

N A N D U M O T O R

113年度
南都汽車
永續報告書
Sustainability Report

ESG



目錄

Content

1. 關於南都	02	4. 友善職場	32
1.1 經營者的話	03	4.1 多元共融與人權保護	33
1.2 南都簡介	04	4.2 人才投資與成長	35
1.3 南都發展史	05	4.3 友善工作環境	39
1.4 使命、願景、核心價值觀	06	4.4 持續改善的文化	46
1.5 短中長期經營方針	07	4.5 職業安全與健康促進	47
		4.6 雇主品牌推廣	52
2. 永續管理	08	5. 社會共榮	53
2.1 永續政策	09	5.1 顧客關係	54
2.2 ESG 執行架構與平台	10	5.2 社會共好	58
2.3 肯定與榮耀	11		
2.4 利害關係人溝通與重大性議題分析	12		
3. 誠信治理	16	6. 環境保護	63
3.1 公司經營架構	17	6.1 環境永續理念	64
3.2 經營狀況及成效	19	6.2 環境施策	65
3.3 風險管理	21	6.3 綠色活動	68
3.4 法規依循	30	6.4 生物多樣性教育	69
3.5 供應鏈組成	31	6.5 轄區閒置廠房利用	69
		7. 附錄	70
		7.1 關於報告書	70
		7.2 意見回饋	70
		7.3 GRI永續性報導準則對照表	71
		7.4 聯絡資訊	76



chapter 1

關於南都

1.1 經營者的話

「永續經營」自南都汽車開業以來，一直是經營者非常重視的課題。其實，我們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本；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。

直到我們理解到發展ESG可以為公司帶來更穩健長遠的營運，更有系統的評估公司是否走在正確的經營道路。即便南都不是上市櫃公司，並不在政府規範撰寫ESG報告的範圍，公司仍於2022年起設置ESG委員會，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年我們出版了第一份永續報告書。說真的，非常簡陋的一版。與其說是報告書，現在看來，說成是經營者的手稿都還不如(但為了紀錄這個哩程碑，團隊還是決定把它留在官網上)。

為了內化ESG的觀念到每一個經營主管心中，2024年的年度方針策略共識營，我們以「ESG」為主題，除舉行主管ESG教育課程、討論工作坊、參觀雲品飯店生物多樣性導覽外，更讓主管們實際就南都經營上的課題討論，理解利害關係人及重大性議題。這是我們首次讓核心經營主管更有系統的理解ESG的意涵，並讓年度的方針設定更完整結合ESG的精神。本回報告書中，我們分為「誠信治理」(G)、「友善職場」與「社會共榮」(S)、「環境保護」(E)等四大章節來呈現：

誠信治理	南都汽車經銷TOYOTA及LEXUS，為世界首屈一指汽車品牌。日本TOYOTA母公司原就非常重視永續營運的公司治理。因此，在原廠TMC及台灣總代理和泰汽車的指導下，董事會運作、財務績效管理、法規遵行、公開發行公司治理...等，一直都保持相當嚴謹的管理。2024年更強化內稽內控，進行風險盤點，修訂或新增了內部控制制度8項循環與控制作業共205項管理準則，並強化資訊安全、持續提昇所有同仁遵法意識。超越同業以及政府法規要求，主動進行ESG盤點，檢視自身經營體質，發現可能的風險、找尋可以改善的方向，遵循Toyota Way的精神，訂定策略與方針，以確保公司營運風險最小化，成效極大化。
友善職場	汽車買賣保養維修屬於高勞力需求行業，人才培育一直是公司非常重視領域。「有滿意的員工，才有滿意的客戶」是我們奉為核心價值的準則。為完善人才選、訓、用、留，優化職場環境，我們在各大面向均投入相當多的資源，鼓勵員工安定、成長。持續改善廠房設施、導入友善工具設備工作、優化員工每日工作所處的「硬體環境」；提供完善的「教育訓練」，在連續數年取得TTQS銀牌的基礎下，持續改善；提倡多元包容的DEI主張、鼓勵創新、獎勵進修與終身學習，營造和諧的「職場文化」；舉行各種健康講座、活動，定期臨廠醫護人員關懷，導入職安系統，以確保員工之「健康安全」；每年定期檢視薪資待遇，提出適切的調薪計劃，並推出新世代員工在意的彈性上下班制度，持續優化「勞動條件」；員工家人的重要性不亞與員工，提供生育補助、子女教育補助等，確保同仁得到充份的「家庭照顧」，無後顧之憂。這些投入可以展現在逐年下降的離職率。當然，吸納更多優秀的求職者加入亦是重要的工作，有好的工作環境更需要向外推廣雇主品牌，讓更多人知道南都是間照顧員工的好公司。
社會共榮	除了員工之外，汽車銷售業更是需要與客戶大量互動之行業，與社會的高強度連結，亦是公司最重要的核心能力。南都在轄區深耕30餘年，市占率近四成；即便是另外六成，也都是我們的潛在客戶。因此，顧客互動與關懷原就是南都之日常營業活動；若擴大至廣義的社會參與，結合公益、環保等相關議題，就更能達成落實「取之於社會、用之於社會」的理想。南都設立有獨立的顧客滿意部門，確保一線服務品質，聆聽顧客心聲，即時發現可能問題；持續提出各種服務品質改善專案，給顧客最好的消費體驗。更經常舉行適合各種不同對象之車主活動(涵蓋公益、環保、教育、休閒、運動、體驗...等多元主題)。與學校或公部門單位產學合作、校園體驗、企業參訪、講座論壇...等，提昇在地跨領域之知識訊息交流。讓滿意的顧客帶來好口碑，持續支持南都汽車。
環境保護	環保意識抬頭，綠色永續經營已是趨勢。南都汽車早在2003年導入ISO14001環境管理系統，並在2007年全數營業據點通過外部驗證，並每年持續接受外部稽核維持認證。在邁向豐田集團所設定之2050年淨零碳排目標的路上，我們持續在自有廠房屋頂興建太陽能發電場，生產綠色能源；從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；更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。

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，我們明白公司永續發展對員工、對社會、對經濟、對環境的重要影響。2024年我們將「力行企業社會責任，堅實雇主品牌」設定為營運方針之一部分；2025年更延伸為「強化利害關係人溝通，展現跨域價值」。展望未來，南都營運策略將更緊密連結ESG精神，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。敬請繼續給予我們支持與指教。

南都汽車 董事長
王鴻志
總經理
陳文義

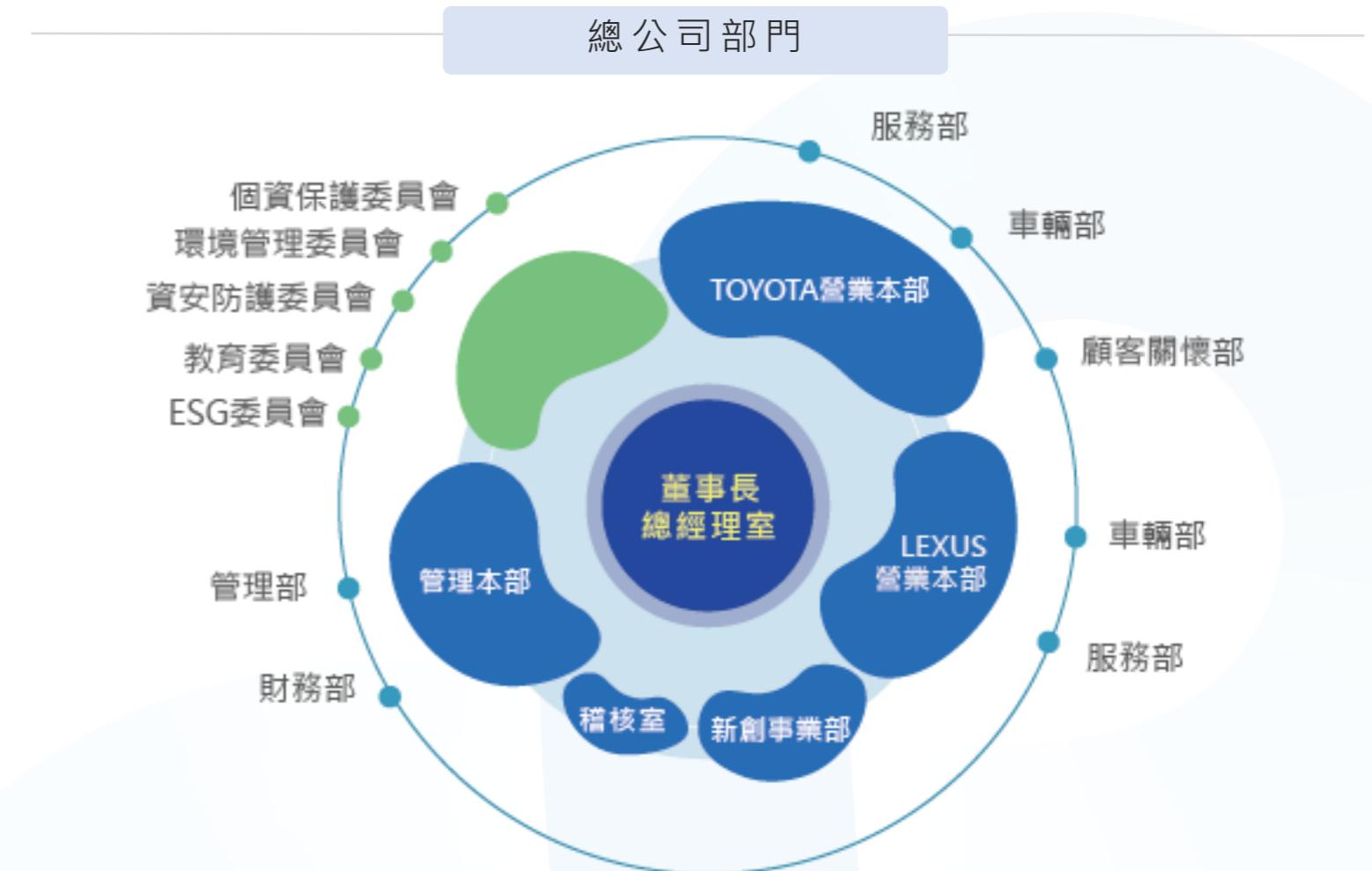
1.2 南都簡介



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。創立於西元1991年，事業版圖擴及雲林縣、嘉義縣(市)、臺南市，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。



1.3 南都發展史

◆ 1.3.1 設立日期

本公司於民國八十年六月成立，同年七月一日正式營業

◆ 1.3.2 公司沿革

民國 80年06月

南都汽車股份有限公司取代南嘉汽車股份有限公司取得TOYOTA體系雲嘉南地區經營權正式成立，並吸收原南嘉公司之員工及北台南、民雄、斗南、東台南、新營、安平六個據點。負責人為陳信一先生，成立資本額參仟陸佰萬元

民國 80年09月

現金增資，資本額增為新台幣壹億捌仟萬元

民國 80年11月

北港營業所成立，此據點乃南都成立後第一個增設據點

民國 80年11月

新新營營業所成立，放棄原新營據點

民國 81年01月

交車中心啟用

民國 81年03月

佳里營業所成立

民國 81年04月

嘉義營業所成立

民國 81年11月

斗六營業所成立

民國 81年12月

新東台南營業所成立，放棄原東台南據點

民國 82年04月

歸仁營業所成立

民國 82年07月

新民雄營業所成立，放棄原民雄據點

民國 83年04月

新斗南營業所成立，放棄原斗南據點

民國 83年08月

自建總公司大樓成立啟用，一樓為北台南營業所，取代舊北台南據點

民國 83年10月

永大營業所成立

民國 83年12月

朴子營業所成立

民國 83年12月

盈餘轉增資，資本額增為新台幣壹億玖仟玖佰捌拾萬元

民國 84年03月

新西台南營業所成立，放棄原安平據點

民國 84年07月

官田營業所成立

民國 84年10月

崙背營業所成立

民國 84年10月

南台南營業所成立

民國 84年11月

善化營業所成立

民國 85年12月

南嘉義營業所成立

民國 86年10月

LEXUS台南營業所成立

民國 86年11月

盈餘增資，資本額增為新台幣參億玖仟玖佰陸拾萬元

民國 87年09月

盈餘轉增資，資本額增為新台幣伍億零參佰肆拾玖萬陸仟元

民國 88年01月

LEXUS嘉義所成立

民國 88年10月

現金增資，資本額增為新台幣伍億伍仟參佰肆拾捌萬陸仟元

民國 92年10月

盈餘轉增資，資本額增為新台幣陸億貳仟伍佰肆拾參萬玖仟壹佰捌拾元

民國 94年09月

LEXUS台南所遷移至永康

民國 95年06月 虎尾營業所成立

民國 95年11月 安南營業所成立

民國 99年01月 中古車台南營業所成立

民國 99年01月 中古車嘉義營業所成立

民國 99年01月 成立100%投資的南一汽車配件股份有限公司

民國 103年01月 PDS交車中心重建落成

民國 103年04月 西台南遷址至臺南市永華路二段868號。

民國 103年07月 新營營業所遷址至臺南市新營區長榮路二段1077號

民國 105年01月 斗六營業所遷址至雲林縣斗六市明德北路三段280號

民國 105年06月 陳信一先生榮任榮譽董事長，詹南岩先生榮任董事長

民國 105年07月 聘任張民杰先生為本公司總經理

民國 106年04月 LEXUS CPO台南所成立

民國 107年11月 聘任蔡慶豐先生為本公司總經理

民國 109年03月 永成保修站暨中古車營業所成立

民國 109年11月 成立100%投資的南天科技股份有限公司

民國 109年12月 聘任蕭興前先生為本公司副董事長

民國 109年12月 聘任陳宗豪先生為本公司總經理

民國 110年02月 榮獲和泰總代理卓越經銷商獎

民國 110年06月 北台南钣噴中心獨立營運

民國 110年08月 子公司南一汽車配件股份有限公司成立車體美容部

民國 110年12月 麻豆保修站成立

民國 111年02月 榮獲和泰總代理卓越經銷商獎

民國 111年03月 北安保修站暨中古車營業所成立

民國 111年03月 新創事業部成立

民國 111年03月 和緯保修站成立

民國 111年04月 南嘉義、虎尾钣噴中心獨立營運

民國 111年11月 大林保修站成立

民國 111年11月 西螺保修站成立

民國 111年12月 太子保修站成立

民國 111年12月 仁德保修站成立

民國 111年12月 崇善保修站成立

民國 112年03月 榮獲和泰總代理卓越經銷商獎及凌志獎

民國 112年06月 麥寮保修站成立

民國 112年07月 太保保修站成立

民國 112年09月 關廟保修站成立

民國 112年09月 新化保修站成立

民國 112年10月 新市保修站成立

民國 112年10月 LEXUS斗六營業所/廠更名為LEXUS雲林營業所/廠

民國 113年04月 善化保修站、大同保修站成立

1.4 使命、願景、核心價值觀

公司使命

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

成為「顧客信賴」、「員工喜愛」、「同業敬重」的汽車公司。

核心價值觀



實在
Reliable



共好
Gung Ho



創新
Innovation

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。

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。

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。

多元創新

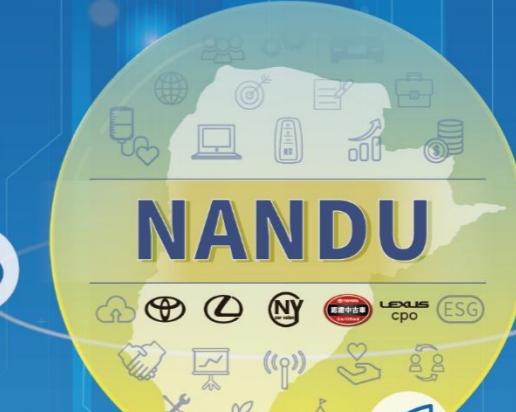
打造輝煌未來

實在 共好 創新。學習 多元 包容



創新營運樣態

加速數位轉型



多元包容職場



1.5 短中長期經營方針

策略	短期目標(24~25年)	中長期目標(26年~)
 強化營運體質、追求永續經營	<ul style="list-style-type: none"> 1. 獲得總代理評鑑卓越經銷商獎 2. 獲得總代理評鑑經銷商凌志獎 3. 完成17個保修站及發展週邊項目 4. 導入ESG並融入公司年度方針運作 5. 縮小數位落差、城鄉落差、創新營運模式、提昇工作效率 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 持續配合總代理政策、深耕轄區，取得各年度經營獎項 2. 展望市場未來，提前佈局營運據點，完成20個保修站、東台南LEXUS據點，擴大雲林中古車營業所 3. 領先政府規範，成為未上市櫃公司ESG表率 4. 數位轉型，持續採用最新的數位工具，並創新營運模式
 精進服務品質、深耕社區共榮	<ul style="list-style-type: none"> 1. 雙品牌顧客滿意度成績，持續領先業界其他品牌 2. TOYOTA全數據點通過總代理五星據點認證 3. LEXUS餐點供應多樣化，並完善食品安全衛生管理 4. TOYOTA南都有愛活動，各營業據點與在地公益團體合作 5. LEXUS與高端客群結合，舉行環保公益活動 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 保持最受消費者肯定的汽車品牌 2. 保持最受消費者肯定的品牌經銷商 3. 持續優化營業空間，提供領先市場之服務 4. 成為在地投入公益活動最具成效之企業
 厚植人才實力、鼓勵終身學習	<ul style="list-style-type: none"> 1. 提昇雇主品牌力，增加求職知名度及吸引力 2. 教育訓練歷程系統化、強化與方針聯結、追求長期持續改善 3. 鼓勵員工終身學習，延長職涯續航力 4. 鼓勵員工跨領域學習，鼓勵員工轉調，迎接更高挑戰之職務 5. 鼓勵創新思維，舉辦創新提案競賽 6. 擴大員工在職就學補助 7. 強化主管領導、管理、營運能力 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 成為雲嘉南求職者服務業最佳求職選擇 2. 取得勞動部評鑑TTQS金牌 3. 持續鼓勵員工學習習慣，營造企業創新文化
 友善職場環境、型塑多元文化	<ul style="list-style-type: none"> 1. 首次通過ISO 45001職業健康與安全管理系統認證 2. 營造舒適、安全的工作環境，持續優化工作軟硬體環境 3. 營造友善包容的職場文化，女性員工佔比25% 4. 創造青銀共榮的和諧場域，年度65歲以上仍在職者超過2人 5. 鼓勵休閒、健身、運動，員工社團總數達到20個 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 推廣ISO 45001至公司全據點 2. 獲得天下雜誌DEI評鑑 雲嘉南服務業最佳 3. 員工社團參與人數達公司員工數30% 4. 導入EAP員工協助系統 5. 年度離職率低於10% 6. 女性員工佔比30%，新任基層主管女性佔比同整體員工佔比 7. 年度65歲以上仍在職者超過4人
 堅持環境保護、落實節能減碳	<ul style="list-style-type: none"> 1. 獲得總代理環保績效指標第一名 2. 持續通過ISO 14001 環境管理系統認證 3. 持續辦理淨灘、環境月活動 4. 2025年碳排較2019年減少18% 5. 完成8座太陽能電廠建置 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 持續配合TOYOTA集團環保政策 2. 持續通過ISO 14001 環境管理系統認證 3. 成為在地推廣環保活動最具成效之企業 4. 2050年的零碳排目標減碳指標 5. 完成12座太陽能電廠建置 6. 可回收廢棄物回收率達95%
 健全公司治理、降低營運風險	<ul style="list-style-type: none"> 1. 獲得總代理評鑑遵法經銷商獎 2. 獲得總代理資安查核最優公司獎 3. 持續通過ISO 27001資訊安全管理系統認證 3. 完成全公司風險盤點 4. 完成全公司個資盤點 5. 六大循環及兩項內部控制作業制度檢討並改版 6. 完備服務作業程序 7. 強化利害關係人溝通 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 持續完善公司內部控制制度，降低營運風險 2. 持續跟上最新法規，違法零容忍 3. 完備供應商及承攬商評鑑及管理辦法 4. 完備個人資料管理辦法



chapter 2

永續管理

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

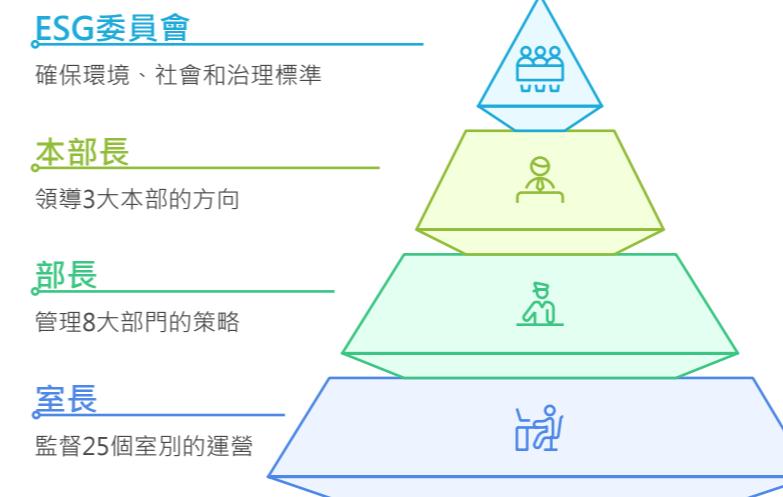
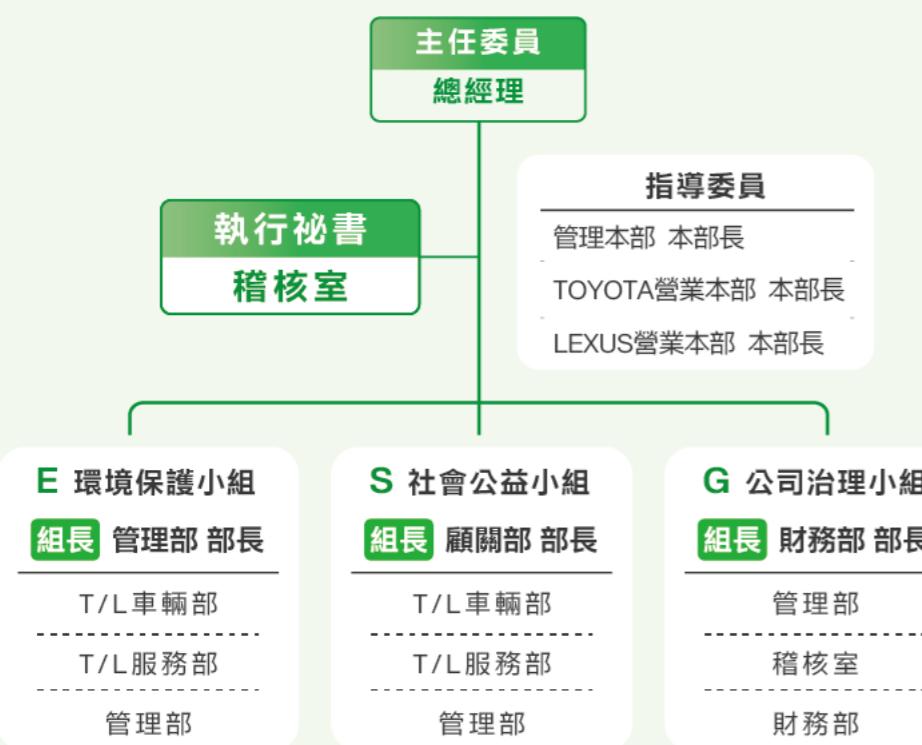
2.2 ESG 執行架構與平台

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。唯透過各個面向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，定期召開例行會議報告執行成果與未來工作計劃。

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：

2024 年本社主管策略共識營，舉辦 ESG 課程與工作坊，扎根核心團隊永續意識，使永續發展能真正落實於日常營運中。



在本公司推動永續發展的過程中，南都秉持著 Toyota Way 精神，以「持續改善」及「人性尊重」為核心原則，並導入 PDCA 管理循環，持續提升環境 (Environmental) 、社會 (Social) 與治理 (Governance) 三大面向的表現。

- **Plan (P) — Q3策略規劃**

每年第三季，依據公司整體願景與外部趨勢進行 ESG 策略規劃，訂定各單位年度行動方針，確保永續目標與公司營運方向一致。

- **Do (D) — 年度計畫執行**

自第四季起，展開年度永續行動計畫的執行，包含 ESG 三大領域，確保各項計畫依時程推動。

- **Check (C) — 每季成效檢視**

每季內部審查與跨部門成效檢討機制，評估各項行動方案的推動進度與達成度，並針對執行落差進行原因分析與修正建議。

- **Act (A) — 隔年Q1持續改善**

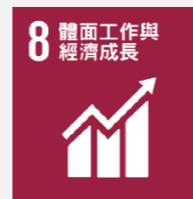
次年第一季，將整合前一年度的執行經驗與檢討結果，作為新年度計畫修正與優化的依據，持續推動循環改善，深化 ESG 實踐效益。

透過 PDCA 的系統性管理流程與 Toyota Way 的精神，將能驅動企業內部與外部永續價值的共同成長。



2.3 肯定與榮耀

■ 誠信治理

績效亮點	SDGs
<p>◆ 和泰汽車</p> <ul style="list-style-type: none"> -TOYOTA：售後服務獎、顧客滿意獎、價值鏈貢獻獎、卓越經銷商獎 -LEXUS：凌志獎、卓越營業所獎、卓越服務廠獎 -MaaS貢獻獎、資安查核最優公司獎、遵法經銷商獎 <p>◆ 天下雜誌</p> <ul style="list-style-type: none"> -1000大服務業排名第98名 <p>◆ J.D.Power</p> <ul style="list-style-type: none"> -CSI及SSI冠軍，消費者心目中最值得信賴的汽車公司 <p>◆ 其他</p> <ul style="list-style-type: none"> -ISO 27001 資訊安全管理系統 	 

