

# 中華汽車工業股份有限公司

## 2013企業社會責任報告書

Corporate Social Responsibility Report



# 目錄

	報告書概述.....	02
	經營者的話.....	03
	企業社會責任推動與管理.....	05
	公司概況.....	08
	公司治理.....	24
	員工照護.....	32
	環境永續.....	43
	客戶與夥伴關係.....	64
	社會公益.....	69
	附錄.....	76

## 報告書概述

歡迎閱讀中華汽車工業股份有限公司(以下稱中華汽車或本公司)首次發行的企業社會責任報告書，本報告書在高階主管的關心與大力支持下，經過公司相關單位與員工的共同努力編製而成，主要讓社會大眾以及所有關注中華汽車的利害關係人，全方位的瞭解中華汽車在永續經營及企業社會責任方面的理念與實踐，以及我們對於各項CSR相關議題的持續努力與決心。

### 報告期間

本報告書係揭露2013年(2013年1月1日至12月31日)中華汽車於經濟、社會、環境等各面向的績效與執行情形，但部分對上述期間之前的事實與之後的計畫，視需要亦有刊載。

### 報告範疇

本報告書主要涵蓋範疇基本上以中華汽車為主要揭露對象，若涉及相關關係企業將於本報告書中清楚載明。

### 報告書撰寫原則

本公司CSR管理委員會參照全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative)之第四代「永續性報告指南」(簡稱GRI G4)，並遵循核心選項揭露相關資訊，以及向標竿企業請益學習，編輯本報告書，本報告書最後經由公司各相關部門主管、CSR管理委員會主任委員依其專業知識與管理經驗審查，內容包含公司概况、公司治理、員工照護、環境永續、客戶與夥伴關係及社會公益等項目，並包含GRI 指標對照表。我們規劃每年編製發行企業社會責任報告書。

### CSR聯絡資訊

為響應環保，推行無紙化，本報告書完整內容以電子版本置於中華汽車企業網站(<http://www.china-motor.com.tw/>)，以供社會大眾下載瀏覽，若您對於本報告書之內容有任何疑問或建議，歡迎您與我們聯繫。

聯絡人：CSR管理委員會 執行秘書

電話：03-4783191 分機2457、2537

傳真：03-2707773

Email：paofen@china-motor.com、lynn.chen@china-motor.com

地址：桃園縣楊梅市秀才里秀才路618號





嚴凱泰 董事長  
中華汽車工業股份有限公司

### 立足台灣 邁向國際

中華汽車以供應經濟實用的商用車起家，立足台灣已超過四十個年頭，一直以來總是順應台灣的社會經濟發展、了解使用者的需求而奮鬥，從六〇年代台灣邁入經濟起飛的時期，生產商用車與中小企業一同創業打拼，到1990年起台灣社會開始重視家庭生活而首次跨入家用轎車產品，隨後於2000年起陸續引進新款轎車產品、運動型多用途車(SUV)及六、七人座多功能休旅車(MPV)開創新市場，並在環保意識興起後，於2010年推出電氣二輪車，在在都顯示中華汽車深耕台灣、與時俱進的努力與用心。

長期以來，中華汽車在台灣的生产技術與品質一致性都深受日本三菱汽車的認可，並且專門針對台灣市場消費者的需求偏好進行在地化設計調整，所生產車款的造型大多是全球獨一無二，具備作為技術母廠外銷車型的條件。

2008年全球金融海嘯之後，日本各大車廠深受日幣升值所苦，加上發生了日本東北大地震、泰國水災等重大天災，讓日本車廠開始省思全球生產體系重新佈局的重要性，中華汽車趁勢於2012年成功爭取日本三菱汽車同意合作外銷「LANCER FORTIS」車型至中東市場，大幅擴大成車外銷台數，加速邁向國際的步伐。

### 致力公益 回饋社會 善盡企業社會責任

中華汽車不僅持續追求企業成長，更以企業公民自許，秉持著「取之於社會、用之於社會」的理念，長期關懷員工、營造幸福企業，也在「體育休閒」、「藝術文化」和「人文關懷」等方面的公益活動上投注許多心力與企業資源，近年來，更著重於贊助偏鄉孩童閱讀計劃、協助偏鄉社區發展、支持原住民圓夢、推動偏鄉農村夥伴助銷，以期改善偏鄉生活條件、縮短城鄉落差。

今年中華汽車首次推動企業社會責任報告書，一方面是為了記錄我們努力的成果，對公司的利益關係人負責，另一方面更是以此為起點，堅定中華汽車永續發展的決心，努力不懈地善盡企業社會責任！





劉興臺 總經理  
中華汽車工業股份有限公司

## 自主研發 創新綠能

中華汽車一直以來導入日本三菱汽車的技術與車型，在台灣進行國產化開發，並且為因應台灣市場需求，多年來累積了許多外觀、內裝與式樣配備改型的能力，也建立了嚴謹的生產及品質管理體系。在中華汽車四十週年所推出Colt Plus大改款車型，是首次由中華汽車主導開發的新車款，不僅在外型上有所突破，同時中華汽車自主開發的能力也經過日本三菱汽車的驗證與肯定，技術及品質都達到了國際的水準，未來這樣的車型合作開發模式將有機會逐步展開。

中華汽車目前也充分利用多年來累積的經驗與培養的能力，延伸開拓新事業，其中包括已經初步取得成績的電氣二輪車、還有搭配生管物流系統所自製的自動搬運車，以及藉由內部資深員工的經驗與學識發展管理顧問事業。另外，更積極投入綠能電動車輛的關鍵零組件研究與開發，包括：電動自行車動力套件、電動機車的兩檔變速器、電池管理系統等等，都取得了一些初步的成果，假以時日，相信自主技術開發定能成為中華汽車持續發展的契機。

## 節能減碳 環保永續

創新的產品與卓越的品質是中華汽車對使用者的承諾，維護與我們互依互存的地球環境，亦是我們設計研發與生產製造時不忘加強的重點。中華汽車所產銷的汽車運輸工具，旨在提昇人類整體的生活水準。因此，我們除了在產品設計上以「節能低油耗、環保再生」等概念設計高品質的產品外，更在產銷汽車的過程中，從不忘企業對環境保護的責任，謹慎處理對環境產生影響的廢水、廢氣、廢棄物、噪音等汙染物，並將資源做最有效的回收與利用。

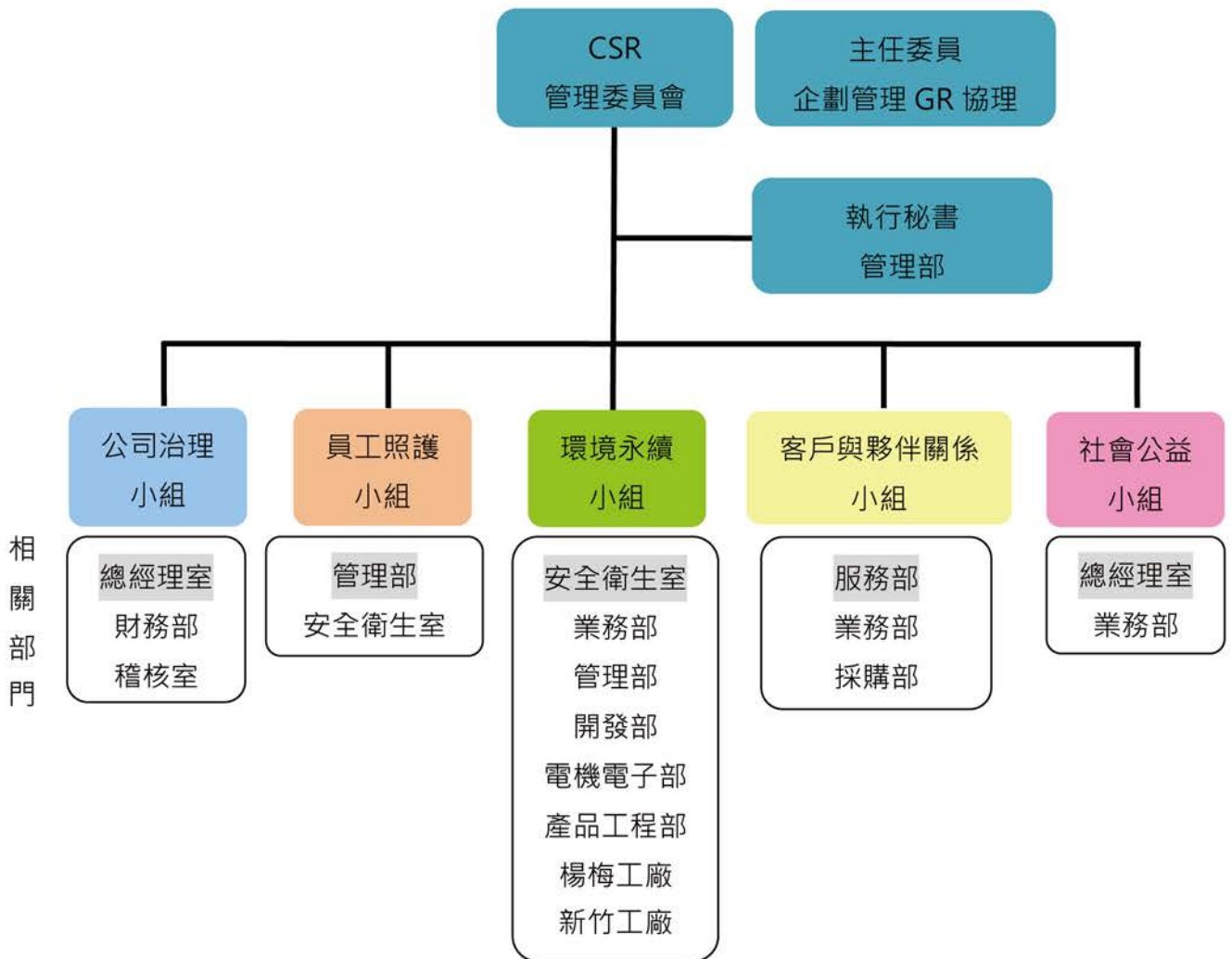
最後，感謝中華汽車的利益關係人對我們長期的支持與鼓勵，中華汽車將持續以「和諧、創新、卓越」的經營理念，力行節能減碳、關懷偏鄉弱勢，追求環保永續、善盡社會責任。四十年來，中華汽車與台灣一同走過經濟奇蹟，未來，中華汽車也會繼續貢獻心力向前邁進，期望達到人、車、地球三者依存共生、永續發展的境界！



# 企業社會責任推動與管理

## CSR管理委員會組織與運作方式

中華汽車長期以來積極推動公司治理、發展永續環境以及維護社會公益等，為了讓企業社會責任工作的推行更具效率性，本公司在2014年通過設置「企業社會責任管理委員會(簡稱CSR管理委員會)」，由企劃管理GR協理擔任主任委員，下設「公司治理」、「員工照護」、「環境永續」、「客戶與夥伴關係」及「社會公益」小組，由總經理室、管理部、安全衛生室及服務部擔任各小組主要擔當，各小組其他相關部門則包含財務部、稽核室、業務部、開發部、電機電子部、產品工程部、楊梅工廠、新竹工廠、採購部，負責推動企業社會責任工作及編輯本公司企業社會責任報告書，並定期向董事會呈報執行成果。



註：■表主要擔當部門。

## CSR管理委員會運作方式

- 每年召開1次年度會議，由各小組相關部門說明推動企業社會責任之執行情形(另視需要不定期召開會議)。
- 每年完成前一年度CSR報告書之編製。
- 每年提報董事會，說明年度企業社會責任執行成果。
- 每年於年報揭露履行社會責任情形。

## 利害關係人鑑別、溝通管道與關注議題

中華汽車非常重視利害關係人對於永續資訊的需求，2014年我們透過CSR管理委員會之公司治理、員工照護、環境永續、客戶與夥伴關係、社會公益小組成員辨識與本公司永續經營攸關之利害關係人、溝通管道及回應方式與關注議題，以期與利害關係人共創共享經濟、社會和環境永續之三重盈餘。

利害關係人	溝通管道及回應方式	關注議題
股東	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每年召開股東常會 1 次</li> <li>• 每年定期出版財務年報</li> <li>• 每年定期舉辦法人說明會</li> <li>• 於公司官方網站、公開資訊觀測站公佈經營狀況與適時揭露重大訊息</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 經營績效與獲利</li> <li>• 風險管理</li> <li>• 法令遵循</li> <li>• 資訊揭露</li> </ul>
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每月召開勞資會議</li> <li>• 每 2 個月召開職工福利委員會</li> <li>• 每 3 個月(間接單位)、1 個月(直接單位)召開職業安全衛生委員會</li> <li>• 主管與員工不定期進行溝通會議</li> <li>• 員工申訴專線電話、傳真、電子信箱</li> <li>• 性騷擾申訴專線電話、傳真、電子信箱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 薪酬與福利</li> <li>• 訓練與發展</li> <li>• 績效管理與晉升</li> <li>• 職業安全與衛生</li> <li>• 人權平等</li> <li>• 溝通管道</li> </ul>
客戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 不定期舉辦顧客關係活動</li> <li>• 24 小時的 0800 顧客關懷中心</li> <li>• 客戶滿意度調查</li> <li>• 遵循個人資料保護法，確保顧客隱私權</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 產品與服務品質</li> <li>• 客戶隱私保護</li> </ul>
供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 綠色物料採購為重要方向，積極推動供應商通過 ISO 14001 認證</li> <li>• 每年定期舉辦協力大會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 綠色採購</li> <li>• 供應鏈管理</li> </ul>



利害關係人	溝通管道及回應方式	關注議題
經銷商	<ul style="list-style-type: none"> <li>•每月與經銷商舉行 CS 會議</li> <li>•每季定期收集經銷商經營財報彙總分析</li> <li>•參與經銷商董事會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•銷售滿意度</li> <li>•顧客滿意度</li> </ul>
社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>•投入偏鄉農村社區夥伴發展計畫</li> <li>•解決原住民知的問題·贊助天下雜誌教育基金會「希望閱讀」計畫</li> <li>•舉辦國際體操邀請賽、國際馬拉松</li> <li>•推動「楊梅人種楊梅樹」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•關懷活動</li> <li>•藝文/體育推廣</li> <li>•環保宣導</li> </ul>

### 利害關係人關注議題之重大性分析矩陣圖

透過重大性分析矩陣圖，我們將關注議題進行歸類：

■ 對本公司營運有高度影響性

「經營績效與獲利」、「資訊揭露」、「薪酬與福利」、「訓練與發展」、「績效管理與晉升」、「產品與服務品質」、「客戶隱私保護」、「銷售滿意度」、「顧客滿意度」、「風險管理」、「法令遵循」、「職業安全與衛生」共12項。

■ 對本公司營運有中度影響性

「人權平等」、「溝通管道」、「關懷活動」、「綠色採購」、「供應鏈管理」、「藝文/體育推廣」、「環保宣導」共7項。

■ 目前利害關係人關注議題沒有屬於低度影響性，而本公司對這些關注議題所採取的行動及執行成果，請閱讀本報告書相關內容。

利害關係人的關注程度	高度	<ul style="list-style-type: none"> <li>•人權平等</li> <li>•溝通管道</li> <li>•關懷活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•經營績效與獲利</li> <li>•資訊揭露</li> <li>•薪酬與福利</li> <li>•訓練與發展</li> <li>•績效管理與晉升</li> <li>•產品與服務品質</li> <li>•客戶隱私保護</li> <li>•銷售滿意度</li> <li>•顧客滿意度</li> </ul>	
	中度	<ul style="list-style-type: none"> <li>•綠色採購</li> <li>•供應鏈管理</li> <li>•藝文/體育推廣</li> <li>•環保宣導</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•風險管理</li> <li>•法令遵循</li> <li>•職業安全與衛生</li> </ul>	
	低度			
		低度	中度	高度
對本公司營運的影響程度				



# 公司概況



中華40 歷久彌新.....	09
財務績效.....	16
前瞻未來.....	22



## 中華40 歷久彌新

中華汽車從1988年12月自行研發第一款輕型商用車-威利(Varica)上市開始，不斷以精進自主開發能力為目標，投入資源與精神追求更卓越的造車技術，並從初期的商用車領域跨足乘用車領域，成為台灣商用車及乘用車領導品牌，爾後因應全球綠能、節能減碳趨勢，2009年推出自主品牌「GreenTrans」進軍電動機車及電動自行車市場，成為台灣電動機車領域的龍頭，持續創新經營，厚植四輪及二輪產品技術實力。

為提高自主開發的技術能力，本公司於1999年6月耗資超過新台幣60億元成立中華汽車亞洲技術研發中心(「China-Motor Asia Research & Technology Center- CARTEC」)，為台灣車廠成果最豐碩的研發中心。使中華汽車擁有快速設計、改型及驗證產品的能力，可因應市場需求並開拓外銷商機。未來，中華汽車將持續努力，為台灣汽車、電動車輛研發製造能力寫下嶄新的一頁。





## 公司基本資料

公司名稱：中華汽車工業股份有限公司 China Motor Corporation	資本額(實收)：新台幣138.41億元
總部地址：桃園縣楊梅市秀才里秀才路618號	營業額(合併)：新台幣355.40億元(2013年)
創立日期：1969年6月13日	員工人數：1,996人(2014.08)
董事長：嚴凱泰	最大股東：台元紡織(25.19%)
總經理：劉興臺	

## 2012年及2013年大事紀

### 2013年

- 11月 接受經濟部工業局表揚，成為車廠唯一榮獲節能減碳績優肯定之企業
- 10月 首度自主研發3.5噸卡車中華新達全新上市
- 9月 Super中華菱利Veryca全新造型車款上市
- 9月 Colt Plus聰明小轎旅全新上市
- 9月 電動自行車e-moving Bobe上市，電動二輪車全產品到位
- 8月 轉投資公司東南汽車V6菱仕上市
- 6月 e-moving Super上市
- 5月 Pro Canter五期環保新車上市
- 3月 榮獲數位時代綠色品牌大調查優等

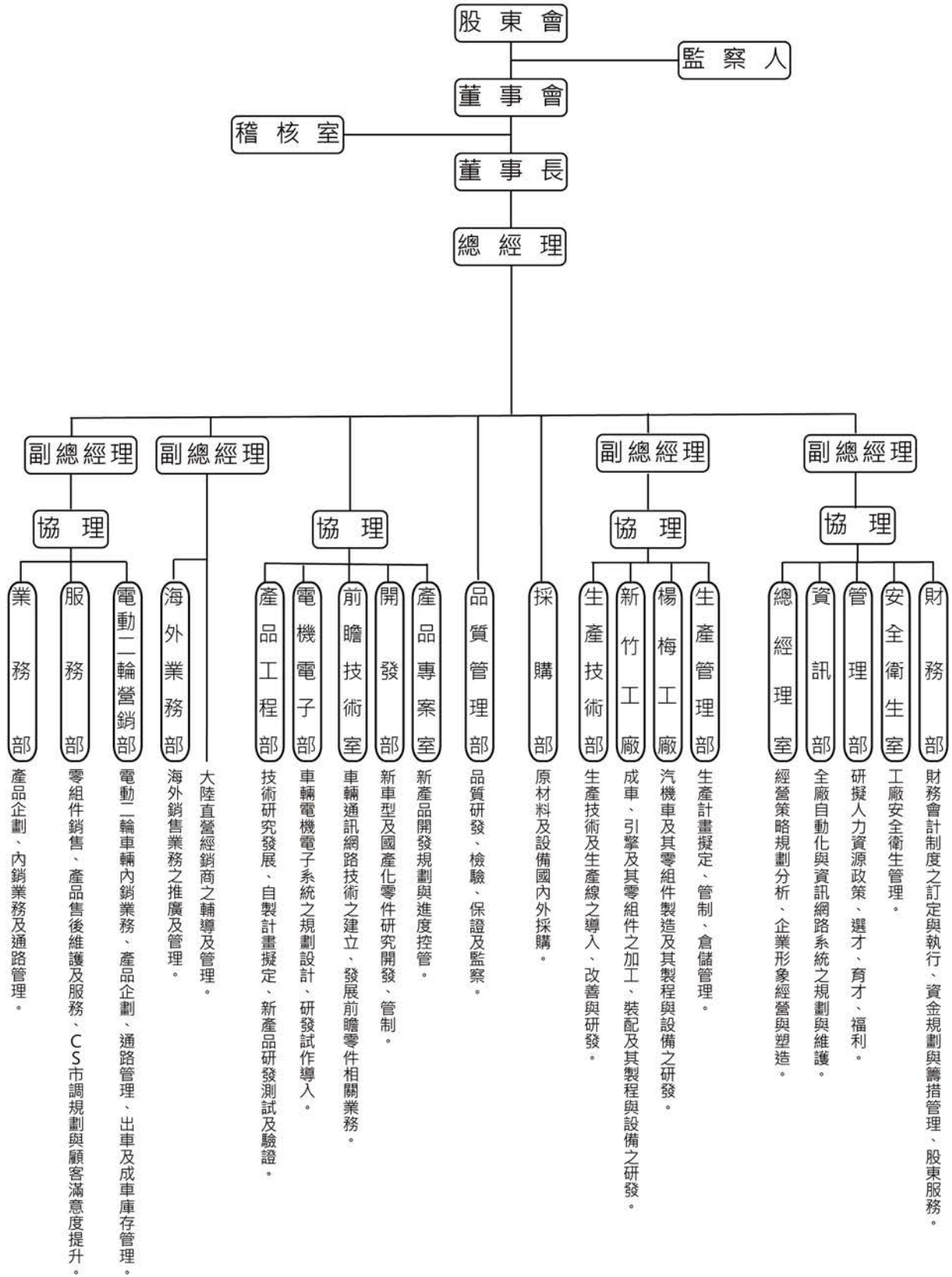
### 2012年

- 12月 Delica全新造型車款上市
- 12月 榮獲第二屆台灣綠色典範獎
- 10月 榮獲行政院環保署「廢棄資源管理績優事業選拔」特優獎
- 9月 Lancer Fortis首度出口中東市場
- 9月 轉投資公司東南汽車V5菱致上市
- 3月 e-moving Plus及e-moving漾全新上市
- 3月 全新Lancer iO上市





