



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



關於封面

身為地球的一份子，我們能為環境做些什麼？本封面藉由足跡意象表現出二氧化碳沿著足印軌跡遞減後，形成環境綠化改善的成果，充分表達出裕隆汽車的綠色承諾，並希望透過綠生活的實踐與全民一起經營健康、永續的生活。

■ 編輯方針

- ❖自2007年起，裕隆汽車公司每年出版一本企業社會責任報告書，2009年裕隆發行企業社會責任報告書（CSR Report），同時為獲取公信，經外部針對報告書進行驗證，是國內第一家CSR報告書經由第三者驗證的汽車公司，並獲B+等級，爾後本公司規劃二年進行一次企業社會責任報告書查證。今年持續藉由2010年裕隆汽車企業社會責任報告書向所有利害關係人聲明與承諾裕隆汽車善盡企業社會責任、追求永續發展的決心。
- ❖裕隆汽車延攬各單位部門代表與外部專家共同組成企業社會責任推動小組（簡稱CSR小組）負責本報告書編輯工作，持續規劃未來持續推動企業社會責任的方向。
- ❖裕隆汽車CSR小組，考量所有利害關係人關切的重點，決定本報告書資訊揭露內容之完整性。CSR小組依照全球永續性報告書指導綱領第三版 (The Global Reporting Initiative Guideline 2006-G3, GRI) 之要求，辨識與本報告書各項資訊相關的守規性、政策方針、同業作法及利益相關者關切程度，提出本報告書應揭露之實質性議題，最後，再仰賴各部門主管的專業知識與管理經驗協助審查，以確認本報告書應揭露之實質性議題。
- ❖同時參考GRI公布之汽車業補充資料
- ❖關於本報告所用的關鍵詞彙字母縮寫或解釋名詞，均在當頁加註。

- ❖本報告書以利害關係人的觀點撰述，依據不同利害關係者可能關切的議題提出完整說明。議題的篩選和優先順序係依據裕隆汽車各相關部門內部討論結果。對於未能刊登在本報告中的事項和數據以及本報告內容的相關資訊，歡迎參訪本公司網站 (www.yulon-motor.com.tw)。
- ❖本報告書揭露的統計數據來源係來自裕隆汽車公司自行統計與調查的結果，有關財務數據來源，係經勤業眾信會計師事務所財務簽證後之公開資訊，部分統計數據則引用政府機關（如：行政院環保署、行政院勞委會）網站公開資訊，並以一般慣用的數值描述方式呈現。

■ 報告範疇

本報告書以2009年度的經營活動為中心，但對一部分上述期間之前的事實以及之後（至2010年6月止）的重要方針和目標、計劃等亦有刊載。

■ 報告組織

- 經營績效：以裕隆汽車製造股份有限公司為報告主要對象。
- 環安衛績效：僅以裕隆三義廠為報告範圍。
- 社會績效：原則上以裕隆汽車製造股份有限公司為報告主要對象，屬於裕隆汽車重要轉投資關係企業之社會貢獻（如：裕朋實業—裕隆籃球隊），亦納入本報告之範圍。

CSR聯絡資訊

對於2010年裕隆汽車企業社會責任報告書有任何疑問與建議，歡迎您與我們聯絡。

裕隆汽車製造股份有限公司

財企部 陳元龍科長

苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之1

電話：037-871-801

傳真：037-876-293

Email：yuan-long.chen@yulon-motor.com.tw

Website：www.yulon-motor.com.tw

2010裕隆汽車企業社會責任報告書

發行單位／裕隆汽車製造股份有限公司

發行人／陳國榮

編輯小組／裕隆汽車CSR小組

策劃執行／台灣環境管理會計協會

美術編輯／宏碩文化事業股份有限公司

出版年月／2010年12月

版權所有／本刊保留所有權利

文章如需轉載請徵詢本刊同意及書面授權

Contents

編輯方針
經營者的話

4

裕隆的經營承諾

- 5 裕隆汽車概述
- 10 經營理念
- 11 公司治理
- 14 企業社會責任的推動

19

裕隆的榮耀

- 20 自主品牌 LUXGEN、tobe
- 25 獲獎榮耀-蟬聯3年企業社會責任的榮耀

26

裕隆的環境承諾

- 27 建置物質流成本會計
- 30 碳足跡策略夥伴評估
- 34 安環衛管理策略
- 36 環境保護作為
- 42 對環境友善的產品

47

裕隆的社會承諾

- 48 裕隆與客戶
- 52 裕隆與員工
- 62 裕隆與股東
- 64 裕隆與供應商
- 65 裕隆與社會
- 68 薪傳木雕之美

GR1 G3對照表
調查意見調查表



經營者的話

以『成為全球先進車廠』為目標， 繼續前進！



嚴凱泰

嚴凱泰

裕隆汽車製造股份有限公司董事長

3年蟬聯遠見雜誌「企業社會責任獎」

裕隆經營理念的堅持一路始終如一，我們始終抱持著『前瞻國際、深耕台灣』為信念：例如我們堅持實現自創品牌、積極投入研發綠色能源車、持續第14年投注心力與資源發揚台灣木雕藝術，同時致力於社會公益活動。裕隆汽車完全將企業公民的責任內化為企業的經營，同時本公司在九十八年度榮獲遠見雜誌評選三度蟬聯「企業社會責任獎」傳產與製造業組五星獎，並自今年起列入遠見雜誌「企業社會責任獎」榮譽榜。作為本土汽車製造業，裕隆汽車在追求利潤與營收之際，將持續同步負起社會責任，期待強化企業永續經營競爭力的同時也能提升全民生活品質，這足以說明裕隆汽車企業社會責任的具體承諾與實踐。

自創品牌的感動與榮耀

本公司除繼續專注於原有品牌之專業製造代工及銷售，積極提升產能利用率、降低製造成本外，更積極發展自主品牌LUXGEN（納智捷），於去年第三季正式推出自主品牌第一款車—LUXGEN MPV，這部標榜為世界第一部智慧科技車，在預先設想、超越期待的品牌定位下，一推出即獲選為「2009年度風雲車」及「最佳國產



