2022年底公告，故沿用2020年係數)

註4：排放係數資料來源為溫室氣體排放係數管理表6.0.4版，GWP值為IPCC AR6。

註5：以上數據為自行盤查之數據



溫室氣體排放強度

範疇別	強度單位	區域	2019		2020		2021		2022	
			人數	強度	人數	強度	人數	強度	人數	強度
一+二	公噸二氧化碳當量/每人	總公司	381	1.34	385	1.36	398	1.10	401	1.33
		新莊	93	4.53	91	4.30	87	3.73	88	4.13
		楊梅	77	8.87	77	9.31	76	9.47	74	9.19
	人數加總或強度平均	551	2.93	553	2.95	561	2.63	563	2.80	

註1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為CO2、CH4與N2O。

註2：排放係數資料來源為溫室氣體排放係數管理表6.0.4版，GWP值為IPCC AR6。

註3：範疇二排放為電力使用，電力排碳係數為0.533(2018)、0.509(2019)、0.502(2020)、0.509(2021)公斤二氧化碳當量/度。排放係數依能源局每年公告修正，故數據與前一年度略有不同。(2021年因能源局遲至2022年底公告，故沿用2020年係數)。

註4：強度計算使用之人數為合約(正職、約聘)及聘雇(全職)員工，不含各地區內固定工作之承攬商。

註5：楊梅為零件倉庫，工作區域內含外包人員，實際工作人數較合約及聘僱員工多。

註6：以上數據為自行盤查之數據

歷年減量作為與預估減量成效

推行區域	2019	2020	2021	2022
總公司	<ul style="list-style-type: none"> <li>部分區域改為感應式燈具 (0.4噸/年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>更換節能LED燈泡 (1.6噸/年)</li> <li>總公司用水低減 (0.4噸)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021年起到期公務車換租插電式車種(EV或PHEV)(3.8噸/年)</li> <li>持續更換節能LED燈泡 (3.2噸/年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>到期公務車持續換租插電式車種(PHEV)(2.9噸/年)</li> <li>持續更換節能LED燈泡 (0.9噸/年)</li> </ul>
新莊	<ul style="list-style-type: none"> <li>控管限制空調系統負載在26°C (16.9噸/年)</li> <li>飲水機設置2台定時開關裝置(2.6噸/年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訓練場地空調汰換(27噸/年)</li> <li>飲水機設置2台定時開關裝置(1.2噸/年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訓練場地空調汰換(36噸/年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>強化照明設備使用管理</li> <li>休息區/茶水間/洗手間感應式照明</li> </ul>
楊梅	<ul style="list-style-type: none"> <li>楊梅園區用水低減(0.4噸)</li> <li>低減物流增援車(副倉庫0.5噸)</li> <li>持續推動包材回收作業(53.2噸)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿舍空調裝置節電設施(4.3噸/年)</li> <li>持續推動包材回收作業(44.7噸/年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>楊梅汰換複金屬燈 (3.6噸/年)</li> <li>持續推動包材回收作業 (56.8噸/年)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿舍頂樓加設太陽能板(3.9噸/年)</li> <li>楊梅主倉庫汰換複金屬燈，冷氣 (22.6噸/年)</li> <li>持續推動包材回收作業(60.9噸/年)</li> </ul>
合計每年溫室氣體減量 (噸)	74	79.2	96.4	91.2

註1：排放量計算邊界為營運控制權法，包含氣體種類為CO2、CH4與N2O。



污染物排放與廢棄物管理

5.2.3

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

2022年目標為廢棄物減量3%，和泰透過環保教育，宣導資源重複使用、垃圾確實分類等優良作法，最終實際減量15%，達成年度目標。

廢棄物產生量 (噸)

廢棄物類別	產生區域	2019	2020	2021	2022
一般	總公司	25.0	22.6	20.0	21.9
一般	新莊	4.6	4.6	3.6	4.0
一般	楊梅	18.4	19.5	15.8	15.0
合計		48.0	46.7	39.4	40.9

廢棄物產生量 (噸)

回收類別	回收區域	資源回收量 (噸)				回收率			
		2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
紙類、鐵鋁罐、寶特瓶	總公司	16	15.5	11.9	7.3	100%	100%	100%	100%
紙類、鐵鋁罐、寶特瓶	新莊	5.1	2.8	2.1	1.2	100%	100%	100%	100%
國內包材	楊梅	50.7	53.0	55.8	55.1	100%	100%	100%	100%
進口紙箱		169.6	132.0	184	196.6	100%	100%	100%	100%
合計		241.4	203.3	253.8	260.2	100%	100%	100%	100%

車輛與零件運輸

5.2.4

和泰汽車針對拖車在整個運輸過程中所排放之二氧化碳，進行嚴格管理及監控；要求拖運公司每月提供拖運記錄，包含拖運數量、里程、油耗、二氧化碳排放量。為能有效減少拖車二氧化碳排放量，和泰汽車也鼓勵拖運公司，針對司機日常進行「省油駕駛」宣導，以確保車輛運輸能維持穩定的燃油消耗及CO2排放。2022年共拖載車輛134,235台，消耗柴油1,776,963噸，經係數轉換，每台新車拖運之二氧化碳排放量為34.41/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	2019	2020	2021	2022	目標
拖車使用率改善達成度	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 準確預知配車台數派遣拖車</li> <li>● 提升每台拖車裝載台數</li> </ul>	100%	100%	100%	100%	達成率100% (實際拖運台數/目標拖運台數)
新車托運溫室氣體排放量 (公斤CO2e/台新車運輸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 控制司機駕駛速度</li> <li>● 拖車定期保養</li> </ul>	34.4	33.63	34.66	34.41	低於35





5.3

環保理念

永續政策

5.3.1

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

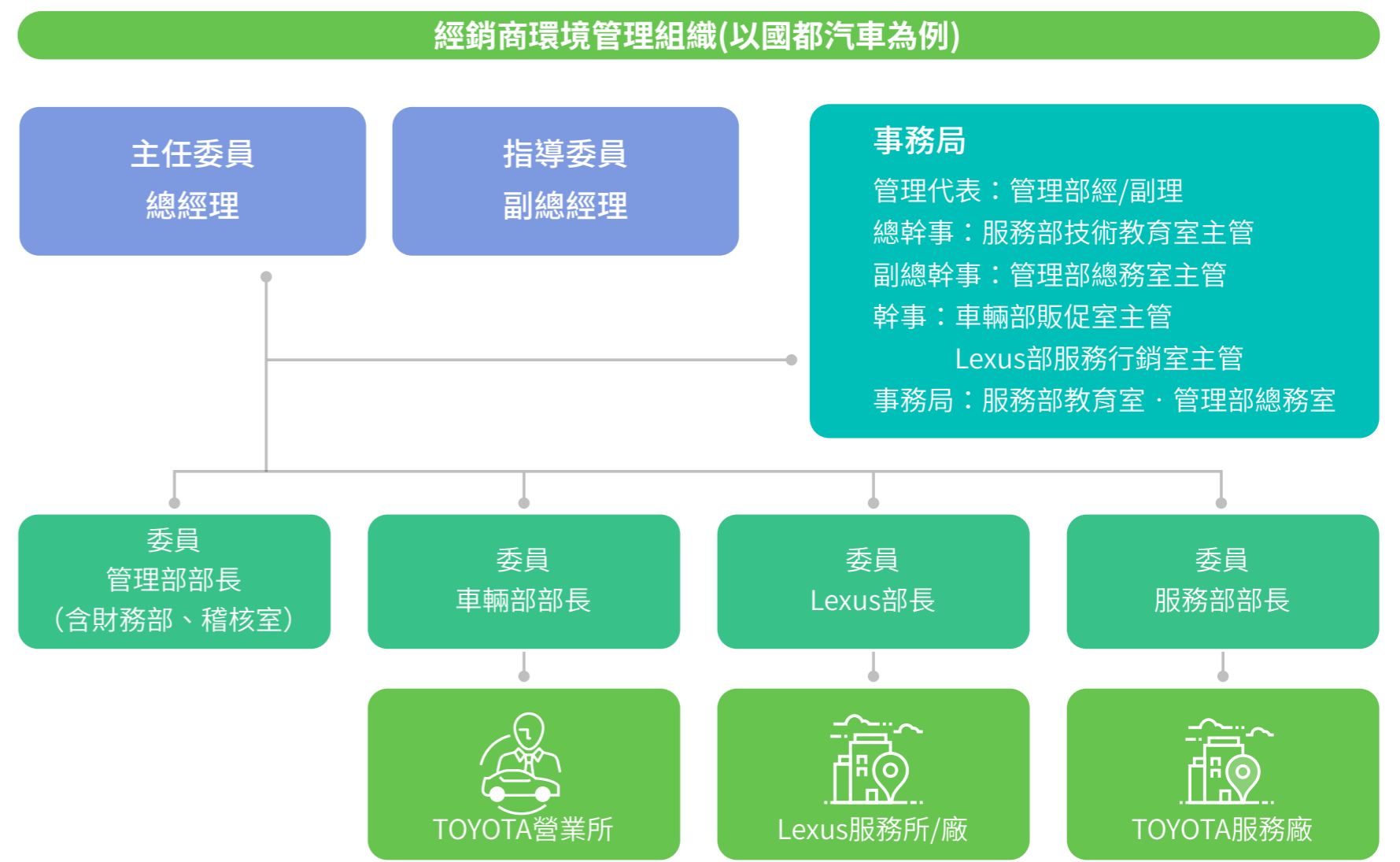
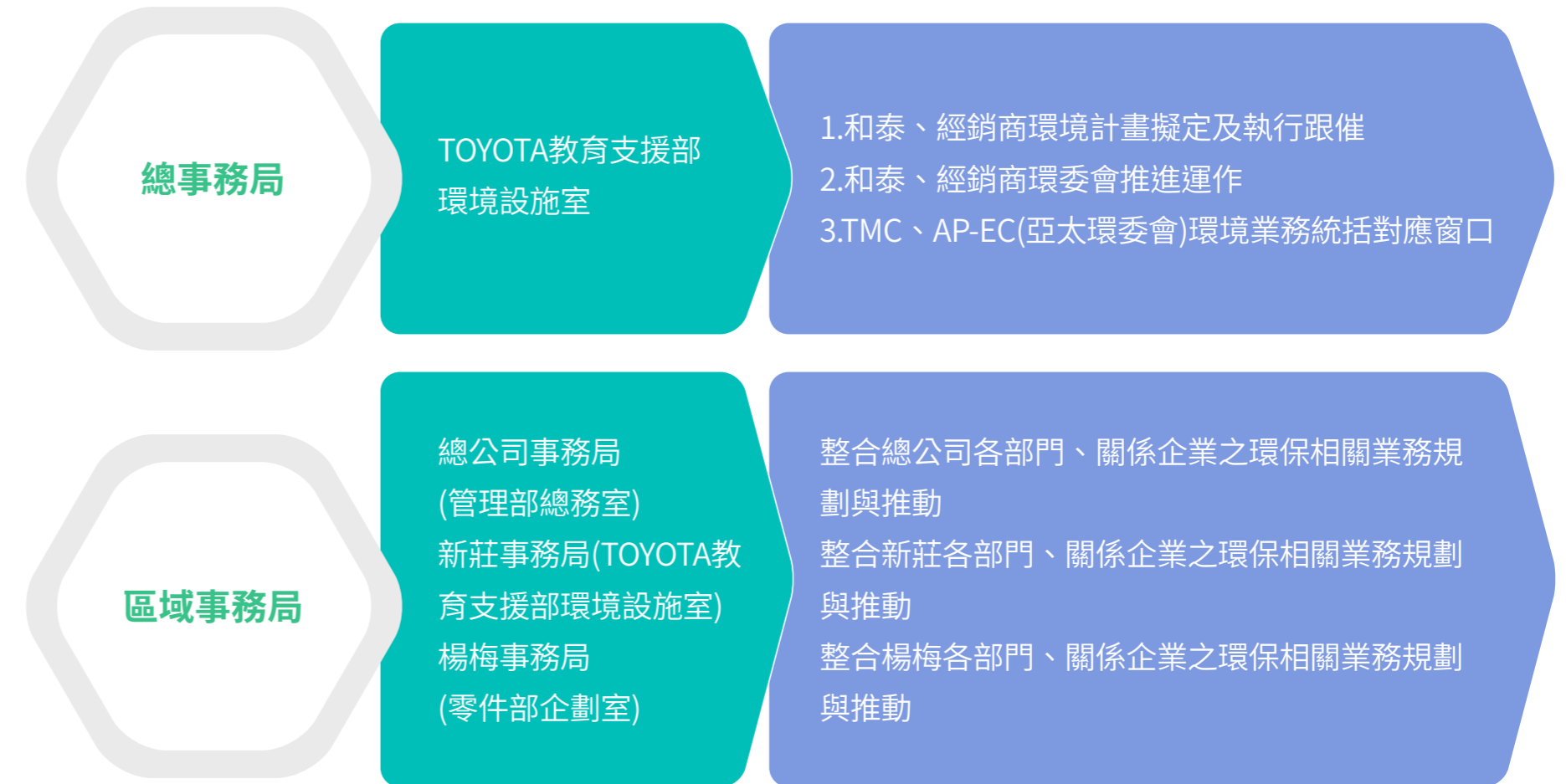
和泰汽車以實現「碳中和與循環型社會」為願景，在車輛生命週期的各個階段，從開發設計、採購、生產、物流、銷售、使用、減少浪費和回收利用，積極降低產品與服務對環境的影響。同時訂有環境永續政策，包含政府政策、資源永續利用、安全的工作環境與強化環保意識等四大面向，持續邁向永續發展。

管理系統

5.3.2

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

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



### 願景與歷程

5.3.3

豐田母廠設定2050年環境願景的6大挑戰，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。

「碳中和」	豐田亞太區目標	和泰汽車目標
■ 新世代新車CO2零排放	· 2025年CO2 ↓ 30%	和泰汽車無此項目
■ 生命週期CO2零排放	· 2025年CO2 ↓ 15% · 2030年CO2 ↓ 32%	· 2025年CO2 ↓ 18% · 2030年CO2 ↓ 33%
■ 工廠CO2零排放	· 2025年CO2 ↓ 20% · 2030年CO2 ↓ 35%	和泰汽車無此項目
■ 最小量及優化用水	廢水回收概念	設定累進節水1%目標
■ 建立循環型社會與制度	3R概念(電池)	←與亞太區相同
■ 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：026~30)	2025 亞太目標(7th 計畫：2021~25)
1.新世代新車 CO2 ↓ 90%	↓ TBC%	CO2 ↓ 30%
2.生命週期0碳排循環經濟	↓ 32%	CO2 ↓ 15%(每年 ↓ 3%，2019 基線)
3.工廠0碳排 強化氫/再生能源	↓ 61 % (TBC % RE)	CO2 ↓ 35% (31% RE)

2050 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：3R為 Rebuilt(電池再生)、Reuse(電池再利用)、Recycle(電池回收)

