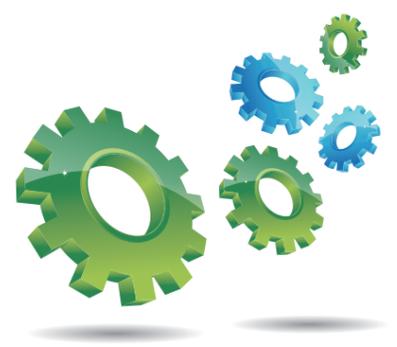


**2013**  
Corporate Social  
Responsibility Report  
企業社會責任報告書





## 關於封面

隨著科技研發進步，帶給人們的不該只是便利，而是對於地球的永續經營，裕隆汽車秉持著這樣的精神，希望能為地球的未來多盡一份心力，所以一直致力於地球的環保，在企業的社會責任上，責無旁貸地要給下一代一個更美好的地球與生活環境，更希望能在世界汽車工業上佔有舉足輕重的地位，永續經營，屹立不搖。

## 編輯方針

裕隆汽車於2005年開始陸續編製了「裕隆汽車2005年環境報告書」、2007年、2008年「裕隆汽車永續報告書」及2009年~2012年「裕隆汽車企業社會責任報告書」。「2013年裕隆企業社會責任報告書」將繼續作為裕隆汽車對外及對內環境資訊之溝通平台，對外傳遞本公司在環境保護、社會責任及經濟層面更多的決心與努力；對內也讓公司員工了解公司對於環境保護及社會責任的理念，並加強員工對於環保社會議題之重視與了解，提昇員工的永續經營意識與素養，藉由『裕隆汽車企業社會責任報告書』內容的呈現，將能持續提昇社會大眾對裕隆汽車之瞭解及支持。2009年裕隆發行企業社會責任報告書（CSR Report），經外部針對報告書驗證，是國內第一家CSR報告書經由第三者驗證的汽車公司，並獲B等級，2011年裕隆發行企業社會責任報告書獲A+等級。

☆裕隆汽車延攬各單位部門代表共同組成企業社會責任編製小組（簡稱CSR小組）負責本報告書編輯工作，及規劃未來持續推動企業社會責任的方向。

☆裕隆汽車CSR小組，考量所有利害關係人關切的重點，決定本報告書資訊揭露內容之完整性。CSR小組依照全球永續性報告書指導綱領(GRI/ G3.1)之要求及參考AA1000等規範，作為辨識與本報告書各項資訊相關的守規性、政策方針、同業作法及利益相關者關切程度，提出本報告書應揭露之實質性議題，最後，再仰賴各部門主管的專業知識與管理經驗協助審查，以確認本報告書應揭露之實質性議題。

☆本報告書以利害關係人的觀點撰述，依據不同利害關係人可能關切的議題提出完整說明。議題的篩選和優先順序係依據裕隆各相關部門內部討論結果來呈現。

☆對於未能刊登在本報告中的事項和數據以及本報告

內容的相關信息，歡迎參訪本公司網站(<http://www.yulon-motor.com.tw>)

☆關於本報告所用的關鍵詞彙字母縮寫或解釋名詞，均在當頁加註。

☆本報告書揭露的統計數據來源係來自裕隆汽車公司自行統計與調查的結果，有關財務數據來源，係經勤業眾信會計師事務所財務簽證後之公開資訊，部分統計數據則引用政府機關（如：行政院環保署、行政院勞委會）網站公開資訊，並以一般慣用的數值描述方式呈現。

## 報告範疇

本報告書於2013年12月出版，報告內容以2012年度的經營活動、經濟、環保及社會之議題，但對一部分上述期間之前的事實以及2013年部分的重要方針和目標、計劃等亦有刊載。其中涵蓋了公司永續經營以及企業社會責任方面的持續努力，除了以裕隆汽車製造公司為主，其他相關業務中亦部份述及裕隆日產、華創車電技術中心和自主品牌納智捷等。

## 報告組織

☆經營績效：以裕隆汽車製造股份有限公司為報告主要對象。

☆環安衛績效：僅以裕隆三義廠為報告範圍。

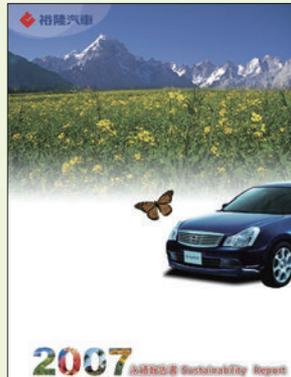
☆社會績效：原則上以裕隆汽車製造股份有限公司為報告主要對象，屬於裕隆汽車重要轉投資關係企業之社會貢獻（如：裕朋實業-裕隆籃球隊），亦納入本報告之範圍。



攜手愛地球  
本報告書使用環保大豆油墨、再生紙印製



2005年  
環境報告書



2007年  
永續報告書



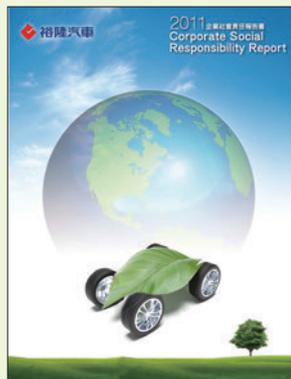
2008年  
企業社會責任報告書



2009年  
企業社會責任報告書



2010年  
企業社會責任報告書



2011年  
企業社會責任報告書



2012年  
企業社會責任報告書



2013年  
企業社會責任報告書

### ▲ CSR聯絡資訊

這本報告以中文發行，歡迎在裕隆汽車的網站(<http://www.yulon-motor.com.tw>) 下載完整報告(PDF檔案形式)。對於2013年裕隆汽車企業社會責任報告書有任何疑問與建議，歡迎您與我們聯絡。

裕隆汽車製造股份有限公司  
財企部 陳中一科長  
苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之1  
電話：037-871-801  
傳真：037-876-293  
Email：john.chen@yulon-motor.com.tw



嚴凱泰

嚴凱泰  
裕隆汽車製造股份有限公司 董事長

## 前瞻國際 深耕台灣 成為全球車廠為目標

### CSR、堅定裕隆持續發展的決心

裕隆成立之初，以「發動機報國」的使命感，為台灣的汽車產業奠定了從無到有的基礎。如今，60個年頭過去了，裕隆仍保持著扎根台灣、促進產業發展以及珍惜台灣的信念。

2012年是充滿挑戰的一年，全球經濟情勢未明、競爭危機四伏。我們除專注汽車多品牌製造本業外，並全力拓展自主品牌的全球佈局，以期使裕隆汽車不斷向前發展。

邁開步伐時，裕隆汽車謹記今日成就源於台灣社會，我們提醒自己、有義務要讓企業社會責任和企業發展的步伐並肩而行。因此，我們以自主品牌之路來創造更大的社會價值；用投資綠能產業來保護後代子孫的生存環境；用回饋社會的行動感謝台灣社會給予的支持，以更多面向的CSR行動來堅定發展的決心。

### 前瞻國際 深耕台灣

去年，我們透過自主品牌和佈局大陸的策略，將納智捷外銷到中東、中南美和東南亞等國，2013年更在俄羅斯正式上市。

國際大車廠的勢力隨著全球化而擴張，在國際競爭者的積極佈局下，台灣汽車產業的處境越來越嚴苛，唯有透過自主品牌，才能讓台灣突破重圍。因此，裕隆持續投入資源，加強自主品牌和智慧電動車的研發和推廣，並深耕台灣汽車產業，以更強健的產業體質迎接未來的挑戰。期以能夠帶領台灣汽車產業邁進新的里程碑，往世界級車廠的格局而努力。



# 經營者的話

## 積極投入綠能產業

2012年，能源耗用的議題持續增溫，各國政府與社會大眾對於環境保護也更加重視，綠能產業因而成為當前國內外的重要趨勢。裕隆汽車秉持環境永續發展的信念和創新的精神，在既有汽車製造基礎上開源節流、精益求精、提高產能利用率以降低能源的耗用；面對未來潔淨能源趨勢的電動車科技，我們更本著發展出全球第一部零排放智慧電動車的基礎，投入更多的資源整合裕隆的製造能力、台灣的資訊科技優勢和潔淨的電動科技，並透過自有品牌持續發展電動車，期以讓智慧潔淨的形象成為台灣汽車產業在國際上的指標。

今年，裕隆汽車除繼續參與「大台北都會低碳旅遊計畫」外、更分別投入「台中及台南市政府的電動車先導計畫」，並持續投入資源在電動車營運模式、電池技術發展和充電技術改良的研發活動，以增進智慧電動車的使用價值，促使電動車科技走入生活。未來，我們將持續研發和普及綠色能源的智慧電動車，讓綠能產業在台灣永續發展，留給後代子孫一個潔淨無虞的生長環境。

## 致力公益活動、持續回饋社會

裕隆汽車以關懷員工、營造幸福企業與社會公益為企業的經營理念，堅持對所有利害關係人負責。雖然自金融海嘯之後，全球景氣詭譎多變、時有巨大起伏，但裕隆認為此時更要投入資源，持續回饋社會，以彰顯企業公民的價值。



陳國榮

陳國榮  
裕隆汽車製造股份有限公司 副董事長

# 經營者的話



姚振祥  
裕隆汽車製造股份有限公司 總經理

今年邁入48歲的裕隆籃球隊、第16屆的裕隆木雕創新獎和連續14年的台北市臨時工「百萬雇主責任意外險」，反映了裕隆對於社會公益的堅持用心，更象徵裕隆已將企業公民責任納入企業經營的思考理念。作為本土汽車製造業，裕隆汽車在積極走向國際、追求成長之時，將持續肩負對台灣社會的企業責任。

## 台灣引以為傲的公民企業

今年，是裕隆汽車持續推動企業社會責任報告書的第8個年頭。在這8年間，我們向關心裕隆汽車的各利害關係人公開我們在經濟、社會、環境、人權、員工照顧與產品責任等議題上的作為，並聽取各利害關係人的心聲，作為我們在各項議題上的改進方向。今年，我們仍然依據AA1000的規範，透過會議及問卷瞭解裕隆汽車利害關係人所關注的議題，並持續落實重視利害關係人的具體作為，以期在強化企業永續競爭力的同時、一併提升全民的生活品質。

深刻瞭解飲水思源的裕隆汽車，將以更積極的態度關注此議題，以成為台灣人引以為傲的公民企業而努力。

最後，由衷感謝我們的利害關係人對我們裕隆汽車的長期支持，裕隆汽車將以創新和永續經營的社會理念，毫不鬆懈的努力邁進，走出一條更為寬廣的道路。



# 2013 企業社會責任報告書

## Corporate Social Responsibility Report

# CONTENTS

## 目錄

編輯方針

經營者的話

### 智慧經營

- 07 從歷史走來的裕隆
- 13 財務績效
- 18 公司治理
- 23 企業社會責任推動與管理
- 27 前瞻未來

### 關心地球

- 31 氣候變遷的風險管理
- 32 積極環境保護之作為
- 39 友善的工作環境
- 46 提供安全與多元的產品

### 關懷社會

- 51 尊貴服務
- 54 快樂員工
- 61 最佳伙伴
- 63 社會貢獻

### 附錄

- 發展電動汽車
- 近10年榮耀紀錄
- GRI/G3對照表

# 智慧經營

- 07 從歷史走來的裕隆
- 13 財務績效
- 18 公司治理
- 23 企業社會責任推動與管理
- 27 前瞻未來



## 從歷史走來的裕隆

裕隆汽車是一個經得起時代考驗的企業，我們永遠不會忘記創辦人剛毅的精神傳承，肩負著前瞻未來永續的經營使命。裕隆汽車一路走來不僅帶動了國內相關工業的發展，也帶動台灣汽車產業的整體發展，更為社會的進步和繁榮提供了積極的貢獻。我們不曾停下腳步，我們順應潮流，不斷提出創新的經營方向。獨特的『移動價值鏈』，讓裕隆集團得以多元、快速的發展，也讓消費者獲得完整的移動服務。對於自創品牌、納智捷的堅持，更寫下國人具有汽車製造能力的驕傲證明。

從傳統走向現代化，我們全體同仁將持續攜手努力，致力企業社會責任的經營與承諾，期以促進經濟發展、繁榮人民生活，成為國人引以為傲的裕隆。



• 試造首輛吉普車成功亮相



• 試造首輛吉普車在台北、高雄舉行長途試車典禮



• 吳舜文帶領裕隆汽車繼續前進

### 傳承與創新 承先啟後，永續經營。



• 自主品牌LUXGEN車系以優越智慧科技贏得大眾讚賞！



• 呼應全球節能減碳趨勢、全力發展綠能電動車產業



• 裕隆集團重啟自主品牌之路 LUXGEN誕生



• 裕隆汽車自行設計的第一輛汽車飛羚101上市

## 公司基本資料

公司名稱：裕隆汽車製造股份有限公司 Yulon Motor Co., Ltd.	
總部地址：苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之1	資 本 額：新台幣157.29億元
創立日期：1953年9月	營 業 額：新台幣351.14億元(2012年度)
董 事 長：嚴凱泰	員工人數：1,112(2013.3)
副董事長：陳國榮	最大股東：台元紡織(18.11%)
總 經 理：姚振祥	中華汽車(15.06%)

## 2011年及2012年大事紀

### 2012年

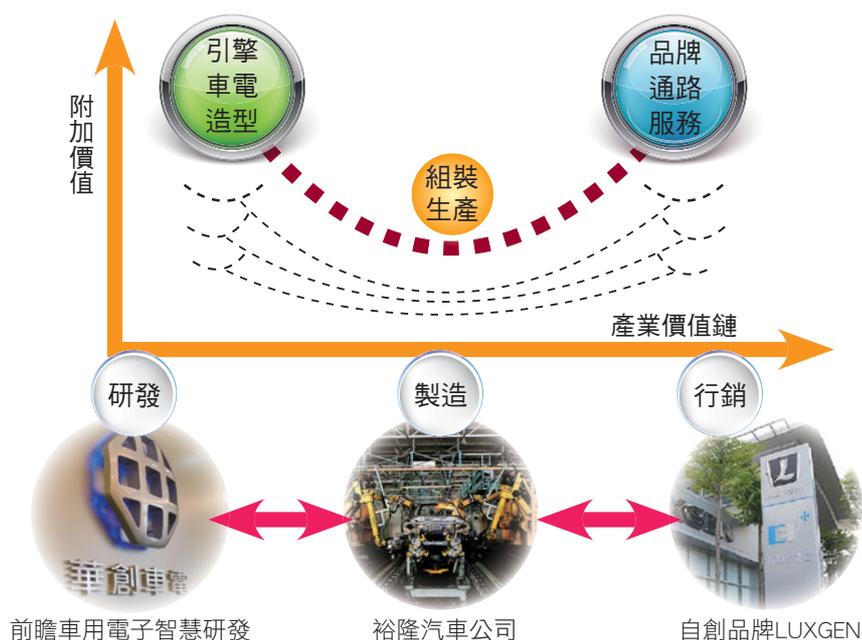
- 12月 NISSAN BIG TIIDA上市。
- 09月 中東地區第一家LUXGEN生活館於阿曼開幕
- 08月 NISSAN TIIDA 1.6L/TEANA 2.5/INFINITI G25 2.5獲環保署「2012年度環保車」殊榮。
- 08月 納智捷以LUXGEN CEO EV<sup>+</sup>榮獲第20屆「台灣精品獎」殊榮。
- 08月 納智捷汽車公司首款轎車LUXGEN 5 Sedan上市。
- 07月 TOBE 首部五門掀背車Q'way 1.8L上市。
- 05月 TOBE 首部四門轎車M'way 1.8L上市。
- 03月 榮獲新北市卓越企業獎。
- 01月 榮獲台北市喜馬拉雅自然文明保護協會頒發「綠色永續獎」
- 01月 納智捷汽車公司榮獲2011 Yahoo!風雲車大賞「國產-都會跨界賞冠軍」、「國產-乘用舒適賞冠軍」及「車展期待賞冠軍」。

### 2011年

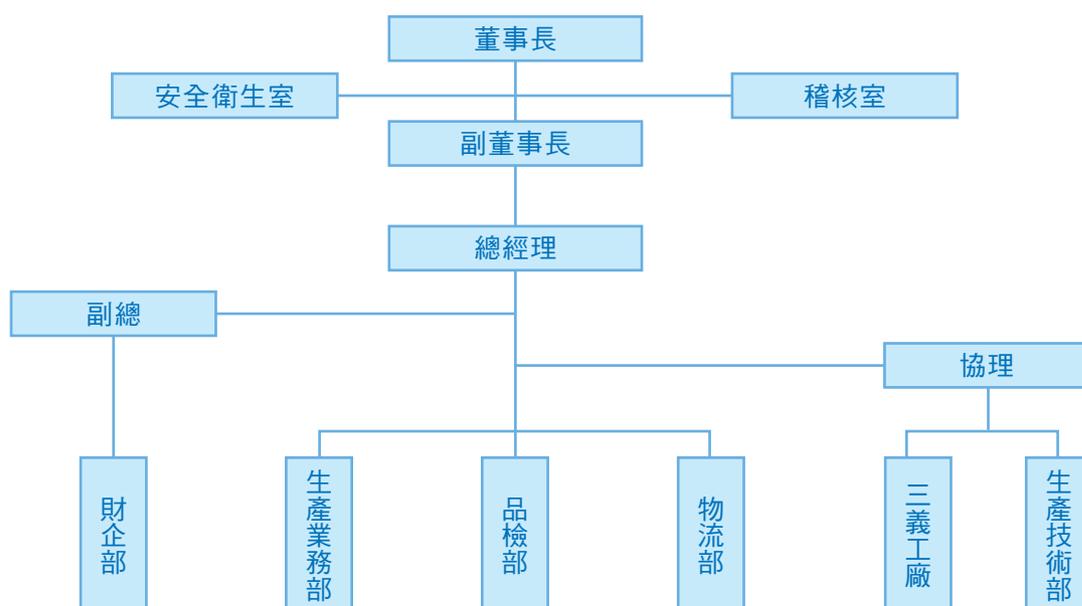
- 12月 納智捷LUXGEN7 SUV 榮獲第19屆「台灣精品獎」殊榮。
- 12月 成立納智捷越南平陽省及胡志明市兩座汽車生活館，深耕越南市場。
- 12月 東風裕隆汽車有限公司在杭州正式成立。
- 11月 NISSAN ALL NEW TEANA「2010年正式進化上市」。
- 11月 LUXGEN前進多明尼加，朝國際發展。
- 10月 納智捷汽車公司發表LUXGEN7 CEO 車型。
- 09月 裕隆酷比汽車公司發表tobe m'car「酷熊版」。
- 09月 裕隆與東風裕隆正式簽訂合資合同。
- 07月 裕隆酷比汽車公司發表tobe m'car「水鑽版」。
- 07月 LUXGEN EV<sup>+</sup>電動車正式掛牌。
- 06月 LUXGEN首度登陸東南亞，參加2010越南車展。
- 05月 納智捷LUXGEN7 MPV EV<sup>+</sup>電動車榮獲環保署「2010年度環保車」殊榮。
- 05月 NISSAN TIIDA 連續三年獲環保署「2010年度環保車」殊榮。
- 05月 LUXGEN7 SUV正式上市。
- 04月 納智捷LUXGEN7 MPV 榮獲第18屆「台灣精品金質獎」、「台灣精品人氣王」殊榮。
- 03月 LUXGEN正式與中東地區阿曼王國締結盟約。

## 自創品牌的發展模式

本公司除了仍繼續專注於原有品牌之專業製造代工及銷售，提升產能利用率、降低製造成本外，今後更積極發展自主品牌LUXGEN（納智捷）新車種推出、通路、銷售，目前積極強化自主品牌的行銷與海外拓展業務，已陸續展開布局行銷全球。這將是朝向高附加價值兩端活動發展的微笑曲線之新營業發展模式。



## 裕隆汽車組織系統圖



## 營運據點

裕隆汽車持續進行LUXGEN自主品牌的發展，陸續推出新的車款，並相繼獲得國內市場的肯定，未來，裕隆將以台灣成功的經驗推廣至中國大陸、東南亞、俄羅斯及中東等新興市場，落實 Global Sourcing、結合內外部資源，導入差異化及優質商品，滿足消費者需求，實踐『自創品牌、行銷全球』的經營目標。



## 主要產品 多元化的車種任君選擇



### NISSAN 乘用車部分：

**GT-R** 車系：六速手自排跑車

**370Z** 車系：七速手自排跑車

**MURANO 3.5** 車系：無段變速運動休旅車

**ROGUE 2.5** 車系：無段變速運動休旅車

**JUKE 1.6** 車系：無段變速運動休旅車

**TIIDA** 車系：四速自排轎車

**BIG TIIDA** 車系：無段變速自排轎車

**SUPER SENTRA** 車系：無段變速自排轎車

**TEANA** 車系：無段變速自排轎車

**LIVINA** 車系：四速自排轎車/休旅車



### LUXGEN 乘用車部分：

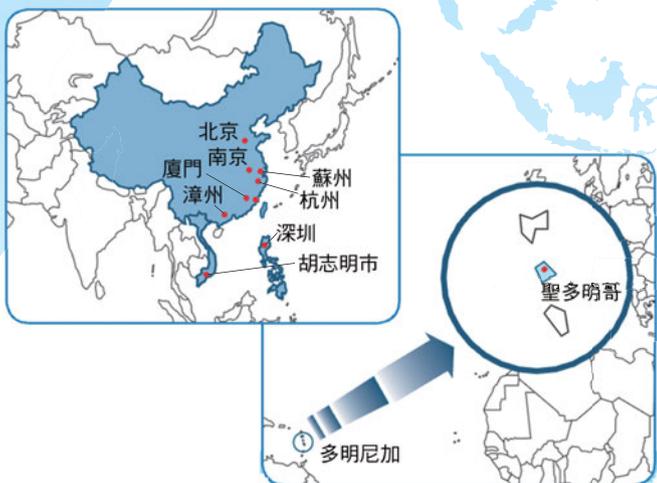
**LUXGEN7 CEO** 車系：五速手自排休旅車

**LUXGEN7 MPV** 車系：五速手自排休旅車

**LUXGEN U7 TURBO** 車系：五速手自排豪華休旅車

**LUXGEN U6 TURBO** 車系：五/六速手自排中型休旅車

**LUXGEN5 Sedan** 車系：五/六速手自排轎車



**INFINITI 乘用車部份：**

**EX37 車系(14年式改名 QXR50)：**七速手自排運動休旅車

**FX37 車系(14年式改名 QX70)：**七速手自排運動休旅車

**FX50 車系(14年式改名 QX70)：**七速手自排運動休旅車

**JX35 車系(14年式改名 QX60)：**CVT 附六速手自排七人座運動休旅車

**G37 車系(14年式大改,改名 Q50)：**七速手自排轎跑車

**G25 車系(14年式大改,改名 Q50)：**七速手自排轎跑車

**M37 車系(14年式改名 Q70)：**七速手自排轎車

**M25 車系(14年式改名 Q70)：**七速手自排轎車

# 經營理念

## 裕隆汽車的經營理念

追求顧客滿意、創造企業  
繁榮、貢獻社會福祉

## 裕隆汽車的目標

積極自創品牌，發展智慧  
科技車及綠色思考為導向  
之產品及服務，以成為國  
際級全球車廠之目標

裕隆汽車秉持以「創新  
(I)、速度(S)、團隊(T)」  
的企業文化，致力創建  
「人、車、生活」的樂  
活移動價值鏈。

## 裕隆汽車的願景

矢志成為「華人市場汽車  
移動價值鏈的領導者」



## 財務績效

2012年國內車市全年度整體汽車市場銷售狀況低於預期，台灣汽車總市場達到36.5萬台，較2011年的37.8萬台衰退3.4%，其中國產車銷售267,027台，較2011年281,198台衰退5%；進口車銷售98,844台，較2011年97,090台成長1.8%。(資料來源：台灣區車輛工業同業公會)