MPV」；並且參加杜拜車展，成為世界注目的焦點，LUXGEN將從台灣邁向國際。

繼此，本公司發展第二個自主品牌tobe（酷比），於2010年4月推出價值與質量、安全兼顧的經濟型車款酷比 m'car 及新能源車輛，m'car 是庶民車，可以讓消費者輕鬆擁有汽車生活，朝台灣自創品牌（Original Brand Manufacturer, OBM）發展，帶動整體產業升級，從台灣開始，進一步拓展到大陸乃至行銷全球。相信裕隆努力實現的自主品牌不僅是裕隆的榮耀，更將是未來的台灣之光。

響應節能減碳，發展電動車

因應國際環保節能趨勢，裕隆汽車秉持環境永續發展的信念，積極投入研發綠色能源車輛，協同關係企業華創車電公司，研發高性能、低使用成本的電動車，未來將結合自主品牌導入上市，推動汽車市場的『寧靜、零排放革命』，樹立公司低汙染、創新技術的典範，讓公司得以永續發展。

繼續前進

今年（2010年）我們持續向關心裕隆汽車的各利害關係人說明公司在社會責任各相關議題之重要作為，同時，我們亦承諾遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，持續以世界級的品質及全方位的服務，提供消費者高附加價值的移動生活，以「成為全球先進車廠」為目標，繼續前進！



陳國榮

陳國榮

裕隆汽車製造股份有限公司總經理



裕隆汽車概述 p.05

經營理念 p.10

公司治理 p.11

企業社會責任的推動 p.14

裕隆的經營承諾

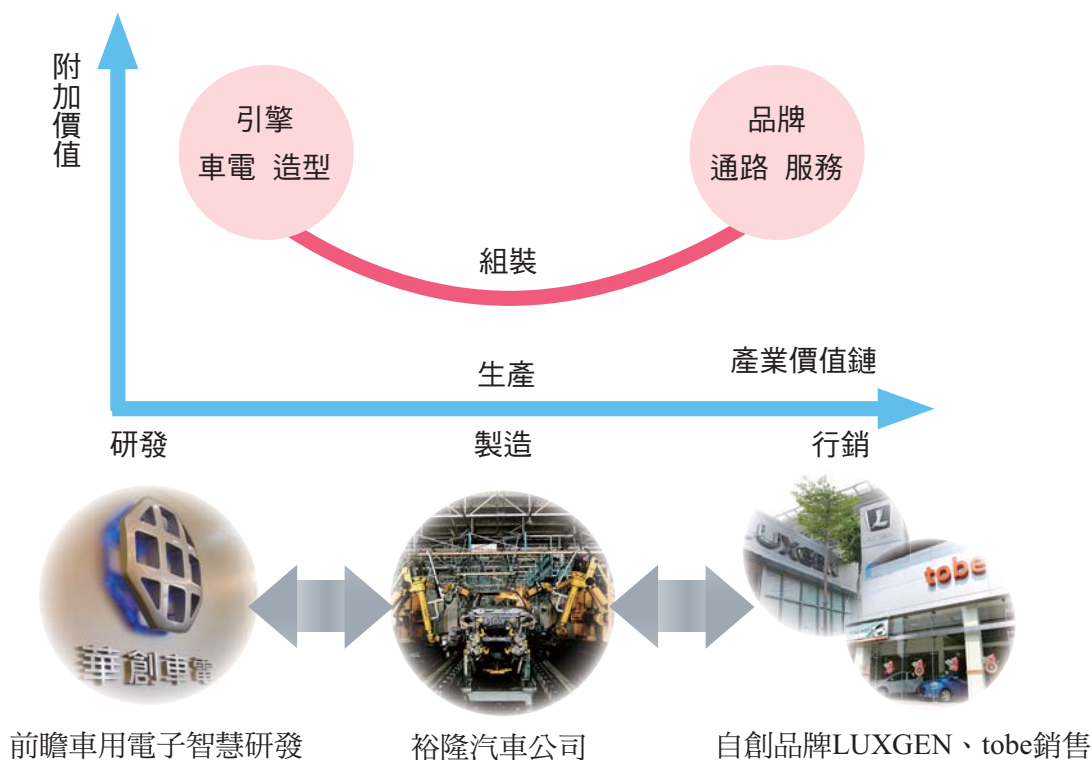
裕隆汽車認為「人」是企業存在的主要目的，小至群體，大至國家，乃至全球的人類，休戚相關、共同成長。此「Life together」的信念，正是裕隆汽車面對國際化浪潮的企業精神；唯有全體同仁共同堅持公司的經營理念「追求顧客滿意」、「創造企業繁榮」、「貢獻社會福祉」，並貫徹1st的企業文化「創新、速度、團隊」，進而達成共同願景成為華人市場汽車移動價值鏈的領導者。