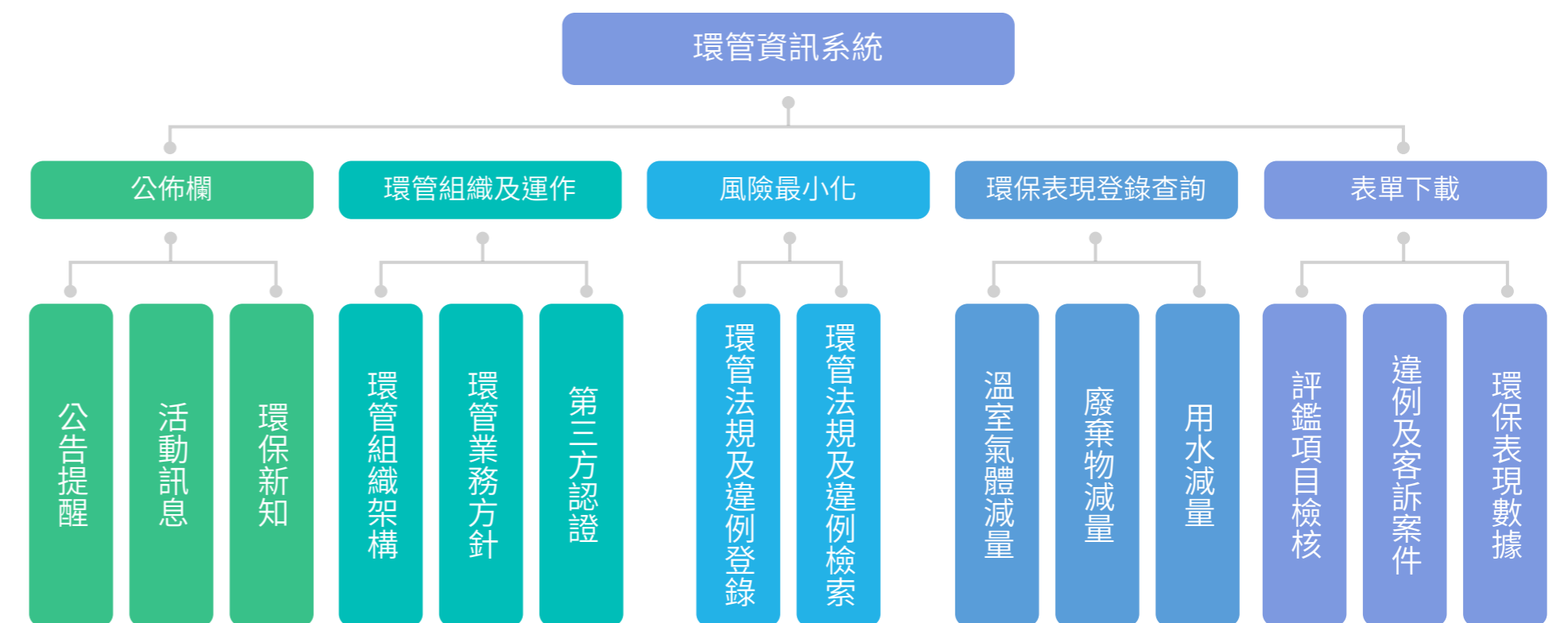
### 環境管理推動歷程



### 計畫與行動

5.3.4

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



和泰汽車環管業務行動計畫，於2018建立環管基礎，建置資訊系統檢核及追蹤環保表現數據，並強化推廣環保理念；2019-2020年為創造環保價值，完成服務廠暑熱對應與再生能源建設，並推動示範據點；2021-2022年則將優良範例做法推廣到其他據點，持續擴展環管業務作為。2023年將持續精進，除8大豐田經銷商外，同步擴展至海內外和泰集團關係企業，強化環境影響力。

在環境永續的行動上，鼓勵價值鏈合作夥伴之認同，環境永續行動經整合經銷商服務廠及物流中心等體系，執行並優化及改善後，再逐步推展至全公司及各協力廠商。在環境保護的投資與支出上，我們定期舉辦環境教育、優先採購環保與節能設備、導入環境管理系統並每年經過外部驗證，以及委託優良廠商進行廢棄物處理；近三年的總投入金額超過兩千萬元。



環境永續行動績效與成果

議題	具體實施項目	2022 年具體實績	2023 新規劃
朝零排放目標邁進	溫室氣體 (CO2) 減量活動	2022年全台經銷商實施碳排 (-4%)、用電 (-2%)、用水 (-14%)、廢棄物(-10%)減量活動，效果優異。	設定全年碳排-12%、用水-4%、廢棄物-4% (vs. 2019)，並請各經銷商持續改善。
	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。
建立低碳社會	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66萬棵。	持續推展植樹活動。
	加強與非政府組織 (NGOs) 合作	持續與民間單位合作，推廣植樹 (慈心基金會)、淨灘 (啫咕嶼協會) 等環保相關活動。	持續拓展合作模式，擴大品牌環保影響力。
推動豐田環境計劃	環管訊息揭露 (內外部)	9月召集集團全公司高層主管進行環保教育，分享全球碳排放趨勢及國內現況，提升掌握力。	預定於9月舉辦高階環管教育，針對溫室氣體、淨零排放實務提供新知，協助集團各公司推動。
	推動內外部“環境持續發展教育”	全台0環境相關抱怨或客訴。	維持全台服務據點環管品質，創造鄰里友善的服務環境。
	提升和確保零異常和抱怨	2022年廠家評鑑No.1。	2023年保持水準並獲得No.1。
加強推動環管體系	持續提升環管績效表現	全台累計59座太陽能案場。	持續擴展，目標全台累計65座太陽能案場。
	持續推動太陽能	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分享報散佈新知。
	ECO特攻隊分享報發行	全台經銷商據點100%通過認證。	全台服務據點100%取得ISO14001認證。
	100%通過第三方單位認證 (ISO 14001)	於Q3舉辦9場環境月活動，吸引逾3千人參加，擴大品牌影響力。	依日本母廠之年度活動辦法，與各經銷商共同舉辦環境月活動。
	與經銷商共同推動環保活動	各經銷商據點通過廠家 Eco-Dealership 評鑑。	持續維持各經銷商環管水準，並通過廠家評鑑。
	經銷商達成通過Eco Dealership 評鑑	每年7月舉辦全員環保教育，提升員工環保意識。	於7月舉辦員工環保通識教育。
	舉辦員工教育，定期發佈環保訊息	於FB、永續報告書等管道公開揭露環保成效。	持續提升環管能力，樹立同業標竿。
	公開揭露環管成效，提高品牌形象	2022年全台經銷商實施碳排 (-4%)、用電 (-2%)、用水 (-14%)、廢棄物 (-10%) 減量活動，效果優異。	設定全年碳排-12%、用水-4%、廢棄物-4% (vs. 2019)，並請各經銷商持續改善。

5.4

環保產品設計

合規與認證

5.4.1

和泰汽車全車型100%符合廢氣排放、車輛噪音、二氧化碳及耗用能源法規標準，並取得合格認證。截至2022年底，有效之節能標章產品，品牌別為Toyota的46款產品，LEXUS的22款產品。有效之環保標章產品，品牌別為Toyota的32款產品，LEXUS的14款產品。2022年Toyota新車販賣台數中，具環保標章台數達95%、具節能標章台數達91%。

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。

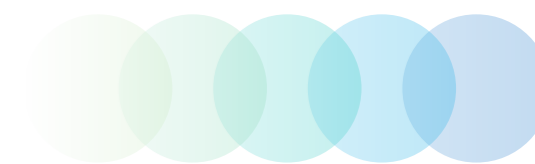


全車型100%符合下列法規標準並取得合格認證

法規	主管機關	標準	和泰汽車作法
廢氣排放	環保署	第六期	主要以車輛排氣系統中的各項元件，如引擎控制電腦（ECU）、觸媒轉化器、活性碳罐、廢氣再循環系統、各種感知器等，進行後續淨化處理，以提供對環境友善的商品。
車輛噪音	環保署	第六期	使用高效能消音器以及各種防（隔）音棉、板等，以降低噪音並減少對環境的衝擊。
耗用能源	經濟部	2022年公告版本	積極導入配備先進科技之車型，如油電車、高效率傳動系統車輛、輕量化車身等，以提高能源使用效率，降低CO2排放。
車輛安全	交通部	2022年公告版本	積極協調原廠導入合乎台灣法規車輛規格。

取得能源效率標示2級以上車型

廠牌	車種	等級	比率
TOYOTA	ALPHARD HV、CAMRY HV、PRIUS PHV、RAV4 HV、RAV4 HV 4WD、ALTIS HV、COROLLA CROSS HV、SIENTA 1.5（五人座）、SIENNA、PRIUS ALPHA	1	25%
	CAMRY 2.0、COROLLA SPORT、RAV4 2.0、SIENTA 1.8（七人座）、PRADO、TOWN ACE VAN（自排）、VIOS、YARIS、TOWN ACE	2	39%
LEXUS	ES300h、IS300h、LC500h、LS500h、UX250h、LM300h、NX350h、NX450h、RX350h、RX350h 4WD、RX450h、RX450h 4WD、RX450hL	1	31%
	ES200、ES250、UX200、NX200、NX250	2	51%



供應鏈環境衝擊減緩

5.4.2

除不斷改進車輛單位碳排放量的降低外，為減少產品在販賣、運送以及維修過程中產生的環境衝擊，和泰汽車亦積極導入各種污染防治設備及流程，目前已針對供油系統、有機溶劑揮發性氣體、再生零件與環境危害物質，進行回收或再利用等措施，並逐步將範圍擴大至經銷商及供應商。



■ 中央供油

和泰汽車協助經銷商服務據點自2003年起導入中央供油設備，減少機油瓶廢棄量，持續推動廢棄物減量措施，2011年已100%完成建置，總投資金額約1.4億元。平均每年減量百萬瓶的機油空瓶，自2011年累計至2022年共減量4,760萬瓶，減少重量達281萬公斤。此外也大幅減少油氣飄散和環境污染的衝擊，而所更換之廢油部分，則委外由合格之廠商進行後續之處理。

中央供油塑膠瓶減量 (萬瓶)

2019		2020		2021		2022	
T	L	T	L	T	L	T	L
336	59	297	68	276	73	305	81

■ 水性塗料

和泰汽車2008年導入環保水性漆塗料，率同業之先成為全國第一家全板噴廠導入環保水性塗料的業者。目前全國所有服務廠皆使用環保水性漆，每年可減少34%的排放，2022年減少約59噸的VOC。

環保水性漆VOC排放減量統計

2019		2020		2021		2019	
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)
206,299	56	277,475	76	199,959	55	214,589	59



■ 再生零件

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

	原廠零件	再生零件
定義	通過日本TOYOTA母廠認證之零件	將原車裝著之零件回收後，針對損壞部分以原廠零件更換或維修
折扣	無	約為原廠價格之3折~7折
保固	1年/2萬公里	1年/2萬公里 (或依品項不同而有差異)
品項	全部	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 自動變速箱</li> <li>■ 冷氣壓縮機</li> <li>■ 動力轉向方向機</li> <li>■ HV電池</li> </ul>
再生零件使用比率*	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 自動變速箱 (61.1%)</li> <li>■ 冷氣壓縮機 (72.1%)</li> <li>■ 動力轉向方向機 (41.0%)</li> <li>■ HV電池 (17.4%)</li> </ul>

\*再生零件使用比率：該再生品項佔該品項實際銷售數之比重

■ 冷媒回收

和泰汽車全省服務據點皆已配備R134a冷媒回收機，2022年經銷商全年R134a冷媒回收量達19.58公噸，以全球暖化潛勢(GWP)為1,300計算，相當於減少25,454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185噸、239.8噸及251.7噸，而包裝回收材碳排減量則為44.8噸、58.1噸及60.8噸。

■ 綠能發電

和泰汽車自2018年起於楊梅物流園區裝設裝置容量3,400瓩的太陽能案場，並陸續於新莊園區、台中/高雄副倉、及長源斗南/小港廠增設太陽能案場，2022年總計產生3,001噸溫室氣體削減效益。

和泰汽車太陽能案場	新莊園區	楊梅園區	台中副倉	高雄副倉	長源斗南廠	長源小港廠
裝置容量(瓩)	10	3,400	500	875	210	148
2022年發電量(度)	8,360	3,733,261	678,880	1,097,632	272,160	187,120
2022年削減量(噸CO2e)	4.2	1,874.1	340.8	551.0	136.6	93.9

註1：使用於計算之電力排放係數為 0.509 公斤二氧化碳當量/度。

註2：截至 2022 年，案場綠電皆躉售給台電。



和泰汽車帶領經銷商善用自然資源，積極開發再生能源，以達成車輛生命週期零排放。中期目標為2030年CO2減量32%(響應豐田全球政策；以2019年為基準年)。截至2022年底經銷商於全台累計導入53處太陽能案場，總計減少6,657噸溫室氣體排放，逐步落實豐田母廠「2050豐田環境六大挑戰」。



經銷商	國都	北都	桃苗	中部	南都	高都	蘭揚	東部
導入太陽能據點	本社、T中和、T丹鳳、T士林、L士林、T濱江、L濱江、楊梅PDS	內湖、東湖PDS、T大武崙、T八堵、T汐止	新竹L、T南崁、本社、T桃大、T八德、T頭份、新竹板噴、T南新竹、T竹東、楊梅PDS、L CPO	本社及其他17個據點	本社 T民雄 T歸仁 交車中心	L民族 L建國 T岡山 T鳳山	五結PDS	本社 台東
2022年發電量(度)	1,626,944	560,270	1,676,724	4,183,584	1,885,016	2,615,877	310,441	402,025
2022年削減量(噸CO2e)	816.7	281.3	841.7	2,100.2	946.3	1,313.2	155.8	201.8

註1：使用於計算之電力排放係數為0.509 (2021) 公斤二氧化碳當量/度。

註2：T為TOYOTA、L為LEXUS、PDS為交車中心、CPO為中古車。



回廠保修不洗車活動

和泰汽車於2018年10月起與經銷商推動不洗車活動，鼓勵車主珍愛水資源，贈與車主環保好禮，回饋選擇不洗車之車主TOYOTA紅利點數，另於2021年7月起因應疫情，將回饋禮品調整為高效防護口罩。活動累計至2022年超過317萬台車響應，節約逾47萬度水。

2019年		2020年		2021年		2022	
響應車次	水減量(度)	響應車次	水減量(度)	響應車次	水減量(度)	響應車次	水減量(度)
388,138	58,221	700,285	105,043	1,019,805	152,971	1,027,505	154,127





# 06

## 樂在工作

Employee Care

平均 **3%**  
年度穩定調薪

**22.77**小時  
全體平均訓練時數

**1,547**人次  
健康促進活動

**130**場次  
職業安全推展活動



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

6.1

培育與職涯發展

提升工作價值與鼓舞精神

6.1.1

自2018年第二季起，為持續鼓勵同仁互相交流，擴大共好活動的範圍，鼓勵同仁成立社團進行交流與學習，截至2022年底共14個社團，包含運動社團、學術研究社團、聯誼性社團等，以增進員工技藝、調劑身心，提高工作效率，並建立內部活動資訊平台，讓同仁了解社團的活動與成果，吸引更多同仁加入身心放鬆的行列，在工作上發揮更多的創造力。

