

The background of the slide is a high-angle, aerial photograph of a dense, vibrant green forest. The forest is reflected in a calm, dark blue body of water that occupies the lower half of the image. The reflection is sharp and clear, creating a symmetrical effect. The overall color palette is dominated by various shades of green and blue, conveying a sense of nature and sustainability.

南都汽車112年度

永續報告書

Sustainability Report

1. 關於南都 02

1.1 南都簡介	03
1.2 南都發展史	04
1.3 使命、願景、核心價值觀、經營方針	05
1.4 經營者的話	06

2. 永續管理 08

2.1 永續政策	09
2.2 ESG 執行架構與平台	10
2.3 重大議題選定與利害關係人溝通	11

3. 感動客戶 13

3.1 實在好甘心 CR及車主活動	14
3.2 實在好甘心 顧客關係管理	16
3.3 實在好甘心 LEXUS強化客戶服務作法	18

4. 友善職場 19

4.1 樂在職場 硬體設施優化	20
4.2 樂在職場 公司制度優化	21
4.3 樂在職場 員工活動	24
4.4 樂在職場 健康促進	25
4.5 樂在職場 職業安全衛生	26
4.6 樂在職場 教育訓練與人才發展	28

5. 誠信經營 32

5.1 董事會架構與運作	33
5.2 法規依循	34
5.3 資訊安全	35
5.4 顧客資料保護	36
5.5 財務績效	36

6. 環境永續 37

6.1 綠色理念	38
6.2 綠色營運	39
6.3 綠色活動	41
6.4 綠色電動	42

7. 社會關懷與互動 43

7.1 社會關懷	44
7.2 社會互動	46

8. 創新文化 48

8.1 創新提案競賽	49
8.2 雇主品牌提升	50

附錄 51

關於報告書	51
GRI對照表	52
聯絡資訊一覽表	57

01 關於南都

1.1 南都簡介

1.3 使命、願景、核心價值觀、經營方針

1.2 南都發展史

1.4 經營者的話



1.1 南都簡介



南都汽車為 TOYOTA 及 LEXUS 於雲嘉南地區唯一經銷商，市場佔有率第一名。發展至今已超過 32 年，事業版圖擴及雲林縣、嘉義縣 (市)、台南市，共有 19 個 TOYOTA 據點、3 個 LEXUS 據點、7 個中古車據點、16 個社區型保修站，更跨足車體美容、數位商城... 等產業，並持續擴展中。

名列天下雜誌前 100 大服務業，秉持著「持續改善、人性尊重」的豐田精神，善盡社會責任，通過 ISO 14001 環境管理系統認證及 ISO 27001 資訊安全管理系統。重視人力資本，導入 TTQS 人才發展品質管理系統，鼓勵員工持續學習、勇於挑戰、創新突破以強化競爭力。

以「實在」、「共好」、「創新」為核心價值，秉持「實在的南都、甘心的服務」精神，持續深耕轄區，已連續多年獲得轄區 CSI 及 SSI 同業調查雙料冠軍，致力成為顧客信賴、員工喜愛、同業敬重的汽車公司。

南都汽車
經銷的品牌



南都汽車
投資子公司

南一汽車配件

南天科技



南一車體美容



1.3 使命、願景、核心價值觀、經營方針

公司使命 Enterprise Mission

貫徹總代理銷售方針，穩固品牌競爭優勢，因應市場環境調整公司策略，力求穩定發展以期永續經營、善盡社會責任。

公司願景 Corporate Vision

成為「顧客信賴」、「員工喜愛」、「同業敬重」的汽車公司。

核心價值觀 Core Value

實在
秉持「實在的南都、甘心的服務」之精神，深耕轄區、回饋鄉親，成為消費者心目中最值得信賴的汽車公司。

共好
照顧員工生活，與同仁一起學習成長，提供快樂工作的職場環境，成為求職者心目中最希望進入的公司。

創新
整合、前進、創新，以領先的思維帶領公司成為最具競爭力的企業

2023年經營方針 - 多元創新，打造輝煌未來

- 一、配合總代理政策，持續強化本業發展
- 二、加速數位轉型，提昇工作效能，創新營運樣態
- 三、型塑多元包容的職場文化，廣納優秀人才

多元創新 打造輝煌未來

實在 共好 創新。學習 多元 包容



1.4 經營者的話

2023年，南都汽車邁入第33個年頭。自創辦人陳信一先生開業以來，「永續經營」一直是其念茲在茲的重要經營課題。南都本業為汽車買賣保養維修，屬於高勞力需求的行業，人才培育一直是公司非常重視領域；另一方面，也是屬於大量客戶互動之行業，與社會的高強度連結，亦是公司最重要的核心價值。

因此，南都很早就在推行永續相關的工作了。只是在近年企業永續的觀念被大量推廣之前，我們並不了解公司內部所謂誠信經營的優良文化，其實就是永續文化的基礎；而我們一直在做的人才培育、顧客關懷、環境保護等等...就是現在所謂CSR的範疇。十幾年前更沒有ESG指標可供量化企業的永續表現。於是，當我們理解到發展ESG可以為公司帶來更穩健長遠的營運，更有系統的評估我們是否走在正確的經營道路時，我們於去年首次發表了公司的ESG報告。南都不是上市櫃公司，也不在政府規範需要撰寫ESG報告的行列。我們主動跟隨日本TOYOTA母公司以及台灣總代理和泰汽車的腳步，自我檢視自身的經營體質，就是希望公司能真正朝向「成為顧客信賴、員工喜愛、同業敬重的汽車公司」而努力。

除了完成總代理賦予之營運目標，回饋股東穩健的獲利成長，我們更明白公司永續發展對員工、對社會、對經濟的重要影響。我們致力於提供客戶更貼心感動的服務，打造優質的職場環境，提昇教育訓練、鼓勵員工學習成長，培育更多公司發展所需之人才；善盡企業社會責任，深耕轄區、回饋地方，參與各項公益活動及環境永續議題。公司於2022年起設置ESG委員會，在ESG的架構基礎下，依循著公司使命、理念、願景與永續政策，制訂每年度經營方針；2023年更特別納入「數位轉型」與「多元包容」為重要的營運方向。系統性朝向永續發展的目標努力。

依據對公司永續營運之重要性，區分為六大面向，盤點檢視公司各項施策是否正確朝向永續發展的目標前進。分別是：「感動客戶」、「友善職場」、「誠信經營」、「環境永續」、「社會關懷」、以及「創新價值」。2023年，我們在這些面向上達成了以下成就：

感動客戶

為了與客戶建立更緊密的互動與信賴，我們每年規劃各式車主專屬活動，TOYOTA以各式手作DIY為主題，19個營業所共舉辦了26場次，像是植栽、春聯、手工皂、餅乾等等親子活動；LEXUS則舉辦了4場，精油調製、小小影音達人、小小甜點師、日式注連繩手作，深度客戶關懷，與在地顧客更直接有溫度的互動。總公司則主導較大型之活動：TOYOTA台鋼獵鷹南都主題日、台南購物節、Lexus Journey By the Sea。總接觸客戶超過2.5萬人。贊助台南購物節更協助活動效益線下總消費10,838,969人次。

我們重視顧客的需求及心聲，常態性提供各式顧客關懷管道，像是客服中心、官網智能客服、電訪/網路/APP/紙本問卷...，了解每位客戶的心聲，雙品牌客戶總接觸次數達31萬人次。持續改善客戶回廠保修之體驗，導入Smart Workshop、BP智能估價、智能點餐等接待數位化工具；舉辦星光聯盟專案、CS Promoter/分工講師、LEXUS雙A+ 暖心服務創意競賽、網路VOC情蒐隊獎勵活動...等，以提昇服務人員之服務溫度。透過眾人之努力，連續數年獲得同業客戶滿意調查排名第一名的肯定，讓我們備受鼓舞，持續在提供更暖心服務的道路上邁進。

友善職場

有滿意的員工才會有滿意的客戶，除了重視客戶的需求，公司對於改善職場環境更是不遺餘力，不論是硬體設施、各項福利制度、員工身心健康與工作安全、職場文化、教育訓練與培育...都得隨著時代潮流不斷檢視改善。

為了給員工更好的職場環境，規劃營業所友善辦公作業環境、服務廠便利作業工具、總公司辦公室會議室數位預約/投影系統...等硬體設施提升專案。隨時代潮流改善各項工作制度，像是導入總公司彈性工時、鼓勵休假生活平衡、提高同仁特休假使用率、營業所

業務同仁休假正常化。同仁的健康與安全是公司最重視的項目，每月臨廠護理師到各據點關懷，提供優於法令規範的健康檢查，並針對健檢結果有紅字的同仁開設健康講座。舉辦各式員工休閒活動、餐會、電影欣賞、躲避球賽、壘球/籃球聯賽，補助各式常態性社團活動；因COVID疫情停辦數年，終於在2023年3月重新再次盛大舉行的大型春酒晚宴，席開 173 桌，獲得同仁極高的正向肯定。因應物價上漲，照顧員工生計，於3月執行年度調薪，整體平均調幅為3.6%。我們更重視形塑友善的職場文化，除宣導性別平權外，亦提高生育補助與子女就學補助，讓南都成為員工可以穩定成家的幸福職場。

人才是公司最重要的核心能力。因應少子化趨勢，我們參與多場校園召募活動、Skill Building產學合作計畫、教育部雙軌旗艦計畫、產學攜手合作計劃2.0、建教合作、職場參訪...等，與各級學校互動，提早讓學子接觸產業，了解職場。新人進入公司之後，完整的教育訓練系統讓同仁可以循序漸進習得職務上所需之技能；不只新進人員，公司持續提供各式在職教育訓練，鼓勵員工終身學習，與時俱進。大致可分為共通職能、專業職能及管理職能課程。2023年共計開設185堂課，6,257小時訓練時數(4小時/每員工)，訓練總支出超過1仟萬元(約6,489元/每員工)。根據TOYOTA/LEXUS母廠訂定之技術證照體制，技術職人員考取證照可領有證照津貼，2023年共發放近2,500萬元。辦理了兩場服務技能競賽，讓優秀的技術職人同場競技，站上自我成就的舞台。我們提供完善的職涯路徑系統，除同樣職類的升遷管道、管理職晉升外，亦設有自願請調機制及年度輪調意願調查，鼓勵員工轉職，接受更大的挑戰，創造人生價值發展自我。

2023年，南都獲得國健署「健康職場認證標章」，勞動部TTQS(人才發展品質管理系統)評鑑銀牌獎，且為歷次評鑑最高分；參加勞動部青年就業旗艦計畫95人。並在總代理委外舉辦的組織發展調查報告(原為員工滿意度調查)，獲得同仁整體滿意度5.11(6點量表)之高滿意回饋，其中又以「職涯發展與教育訓練」中的子項目「工作中，公司給我學習和成長機會」高達5.27的認同。

1.4 經營者的話

誠信經營

在公司治理方面，配合日本豐田母廠及總代理和泰汽車之遵法要求，健全董事會運作，持續強化內部控制系統。112年度因應營運需求，修訂/新增了「薪資循環作業」12份管理辦法，車輛銷售/服務營運相關3份，其他內部控制作業5份。因應政府制定「跟蹤騷擾防制法」修改「工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒辦法」，並執行11場性騷擾防治教育。定期辦理營業據點遵法教育宣導，持續加強員工對法規之遵循，達成違法零容忍之公司遵法目標。

南都為公開發行公司，財務報表依總代理統一之會計準則編制，經會計師查核簽證，依法揭露。各項重大營運事項均依規定發佈在公開資訊觀測站，資訊透明，財務健全。為保護顧客資料免受不法侵害，自2008年起設立「資安防護委員會」，通過ISO 27001資訊安全管理標準認證，每年進行資訊安全風險評鑑。遵循「個人資料保護法」，在個人資料之蒐集、處理或利用之規範，為維護其合法性、正當性及透明性，於每年於9~10月進行個人資料內部防護稽核。以確保顧客個人資料與資訊安全受到最嚴格之保障。

環境永續

順應國際潮流，環保意識抬頭，綠色經營已是企業不可逃避的社會責任。早在2003年，本公司已在總代理和泰汽車的推動下，導入ISO14001環境管理系統，並成立環境管理委員會，由總經理出任主任委員，並於2007年全數營業據點通過ISO14001外部驗證。

在邁向2050年日本豐田母廠零碳排目標的路上，以2019年所產生的二氧化碳排放量為基期，逐年以3%為減碳目標，2023年需達成12%的減碳目標。截至2023年底止，完成8處太陽能電場，共發電280萬度電，約可抵減1,408噸碳排；加上其他節能減碳施策，已達成日本豐田母廠零碳排目標之233%。配合總代理每年舉辦「環境月」活動，15年來，已累計4,417位環保志工的投入。2020年起每年辦理「全台淨灘減塑總動員」活動，亦累積了近4千人

參與，清除了超過三仟公斤的海岸垃圾；認養雲林縣「許厝寮漁港」海岸，執行「TOYOTA一車一樹」、「TOYOTA玩具愛分享」等專案，持續將環保的價值推廣到員工、眷屬、關係企業伙伴與在地民眾，並身體力行。

日常業務、車輛維修所產生的垃圾，更需靠持續性的回收政策來確保不會造成環境的負擔，2023年共計回收廢鐵、廢塑膠、廢紙、廢保險桿、廢鉛圈、廢輪胎、廢電瓶近40萬公斤、廢機油逾100萬公升；以及透過ECOCO回收員工日常生活產生的寶特瓶、鋁罐、飲料杯、電池等共5,741個。

順應電動車市場之興起，我們自2017年起，也在各據點設置19座充電設備。純電車、油電混合動力車、插電式油電車等節能車型，在過去數年穩定約佔整體TOYOTA車輛銷售之20%，而LEXUS品牌更在2023年超越40%。

社會關懷

取之於社會、用之於社會，除了照顧用車客戶之外，我們也關懷弱勢族群。2023年以「南都有愛 共融無礙」為年度公益活動的主題，以「身心障礙」及「政府公部門」類別的公益團體為主要合作對象。不同於一般企業只是捐錢、捐資，我們結合南都核心競爭力—「在地深耕經營」，透過19間TOYOTA營業所，與轄區內21個團體合作，規劃各式活動，由銷售顧問直接與機構內弱勢族群互動，共接觸到關懷對象676人。2023年共舉辦6場捐血活動，總共募集586袋血，緩解醫療院所缺血情況。

自2021年起與台鋼獵鷹籃球隊合作，與職業籃球明星走訪偏鄉學校進行公益關懷，亦贊助南都汽車專屬主題日，當天邀請台南市社會局一同共襄盛舉，擺設公益活動攤位；更特別邀請南台南家扶中心街舞隊開場表演，提供大型表演舞台給家扶中心的小朋友，躍上全國轉播畫面。平時服務廠客戶休息室所提供的點心，除全台經銷商統一的制式內容外，我們也另行採購各社福團體製作的公益點心供入廠車主享用，全年度共採購八波次。

與公部門的溝通亦是很重要的一環，透過舉辦兩場消保講座，邀請市府消保官蒞臨分享消保議題，讓公司主管同仁得以與時俱進，強化法律意識與觀念，提昇顧客服務專業度。LEXUS年度贊助2場高爾夫球場會員盃，接觸球場會員球友共計560人，其中皆為社會各界之賢達。

創新價值

2023年南都汽車成立32年，面對數位、AI、電動化時代，如何跟上潮流，強化員工本質學能，提昇企業競爭力，正是公司能否持續穩健成長的關鍵。企業是否有效創新轉型，單靠少數個人是無法成功的。於是我們從2020年起，將「創新突破、大步向前」做為公司年度標語，以形塑公司「創新」文化。文化的養成非一朝一系，亦非簡單的口號標語能夠推動，必需要有具體施策才行。我們舉辦創新提案競賽，2021~23年共計66隊參加，66項提案中約有半數付諸執行、部分執行、或是有後續延伸；亦有一項專案「車輛維修工具車構造」取得經濟部專利。日常工作中，舉辦部門小型改善活動、機工具改善提案，設立提案獎勵金制度，讓創新的企業文化價值真正落實到所有同仁的工作中。

相關改善亦結合到「雇主品牌提升」政策。過往，我們較重視消費者與社會大眾之經營。近年來，受少子化趨勢影響，讓我們體認到好的企業文化，不只要讓公司內部同仁參與，更應該與外部求職者分享。藉由南都官網改版、參與校園活動、提供職場參訪、擴大學生組隊參加南都提案競賽...等等，讓南都的企業文化與創新價值有更好的能見度，並產生更多激盪的火花。

2024年，我們將「力行企業社會責任，堅實雇主品牌」設定為重要的營運方針。展望未來，南都營運將緊密結合ESG策略，秉持永續經營的初衷，照顧員工，服務顧客，回饋地方與環境，創造更多就業機會，安定在地經濟與發展。敬請各位先進不吝給我們支持與指教。

南都汽車 董事長

唐南岩

總經理

陳東良

02 永續管理

[2.1 永續政策](#)

[2.2 ESG 執行架構與平台](#)

[2.3 重大性分析與利害關係人溝通](#)



2.1 永續政策

E

環境永續

南都為確保建立、實施、維持及持續改善環境管理系統可取得充分的資源，以促進環境管理事務能有效推動，於民國92年推動ISO14001環境管理系統，並成立環境管理委員會。

為了掌握企業活動對環境的影響及主動處理全球暖化問題所帶來的挑戰，在符合法規標準，以及技術、經濟可行性下推動環境管理系統與溫室氣體盤查行動，並制定環境目標及溫室氣體自願減量計畫，以持續提昇環保績效，讓地球免於危險的氣候變遷中。因此，我們承諾下列之環境政策為最高指導原則，並以此發展具體的環境目標與標的：

- 遵守法令加強全員環保意識
- 維護廠區作業環境與安全衛生
- 推動溫室氣體盤查與減量行動
- 節能減碳提倡資源永續再利用

S

社會永續

南都為TOYOTA、LEXUS品牌之轄區經銷商，本業為汽車買賣保養維修。但我們並不以買賣業、或是維修業自居，一直以來，公司團體或個人之自我認同皆是「服務業」，也就是與「人」相關的行業。公司的員工、服務的車主、或是社區鄰里，都是我們需要關懷的對象。與「人」的高強度連結，是公司最重要的核心價值。

有滿意的員工，才有滿意的客戶。提供友善的職場環境、充足的教育訓練，改善員工家庭、提昇生活品質，方能持續提供更有溫度的服務予客戶。積極培育人才、打造幸福職場、持續優化各項員工福利制度，用「認真工作，精采生活」的正能量精神，強化企業軟實力。重視客戶心聲，保持與客戶良好的溝通管道，並以高標準自我要求，務求「沒有最好、只有更好」。秉持取之於社會，用之於社會的精神，長期投入社會關懷，並發揮積極影響力。我們承諾下列之社會政策：

- 友善職場環境，持續優化員工福祉
- 充實教育訓練，鼓勵終身學習
- 持續推動感動客戶之服務體驗
- 關懷社區，回饋社會，並照顧弱勢族群

G

治理永續

誠信經營一直是南都領導人最重要的理念，但光靠理念並無法有效確保南都永續運營。良好的公司治理結構能夠建立有效的決策機制、具執行力的高效團隊、並且可以進行良好的風險控管，進而養成正直之公司文化與價值觀。健全且永續的營運，不僅對投資人、對員工、對顧客、以至於對社會經濟，都是保障其權益的重要基石。