裕隆汽車概述

自創品牌的新時代

發展自主品牌



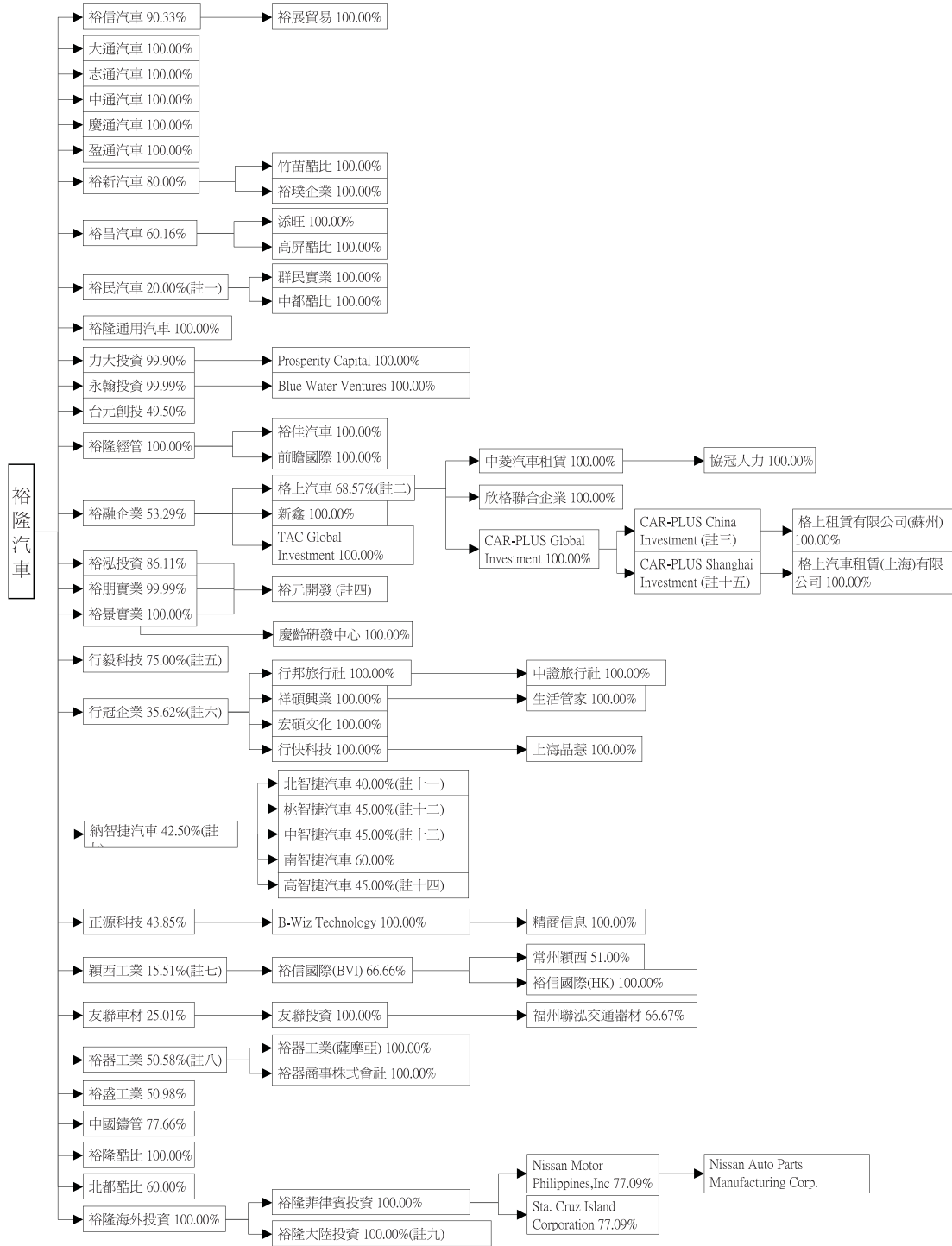
◆ 跳脫傳統汽車製造(低附加價值)，朝向微笑曲線兩端活動發展(高附加價值)。

2009年裕隆如期且驕傲的實現了自創品牌的夢想-納智捷，2010年相繼又推出自創品牌-酷比，而能實現這個夢想最主要是由『裕隆汽車製造』結合了集團旗下的關係企業『前瞻車用電子智慧研發』與『納智捷汽車、裕隆酷比汽車』共同努力的成果。跳脫傳統汽車製造思維模式，將共創裕隆汽車更輝煌的汽車市場新紀元。

公司基本資料

公司名稱：裕隆汽車製造股份有限公司
 Yulon Motor Co., Ltd.
 總部地址：苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之1
 創立日期：1953年9月
 董事長：嚴凱泰
 總經理：陳國榮
 資本額：新台幣157.29億元
 營業額：新台幣209.45億元 (2009.12)
 員工人數：1134人 (2009.12)
 最大股東：台元紡織 (所有權18.11%)