裕隆汽車2012年稅後純益29.56億元，每股稅後盈餘1.89元。

### ▲ 裕隆集團各品牌公司2012年銷售成果

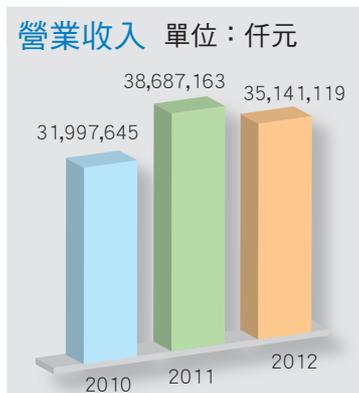
裕隆集團包括汽車品牌、研發、製造、通路、協力等事業體，2012年總營收由2011年的2,800億元增加至2900億元，年增率3.57%。

裕隆集團各品牌公司2012年銷售成果				2013年銷售目標
品牌公司	銷售(輛)	市占率(%)	營收(億元)	銷售(輛)
裕隆日產	40,901	11.53%	291.35	43,800
中華三菱	48,402	13.65%	338.3	50,000
納智捷	8,515	2.40%	85.2	14,750
總計	97,818	27.58%	715	109,750

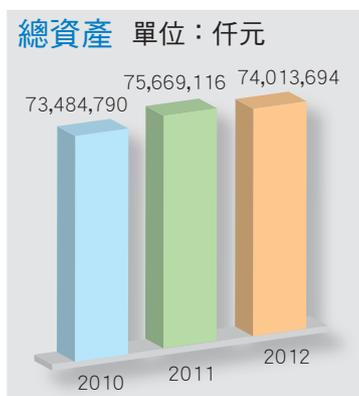
資料來源：裕隆集團



### 近3年經營表現



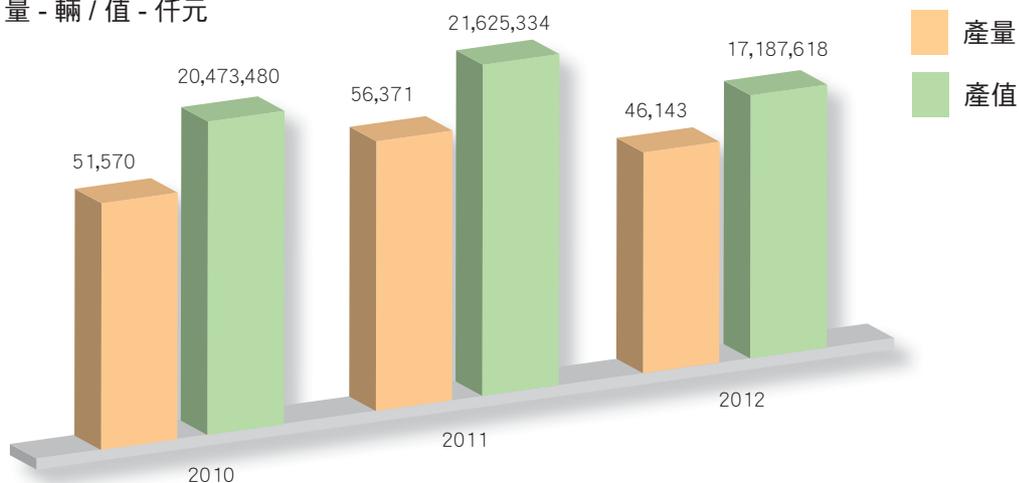
### 近3年股東權益報酬率



### 近3年生產量值

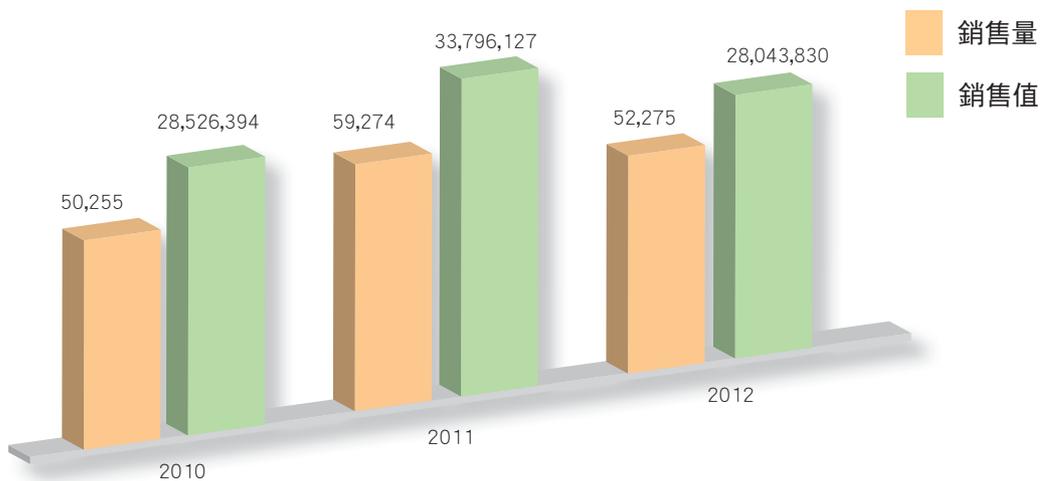
產能：80,000輛 / 年

單位：量 - 輛 / 值 - 仟元



### 近3年銷售量值

單位：量 - 輛 / 值 - 仟元



### 配合政策促進產業提升

促進產業升級條例	投抵項目	2012年可抵減稅額
產業創新條例第十條	研究與發展投資抵減	5,293,262
促進產業升級條例第九條	製造業及相關技術服務業五年免稅 及新興重要策略性產業五年免稅	16,675,891
合計		21,969,153

資料來源：本公司2012年之「依促進產業升級條例申報減免稅額通報單」



## 轉投資事業

為有效推動轉投資計畫，達成轉投資計畫目標及效益，本公司特訂定「轉投資事業管控要點」。本公司轉投資之裕隆日產公司亦受惠於大陸車市之蓬勃發展而認列大幅之投資利益，進而提升本公司之投資獲利。綜而言之，本年度轉投資之獲利情形相較去年將有顯著成長。

迄2012年底裕隆汽車已有133家轉投資公司，國內50家、國外83家，轉投資總額約新台幣464.7億元，2012年轉投資收益新台幣17.01億元，投資報酬率3.6%，預期轉投資家數、收益將持續成長。

展望2013年投資計畫，國內部份，自有品牌一納智捷將陸續推出新車款與積極擴展經銷據點。國外部份，亦將在俄羅斯及中國大陸推出新車款且積極擴展新經銷據點。此外電動車產業投資佈局將因應政府推動先導運行專案積極展開，期望持續創造獲利，滿足裕隆汽車所有利害關係人之期待。

## 裕隆集團汽車事業體



### 品牌與製造公司

- |          |            |
|----------|------------|
| 1. 裕隆汽車  | 5. 裕佳汽車    |
| 2. 中華汽車  | 6. 日產菲律賓汽車 |
| 3. 裕隆日產  | 7. 東風裕隆汽車  |
| 4. 納智捷汽車 | 8. 東南汽車    |

### 通路公司

目前有日產車系、三菱車系、納智捷車系、東風裕隆車系、東風日產車系、東南車系等多家通路公司

### 研發與協力公司

- |         |          |
|---------|----------|
| 1. 華創車電 | 10. 江申工業 |
| 2. 華擎機械 | 11. 杭州裕萬 |
| 3. 裕器工業 | 12. 杭州聯潤 |
| 4. 裕盛工業 | 13. 福州聯泓 |
| 5. 友聯車材 | 14. 福建台亞 |
| 6. 友永公司 | 15. 瀋陽金亞 |
| 7. 協欣金屬 | 16. 杭州穎西 |
| 8. 中華台亞 | 17. 杭州華創 |
| 9. 穎西工業 | 18. 杭州友創 |

### 水平公司及其他

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1. 裕融企業     | 9. 裕融租賃(蘇州) |
| 2. 格上租車     | 10. 正源科技    |
| 3. 新安東京海上產險 | 11. 前瞻管理    |
| 4. 行將企業     | 12. 新鑫公司    |
| 5. 行冠企業     | 13. 宏碩文化    |
| 6. 裕隆電能     | 14. 祥碩興業    |
| 7. 格上租賃(蘇州) | 15. 行快科技    |
| 8. 格上租賃(上海) | 16. 行毅公司    |

### 轉投資關係企業、重整之情形：

- 東風裕隆汽車有限公司，基於未來大陸汽車市場成長及營運資金需求，已於2012年一月完成6億元人民幣的現金增資，使東風裕隆公司註冊資本增加至27.5 億人民幣。
- 為整合大陸投資資源已於2012年成立「裕隆(中國)汽車投資有限公司」作整體規劃運用。
- 為積極拓展納智捷國外市場，2013年經多方努力後於俄羅斯成立「俄羅斯納智捷汽車有限公司」致力於推展納智捷車系的生產與銷售業務。
- 有關裕隆酷比品牌因銷量不如預期導致連續性虧損，經慎重評估後，為整合品牌資源並發揮綜效，逐步將酷比經銷公司與轉投資之日產品牌經銷公司予以合併，預計2013年底完成合併。
- 本公司轉投資之納智捷汽車公司為拓展海外市場、擴大經濟規模，進行新加坡與俄羅斯公司之設立。本公司為配合此項計劃，認購納智捷汽車公司現金增資發行新股新台幣9億6,000萬元，增資後持股比例為80%。
- 本公司轉投資之東風裕隆汽車有限公司因產能提升，為吸引和穩定更多的優秀人才投身於東風裕隆事業，投資人民幣2,000萬元成立納智捷（杭州）置業有限公司以進行生活園區之開發與建設，持股比例為100%。
- 本公司轉投資之裕隆(中國)汽車投資有限公司因考量大陸市場長期業務需要，與東風汽車公司各出資人民幣2,500萬元，合資成立東風裕隆汽車銷售有限公司，持股比例為50%。



## 公司治理

### ▲ 誠信、公開

秉持著誠信經營之精神，裕隆汽車不僅強調財務績效資訊透明，更重視企業社會責任，並充分揭露企業之非財務績效資訊，有關公司治理、董事會重大的決議、董事會薪酬等，均詳實的記錄與適時揭露，完整的資訊可參閱裕隆汽車2012年年報。

### ▲ 專業和誠信的管理

以關懷和忠誠的行為對待我們所有的利害關係人，運用專業和勤奮的管理，以確保給予公平、永續和有競爭力的回報，創造利害關係人最佳的利益。

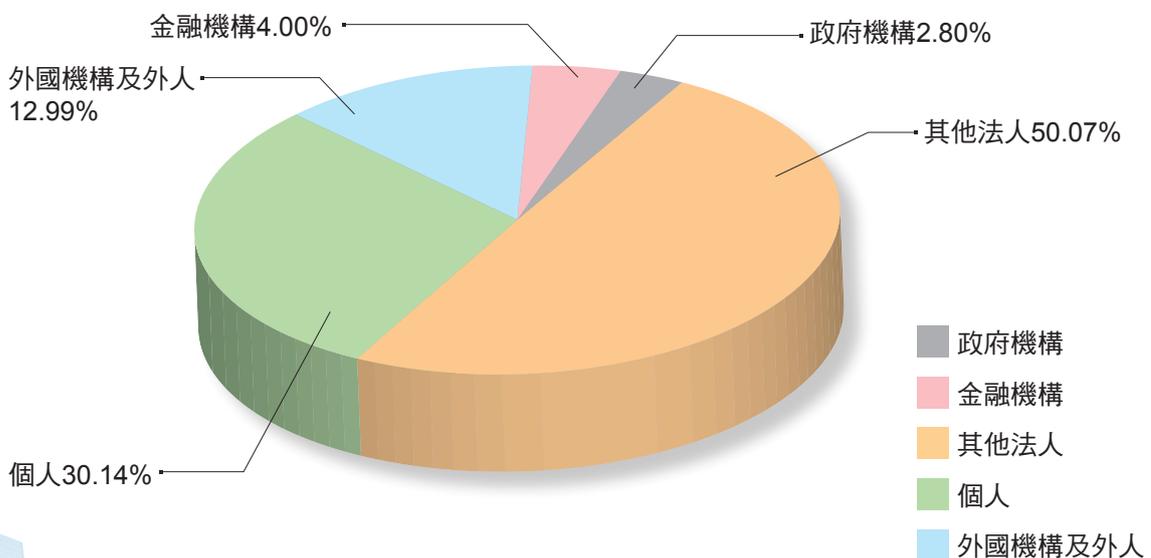
提供保障每個員工健康和安全的工作條件、傾聽員工並以誠意面對員工的投訴和問題、鼓勵和協助員工發展相關的技能和知識，並且避免非法活動，以促進公司之永續發展，提供員工之永續就業機會。

在商業交易的每個面向，公平的對待消費者，包括提供一個以客為尊的服務以及對相關產品或服務的問題與不滿的補救措施，並確實傾聽及接受消費者之申訴。

以公平與透明之方式進行商業活動，並確保商業資料的保密，尊重客戶和合作夥伴之商業資產與智慧財產。

盡力確保本公司向主管機關或對公眾揭露之資訊，是以完整、允當、正確、及時且可理解方式為之，並設立公司發言人及代理發言人，訂立統一發言程序，要求管理階層與員工保守財務業務機密，不得擅自任意散布訊息。

### ▲ 裕隆汽車股東結構



### ▲ 董事會組成及職權

裕隆董事會由12位具專業背景與技術經驗的董監事所組成，自律、健全的董事會是公司治理之本，裕隆汽車持續強化公司治理之運作、重視股東之權益。每年召開股東常會1次，董事會每季召集常會1次，必要時得召集臨時會。並以超然獨立精神提供裕隆汽車營運、法律及財務的專業諮詢。共同擔負公司策略、營運及監督之責，2012年董事會共召開6次會議。

裕隆汽車董事、監察人之酬勞皆按公司章程及薪酬委員會規定依適當比例給付，並經股東會同意後發放。董事會議事規範第16條亦明文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，致有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，並予迴避。

### ▲ 董監事專業知識及獨立性情形

董監事均具有豐富及多元的專業能力及職場經驗，也不定期參加各種相關課程，吸收新知並與裕隆汽車共同成長。除能對公司發展提供寶貴建議外，同時也對利害關係人的權益予以充分及全面的關注。本公司在2013年依法令規定選任設置二席獨立董事。

### ▲ 董事及監察人進修之情形

職稱	姓名	主辦單位	課程名稱	進修時數
董事	黃日燦	會計研究發展基金會	採用IFRS：變動與調整	3.0
		中華公司治理協會	透過公司治理評量善盡董監責任	3.0
		中華公司治理協會	施振榮談企業經營與公司治理	1.0
		中華公司治理協會	國際薪酬治理趨勢 與台灣薪酬委員會的挑戰	3.0
		證券暨期貨市場發展基金會	兩岸企業併購的發展與機會	3.0
		證券暨期貨市場發展基金會	企業併購與董事的法律責任與義務	3.0
董事	林信義	中華公司治理協會	國際會計報告準則(IFRSs)下 會計政策選擇對企業之影響	3.0
		中華公司治理協會	公司治理對董監事法律風險 的影響與效應	3.0
		中華公司治理協會	企業如何進行轉型與變革管理	3.0
		中華公司治理協會	培養與激勵企業創新思維	3.0
		中華公司治理協會	國際會計準則(IFRS)全球實務 及台灣企業因應之道	3.0
董事	劉一震	會計研究發展基金會	公司治理與風險管理	3.0
董事	李俊忠	會計研究發展基金會	公司治理與風險管理	3.0
監察人	戚維功	證券暨期貨市場發展基金會	上(興)櫃公司高階主管講座課程	3.0
	劉興臺	Gary Hamel論壇	因應未來的當務之急	2.0

## 具專業及獨立性的董事成員

102年4月13日

職稱	姓名	條件			符合獨立性情形										兼任其他 公開發行 公司獨立 董事家數		
		是否具有五年以上工作經驗 及下列專業資格			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
		商務、法律、財務、會計或公司業務所需相關科系之公私立大專院校講師以上	法官、檢察官、律師、會計師或其他與公司業務所需之國家考試及格領有證書之專門職業及技術人員	商務、法務、財務、會計或公司業務所須之工作經驗													
董事長	嚴凱泰			√							√		√				
副董事長	陳國榮			√			√	√			√	√	√				
董事	陳莉蓮			√							√		√				
董事	林信義			√			√	√				√	√				2
董事	姚振祥			√			√	√			√	√	√				
董事	黃日燦	√	√	√	√		√	√				√	√				3
董事	張樑			√	√		√	√	√		√	√	√				1
監察人	李俊忠			√			√	√			√	√	√				
監察人	戚維功			√			√	√			√	√	√				1
監察人	劉興臺			√			√	√			√	√	√				

註：各董事、監察人於選任前二年及任職期間符合下述各條件者，請於各條件代號下方空格中打“√”。

- (1)非為公司或其關係企業之受僱人。
- (2)非公司或其關係企業之董事、監察人(但如為公司或其母公司、公司直接及間接持有表決權之股份超過百分之五十之子公司之獨立董事者，不在此限)。
- (3)非本人及其配偶、未成年子女或以他人名義持有公司已發行股份總額百分之一以上或持股前十名之自然人股東。
- (4)非前三款所列人員之配偶、二親等以內親屬或五親等以內直系血親親屬。
- (5)非直接持有公司已發行股份總額百分之五以上法人股東之董事、監察人或受僱人，或持股前五名法人股東之董事、監察人或受僱人。
- (6)非與公司有財務或業務往來之特定公司或機構之董事（理事）、監察人（監事）、經理人或持股百分之五以上股東。
- (7)非為公司或關係企業提供商務、法務、財務、會計等服務或諮詢之專業人士、獨資、合夥、公司或機構之企業主、合夥人、董事（理事）、監察人（監事）、經理人及其配偶。
- (8)未與其他董事間具有配偶或二親等以內之親屬關係。
- (9)未有公司法第30條各款情事之一。
- (10)未有公司法第27條規定以政府、法人或其代表人當選。

## 集體智慧的經營團隊



## ▲ 內部控制制度

良好的內部控制制度是董事會及經營團隊所需擔負的責任，裕隆汽車早已建立、實施並持續維護公司內部控制制度。2013年3月25日對外提出2012年內部控制制度聲明書，裕隆汽車亦依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」所採用之內部控制制度判斷項目：控制環境、風險評估、控制作業、資訊及溝通、監督。此外，裕隆汽車之內部控制制度另設有自我監督之機制，缺失一經辨認，裕隆汽車即採取更正之行動。截至目前為止，裕隆汽車基於前項檢查結果，裕隆汽車的內部控制制度（含對子公司之監督與管理），包括知悉營運之效果及效率目標達成之程度、財務報導之可靠性及相關法令之遵循有關的內部控制制度等之設計及執行均屬有效，並能合理確保目標之達成。

## ▲ 內部稽核機制

公司內部稽核藉評估及改善風險管理、控制及監督流程之有效性，協助董事會及管理階層達成既定目標。目前裕隆汽車利用重大會議、專案會議及經營會議此三大重要會議決策及查核、控管年度專案進度、控管部門及年度目標進度等各項永續議題。公司內部亦有設置直轄於董事會的稽核室，直接對董事會負責，負責定期及不定期的針對公司營運成果提供稽核並檢查評估組織的活動，內部檢核作業程序從擬定年度內部稽核工作計畫開始，連同上級機關、董事長及董事會交辦之專案檢核案件，執行查核作業及檢核報告，重點在建議受檢單位改進事項並定期追蹤考核，相關檢核報告均送各董事及各監察人查閱。而若發現重大違規情事或公司有受重大損害之虞時也會通報各監察人，且將所發現之缺失及異常事項，確定相關單位業已及時採取適當之措施，直到完全改善為止，並列為各部門績效考核之重要項目。

本公司內部稽核單位隸屬於董事會，配置稽核主管1名，稽核人員2名。內部稽核主管之任免，須經過董事會過半數之同意為之。本公司管理階層非常重視內部稽核單位與人員，賦予充分權限，促其確實檢查、評估內部控制制度之缺失及衡量營運之效率，以確保該制度得以持續有效實施。稽核對象包括本公司各單位及子公司。

## ▲ 公司行為準則

本公司董事及監察人均本著忠實誠信原則及注意義務執行職務，並未發生訴訟事件或違法行為之情事，公司定期舉辦董事、監察人與員工之企業倫理教育訓練及宣導事項，並將其與員工績效考核系統結合，設立明確有效之獎勵及懲戒制度之情形。本公司於『工作守則』中納入了不得營私舞弊、反貪瀆的相關規範，新進員工職前訓練時並予宣達應瞭解工作守則之規定，忠勤職守。全體工作人員應遵循從事商業行為時應有的倫理與責任，範圍涵蓋員工個人、群體及公司對公眾、其他利害關係人等。公司嚴格禁止任何貪污腐敗行為，並將此觀念落實在員工教育訓練計畫當中，以達重視預防宣導的成效。

### ▲ 透明的資訊揭露

裕隆汽車依相關法規及『上市上櫃公司治理實務守則』辦理資訊公開，除了本公司網站及每年定期出版年報外，裕隆汽車自2007年起每年出版一本企業社會責任報告書，2011年並經外部針對該報告書進行驗證並獲得A+等級，同時每年延攬各部門代表與外部專家共同組成企業社會責任推動小組(簡稱CSR小組)，負責本報告書編輯工作，持續未來推動企業社會責任的方向。

裕隆汽車並設有發言人及代理發言人作業機制，以提升資訊揭露的透明度及準確性。即時發布重大訊息資訊及充實公司網站資訊內容等，所有利害關係人關心之議題之揭露，並提供利害關係人完整即時之財務與業務資訊。同時依照行政院金管會證期局發布的「公開發行公司網路申報公開資訊應注意事項」規定，建立公開資訊網路申報作業系統，定期申報每月營業額、財務報告、內部人股權異動、股東會開會資料等公開資訊，及不定期申報公司基本資料、取得或處分資產、公司債發行相關資料等公開資訊，另適時揭露重大訊息。

### ▲ 風險管理

裕隆汽車特別將『安全衛生室』隸屬董事會，足見公司對風險管理之重視與負責。

風險管理查核由董事長、總經理、各副總經理、各處室主管等高階主管負責走動管理，不定期赴現場走動，以實地查核現場風險狀況，並鼓舞員工士氣，期洞燭機先，避免風險。將所查獲優缺點，由安全衛生室負責追蹤、統計及管理，每月並將辦理情形陳報董事長核批，均追蹤至完全改善為止，亦即循『PDCA』持續循環改善之管理運作機制，隨時辨識風險事件並加以管控，以達有效之風險管理。

其他如外匯風險方面本公司成立外匯避險操作小組，負責外匯避險操作，以降低匯率變動之風險。亦與主要材料供應商日產汽車公司訂有匯率風險分攤辦法，以確保取得穩定而合理的材料供應價格。另為降低外匯需求及材料價格，每年亦訂有零件國產化採購目標。



## 企業社會責任管理與推動

### 承諾與回饋

裕隆汽車的營運力求達到或超越道德、法律及公眾要求的標準為期許，營運活動的同時亦考慮到對各利害關係人造成的影響，企業除了考慮自身的財政和經營狀況外，也要加入其對社會和自然環境所造成的影響的考量。

公司認為貫徹CSR是將理念轉入實務運作，CSR應該要跟企業的成長做結合，才能不僅對社會更有利，也能更加符合大眾的期待。企業的競爭指標不再只有規模、營收等數據，而是比企業的文化、道德等獨特競爭力，而且企業社會責任是對社會回饋的一種方式。