# 中華汽車組織系統圖





## 營運據點

中華汽車秉持Drive @ earth愛地球樂駕馭的品牌精神，持續推出各式的進口車、國產轎車、休/商旅車及商用車銷售服務，相繼獲得國內市場肯定，近年來更致力於推廣「Green-Trans」品牌電動機車等綠能產品，以期創造及滿足環保意識逐漸抬頭的消費需求。未來，本公司仍持續以對市場的敏銳度及累積多年的研發經驗，透過內、外部資源整合，推廣更多樣化產品及服務至歐美、中國大陸、東南亞及中東等國家，以達成公司目標及股東期望。

- 在台灣地區計125個營業所及145個服務廠。(2014年8月)
- 在中國大陸地區計394個營業展廳、352個保修廠。(2014年8月)
- 在其他地區(不含中國大陸及台灣)，以B to B方式外銷，輸出整車、模具及零組件至東南亞、中東、非洲、歐洲(以GreenTrans綠能產品為主)、中南美洲及北美洲等地區國家，目前暫無設立營業及服務據點。



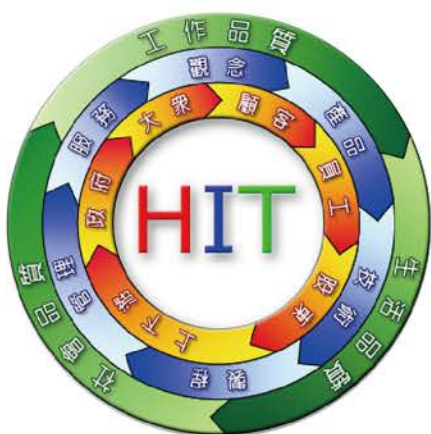


## 主要產品

中華汽車主要生產各式商用車、轎車及休/商旅車，主要用途為載貨、載客及提供休閒之使用，另外亦跨足綠能事業，推出一系列電動機車及電動自行車等產品，滿足全方位的消費需求，目前主要產品項目如下：

品 牌	產 品 系 列
	<b>轎車部份</b> Lancer 車系：無段變速轎車(Lancer Fortis 1.8L、Lancer iO 1.8L/2.0L) Colt Plus 車系：無段變速掀背轎車(Colt Plus 1.5L)
	<b>休/商旅車部份</b> Outlander 車系：無段變速休旅車(Outlander 2.4L) Zinger 車系：四速自排/五速手排休旅車(Zinger 2.4L)
	<b>商用車部份</b> Delica 車系：五速手排客貨車(Super Delica 2.4L)
	<b>商用車部份</b> Veryca 車系：五速手排客貨車(Super Veryca 1.2L/1.3L) Leadca 車系：五速手排貨車(Leadca 3.49 噸)
	<b>商用車部份</b> Fuso 車系：五速/六速手排重車(Fuso 3.49 噸 ~ 17 噸)
	<b>電能車輛部份</b> 電動機車車系：e-moving、e-moving plus、e-moving 漾、e-moving Super 電動自行車車系：e-moving Bobe

以世界級頂尖車廠為目標，立足台灣，放眼亞太。



中華汽車秉持HIT之經營理念，在和諧中不斷創新以求卓越，因應時代趨勢跨足綠能產業，為員工、企業、社會三方創造價值，永續經營，回饋社會。



## 機密資料保護

隨著資訊技術快速發展，現代企業資料都已電子化，中華汽車為保護公司機密資料，全面導入機密文件加密系統以降低洩密風險與損失，並透過資訊技術保護及管理公司機密資料，包括核心技術、智財權、專利及營業機密...等；機密資料保護是一項持續性的工作，中華汽車不斷加強資安觀念宣導、資安工具應用宣導及使用，並與各部門協力建立機密資料保護及處理ISO文件，以求更有效地保護公司機密資料。

中華汽車採用以下作法，以確保機密資料能得到適當且有效的保護：

### ■對外

- 1.建置大門及重要事業單位的門禁管制和監控系統，持續管控內外部人員及車輛的進出。
- 2.依需求提供供應商相關的安全管理建議，各供應商除應遵守相關的規範及接受相關的訓練外，並須簽訂保密協議。

### ■對內

- 1.制定機密資料保護管理辦法。
- 2.執行機密資料保護，實施實體安全措施和控管。
- 3.善用IT安全技術能力，部署適當的機密資料保護解決方案。
- 4.定期對公司所有員工進行機密資料保護訓練及相關宣導，使員工瞭解機密資料保護的重要性及最佳做法。
- 5.定期進行內部稽核，維持員工對保護公司機密資料應有的適當行為。
- 6.依據違反機密資料情節，公司將依工作規則予以懲處。嚴重違規者將面臨解僱及法律訴訟。

機密資料保護架構及涵蓋範圍彙總如下：





2013年台灣汽車市場達到37.8萬台(領牌)，較2012年36.6萬台成長3.4%。其中，國產車輛銷售263,434台，較2012年267,027台成長1.2%；進口車輛銷售114,385台，較2012年98,853台成長15.7%。

中華汽車2013年內銷成車銷售42,114台(提車)，稅後淨利27.51億元，每股稅後盈餘1.86元。(2013年合併財務報告)



### 中華汽車各車型2013年銷售成果

中華汽車2013年總營收355.40億元，較2012年的417.86億元衰退15.0%。(2013年度合併財務報告)

	2013 年銷售成果		2014 年銷售預估
	銷售	營收	銷售
內銷成車(提車)	42,114 台	212.93 億元	45,590 台
外銷			
CBU(成車)	3,266 台	10.53 億元	2,400 台
CKD(零件)	12,840 台套	7.84 億元	8,160 台套
電能車輛	4,454 台	2.01 億元	6,000 台

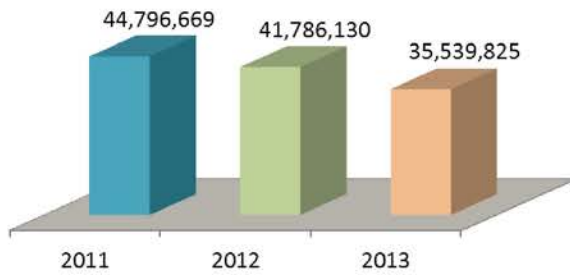
資料來源：中華汽車



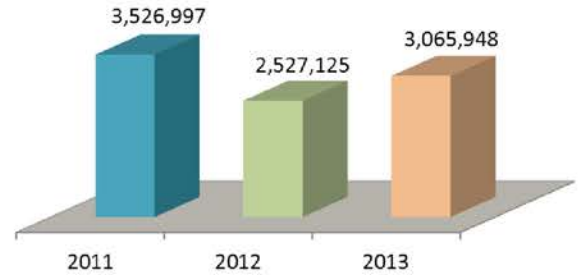


## 近三年經營表現

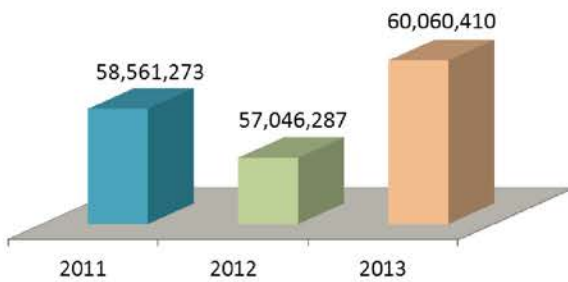
### 營業收入 (單位：仟元)



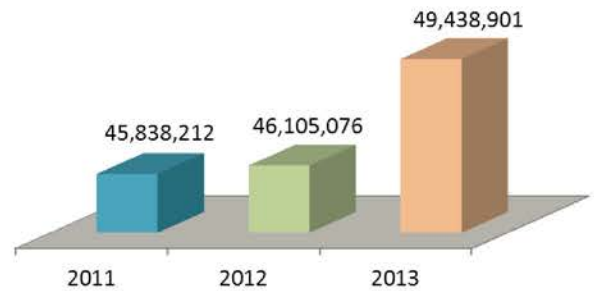
### 稅前淨利 (單位：仟元)



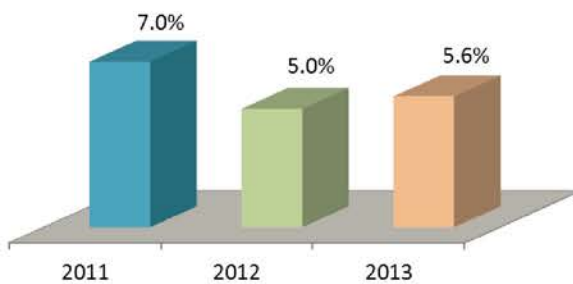
### 總資產 (單位：仟元)



### 股東權益 (單位：仟元)



### 股東權益報酬率



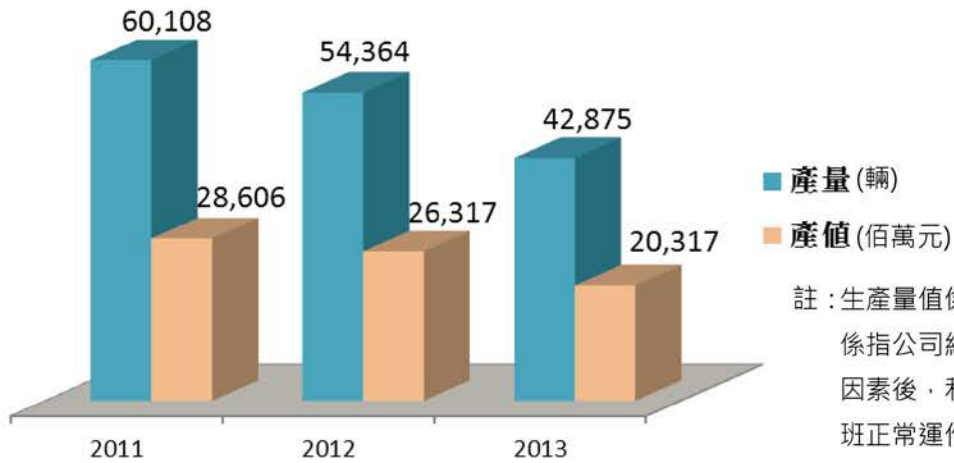
資料來源：中華汽車合併財務報告，其中2011年係採GAAP會計準則，2012~2013年係採IFRS準則(國際財務報導準則)。



## 近三年生產量值

### ■ 四輪成車部份

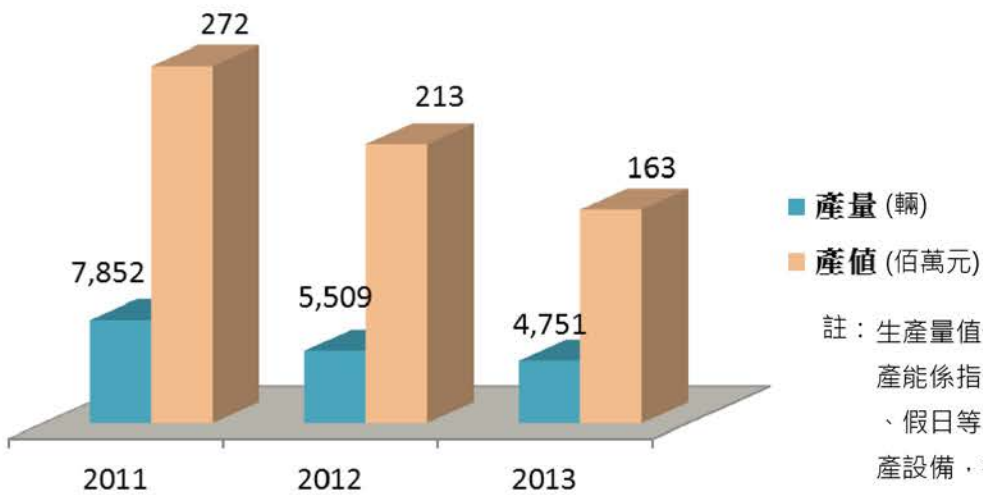
產能：56,880輛/年(單班產能)



註：生產量值係以整車生產為主，產能係指公司經衡量必要停工、假日等因素後，利用現有生產設備，在單班正常運作下所能生產之數量。

### ■ 二輪成車部份

產能：14,640輛/年(單班產能)



註：生產量值係以整車生產為主，產能係指公司經衡量必要停工、假日等因素後，利用現有生產設備，在單班正常運作下所能生產之數量。

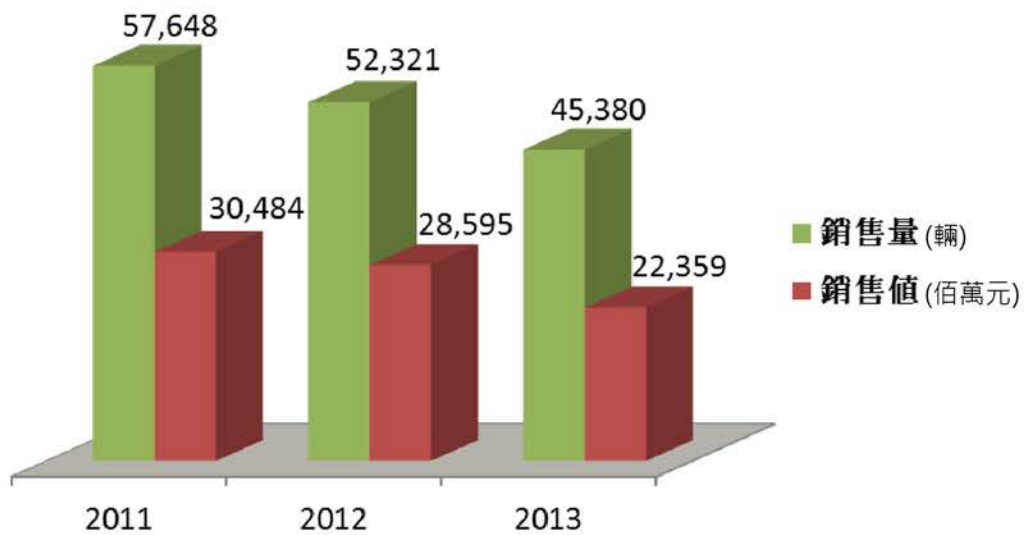
資料來源：中華汽車2013年度及2012年度年報。



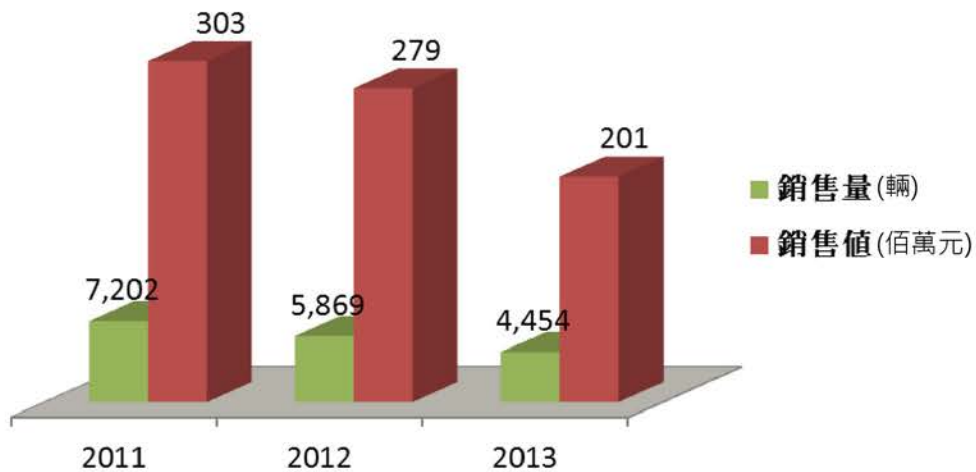


## 近三年銷售量值

■ 四輪成車部份(含內、外銷)



■ 二輪成車部份(含內、外銷)



資料來源：中華汽車2013年度及2012年度年報。





## 配合政策促進產業提升

單位：新台幣仟元

促進產業升級條例	投抵項目	2011年 可抵減稅額	2012年 可抵減稅額	2013年 可抵減稅額
產業創新條例第十條	研究與發展投資抵減	89,701	112,667	91,465
促進產業升級條例第九條	新興重要策略性產業五年免稅	—	67,491	—

資料來源：中華汽車2011~2013年之「依促進產業升級條例申報減免稅額通報單」。





## 轉投資事業

中華汽車為確保轉投資之決策及管理品質，以達成轉投資計畫目標及效益，特別訂定「轉投資管理辦法」。

本公司的轉投資事業主要係以汽車業為核心，包括整車之製造、銷售、研發及關鍵零件，其中透過第三地轉投資之東南(福建)汽車工業公司及福建奔馳汽車工業公司係為拓展大陸市場的重要事業。

迄至2013年底止，中華汽車已有23家轉投資公司(詳見2013年合併財務報告之附表七，本公司直接投資的公司家數)，國內20家、國外3家，轉投資總額約為新台幣155億元，2013年轉投資收益新台幣9.3億元，投資報酬率6.0%。整體而言，中華汽車轉投資獲利情形相較以往則呈現成長。

展望2014年投資計劃，在國內方面，為對應台灣市場激烈的競爭，將陸續推出多款新車型(包括全新休旅車及各式特仕車款)及整併/強化經銷通路體系，以求滿足消費者日益嚴苛的需求；在大陸方面，東南汽車除持續推出新汽油車款，也將推出自主品牌新能源車，以期為銷量注入新成長動能，而福建奔馳汽車也繼續透過成本低減、拓展通路據點與提升經銷售服戰力，確保公司持續獲利；在外銷方面，除了積極規劃向三菱汽車(技術母廠)爭取外銷車款，亦在目前可外銷車款上，尋求其他可能的外銷市場和機會。

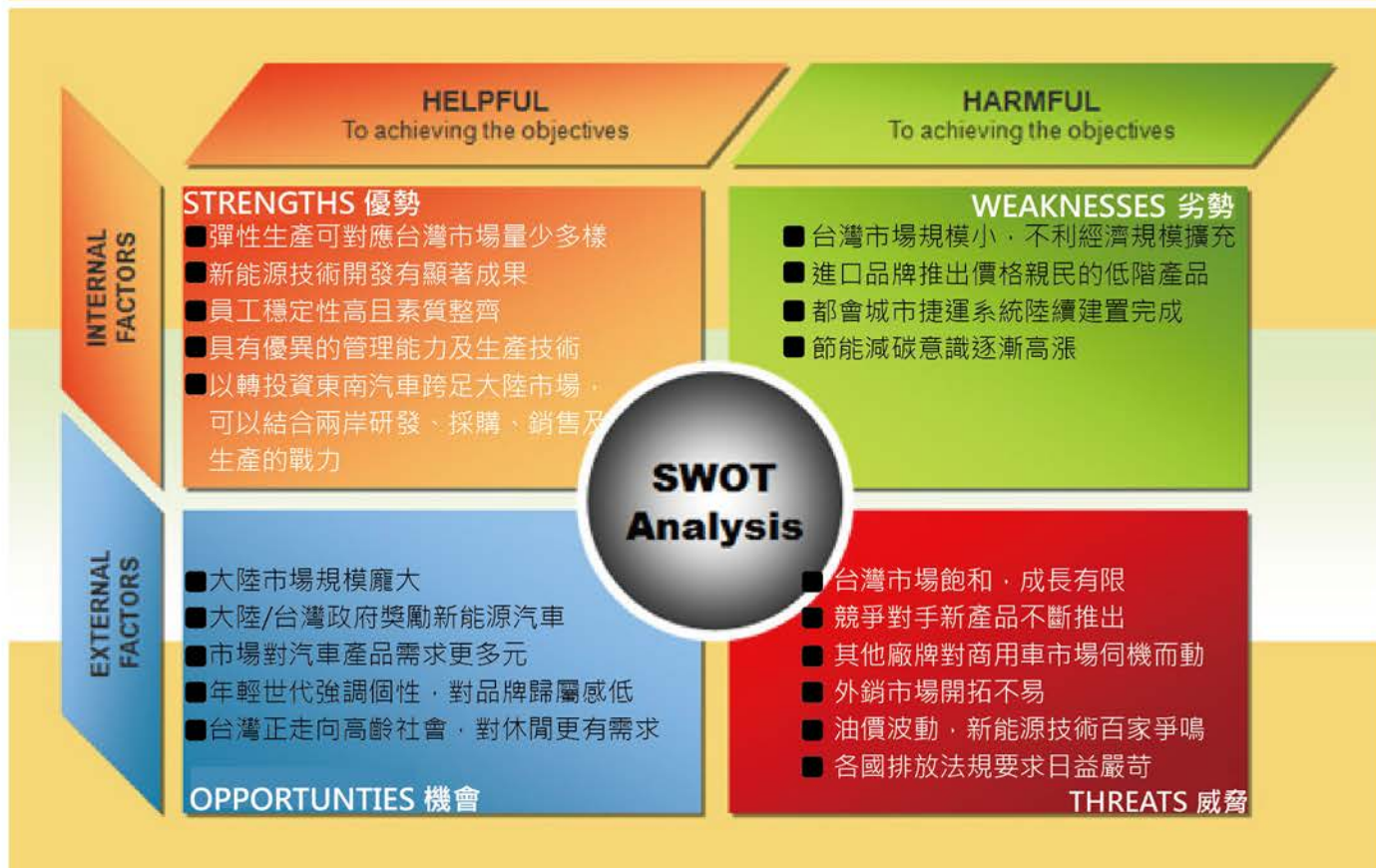


## 轉投資公司明細(通路、協力及水平周邊事業體)



穩固商車、做大轎車、台灣出發、邁向世界

### 中華汽車 SWOT 分析



中華汽車隨時掌握市場脈動，透過外在環境分析、SWOT分析及內部資源的調整對市場做出最佳的反應，利用每年公司策略研討會，瞭解市場發展趨勢並檢視每個事業發展的狀況，同時擬定並調整公司中長期發展策略，藉以持續強化公司具有的優勢並改善本身的弱勢。

針對上述SWOT分析，未來本公司採取的因應對策是持續穩固商用車在台灣市場的高市佔率，利用多年來累積的經驗與發展的技術做大台灣轎車市場，在台灣致力發展車用電子及新能源相關技術，並將這些發展成熟技術運用在自己及大陸合作夥伴的產品上，未來積極開拓中國及海外其他市場。