裕隆汽車轉投資與關係企業



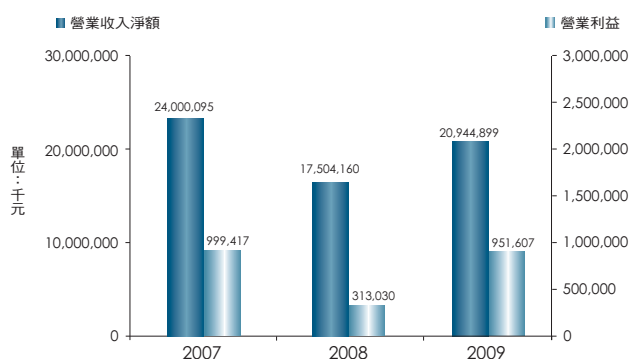


裕隆汽車2009年度及截至2010年4月30日止辦理併購、轉投資關係企業及重整情形：

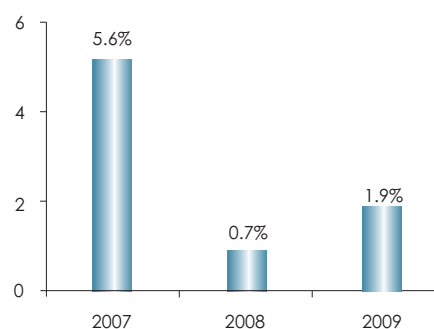
- ❖為配合自有品牌上市時程及經銷通路佈建計畫，由納智捷、匯豐、裕隆以及外部股東合資成立五家納智捷經銷公司。裕隆投資納智捷之經銷商北智捷汽車股份有限公司，持股35%。
- ❖為因應汽車市場萎縮及擴大經銷商經營規模以創造較佳之綜效，故將NISSAN 品牌經銷商裕昌公司及吉隆公司進行合併，合併後裕昌公司為存續公司，裕隆汽車持有裕昌公司60.16%之股權。
- ❖為因應自創品牌之開發、強化有關汽車座椅等相關零配件之合作關係、提升競爭力，向源亨投資股份有限公司購買其持有之友聯車材股份有限公司股份，本案購買後，裕隆汽車對友聯車材公司之持股比率將由15.01%增至為25.01%。
- ❖為因應汽車市場不景氣，並加速集團內相同資源之整合、提昇管理效能，將經惠實業(股)公司與行快科技(股)公司進行整併。
- ❖為因應大陸汽車市場之成長，透過子公司裕隆海外公司間接對大陸地區投資汽車產業相關之水平周邊及客戶服務等事業，自98 年度起增資。杭州蕭山納智捷汽車零部件有限公司為支應自有品牌大陸事業發展之資金需求，進行第二次增資。
- ❖北京中交科信科技有限公司因合資方大陸交通部科學研究院無法提供原先承諾之業務資源及產品本身競爭力問題。致使中交科信未來之營運發展受限，原公司設立目標難以達成，經雙方同意，辦理公司清算結束。
- ❖為配合經濟型自有品牌車之業務推展及行銷資源之統籌運用，本公司成立「裕隆酷比汽車股份有限公司」推動相關工作，以快速拓展品牌知名度及市場佔有率，該公司額定資本額設定為新台幣4億元，每股面額新台幣10元，初期實收資本額為新台幣2億元，裕隆汽車100%投資。
- ❖為統合集團資源、提昇經營管理效率，由本公司與台元紡織共同投資設立『裕隆經管企業(股)公司』，作為集團最高決策之執行單位，裕隆汽車持股比率33%。
- ❖為推動裕隆酷比汽車大台北區(包括台北市、台北縣、基隆市等區域)之業務，由裕隆、七和及誠隆共同出資成立「北都酷比汽車股份有限公司」，裕隆汽車持股比率60%。

財務資訊

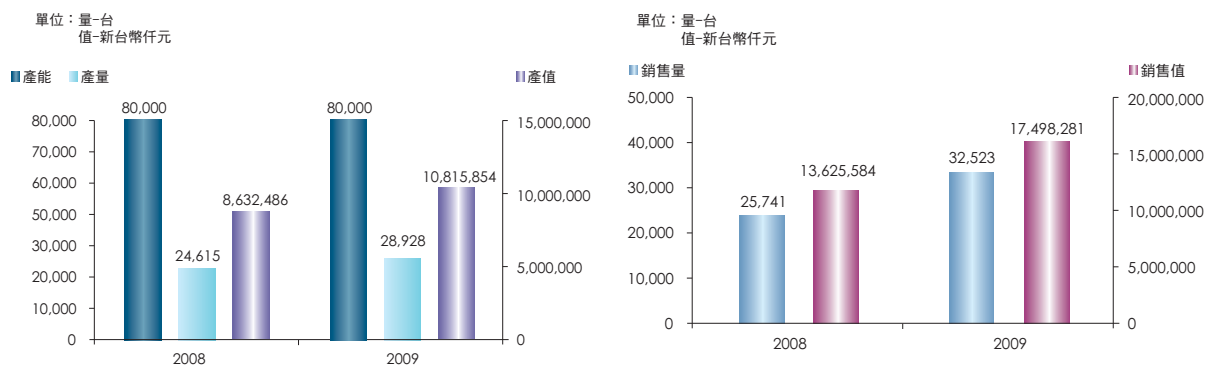
近3年經營績效表現



近3年股東權益報酬率



最近2年生產及銷售量值



配合政策促進產業提升

為配合政府促進產業升級所制訂多項獎勵投資條例，本公司秉持「深耕台灣、放眼國際」的精神，亦積極投資並致力於創新發展，2009年本公司在不斷成長之際，仍堅持「以人為本」的企業理念，重視關鍵技術人才培育。

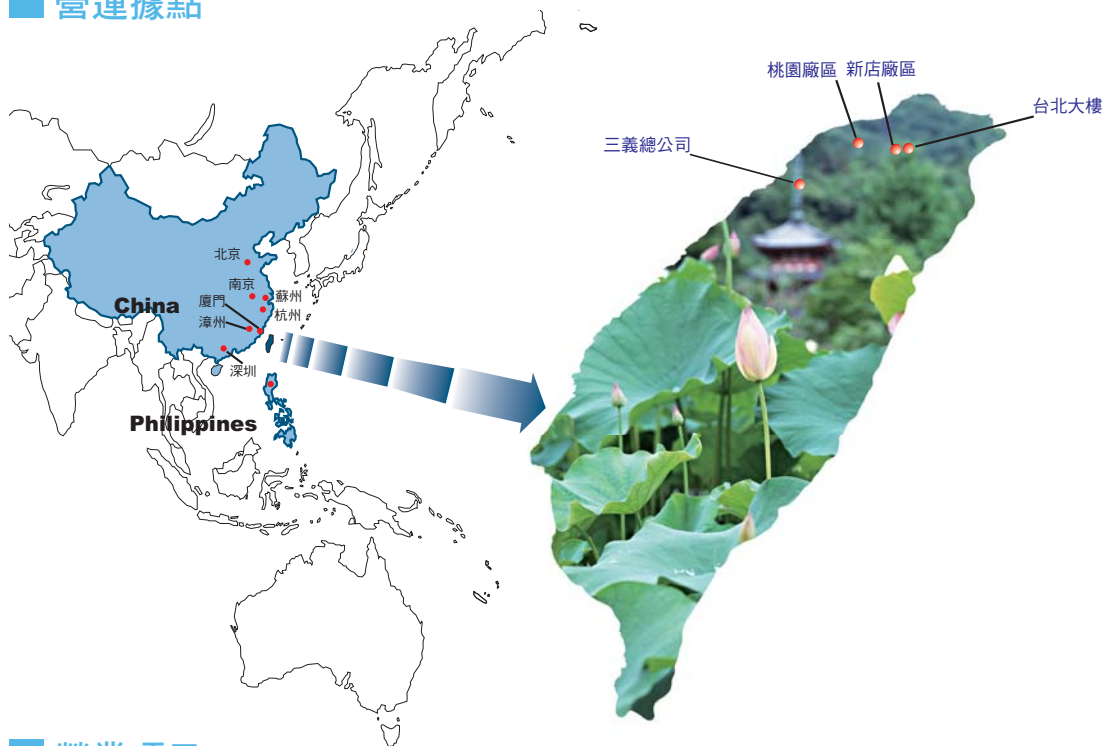
單位：元

促進產業升級條例	投抵項目	當年度可抵減稅額
促進產業升級條例第六條	研究與發展投資抵減	16,816,158
	人才培訓投資抵減	1,323,293
促進產業升級條例第九條之二	製造業及相關技術服務業五年免稅	62,837,377
合計		80,976,828