我們持續推動台灣的自主品牌與電動車等計畫，一方面為台灣打造引領潮流的華人品牌，另一方面也將推出符合節能減碳趨勢的環保電動車，讓傳統的汽車產業也能躋身新興的綠能產業。裕隆汽車認為，社會責任的實踐就像經營事業一樣，要有策略、遠景、目標。

我們對企業社會責任的實踐與用心不會中斷，身為標竿企業的我們，多年來始終持續扶助弱勢團體、參與社會公益、獎助球隊菁英、贊助藝文木雕、協助廠區周邊建設、致力生態保育、關心地方人文、推廣環境教育、帶動地方進步。

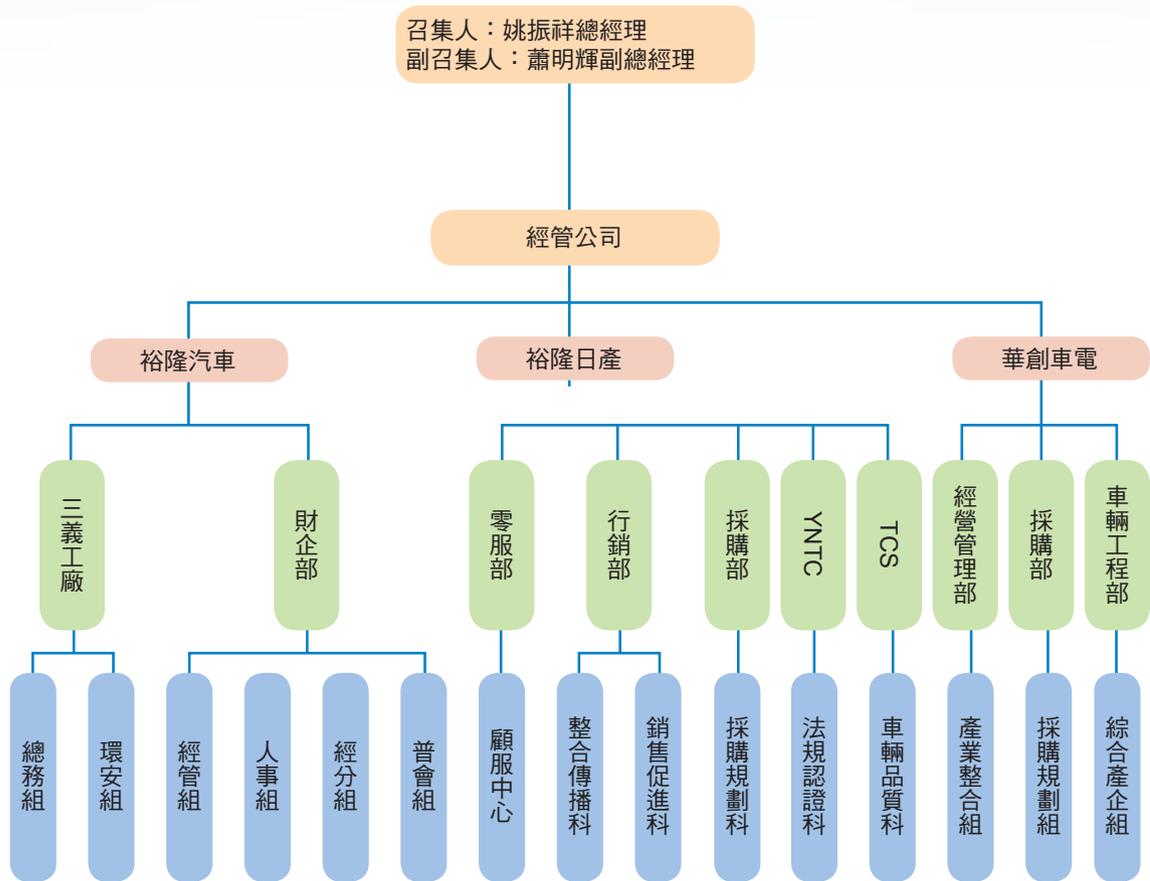
### ▲ 裕隆汽車企業社會責任(CSR)的實踐

#### 企業公民，品德第一

我們十分尊重與遵守國內外、各地區的法律和規範以及企業道德倫理觀，在經營實踐中將裕隆汽車的價值觀與國際社會的共識相互融合與協調。具有全球化視野充分關注各國、各地區的多樣性，將國際共識納入我們經營的視野，經營近一甲子的裕隆在國內外的法規中，迄今均無任何違法事件。

為落實企業的社會責任，我們擴大成立CSR專案組織，首要工作為協助編製裕隆汽車企業社會責任報告書，除了持續努力「公司治理」「環境政策」「社會參與」等三大面向外，更希望加強國際最新CSR關注的水資源、勞動人權、性別平等、顧客關係維護等議題。組織中各單位需負責提供其在企業社會責任努力與承諾的事項資料。藉由該組織使裕隆汽車員工更重視企業社會責任意義與重要性。

## 裕隆汽車CSR專案組織



### ▲ 裕隆與利害關係人

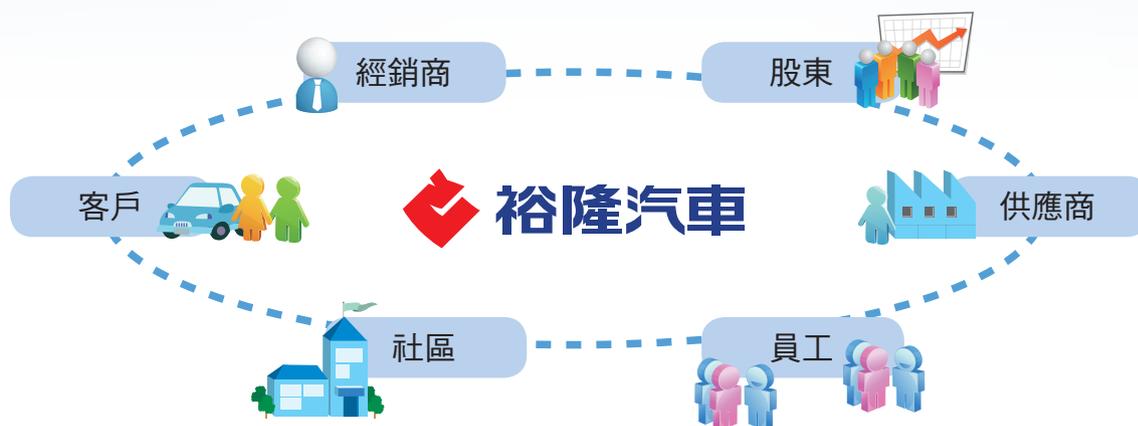
裕隆汽車用心傾聽利害關係人的聲音，今年再次透過會議共同鑑別裕隆汽車利害關係人的類別，也再次發出利害人對企業社會責任關心議題之間卷給各利害關係人，瞭解利害關係人關注的議題，進而鑑別利害關係人關注的議題。希望能在經營活動的多元面向與我們的利害關係人共享最大的利益。

#### 鑑別利害關係人

今年我們透過CSR編製小組的會議仍然將裕隆汽車的利害關係人鑑別出客戶、員工、股東、供應商、經銷商及社區。我們強調尊重利害關係人權益之作為大致有：

- ☆本公司應與裕隆汽車的各利害關係人或公司之利益等相關者，保持暢通溝通管道，並尊重、維護其應有之合法權益。當利害關係人之合法權益受到侵害時，公司將秉持誠信原則妥適處理。
- ☆本公司已建立員工溝通管道，並鼓勵員工適度反映員工對公司經營及財務狀況或涉及員工利益重大決策之意見。
- ☆本公司在保持正常經營發展以及實現股東權益最大化之同時，亦關注消費者權益，並透過行銷包裝積極參與各類型活動以提昇公司公益形象及善盡本公司之社會責任。

## 裕隆汽車的利害關係人



### 利害關係人溝通與交流

裕隆汽車對我們的利害關係人採取主動溝通的態度，透過媒體、網站、工會、相關會議、年報、內部刊物等各種管道，即時合理地傾聽或回應外界的聲音。

今年我們再次由CSR編製小組擬定出不同利害關係人的企業社會責任關注議題之問卷。裕隆汽車是傳統產業，雖然有些利害關係人並不是很熟悉『企業社會責任』，然而我們希望隨著『企業社會責任』的觀念日漸深植人心或裕隆汽車率先潛移默化帶領利害關係人更熟悉『企業社會責任』之重要性。

### 問卷溝通管道

由CSR編製小組透過會議共同擬定出不同利害關係人的企業社會責任關注議題之問卷，今年發出問卷與回收統計如右，回收問卷加以彙整分析後，並鑑別出各利害關係人關注之議題，作為公司經營決策之參考。

2013年CSR利害關係人問卷調查統計表

利害關係人	發出份數	回收份數	回收率	備註
供應商	60	52	87%	電子郵件
經銷商	40	29	73%	紙版
社區	50	23	46%	紙版
員工	100	63	63%	紙版+電子郵件
股東	50	20	40%	紙版
客戶	50	50	100%	紙版
合計	360	237	65.8%	

## 其他溝通管道

今年裕隆汽車仍然根據以往與各利害關係人的合作關係經驗及透過媒體、網站、工會、相關會議、年報、內部刊物等各種管道瞭解利害相關人關注之議題。

利害關係人	溝通方式	關切議題
客戶	1.客戶滿意度調查 2.定期與客戶舉行品質會議 3.提升成本競爭力，減輕客戶負擔	◎ 產品可靠度 ◎ 綠色產品 ◎ 成本競爭力 ◎ 售後服務
員工	1.定期與勞方代表互動 2.發行刊物多元溝通 3.員工關懷列車活動 4.員工滿意度調查	◎ 薪資/津貼 ◎ 教育訓練 ◎ 工作環境 ◎ 職涯發展
股東	1.每年召開一次股東常會 2.每年依規定發行財務年報於股東會發送 3.於公開資訊觀測站公佈經營狀況及重大訊息 4.公司官方網站設有投資人專區	◎ 獲利情形 ◎ 經營與財務風險 ◎ 風險管理 ◎ 法規符合度
供應商	1.不定期派員巡廠，協助供應商提升品質 2.進行各項定期檢討報告或會議，透過面對面方式進行公司策略與目標宣達、品質績效檢討、合作計劃進度報告、市場資訊分享... 等事項之溝通。	◎ 履行企業社會責任 ◎ 認識綠色產品元件 ◎ 法規符合度
經銷商	1.每月舉辦經銷商大會 2.每年舉行兩次董事會 3.每月定期收集經銷商財報彙總分析	◎ 銷售滿意度 ◎ 顧客滿意度 ◎ 產品品質競爭力 ◎ 產品價格競爭力
社區	1.設有專責單位及人員，負責關懷社區居民並敦親睦鄰 2.增進地方就業機會，促使地方繁榮 3.扶植觀光休閒產業	◎ 環境面衝擊 ◎ 經濟面貢獻 ◎ 法規符合度

## 鑑別利害關係人關注之議題

在鑑別利害關係人關注之議題所產生的質疑，我們委請外部的相關專家，針對問題、價值，進行深入研究，兩害相權取其輕，做出最有利大眾的方針、政策。關於企業社會責任管理的關鍵議題鑑定，我們除了藉由上述之其他溝通管道、分析媒體報導、國人汽車購買喜好調查，消費者滿意調查、以及全球汽車產業標竿等方式，實際提出問卷於我們的各利害關係人，並回收統計，加以客觀性的羅列關鍵議題及其順序，透過本公司CSR編製小組會議共同對於高、中度重視之議題均詳實揭露於CSR報告書中，而利害關係人低度關切之部分僅於報告書內容概述之。

# 前瞻未來

## 自主品牌、行銷全球

### 裕隆汽車SWOT分析



每一年，裕隆都以SWOT分析作為公司發展的參考指標，並透過研擬中期策略，將外部環境中所遭遇到的成長契機和營運威脅投射在公司實際執行策略的制定之上，藉以持續強化公司具有的優勢並改善本身的弱勢。

針對上述SWOT分析，未來我們採取的因應對策是持續發揮裕隆在汽車製造和經營自有品牌所累積的技術和經驗，配合未來環境保護的趨勢、能源和貿易等相關法令，積極開拓海外以及中國大陸市場。

裕隆透過SWOT的分析，緊貼汽車產業趨勢的發展，期望讓汽車製造本業能力更精進，品牌之路走得更穩固、更堅實。

## ▲ 未來重大資本支出

單位：仟元

計劃項目	實際或預期完工日期	2010~2016所需總額	實際或預定資金運用情形						
			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
機器及設備擴充	2016年	1,391,543	3,000	275,650	142,576	242,580	242,580	242,580	242,580
生產設備	2016年	1,083,903	63,898	166,969	94,836	189,550	189,550	189,550	189,550
環保設備	2016年	79,590	8,025	21,677	17,288	8,150	8,150	8,150	8,150
資訊設備	2016年	539,008	40,709	75,010	68,895	88,576	88,576	88,576	88,576
品保設備	2016年	368,776	2,883	34,866	1,427	82,400	82,400	82,400	82,400
營繕工程	2016年	800,762	87,654	14,756	188,576	127,444	127,444	127,444	127,444

## ▲ 資本支出預期效益

- ☆強化多品牌代工策略，並配合各品牌新車型量產導入，透過機器及設備之擴充，藉以提升各生產線之效率及品質，進而增加產品之市場競爭力。
- ☆依據各品牌新車型專案時程，更新及汰換老舊生產系統及設備，以達成各項產品之開發時程及品質目標。
- ☆配合政府「五期排污」環保政策，增加防治污染相關設備之使用，同時降低生產過程所消耗之能源。
- ☆因應系統整合並提高效率，投資資訊設備軟硬體，更新生產資訊系統、財務資訊系統、管理資訊系統，以增進財務及管理分析報表之精準度。
- ☆藉由更新品質檢驗設備，減少生產過程所產生之瑕疵，以確保整體生產流程之穩定性。
- ☆為提高本公司土地資源運用效率，並考量整體市容環境開發，除將建構住商綜合大樓外，另規劃興建公園綠地，美化整體環境，進一步創造經營綜效，帶動新店汽車城周邊地區之新消費生活圈。

## ▲ 未來發展方向

長期業務計畫方面	自主品牌行銷全球	<p>裕隆持續進行LUXGEN 自主品牌的發展，自2009年後持續推出的LEXGEN MPV、SUV、Sedan等車型相繼活得國內市場的肯定，2011年更在大陸成功推出LUXGEN SUV上市，未來，裕隆將以台灣成功的經驗推廣至中國大陸、東南亞、俄羅斯、中美洲以及中東等新興市場，落實Global Sourcing、結合內外部資源，持續導入差異化及優質產品，滿足消費者需求，實踐「自創品牌、行銷全球」的經營目標。</p>
	發展電動車	<p>呼應國際環保節能趨勢，裕隆全力發展綠能電動車產業，以發展自主品牌EV電動車款來結合潔淨科技，追求低汙染的用車生活，進一步帶動台灣電動車整車、電動車零組件、儲能、碳相關及社區能源五大產業，建構綠能發展價值鏈，促使電動車產業為台灣創造另一個兆元產業，以迎頭趕上國際車壇的環保潮流。</p>
	佈局兩岸汽車產業	<p>鑒於兩岸汽車於研發、製造及市場行銷等具有高度互補性，裕隆積極督促政府建構合作平台，加強推動兩岸產業合作及創造進入大陸與東協等國際市場的機會。此外，本公司與大陸東風集團成立的「東風裕隆汽車」於2011年成功推出LUXGEN SUV，未來期待將LUXGEN台灣的成功經驗複製於大陸市場，擴大車型生產規模、降低研發、模具攤提費用，提升裕隆汽車的競爭力。</p>
短期業務計畫方面	提升製造服務滿意度	<p>裕隆為多品牌專業製造廠，為因應多品牌業務需求，將努力提升各品牌製造品質、成本、交期及服務滿意度，提供各品牌專屬的客製化服務、最有競爭力的製造品質，以達成品牌公司與裕隆雙贏的局面，使裕隆成為兩岸三地最佳專業汽車製造商。</p>
	活化資產運用	<p>本公司今年積極進行新店B廠區開發計畫之規劃作業，目前已完成建築師、代銷公司、景觀公司等團隊之遴選作業。整個開發計畫將朝智慧綠建築方向規劃，整合裕隆本業的智慧車以及智慧住宅、智慧商場三個不同領域，具體實現無縫生活的想法。本案未來開發完成後，將對區域經濟發展及就業機會產生具體的貢獻，並形成新北市新興商業中心。</p>
	內部改善流程	<p>本公司持續透過內部流程改善及內部稽核，改善風險管理、控制及監督流程之有效性，並運用KOM系統掌握公司各部門目標執行狀況，積極努力於成本遞減、品質提升與推動工安環保衛生等，以有效提高公司營運管理績效及品質。</p>



## 關心地球

- 31 氣候變遷的風險管理
- 32 積極環境保護之作為
- 39 友善的工作環境
- 46 提供安全與多元化的產品

## 氣候變遷的風險管理

### 創建低碳交通的未來

近年來由於人類經濟活動的快速成長，所製造之化學品及產生之空氣污染，正以空前未有之速度，改變大氣結構。全球地表溫度的上升，過高的溫室氣體濃度將會引致災難性的全球氣候變化，造成極區冰層融化，海平面上升而陸地減少；洋流模式改變、降雨模式改變，水災、乾旱、風災等異常氣候發生頻率與強度都增加，近年來大自然對人類的反撲越來越明顯，區域性的氣候變遷會改變森林、農穫量及水供應量並威脅人體健康、危害鳥類、魚類甚至其他更多的生態體系。近年南亞海嘯、日本東北海嘯、世界其他地區大地震、風暴、洪水、乾旱等災難頻傳，人類付出的代價與成本更是難以估計，因此，減緩溫室效應等積極的環境作為刻不容緩。裕隆汽車除了持續節能減碳、保護生態和諧更承諾竭力開發電動車的技術，以建立未來的低碳交通。

溫室氣體是造成地球暖化的主因，二氧化碳占溫室氣體比例最多，世界各國也紛紛提出了抑制二氧化碳的政策，裕隆汽車早於2005年12月即成立華創車電公司，致力於電動車的研究開發，並已實現電動車以台灣品牌驕傲推出。電動車正是我們為減緩全球氣候變化、為實現低碳經濟社會為目標作出最具體的貢獻。此外，我們面對氣候變遷的風險管理，除了積極提昇能源效率、節能及回收利用、配合政府相關措施外，主要因應作為如下：

#### ▲ 發展低碳電動車

世界各國致力於減碳計畫，『智慧電動車』將成為汽車產業下一個成長動能。近年來，台灣政府也著手推動「四大新興智慧型產業」-雲端運算、智慧電動車、智慧綠建築、發明專利產業化，正式將電動車產業列入重點項目之一。裕隆集團以前瞻的遠見，早於2005年積極投入資源進行研發，並將這項重責大任交付華創車電，在華創車電團隊努力之下，整合各項相關技術，實現高性能高效率的節潔能動力電動車，並研發與問世-LUXGEN EV<sup>+</sup>，勢必將成為低碳交通英雄。

#### ▲ 溫室氣體減量及節能減碳管理

裕隆汽車因應【全球暖化】與CO<sub>2</sub>【總量管制】之趨勢，2007年Q4乃成立綠能專案活動至今，以抑制環境污染並降低製造成本；各能源產生CO<sub>2</sub>排放以電力、油品、天然氣佔97%，故設定三大能源效能提升與損失改善為活動主軸；活動期間以『無效運轉』、『過量運轉』、『效率低』三大損失源執行改善；並以『CO<sub>2</sub>年總排放』及『單位台排放量』為管理指標；達成減碳目標。

#### ▲ 碳排放揭露

碳排放的管理與碳排放資訊的揭露與溝通日形重要，本公司歷年進行溫室氣體之排放量盤查及減量計劃，並主動將成果公開與揭露包含本報告書、公司網頁等。

#### ▲ 建制節能減碳相關制度

為更有效率的在生產製程中使用原物料、資源，並進而降低製程成本，本公司遂率先業界建制原物料投入、產出的物質流成本會計系統及汽車碳足跡盤查與計算。這些都是因為我們重視企業在經濟生產時碳排放是否能盡量予以降低之所為。

## 積極環境保護之作為

### 致力環保、共創潔淨

裕隆汽車深信環境管理是未來數十年中所有人類最重要的課題之一，公司高層公開揭露對溫室氣體排放減量之承諾，以減緩氣候變遷的惡化，我們持續愛惜並保護自然生態環境，透過環境管理系統，從辦公室各

處節省能源，並妥善處理廢棄物，提升員工的環境意識。包括提供給客戶的各項產品，其設計與製造過程亦均符合環保要求，並與政府密切合作加強環境保護。近年更積極推動劃時代的低碳電動車，以期對潔淨的環境盡一份心力。此外，我們也率先業界應用節能減碳的相關管理工具，如物質流成本會計、汽車碳足跡的計算，希望透過這些相關的環境管理制度以達成整體環境保護之目標。

#### ▲ 環境管理

本公司三義工廠早於1993年3月通過環境管理系統ISO 14001認證及驗證。

#### 綠能專案小組

2007年成立綠能專案小組，以責任制與專案小組的管理方式嚴格控管節能成效，本小組以降低碳排放與製造成本為核心目標，針對『運轉超時』、『供給過量』、『運轉效率低』三大能源耗損進行問題改善，其中針對能源耗損較

高的汽車塗裝製程、組裝流程改善投入許多心力，如塗裝場冷卻水增設分流閥，減少水資源浪費並降低馬達運轉耗能；改善塗裝場烤爐運作機制節省天然氣耗損，六年來排碳量從原本19,956噸低減到16,325噸總排碳量較前減少18.2%；隨著產能提升，2007年年產34,429台至2012年提升46,057台，每台車的製程碳排放低減38.8%，兼顧生產效能與成本效益。

#### 推行環境管理系統

裕隆汽車重視環境管理系統之建置、推行與驗證，全面推行安全衛生與環境管理制度，在日常管理中透過監督與量測、內部稽核、督導矯正與預防措施等，以確保環境政策目標之達成。同時每半年亦透過英國標準協會(BSI)進行外部稽核，適時提出觀察事項與缺失改善建議，近六年並未發現任何缺失。

#### 環保教育訓練

環安教育訓練2012年共投入832人次、3,469小時。除持續推行多項環保專業教育訓練以提昇同仁對安環衛基本認知外，亦在節能減碳課題上進行許多觀念及教育宣導，強化同仁對環境生態的愛護及節能抗暖化的觀念。



↑ 裕隆汽車成立節約能源服務團授旗大會。

#### 環保政策

- 符合或超越相關法規及國際公約之要求。
- 將製程中之廢氣、廢（污）水、廢棄物等污染之排放降至最低且導入低污染、無毒性之原料的。
- 推動資源回收再利用，以達成減廢之目的。
- 持續推動環境管理活動、傳播環境保護理念。