南都汽車依據日本TMC母廠及台灣總代理和泰汽車的指導，力求董事會的獨立性及資訊揭露透明度，並落實公司各項業務之法令遵循。恪遵以下之治理永續原則：

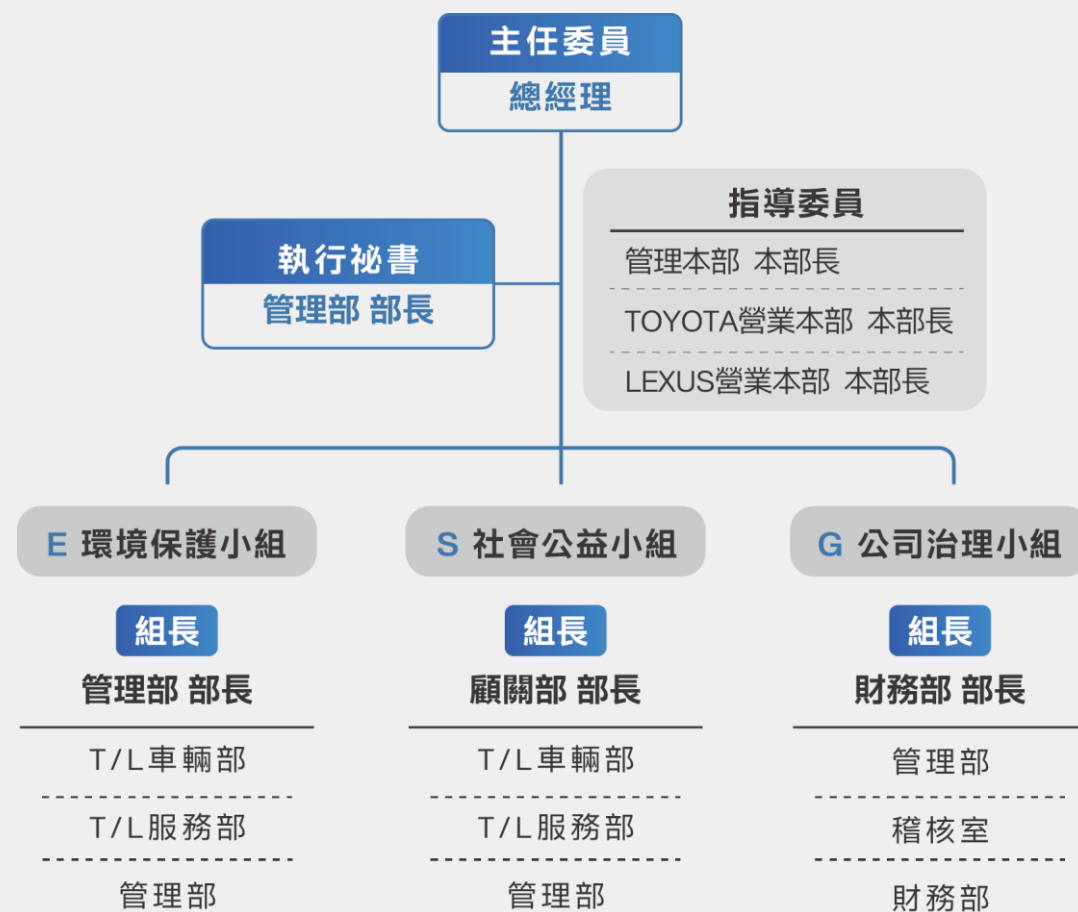
- 誠信經營、遵法守規
- 健全董事會運作，強化監督能力
- 健全內部控制系統，以法治減少人為風險
- 提高資訊透明度，確保利害關係人權益

2.2 ESG 執行架構與平台

2020年，金管會宣布「公司治理 3.0-永續發展藍圖」正式啟動，為持續深化我國公司治理，提升企業永續發展，在強化資訊揭露部分，考量投資人及產業鏈日益重視環境（E）、社會（S）及治理（G）等，提醒各企業須重視 ESG 利害關係議題。

一直以來，南都汽車為追求永續經營，持續重視並落實 ESG 各項議題。唯過各個面向係由不同部門分別運作，環境議題由環境管理委員會統籌、社會公益議題由教育委員會及車輛等營業單位執行，公司治理則依循南都各項規章辦法及現有法令執行。在公司規模持續擴大下，為使以上各項跨部門資源更有效運用，於 2022 年 8 月設置 ESG 委員會，以統籌各項 ESG 議題計畫執行，使永續發展能真正落實於日常營運中。

委員會下設 E（環境永續小組）、S（社會公益小組）、G（公司治理小組）三大組別，並由總經理直接出任主任委員，三大本部主管擔任指導委員。組織架構圖如下所示：



2.3 重大議題選定與利害關係人溝通

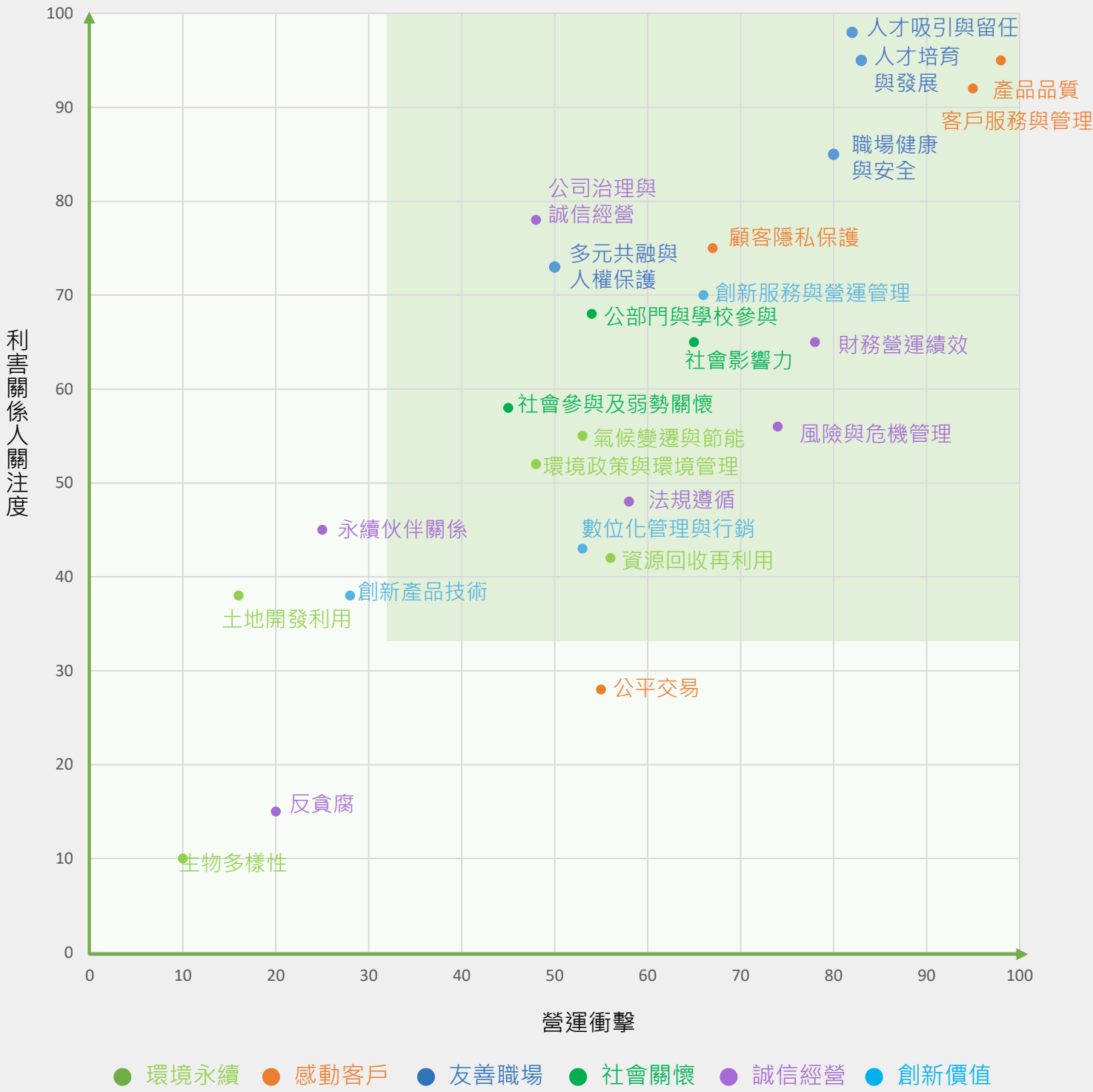
重大性分析與議題選定

面向	子分類	主題	風險	利害關係人	營運衝擊	關係人關注度	對應施策
環境面(E)	環境永續	氣候變遷與節能	消費者對品牌形象下降、營運費用提高	客戶、社區	53	55	太陽能、節能減碳、電動化、一車一樹
		環境政策與環境管理	消費者對品牌形象下降	客戶、社區	48	52	環保理念、環境活動
		生物多樣性	社區對立	社區	10	10	-
		資源回收再利用	消費者對品牌形象下降、營運費用提高	客戶、社區	56	42	資源回收
		土地開發利用	社區對立	社區	16	38	-
社會面(S)	感動客戶	客戶服務與管理	品牌形象、消費者信賴、銷售能力	客戶、社區、總代理	95	92	樂T客戶篇、TOYOTA CR活動、TOYOTA顧客關係管理、LEXUS車主活動、LEXUS顧客關係管理
		產品品質	品牌形象、消費者信賴、銷售能力	客戶、社區、總代理	98	95	樂T客戶篇、TOYOTA CR活動、TOYOTA顧客關係管理、LEXUS車主活動、LEXUS顧客關係管理
		顧客隱私保護	違法、品牌形象風險	客戶、社區、總代理	67	75	資訊安全、顧客資料保護
		公平交易	違法風險	客戶、社區、總代理	55	28	-
	友善職場	人才吸引與留任	組織戰力不足	員工、總代理、學校機構	82	98	組織發展調查、制度優化、員工活動
		人才培育與發展	組織戰力不足	員工、總代理、學校機構	83	95	人才發展、教育訓練
		職場健康與安全	組織戰力不足	員工	80	85	職場優化、制度優化、員工活動、健康促進、職業安全
		多元共融與人權保護	組織戰力不足	員工	50	73	制度優化
	社會關懷	社會參與及弱勢關懷	品牌形象、消費者信賴	社區	45	58	公益活動、公益點心
		社會影響力	品牌形象、消費者信賴	社區	65	65	贊助台鋼獵鷹-籃球活動(T)、高爾夫球場會員盃(L)、小小技師、玩具愛分享
治理面(G)	誠信經營	公部門與學校參與	品牌形象、消費者信賴、遵法、人才來源	社區、學校機構	54	68	消保講座、臺南購物節
		法規遵循	違法風險、商譽	總代理	58	48	董事會結構與運作職能、法規依循、法遵相關施策
		風險與危機管理	營運風險、商譽	總代理	74	56	內稽內控
		公司治理與誠信經營	營運風險、商譽	總代理	48	78	董事會結構與運作職能
		財務營運績效	經營能力與公司體質	總代理	78	65	財報揭露(財務績效)
		永續伙伴關係	經營能力與公司體質	總代理	25	45	-
		反貪腐	違法風險、商譽	總代理	20	15	-
	創新價值	創新服務與營運管理	創新經營能力	客戶、總代理	66	70	推動公司創新文化、創新提案競賽回顧、雇主品牌提升專案
		創新產品技術	創新經營能力	客戶、總代理	28	38	-
		數位化管理與行銷	創新經營能力	客戶、總代理	53	43	TOYOT/LEXUS數位服務



南都以營運衝擊為X軸，利害關係人專注度為Y軸，繪製重大議題矩陣。篩選出19項重大議題，作為報告書揭露的重點內容。

南都汽車重大性矩陣



註1：營運衝擊及利害關係人滿分以100分為計。
註2：兩象限中有一項主題低於33分者則不採計為重大主題。

利害關係人及議合

利害關係人	重要性	議合方式	頻率	檢核方式
總代理	提供南都優質商品。經銷商應與其保持密集連繫以確保市場訊息與其商品策略一致	TOYOTA/LEXUS方針說明會、年度表揚	共4場/年	年度優秀經銷商評價、年度凌志獎評價、每月車輛/服務業績推進、每月各經銷商損益報表
		各部門業務交流會議	≥1次/季/部門	
員工	南都为高度人際相關之服務業，人才與服務熱忱為最重要的核心競爭力	營業所/服務廠主管會議	1~2次/月/部門	員工KPI、各項業績達成狀況、各項調查滿意度成績及回饋意見、員工離職率、人員晉升輪調狀況
		年度績效、日常業務、晉升異動訪談	至少1次/年/人、或不定時	
		員工滿意度、輪調意願、離職人員問卷調查	各1次/年	
		激勵會、榮譽餐會、家庭日、春酒/尾牙等活動	數次/年	
		各式教育訓練	27.5小時/人	
客戶	客戶滿意是我們前進的動力與重大核心價值，對顧客與潛在消費者之重視為不可撼動之信念	南都995專區，意見回饋信箱	常設	客戶滿意度調查成績、網路情搜
		交車後電訪(營業所/顧關部)	每人次新車購買	
		服務廠入廠後電訪/問卷	每人次入廠客戶	
		日常業務拜訪、客戶入廠關懷	6次/年	
社區	長期深耕轄區，服務地方，創造客戶與鄰里之信賴，回饋社會，照顧弱勢	各式營業所/服務廠CR活動	各據點 1~2次/每年	和泰同業調查報告、網路情搜
		南都有愛系列等活動	19場/半年	
		LEXUS球場會員盃等活動	2場/年	
		贊助轄區縣市購物節	一次	
		環境月/淨灘等活動	2次/年	
學校機構	學校為培育人才來源之搖籃，強化與學校機構互動，儲備優質人才	捐血活動	數次/年	教師研習參與次數、特色教學提案次數、定著率、產學合作學校拜訪及交流次數、招募人數、入職人數
		中正大學勤誠講座	1次/年	
		雲嘉南產業菁英智囊團	1次/年	
		T-TEP學校交流/Skill Building	T-TEP 3次/年 Skill Building 1次/年	
		轄區各高中職/技術大學產學合作	2次/年	

03 感動客戶

[3.1 CR及車主活動](#)

[3.2 顧客關係管理](#)

[3.3 LEXUS強化客戶服務作法](#)



南都汽車為了與客戶建立更緊密的互動與信賴，秉持著「實在的南都、甘心的服務」精神，持續深耕轄區，致力成為顧客信賴的汽車公司。而南都除了透由車輛販賣、維修等服務與客戶連結關係，亦規畫各種不同的CR（Customer Retention，保有客戶）活動來回饋客戶，與客戶積極互動聯繫。

3.1 實在好甘心 | CR及車主活動

詹南岩董事長認為：「交車後的3年內是與客戶建立良好關係的最好時刻。」這段時間內如果可以好好的與客戶互動、了解客戶，客戶對我們的信任度及好感度都會大幅提升，更可以促成後續再購或介紹親友購車機會。TOYOTA每兩個月會舉辦3年內新車主CR活動，如：與南都一起做公益、填問卷抽好禮、推薦獻好禮...等，讓銷售顧問於拜訪客戶時有更多話題互動。TOYOTA營業所更以各式手作DIY為主題，2023年共計舉辦26場；LEXUS則舉辦4場。

2023年TOYOTA在地車主活動

區域	活動內容	場次	人數
台南	親子魔法汽球DIY、兔年造型湯圓DIY、紙青蛙比武大賽、塔羅&調香活動、掛霜堅果三重奏、多肉植物栽植DIY、香氛精油皂DIY、迷你貼萬用包、拼貼扇子教學、喜迎新年吊飾、永生花珠寶置物盒、植物拓印帆布袋、手作造型磁鐵親子活動、精油乾洗手	14	418
嘉義	多肉上板DIY、痠痛紓壓霜DIY、免敏香草乳霜手作、壓模曲奇餅乾	4	93
雲林	春節手寫春聯活動、湯姆貓與傑利鼠鑰匙圈製作、手機也能拍出好照片、彈彈貓鑰匙圈、如魚得水~手做活動、春聯義賣活動、植栽空氣鳳梨手作活動、糖霜餅乾DIY	8	206



2023 年 LEXUS 在地車主活動

LEXUS以Experience Amazing為品牌主軸，多元化車主活動，結合生活美學、職人工藝、數位科技、奢華祕境食旅等，提升車主尊榮體驗、感動服務。LEXUS致力為每一位高端顧客創造不同的驚奇，獨一無二的專屬活動，打造Omotenashi悉心款待的DNA。

區域	活動名稱/內容	場次	人數
台南	奢華手工藝 X 療癒茶會 雷雕奶油刀DIY磨製及客製車主專屬名字。活動現場提供麵包、奶油，讓車主體驗奶油刀本身精準的板金折彎工藝，可輕鬆刮取奶油、果醬。	1	22
台南	小小短影音達人 因應短影音趨勢，邀請專業影像創作者，以輕鬆有趣的方式引導小朋友在一日的課程中，學會構思影片、企劃創作及熟悉各種題材的拍攝與剪輯技巧。	1	20
台南	小小星級甜點師 讓小朋友進一步瞭解品牌職人精神，邀請米其林二星餐廳甜點主廚親自教導如何做出特色美味的甜點，同時，讓小朋友發揮創意，展現自己的Amazing。	1	20
嘉義	香氛日式注連繩手作 結合藝術創作與生活美學，運用日式傳統注連繩、天然精油製成的香氛噴霧，完成具有自我風格及意義性的手作品。	1	25