資料來源：本公司2009年稅報之「依促進產業升級條例申報減免稅額通報單」
其他詳細之財務資訊可詳閱裕隆汽車2009年年報。



營運據點



營業項目

裕隆汽車主要產製各式轎車、休旅車及商用車，並產製零件作為汽車組裝、維修保養用。



NISSAN :

轎車：TIIDA、TEANA、LIVINA、BLUEBIRD

休旅車：SERENA、MURANO、ROGUE

跑車：350Z、GT-R、370Z

商用車：CABSTAR



INFINITI：EX35、FX50/ FX35、G37 Convertible、G37 Coupe、G37 Sedan、M37/M25



RENAULT：GRAND SCENIC dCi、MEGANE SEDAN dCi、MEGANE HATCH dCi



UD商用車：UD重車



CADILLAC：CTS、All New SRX、Escalade



OPEL：Zafira、Insighia、Corsa



LUXGEN：MPV、SUV、CEO



tobe：m'car

經營理念

致力創建「人、車、生活」的 樂活移動價值鏈

■ 裕隆的經營理念

- ◎華人市場汽車移動價值鏈的領導者。
- ◎多品牌專業製造，多品牌服務經營。
- ◎落實經營目標，增進經營績效。
- ◎活化既有資源，有效創造資產價值。



■ 裕隆的「1st」企業文化

以「創新(I)、速度(S)、團隊(T)」為標竿。

唯有不斷的創新，企業方能確保永續經營。發揮團隊力量提升競爭力、加速學習新知識、技術，方能快速創新、快速提供顧客最佳服務。唯有堅強的團隊共同面對挑戰、不斷創新、講求效率、快速回應、鍥而不捨、追求卓越績效、積極提升產品之多樣化、速度化、優質化及國際化之競爭能力，致力追求「1st」的文化。

■ 裕隆的願景

矢志成為「華人市場汽車移動價值鏈的領導者」。

在全體同仁的努力下，不斷提升自我、精益求精，以最具競爭力的團隊，提供多元化的優質服務，此外，更積極地朝向多元化與國際化的經營目標發展。同時為保有永續的競爭力，增加本身核心能力，建立長期的核心競爭優勢，發展更完美的產品及更全方位的服務，進而繼續與顧客共創雙贏，共創更美好的未來。

■ 裕隆的使命

裕隆汽車認為「人」是企業存在的主要目的，小至群體，大至國家，乃至全球的人類，休戚相關、共生共榮。力求生生不息的經營目標與完善圓滿的服務品質，培植專業科技人才、強化內外部培訓，發展多元、綠能事業、實踐企業社會責任。「Life together」的信念，正是裕隆汽車面對國際化浪潮的企業精神；唯有全體同仁共同堅持公司的經營理念「追求顧客滿意」、「創造企業繁榮」、「貢獻社會福祉」。



裕隆的目標

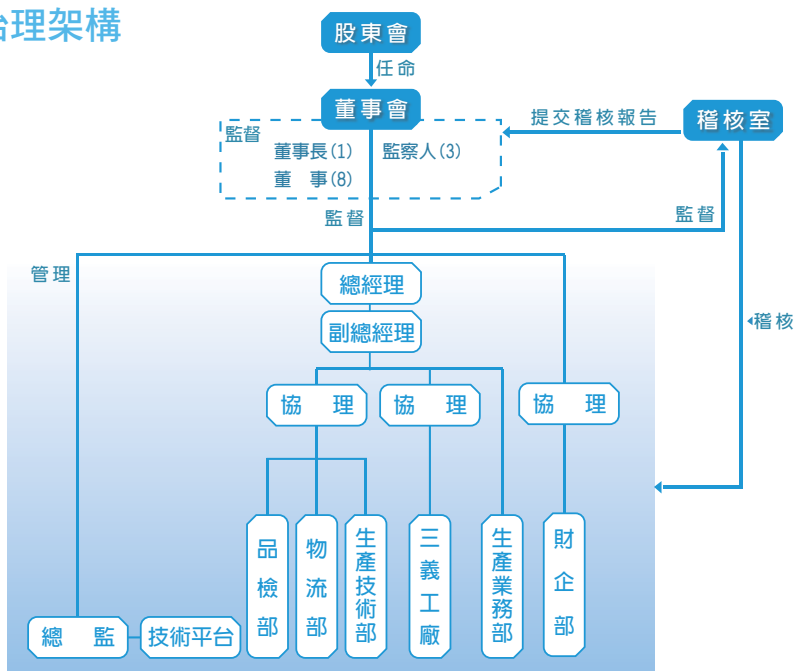
積極開發自主品牌，發展智慧科技車及綠色思考為導向之產品及服務，以成為全球車廠為目標。本公司「融合科技、人文、藝術」為經營主軸，「根留台灣、胸懷大陸、放眼國際」之理念，繼續為社會整體進步與幸福貢獻心力，致力實踐為一受信賴與尊敬之世界級汽車製造服務公司。未來將持續積極投入人力、物力、土地及各項設備、精緻產品、顧客滿意、員工樂活、提升服務、提供健康安全管理及環境保護、獲得利害關係人的肯定與信任，以達成國際級汽車大廠之目標。

- ◎努力實踐企業社會責任所有活動。
- ◎創新科技便利人類生活、傳遞多元文化為使命。
- ◎活化既有資源，有效創造資產價值。
- ◎聚焦以自創品牌導向之核心技術及產品，強化品牌行銷。
- ◎深耕核心產業，拓展海外投資。