### ▲ 環境保護績效

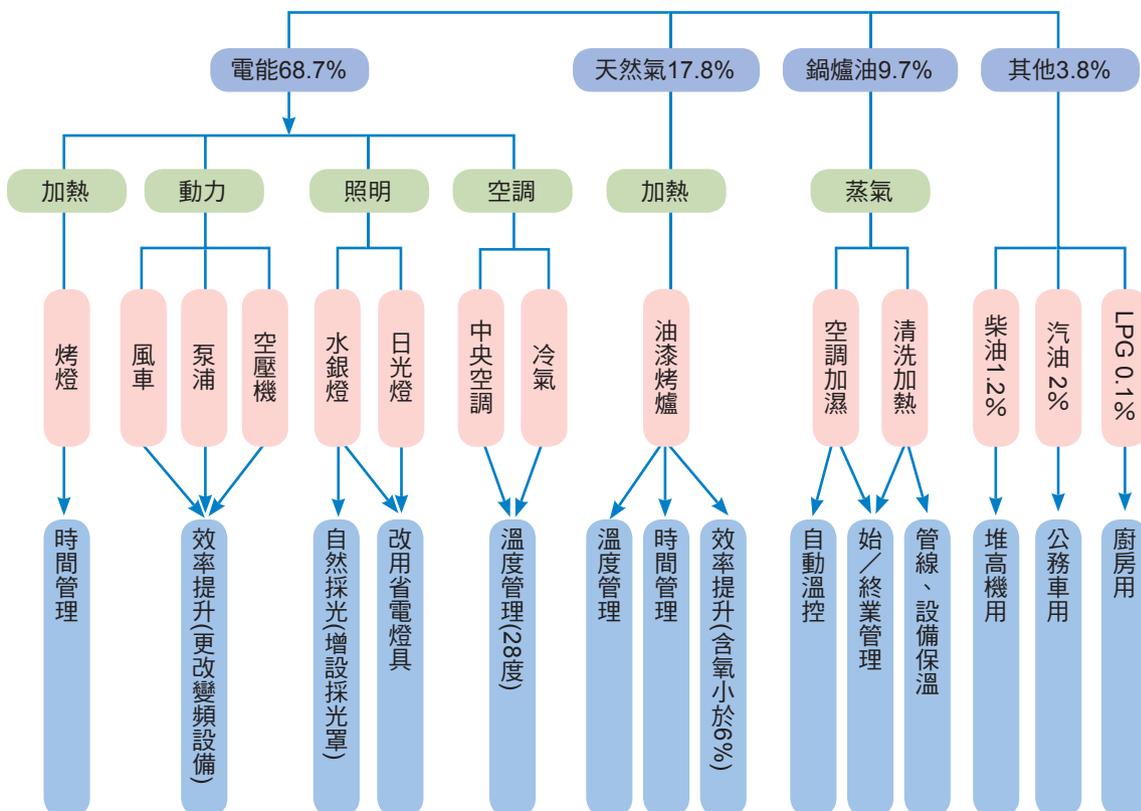
裕隆汽車制定節能節水策略，並設置節能節水設施，如改善系統設計、採用高效率設備，並引進操作運轉的節能手法，使公司在節約能資源的成效皆相當顯著。2012年自來水用水度數15,667度，地下水用水度數430,670度，此外，為響應政府節能減碳政策，裕隆汽車由各單位推派代表成立節能減碳小組，推動並執行各項節能減碳方案，並依區域劃分為三義廠區與新店汽車生活城，三義廠區將生產系統用電、間接單位用電分別管理，依工作特性提出改善方案並落實執行，新店汽車生活城則針對空調及公共區域照明進行節能改善。節能減碳小組每個月透過「節能檢討會議」瞭解各單位的節能實績並透過現場實地確認的方式，確保改善方案的落實度。

裕隆汽車三義工廠在製程管理上，致力於提升能源使用效率、降低二氧化碳排放，直接由總經理推動能源管理與節能方案。三義工廠降低了二氧化碳的排放量，在能源使用效率與電力節約的成效斐然。

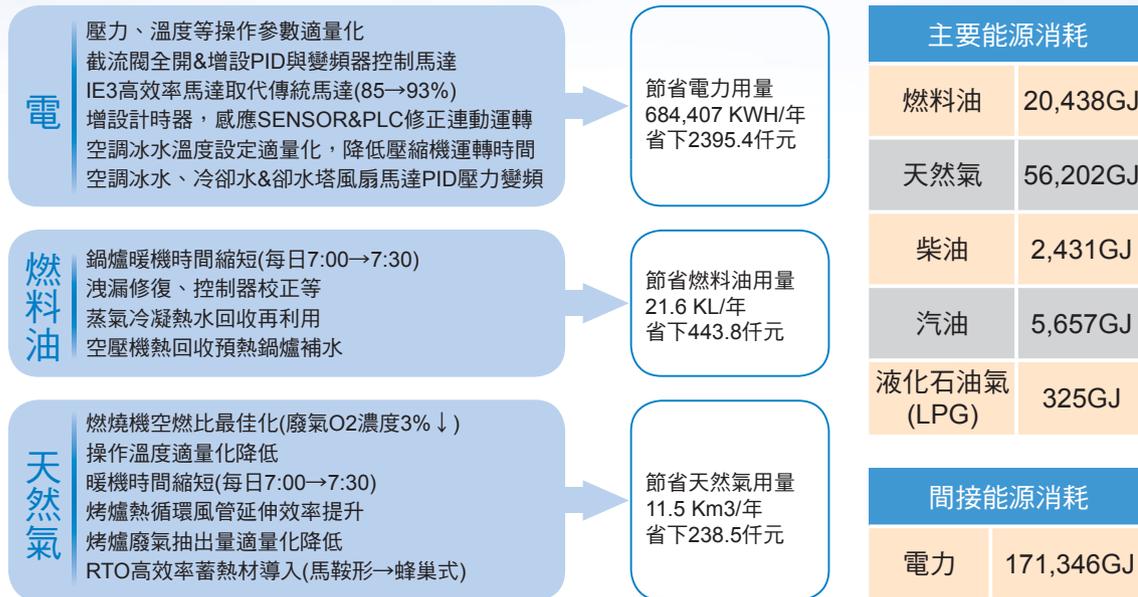
節水方面，過去幾年本公司在油漆工場前處理低污染水洗槽製程用水回收再利用，及車裝工場試漏水製程增設過濾系統與循環管路以回收製程用水，每年至少回收19,500立方米之製程用水，同時亦考慮雨水儲存機制的可能性。

### 節能使用相關措施

#### 能源使用



## 節能節水活動與成效



## 溫室氣體減量

### 裕隆汽車配合國家二氧化碳 2009~2012年溫室氣體排放量情形

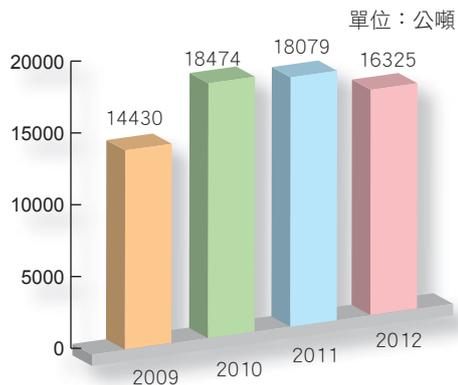
間接能源消耗	2009	2010	2011	2012
碳總排放量(公噸-CO2/年)	14430	18474	18079	16325
生產台數(台/年)	29148	51625	56369	46097
單位台車排放量(公噸-CO2/台)	0.495	0.358	0.321	0.354

裕隆汽車配合國家二氧化碳減量政策，致力於推動溫室氣體排放減量工作。2005年公司成立「溫室氣體盤查小組」處理溫室氣體鑑定、盤查與減量問題，2006年簽署「溫室氣體盤查與自願減量宣言」，並訂定各部門降低二氧化碳排放之減量目標，致力於推動溫室氣體減量措施。

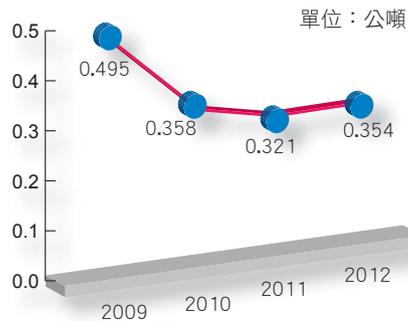
裕隆汽車依循ISO 14064的標準程序進行各廠區之GHG盤查、數據蒐集、排放量計算、文件製作與減量計畫進行工務、品檢、生管、製造及行政支援部門的溫室氣體排放量之盤查和執行之推動，裕隆汽車二氧化碳排放量單位台排放量2012年比2007年低減38.8%，遠高於原設定累計目標30%。2012年裕隆汽車自行盤查溫室氣體排放量為16,325公噸，單位台車0.354公噸。

本公司間接溫室氣體排放主要是外購電力，其他公務車、交通車及供應商、員工差旅等之排放量小，故不予以計算。2012年用電計1,832萬度，間接溫室氣體排放量為11,212噸。

2009~2012年溫室氣體總排放量



2009~2012年單位台車溫室氣體排放量



## ▲ 廢棄物處理

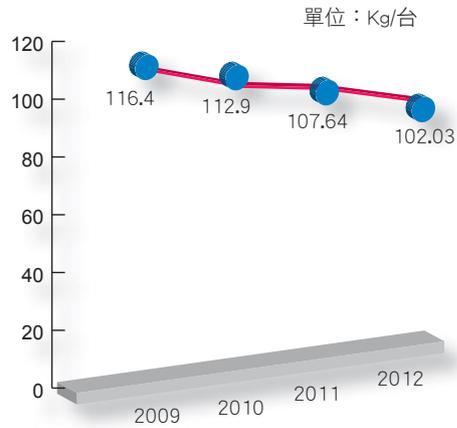
裕隆汽車為降低廢棄物可能衍生的環境危害，致力於減少廢棄物產生量與積極落實資源化，從源頭端之採購到製程使用後之棄置等各階段皆加以管理，透過管理與妥善分類，期廢棄物減量再利用之效益提升。同時依據「裕隆汽車事業廢棄物管理要點」與「裕隆汽車事業廢棄物追蹤作業原則」以加強管理，並配合現有廢棄物清理與資源回收再利用法規要求。每季追蹤檢討各單位廢棄物管理成效，協助引進最佳可行技術，以促進廢棄物減量與資源回收再利用，以便有效的利用能資源或減少在產品活動或服務中所引起的環境衝擊。

公司所產出廢棄物以污泥、漆渣、廢金屬、鐵鋁屑、廢車材、生活垃圾、廢機油及其他廢棄物為主，均集中於廢棄物暫存區。

### 2009~2012年廢棄物總產量



### 2009~2012年單位台車廢棄物排放量

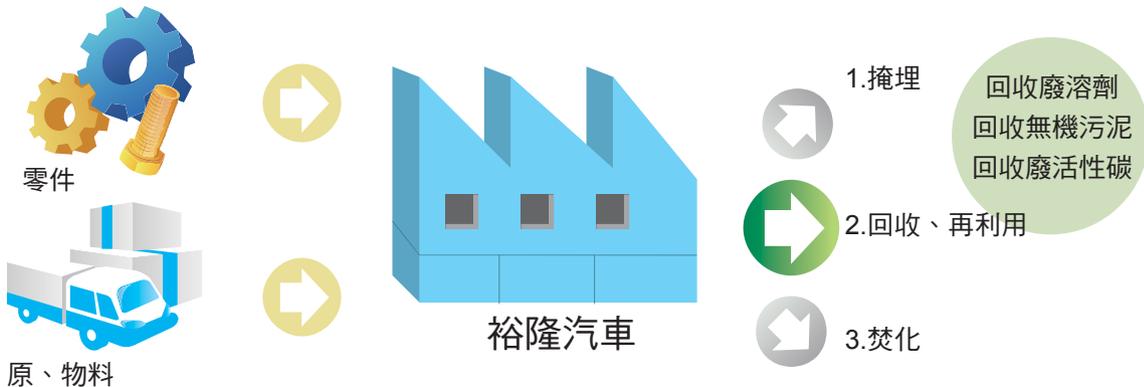


### 2009~2012年各類廢棄物產量

年份	鐵類	紙類	塑膠類	玻璃	木材	油類	污泥類	漆渣	溶劑	活性炭	一般	其他
2009	910	503	141	0.7	1,534	14.1	63.5	82.2	7.4	0	137	42.0
2010	1,406	828	164	4.7	2,872	0	116	115	18	0	216	86.9
2011	1,374	839	158	0.68	3,039	7.99	119	153	22.6	0	215	138.6
2012	999	701	127	6	2,258	2	123	107	22	10	227	118

單位：公噸

### 廢棄物處理方法 廢棄物之處理流向



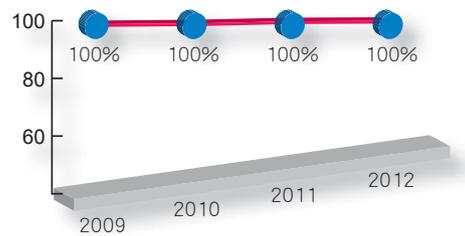
### 廢棄物回收再利用

為符合資源永續利用目標，裕隆汽車積極落實廢棄物及資源化措施，將工廠產出的廢棄物委託國內資源回收再利用業者，製成資源化產品。2011年促成廢棄物回收再利用量約6,067公噸，廢棄物回收再利用率高達約100%。廢棄物產生量的改善及資源化績效皆十分卓越。2012年廢棄物回收再利用量約4,703公噸，廢棄物回收再利用率高達約100%。廢棄物產生量的改善及資源化績效皆十分卓越。

#### 2009~2012年廢棄物處理流向比例

處理流向	2009	2010	2011	2012
掩埋	0%	0%	0%	0%
回收再利用(含焚化)	100%	100%	100%	100%

#### 廢棄物回收再利用(含焚化)-百分比



### ▲ 空氣污染防治措施

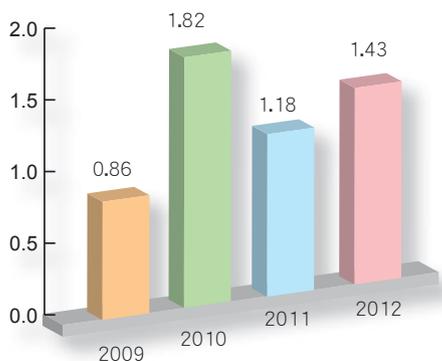
裕隆汽車排放空氣污染物的產生源以油漆 工場之揮發性有機化合物 (VOCs)、硫氧化物(SOx)、氮氧化物(NOx)及總碳氫化合物(THC)為主，公司除已裝設蓄熱式廢氣燃燒氧化爐(RTO) 防制設備，近年來亦採取各種空氣污染防治措施，以防制空氣污染影響作業員工、廠區周圍居民的健康並維護廠區週界的環境空氣品質。

#### 空氣污染防治措施

- 使用天然氣作為能源，減少空氣污染物的產生。
- 塗料與稀釋劑中的有機氣體透過水幕與負壓裝置以降低人體暴露量。
- 廠區加裝煙道排放品質監測螢幕，以有效監控製程產生的各種空氣污染物。
- 加強管控VOCs的燃燒爐、鍋爐及烤爐之燃燒效率。
- 配合國家污染排放減量政策，推動VOCs減量計畫。

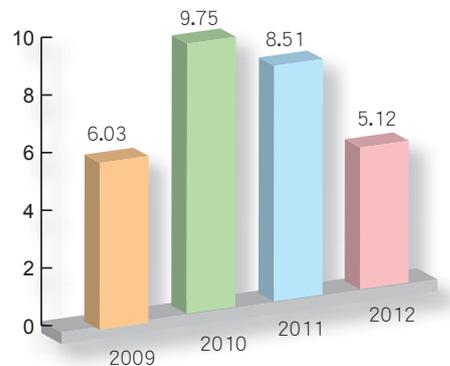
#### 空氣污染排放量

懸浮粒(Pm)年排放量  
單位：公噸



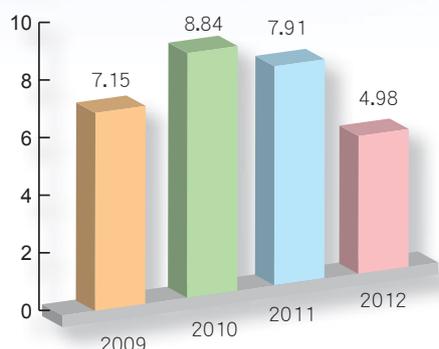
#### 硫氧化物(SOx)年排放量

單位：公噸



### 氮氧化物(NOx)年排放量

單位：公噸



### 揮發性有機化合物(VOCS)年排放量

單位：公噸



### 水污染防治

工廠排放的塗裝廢水通常富含有機污染物，故水質監測重點係以化學需氧量（COD）、懸浮固體（SS）及重金屬等項目為主，全廠廢水污染防治工作重點在於實施廢水源頭與製程減量、雨污水分流處理、設置雨水截流設施、擴充及維護既有的廢水處理系統以及落實廢水回收再利用；且對於各項水質指標作定期量測並建立趨勢圖追蹤，以期維持最佳之運轉狀態，達到廢水處理效率提升與節能減廢的目標。本公司製程及生活廢水經由廢水廠處理後，由正大門排放口排放，最終流入海域中，無因取水而重大影響水源。污染物濃度如下：

### 2009~2012年廢水排放污染情形

單位：公噸

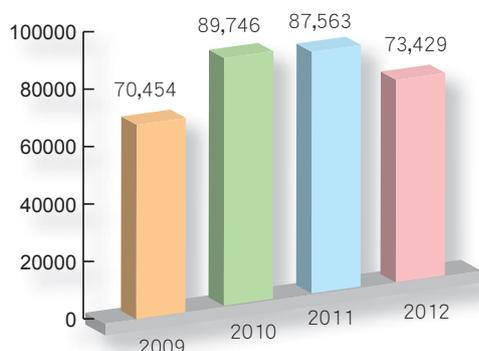
	2009	2010	2011	2012
COD	32.4	32.5	15.78	15.26
SS	ND < 1.0	ND < 1.0	ND < 1.0	ND < 1.0

註：

- 1.ND(No Data)意即所分析之數據遠低於儀器所能量測之極限，故顯示無數據。
- 2.COD標準值=<100mg/L；SS標準值=<30mg/L

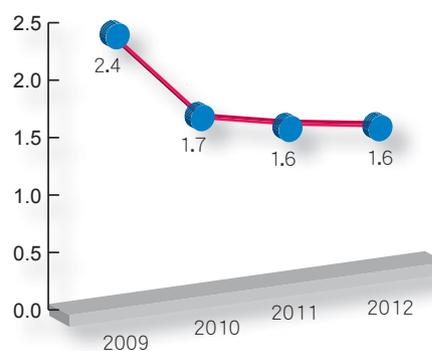
### 2009~2012年廢水排放量

單位：公噸



### 2009~2012年單位台車廢水排放量

單位：公噸 m<sup>3</sup> /台



### 毒性化學物質管理

本公司已停用毒性化學物質-重鉻酸鉀；並向主管機關申請廢棄，並於2012年12月19日委託大發事業廢棄物處理廠處置完成。

### ▲ 重視生物多樣性

裕隆汽車重視生物多樣性的具體行動包括造林、設有機農場及綠色製造活動等。自2007年起有計畫在三義廠區種植7萬顆樹苗，2011年響應世界地球日，裕隆汽車參與「2011百萬森林計畫」，與國內100家企業及全國大專志工學生超過2萬人齊聚台北市福德坑環保園區植樹，希望以實際的行動，讓地球降溫。

三義廠與總公司非位於或鄰近生態保育區，且裕隆汽車也沒有因營運而造成保育類物種之影響，且廠區內、廠房外，積極進行植樹，每年編列經費進行造林計畫，實現工廠公園化、生態化的目標。因大量植樹，使用有機肥料等環境友善之產品及減少污染，目前已於廠區發現珍貴稀有隻二及保育類動物石虎、麝香貓蹤跡。

### ▲ 臭氧層破壞物質管理

裕隆汽車配合政府政策及法令規定要求，禁購海龍，以FM-200替代，其他凡是因為製造過程所產生會破壞臭氧層的氣體或物質，如NOx.SOx.及微量的冷媒，公司則從設備更新、製程技術加以努力改善，其各項成果均低標於我國環保署制定標準。

### ▲ 環保支出與投資

我們持續對環境保護的努力，未因運輸所造成的重大環境衝擊。今後我們仍需以更新設環保設備等環保投資以提昇環保之改善與績效。

單位：仟元

2011年各類環保支出與投資		2012年各類環保支出與投資	
空壓機壓縮熱能回收	8,618	空氣污染防治	19,709
熱泵導入	4,977	水污染防治	5,082
環境污染設備維護費	4,389	廢棄物處理(含分類、其他改善...)	4,019
廢棄物處理費	9,650	繳納污染防治稅(空、土污費)	8,175
污染防治稅	7,415	其他費用(節能...等)	6,328
合計	41,423	合計	43,313

單位：仟元

2011~2013年環保支出與投資預算			
支出項目	2011	2012	2013
節能、污染防治設備及改善費用	7,500	21,900	18,600



# 友善的工作環境

## 安全、安心

### ▲提供安全、安心的工作環境

為使生產作業順利進行，並確保工作人員生命、財產安全，裕隆汽車承諾善盡企業的使命與責任，確保全體員工與利害相關人的安全與健康。我們提供資源與訓練，從所有產品的設計、施工、生產及服務過程中強調安全衛生工作，符合法規要求，嚴謹於『PDCA』的循環管理機制，持續改善人員、設備及環境之風險，注重損害防阻及促進員工身心健康；以安全衛生做為企業經營核心價值，並強調員工自我安全意識，共同達成零事故零災害之目標。



### 勞工安全衛生委員會

裕隆汽車設置有「勞工安全衛生委員會」，委員會成員共18名，除了包含安全衛生管理師、醫師、護士，另涵蓋廠區不同領域之成員，其中工會或勞工選舉之代表6員，佔三分之一。勞工安全衛生委員會主要的功能為對環安工作每季的成果與外部環境變化報告、針對勞工安全衛生政策與自主管理計劃進行協調與建議，並對環境現況、設備與作業條件等研議改善對策。我們具體訂定工安、衛生的推進活動，定期召開會議，會議決議事項作為公司推行安全衛生工作之指引，藉此保障公司員工安全與健康。

## 工安查核制度

裕隆汽車對員工及承攬商之安全衛生非常重視，積極推動工安查核，如：高階主管走動管理、工安專業查核、工場新建之安全查核及各階層主管之工安分級查核等，所發現缺失均透過資訊系統追蹤至改善完成，力求事先發現不安全環境與行為，以防範事故之發生。

工業安全衛生室亦訂定工安查核等準則，由工安查核小組實際到各單位查核，也要求各單位自行辦理內部之工安查核，辦理工安環保績效考評工作，並辦理主管人員工安查核及分級查核訓練及工安宣導活動，教導各級人員行為安全理念、安全觀察程序及項目，全力推動建立安全行為工作，期許提供持續改善機制，以提升工安績效。此外，為掌控事故狀況，訂定「緊急應變計劃準則」及「緊急應變演練執行重點」等規範（包含承攬商及訪客），定期演練以熟悉其應變步驟，以期在事故發生時能降低災害之擴大及減少人員、設備之損失。

## 承攬商安全管理

在承攬商安全管理除了完善的管控制度，我們還是要再三強調自我安全意識的重要，並制訂有「工程承攬商安全衛生管理辦法」、「工作許可管制準則」等規範，對承攬商人員之安全管理採取與企業員工相同標準，並嚴格執行，將承攬商員工的傷害事件視同員工的傷害事件，列入調查、改善事項、記錄與追蹤。此外，特別成立「工程查核小組」，不定期赴各單位施工現場，執行不預警之查核工作。



↑ 暑修承攬商施工安全衛生講習

### 加強承攬商安全管理措施

嚴格要求承攬商人員依標準作業程序及施工順序進行施工。

承攬商安全衛生人員施工期間每日全程在場督導安全衛生，如勞工安全衛生人員不在場，予以暫停施工。

對承攬商實施安全衛生訓練及測驗，未受訓練者不得入廠工作。

以電腦管制廠商進出工地，各單位主管隨時掌握廠區內進行之工程項目及承攬商人數。

工程依危險性予以分級，高危險工程監造人員全程督導，原則上假日不施工，如須施工，相關主管應在場督導。

加強門禁檢查，禁止攜帶違禁或不符合安全規定之工具、物品入廠；如有私自攜帶菸火或於非指定地點吸菸，經查獲則該人員永久禁止於本公司工作。

工程契約明訂工作項目及責任歸屬，要求承攬商簽署安全切結書，保證施工安全。

## 設備安全管理

推動風險管理及設備完整性業務，建立設備安全管理流程。以設備的內容物及操作條件等決定其腐蝕環路、經風險基準檢查（RBI）進行設備分級，根據其關鍵程度，規劃工廠的維修保養制