2023 年大型車主活動

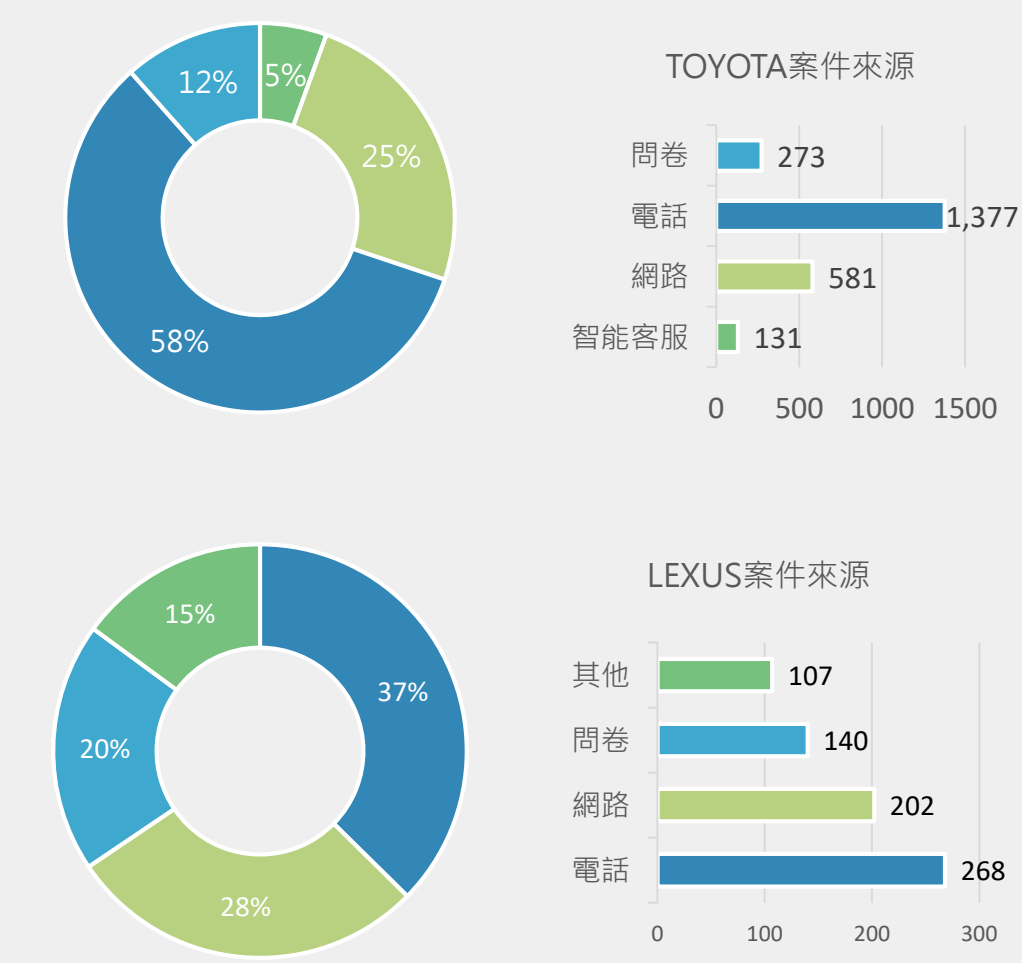
品牌	活動名稱/內容	執行成效
TOYOTA	台鋼獵鷹-南都主題日 2023年為南都汽車與台鋼獵鷹合作的第二年，透過跨界合作回饋南都車主，提升客戶心中之品牌好感度，也將南都汽車及TOYOTA之品牌優勢，推廣至更年輕的族群。	- 現場與超過2,000位球迷互動 - IG貼文觸及超過7,000次 - 體育台轉播與YT直播平均觀看超過13,000次
TOYOTA	台南購物節 2023年台南購物節，南都汽車為回饋社會，特別贊助兩台TOYOTA暢銷車款 COROLLA CROSS GR Hybrid及VIOS作為台南購物節最大獎項。	- 提高與在地政府互動，創造良好企業形象，並受邀參與多場台南市政府舉辦之活動，辦理戶外展示會。戶外展示會觸及現場民眾合計約1,500人。 - 線下總消費10,838,969人次
LEXUS	Journey By the Sea 蔚藍之境 LEXUS車主專屬奢華美食旅遊活動，乘坐豪華遊艇享受海上風光；走入山林體驗自然生態。採用台灣食材，客製無國界創意料理，美酒佳餚、音樂舞蹈，營造海島度假氛圍，給予車主尊榮體驗。	總參與人數20人；活動滿意度95%

3.2 實在好甘心 | 顧客關係管理

南都汽車重視顧客的需求及心聲，透過各種管道蒐集顧客的回饋做為參考依據，使我們能持續改善並提升服務品質，進而提升顧客滿意度，獲得顧客對於南都汽車的支持與信賴，以提升公司品牌形象。

3.2-1 顧客回饋意見管道

南都汽車現有的回饋管道如下，我們提供多元的方式，讓顧客能以最直接的方式向南都提供建議。2023年，TOYOTA共接獲2,367筆顧客反映（抱怨743筆、諮詢1,446件、讚揚104件、建議74件）；LEXUS則共計717筆（抱怨350筆、諮詢287件、讚揚35件、建議45件）。



	TOYOTA	LEXUS
24小時顧客服務電話	0800-221-345 (02) 5599-7299	0800-036-036
官網/ 智能客服	www.toyota.com.tw	www.lexus.com.tw
電話訪問	- 全數撥打 - SSI^{註1}對象：交車滿7日車主 - CSI^{註2}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。（約246,500通）	- 全數撥打 - SSI對象：先以簡訊關懷新車購車滿7日之車主，若車主未回覆簡訊，才撥打追蹤關懷電話。 - CSI對象：先以簡訊關懷保養或維修結帳出廠滿3日之車主，若車主未回覆簡訊，才會撥打服務追蹤關懷電話。
問卷	- 每月針對新購車及入廠維修保養之車主，隨機抽樣寄送網路問卷。 - SSI對象：新車交車3個月內車主（年度抽樣9,226件） - CSI對象：結帳出廠3個月內車主（年度抽樣23,125件）	- 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。 - SSI對象：新車交車3個月內車主（年度抽樣1,497件） - CSI對象：結帳出廠3個月內車主（年度抽樣9,351件）
APP	My Toyota https://www.toyota.com.tw/app/mytoyota/	All-in-One行車生活服務App「Lexus Plus」 https://www.lexus.com.tw/app/lexusplus/

註1：SSI：Sales Satisfaction Index（新車銷售顧客滿意度指標）
 註2：CSI：Customer Service Index（汽車售後服務顧客滿意度指標）

3.2-2 客戶VOC處理流程

VOC：是 Voice of Customer的縮寫，也就是「客戶聲音」，指收集和了解客戶對企業、產品服務的評價，運用VOC來描述客戶對公司產品服務的體驗和期望反饋。





3.3 實在好甘心 |

LEXUS強化客戶服務作法

LEXUS持續提升客戶回廠保修體驗，陸續導入Smart Workshop、BP智能估價、智能點餐等接待數位化工具；舉辦星光聯盟專案、CS Promoter/分工講師、LEXUS雙A+ 暖心服務創意競賽、網路VOC情蒐隊獎勵活動等，以提昇服務人員之服務溫度。透過眾人之努力，連續數年獲得同業客戶滿意調查排名第一名的肯定，讓我們備受鼓舞，持續在提供更暖心服務的道路上邁進。



年度	活動名稱	活動內容
2021	LEXUS之星	透過LEXUS之星的選拔持續推展感動服務，讓一線人員更重視顧客的聲音、強化同仁獲獎榮譽感進而提升服務熱忱。
	LEXUS感動心服務	成立「LEXUS感動心服務」FB社團，提供跨服務廠交流平台，即時更新、交流改善進度與成果。
	LEXUS顧客關懷防疫備品	因應新冠肺炎疫情，提供回廠及賞車顧客LEXUS口罩及LEXUS瓶裝水；回廠定保顧客提供3M除菌濕巾。
	LEXUS客休息室導入TOKUYO按摩椅	LEXUS服務再升級，為提供顧客入廠保養/維修更舒適的休憩環境，導入全新頂級按摩椅。
	LEXUS服務廠客休息室聖誕快閃活動	營造感動服務氛圍，創造在廠等候車主驚喜體驗，除於全據點推出聖誕專屬快閃餐點，並搭配規劃音樂快閃活動。
	LEXUS Link精準化定保提醒	2021年9月，各車款陸續導入Lexus Link，可進一步蒐集車輛行駛狀態、軌跡等行為數據，更精準提供定保提醒。
2022	LEXUS在台25週年『感動服務 從心開始』徵文活動	2022年適逢LEXUS在台25週年，是以『感動服務 從心開始』為主題，廣邀車主分享美好服務回憶，並精選感動服務案例製作成微電影，向外擴散Omotenashi的品牌服務精神。
	icare 2.0異常燈號即時Callout警示關懷	提供車主在最需要的時候提供最即時的關懷，亦掌握售後服務契機，運用Lexus Link訊號，規劃警示關懷機制。當偵測車輛發出異常訊號時，關心並協助車主安排回廠檢修。
2023	雙A+ 暖心服務創意競賽	進行暖心服務、創意發想並予以實踐計畫，使服務專員與Team A能提供顧客更有溫度的關懷與服務。
	Smart Work Shop	2011年導入iPad並啟動ECHO行動版服務接待，有鑑於近年多項服務工具改版，惟ECHO行動版仍未更新升級，故於2023年著手規劃全新Lexus Smart Workshop行動服務接待，以期進一步提升服務廠作業效率與顧客滿意。
	BP智能估價	本系統由和泰偕同和安保代共同開發，透過連結軟體工具及AI智能學習機制，提升小損傷估價效率及保險核賠率。
	iLounge智能點餐	以MaaS大數據分析過往於客休息室停留紀錄，演算車主個人偏好，供Team A優先推薦車主。

04 友善職場

[4.1 硬體設施優化](#)

[4.3 員工活動](#)

[4.5 職業安全衛生](#)

[4.2 公司制度優化](#)

[4.4 健康促進](#)

[4.6 教育訓練與人才發展](#)



4.1 樂在職場 | 硬體設施優化

為了給員工更好的職場環境，南都汽車在2023年分別於營業所、服務廠、總公司進行軟硬體設施提升專案如下：

營業所

友善辦公作業環境

為優化員工辦公環境，推動「先辦公室再辦公事」活動，以「改善辦公室設施/動線」為主題，各營業據點分別採購不同軟硬體設備。

服務廠

工具改善

為持續改善工作環境，減低服務廠人員體力負擔，透過參觀工具展，了解新型式之高效率維修工具，並視實際需要購入。南都也鼓勵服務廠夥伴自主提案（創新提案 / 友善工具提案），同步提升員工滿意度及工作效率。

Q1 中扭力電動扳手

改善道路救援之工作安全及維修作業效率

Q2 微小電流勾錶

達成一次修好，提升檢診作業效率

Q3 尾門伸縮式支撐桿

改善工作安全，並避免損壞車輛

全公司

Line行動打卡導入

2023年導入行動打卡，出勤紀錄從簽到退改為行動打卡，內部訊息也陸續由紙本或信箱改為Line平台通知，減少了對紙張的需求，提升員工數位體驗同時降低員工往返打卡的碳足跡，尤其對於遠程或彈性工時的員工更為方便。

1. 即時：公告可立即發送至員工手機，消弭資訊落差。
2. 便利：對於遠程或彈性工時的員工更為方便。
3. 環保：減少對紙張的需求，降低企業營運成本。

總公司

會議室無線投影設備

總公司會議室導入無線投影設備，有效減少物理資源消耗與能耗，提高會議效率與參與度，支持遠程工作與協作。此技術增強數據安全管理，促進技術創新與管理效率，展現企業對環境保護、社會責任和良好公司治理的承諾，推動可持續發展目標的實現。

總公司

會議室預約數位化

依照2022年總公司內部問卷結果顯示，60.8%同仁表示會議室不夠用。但經過分析發現「同仁產生會議空間不足的感受」可能來自於傳統紙本預約缺乏即時性、時間區分間隔過長、週期性會議集中以及工作模式的轉變所造成。遂於2023年5月導入「線上排程系統」來優化使用者感受，提高同仁的工作效率與空間使用率。



4.2 樂在職場 | 公司制度優化

2023年南都汽車總人數為1,564人，因產業特性男女比差距較為懸殊，近年持續宣導多元包容文化，廣納優秀人才，比例上逐年有趨近現象。整體男女比為3.2：1；以主管/非主管職區分，女性主管職比例也有持續上升。

項目	2021				2022				2023			
	男		女		男		女		男		女	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
	166	90%	18	10%	175	87%	27	13%	186	86.10%	30	13.90%
主管職	166	90%	18	10%	175	87%	27	13%	186	86.10%	30	13.90%
非主管職	971	76%	309	24%	998	75%	328	25%	1,005	74.60%	343	25.40%
總計	1,137	78%	327	22%	1,173	77%	355	23%	1,191	76.20%	373	23.80%
總人數	1,464 人				1,528 人				1,564 人			

南都汽車2023年共聘僱248名新進同仁，占全體員工15.9%，我們以用人所長的態度，多元管道的方式進行招募作業，以期尋找具相同價值觀的的專業人才，做伙在南都一起打拚成長；離職員工則有200名，離職率12.8%，遠低於台灣整體企業離職率23.4%。

		性別		年齡			類別			總計
		女	男	30歲以下	31-50歲	51歲以上	營業所	服務廠	總公司	
新進人員	人數	70	178	184	61	3	79	152	17	248
	比例	4.50%	11.40%	11.80%	3.90%	0.20%	5.10%	9.70%	1.10%	15.90%
離職人員	人數	54	146	130	62	8	72	112	16	200
	比例	3.50%	9.30%	8.30%	4.00%	0.50%	4.60%	7.20%	1.00%	12.80%

依年齡及性別
區分之員工總數

項目	女	男	合計
30歲(含)以下	166	524	690
31-50歲	167	472	639
51歲(含)以上	40	195	235

依學歷及性別
區分之員工總數

項目	女	男	合計
博士	0	1	1
碩士	9	18	27
大學	226	418	644
專科	97	309	406
高中職以下	41	445	486

依年齡及性別
區分之管理職人數

項目	管理職		合計
	女	男	
30歲(含)以下	3	16	19
31-50歲	19	108	127
51歲(含)以上	8	64	72

依服務體系及性別
區分之員工總數

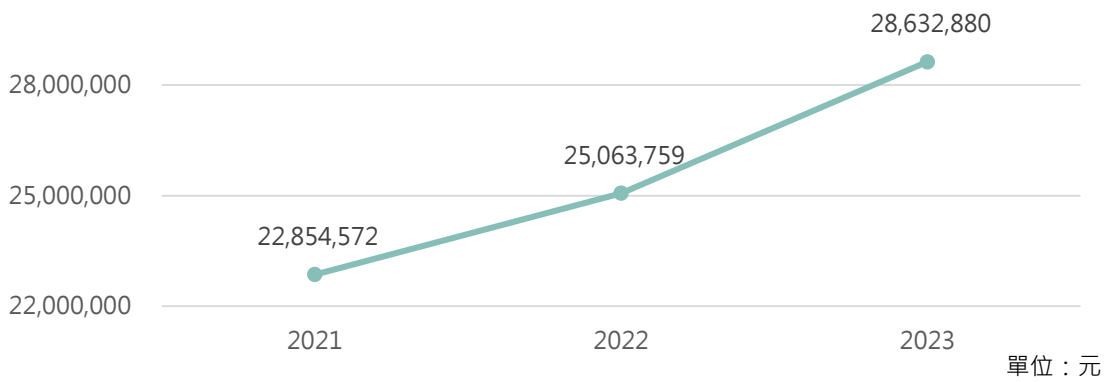
項目	女	男	合計
總公司	71	66	137
營業所	107	378	485
服務廠	195	747	942

南都汽車不僅照顧員工的生活，也照顧員工的家庭，所以推出相當完善的家庭照護政策，並逐年提高福利金支出於各類補助事項，包含：生育補助、子女教育補助、住院補助、員工結婚賀禮、員工子女結婚賀禮、喪葬奠儀、員工死亡撫恤金、員工新生兒禮金...等，作為員工堅強後盾。同時也重視員工的身體健康，於每年安排全體員工健康檢查；在休假方面，可採0.5小時申請休假，也可進行年度特休預借，給予更彈性的休假方式。

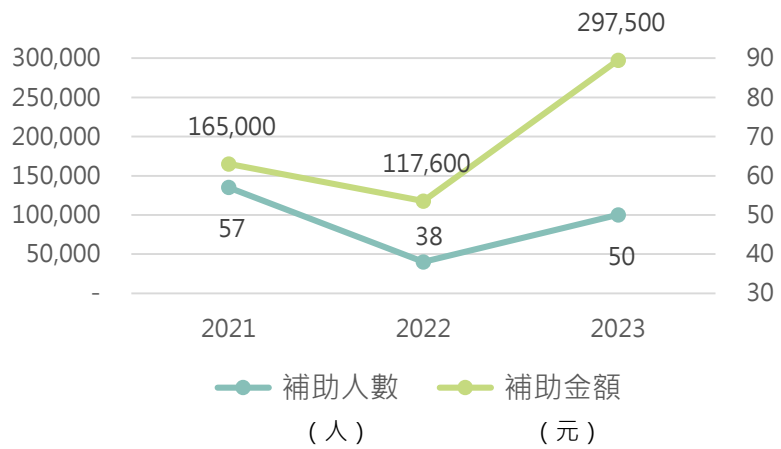
額 外 員 工 福 利 措 施

團體保險	新進員工自到職日起，依其職務性質加保平安保險。 (意外醫療：實支實付最高3萬元；意外死亡、殘廢：最高120萬元。)
年度健康檢查	每年委託勞工體檢醫院定期實施全體員工健康檢查。
據點人員制服	每年提供夏季、冬季制服各一套，供員工出勤穿著。
總公司 彈性上下班	為因應員工照顧幼兒/長輩需求，並同時達到工作與生活平衡，自主地調整工作時間區段，2023年3月起實施，共計有9名內勤同仁申請。
特約商店優惠	持福委特約卡，前往特約商店可享指定優惠。
退休紀念品	員工退休時，由福委會頒發紀念品一只。
員工購車優惠	正式員工可享現金折扣優惠購車。