公司治理

自律、健全的董事會是公司治理之本，裕隆汽車持續強化公司治理之運作、重視股東之權益。每年召開股東常會1次，所有的相關資訊皆可於裕隆汽車網站上查詢。董事會每月召集常會1次，必要時得召集臨時會。在經營態度上，裕隆汽車不僅強調財務績效資訊透明，更重視企業社會責任，並充分揭露企業之非財務績效資訊，有關董事會重大的決議，均詳實的記錄與適時揭露，完整的資訊可參閱裕隆汽車2009年年報。

公司治理架構



董事會組成及職權

裕隆董事會由12位具專業背景與技術經驗的董監事所組成，並以超然獨立精神提供裕隆汽車營運、法律及財務的專業諮詢。共同擔負公司策略、營運及監督之責。2009年董事會共召開5次，董事會運作均依照法令、公司章程、董事會議事規定及股東會決議行使職權，董監事均具有豐富及多元的專業能力及職場經驗，也不定期參加各種相關課程，吸收新知並與裕隆汽車共同成長。除能對公司發展提供寶貴建議外，同時也對利害關係人的權益予以充分及全面的關注。

裕隆汽車董事、監察人之酬勞皆按公司章程規定依適當比例給付，並經股東會同意後發放。董事會議事規範第16條亦明文規定董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係，致有害於公司利益之虞者，不得加入討論及表決，並予迴避。

董事及監察具專業知識之情形

99年4月30日

姓名 (註1)	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、法務、財務、會計或公司業務所須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	
嚴凱泰			✓							✓		✓		
林信義			✓			✓	✓				✓	✓		3
陳莉蓮			✓							✓		✓		
韓正平			✓			✓	✓			✓	✓	✓		
李俊忠			✓			✓	✓			✓	✓	✓		
徐善可			✓			✓	✓			✓	✓	✓		
陳國榮			✓			✓	✓			✓	✓	✓		
黃日燦	✓	✓	✓	✓		✓	✓				✓	✓		3
張樑	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
劉興臺			✓			✓	✓			✓	✓	✓		
劉一震			✓			✓	✓			✓	✓	✓		
戚維功			✓			✓	✓			✓	✓	✓		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)非為公司或其關係企業提供商務、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。

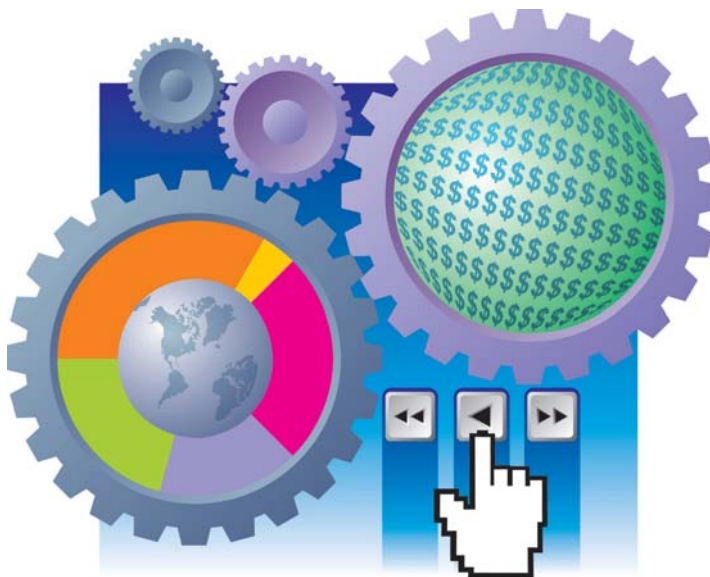


■ 內部控制制度

內部控制制度的目的係在對營運之效果及效率（含獲利、績效及保障資產安全等）、財務報導之可靠性及相關法令之遵循等目標的達成，提供合理的確保。因深知擁有良好的內部控制制度為董事會及經營團隊所需擔負的責任，裕隆汽車早已建立、實施並持續維護公司內部控制制度。2010年3月25日對外提出2009年度內部控制制度聲明書，裕隆汽車亦依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」所採用之內部控制制度判斷項目：控制環境、風險評估、控制作業、資訊及溝通、監督。此外，裕隆汽車之內部控制制度另設有自我監督之機制，缺失一經辨認，裕隆汽車即採取更正之行動。截至目前為止，裕隆汽車基於前項檢查結果，裕隆汽車的內部控制制度（含對子公司之監督與管理），包括知悉營運之效果及效率目標達成之程度、財務報導之可靠性及相關法令之遵循有關的內控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

公司依照行政院金融監督管理委員會修正頒布之「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」訂定「內部檢核實施細則」來規範內部檢核人員之職業道德、職責及作業程序等。內部稽核的目的在於檢查、評估內部控制制度之有效性，衡量營運之效率、財務報導之可靠性及相關法令之遵循，適時提供改善建議，以確保各項制度得以持續有效實施。內部稽核藉評估及改善風險管理、控制及監督流程之有效性，協助董事會及管理階層達成既定目標。目前裕隆利用重大會議、專案會議及經營會議此三大重要會議決策及查核、控管年度專案進度、控管部門及年度目標進度等各項永續議題。公司內部亦有設置直轄於董事會的稽核室，直接對董事會負責，負責定期及不定期的針對公司營運成果提供稽核並檢查評估組織的活動，將檢核所發現之內部控制制度缺失及異常事項，據實揭露於報告書，經董事長核閱後，除函知受查單位辦理改善外，並依規定交付各監察人及董事查閱。以提高資訊可靠及完整性，落實管理政策的執行，並評估業務效率，進而提昇公司整體經營品質。