中華汽車透過SWOT分析，亦步亦趨的貼緊汽車產業發展趨勢，期望以堅強穩固的汽車製造本業基礎，讓公司能在台灣、中國及世界其他市場發光發熱。



## 未來重大資本支出

單位：新台幣仟元

計劃項目	2013~2016 所需總額	實際或預定資金運用情形			
		2013	2014	2015	2016
資本支出總計	4,298,584	595,395	1,368,189	1,275,000	1,060,000



## 資本支出預期效益

- 依據各車型專案時程，更新及汰換老舊生產系統及設備，以達成各項產品之開發時程及品質目標。
- 配合各車型量產導入，透過機器及設備之擴充，藉以提升各生產線之效率與品質，並投入多項開發及試驗工作，以提高產品競爭力(如品質、性價比及產品技術水準等)。
- 配合政府「五期排污」環保政策，增加防治污染相關設備之使用，同時降低生產過程所消耗之能源。
- 配合研發、導入新能源的電動機車及相關動力套件，增加研發、試驗及品質方面的系統及設備，以確保綠能產品品質的穩定度及提升產品技術層次。
- 隨時因應財務、生產、採購及管理需要，投入系統整合及資訊設備軟硬體更新，以增進生產資訊系統、財務資訊系統、管理資訊系統等使用效率。
- 因應節能減碳需要，廠房及辦公司全面改採用LED燈管及省電燈泡等照明設備，並同時在空調系統、鍋爐、生產線等大型耗電機器設備進行汰換或改善，以減少能源不必要浪費。





# 公司治理



公司治理原則.....	25
中華汽車股東結構.....	26
董事會組成與職權 .....	26
內部控制與稽核機制...	29
公司行為準則.....	30
透明化資訊揭露.....	31
風險管理.....	31





### 誠信、公開

為健全公司治理，中華汽車持續推動財務績效資訊透明、善盡企業社會責任、充分揭露企業之非財務績效資訊，包括公司經營方向及成果、董事會重大的決議、董事會薪酬及出席率、公益活動等，均詳實正確的記錄與適時揭露，完整的資訊請參閱本公司各年度的年報。



### 專業和誠信管理

中華汽車以關懷和負責的行為對待所有內、外部的利害關係人，藉由專業和務實的持續管理，創造公司所有的利害關係人之最佳利益，且於「誠信經營守則」中，明訂員工於執行業務時，不得直接或間接提供或收受不正當利益，並在員工手冊中明訂員工行為守則為「誠信、關懷及負責」，也針對新進員工進行誠信行為的教育訓練。

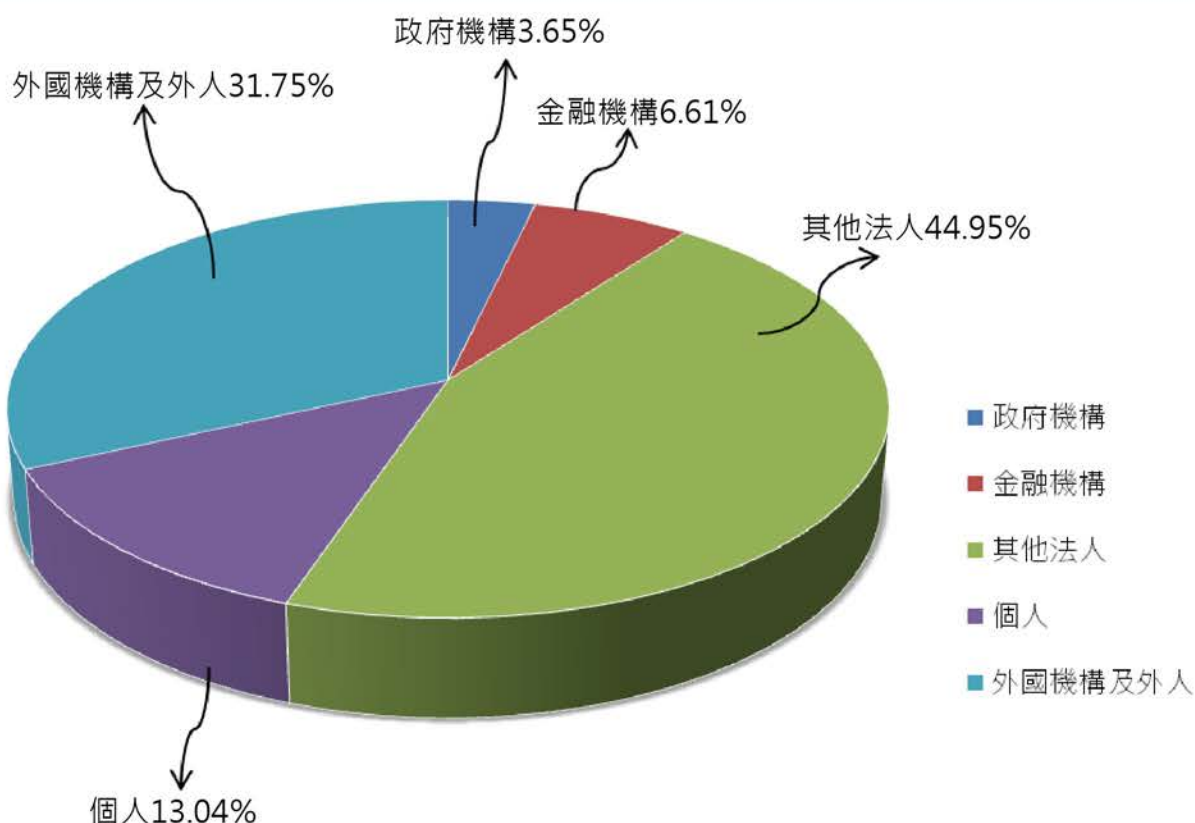
本公司內部設置安全衛生室及健康中心，保障員工的健康以及各工作環境的作業安全性，此外也提供員工正當檢舉管道以誠意傾聽員工問題、面對員工投訴，並積極鼓勵和協助員工充實職涯發展相關的知識與技能，提升其專業能力；此外，中華汽車將誠信經營政策與員工績效考核及人力資源政策結合，建立有效的獎懲制度，促進公司之永續發展、員工永續就業機會。

在商業交易時皆公平的對待消費者，本公司產品設有保固內容及合理期限，並要求業務代表在銷售時應向客戶進行說明，另外亦設有專人與0800專線，確實傾聽及處理消費者之申訴；於商業往來之前，確保協力廠商、客戶或其他商業往來交易對象之合法性及無不誠信行為紀錄，並定期召開協力會，要求供應商務必配合提升企業社會責任，以公平與透明之方式進行商業活動，確保商業資料的保密，尊重客戶和合作夥伴之商業資產與智慧財產。

本公司盡力確保向主管機關或對公眾揭露之資訊，以完整、允當、正確、及時且符合法令要求的方式為之，此外設立公司發言人及代理發言人，訂立統一發言程序，要求公司所有員工(不論是管理階層或者員工)應對公司財務或業務相關機密進行保密，不得擅自任意散佈訊息，損及公司權益。



## 中華汽車股東結構



資料來源：中華汽車2013年度年報

## 董事會組成與職權

中華汽車董事會由11位具專業背景與技術經驗的董監事所組成，其中董事9席(含2席獨立董事)，各董事均依公司法、本公司章程及其他相關法令之規定行使董事職權，自律、健全的董事會是公司治理之本，本公司持續強化公司治理之運作、重視股東之權益。每年召開股東常會1次、董事會每季至少召集1~2次，以提供中華汽車營運、法律及財務的專業諮詢，共同擔負公司策略、營運及監督之責。

中華汽車2013年董事會共召開7次會議，並於6月股東常會改選第十八屆董事及監察人，增設2席獨立董事。本公司董事、監察人之酬勞皆按公司章程及薪酬委員會規定依適當比例給付，並經股東會同意後發放。

此外，定期對簽證會計師之獨立性進行評估，評估面向包括簽證會計師與公司利益關係、是否具有雙重身分、是否有擔任公司立場伴護者、與公司人員熟悉度、是否受公司脅迫及執業期間等。董事會議事規範第16條亦明文規定董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係，致有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，並予迴避。



## 董事出席董事會狀況

經統計，中華汽車各董事之2013年全年及2014年董事會截至8月止之出席情形如下，平均出席率分別為78%、89%。

職稱	姓名	2013年 (全年7次會議)(註1)			2014年(截至8月止) (全年預計6次/已召開4次)		
		實際出席 次數	委託出 席次數	實際 出席率 (%)	實際出席 次數	委託出席 次數	實際 出席率 (%)
董事長	嚴凱泰	4	3	57%	3	1	75%
常務董事/董事	淺岡克朗	6	1	86%	4	0	100%
常務董事/董事	林信義	7	0	100%	4	0	100%
董事	陳莉蓮	4	3	57%	4	0	100%
董事	陳國榮	7	0	100%	4	0	100%
董事	陳泰明(註2)	3	0	100%	—	—	—
董事	劉興臺	7	0	100%	4	0	100%
董事	左自生	0	3	0%	—	—	—
董事	宮關寬	6	1	86%	4	0	100%
獨立董事	黃宗仁	3	1	75%	2	2	50%
獨立董事	毛渝南	2	2	50%	3	1	75%
合計		49	14	78%	32	4	89%

註1：2013年董事會開會7次，其中第十七屆董事會開會3次，第十八屆董事會開會4次(6月股東常會改選第十八屆董監事，並增設2名獨立董事)。

註2：陳泰明先生自2013年7月1日起被選任為第十八屆監察人。





## 具專業及獨立性的董事成員

職稱	姓名	是否具有五年以上工作經驗 及下列專業資格			符合獨立性情形										兼任其他公開發行公司獨立 董事家數
		商務、法律、 財務、會計或 公司業務所需 相關科系之公 私立大專院校 講師以上	法官、檢察官、 律師、會計師或 其他與公司業 務所需之國家 考試及格領有 證書之專門職 業及技術人員	商務、法 務、財務、 會計或公 司業務所 須之工作 經驗	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
董事	嚴凱泰	-	-	●	-	-	-	-	-	-	●	-	●	-	-
董事	淺岡克朗	-	-	●	●	-	●	●	-	-	●	●	●	-	-
董事	林信義	-	-	●	●	-	●	●	-	-	●	●	●	-	2
董事	陳莉蓮	-	-	●	●	-	-	-	-	-	●	-	●	-	-
董事	陳國榮	-	-	●	●	-	●	●	-	-	●	●	●	-	-
董事	劉興臺	-	-	●	-	-	●	●	-	-	●	●	●	-	-
董事	宮關寬	-	-	●	●	-	●	●	-	-	●	●	●	-	-
董事	黃宗仁	-	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	1
董事	毛渝南	-	-	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	1
董事	戚維功	-	-	●	●	-	●	●	-	-	●	●	●	-	1
董事	陳泰明	●	●	●	●	-	●	●	-	-	-	●	●	-	1

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

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





## 董事及監察人進修之情形

職稱	姓名	主辦單位	課程名稱	進修時數
董事	嚴凱泰	證券暨期貨市場發展基金會	公司治理機制下董事會及監察人職能-兼論審計委員會實務運作	3.0
董事	淺岡克朗	證券暨期貨市場發展基金會	同上	3.0
董事	林信義	證券暨期貨市場發展基金會	同上	3.0
董事	陳莉蓮	證券暨期貨市場發展基金會	同上	3.0
董事	陳國榮	Gary Hamel 論壇	因應未來的當務之急	2.0
		證券暨期貨市場發展基金會	公司治理機制下董事(會)及監察人之職能-兼論審計委員會之實務運作	3.0
董事	劉興臺	證券暨期貨市場發展基金會	同上	3.0
董事	宮關寬	證券暨期貨市場發展基金會	同上	3.0
獨立董事	黃宗仁	財團法人會計研究發展基金會	資本市場資訊揭露的策略	3.0
獨立董事	毛渝南	證券暨期貨市場發展基金會	公司內部人不合營業常規行為之認定與商業判決法則之運用	3.0
監察人	戚維功	證券暨期貨市場發展基金會	上(興)櫃公司高階主管講座課程	3.0
監察人	陳泰明	證券暨期貨市場發展基金會	公司治理機制下董事會及監察人職能-兼論審計委員會實務運作	3.0
		中華公司治理協會	公司併購與董監法律責任講席	3.0

## 內部控制與稽核機制



### 內部控制制度

建立適切的內部控制制度係公司董事會及經理人之責任，中華汽車早已依法令規定與實際運作需要建立、實施與維護有效內部控制制度。2014年3月24日對外提出2013年內部控制制度聲明書，係依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」規定之內部控制制度有效性之判斷項目，判斷內部控制制度之設計及執行是否有效，判斷項目可劃分為五個組成要素，包括控制環境、風險評估、控制作業、資訊及溝通、監督等，自主檢查後作成的重要聲明，並會載錄於年報及公開說明書之主要內容，對外公開。此外，中華汽車之內部控制制度另設有自我監督之機制，缺失一經辨認，即採取更正之行動。截至目前為止，中華汽車基於前項檢查結果，中華汽車的內部控制制度(含對子公司之監督與管理)，包括知悉營運之效果及效率目標達成之程度、財務報導之可靠性及相關法令之遵循有關的內部控制制度等之設計及執行均屬有效，並能合理確保目標之達成。



## 內部稽核機制

公司內部稽核藉由評估及改善風險管理、控制及監督流程之有效性，協助董事會及管理階層達成既定目標。公司內部設置隸屬於董事會的稽核室，直接對董事會負責，稽核室基於風險評估結果並考慮組織之長期發展需要、管理階層要求、客戶反映意見、產品性能、上次稽核結果並考慮稽核成本、效益等因素擬訂「年度稽核計畫」，並提報董事會通過後實施，修正時亦同。

稽核室依據董事會核准之「年度稽核計畫」執行稽核作業及溝通稽核結果，稽核人員於完成查核作業後，將查核所發現缺失或不符合事項經相關部門主管確認，並由其提出問題真因、改善對策及預防措施後簽章送回稽核室，稽核室將相關資料整理後作成「稽核報告書」呈核准；查核過程若發現重大違規情事或公司受重大損害之虞，將會通報監察人與管理階層進行必要處置。每季就稽核發現問題點進行後續追蹤，撰寫「問題點追蹤報告」說明追蹤成效，直到完全改善為止。「稽核報告書」、「問題點追蹤報告」於呈核准後之次月底前交付各監察人及獨立董事查閱。此外稽核室將各部門改善情形彙整報告提報董事會、經營會議或管理審查會議，以使董事會及管理階層瞭解存在缺失與各受查核部門矯正與預防措施成效。

中華汽車內部配置稽核主管1名，稽核人員3名(共計4名)。內部稽核主管之任免，須經過董事會過半數之同意為之。公司董事會及管理階層非常重視內部稽核單位，賦予充分權限，促其確實檢查、評估內部控制制度之缺失及衡量營運之效率，以確保該制度得以持續有效實施。稽核對象包括中華汽車各單位及子公司。

## 公司行為準則

中華汽車依據「上市上櫃公司誠信經營守則」之規定，於規章及對外文件中明示誠信經營之政策，以及董事會與管理階層承諾積極落實，秉持忠實誠信原則及注意義務執行職務，並同時於員工手冊中明訂員工行為準則為「誠信、關懷及負責」，亦將誠信行為守則納入新進員工的職前訓練一環，務求全體員工都能遵循從事商業行為時應有的倫理與責任，範圍涵蓋員工個人、群體及公司對公眾、其他利害關係人等，以防營私舞弊及任何貪污腐敗行為發生，達到重視預防宣導的成效，而對於不誠信行為，公司皆會嚴加予以懲處，以端正行為及樹立誠信企業文化。



## 透明化資訊揭露

---

中華汽車依相關法規及「上市上櫃公司治理實務守則」辦理資訊公開，除了公司網站及每年定期出版年報外，中華汽車自2014年起將每年出版一本企業社會責任報告書，同時每年延攬各部門代表及參考外界標竿企業作法，進行本報告書編輯工作，持續未來推動企業社會責任的方向。

中華汽車設有發言人及代理發言人作業機制，並透過每年定期舉辦法人說明會，對外揭露公司經營的階段成果及未來展望，並在公開資訊觀測站上載揭露當天法人說明會的報告資料，中英文版皆有，以提升資訊揭露的透明度及準確性。另外，中華汽車亦遵照行政院金管會證期局發佈的「公開發行公司網路申報公開資訊應注意事項」規定，建立公開資訊網路申報作業系統，定期申報公司每月營收情形、每季經會計師查核或查閱後的財務報告、內部人股權異動情形、股東會開會相關資料(包括議事手冊及議事錄)等公開資訊，及不定期申報公司取得或處分資產相關資料等公開資訊，並適時揭露符合法令規定的重大訊息，以提供利害關係人完整且即時之財務及業務等相關資訊，確保其應有的權益。

## 風險管理

---

中華汽車為了降低公司經營風險，透過公司內部定期的經營會議或其他重要會議場合掌握缺失事件的改善狀況，同時亦重視並遵照「PDCA」有效管理機制，隨時發現可能的風險或缺失事件，並加以追蹤及管理，以達持續循環改善的效益。

本公司對於風險管理的做法除了由公司主管日常走動管理外，針對不可抗力等因素可能導致公司營業中斷之風險進行投保，以降低突發重大事件對公司之不利影響，確保公司處於持續正常營運狀態。

此外，本公司於組織轄下設置「安全衛生室」一級單位，並於兩個生產廠區(楊梅廠及新竹廠)各設置一個安全衛生組，透過安全衛生專業人員，定期赴現場走動，實地查核現場可能的風險狀況，並將查核得到的各項缺失進行彙整及統計，提出相應的改善作法建議，以加強對風險管理及工作安全之重視與負責。

本公司亦透過成立「外匯小組」，負責外匯避險操作，並每日監控外匯走勢，以降低匯率變動之風險。另為降低外匯需求及材料價格，每年亦訂有零件國產化採購目標及材料成本低減目標。





# 員工照護



幸福員工在中華..... 33

員工雇用..... 33

員工權益..... 35

健全完善的福利..... 36

完整多元的學習環境.. 38

安心安全的工作環境.. 40



## 幸福員工在中華

中華汽車在地深耕四十年，一直深信員工是企業最重要的資產，我們用心經營及照顧員工的需要，重視工作與生活的平衡，除有優渥之薪酬福利、完善且安全的工作環境，更提供全方位的教育訓練及公正公開的晉升考評制度，讓每位員工在穩定及平等的制度下安心工作，並能不斷學習及自我提升。我們期望能與員工攜手共同成長茁壯，為公司永續發展一齊努力打拼。

### 員工雇用

中華汽車之員工聘僱均符合法令規範，於公司主要營業據點所在地(桃園縣)，亦以本國居民為優先聘僱對象，無雇用外籍勞工或使用派遣人員，並為善盡企業社會責任，依法足額晉用身障人士。

2013年本公司員工總人數1,897人，新進員工107人(分布詳如下表)，全公司男女所佔比例約為9：1，但我們對同一職位的起薪並無男女差別，員工平均年齡41.5歲，平均年資15.2年。2013年度聘僱人數與前一年度相較並無重大變化，相關雇用統計揭露如下：

#### ■ 2013年新進員工年齡別及居住地區劃分比例

類別	層別	女		男		合計(3)
		人數(1)	佔該層別比例(1)/(3)	人數(2)	佔該層別比例(2)/(3)	
年齡別	20歲以下	0	0.00%	12	100.00%	12
	20~29歲	11	20.00%	44	80.00%	55
	30~39歲	10	28.57%	25	71.43%	35
	40~49歲	0	0.00%	2	100.00%	2
	50歲以上	0	0.00%	3	100.00%	3
合計/比例		21	19.63%	86	80.37%	107
區域別	北部	21	25.00%	63	75.00%	84
	中部	0	0.00%	8	100.00%	8
	南部	0	0.00%	15	100.00%	15
合計/比例		21	19.63%	86	80.37%	107



■ 2013年離職員工年齡別及居住地區劃分比例

類別	層別	女		男		合計(3)
		人數(1)	佔該層別比例 (1)/(3)	人數(2)	佔該層別比例 (2)/(3)	
年齡別	20歲以下	0	0.00%	3	100.00%	3
	20~29歲	2	5.13%	37	94.87%	39
	30~39歲	6	13.33%	39	86.67%	45
	40~49歲	0	0.00%	6	100.00%	6
	50歲以上	0	0.00%	2	100.00%	2
合計/比例		8	8.42%	87	91.58%	95
區域別	北部	8	10.00%	72	90.00%	80
	中部	0	0.00%	6	100.00%	6
	南部	0	0.00%	8	100.00%	8
	東部	0	0.00%	1	100.00%	1
合計/比例		8	8.42%	87	91.58%	95

■ 2013年全公司人力結構統計表

分類	層別	女		男		合計(3)
		人數(1)	佔該層別比例 (1)/(3)	人數(2)	佔該層別比例 (2)/(3)	
聘僱	正式	198	11.13%	1,581	88.87%	1,779
	契約	15	15.15%	84	84.85%	99
	建教生	0	0.00%	19	100.00%	19
	小計	213	11.23%	1,684	88.77%	1,897
職等	主管職	13	4.98%	248	95.02%	261
	一般職	200	12.22%	1,436	87.78%	1,636
	小計	213	11.23%	1,684	88.77%	1,897
年齡	20歲以下	0	0.00%	46	100.00%	46
	20~29歲	14	8.86%	144	91.14%	158
	30~39歲	98	18.63%	428	81.37%	526
	40~49歲	82	9.09%	820	90.91%	902
	50~59歲	19	7.45%	236	92.55%	255
	60歲以上	0	0.00%	10	100.00%	10
小計		213	11.23%	1,684	88.77%	1,897



分類	層別	女		男		合計(3)
		人數(1)	佔該層別比例 (1)/(3)	人數(2)	佔該層別比例 (2)/(3)	
年資	5年以下	46	11.17%	366	88.83%	412
	5~9年	28	18.30%	125	81.70%	153
	10~19年	94	13.72%	591	86.28%	685
	20~29年	45	7.20%	580	92.80%	625
	30年以上	0	0.00%	22	0.00%	22
	小計	213	11.23%	1,684	88.77%	1,897
學歷	博士	0	0.00%	2	100.00%	2
	碩士	33	9.65%	309	90.35%	342
	學士	72	20.00%	288	80.00%	360
	大學以下	108	9.05%	1,085	90.95%	1,193
	小計	213	11.23%	1,684	88.77%	1,897