度。較危險性設備做比較詳盡的檢查以確保設備能安全操作。使用期間操作人員要做自動檢查、重點檢查、作業檢點，並於法定期間報請勞檢機構實施定期檢查合格後方可繼續使用。

在設備的區域內，因應人、事、地、物的安全所提出安全管理的辦法，應以標準作業程序書管制。例如限制（防爆）區的人員進出管理程序、上鎖/標示管理程序、斷電/復電程序，這些安全工作規定與設備並非有直接關係，更與高危險性化學物品的洩漏沒有直接關係，但與工廠人員安全及設備操作有極大的關聯，故要求工廠須具備這類安全工作規定。

依《勞工安全衛生法》、《勞工安全衛生組織管理及自動檢查辦法》之規定，於年度開始前制定自動檢查計畫，辦公大樓機電設備亦協調行政部門依法制定自動檢查計畫，全年均依計畫執行自動檢查。

將設備之規範、圖面、維修情形及檢查資料等均鍵入系統管理，建立設備安全管理流程，規範設備持續操作之步驟，實施維護保養相關人員訓練，進行設備檢查與測試改善，確保人員與設備安全，進而確保產品之品質提昇工廠生產力，達成設備完整性之積極目標。

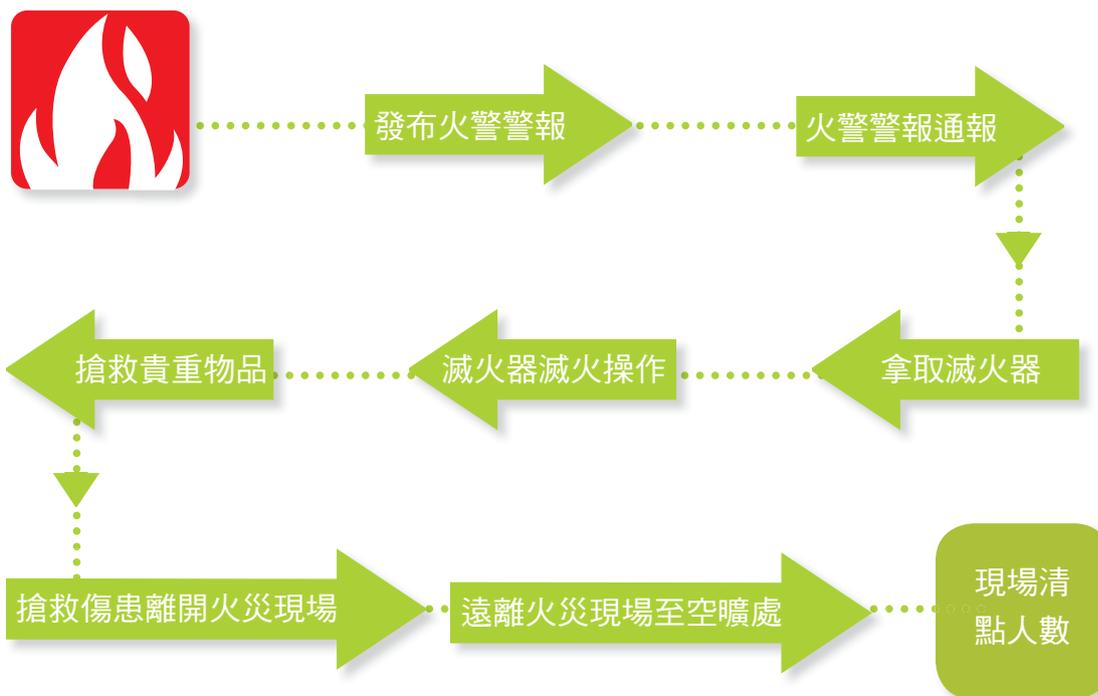
### 工安教育訓練與宣導

2012年工安教育訓練為共投入749人次、3,093小時。課程涵蓋預知危害及安全操作行為、安全管理手法之案例分享、建構機台本質安全設計系列課程、危害防止及風險管理基礎與進階概念、消防救災理論與實務、緊急應變(ERT)編組成員訓練與定期演練、交通安全宣導。



↑ 工業用機械人安全教育訓練

### 火災發生之緊急標準流程演練



其他相關訓練課程紀實



▲ 工安績效

為防止工安事故與降低火災發生所造成的損失，自2009年7月起陸續與勞委會中區檢查所共同在廠區零災害的管理目標裡，裕隆汽車建立設備安全等級與危險因子的檢查基準，藉著風險預知的管理與作業環境及行為的稽查，將災害的可能發生源事前消除，以主動式的預知風險管理達成零災害的目標。

2012年失能傷害事件	
事件	對策
跌倒	增加作業平台長度(3 m - > 5.4m)& 加強人員安全教育宣導

工安事故				
年度	2009	2010	2011	2012
件數	1	1	1	1

失能傷害				
年度	2009	2010	2011	2012
失能日數	25	8	31	21
死亡人數	0	0	0	0

※失能日數：因單一工作傷害之原因而導致失去繼續工作能力之累積時數，以8小時換算為一工作日。



## ▲ 提供優質和諧的職場環境

### 健康生活、快樂工作

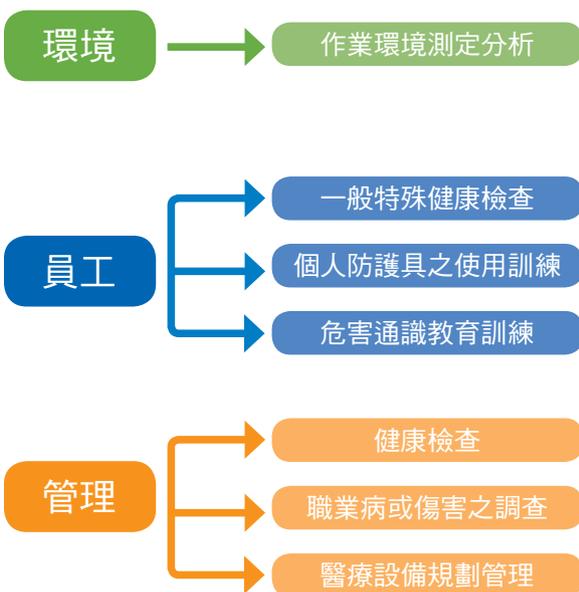
裕隆汽車認為健康的員工是維繫企業正常營運的基礎，照顧員工的身心健康，是企業的責任，裕隆汽車隨時站在員工的角度，多元性照顧員工的健康，有健康生活才能快樂工作。

### 醫務室的服務

裕隆汽車設專屬的醫務室，配置特約到廠服務專科醫師一名及專任護理師兩名，提供員工、員工眷屬及當地社區居民優質的醫療服務，以多元健康照護方向，全方位來守護同仁的健康。

針對特殊及一般作業在職同仁舉辦到廠健檢服務，更主動的將所有同仁的健檢結果依分級標準針對肝炎、心血管疾病族群及其他健康問題進行長期追蹤管理。

內、外科診療及急診處理	醫師會提供員工不受干擾的診療諮商服務，也有多年急診處理經驗，員工、員工眷屬及當地社區居民若有任何健康方面的疑問都可以向醫師請教。
戒菸特別門診	提供免費協助戒菸服務，希望能幫助員工成功戒菸，並避免吸菸所導致的健康危害。
健康檢查	每年至少會安排一次大型的健康檢查，請大型醫院到廠為員工健檢，健檢項目除了有一般的物理檢查、尿液、血液、肝功能、B型肝炎、血脂肪、X光等檢查外，也會針對特殊作業環境工作的員工，給予如噪音作業、粉塵作業與鉻酸及其鹽類作業等特殊作業檢查。而醫務室醫生在檢查結果出來後會進一步分析，個別提供員工貼心的醫療服務。
施打疫苗	每年貼心提供流行性感感冒疫苗施打服務。
急救訓練	教導CPR急救技巧，讓員工對急救有更進一步的認識及應變。



		員工健康檢查			
		2009	2010	2011	2012
人數 (人)	一般	631	115	151	776
	特殊	56	126	246	302
到檢比例 (%)		97	100	100	99
費用(元)		79,430	11,500	40,900	125,600

※1.一般健康檢查係依據勞基法制定標準施行。  
 2.特殊健康檢查對象：包含從事噪音、粉塵、有機溶劑、特定化學物質、游離輻射、異常氣壓等作業人員

### 舉辦員工健康講座

101.05.01	毒蛇咬傷處置	102.04.26	CPR演練
101.08.05	菸害防治宣導	102.05.15	戒菸宣導活動
101.08.05	蔬果579宣導座談會	102.05.22	心血管疾病預防
101.08.01~ 101.10.31	健康減重競賽活動	102.06.28	職醫至現場詢視與衛教(預防職業病傷害)
102.04.23	H7N9流感	102.06.7	狂犬病宣導、動物抓傷處置
102.04.08	H7N9流感防疫措施說明	102.07.19	心肌梗塞症狀及如何處理

### 傳染病防疫措施

面對新興傳染病對職場的潛在威脅，公司由專責單位持續防疫新興傳染病發生，並擬定工作場所防疫因應計劃，例如新型流感就是近年來極為重要的防疫標的。公司保護員工健康同時也鼓勵員工將防疫知識應用到家庭，讓員工能安心於工作。

平時配合政府防疫工作(如：工作場所消毒、流感疫苗接種)外，並由總務組醫務室配合各類疾病之流行季節及地區對同仁進行宣導及衛教活動，如腸病毒、登革熱、H7N9...，均為每年度會進行宣導的項目。

可能造成大流行之傳染性疾病，如H7N9、禽流感等新型病原體或一般法定傳染病，於特定時間內可能於國內造成大規模流行，由總務組醫務室及安衛室蒐集疾管局最新防疫資訊及由專業醫師評估後給予建議，依其傳染模式、癒後狀況及可能造成之影響，進行防疫物資準備及公司防疫措施決定後施行，並依疫情發展隨時進行調整，至疫情趨緩或消失後結案，並將相關資料留存做為日後防疫工作之參考。

### 新型流感因應措施

若有引發民眾恐慌的新流感發生，我們也立即針對公司內部防疫措施進行討論及準備，並採取相關管理措施。配合國內疫情發展，不定時進行宣導，建立同仁正確的防疫觀念，若不適即時戴口罩就醫並通報診療所，由醫務室進行追蹤及自主健康管理協助。裕隆汽車之防疫策略重點如下：

1. 差旅同仁防疫：以電子郵件知會各部門，儘量避免安排差旅行程。
2. 防止入境訪客將病毒帶入公司：於正大門口進行來賓體溫量測，發燒來賓婉拒入廠參訪。
3. 同仁每日體溫回報：罹病同仁及接觸者回報，並由總務組醫務室 及安衛室同仁追蹤其狀況至結案。
4. 公共區域及罹病同仁工作區域加強消毒。
5. 交通車之消毒及防疫。

### 職業病管理及通報的機制

為避免員工罹患職業病，裕隆汽車除了檢視每年例行的勞工健康檢查報告及員工就醫紀錄外，並依照勞工保護規則相關規定制定職業病管理及通報的機制。



依勞工健康保護規則第三條辦理，每月聘任專任職業醫師臨場服務。

職業病通報機制：

廠內	由醫務室通報管理單位、工廠安全衛生室進行管理、實施環境改善及適度調整配工。
廠外	由醫務室向衛生主管機關報備，包括縣衛生局、縣府勞動及社會資源處、行政院勞工委員會中區勞動檢查所。

## ▲ 具體作為

### 女性員工的便利環境

重視女性職場權益與建構適合的工作環境也已經是全球企業的趨勢，裕隆汽車為了建構一個女性友善的工作環境而不斷努力，增加促進工作平等措施之相關假別；另設有哺乳室於醫護室旁，提供有需要的女性同仁使用。裕隆汽車於2002年3月制定兩性工作平等法，規範『性騷擾防治措施』、『性騷擾申訴辦法』，此外，廠內設置性騷擾申訴專線，分機1357。且於辦公室周邊張貼防止性騷擾之標誌與標語，以建立兩性平權、相互尊重的工作環境。

性騷擾防治手冊主要包含：

性騷擾防治手冊  
性騷擾防治聲明  
性騷擾防治辦法  
性騷擾受害申請書



廠內性騷擾  
申訴專線  
分機1357

提供哺乳室及哺乳時間	為落實兩性工作平等法，裕隆設置哺乳室於醫務室並提供哺乳時間，倡導母親哺育母乳的觀念，並滿足有此需求的女性員工。
結婚補助	裕隆提供員工結婚津貼與婚假等福利項目，此外，裕隆汽車為體恤懷孕中的女性員工，特別讓準媽媽們能開車進入廠區停放於辦公室附近，提供孕婦最大的方便。
交通車	裕隆提供交通車，每天往來台中、苗栗，讓居住於此的員工能免去通勤的勞累，而更多的心力兼顧家庭。
禮俗假	裕隆禮俗假中，訂有子女上小學之假別，員工於子女入學時，可申請一日禮俗假，讓父母能參與、陪伴子女重要的時刻。

### 無障礙空間

為便利行動不便者進出，辦公設施均依建築技術規則設有室外引導通路、坡道及扶手，室內通路走廊、升降機語音及點字設置、梯間前引導、迴轉空間及廁所等均依規定完整規劃、設置。

## ▲ 工安與衛生支出

2012年工安與衛生支出	
安全衛生器材	375,214元
作業環境測定費用	82,400元
危險性機械&設備檢查費用	30,100元
合計	468,114元



## 提供安全與多元的產品

### 多品牌、多車種、綠色車

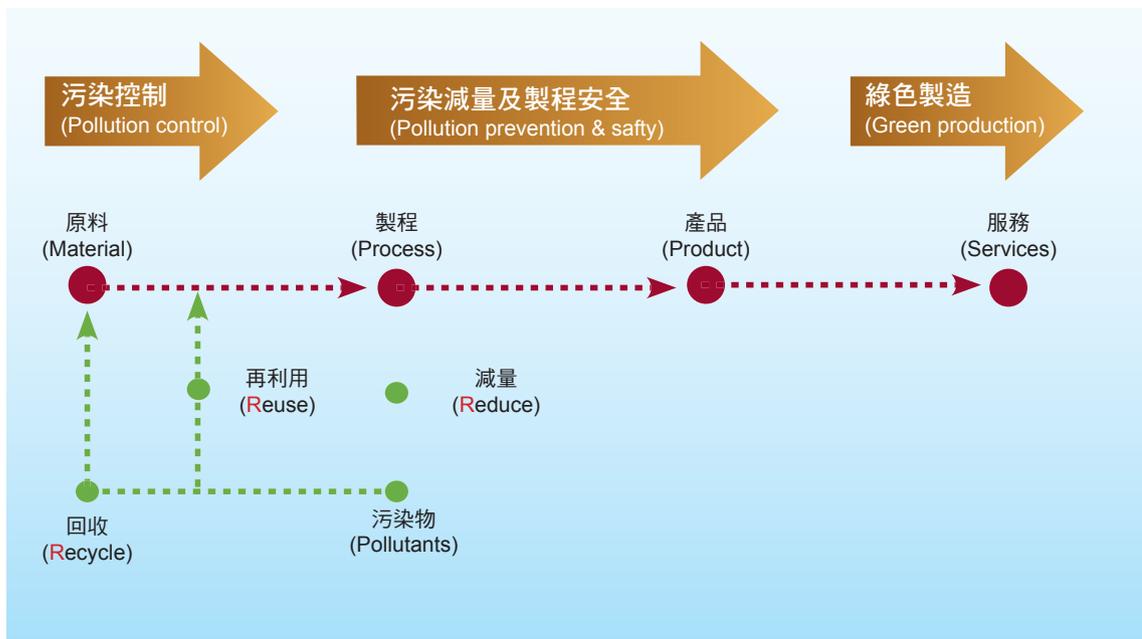
為減少環境污染，多年來投入大量資源致力於產品的綠色設計，生產車型導入可回收塑材，響應歐盟制訂的「零件材質刻印規範」，於汽車零件上清楚標示零件的主要材質及添加物，提升汽車零件的回收率。唯因汽車產業特性，其生產無回收原料使用情事。

裕隆汽車致力推動企業節能減碳，投入相當多資源於產品的「綠色設計」，盡力為環境減少負擔與污染，並在針對設計、開發產品時即對環境性能進行評估並設定具體的目標，預先做產品環保評估，使技術創新與產品研發上落實環境保護的執行，降低社會的環境負荷。此外，前瞻綠色能源趨勢，裕隆汽車積極投入綠色能源車輛研發，推出零排碳的LUXGEN電動車，提供地球最純淨的動力，改善環境空氣品質，為節能減碳盡一份心力。

### ▲ 綠色製造

歐盟現已頒佈車廠需在2020年符合每公里排碳少於90g的產業標準，否則將不允許銷售。電動車不僅零排碳，性能與同級車相比也毫不遜色，且能源效率更是汽油車的兩倍、油電混合動力車的1.7倍，電動車將是綠能潮流發展上一次到位的最佳方向。

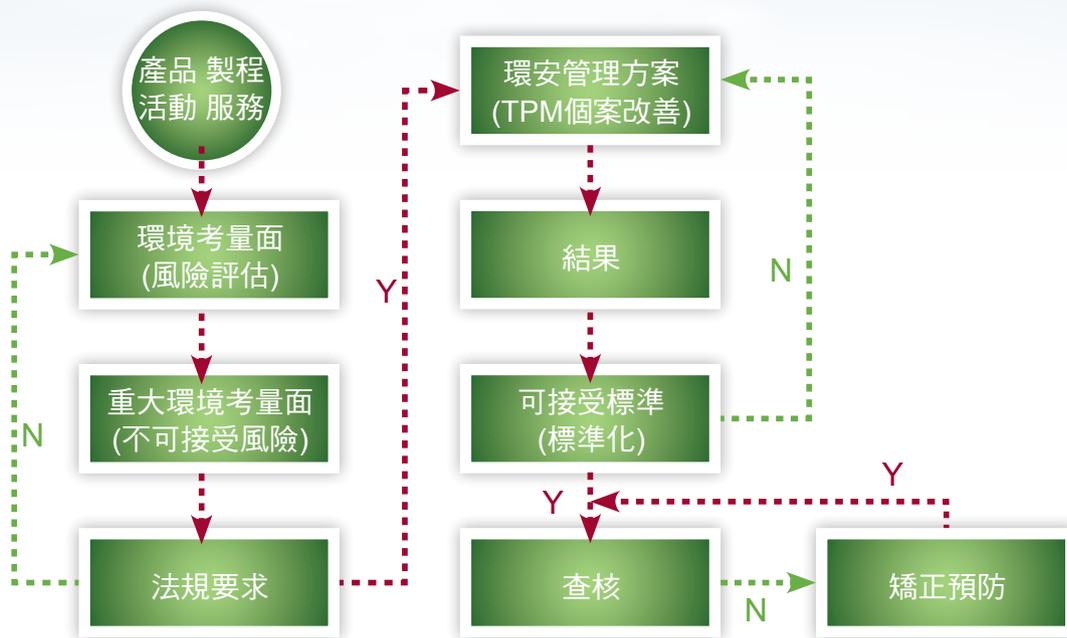
綠色製造活動是在於持續地應用整合且預防的環安策略於製程、產品及服務，以增加生態效益和減少對於同仁及環境的危害。



◎降低CO2排放，考量區域環境衝擊。

◎透過3R活動及土壤及地下水污染監控，減少產品製程對環境的衝擊。





#### ▲ 多品牌、多車種

除了自創品牌的LUXGEN7 和tobe電動車外，裕隆汽車代工製造及代理其他安全、環保的優勢車款。

#### ▲ 省油新科技

汽車更省油，讓地球更輕鬆，因為地球的資源有限，應讓每一滴資源都發揮最大的動力。裕隆汽車致力於省油新科技，各個層面都以節能、減碳為目標。在增進人類生活品質的同時，更盡到環境保護的責任，因此，產出一部省油的汽車是裕隆汽車戮力的目標。

#### ▲ 取得節能標章車款

裕隆汽車取得節能標章車款有BLUBIRD SYLPHY G11 TS 1997C.C. CVT 4D、ROGUE SL AWD、ROGUE SL、ROGUE、SERENA C24C7A、SERENA C24C8A、TEANA J32L 2496c.c (請參閱節能標章全球資訊網)。

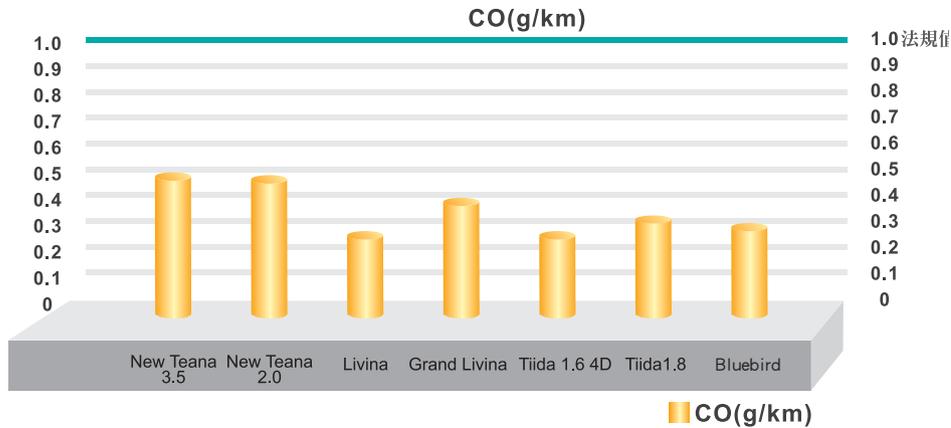
#### 環保車評比汽油汽車之評選標準

- 排氣污染需低於美國加州實驗管制的超低污染車(Super Ultra Low Emission Vehicle, SULEV)標準值;CO:0.25g/km ; NOx:0.012g/km
- 噪音值須達臺灣4期標準：加速噪音74分貝、原地噪音96分貝
- 油耗須達14.5km/L
- 非甲烷碳氫化合物(NMHC)、一氧化碳(CO)及氮氧化物(NOx)總合

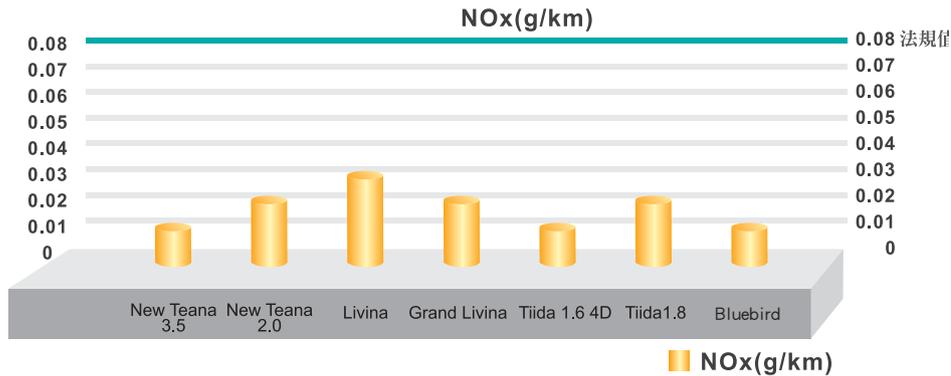
## 降低排氣污染

裕隆汽車在新車開發初期就能充分掌握排氣污染品質，量產時定期監控排氣污染品質，以製造出符合法規之低污染車輛；市場使用中車輛在5年8萬公里排氣法規保證內，也會不定期抽測排氣污染狀況，以確保符合法規。在新車款開發中，亦致力於使產品排氣污染情形能更加以改善，各項車款排放標準均低於法規標準值。茲舉例部份代表之車款。