企業社會責任的推動

企業，不僅是社會繁榮的創造者，更應該扮演人文生態的回饋者。

不論產業環境如何起伏，裕隆汽車對於企業社會責任的實踐與用心沒有中斷過，我們將社會責任融入公司的營運策略中，包含了公司政策、內部營運到各項教育訓練規劃等。同時我們也以本著在經濟、環境和社會各面向對社會的承諾，除了提升自身的企業文化外，亦致力於使利害關係人能共享利益。裕隆汽車的利害關係人包含員工、客戶、投資人、供應商及社區。裕隆汽車十分重視與利害關係人之間的互動，希望能透過各利害關係人在企業營運參與的過程，獲得關於企業社會責任議題之回饋，藉由各種溝通方式，裕隆可以更充分且明確的了解利害關係人的需求與想法，以使裕隆能在公司營運上不斷的符合並滿足社會的期望，持續邁向裕隆永續經營的理念。

裕隆汽車企業社會責任（CSR）的基本實踐

尊重法規，遵守道德

必須尊重國內外、各地區的法律和規範以及企業道德倫理觀，在經營實踐中將裕隆汽車的價值觀與國際社會的共識相互融合與協調。

具有全球化視野充分關注各國、各地區的多樣性，將國際共識納入我們經營的視野。

提高企業社會責任的策略經營

- 落實創建「人、車、生活」的樂活移動價值鏈
- 在企業經營活動中，堅持資訊公開原則
- 積極持續為社會和諧、文化發展盡心力

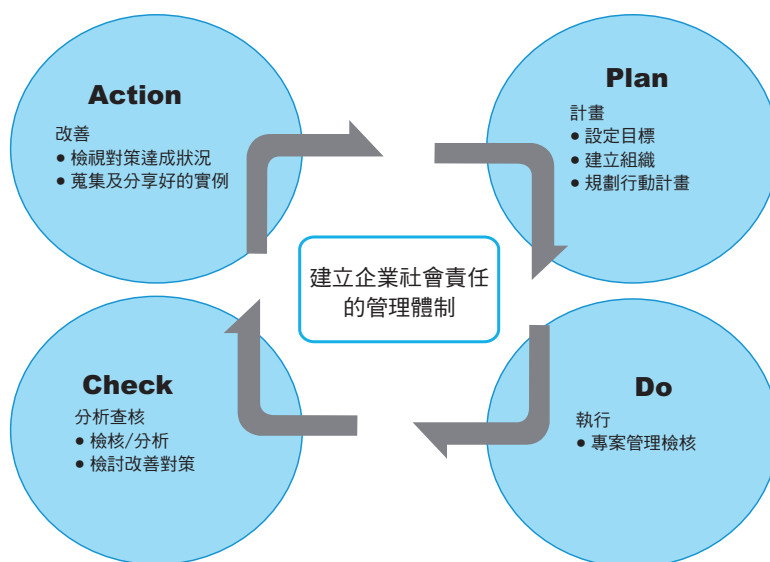
與利害關係人建立信任關係

裕隆汽車與員工、顧客、供應商、股東、地區社會以及其他利害關係人進行有誠意的溝通。為了保證適時準確地公開企業資訊。未來，裕隆汽車將要求供應商理解企業社會責任（CSR）的方針並能付諸實踐，積極建立與所有利害關係人的和諧。



建立企業社會責任的管理體制

企業經營務必將風險管理列為經營之首要任務，裕隆汽車對於年度經營業務之風險事項，評估各項潛在損害事件來源並選擇風險管理方法外，並就當年度經營業務之風險事項，檢討各項潛在損害事件之風險管理執行成效，且應隨時注意風險變化情形，適時評估並管理風險。針對各種不同突發狀況均有專人專責規劃及因應，期望藉由策略化、制度化等作法，將企業經營之不確定性降至最低。

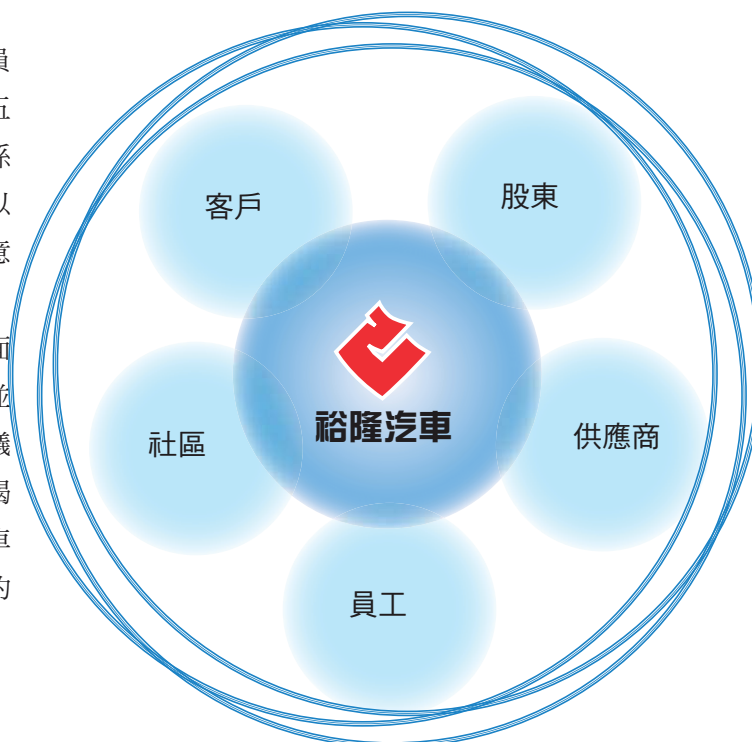


裕隆汽車利害關係人

裕隆汽車利害關係人主要分為員工、客戶、股東、供應商及社區等五大群組。針對不同類型之利害關係人，裕隆汽車擁有多元溝通管道，以利各利害關係人即時且有效的傳達意見。

裕隆汽車各事業部門藉由與各面向之利害相關者互動的機制，蒐集並彙整出各利害關係人所關切之重要議題，不僅是裕隆汽車在永續報告書揭露內容之主要依據，更作為裕隆汽車在制定善盡企業社會責任相關策略的重要參考來源。