#### ■ 聘僱當地(桃園縣)高階主管比例

年度	員工 總人數(1)	設籍 當地人數(2)	當地聘僱率 (2)/(1)	高階主管 人數(註)(3)	設籍當地 高階主管人數(4)	聘僱當地高階 主管比例(4)/(3)
2013年	1,897	1,035	54.56%	31	15	48.39%

註：高階主管定義為廠內擔任部門主管(含)以上人員。

## 員工權益

中華汽車關心每一位員工之權益，嚴格遵守政府制定之勞工及人權相關法令規範，於人員聘僱及錄用後之薪資、績效考核及晉升機會不以種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙或以工會會員身分等為由，予以歧視或給予不平等待遇，更杜絕童工僱用及強迫勞動。

2013年員工聘僱未曾有違反人權或因身份歧視之事件，並只選擇遵守勞基法之相關規定或其所在國家對人權之相關法律規定的供應商，以保障及尊重人權。

此外，我們依法成立工會組織及職工福利委員會，定期召開勞資會議及福利委員會並遵守團體協約法，舉凡員工的勞動條件、健康、安全及福利等相關議題皆定期與工會、員工代表進行溝通、協商，2013年受團體協商協定保障之總員工比例100%。



## 健全完善的福利

本公司秉持一個中心(以員工為中心)、兩個關鍵(做得早、做得巧)、三個連結(支持工作、兼顧家庭、回饋社會)，致力追求將「幸福」列入工作的標準配備，把員工當家人，透過完善的員工照顧制度及優質的工作環境，打造健康友善的職場文化，讓員工在工作與生活間獲得良好的平衡。這些努力以及完善的福利制度，也先後獲頒「樂活企業」、「友善職場優良事業單位」、「重視女性人力資源企業類優良事業單位」等榮譽，相關福利措施列舉如下表：

類別	項目
紓壓放鬆的健康環境	<ul style="list-style-type: none"><li>•<b>健康促進活動</b>：本公司各廠區皆設立健康中心提供門診服務，辦理一系列的健康促進活動，如減重班、戒菸班、體適能檢測等，並不定期舉辦健康講座，幫助員工達到身心靈平衡與自我健康管理之目標，遠離疾病，維護員工健康。此外，為紓解員工們在工作、生活上的壓力，雇用專業視障按摩師，駐廠為員工提供身心靈全面放鬆的按摩服務，營造輕鬆幸福的工作環境。</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>•<b>優於法規之健康檢查</b>：本公司每年均實施員工健康檢查一次，除法定項目外另增加多項檢查(B 肝篩檢、癌篩檢查及高低密度膽固醇等項目)，提供員工更全面的健康篩選。</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>•<b>主動關懷的健康管理</b>：針對年度健檢結果，篩選出需改善的項目，並會同駐廠醫師進行衛教與追蹤，依改善急迫性，進行個案追蹤管理，提供個人衛教、個別醫療諮詢及轉介治療，每季定期進行追蹤複檢狀況。此外，自 2013 年起導入職業病專科醫師蒞廠服務，針對人因工程議題及高架作業員工提供諮詢與改善建議。</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>•<b>運動休閒中心</b>：本公司於員工宿舍區設置運動休閒中心，包含有室內游泳池、網球場、室內籃球/羽球場、健身房、韻律教室、視聽室等設施，除提供員工社團活動及下班時運動外，也開放員工於假日攜家帶眷前來使用。</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>•<b>圖書館服務</b>：本公司設立員工圖書館，藏書多元且豐富，共約 2 萬餘冊，並分為商管專區、旅遊專區、娛樂專區(雜誌、影音 DVD、CD)、理財專區及童書專區(繪本、漫畫)等，提供員工閱讀休閒的友善空間，同時員工也可免費借出與家人共讀。</li></ul>



類別	項目
幸福多元的 休假規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>•<b>小暑假</b>：本公司為方便員工安排個人家庭休閒活動，每年度統一於 8 月子女暑假期間，配合公司旅遊假和彈性休假日，為員工排定連續 9 天的小暑假。</li> <li>•<b>新人假</b>：為培育新進公司的優秀人才，新增到職滿三個月的新進人員，第一年即擁有三日的新人假。</li> <li>•<b>放寬陪產假期限</b>：為體貼員工在生育與子女教養期間的心情，放寬了男性員工陪產假請假期限，以符合員工之實際需求。</li> <li>•<b>禮俗假</b>：本公司配合婚喪喜慶之習俗規劃了禮俗假，包含子女新生入學假、主婚人假，讓員工能參與子女成長的各個階段。</li> </ul>
體貼安心的 家庭關懷	<ul style="list-style-type: none"> <li>•<b>生育關懷</b>：本公司為減輕員工在生育期間需兼顧工作及家庭之壓力，給予全方位的生育關懷，包括提供懷孕員工專用的防幅射衣、廠內專用停車位以及健康諮詢服務，並於新生兒誕生後提供免費新生兒保險服務並有完善的哺乳室空間，讓員工在懷孕和育兒期間感受到公司無微不至的關懷。</li> <li>•<b>幼兒園</b>：中華汽車為減輕員工面臨家庭照顧的負荷，提供 2-6 歲小朋友學前教育服務，將幼兒園設在辦公區隔壁的員工生活休閒區，讓員工不會錯過孩子成長的每個活動，且配合員工行事曆，提供課後照顧中心與臨托服務，支持員工維持工作和家庭的平衡，無後顧之憂的安心工作。</li> <li>•<b>家庭活動</b>：除了每年的家庭日活動、員工子女夏令營，本公司許多福利規劃都擴及眷屬，以增進員工眷屬對公司的認同，進而成為留住優秀人才的助力。</li> </ul>
便利優惠的 生活協助措施	<ul style="list-style-type: none"> <li>•<b>員工單身宿舍</b>：提供兩人一室之員工宿舍，配有中央空調設施、免費專線上網等。</li> <li>•<b>多元交通服務</b>：本公司提供上班交通車、出差公務車、返鄉交通車、員工假日及夜間優惠租車、員工訂婚/結婚禮車。</li> <li>•<b>郵件寄收及銀行業務服務</b>：提供員工個人信件之郵寄及收件服務，並與三家銀行合作，於中午休息時間，提供銀行相關業務協助，讓員工方便就近處理生活事務。</li> <li>•<b>廠商優惠展售活動</b>：為讓員工能以優惠價格輕鬆採買日常用品或年節商品，進而紓解員工工作壓力，每週及配合年度節慶活動安排外部廠商展售，讓員工可以優惠價格購買到有保障的商品。</li> </ul>



## 完整多元的學習環境

中華汽車將和諧(Harmony)、創新(Innovation)、卓越(Top)之經營理念延伸至人力資源發展體系之運作中，並於1999年建構以【職能】為基礎之人力資源發展機制，透過願景、策略、職能行動方案的思考模式，將職能落實於人力資源之選、育、用、留制度，以兼顧「公司發展」及「員工滿足」的需求，使公司與員工成長能相互結合，進而達成「凝聚共識、不斷創新、追求卓越」之目標。



### 教育訓練理念

本公司人才培育的理念係源於「和諧、創新、卓越」的經營理念，謹臚列教育訓練理念如下：

- 建立學習型組織，塑造重視「人的品質」的企業文化，持續不斷地進行人才培育，協助員工成長。
- 塑造員工成為具有職業人、公司人、社會人的人格及倫理觀念，培育員工專業能力及第二專長，落實輪調制度，並視員工為事業夥伴，重視人性尊重。
- 尊重個人差異，透過人才培育使員工都能適才適所，並重視個人的長處，培養其優點，使個人潛能極大化。





## 教育訓練政策

承接教育訓練理念，我們亦訂定教育訓練政策如下：

- 為不斷提升人力素質，公司承諾對教育訓練的持續投入，除逐月提撥勞工教育經費，每年並依教育訓練計畫編列訓練經費，以期透過人才培育激發員工潛能、提升工作能力。
- 建構以職能為基礎之教育訓練體系，訂定核心職能及管理職能之標準化課程，並以專業職能檢視部門專業訓練需求，培育員工專業能力，落實訓用合一。
- 建立學習型與教導型的組織，培養員工相互學習、分享及持續改善的習慣，以增進人員競爭力及整體組織效能。
- 提供多元化的學習管道，規劃及實施各類課程、講座，並建置知識管理系統及HRD線上學習平台，另設有圖書館、讀書會、企業交流等訓練活動，以滿足員工個人成長需求及學習興趣。



## 以人為本的人權訓練

本公司一直堅信，唯有以員工為中心，塑造員工與公司共同成長的環境，才能造就和諧、創新、卓越的企業，因此，除了以職能為基礎設計人力資源發展體系外，亦相當重視員工的人權相關宣導與訓練，以2013年為例，因應政府推動個人資料保護法，本公司除全面檢視員工因職務對個人資料運用的狀況外也向全體員工加強宣導，並特別辦理【個資法安全管理宣導】課程，總計225人次受訓，佔員工人數12.57%，訓練總人時為19,010小時。



## 2013年教育訓練實施狀況

### ■讀書會統計資料

年度	2013年
舉辦場次	201
分享人次	186
參與總人數	1,274
實際花費(元)	28,633
訓練效益	1,824.5 人/時

### ■整體受訓資料

年度	2013年
全公司平均人數	1,975
辦理訓練班次	717
受訓總人次	10,124
受訓總人時	36,590
訓練費用實績(元)	2,340,427







## 屢獲肯定的人才發展

本公司在人才培育上經過多年耕耘成效卓越，獲得高度評價，屢獲國家級「人力創新獎」、「產業學習建置獎」、「全國勞工教育優良單位獎」、「企業數位學習服務表現獎」、「TTQS桃竹苗區訓練品質評核績優單位」、「國家訓練品質獎」等人力資源獎項的殊榮。但我們並不以此自滿，仍持續不斷精進及改善人力資源發展相關制度與做法，以期望能符合潮流趨勢及企業經營發展、員工職涯成長之所需。

## 安全安心的工作環境

員工的工作安全是本公司最重視的一環，因此，除依國家各項相關法規執行外，更依不同作業場所性質導入危害預防措施與相關管理規範，以確保全體員工與利害相關人的安全與健康，茲相關說明如下：



### 安全衛生政策

中華汽車以「關懷負責、全員參與、零災害」(Sincerity, Accountability, Full participation, Exempt from hazard, SAFE)為安全衛生核心價值。我們視員工為最重要的事業伙伴，因此，提供一個安全無虞的工作環境，我們責無旁貸。為保障員工的安全與健康，並提升合作夥伴安全衛生績效，我們承諾朝下列方向努力並持續改進：

- 關懷員工的安全及健康，並負起完全責任，我們提供必要的資源，預防職業災害及促進健康。
- 促進全體員工參與並落實安全衛生工作，以建立「人人工安」的安全文化。
- 持續改善安全衛生管理系統及其軟硬體設施，以提升安全衛生績效，達到零災害目標。
- 恪遵政府勞工安全衛生法令及相關要求事項，對於高風險事項，朝超越法令標準努力。
- 協助承攬商與協力廠商提升安全衛生績效，以求共存共榮。



### 專責安全衛生組織

本公司設有「安全衛生室」，為安衛管理專責幕僚單位，負責規劃與督導公司安全衛生業務；各生產廠區亦設置「安全衛生組」，負責廠區的安衛管理及稽核；使安全衛生工作能順利推動與執行，並透過戴明循環的PDCA管理機制，持續改善人員、設備及環境之風險、提升員工自我安全意識，共同達成零災害目標。

另，成立職業安全衛生委員會並定期召開會議，除了檢討安全衛生工作的成果與外部環境變化報告外，並透過此會議來推行工作安全、防止意外事故、改善工作環境與維護員工健康。





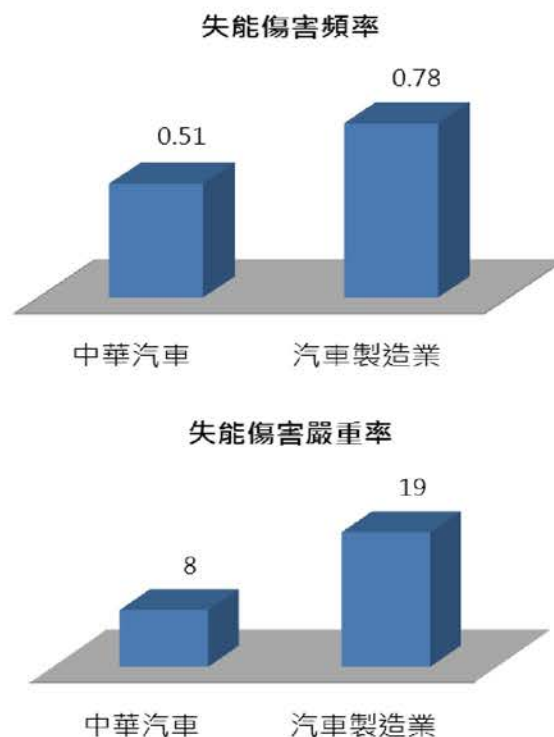
### 安全衛生查核制度

本公司對員工及承攬商之安全衛生非常重視，積極推動各項安全衛生查核，如：高階主管走動管理、各階層主管之安全衛生分級查核、安全衛生單位專業稽查、各單位自主巡檢等，所發現缺失均透過資訊系統追蹤至改善完成，力求事先發現不安全環境與行為，以防範事故之發生。



### 職業安全狀況

本公司2013年職業災害之失能傷害頻率及嚴重率低於汽車製造業之平均值(註)，未來本公司將更努力於安全衛生管理與改善，期望達成「零災害」的目標。



註：汽車製造業之失能傷害頻率及嚴重率，係參考勞動部公告之各業「近3年失能傷害頻率及失能傷害嚴重率」統計表。



### 承攬商安全衛生管理

中華汽車各廠區不定期有多項工程外包予承攬商施作，對承攬商人員工作安全衛生重視程度猶如員工一般，制訂有「承攬商安全衛生管理辦法」、「安全工作許可施行辦法」等規範，並且嚴格執行，將承攬商人員的傷害事件視同員工的傷害事件，列入調查、改善事項、記錄與追蹤。此外，由安全衛生人員組成之查核小組，不定期赴各單位施工現場，執行不預警之查核工作，確認承攬商人員遵守各項安全衛生規定，確保工作安全無虞。



## 協力廠商安全管理

由於本公司之協力廠商大多屬中小型企業，對於安全衛生的管理能力與機制相對有限，因此為了提升協力廠商的安全衛生自主管理能力，特配合勞動部北區職業安全衛生中心簽立安全夥伴宣言，推動協力廠商安全衛生輔導，確保人員工作安全與健康，近五年輔導狀況如下：

項目	2009	2010	2011	2012	2013
輔導廠商數	14	11	14	11	12
指摘缺失件數	129	53	104	102	183
改善件數	129	53	104	102	183



## 消防安全設備管理

為使本公司消防安全設備於火災發生時，能有效運作，訂定「消防安全設備管理規定」，除了規範每年定期委託消防設備師進行消防設備檢修申報外，更要求各單位於責任範圍區域內，進行各項消防器材定期檢查，如發現設備缺失，立即通知維護單位進行檢修，以確保設備能正常使用。

此外，針對儲存與使用具有高度易燃物品公共危險物品場所之開關與燈具，皆使用防爆型開關與燈具，並設置二氧化碳自動滅火系統，以預防火災發生及保障作業員工安全。



## 緊急應變處理

為掌控緊急事故狀況，本公司特訂定「緊急應變計畫管理辦法」及「緊急應變作業標準」等規範，各單位再根據其本身之作業及環境狀況，訂定緊急處理組織與對策，定期演練以熟悉其應變步驟，以期在事故發生時能降低災害之擴大及減少人員、設備之損失。



氣候變遷的風險管理.... 44

積極環境保護之作為.... 48

安全與多元產品..... 58

# 環境永續



## 氣候變遷的風險管理

本公司為減緩溫室氣體效應的衝擊，將能源有效利用、節能減廢，善盡企業社會責任，提升企業價值，同時因應全球環保與綠能議題，推動多項節能減碳改善措施，對於溫室氣體排放量大的製程促其減量，也積極鼓勵員工一起「節能減碳」。在面對氣候變遷的風險管理，除了積極提昇能源效率、節能及回收利用、配合政府相關措施外，亦積極投入綠能事業的發展，研發生產綠能運輸工具電氣二輪車(EM25、EM50、EM80及EM100)。



### 溫室氣體減量及節能減碳管理

本公司自2009年起於環保署國家溫室氣體登錄平台中，每年自願性揭露溫室氣體排放量，同時成立節約能源小組，由各部門指派窗口，推動能源查核制度，訂定及執行節約能源目標及計畫，統計分析能源使用效能，定期召開會議進行工作檢討，並提出改善方案，以降低溫室氣體排放量。

另外，透過ISO 14001環境管理系統，將節能改善措施列入年度專案改善，請各廠區進行推動，並每月召開節能會議，各單位提報節約能源改善措施及作法，如製程最適化、增設變頻器空壓機、傳統照明T8改LED、廢熱回收、熱泵及綠建築節能等方案，2013年各廠區節能改善合計212件案例，累計效益1,393萬元，全年減碳約1,316公噸CO<sub>2e</sub>之溫室氣體排放。



### 碳排放揭露

本公司每年均製作溫室氣體排放報告書，並將碳排放的管理與碳排放資訊，提報公司內ISO 14001環境管理審查會議，同時於環保署國家溫室氣體登錄平台中登錄。

#### ■ 2013年溫室氣體排放統計表

CO<sub>2e</sub>單位：公噸

	範疇 1 (註 1)	範疇 2 (註 2)	範疇 3 (註 3)	總計
CO <sub>2e</sub>	5,245.63	12,937.81	N/A	18,183.44
百分比	28.85%	71.15%	N/A	100.00%

註1: 範疇1係指直接溫室氣體排放，包含固定式設備之燃料燃燒(如鍋爐、RTO廢氣焚化爐、烤爐、餐廳)、製程排放(如製程使用CO<sub>2</sub>、乙炔、消防測試、車輛測試)、交通運輸上之移動燃燒源(公務車、產品車、堆高機、測試用油)。總直接排放量為5,245.63公噸CO<sub>2e</sub>/年，約占總排放量之28.85%。

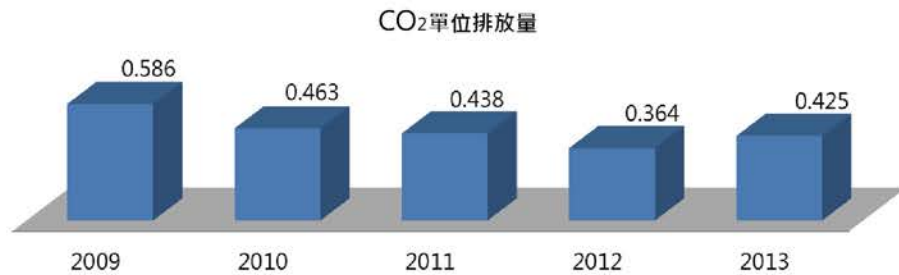
註2: 範疇2係指能源間接溫室氣體排放，主要排放源為外購電力，能源間接排放量為12,937.81公噸CO<sub>2e</sub>/年，約占總排放量之71.15%。

註3: 範疇3係指其他公務車、交通車及供應商、員工差旅等之排放，因其量小，故不予以計算。



■ 歷年溫室氣體排放量統計

年份	年排放量 (公噸CO <sub>2</sub> e/年)	生產台數	每台車排放量 (公噸CO <sub>2</sub> e/台車)
2009年	26,091.28	44,541	0.586
2010年	23,871.65	51,545	0.463
2011年	26,155.97	59,728	0.438
2012年	19,498.94	53,583	0.364
2013年	18,183.44	42,780	0.425



建制節能減碳相關制度

- 每年訂定節能改善措施及目標，列入ISO 14001環境管理系統年度改善專案進行追蹤。
- 各廠成立節約能源小組，持續推動節能減碳工作。
- 每年進行溫室氣體排放量自願性盤查，在國家溫室氣體登錄平台網站中揭露。

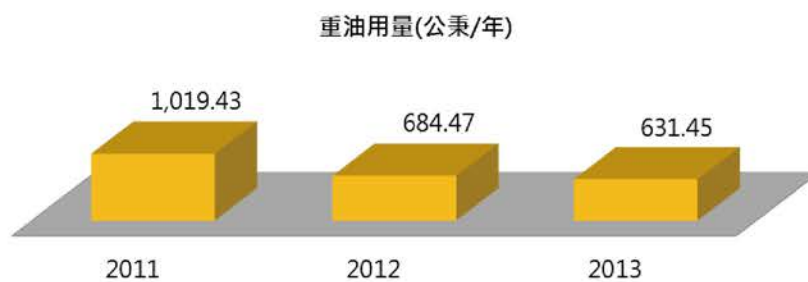


能資源使用狀況

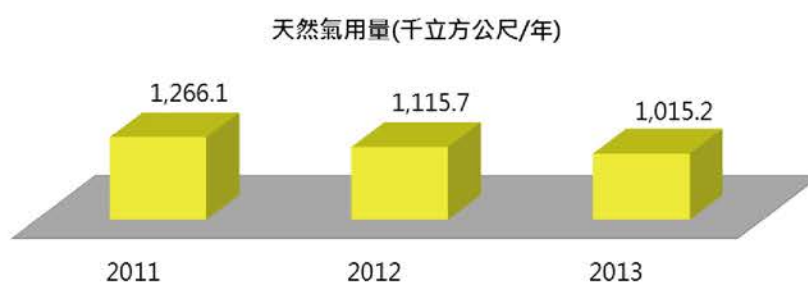
- 電力使用量



■ 重油使用量



■ 天然氣使用量



■ 製程LPG使用量



■ 餐廳LPG使用量



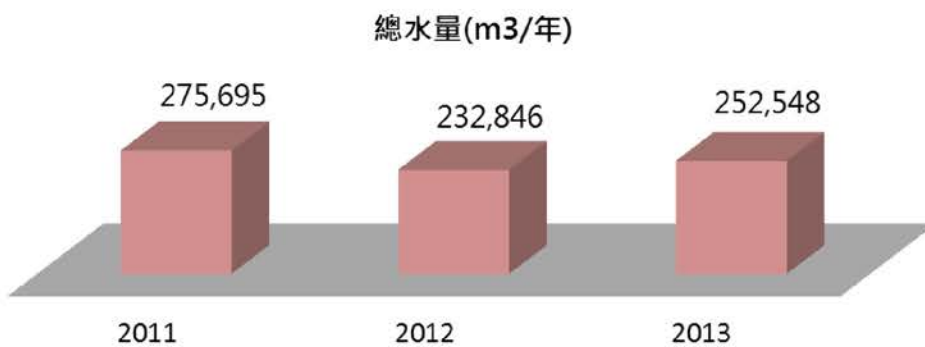
■ 廠區取水量(自來水)