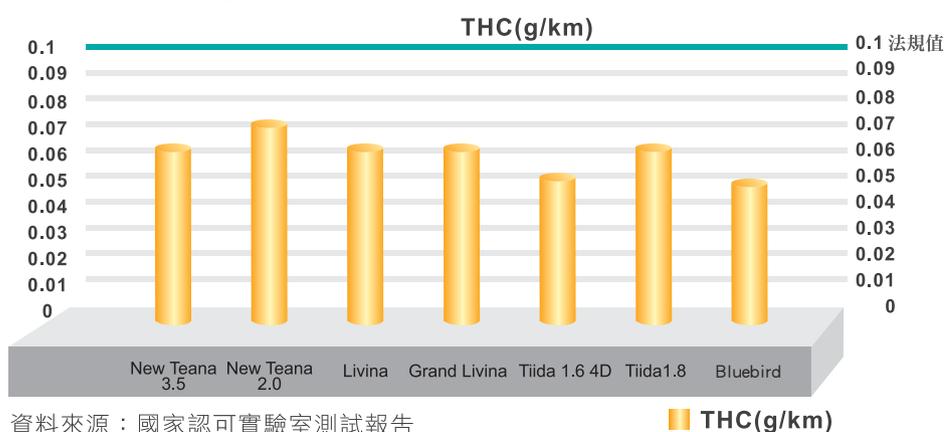
### 各車型CO實測值與法規標準比較



### 各車型NOx實測值與法規標準比較



### 各車型THC實測值與法規標準比較



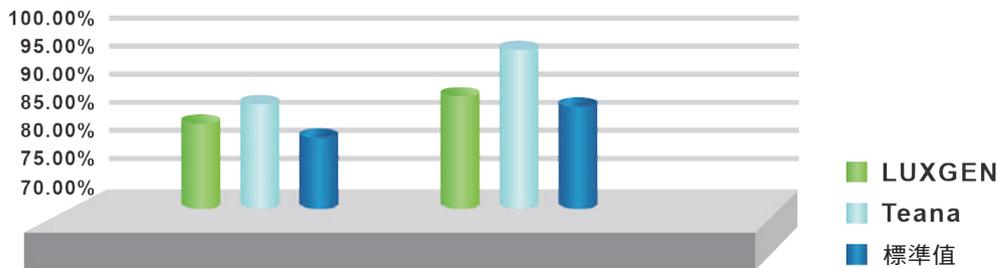
資料來源：國家認可實驗室測試報告



## ▲資源回收再利用

裕隆汽車為節約自然資源使用、減輕環境負荷、善盡企業社會責任，於研發、設計、製造、生產、銷售等階段減少廢棄物產生，盡力為環境減少負擔與污染，不僅全車系全面導入可回收塑材，並響應歐盟制定的「零件材質刻印規範」，於汽車零件上清楚標示零件的主要材質及添加物，提昇汽車零件的回收率。同時在設計、開發產品時即對環境性能進行評估並設定具體的目標，並預先做產品環保評估，使技術創新與產品研發上落實環境保護的執行，同時為促進物質回收再利用，主動配合國內「資源回收再利用法」第十二條第二項之遵行事項，達成「汽車業促進資源回收再利用自願性規範」。

以Teana和LUXGEN車款為例：



資料來源：台灣區車輛工業同業公會

### 汽車業促進資源回收再利用自願性規範

- 整車回收率85.03%，回收再利用率95.03%，遠勝過標準的80%與85%。
- 為維護環境，限用鉛、汞、鎳以及六價鉻等四種環境危害物質。
- 為使零組件容易回收再利用，落實材質標示，針對超過100公克的塑膠零組件及超過200公克之橡膠零組件，進行材質標示。
- 使拆解處理過程順利，在上市六個月內，主動提供拆解資訊。





## 關懷社會

- 51 尊貴服務
- 54 快樂員工
- 61 最佳伙伴
- 63 社會貢獻

## 尊貴服務

### 熱情、周全

我們非常注重老顧客的回流和服務，為了充分掌控經銷商和保修的品質，我們規定旗下的維修廠建立許多的服務條件。例如每次進原廠保養之後，3~5天內，維修主管必須和客戶再次連絡以了解其維修後的使用情形。另外車廠也必須以看板公告維修價格和零件價格，一切透明化並事前報價，經過車主同意後才能進行維修。這些做法雖然看似平凡，但若沒有確實地執行，服務品質就會出現落差。

### 健全的產品保證體制

如本報告書中提供安全多元的產品單元，我們以綠色設計、綠色製造，提供客戶省油、環保的多車種綠色產品。銷售後，我們所有流程均須進行產品責任之預防工作，並透過全體員工及經銷體系共同執行完成，以避免發生因產品之瑕疵造成消費者權益之受損，尤其在售後產品使用的保證規範，特別制定保證保固條款並明列於使用手冊，清楚告知消費者應享權益及協助處理系統。產品責任事故之處理原則以消費者權益為優先考量並遵循政府法令規範，為使產品責任事故能迅速妥善處理完畢，制定相關處理準則如：「顧客抱怨處理作業基準」、「售後服務補償作業基準」、「車輛召回改正管理辦法」，以協助消費者即時解決發生之問題，保障消費者應享之權益。所有產品保證之相關準則及作業流程均依ISO規範予以定期檢討修訂，提供嚴謹完善的產品保證體制。

### 真實訴求、詳細標示

在產品廣告方面，除了以真實性、符合實車的誠信原則為主要訴求重點外，我們也希望能傳達給顧客一種專屬裕隆的企業氣質，更期許能輔以教育化及人性化的主題，滿足市場需求，因應時代潮流產品的表達訴求與手法則遵守政府機關所規範之法令內容。車輛產品之相關數據除依法令規定標示於產品適當位置清楚告知消費者外，並於使用手冊中詳細說明。務使消費者充分及便利瞭解產品之規格、性能、操作方式及注意事項。

### 24小時真人免費服務

本公司設有0800的24小時真人免費服務專線，提供托吊協助、經銷公司營業及服務據點查詢、新車資訊告知、客戶需求協助、建議與申訴案件處理等，為了讓顧客得到更好的服務，我們制訂相關的客服管理機制，定期進行客服專線服務改善、資訊更新及人員訓練工作，同時並與全省經銷公司的0800免費服務專線聯結，提供消費者全面性之權益諮詢管道。

## ▲ 客戶關係管理系統(CRM)

建立客戶關係管理系統(Customer Relationship Management, CRM)主要功能為：顧客資料庫採擷、商品及顧客管理、通路管理、顧客自主服務、行動業代、行動接待、行遍天下資訊系統及入口網站等功能，該系統欲加強裕隆汽車在售前(行銷)、銷售、售後服務及通路管理的能力，包括結合水平事業的商品及服務。

全方位的服務顧客關係管理		
系統代號	內容	系統應用說明
CRM-SI	顧客資料庫採擷資訊系統	提供前端業代及經銷商(門市)做行銷管理所需的支援。
	商品及顧客管理作業模組	
	通路管理模組	
	連鎖通路據點管理模組	
CRM-DR	行遍天下資訊系統	行遍天下門市櫃檯管理系統。
Cap-SR	Cap-SR(顧客自主服務系統)	新車展示點即行遍天下點放置的顧客資訊系統。
	Dr.M	
Cap-CA & Cap-SA	行動業代系統及行動接待系統	新車業代及保修業代的行動資訊系統，連接原有的DMS (經銷商管理資訊系統)，提昇前端與顧客接觸的業代資訊化程度。
Customer Web	行遍天下入口網站	提供個人化人車資訊服務，會員可隨時查詢其在裕隆集團體系購買車輛所有的維修記錄及車況相關資訊。

### 防護顧客資料

對於顧客所提供之個人資料，裕隆汽車係用於網站管理、顧客滿意度調查、商品及市場調查、共同客戶管理、共同行銷處理、顧客案件服務、提供特定資訊、提供特別優惠，或回覆顧客查詢等用途。對於上述資料，公司已採取標準防護措施以確保顧客個人資料的安全。所有顧客的個人資料都限制存取，以避免未經授權者存取、修改或濫用。

為防範因故意或過失所造成個人資料之毀損、破壞或為拒絕接受未經授權者的操作，本公司採用科技化和組織性防護措施以保護顧客個人資料。

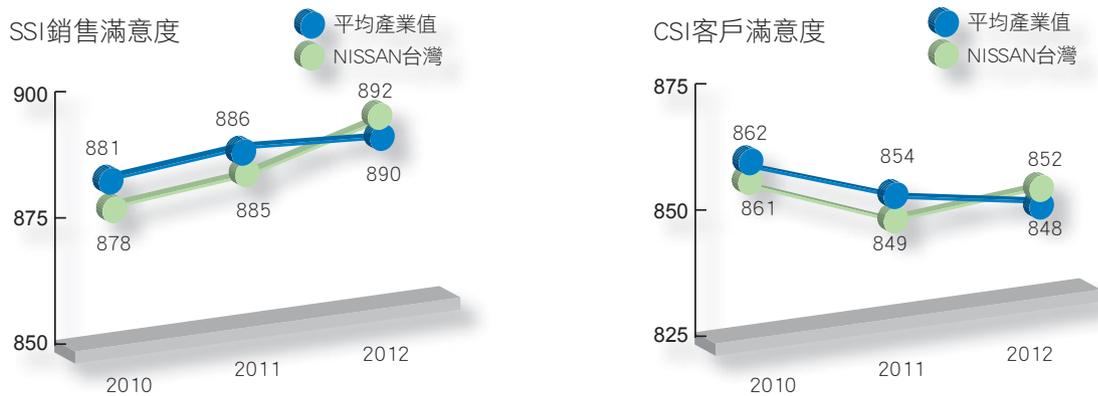
本公司2012年無個資外洩、隱私權等相關違法而被客戶抱怨相關情事。



## 提昇客戶滿意度

每年透過客戶滿意度問卷系統對客戶進行滿意度調查，調查層面包含「交期」、「技術」、「品質」、「服務」等構面。為了將客戶的聲音有效的回饋至內部監控指標；各項客戶滿意度調查結果於管理審查會議中提報高階主管，將調查結果之不滿意項目，提交相關單位提出改善方案，由主管審核改善相關佐證資料，主動與客戶確認改善結果。客戶滿意度統計綜合指標將與標竿企業做趨勢比較，以作為公司長短期經營計劃之參考資料。

## 2010~2012年客戶滿意度調查結果



資料來源：J.D. Power



## 快樂員工

### 用「心」對待每一位員工

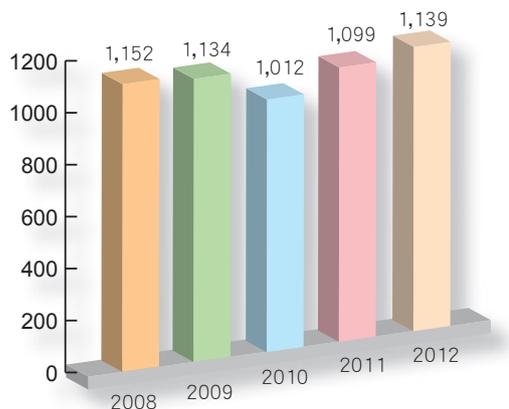
「人」是企業的根，裕隆汽車擁有聰明、靈敏、學習力強、默契高的經營團隊。不論求才或是用才，我們都本著「將同仁視為顧客」，以「深耕精神」而非「現用主義」，我們用「心」對待每一位員工。

#### 員工雇用

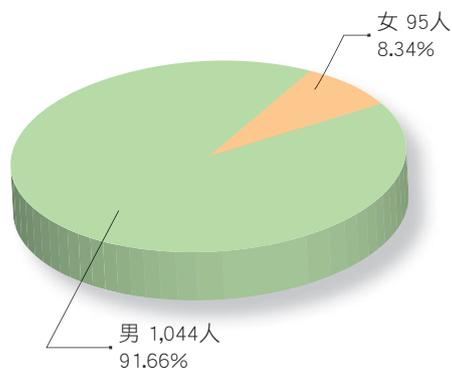
隆汽車所有員工皆受勞動基準法的保障，此外，由於裕隆汽車屬於汽車製造業，多以現場製造單位為主，故男性員工比例較高，男女員工比例約9：1，但裕隆汽車對於雇用、薪資、績效考評與晉升機會皆不會因性別或結婚生育而給予不同等之對待。

2012年
正職員工1,139人
員工離職33人，離職率 $33/1139=2.9\%$
定期契約人員253人
雇用當地苗栗縣之員工比例高達 $731/1139=64.1\%$ ，資深管理階層 $66/1139=5.8\%$
本公司男女員工薪資採1：1
員工參與協商比例100%

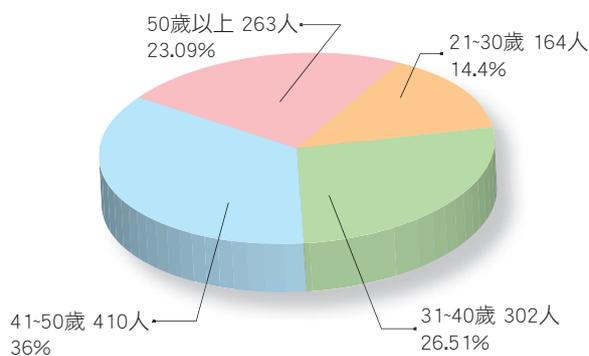
#### 近5年員工總人數



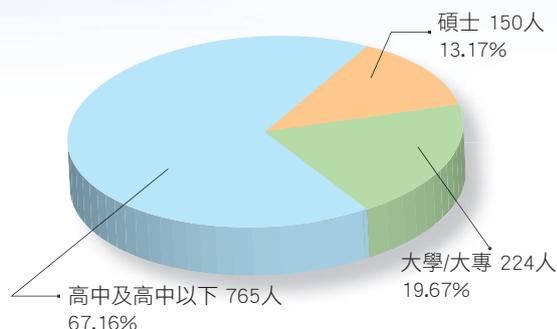
#### 男女員工



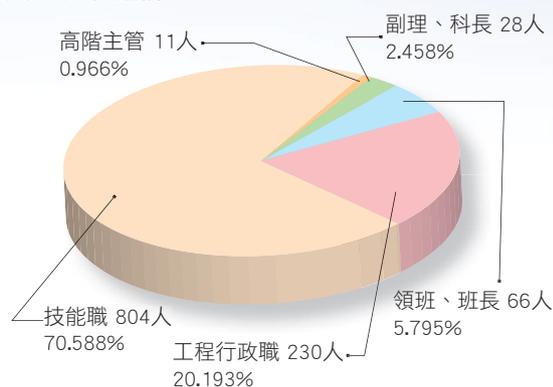
#### 員工年齡分佈



員工學歷



員工職別結構



### 員工外派的挑戰

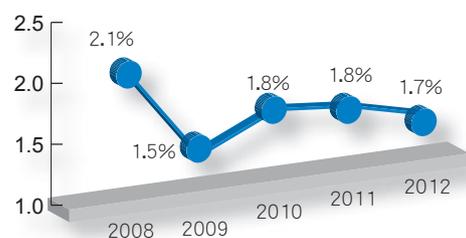
裕隆2012年12月底有57名員工服務於海外據點，針對服務於海外據點的外派員工最大的挑戰則是眷屬安置、回任的職位安排與文化再適應等問題，對此裕隆汽車也有完善的因應措施。由於外派人員的經驗，對組織而言是無形的知識財產，故裕隆特別注重派外人員的經驗傳承與回任後職位安排議題，定期檢視回任及派出職位需求，台灣各單位有職缺時(含主管職缺晉升)，以派駐期滿回任人員優先任用；或歸建相關合適單位並負責傳承海外經驗，讓派外員工無須擔心回任後的職缺問題。裕隆於員工派駐期間，仍與其保持密切聯繫，讓在身處海外的人員亦能隨時掌握裕隆汽車動態，並降低回任後的生疏感。為了使外派同仁能安心赴任，裕隆汽車對於外派人員也提供了相當貼心的員工協助方案，除了派任前會詢問同仁是否攜眷赴任外，對於留在國內的同仁眷屬公司也會適當的協助，如子女就學協助、急難救助等，使外派同仁更能無後顧之憂全心投入工作。

### 員工權益

#### 重視人權

裕隆汽車承諾保護員工人權，包含從基本的遵守法規要求、就業自由、人道待遇、禁止不當歧視，更進一步建立多元有效的溝通機制、健全薪資福利、提供多元的訓練發展機會與豐富的訓練課程選擇等。裕隆汽車職工福利委員會，持續為增進員工之福祉努力。我們鼓勵員工從事正當娛樂及休閒活動，同仁可以自由成立或參加社團，如按法律規範成立工會組織，福利委員會組織及定期召開勞資會議，勞資關係相關議題工會可以提出建議案。我們也杜絕童工僱用及強迫勞動等，對孕婦同仁有法定規定假別、開車進廠工作及設有哺乳室，使懷孕同仁得到最便利的照護。裕隆汽車對外招募與管理需求說明，僅針對公司本身需求評估，並無針對人權部份有歧視作為，更不會以種族、性別、年齡、政治立場或宗教信仰作為員工任用、考核及晉升的標準，原住民1名，身心障礙者18名，身心障礙者之僱用高於法律規定比例。同時我們只選擇遵守勞基法之相關規定或其所在國家對人權之相關法律規定的供應商，公司一般投資協議已逐步納入人權條例，2012年裕隆汽車並未有因身份歧視而造成的公開或法律事件。

雇用弱勢員工比率



## 勞資關係

裕隆汽車員工均與公司簽訂勞務契約，本公司站在協助立場，鼓勵員工自由結社，公司有成立員工工會組織，也依法定期舉行勞資協商與相關勞工議題之討論，員工可透過定期與勞方代

### 2012年員工人權相關訓練

工會訓練	308人時
勞工法律	10人時

表溝通、發行刊物多元溝通、員工關懷列車活動，提升員工滿意度等多項作法強化與員工夥伴關係。同時舉辦一些相關訓練與人權的課程，今後我們將加強此相關訓練課程的比例數據。

## 合理的勞動保障

裕隆汽車非常注重勞資關係，透過定期與勞方代表溝通、發行刊物多元溝通、員工關懷列車活動、提昇員工滿意度等多項作法強化與員工的夥伴關係。

裕隆汽車遵從國際勞工組織公約之規定，不利用任何形式強迫或強制勞動，而員工因工作而導致加班事實，則可申請加班費或抵休之補償。此外，若裕隆汽車營運發生重大變化而可能影響勞工權益時，為保障員工工作權益，裕隆汽車亦依據勞動基準法等相關法令之規定，以確保員工享有提前預告之保障，如國內人事調動5~15日前通知，國外人事調動30日前通知。如果員工深感權益受損或遭受侵害時，可藉由裕隆汽車內部申訴管道提出問題並尋求協助，2012年度裕隆汽車內部並無員工申訴事件，也無職業意外事故及職業病通報發生。

## ▲ 員工福利

裕隆一向為創造員工能樂在工作的環境而努力，在薪資設計上，我們依據員工學經歷背景、專業知識技術、專業年資經驗及個人績效表現來核定其薪資水準。員工之薪資不因其性別、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況、工會社團而有所不同。除了基本薪資及三節獎金之外，亦根據每年公司營運狀況進行彈性變動薪酬發放，包含績效獎金、員工分紅、加發年終獎金等，以適時激勵士氣並留任優秀員工，希望大家共同創造耀眼的經營績效及共享成長的榮耀。

裕隆汽車依法提供勞健保、生育/育嬰假、退休儲備金等，並於所有同仁報到當天，包括全職、兼職、臨時工，為員工投保團體保險，其內容包含了壽險、意外險、住院醫療險、癌症險、意外醫療險、出差險等，員工、配偶及子女都是保障對象，讓團保保障的範圍由員工個人擴及至家庭。除此之外，還有定期發給免費制服。

裕隆汽車的退休福利制度係依照當地法令之相關規定，如臺灣地區員工根據臺灣勞基法退休金制度規定，定期提撥儲備金至法定退休金帳戶。

裕隆汽車福委會也依據婚喪喜慶、進修、住院、職業傷害等不同事件提供額度不等的津貼補助。為體貼員工，裕隆汽車除了勞基法規定的假別外，還有禮俗假，如子女上小學、兄弟姊妹或子女結婚等都給假且不影響全勤。

## 多元福利設施

廠內設有兩個餐廳、兩個福利社，宿舍區則設有大木屋餐飲部、福利社，方便員工用餐與購買民生用品，並依據員工需求調整銷售商品及服務。為減少居住地離裕隆汽車較遠的員工舟車勞頓之苦，提供免費員工宿舍，週三及週五提供免費返鄉專車。宿舍區設有健身中心、游泳池、三溫



暖、烤箱、健康步道、多媒體視聽室、室內體育館、室外籃球場、網球場等，還有專業醫療人員服務的員工診所。

## 豐富多元的活動

裕隆汽車重視員工工作、生活、家庭之均衡發展，規劃了一系列的活動，內容相當豐富，活動主題涵括了彩繪公務車、健康減重、5S整理整頓競賽、家庭講座、分送生日蛋糕等，藉由活動的交流與分享，提昇跨單位同仁的互動，增進團隊氣氛與關係，平衡工作與生活。裕隆汽車福利委員會每年也會固定舉行員工家庭日、運動競賽季等，使員工於工作忙碌之餘，仍能兼顧身體健康及家庭幸福。另外，2012年舉辦較大的裕隆全體員工及眷屬活動有：

活力、幸福的2012年		
4/16~4/30	羽球比賽	員工綜合體育館
4/16	歡慶五一系列活動首部曲-PUB音樂演奏會	員工宿舍廣場與交誼廳
5/5~5/6	慶祝五一系列 義大世界+南臺灣2日遊	台南、高雄、屏東景點
6/21	端午節粽料烹飪趣味競賽	員工餐廳
7/10~7/12	童話仙境夏令營	西湖渡假村
7/30~8/13	籃球聯誼賽	員工綜合體育館
9/25	歡慶中秋大家相揪來團圓嘉年華	西湖渡假村
11/20	「靚車之美」攝影比賽	員工宿舍區



## ▲ 培訓與教育

裕隆汽車的人力資源管理體系以能力發展與績效管理為主軸，緊密連結其他各項人力資源功能，透過持續不斷的績效管理及多元化能力培養計畫，以持續精進人力素質；並且依照個人績效與能力決定人員未來的發展與報償，積極提供員工學習發展的環境與協助，促使員工不斷的成長並貢獻於組織。

### 裕隆創新的學習法

#### • 閱讀→筆記→活用

裕隆汽車親手打造學習型組織、新知學習、經驗傳承並重。知識不只是力量，能幫助企業節省成本。總經理提倡獨創的學習三部曲：閱讀→筆記→活用。

#### • 高階主管以身作則

高階主管以身作則，建立「學習」風氣，透過學習新知，落實企業精神，在競爭激烈的環境中創造新價值。

#### • 學習型會議

裕隆員工的學習形式涵蓋閱讀、數位學習、課堂學習、在職訓練（On-Job-Training，OJT）、會議研討等活動。學習型會議如全方位生產管理（TPM）個案改善發表會，邀請同仁分享個案改善的經驗與心得，並透過討論激盪，讓組織經驗可以有效辯證傳承，強調活用所學是學習的目的。