■ 友善職場

績效亮點	SDGs
<p>◆ 離職率 -1.2%</p> <p>◆ 年度調薪 +2.1%</p> <p>◆ 彈性上下班 共39人申請(本社31人、服務廠8人)</p> <p>◆ 總公司創新提案獎勵 125件 獎勵金 388,150元</p> <p>◆ 員工就學進修補助 82人 補助金額1,036,997元</p> <p>◆ TTQS 勞動力發展署人才發展品質管理系統 銀牌獎</p> <p>◆ 年度員工訓練時數 24.9小時/人 投入金額 6,366元/人</p> <p>◆ 友善工具設備</p> <ul style="list-style-type: none"> -輪胎頂升工具開發 完成試作版型 2種 -HV電瓶搬運工具 使用據點 8 個 -電動車高壓電維修絕緣工具 採購工具20套 <p>◆ 臨場健康服務154場 861人參與 308小時</p>	  

■ 社會共榮

績效亮點	SDGs
<p>◆ 五星據點認證 全據點通過</p> <p>◆ 南都有愛活動 (合作公益團體 43個 超過1,400人次參與)</p> <ul style="list-style-type: none"> -南都有愛、共融無礙 -南都有愛、益起浪春天 -弱勢學童心C望 X 南都有愛公益活動 <p>◆ LEXUS × Story Wear二手牛仔褲 募集120件二手牛仔褲</p> <p>◆ 捐贈臺南市特搜隊 特搜裝備一批30萬</p> <p>◆ 南都盃壘球賽 (雲嘉南地區壘球隊 11支 參與人數 200人)</p>	  

■ 環境保護

績效亮點	SDGs
<p>◆ 綠色認證</p> <ul style="list-style-type: none"> -ISO 14001 環境管理系統認證 -臺南市政府113年度「績優綠色採購企業獎」 <p>◆ 綠色活動</p> <ul style="list-style-type: none"> -環境月「珍愛台灣 綠化家園」1場 421人參加 分組活動260人參加 -TOYOTA集團-全台淨灘減塑總動員 淨灘活動 3場(雲嘉南) 1,280人參與 蔊集756公斤垃圾 -興建8座太陽能廠 發電量 3百萬度電 <p>◆ 資源回收</p> <ul style="list-style-type: none"> -廢輪胎增加11.5% 廢電瓶增加14.5% 廢機油增加2.0% 廢五金增加3.8% -TOYOTA服務廠紙箱包裝材 回收率110.5% 保險桿包裝袋 回收次數5,907次 	  

2.4 利害關係人溝通與重大性議題分析

◆ 2.4.1 利害關係人議合

南都汽車依循AA1000 SES (AA1000 Stakeholder Engagement Standard) 利害關係人議合標準的五大原則：依賴程度、責任、影響程度、多元觀點、關注程度，鑑別出7大利害關係人，分別為：總代理 / 股東、員工、客戶（含轄區及他轄區）、供應商 / 承攬商、政府主管機關、當地社區（含公益團體、潛在客戶）、學校機構。透過多元的溝通管道與途徑，傾聽利害關係人的聲音與需求，並以利害關係人的關注議題以及議和目的為考量，共創永續利益與互信機制。2024年利害關係人議合形式如下：



利害關係人	重要性	議合方式	頻率	回應章節
	總代理 / 股東 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	董事會 股東會/TOYOTA、LEXUS方針說明會/表揚大會 業務交流會 年報、永續報告書	1次/季 1次/年 1次/月 1次/年	3.1公司經營架構 3.2經營狀況及成效 3.3風險管理 3.4法規依循
	員工 南都為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 年度績效、日常業務、晉升異動訪談 員工滿意度、輪調意願 新進、離職人員問卷調查 激勵會、榮譽餐會、家庭日、春酒、尾牙...等活動 舉辦員工教育訓練 南都995專區、申訴專線及意見回饋信箱 職工福利委員會、職業安全衛生委員會、環管幹事研討會、教育委員會會議	各品牌1~2次/月 本社：每人至少1次/年 營業單位：每月數次 1次/年 新進：入社滿3個月後調查1次 離職：離職後1個月內進行調查 數次/年 24.9小時/人 接獲案件即時處理 1次/季	4.1多元共融與人權保護 4.2人才投資與成長 4.3友善工作環境 4.4持續改善的文化 4.5職安與健康促進 4.6雇主品牌形象推廣
	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	交車後關懷(電訪) 維修入廠後關懷(電訪、問卷) 客戶拜訪 客戶滿意度調查(簡訊、電訪) 車主活動 客服專線、信箱、公司官網、社群媒體	新車購買後 1次 每回入廠後 1次 6次/年 1~2次/年 數次/年 不定時	3.3風險管理 3.4法規依循 5.1顧客關係

利害關係人	重要性	議合方式	頻率	回應章節
	供應商 / 承攬商 廠商提供南都營運所需之設備、器材、物料、軟體、土地及各種支援服務。保有供應穩定且高品質的供應商/承攬商，是南都持續提供客戶良好服務之關鍵要素	廠商拜訪 環安衛教育訓練 品質異常追蹤檢討會議 機具保養與零件物料供應 電話聯繫、郵件往來	不定時(視業務需求) 2次/年 不定時 依排程 不定時	3.5供應鏈組成 4.5職業安全與健康促進 6.5轄區閒置廠房利用
	政府主管機關 政府機關訂定了經濟發展的重要政策方向及相關法令規範。熟悉政策及法規除有助於公司發展外，更能避免違法之風險	主動拜會 政府公文來函 法規、政令宣導會議 實地稽查作業	2次/年(視業務需求) 不定時 不定時 不定時	3.4法規遵循
	當地社區 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	里民大會/社區發展協會 南都有愛系列等活動 壘球盃賽交流 二手義賣、捐贈活動 環境月、淨灘活動 捐血活動	1次/年 依專案規劃 1次/年 2次/年 1次/年 不定期	5.2社會共好
	學校機構 學校為培育人才來源之搖籃，強化與學校機構之互動，儲備優質之人才	校園拜訪、講座 產學合作 校園參訪 職場實習	1~2次/年 數次/年 數次/年 數次/年	4.2人才投資與成長 5.2社會共好

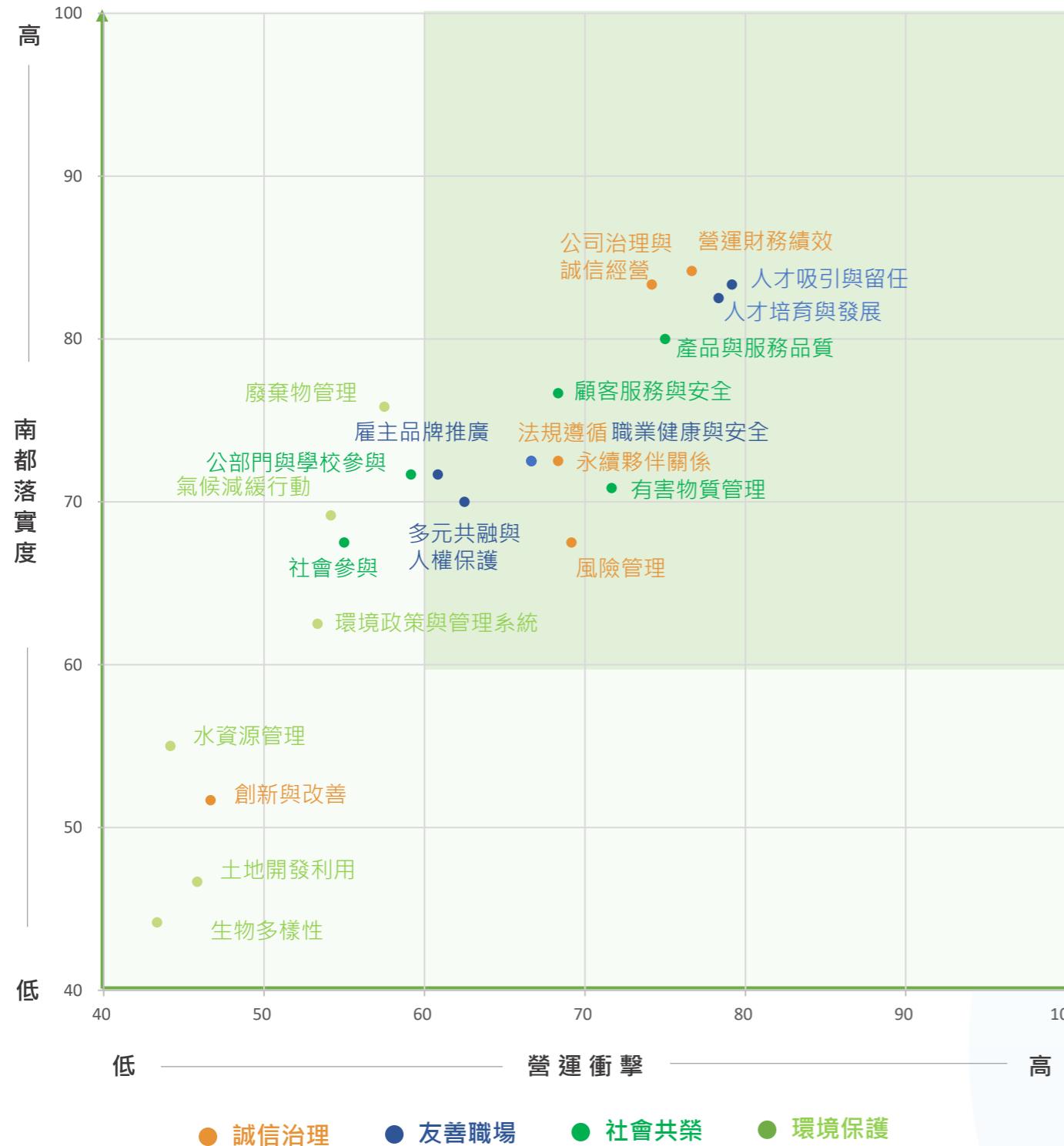
◆ 2.4.2 重大性議題鑑別與分析

南都在考量國際永續趨勢、產業特性、企業實務之下，依循國際永續揭露規範（如：GRI Standards、SASB Standards、SDGs永續發展目標），蒐集產業標竿之重大議題，搭配公司永續發展目標與策略，制定南都永續議題。並就蒐集之相關數據及成果，作為重大性議題的鑑別依據，經內部公司討論後，擬定南都永續發展方向。

面向	子分類	主題(更新)	利害關係人	營運衝擊排名		落實度排名 2024
				2023	2024	
治理面(G)	誠信經營	公司治理與誠信經營	客戶、總代理 / 股東	18	5	2
		財務營運績效	客戶、總代理 / 股東	6	3	1
		風險管理	客戶、總代理 / 股東、政府主管機關	7	8	17
		法規遵循	員工、總代理 / 股東、政府主管機關	11	11	8
		永續伙伴關係	供應商 / 承攬商	22	9	8
社會面(S)	友善職場	多元共融與人權保護	員工、政府主管機關、當地社區	17	13	15
		人才培育與發展	員工、總代理 / 股東、學校機構	3	2	4
		人才吸引與留任	員工、總代理 / 股東、學校機構	4	1	2
		創新與改善	員工、客戶、總代理 / 股東	21	21	22
		職場健康與安全	員工	5	11	8
	社會共榮	有害物質管理	員工、政府主管機關	-	7	14
		雇主品牌推廣	客戶、總代理 / 股東、當地社區	9	14	12
		顧客服務與安全	客戶、當地社區、總代理 / 股東	2	9	6
環境面(E)	環境保護	產品服務與品質	客戶、當地社區、總代理 / 股東	1	4	5
		公部門與學校參與	當地社區、學校機構、政府主管機關	14	15	12
		社會參與	當地社區、政府主管機關	20	17	17
		環境政策與管理系統	總代理 / 股東、客戶、當地社區	18	19	19
		氣候減緩行動	總代理 / 股東、客戶、當地社區	15	18	16
		廢棄物管理	客戶、當地社區	12	16	7

重大性分析與議題選定 ▶

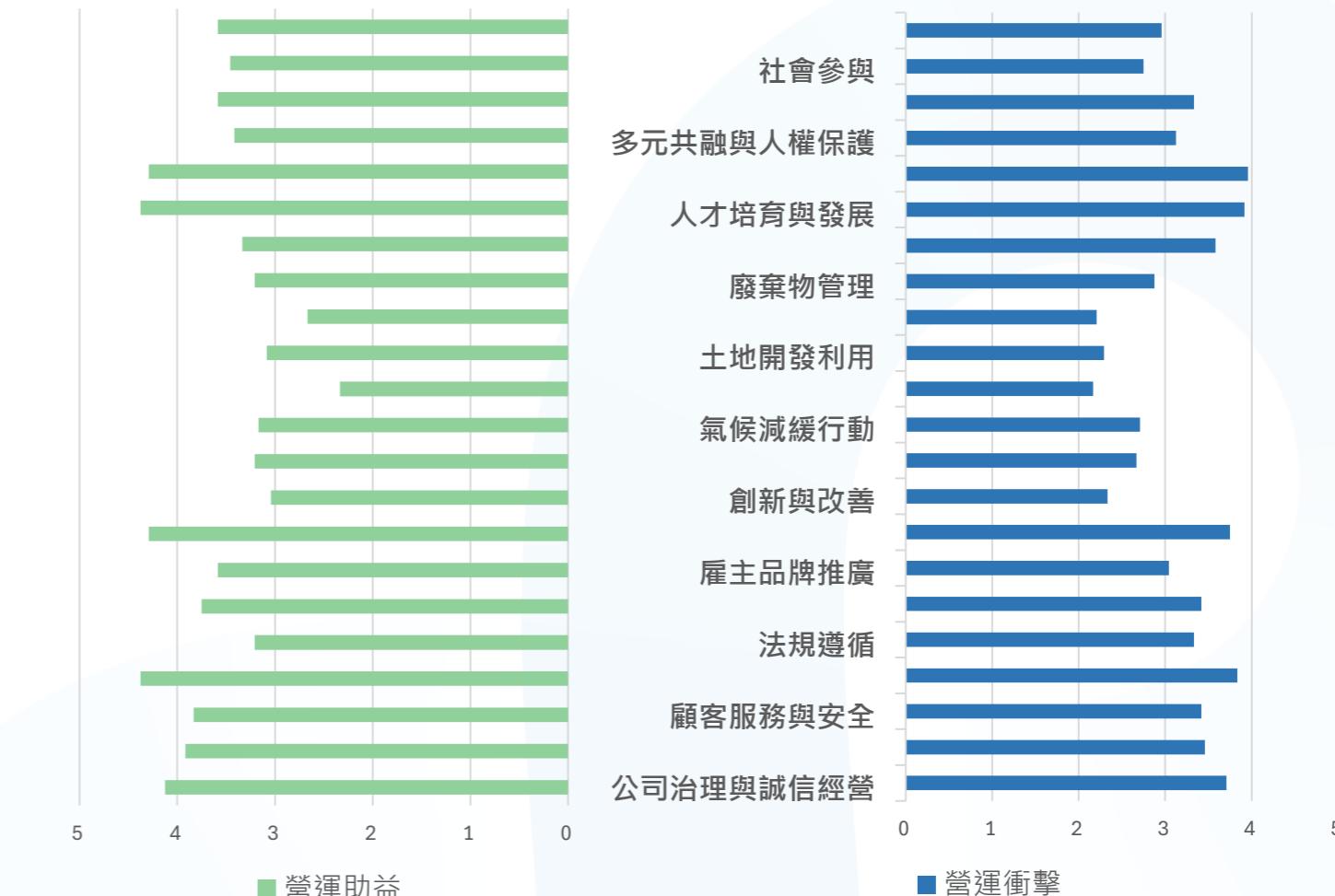
2024年南都重大性矩陣圖



南都以營運衝擊為X軸，落實度為Y軸，繪製重大主題矩陣。篩選出22項重大議題，作為2024年報告書揭露的重點內容。

- 註1：營運衝擊及利害關係人滿分以100分為計。
- 資料來源：依據2024年經營主管評分結果。

2024年南都營運衝擊與營運動助益





chapter 3

誠信治理

◆ 績效亮點◆

■ 販賣台數

- TOYOTA 新車 銷售16,766台
中古車 銷售1,910台
- LEXUS 新車 販賣2,625台
中古車 販賣 227台

■ 服務維修

- TOYOTA 服務有費台數306,125台
- LEXUS 服務有費台數 36,948台

■ 營收表現

- 年度營業收入231億、稅前淨利9.67億、稅後淨利7.76億

■ 榮譽獎項

- 總代理卓越經銷商獎、凌志獎、售後服務獎、顧客滿意獎、價值鏈貢獻獎、MaaS貢獻獎、資安查核最優公司獎、遵法經銷商獎、環保績效指標第一名

3.1 公司經營架構

◆ 3.1.1 穩健經營

南都為公開發行公司，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，透過良好的公司管理制度、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。

同時，永續經營為南都對利害關係人的責任與義務，於每年依循中長期發展計畫推動執行策略，結合ESG發展概念，確立年度方針及各部室工作方向。每月進行重要事項宣達、弱勢項目檢討、凝聚員工整體共識，以期各項指標順利達成。並透過永續報告書的編撰，來全面檢視公司各項成效，致力於建立多元共融(榮)、韌性且穩健之治理體系。



◆ 3.1.2 內稽內控

南都設有直屬董事會的專責稽核室，負責對內部控制、營運程序及風險管理進行獨立且客觀的評估與查核。稽核室的設立目的在於確保組織運作之有效性、合規性及符合最佳實務，進而提升整體營運效率與企業價值。

一、內部稽核之主要目標

1. 法規遵循：確保各項業務活動均符合相關法令、規章與內部政策。
 2. 內部控制與風險管理：評估並優化控制流程及風險對應機制的健全性與有效性。
 3. 改善成效監督：追蹤並評估稽核建議事項及改善措施之執行成效。

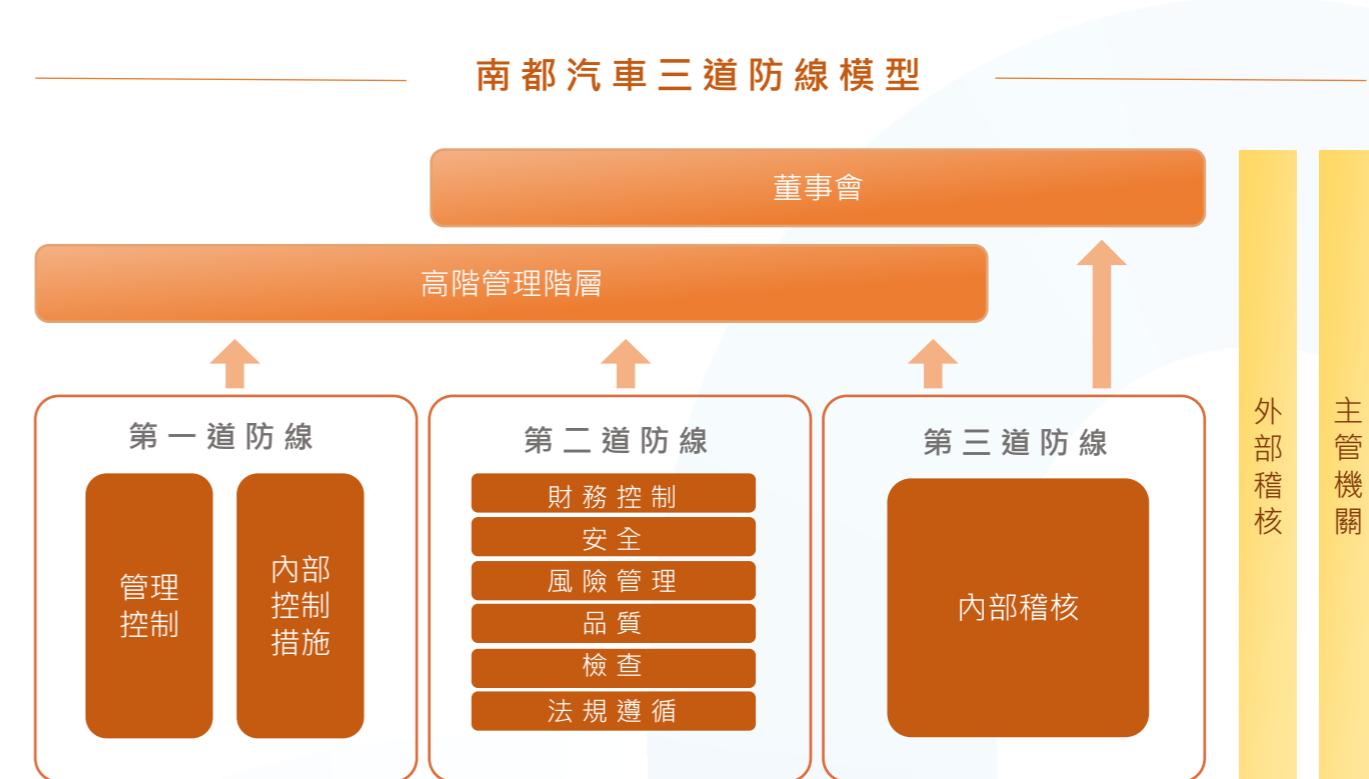
二、稽核制度與職能

本公司內部稽核制度係以風險導向與自我監督機制為基礎，並依據內部環境變化即時修正與調整。主要職能包括：

1. 控制環境維護：強化內部控制文化，確保制度設計與執行之有效性。
 2. 風險評估：辨識營運風險並進行系統性評估，作為稽核規劃依據。
 3. 控制作業查核：針對核心營運流程執行查核，確保各項作業合規與有效。
 4. 資訊與溝通：確保查核結果與風險議題能有效傳達至管理階層與相關單位。
 5. 持續監督：後續追蹤與監控，確保各項控制機制與改善措施持續運作。

二、稽核計畫與報告機制

稽核室依據年度風險評估結果，編製次年度內部稽核計畫，每年對本公司及子公司進行涵蓋財務、法令遵循與風險管理的稽核作業。查核完成後，製作內部稽核報告，向董事會報告重要發現與建議事項，並持續追蹤改善成效，以強化誠信治理與內控效能。



2024年度執行成效

內部循環修訂

依據《公開發行公司建立內部控制制度處理準則》第7、8、9條規範，得視企業所屬產業特性並涵蓋所有營運活動，逕行修訂內部控制制度。2024年修訂內部控制循環作業及電腦化資訊控制7項，新訂管理控製作業，總計8項控製作業。修訂及新訂編修項次如右表所示。

執行成效

7份 辦法修訂
1份 辦法新訂

內部控制循環修訂	新版目錄	舊版目錄
銷售及收款循環控制作業	70	13
請採購及付款循環控制作業	56	6
薪工循環控制作業	21	13
融資循環控制作業	2	20
不動產、廠房暨設備循環控制作業	17	11
投資循環控制作業	4	6
電腦化資訊控制作業	11	6
小計	181	75
<hr/>		
管理辦法檢討編修	新版目錄	舊版目錄
管理控制作業	24	0

3.2 經營狀況及成效

南都汽車113年整體營運在缺乏新車型，以及國內外不利外在因素之影響下，積極快速調整營運步調，並遵循年度方針，持續健全營運體質。在全體經營團隊與同仁的努力之下，全年獲利約當於前年111年之水平。如同前述，排除112年內外環境較特殊所帶來之高盈收，中長期來看，公司維持穩定成長。回顧113年度各項營運表現如下：

◆ 3.2.1 年度目標達成狀況

	TOYOTA	LEXUS	中古車	CPO
販賣台數	16,766	2,625	1,910	227
去年比	99.1%	94.1%	108.2%	101.8%
服務台數	306,125	36,948	-	-
去年比	100.8%	106.2%	-	-



◆ 3.2.2 營運績效

營運績效方面，南都汽車2024全年合併營收為新台幣231億元，歸屬於母公司業主淨利7.8億元，每股稅後盈餘（EPS）為12.42元去比77.4%；比112年（史上最高）雖為下滑，但若相比前年111年（史上次高）之營業額203.8億（+14.7%）、淨利7.75億（+0.2%），113年皆更新了歷史次高的紀錄。

	項目	2021年	2022年	2023年	2024年
經營能力	年度營業收入	19,827,981	20,210,859	23,855,302	23,173,629
	資產總計	6,833,110	7,555,684	8,387,509	8,360,797
	權益總計	4,812,529	5,131,434	5,605,592	5,789,440
	營業利益	515,138	708,779	972,427	650,617
	營業外收入及支出	237,832	252,983	277,650	309,454
	稅後淨利	616,305	775,070	1,003,723	776,630
獲利能力	員工平均營業額 ^{註1}	13,544	13,227	15,117	14,403
	資產報酬率	9.30%	10.88%	12.72%	9.42%
	權益報酬率	13.08%	15.59%	18.70%	13.63%
	每股盈餘EPS（元）	9.85	12.39	16.05	12.42
	營運成本	17,718,870	17,788,639	20,967,552	20,599,223
	營業費用	1,593,973	1,713,441	1,915,323	1,923,789
分配的經濟價值	員工薪資與福利 ^{註2}	1,021,398	1,120,554	1,222,944	1,221,100
	退休金總額	21,689	53,564	57,534	60,204
	支付給出資人的款項	406,535	437,807	500,351	594,167
	支付政府的款項 ^{註3}	261,896	337,986	394,657	313,725