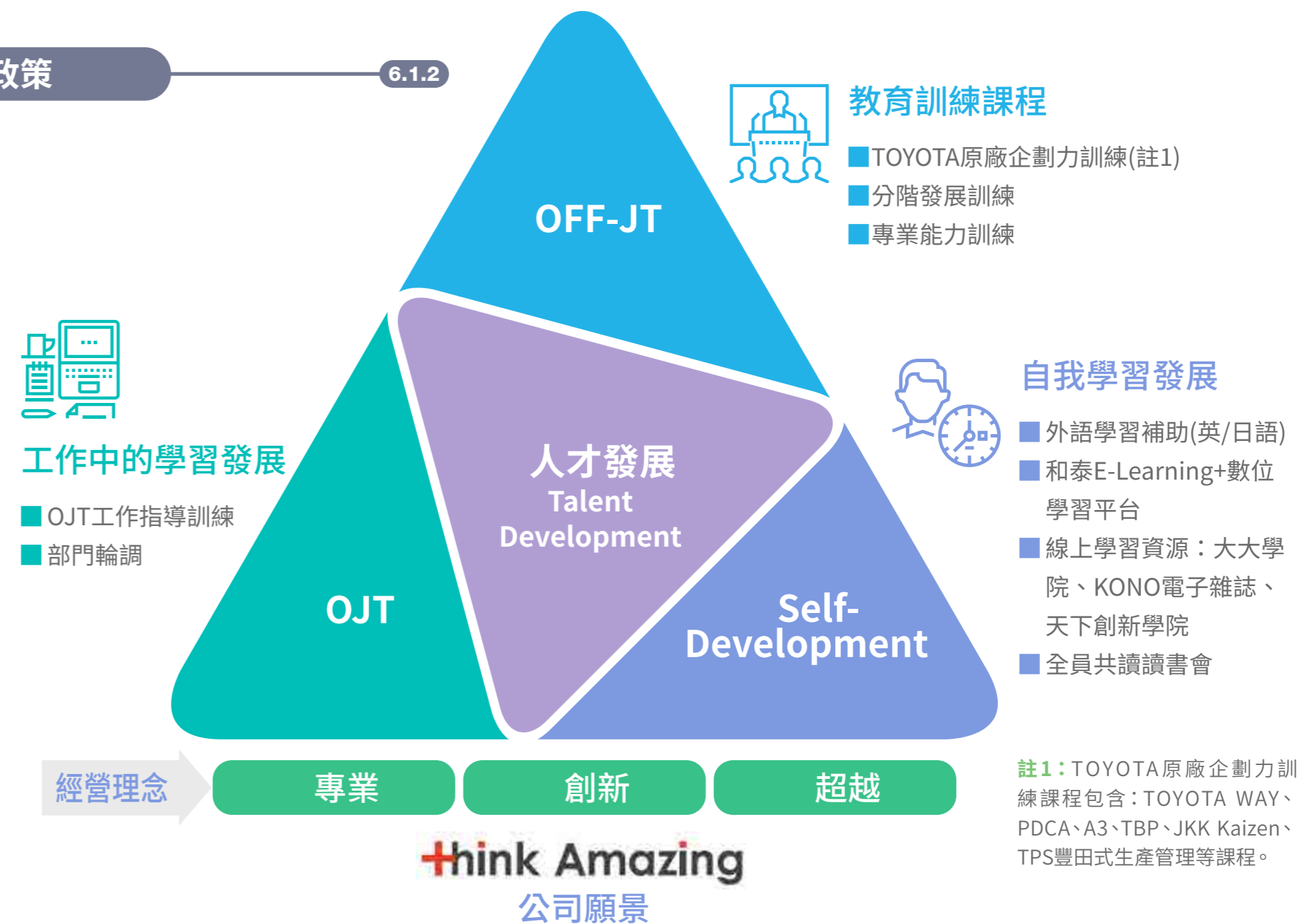


全方位人才發展政策

6.1.2

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

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



另外，為幫助新進同仁融入TOYOTA的集團文化，本公司提供系統化及實務見學課程，協助新進同仁瞭解工作環境、企業文化及公司未來發展方向，透過完整的新人教育課程加上八週的見學計畫，協助新進同仁增加對公司的熟悉度並能快速融入提升向心力與對公司的認同度。

新人訓練

- 公司部室簡介：對新進同仁進行業務說明，幫助新進同仁對公司整體業務有基本認知。
- 影音說明/課前影片：提供新人教育制度說明與TOYOTA WAY課前導讀線上影片。
- TOYOTA原廠企劃力課程：包含TOYOTA WAY、PDCA、A3、JKK、TBP、TPS豐田式生產管理課程，培養企業文化與邏輯思考，並於課後一個月安排測驗與回訓，驗證學習成效。
- 現地參訪：安排參觀新莊園區、楊梅物流中心、國瑞製造廠及新車發表會。

一線見學計畫-八週見習

新進同仁於到職一個月後，即派任至經銷商擔任業務代表，對於汽車銷售/服務市場進行見學八週。透過此制度了解業務執行推動與售後服務管理的流程，提升後續業務企劃的精準度。



2022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
20.25	24.05		21.77
主管職	平均時數-男	平均時數-女	該類平均
高階主管	10.79	—	10.79
中階主管	17.87	17.83	17.87
基層主管	15.99	24.52	19.05
合計	15.32	23.75	17.33
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	26.7	29.1	27.5
高級專員/組長	18.9	23.8	21.0
專員/班長/辦事員/練習生/司機/守衛/護理師/派遣人員	15.5	20.7	18.3
合計	20.9	24.0	22.2

訓練時數統計含實體課程與線上同步直播課程  
 公司全體人員男女比例約1.5:1 (2022/12/31正職員工人數(含借調): 563人)  
 主管職: 高階主管-協理級(含)以上; 中階主管-經理級; 基層主管-室長級  
 非主管職: 1.(副)課長、(副)技監; 2.高級專員(含組長); 3.專員(含以下)



自新冠肺炎疫情後，和泰汽車提供同仁多元的線上學習資源，至2022年底，「和泰E-Learning+」線上學習平台共上架121堂課程，包含各階職能、讀書分享、職人講座等。隨疫情趨緩，2022年起，人發室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+入口畫面



和泰E-Learning+課程選單

線上學習資源

和泰E-Learning+

- 2021年4月1日正式上線，累積課程數：82堂
- 完訓人數：3,596人

直播讀書會

- 直播讀書會：38場、共302位同仁參與、總觀看時數1,077小時

大大學院

- 大大學院：43堂、完成觀看數3,472次

KONO電子雜誌

- KONO電子雜誌：共276位同仁使用、總閱讀篇數50,490篇

天下創新學院

- 天下創新學院：共150個帳號，每季結算閱讀量，單季測驗數未達30篇者將收回帳號。



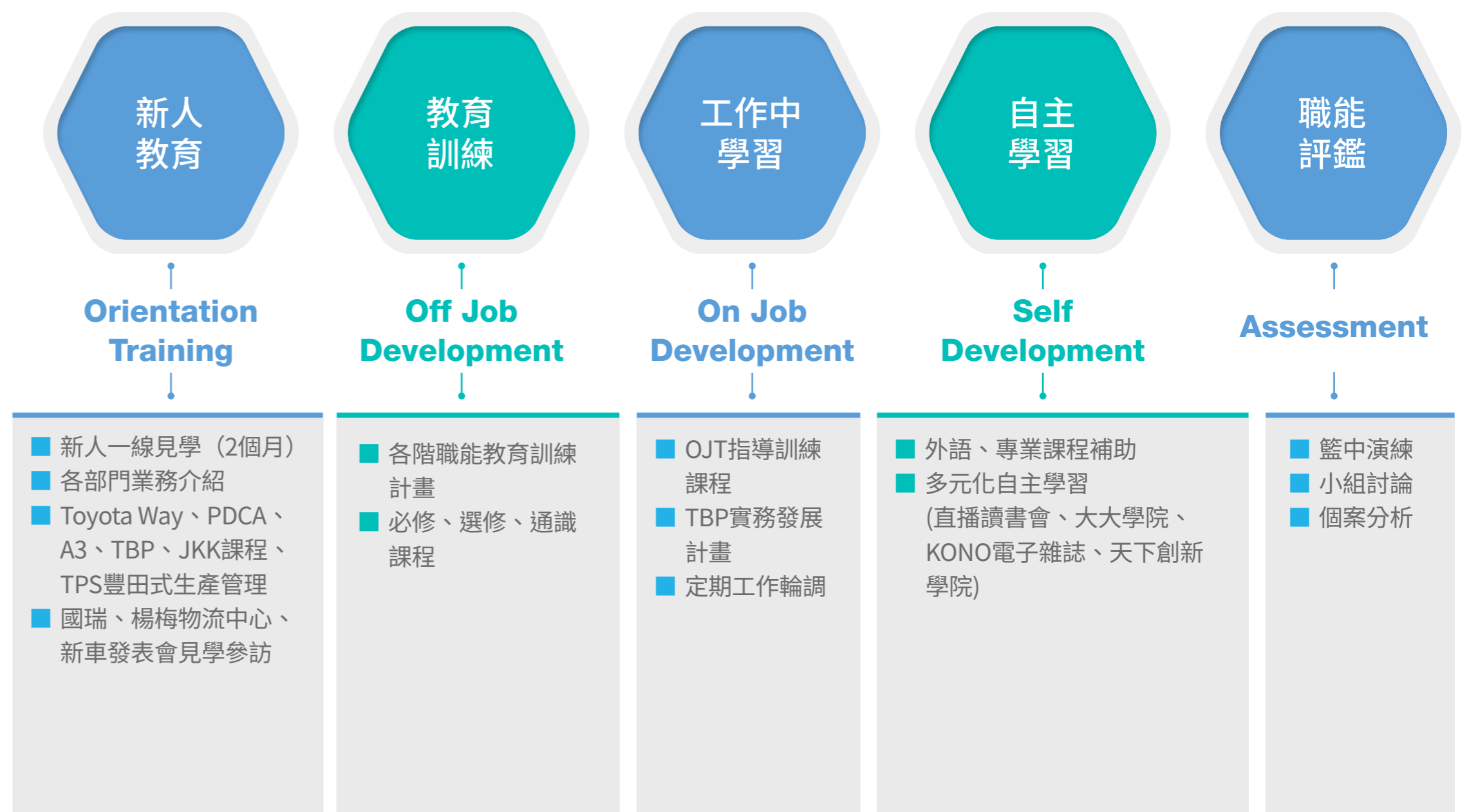
職能培育計畫

6.1.3

和泰汽車訂有「全方位人才發展政策」，而職能發展中心依循該政策，定義各職位應有的職能，使全體員工瞭解應具備之能力，並透過工作中的學習發展(OJT)、教育訓練(Off-JT)及自我學習(Self-Development)的各項課程，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。



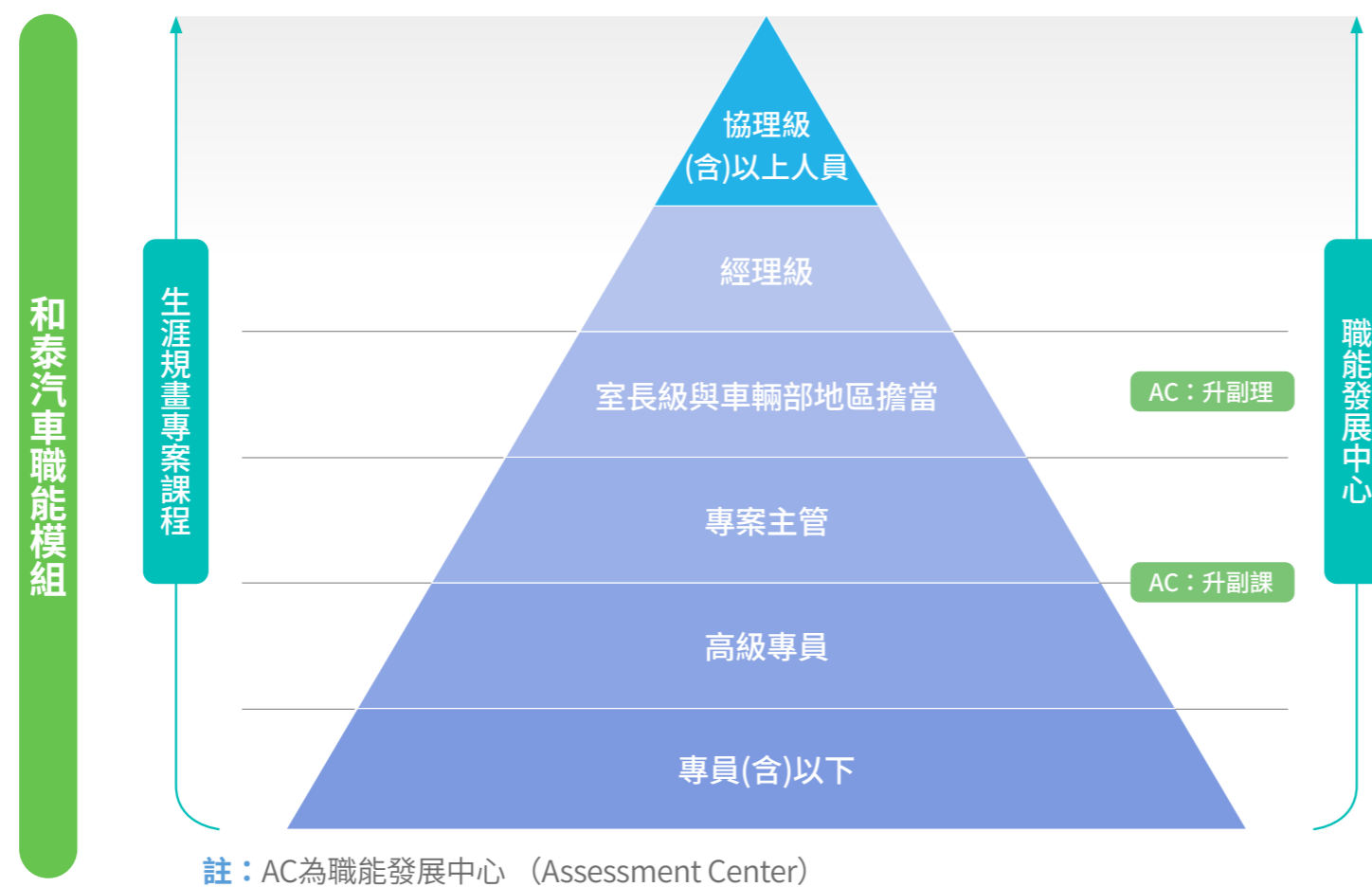
人才發展路徑



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。



績效與職能評核計畫

6.1.4

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

評核辦法

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



6.2

權益與福祉

2022年的員工總數為563人，男性與女性員工之平均比例約為1.5：1，皆為正職與全職人員。年齡組成的分布上，以30-50歲比率最高，占53.46%；依主管/非主管區分，有19.89%為主管職。2022年暑期實習生共有18位，其工作為依照所屬單位之業務協助進行專案企劃；外包清潔工9位，警衛6位。和泰汽車並未聘用不同種族的員工，也未有因聘用歧視而引起之法律訴訟。

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



聘僱與留才

6.2.1

合約性質/類型		男(人數)	占該類比率(%)	女(人數)	占該類比率(%)	總公司	新莊	楊梅
合約性質	正職	341	60.6%	222	39.4%	401	88	74
	約聘	0	0%	0	0%	0	0	0
聘僱性質	全職	341	60.6%	222	39.4%	401	88	74

員工類別分布		男(人數)	占該類比率(%)	女(人數)	占該類比率(%)	30歲以下	30歲-50歲	50歲以上
主管職	高階(協理級以上)	20	100%	0	0%	0	3	17
	中階(經理級)	21	87.5%	3	12.5%	0	9	15
	基層(室長級;副理)	45	66.2%	23	33.8%	0	52	16
非主管職	課長、副課長(含技監、副技監)	70	64.8%	38	35.2%	2	81	25
	高級專員(含組長)	131	56.2%	102	43.8%	39	124	70
	專員(含以下)	54	49.1%	56	50.9%	22	32	56
總計		341	60.6%	222	39.4%	63	301	199

和泰汽車2022年共聘僱32位新人，佔全體員工的5.7%，我們秉持「適才適所」與「人盡其才」的理念，致力打造友善的工作環境。透過多元管道，持續招募相關領域的專業人才，共同與和泰汽車成長茁壯。



新進員工統計

		2019		2020		2021		2022	
		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(%)		4.2%		5.4%		5.7%		5.7%	
依性別	男	12	2.2	14	2.5%	14	2.5%	14	2.5%
	女	11	2.0	16	2.9%	18	3.2%	18	3.2%
依地區	總公司	20	3.6	26	4.7%	31	5.5%	29	5.2%
	新莊	2	0.4	4	0.7%	0	0%	1	0.2%
	楊梅	1	0.2	0	0	1	0.2%	2	0.4%
依年紀	30歲以下	14	2.5	18	3.3%	24	4.3%	19	3.4%
	30-50歲	8	1.5	12	2.2%	7	1.2%	12	2.1%
	50歲以上	1	0.2	0	0%	1	0.2%	1	0.2%