#### • 塑造自主學習

為培養員工融入學習文化，人力資源單位從新進夥伴的引導設計開始，便植入有利於塑造自主學習體質的制度，新進員工正式報到前，會收到一張名為「裕隆人育成計劃」的光碟，內容包括公司簡介、迎接裕隆新生活，其內容有：報到篇、學習成長篇、在地生活篇、人力資源制度介紹、資訊安全大蒐密等，在報到前就讓新進人有系統地了解公司，有助日後融入企業文化、逐步養成新進人自主學習的習慣。

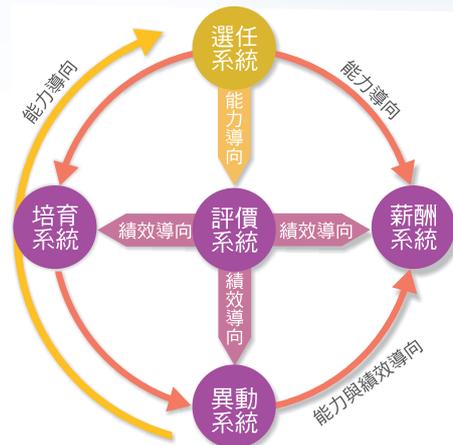
此外，人力資源單位會協助各部門建立專業書籍庫，由部門篩選出與工作專業相關的10本書籍，在新夥伴初加入團隊的3個月試用期，由資深同仁與主管討論新同事的工作職掌，設計專屬讀書計畫，藉著閱讀、思考及討論分享心得，裕隆的經驗傳承。

### 完整的人才培育體系

「學習」是除了企業文化「創新、速度、團隊」外，裕隆員工不可或缺的核心價值，裕隆汽車有七成以上員工透過在職訓練達成。

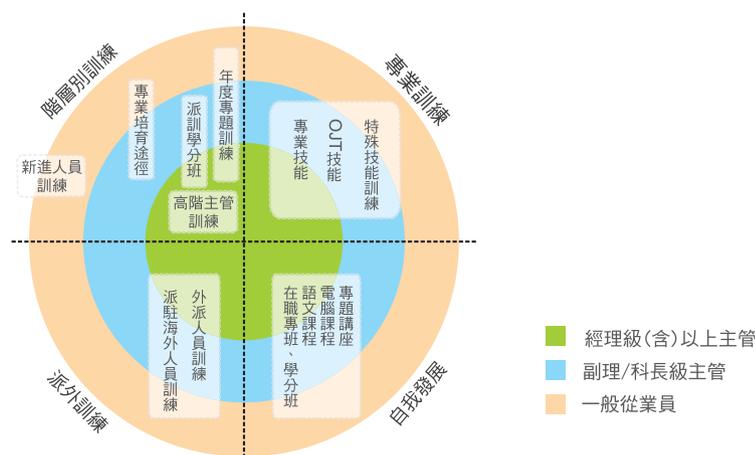
為了讓員工可以有系統性地學習，裕隆汽車制定配合發展需求的培育途程，整合一般員工與主管應具備的共通核心能力，養成每位員工積極學習的習慣，讓員工「有目標」、「有紀律」、「有計畫」學習共通核心能力，有系統地提昇競爭力。從新進員工報到開始就安排裸母計畫、數位學

### 人力資源管理與發展系統



習計畫、閱讀專業書籍與新進人員訓練，透過結構性的培育，讓新進員工在最短時間內具備工作所需的基本技能。除此之外，為縮短新進工程師的培育時程，將培育計畫與工作連結，由高階主管親自主持的專案研討會議，針對生產的實務問題提出品質改善與解決之道，再由經驗豐富的工作專家給予指導、回饋，讓每一次專案會議都是最紮實的歷練，充分顯示出裕隆對人才培育的重視。

員工有相當多元化的學習管道，除了參加裕隆汽車依階層別規劃的共通核心課程，強化共通能力外，還有各單位的專業訓練以提升專業技能，參加外部機構辦理的訓練課程或在職進修。員工並可透過輪調制度，在裕隆內部、海外轉投資事業（中國大陸、菲律賓）及汽車周邊水平與垂直轉投資事業間多元學習專業能力。



2012年教育訓練實施情形(1)

類別	課程時數	受訓人次	訓練人時	訓練費
共通訓練	604.5	1,324	11,017.5	3,726,983元
專業訓練	622.0	290	2,367.5	平均每人
合計	1226.5	1,614	13,385.0	2,586元

1.平均每人受訓人時計算，當年度總訓練人時/公司總人數  
=13,385/1,441=9.29  
2.年度訓練費用為當年度公司實際核發支付之統計數據。

2012年教育訓練實施情形(2)

類別	受訓人次	訓練人時
中階主管	22	218
工程行政職	763	8,394
工員	829	4,773
合計	1,614	13,385

註：工員係廠內生產線上的技術人員

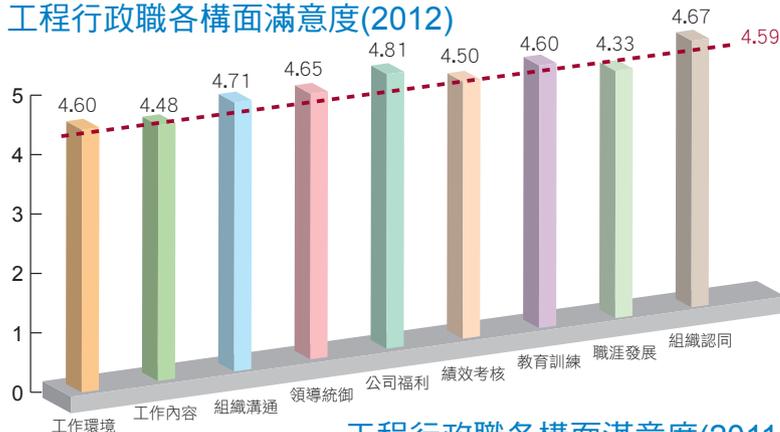
### 2012年員工滿意度調查結果

員工滿意度調查內容大致包括：工作環境、領導統御、工作內容、績效考核、公司福利、組織認同、職涯發展、教育訓練等。2012年在公司福利(4.73→4.81)、工作環境(4.59→4.60)的滿意度上較有較明顯的提升。在公司福利方面，主要是對公司提供免費的團體保險，保障員工及配偶、子女的滿意感受；而在工作環境部分則顯示公司對於工作場所的空氣品質、溫度及音量的改善投注了不少心力。

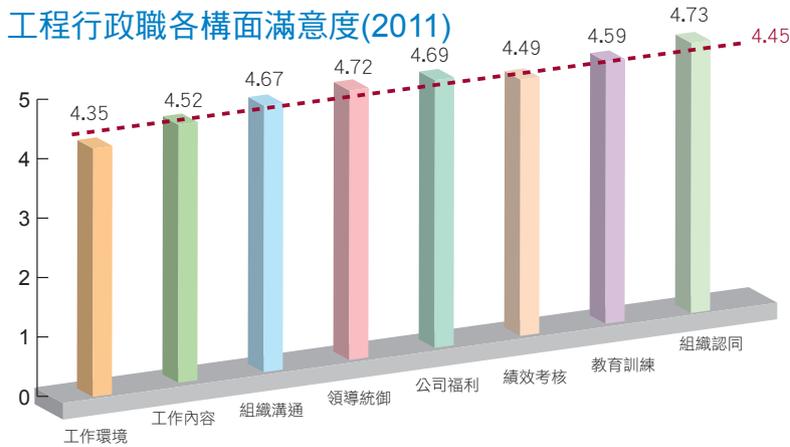
然而，在組織認同(4.72 →4.67)及領導統御(4.75 →4.65)的滿意度則下降較多。整體而言，經由公司的努力，員工的滿意度大致維持以往穩定之水準，且較往年有顯著的提升。基於人才的培育及留任對於企業的重要性，公司仍應加強對新進或資淺之員工在遠景、策略、公司福利、績效考核等項目多做宣導與闡釋，促使員工對公司的各項措施及作法有更清楚的瞭解，同時適時對員工

說明在產業經營內外環境的劇烈變動與公司經營現況的困難之處，以及說明如何在此情境下仍盡心盡力地照顧員工的措施，藉由各種管道持續的溝通與傳達，使員工對公司的努力能有所感受；在本調查中，員工對開放性題項所提出之問題或滿意度低者，公司除致力於從事可能之改善外，如短期無法改善或員工建議不可行者，亦宜對員工說明，以避免不必要之誤會及士氣的負面影響，期能促使勞資雙方能攜手共創裕隆的未來。

工程行政職各構面滿意度(2012)



工程行政職各構面滿意度(2011)



近3年之員工滿意度比較

2010		2011		2012		
整體	工程行政職	技能職	整體	工程行政職	技能職	整體
4.46	4.59	4.45	4.52	4.59	4.6	4.6

### 員工紀律

裕隆非常重視員工紀律，任何形式的貪污、敲詐勒索及挪用公款的行為都嚴格禁止，目前本公司尚無訓練比例之數據。未來內部可強化呈現比例數據。除了在工作規則中明定應有的行為規範與懲處規定外，裕隆汽車內部也定期辦理內外部稽核，輔以暢通的溝通管道，讓員工可以匿名的方式檢舉不良行為。為讓員工能確實遵守法令與裕隆汽車規範，除新進員工報到後需參加法治、工安與資訊安全訓練課程外，當外部有新法令或裕隆汽車有新規定要執行時，會透過公告、辦理宣導說明會、教育訓練等方式讓員工清楚瞭解應該恪遵相關規定。裕隆員工皆秉持著認真務實的精神投入生產工作。



## 最佳伙伴

### 共創雙贏

#### ▲ 裕隆與供應商

一部汽車所涵蓋的零組件領域廣且複雜，因此，零件供應商不僅類別眾多，且廠家數目也多。近年如塑化劑、產品過期等不良供應商以及供應商產地的天災，更提醒企業重視供應商於企業之不可分之關係。所以協力廠的嚴格管控相較更形重要。

#### 裕隆汽車協力會

針對協力廠商的管理，裕隆汽車制定了車輛零組件買賣基本契約及預定車材買賣契約，配合廠商管理辦法，針對協力廠商品質(Q)、成本(C)、交期(D)、開發(Dv)，各方面確立明確的任務與目標，並配合各相關單位負責管理及輔導工作。在此種制約管理的模式之下，才能精確的達成公司預定目標。

「裕隆汽車協力會」更是促進中衛互動關係凝聚體系團隊的核心，透過協力會各項活動之推展，在協力廠的體質強化、品質提升及降低成本各方面都有豐碩的成果。尤其在中心工廠的政策宣達與貫徹，協力廠的意見反應與懇談方面都在創造雙贏的前提下達到相互激勵與共同成長，展現相乘的團隊效益。

#### 供應鏈管理系統(SCM)

供應鏈管理系統(Supply Chain Management, SCM)，整合與供應商之間的資訊網路，主要提供的功能如下：

- (1) 協力廠連線系統(Supply Chain System)：裕隆汽車與零組件供應商之間的資訊系統。主要功能包括汽車生產資訊狀況、零組件供應商訂單交期狀況、零組件的品質、並提供與供應商之間往來對帳的作業，及將工程圖檔快速傳遞給零組件供應廠商。
- (2) 生產物料需求管理資訊系統(Material Requirements Planning)：針對國內零組件供應商(協力廠)生產製造的國產零組件訂購、交期、訂單、品質及服務提出需求量，此系統是委外開發的資訊系統。
- (3) Option資訊系統：以顧客選配零組件需求所整合的資訊系統。
- (4) 組裝線管制資訊系統(Assembly Line Control, ALC)：在各工場(引擎裝配、車身點焊、噴漆塗裝及車輛裝配工場)設置製程管制點。
- (5) 網路交易：在規劃OPT(Option)網路接單作業時，將ALC、MRP、SCS及零組件供應商配送等作業列入，再透過EDI(電子資料交換)將採購訂單傳遞給零組件供應廠商。



## 供應商互動

裕隆汽車將綠色物料採購列為重要參考指標，亦積極推動協力廠商通過ISO 14001認證，對供應商方面，公司將綠色採購列為重要參考指標，供應商選擇必須是符合勞基法規定之

廠商，以求對人權條例的保障，本公司內部有專責單位執行廠商監查與輔導，並透過理監事會議、會員大會、運動交流、教育訓練、活動觀摩、企業研習會等與供應商間作多元有效之溝通管道。實現「環境保護與經濟發展相輔相成共存共榮」理想，創造社會整體環保效益。

目前公司採購部仍積極推動零件國產化活動，以促進及提昇就業人口及降低成本而努力。

## 2012年國內外採購比例

	國內零件	國外零件
採購比例	49%	51%

## 裕隆與經銷商

裕隆汽車因為多了自主品牌 LUXGEN，所以全省經銷商也快速成長，目前裕隆汽車的經銷商已多達18家，其中裕隆汽車持股比例80%以上高達7家，因此我們與經銷商更是生命共同體的戰略夥伴。

## 經銷商管理機制

對經銷商，我們也進行相當嚴謹的管理方法，公司在全省營業區都設有營業主管和專員，直接和經銷商接觸，每日和業務主管開會。

每半年會舉辦經銷商事業計畫會議，和不定期的教育訓練，把各種和公司目標一致的方針列入KPI（關鍵績效指標），做為考績和獎懲，和總公司緊密結合的訓練，以期裕隆汽車的經銷商素質與裕隆汽車一致。

早在1996年即開始推行「保姆計畫」，當經銷商交車給顧客後，由公司主管幹部主動打電話關懷顧客，瞭解成車接車後的使用狀況，快速將資訊回饋至總公司顧客服務單位，找尋因應對策，減少顧客的抱怨，縮短透過經銷商將資訊回饋至公司資訊流程及時間。

## 經銷服務系統(DMS)

經銷服務系統(Dealer Management System)，係將經銷商的財務狀況、銷售狀況、客戶資料傳回裕隆汽車公司。經銷商管理系統(DMS)的功能相當於夥伴關係管理系統(PRM)，可用來加強與經銷商的溝通。其主要功能是將經銷商零組件及成車的庫存資訊，快速回饋至公司處理，以減少市場購車及交車問題所產生的抱怨。包括汽車業的CRM系統其涵蓋經銷商與顧客的連結，以完整的需求鏈（Demand Chain Management）思考，建立公司的競爭優勢。

## 經銷商例行管理項目

經銷商溝通管道與管理分有業務面與經營面。

業務面係由各品牌公司自行負責，品牌公司對經銷商每月皆舉辦經銷商大會宣達業務等重要事項與意見溝通，平時要求業務員必須定期檢查經銷商資料卡，隨時詳細進行分析經銷商資料，隨機與經銷商交談及觀察店頭情況，同時利用經銷商走訪公司時瞭解業界信息、銷售會議等機會進行管理工作。

經營面則由裕隆經管公司統籌管理，裕隆經管公司每月定期收集經銷商經營財報彙總分析及每年定期舉行兩次董事會。



## 社會貢獻

### 長久堅持的耕耘

裕隆汽車是傳統產業，然而近年在經驗卓越的管理團隊帶領下，無論在創新科技的經營面、貫徹和諧的綠色承諾、默默堅持的社會貢獻，裕隆汽車以欣欣向榮、不斷成長、茁壯之姿，儼然成了傳統產業現代化的最佳代表。我們參與各項慈善公益活動如推廣國內籃運及木雕藝術文化、捐贈臨時工百萬保險金等，都是長久投入、堅持耕耘。

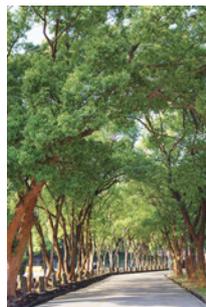
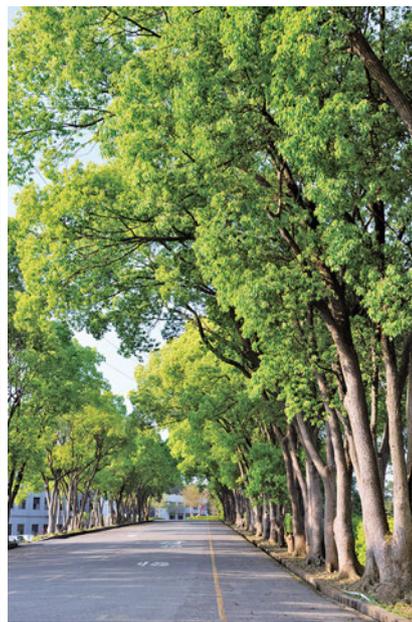
2011年裕隆汽車在藝文、體育、地方贊助、社福公益、基金會/協會等社會貢獻支出總費用共計4,260萬元。長久堅持的耕耘，是裕隆汽車社會貢獻最大的特色。我們希望透過企業的力量，為人們帶來更美麗、豐富的幸福生活。

### ▲ 促進地方繁榮發展

裕隆汽車立足三義，堪稱是三義最具規模的經濟體，在社區貢獻方面，裕隆汽車雇用三義附近居民2010年佔員工總數65%，2011年高達員工總數68.24%，2012年高達員工總數64.1%，目前三義A棟宿舍附近有開放假日對外免費停車服務，此外，也投注心力在地方的再造與發展，如三義交流道邊坡及匝道的綠化貢獻。

### 廠區公園化

廠區內，廠房外，積極進行植樹，每年編列經費進行造林計劃。實現工廠公園化、生態化的目標。



## 累計綠化植物

2012年植樹總計6494株			
樹種	數量(株)	位置	
黃金側柏	174	391道旁茄冬樹下	
桂花	2076	387	PO-6與PO-7門前空地
		34	變電所門前△角地
		208	新店行遍天下
		129	377道南邊
		149	377道北邊
		386	工務科前花台
		211	亞洲技術中心前花台
		156	天橋下左側花台
		416	車裝廠前花台
竹柏	65	27	車裝廠前斜坡上
		38	工務科旁
烏心石	319	152	成車停車場北側空地
		167	大門左側停車場旁斜坡
青楓	262	90	北側入口道路右側斜坡上
		172	車裝廠前斜坡
台灣肖楠	993	332	北側停車場旁斜坡
		661	南側成車停車場
山櫻花	1732	32	PO-1門右側花台
		15	A-01門右側草地
		29	377道北側斜坡
		41	377道南側斜坡
		13	亞洲技術中心前花台
		28	PBS橋下左側花台
		107	南側道路右側斜坡
		58	地磅前草地
1409	台13線旁及宿舍區		
紅檜	873	車裝廠後方斜坡	

## ▲ 47歲的裕隆籃球隊

廣受國內球迷喜愛的裕隆籃球隊，自1965年成軍以來，始終保持堅強的戰力，多年來征戰國內外籃壇，立下無數顯赫戰功，其背後最大的支持力量正是裕隆汽車47年來不間斷的企業贊助。希



望藉由贊助籃球活動的機會，鼓勵國內籃球及「全民體育」活動的發展與傳承，並為國家訓練舉才。為了讓球員們能有一個良好的訓練環境，裕隆汽車投入資金興建一幢專屬裕隆籃球隊的「裕隆體育館」，該館不僅設備齊全，球員宿舍更是冷暖空調一應俱全，讓球員們在比賽及練球之餘能享有最佳的休憩品質，使其技術與體能維持在良好的水準。裕隆籃球隊戰功無數，更多次舉辦學生籃球夏令營，開啟學生們更濃厚的籃球知識與興趣。

### ▲ 連續14年捐贈臨時工百萬保險金

裕隆汽車及裕隆日產汽車，有感於終年辛勤維持台北市市容整潔的台北市市民臨時工多數收入微薄、家計艱難。因此自1998年起迄今，連續14年每年捐贈新台幣100萬元之「僱主意外責任險」保險金，提供其更安心的生活保障。至今，受惠投保之總人數共為22,333人（次），其中有7位市民臨時工意外死亡，3人因意外而致殘廢，272人意外受傷均獲得理賠，理賠金額總計高達新台幣843.93萬元。市民臨時工因此對於裕隆汽車和裕隆日產汽車長期提供其急難關懷與援助深表感激。



### ▲ 16年的木雕薪傳

裕隆汽車對於木雕藝術的貢獻，不僅是一年一度的重大盛會，更是傳統技藝的薪傳之旅，讓新舊人才的技藝得以相互交會，激發更多的創造力，進而展演出更璀璨的文化力。裕隆汽車希望除了木雕外，能夠保存及發揚更多的台灣傳統藝術文化，所以裕隆汽車從自身做起，期望帶動更多企業及團體共同重視這個議題，並且透過各界共同的努力，創造屬於台灣的文化奇蹟。

#### 木雕技藝的創作平台

第16屆「裕隆木雕創新獎」的特色，融合裕隆屹立60週年、不斷前行的意念，期勉同樣擁有悠久歷史的木雕藝術能與創新的藝術理念不斷交融，滋養台灣木雕藝術的新風貌。因此，裕隆汽車將邀請歷屆裕隆木雕創新獎的金質獎得主以「跨越十六·邁向六十」為主題各自進行木雕創作，除了傳達祝福，也有歡慶、回顧和前瞻的意涵在內。

#### 本屆特色如下：

##### ■ 「原來、原鄉、原生」

這次木雕創作主題「原來、原鄉、原生」，「原來」意即回歸初衷；「原鄉」強調回饋在地；「原生」則是期望將木雕藝術原始的質感完美呈現。

希望本屆參賽者以「原來、原鄉、原生」出發，將感受演繹於作品中，呈現出木雕藝術特有的美感。



### ■ 六個獎項

本次競賽分為【薪傳工藝組】和【木雕創新組】，兩組將各別選出金質獎、銀質獎、銅質獎各乙名，兩組競賽共六個獎項。

### ■ 高額總獎金

200萬元

### ■ 外籍參賽者

參賽者已經欣見年輕化外，今年的參賽者除了台灣本土的創作者，還有大陸籍和新加坡籍的創作者參賽，參賽作品整體風格上顯得更加創新、多元，也讓國內的木雕創作者有更多機會觀摩國外創作者的作品，透過交流拓展彼此的藝術視野。

### ■ 大師級評審

為了讓第16屆裕隆木雕創新獎中，為數眾多的參賽作品擁有最公正、專業及平衡的評選，裕隆汽車特別邀請到新加坡雕塑協會理事長楊子強、台灣大葉大學造型藝術學系日籍客座教授吉田敦(Yoshida Atsushi)、當代藝術館館長石瑞仁、中國藝評人協會理事長陳朝興、三義木雕協會會長楊江山，以及由行政院文資部認證之「傳統匠師」姚伯勳等多位藝術界備受推崇之前輩老師來擔任本屆的評審。

### ■ 得獎作品賞析

本屆薪傳工藝組金質獎---「鷹與一棵松樹 日本加油」為日本311祈福，刻劃日本311地震重創之後，陸前高田市近7萬棵松柏全毀，只剩一棵屹立不倒的松樹為這場浩劫作見證；今年77歲，人稱「阿義師」的葉經義老師心疼日本的創傷，特別以挺立松樹頂端的蒼鷹向日本友人寄予重生的無限祝福。葉老師15歲開始拜師學藝，作品以細膩、多層次見長，雖從傳統工藝出發，卻不斷突破精進，充分展現傳統藝術文化思維的特色。

而木雕創新組金質獎---「自我審視-形體」則省視人生道路，由來自大陸湖南的楊恆清奪得，今年30歲的楊恆清首次參加裕隆木雕創新獎即受到評審團一致肯定；事實上，習藝近15年的楊恆清近年來在兩岸參加木雕競賽多次獲得大獎，相當具有潛力。本屆得獎作品「自我審視-形體」以一個女孩繃緊腳尖站在軟墊上，目光直視鏡中的自己，努力追求最完美的姿態，藉此表達作者在人生道路上不斷反思自我的不足，追求完善，提醒自己不管走了多遠都莫忘初衷，作品完美結合大刀闊斧與精雕細琢，充滿了自然與自信。