註1：員工平均營業額計算為年底員工總數。

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）。

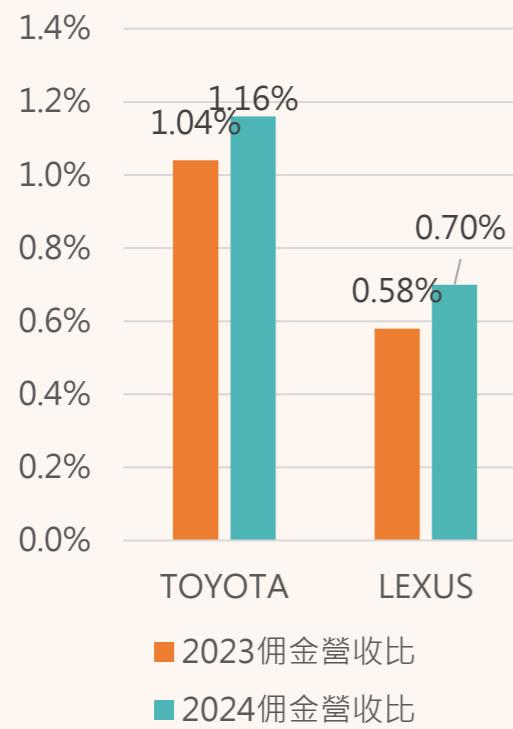
註4：其他財務相關資訊揭露於本公司「2024年年報」。

◆ 3.2.3 其他營運績效

為強化營收結構與提升週邊服務價值，公司持續優化內部制度與數位金流服務。透過調整獎勵辦法與強化進度追蹤機制，逐步帶動業務之成效；自2021至今，已建立穩定點數金流體系，使用率的表現也反映出數位支付工具在不同品牌中發展潛力；點數經濟更是帶動多元成長，2024年和泰Points所帶動的相關收入相較去年均有明顯增長；最後在無論是內部激勵制度調整、數位支付、點數機制或利息收入，皆已對提升顧客體驗與整體收益產生正向助益，未來將持續強化橫向整合及部門間協作，以朝向永續成長的營運目標邁進。

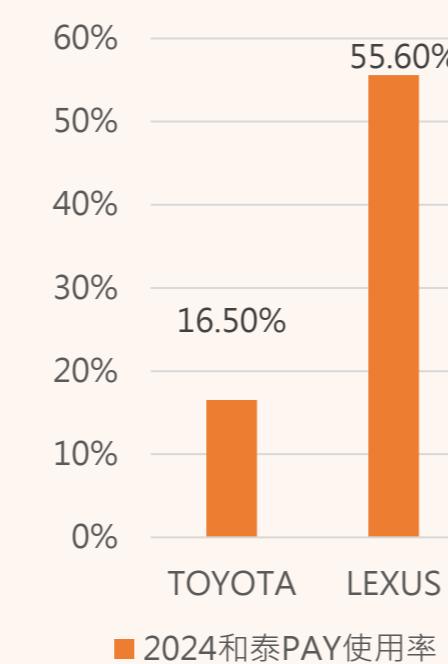
週邊價值鏈收益

調整內部獎勵辦法與進度跟催，提升保險、分期、車體美容等週邊價值鏈收益。



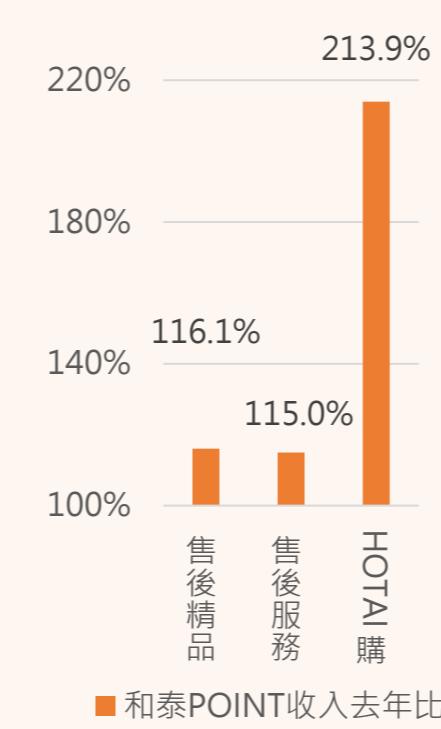
數位金流

2021年9月推出數位金流服務(和泰聯名卡、和泰Pay以及和泰Points)，創造新的點數經濟以及黏著度更高的用戶體驗。



點數經濟

和泰集團推出和泰Points後，顧客因為持有點數，而增加了顧客黏著度，品牌精品銷售額也逐年增加攀升，也為服務廠客休助理帶來更高的獎金收入。



◆ 3.2.4 激勵活動及辦法

每年定期舉辦銷售激勵活動（如：激勵餐會、獎勵旅遊、競賽誓師...等），明訂營運目標及方向，以凝聚一線員工向心力與氣氛，累計參與人次超過900人。TOYOTA及LEXUS營業本部也依循年度方針與每月市場及車輛供應狀況，規劃多樣獎勵辦法，激勵一線主管及業務同仁。

LEXUS激勵餐會



TOYOTA激勵餐會



3.3 風險管理

南都汽車依循COSO企業風險管理整合框架（Enterprise Risk Management-Integrated Framework），進行風險的全面評估與管理，並設定風險管控目標，將風險管理與公司目標緊密結合，以確保業務營運的穩定和永續發展。

◆ 3.3.1 風險盤點

採用企業風險管理的三道防線模式，由各營運單位負責掌握和管理日常營運中的風險，並執行相關風險控制措施，確保風險管理目標的實現，並由獨立的稽核單位確保風險管理政策的落實。

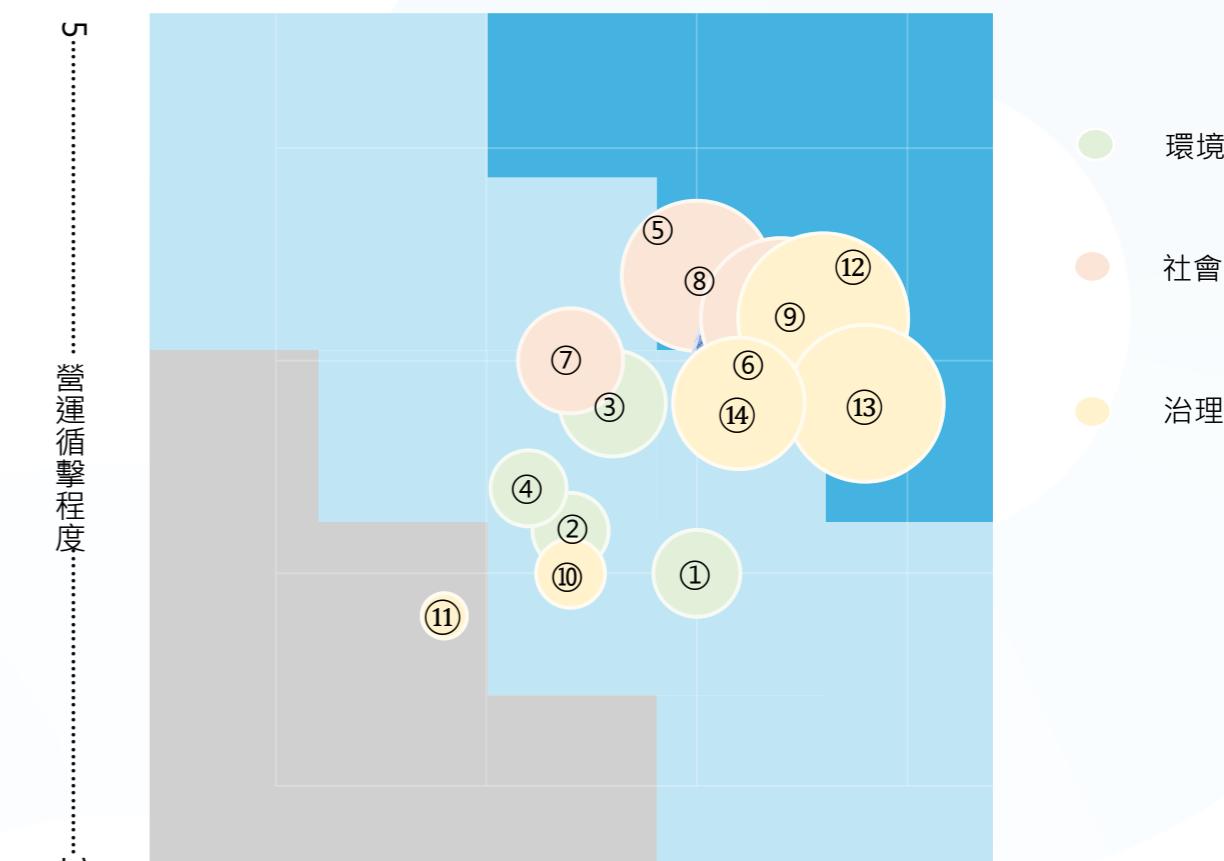
在風險管理運作執行部分，由各業務單位部門代表作為第一道防線，負責推動、督導與管理重大風險。第二道防線係獨立於第一道防線且非為第三道防線的其他功能及單位，依其特性協助及監督第一道防線辨識及管理風險。第二道防線包含風險管理、法令遵循及財務等其他專職單位，其就各主要風險類別監督公司整體風險承擔能力及承受風險現況、並向高階管理階層報告風險控管情形。

第三道防線為內部稽核單位，評估第一道及第二道防線風險管理及內部控制之有效性，並適時提供改進建議性，以合理確保內部控制制度得以持續有效實施，並作為檢討修正內部控制制度之依據。每年亦參考風險評估結果以擬定年度稽核計畫，據以執行內部稽核並定期提報董事會。

2024年風險教育訓練情形

風險類別/構面	教育訓練	訓練對象
策略/目標	2024總公司幹部策略共識營	總公司主管
法遵 / 智財	著作權遵法宣導	總公司主管
法遵 / 個資	個資事務局-個資保護施行細則	總公司主管
資訊安全	資訊安全教育	公司全體同仁
職安衛/消防安全	交車中心消防安全演練	交車中心全體同仁暨子公司同仁
氣候變遷	聯合國氣候變遷大會-專題分享	總公司主管

依據營運特性與產業趨勢，參考國內外ESG框架與實務準則，系統性盤點對企業營運具重大影響之潛在風險，並依環境（E）、社會（S）、治理（G）三大構面進行分類與評估，作為風險管理與永續策略規劃之依據。



1.....風險發生機率.....5

構面	主要風險項目	ESG	主要風險項目
E-環境	1.極端氣候事件增加	S-社會	8.全球政經形勢變化
	2.平均氣溫上升		9.數位科技的快速發展
	3.課徵碳費(稅)、碳交易市場		10.電動車市場成長，改變維修模式
	4.節能減碳與淨零排放		11.車輛維修零件成本提高
S-社會	5.少子化趨勢	G-治理	12.資訊安全威脅頻率增加
	6.關鍵人才斷層		13.法遵規範
	7.消費行為改變		14.環安衛風險

■ 2024 年南都汽車主要列管風險



ESG風險分類	主要風險項目	風險說明	應變措施及因應對策
E-環境	極端氣候事件增加	洪水與暴雨導致廠房積水或維修設備損壞。	<ol style="list-style-type: none"> 定期檢測廠房的防水、抗風、抗震能力，並落實各廠房設備的保養與定期檢修。 確保廠區排水系統暢通，定期進行清理作業。 高風險區域設置防水閘門，預防致災性暴雨造成積水倒灌。 對重要設備（如頂高機、診斷電腦、工具）、零件庫存、油品與化學品等，定期檢視可能受到淹水或高溫的影響，並加強防護措施。 加強宣導並要求主管落實廠房安全與機具設備維護且執行定期檢核。 災害發生時密切關注天氣預報與地方政府的最新消息。保持內部溝通管道暢通，確保所有員工了解最新狀況與指示。 將員工與客戶的安全放在首位，依照緊急應變計畫執行各項防護措施。 提升修繕能力與維修結案的時效性，縮短災後回復時間。
	平均氣溫上升	夏日高溫影響技師工作效率。	<ol style="list-style-type: none"> 持續關注據點工作場域氣溫，推行暑熱對應措施。 現場工作人員制服採用排汗材質。 優化員工休息空間及設備。
	課徵碳費（稅）、碳交易市場	低碳轉型造成能源成本提高。	<ol style="list-style-type: none"> 每年定期進行溫室氣體排放量盤查，掌握碳排趨勢並降低環境衝擊。 持續推動節能減碳政策，提升能源與資源使用效率。 超前政府法規要求，優先採購綠電，以支持再生能源發展。 積極規劃與建置太陽能電場，強化自有綠能供應能力。
	節能減碳與淨零排放	環保法規趨嚴，提高合規成本。	<ol style="list-style-type: none"> 配合集團減碳政策，推行節能措施，達成每年減碳目標。 持續通過ISO14001系統認證。 落實事業廢棄物回收。 烤漆房升溫燃料可藉由更改為較環保之天然氣取代柴油。

■ 2024 年南都汽車主要列管風險



ESG風險分類	主要風險項目	風險說明	應變措施及因應對策
S-社會	少子化趨勢	老化愈趨嚴重、以及人口銳減的情況下勞動力短缺與人才流失。	<ol style="list-style-type: none"> 提出多元包容之價值主張及相關施策。 力行企業社會責任，強化雇主品牌。 推出符合時代趨勢之人力資源政策及制度。 提供彈性工作時間，以吸引更多的勞動力。 延長中高齡員工職涯壽命：鼓勵員工延長退休年齡；AI及科技工具導入，減少傳統勞力依賴；服務廠中長期計劃施行壯世代聘雇方案。 服務廠規劃引進AI機器人進行送發餐點作業。 持續強化員工訓練，提昇定著率與工作效率。 產學合作-通過實習計劃、合作課程等方式來吸引學生，並可在畢業後迅速適應工作環境。 提昇教育品質，通過TTQS認證。
	關鍵人才斷層	高階管理及專業技術人才銜接不易。	<ol style="list-style-type: none"> 每年定期召開考核、晉升人評會議。 延長中高齡主管職涯壽命：積極培育新生代管理人才專案培育提升跨部門業務交流，多元培育公司重要部門業務認識與學習。 依循和泰總代理制定服務廠專業技職人才的培育流程，進行專職新訓教育及定期回訓課程，培育輔導專業技術人員考取證照。 依循TTQS準則，由教育委員會按各職級或職務內容規劃並執行年度教育訓練。 遵循儲備人才培訓計劃辦法，建立儲備人才資料庫。 建立各職種人員職涯發展路徑，規劃成長及學習的發展地圖。
	消費行為改變	公共運輸發展，年輕族群購車意願下降。	<ol style="list-style-type: none"> 善用CRM顧客管理系統，加強CR客戶維護，以精準行銷方式，維護品牌忠誠客群。 推出CR顧客推介獎勵方案。 使用IG / YouTube / FB 增加品牌曝光及經營相關社群與客戶互動鞏固品牌忠誠度。 編製永續報告書置於官網，讓消費者查詢及了解公司運營，以提高雇主品牌好感度。 提升顧客滿意度，優化售後服務，增加週邊產品效益。
	全球政經形勢變化	中製廉價品牌投入市場，國際情勢變化加劇，車貸利率上升，交易量減少。	<ol style="list-style-type: none"> 強化資金需求預估分析模型。 財務主管持續進修，提昇本質學能。
	數位科技的快速發展	網路傳播快速，負面訊息傷害品牌形象。	<ol style="list-style-type: none"> 鼓勵全體同仁共同參與網路情資蒐集，並設定獎勵制度，提出改善對策。 建立標準化回應程序與優化及時通報流程。 網路發展不可擋，落實員工教育，開源防弊危機轉機並存。

■ 2024年南都汽車主要列管風險



ESG風險分類	主要風險項目	風險說明	應變措施及因應對策
G-治理	電動車市場成長，改變維修模式	電動車維修頻度減少，影響服務廠營收。	<ol style="list-style-type: none">1. 增加週邊商品推販。2. 加強人員訓練，提高售後服務品質。
	車輛維修零件成本提高	零件價格上漲，進口零件交期變長，影響維修效率及成本控制	<ol style="list-style-type: none">1. 提供免費檢查、優化展間服務，導入數位工具，強化「服務附加價值」來平衡價格感受。2. 強化零件管理流程，透過分析歷史維修紀錄與熱門車款需求，預先備貨關鍵零件。
	資訊安全威脅頻率增加	網路攻擊、資訊安全威脅頻率增加，個資與營業秘密外洩風險驟增	<ol style="list-style-type: none">1. 監控異常行為，提升員工對資安意識的教育。2. 提升員工資安意識、使用多因素驗證（MFA）、進行釣魚模擬演練。3. 配合集團資安政策並通過ISO27001資訊安全管理系統認證。4. 定期盤點系統權限、數據備份及軟體安全性更新。5. 全員資安教育以確保資安零死角。
	法遵規範	法令遵循風險評估目前已是國內企業所注重的議題，法律規範影響企業各個層面，如何應對以保護組織、增加更多戰略價值並適應未來趨勢。	<ol style="list-style-type: none">1. 配合集團政策強化法遵措施。2. 全員法遵知識及教育，違法零容忍，並從最小管理單位進行管控防線查核。
	環安衛風險	持續維護安全健康的工作場所，以防止職業災害及不健康的因素，是企業永續營運致勝關鍵。	<ol style="list-style-type: none">1. 加強廠房通風與隔熱，裝設節能風扇或空調，提供廠內技師涼爽工作環境。2. 定期檢視消防設備，不定期舉行消防演練。3. 針對特殊現場作業人員，增加相應之健檢項目。4. 建立廠護關懷制度及定期舉辦員工健康與促進活動。5. 導入ISO45001職業安全衛生管理系統，改善工作環境並消彌風險，提升及健全工作場域的職業安全管理。6. 增設職安衛專業人才。7. 聘任職安顧問輔導，針對總公司及據點主管授課。

◆ 3.3.2 財務及交易風險

穩健的財務與嚴謹的風險控管，不僅是數字上的成績，更是企業風險意識的體現。透過資金預測、文件追蹤、帳款查核及供應商管理等制度化流程，南都不僅確保交易透明與資金安全，也持續強化與合作夥伴的信任關係，打造值得信賴的營運環境。

資金預測與運用

為求永續穩健經營，定期編制資金及運用計畫，並於每月進行預測與修正，共12次。

執行成效

自有資本率
72.92%

要保文件追蹤

審查新保及續保相關要保文件，確保符合各項規範及案件完整性。

執行成效

投保件待追蹤率
TOYOTA 0.3%
LEXUS 0.5%

應收帳務查核

每月車款收清跟催嚴謹，嚴防車款疏漏交車與慎防人員不當行為。

執行成效

每月造冊管理並於會議提出檢討及改善作法

供應商管理

公司合作往來之廠商依交易屬性、業務合作內容等訂定如採購契約、承攬契約等制式合約以取代過往口頭承諾之交易模式。

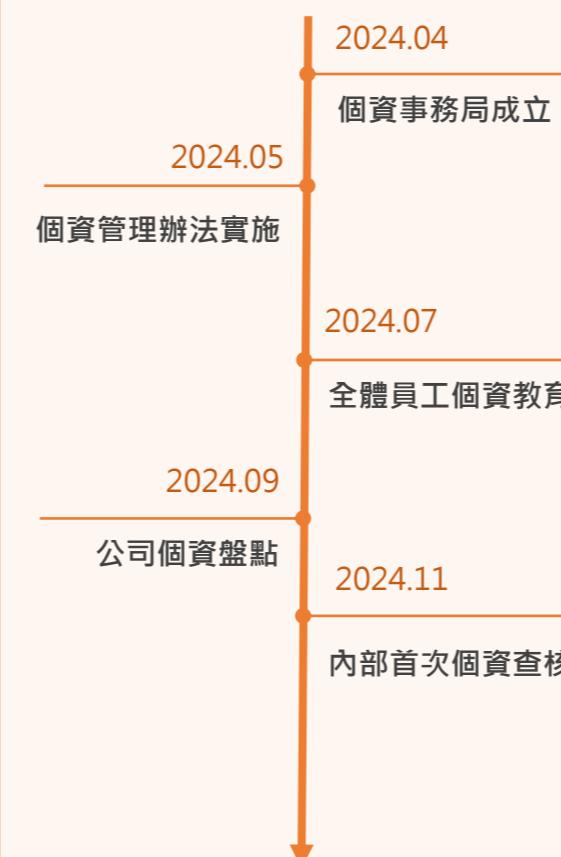
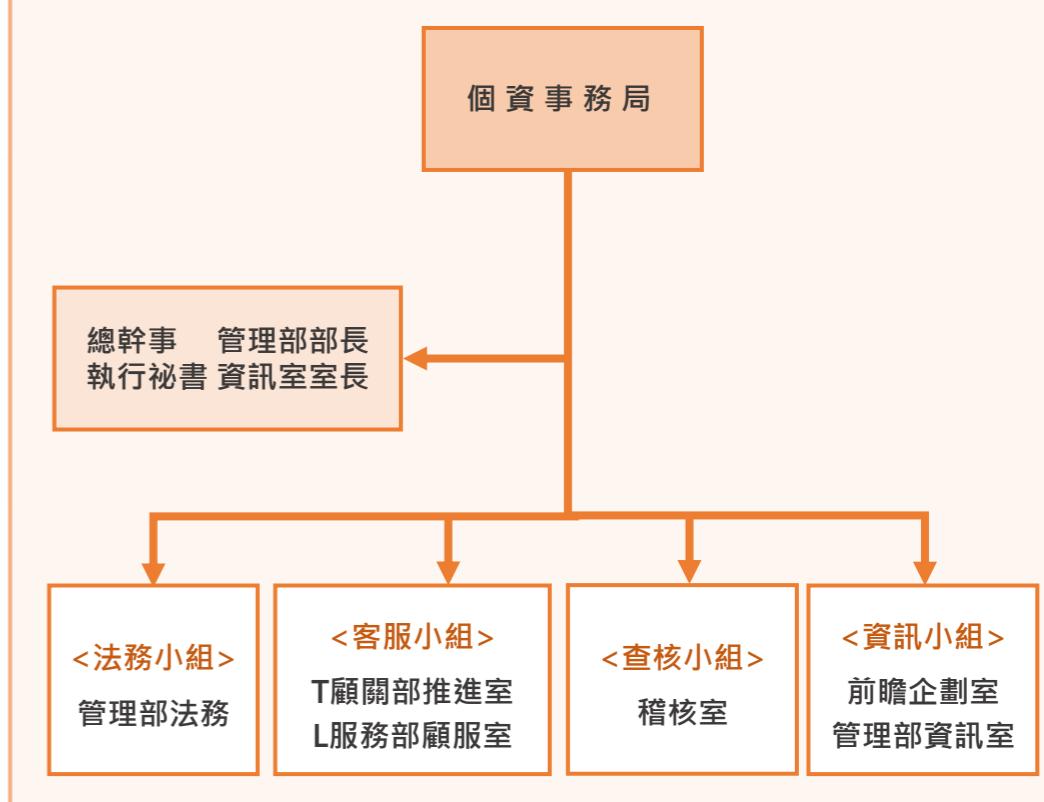
執行成效

前50大廠商書面合約簽署已簽署 29間 進行中 21間

◆ 3.3.3 個資風險

在數位化與科技應用日益普及的營運環境中，個人資料的蒐集、處理與利用已成為企業營運中不可或缺的一環。然而，隨之而來的個資外洩、非法存取與濫用風險亦日益升高，對企業信譽、法規遵循與客戶信任造成潛在威脅。

為確保客戶與員工個人資料的安全性與合法性使用，南都於2024年成立個資事務局，導入內部管控機制與教育訓練，建立從資料蒐集到刪除的全生命週期風險管理流程。

個資事務局成立時間軸**個資保護委員會組織圖**

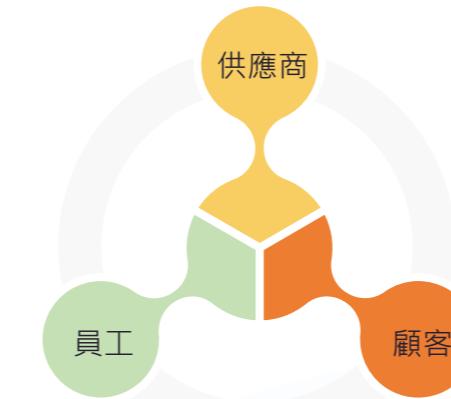
◆ 3.3.4 資安風險

資安風險的來源橫跨內外部，特別是在員工操作行為、供應商系統連結及顧客資料保護三大層面，企業皆面臨潛在的威脅與挑戰。面對日益嚴峻的資安威脅與法規要求，南都汽車將資訊安全納入組織治理重點，並以全面管理視角，從預防、偵測到應變建立多層次的資安防護機制，以降低企業整體資訊資產暴露風險。

- 1. 員工：員工是資訊安全的第一道防線，但同時也是最大的風險潛在來源。為此，持續強化員工資安意識，透過定期教育訓練、社交工程演練與行為監控，降低內部人為風險。

- 2. 供應商
依照資訊安全管理規範，針對供應商導入資安契約條款與資訊存取管制，以確保外部合作風險在可控範圍內。

- 3. 顧客
採行多項資安強化措施，包括加密傳輸、身分驗證、多重防火牆及異常登入偵測等機制，以確保顧客資料在整個服務流程中皆能受到妥善保護。



■ 員工作業

為維護企業資訊資產與顧客資料安全，員工於日常作業中應依循各項資安作業流程落實安全操作行為，從電腦啟用、作業執行到資安應變，全流程皆為資安保護的關鍵環節。

-防毒軟體安裝

-安全性更新

-作業系統升級及office軟體升級

-端點威脅防護軟體安裝

-VPN登入驗證

1.電腦開機使用



-信箱/帳號管理(雙因素驗證)