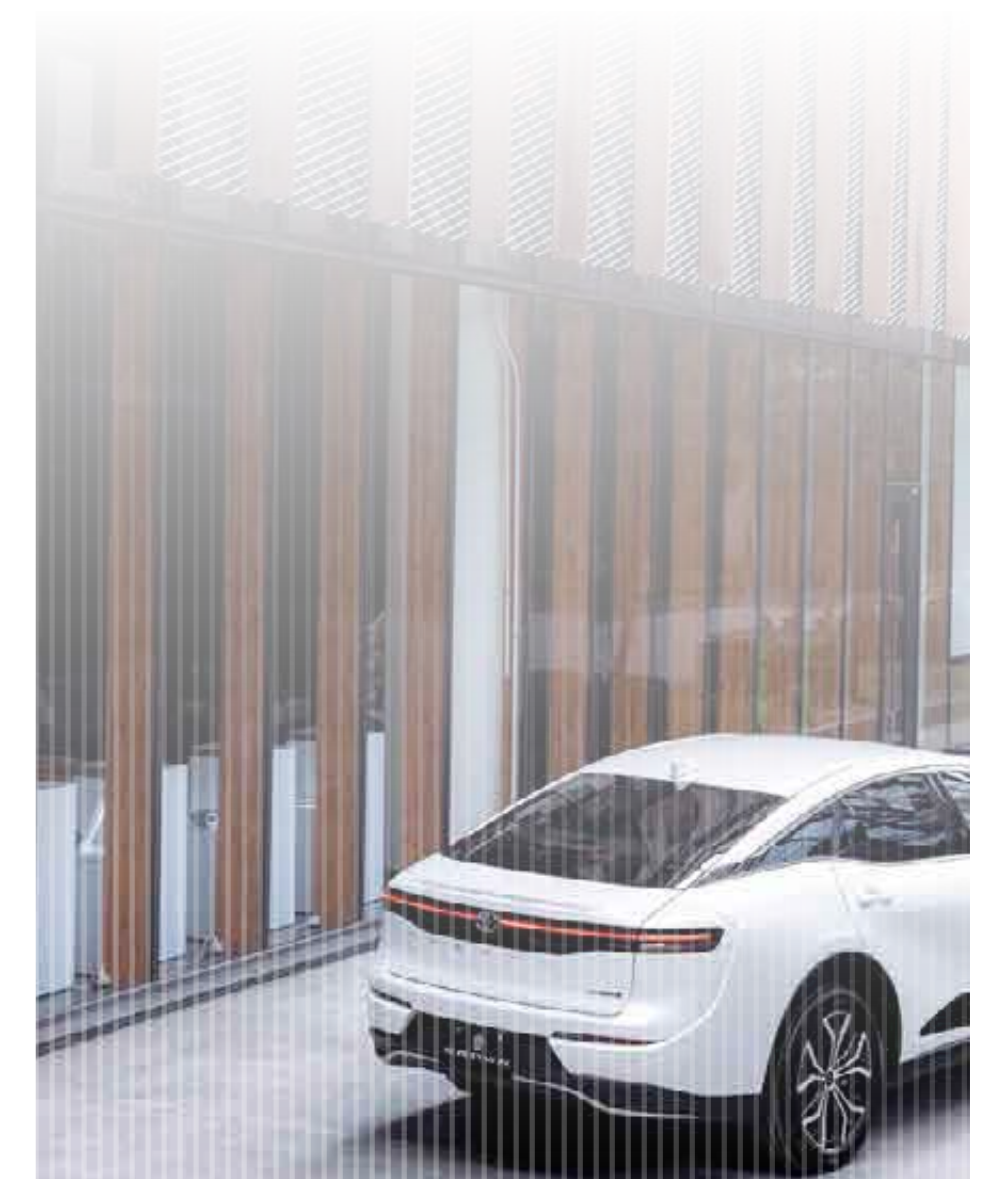
和泰汽車近三年的平均離職率為2.62%，主因為重視員工發展，加上年度營運績效良好，以及穩定調薪（每年平均2%~3%），予以提升員工留任意願。為刺激組織活化與培育全方位人才，公司訂有內部輪調制度，在現職單位任滿三年以上，考績優秀之人員，都有機會成為輪調的候選人，相關輪調經驗將作為職位晉升之參考指標之一；另外在新業務需求出現或重要職缺出缺時，也會進行人員輪調的評估。若遇工作上有輪調需求或重大營運變化時，我們於工作異動公告前二週告知當事人及其主管，使員工有適當的心理調適與準備。

中高階管理階層聘用當地居民統計

		2019		2020		2021		2022	
		聘用人數	比率 (%)	聘用人數	比率 (%)	聘用人數	比率 (%)	聘用人數	比率 (%)
依性別	男	36	90.0	36	85.7	37	86.0%	38	86.4%
	女	2	5.0	3	7.1	3	7.0%	3	6.8%
依地區	總公司	33	94.3	31	91.2	32	91.4%	33	91%
	新莊	4	100	7	100	7	100%	7	100%
	楊梅	1	100	1	100	1	100%	1	100%

註1：中高階管理階層為經理級以上。

註2：當地的定義為台灣籍。

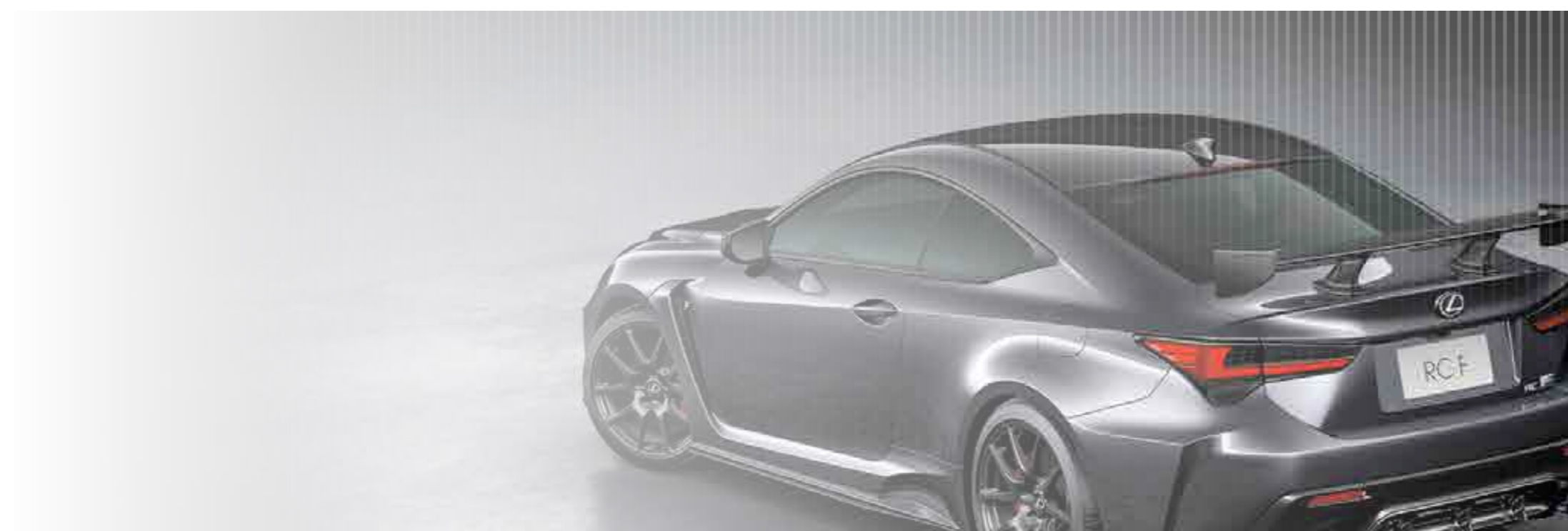


離職員工統計

		2019		2020		2021		2022	
		離職人數	占一般員工比率(%)	離職人數	占一般員工比率(%)	離職人數	占一般員工比率(%)	離職人數	占一般員工比率(%)
離職率(%)		2.19%		2.17%		2.33%		3.37%	
依性別	男	17	3.1	16	2.9	9	1.6	16	2.8
	女	4	0.7	6	1.1	8	1.4	13	3.6
依地區	總公司	15	2.7	16	2.9	15	2.7	25	4.4
	新莊	4	0.7	3	0.5	0	0.0	1	0.2
	楊梅	2	0.4	3	0.5	2	0.4	3	0.5
依年紀	30歲以下	4	0.7	6	1.1	2	0.4	9	1.6
	30-50歲	11	2.0	4	0.7	11	2.0	9	1.5
	50歲以上	6	1.1	12	2.2	4	0.7	11	2.0

註1：以上統計包含屆齡退休人員。

註2：均為自願離職



權益維護

6.2.2

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。

為能保障與傾聽同仁的意見，目前設有各種溝通管道，包含勞資溝通會議、意見信箱以及和泰園地等，透過各種溝通管道及對話，同仁與公司建立「相互信賴，責任與共」的基本價值。而公司更以尊重員工、創造和諧的勞資關係為經營準則，透過每季之勞資會議及各種意見反應途徑，使意見可充分表達並得到合理的解決。由於制度完善加上人性化的管理精神，和泰汽車創業以來，並未產生重大勞資糾紛、申訴與爭議。2022年亦未有因違反勞動法規而引起的法律訴訟。

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

為更瞭解同仁想法與需求，和泰汽車每兩年定期進行員工滿意度調查，調查方式採線上問卷填寫，調查對象為公司全體正職同仁。最近一次調查於2022年實施，並同步將調查由「員工滿意度調查」調整名稱為「組織發展調查」並調整調查構面，主軸為收集同仁回饋促進組織發展。本次調查有效回收率為79.1%，公司整體滿意度達3.88分（5分量表）；於本次調查中得分較低的部分為「考核體系」，主因除了以職能考核表現外，須通過職能評鑑中心測驗，尚可晉升，故相對來說，有一定挑戰性，未來將持續透過職能教育與在職訓練，以協助員工做好充分之準備。



註：考量疫情影響，原訂2021年實施之調查延緩於2022年執行。



## 薪酬與福利制度

6.2.3

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

在升遷制度上，各職級則依其市場價值及公司薪資政策，設定薪資中間值和上下限，使員工薪資結構兼顧合理性與公平性，以激勵員工提升績效；除事務室長職以上，目前男性員工的平均薪資與報酬大都高於女性，主因為男性員工年資較高，和泰汽車針對相同職位之薪資水準，不因性別而有所差異，薪資水準以學經歷及年資為考量條件。我們的基層同仁（專員職）薪資不因性別而有所差異，其薪資與當地最低薪資的倍數為1.58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2022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528人及2,080,000元。



年度	2021	2022	變化比率(%)
非擔任主管職務之全時員工人數	527	528	0.19
薪資平均數(仟元)	2,425	2,080	-14.23
薪資中位數(仟元)	1,936	1,737	-10.28

註1：薪資平均數與前年差異：主要因公司2022年度無獲利，故依公司章程規範，未提撥員工酬勞

註2：非擔任主管職不含經理人

男女報酬與酬金比率		報酬比 (女/男)		酬金比 (女/男)	
		2021	2022	2021	2022
主管職	高階(協理)	-	-	-	-
	中階(經理)	0.94	0.95	0.99	0.98
	基層(室長)	0.97	0.98	0.95	0.97
非主管職	課長、副課長(含技監、副技監)	0.92	0.91	0.93	0.93
	高級專員(含組長)	0.94	0.93	0.91	0.91
	專員(含以下)	1.00	1.00	0.94	1.02

註：報酬係指月薪；酬金係指報酬+酬勞（獎金）；2021及2022年未有女性高階主管。



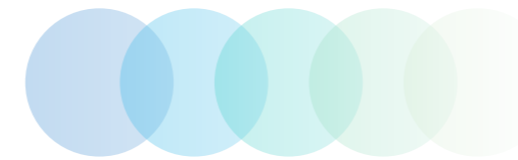
和泰汽車訂有和泰汽車互助辦法，提供同仁完善的福利，包含結婚/生育/喪葬/急難慰助、獎助學金、年節福利品、急難貸款、住院慰問、住院補助與退會慰勞，照顧同仁生活。公司每年提供全體員工健康檢查，並舉辦健康促進活動，增進同仁身心健康；另因應營業範圍擴展至海外地區，提供員工外語進修的優惠補助。

優於法令的福利制度

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



和泰汽車提供讓同仁安心工作的職場，2022年育嬰留停的復職率100%、留任率為66.7%，表示同仁們樂意回歸到職場中，繼續與我們一起努力。



2022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	26	17	43
當年度實際申請育嬰留停人數	0	11	11
育嬰留停預計於當年度復職人數	0	8	8
當年度育嬰留停復職人數	0	8	8
前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	1	1
前一年休完育嬰留停的復職人數	0	1	1
育嬰留停申請率 (%)	0	64.7	25.6
育嬰留停復職率 (%)	0	100	100
育嬰留停留任率 (%)	0	66.7	66.7

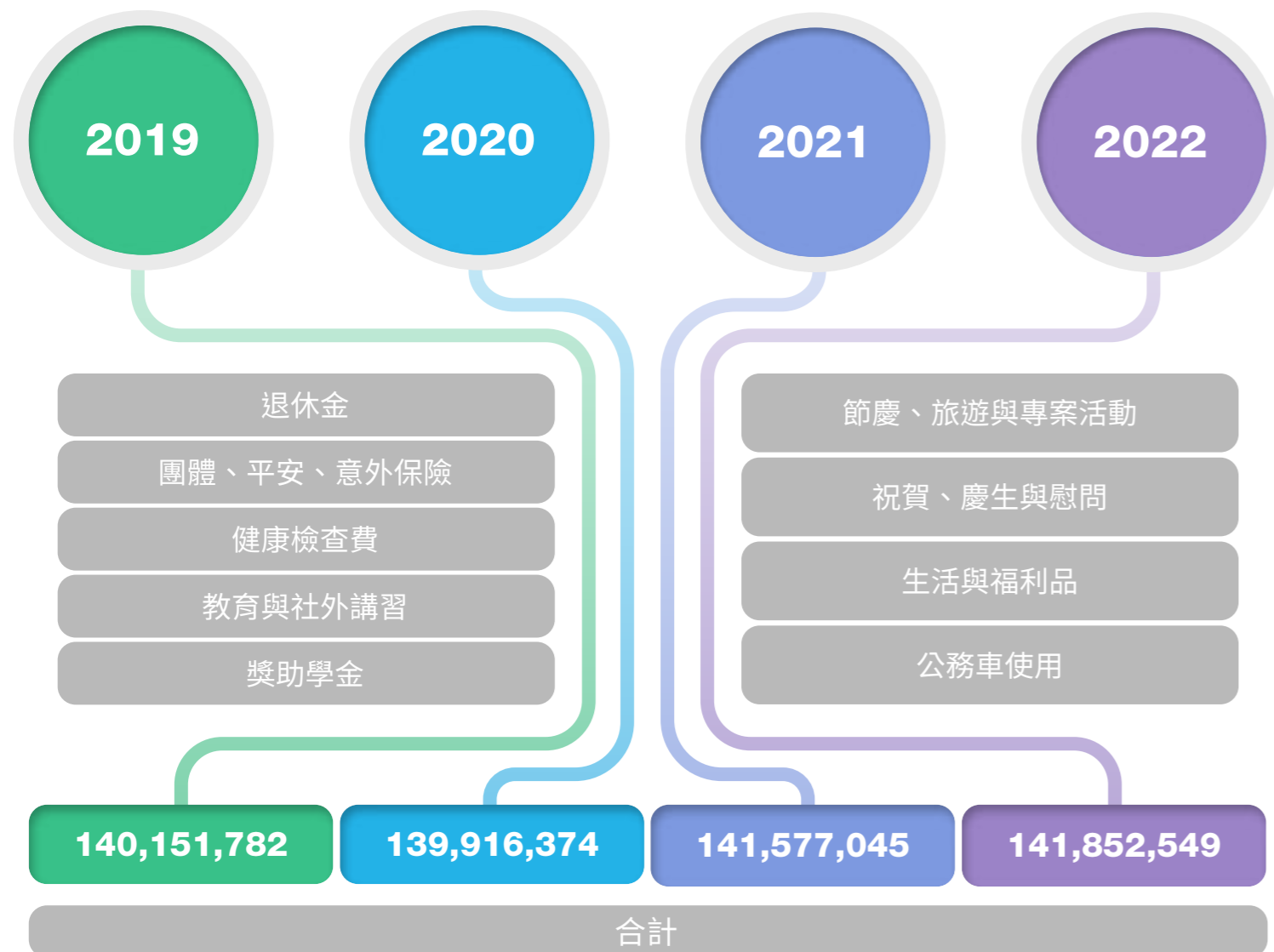
育嬰留停申請率 (%) 計算公式：當年度實際申請育嬰留停人數 / 當年度符合育嬰留停申請資格人數

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

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



員工福利支出金額 (新台幣元)