■ 廠區取水量(井水)



■ 總取水量：無因取水而重大影響水源







## 節能減碳具體作為

本公司為使水、氣、電等能源有效運用，減少溫室效應氣體的產生，持續推動節約能源計畫，具體作法如下：

•空壓機改善專案	•廢水污泥乾燥最佳化操作
•LED取代傳統燈具專案	•庫房自然採光
•導入熱泵降低清洗機加熱耗電案	•責任區電表自主管理
•綠建築理念改善廠房高溫專案	•現場 AIR 零洩漏活動實施
•冷卻循環水系統節能改善案	•壓鑄機油冷卻系統改善
•自然通風宿舍增設紗窗	•電器箱熱交換器用電改善
•恆溫恆濕空調節能改善	•空氣乾燥機運轉節能改善
•需量管理與控制	•製程設備調整
•水井取代塗裝調漆間冷卻水塔節能改善	•推動節能理念



## 臭氧層破壞物質管理

配合政府政策及法令規定要求，本公司全面禁購海龍，改採用R-134a冷媒，至於其他因製造過程所產生會破壞臭氧層的氣體或物質，公司則從製程用電、設備更新、製程技術加以改善，有效減少溫室氣體二氧化碳排放，且氮氧化物及揮發性有機物排放均低於我國環保署制定之排放標準。

## 積極環境保護之作為



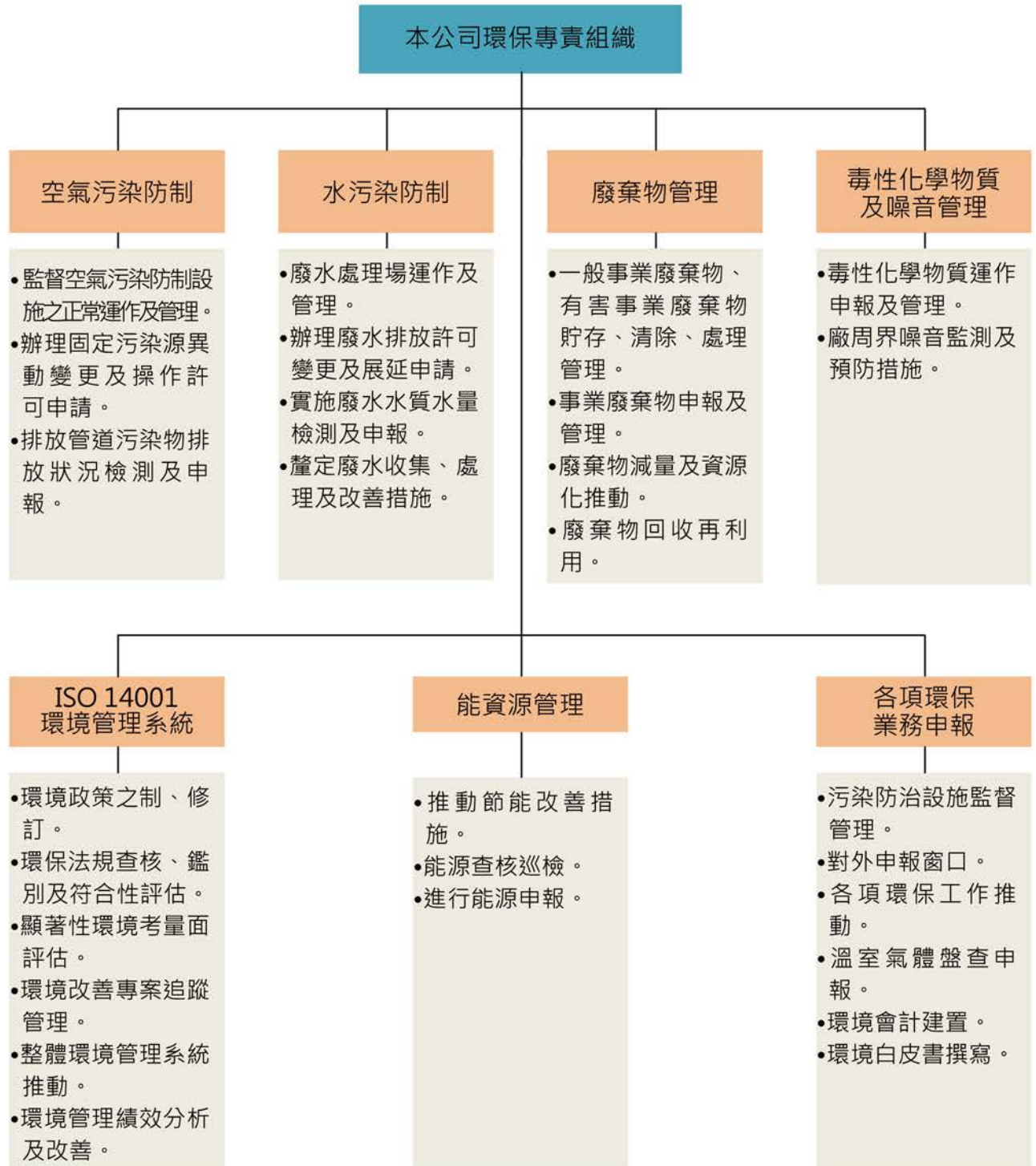
### 推行環境管理系統

本公司自1997年通過ISO 14001環境管理系統認證，為維持環境管理系統正常運作，定期實施環境考量面評估，檢討顯著性環境考量面，訂定目標標的環境管理方案，加強環境政策宣導，每季定期檢視目標與標的環境改善專案達成績效，每年實施一次內部稽核及委託BSI實施二次外部稽核，並於年底召開環境管理審查會進行績效報告及檢討。





## 環境組織架構



## 環保教育訓練

除持續推動多項空、水、廢、毒、噪、空品及環境管理系統等環保專業教育訓練課程外，並提昇員工對工安、環保、衛生、消防基本認知，亦在節能減碳上加強觀念及教育宣導，以強化員工對環境生態的愛護及節能減碳的觀念。





## 環境政策

本公司對於環境保護及職業災害的防範，一向不遺餘力，為有效防制污染，達到零災害，我們除了導入ISO 14001環境管理系統，並持續推動職業安全衛生管理系統，訂定環境政策與安全衛生政策，以使環境及安全衛生管理系統得以制度化、標準化的管理模式運作，並藉由內部及外部的稽查，持續檢討改善組織與系統之運作情形，期能建立一個良好的管理模式，進而確保環境品質與安全衛生。

### 本公司環境政策

中華汽車以「和諧、創新、卓越」為公司經營理念，我們所產銷的汽車、電動機車、電動自行車等運輸工具，主要宗旨在提昇人類生活的品質。在我們產銷過程中，將產生廢水、廢氣、廢棄物、噪音等污染物，而這些污染物對環境所產生的影響，我們皆列入改善考量；因此，我們承諾組織中每一分子將朝以下方向努力，以維護自然環境品質：

- 1.符合環保法令規定及其他要求事項，努力提昇環境管理績效。
- 2.推行廢棄物減量及資源回收工作，做資源最有效之利用。
- 3.確實做好污染預防，有效地監測及管理生產過程中產生的各項污染。
- 4.強化全員環保意識，並持續改善各項環保工作，以節約能資源及減少溫室氣體排放。
- 5.提供綠色產品及服務，以減輕對環境之衝擊。
- 6.定期評估執行成效及確認環境管理系統被有效執行，並持續提升自主環境管理改善績效。
- 7.本環境政策將依外界需求而提供其參考。

總經理：

2012年 12月 13日





## 環境保護績效

減廢項目	減廢措施	具體成效
車體表面塗裝(中塗、上塗)	由手噴槍改以自動靜電塗裝機噴塗。	<ul style="list-style-type: none"> <li>•可節省塗料用量約 20%。</li> <li>•減少廢漆渣產生量 7%。</li> </ul>
清洗塗裝機具之廢溶劑	自行設計國內車廠第一套廢溶劑回收系統。	<ul style="list-style-type: none"> <li>•回收效率達 80%以上。</li> <li>•廢溶劑回收量每月約 15 噸。</li> </ul>
塗裝烤爐廢氣排放	設置烤爐 VOCs 廢氣處理設備。	處理效率達 90%以上·排放之氣體 THC 濃度僅 16ppm。
塗裝烤爐燃料	調整運作時間，天然氣用量低減。	有效降低污染物排放量。
一般事業廢棄物	經分類回收有用資源。	減少不可回收廢棄物量。
VOCs 低減專案	成立專案小組，積極推動 VOCs 排放低減工作，並定期檢討成效。	<ul style="list-style-type: none"> <li>•低減 VOCs 年排放量 2.51%。</li> <li>•塗裝中、上塗循環水槽原廢水 COD 濃度由 10,000mg/l 降為 400mg/l。</li> </ul>
楊梅廠區生活污水處理專案	將廠區及宿舍區未處理生活污水全數直接納管進入廢水處理場處理。	廠區內及宿舍區所有生活污水經過處理後排放，排放水需符合水污染防治法及放流水標準。
廢水改善工程	<ul style="list-style-type: none"> <li>•高濃度廢水收集槽增設 FRP 保護層，防止 RC 牆被酸性廢水腐蝕。</li> <li>•廢水場第一、二加壓浮上槽更新。</li> </ul>	增加廢水調勻能力，提升廢水處理穩定性，減少異常情況發生。
臭氧減量計畫	配合桃園縣環保局 VOCs 減量政策，空氣品質惡化當日，全公司生產線停產 30 分鐘，減少 VOCs 排放量。	減少 VOCs 排放量 12.5%。
鍋爐燃料改善	重油改天然氣。	減少 Par、Sox、NOx 排放。



## 空氣汙染防制

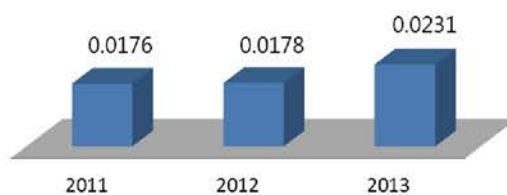
本公司排放空氣污染物的產生源以塗裝及鋁壓鑄製程之粒狀污染物(Par)、硫氧化物(SOx)、氮氧化物(NOx)及揮發性有機化合物(VOCs)為主，除已裝設蓄熱式廢氣燃燒氧化爐(RTO)、洗滌塔等防制設備，近年來亦採取各種空氣汙染防制措施，以防制空氣汙染影響作業員工、廠區周圍居民的健康並維護廠區週界的環境空氣品質。

### 各項污染物排放狀況

#### ■ 粒狀物(Par)年總排放量-公噸



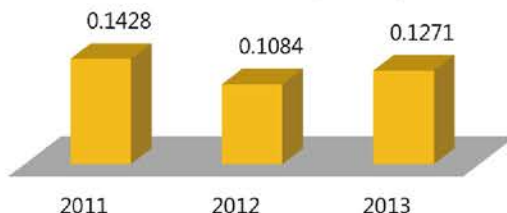
#### 單位粒狀物排放量(公斤/台)



#### ■ 硫氧化物(SOx)年總排放量-公噸



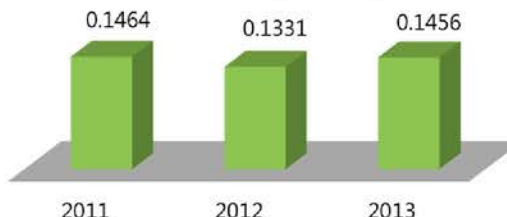
#### 單位硫氧化物排放量(公斤/台)



#### ■ 氮氧化物(NOx)年總排放量-公噸



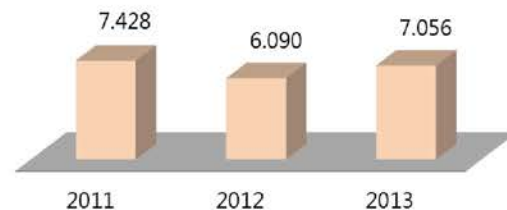
#### 單位氮氧化物排放量(公斤/台)



#### ■ 揮發性有機化合物(VOCs)年總排放量-公噸



#### 單位VOCs排放量(公斤/台)



2011年至2013年每生產一台車輛所產生的空氣污染物排放量，2013年比2011年粒狀物增加32%，硫氧化物低減11%，氮氧化物低減0.5%，VOCs低減5%。





## 水污染防治

廢水主要為塗裝製程廢水及廠區生活汙水，通常富含有機污染物，故水質監測重點係以化學需氧量(COD)、生化需氧量(BOD)、懸浮固體(SS)、大腸桿菌群及重金屬等項目為主，全廠廢水污染防治工作重點在於實施廢水源頭與製程減量、雨污水分流處理、更新廢水處理設備及維護既有的廢水處理系統；且對於各項水質指標每月委外定期量測並建立趨勢圖追蹤，以期維持最佳之運轉狀態，達到廢水處理效率提升與節能減廢的目標。

本公司製程及生活汙水經由廢水場處理後，由新大門旁排放口排放至社子溪秀才窩段，放流水皆遠低於排放標準，無重大影響水源。

### ■ 歷年放流水水質皆符合排放標準

檢測項目	放流水標準	2011年 平均值	2012年 平均值	2013年 平均值
PH 值	6~9	7.0	7.2	7.6
水溫	35°C以下	23.1	22	21.7
懸浮固體	30	9.2	7.43	10.33
化學需氧量	100	29.1	29.79	42.3
生化需氧量	30	8.8	8.69	10.19
大腸桿菌群	200,000	6,565	9,709	50,428
六價鉻	0.5	ND	ND	ND
氰化物	1.0	0.033	0.31	0.517
銅	3.0	0.33	ND	ND
鎳	1.0	0.3	0.12	0.03
鉛	1.0	ND	ND	ND
鋅	5.0	0.2	0.05	ND
鎘	0.03	ND	ND	ND
總鉻	2.0	ND	0.07	ND

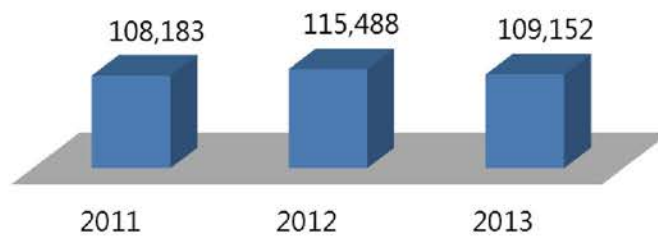
註：ND(No Data)意即所分析之數據遠低於儀器所能量測之極限，故顯示無數據。



## ■ 廢水處理、監測及減量措施

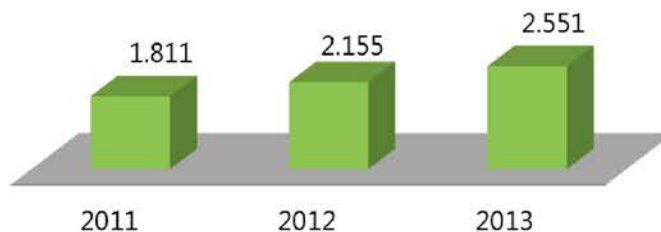
1. 廢污水的產生，主要來自汽車表面塗裝程序及廠區生活汙水，經過廢水場收集、調勻、化學處理、生物處理、三級處理後，符合法規規定之放流水標準，排放至地面水體。
2. 在原廢水進流口設有PH計，監測進流廢水是否有異常廢水排入，在放流井處亦設置一組PH計，進行放流水監測，管制放流水水值是否有異常之處。
3. 定期進行廢水、放流水水質監測，檢測項目：COD每日一次、鎳、鋅、SS每周二次及污泥含水率每月一次，委外檢測每月一次。
4. 廢水場設有一套板框式污泥脫水機(污泥含水率約65~75%)，於離峰用電時間啟動乾機將污泥烘乾(污泥含水率降至20~30%)，有效減少污泥重量約50~70%。
5. 設置高濃度廢水收集槽，將濃度較高之前處理廢水另外收集，並定時定量打回調整池調勻後處理，以減少突發性高濃度廢水流入對廢水系統衝擊。
6. 2011~2013年廢水排放量單位：m<sup>3</sup>/年。

廢水排放量(m<sup>3</sup>/年)



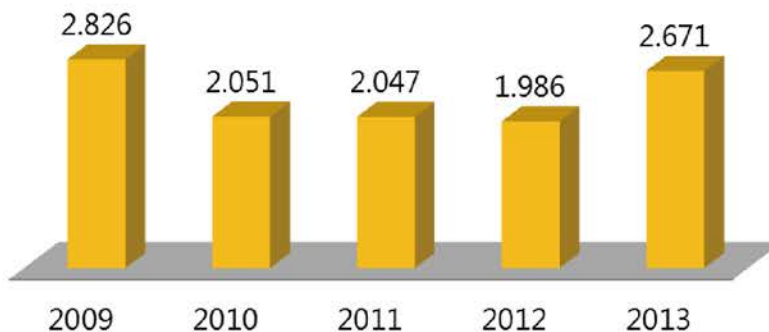
7. 2011~2013年單位台車廢水排放量：m<sup>3</sup>/台。

單位廢水排放量(m<sup>3</sup>/台)



8. 歷年污泥統計，每單位生產台數所產生的污泥，2013年比2009年低減5.5%。

單位污泥產生量(公噸/台)





## 廢棄物管理

本公司以「符合環保法令、資源有效利用、污染預防及持續改善」作為公司環境政策，廢棄物管理以此為環境指導方針，更製訂「事業廢棄物管理辦法」，控管製程產出之廢棄物處理程序，妥善分類及再利用最大化。例如，將事業廢棄物分為污泥、漆渣、木材、醫療、鐵鋁屑銅、潤滑油、日光燈、生活垃圾及其他廢棄物，集中於廢棄物暫存區，降低廢棄物對環境可能衍生的危害，並依環保署廢棄物清理及應回收廢棄物等相關法規，致力落實各項環境污染物與有害廢棄物之管理，以期降低廢棄物產生，且廢棄物清理並無運輸、輸入、輸出被「巴塞爾公約」視為有害廢棄物之物質。

2011~2013年全公司廢棄物產量統計表

單位：公噸

處理方式	回收、再利用							掩埋	焚化	
	鐵類	鋁屑銅	紙類	塑膠類	廢油類	溶劑	木料		污泥類	漆渣
2011	2,498.68	59.10	381.88	41.86	3.70	285.60	720.11	122.25	143.35	560.24
2012	2,388.51	72.99	418.14	34.75	6.39	265.28	985.42	106.39	141.26	566.49
2013	2,182.76	44.16	336.95	34.53	4.84	254.55	701.67	114.28	102.99	498.50

### ■ 廢棄物處理方法

本公司產生之事業廢棄物皆委託合格公民營廢棄物清除處理機構清除、處理，並依規定簽訂三方書面契約，存檔備查，如委託執行機關(各縣市環保局)清除處理事業廢棄物者，先取得各縣市環保局出具同意處理之證明文件，載明事業廢棄物種類、數量及期限，始得清除該廢棄物至處理廠處理。

- 1.掩埋：污泥類。
- 2.回收、再利用：鐵類、鋁屑銅、紙類、塑膠類、廢油類、木料、溶劑。
- 3.焚化：漆渣、一般垃圾。

### ■ 廢棄物之處理流向

本公司為督導廢棄物清理流向，確保每筆廢棄物皆妥善完成處理，依下列作法進行管制：

- 1.每筆廢棄物清運出廠後84小時內，即上網進行該筆廢棄物聯單接收確認。
- 2.於處理廠完成接收後35日內，上網確認廢棄物是否完成處理。
- 3.廠商於廢棄物完成處理後，須提供上網三聯單及妥善處理文件(公營機構免附)存檔備查。
- 4.定期進行廢棄物流向追蹤、查核。





## ■ 零件、原、物料

廢料(包括報廢之原料、治工具、機器、設備)依「汽車零件報廢作業標準」、「呆料處理作業標準」或依下列項目完成規定手續後，廢料交由下列承辦單位負責辦理清除、處理作業。

1. 固定資產：使用單位辦妥財產減損(報廢)手續後由補給組(補給一課)或環境與資產管理組負責標售。
2. 下腳料：
  - (1)汽車零件：現場單位辦妥不良零件處理單手續，不良零件交補給組破壞後由環境與資產管理組負責資源回收利用。
  - (2)廢鐵、塑膠等由環境與資產管理組負責資源回收利用。
  - (3)移線後之廢料：規劃、使用、施工及驗繳單位於移線檢討會中協調，由規劃單位負責全程跟催事宜。
3. 開發、測試報廢件：一律比照「汽車零件報廢作業標準」、「呆料處理作業標準」、「生產線不良零件處理作業標準」、「不良零件處理作業標準」辦理後，交由補給組報廢處理，最終予以分類資源回收。

## ■ 廢棄物回收再利用

為符合資源永續利用目標，本公司積極落實廢棄物及資源化措施，將工廠產出的廢棄物委託國內資源回收再利用業者，製成資源化產品。

2011 年廢棄物回收再利用量約 2,985 公噸

2012 年廢棄物回收再利用量約 2,921 公噸

2013 年廢棄物回收再利用量約 2,603 公噸



## 毒性化學物質管理

本公司使用清洗溶劑-甲基異丁酮，為第四類毒性化學物質，為進行有效管理，專人負責每日進行運作量紀錄，每月進行運作紀錄申報作業，每年進行釋放量計算及申報，並訂定毒性化學物質危害預防及應變計畫，定期實施洩漏、消防緊急應變演練。



## 生物多樣性及廠區綠化作法及實績

本公司重視生物多樣性及綠的環境不遺餘力，以實際行動讓地球降溫，故曾辦理多項活動，如：淨山活動、會議室綠化活動、辦公環境綠化活動、有機農場、公務用車以電動車代步之減碳活動、使用節能電器產品等等。