-惡意郵件防護

-portal帳號管理

-USB使用管制

-O365服務存取

-系統程式弱掃

3.日常作業



-防毒軟體安裝

-安全性更新

-作業系統升級

-弱點掃描

5.主機運作



-威脅情資告警

-O365帳號監控

-端點威脅監控

7.威脅分析/預警



-資料備份

-備份回存

9.資料備份



2.電腦連網

- 未授權設備自動阻擋連網
- 防火牆管制連線、無線網路要求
- 網路設備弱掃
- 公司筆電外部上網防護
(外部辦公)

4.資安認知

- 全員教育訓練
- 全員惡意郵件演練
- 資安專責人員教育訓練

6.資安檢核

- IT營運異動通報
- 資安事件通報
- 資安自主查核、KPI檢核
- 第三方資安認證

8.軌跡留存

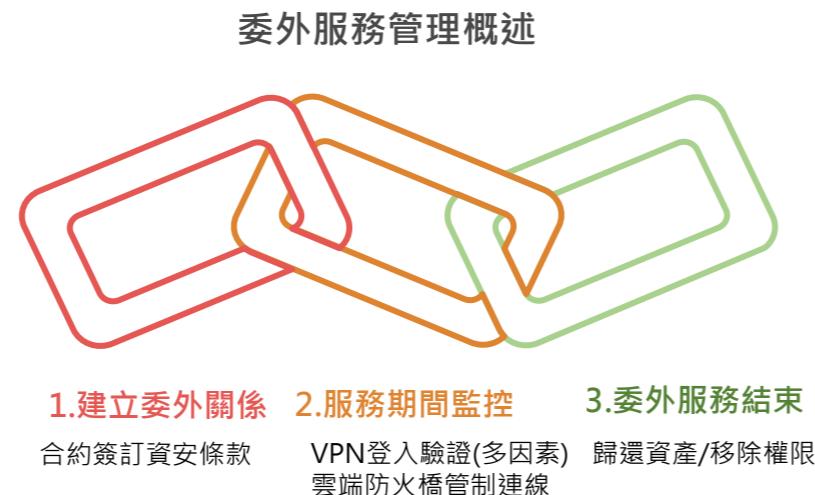
-軌跡保存

10.障礙、威脅演練

- 網路障礙排除演練
- 災難復原演練

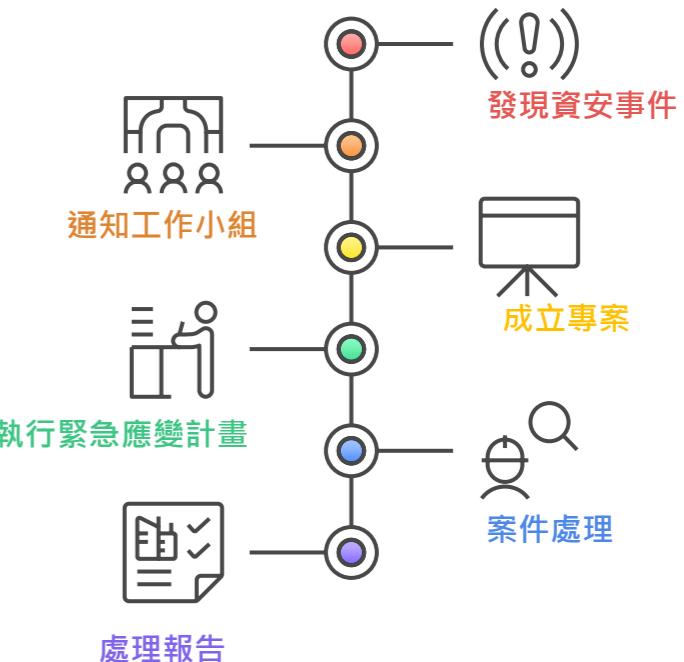
■ 供應商服務

為確保供應商在合作期間不對南都資訊資產造成安全風險，應於委外關係建立、服務執行及結束階段，全面導入資訊安全管理機制，落實第三方資安風險控管，確保資料傳輸與系統存取行為合法、安全與可稽核。



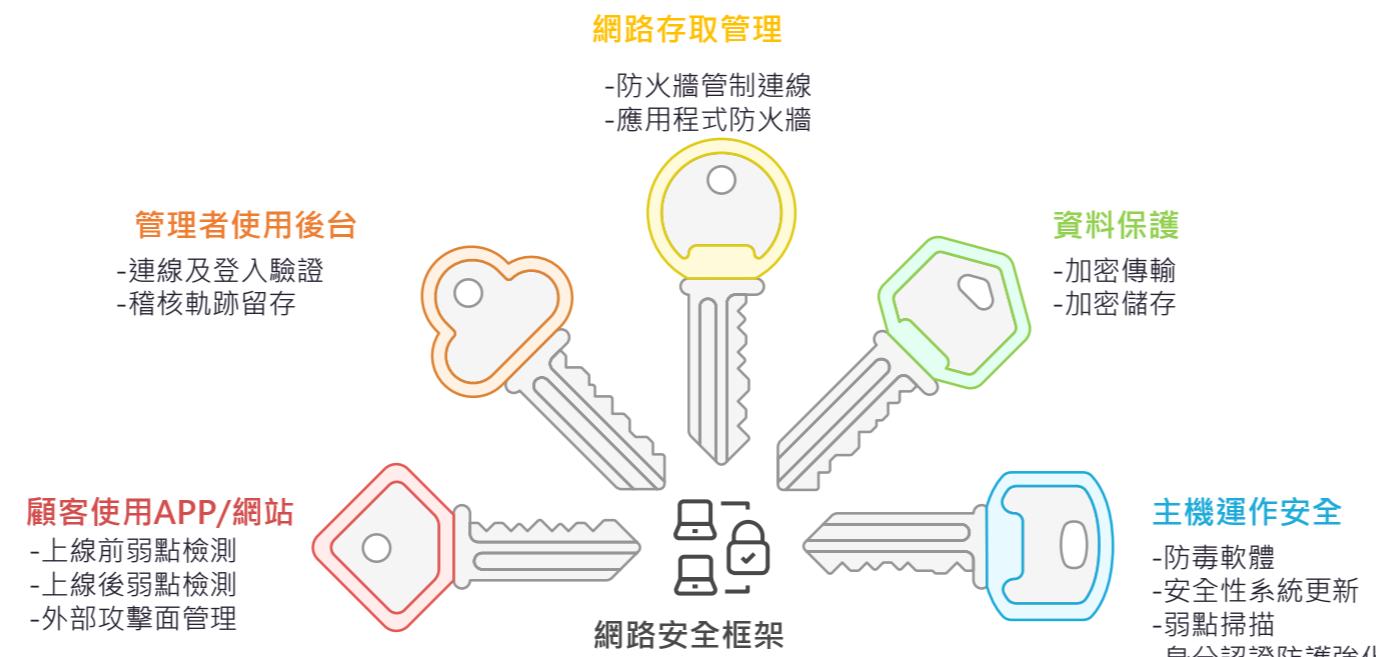
■ 資訊案件通報程序

南都汽車資安零時差漏洞確認與修正，並配合和泰集團CSIRT團隊，針對零時差資安漏洞進行追蹤、確認與改善作業。
 ✓ 對應案件37件。
 ✓ 總處理時數為152小時。



■ 顧客服務

致力於提供安全、可信赖的數位服務環境，針對顧客從APP或網站互動，到後端管理與系統運作等流程，建構多層次資訊安全機制，以確保個資隱私、交易安全及系統穩定性，降低潛在的資安風險與營運中斷風險。



■ 2024資安相關專案執行成果

• 一般人員資安教育

每年一次資安教育，採線上課程形式，上課時數0.5小時。

執行成效

全體員工 1,604 名

上課總時數 802 小時

• 新人資訊教育訓練

入職後一個月，合併集團進行資安線上教育與測試，每人約0.5小時；後續搭配人資教育，進行實體資安教育，每人約1小時。

執行成效

新進人員 226 名

上課總時數 522 小時

• 國際資安認證

已取得國際資訊安全管理制度 ISO27001:2022 新版標準驗證，藉此持續精進資安治理架構及管理機制。2024年完成新版標準審查，證書持續有效，亦無資安稽核重大缺失。

執行成效

無資安稽核重大缺失

• 個人電腦防護措施

落實個人電腦端之防毒軟體安裝與更新、控管禁止使用非法軟體、USB存取限制、雲端空間限制、微軟安全性更新。

執行成效

共 711 台裝置

• 遠端連線辦公安全性

原遠端連線採用個人帳號，於今年度起導入多重因素認證，強化其連線安全性。

執行成效

共 141 人次

• 社交工程演練

進行惡意郵件演練，分為初測與複測，最終測試通過率為94%。

執行成效

有信箱之員工 588 人

• 系統災難演練

為確保重要業務不因重大災難中斷，每年進行二次測試演練，確保企業具備災難應變與復原能力，並能迅速回復至正常或可接受的營運水準，此外，系統採週備份設定，於測試演練中一併進行回存資料測試。

執行成效

災害還原演練 2 次/年

系統備份 52 次/年

• 弱點掃描

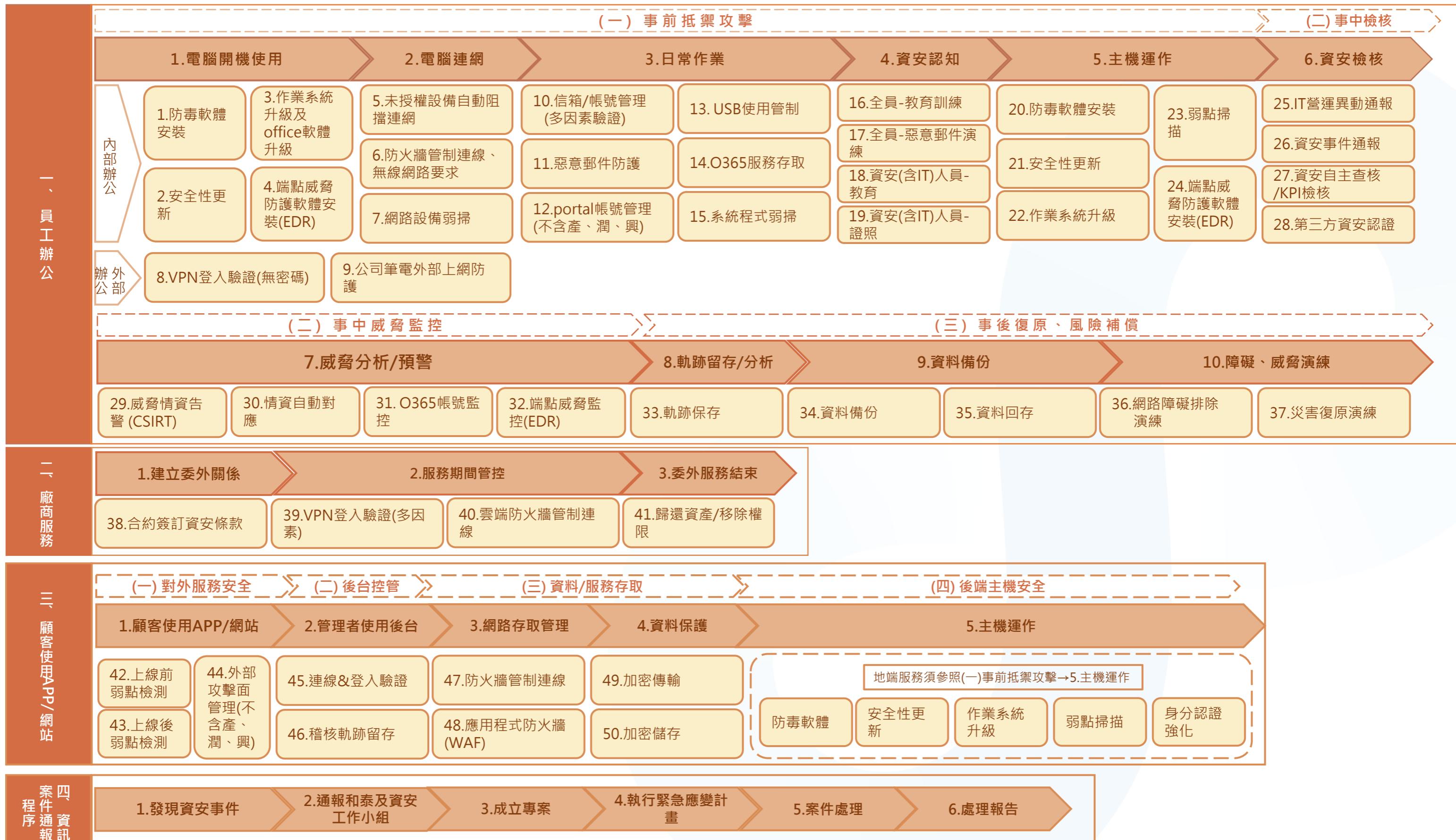
每年執行主機與網路設備弱點掃描，並將高風險以上之弱點進行修正。

執行成效

網路設備 22 台

主機 34 台

■ 南都汽車資訊安全作業流程圖



3.4 法規依循

◆ 3.4.1 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，並實施教育訓練作為持續強化法規遵循的執行方針，以透過落實法規制度，健全公司治理機制。

落實誠信經營

- 1 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。
- 2 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。
- 3 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。
- 4 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。
- 5 設有發言人及服務單位，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。
- 6 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。

◆ 3.4.2 2024年法遵相關施策

近年來「性騷擾防治與職場平權」的議題日益受到重視，南都汽車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

因應113年性平三法修正頒布，要求強化公司對於職場性騷擾事件之介入與處理，並明訂應採取之有效糾正及補救處理措施，為此，展開內部教育宣導就服務體系廠長、室級主管、部長及總公司各部部長及管理部同仁辦理新法實體講座宣導；另辦理售前、售後全員線上教育宣導。

執行成效

實體講座77名人次參與

線上宣導1,269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

總公司及7個據點

北台、西台、歸仁、永大、新營、民雄、L嘉義

· 車輛/配件合約書遵法

會議上宣導並提供手順予營業所，每月查核合約書要求改善，落實合約與發票正確性。目前查核完整性與需修正比例約1:1。

執行成效

每年查核 12 次

· 電子合約及要保文件遵法宣導

全員會議及所主管會議上以案例說明，逐一欄位說明正確填寫方式，並定期抽查電子合約內容，核查實開發票與合約書記載成交價格符合情形，要求一線人員遵法。

執行成效

每年查核 12 次

◆ 3.4.3 誠信經營與性騷擾事件通報程序

■ 2024 誠信經營執行做法

- 1. 反賄賂誠信經營守則
- 2. 誠信經營作業準則及行為指南

高階主管簽署
誠信經營聲明書

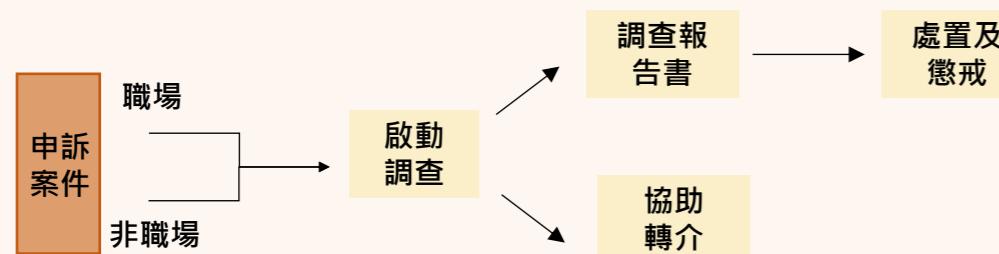
總公司主管參與
誠信教育講座

■ 2024 誠信經營負面事件及回應

2024年7月接獲員工檢舉主管利用自己人脈售車，並將業績指定給特定銷售業代以間接賺取獎金，將公司資源獨佔使用或分配給特定人等。另還檢舉管理上，主管巧立名目向所屬人員收取費用、懲罰金等，但收取之金錢最後都不翼而飛，無任何說明或記錄。

最終調查後，查無檢舉所描述之事實，但為樹立管理階層人員具有誠信意識，建立公司良好形象及信譽，公司於2024年底於原有之反賄賂誠信經營守則架構下，逐步研議修訂細部規則，預計2025年修訂完成誠信經營作業準則及行為指南，並全體管理階層人員均簽署誠信經營聲明書，並再就一般員工辦理誠信教育講座，將誠信意識落實到全體員工。

■ 性騷擾事件通報程序



申訴案件途徑：1.主管、人資、法務 2.申訴信箱、專線

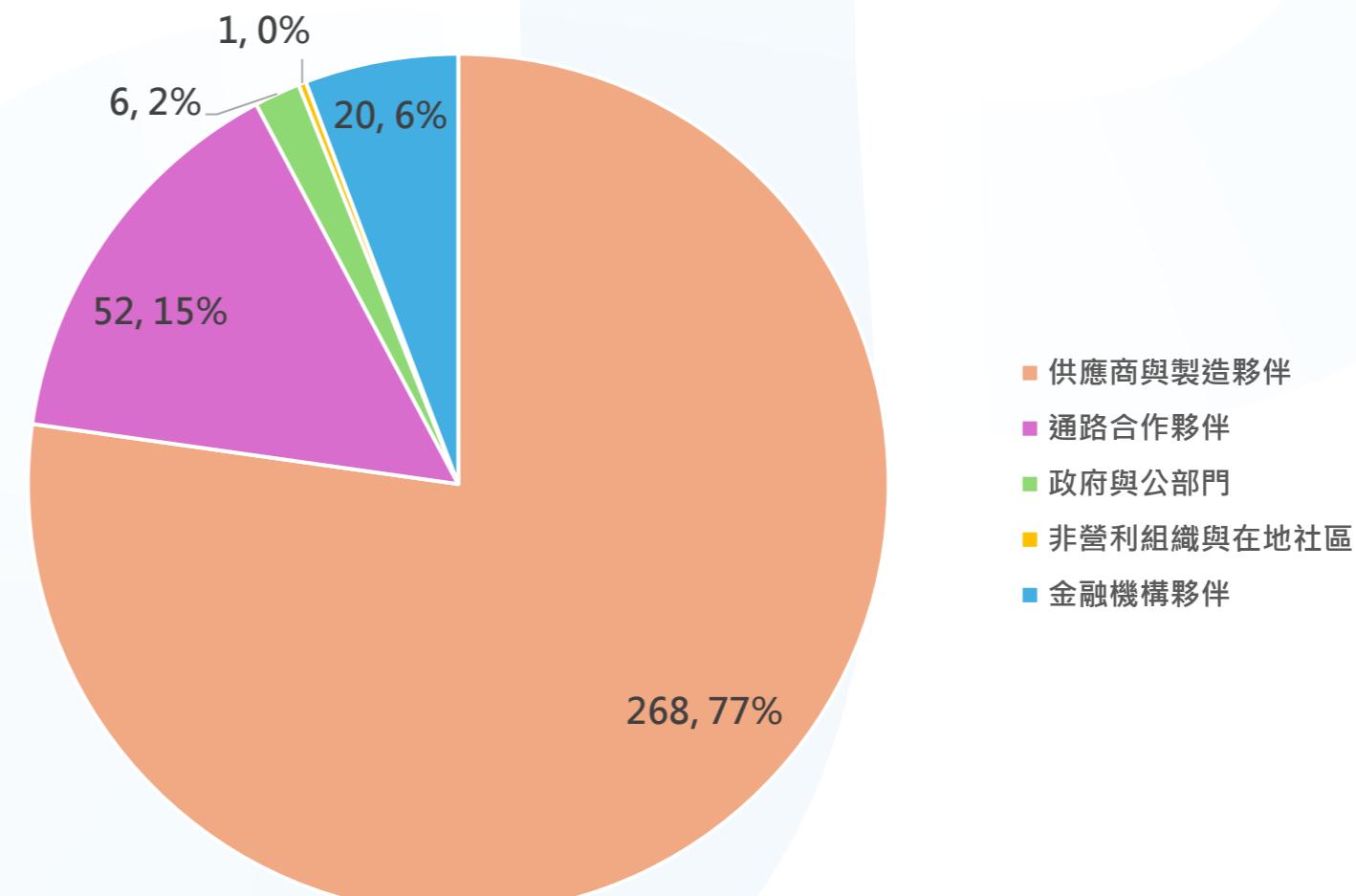
為保障全體員工的工作尊嚴與人身安全，南都依據《性別工作平等法》相關規定，建立明確的性騷擾通報與處理機制。

2024年1月間，接獲同仁申訴遭受性騷擾，本公司立即組成性騷擾調查委員會啟動調查，訪談申訴人、被申訴人及相關同仁後，彙整訪談之事實及蒐集之資料並召開調查委員會進行案件討論及決議，討論之結果並作成調查報告書及應立即採取之必要處置行為，報告書內容並提出案件建議處理方式，提供單位最高主管進行後續處理及懲處，最後調查報告書交付案件當事人確認，並於其上記載該案件後續申訴救濟方式，以確保權益。

3.5 供應鏈組成

南都積極與利害關係人建立良好夥伴關係以實現企業永續發展與長期競爭力，透過跨部門、跨產業、跨領域的協作機制，並確保與供應商的合作關係公正、透明及符合道德標準，其業務活動具合法性與正當性，作為長期穩定合作的基礎，支持並支撐著南都永續運營，主要永續合作夥伴可區分為以下五類：

- 1.供應商與製造夥伴：提供原物料、設備、服務、土地資源...等。
- 2.通路合作夥伴：保險公司、HOTAI購電子商務平台合作廠商。
- 3.政府與公部門：地域政府各部門及機關、公營事業。
- 4.非營利組織與在地社區：非營利組織、學校機構、動保團體及社區協會組織。
- 5.金融機構夥伴：銀行、票券公司、會計師事務所...等。





chapter 4

友善職場

◆ 績效亮點◆

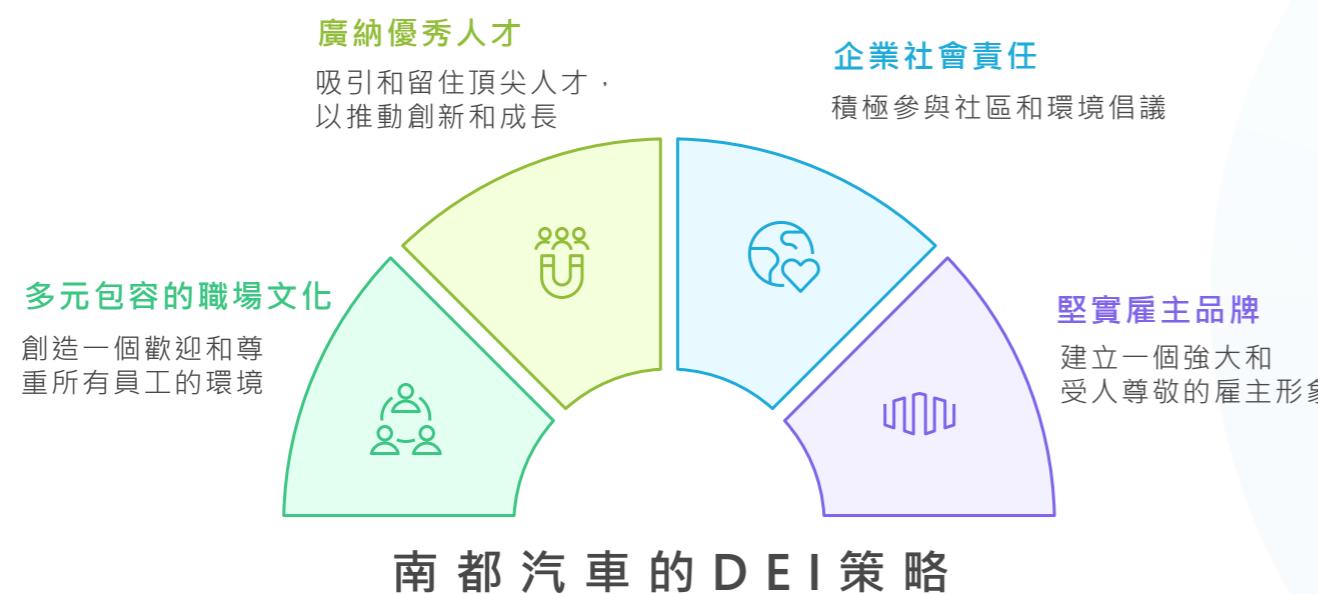
- ◆ 離職率 -1.2%
- ◆ 年度調薪 +2.1%
- ◆ 彈性上下班 共39人申請(本社31人、服務廠8人)
- ◆ 總公司創新提案獎勵 125件 | 獎勵金 388,150元
- ◆ 員工就學進修補助 82人 | 補助金額1,036,997元
- ◆ TTQS 勞動力發展署人才發展品質管理系統 銀牌獎
- ◆ 年度員工訓練時數 24.9小時/人 | 投入金額 6,366元/人
- ◆ 友善工具設備
 - HV電瓶搬運工具 使用據點 8 個
 - 電動車高壓電維修絕緣工具 採購工具20套
- ◆ 臨場健康服務154場 | 861人參與 | 308小時

4.1 多元共融與人權保護

◆ 4.1.1 南都DEI主張

南都汽車的核心業務為汽車銷售與服務，開業至今累計新車銷售超過47萬台，服務10年車齡保有台數約20萬台，市占率長期以來超過三成，意即超過三分之一的用車人口是我們的客戶。汽車銷售並不似一般零售業，高度依賴業務同仁長期經營及服務客戶所交織的人際網路。在此龐大的客戶母數之下，客戶樣態必然多元，年齡、性別、職業、性格等等...大不相同。業務同仁的屬性必然也需多元，方能長期經營各種樣態之客戶。是故，多元人才早已是我們經營汽車銷售服務業所必需維繫的核心價值。