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

6.3

職業安全衛生管理

推動安全管理

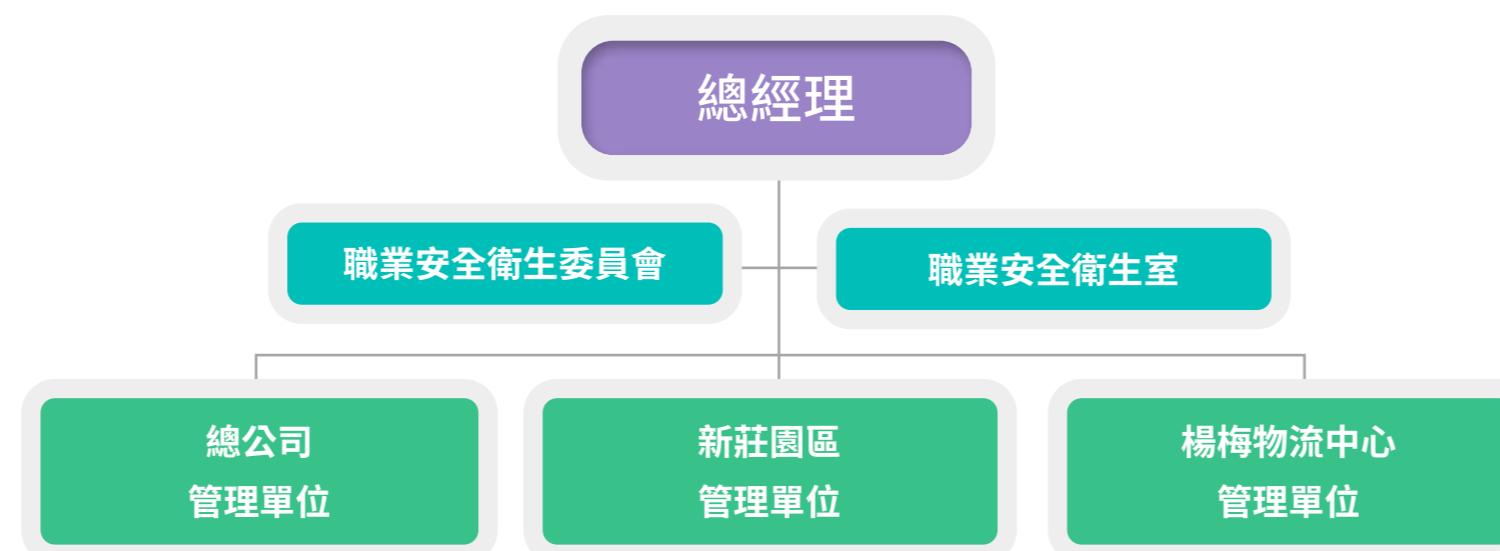
6.3.1

和泰汽車職業安全衛生政策以提供員工安全、健康、舒適的工作環境為最高目標，為提升職場安全衛生的管理效益，我們2018年導入ISO 45001職業安全健康管理系統，2019年起通過國際驗證機構之認證，認證範圍涵蓋全公司（包含台北總公司、新莊綜合園區、楊梅物流中心、台中副倉、高雄仁武副倉），對象為此五個工作地區的員工（含派遣人員、承攬商），並每年持續審驗管理系統運作狀態。職業安全衛生推動需全體同仁共襄盛舉，和泰汽車各部門皆推派有安全衛生種子人員並完成相關訓練，共同參與內外部稽核、管理系統程序文件修訂、危害鑑別與風險評估、法規符合度確認、管理審查…等重要事項，運用系統化的管理模式，更完整且具架構地展開職業安全衛生相關業務，秉持持續改善的精神，不斷優化職業安全衛生管理措施。

和泰汽車職業安全衛生政策承諾



職業安全衛生委員會組織



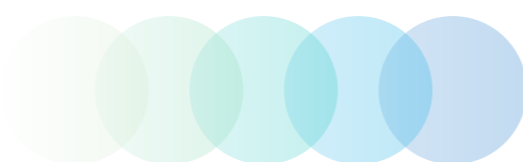
和泰汽車設有職業安全衛生委員會，由總經理擔任主任委員，偕同各園區主管與勞工代表共17員（其中勞工代表6人）共同執行職業安全衛生相關業務推展、決策安全衛生管理事項之規劃及運作；委員會每季召開會議一次，所有人員（包含員工及派遣、承攬人員）皆可透過職業安全衛生信箱、勞工代表、撥打專線或是親臨辦公室等形式提出職業安全衛生相關議題或建議事項，職安室皆會視案件形態進行後續處理與回覆，必要時將相關議題呈於委員會中討論；委員們對於安全衛生政策提出建議，並定期審議、督導安全衛生管理成效。



和泰汽車推動職場安全健康不遺餘力，並將理念展開至集團關係企業與經銷商，期許重要工作夥伴們皆於安心可靠的工作場所奮鬥；為強化集團間職安衛管理資訊之交流，於2022年建立「集團職業安全衛生資料庫」，透過風險等級與行業別分類，模組化各公司所需文件或應執行之事項，透過平台獲得相關資訊減少業務承辦人資料收集時間，提升集團各公司職業安全衛生管理績效，讓更多工作者在安心、健康的職場舞台發光發熱，攜手打造令人嚮往之優質職場，並達到集團永續經營、持續服務之願景。

和泰汽車關懷同仁及工作者健康，提供優於法規的健檢組套，每年提供員工的健檢預算依級別分別為2,200元（39歲以下）、11,000元（40歲以上）、15,000元（室級主管以上）的額度可供使用，涵蓋對象為全體員工且包含派遣公司，且與10家健檢機構簽約提供多項組套，同仁可以依自身需求多元選擇，2020年全公司健檢率為87%，2021年為89%，2022年為87%。透過完善的健康檢查，了解近年同仁及工作者主要的健康問題為代謝症候群，針對此問題，持續設計相關的健康促進活動及講座，並推動「和泰健康Points」健康促進活動，同時配合臨場服務的職場健康諮詢，提供個人化健康服務，經由多場健促活動及講座的推廣下，公司健檢分析報告於代謝指標異常率有下降的趨勢，並持續改善中。

除了健康檢查外，亦透過肌肉骨骼症狀問卷、過負荷量表之調查分析結果，發現需關懷或協助的員工，除進行訪談外將視情況搭配作業場所訪視、協助安排醫師諮詢、作業環境改善等措施，主動發掘潛在健康風險因子，於危害演變成疾病前進行阻斷。在母性健康保護專案部分，另有孕期補給品補助，每位孕媽咪都有2,000元的額度可供申請，2022年總計申請7件。為使健康觀念植入每位同仁心中，內化後進而改變生活習慣及行為，2022年辦理健康講座共計7場，邀請醫師、營養師、物理職療師等各領域醫療相關專業人員，為同仁帶來各面向醫療保健知識。



## 建構職場保護

6.3.2

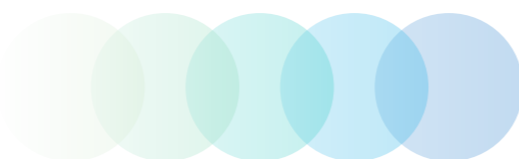
### 和泰汽車2022年健康促進活動

活動	說明	場次數	參與人次
臨場服務暨職場健康諮詢門診	每個月邀請臨場健康服務醫師辦理健康諮詢門診，門診提供同仁一對一諮詢服務，且諮詢內容完全保密。	38	218
和泰健康Points	設計相關活動，如一指搞定測三高、InBody體脂檢測，並配合相關講座，以集點活動的方式設計排名及滿額抽獎，鼓勵同仁參與。	15	928
健康促進講座	依照同仁健檢分析、流行病趨勢辦理身心相關健康講座，並邀請承攬商、關係企業、經銷商一同參與。	7	386
職業安全衛生委員會教育訓練	針對職業安全衛生委員會之委員辦理職場心理健康講座，透過諮商心理師傳授紓壓技巧。	1	15
合計			1,547



和泰汽車2022安全促進活動

活動	說明	執行成果
醫護現場作業環境巡視	職安管理人員及勞工健康服務醫師、護理師至作業環境現場進行環境及安全巡查，共同發掘作業環境潛在危害因子。	巡查共計5場
室內空氣品質監測	於上下年度由職安室會同各園區職業安全衛生權責單位之同仁，共同監測工作環境空氣品質(甲醛、PM2.5)。	檢測共計10場次
作業環境監測	上、下半年針對園區不同作業環境特性進行自主監控檢測，包含有機溶劑、粉塵、噪音及照度。	檢測共計16場次
呼吸防護計畫	辦理板噴作業人員呼吸防護具之密合度測試及生理評估，以確保防護具之有效性及適合性。	檢測共計8人 (使用呼吸防護具之作業者100%完成檢測)
危害鑑別與風險評估	每年由公司各部門種子人員檢視所屬單位之作業流程、設施設備等因子，鑑別出危害類型與其風險等級，優先處理高風險項目並列管追蹤。	共計評估1,689項，無高度風險項目
ISO 45001推動	偕同ISO 45001各單位窗口人員共同推動、研議、檢視職業安全衛生執行情形，一起進行系統文件修訂審查、內外部稽核、管理審查、法規符合度判定、危害鑑別與風險評估等職業安全衛生活動。	共同進行30場次
高風險與常態駐場承攬管理措施強化	落實承攬管理法定應盡措施，如：作業人員資格篩選、危害告知、召開協議組織會議、特定機械設備查核、特殊作業通報...等，適用作業類型如：室內裝修、招牌維修、水塔清洗、常態駐場廠商(倉儲、保全、餐廳、清潔...等)。	各園區承攬管理管制總數共 67 件



風險管理預防

6.3.3

和泰汽車秉持著「安全第一」的工作原則，以「零職災」為目標，致力提供安全的工作環境，規劃執行相關安全防護措施，在嚴格落實及有效管理下，近年來員工無重大的安全意外事項發生。

和泰汽車為貫徹及實踐職業安全衛生政策的「風險防範」，提供安全、健康、舒適的工作環境，並給予工作者感動照護，每年採取定期實施工作場所暴露預防相關環境監測行動方案，分別從環境安全及個人安全來持續降低潛在危害，為降低工作人員危害暴露，除盤點所使用之危害物（合計共評估258個品項），針對具化學性因子危害的有機溶劑實施定期監測，各項監測數據均遠低於容許標準；同時針對物理性因子，包括：粉塵與PM2.5定期檢測，提供一個更健康與安全的工作環境。

設定安全基準

- 實施風險評鑑、倉庫各區訂定人員防護裝備標準、訂定倉庫各種設備使用標準。

推動相關安全活動

- 各層級安全巡察、實施安全相關教育、設立安全看板。
- 規範行車方向及停止線，減少作業堆高機之衝突。
- 分隔人員與機具作業區，提高作業人員作業時安全。
- 規範人員行動線及停止線，提高人員倉庫行走時之安全性。

因應新型冠狀病毒（COVID-19）疫情，制定疫情通報及應變準則，避免疫情於企業內部擴散，且視疫情狀況滾動式調整辦公型態（如：居家辦公、分組、分流），同步關懷同仁健康狀態，以確保公司持續營運。此外，配合政府防疫措施，遵照實施勞動防疫相關法令及準則，確保防疫相關勞動權益。

### 和泰重點防疫措施

#### 人員自主健康管理

- 1.勤洗手並可使用酒精消毒。
- 2.進入人潮擁擠處建議配戴口罩。
- 3.用餐時間減少交談。

#### 人員差勤

- 1.依指揮中心公告政策滾動式調整居家辦公申請辦法。
- 2.外派返台同仁配合相關防疫措施，期間可申請居家辦公。
- 3.可申請防疫照顧假、疫苗接種假。

#### 辦公區域防疫管理

- 1.密閉之辦公區域定時通風與消毒。
- 2.避免聚眾活動。
- 3.會議與活動適度評估以數位或遠距方式進行。

### 政府防疫指引+和泰防疫政策

#### 和泰防疫小組

疫調匡列  
+  
居家上班



#### 職安室防疫小隊

快篩通知/追蹤  
+  
健康關懷



### 分區防疫管理措施

#### 全員

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

#### 新莊園區

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

#### 楊梅園區

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

### 職業災害與職業病預防

6.3.4

為確保提供員工健康安全的工作環境，由各部門推派代表組成職業安全衛生種子，成員每年或於作業變更後，檢視工作流程設施、設備或環境進行危害鑑別與風險評估，將風險進行分級管制措施，高度風險須立即施以改善對策，並後續加以追蹤改善的情況。2022年共計評估1,689項作業拆解流程，無高度風險項目；對於非須立即矯正之高度風險項目，亦列入改善目標進行降災相關對應措施。

守護職場的安全與健康人人有責，因此每位工作者當發現有實際或潛在的職業安全衛生危害，可以透過職業安全衛生專線、信箱或是勞工代表等途徑，將危害因子以具名或不具名的方式揭露給職業安全衛生室，職業安全衛生室也將與相關單位討論改善的矯正措施。

為提升工作者安全與健康意識、強化監督能力，2022年依作業類型、業務權責、操作之機械設備等指標，辨識出安全衛生相關訓練需求，共辦理/派訓37場次相關教育訓練，參訓人數共計93人次，相關人員完成各式訓練後除符合法規要求，工作安全衛生相關認知將更到位，並預計於2023年進行全員職業安全衛生教育訓練。

#### 2022年職災預防改善說明

##### 改善主題

##### 改善作為

主倉庫高層料架防傾倒案

為避免高層貨架傾倒有骨牌效應之虞，以挑高型連結裝置進行列與列間之搭建，擴大基礎面積以穩定基座、防止傾倒。

屋頂太陽能案場安全設施強化

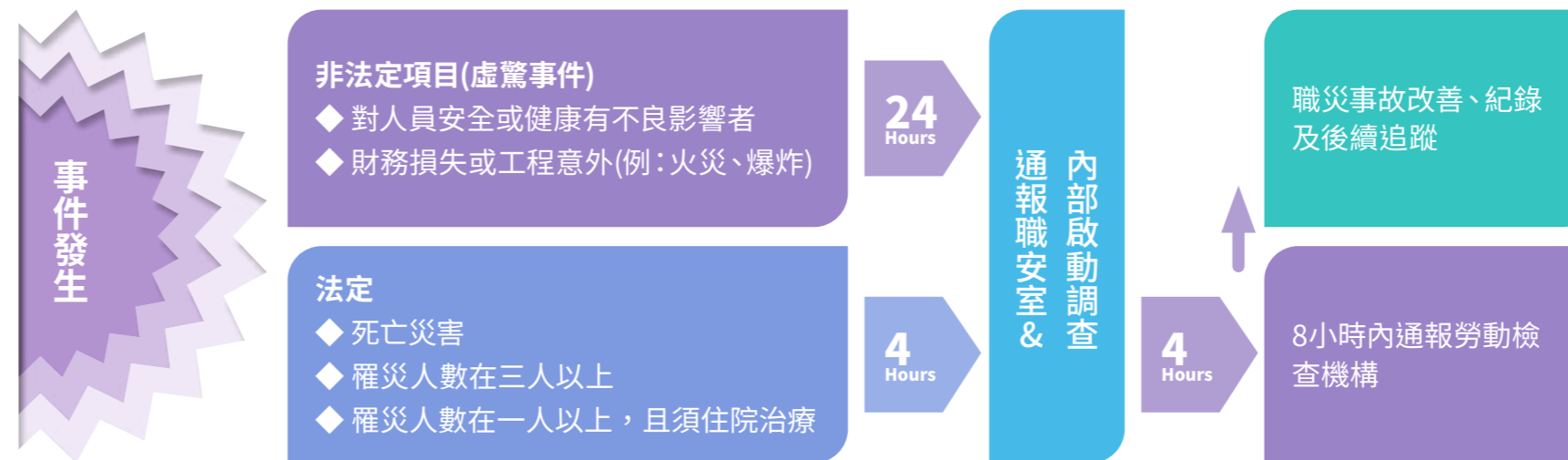
主倉屋頂太陽能案場，考量太陽能板後續之維護、保養等作業，評估適當防護需求後，於板材鋪設區加裝穩固步道與安全母索，以周全工作者作業安全。