近三年福利金支出金額



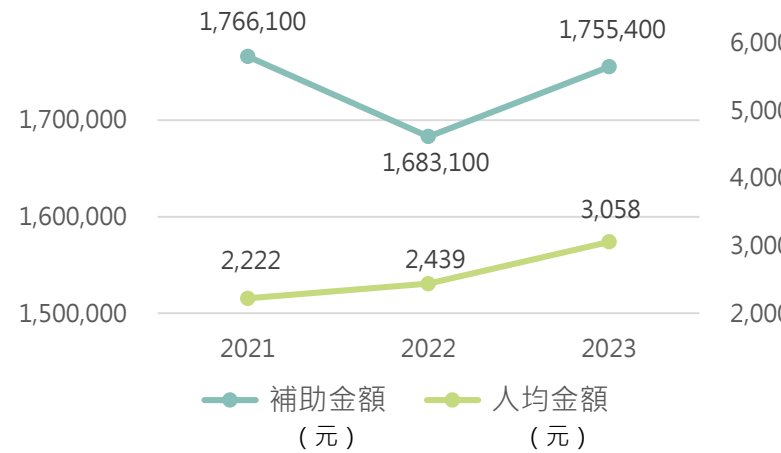
近三年生育補助人數與金額



南都汽車近三年
生育補助人均金額

2021年	2,895元
2022年	3,095元
2023年	5,950元

近三年子女教育補助金額

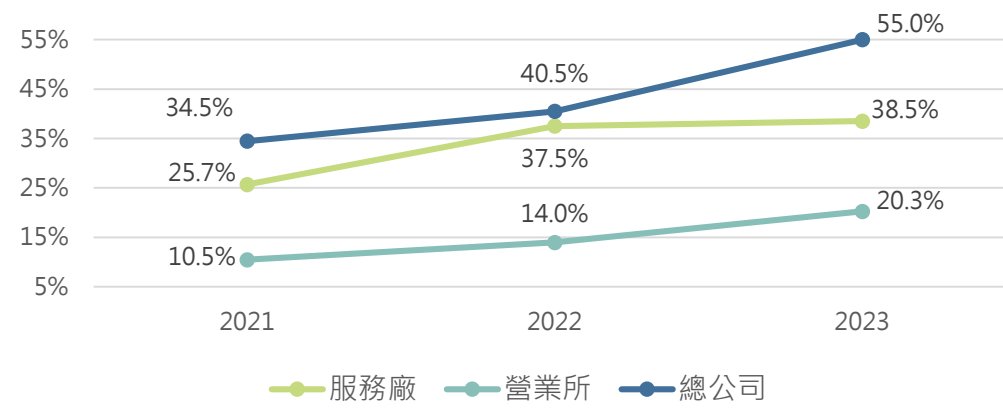


南都汽車近三年
子女教育補助人數

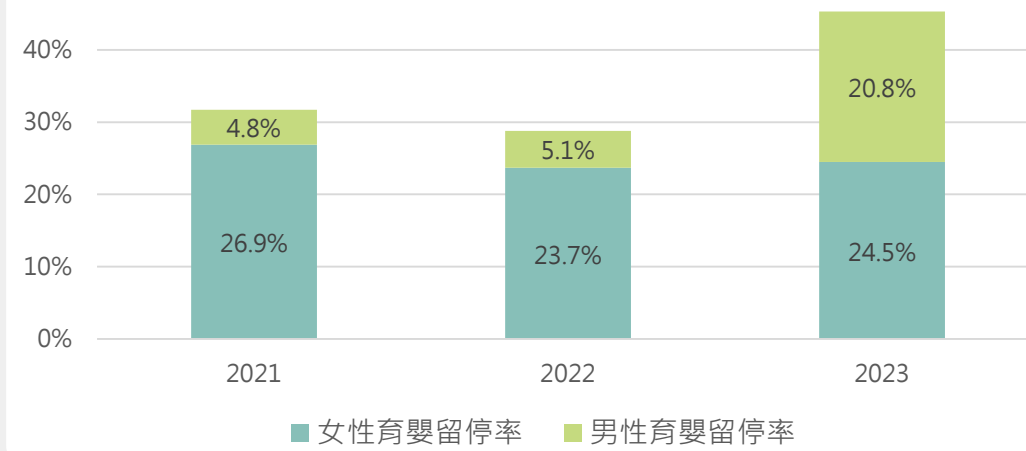
2021年	795人
2022年	690人
2023年	574人

南都汽車逐年提倡工作與家庭的平衡，鼓勵員工休假並支持申請育嬰假，以增加陪伴家人的時間。這有助於員工調養身心，充滿活力後再回到職場繼續努力。

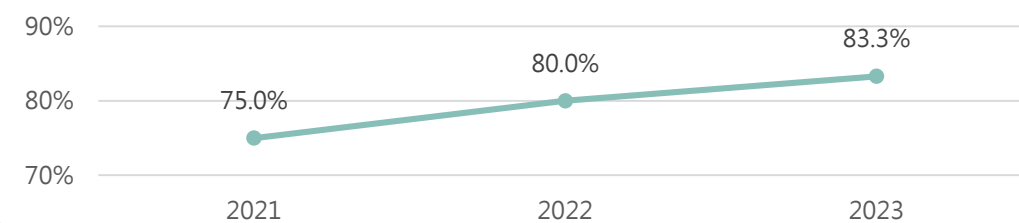
近三年南都員工特休使用率



近三年南都員工育嬰留停率



近三年南都員工育嬰留停後復職率



為更了解員工想法與需求，南都汽車每年進行員工滿意度調查。**2023**年透過和泰汽車發放的「組織發展調查」，整體滿意度**5.11**（**6**點量表），調查中得分較高的部分為「職涯發展與教育訓練」，又以題項中「工作中，公司給我學習和成長機會」高達**5.27**，可見員工對於公司訓練具高度認同；較低部分為「薪資福利」，主因則為底薪過低、獎金不穩定，公司現行每年會提具薪資調查報告，以檢視是否符合社會物價水準，也讓員工投入度與薪資制度具公平性。



4.4 樂在職場 | 健康促進

南都汽車在推動職場安全與健康方面不遺餘力，期望全體員工能在安心可靠的工作環境中奮鬥，並在個人職場舞台上發光發熱。透過完善的健康檢查，了解近年來員工的主要健康問題，並針對這些問題，持續設計相關的健康促進活動及講座。同時，配合臨場服務的職場健康諮詢，提供個人化的健康服務。健康促進內容如下：

每年定期健康檢查

提供優於法規的健檢套組，每年由健檢醫院啟動巡迴醫療車至各據點為員工進行身體健康檢查，另提供組長級以上主管到院與9家健檢機構進行檢查，更可依自身需求作多元選擇。

執行成效

總健檢人數 **1,554** 人
(含高階主管/般員工/特殊作業)

臨場健康服務（廠護）

每個月由廠護至各營業據點辦理1對1臨場健康諮詢服務，且諮詢內容完全保密。

執行成效

361 人 / **55** 場次

臨場健康服務（醫生）

由健康顧問公司協助安排職業醫生至各營業據點辦理1對1臨場健康諮詢服務，且諮詢內容完全保密。

執行成效

30 人 / **8** 場次

健康促進講座

邀請在地知名醫院專業醫師開設主題健康講座，透過醫師的專業解說，從認識、實例說明、飲食調理控制、健康生活管理...等，讓同仁能進一步瞭解更多健康資訊與知識。

執行成效

58 人
(總公司及民雄廠)

健康紓壓講座

簡易舒壓按摩&紓壓香氛磚DIY，協助同仁們於下班後釋放壓力，維持健康生活。

執行成效

60 人
(總公司及斗六所)

健康促進獎勵活動

希望讓同仁專注工作之餘，亦能持續關注自身健康，透過健康護照集點及個人瘦身減重圓夢挑戰，維持健康體態。

執行成效

獲獎人數 **80** 人 / **11** 個單位



4.5 樂在職場 | 職業安全衛生

員工為企業核心競爭力與價值所在，南都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。2023年委由顧問公司導入ISO45001職業安全衛生管理系統，以南都本社5個單位為輔導對象，預計2025年通過國際驗證機構之認證。

■ 職業安全衛生管理政策

「恪守法規，保障員工安全與健康」、
「風險防範，做好危害控制與預防」、
「全體參與，提升安衛知識與水準」、
「持續改善，創新安衛環境與績效」。



恪守法規

保障員工安全與健康



風險防範

做好危害控制與預防



全體參與

提升安衛知識與水準

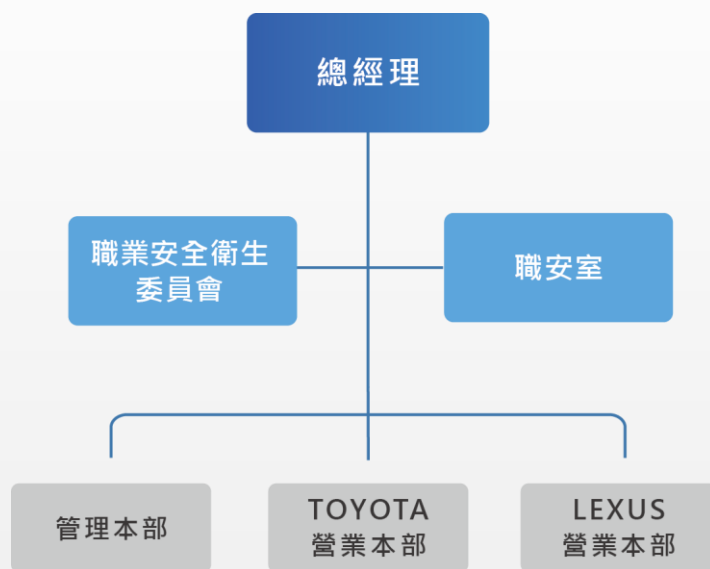


持續改善

創新安衛環境與績效

■ 職業安全衛生委員會組織

職業安全衛生委員會由單位主管與3位勞工代表共9員組成，並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。



4.5-1 安全衛生教育及訓練

為提升公司工作同仁的安全與健康意識、強化監督能力，2023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，派訓人數（外訓）共計46人次。

名稱	初訓（人）	複訓（人）
職安衛主管	3	3
職安衛管理人員	0	1
防火管理員	3	11
有機溶劑作業主管	4	6
粉塵作業主管	3	2
急救人員	1	5
AED管理員	1	2
高空作業車	1	0
合計	16	30

新進人員安全衛生教育訓練、職場不法侵害宣導等，共計406人次。

名稱	人次
新進人員安全衛生教育訓練	239
新進人員「執行職務遭不法侵害」宣導	167
合計	406

4.5-2 安全促進活動

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。

南都汽車為持續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，並給予工作同仁感動照護，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，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：粉塵定期檢測，提供一個更健康與安全的工作環境。

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。

執行成效

巡查共計 5 場次

室內空氣品質及照度監測

各於上下年度由職安室、各廠廠長會同委外環測檢驗機構，共同監測工作環境室內空氣品質及照度（CO₂、流明度）。

執行成效

檢測共計 46 場次

作業環境監測

上、下半年針對各服務廠作業環境特性進行監控檢測，包含有機溶劑、粉塵。

執行成效

檢測共計 36 場次

高風險與常態駐場承攬管理措施

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（水電、冷氣...等）。

執行成效

各營業據點承攬管理管制總數共 22 件

4.5-3 職業災害調查流程

南都汽車已訂定完善的「緊急狀況準備與應變措施管理程序」和「職業災害調查及處理程序」，以確保緊急事件和職業災害產生時能得到適當之處置。在緊急情況下，根據手冊中的措施和程序，得以迅速應對各種突發事件狀況。同時，對職災與虛驚事件有明確處置辦法，確保後續追蹤和處置。

在專業教育訓練方面，針對全公司職業安全衛生主管、粉塵作業主管、有機溶劑作業主管及急救人員等人員進行教育訓練，預防職災發生時有足夠之專業技能得以妥善處置；另為充實相關人員本職學識，引進外部教育訓練機構進行人員訓練以強化相關人員知能及了解最新法規規定；各服務廠區視自身所在地理環境特性進行各式演練，例如消防演練（含狀況通報、避難引導、滅火、急救）及油汙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。

在全體同仁努力之下，公司持續努力營造安全之工作環境、強化人員安全衛生觀念，持續朝向零災害的安心幸福職場目標邁進。

項目	性別	2021	2022	2023
職業傷害件數	男/女	0/0	2/0	1/0
職業傷害比率	男/女	0/0	0.17/0	0.08/0
失能傷害頻率（FR） ^{註1}	全體	0	0.674	0.317
失能傷害嚴重率（SR） ^{註2}	全體	0	13.134	0.317

註1：失能傷害頻率（FR）：每百萬總經歷工時之失能傷害次數。

（失能傷害損失人次數 ÷ 總經歷工時 × 1,000,000）

註2：失能傷害嚴重率（SR）：每百萬總經歷工時之失能傷害損失日數。

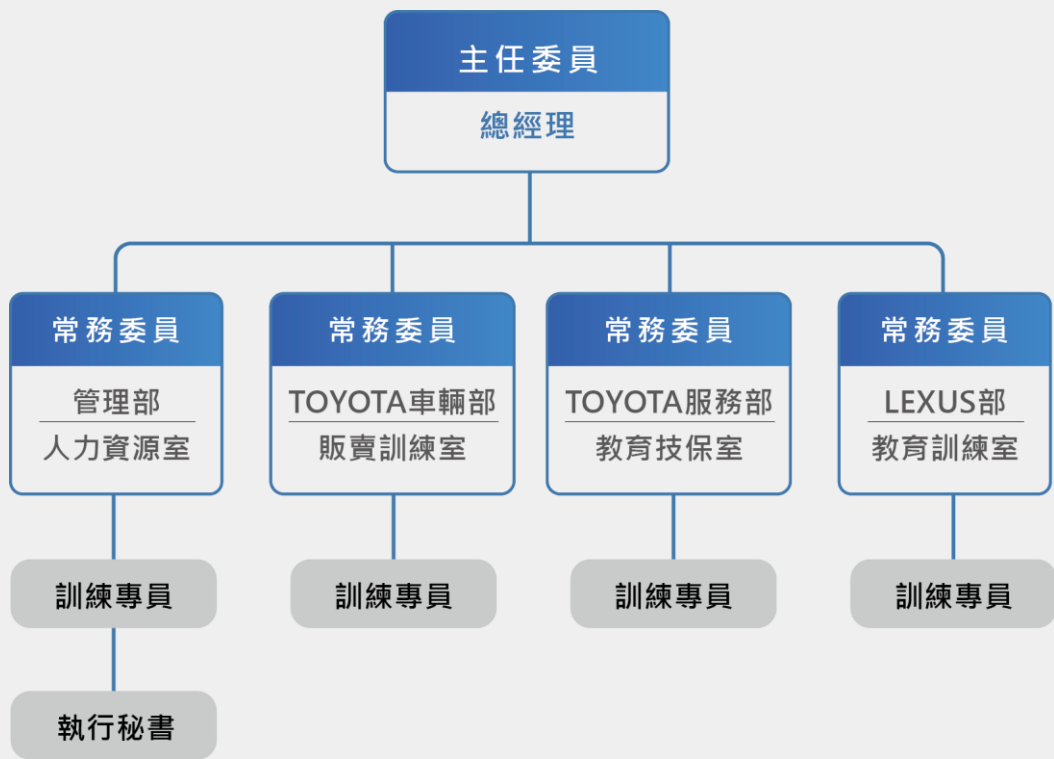
（總損失工作日數 ÷ 總經歷工時 × 1,000,000）

4.6 樂在職場 | 教育訓練與人才發展

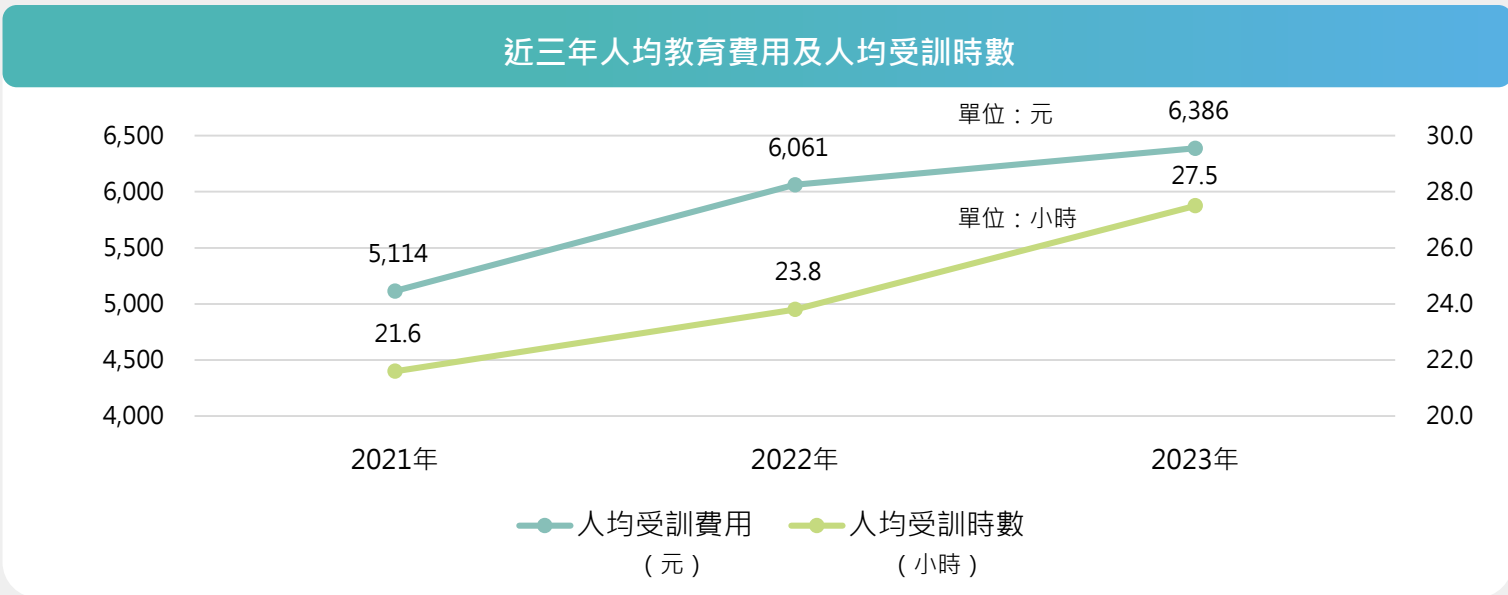
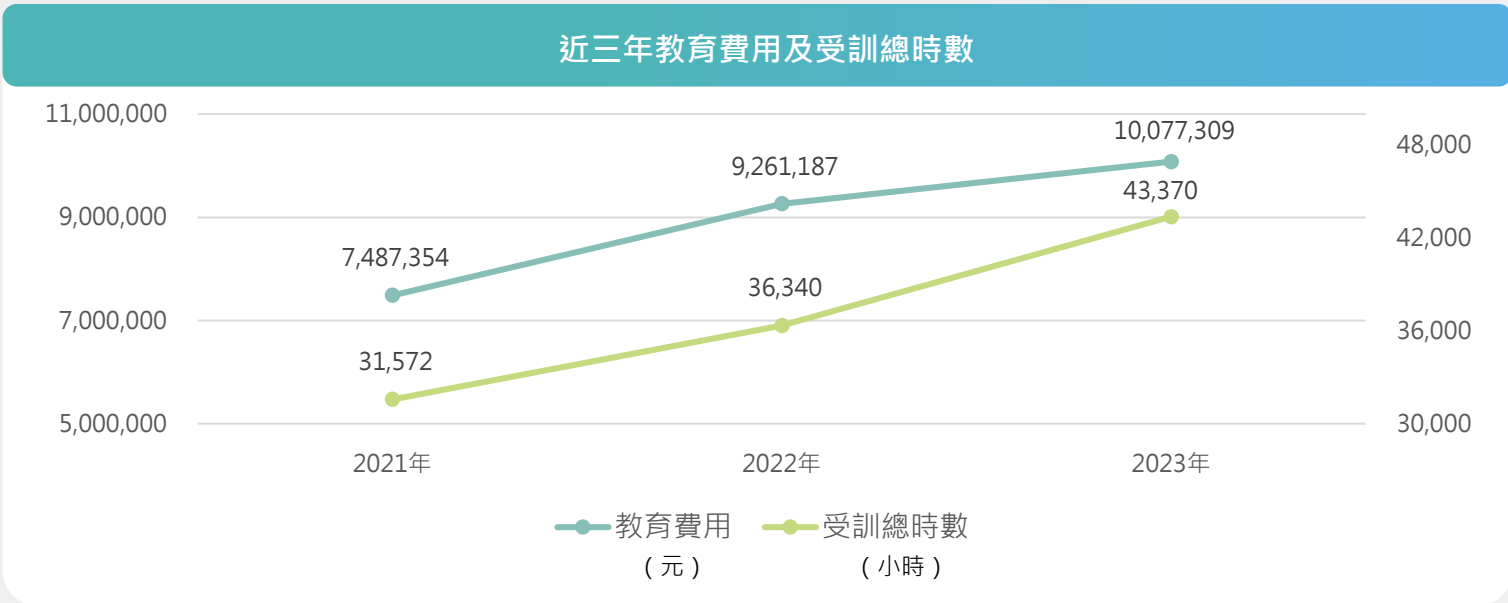
為達公司使命願景與年度方針，南都積極投入資源培育人才，2011年成立教育委員會，導入TTQS（人才發展品質管理系統），目前獲評TTQS銀牌證書，提供全體員工高質量之教育訓練。南都教育訓練政策如下：