近年來，台灣在少子化的影響下，人才市場的來源愈顯不足，擴大過往既有的用人樣態、改善工作環境與文化、提昇雇主品牌、克盡企業社會責任，更是堅實營運基礎人才力的重要施策方向。於是，我們在2023年公司營運方針中提出了「形塑多元包容的職場文化、廣納優秀人才」，當時在台灣企業提倡DEI仍處啟蒙階段，尤其在保守的雲嘉南地區，南都更是領先產業。我們進而在2024年度方針中，提出「力行企業社會責任、堅實雇主品牌」，將DEI主張擴大到更廣義的範圍。期能讓南都汽車在現今的時代潮流下，持續實踐公司願景「成為顧客信賴、員工喜愛、同業敬重的汽車公司」。



針對DEI，Diversity (多元)、Equity (平等)、Inclusion (共融)，我們主張：

對於每一位員工，不論其背景、性別、年齡、種族、性取向、身體狀態等...，

1. 公司致力於提供一個友善無礙的工作環境，平等的薪資、獎勵、考核、晉升等人事制度，力求人員之待遇不受客觀績效以外的因素所影響。
2. 公司採取積極的方針措施，努力促進人員的和諧共融，致力於保護員工，並及於客戶，不受到任何型式的歧視與不公平之對待。
3. 公司在甄選人才時，盡可能排除對既有人才樣態的偏見，並努力發覺可能存在的無意識偏見，以利於提升入職員工之多元性。



◆ 4.1.2 多元共融與人權保護成效

2024年南都汽車總人數為1,595人，長期以來因產業屬性與工作內容，男性比例明顯高於女性，近年隨著對多元包容文化的重視，廣納優秀人才，2024整體男女比為3.14：1；以主管/非主管職區分，女性主管職近三年比例則差異不大。

項目	2022		2023		2024			
	男	女	男	女	男	女		
人數	人數	比例	人數	比例	人數	比例		
主管職	175	87%	27	13%	186	86.10%	30	13.90%
非主管職	998	75%	328	25%	1,005	74.60%	343	25.40%
總計	1,173	77%	355	23%	1,191	76.20%	373	23.80%
總人數	1,528人		1,564人		1,595人			

2024年南都汽車共聘僱267名新進同仁，占全體員工17.01%，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專業人才，做伙在南都一起打拚成長；離職員工則有237名，離職率15.10%，遠低於台灣整體2023年企業離職率24.4%。

	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	89	178	252	15	0	71	165	31	267
	比例	5.67%	11.34%	16.05%	0.96%	0.00%	4.52%	10.51%	1.97%	17.01%
離職人員	人數	77	160	215	21	1	76	138	23	237
	比例	4.90%	10.19%	13.69%	1.34%	0.06%	4.84%	8.79%	1.46%	15.10%

依年齡及性別
區分之員工總數 ▶

項目	女	男	合計
30歲(含)以下	124	480	604
31-50歲	206	504	710
51歲(含)以上	55	226	281

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	10	22	32
大學	293	600	893
專科	46	147	193
高中職(含)以下	36	440	476

依年齡及性別
區分之管理職人數 ▶

項目	女	男	合計
30歲(含)以下	2	16	18
31-50歲	22	96	118
51歲(含)以上	9	76	85

依服務體系及性別
區分之員工總數 ▶

項目	女	男	合計
總公司	78	68	146
營業所	106	380	486
服務廠	201	762	963

依服務體系及性別區分
之身心障礙、外籍人數 ▶

項目	身心障礙	外籍 ^{註1}	合計
總公司	3	0	3
營業所	5	1	6
服務廠	26	2 ^{註2}	28

註1：外籍皆為中華人民共和國籍。

註2：其中1人於2024年取得中華民國籍。

4.2 人才投資與成長

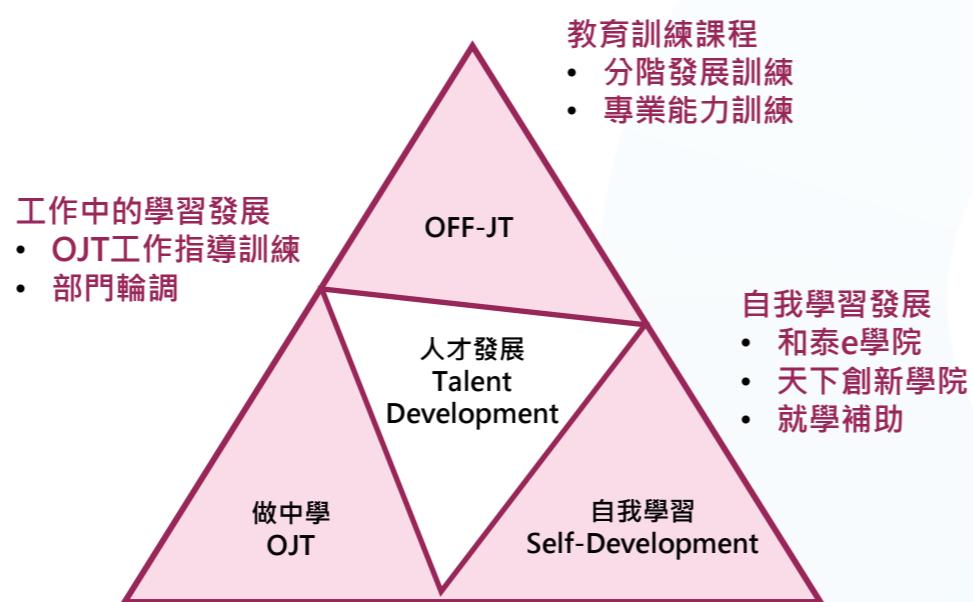
南都汽車深信每位員工皆具備無限潛力，可透過持續投入資源以培養人才，並秉持 TOYOTA WAY 中「尊重人性」的概念，對員工抱持著尊重與信任的態度，讓我到我們，從好到共好，使「團隊合作」的精神融入於每位員工心中。南都自2011年成立教育委員會並導入TTQS（人才發展品質管理系統）以來，持續投入教育訓練資源，打造系統化、具前瞻性的學習環境，目前獲評TTQS銀牌肯定。

- 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。
- 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。
- 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。
- 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。

南都相信，當個人價值被尊重、潛能被激發，並在團隊中互相扶持、共同進步，便能形成強大的組織力量，一步步邁向願景實現。

◆ 4.2.1 全方位人才發展政策

因應南都多元職種，以「工作中學習發展」、「教育訓練課程」、「自我學習發展」三大學習管道為核心，提供系統性的教育資源，支持員工在不同階段持續精進、成長茁壯。

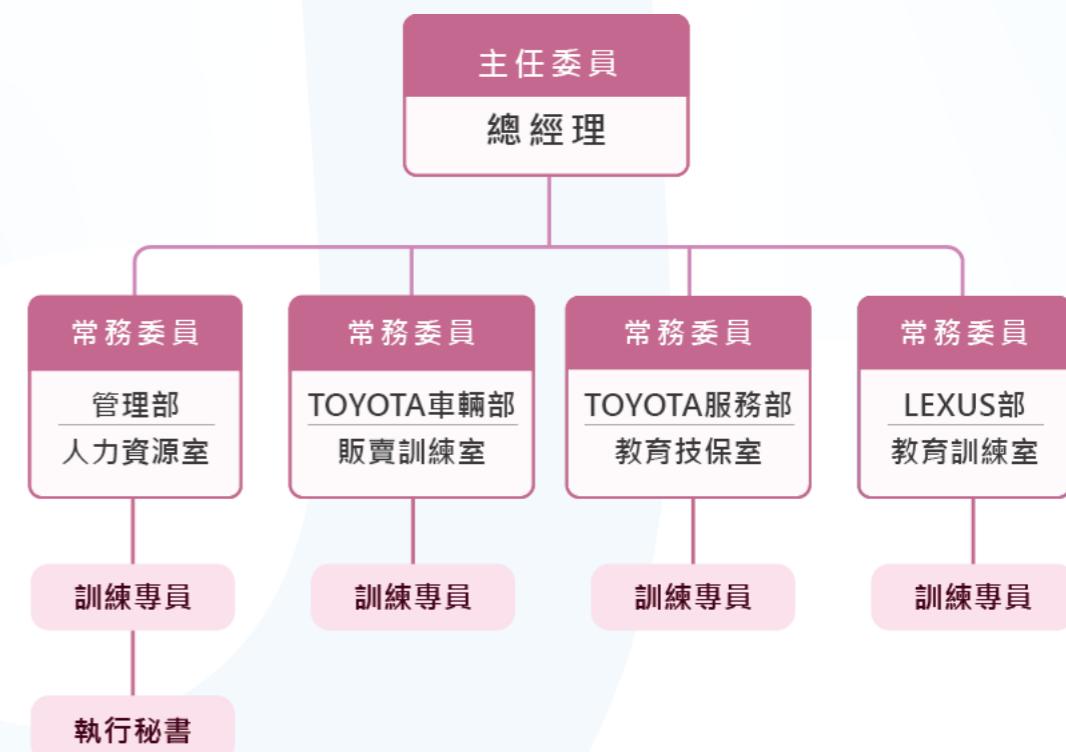


▲ TTQS 歷年得牌情形

年度	評鑑
2011~2013	通過門檻
2014	銅牌
2021	銀牌
2023	銀牌
2024	銀牌

南都教育訓練業務由各部門專責單位負責執行。而作為統籌、整合並推動全公司教育訓練業務，以確保訓練與公司經營策略相連結，南都由各部門教育訓練專責單位組成「教育委員會」，以整合整體教育訓練資源、內容，並落實檢討與查核機制。教育訓練組織架構及其職務分工如下：

南都汽車教育委員會組織圖



南都汽車各職種課程地圖，乃根據組織編制架構、各階層職種別、職能分析及教育訓練政策，進而訂定教育訓練課程體系，職種地圖如下：



◆ 4.2.2 強化關鍵職能與經驗傳承

南都成立至今已34個年頭，為因應永續發展與世代交替的挑戰，持續推動多元人才發展策略。透過「員工輪調制度」，讓同仁跨部門歷練，拓展職能廣度與整體視野，並累積多元實戰經驗。同時，藉由「創新提案競賽」鼓勵員工發揮創意與問題解決能力，激發潛能並促進組織內部知識交流。此外，公司亦積極辦理「內部講師遴選及培訓計畫」，培育具專業知識與實務經驗的種子講師，協助傳承組織關鍵經驗與文化。藉由這些具體行動，強化關鍵職能並確保關鍵知識得以傳承，建立穩健的人才接班梯隊。

2024專案執行成效

• 總公司 | 員工輪調作業

實施年度意願調查，了解員工輪調意願與理由，以增強組織彈性、培養潛力與關鍵人才，適才適所。

執行成效

輪調人數 45 人

• 總公司 | 第四屆創新提案競賽

延續公司推出的年度方針「多元創新」，持續舉辦創新提案競賽，希望藉由本活動，持續深化同仁思考、優化工作效率，使全員教學相長以提升組織競爭力。今年共11隊報名，金質獎作品-輪胎工具車，籌備申請專利中。

執行成效

報名隊伍數 11 隊/年

• T營業所 | 種子講師培訓

為確保內部講師授課品質，內部講師每3年參與評鑑，2024年4位副所長參與評鑑。

執行成效

副所長回訓 平均分數 86 分

• T服務廠 | 講師遴選 & 派訓

為使服務體系各職種能夠持續教育傳承、提升教學品質，舉辦講師遴選活動，通過遴選人員派訓至和泰參加分工講師訓。2024年共派訓15人。

執行成效

受訓人數 15 人

• L營業所 | 種子講師培訓

選定四款重點販賣車輛，遴選各所種子講師進行培訓，以期跨所巡迴教育交流，2024年共計有12名種子講師參與培訓課程。

執行成效

培訓場次 5 場

• L營業所 | 量販車種巡迴教育

為使LEXUS講師具備基本授課技能，教授內容包含：授課技巧、教材製作、影音教材製作...等，使講師能運用多種技巧進行授課。

執行成效

教育場次 12 場

◆ 4.2.3 訓練時數與費用

南都汽車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，提升員工商產力及技術力，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。

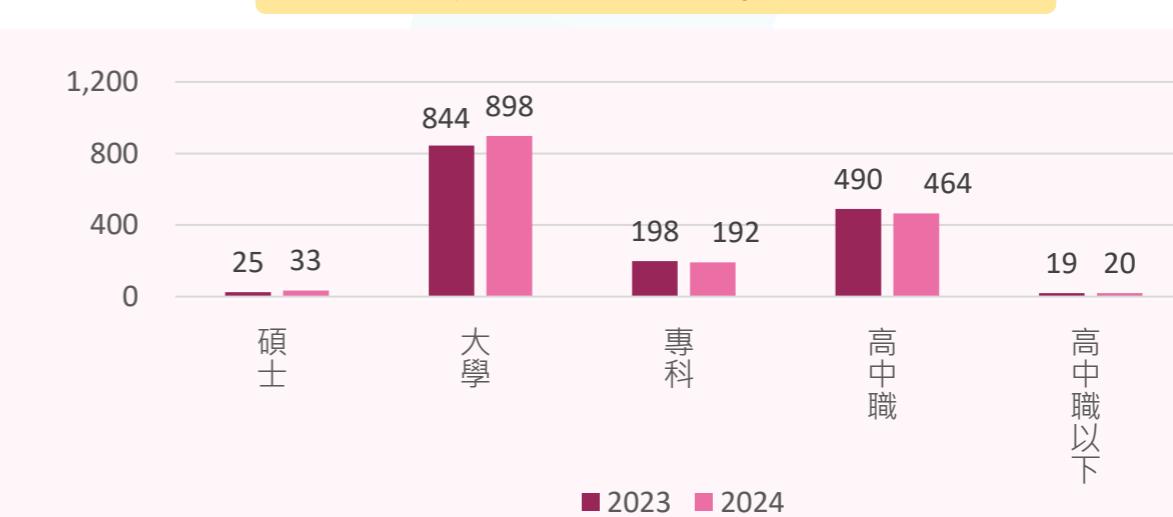
近三年教育費用及受訓總時數



亦透過定期檢視員工學歷結構的變化，得以及時調整人才發展策略，回應外部環境變遷與內部轉型需求，進一步實踐以下方向：

1. 人才結構升級：重視「人力資本」發展，在人才引進與培育方面持續升級。
2. 強化內部治理：高學歷人才比例提高，有助於提升公司治理與決策品質，推動內部制度優化。
3. 接班梯隊建立：學歷結構的調整可視為人才永續策略的具體成果之一。建立具潛力與素質的接班梯隊，回應永續人才管理的趨勢。

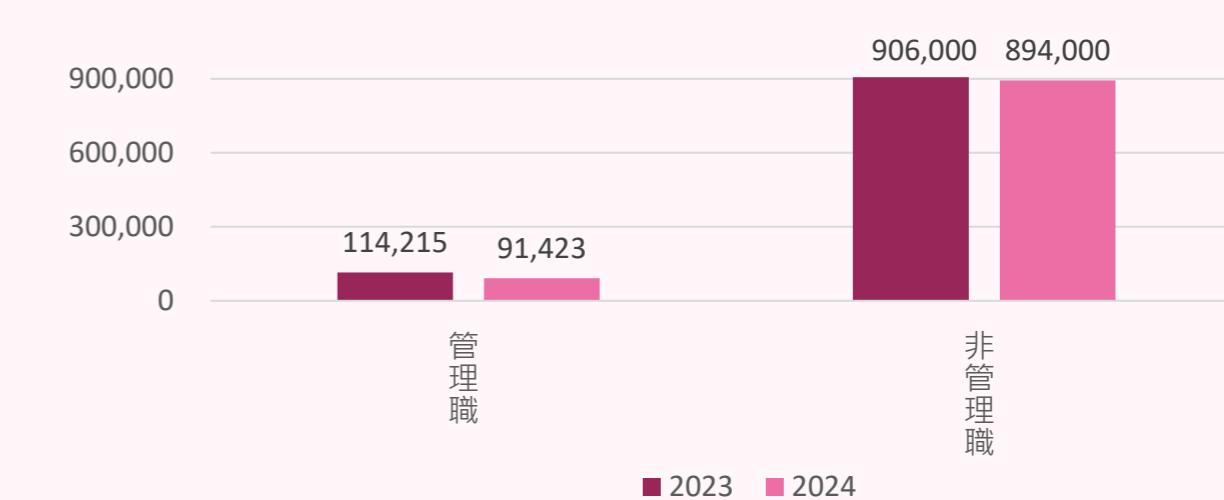
近兩年學歷分布比率



近三年人均教育費用及人均受訓時數



近兩年就學補助金額



◆ 4.2.4 員工培育計畫與執行成效

< 新進員工 >

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。

年度	2022年	2023年	2024年
銷售顧問	25	24	20
技術專員	42	49	40
服務助理	16	13	10
服務專員	2	9	7
合計	85	95	77

備註：上表為新進員工輔導人數。

< 在職員工進修補助 >

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	2022年	2023年	2024年
服務廠專業職人數	41	74	77
管理職人數	4	5	5

< 企業實習 - 總公司 | 實習生計畫 >

提供南部實習機會能夠吸引在地學生提早體驗職場，藉此提升雇主品牌形象，讓更多優秀的人才願意加入公司。並提前發掘和培養具有潛力的應屆畢業生，為未來的人才需求做準備。如果實習生在實習過程表現優異，直接延攬成為正式員工。

執 行 成 效

實習生 共 計 9 名

其中1名經面試後成為正式員工

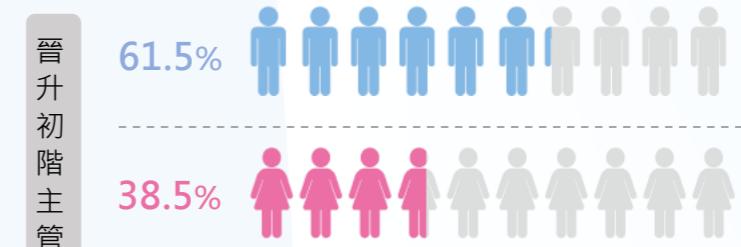
◆ 4.2.5 儲備人才及性別平權

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。近年（2021~2024年）儲備人才晉升人數共52位，2024年新任主管共19位。同時也致力於性別平權，女性主管比例逐年提升。

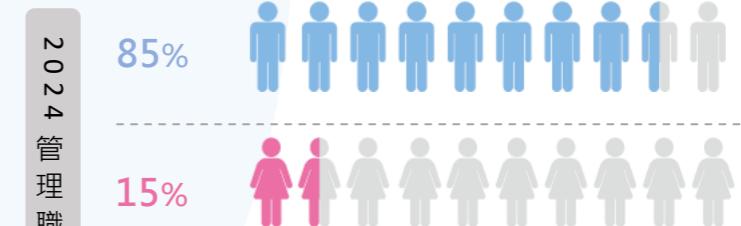
• 2021~2024年晉升人數

晉升人數 52位

• 2021~2024年晉升初階主管性別比

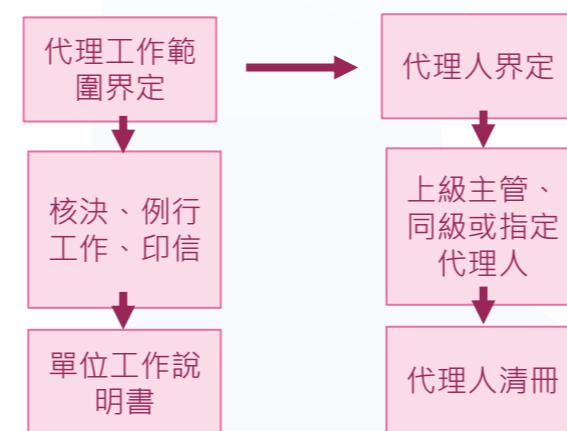


• 現職管理職性別比



< 代理人機制 >

南都依據工作內容界定，不管是短期或長期請假，皆可依職能、職則劃分，由職務代理人代理職務，以利單位可正常運行



◆ 4.2.6 職涯路徑發展

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

三★三
基礎練功期營業助理
TOP sales助理三★★三
黃金挑戰期

銷售顧問

三★★三
穩健成長期銷售主任
銷售課長三★★三
追求卓越期銷售副理
銷售經理
銷售協理
(副)所長

服務廠

三★三
基礎練功期技術員
零件專員
客服助理三★★三
黃金挑戰期服務專員
技術專員三★★三
穩健成長期專員組長
技術組長
技術長三★★三
追求卓越期

(副)廠長

總公司

三★三
基礎練功期一般行政職
專業行政職三★★三
黃金挑戰期

行政職副課長

三★★三
穩健成長期

室長

三★★三
追求卓越期部長
本部長

4.3 友善工作環境

「人」為南都汽車最重要的資產，南都一直以來以人本角度出發，致力於落實友善職場環境，並保持內部良性溝通，希望成為員工最溫暖的後盾，進而使員工在工作職場產生認同感與幸福感，提升團隊合作意識，凝聚公司員工向心力，最終形塑出獨有的南都價值。

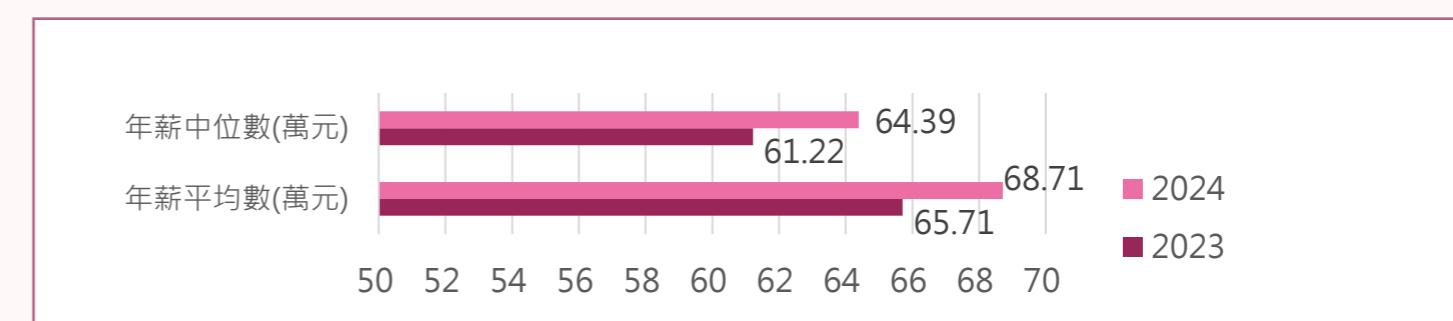
< 薪酬制度 >

南都作為汽車零售產業之公開發行公司，雖尚未設置薪酬委員會，但仍秉持公平性、激勵性與透明性三大原則，建立合理且具永續導向的薪酬架構。我們將人力視為最重要的資產，並透過績效導向與ESG目標結合的薪酬制度，推動企業長期價值成長。

目前尚未設置薪酬委員會，然本公司每年定期檢視薪酬政策，並由董事會或授權經營團隊進行核定與調整，並將相關薪酬制度與ESG連結情形公開於年度ESG報告書及公司官網，提升資訊透明度與利害關係人信任。南都主要的薪酬發放分為以下三類：

薪酬項目	說明
固定薪資	依據員工職務內容、專業能力與市場薪資水準訂定，確保內外部公平。
業績獎金	針對銷售與服務團隊設置明確之業績獎金機制，強調績效導向與服務品質。
特別獎金	特殊貢獻或專案達成提供一次性激勵獎金。

年薪平均數及中位數(非管理職)



備註：此薪酬包含月薪、獎金(每月、紅利)。

<薪資公平與多元共融>

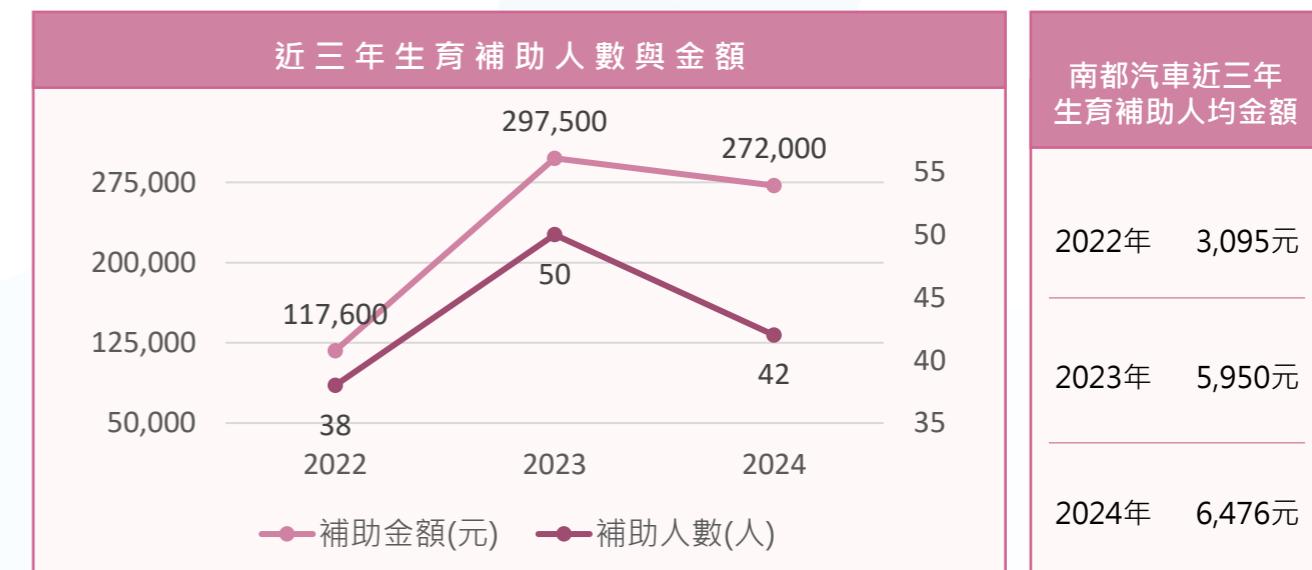
- ✓ 男女及各職級平均薪資比未有明顯之差異。
- ✓ 設立薪資差異內部審查制度，每年檢視並提出改善建議。
- ✓ 推動家庭友善職場政策，包括彈性工時、育嬰留職停薪支持等。