副倉庫人因工程改善

於油庫與油化電瓶區加裝滾輪輔助裝置，降低人員搬運負擔與減少以趴姿取貨。

類別	新進人員	職業安全衛生管理師/員	甲/丙種 職安衛業務主管	EMT1 初級救護員	高空工作車	防火 管理人	保安 監督人	承攬 管理
完訓人數	57 (含實習生、派遣人員)	2	2(回訓) 3(新訓)	2	2	3(新訓) 1(回訓)	1	20

#### 職業災害調查流程



和泰汽車訂有「緊急事件處理手冊」、「職業災害調查及處理程序」，無論是緊急事件之對應措施與流程，或是職災事件與虛驚事件之處理均有相關規定，如有相關情事，則依照該程序進行後續處理及追蹤；在專業教育訓練部分針對全公司職業安全衛生主管及急救人員進行教育訓練，預防職災發生並妥善處置；定期進行職業安全衛生業務主管及急救人員教育訓練，至外部機構訓練以強化相關人員知能及了解最新法規規定；各區視自身特性進行各式演練，例如消防演練（含狀況通報、避難引導、滅火、急救）及化學品洩漏災害應變演練等，並進行使用滅火器、急救包紮之實作，使同仁面臨緊急狀況時可快速做正確應變措施。2022年台北總公司進行「防災(火災及地震)緊急應變訓練」，參訓同仁約56位，訓練時數3小時；楊梅園區舉辦上、下年度定期「消防演練」，參與同仁約120位，訓練時數0.5小時；新莊園區進行「自衛消防演練」，參與同仁約23位，訓練時數4小時。

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

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



項目	依性別	2018	2019	2020	2021	2022
可記錄職業傷害件數	男/女	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
可記錄職業傷害比率	男/女	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0
工傷率	全體	0	0	0	0	0
職業病率	全體	0	0	0	0	0
死亡人數	全體	0	0	0	0	0
承攬商工傷率	全體	0	0	0	0	0

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





# 07

## 社會共融

Community Service

**12台**

累計捐贈  
大型捐血車

**52名**

服務人才校園儲備  
計畫參與人數

**80萬**

石虎野放訓練經費

**800人次**

提供弱勢兒少  
移動需求

和泰汽車秉持「取之於社會，用之於社會」之觀念，長期投入社會公益，結合集團內外部資源並與利害關係人合作，整合發展『人、車、環境』三大公益範疇，積極推動相關公益行動，期望發揮正向社會影響力，帶動社會持續進步，共享共榮。

2022年我們除持續投入既有之公益活動外，亦持續著力於三大主軸，在「人」的部分，推出「服務人才校園儲備計畫」，媒合全台服務廠、保修站，提供即將畢業的高中職、大專校院學生一學期的職場體驗機會與實習，培養學子專業技能與投入職場的機會；在「車」的部分，運用和泰本業的共享移動服務，2022年已規劃於2023年以yoxi、iRent提供弱勢兒少移動需求；在「環境」的部分，發起「台灣原生動物守護計畫」，捐贈TOYOTA RAV4 4WD協助本土原生動物救援外，同時贊助協助石虎野放訓練經費，我們持續激發開展更多的公益活動，創造更大的社會價值與影響力。

和泰社會公益三大範疇		對應之SDGs
人	以「人」為出發點，長期投入社會關懷，同時積極拓展青年培力面向，為社會培育青年潛力人才。	SDG 4 SDG 8
車	投入結合本業產品與服務的公益活動，以及致力於交通安全宣導推廣活動，深受業界及社會肯定與認同。	SDG 3 SDG 11
環境	致力於導入環保車輛，並以實際行動舉辦多項環保活動，喚起群眾意識，為環境永續盡最大心力。	SDG 13 SDG 14 SDG 15

	短期目標 2023	中期目標 2024	長期目標
人	志工時數平均8小時/人 公益夢想家活動觸及人次200萬人次 贊助嘉興 & 桃山國小原住民合唱團	志工時數平均8小時/人 打造ESG青年培力活動第一品牌 讓屬於台灣天籟童聲持續傳唱	透過公益作為， 深耕友善企業形象
車	導護志工裝備捐贈12萬套 移動公益幸福行動服務800人次	結合本業資源，擴大捐贈導護志工裝備及車輛服務範疇	
環境	環境月活動參加人數2,700人 (視疫情機動調整) 淨灘活動參加人數1.1萬人 原生動物守護計畫活動人數3,000人	持續強化與鄰里的互動跟合作 透過集團力量結合淨灘及教育深耕， 與全台跨世代攜手維護寶島海岸。 深耕本土動物保育，豐富生物多樣性	

集團公益數位平台&系列影片

- 1.集團公益數位平台：以每月8篇貼文頻度與粉絲溝通集團公益作為，截至2022年全年，集團粉專總觸及7,171,855人次，較2021年上升130.4%，總貼文數量95則，較2021年增加206.5%。
- 2.至2022年底，FB粉絲數達84,976，較2021年增加20,788
- 3.集團公益系列影片：網路影片累計達569萬觀看人次，有效提升公益

和泰汽車鼓勵員工投身從事公益行動，落實企業永續經營理念，自2017年起提供員工每人年度8小時有薪志工假，於上班時間參與內外部志工活動即可提出申請；2019年起推廣1日志工假至全集團總計20家企業，2022年全集團志工服務時數達到57,724小時，和泰汽車共發出2,488小時志工假。

此外，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，並鼓勵集團員工以實際行動回饋社會，為台灣貢獻一份心力。



《和泰集團 ESG · 與美好台灣同行》  
FB粉專 QRcode



此外，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，並鼓勵集團員工以實際行動回饋社會，為台灣貢獻一份心力。

回顧2022年，和泰汽車同仁平均志工時數達到8.5小時，顯示出同仁們對志工服務的熱情和積極參與。我們將持續以8小時為目標，鼓勵同仁們繼續參與志工活動，下表為和泰汽車2022年年度志工活動總覽：

項目	時間	集團志工活動	場次數	人次	志工時數	總計(時)
1	3/20	板橋435藝文特區街道清洗	1	20	4	80
2	4/1	解救海洋危機的潛水行動	1	5	8	40
3	4/24	集團淨灘(含關企同仁)	1	321	4	1,284
4	7/8、7/28、8/12、9/30、10/7、10/15、11/17全天、12/2、12/23	玩具愛分享_二手玩具清潔整理	10	285	4	1,140
5	8/15-16	Home 爸媽x原民小朋友體驗	1	14	6	84
		原夢國家隊職涯體驗-達人分享	1	5	1	5
6	9/2	等家寶寶安心蔬果包裝	1	20	4	80
7	9/20	集團植樹(含關企同仁)	1	100	4	400
8	11/12、12/10	移動公益幸福日	2	80	4	320
9	11/15、11/29、12/9	石虎淨溪行動	3	95	8	760
10	11/23	偏鄉玩具傳愛背包計畫	1	25	8	200
11	12/7	等家寶寶聖誕傳情	1	10	4	40
總計			24	982	-	4,441



秉持「取之於社會，用之於社會」的精神，和泰汽車長期以來致力於弱勢關懷，如以 TOYOTA 據點全面採購喜憨兒烘焙商品實際行動力挺，自1991年起提供車輛教材或零件捐贈，協助技職學生培養一技之長，近年更加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。

7.1

三大公益範疇



177組

和泰公益夢想家  
報名隊伍組數

6,367萬元

捐贈汽車高科技教具及教材，累積金額超過新台幣  
6,367 萬元

4,870萬元

全台據點長期採購喜憨兒  
烘焙商品，至 2022 年累計  
採購金額逾 4,870 萬元

公益夢想家

7.1.1

和泰集團自2019年起舉辦「和泰公益夢想家」，2022年已邁入第四屆，以企業攜手青年共創公益的形式，和泰公益夢想家結合產官學界豐富資源，提供紮實公益培力活動，四年來累計了700組青年提案，陪伴超過35組團隊進行公益實作，提供645萬元公益實作基金，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。

第四屆和泰公益夢想家永續提案實作行動以「社會關懷」、「移動服務」、「環境保育」為三大主題，吸引來自全台80所大專院校、高中，逾100組學生隊伍報名，並從中篩選出10隊，提供每隊20萬的公益實作基金，邀請教育部青年發展署擔任活動指導單位，並與非營利組織(NGO)國際城市浪人育成協會合作，支持年輕人勇敢實踐他們內心的公益藍圖。並首度於華山文創園區舉辦成果展覽，現場累計近500位民眾參與，展現青年實踐公益的心得及豐富成果；同時推出「我完美力平行宇宙 | 和泰公益夢想家」形象影片，呼籲大眾一同支持青年培力行動，並透過「Drive the Future | 第四屆「和泰公益夢想家」活動紀錄

影片，呈現10組青年隊伍公益夢想的實踐故事。和泰汽車也以「第四屆和泰公益夢想家」參與由聯合報願景工程基金會與永續NGO社企流主辦的「永續行動嘉年華」，透過創新展覽分享四年來的青年培力紀錄與成果，喚起民眾對永續的了解與重視，線上線下累計近6,000人響應活動。

產官學豐沛資源 培育青年永續公益人才

第四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公共參與組長張靜瑩、台灣大學社會工作學系教授馮燕、台北大學社會工作學系教授陳芬苓、安侯永續發展顧問社會企業服務經理侯家楷、和泰汽車永續發展委員會召集人黃文瑞，於初賽及決賽與青年分享永續的專業觀點及實作建議。在實作過程中，也透過相關領域業師一對一輔導諮詢、NGO/社會企業探訪等活動，為隊伍帶來關鍵突破思維及多方資源。和泰公益夢想家透過結合產官學界的豐沛能量，以及運用和泰集團資源，來為台灣培育下一代的永續創新人才。

華山盛大登場 青年公益實作展覽

「第四屆和泰公益夢想家成果展覽」特別於華山文創園區舉辦，展覽聚焦青年公益成果，以社會關懷、移動服務、環境保育為三大主題，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x歷屆公益夢想家參與同學的精采論壇，向大眾分享豐富成果，活動指導單位教育部青年發展署的王育群副署長以及位和泰汽車黃南光董事長皆蒞臨展覽現場，期待未來能繼續與青年攜手，共創美好永續社會。



隊伍名稱	業師	提案	
Detour	學思達教育基金會 張輝誠	偏鄉教師生涯 探索賦能	透過偏鄉地區教師培訓，進一步與教師們一起打造適合的引導陪伴方式；也幫助偏鄉教師們面對新興課綱及教育改革。
緩一步 的世界	AppWorks School 謝怡婷	高關懷青少年 教案設計	透過系列活動，讓國中生發現同理心的重要，在看待同學間的差異與犯錯時，緩一步去思考背後的原因與困境，期待每位學生都能在校園找到歸屬。
暖暖 Sunshine	靈魂實驗室 張希慈	性暴力受害 青少年支持	致力打造性暴力倖存者友善環境的團隊，使大眾更認識性暴力倖存者的故事；透過建立倖存者的專屬匿名社群，可以提供安全、自在、易接近的支持管道，使倖存者不再隔絕。
好感研究工作室	LIS情境科學教材 嚴天浩	自閉症孩童 學習APP開發	開發兼具學習性與遊玩性的應用程式，激發國中小特殊學生學習社會技巧的動機，透過推廣使更多人注意到特殊學生的需求。
Generation Span	台灣微客公益 行動協會 洪巧玲	促進不同世代 間的理解	推廣「世代思辨」，以促進家庭中跨世代成員相互理解為目標，帶領民眾從生活中常見的親子問題中，反思背後所存在的世代差異。用思辨活動開啟不同世代親子换位思考的契機，期待改善家庭成員間的世代隔閡。
鳥日子	人生百味 巫彥德	身障服務& 無障礙活動	辦理無障礙市集，以空間、文宣、溝通三個面向使身障者可以更舒適參加市集，不會因為空間以及其他因素而影響身心障礙者的選擇，希望透過無障礙市集的場域讓一般大眾以及身障者有更多接觸與交流的機會。
U&M	社會影響力製造所 張士庭	共享雨傘	以共享經濟作為營運模式，在校園周邊推行「共享雨傘」的服務。我們希望透過本服務，解決大眾的用傘需求，同時減少大眾重覆購買雨傘的行為，以減輕廢棄物堆積量與污染。
森跡 Forest&Future	讓狂人飛 洪瑋岳	國產木材推廣	藉由課程體驗將森林議題重新帶回大眾視野的森資系大學生。透過認識「台灣人工林木材」的相關知識，了解森林對整體環境所造成的正面影響。
安普拉絲特中 青少年去塑聯盟	RE-THINK 黃之揚	外送塑膠袋 循環計畫	致力於推廣環保去塑，希望能從身邊開始下手，減少龐大外送訂單帶來的塑膠垃圾，同時也希望讓眾人知道，就算身為高中生也能為這顆星球盡一份力，讓土地成為對人類和環境友善的家園。
貳貳柒	多扶接送 許佐夫	高齡者 的移動需求	致力於透過陪伴、社會參與和連結，期望長者可以因此得到更多不同的生命意義。以「里」為單位，設計出可以模組化的活動企劃，也透過接送服務、無障礙空間設計等來降低長者出門的門檻。



### 喜憨兒關愛活動

7.1.2

和泰汽車於2015年啟動關懷喜憨兒計畫，全台灣TOYOTA服務據點長期採購喜憨兒烘焙商品，全面支持協助喜憨兒自立獨立的工作機會，至2022年累計採購金額逾4,870萬元。

### TOYOTA全球夢想車創意繪畫大賽

7.1.3

和泰汽車為鼓勵兒童發揮想像力，每年舉辦夢想車創意繪畫大賽，持續支持兒童藝術及創意發展，至2022年已經邁入第16屆、累積超過76萬件的作品，每年吸引眾多兒童參賽，為全台規模第一的兒童國際繪畫賽事！

第16屆的TOYOTA全球夢想車創意繪畫大賽除了增加網路報名外，更首度開放CG（電腦繪圖）藝術作品投稿，讓喜歡繪畫的大小朋友，有更多表現創意的方式。在學童踴躍參與藝術活動的熱情下，2022年總徵件數更創下12.1萬件新高的佳績！



【第16屆B組金獎作品】  
作品：深海魷魚採礦車  
作者：桃園市青溪國小 謝沂韋

#### TOYOTA全球夢想車創意繪畫大賽作品數

	12屆	13屆	14屆	15屆	16屆
A (8歲以下)	27,235	37,522	33,353	26,660	15,056
B (8至11歲)	33,757	36,408	49,231	68,803	96,785
C (12至15歲)	1,143	4,833	2,613	10,653	9,999
總計	62,135	78,763	85,197	106,116	121,840

### 青年學子服務探索活動

7.1.4

為協助青年學子進行職涯探索並促進教學學用合一，協同經銷商進行T-TEP學生參訪活動，活動參訪包含公司簡介、現場作業觀摩、QA互動&活動合影，提升青年培力。2022年共有31所T-TEP學校參訪經銷商服務廠共71場次(參訪人數：2,521人、課程滿意度：96%、T-TEP FB觸及7萬1,251人次)。



#### 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：31所T-TEP 學校，4,349師生加入社團，每月約15則PO文分享，技職資訊交流熱絡。



T-TEP FB社團QRcode

### 板噴夏令營活動

7.1.5

提供技職體系之學生，多元學習與板噴職場試探的機會，將有助於發掘未來的方向，且使參與之教師更瞭解板噴的實務課程及技術發展趨勢。2022年於和泰及中部汽車龍井板噴教育訓練中心共舉辦4梯次(2天/梯)、共49名師生參加(活動滿意度：學生梯96%、教師梯98%，共分享34篇活動花絮-T-TEP FB & 樂在TOYOTA家族；FB觸及3萬5,725人次)。



### 捐贈豐田汽車高科技教材

7.1.7

為培養青年學子的技職能力，和泰汽車自1991年起投入和泰汽車技術支援計畫T-TEP (TOYOTA- Technical Education Program)，協助技職學校培育汽車修護人才。至今已與31所工業職業學校建教合作，捐贈汽車高科技教具及教材，供學校師生實習。目前仍持續捐贈教材與實習教育車輛，累積金額超過新台幣6,367萬元，為汽車產業培育更多人才。