- (一)、依據訓練品質系統，提供教育資源，符合組織發展目標，規劃高質量之教育訓練。
- (二)、培養專業職能，輔導證照取得，確保員工具備完整工作知識與技能。
- (三)、激發員工潛能，完備職涯規劃，儲備各級人才，以保企業永續經營。
- (四)、鼓勵終身學習，精進各項新知，以期組織與個人能適應各種環境變化與挑戰。

南都汽車教育委員會組織圖



南都每年皆訂定年度教育訓練計畫以落實各職級教育，投注大量教育訓練經費，依照教育訓練系統開辦各級人員專業職能、共通職能、管理職能等職能課程，希望透過職能學習，提升員工生產力及技術力，確保提供顧客高品質的產品以及高滿意的服務，使員工與公司同步成長茁壯。除此之外，也積極向外招募相關人才，透過與轄區在地學校之建教計畫、產學合作等，吸引對汽車業有興趣的莘莘學子加入。



南都汽車積極配合和泰總代理開辦之各項教育課程進行員工訓練，含制式教育、各職種分工教育及各項職能教育等，並輔導學員進行測驗獲得TOYOTA及LEXUS認證證照。（證照種類：服務專員L1~L3；客服專員L1~L2；一般整備G4~G1；板噴人員S1~S3）。

2023年具備證照人數及發放金額

職種	專員	一般	板金	塗裝	出納	零件	廠長	其他	總人數	證照津貼總額
人數	204	286	99	88	89	39	23	28	856	25,117,000

4.6-1 新人培育計畫

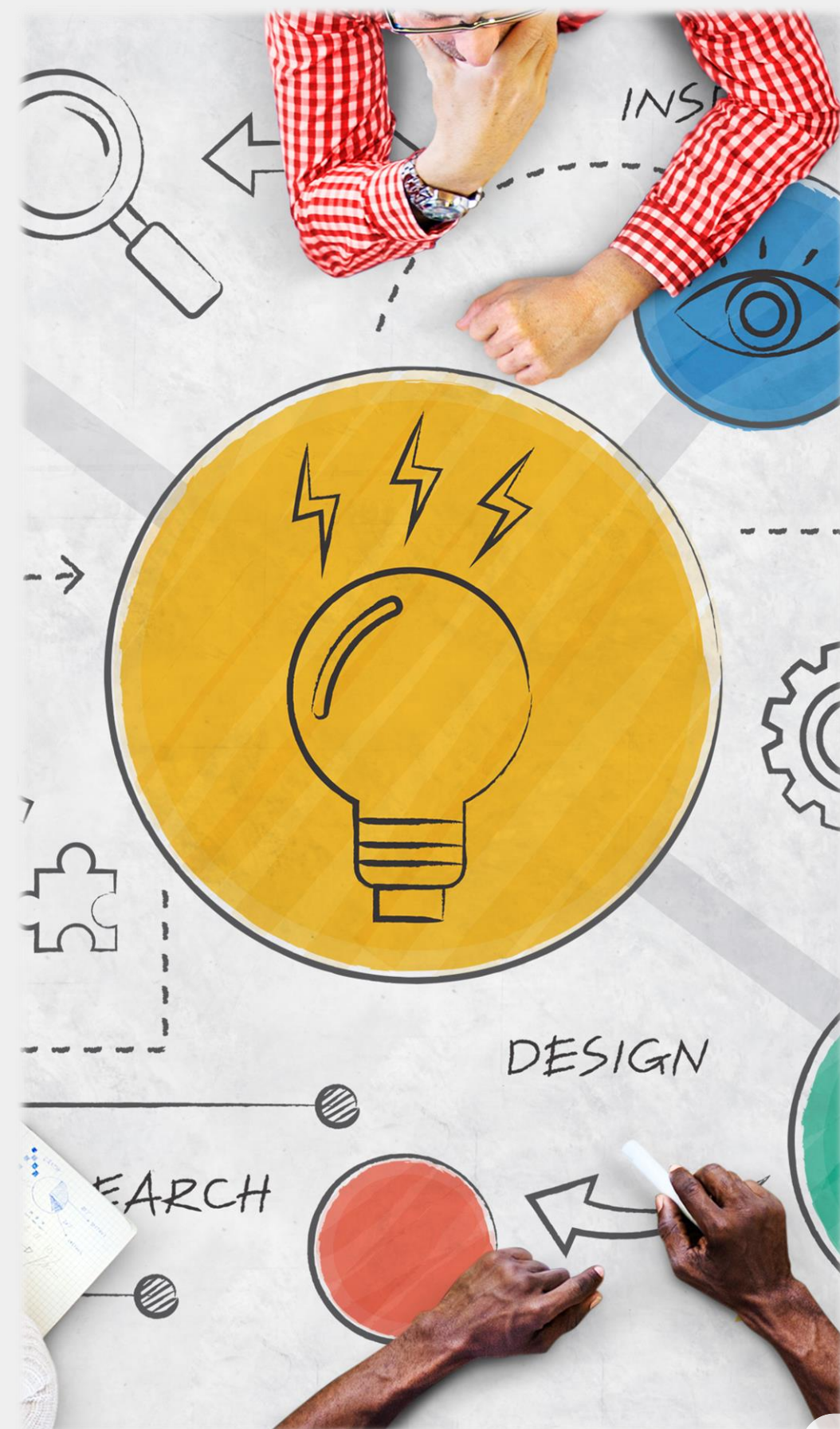
推行新進員工輔導制度，並結合勞動力發展署青年就業旗艦計畫，針對新進員工入職後前三個月安排職場導師，並提供新人學習獎勵金，讓新進同仁順利銜接職場。

為鼓勵公司員工持續學習進修、提升個人能力，並可運用於工作中提升組織競爭力，提供服務廠專業職人員及管理職人員學雜費部分補助。

年度	2021年	2022年	2023年
銷售顧問	22	25	24
技術專員	40	42	49
服務助理	12	16	13
服務專員	9	2	9
合計	83	85	95

備註：上表為新進員工輔導人數

年度	2021年	2022年	2023年
服務廠專業職人數	33	41	74
管理職人數	4	4	5



4.6-2 產學合作

在少子化的情形下，南都強化「產學合作」的多元性與可行性，以莘莘學子為對象，透過與學校合作，以上課、就職、參訪、競賽等方式，加強青年技術與實務能力，也使學生更加認識南都。

T-TEP

T-TEP (TOYOTA – Technical Education Program 豐田技術教育支援計畫) 為和泰汽車、經銷商與轄區內高職學校合作的計畫，透過職場參訪、實習與教師研習等活動，共同培育汽車維修技術人才、提升學生與教師對品牌的好感度，進而讓優秀畢業生進入職場。

執行成效

4 所 / 18 人

產學攜手合作計畫 2.0

為建立企業與學校更緊密實習合作，建立以兼顧就學為基礎之新教育模式，強調理論與實務教學並重，透過做中學、學中做的形式下，能夠同時兼顧學校課程、職業訓練及就業，進入職場能更彈性銜接。

執行成效

1 所 / 5 人

SKILL BUILDING

總代理和泰汽車自110學年度正式導入全國性大專院校Skill Building產學合作計畫，期將LEXUS注入優秀新血，達到培育人才，永續經營的目的。南都汽車亦持續與雲嘉南轄區內科技大學互動，獲邀參加校內學生職涯學習規畫說明會及專題講座，建立良好夥伴關係。

執行成效

4 場 / 錄取 5 人

職場參訪

職場參訪提供學生與企業近距離接觸的機會及不同於教室內的學習體驗，透過實地參訪不同職務的工作內容與樣貌並與企業交流的過程中深入了解不同產業、企業、職務對人才的需求與要求面向，讓同學更充分地思考未來職場的方向，儲備就業技能，以達到促進青年就業，提升就業能力之目標，做為引導青年學子一探優質企業的最佳入口。

執行成效

8 所 / 約 150 人

校園講座

總經理至中正大學分享職涯經驗與產業趨勢，使學生更加理解南都之領導與管理實務，並強化學術理論與實務的連結。

執行成效

1 所

創新提案競賽

藉由與年輕學子之參與交流，激盪出更多創新思考的火花。自2022年起開放大專院校學生報名，以下為各年度的開放報名的學校及報名隊伍數：
2022年：中正大學(4隊)
2023年：成功大學、中正大學、中山大學(10隊)

執行成效

3 所大學 / 10 隊



4.6 - 3 各主題技能競賽

總公司 | 第三屆創新提案競賽

為持續深化同仁思考、優化工作效率，透過團隊合作使全員教學相長以提升組織競爭力，2023年共有15隊南都員工報名參加第三屆創新提案競賽。

報名隊伍數 15 隊 / 年

營業所 | 車種話術競賽

為使銷售顧問充分了解商品特點並強化銷售技巧，每年會盛大舉辦重點車種話術競賽，以吸收優良話術，至和泰決賽，持續提升品牌話術品質。

舉辦場次 3 場 / 年

服務廠 | 南都第四屆技能競賽

自2020年起舉辦南都TOYOTA及LEXUS服務技能競賽活動，至今已舉辦4屆，為激發技術人員士氣與團隊意識，進而提升售後服務品質與顧客滿意亦由此競賽方式互相觀摩與學習，達到「技能」、「傳承」之目的。

舉辦場次 1 場 / 年

服務廠 | LEXUS服務職人競賽

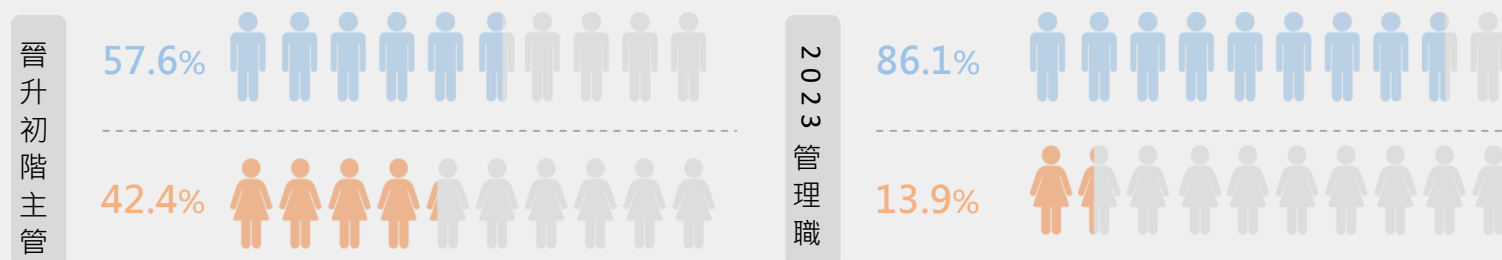
為強化LEXUS「Experience Amazing」形象，以職人精神打造卓越的服務品質，首次，LEXUS舉辦自主服務職人競賽，並納入SMART CENTER比賽，最終取各職種之第一名代表南都授獎。

舉辦場次 1 場 / 年

4.6 - 4 職涯規劃

因應組織發展，避免人才斷層，公司制定儲備人才制度徵選有能力且有意願之人員，根據客觀、公正之作業流程，進行篩選、管理與培育，建立儲備人才資料庫，以供未來作為拔擢晉升參考。近三年（2021~2023年）儲備人才晉升人數共33位，同時也致力於性別平權，女性主管比例逐年提升。

2021~2023年儲備人才晉升初階主管人數



4.6 - 5 職涯發展路徑

隨著公司營運規模的成長，已發展健全的職涯路徑，投入精準的資源予不同職系的同仁，提供員工適才適所的發展環境，我們設有自願請調機制及年度輪調意願調查，鼓勵員工轉職，接受更大的挑戰，創造人生價值發展自我。

營業所

基礎練功期

營業助理
TOP sales助理

黃金挑戰期

銷售顧問

穩健成長期

銷售主任
銷售課長

追求卓越期

銷售副理
銷售經理
銷售協理
(副)所長

服務廠

基礎練功期

技術員
零件專員
客服助理

黃金挑戰期

服務專員
技術專員

穩健成長期

專員組長
技術組長
技監

追求卓越期

(副)廠長

總公司

基礎練功期

一般行政職
專業行政職

黃金挑戰期

行政職副課長

穩健成長期

室長

追求卓越期

部長
本部長

05

誠信經營

5.1 董事會架構與運作

5.3 資訊安全

5.5 財務績效

5.2 法規依循

5.4 顧客資料保護



5.1 董事會架構與運作

南都汽車為公開發行公司，配合日本豐田母廠及總代理和泰汽車之遵法要求，依據公司治理精神運作並執行公司治理相關規範，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，達到永續經營的願景與目標。



5.2 法規依循

5.2 - 1 政策及方案

南都汽車基於誠實、守信、透明及負責之經營理念，強化誠信經營之企業文化及永續發展之經營環境，參酌「上市上櫃公司誠信經營守則」及總代理「和泰汽車反賄賂誠信經營守則」及相關法令規定，於110年9月訂定「南都反賄賂誠信經營守則」，明確規範本公司董事、經理人、受僱人及具有實質控制能力之人於從事商業行為之過程中不得有不誠信行為，並透過落實法規鑑別與實施教育訓練作為持續強化法規遵循的執行方針。

落實誠信經營

- 為確保誠信經營與法令遵循之落實，定期宣導誠信經營核心價值觀，並辦理相關內部訓練課程，以提升員工誠信經營相關意識，進而強化公司治理。
- 對於貪腐賄賂、不公平競爭、洩密侵權等皆採取零容忍政策，若透過內部稽核單位查核或舉報機制，發現有任何違反從業道德行為規範或內部規章之情事，將依相關規定予以記錄、調查及處罰，以維護公平信實之聲譽。
- 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。
- 在遵循法令方面，除持續關注對公司業務及財務具潛在影響之政策與法令外，同時於111年8月訂定「公平交易法遵法行為守則」，以強化員工對違法行為之認知、降低違法行為對本公司產生的風險，避免員工涉入違法風險高的行為及儘早發現違法行為。
- 設有發言人及股務單位，並已於公司網站揭露其聯絡電話與電子信箱，用以建立與利害關係人溝通無阻之管道。
- 依規定定期及不定期於公開資訊觀測站申報各項財務及業務相關資訊，並指定專責人員負責公司資訊之蒐集及揭露工作、建立發言人制度，確實依相關法令、證交所之規定，忠實履行義務。

5.2 - 2 法遵相關施策

近年來「性騷擾防治與職場平權」的議題日益受到重視，本公司為建立全體員工明確「性騷擾防治」概念，強化員工職場性別平等、相互尊重之基礎觀念，積極推動職場兩性平等、禁止職場性騷擾之教育宣導，除公開表述禁止職場性騷擾聲明外，另於新人教育訓練導入性騷擾防治宣導課程，並辦理據點實地講習。

新進人員性騷擾防治宣導教育訓練

員工入職滿兩個月，接受性騷擾防治宣導教育訓練，使同仁具備性騷擾概念與意識，建立公司員工職場性別平權、互相尊重之觀念。

執行成效

7場新人教育訓練課程
223名人次參與

性騷擾防治及跟蹤騷擾教育宣導

2023年第2季在各營業據點進行實地教育訓練，適逢「跟蹤騷擾法」於該年度公布施行，因此將性騷擾及跟蹤騷擾一併進行宣導，讓員工了解性騷擾、跟蹤騷擾行為態樣、申訴方式及處理，並重申公司嚴禁職場性騷擾之立場。

執行成效

11個大型據點辦理
269名人次參與

營業據點遵法教育宣導

不定期宣導以加強營業據點人員對法規之遵循，達成違法零容忍之公司遵法目標。

執行成效

11個據點
(北台、西台、東台、新營、嘉義、虎尾、北港、斗六、L台南)

性別平等、性騷擾及跟蹤騷擾宣導文宣品

提供全部據點張貼、佈達，以簡單、標語式用語，提醒全體員工隨時注意、檢視自我言行，並期許將性騷擾防治觀念融入員工職場生活中。另不定期於公司內部電子版之環境、安全、衛生宣導教育資料，張貼性騷擾防治資料，讓員工得隨時閱覽，深化員工兩性平等之觀念。

執行成效

全體員工1,564名

內部規範盤點、檢討及修訂

因應2022、2023年重大勞動法令，如「職業安全衛生管理辦法」、「性騷擾防治法」、「跟蹤騷擾防治法」、「性別平等工作法」等修正，本公司就內部規範進行盤點、檢討及修正制定，以確保遵循最新法規。2023年相繼修訂本公司之工作規則、人員差假管理辦法、屆齡退休作業程序、工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒辦法...等。

執行成效

修訂/新增「薪資循環作業」12份管理相關辦法，車輛銷售/服務營運相關3份，其他內部控制作業5份。

5.2 - 3 內稽內控

南都汽車設有直屬於董事會的專責稽核室，對其內部控制、運營程序和風險管理進行獨立評估和稽查。其目的是確保組織的運營有效、合規且符合最佳實踐，同時幫助提升組織的效率和價值。內部稽核的主要目標包括：

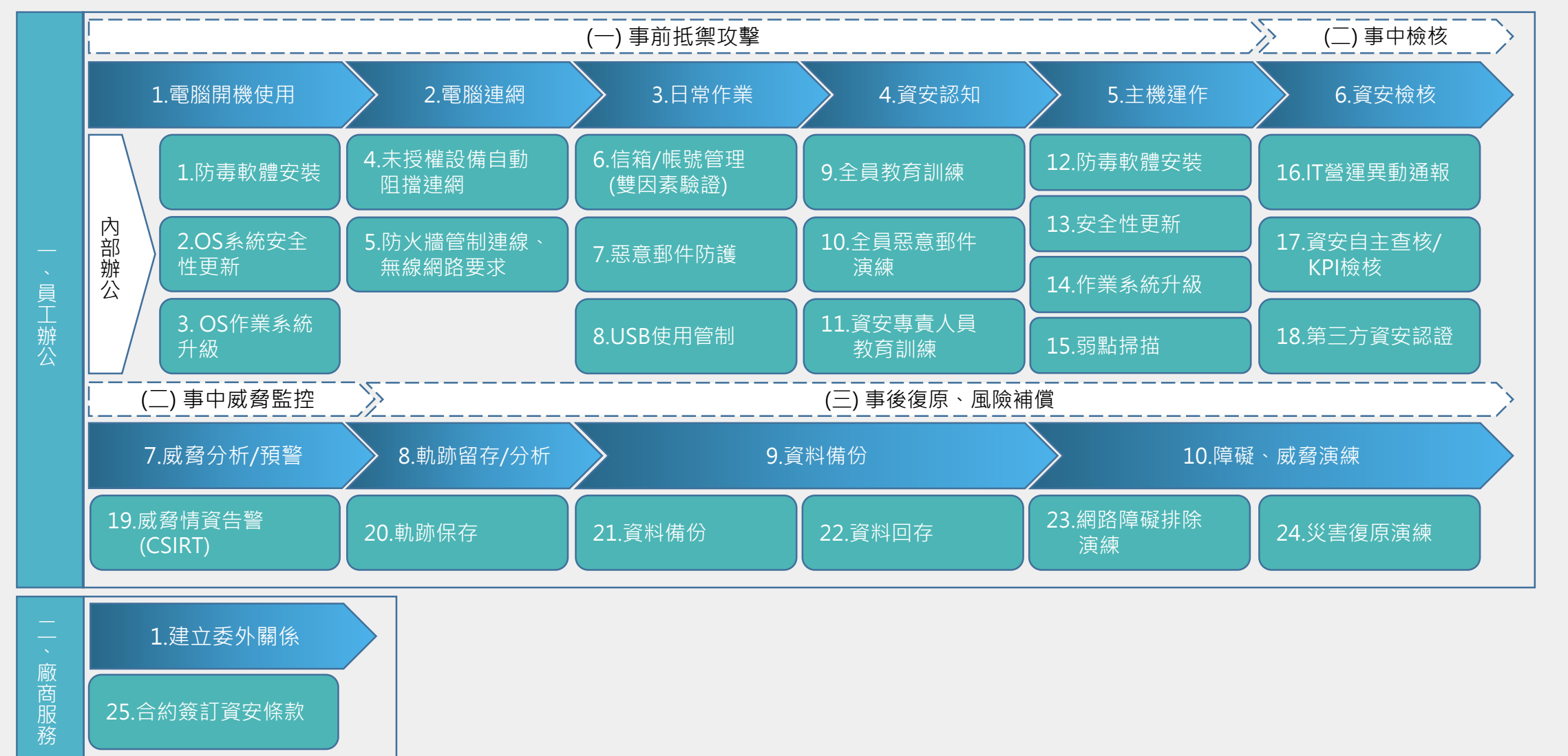
- 1.確保組織活動符合相關法規、法律和政策。
- 2.評估和改進內部控制和風險管理程序。
- 3.監督和評估改善措施的實施情況。