響應桃園縣環保局的河川認養行動，認養社子溪秀才窩段，進行巡視及辦理淨溪活動，積極參與河川水域環境的維護，展現本公司重視環境保護、回饋社會公益的具體表現。

除了上述動態綠化活動，本公司於各廠區之靜態環境植栽許多花木，概估約有11萬株，種類繁多，並在綠化維護上使用有機肥料，提供員工綠的作業環境。例如：楊梅廠之員工用餐步道，一邊有龍柏、鵝掌藤與炮仗花等植物圍繞而成的綠籬，一邊有貫穿廠區的秀才窩溪，溪中魚群漫游、大小白鷺絲戲水，不時有松鼠、蜥蜴與鳥類穿梭廠區樹林間。

廠區周圍非屬受保護或復育之棲息地，附近區域未發現瀕臨絕種之物種，廠區內外豐富的生態性，吸引了翠鳥、五色鳥、八哥、夜鷺等鳥類駐足繁衍，形成一個自然的森林工廠。



### 環保支出與投資

為提昇環保績效，本公司對各項環保設施之維護、改善及更新，不遺餘力持續投入龐大經費。

2011~2013年環境投資與維護費用統計表

環保支出項目(污染防制設施)	環保支出費用(單位：元)		
	2011年	2012年	2013年
空氣污染防制設施(含水、電、瓦斯及設備改善及維護費用)	2,288萬	2,775萬	2,211萬
廢水處理場操作費用(含水、電、藥品、污泥、設備改善及維護費用)	517萬	379萬	424萬
各項廢棄物處理費用(含垃圾、漆渣、溶劑、廢潤滑油、木料及設備維護費用)	1,300萬	1,349萬	1,296萬
新增或改善之污染防制設施費用	2,528萬	683萬	361萬
合計	6,633萬	5,186萬	4,292萬



### 違反環境法律裁罰及洩漏次數

本公司秉持環境政策精神，落實遵守政府相關環保法令，2013年沒有違反環保法令罰款與案件，也沒有發生嚴重洩漏事故及因運輸所造成的重大環境衝擊。





### 綠色製造

從產品最上游的原物料、零組件製造、整車生產組裝、配銷、消費者購買使用到最後的回收處理，整個產品的生命週期皆進行節能減碳活動，並透過3R活動，增加生態效益和減少對於環境的危害。

- 落實污染預防
- 推動節能減廢
- 資源回收再利用



### 產品綠色設計

項目	說明
節能低油耗設計	• 導入新世代 MIVEC 鋁合金輕量化引擎，搭配 MIVEC 電子可變汽門控制系統，有低油耗、低排污及高扭力之效能。
	• 積極申請由經濟部能源會推動之自發性認證標章，提供高能源效率之節能標章車輛。
	• 發展空力技術，減低風阻及噪音等。
產品危害物質避免	• 煞車蹄片不含石棉，避免使用石棉致癌物質及使用環保冷煤。
	• 為防止廢棄汽車污染環境及提高廢車回收再利用比率，本公司簽署參加車輛公會因應資源回收再利用法自願性規範，承諾汽車零組件減用及廢止鉛、汞、鎘及六價鉻等四種環境危害物質，自 2008 年起實施，目前開發中車型已規劃實施。
零件回收再利用	• 為促進汽車零件再使用、回收及再生利用目的，本公司參與車輛公會汽車業因應資源回收再利用法自願性規範，承諾 2008 年 1 月 1 日以後規範對象車型，整車回收可能率應達到 80% 以上、回收再利用可能率應達到 85% 以上。
	• 可回收標誌的零件設計，以利鑑別汽車零件適合再使用與再生用途，促進汽車零組件容易回收再利用。
	• 零組件可拆解式設計，以利汽車廢棄後之回收性。
	• 貨車木床改以回收塑料製造之人造木床替代，除資源再利用外並可減少使用木材。
電動車規劃	積極投入綠能事業的發展，並成立了以研發生產綠能運輸工具為主的「GreenTrans」品牌。推出二輪電動車商品 e-moving，未來「GreenTrans」品牌亦將陸續推出各類型綠能車輛，以滿足不同環境條件下各種代步使用的運輸需求。





## 節能標章

### ■ 產品應用省油新科技

汽車更省油，地球會更輕鬆，因為地球的資源有限，應讓每一滴資源都發揮最大的動力。本公司致力於省油新科技，各個層面都以節能、減碳為目標。在增進人類生活品質的同時，更盡到環境保護的責任，因此，產出一部省油的汽車是本公司努力的目標，取得節能標章車款已有9款。

### ■ 產品符合環保潮流

為了配合綠色消費導向，本公司產品的生產過程也努力符合「可回收、低污染、省資源」的環保理念。經過多年來的努力，部分產品已獲得環保署肯定，頒發環保標章。

### 取得環保標章車款

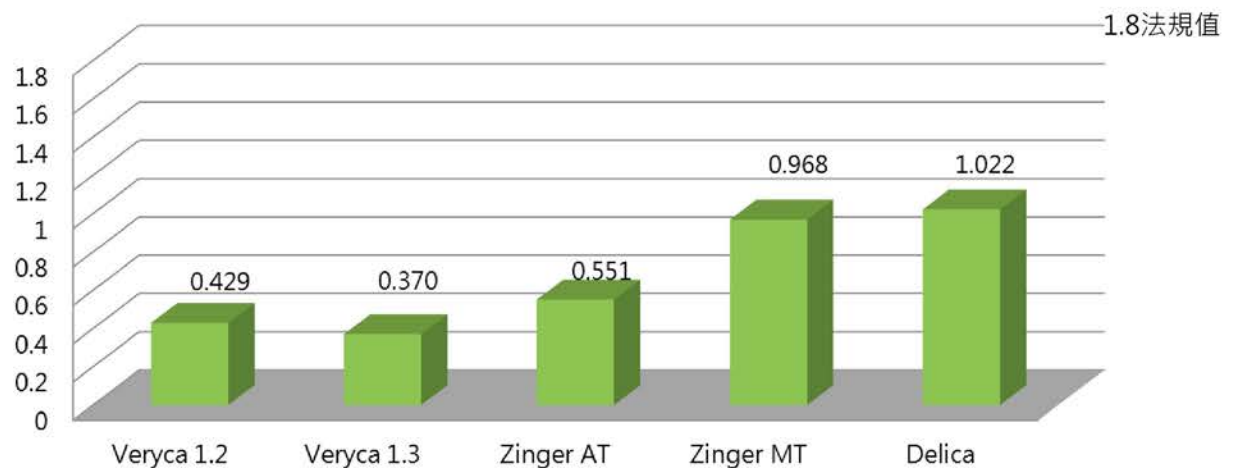
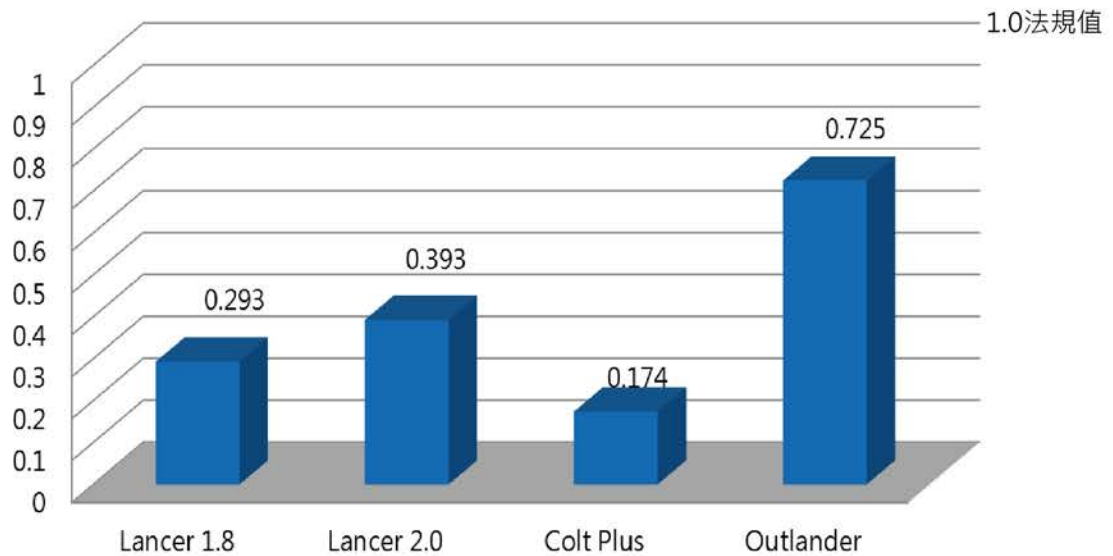
產品名稱	型號	規格標準及環境訴求
OUTLANDER OL24H5A 2359cc CVT 5D	OUTLANDER OL24H5A 2359cc CVT 5D(尊爵黑、晶玉白、冰鑽銀、銀河灰、時尚藍)	小汽車
OUTLANDER OL24H5AX 2359cc CVT 5D	OUTLANDER OL24H5AX 2359cc CVT 5D(尊爵黑、晶玉白、冰鑽銀、銀河灰、時尚藍)	小汽車
LANCER FORTIS LC20SDA 1998cc CVT 4D	LANCER FORTIS LC20SDA 1998cc CVT 4D(尊爵黑、晶玉白、烈焰紅、極光藍)	小汽車
LANCER iO LC201SDAS 1998cc CVT 4D	LANCER iO LC201SDAS 1998cc CVT 4D(尊爵黑、晶玉白、魅惑紅、極光藍、銀河灰)	小汽車
COLT PLUS CO16SB 1499cc CVT 5D	COLT PLUS CO16SB 1499cc CVT 5D(尊爵黑、晶玉白、烈焰紅、極光藍、冰鑽銀、銀河灰)	小汽車
COLT PLUS CO161SB 1499cc CVT 5D	COLT PLUS CO161SB 1499cc CVT 5D(海湛藍、陽光金、銀河灰、冰鑽銀、晶玉白、尊爵黑)	小汽車
LANCER FORTIS 1798C.C.	LC181SDA A0207A09A10-11(尊爵黑、晶玉白、冰鑽銀、銀河灰、時尚藍)	小汽車
LANCER iO 1798C.C.	LC182SDAS A0207A09A10-15(尊爵黑、晶玉白、銀河灰、魅惑紅、極光藍)	小汽車
LANCER FORTIS 1798C.C.	LC181SDA A0207A09A10-12(尊爵黑、晶玉白、冰鑽銀、銀河灰、時尚藍)	小汽車
LANCER FORTIS 1798C.C.	LC181SDA A0207A09A10-13(尊爵黑、晶玉白、冰鑽銀、銀河灰、時尚藍)	小汽車
LANCER iO 1798C.C.	LC182SDAS A0207A09A10-16(尊爵黑、晶玉白、銀河灰、魅惑紅、極光藍)	小汽車
EM198(晴空藍、星光銀、嫩芽綠、羅蘭紫、桃喜紅、瀧澤秀銀)	-	電動機車
EM1A6(晴空藍、星光銀、金澄武、瀧澤秀銀)	-	電動機車
EM3A6(晴空藍、晶玉白、唇蜜紅、深瞳黑)	-	電動機車
EM3A8(晴空藍、晶玉白、唇蜜紅、深瞳黑)	-	電動機車
EM3AR(晶玉白、深瞳黑)	-	電動機車
EM3AT(晶玉白、深瞳黑)	-	電動機車



## 降低排氣汙染

本公司在新車開發初期就致力研發低污染車輛，使產品排氣污染情況能有效控制與改善，並定期監控量產品質，以製造出符合法規且低汙染的車輛。市場上使用中車輛，於排氣法規保證5年10萬公里內，積極配合環保單位進行抽測，確保符合法規。在生產的新車款中，各種車款實際排放值均低於法規標準值，茲舉例部份代表車款：

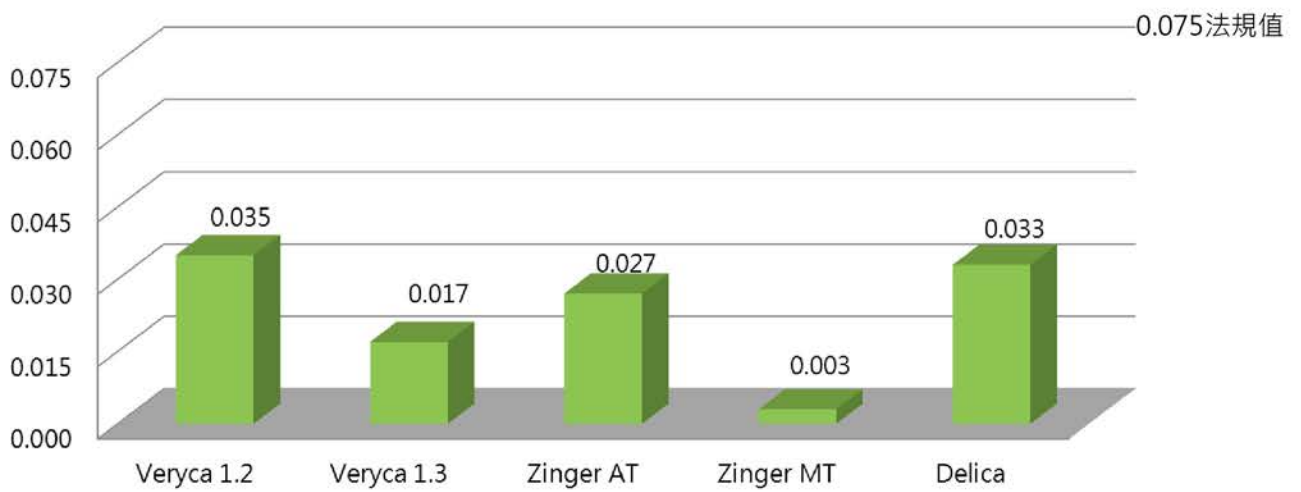
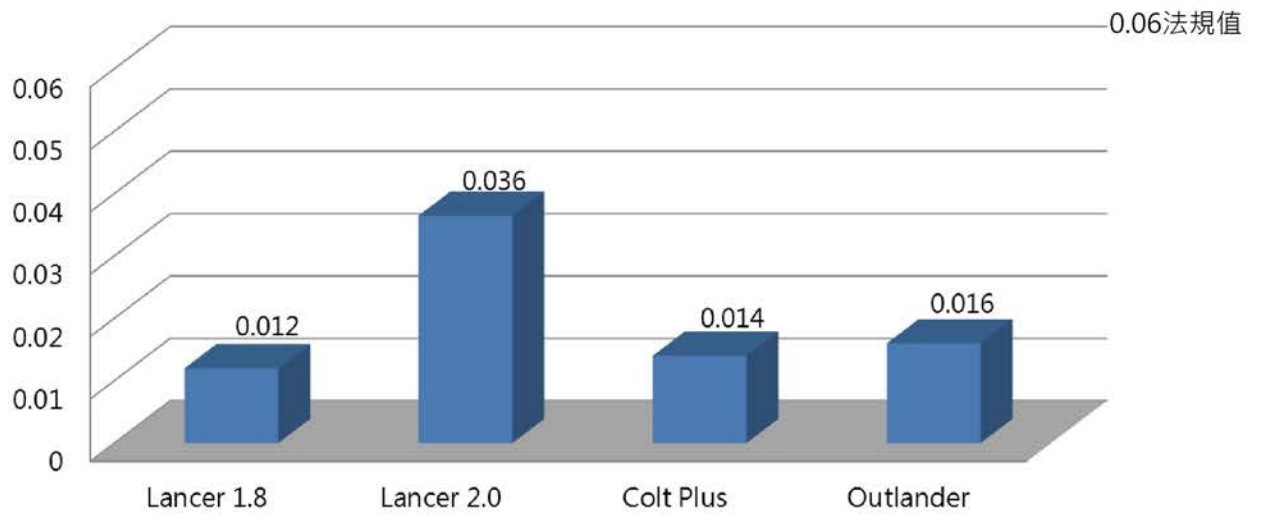
### ■ 各車型CO實測值與法規標準比較



註：Veryca 1.2、Veryca 1.3 CO法規標準值為1.0(g/km)。

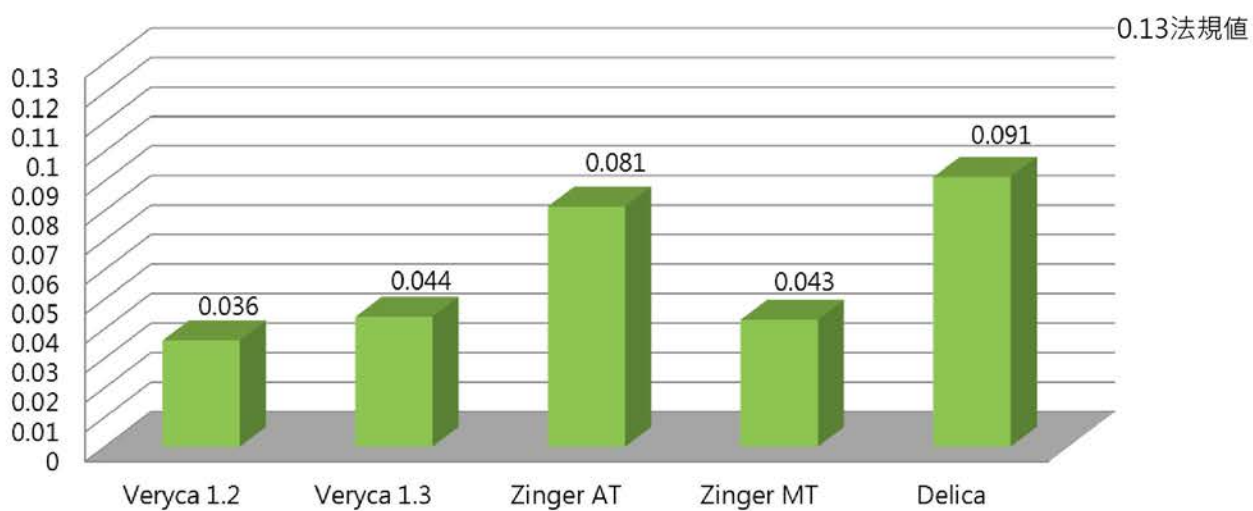
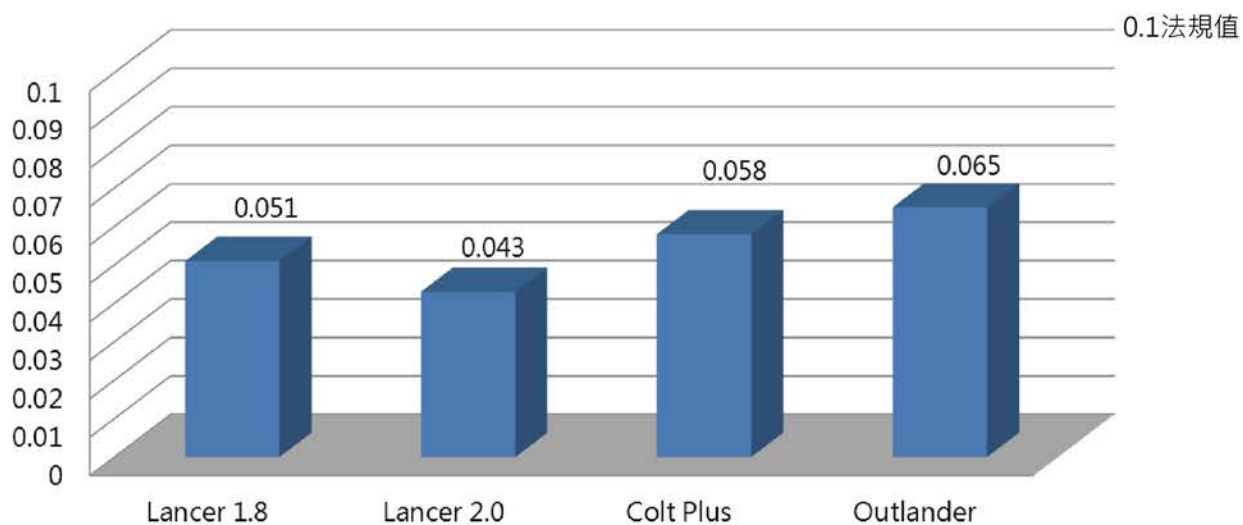


■各車型NOx實測值與法規標準比較



註：Veryca 1.2、Veryca 1.3 NOx法規標準值為0.06(g/km)。

■ 各車型THC實測值與法規標準比較



註：Veryca 1.2、Veryca 1.3 THC法規標準值為0.1(g/km)。



## 資源回收

本公司為節約自然資源使用、減輕環境負荷、善盡企業社會責任，於研發、設計、製造、生產、銷售等階段減少廢棄物產生，盡力為環境減少負擔與污染，不僅全車系全面導入可回收塑材，亦提昇汽車零件的回收率。

同時在設計、開發產品時即對環境性能進行評估並設定具體的目標，並預先做產品環保評估，使技術創新與產品研發上落實環境保護的執行，同時為促進物質回收再利用，主動配合國內「資源回收再用法」第十二條第二項之遵行事項，達成「汽車業促進資源回收再利用自願性規範」。

- 針對塑膠零件實施「塑膠零件標示方式規範」，清楚標示零件的主要材質、添加物及強化物等，以便利汽車塑膠零件後續的回收處理。
- 積極投入綠色設計減少環境衝擊及增加資源有效再利用，產品材料可回收再利用率 Fortis 87.05%、Colt Plus 89.82%、Outlander 87.02%高於汽車業促進資源回收再利用自願性規範的85%標準。
- 各車型零件開發已向協力廠明確宣示規範限用鉛、汞、鎘以及六價鉻等環境危害物質。
- 為使零組件容易回收再利用，已於圖面規範針對超過100公克的塑膠零組件及超過200公克之橡膠零組件，進行材質標示。





# 客戶與夥伴關係



客戶關係..... 65

夥伴關係..... 66



### 產品保證管理：真實訴求、詳細標示

提供客戶節能、符合政府環保政策的產品是本公司經營目標，銷售前依據各取得認證之流程對品質嚴格要求外，銷售後在全體員工及經銷體系合作下，共同執行產品責任之預防工作，避免發生因產品瑕疵造成消費者權益之受損，尤其在售後產品使用的保證規範，特別制定保證保固條款明列於使用手冊，交車時由業務員清楚告知消費者應享權益及協助處理系統。