類別	職種	報酬比(女/男)		酬金比(女/男)	
		2023	2024	2023	2024
管理職	所長	1.05	1.09	1.36	1.34
	廠長	-	-	-	-
	總公司理級以上主管	0.85	0.80	0.59	0.58
	總公司基層主管(室長)	0.88	0.92	0.66	0.81
非管理職	銷售顧問	1.00	0.99	0.87	0.90
	服務專員	0.93	0.92	0.92	0.91
	技術員	0.81	0.80	0.63	0.86
	客休助理	-	-	-	-
總公司行政職	總公司行政職	0.85	0.84	0.80	0.81

備註：

1. 報酬係指月薪；酬金係指報酬+酬勞(每月獎金、紅利獎金)。
2. 廠長無女性，客休助理無男性。

◆ 4.3.1 人才吸引留任成效(2022~2024)



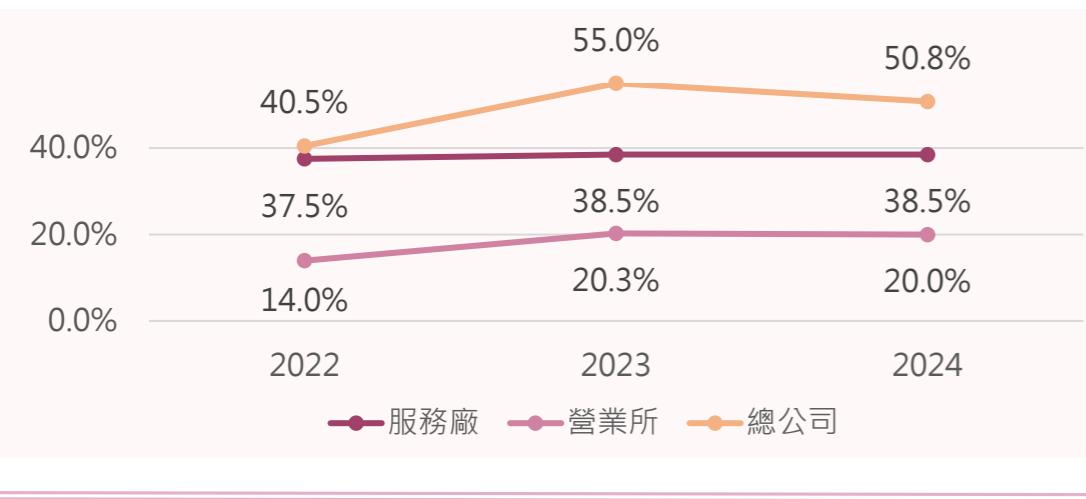
南都汽車近三年生育補助人均金額	
2022年	3,095元
2023年	5,950元
2024年	6,476元



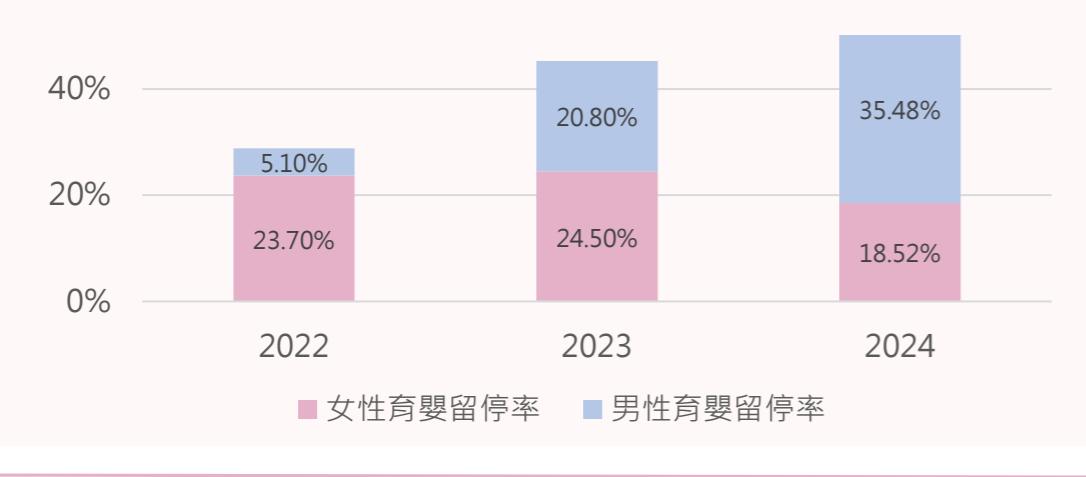
南都汽車近三年子女教育補助人數	
2022年	690人
2023年	574人
2024年	564人

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留停，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



◆ 4.3.2 人才招募成效

2024年南都汽車積極強化人才招募策略，聚焦售前與售後營運單位推動招募專案，在官網也架設銷售及服務人才招募專區，提供透明職務工作內容、教育訓練與職涯發展、福利制度、學長姐經驗談...等說明，吸引優質人才加入南都大家庭。

| T營業所 | 業代儲備幹部

2023年至今執行「儲備幹部養成計畫」，招募具潛力的大學畢業求職者，截至2024年12月底，銷售顧問共289人。

- ✓ 離職人數60人，離職率17.2%。
- ✓ 新進人數56人，男性41人、女性15人。

執行
成效

養成計畫
新進人數

41 人



Sales recruit
銷售人才招募網站

| T服務廠 | 服務職人招募

除了傳統招募管道形式，為加強服務廠人員專業形象，顧關部推進室與服務部教技室擬共同規劃服務職人招募專案，邀請服務廠各職種優秀人員，拍攝專業形象照並分享職涯經驗，製作電子廣告投放於社群媒體，以提升服務廠專業形象，並吸引更多求職者加入南都團隊。

執行
成效

成功招募
觸及次數

166 人
21,330 次

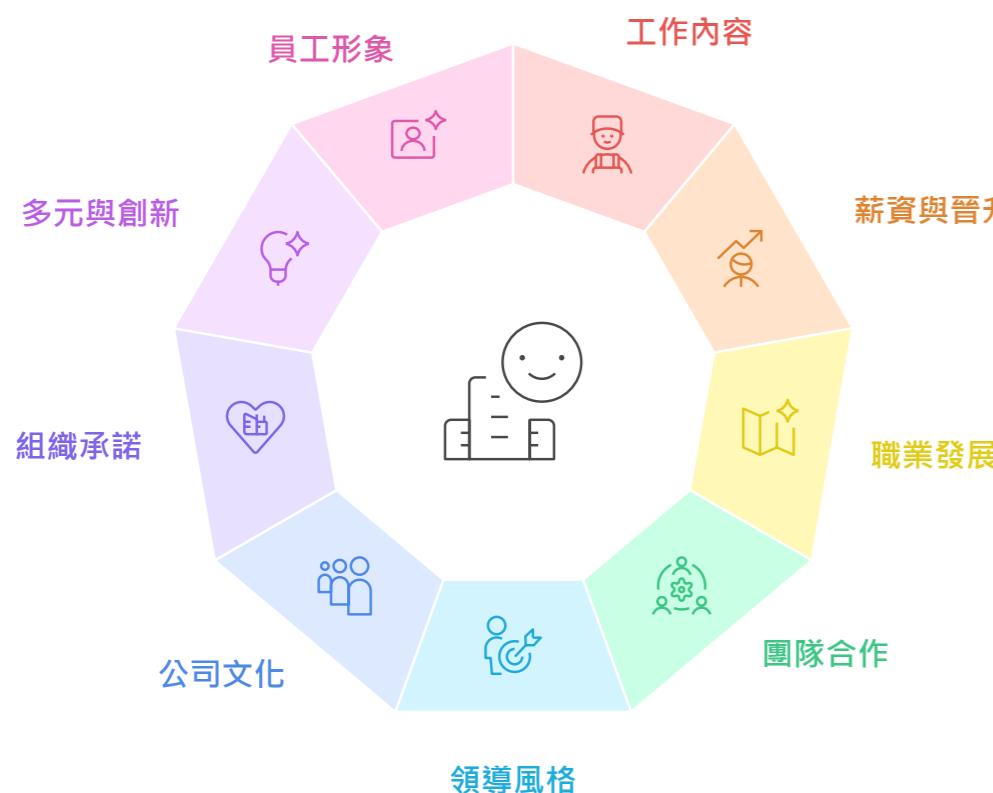


Service recruit
服務人才招募網站

透過員工意象及滿意度調查以了解員工心聲、收集員工對於工作內容、薪資、職涯等構面的回饋建議，並藉此制定未來政策及改善計畫。2024年新增員工意向調查，以理解員工對於理想工作職場的想像。整體滿意度4.96（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5.14，可見員工對於公司給予訓練資源具高度認同；較低部分為「薪資考核及升遷體系」，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。

- ✓ 發放對象：1,612人。
- ✓ 回饋筆數：407份。

2024年員工意向及滿意度調查



◆ 4.3.3 友善職場環境

為了給員工更好的職場環境，南都汽車在2024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：



為打造正向激勵與尊重的友善職場，並肯定員工在工作中的努力與貢獻，進一步強化歸屬感與榮譽感，建立互信共融的南都文化。在運營過程中，積極推動多樣獎勵制度與制度改善專案，以持續呼應與接住每位員工的期待與反饋，透過透明的執行機制，打造更具公平性職場環境。

此外，南都也積極投入雇主品牌形象的建立，透過新人報到流程優化與服務&銷售人才招募網站的架設，全面提升人才接觸南都的第一印象與整體互動品質，建立專業、溫暖且值得獨有的南都形象。

◆ 4.3.4 獎勵制度

南都自辦獎勵旅遊

為鼓勵並感謝TOYOTA營業所、服務廠優秀員工的辛勞，定期自辦舉辦國外獎勵旅遊。透過精心規劃的行程，在忙碌之餘，讓人員放鬆遊玩，適時紓解壓力。

✓ 獎勵旅遊地點：韓國首爾、泰國曼谷+芭達雅、紐西蘭

執行成效

參與人數 186 人
平均滿意度 4.95 分以上

創新提案獎勵制度

為支持員工於日常工作中持續學習、創新發想簡化工作流程、提高效率，特針對總公司行政職(含特殊職)人員制定提案獎勵制度。

執行成效

提案獎勵 125 件
獎勵金 388,150 元

優化服務績效獎勵

LEXUS服務部及TOYOTA服務部定期規劃相關服務評價及獎勵辦法，以凝聚團隊向心，提升組織戰力。

執行成效

年度加碼獎勵 872 萬

二十、三十年資獎章頒發

為肯定並表彰長期任職員工，頒贈服務年資獎章並公開表揚，以做為後進同仁表率及穩定在職動力。

執行成效

服務滿 30 年 33 人
服務滿 20 年 8 人

◆ 4.3.5 制度改善

制度優化

推動電訪中心部門制度辦法優化，以提供組織成員更具激勵性的職場環境。(包含：考核辦法、職涯發展/晉升制度等)

執行成效

優化辦法 5 項

年度調薪

為提升公司薪資競爭力及經常性薪資水準，2024年提升伙食津貼、誤餐費及膳雜費之申請辦法調整、提高學習津貼、取消服務專員及行政助理高中敘薪之標準。

執行成效

總薪資調幅 2.1 %

◆ 4.3.6 提升雇主品牌

新人報到流程優化

盤點新人報到至新人教育流程之問題點，實施相關優化作法包含：(1)報到前提供線上連結填寫個人資料;(2)提供入職流程說明小卡及禮包;(3)提供午餐;(4)公司簡介提前於報到當日以影片方式介紹;(4)調整新人通識教育授課內容;(5)提供新人的心聲問卷調查。

執行成效

新進人員 267 名

新人報到
簡介影片 1 部

服務&銷售人才招募網站

因應公司職種多元、工作內容與職能需求不同，求職者可能無法透過104了解全部內容，於2024年H2建置服務&銷售人才招募專屬網站，讓求職者能夠更快速了解不同職種的工作內容、人格特質、薪資、福利...等內容。

執行成效

每日瀏覽次數

銷售召募網站 5.1 次/日

服務召募網站 5.4 次/日

◆ 4.3.7 員工福利制度

南都照顧員工的生活，提供完善福利措施，包含：基本福利、年節福利、精采生活、家庭照護、其他福利...等，同時也照顧員工的家庭，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。員工的身體健康亦逐年關注，於每年安排全體員工健康檢查，並在2024年起增加健康促進福利金，促使員工增加多元的運動形式；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

基本福利

團體保險、年度健康檢查(每年一次)、據點人員制服(夏冬季各1套)、退休紀念品(頒發退休品1只)

年節福利

四節獎金、年終獎金、生日禮金、年度紅利、健康促進福利金 ★NEW

精采生活

歲末尾牙、員工春酒/家庭日、多元社團、員工購車優惠、海外獎勵旅遊、特約商店優惠

家庭照護

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
新生兒禮金

其他福利

員工就學補助、員工自修教育補助、儲備人才訓練課程、員工創新提案獎金

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。
★NEW 2024年橫展至服廠據點，共計有39人申請。(內勤31人、據點8人)



◆ 4.3.8 員工活動

TOYOTA營業所

新車、中古車據點舉辦多項ES活動，如：辦公室斷捨離計畫、母親節卡片傳恩情、情人節浪漫計畫、及和南都趣玩吧！獲得和泰ES推動獎NO.3，並投入費用約22萬元。

執行成效

參與據點 24 個
總參與人數 936 人

LEXUS營業本部

在2024年，LEXUS執行多項LSP專案內容，如團隊有溫度計畫、暖心微笑活動、加發員工制服...等活動。

執行成效

參與據點 3 個
總參與人數 241 人

2024年南都員工活動說明

方案	內容
和南都趣玩吧！	規劃營業所內旅遊/聚餐等活動，並邀請所內眷屬共同參與。
母親節卡片傳恩情	透過節日，以員工眷屬為主要活動對象，手繪設計「南都專屬母親節感恩卡片」，更由總經理代表南都親自撰述內文，來表達南都對於同仁眷屬們深深的感謝，共計發放440份卡片
情人節浪漫計畫	
辦公室斷捨離計畫	
辦公室微改造	
方案	內容
團隊有溫度計畫	據點設置「感恩看板」鼓勵所、廠同仁「感謝之意」勇敢表達，彼此謝意的機會或平台。
暖心微笑活動	導入「暖心微笑運動」至營業所。
加發員工制服	TEAM A工作鞋及技術員的帽鞋配備更新。
Amazing柑仔店	增設異國零食櫃，讓同仁有身歷其境創造一同出國的感覺。
Lexus共好日-頂級影廳體驗活動	體驗LEXUS品味生活，提升友善職場內涵，享受不凡的Experience Amazing療癒活動，共計參與人數32人。

◆ 4.3.9 社團活動

自2017年通過員工社團成立暨補助辦法，員工陸續自行成立多類員工社團來凝聚情感，包含運動型社團、休閒型社團、知識型社團...等，並參與集團聯賽，例：和泰羽球賽、壘球賽，建立更緊密的關係，促進團隊合作與向心力，更提供了一個工作之餘跨部門間互相交流的平臺，提升跨部門間的溝通與合作。

年度	2022	2023	2024
社團總活動次數	62	47	53
補助金額（元） ^{註1}	580,550	463,400	330,790

註1：補助金額（元）含運動性社團聯賽舉辦經費。



壘球社



露營社



登峰造極登山社



皮拉提斯社



慢跑社



籃球社

4.4 持續改善的文化

在快速變動的外部環境中，南都深受 TOYOTA WAY 精神理念啟發，也特別強調在工作中「現地現物」的實地觀察與問題掌握，鼓勵員工深入現場進而發現問題的根因，從根本理解問題並提出具體改進行動。透過制度化的創新提案、輪調歷練與內部培訓機制，逐步形塑一種從基層到高層皆能主動發現問題、勇於挑戰現狀、並持續優化流程的工作文化。這樣的文化不僅有助於提升營運效率與組織韌性，也展現南都對永續經營、人才培育與社會責任的積極承諾。

<總公司-作業流程改善專案成效>

Lexus車輛部

新車加油及請款流程簡化

新車販賣台數自2023年起大增，現行加油請款作業流程不符合工作效率，改採加油卡方式，費用月結，有效大幅減低一線到本社各單位工作負擔，同步收穫油費優惠減免以及節能減碳效益。

新創事業部

教育履歷系統建置

2024年上半年度教育委員會及資訊室合作推出教育履歷系統，建立更完整、更有效率的教育資料庫。
✓ 教育資料分析效率：提升30倍。
(120分鐘→4分鐘)
✓ 辦訓單位滿意度4.5(滿分：5)

新創事業部

修繕與異常處理優化

2024年下半年度與管理部合作進行修繕與異常處理系統優化，增加手機報修、總務室Line官方帳號，大幅改善現場人員報修效率，已於2025/1/2正式上線。
✓ 修繕與異常報修效率：提升節省5分鐘/件
(年減預估150小時)

<工作場域優化成效>

TOYOTA服務廠

服務廠鍍膜車位建置

因應車身鍍膜業務持續提升，擴增鍍膜車位設備，提高產能與量能，也讓服務廠夥伴能增加一項技能、提升價值，也縮短顧客車輛留廠時間。
✓ 建置服務廠：2個。

財務部

報表數位電子化

每日據點交易明細及汰舊換新報表電子化，節省每月花費時間約4小時，紙張節省每月約1000張。
✓ 每月節省4小時，共48小時。
✓ 每月減少約1千張紙張用量。

財務部

建立請款標準作業流程

為有效推進請款電子化，制定一套標準作業流程。能縮短轉型過程中的適應期，確保作業順利進行，進一步提升整體工作效率與準確性。

財務部

服務收入報表電子化

每日據點服務的收入報表原本採用紙本方式存檔，自2024年起改為使用Excel進行資料管理。大幅減少紙張的使用量，並有效縮短報表歸檔的時間。
每年節省17萬張紙張用量及60小時的時間。

總公司

作業設施改善

消防栓及警報設備配置圖放大，讓員工更清晰了解設備的詳細位置、數量、以及其與建築物的相對關係，以利於緊急應變和救災工作的進行。
✓ 2024年配置更換數量：5張。

4.5 職業安全與健康促進

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，預期目標為通過國際驗證機構之認證。

◆ 4.5.1 職業健康與安全系統

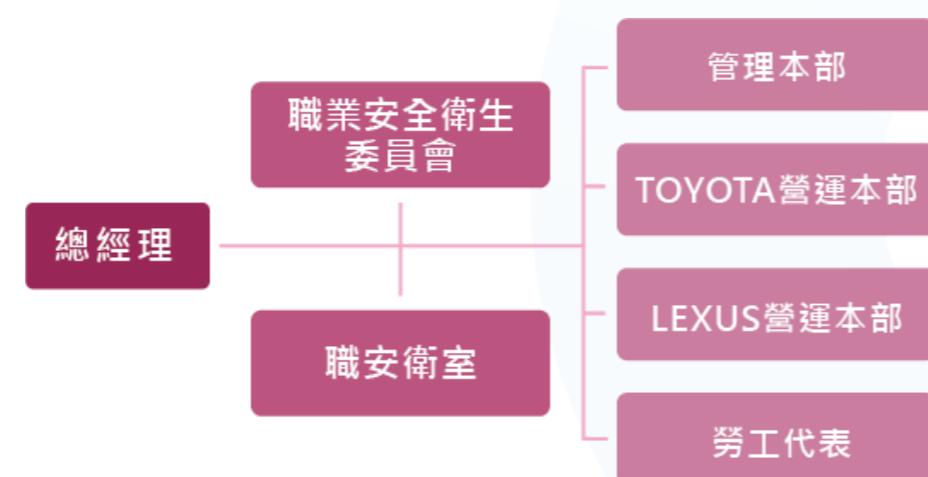
■ 職業安全衛生管理政策

「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」。



■ 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。



◆ 4.5.2 安全衛生教育及訓練

提升工作者安全與健康意識、強化監督能力，2024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，派訓人次(外訓)共計94人次。

名稱	初訓(人)	複訓(人)
職安衛主管	1	20
職安衛管理人員	0	4
防火管理員	1	7
有機溶劑作業主管	1	4
粉塵作業主管	2	8
急救人員	3	7
AED管理員	34	0
高空作業車	2	0
合計	44	50

另針對新進人員安全衛生教育訓練、在職勞工安全衛生教育訓練及職場不法侵害宣導等，共計實施627人次。

名稱	人次
新進人員安全衛生教育訓練	226
新進人員「執行職務遭不法侵害」宣導	226
在職人員安全衛生教育訓練	175
合計	627

◆ 4.5.3 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 8 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強化

落實承攬管理法定應盡措施，如：作業人員資格篩選、危害告知、召開協議組織會議、特定機械設備查核、特殊作業通報...等，適用作業類型如：室內裝修、招牌維修、水塔清洗、常態駐場廠商（水電、冷氣...等）。

執行成效

各營業據點承攬
管理管制總數共 109 件

◆ 4.5.4 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	2022	2023	2024
職業傷害件數	男/女	2/0	1/0	2/1
職業傷害比率	男/女	0.17/0	0.08/0	0.17/0.26
失能傷害頻率 (FR) ^{註1}	全體	0.674	0.317	0.946
失能傷害嚴重率 (SR) ^{註2}	全體	13.134	0.317	8.196

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)

◆ 4.5.5 工作環境安全

南都為強化工作場所的安全與健康保障，推動多項「工作環境安全」相關專案，打造更安全且具備應變能力的職場環境。2024年執行專案包含硬體設施改善與採購到員工安全知識的提升，包括作業設施優化、緊急事件應變能力提升、停車空間與電力系統安全改善、高壓設備升級，以及舉辦實用性高的急救與消防講座。透過這些具體行動，期望有效降低員工的工作風險，以符合令人安心的工作場域。

• 作業設施改善

為電氣設備加裝防感電漏電斷路器，以提升用電安全性，有效預防漏電事故與人員觸電風險，強化整體防護機制。

執行成效

加裝斷路器 21 個

• 緊急事件處理

災害的發生往往都是突發、不可預期，演練的主要目的為確認當意外災害事故發生時，場所通報之有效性及緊急應變處理措施之可行性及適用性。

執行成效

74 人 / 2 場次

• 停車空間改善

改善空間北台南廠2樓使用狀況，以提升車輛挪移效率，減少時間浪費，並降低碰撞風險。

執行成效

增加停車位 4 個

• 絶緣工具採購

近年車輛販賣趨勢，HEV油電車、BEV電動車銷售佔比持續提升，為降低高壓電系統檢修時之工安風險，採購絕緣工具供服務廠使用。

執行成效

採購工具 20 套

• CPR & AED 操作課程

為增進本社同仁心肺復甦術和使用AED之急救技能，在專業人員抵達前，對突發性心跳停止的患者進行第一時間的搶救，以降低事故傷害發生的嚴重性。

執行成效

83 人 / 2 場次

• 高壓機房設備優化

汰換民雄及L嘉義兩地高壓電機房內之老舊設備，以強化供電系統的穩定性與安全性，確保電力運作符合現行規範，提升工作效率。

執行成效

310 萬元 / 2 據點

• 老舊插座優化

汰換嘉義廠老舊插座與開關設備，以提升用電安全與設備穩定性，確保工作環境的可靠性與使用便利性。

執行成效

95 萬元 / 1 場次

• 重鋪停車場暨畫車位

進行停車場重鋪工程，並同步重新劃設車位標線，以提升場地整體平整度與車輛停放秩序，改善使用體驗並增進安全性。

執行成效

75 萬元 / 1 場次

• 消防活動講座

強調防災意識的重要性，據點主管能夠在日常生活中時刻保持警覺，提前做好防災準備，並可提升職場安全，減少工作場所的火災和事故風險，保障企業財產和員工安全。

執行成效

43 人 / 1 場次

◆ 4.5.6 工作設備改善

除了提升環境安全之外，為提升工作效率與員工機具操作的便利性，針對日常作業中所使用之設備與工具進行全面盤點與優化。包括現有工作設備與裝備的升級、引進更具人因設計的友善工具以及針對重型設備作業導入HV電瓶搬運工具，降低員工在工作操作時身體的負擔與風險。同時，為提升環境品質並節能減碳，亦同步進行老舊空調主機的汰換作業。

工作場所改善

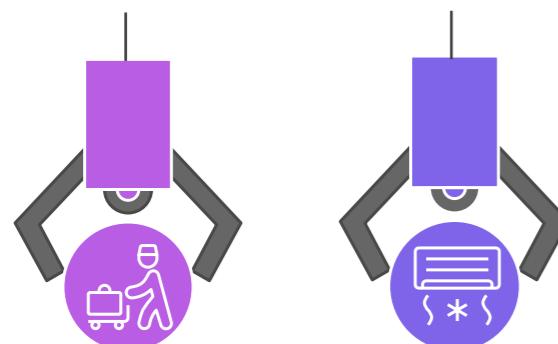


設備升級

升級現有工作設備和引入人體工學為設計裝備以提高性能

人體工學工具

引入人體工學為設計理念的友好工具



HV電池工具

HV電池搬運工具以應對重型設備操作

空調更換

更換舊空調單元以改善環境品質

工作設備及裝備

服務廠定期採購員工所需裝備，保障工作時的基本安全。

- ✓ 防護裝備：包含耐溶劑手套、棉手套、N95口罩、防毒面具、工作服、安全鞋、無塵衣、護目鏡。
- ✓ 相關設備：風槍、研磨機、集塵設備、拋光機、噴槍、紅外線烤燈、太陽燈、塗料攪拌機、試噴台、烤漆房。