內部稽核制度以自我監督為基礎，隨時根據環境和情況的改變進行修正。稽核單位的主要功能包括控制環境、風險評估、控制作業、資訊及溝通、監督等五個方面。根據風險評估的結果，稽核單位會制定次年度的稽核計畫，每年至少對公司及其子公司的財務、風險管理和法令遵循進行一次業務查核。稽核單位會製作內部稽核報告，確保公司的日常運作符合誠信經營原則。

內部稽核制度可以幫助公司有效管理風險、提高效率、確保合規性，並維護公司的聲譽和利益。通過定期的稽核和報告，公司可以及時發現問題並採取適當的措施加以解決，從而保持良好的營運狀態。

5.3 資訊安全

自2008年起，南都汽車配合總代理和泰汽車推動並通過ISO 27001資訊安全管理標準認證。每年進行資訊安全風險評鑑，並結合內外部威脅情報，評估並改善可能的資安風險，以確保資安控管有效。持續管控資安風險，確保機密性（Confidentiality）、完整性（Integrity）和可用性（Availability）。同時處理資安事件和個資侵害，達到資訊服務風險評估和個資保護要求，全面做好資安防護準備。



5.3-1 資訊安全教育

授課對象	課程說明及成效
新進員工（入職滿1個月者）	教授各種工作情境、社交工程及駭客攻擊手法，以提升員工具具有資安思維，以期減少資安事件的發生及機密資料外洩的風險。2023年合計受訓人次共有248人。
全體員工	全體同仁每年皆進行資訊安全教育，2023年度合計累積約380小時之教育時數。

5.4 顧客資料保護

南都汽車遵循台灣「個人資料保護法」在個人資料之蒐集、處理或利用之規範，為維護其合法性、正當性及透明性。

每年於9~10月進行「個人資料內部防護」稽核作業，以此鑑別公司內部客戶個人資料可能存在的安全漏洞和風險，並提供改進建議以加強個人資訊安全措施，以保護個人資料免受未經授權的訪問和濫用。

此項稽查針對個人資料清冊逐項檢核，並同時進行營業單位之現地稽查。以確保公司對個人資料的取得、處理、傳遞、儲存等之合規性和可信度。

5.5 財務績效

營運績效方面，南都汽車2023全年合併營收為新台幣240億元，歸屬於母公司業主淨利10億元，每股稅後盈餘（EPS）為16.05元，獲利較前一年成長30%，創下歷史新高之優異成績。

歷年財務資料

項目		2020年	2021年	2022年	2023年
經營能力	年度營業收入	20,224,533	20,139,957	20,381,855	24,041,617
	資產總計	6,727,713	6,855,967	7,611,955	8,408,523
	權益總計	4,609,788	4,812,529	5,131,434	5,605,592
	營業利益	672,440	700,785	891,715	1,162,115
	稅後淨利	588,960	616,304	775,070	1,003,723
獲利能力	資產報酬率	9.17%	9.19%	10.82%	12.66%
	權益報酬率	13.23%	13.08%	15.59%	18.70%
	每股盈餘EPS（元）	9.42	9.85	12.39	16.05
分配的經濟價值	營運成本 ^{註1}	19,552,093	19,439,172	19,490,303	22,879,502
	員工薪資與福利 ^{註2}	1,032,826	1,056,160	1,089,492	1,203,231
	支付給出資人的款項	281,448	406,535	437,807	500,352
	支付政府的款項 ^{註3}	301,776	271,079	344,653	400,041

註1：因營運活動所產生之成本與費用。

註2：員工薪資、紅利、獎金、福利（退休金、年終獎金等）。

註3：支付政府的所有稅款（營業稅、所得稅及固定稅捐）。

註4：其他財務相關資訊揭露於本公司「2023 年年報」。

單位：新台幣仟元



06

環境永續

[6.1 綠色理念](#)

[6.2 綠色營運](#)

[6.3 綠色活動](#)

[6.4 綠色電動](#)



6.1 綠色理念

南都汽車為順應國際潮流戮力於環境保護業務之推動，在環保意識抬頭下，綠色永續經營已是未來所趨。從基本法令要求的資源回收，到自發性的提倡垃圾及污染源減量與控制、環境監督、量測以及節能減碳等活動，積極舉辦環保相關公益活動，將南都的環保理念擴散至員工、車主乃至鄰里市民等對象，期盼更多人可以投入環境保護工作。公司為確保能持續改善環境，提供充分資源，以促進環境管理事務能有效推動。

6.1-1 挑戰目標

- 2003年在TOYOTA總代理和泰汽車的主導之下，推動ISO14001環境管理系統，並成立環境管理委員會。本委員會設置主任委員（總經理擔任）、三位指導委員（各本部長擔任）及七位委員（七大部門部長擔任），另置環境事務局總理公司各項環境保護事務之推動。
- 2007年本公司TOYOTA及LEXUS全據營業據點通過ISO14001外部驗證。
- 2008年為因應溫室氣體對環境氣候造成的影響，展開全據點溫室氣體盤查作業，提倡節能減碳運動。
- 2015年日本豐田（TMC）公布TOYOTA環境六大挑戰計畫：

（一）新車CO₂零排放

（二）車輛生命週期CO₂零排放

（三）工廠CO₂零排放

（四）最小量及優化用水

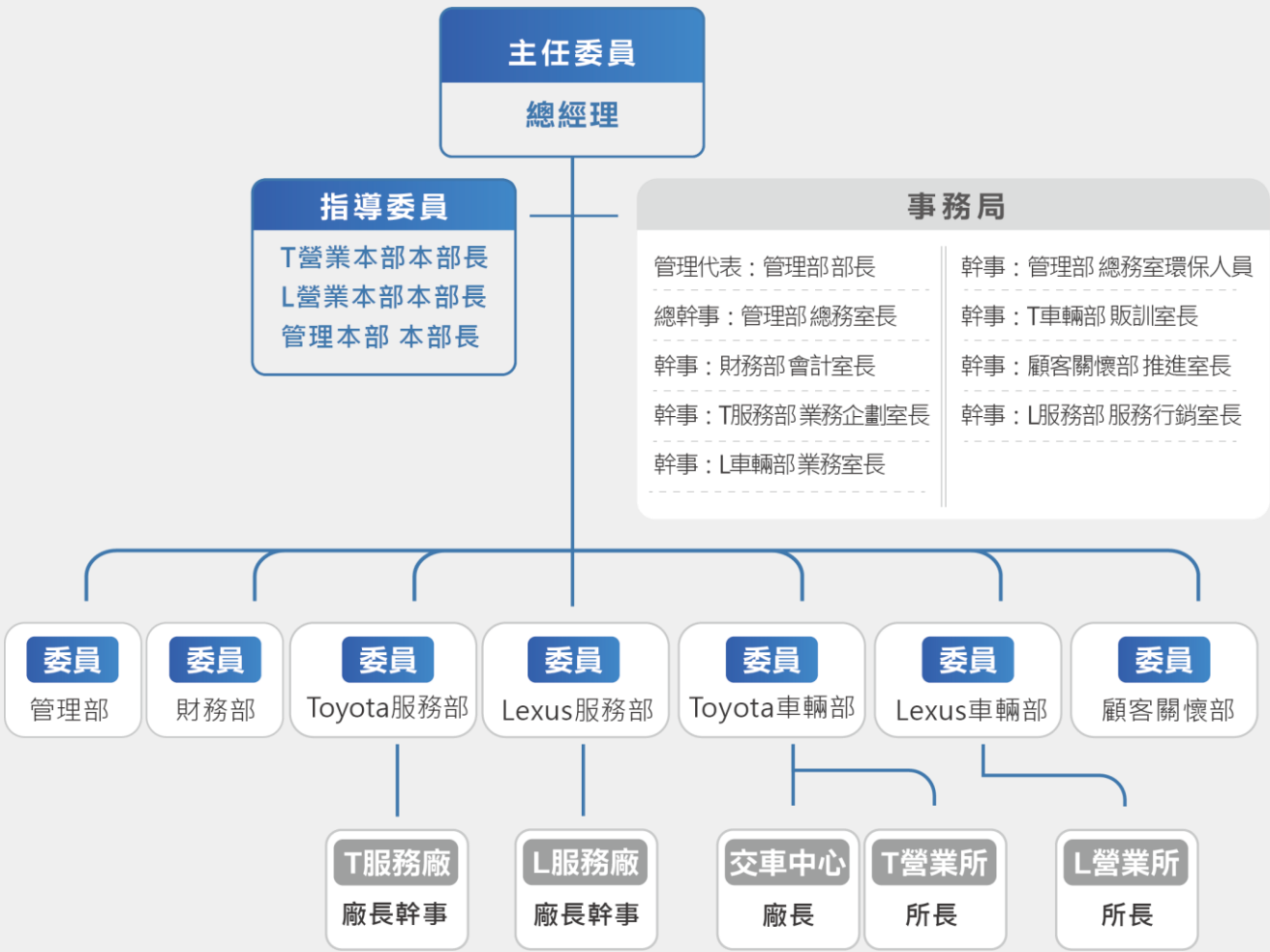
（五）建立循環型社會與制度

（六）與自然和諧相處等願景



並訂定2050年需達成零碳排目標，其中車輛生命週期CO₂零排放，需以2019年所產生的二氧化碳排放量為基礎，逐年以3%為減碳目標。2023年需達成12%的減碳目標。

6.1-2 環境組織



6.1-3 環境政策

為了掌握企業活動對環境的影響及主動處理全球暖化問題所帶來的挑戰，在符合法規標準，以及技術、經濟可行性下推動環境管理系統與溫室氣體盤查行動，並制定環境目標及溫室氣體自願減量計畫，以持續提昇環保績效，讓地球免於危險的氣候變遷中。因此，我們承諾下列之環境政策為最高指導原則，並以此發展具體的環境目標與標的：

- 遵守法令加強全員環保意識
- 維護廠區作業環境與安全衛生
- 推動溫室氣體盤查與減量行動
- 節能減碳提倡資源永續再利用

6.2 綠色營運

6.2 - 1 能源管理

南都汽車為達成2050年達成零碳排目標，自2019年起持續執行一系列的能源改善策略，相關減碳策略皆以管控或改善空調效能為主。

能源改善策略

- 1 | T8及T5傳統型燈管汰換成LED燈管，較為省電
- 2 | 舊式水冷式空調冰水主機汰換成氣冷式冰水主機，節電且減少冷卻水塔耗水量
- 3 | 往復式空壓機汰換成螺旋式空壓機，省能且降噪
- 4 | 興建太陽光電案場，開發綠電
- 5 | 配合和泰TOYOTA服務廠推動不洗車勸誘活動，減少用水及廢水排放

歷年能源使用量

能源種類 / 年度		2019	2021	2022	2023
水	全據點 (度)	59,998	50,618	49,502	42,302
	碳排放CO ₂ 當量 (公噸)	9	8.15	7.72	6.6
	排放系數 (公斤/度)	0.15	0.161	0.156	0.156
電力	全據點 (度)	8,534,176	8,212,986	8,378,801	8,716,161
	碳排放CO ₂ 當量 (公噸)	4,343.90	4,180.41	4,147.51	4,314.50
	排放系數 (公斤/度)	0.509	0.509	0.495	0.495
汽油	全據點 (公升)	218,951	195,855	193,224	151,379
	碳排放CO ₂ 當量 (公噸)	497.36	444.89	438.92	343.86
	排放系數 (公噸/公秉)	2.271543	2.271543	2.271543	2.271543
柴油	全據點 (公升)	121,949	123,310	126,699	114,615
	碳排放CO ₂ 當量 (公噸)	334.07	337.8	347.09	313.98
	排放系數 (公噸/公秉)	2.73946	2.73946	2.73946	2.73946
總碳排放CO ₂ 當量 (公噸)		5,184.33	4,971.25	4,941.24	4,978.94

備註：碳排放系數係由台水及台電網站公告，112年系數尚未公告先採用111年係數計算



6.2 - 2 太陽能光電案場設置

南都汽車為了達成2050年的零碳排目標，除了過去的節能減碳的策略外，能源策略將朝向使用綠電的方向，2019年底第一座屋頂型的太陽能光電案場在嘉義縣民雄據點掛錶啟用，每年可投入75萬度綠電（約佔2019年用電量的7.3%），超越二座中大型據點一年的電量。南都持續設置太陽能光電電場，累計至2023年底共啟用了8場，其中包含3場自有投資電場（歸仁、本社及交車中心）及出租屋頂5場。總計發電容量已達3.05MW。上述電場目前皆雖躉售於台電，南都尚未實質使用綠電，但也提供了台灣綠電的來源。目前政府對非電業業者已開放多元的售電與購電的選擇方式（餘電躉售、自發自用、綠電轉供及直接購買綠電），南都將可隨時進入實質的使用綠電年代。

案場 電場型式	民雄 出租屋頂	歸仁 自有電場	本社 自有電場	交車中心 自有電場	L台南 出租屋頂	南嘉義 出租屋頂	斗南 出租屋頂	斗六 出租屋頂	發電量		可抵CO ₂ 當 量（公噸）	佔2019年度 碳排放量比 例	抵碳目標 （%）	
容量（KW）	550.83	318.85	131.95	904.4	452.51	99.63	99.63	499.79	年總（度）	累計（度）				
2020年	746,327	-	-	-	-	-	-	-	746,327	-	379.88	7.3	3	
發電量 （度）	2021年	705,598	368,361	-	-	-	-	-	-	1,073,959	546.64	10.5	6	
	2022年	676,564	422,560	184,704	713,944	-	-	-	-	1,997,772	988.89	19	9	
	2023年	656,003	409,494	179,808	1,112,512	448,831	9,404	2,957	4,446	2,823,455	6,641,513	1397.6	26.9	12

6.2 - 3 資源回收

日常業務、車輛維修所產生的垃圾，更需靠持續性的回收政策來確保不會造成環境的負擔，2023年共計回收廢鐵、廢塑膠、廢紙、廢保險桿、廢鋁圈、廢輪胎、廢電瓶近40萬公斤、廢機油逾100萬公升；以及透過ECOCO回收員工日常生活產生的寶特瓶、鋁罐、飲料杯、電池等共5,741個。

年份	廢鐵 回收總重量 （公斤）	廢塑膠 回收總重 （公斤）	廢紙 回收總重量 （公斤）	廢保桿 回收總重量 （公斤）	廢鋁圈 回收總重量 （公斤）	廢輪胎 回收總數量 （條）	廢電瓶 回收總數量 （個）	廢機油 回收總容量 （桶）
2021	98,210	38,250	103,639	54,244	14,632	64,158	15,636	4,657
2022	90,562	39,655	105,156	49,812	17,522	66,415	18,181	4,893
2023	89,795	38,722	109,220	49,336	19,066	68,983	21,074	5,280

備註：廢機油一桶200公升

SAVE
THE
PLANET



6.2 - 4 總公司減量專案

1. ECOCO 實施

為有效減少總公司垃圾量，將總公司同仁丟棄之可回收物，透過回收系統商 ECOCO 提供的機台回收，除可減少總公司部分垃圾量外，回收產生的點數可換取合作商家商品折扣優惠，同時增進同仁資源回收觀念，更是獲得 ISO14001 外部認證單位的讚許及認可。

2022-2023 年總公司共減少垃圾體積 2,782,166 cm³ (體積約等於 2.7 顆 1 噸水塔)，大幅減少一般垃圾體積，減少塑膠垃圾燃燒或掩埋帶給生態環境危害。

截至 2023 年底回收統計如下表：



2. 影印機用紙減量



本社影印機用紙減量統計

減少量 **51,869 張**

減少比例 **40 %**

6.3 綠色活動

6.3-1 2023 年度永續活動

環境月活動

南都汽車致力於成為在地敦親睦鄰的重要角色，並與在地公部門、學術機構與社區互助合作，持續推動永續環保、綠化家園。2023 年於大溪厝水環境教育園區舉行，參與人數為 423 人，15 年來也已累計 4,417 位環保志工的投入。

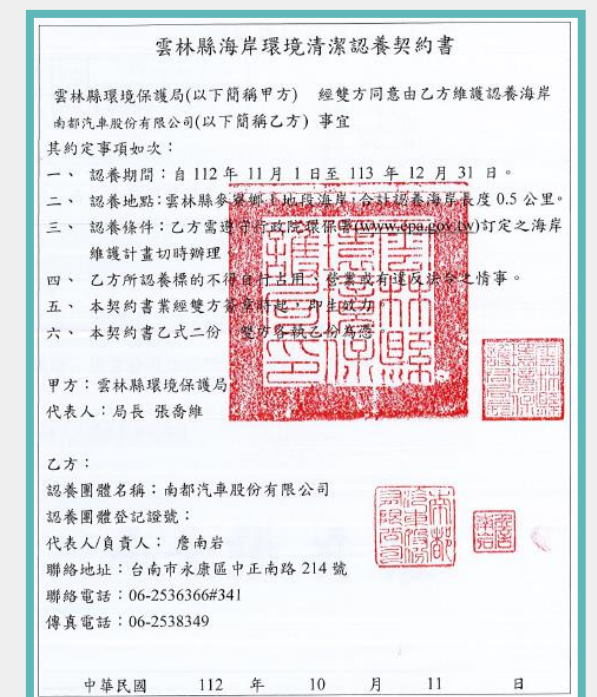


淨灘活動

南都汽車自 2019 年起，每年度配合世界地球日環保理念，持續於雲林、嘉義、台南三地一同串聯其它 13 處海岸城市進行淨灘活動，三場合計 1,582 人參與，清除 1,524 公斤垃圾，合力展現淨灘減塑、珍愛台灣海岸的行動。除主要推廣減塑外，搭配「你淨灘 我捐款」口號，執行公益捐贈，活動結束後由和泰總代理代表 TOYOTA 集團依全台報名總人數，每一位捐 50 元給予非營利組織，作為環保教育公益基金。