在產品廣告方面，除了以真實性、符合實車的誠信原則為主要訴求重點外，我們也傳達給顧客一種專屬中華汽車創新的企業氣質，不定期以教育化及人性化的主題舉辦各式各樣顧客關係活動。此外，隨著行動服務與社群網站的蓬勃發展，中華汽車亦憑藉著數位新媒體洞察顧客需求，瞭解顧客意見，並做出即時的互動，期待與客戶從互動中建立信任關係，所有的表達訴求與手法皆遵守政府機關所規範之法令。

在遵循法令的前提下，相關車輛產品數據均標示於產品適當位置以清楚告知消費者外，也於車主使用手冊中詳細說明，務使消費者充分及便利瞭解產品之規格、性能、操作方式及注意事項。

維護消費者權益是產品責任事故之處理的優先原則，中華汽車向以後述準則迅速妥善處理產品責任事故：「0800專線接聽服務品質管理作業規範」、「0800專線及消費者來函處理作業辦法」、「0800客訴案件結案後關懷作業規範」，所有產品保證準則及作業流程均依ISO規範予以定期檢討修訂，提供嚴謹完善的產品保證體制。



### 客戶關係管理

為提升對消費者的服務，中華三菱至2013年底全台設有3家經銷公司、166個營業據點及145個服務廠，並提供夜間及假日維修服務，建立顧客完整的互動與諮詢服務。

為讓車主在維修出廠72小時內，追蹤確認問題點並讓車主即時掌握愛車資訊，中華三菱體系除了透過電話聯繫之外，更建立統一的簡訊平台，讓車主可以在愛車保修完成的第一時間內，同時收到服務人員鍵入電腦系統的完修簡訊資訊，並在特定時點收到簡訊通知相關優惠活動、定期保養、颱風提醒。中華三菱透過24小時的0800顧客關懷中心，讓車主在遇到任何問題時，能在第一時間內獲得妥善處理。



## 提昇客戶滿意度

在消費者意識高漲的態勢下，汽車業的售後服務已進入差距極微的高競爭時代，中華三菱體系秉持「Welcome Home溫馨服務」的理念，展開全面服務診斷與各項服務流程改善，推動包含「完修出廠滿意度調查」、「完工簡訊通知」、「PAD行動接待」等43項服務項目，並投注資源，預計將於2014年完成全省售服體系VI改建與各面向的再造工程。

## 重視服務流程標準化

為確保車主在全國145個服務點中享有一致的服務品質，中華三菱體系一直視J.D.POWER調查為重要指標，透過CSI顧客滿意度調查，檢視服務廠在「問題經歷」、「服務便利」、「服務品質」、「服務交車」、「服務開始」、「服務人員」和「在廠經歷」等七個要素的表現。為了讓車主享有穩定、一致的服務品質，中華三菱體系也訂定了九大標準服務流程並細分出63項確認點。在調查的汽車品牌中，2013年中華三菱SSI銷售滿意度882分、CSI客戶滿意度為846分成績。

## 保護顧客隱私權

為確保顧客隱私權，中華汽車遵循個人資料保護法，將個資保護納入公司治理重點項目，本公司透過業務流程與資訊系統的分析，檢視個人資料取得、處理、傳遞、儲存、封存與銷毀等過程的生命循環及存取控管情況，規劃最合適的個資保護解決方案，確實保護顧客隱私。

## 夥伴關係

### 中華汽車與供應商：共榮共存的中衛體系

台灣汽車產業由於少量多樣、產品週期短及零件設計開發成本高等因素，以致供應商變化較小，使中衛體系關係更為密切。本公司與供應商間不僅存在物料供需的買賣關係，而更是相輔相成及利益共同體的關係。

供應商是汽車廠生產線的延伸，須一同謀求品質、成本、交期、研發的改進及發展，進而達到生產同步、管理同步、經營同步的運作目標。唯有中衛體系持續不斷進步，才能創造比競爭對手更多的價值以回饋消費者，也才能提升雙方員工的福利。

## 中華汽車協力會

為加強與供應商的互動，本公司於1990年成立「中華汽車協力會」，成立宗旨為「強化經營體質」及「提升競爭能力」，目前協力會會員共有120餘家供應商參加，協力會運作部分則由本公司成立事務局，負責規劃及執行相關活動，以促進中衛體系間達到相互學習成長的目的。協力會主要活動說明如下：

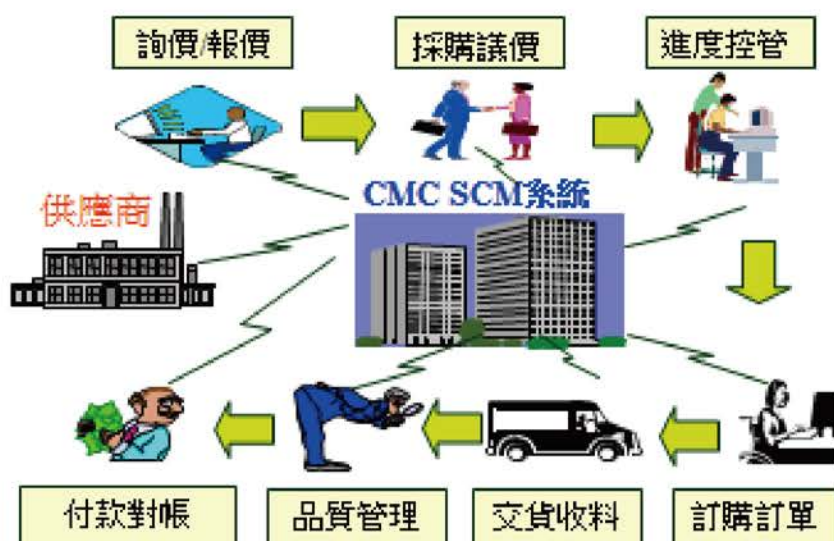


項目	說明
協力大會	每年定期舉辦，邀請所有供應商經營者參加，除相關會務報告外，由中華汽車說明一整年來的公司營運狀況及未來展望，以凝聚共識及向心力。
教育訓練	依階層別及專業別辦理教育訓練或典範觀摩活動，安排供應商各階層人員進行訓練。
小組改善活動	以區會方式分區進行，透過觀摩及互相交流等方式，讓所有人員在活動中學習，並將改善效果水平推展至各供應商，以擴大活動效果。
節能減碳降低成本	中華汽車已推動節能減碳多年，透過經驗傳承協助供應商推動節能減碳，包含邀請供應商至中華汽車觀摩節能案例、舉辦專家節能實務課程、安排專家至供應商現地輔導及節能績優供應商觀摩等多場次活動，以協助供應商面對油電漲價，亦能有效的抗漲。

### 供應鏈管理系統(Supply Chain Management, SCM)

中華汽車供應鏈管理系統已導入SCM管理平台、訂購及交貨管理及電子採購平台等資訊系統，向上承接經銷商管理系統(Dealer Management System, DMS)、產銷平衡系統(Market Production Balance System, MPBS)、生產資料價值鏈(Production Data Value Chain, PDVC)及企業資源規劃(Enterprise Resource Planning, ERP)等系統，整合與供應商之間的資訊網路，分別說明如下：

項目	說明
SCM 管理平台	中華汽車 SCM 管理平台整合包含 ERP、產品資料管理(Product Data Management, PDM)、品質管理(Quality Management, QM)及 PDVC 等資訊，作為與供應商溝通的平台，主要功能包括：公告及訊息瀏覽、EO(Engineer Order)及 PO(Production Order)管理、即時交貨指示、對帳付款等。
訂購及交貨管理系統	此系統提供供應商管理中華汽車的訂單和準備出貨事宜，並且可以下載轉入相關訂單訊息及報表，包含交貨管理、電子收料及收料對帳管理等功能。
電子採購平台	將 ERP 的採購模組延伸到供應商端，系統範疇主要為支援採購部門的詢價、領標、報價、開封、議價與決標設定等作業，藉由資訊系統間的整合將決標廠商資訊傳送回 ERP，以簡化中衛體系作業流程及時間。



### ▲ 供應商管理及社會責任

中華汽車將綠色物料採購列為重要方向，亦積極推動供應商通過ISO 14001認證，為了做好供應商管理，中華汽車與供應商簽定規範雙方權利及義務的「基本合約書」，配合供應商管理辦法，要求及監督供應商不斷提升品質、交期、成本、研發及安全水準，並透過日常管理、輔導及獎勵等方式促使供應商不斷進步，使雙方能夠永續經營及發展，以提升員工福利及回饋社會。另為能提升供應商的生產稼動及降低成本，本公司仍積極推動零件國產化活動。2013年國內外採購比例如下表。

	國內零件	國外零件
採購比例	52%	48%

### ◆ 中華汽車與經銷商

目前本公司的經銷商共計3家，其中2家經銷商中華汽車持股比例約在1/3以上，因此我們與經銷商是生命共同體的戰略夥伴。

### ▲ 經銷商管理機制

每月與經銷商舉行CS會議，檢討現地巡訪績差項目、多發性客訴、客戶經營問題及教育訓練等議題；每季產出KPI(關鍵績效指標)報表，以此發出對經銷商各區域部、各據點的獎金。

### ▲ 經銷商例行管理項目

經銷商溝通管道與管理分有業務面與經營面。業務面由經銷商總公司自行負責，設置有專責單位，稽核車輛販售後所長是否有售後關懷、快速對應客訴案件。經營面則為每季定期收集經銷商經營財報彙總分析及參與經銷商的董事會。

積極關懷社會..... 70

社會公益



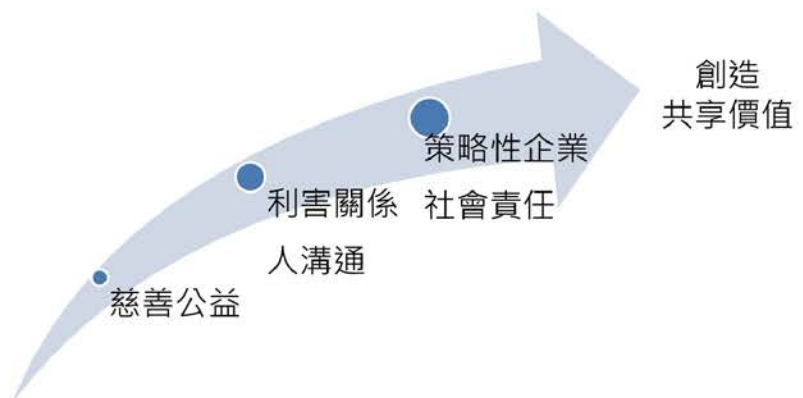
## 積極關懷社會

中華汽車以企業公民自許，長期以來在「體育休閒」、「藝術文化」和「人文關懷」等方面的公益活動上投注許多心力與企業資源，其中包括各類音樂會的舉辦與贊助、推動「楊梅人種楊梅樹」、連續11年舉辦「中華汽車盃國際體操邀請賽」、連續3年舉辦「中華汽車國際馬拉松」等。此外，更在1999年成立「中華汽車原住民文教基金會」，確立原住民為企業永續關懷的團體，透過更多資源整合，給予原住民朋友協助。

2012年起，中華汽車從產地直接和弱勢農民購買農產品，以企業力量推動台灣原民部落發展，不但給員工品質優良的農產品，更提供原民農民穩定的收入，也期望透過拋磚引玉的方式，號召更多朋友及企業共襄盛舉，一同守護台灣在地農業的發展，幫助弱勢農民有更穩定的生活！未來中華汽車也期盼在「農企合作」的持續推動下，透過員工自發性的團購及企業行銷的力量提供原民農友更公平、透明的產銷平台。近年公益活動發展歷程如下：

2000年	成立中華汽車原住民文教基金會
2000~2001年	中華汽車第一屆原住民文學獎
2004~2014年	贊助希望閱讀計畫巡迴偏鄉小學(共捐贈5台)
2010年	提供公益團體額外購車優惠三萬元補助
2011年	捐贈愛心圓夢車給新竹縣五峰國小
2012年	上山下海說做事舞台劇偏鄉巡演
2012~2014年	投入偏鄉農村社區夥伴發展計畫

### 企業社會責任發展歷程





## 參與各面向專業組織



## 參與社團組織

中華汽車以發揮企業社會責任之使命及意義，積極參與各面向專業組織。

協(公)會組織名稱	管理角色	會員
台灣區車輛工業同業公會	●	●
中華民國汽車安全協會	●	●
中華民國機械工程學會		●
中華民國工商協進會	●	●
中華民國振動與噪音工程學會		●
中華民國自動機工程學會(SAE Taipei Section)	●	●
美國自動機工程學會 SAE 總會		●
中華民國電動自行車協進會		●
台灣區自行車輸出業同業公會		●
中華民國三三企業交流會		●
台北市汽車代理商業同業公會		●



## 參與公共政策

「中華民國工商協進會」是台灣最早成立的全國性工商團體，目前協進會的理事之一係由本公司嚴凱泰董事長擔任，持續參與整合產、學界力量，發揮在工商政策、財稅、金融、勞資關係、交通運輸、國際事務、大陸經貿及立法關係等面向的專業知識及經驗，適時向政府提供財經建言，作為工商產業與政府的橋樑，並協助政府改善國內投資與經營環境，以促進國際產業合作與兩岸經貿交流，務求國內經濟自由化與企業全球化。

另外，「台灣區車輛工業同業公會」係政府在制定車輛相關產業政策或辦法的重要諮詢對象，而目前公會的理事長係由本公司陳國榮董事擔任，除了積極致力於溝通及整合同業間的意見，並向政府提出符合時勢且利於產業長期發展的具體建議外，更以宏觀的角度為提振活絡汽車市場並促進產業競爭力而奔走，例如：定期舉辦車輛產業合作及交流、協助推動「智慧電動車發展策略與行動方案」、爭取台灣與大陸之間的零關稅或降低關稅、推動電動車等新能源車輛的發展及周邊環境配套方案等，均有良好的進展與成效，而未來中華汽車也會透過此公會協助在政府ECFA架構下，建立兩岸經濟合作會議、兩岸車輛法規驗證認證會議等管道，藉由相互交流及學習，以促進台灣整體汽車或零部件等相關產業的長遠發展。







## 解決原住民知的問題

根據內政部統計台灣原住民人口數為51萬2,701人，其中山地原住民高達27萬人之多，由於經濟狀況普遍不佳，許多部落裡的大人生活都有困難，小朋友要好好求學更是有難度。為解決原住民知的問題，中華汽車長期贊助天下雜誌教育基金會「希望閱讀」計畫，認養200所偏鄉小學，2004、2005、2007、2011、2013連續多年中華汽車獨家贊助共5台巡迴專車；10年來，目前行動閱讀專車已走遍全台19縣市114個鄉鎮，行過97,215公里，相當於繞行台灣75圈。

自2004年起第一台希望閱讀專車起跑，「希望閱讀」計畫迄今已邁入第十個年頭，在中華汽車拋磚引玉下，陸續有不少企業投入共襄盛舉，2013年「希望閱讀」計畫在美國在台協會、中華電信及鴻海教育基金會等新夥伴加入下如虎添翼，將為偏鄉小朋友打造一台不同以往的希望閱讀數位專車，透過「書本」與「科技」的巧妙結合將乘載童書繪本的行動書車，搖身一變成為能夠傳輸連線、即時互動的數位書車。



說明：2013年中華汽車總經理劉興臺、天下雜誌教育基金會殷允芄董事長、AIT裴士蓮組長、鴻海教育基金會黃南輝顧問及中華電信謝繼茂執行副總開心與有木國小小朋友於記者會上合影留念。



## 中華汽車全員參與，投入偏鄉農村社區夥伴發展計畫

台灣原住民部落農友因受制於銷售通路，長期生活困苦甚至扛負債務，但因地處偏遠缺乏大眾運輸系統，加上必須運送農產品，農友對汽車的需求比率將近百分之百。本公司發揮企業的力量，自2012年起著手展開「偏鄉農村社區夥伴發展計畫」，藉由農企合作的方式，不僅能以公平合理的價格向小農團購有機蔬菜，解決農友產銷的問題，更期望透過員工團購農產品的實質行動幫助原鄉部落永續發展。偏鄉農村社區夥伴發展計畫銷售模式及作法如下：



### 推動中華汽車員工農作物團購

2012年開始，中華汽車從產地直接和弱勢農民購買農產品，以企業力量推動台灣原民部落發展，不但給消費者優良的農產品質，更提供農民穩定的收入。

為減少碳足跡，並回饋地方(中華汽車廠區位於桃園及新竹兩地)，中華汽車原住民農村夥伴發展計劃主要以新竹縣尖石鄉農民部落為主，台灣其他地區原民部落為輔。定期由尖石鄉農友提供新鮮有機蔬菜讓員工團購，並以當天訂、當天送的方式新鮮宅配，藉此達到長期幫助尖石鄉農友之目的。實際作法如下：

#### 定期公告團購內容，並與員工分享農友努力耕作的小故事。

中華汽車以故事行銷的力量，將原住民農友不為人知的小故事傳送出去，讓員工吃農作物的同時也能感受到農民的辛勞。



■舉辦試吃活動，讓員工體驗原民部落農產品的好滋味

為炒熱團購買氣，配合農產品團購活動期間不定期舉辦試吃活動，讓員工享受原民部落農產品的好滋味。



說明：團購試吃活動，員工試吃原民部落農產品的好滋味。

▲中華汽車送愛到原鄉廣宣推動

不定期舉辦廠內團購及原民「快樂市集」等活動，邀請推動原住民蔬果團購的「鄰鄉良食」及由原住民來廠內設攤，藉此推廣原住民文化、活絡產銷通路，也提供員工健康無毒的新鮮蔬果。為解決原住民耕種的農產品產量過剩、價格狂跌的問題。



說明：中華汽車劉興臺總經理(右圖)率先響應購買原住民耕種農產品。

## 結合車型活動，支持台灣在地農業，將台灣農產品行銷出去

車展除了買車還可以買柳丁，中華汽車2013年車展與以網路公益家著稱的年輕女孩「沈芯菱」在車展上與中華汽車一同發聲，要喚起民眾對台灣弱勢農民的關懷，呼籲國人支持台灣在地農業。來自花蓮的原住民農友也到場推廣自家有機栽種柳丁與紫米，現場還準備了新鮮現榨柳丁汁，讓車展民眾能品嚐台灣優良的水果農產，還推出「現場訂購、宅配到家」的貼心服務，吸引許多車迷下單支持！



## 媒體贈禮贈品改用農產品

為強化與媒體之友好關係，中華汽車往年在重要節慶均贈予禮品予長期支持中華汽車的媒體朋友。為突顯贈禮特別之處，中華汽車不定期將贈禮禮品改為原民農產品，除可突顯中華汽車長期關注原民議題外，也可為常生產過剩的辛苦原民農友的農產品找到出路，成功協助農友銷售在地無農藥產品！



說明：有機蔬果禮盒



# 附錄



發展電氣二輪車..... 77

來自四方的榮耀..... 81

GRI/G4對照表..... 85

## 發展綠色產品「e-moving電氣二輪車」

中華汽車生產的e-moving系列為低污染產品，在台灣市場可逐步取代汽油機車，目前已是國內電動機車市佔率第一的品牌，並開始外銷歐洲。發展e-moving電動機車除可增加公司的營收外，最重要的是可大量減少空氣污染，善盡世界公民的責任。而近年來隨著綠色減碳趨勢漸盛，將觀光產業與低碳運具做結合，已是目前政府推動低碳運具的重要方式之一，而在政府的大力推廣下，低碳旅遊已成為目前最熱門的遊玩方式，其中更以離島及風景地區最為適合。相關綠能運具推廣方式如下：



### 打造澎湖為世界級低碳島

為配合政府政策推動澎湖成為世界級低碳島嶼，中華汽車與台灣最大通路商7-ELEVEN合作，在澎湖本島提供民眾、遊客充電及電池交換的服務。目前澎湖島上已建構電能補充服務系統，讓騎乘電動機車遊遍全澎湖是件輕鬆自在的樂事。



推廣電池交換與電池充電等兩種電能補充模式，從澎湖縣、台北市、桃園縣等小規模的區域出發，逐步建構出綠色電能補充網



### 低碳旅遊—澎湖7-ELEVEN提供換電及充電服務

2011年起政府推動澎湖縣為台灣第一個低碳島示範區，因此中華汽車與當地租車業者(艾上綠能)及澎湖區7-ELEVEN共同合作，規劃出創新的交換電池模式。車主每交換一次電池收費38元，可解決遊客租用電動機車後，電池電力耗盡的問題。

此外，中華汽車也與澎湖區7-ELEVEN合作，共設置23個室內、室外充電站，提供電動機車免費快速的充電服務。結合7-ELEVEN便利商店電能補充及電池交換的創新作法，未來也將複製並推廣至台灣本島，讓車主實現電動機車環島旅遊的夢想。



說明：7-ELEVEN電池交換站

說明：7-ELEVEN電池充電站



說明：澎湖縣電池充電站整體規劃

### 綠色城市—台北市首推「方圓1公里就來電」

中華汽車除了積極建置離島充電站，在台灣本島部份，也與地方政府聯手推動充電站的建置。台北市首推「方圓1公里就來電」的低碳生活圈，未來台北市將逐步規劃近400處充電站，並將轄內既有的機車排氣檢驗站及便利商店等民間業者加入充電站的服務行列，提供市民在方圓1公里內就有充電站的便利服務，以增加民眾使用電動機車的意願。



### 便利行動生活—桃園縣成立「e-moving免費電池交換站」及充電站

桃園縣為台灣本島電動機車購買率最高的縣市之一，為推動綠色交通，中華汽車與桃園縣政府共同在縣內12個鄉鎮市(包括桃園市、中壢市、八德市、平鎮市、蘆竹鄉、楊梅市等)設置「e-moving免費電池交換站」，讓使用者能在不額外花費情況下輕鬆延長電動機車的續航力。



因此e-moving的車主只要到桃園縣六大鄉鎮市區300多個免費充電站及50處電池交換站，即可享充電或交換電池的免費服務，全程不到3分鐘，就能換好一個充滿電的電池繼續上路。