友善工具設備提報

為能持續改善車輛維修工具設備，提升工作效率及員工滿意度，教技室陸續導入友善工具設備。為讓導入之設備更符合實際需求，擬以獎勵方式鼓勵一線夥伴踴躍提報，規劃提報獎勵案。

執行
成效

提報次數
採購工具

2
3 次
項

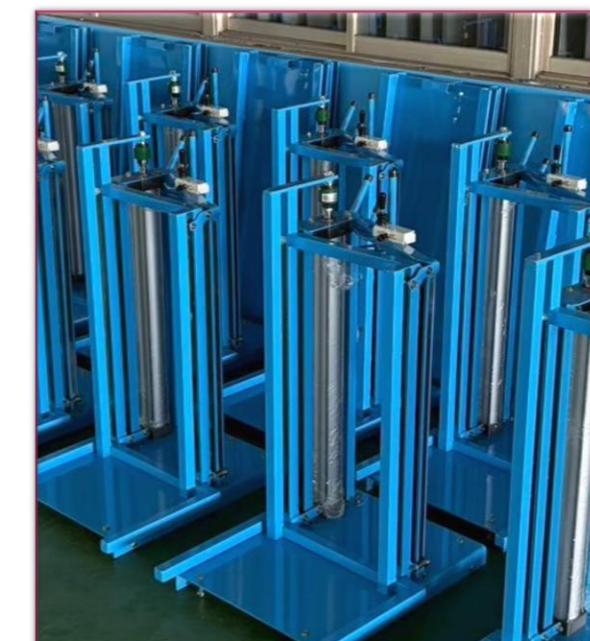
輪胎頂升工具開發

為改善輪胎搬抬作業方式，以減輕員工的腰部負擔、降低工作傷害風險，教技室自行開發設備。

執行
成效

完成2種試作版型

- 輪胎頂升工具 -



HV電瓶搬運工具採購

HV 電池重量約45KG~55KG,服務廠人員搬運費力且容易有造成職業傷害風險。

執行
成效

採購建置

8 廠

淘汰空調主機

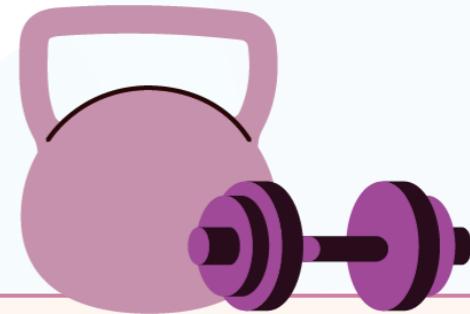
汰換北港及斗六空調主機，以提升系統穩定性與能源效率，進一步改善使用環境並降低長期維護成本。

執行
成效

250 萬元 / 2 據點

◆ 4.5.7 員工健康與促進

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 1,657 人
(含高階主管/一般員工/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。

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。

健康紓壓講座

重拾生活儀式感～舒壓製香「沐浴鹽」DIY活動及「動感"舞"限好課程」彈力帶紓壓講座，協助同仁們於下班後釋放壓力，維持健康生活。

執行
成效

參與人數 69 人

執行
成效

344 人 / 144 場次

健康紓壓活動

要在短時間紓解工作壓力，按摩紓壓為最快、最省時之方案。企業獲利同時，亦發揮企業社會責任，照顧弱勢團體，給予弱勢團體自立機會。

執行
成效

參與人數 82 人 / 3 場

執行
成效

51 人 / 8 場次

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

參與人數 61 人 / 13 個單位



4.6 雇主品牌推廣

建立具辨識度與一致性的雇主品牌形象。2024年導入模組化的公司導覽流程，提升對利害關係人的整體體驗，展現公司文化、價值與專業風貌；而透過《Wow！南都》的定期發刊，分享公司內所舉辦的活動與事務分享，更能凝聚員工情感，藉此深化員工對內的認同感、提升外部吸引力，打造具競爭力與影響力的雇主品牌。

公司導覽流程模組化

為讓利害關係人能更快速、更清楚的認識南都汽車，推出企業形象短片，並於官方網站首頁曝光。建立營業據點參訪動線，提升參加者的參訪體驗

執行
成效

官網形象短片瀏覽 13 日

學生企業參訪 2 次



《Wow！南都》專刊

每年發行南都汽車刊物，分享公司內部大小事，今年度以「教育訓練」為發行主軸，包含：雇主品牌、XYZ世代融合與傳承，共計3本。

執行
成效

累計發行年 12 年

發行數量 41 期





chapter 5

社會共榮

◆ 績效亮點◆

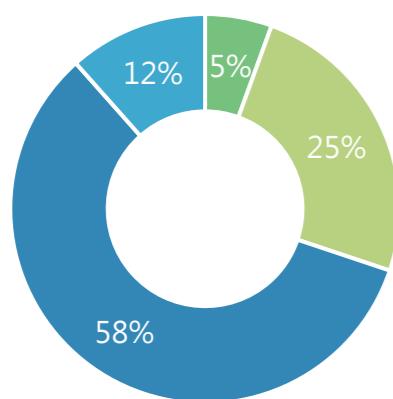
- ◆ 五星據點認證 全據點通過
- ◆ 南都有愛活動（合作公益團體 43 個 | 超過 1,400 人次參與）
 南都有愛、共融無礙
 南都有愛、益起浪春天
 弱勢學童心C望 X 南都有愛公益活動
- ◆ LEXUS × Story Wear二手牛仔褲 募集 120 件二手牛仔褲
- ◆ 捐贈臺南市特搜隊 特搜裝備一批 30 萬
- ◆ 南都盃壘球賽（雲嘉南地區壘球隊 11 支 | 參與人數 200 人）

5.1 顧客關係

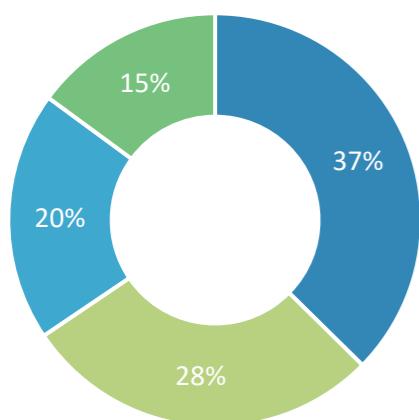
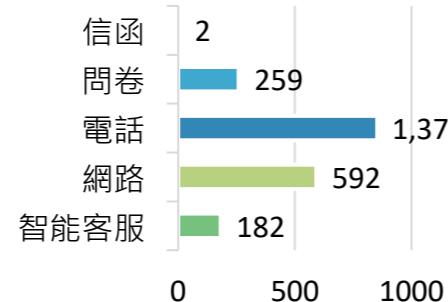
南都汽車重視顧客的需求及心聲，透過各種管道蒐集顧客的回饋做為參考依據，使我們能持續改善並提升服務品質，進而提升顧客滿意度，獲得顧客對於南都汽車的支持與信賴，以提升公司品牌形象。

◆ 5.1.1 顧客溝通與關係管理

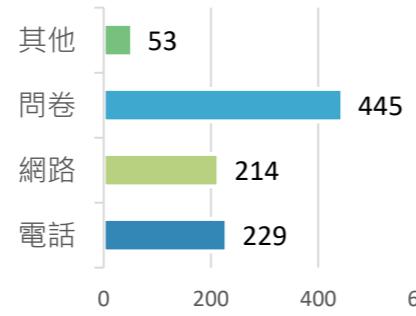
南都汽車現有的回饋管道如下，我們提供多元的方式，讓顧客能以最直接的方式向南都提供建議。2024年，TOYOTA共接獲1,888筆顧客反映（抱怨394筆、諮詢1,299件、讚揚124件、建議71件）；LEXUS則共計939筆（抱怨490筆、諮詢381件、讚揚24件、建議44件）。



TOYOTA案件來源



LEXUS案件來源



TOYOTA 24小時顧客服務電話 官網/ 智能客服 電話訪問 問卷 APP My Toyota https://www.toyota.com.tw/app/mytoyota/	TOYOTA 0800-221-345 (02) 5599-7299 www.toyota.com.tw <ul style="list-style-type: none"> 全數撥打 SSI^{註1}對象：車主交車後隔日起，陸續以App、手機簡訊發送問卷，關懷車主購車滿意度與用車狀況。若未回覆前述網路問卷，於交車後第7日致電車主關懷。（年約86,400通） CSI^{註2}對象：車主結帳離廠隔日起，陸續以App、手機簡訊發送問卷，關懷車主服務滿意度與用車狀況。若未回覆前述網路問卷，於結帳後第7日致電車主關懷。（年約158,800通） 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5,950件） CSI對象：結帳出廠3個月內車主（年度抽樣27,943件） 問卷發放總數約108,000份 	LEXUS 0800-036-036 www.lexus.com.tw <ul style="list-style-type: none"> 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。 <ul style="list-style-type: none"> 每月抽樣寄送紙本或網路問卷調查服務滿意度，並於2024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1,202件） CSI對象：結帳出廠3個月內車主（年度抽樣12,256件） 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)

致力於提供良好的售後服務，維繫交車後顧客關係，提升車主繼續投保意願。

	TOYOTA	LEXUS
續保任意險 繼續率	+0.6% 85%	+3.8% 81.9%

◆ 5.1.2 顧客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。



◆ 5.1.3 顧客滿意度成績

南都汽車以網路問卷調查^{註1}顧客購買新車及維修保養的消費體驗滿意度，針對各階段流程設定問卷題型，並於相對弱勢項目或具體回饋進行改善與提升，期能持續提升顧客滿意度，維持南都汽車於顧客心中No.1的地位。

品牌	調查方式 ^{註2}	2021	2022	2023	2024
		SSI(成績)	968	980	981
TOYOTA	CSI(成績)	954	960	969	976
	CSI(低滿意率)	—	—	4.0%	2.6%
	同業調查	SSI No.1 CSI No.1	SSI No.1 CSI No.1	SSI No.1	^{註4} SSI No.1
LEXUS	SSI(成績)	991	987	994	998
	CSI(成績)	979	984	986	997
	SSI(落實度) ^{註2}	95%	97.9%	99.1%	99%
	CSI(落實度) ^{註3}	93%	96%	96.1%	97.8%

註1：問卷調查對象涵蓋全客戶。

註2：TOYOTA/LEXUS滿意度（問卷）：整體營業所/服務廠之顧客滿意度分數平均，滿分為1,000分。

註3：LEXUS落實度（問卷）：整體LEXUS營業所/服務廠之作業落實度分數平均，滿分為100%。

註4：2024年CSI未實施調查。

◆ 5.1.4 確保顧客滿意

南都汽車相當重視顧客體驗與顧客滿意，透過服務品質提升與細節經營，建立與顧客長期滿意與信賴。2024年重點專案包含針對保修站顧客設計專屬CS贈品以提升服務溫度；推動「LEXUS之星」計畫以表揚優質服務表現；TOYOTA持續推動五星據點認證制度以標準化並提升整體服務品質，落實試乘車輛管理，確保顧客每一次接觸品牌都能感受到專業與用心。

■ 2024專案執行成效

• TOYOTA | 五星據點認證

完成神秘客查核(各據點每年1次)及硬體設備現地查核(各據點每年3次，和泰1次;南都2次)，全數據點通過和泰「五星據點」認證。2024年更新增多項友善措施，如：護手乳、衛生備品、酒精噴霧機、接待傘、腰靠、置物籃...等)。

執行成效

據點認證	<u>19</u> 個
神秘客查核	<u>1</u> 次/年
硬體設備查核	<u>3</u> 次/年

• TOYOTA | 保修站專屬CS贈品

TOYOTA保修站特別製作專屬包裝礦泉水發放予顧客飲用，以提升顧客滿意度。

執行成效

礦泉水發放	<u>3,000</u> 箱
保修站CSI	<u>9.73</u>

2024

• TOYOTA | 試乘車管理

2023年9月新訂「TOYOTA試乘管理作業規範」、2024年11月修訂辦法。試乘車每半年由保管所安排入廠實施定期保養。顧客試乘前，銷售顧問需使用i客人app進行試乘說明，包含：試乘須知及注意事項、保險範圍並拍攝駕照及簽名。

執行成效

試乘車平均台數 93 台

• LEXUS | LEXUS之星

透過LEXUS之星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。

執行成效

獎勵人員 48 人
(車輛17人；服務31人)

• LEXUS | 試乘車管理

為顧客安全及完善運用的考量，2021年6月制定「LEXUS試乘管理規範」，並依據試乘SOP填寫試乘手冊詳盡告知顧客注意事項。

執行成效

試乘車保養 不定期

◆ 5.1.5 提升顧客滿意度

CS全員教育

TOYOTA為強化全員CS觀念，並提高CS，10、11月舉辦全員CS教育；LEXUS則分別於上、下半年開設主題課程：CS精神再造、CS弱勢項目對應，以加強員工意識。

執行成效

參與人數	TOYOTA <u>388</u>
	LEXUS <u>445</u>
	人

◆ 5.1.6 顧客食品安全

供膳健康檢查

確保顧客飲食衛生與安全，定期實施供膳人員健康檢查，並從源頭把關餐食供應流程，降低潛在風險，保障顧客食用安全。

執行成效

膳檢人數	<u>22</u> 人
------	-------------

◆ 5.1.7 顧客活動(LEXUS)

南都汽車為深化與顧客之間的情感連結，並體現LEXUS所代表的品味生活與品牌精神，LEXUS積極規劃多元且具質感的「顧客活動」，讓顧客在參與中體驗品牌價值、建立情感認同。以下為2024年所執行的各項活動：

■ 手作體驗

• 零廢時尚手作

與台灣唯一零廢時尚品牌Story Wear合作，以回收牛仔丹寧布料手作「彩繪托特包」、「多功能編繩」，跟隨職人體驗一場兼具療癒、時尚、藝術、創作的綠色美學手作。

◆17位車主首次參加車主活動 ◆8位為近三年購車車主

執行成效

參與人數 25 人

滿意度 90 %

• 日本水晶花手作

適逢七夕情人節，以象徵永不凋零愛情的水晶花，讓車主體驗具療癒、美感的手作藝術。

◆30位車主首次參加車主活動 ◆22位為近三年購車車主
◆6位為介紹或再換購忠誠車主

執行成效

參與人數 30 人

滿意度 90 %

• 蘭草手作

與臺南市西港區樣林社區發展協會成立的「蘭草工坊」合作，帶領車主體驗百年傳統工藝蘭草編織。

◆18位車主首次參加車主活動 ◆10位為近三年購車車主

執行成效

參與人數 25 人

在地合作 6 個

• FNO × LEXUS 時尚手作工坊

邀請金獎典禮藝人御用設計師Bob Jian授課，指導製作精緻又有美感的華麗五金飾品。伴手禮以Bob Jian設計品牌客製抱枕、知名保養品組贈予車主。

執行成效

參與人數 25 人

滿意度 98 %

■ LEXUS ACADEMY

• 小小遊戲設計師

打造全新遊戲教材，運用Roblox Studio讓小朋友學習遊戲製作的技巧，設計各式酷炫特效，遊戲結合數學、英文、物理等學科，刺激小朋友的創造力、想像力，設計屬於自己的跑酷遊戲。

執行成效

參與人數 20 人

滿意度 95 %

• 小小金牌網球員

邀請「盧彥勳國際網球學院」教練團隊，指導小朋友基礎網球彈跳概念、擊球練習，正反拍動作及與教練實戰對打。活動尾聲，台灣網壇傳奇-盧彥勳更親自現身與小朋友互動，驗收當天成果。

執行成效

參與人數 20 人

滿意度 95 %

• LEXUS風格攝影實驗室

以手機為攝影工具，邀請專業攝影講師深入淺出教學，搭配活動現場LEXUS LFA、LC等前衛質感跑車與美模實作拍攝，讓每位車主都能輕鬆用手機拍出精彩照片。

執行成效

參與人數 28 人

滿意度 95 %

■ 客戶體驗

• 蔚藍之境

打造豪華感官之旅。包場私人海灘，奢華海邊晚宴；乘坐遊艇享受愜意海風；高雄在地文化散策，深度瞭解歷史人文；入住五級酒店，給予車主尊榮體驗。

執行成效

參與人數 20 人

滿意度 95 %

• 尊享品酒會

邀請具英國WSET Level 3高級品酒師認證的資深侍酒師進行專業解說，帶領車主探索義大利葡萄酒並品味五款葡萄酒獨特風味與香氣。另設計搭配品酒的finger foods予車主品嚐，體會藉由葡萄酒提升食物的美味層次。

執行成效

參與人數 30 人

滿意度 98 %

• 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。
◆第一次參加LEXUS CUP的車主佔41.6%

執行成效

參與人數 128 人

滿意度 97.1 %

◆ 5.1.8 銷售及技術品質提升計畫

南都汽車因應外部市場及顧客需求形式的轉變，2024年為優化顧客接觸體驗，打造兼具專業與信賴的銷售服務提升計劃，並落實「顧客信賴」的公司願景。

• 中古車形象提升計劃

拍攝中古車銷售人員形象照及團體照，提升人員專業感及信賴感；設計交車手拿版，提升交車儀式感以增加顧客滿意度及黏著度

- ◆ 交車貼文22篇，貼文累計按讚數>1,300次
(統計至2024/12月底)

• TOYOTA銷售品質提升計劃

為強化銷售人員商品專業能力與交車服務品質，每年舉辦商品解說評鑑(3月)及交車說明評鑑(11月)。

執行成效

► 團體形象照 5組
個人 32人

執行成效

► 自主評鑑 143人
總公司評鑑 16人

5.2 社會共好

◆ 5.2.1 校園徵才、產學合作、企業體驗

南都汽車也相當重視與校園間的深根連結，推動多元校園合作的計劃，期望從源頭培育並吸引具潛力的新世代人才，為企業注入創新能量。透過參與大專院校博覽會、舉辦企業參訪與勤誠講座，主動與學界建立實質連結，展現南都透明職涯發展路徑與核心價值觀。同時SKILL BUILDING與創新提案競賽，提供學生技術實作與發表挑戰的舞台。

• 大專院校徵才博覽會

參與轄區內校園徵才活動，持續深入校園以提高品牌形象，與校園相互交流互動，並協助招募內勤人員職缺。

執行成效

► 招募場次 1場
招募實習生 1人



南都的校園合作策略

創新提案競賽

鼓勵學生提出創新想法



技能培養競賽

提供學生實作挑戰

大專院校博覽會

參與博覽會以接觸學生

企業參訪

舉辦參訪以展示公司文化

勤誠講座

舉辦講座以分享見解

■ 企業體驗

讓學習不只停留在課堂，讓夢想走進真實職場。南都汽車持續以實際行動支持青年發展，透過企業參訪、實習計畫與創新競賽，打造一個開放學習與職涯探索的平台。這些互動不只是一次活動，更是品牌對年輕世代的承諾，讓每一次體驗都能更了解南都。

• 企業參訪(技術職)

配合轄區高職學校需求，提供企業參訪機會，內容包含公司簡介、工作崗位介紹、現場參觀等，讓學生對南都汽車及產業有進一步認識。

執行成效

學校 6 所
學生 約 309 人

• 大專院校實習生計畫

透過校園、線上召募平台、召募本社實習生，幫公司找到優秀的人才，同時也讓學生能夠了解市場需求並為未來的職業生涯做準備。

執行成效

招募實習生 9 人
(1人畢業於公司任職)

• 勤誠講座

此講座主要邀請業界主管分享職涯經驗，使學生了解企業之領導與管理實務，並強化學術理論與實務的連結。與中正大學管理學院合辦勤誠講座，舉行LEXUS據點參訪及小組專題報告。

執行成效

參訪人數 34 人
累計實習人數 2 人

• 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)

2024年：臺北市立大學、中山大學、東華大學、雲林科技大學、台南大學、中原大學、嘉義大學、成功大學、中正大學、臺中科技大學(10隊)

執行成效

10 所大學 / 10 隊
企業培訓 1 場 / 18 人

校園產學合作

持續區域產學人才培育，加強合作學校5所之徵才廣宣，提供各校實習名額，提前認識職場。

執行成效

TOYOTA 1 所 / 招募實習生 15 人
LEXUS 4 所 / 招募實習生 7 人

Skill Building

服務廠服務技術人才培育養成，具社會責任及提供優質技術售後服務。針對轄區內科技大學大三生，舉行大四實習計畫說明。

執行成效

報名人數 30 人
錄取人數 7 人

◆ 5.2.2 公益行動(物資捐贈/金額)

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玩貝愛分享」、「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。

■ 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2024年南都汽車共種植120,072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)	年度	種植數量(棵)
2017	10,664	2021	15,890
2018	13,036	2022	16,355
2019	15,020	2023	16,918
2020	15,795	2024	16,394



歷年志工時數

項目	單位	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
總參與人次	人	1,708	852	2,363	1,915	1,348
總志工服務時數	時	10,927	7,263	11,059	7,872	8,492
公司人數	人	1,413	1,464	1,500	1,575	1,602
平均時數	時/人	7.7	5	7.4	5	5.3

■ 捐血活動

南都汽車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。

■ 2024年共舉辦了**6場**捐血活動

■ 總共募集到**637袋**血 (每袋250c.c.)



■ 2024專案執行成效

南都有愛公益活動

• 弱勢學童心C望

弱勢學童心C望 X 南都有愛公益活動，TOYOTA營業所與轄區內偏鄉學校或特教學校合作，與孩童、學校、家庭連結，提升民眾對於品牌&營業所的好感度。

執行成效

合作對象公益團體 7 間
公益費用 97,400 元

• 南都有愛、益起浪春天

以家中毛小孩為主，邀請客戶於TOYOTA營業所臉書拍照留言，南都汽車的19個營業所總共收到了5,337則留言，(含738位南都車主的參與)總計捐贈了12.85萬元的物資給雲嘉南的毛小孩們。

執行成效

合作流浪動物之家 9 個
參與人數 738 人

• 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。

執行成效

合作身心障礙數 21 個
參與人數 676 人

捐贈公益

• 物資募集暨捐贈公益活動

TOYOTA顧關部號召全公司捐贈舊衣物和舊包，由各據點同仁捐贈二手衣物，統一整理後捐贈給舊鞋救命協會及勵馨基金會，藉此提升品牌知名度與企業好感度，同時促進捐贈品回收再利用，傳遞愛心到國外。

執行成效

捐贈物資 53 袋

• 台南市特搜隊捐贈

經過0403花蓮大地震後，為替社會做出貢獻，與臺南市特搜隊接洽，捐贈特搜裝備一批(價值30萬)，幫助其日後的救援任務，提升與地方機關互動以及企業形象。

執行成效

特搜裝備一批 30 萬

二手回收

• 益起做愛心

利用員工家中閒置的二手物品，於TOYOTA廠內擺放供來廠車主選購，並將所得捐給公益團體(台灣公義聯盟)，讓資源循環再利用，響應環保的同時也能提升企業形象。此外也於廠內擺放發票捐贈箱，邀請車主一同為公益盡一份心力。

執行成效

義賣金額 5,830 元
發票捐贈 289 張

• 玩具愛分享

於TOYOTA服務廠擺設玩具回收箱，讓來廠車主可以捐贈二手玩具，經蒐集整理清潔後將再生提供給更多需要的人使用，以達資源循環之目的，也將愛心散播到更多地區。

執行成效

玩具回收 3186.7 公斤

• 它不廢它是我寶貝

與嘉義市政府環保局合作，出借南嘉義服務廠作為活動場地，號召民眾捐贈家中閒置的玩具，成為推動地球永續的一員。

執行成效

玩具捐贈 316 件

• 二手牛仔褲回收

展現永續影響力，打造零廢生活，強化穿戴永續行動，藉由LEXUS x Story Wear 合作發起「二手牛仔褲回收活動」，喚起內部員工、車主的環保意識。回收的牛仔褲全數捐贈予綠色品牌Story Wear，重新利用、設計、製作，促進零廢棄升級，降低海洋污染。

執行成效

二手牛仔褲 120 件
節省用水 1,085,000 公升

◆ 5.2.3 品牌推廣

為深化品牌印象與大眾參與度，於去年亦推動具創意與互動性的「品牌推廣」活動，透過多元形式將品牌價值融入日常體驗中。針對親子與家庭客群，舉辦「小小技師體驗活動」，讓小小孩童親身參與模擬維修流程，也增進家長對品牌專業形象的認同。另一方面，藉由「南都盃壘球賽」凝聚員工與其他產業夥伴情感，塑造健康、團結且具活力的企業文化，進一步提升品牌的正面形象與社會參與度。

• 小小技師體驗活動

小朋友穿著TOYOTA 技師制服，體驗「小小技師」角色扮演，透過組裝玩具車的過程，讓孩子學習發現問題及思考如何解決。每人費用399元，全數捐贈伊甸基金會。共計捐贈51,072元。

執行成效

參與人數 **978** 人
活動場次 **8** 場

• 南都盃壘球賽

邀請雲嘉南地區10支球隊報名一同參加盃賽交流，以球會友之方式成功與不同產業別之球隊交流。除緊張刺激的壘球比賽外，於球場外空地，亦規劃新車展車區及互動區展示新車。

執行成效

雲嘉南地區壘球隊 **11** 支
參與人數 **200** 人



◆ 5.2.4 產官交流

南都汽車透過與消費者保護單位及媒體記者的定期訊息交流，建立良性溝通平台。展現企業誠信與負責態度，也有助於及時掌握社會輿情與政策脈動，強化企業風險管理與形象經營。

• 消保單位及媒體記者訊息交流

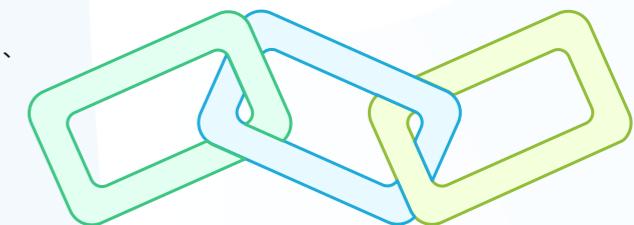
針對轄區內消保官及媒體記者進行交流，提升企業形象及公信力，有助於雙方溝同及輿論風向管理，降低品牌及公司形象受損的風險。