海灘認養

以守護地球為宗旨，減少使用一次性廢棄物的產生，讓海岸線永遠乾淨的理念。南都參與雲林縣環保局的海岸環境清潔認養活動，並簽署清潔認養契約，在 112 年 11 月 1 日至 113 年 12 月 31 日期間，定期派志工於雲林縣麥寮鄉 1 地段進行淨灘活動。



■ 新 能 源 車 歷 年 銷 售 量 - TOYOTA

近年來因環保與節能意識的抬頭，客戶對於購車的選擇逐漸偏向節能減碳車種，隨著新能源車種的出現，自2021年起，純汽油車已逐步下降至低於80%，能源車種有攀升之趨勢，加之相關設施於各地的設置，未來節能減碳車市場將更加開闊。

年度	2020		2021		2022		2023	
動力	銷售台數	銷售佔比	銷售台數	銷售佔比	銷售台數	銷售佔比	銷售台數	銷售佔比
HEV油電混合車 ^{註1}	2,402	15.21%	3,194	19.53%	3,348	20.47%	3,270	19.99%
PHEV插電式油電混合車 ^{註2}	21	0.13%	53	0.32%	76	0.46%	104	0.64%
BEV純電車 ^{註3}	0	0.00%	0	0.00%	14	0.09%	88	0.54%
新能源車小計	2,423	15.34%	3,247	20.44%	3,438	21.02%	3,462	20.46%
燃油車	13,373	84.66%	12,642	79.56%	12,918	78.98%	13,457	79.54%
總計	15,796	100.00%	15,889	100.00%	16,356	100.00%	16,919	100.00%

註1：油電混合車（HEV，Hybrid Electric Vehicle） | 註2：插電式油電混合車（PHEV，Plug-in Hybrid Electric Vehicle） | 註3：純電車（BEV，Battery Electric Vehicle）

■ 新 能 源 車 歷 年 銷 售 量 - LEXUS

2021年底LEXUS首款電動車UX300e、第二代NX車系接連上市，提供客戶有更多的新能源車選項。但受制於2022年全球晶片原料缺乏，以至於整體HEV/PHEV/BEV等車輛銷售佔比未有明顯提升（29%），直至2023年生產供應恢復正常，新能源車銷售佔比突破40%，未來亦將推出更多環境友善車款，邁向永續發展目標。

年度	2020年		2021年		2022年		2023年	
動力	銷售台數	銷售佔比	銷售台數	銷售佔比	銷售台數	銷售佔比	銷售台數	銷售佔比
HEV油電混合車 ^{註1}	464	23.50%	519	29.10%	485	28.80%	1,100	39.40%
PHEV插電式油電混合車 ^{註2}	-	0.00%	—	0.00%	5	0.30%	40	1.40%
BEV純電車 ^{註3}	-	0.00%	—	0.00%	10	0.60%	5	0.20%
新能源車小計	464	23.50%	519	29.10%	500	29.70%	1,145	41.20%
燃油車	1,513	76.50%	1,267	70.90%	1,182	70.30%	1,645	59.00%
總計	1,977	100.00%	1,786	100.00%	1,682	100.00%	2,790	100.00%

註1：油電混合車（HEV，Hybrid Electric Vehicle） | 註2：插電式油電混合車（PHEV，Plug-in Hybrid Electric Vehicle） | 註3：純電車（BEV，Battery Electric Vehicle）

■ 充 電 樁 設 置 - TOYOTA + LEXUS

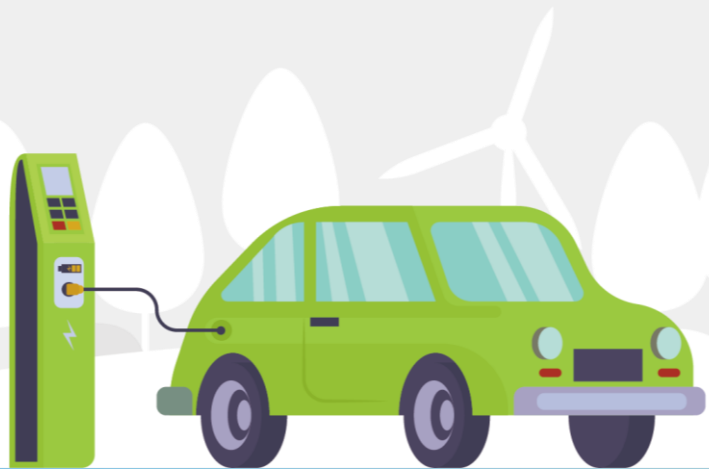
自2017年起，南都首設置3台充電樁，後鑑於市場趨勢，逐年在各轄區據點增設充電樁，於2022年甚或倍數增設，以滿足客戶對於車輛的充電需求。因充電裝置之便利性，亦間接提高汽油車客群對於能源車的好奇度及接受度，從而增進能源車的購買意願。

	2017	2021	2022	2023	合計
台南	2	3	5	1	11
嘉義		1	1	1	3
雲林	1		2		3



6.4 綠色電動

「碳排放」近年被國際組織及NGO團體高度關注與討論，汽車產業當然首當其衝，各國紛紛訂出更嚴格的汽車燃油消耗標準，然而在日趨嚴格的政策下，身為汽車產業龍頭的豐田集團絕對是標竿企業，截至2020年5月已售出超過1500萬台油電混合車，為地球減少近1.2億噸的二氧化碳排放，而南都汽車身為雲嘉南最大的汽車公司，也逐年提高「新能源車（油電車、插電式油電、電動車）」銷售占比，並開始建置充電站，希望為更乾淨的地球盡一份心力。



07

社會關懷與互動

7.1 社會關懷

7.2 社會互動



南都汽車為善盡企業社會責任，致力於交通安全、捐血及弱勢關懷等公益事業面向，更為呼應全球減碳抗暖化，在環境保護方面積極作為，活動包含「TOYOTA一車一樹」、「TOYOTA玩具愛分享」、「TOYOTA淨灘減塑總動員」、「TOYOTA環境月」、「和泰集團全台捐血串聯活動」、「南都有愛 豐田陪伴」公益系列等大規模活動。

7.1 社會關懷

7.1-1 一車一樹

TOYOTA總代理和泰汽車於2017年4月起與各經銷商合作推出TOYOTA《一車一樹》公益活動，長期推行全國海岸生態廊道復育計畫，每售出一台TOYOTA新車，和泰汽車與南都汽車就會以車主名義於沿海種樹，以達成減碳抗暖化及保護海岸線的效果。

自2017年至2023年南都汽車共種植103,678棵樹，南都與車主們共同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。

年度	種植數量(棵)
2017	10,664
2018	13,036
2019	15,020
2020	15,795
2021	15,890
2022	16,355
2023	16,918



7.1-2 捐血活動

南都汽車除了《南都有愛》系列公益活動外，亦定期與台南及台中捐血中心合作舉辦捐血活動，邀請全體員工、車主、在地鄉親朋友及協力廠商一起響應，捐出熱血幫助有需要的人，善盡社會責任，並提升品牌企業形象。每年6/14世界捐血者日擴大舉辦和泰集團全台捐血串聯活動，全台各經銷商及相關企業共同串聯舉行捐血活動。

- 2023年共舉辦了**6場**捐血活動
- 總共募集到**586袋**血（每袋250 c.c.）



歷年志工時數

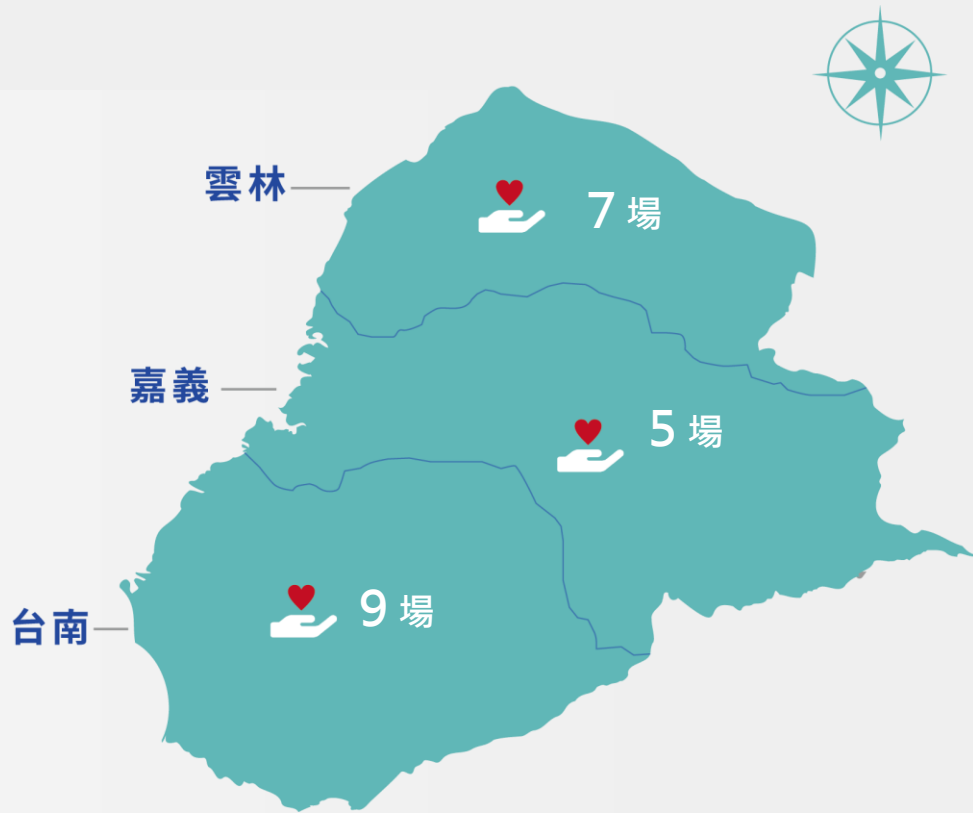
項目	單位	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
總參與人次	人	1,506	1,708	852	2,363	1,915
總志工服務時數	時	6,024	10,927	7,263	11,059	7,872
公司人數	人	1,366	1,413	1,464	1,500	1,575
平均時數	時/人	4.4	7.7	5	7.4	5

7.1-3 TOYOTA南都有愛、共融無礙

TOYOTA於2023年推動「南都有愛 共融無礙」，以身心障礙團體及政府公部門為主要的合作對象，提供機構所需物資或辦理關懷活動，內容包含物資捐贈及手作體驗、防詐騙宣導、酒駕新制講座、環境整理、環保回收活動、社區老人關懷、里民宣導消防知識...等多元活動。

- 與21個團體共同合作
- 共計676人參與。

區域	合作對象	場次
台南	長泰教養院新市分院、瑞復益智中心、台南東門消防局、社團法人台南市身心障礙協會、家扶基金會、朝興啟能中心、台南市私立五甲教養院、勞工局-做工行善團、安富里里民中心&安南消防隊	9
嘉義	民雄派出所、劉厝活動中心、大鄉派出所、嘉義特殊教育學校、嘉義縣中樂社區發展協會	5
雲林	社團法人雲林縣身心障礙者重建協會、雲林北銘里、口湖蚵寮長青食堂、雲林縣小天使發展協會、雲林縣警察局、東勢復健協會、三二一關懷協會	7



7.1-4 公益點心大賞

服務廠客休息室點心為全台固定品項，為展現南都與眾不同的客休服務，讓車主每次回廠時都有新鮮的感覺，自2023年5月起，每月採購一種社福機構製作及販售的點心，提供給每位進廠至客休息室之顧客享用，除了能夠做公益，還能協助推廣，將愛傳遞出去。

7.1-5 小小技師

邀請小朋友扮演「小小技師」，動手組裝玩具車！讓小朋友於活動過程中學習如何發現、解決問題。2023年共辦理八場活動，總計128位小朋友參與，參加費用之收入全數捐助「伊甸社會福利基金會」。



7.1-6 玩具愛分享

於各據點設置玩具回收箱，提供民眾回收玩具，將玩具整理清潔後，再生提供更多需要的人使用。2023年總回收之玩具公斤數共7,647公斤。

弱勢團體名稱	
糧萃庇護農場	心心小作所
朝興基金會	蓮心園基金會
展翼烘焙坊	雲林圓夢庇護工場
再耕園咖啡庇護工場	領航身心障礙者產業庇護工場



7.2 社會互動

7.2 - 1 台鋼獵鷹-籃球活動

2021年起為支持在地職業運動，南都贊助臺南台鋼獵鷹籃球隊（以下稱台鋼獵鷹），系列合作有台鋼主場賽事外展活動、與球星走訪偏鄉學校進行公益關懷、南都汽車專屬主題日、南都盃3對3籃球賽...等，使南都品牌於各線上平台（YT、FB、IG、全國運動頻道轉播）大量曝光。

2023年4月15日南都汽車與台鋼獵鷹合作舉辦南都主題日活動，並邀請車主及台南市社會局一同共襄盛舉。於當天主場賽事中，更邀請南台南家扶中心街舞隊開場表演，透過跨領域異業合作，提升品牌好感度。



執行成效

- 本次活動超過**2,000人**參與
- IG發文及限時動態觸及共超過**7,000次**
- 各體育台與T1聯盟YOUTUBE直播轉播平均觀看次數超過**13,000次**



7.2 - 2 高爾夫球場會員盃

南都汽車為擴大服務所屬轄區之車主，與嘉南球場、斑芝花球場異業合作，舉辦聯名高爾夫球會員盃，並贈送560位參賽車主，每人一頂LEXUS高球帽，提升與所屬轄區車主的互動交流，增加顧客滿意度及忠誠度，強化南都品牌形象。

LEXUS CUP

LEXUS CUP為品牌年度盛事，敬邀LEXUS車主共襄盛舉，同享揮桿樂趣，提供所有參與高爾夫球賽的菁英車主，可以相互切磋、交流球技。

- 活動時間 2023年3月
- 活動地點 嘉南高爾夫球場
- 活動對象 LEXUS車主

執行成效

- 參與人數：120人
- 第一次參加LEXUS CUP的車主佔31.1%
- LEXUS CUP滿意度調查結果高達4.9分（滿分5分）



高爾夫球場會員盃贊助活動

為擴大服務所屬轄區之所有車主，以聯名贊助南都汽車轄區內之高爾夫球場會員盃活動。

- 活動時間 2023年9月、12月
- 活動地點 嘉南高爾夫球場、斑芝花高爾夫球場
- 活動對象 高爾夫球場會員

執行成效

- 贊助活動接觸球場會員共計560人



7.2 - 3 消保講座

南都汽車基於對顧客權益之重視，強化業務主管專業知識，2023年舉辦兩場消保講座，透過市府消保官分享消保議題，增進公司同仁法律意識與觀念，降低後續消費爭議發生可能，並藉此展現南都汽車致力於超越顧客對公司專業服務的期望。

消保講座

2023/06月、10月

規劃「定型化契約」、「消保觀念謬誤釐清」及「消費及個資爭議」案例研討等議題。

出席人數

Toyota
全據點主管

89人



7.2 - 4 台南購物節

為支持政府單位、振興地方經濟，南都汽車長期與台南市政府合作，贊助經發局推動台南購物節活動，並串聯在地觀光工廠、百貨、賣場、商圈、伴手禮特色店家、飯店等眾多業者規劃多元行銷活動。2023年台南購物節，南都汽車為回饋社會，贊助兩台TOYOTA暢銷車款 COROLLA CROSS GR Hybrid及VIOS作為台南購物節最大獎項，提升南都汽車及TOYOTA之品牌曝光度。

台南購物節開跑記者會

2023/09/06

台南市政府 永華市政中心

觸及人數

現場約100人

佳里商圈購物節

2023/10/14

佳里區公所旁

觸及人數

現場約800人

第三波月月抽(最大獎 TOYOTA VIOS)

2024/01/06

南紡購物中心前廣場

觸及人數

現場約300人

壓軸抽(最大獎 TOYOTA C-CROSS HV)

2024/03/17

新光三越-台南西門店 小西門廣場

觸及人數

現場約300人



08 創新文化

8.1 創新提案競賽

8.2 雇主品牌提升



創新是公司成長的動力，而建立創新文化是實現公司長遠發展的關鍵，南都汽車自2013年起，按照「實在、共好、創新」三個階段來形塑南都汽車的企業文化。

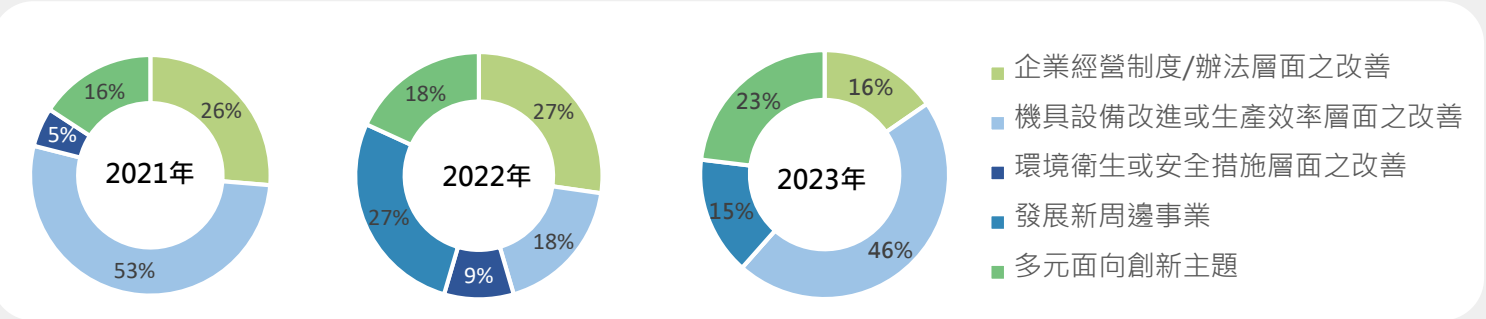
從最早在2011年主打服務品質的標語「實在的南都，甘心的服務」、到2016年結合集團推動ES（員工滿意）政策的方向，推出新標語「團結共好，樂在南都」，四年後，2020年公司高層重新審視現況，「從『實在』的南都本質出發；營造團結『共好』的組織氛圍；進而提倡『創新』突破的企業精神」推出新標語「創新突破，大步向前」來形塑南都文化。

隨著外在環境快速變化，除了本業（汽車相關產業）要持續地、穩健地發展之外，更希望全體同仁能將「創新、多元與包容」帶入工作中，並且「持續學習」，2023年推出最新標語「多元創新，打造輝煌未來」，副標題除了公司的核心價值「實在、共好、創新」之外，加上了「學習、多元、包容」這三個企業文化。