說明：民眾體驗e-moving電池交換的輕鬆便利

雖然道路及公共場所已經設有300多處充電站，但部份民眾仍習慣在自家充電。尤其社區大樓住戶並不方便將充電電池提上提下進行充電；為解決電動機車充電和推廣的困難與瓶頸，中華汽車也以公益補助方式，提供37個社區裝設97組充電箱。



#### 新竹市政府成立100座充電站

在中華汽車與新竹市環保局的合作規劃下，除了現有中華汽車e-moving的充電設備、全市51個機車定檢站可提供免費的充電服務外，另外就新竹市區人潮眾多的公共停車場、公所、警察局、消防隊、四處低碳示範里、十八尖山風景區與大潤發賣場，總計將可提供100處電動機車充電服務站提供市民電動機車充電服務。而中華汽車建置的快速充電設備更可讓電動機車充電時間節省一半以上，提昇民眾用車的便利性。







說明：新竹市電動機車充電站記者會及專屬標誌



### 馬總統推廣綠能政策，參觀中華汽車e-moving

2012年馬總統前來參觀中華汽車所開發的綠能產品e-moving，對於中華汽車積極推動綠能事業表示肯定，並對於中華汽車從汽車製造業跨足綠能事業，便能取得電動機車市占率第一的好成績表示讚賞。



## 來自四方的榮耀—五個關鍵第一

綜觀中華汽車的發展歷史，至今已經成就了台灣車廠中五個關鍵性的第一：第一家取得國家品質獎、第一家獲得卓越服務獎、第一家連續九年獲得「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」、全國所有產業第一家獲得「TPM特別賞」，再加上「企業社會責任獎」，顯示著中華汽車營運涵蓋的各個面向：產品品質、服務、經營發展、生產管理，以及社會責任，都創業界之先，獲得公正第三者的肯定。

### 企業標竿

2012年10月	e-moving 產品榮獲綠色典範獎
2009年10月	連續三年榮獲遠見雜誌「企業社會責任獎」傳產組首獎，並二度榮登「CSR 榮譽榜」
2009年10月	榮獲 2009 服務第壹大獎 汽車銷售第二名
2008年04月	連續三年榮獲遠見企業社會責任獎，榮登「CSR 榮譽榜」
2007年10月	連續十一年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
2007年08月	外銷五連霸！榮獲外銷輸出「金額」、「比例」最高雙料冠軍
2007年07月	榮獲經濟部頒發節能績優廠商「傑出獎」
2007年01月	中華汽車楊梅廠榮獲日本設備維護協會頒發「TPM 特別賞」
2007年01月	中華汽車新竹廠榮獲日本設備維護協會頒發「TPM ADVANCED 特別賞」
2006年8月	中華汽車外銷績效亮眼，連續四年稱霸「對日輸出金額」
2006年7月	中華三菱體系榮獲經濟部頒發國家級「GSP(Good Service Practice)優良服務認證」
2006年2月	通過英國標準協會(BSI)之 ISO/TS16949 國際汽車業品質管理標準認證
2005年12月	中華汽車新竹廠榮獲勞委會「榮譽自護單位」獎，國內車廠第一家及唯一獲獎企業
2005年10月	連續十年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
2005年08月	連續三年榮獲經濟部工業局頒發「外銷輸出金額」及「外銷輸出比例」最高之雙料冠軍
2004年11月	中華汽車新竹廠越級挑戰日本 TPM「特別賞」成功，為全台第一家獲獎廠商
2004年10月	連續九年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
2004年01月	榮獲亞元雜誌評選為「2003 年台灣最佳管理企業」第九名
2003年11月	中華汽車楊梅廠榮獲 JIPM(日本維護協會)頒發「TPM 優秀獎」
2003年10月	連續八年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
2003年09月	榮獲經濟部工業局頒發「汽車製造廠對日輸出金額最高」及「汽車製造廠對日輸出比例最高」外銷雙料冠軍
2002年11月	榮獲天下雜誌與 Accenture 顧問公司頒發「卓越服務獎」
2002年11月	榮獲經濟部頒發「第三屆工業永續精銳獎」
2002年10月	連續七年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
2001年11月	中華汽車新竹廠榮獲 JIPM(日本維護協會)頒發「TPM 優秀獎」、環保署頒「第十屆中華民國企業環保獎」及經濟部頒發「2001 年污染防治設施操作維護績優獎」
2001年10月	榮獲經濟部頒發「第九屆產業科技發展獎」傑出獎
2001年10月	連續六年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
2001年08月	連續二年榮獲 J.D.POWER 亞太分公司頒發「國產車銷售滿意度調查」(SSI)第一名
2000年10月	連續五年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」



2000年09月	榮獲經濟部工業局頒發「外銷金額第一名」
1999年12月	榮獲行政院環境保護署頒發「第八屆中華民國企業環保獎」
1999年10月	榮獲BSI(英國標準協會)頒發ISO 9001國際品質管理系統認證書 連續四年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
1998年10月	連續三年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
1997年10月	連續二年榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
1997年04月/ 1997年07月	取得英國及中華民國環境管理系統ISO 14001認證
1996年10月	榮獲天下雜誌「台灣汽車業最佳聲望標竿企業獎」
1994年03月/ 1993年09月	國內汽車業中第一家取得中華民國及英國國際品質保證標準ISO 9002認證之汽車廠
1994年04月/ 1993年04月/ 1992年04月	國內交通類企業中，唯一連續在台灣大型企業評等中獲「AAAAA」級最優評等之企業
1993年06月/ 1992年06月/ 1991年06月	國內製造業中，唯一連續三年進入「國內企業經營績效綜合指標」評選前十名，且於1993年獲評第一之企業

## 人才發展

2011年11月	榮獲行政院勞委會頒發第一屆國家訓練品質獎
2011年10月	榮獲行政院勞委會職訓局「TTQS訓練品質評核系統」金牌
2010年12月	榮獲勞委會「友善職場優良企業」獎項
2010年11月	人才培訓中心榮獲「行政院勞委會職訓局桃園區績優培訓單位」
2010年10月	榮獲行政院勞委會職訓局「TTQS訓練品質評核系統」銀牌
2009年10月	榮獲行政院勞委會職訓局「TTQS訓練品質評核系統」銀牌
2008年03月	榮獲康健雜誌2008「樂活企業獎」
2006年12月	e化學習環境佳 獲「企業數位學習服務表現獎」
2005年08月	榮獲行政院勞工委員會頒發第一屆「人力創新獎」
2003年12月	新竹廠連續三年榮獲勞委會頒發的「全國性推行勞工安全衛生優良單位優良獎」及「五星獎」
2002年11月	新竹廠連續兩年榮獲行政院勞委頒發「全國性推行勞工安全衛生優良單位優良獎」
2001年12月	連續三年榮獲行政院勞委會頒發「全國勞工教育優良單位獎」並同時獲頒「優良勞工刊物獎」及「績優勞工托兒福利服務事業單位獎」
2001年09月	榮獲「2001年人力資源指標調查最佳標竿企業」
2001年07月	新竹廠榮獲勞委會頒發的「推行勞工安全衛生優良單位獎」
2001年04月	榮獲第一屆三菱亞洲盃技能競賽金牌
2000年12月	連續兩年榮獲行政院勞委會頒發「全國勞工教育優良單位獎」
2000年12月	榮獲行政院勞委會評選為「重視女性人力資源企業類優良事業單位」
1997年05月	榮獲行政院勞委會評選為勞動條件優良事業單位
1995年05月	榮獲行政院勞委會評選為「推行勞工刊物特別獎」(中華汽車月刊連續三年均為特優)
1995年05月	榮獲行政院勞委會評選為推行職工福利優良單位
1993年06月	榮獲行政院勞委會評選為勞動條件優良事業單位



1993年06月	新竹工廠榮獲台灣省勞工安全衛生優良單位，並於十家優良單位中，獲選為兩家觀摩單位之一，舉辦觀摩會
1993年04月	榮獲行政院勞委會評選為績優勞資關係單位
1992年06月/ 1994年06月	全國唯一榮獲行政院勞委會評選為推行勞工福利、勞工教育及勞工刊物均優之企業
1992年05月	產業工會榮獲全國優良工會殊榮

## 社會責任

2012年11月	中華汽車新竹廠榮獲廢棄物資源管理績優事業選拔特優獎
2011年08月	榮獲桃園縣績優企業卓越獎-「環保綠能獎」
2008年04月	連續三年獲得遠見企業社會責任獎，榮登「CSR 榮譽榜」
2007年05月	連續三年獲得遠見雜誌「第三屆企業社會責任獎」
2007年05月	榮獲桃園縣績優企業卓越獎-「桃園縣長青企業卓越獎」
2007年03月	榮獲天下雜誌「企業公民獎」
2006年07月	連續八屆榮獲行政院文化建設委員會頒發「文馨獎金獎」
2006年05月	榮獲遠見雜誌「企業社會責任獎」，成為製造業唯一連續兩屆獲獎之企業
2006年03月	榮獲天下雜誌「企業公民調查」：「五顆心企業」及「業界最推崇的企業公民」雙榜提名
2005年10月	中華汽車新竹廠榮獲經濟部94年度「節約用水績優單位」，為產業組內唯一獲獎之汽車廠
2005年05月	榮獲遠見雜誌第一屆「企業社會責任獎」，為製造業唯一獲獎企業
2004年11月	連續七年榮獲行政院文化建設委員會頒發「文馨獎金獎」
2004年10月	中華汽車新竹廠榮獲經濟部能源局評選為「節約能源績優廠商優等獎」
2003年12月	榮獲原住民族委員會審核為「第七屆促進原住民發展有功團體暨人士」受獎單位
2003年11月	連續六年榮獲行政院文化建設委員會頒發「文馨獎金獎」
2002年09月	連續五年榮獲行政院文化建設委員會頒發「文馨獎金獎」
2001年11月	榮獲教育部頒發「九十年推展社會教育有功團體獎」
2001年09月	榮獲行政院體育委員會頒發「推展體育有功精英獎」
2001年06月	連續四年榮獲行政院文化建設委員會頒發「文馨獎金獎」
2001年11月	中華汽車新竹廠連續三年榮獲行政院環境保護署頒發「中華民國企業環保獎」
2000年09月	連續三年榮獲行政院體育委員會頒發「贊助體育有功單位獎」
2000年05月	連續三年榮獲行政院文化建設委員會頒發「文馨獎金獎」，並獲頒「文馨獎特別獎」
1998年08月	中華汽車新竹廠榮獲經濟部能源局評選為「節約能源傑出獎」
1997年11月	榮獲行政院表揚為「參與教化有功團體」 中華汽車楊梅廠榮獲行政院環境保護署頒發「中華民國企業環保獎」
1996年10月	榮獲「1996年安全衛生自動檢查優良事業單位」
1996年05月	榮獲經濟部「1996年台灣地區節約能源績優廠商」
1996年04月	榮獲「1996年最佳企業形象獎」及「最佳內部刊物獎」

1995年10月	同時榮獲經濟部「人力培訓」、「工業防治污染」、及「工業安全衛生」績優廠商獎
1994年09月/ 1995年09月	榮獲中華民國體育總會頒發「贊助體育活動有功團體」獎
1993年11月	中華汽車楊梅廠榮獲行政院環境保護署頒發「中華民國企業環保獎」
1993年09月	榮獲行政院環境保護署頒發中華民國企業環保獎特優廠商(全國僅十家企業獲獎)
1992年12月	榮獲行政院環保署評定為A級績優廠商
1992年11月	榮獲行政院文建會「贊助藝文專業團體績優工商企業獎」(全國僅六家企業獲獎)
1992年08月	榮獲行政院頒發「傑出資訊應用獎」(全國生產事業僅本公司獲此榮譽)



## GRI/G4對照表

GRI 指標	GRI 項目名稱	對應章節名稱	揭露程度(註)	頁次
一般標準揭露				
策略與分析				
G4-1	組織最高決策者的聲明	經營者的話	●	2~3
G4-2	關鍵衝擊、風險及機會之描述	前瞻未來	●	22
組織概況				
G4-3	組織名稱	公司基本資料	●	10
G4-4	主要品牌、產品與服務	營運據點、主要產品	●	12~13
G4-5	組織總部所在位置	公司基本資料	●	10
G4-6	營運所在的國家數量及國家名	營運據點	●	12
G4-7	所有權的性質與法律形式	中華汽車股東結構	●	26
G4-8	組織所提供服務的市場	營運據點	●	12
G4-9	組織規模	公司基本資料、營運據點、財務績效	●	10、12、16~21
G4-10	按雇用類型、雇用合約、僱用地區、性別劃分的員工總數	員工雇用	●	33
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	員工權益	●	35
G4-12	組織的供應鏈	中華汽車與供應商：共存共榮的中衛體系	●	66
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	無相關情事	●	**
G4-14	組織是否具有因應之預警方針或原則	內部控制與稽核機制、公司行為準則、風險管理	●	29、30、31
G4-15	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議。	無簽署由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	○	**
G4-16	組織參與的公協會和國家或國際性倡議組織的會員資格	參與各面向專業組織	●	71
鑑別重大考量面與邊界				
G4-17	組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體	報告範疇	●	2
G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程	利害關係人關注議題之重大性分析矩陣圖	●	7
G4-19	界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	利害關係人關注議題之重大性分析矩陣圖	●	7
G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界	利害關係人關注議題之重大性分析矩陣圖	●	7

註：●表"已揭露"、◎表"部份揭露"、○表"未揭露"。

GRI 指標	GRI 項目名稱	對應章節名稱	揭露程度(註)	頁次
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界	利害關係人關注議題之重大性分析矩陣圖	●	7
G4-22	先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	首次編製發行	●	**
G4-23	說明和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變。	首次編製發行	●	**
利害關係人議合				
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體。	利害關係人鑑別、溝通管道與關注議題	●	6~7
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法。	利害關係人鑑別、溝通管道與關注議題	●	6~7
G4-26	與利害關係人議合的方式，包含依不同利害關係群體及形式的議合頻率	利害關係人鑑別、溝通管道與關注議題	●	6~7
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些關鍵議題與關注事項	利害關係人鑑別、溝通管道與關注議題	●	6~7
報告書基本資料				
G4-28	資訊報告期間	報告期間	●	1
G4-29	上一份報告的日期	首次編製發行	●	**
G4-30	報告週期	報告書撰寫原則	●	1
G4-31	可回答報告或內容相關問題的聯絡人	CSR 聯絡資訊	●	1
G4-32	組織選擇的依循選項；針對所擇選項的 GRI 內容索引；外部保證/確信報告	報告書撰寫原則	●	1
G4-33	組織為報告尋求外部保證/確信的政策與現行做法	報告書撰寫原則	●	1
治理				
G4-34	組織的治理結構	中華汽車組織系統圖	●	11
倫理與誠信				
G4-56	組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則。	公司治理原則、內部控制與稽核機制、公司行為準則、風險管理	●	25、29、30、31
特定標準揭露				
類別：經濟				
考量面：經濟績效				
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	近三年經營表現、轉投資事業、未來重大資本支出、資本支出預期效益	●	17、21、23

註：●表"已揭露"、◎表"部份揭露"、○表"未揭露"。



GRI 指標	GRI 項目名稱	對應章節名稱	揭露程度(註)	頁次
G4-EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	氣候變遷的風險管理	●	44~48
G4-EC3	組織確定福利計畫義務的範圍	員工權益	●	35
G4-EC4	自政府取得之財務補助	配合政策促進產業提升	●	20
考量面：市場形象				
G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	員工雇用	●	33~35
G4-EC6	在重要營運據點僱用當地居民為高階管理階層的比例	員工雇用	●	33~35
考量面：間接經濟衝擊				
G4-EC7	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	積極關懷社會	●	70~75
G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	前瞻未來	●	22
考量面：採購實務				
G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	供應商管理及社會責任	●	68
類別：環境				
考量面：原物料				
G4-EN1	所用原物料的重量或體積	能資源使用狀況	●	45~47
G4-EN2	使用再生原物料的百分比	產品綠色設計	●	58
考量面：能源				
G4-EN3	組織內部的能源消耗量	能資源使用狀況	●	45~47
G4-EN4	組織外部的能源消耗量	能資源使用狀況	●	45~47
G4-EN6	減少能源的消耗	節能減碳具體作為	●	48
G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	節能減碳具體作為	●	48
考量面：水				
G4-EN8	依來源劃分的總取水量	能資源使用狀況	●	45~47
G4-EN9	因取水而受顯著影響的水源	能資源使用狀況	●	45~47
G4-EN10	水資源回收及再利用的百分比及總量	水資源無回收再利用，故未揭露回收比例及總量	○	**
考量面：生物多樣性				
G4-EN11	位於或鄰近於生態保育區之土地位置與面積	生物多樣性及廠區綠化作法及實績	●	56~57
G4-EN12	活動、產品及服務對於生態保育區之顯著衝擊	生物多樣性及廠區綠化作法及實績	●	56~57
G4-EN13	受保護或復育的棲息地	生物多樣性及廠區綠化作法及實績	●	56~57

註：●表"已揭露" ◎表"部份揭露"、○表"未揭露"。



GRI 指標	GRI 項目名稱	對應章節名稱	揭露程度(註)	頁次
G4-EN14	受組織營運影響的棲息地中，已被列入 IUCN 紅色名錄及國家保護名錄的物種總數	生物多樣性及廠區綠化作法及實績	●	56~57
考量面：排放				
G4-EN15	直接溫室氣體排放(範疇一)	碳排放揭露	●	44~45
G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量(範疇二)	碳排放揭露	●	44~45
G4-EN17	其他間接溫室氣體排放量(範疇三)	碳排放揭露	●	44~45
G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	節能減碳具體作為	●	48
G4-EN20	臭氧層破壞物質(ODS)的排放	臭氧層破壞物質管理	●	48
G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他顯著氣體的排放	空氣污染防治	●	52
考量面：廢污水和廢棄物				
G4-EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排水量	水污染防治	●	53
G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	廢棄物管理	●	55~56
G4-EN24	嚴重洩漏的總次數及總量	違反環境法律裁罰及洩漏次數	●	57
G4-EN25	組織運輸、輸入、輸出被「巴塞爾公約」附錄 I、II、III、VIII 視為有害廢棄物的物質之重量，以及運往國外的百分比	廢棄物管理	●	55~56
G4-EN26	受組織廢水及其他(地表)逕流排放而顯著影響的水體及相關棲息地的特性、面積、保護狀態及生物多樣性價值	水污染防治	●	53
考量面：產品和服務				
G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	綠色製造	●	58
G4-EN28	按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比	資源回收	●	63
考量面：法規遵循				
G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	違反環境法律裁罰及洩漏次數	●	57
考量面：交通運輸				
G4-EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	綠色製造	●	58
考量面：整體情況				
G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	環保支出與投資	●	57
類別：社會				
子類別：勞工實務與尊嚴勞動				
考量面：勞僱關係				
G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	員工雇用	●	33~35

註：●表"已揭露"、◎表"部份揭露"、○表"未揭露"。

GRI 指標	GRI 項目名稱	對應章節名稱	揭露程度(註)	頁次
G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	員工權益	●	35
考量面：勞/資關係				
G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	員工權益	●	35
考量面：職業健康與安全				
G4-LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	員工權益	●	35
G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	職業安全狀況	●	41
G4-LA8	工會正式協約中納入健康與安全相關議題	員工權益	●	35
考量面：訓練與教育				
G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	2013 年教育訓練實施狀況	●	39
G4-LA10	強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	完整多元的學習環境	●	38~40
G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	員工雇用	●	33~35
考量面：員工多元化與平等機會				
G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	員工雇用	●	33~35
考量面：女男同酬				
G4-LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	員工雇用	●	33~35
子類別：人權				
考量面：投資				
G4-HR1	載有人權條款或已進行人權篩選的重要投資協定及合約的總數及百分比	未來重大資本支出、資本支出預期效益	●	23
G4-HR2	員工接受營運相關人權政策的訓練總時數，以及受訓練員工的百分比	以人為本的人權訓練	●	39
考量面：不歧視				
G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	無相關情事	●	**

註：●表"已揭露"、◎表"部份揭露"、○表"未揭露"。

GRI 指標	GRI 項目名稱	對應章節名稱	揭露程度(註)	頁次
考量面：結社自由與集體協商				
G4-HR4	已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動	無相關情事	●	**
考量面：童工				
G4-HR5	已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點和供應商，以及採取有助於杜絕使用童工的行動	無相關情事	●	**
考量面：強迫與強制勞動				
G4-HR6	已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動	無相關情事	●	**
考量面：保全實務				
G4-HR7	保全人員接受與營運相關之組織人權政策訓練的百分比	未針對保全人員進行相關訓練	○	**
考量面：原住民權利				
G4-HR8	涉及侵害原住民權利的事件總數，以及組織所採取的行動	無相關情事	●	**
考量面：反貪腐				
G4-SO3	已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險	未進行貪腐風險評估	○	**
G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	內部控制與稽核機制、公司行為準則、風險管理	●	29、30、31
G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	無相關情事	●	**
考量面：公共政策				
G4-SO6	按國家和接受者/受益者分類的政治獻金總值	無相關情事	●	**
考量面：反競爭行為				
G4-SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果	無相關情事	●	**
考量面：法規遵循				
G4-SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	無相關情事	●	**
子類別：產品責任				
考量面：顧客的健康與安全				
G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	安全安心的工作環境	●	40~42
G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	產品保證管理：真實訴求、詳細標示	●	65

註：●表"已揭露"、◎表"部份揭露"、○表"未揭露"。

GRI 指標	GRI 項目名稱	對應章節名稱	揭露程度(註)	頁次
考量面：產品及服務標示				
G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	客戶關係管理	●	65
G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	產品保證管理：真實訴求、詳細標示	●	65
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	重視服務流程標準化	●	66
考量面：行銷溝通				
G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣(包括廣告、推銷及贊助)的法規及自願性準則的事件總數	產品保證管理：真實訴求、詳細標示	●	65
考量面：顧客隱私				
G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	保護顧客隱私權	●	66
考量面：法規遵循				
G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	無相關情事	●	**

註：●表"已揭露"、◎表"部份揭露"、○表"未揭露"。

和諧 Harmony | 創新 Innovation | 卓越 Top



中華汽車工業股份有限公司  
<http://www.china-motor.com.tw/>