#### T-TEP學校教育器材捐贈

	2020	2021	2022
捐贈器材名稱	ALTIS及RAV4實習車各一台、EM工具車及示波器等器材	壓縮機64個、EM工具車2台及HV變速箱剖體1個等器材	CVT無段變速箱55個、HV轉換器31個等器材
捐贈器材金額(新台幣元)	887,354	3,532,000	8,290,000

### 服務人才校園儲備計畫

7.1.6

面臨人才需求成長及少子化人才競爭，一線人力招募不易，推動「TOYOTA服務人才校園儲備計畫」，帶領各經銷商投入建立學校關係。對象為高中職高三、大學大四的學生，實習一個學期並給予三階段(技能養成、精進能力、參加檢定)訓練，輔導取得日本原廠認定之初階人員檢定合格證書，計畫特點(畢業前通過檢定即取得TOYOTA原廠證照、外地求學可選擇返鄉實習)。

推動成果：第1屆(期程：2022年2至6月、錄取人數52名)、第2屆(期程：2022年9至2023年1月、報名人數72名)。

未來規劃推動經銷商Promoter作法，培養經銷商自主開發新學校能力，將第1、2屆推動經驗及Know-how分享予經銷商Promoter，並協助推動第3屆活動、另一作法是校園大使，運用同儕影響力及年輕族群溝通管道，以提升校園徵才效果。

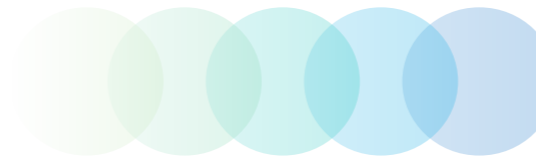


產學技術新知交流&分享

7.1.8



和泰汽車每年2次定期與經銷商舉辦各類研修課程並與學界分享最新汽車技術及業界實務，邀請31所加入T-TEP計畫的學校教師，參與技術交流活動，增進產業與學界之互動及共同交流。同時，和泰總代理及經銷商也提供場地、設備，分享實務經驗和最新的車輛科技新知，2022年共舉辦55場次及1,660師生參加，讓師生能更進一步了解業界做法及動向，學生亦可提早對職場及就業環境有所認知、加強自我職能，進而做出適當的職涯選擇，有助於日後就業銜接順暢，達到就業及就學協同接軌。



2022年研修課程  
和泰汽車

上半年

對象  
T-TEP學校教師

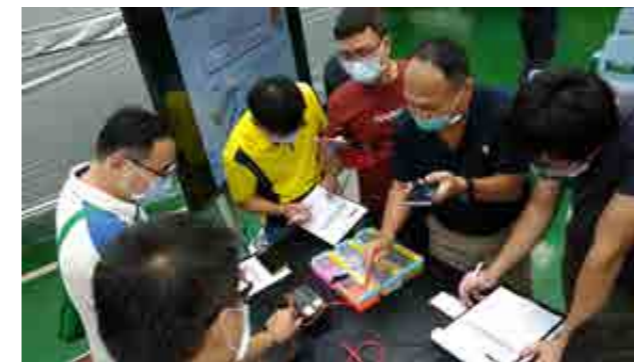
車美仕 & Drive +  
智聯車載系統  
(採視訊進行、疫情期間  
學習不中斷)



下半年

對象  
T-TEP學校師生

bZ4X電動車系統介紹  
與概述



2022年研修課程  
豐田各經銷商

對象  
T-TEP學校師生

TSS主動式安全防護系  
統、HV油電複合動力系  
統及BEV電動車概述





### 藝文培育與活動

7.1.9



為支持台灣藝術與文化相關事務，Lexus長年舉辦相關活動，包括LEXUS DESIGN AWARD全球設計大賞、LEXUS My Film短片競賽等；更連續四年與台北市政府、VOGUE攜手贊助年度時尚盛會《2022臺北時裝週x VOGUE Fashion's Night Out》，並透過贊助法文音樂劇《鐘樓怪人》，持續帶給車主全方位Experience Amazing的感官體驗。2022年Lexus也與更多職人合作，規劃「小小系列活動」，讓車主孩童向星級主廚及人氣插畫家學藝，培養兒童職人精神。透過多元且長期舉辦、贊助藝文活動，展現品牌對於藝文培育的投入與支持，為車主開啟生活的無限可能。

此外，TOYOTA 支持台灣體壇發展，2022年擴大贊助T1新北中信特攻籃球隊、UBA大專籃球聯賽及HBL高中籃球聯賽轉播等各級賽事，攜手推廣籃球運動；並用行動支持年輕音樂盛事，與音樂節目《大嘻哈時代2》合作，鼓勵年輕世代勇敢追夢。同時支持《原子少年ATOM BOYZ》超人氣男團選秀節目，鼓勵更多年輕世代找到屬於自己的舞台。



### 原夢國家隊

7.1.10

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

「原夢國家隊」運用集團資源讓合唱團登上「原夢舞台」，讓台灣最純淨宏亮的天籟童聲，傳遍各地，綻放出自信光芒。特別打造「兩天一夜和泰職涯體驗營」，透過現場參訪的方式，帶小朋友看見汽車產業多元豐富的職業，和泰集團志工們更是熱情投入，以達人分享方式介紹自身精彩工作內容，像人力資源、人才發展、公關企劃、販賣行銷等企劃類型工作，孩子們得以看見樂在工作的自信與成就；舉辦「和泰Home爸媽寄宿家庭」活動，讓來自山上的孩子們體驗不一樣的都市家庭生活。為成長路上帶來更多不同的視野，灑下夢想的種子，啟發對人生更寬廣的憧憬與想像。

也透過網路系列影片更多人認識「原夢國家隊」新竹縣尖石鄉嘉興國小及新竹縣五峰鄉桃山國小合唱團，2022年6支系列影片已超越549萬觀看人次。



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。

7.2

三大公益範疇

車

2000公里

「移動公益幸福行動」  
累積服務里程

12台

至 2022 年累計捐贈 12 台  
HINO 大型捐血車  
台灣捐贈捐血車數量最多的企業

9,051人次

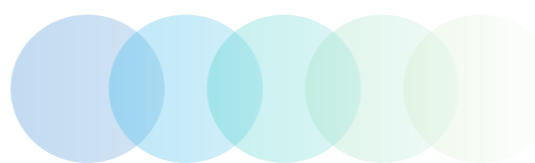
梨山幸福巴士  
累計載送人次

捐贈導護志工裝備

7.2.1

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

和泰汽車於2021年開始第三輪捐贈，為守護更多導護志工與學生的交通安全。



導護志工裝備捐贈

年度	2018	2019	2020	2021	2022
導護志工裝備 (套)	10,000	12,000	12,000	10,000	10,000

交通安全繪畫比賽

7.2.2

和泰汽車於2001年起即與純青社會福利基金共同舉辦全國兒童交通安全繪畫比賽，繪畫比賽主題皆以「交通安全」相關議題為主，希望透過繪畫創作的方式，將交通安全觀念深植在小朋友心中。和泰汽車亦以繪畫比賽所用之圖畫紙以每張2元計，將費用加倍後捐贈給弱勢及偏遠學童，比賽舉辦22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。

捐血車捐贈

7.2.3

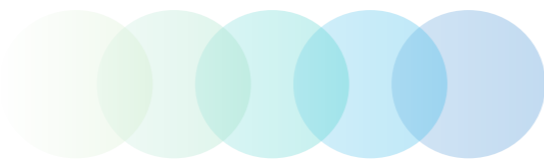
和泰號捐血車

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，運用代理的HINO大型車打造捐血車，已捐贈共12台配備先進的採血設備之和泰號捐血車予各地捐血中心，服務超過120萬名捐血人，募集近180萬袋熱血（每袋250c.c.），目前和泰號捐血車佔全台捐血車數量約17%，和泰汽車為台灣捐贈捐血車數量最多的企業。和泰集團亦攜手各關係企業已累計舉辦超過1,500場捐血活動，超過8萬人踴躍捐血。



和泰集團一日捐血串聯活動

2022年疫情持續嚴峻，因民眾減少出門，各地捐血中心血液安全庫存量迅速下滑，陷入缺血的緊急狀態；和泰集團響應6/14世界捐血者日並援助疫情造成之血庫缺血，攜手醫療財團法人台灣血液基金會，舉辦「2022世界捐血者日-和泰集團全台捐血串聯活動」，動員全台12輛和泰號捐血車，於台北、新北、桃園、新竹、台中、彰化、雲林、台南、高雄、宜蘭、花蓮等行政區內多個 TOYOTA營業所及公園，設立共15處捐血站，共募集1,355袋血，補充全台血庫、緩解缺血情況。累計至2022年12月31日止，所有和泰號捐血車已募集了27萬2,432袋的血液，佔本年度全國捐血量的9%。



移動公益幸福行動

7.2.4

在台灣各角落仍有許多弱勢族群為「行」所困，例如偏鄉交通移動、就醫就學接送、社工緊急勤務救助等交通需求未被滿足，和泰集團運用本業共享移動服務（如yoxi、iRent）及車輛捐贈發展「移動公益幸福行動」，幫助更多人邁向美好的生活。「移動公益幸福行動」致力於協助台灣各角落的交通移動需求，2022年與新北市政府社會局、新北家扶中心、臺中市政府社會局合作，協助弱勢族群，如安置兒少、早期療育幼兒就醫、就學，以及社工物資配送出勤等交通接送服務，接駁服務趟數達430趟，服務近800人次，累計里程2,000公里，分別與新北市政府、臺中市政府舉辦「yoxi移動公益幸福行動」捐贈儀式，以及推出以服務對象真實故事改編-「協助弱勢兒少邁向更好的移動未來」、「再遠的距離都不再是距離」兩支公益短片，呈現弱勢族群的交通困境，也宣示和泰汽車透過本業資源幫助更多人邁向幸福生活的決心。除了提供交通移動服務，和泰汽車透過舉辦「yoxi移動公益幸福日」，結合yoxi接送以及和泰集團志工資源，邀請近百位弱勢家庭共同出遊，陪伴缺乏資源的孩子們創造成長路上的更多美好回憶。2021年和泰汽車參與支持公路總局、臺中市政府交通局的「幸福巴士2.0」計畫，捐贈SIENTA CROSSOVER乙台作為「梨山1路幸福巴士」，2022年巴士正式啟動，服務臺中市大梨山地區的梨山、松茂、新佳陽、環山四大部落，鋪平偏鄉居民回家的最後一哩路，至年底梨山幸福巴士已累計行駛4,424班次，載送服務達9,051人次。持續擴大「移動公益幸福行動」範疇，期望讓服務遍布各地，為台灣創造更美好的環境與生活！



和泰一直以來秉持日本豐田廠對環境保護「人、車、地球的和諧」的願景為目標，提供更好的生活環境，因此我們致力於資源再利用與環境保護，為美好的地球盡一份心力。

7.3

三大公益範疇

環境

330噸

收集二手玩具並利用再生  
累計至 2022 年底已超過  
330 噸

66萬棵

海岸植樹至 2022 年底  
已超過 66 萬棵樹

9場

2022 年環境月活動

環境月活動

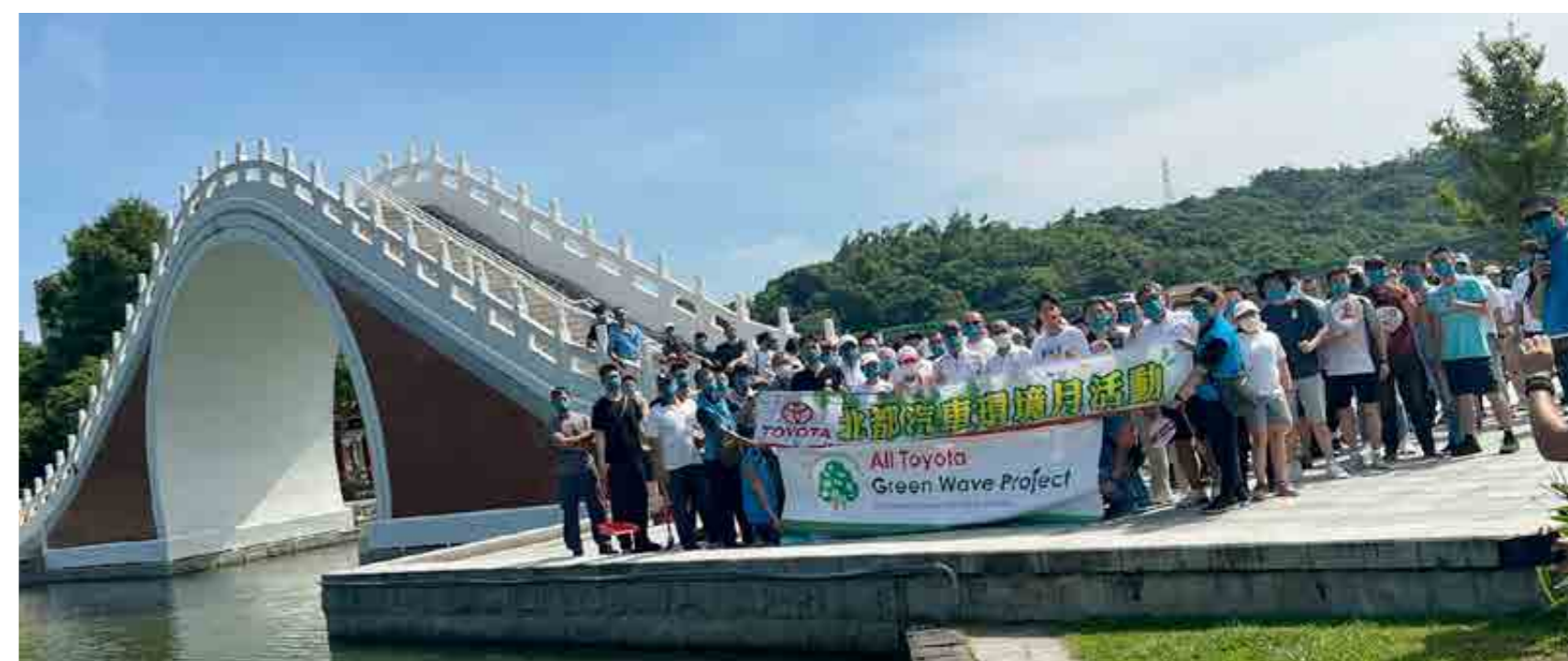
7.3.1

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

自2005年環境月活動開辦至今，2009年加入全台8家經銷商，持續擴大活動參與範圍與人數。2013年起推動社區綠改造計畫，希望透過TOYOTA環境月活動，與社區民眾共同響應政府閒置空間再生政策，同時提升社區民眾生活品質。2018年起更擴大與非政府組織及公部門合作，並以3年為期深根在地，環境月活動累計至2022年已舉辦110場次，累積超過3.9萬人共襄盛舉。



TOYOTA 環境月



年度	2009~2012	2013~2017	2018~2020	2021~2022
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+a
累計場次	32場	36場	25場	17場
活動成效	累計活動面積24.1萬m2、植栽2.2萬株；涵蓋公部門、NGO、員工、車主及非車主等，亦辦理152場環保教育			

### 玩具愛分享

7.3.2



和泰汽車於2016年起舉辦「TOYOTA玩具愛分享」系列活動，希望藉由二手玩具的回收與再生，傳遞環保概念。2017年底，TOYOTA更捐贈台灣玩具圖書館協會一台INNOVA商旅車做為行動形象車，穿梭大街小巷運送民眾捐贈的二手玩具，讓環保遍及各地。熱情民眾捐贈的二手玩具累計至2022年底已有超過330噸之多，相當於84,975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23萬名的民眾共同參與，和泰並將2018~2022年活動報名費新台幣113萬元全數捐贈伊甸基金會，持續注入社會關懷的能量。