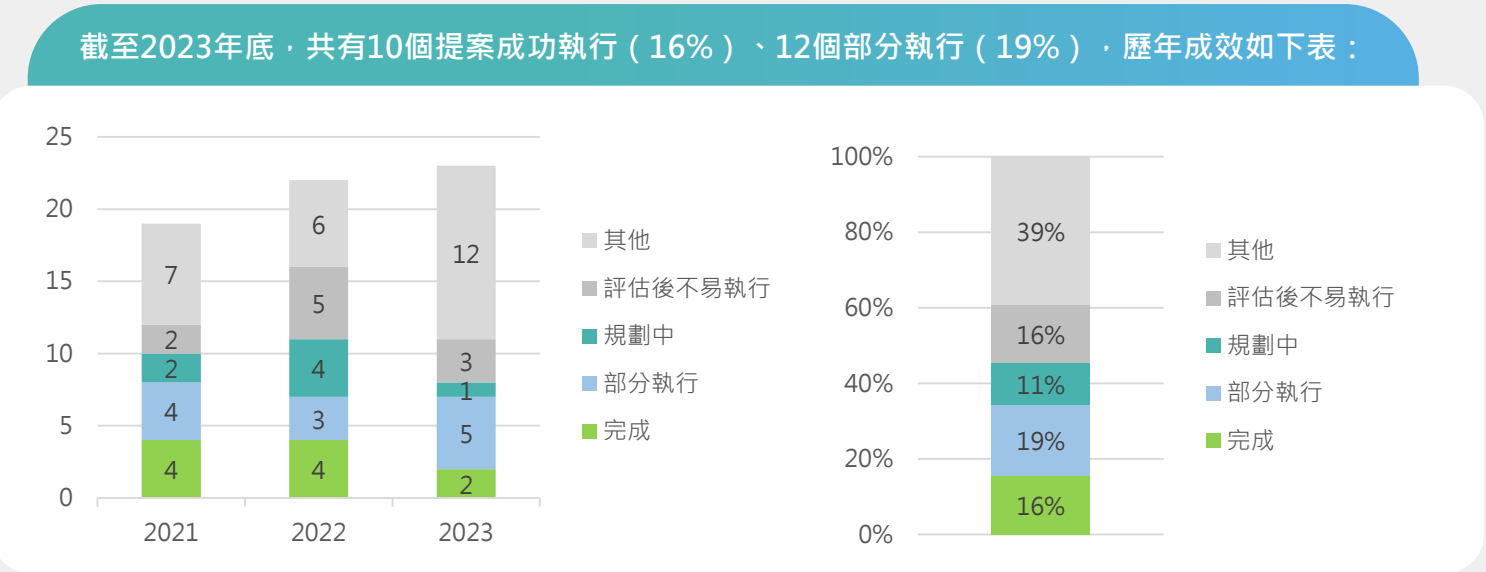
隨著企業形塑文化的進程，公司近年也持續推動「創新相關」及「雇主品牌」相關政策，主要分為「創新提案競賽」與「官方網站大改版」兩大類。

自2021年首次舉辦以來，參賽隊伍從19隊提升到25隊（+31.6%）。參賽學校從2022年的中正大學4隊，在2023年開放至南部三所國立大學共10隊參加（成功大學、中山大學、中正大學），2024年更開放中南部地區所有大專院校學生報名參加，以提升企業在地形象。

8.1-2 影響與成效：2021年~2023年提案比例變化



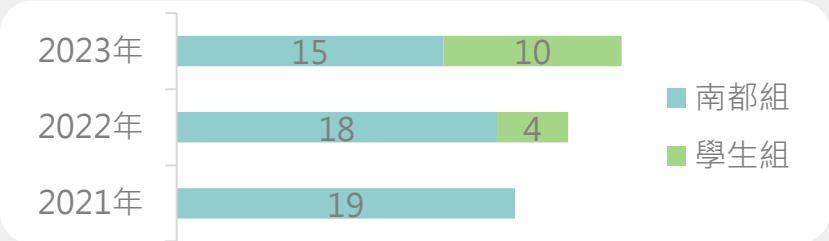
2021年為首次創新提案競賽，提案內容多聚焦在「服務廠現場流程改善（53%）」，2022年因為有了前一年的經驗，提案內容大多著墨於「公司經營制度或辦法改善（27%）」與「發展新周邊事業（27%）」，而在2023年因為服務廠員工報名隊伍增加，「機具設備改進或生產效率層面改善（46%）」成為主流。



8.1 創新提案競賽

自2021年起，公司為持續深化同仁思考、優化工作效率、透過團隊合作使全員教學相長以提升組織競爭力，更在2022年因希冀藉由與年輕學子之參與交流，激盪出更多創新思考的火花，開放大專院校在學學生組隊參賽，以促進產學合作、建立更鮮明的雇主品牌形象，並展現公司對教育、創新和社會發展的關注，有助於提升企業的社會形象和品牌价值。

8.1-1 歷年競賽參加狀況



8.2 雇主品牌提升-官方網站全面更新

「企業官方網站」可以揭露員工相關活動和ESG資訊可以增加企業的透明度，讓利害關係人更好地了解企業的運作和管理方式，進而建立信任，更能提升對企業的認同感和參與感，讓他們了解企業對員工福利和發展的關注程度，進而提升工作滿意度和忠誠度。

8.2-1 官網改版概況

- 2021年設站-正式對外揭露公司資訊
- 2022年8月進行大改版（採用雇主品牌PEER理論）重新架構南都汽車官方網站。（強調企業價值主張、增加員工參與、提升瀏覽者體驗、用員工實證建立企業聲望），
- 2022年10月新增「南一車體美容」官網；2023年10月新增「南都LEXUS CPO」官網改版後官網架構如下：

首頁	企業簡介、服務項目、焦點公告、據點速查
最新消息	南都新訊、TOYOTA專區、LEXUS專區
關於南都	使命願景、榮譽獎項、組織架構、歷史
人才招聘	人才訓練與發展、職涯發展路徑、公司福利、經驗分享、教育花絮
企業社會責任	企業社會責任、環境永續、社會關懷、公司治理、員工活動
關聯網站	認證中古車、南都YT、南都IG、商城、南一美容、Wow南都

8.2-2 官網改版成效

- 2023年 官網瀏覽34,584次，去年比 +24.3%
- 2023年 新使用者13,688人，去年比 +14.7%
- 2023年 雇主品牌相關資訊，瀏覽次數達 7,988次

由上述資料可見，企業官網是公司與內（外）部顧客溝通的重要途徑，南都汽車將持續更新官方網站，讓更多利害關係人了解公司的運作狀況，增加公司資訊的透明度及能見度。



關於報告書

歡迎您閱讀南都汽車2023年度企業永續報告書。本報告書主要揭露2023年度(2023/1/1~2023/12/31)公司在營運及社會、環境永續的績效資訊，並符合GRI(Global Reporting Initiative)永續性報導準則的六大品質原則。這是本公司首度依據GRI準則發行的永續報告書，報告書的內容全數由公司內部同仁共同編纂而成。

南都秉持著社會永續共榮的原則，努力推動企業永續發展，力行企業社會責任。期望透過本報告書，向關注南都汽車的利害關係人，展示我們在公司治理、社會參與和環境保護方面永續發展的實踐成果，也歡迎各位先進不吝給予我們回饋與建議，以協助南都汽車持續改善和進步。

意見回饋

若您有任何關於本報告書內容回饋或南都汽車永續發展的建議，竭誠歡迎您與我們聯絡：

南都汽車股份有限公司Nandu Motor Co., Ltd.

地址：台南市永康區中正南路214號3F

3F., No. 214, Zhongzheng S. Rd., Yongkang Dist., Tainan City 71033, Taiwan (R.O.C.)

電話：+886-6-2536366

公司網址：<https://www.nandumotor.com.tw/>



GRI永續性報導準則（GRI準則）對照表

使用聲明：南都汽車 民國112年永續報告書為依循GRI準則，報告期間為民國 112 年 1 月 1 日至民國 112年 12 月 31 日。

使用GRI 1：基礎 2021

適用之GRI行業標準：不適用

GRI 2：一般揭露 2021

GRI 指標	準則編號	揭露項目	標題對應章節/ 說明	頁碼
<GRI2> 1. 組織及報導實務	2-1	組織詳細資訊	1. 關於南都	2
	2-2	組織永續報導中包含的實體	1.1 南都簡介	3
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	9. 附錄/聯絡資訊	51
<GRI2> 2. 活動與工作者	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.3 使命、理念、願景、經營方針	5
	2-7	員工	4. 友善職場 4.2 樂在職場 公司制度優化	19 21
<GRI2> 3.治理	2-9	治理結構及組成	5.1 董事會架構與運作	33
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	5.1 董事會架構與運作	33
	2-11	最高治理單位的主席	5.1 董事會架構與運作	33
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	2.2 ESG 執行架構與平台	10
			5.2.1 政策及方案	33
			5.2.3 內稽內控	34
	2-13	衝擊管理的負責人	2.2 ESG 執行架構與平台	10
	2-14	最高治理單位於永續性報導的角色	2.2 ESG 執行架構與平台	10
	2-15	利益衝突	2.2 ESG 執行架構與平台	10
			5.1 董事會架構與運作	33
			5.2.1 政策及方案	34
			5.2.3 內稽內控	35
	2-16	溝通關鍵重大事件	2.3 重大性分析與利害關係人溝通	11
2-17	最高治理單位的群體智識	5.1 董事會架構與運作	33	
2-18	最高治理單位的績效評估	5.1 董事會架構與運作	33	
2-21	年度總薪酬比率	5.5財務績效	36	

GRI 2：一般揭露 2021				
GRI 指標	準則編號	揭露項目	標題對應章節/ 說明	頁碼
<GRI2> 4. 策略、政策與實務	2-22	永續發展策略的聲明	1.4 2023年永續重大成就 2.1永續政策	06 09
	2-23	政策承諾	1.3 使命、理念、願景、經營方針 2.1 永續政策 5.2 法規依循	05 09 38
	2-24	納入政策承諾	1.3 使命、理念、願景、經營方針 2.1 永續政策 6.1綠色理念	05 09 38
	2-25	補救負面衝擊的程序	5.2 法規依循 5.3 資訊安全 5.4 顧客資料保護	34 35 36
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	3.2 實在好甘心 顧客關係管理 4.2 樂在職場 公司制度優化 5.2 法規依循	16 21 34
	2-27	法規遵循	5.2 法規依循	34
<GRI2> 5. 利害關係人議合	2-29	利害關係人議合方針	2.3 重大性分析與利害關係人溝通	11
<GRI3> 決定重大主題的指引	3-1	決定重大主題的流程	2.3 重大性分析與利害關係人溝通	11
	3-2	重大主題列表	2.3 重大性分析與利害關係人溝通	11

GRI 指標	準則編號	揭露項目	標題對應章節/ 說明	頁碼
GRI 201 經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	5.5財務績效	36
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	6.2.2太陽能光電案場設置	40
	201-3	確定給付機制與其他退休計畫	4.2樂在職場 公司制度優化	21
	201-4	取自政府之財務補助	●人資相關補助-人力提升、青年旗艦、身心障礙補助款，合計3,890,050元。 ●節能設備補助-112年度計86,000元。	-

GRI永續性報導準則（GRI準則）對照表

GRI 200：經濟系列 Economic Series				
GRI 指標	準則編號	揭露項目	標題對應章節/ 說明	頁碼
GRI 202 市場地位	202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	●依中華民國勞動基準法第21條規定，工資由勞僱雙方議定之，但不得低於基本工資，以保障勞工基本生活並維持其購買能力。現行按月計酬者「基本工資」每月為新台幣 27,470元。	-
GRI 203 間接經濟衝擊	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	6.3 綠色活動 7.1 社會關懷	41 44
	203-2	顯著的間接經濟衝擊	6.4 綠色電動	42
GRI 204 採購實務	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	主要供應商和泰汽車	
GRI 205 反貪腐	205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	5.2 法規依循	34
	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	5.2 法規依循	34
	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	5.2 法規依循	34
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	5.2 法規依循	34
GRI 300：環境系列 Environmental Series				
GRI 指標	準則編號	揭露項目	標題對應章節/ 說明	頁碼
GRI 302 能源	302-1	組織內部的能源消耗量	6.2.1 能源管理	39
			6.2.3 資源回收	40
	302-4	減少能源消耗	6.2.1 能源管理	39
			6.2.3 資源回收 6.2.4 總公司減量專案	40 41
GRI 303 水與放流水	302-5	降低產品和服務的能源需求	6.2.1 能源管理	39
			6.2.3 資源回收 6.2.4 總公司減量專案	40 41
	303-3	取水量	6.2.1 能源管理	39
	303-4	排水量	6.2.1 能源管理	39
	303-5	耗水量	6.2.1 能源管理	39

GRI永續性報導準則（GRI準則）對照表

GRI 300：環境系列 Environmental Series				
GRI 指標	準則編號	揭露項目	標題對應章節/ 說明	頁碼
GRI 305 排放	305-7	氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)，及其他重大的氣體排放	6.2.1 能源管理	39
	306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	6.2.3 資源回收	40
GRI 306 廢汙水和廢棄物	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	6.2.4 總公司減量專案	41
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	6.2.3 資源回收 6.2.4 總公司減量專案	40 41
	306-3	廢棄物的產生	6.2.3 資源回收 6.2.4 總公司減量專案	40 41
	306-4	廢棄物的處置移轉	6.2.3 資源回收	40
	306-5	廢棄物的直接處置	6.2.3 資源回收	40
GRI 308 供應商環境評估	308-2	供應鏈對環境的負面影響以及所採取的行動	主要供應商為和泰汽車，無重要環境影響。若有相關情事發生時將會於公開資訊進行相關報告。	-
GRI 400：社會系列 Social Series				
GRI 指標	準則編號	揭露項目	標題對應章節/ 說明	頁碼
GRI 401 勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	4.2 樂在職場 公司制度優化	21
	401-2	提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	4.1 樂在職場 硬體設施優化	20
			4.2 樂在職場 公司制度優化	21
			4.3 樂在職場 員工活動	24
			4.4 樂在職場 健康促進	25
GRI 403 職業安全衛生	401-3	育嬰假	4.2 樂在職場 公司制度優化	21
	403-1	職業安全衛生系統	4.5 樂在職場 職業安全衛生	26
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	4.5 樂在職場 職業安全衛生	26
	403-3	職業健康服務	4.4 樂在職場 健康促進 4.5 樂在職場 職業安全衛生	25 26
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	4.4 樂在職場 健康促進	25
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	4.5 樂在職場 職業安全衛生	26
	403-6	工作者健康促進	4.4 樂在職場 健康促進	25

GRI 400：社會系列 Social Series

56

聯絡資訊一覽表

北台	電話：(06)2537866 FAX：(06)2531031 地址：台南市永康區中正南路214號	永大	電話：(06)2014689 FAX：(06)2014422 地址：台南市永康區永大路三段302號	雲林 LEXUS	電話：(05)5330889 FAX：(05)5331611 地址：斗六市明德北路三段280號	太子 保修站	電話：(06)2050738 FAX：(06)2050236 地址：台南市仁德區中正路三段647號
民雄	電話：(05)2219311 FAX：(05)2219272 地址：嘉義縣民雄工業區中山路2-2號	朴子	電話：(05)3706366 FAX：(05)3703668 地址：嘉義縣朴子市大葛里大棟榔1285號	台南 LEXUS CPO	電話：(06)2530966 FAX：(06)2437231 地址：台南市永康區中正南路377-1號	仁德 保修站	電話：(06)2700997 FAX：(06)2700935 地址：台南市仁德區中正路二段696號
斗南	電話：(05)5971191 FAX：(05)5968123 地址：雲林縣斗南鎮延平路二段87號	官田	電話：(06)5793158 FAX：(06)5793910 地址：台南市官田區南廊里南廊1-5號	台南 中古車	電話：(06)2542299 FAX：(06)2540066 地址：台南市永康區中正南路214號5樓	崇善 保修站	電話：(06)2600837 FAX：(06)2600871 地址：台南市東區崇善路782號
東台	電話：(06)2697526 FAX：(06)2696224 地址：台南市東區中華東路三段65號	崙背	電話：(05)6968566 FAX：(05)6968422 地址：雲林縣崙背鄉東明村南昌路533號	嘉義 中古車	電話：(05)2740099 FAX：(05)2740119 地址：嘉義市忠孝路732號	麥寮 保修站	電話：(05)6930178 FAX：(05)6930103 地址：雲林縣麥寮鄉西濱路二段153-5號
新營	電話：(06)6565136 FAX：(06)6565151 地址：台南市新營區長榮路二段1077號	善化	電話：(06)5818351 FAX：(06)5818349 地址：台南市善化區興農路35號	斗六 中古車	電話：(05)5331368 FAX：(05)5331338 地址：斗六市明德北路三段280號	太保 保修站	電話：(05)2370169 FAX：(05)2370359 地址：嘉義縣太保市北港路二段402之5號
西台	電話：(06)2989191 FAX：(06)2989260 地址：台南市安平區永華路二段868號	南嘉義	電話：(05)2231066 FAX：(05)2252115 地址：嘉義市世賢路4段432號	永成 中古車 &保修站	電話：(06)2629008 FAX：(06)2628959 地址：台南市南區中華南路二段11號	關廟 保修站	電話：(06)5950765 FAX：(06)5950733 地址：臺南市關廟區中正路939號
北港	電話：(05)7837833 FAX：(05)7837720 地址：雲林縣北港鎮華勝路356號	虎尾	電話：(05)6325811 FAX：(05)6326206 地址：雲林縣虎尾鎮穎川里頂南路300號	北安 中古車 &保修站	電話：(06)2556255 FAX：(06)2556355 地址：台南市安南區北安路三段398號	新化 保修站	電話：(06)5970781 FAX：(06)5970061 地址：臺南市新化區中山路680號
佳里	電話：(06)7233002 FAX：(06)7230203 地址：台南市佳里區民安里同安寮72-8號	安南	電話：(06)2475968 FAX：(06)2476310 地址：台南市安南區海佃路二段155號	麻豆 保修站	電話：(06)5725178 FAX：(06)5725596 地址：台南市麻豆區南勢里關帝廟15-6號	新市 保修站	電話：(06)5890139 FAX：(06)5890516 地址：臺南市新市區中山路226號
嘉義	電話：(05)2330555 FAX：(05)2330512 地址：嘉義市博愛路二段299號	台南 PDS	電話：(06)2427768 FAX：(06)2427694 地址：台南市永康區中正南路360巷2號	和緯 保修站	電話：(06)2500106 FAX：(06)2500165 地址：台南市北區文成里和緯路三段351號	善化 保修站	電話：(06)5830912 FAX：(06)5831181 地址：臺南市善化區小新營312號
斗六	電話：(05)5346511 FAX：(05)5330366 地址：斗六市明德北路三段280號	台南 LEXUS	電話：(06)2430898 FAX：(06)2434319 地址：台南市永康區中正南路377-1號	大林 保修站	電話：(05)2650156 FAX：(05)2650126 地址：嘉義縣大林鎮中正路257號	大同 保修站	電話：(06)2900331 FAX：(06)2900332 地址：臺南市仁德區大同路三段149號
歸仁	電話：(06)2395999 FAX：(06)2395975 地址：台南市歸仁區南興里中山路三段313號	嘉義 LEXUS	電話：(05)2132828 FAX：(05)2131933 地址：嘉義縣民雄工業區中山路2-2號	西螺 保修站	電話：(05)5880567 FAX：(05)5880537 地址：雲林縣西螺鎮延平路511號		

An aerial photograph of a two-lane asphalt road stretching horizontally across the middle of the frame. The road is flanked on both sides by a dense, lush green forest. The trees are thick and their canopies create a textured green background. The road has a solid white line on each side and a dashed white line in the center. The overall scene conveys a sense of nature and tranquility.

南都汽車股份有限公司 NANDU MOTOR Co., Ltd.