### ■ 木雕文創商品化為木雕培育基金

裕隆木雕創新獎16週年文創紀念商品目前也同步在台北當代藝術館位



蔡經義—「鷹與一棵松樹 日本加油」



楊恆清—「自我審視-形體」



於中山地下街的藝術商店--「甘阿耐店」、楊英風美術館、及永和「小小書房」、永康街「繭裏子」等文創通路販售；未來，裕隆汽車計劃將木雕文創紀念商品的販售利潤所得全數捐給苗栗縣三義國中「木雕技藝班」，作為其培育木雕創作新生代的教育基金，希望讓木雕創作的養成教育深耕校園，也讓台灣的木雕藝術永續傳承。

### 第16屆「裕隆木雕創新獎」得獎名單與作品

薪傳工藝組	得獎者	創作名稱	獎金
金質獎	葉經義	鷹與一棵松樹 日本加油	50萬
銀質獎	丁宗華	回味	30萬
銅質獎	王仕吉	關平、周倉 文武侍衛組	20萬
木雕創新組	得獎者	創作名稱	獎金
金質獎	楊恆清	自我審視 形體	50萬
銀質獎	楊運臻	都市原鄉的傀儡 後90年代的『原來』與『原生』」	30萬
銅質獎	黃弘彥	韻味自然	20萬



丁宗華—「回味」



王仕吉—「關平、周倉」



楊運臻—「都市原鄉的傀儡」



黃弘彥—「韻味自然」

### ▲ 裕隆汽車推行電子發票，響應節能減碳、環保愛地球

推行環保一向不遺餘力的裕隆汽車，為了更加貫徹節能減碳愛地球的理念，近日以實際行動響應財政部推動的電子發票，與旗下各品牌如NISSAN和LUXGEN等近160家經銷商成功導入B2B電子發票作業，透過財政部電子發票整合服務平台作業，讓裕隆汽車與各品牌經銷商之間均可即時下載電子發票，真正達到100%無紙、節能減碳之功效；同時更大幅節省車輛及售服零件等銷售業務的發票列印與郵寄成本，有效提升內部的作業效率。



在環境保育已成為全球命題之後，發展電子商務也成為各企業的必然趨勢，面對未來，裕隆將持續和所有上下游協力廠商建立綠色供應鏈的夥伴關係，同時也將更積極研發潔能智慧電動車款，以具體行動為關懷地球貢獻一份心力。

### ▲ 獲頒「新北市卓越企業獎」

2012年7月15日，裕隆汽車獲頒新北市政府舉辦之「新北市卓越企業獎」，係為裕隆汽車長期在地深耕以及貢獻公益的表徵。裕隆汽車在品牌發展時，以新北市作為汽車自主品牌的發展基地，研發智慧科技車與電動車、推動工廠綠色管理、維護新北市在地生態環保、打造汽車產業綠能價值鏈，因而榮獲新北市卓越企業獎之「社會責任」獎項。



## ▲ 參與社團組織

裕隆汽車以發揮企業社會責任的意義積極參與各面向的專業組織。

協會組織名稱	管理角色	參與專案或委員會	會員
台灣區車輛工業同業公會	√		√
中華民國汽車安全協會	√		√
全國工業總會			√
中華民國工商協進會			√
台灣環境管理會計協會	√		√
國家品質獎得獎者聯誼會			√
苗栗縣工業會			√
台灣精品品牌協會			√
中華民國勞資關係協進會			√
中華民國企業環境保護協會			√
中華全面生產管理發展協會			√
台北市汽車代理商業同業公會			√
中華民國仲裁協會			√
中國機械工程學會			√
中華民國自動機工程學會			√
國家文化總會			√
財團法人中華公司治理協會			√

## ▲ 參與公共政策

台灣區車輛工業同業公會一直以來都是政府在制定相關產業政策的諮詢對象，目前公會理事長由裕隆汽車陳國榮副董事長連任。陳副董事長積極整合同業間的意見並對政府提出建言，以宏觀角度提振汽車市場銷售量並促進產業競爭力而努力。近期達成下列成效：

1. 加強與中國汽車工業協會的聯繫，每年定期舉辦車輛產業合作及交流會議，成效卓著。
2. 協助政府訂定與推動「智慧電動車發展策略與行動方案」。
3. 未來在ECFA架構下，建立兩岸經濟合作會議、兩岸車輛法規驗證認證會議等常態性交流管道。
4. 未來繼續爭取台灣與大陸彼此零關稅或快速降稅，使兩岸生產車輛互補、提高台灣生產量及設備利用率，進而促進全球外銷市場，帶動台灣汽車零件業的發展。
5. 未來持續推動電動車等新能源車輛的發展，建立能源補充環境，爭取租稅優惠及購車補助。

## 發展電動汽車、綠能智慧科技

在全球石化燃油需求增加下，汽車產業也逐步走向更具節能減碳效益的新能源發展，裕隆汽車的自主品牌—LUXGEN在預先設想的理念下，致力於環保節能科技，所研發的LUXGEN EV<sup>+</sup>智能電動車，百分之百無污染、零排放，早在2010年即通過ARTC電動車碰撞測試，成為國內第一家正式通過認證掛牌的電動車品牌，智慧科技連續獲得環保署頒發環保車肯定，並獲得外貿協會台灣精品獎殊榮。而LUXGEN也積極參與經濟部工業局推展的智慧電動車先導運行計劃，與各縣市政府合作執行各項專案計畫，現已與新北市、台中市、台南市等地合作各項電動車運行計畫，共同以持續推動電動車普及化及打造台灣低碳島為終極目標。一般消費者亦可利用格上租車在大台北地區進行電動車短租行程，親身體驗LUXGEN引以為傲的電動車智慧綠能科技！

### LUXGEN與台南市政府攜手以LUXGEN EV<sup>+</sup>落實低碳運輸目標

LUXGEN並與台南市政府合作「大台南低碳綠能智慧電動車先導運行計畫」，導入了26輛LUXGEN7 MPV EV<sup>+</sup>，用於公務及環保稽核，目前轄區內已設立62個充電座，未來還會持續擴展，是LUXGEN推廣電動車非常重要的成果。目前全台已有151台LUXGENEV<sup>+</sup>運行，投入內容包含縣市政府與國營企業公務用車、民眾旅遊接駁、短租服務等，將持續朝著電動車普及化的目標前進，與政府及全民攜手共同打造台灣低碳島！



LUXGEN投入電動車發展迄今，已成為國內第一家正式通過國家認證掛牌的電動車，百分之百零排放的電動車款，實為環保車的最佳典範，研發成果屢獲環保署頒發年度環保車的肯定，未來仍會積極參與經濟部智慧電動車先導運行方案，為環保節能盡一份心力。

LUXGEN今年再度受邀參與「2013台灣國際電動車展」盛會，現場展示世界第一台智慧科技七人座電動車—LUXGEN7 MPV EV<sup>+</sup>。



LUXGEN為國內第一家正式通過認證掛牌的電動車品牌，所搭載的潔淨動力科技無污染、零排放，受到國外媒體與參觀者的高度關注。

LUXGEN為此次「2013台灣國際電動車展」上人氣最旺盛的展區，所展出世界第一台智慧科技七人座電動車LUXGEN7 MPV EV<sup>+</sup>是全場亮點。



↑ LUXGEN7 MPV EV<sup>+</sup>電動車投入台南市政府的「大台南低碳綠能智慧電動車先導運行計畫」，為環保節能盡一份心力。

↑ LUXGEN總經理胡開昌於啟用典禮上致詞時表示，我們未來仍會持續朝著電動車普及化的目標前進，與政府及全民攜手共同打造台灣低碳島。



↑ 台南市長賴清德與LUXGEN總經理胡開昌在「大台南智慧電動車啟用典禮」上彼此握手寒暄。

↑ LUXGEN總經理胡開昌(左五)與經濟部工業局主秘邱求慧(中)、市長賴清德(右六)共同見證LUXGEN7 MPV EV<sup>+</sup>投入「大台南低碳綠能智慧電動車先導運行計畫」。

## 近10年榮耀紀錄

這些榮耀紀錄著我們對您的承諾！

### 【企業標竿】

- 裕隆汽車榮獲台北市喜馬拉雅自然文明保護協會頒發之「綠色永續獎」(2013)
- 裕隆汽車2011年企業社會責任報告書榮獲英國BSI認證公司A+應用等級。(2012)
- 榮獲經濟部產業科技發展獎「創新成果表揚－製程/流程創新類」(2008)
- 經濟部產業創新成果表揚(2007)
- 榮獲日本JIPM協會「TPM特別獎」殊榮(2007)
- 產業科技發展獎「卓越創新成就獎」(2005)
- 日本JIPM協會頒發「TPM優秀賞」殊榮(2002)
- 企業價值獎(2002)

### 【品牌肯定】

- LUXGEN5 Sedan榮獲經濟部「第21屆台灣精品金質獎」(2013)
- LUXGEN榮獲Yahoo風雲車大賞「國產-都會跨界賞冠軍」、「國產-乘用舒適賞冠軍」、「車展期待賞冠軍」三項大獎(2011)
- LUXGEN榮獲「台灣百大品牌」殊榮肯定(2011)
- LUXGEN7 SUV榮獲第19屆「台灣精品金質獎」暨「台灣精品人氣王」，蟬連雙料冠軍(2011)
- LUXGEN7 SUV榮獲第18屆「台灣精品金質獎」暨「台灣精品人氣王」雙料冠軍(2010)
- LUXGEN7 MPV獲選「2009年度風雲車」及「最佳國產MPV」雙料大獎(2009)
- J.D.POWER國產中型房車「新車初期品質調查」(IQS)及「最佳汽車整體表現」(APEAL)第一名(2002)
- 日產第六屆NISTEC亞洲盃及世界盃技能競賽冠軍(2002)



## 【精質服務】

- 裕隆新店行遍天下AutoMall榮獲「第七屆國家建築金質獎規劃設計類首獎」（2005）
- 第二屆天下雜誌「卓越服務獎」（2004）
- 日產全球顧客滿意績優獎（2003）

## 【社會責任】

- 裕隆汽車榮獲「新北市卓越企業獎」(2012)
- LUXGEN7 SUV EV+電動車榮獲環保署「2011年環保車」殊榮（2011）
- 榮獲行政院環保署「節能減碳行動標章」績優單位（2010）
- 榮獲「第二屆遠見雜誌環境英雄獎」(2010)
- 榮獲行政院文化建設委員會「第十屆文馨獎--金獎」(2010)
- 榮獲「第六屆遠見雜誌企業社會責任獎」--傳產組五星獎（2010）
- 榮獲「第五屆遠見雜誌企業社會責任獎」--傳產組首獎（2009）
- 榮獲行政院體委會「97年企業贊助體育團體或運動選手表揚」(2008)
- 榮獲行政院文化建設委員會「第九屆文馨獎--金獎」(2008)
- 榮獲經濟部能源局「節約能源績優獎」優等獎（2008）
- 榮獲第四屆遠見雜誌企業社會責任獎傳產組首獎（2008）
- 行政院環保署清淨家園全民運動獎（2007）
- 教育部社教公益團體獎（2007）
- 行政院文化建設委員會第八屆文馨獎金質獎（2006）
- 中華民國第一屆綠色會計獎（2005）
- 行政院文化建設委員會第七屆文馨獎金質獎（2004）
- 獨家贊助林旺標本製作（2003）
- 行政院環保署中華民國企業環保獎（2002）
- 經濟部工業局污染防治設施操作維護績優工廠獎（2002）



## GRI/G3對照表

GRI指標		對應章節	狀況	頁碼
1.	策略與分析			
1.1	組織最高決策者聲明	經營者的話	●	2,3,4
1.2	主要衝擊、風險及機會之描述	前瞻未來-關鍵衝擊與機會	●	27~29
2				
2.1	組織名稱	關於裕隆-公司基本資料	●	8
2.2	主要品牌、產品與服務	關於裕隆-主要產品	●	10,11
2.3	營運架構，包括主要營運公司、子公司與轉投資公司	關於裕隆-轉投資事業	●	16,17
2.4	總公司位置	關於裕隆-公司基本資料	●	8
2.5	營運之區域與國家	關於裕隆-營運據點	●	10,11
2.6	法律所有權	股東結構	●	20
2.7	產品或服務供應之市場	關於裕隆-營運據點	●	10,11
2.8	組織規模	關於裕隆-組織系統圖	●	9
2.9	組織在報告期間之重大改變	無重大改變	●	編輯方針
2.10	報告期間獲獎情形	各相關單元各表	●	72(附錄)
3.				
3.1	報告期間	編輯方針	●	編輯方針
3.2	過去的報告日期	編輯方針	●	編輯方針
3.3	報告出版週期	編輯方針	●	編輯方針
3.4	報告聯絡或詢問之處	編輯方針	●	編輯方針
3.5	報告內容定義程序	編輯方針	●	編輯方針
3.6	報告的範圍	編輯方針	●	編輯方針
3.7	報告範疇或界線的特別限制	編輯方針	●	編輯方針
3.8	分公司、子公司、承租廠房、外包業務與對組織有顯著影響之實體	2012年本公司無此相關情事	●	GRI/G3指引
3.9	資料量測技術與計算基準	編輯方針中說明	●	編輯方針
3.10	與以往報告資訊重述的效益	報告期間無任何合併收購	●	編輯方針
3.11	與以往報告比較的顯著差異	編輯方針中說明	●	編輯方針
3.12	揭露標準之對照表	GRI/G3指引	●	74(附錄)
3.13	報告之外部認證	2012年無實施外部認證	●	GRI/G3指引
4.				
4.1	組織之治理架構	公司組織架構	●	9
4.2	指出最高治理者是否兼任營運主管	最高治理者兼任營運主管	●	20
4.3	組織獨立董事與非營運成員	董事會成員(無獨立董事)	●	19
4.4	股東/員工參與提供建議給最高治者之機制	董事會成員、內部稽核機制、結社自由、勞資會議、合理的勞動保障、其他溝通管道	◎	20~,23,56
	高層補償與機構績效間的連結	高層績效與員工機制相同，公司治理，員工僱用	●	18,63
4.5	高層補償與機構績效間的連結	高層績效與員工機制相同，公司治理，員工僱用	●	18,19
4.6	避免最高治理者利益衝突的程序	稽核室、內部控制	●	21
4.7	最高治理成員在經濟、環保及社會方面的資格與專長審查程序	公司治理-董事會組成及進修等說明	●	19,20
4.8	經濟、環保及社會績效之任務、行為準則及原則說明	經營者的話及經濟、環保及社會的主單元中	●	2~29,31~49,51~69
4.9	最高治理者管理經濟、環保及社會績效的流程	企業社會責任管理與推動-與利害關係人的溝通	●	24~26
4.10	評估最高治理者本身績效的程序，尤其在經濟、環保及社會績效	公司治理-內部稽核機制	●	21
4.11	組織預防措施或原則之說明	公司治理-內部稽核機制	●	21
4.12	外部的經濟、環保及社會特許、原則或其他計劃	無外部的經濟、環保及社會特許、原則或其他計劃	●	GRI/G3指引
4.13	國內或國際組織協會會員身份	社會貢獻-參與社團組織	●	69
4.14	利害相關團體之名單	裕隆與利害關係人	●	25
4.15	利害相關者之鑑別	裕隆與利害關係人	●	25
4.16	利害相關者之參與方式	裕隆與利害關係人	●	26
4.17	利害相關者主要關注之議題與組織之回應	裕隆與利害關係人	●	29

● 已揭露 ◎ 部分揭露 ○ 未揭露

GRI指標		對應章節	狀況	頁碼
EC1	經濟價值產生與分布，包括營收、營運成本、員工薪酬、捐獻及其他社區投資、保留盈餘、投資者與政府之給付	信賴經營單元內容所述及的財務績效等相關詳細資料，敬請閱裕汽 2012 報	●	13
EC2	因氣候變遷引起之財務風險與機會	能源短少，碳排放限制等將引起財務風險與機會	◎	29,32 GRI/G3 指引
EC3	組織定義之福利計劃	員工福利	●	56,57
EC4	政府之主要財政補助	投資抵減	●	16
EC5	新進員工薪資標準	員工福利第一段所描述	●	56
EC6	營運所在區域供應商	2012年國內外採購比例	●	62
EC7	聘僱當地人員	員工雇用	●	54
EC8	公共福利設施投資與服務	促進地方繁榮發展	●	63
EC9	間接經濟衝擊	Swot分析	●	27
環境績效指標				
EN1	原物料使用量	環境保護績效		33~37
EN2	回收原料之使用	提供安全與多元化的產品	●	49
EN3	直接的主要能源消耗	節水與節能單元	●	33,34
EN4	間接的主要能源消耗	節水與節能單元	●	33,34
EN5	由環境保護及效率的改善所節省的能源	節水與節能單元	●	34
EN6	提供高效率能源及再生能源的產品與服務計劃	資源回收再利用自願性規範	●	49
EN7	為達成間接能源消耗的減量和達成減量成果的自主行動	能源使用相關措施	●	33,34
EN8	總用水量	節水與節能單元	●	34
EN9	因取水而有重大影響之水源	環境保護績效	●	37
EN10	水回收及再利用的總量及百分比	環境保護績效	●	34
EN11	位於或鄰近於生態保育區之土地位置與面積	重視生物多樣性	●	38
EN12	活動、產品與服務對於生態保育區之顯著衝擊	重視生物多樣性	●	38
EN13	保護與恢復的棲息地	重視生物多樣性	●	38
EN14	對生物多樣性管理之策略、目前行動方案與未來計劃	重視生物多樣性	●	38
EN15	因營運而造成保育類物種之影響	重視生物多樣性	●	38
EN16	直接與間接溫室效應氣體總排放量	溫室氣體減量	●	34
EN17	其他相關之間接溫室效應氣體排放量	溫室氣體減量	●	34
EN18	減少溫室效應氣體排放之計劃與成果	發展低碳電動車、環保車產品、綠色製造	●	31,46,47,57
EN19	破壞臭氧層物質的排放量	臭氧層破壞物質管理	●	38
EN20	氮氧化物、硫氧化物及其他顯著空氣污染物之排放量	空氣污染防治	●	36,37
EN21	廢水總排放量與去處	水污染防治	●	37
EN22	依種類與處理方法分類之廢棄物總量	廢棄物處理	●	35
EN23	重大洩漏事件	毒性化學物質管理	●	37
EN24	視為具危險性的運輸、運入、輸出或處理的廢棄物總重量，根據巴賽爾協定附錄之一、二、三與八則條文，以及運輸至國外的廢棄物百分比	2012年無相關情事	●	GRI/G3 指引
EN25	組織之放流水及逕流對生態環境之顯著衝擊	水污染防治	●	37
EN26	減低產品與服務之環境衝擊計劃	環保車產品、綠色製造	●	46,47
EN27	產品與其包裝按種類回收之比例	資源回收再利用	●	49
EN28	違反環保法令紀錄	環保支出與投資	●	38
EN29	商品、原料或人員的輸送所造成的重大環境衝擊	環保支出與投資、供應商管理機制	●	38,61
EN30	各類環保支出與投資	2012年各類環保支出與投資	●	38
社會績效指標				
LA1	員工雇用型態與數量	員工雇用	●	54
LA2	依據年齡、性別與區域區分之員工流動率	員工雇用	●	55
LA3	全職員工之福利	員工福利	●	56,57
LA4	團體協約	勞資關係、合理的勞動保障	●	56

● 已揭露 ◎ 部分揭露 ○ 未揭露

GRI指標		對應章節	狀況	頁碼
LA5	重要作業變更之最短通知期	合理的勞動保障	●	56
LA6	描述由勞資雙方代表參加的正式聯合勞工健康安全委員會之勞工比例，藉以監督和指導職業健康安全計劃	勞資關係，但是2012年公司無此比例	◎	56,GRI/G3指引
LA7	職業傷害、職業病、損失日數及死亡事故率	工安績效、職業病管理	●	42,43
LA8	協助員工及其家庭或社區關於嚴重疾病之教育訓練、諮詢、預防與風險控制計劃	醫務室的服務、舉辦員工健康講座、多元活動豐富裕隆人的生活	●	44,45,56
LA9	健康及安全相關議題被列於工會正式協議文件中	2012年無將之列入正式協議文件中，我們將加強	●	GRI/G3指引
LA10	員工受訓時數	完整的人才培育體系	●	59
LA11	職能訓練計劃	完整的人才培育體系	●	59
LA12	員工接受定期的績效及生涯發展審查的比例	重視人權、完整的人才培育體系、教育訓練實施情形	●	58,59,60
LA13	員工按性別、年齡及其他分類之組成	員工雇用	●	54
LA14	男女基本薪資比例	員工雇用	●	54
HR1	重大投資合約中包含人權條款之比例	2012年投資計劃	●	28
HR2	對供應商的人權審查	供應商互動	●	62
HR3	考量人權因素的員工總訓練時數。員工接受許營運相關人權考量的政策和程序訓練的總時數及有多少比例的員工受過訓練	勞資關係，但是2012年公司無此比例	◎	56
HR4	歧視事件與行動方案	重視人權	●	55
HR5	結社自由權利與支持其之行動方案	重視人權	●	55
HR6	不使用童工	重視人權	●	55
HR7	無強迫勞動之情形	重視人權	●	55,56
HR8	公司有多少比例的安全人員對營運中相關人權有關的政策和人權考量有關的程序接受訓練	本公司無此比例，以後希望能夠加強此項數據之計算與揭露	○	GRI/G3指引
HR9	侵犯當地原住民權益事件之總數量和已採取之行動	重視人權	◎	55
SO1	營運對於社區的影響	員工雇用	●	55
SO2	賄賂風險分析	無賄賂風險分析	●	GRI/G3指引
SO3	員工反賄政策與程序訓練之比例	公司行為準則、員工紀律	●	21,60
SO4	賄賂事件採取之行動	公司行為準則、員工紀律	●	21,60
SO5	參與公共政策訂定與遊說	尊貴服務、參與公共政策	●	51,69
SO6	對政治團體、個人或相關政府團體的貢獻價值，包括財務與實物	財務績效、社會貢獻	◎	13~15, 65~69
SO7	針對反競爭行為、反托拉斯及獨佔等情形採取法律行動訓練之總數和其成果	本公司無反競爭行為、反托拉斯及獨佔等情形而採取法律行動等情事	●	GRI/G3指引
SO8	違反法令之罰款與處罰紀錄	2012年無相關情事	●	21,42,69
PR1	產品與服務生命週期階段之健康與安全衝擊評估與改善	提供安全安心的工作環境，綠色製造，綠色產品	●	39~47,49
PR2	按結果種類，闡述商品與服務在受限內違反法律規範及傷害健康及安全的事件數量	真實訴求、詳細標示	●	51
PR3	產品與服務訊息	尊貴服務之2之3	●	51
PR4	按結果種類闡述商品與服務違反規定及自願性規範事件數量的資訊	真實訴求、詳細標示	●	51
PR5	客戶服務與滿意度調查與結果	顧客滿意度調查結果	●	53
PR6	堅持符合法令標準之市場溝通與推廣計劃	健全的產品保證體制	●	51
PR7	按結果種類闡述商品與服務違反法律規範及自律的市場溝通，包括廣告、促銷、贊助等活動數量	真實訴求、詳細標示	●	51
PR8	客戶抱怨關於隱私權侵犯，和資料外洩等事件的總數	防護顧客資料	●	52
PR9	關於產品與服務相關之違反法令紀錄	提昇客戶滿意度	●	53

● 已揭露 ◎ 部分揭露 ○ 未揭露

※ 灰底色為核心指標

# Corporate Social Responsibility Report