### 一車一樹

7.3.3



基隆潮境公園志工植樹活動



一車一樹 60 萬棵達成



TOYOTA TV 生存空間挑戰實境秀



世界地球日澎湖海岸造林

和泰汽車堅持守護臺灣的海岸線，持續種樹，實現守護美麗家園的承諾，透過專業單位的協助，使海岸樹木的存活率高達九成，從2017年活動啟動開始至2022年底，已經種植超過66萬棵樹，減碳量約1.8萬公噸，種植面積超過230公頃，種下的樹木遍及台灣沿海13個縣市。TOYOTA一車一樹於2022年世界地球日前進澎湖，贊助澎湖林務所海岸造林，由和泰汽車捐贈2,500個水寶盆、慈心有機農業發展基金會提供技術指導，澎湖縣政府負責三年樹苗養護作業，計劃於澎湖種下5,000棵樹苗，期望透過三方資源整合與技術共享，打造澎湖

海岸線綠色長城。

為了擴大影響力，匯聚更多人的支持，和泰汽車持續透過不同管道傳遞訊息，除了透過「60萬棵樹成果影片」，呈現五年多來一車一樹海岸造林的成果，喚醒更多民眾對海岸線退縮的重視外，為了觸及年輕族群，亦運用社群媒體推出「植樹方塊挑戰遊戲」及定期舉行「好素生活」策展與粉絲互動，以「做好素 種好樹」為主題讓環保種樹融入民眾日常生活中；並攜手TOYOTA TV製播「生存空間挑戰實境秀」，邀請人氣王徐謀俊&何美募集大學生一起到一車一樹種植地點-潮境公園進行遊戲挑戰，透過有趣的環節(快問快答、水資源挑戰等)，及讓大學生實際體驗水寶盆手法種下樹苗，寓教於樂的宣導一車一樹的理念，共有1,215位大學生報名參加，成功吸引年輕族群關注環保議題及TOYOTA一車一樹活動。

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，2022年更首次邀請KOL王品滢及林昀希作為植樹活動號召人，吸引超過800位民眾報名，並從中邀請150名志工現場參與，於基隆潮境公園共同種下600棵樹。



原生動物守護計畫

7.3.4



和泰集團「台灣原生動物守護計畫」自2021年起與行政院農委會特生中心一同保護台灣本土原生石虎，希望台灣僅存不到500隻的珍貴石虎能夠持續繁衍，守護台灣生態保育。為了宣示和泰集團守護台灣美麗珍稀石虎的決心，和泰集團設計了集團吉祥物-「虎力」，虎力是台灣珍貴的石虎，「力」字除了傳遞石虎的生命力以外，也代表著希望大自然能生生不息的想法。

「台灣原生動物守護計畫」除了支援石虎野放訓練費用，協助石虎回歸大自然，同時捐贈了TOYOTA RAV4及COROLLA CROSS兩台動物救援保育車，參與野生動物救援及保育教育。和泰身為交通產業，更積極關注「石虎移動安全」的議題，攜手集團關企車美仕及行政院農委會特生中心與導航商Garmin共同開發TOYOTA DRIVE+CONNECT《動物出沒熱點》，將哺乳類(石虎)及其他動物出沒的熱點路段資料加入導航圖資中，透過文字及語音提醒功能提醒駕駛「動物頻繁出沒，請注意減速慢行」，藉此降低對石虎及其他珍稀動物的危害，並提升車主的



道路安全，與車主一同守護台灣石虎及其他珍貴動物。2022年底，和泰集團吉祥物虎力出現於南投縣8個曾發生石虎事故路段的16面「石虎出沒」警示路牌上，不僅提醒駕駛行車放慢速度，也能讓用路人清楚該區域為石虎出沒範圍。

同時，也和泰集團號召百位志工，舉辦三梯次的石虎淨溪活動，實際到南投縣集集鎮行政院農委會特生中心野生動物急救站了解急救站的工作及石虎生態環境，也來到位於南投橋頭濁水溪河床的石虎棲地，與特生中心及經濟部水利署第四河川局的志工夥伴一同清理堆積在石虎棲地(河床)已久的大型垃圾，給予石虎一個乾淨健康的生活環境。

為了讓大眾更了解石虎及石虎生存現況，和泰集團及行政院農委會特生中心一同拍攝「大自然媽媽」廣宣影片，從石虎寶寶主觀視角轉變為大自然媽媽的視角，從媽媽擔心石虎寶寶受到外在環境危險帶出特生中心在石虎救援上的努力，也呼籲大眾一同保育石虎，「大自然媽媽」廣宣影片共超過151萬觀看。

和泰TOYOTA集團萬人淨灘減塑

7.3.5

自2019年起，和泰汽車結合關係企業與在地經銷商的力量，集結全各地點同步淨灘，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49場次，超過3萬3,431人參與。2022年持續舉辦擴大舉辦淨灘活動，於全台16處海灘共清理出近1.4萬公斤垃圾，並捐贈新台幣58萬元予「台灣啫咕嶼協會」，協助於全台舉辦35場國小環保減塑教育，讓環保減塑意識從小扎根，創造美好台灣環境。



和泰吉祥物-虎力平安貼圖 QRcode



大自然媽媽 | 和泰集團 台灣原生動物守護計畫〈虎力平安元年〉影片QRcode

和泰汽車股份有限公司(以下簡稱和泰汽車、和泰)於2023年6月公開發行第十一本報告書，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2022年6月發行；我們朝向以營運策略結合聯合國永續發展目標之方向邁進，落實管理方針，與合作夥伴共同努力，逐步落實和泰汽車的永續發展。

#### 邊界與數據

本報告書對於組織內資訊的揭露範疇主體為和泰汽車(包含總公司、新莊與楊梅營業據點)，未與和泰汽車財務報告中的揭露實體完全一致(未包含集團子公司)。另為使利害關係人了解和泰汽車整體服務的完整性，亦揭露國瑞汽車重要永續作為及經銷商相關永續實績。

資料涵蓋時間主要為2022年1月1日至2022年12月31日止，內容包括公司治理、經營績效、供應鏈管理、環境永續、人力資本與社會公益等各種作為與績效數據。對於發生於和泰子公司與價值鏈之衝擊，乃以揭露和泰汽車之管理制度、策略或未來規劃為主。重大主題與邊界與前一年度未有重大改變，永續議題之項目數量較前一年度有所增加，係因部分議題有所細分，以利訂定更明確之管理方針。若有數據邊界或量測計算方式、結果上與前一版有所不同，會於段落中或圖、表之下方以註釋方式說明。

#### 編撰原則

本報告書依循GRI 永續性報告準則2021年版及SASB 準則為編撰基礎；在確保符合揭露精神且達到綱領要求之內容及品質的原則下，透過內部工作小組與外部輔導團隊協助，蒐集和泰汽車永續性議題與建立重大性議題鑑別流程。針對重大性分析的結果，篩選出屬於和泰2022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，未來將逐步調整為由董事會核定。

#### 外部審查

本報告書由香港商英國標準協會太平洋有限公司台灣分公司 (BSI Taiwan) 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：<http://pressroom.hotaimotor.com.tw/csr/article/EMIOlumvx>



#### 聯絡方式

若您有任何關於本報告書內容或和泰永續發展之建議或問題，歡迎您與我們聯絡：

和泰汽車 公關法務部 林姿妤

地址：台灣臺北市中山區松江路121號4樓

報告書專線：+886-2-2506-2121#1846

信箱：WENDYLIN@hotaimotor.com.tw

GRI永續性報導準則 (GRI準則) 對照表

使用聲明 和泰汽車已依循 GRI 準則報導編制，報導期間為 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日  
 使用的 GRI 1 GRI 1：基礎 2021  
 適用的 GRI 行業準則 尚未有適用的行業準則

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略 / 備註
			章節名稱	頁碼	
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	003	-
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	118	-
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	118	-
	2-4	資訊重編	關於本報告書	118	-
	2-5	外部保證/確信	關於本報告書	118	-
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	關於和泰 3.1 經銷商管理 3.2 和泰汽車供應商管理體系	003 036 049	-
	2-7	員工	6.2 權益與福祉	092	-
	2-8	非員工的工作者	6.2 權益與福祉	092	-
	2-9	治理結構及組成	4,1 董事會架構與運作	053	-
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	4,1 董事會架構與運作	053	-
	2-11	最高治理單位的主席	4,1 董事會架構與運作	053	-
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.2 永續發展委員會	012	-
	2-13	管理衝擊的負責人	1.2 永續發展委員會	012	-
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	118	-
	2-15	利益衝突	4.2 法規依循	057	-
	2-16	溝通關鍵重大事件	1.2 永續發展委員會	012	-
	2-17	最高治理單位的群體智識	4,1 董事會架構與運作	053	-
	2-18	最高治理單位的績效評估	4,1 董事會架構與運作	053	-
	2-19	薪酬政策	4,1 董事會架構與運作	053	-
	2-20	薪酬決定的流程	4,1 董事會架構與運作	053	-
	2-21	年度總薪酬比率	a. 報導組織中薪酬最高個人之年度總薪酬與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）年度總薪酬之中位數的比率 =10.3 b. 報導組織中薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比率 =-2.1	-	-
	2-22	關於永續發展策略的聲明	經營者的話	002	-
	2-23	政策承諾	4.2 法規依循	057	-
	2-24	納入政策承諾	4.2 法規依循	057	-
	2-25	補救負面衝擊的程序	4.2 法規依循	057	-
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	4.2 法規依循	057	-
	2-27	法規遵循	4.2 法規依循	057	-
	2-28	公協會的會員資格	1.5 外部組織參與	022	-

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略 / 備註
			章節名稱	頁碼	
	2-29	利害關係人議合方針	1.4 重大性分析	014	-
	2-30	團體協約	本公司未有勞資雙方簽訂之協約		-
重大主題					
GRI 3： 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	1.4 重大性分析	014	-
	3-2	重大主題的列表	1.4 重大性分析	014	-
公司治理與誠信經營					
GRI 3： 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 2： 一般揭露 2021	2-27	法規遵循	4.2 法規依循	057	-
風險與危機管理					
GRI 3： 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 2： 一般揭露 2021	2-25	補救負面衝擊的程序	4.2 法規依循	057	-
F205					
GRI 3： 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 418：客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	4.5 資訊安全及顧客資料保護	063	-
顧客安全					
GRI 3： 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 416： 顧客健康與安全	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的影響	2.3 產品設計與生產	031	-
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.3 產品設計與生產	031	-
產品與服務品質					
GRI 3： 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 416： 顧客健康與安全	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的影響	2.3 產品設計與生產	031	-
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.3 產品設計與生產	031	-
品牌管理與行銷					
GRI 3： 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 417：行銷與標示	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	2.3 產品設計與生產	031	-
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	2.3 產品設計與生產	031	-
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.3 產品設計與生產	031	-

\*因2022年集團子公司接獲1起可能影響個資安全事件之通知，第一時間於官網公告反詐騙宣導，確保顧客權益。此事件證交所核有未完全落實「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」第5條第2項規定，繳納證交所違約金新台幣10萬元，同時於5月份完成稽核主管課程進修；並定期回報證交所補正計劃進度，已於2023年年底執行完成。



GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略 / 備註
			章節名稱	頁碼	
產品法規規範					
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 417 : 行銷與標示	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	2.3 產品設計與生產	031	-
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	2.3 產品設計與生產	031	-
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.3 產品設計與生產	031	-
營運財務績效					
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 201 : 經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	4.6 財務績效	067	-
	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	6.2 權益與福祉	092	-
	201-4	取自政府之財務補助	4.6 財務績效	067	-
銷售策略與公平交易					
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 206 : 反競爭行為	206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	4.2 法規依循	057	-
環境衝擊管理					
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4 重大性分析	014	-
GRI 301 : 物料	301-2	使用的可再生物料	5.4.2 供應鏈環境衝擊減緩	084	-
	301-3	回收產品及其包材	5.4.2 供應鏈環境衝擊減緩	084	-
GRI 302 : 能源	302-1	組織內部的能源消耗量	5.2.1 能資源管理	073	-
	302-3	能源密集度	5.2.1 能資源管理	073	-
	302-4	減少能源消耗	5.2.1 能資源管理	073	-
	302-5	降低產品和服務的能源需求	5.4.2 供應鏈環境衝擊減緩	084	-
GRI 303 : 水與放流水 (2018)	303-1 (管理方針)	共享水資源之相互影響	5.3.3 願景與歷程	081	-
	303-2 (管理方針)	與排水相關衝擊的管理	5.3.4 計畫與行動	081	-
	303-3	取水量	5.2.1 能資源管理	073	-
	303-4	排水量	5.2.1 能資源管理	073	-
	303-5	耗水量	5.2.1 能資源管理	073	-
GRI 305 : 排放	305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	5.2.2 溫室氣體減量	077	-
	305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	5.2.2 溫室氣體減量	077	-
	305-4	溫室氣體排放密集度	5.2.2 溫室氣體減量	077	-
	305-5	溫室氣體排放減量	5.2.2 溫室氣體減量	077	-
	305-6	破壞臭氧層物質 (ODS) 的排放	5.2.2 溫室氣體減量	077	-
	305-7	氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx), 及其他重大的氣體排放	5.2.3 污染物排放與廢棄物管理	079	-

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目		位置		省略 / 備註
			章節名稱	頁碼	
GRI 306 : 廢棄物 (2020)	306-1 (管理方針)	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	5.2.3 污染物排放與廢棄物管理	079	-
	306-2 (管理方針)	廢棄物相關顯著衝擊之管理	5.3.4 計畫與行動	081	-
	306-3	廢棄物的產生	5.2.3 污染物排放與廢棄物管理	079	-
	306-4	廢棄物的處置移轉	5.2.3 污染物排放與廢棄物管理	079	-
	306-5	廢棄物的直接處置	5.2.3 污染物排放與廢棄物管理	079	-

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	5.2.1 能資源管理	073
資訊安全	CGMR 230a.1	描述鑑別與管理資安風險的方法	4.5.1 資訊安全管理制度	063
	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	4.5.1 資訊安全管理制度	063
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	6.2.1 聘僱與留才	092
	CGMR 310a.3	因違反勞動法規而引起的法律訴訟造成的金錢損失總額	6.2.2 權益維護	094
工作者的多樣性與包容性	CGMR 330a.1	管理層和所有其他員工在性別和種族 / 族裔群體之比率	6.2.1 聘僱與留才	092
	CGMR 330a.2	因種族歧視而引起的法律訴訟造成的金錢損失總額	6.2.1 聘僱與留才	092
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	5.4.1 合規與認證	083
	CGMR 410a.2	評估和管理產品中與化學品相關的風險和或危害的過程	NA	
	CGMR 410a.3	減少包材對環境衝擊的策略	5.4.2 包材回收	084

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	銷售網絡與服務	008
CG MR 000.B	據點與配送中心總樓地板面積	銷售網絡與服務	008



## 獨立保證意見聲明書

### 和泰汽車股份有限公司 2022 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 2022 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 2022 永續報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之結論,而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外,對於其他目的之使用,或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人,英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

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

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

#### 查證範圍

和泰汽車與英國標準協會協議的查證範圍包括:

1. 本查證作業範圍與和泰汽車股份有限公司 2022 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 2022 永續報告書內容,對於和泰汽車之相關運作與永續績效則提供了一個公平的觀點。基於保證範圍限制事項、和泰汽車所提供資訊與數據以及抽樣之測試,此報告書並無重大之不實陳述。我們相信有關和泰汽車的環境、社會及治理等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露之永續績效資訊展現了和泰汽車對識別利害關係人的努力。

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

#### 查證方法

為了收集與作成結論有關的證據,我們執行了以下工作:

- 對來自外部團體的議題相對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 10 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

2022 年報告書反映出和泰汽車已持續尋求利害關係人的參與,並建立重大永續主題,以發展及達成對永續具有責任且策略性的回應。報告書中已公正地報告與揭露環境、社會及治理的訊息,足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言,這份報告書涵蓋了和泰汽車之包容性議題。

##### 重大性

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

##### 回應性

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

##### 衝擊性

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

##### GRI 永續性報導準則

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

##### 保證等級

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

##### 責任

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

##### 能力與獨立性

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

For and on behalf of BSI:

  
Peter Pu, Managing Director BSI Taiwan



Statement No: SRA-TW-2022053  
2023-06-07

...making excellence a habit.™

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

A Member of the BSI Group of Companies.



和泰集團  
Hotai Group

和泰汽車股份有限公司  
Hotai Motor Co., Ltd.

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