執行成效

交流頻率 **4** 次/年

三方共贏的連結

南都 貢獻創新和資源 **政府** 提供政策和支持 **民眾** 受益於安全和發展



◆ 5.2.5 產官合作

拓展產官合作關係，進行跨領域協作，共同推動社會安全與地方發展，以達到南都、政府與民眾三方共贏的連結。

• 消防隊授課

因應電動車普及之關係，為提升救災人員搶救安全，配合消防局需求，辦理電動車事故搶救訓練課程。

執行成效

消防員參與人數 **10** 人

• 購物節外展

與嘉義市政府合作，贊助抽獎車輛，帶動地方經濟發展，更於購物節期間於嘉義市政府廣場規劃外展活動。

執行成效

合作市府人數 **500** 人



chapter 6

環境保護

◆ 縱效亮點◆

■ 綠色認證

- ◆ ISO 14001 環境管理系統認證
- ◆ 臺南市政府113年度「績優綠色採購企業獎」

■ 綠色活動

- ◆ 環境月「珍愛台灣 綠化家園」1場
- ◆ TOYOTA集團-全台淨灘減塑總動員
淨灘活動 3場(雲嘉南) | 1,280人參與 | 蔊集
756公斤垃圾
- ◆ 興建8座太陽能廠 | 發電量 3百萬度電
- ◆ 資源回收
廢輪胎增加11.5% | 廢電瓶增加14.5% | 廢機油
增加2.0% | 廢五金增加3.8% | TOYOTA服務廠
紙箱包裝材 回收率110.5% | 保險桿包裝袋 回收
次數5,907次

6.1 環境永續理念

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

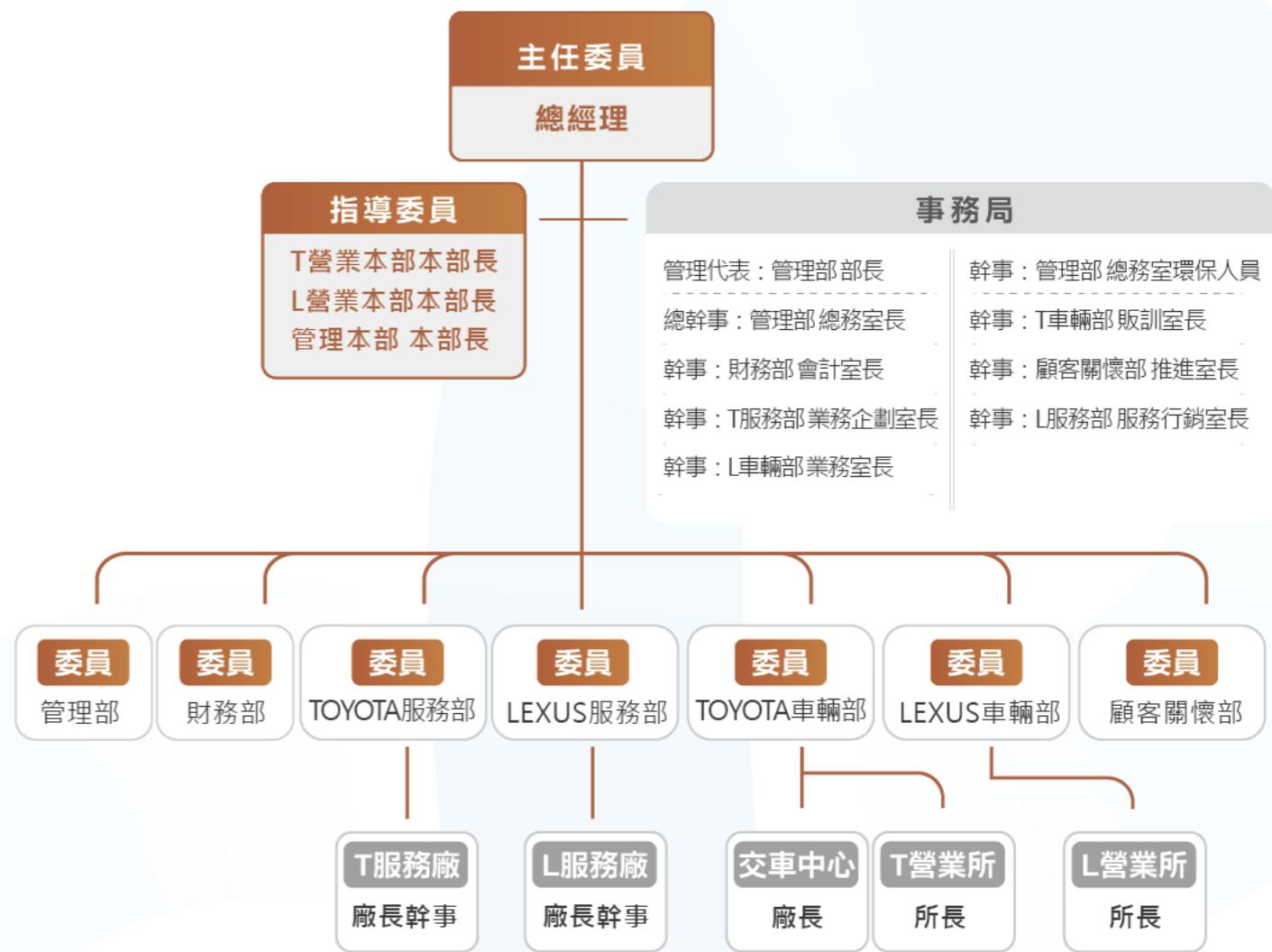
- 2003年在TOYOTA總代理和泰汽車的主導之下，推動ISO14001環境管理系統，並成立環境管理委員會。本委員會設置主任委員（總經理擔任）、三位指導委員（各本部長擔任）及七位委員（七大部門部長擔任），另置環境事務局總理公司各項環境保護事務之推動。
- 2007年本公司TOYOTA及LEXUS全據營業據點通過ISO14001外部驗證。
- 2008年為因應溫室氣體對環境氣候造成的影響，展開全據點溫室氣體盤查作業，提倡節能減碳運動。
- 2015年日本豐田（TMC）公布TOYOTA環境六大挑戰計畫：

(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年達成零碳排目標，其中車輛生命週期CO₂零排放，以2019年所產生的二氧化碳排放量為基礎，逐年3%為減碳目標。2024年須達成15%的減碳目標。

南都汽車環境管理委員會組織圖



◆ 6.1.2 環境政策

為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與經濟可行性下，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 環境施策

◆ 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 T5傳統型燈管汰換成較省電的LED燈管，共計164支。
- 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，共計6台。
- 3 往復式空壓機汰換成省能且降噪的螺旋式空壓機。
- 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，並每月登記據點用水量。
- 6 舊式冰箱汰換為節能效果更佳的變頻冰箱，提升整體使用效能與冷藏穩定性。

歷年能源使用量

能源種類/年度	2021	2022	2023	2024
水	全據點(度)	50,618	49,502	42,302
	碳排放CO ₂ 當量(公噸)	8.15	7.72	6.6
	排放系數(公斤/度)	0.161	0.156	0.156 ^{註1}
電力	全據點(度)	8,212,986	8,378,801	8,716,161
	碳排放CO ₂ 當量(公噸)	4,180.41	4,147.51	4,305.78
	排放系數(公斤/度)	0.509	0.495	0.494
汽油	全據點(公升)	195,855	193,224	151,379
	碳排放CO ₂ 當量(公噸)	444.89	438.92	343.86
	排放系數(公噸/公秉)	2.271543	2.271543	2.271543
柴油	全據點(公升)	123,310	126,699	114,615
	碳排放CO ₂ 當量(公噸)	337.8	347.09	313.98
	排放系數(公噸/公秉)	2.73946	2.73946	2.73946
總碳排放CO ₂ 當量(公噸)		4,971.25	4,941.24	4,970.22
				5,029.09

註1：碳排放系數係由台水及台電網站公告，113年系數尚未公告先採用112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表啟用，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2024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 年總(度)	累計(度)	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	3057.59				
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	10,596,112	988.89	19	9
	2023年	656,003	409,494	179,808	1,112,512	448,831	9404	2957	4446	2,823,455	1397.6	26.9	12
	2024年	661,141	405,174	185,720	1,188,006	607,025	136,988	102,277	668,268	3,945,599	1874.48	36.1	15

◆ 6.2.3 廢棄物管理

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。2024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42萬公斤、廢機油逾150萬公升；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6,107個。

年份	廢鐵	廢塑膠	廢紙	廢保桿	廢鋁圈	廢輪胎	廢電瓶	廢機油
	回收總重量 (公斤)	回收總重 (公斤)	回收總重量 (公斤)	回收總重量 (公斤)	回收總重量 (公斤)	回收總數量 (條)	回收總數量 (個)	回收總容量 (桶) ^{註1}
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
2024	99,223	35,460	118,445	46,564	17,968	76,945	24,127	5,383

註1：廢機油一桶200公升



■ ECOCO回收

為有效減少總公司垃圾量，擬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。

總公司垃圾減量漏斗

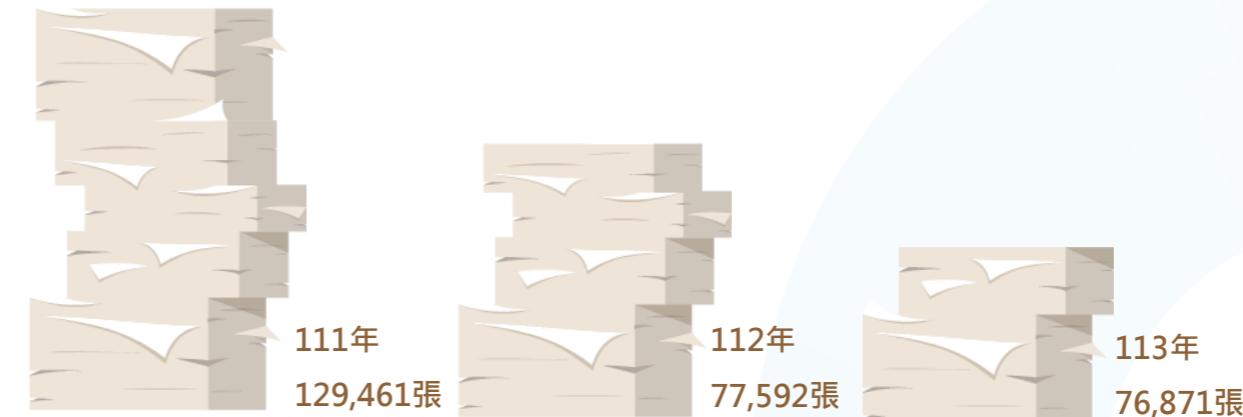


2022-2024年總公司共減少垃圾體積 $2,838,879\text{ cm}^3$ (體積約等於2.8顆1噸水塔)，大幅減少一般垃圾體積，減少塑膠垃圾燃燒或掩埋帶給生態環境危害。

截至2024年底回收統計如下表：



■ 本社影印機用紙減量

本社影印機
用紙減量統計

減少量 **721** 張
減少比例 **0.9** %

■ 服務廠回收管理

• 紙箱包裝材

服務廠零件包裝紙箱回收，減少紙箱用量。降低資源浪費亦減少處理成本。

執行成效
包裝材回收率 **110.5** %
減少紙箱 **23,736** 個 / 年

• 保險桿包裝袋

原保險桿使用塑膠袋包裝出貨，為降低塑膠使用量並減少保險桿損傷率，改用可回收使用之包裝袋。

執行成效
回收次數 **5,907** 次 / 年
減少塑膠袋 **5,907** 個 / 年

• 中央給油供應系統

2024年全年機油使用量798,979公升，其中0W20機油中央給油使用量，共451,553公升，瓶裝油使用量347,426公升。

執行成效
中央給油使用率 **56.5** %
減少空瓶 **451,553** 瓶 / 年

6.3 綠色活動

◆ 6.3.1 2024年度永續活動

• 環境月活動

以「珍愛台灣 綠化家園」為活動主題，深耕轄區並延展綠色版圖，至今已舉辦16年，透過本活動邀約南都員工、眷屬與社區民眾、公部門學校齊力協力合作，讓參與者於活動中實踐與體會低碳、減塑(廢)及綠化之重要性。2024年於嘉義縣東石鄉塭仔社區舉行。

執行成效

參與人數 421人
累積參與人數 4,838人

• 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。2024年其它共計16處海岸城市進行淨灘活動，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。

執行成效

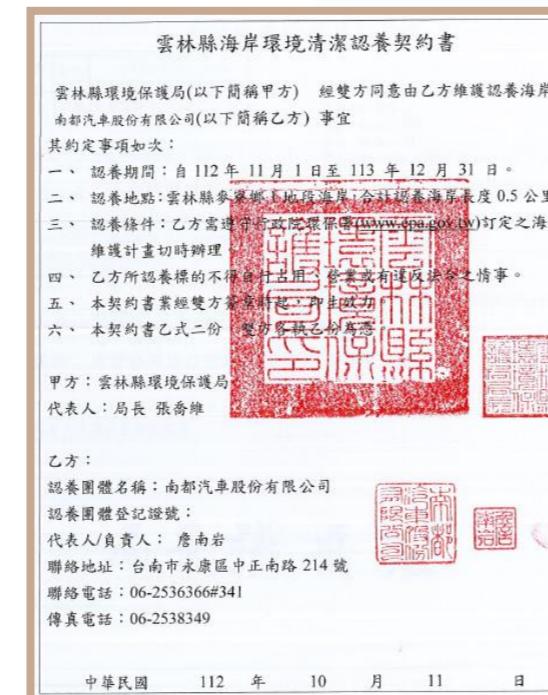
參與人數 1,280人
活動場次 3場

• 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，認養雲林許厝寮漁港0.5公里海岸線，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。

執行成效

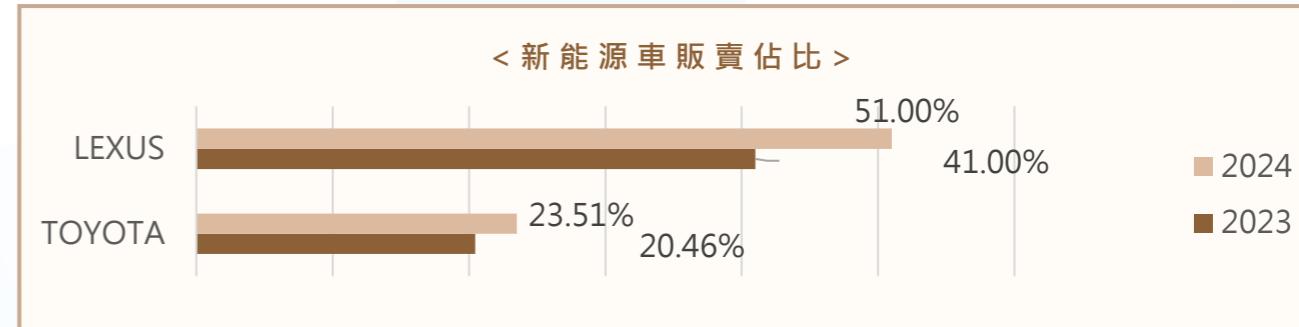
淨灘1次
66人
約45公斤垃圾



「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，2019年起油電車銷售量大增，並截至2024年已售出超過3,053萬台油電混合車，為地球減少超過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。

■ 新能源車銷售佔比 - TOYOTA + LEXUS

豐田汽車自2023年起陸續導入多款新能源車，隨著新能源車造車成本逐年降低且消費者環保意識抬頭，新能源車銷售佔比也逐年攀升，其中LEXUS成長更為明顯。



■ 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	2024	合計
台南	2	3	5	1		11
嘉義		1	1	1	2	5
雲林	1		2			3

6.4 生物多樣性教育

南都汽車雖屬汽車零售產業，與生物多樣性議題之直接關聯性相對較低，然我們深信企業應具備生態意識，積極參與自然保護與環境教育，善盡企業社會責任。

一、員工生態教育與參與

2024年南都汽車與雲品國際酒店合作舉辦ESG課程及工作坊，安排經營主管參加「**生物多樣性導覽體驗活動**」，前往自然場域進行實地觀察與導覽學習，了解原生動植物的生態系統及其與人類生活的密切關係。此活動獲得員工熱烈迴響，有效強化經營主管對生態保護與永續觀念的認同。

二、活動亮點：

- 活動地點：雲品國際酒店自然生態教育區
- 導覽主題：ESG講座、綠廊散策、生態瓶DIY
- 參與人數：42人
- 滿意度調查結果：4.77分(滿分5分)，主管們認為有助於提升生態意識，也對ESG有更深刻的認識與反思

三、未來承諾

南都未來將持續尋求更多生態相關的企業參與機會，包括：

- 鼓勵員工參加自然體驗或環境志工活動
- 評估在營運場域中導入綠化的可行性（綠植布置）或美國LEED綠建築認證
- 支持在地生態保育單位之合作專案

透過此類措施，我們希望即便身處汽車零售產業，也能成為生態保育意識的倡導者之一。



6.5 轄區閒置廠房利用

隨著產業結構轉型，部分傳統製造業產能外移，導致廠房長期閒置。為妥善活化既有空間、避免土地與建物資源浪費，並加速引進新興產業，南都在尋找保修站的過程，採「盤點—媒合—再生」三階段策略：首先盤點閒置廠房的地理位置、建築條件與權屬，其次透過與地主的聯繫與溝通，促進舊廠房再利用，並於2024年4月於臺南市分別設立「新市保修站」及「新化保修站」。

盤點閒置廠房



與地主聯繫



促進再利用



設立保修站



新市保修站

BEFORE

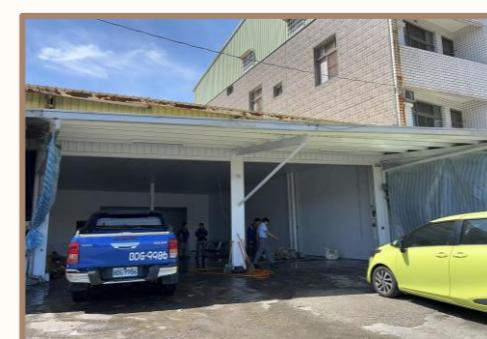


AFTER



新化保修站

BEFORE



AFTER



7.1 關於報告書

歡迎您閱讀南都汽車2024年度企業永續報告書。本報告書主要揭露2024年度(2024/1/1~2024/12/31)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。自2023年起，本公司依據GRI準則發行永續報告書，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。

7.2 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：臺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/>



7.3 GRI永續性報導準則 (GRI 準則) 對照表

使用聲明：南都汽車 民國113年永續報告書為依循GRI準則，報告期間為民國 113 年 1 月 1 日至民國 113 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	1.2 南都簡介 1.3 南都發展史	4 5
	2-2	組織永續報導中包含的實體	1.2 南都簡介 7.4 聯絡資訊	4 76
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	7.1 關於報告書 7.2 意見回饋	70
<GRI2> 2. 活動與工作者	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.4 使命、願景、核心價值觀	6
	2-7	員工	4.1 多元共融與人權保護 4.2 人才投資與成長	33 35
<GRI2> 3. 治理	2-9	治理結構及組成	3.1 公司經營架構	17
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	3.1 公司經營架構	17
	2-11	最高治理單位的主席	3.1 公司經營架構	17
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.1 經營者的話 2.1 永續政策	3 9
	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	1.5 短中長期經營方針 2.1 永續政策	7 9
	2-15	利益衝突	2.4 利害關係人溝通與重大性議題分析	12
	2-16	溝通關鍵重大事件	3.3 風險管理	21
	2-17	最高治理單位的群體智識	1.2 南都簡介 3.1 公司經營架構	4 17
	2-18	最高治理單位的績效評估	2.3 肯定與榮耀 3.2 經營狀況及成效	11 19
<GRI2> 4. 環境	2-19	薪酬政策	4.3 友善工作環境	39
	2-20	薪酬決定流程	4.3 友善工作環境	39
	2-21	年度總薪酬比率	3.2 經營狀況及成效	19

7.3 GRI永續性報導準則 (GRI準則) 對照表

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
	2-22	永續發展策略的聲明	1.1 經營者的話 2.1 永續政策	3 9
	2-23	政策承諾	1.4 使命、願景、核心價值觀 2.1 永續政策	6 9
	2-24	納入政策承諾	1.5 短中長期經營方針 3.3 風險管理 3.4 法規依循 4.1 多元共融與人權保護 6.1 環境永續理念	7 21 30 33 64
<GRI2> 4. 策略、政策與實務	2-25	補救負面衝擊的程序	3.2 風險管理 5.2 法規依循 4.5 職業安全與健康促進 6.1 環境永續理念	21 30 47 64
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	3.3 風險管理 3.4 法規依循 5.1 顧客關係	21 30 54
	2-27	法規遵循	3.4 法規依循	30
	2-28	公協會的會員資格	5.2 社會共好	58
<GRI2> 5. 利害關係人議合	2-29	利害關係人議合方針	2.4 利害關係人溝通與重大性議題分析	12
	2-30	團體協約	4.1 多元共融與人權保護	33
	3-1	決定重大主題的流程	2.4 利害關係人溝通與重大性議題分析	12
<GRI3> 決定重大主題的指引	3-2	重大主題列表	2.4 利害關係人溝通與重大性議題分析 3.3 風險管理	12 21
	3-3	重大主題管理	3.3 風險管理	21

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
	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3.2 經營狀況及成效	19
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	6.2 環境施策 6.3 綠色活動	65 68
GRI 201 經濟績效	201-3	確定給付機制與其他退休計畫	4.3 友善工作環境	42
	201-4	取自政府之財務補助	◆ 人資相關補助-人力提升、青年旗艦補助款合計2,653,450元。 ◆ 節能設備補助-113年度計214,650元。	-

7.3 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	4.3 友善工作環境	42
	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	5.2 社會共好	58
GRI 203 間接經濟衝擊	203-2	顯著的間接經濟衝擊	6.3 綠色活動	68
	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 204 採購實務	205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	3.4 法規依循	30
	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	3.4 法規依循	30
	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	無此情事	-
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	無此情事	-

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 環境施策	65
	302-4	減少能源消耗	6.2 環境施策	65
	302-5	降低產品和服務的能源需求	6.2 環境施策 6.3 綠色活動	65 68
GRI 303 水與放流水	303-3	取水量	6.2 環境施策	65
	303-4	排水量	6.2 環境施策	65
	303-5	耗水量	6.2 環境施策	65

7.3 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	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	6.2 環境施策	65
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	6.2 環境施策	65
	305-3	其他間接(範疇三)溫室氣體排放	6.2 環境施策	65
GRI 306 廢汙水和廢棄物	306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	6.2.3 廢棄物管理	66
	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	6.2.3 廢棄物管理	66
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	6.2 環境施策	65
GRI 308 供應商環境評估	306-3	廢棄物的產生	6.2 環境施策	65
	306-5	廢棄物的直接處置	6.2.3 廢棄物管理	66
	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	4.1 多元共融與人權保護	33
	401-2	提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	4.2 人才投資與成長 4.3 友善工作環境	35 42
	401-3	育嬰假	4.3 友善工作環境	42
GRI 403 職業安全衛生	403-1	職業安全衛生系統	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-3	職業健康服務	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-6	工作者健康促進	4.5 職業安全與健康促進	47

7.3 GRI永續性報導準則 (GRI準則) 對照表

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 403 職業安全衛生	403-7	預防和減緩與業務關係直接關聯之職業安全衛生的衝擊	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-9	職業傷害	4.5 職業安全與健康促進	47
	403-10	職業病	4.5 職業安全與健康促進	47
GRI 404 訓練與教育	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	4.2 人才投資與成長	35
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	4.2 人才投資與成長	35
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.2 人才投資與成長	35
GRI 405 員工多元化與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元化	4.1 多元共融與人權保護	33
	405-2	女性與男性基本薪資與薪酬的比率	4.3 友善工作環境	42
GRI 406 不歧視	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	4.1 多元共融與人權保護	33
GRI 407 結社自由與團體協商	407-1	可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	4.3 友善工作環境	42
GRI412 人權評估	412-2	人權政策或程序的員工訓練	4.1 多元共融與人權保護	33
GRI 413 當地社區	413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	5.2 社會共好	58
GRI 414 供應商社會評估	414-1	使用社會準則篩選新供應商	主要供應商和泰汽車，符合社會永續準則。可參閱和泰ESG報告內容。	
	414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	主要供應商和泰汽車，無重要人權影響。可參閱和泰ESG報告內容。	
GRI 417 行銷與標示	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	6.1 環境永續理念	64
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	無此情事	
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	無此情事	
GRI 418 客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	3.3 風險管理	21
GRI 419 社會經濟法規遵循	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	無此情事	

7.4 聯絡資訊

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	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
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	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
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 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
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	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
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	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
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	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
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	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
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	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
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	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
斗六	電話 : (05)5346511 FAX : (05)5330366 地址 : 斗六市明德北路三段280號	民雄 PDS	電話 : (05)2203761 FAX : (05)2217874 地址 : 嘉義縣民雄工業區中山路2-2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
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	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

南都汽車股份有限公司
NANDU MOTOR Co., Ltd.