裕隆汽車利害相關人



強化利害關係人溝通

裕隆汽車根據以往與各利害關係人的合作經驗將利害關係人所關心之議題依性質之敏感度與影響力決定處理方式，並訂定標準作業流程。利害相關人溝通方式及其關切議題彙整如下：

利害關係人	溝通方式	關切議題
股東 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每年召開一次股東常會 2. 每年依規定發行財務年報於股東會發送 3. 於公開資訊觀測站公佈經營狀況及重大訊息 4. 公司官方網站設有投資人專區 	<ul style="list-style-type: none"> ●獲利情形 ●經營與財務風險 ●風險管理 ●法規符合度
員工 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 定期與勞方代表互動 2. 發行刊物多元溝通 3. 員工關懷列車活動 4. 員工滿意度調查 	<ul style="list-style-type: none"> ●薪資／津貼 ●教育訓練 ●工作環境 ●職涯發展
客戶 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客戶滿意度調查 2. 定期與客戶舉行品質會議 3. 提升成本競爭力，減輕客戶負擔 	<ul style="list-style-type: none"> ●產品可靠度 ●綠色產品 ●成本競爭力 ●售後服務
供應商 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 不定期派員巡廠，協助供應商提升品質 2. 進行各項定期檢討報告或會議，透過面對面方式進行公司策略與目標宣達、品質績效檢討、合作計劃進度報告、市場資訊分享...等事項之溝通。 	<ul style="list-style-type: none"> ●履行企業社會責任 ●認識綠色產品元件 ●法規符合度
社區 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 設有專責單位及人員，負責關懷社區居民並敦親睦鄰 2. 增進地方就業機會，促使地方繁榮 3. 扶植觀光休閒產業 	<ul style="list-style-type: none"> ●環境面衝擊 ●經濟面貢獻 ●法規符合度



參與社團組織

裕隆汽車以發揮企業社會責任的意義積極參與各面向的專業組織。

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

參與公共政策

台灣區車輛工業同業公會一直以來都是政府在制定相關產業政策的諮詢對象，目前公會理事長由裕隆汽車陳總經理所擔任。陳總經理積極整合同業間的意見並對政府提出建言，以宏觀角度提振汽車市場銷售量並促進產業競爭力而努力。



■ 關鍵衝擊與因應

近年來由於環保意識高漲、油價飆漲，全球暖化問題日益嚴重。

為響應此環保節能減碳趨勢，裕隆汽車將著重於新能源車的開發，將透過華創車電公司與國際大廠ACP的技術合作，整合台灣IT(Information Technology)及ET(Energy Technology)產業的優勢，研發高性能、低使用成本的電動車，未來將結合自有品牌導入上市，進一步塑造汽車產業低污染、高新技術的形象，引領華人汽車產業邁向新紀元。

經濟成長率停滯、大眾交通運輸系統逐漸普及、汽車使用年限延伸等因素影響，均可能改變消費者消費習性，故預期未來汽車內需市場飽和，難以有大幅度成長。

未來將透過全球性的經貿區域整合、或區域間FTA的簽訂，可有效降低產品、人才、資金等交流的障礙，故面對未來可能成為威脅的大陸市場，本公司採取積極的開拓策略，爭取兩岸汽車產業合作機會。因兩岸汽車產業於研發、製造及市場行銷等具有高度互補性，透過合作平台的建構，可有效降低生產成本、擴大單一車型生產規模、降低研發、模具攤提費用，發揮互補效益，共同提升雙方競爭力。

■ 未來發展重點

發展自主品牌

持續進行LUXGEN及tobe兩大自主品牌的發展，裕隆的自主品牌將成為台灣走進世界車壇的自主汽車工業，更希望藉由未來電動車款的發展，以Global Sourcing為核心概念，結合內外資源，導入差異化及優質商品，滿足消費者需求。

發展電動車

裕隆將全力發展綠能電動車產業，以關懷環境保育的精神，呼應全球節能減碳的趨勢，具體落實政府綠色低碳交通的要望，為台灣的環境保育盡一份最大的心力。同時能把全球的問題，變成台灣的機會。不久的將來，電動車產業將替台灣創造另一個兆元產業，並迎頭趕上國際車壇的潮流。

兩岸汽車產業合作

兩岸汽車產業於研發、製造及市場行銷等具有高度互補性，裕隆汽車積極督促政府建構合作平台，加強推動兩岸產業合作及創造進入大陸及東協等國際市場的機會，並有效降低生產成本、擴大單一車型生產規模、降低研發、模具攤提費用，發揮互補效益，提升整體汽車產業的競爭力。

自主品牌行銷全球

以台灣為中心，推廣至中國大陸、東南亞、俄羅斯及中東等新興市場，實踐『自主品牌、行銷全球』的經營目標。



裕隆的榮耀

榮耀一：

猶記得當初投入自創品牌這個夢想時有許多質疑的聲音，經濟的不景氣、國內汽車市場的大幅衰退，我們不畏萬難、堅持夢想，投入大量資金，結合堅強團隊，終於2009年如期達成「自主品牌-LUXGEN」、「自主品牌-tobe」的相繼問世。

榮耀二：

企業社會責任是裕隆汽車成長和發展的規範，更是裕隆汽車永續經營的藍圖。裕隆汽車2008年、2009年、2010年連續3年蟬聯《遠見》「企業社會責任獎」CSR傳產組首獎，這是我們實踐企業社會責任承諾的鐵證。

裕隆的榮耀 台灣的驕傲

自主品牌



智慧科技車

LUXGEN從夢想出發，以人為本的思考中誕生，LUXGEN是一部智慧科技車，不僅是國產汽車品牌，更是國際性的車廠，LUXGEN「以前瞻科技創造豪華舒適的駕乘感受」。我們耗時4年，投入300億元，掌握許多研發資源，找到最好的合作對象，開發出一流的產品。我們整合台灣世界第一IT，在車用電子的開發成果上，技術同樣領先全球。同時結合工研院、中科院等國家研究機構，以及華創的股東、夥伴，像是HTC、益通、億光等，各項創新研發資源的結合，更讓我們持有具競爭優勢的差異化產品。

LUXGEN 7 MPV全球首創的『THINK⁺』系統，內建3.5G通訊模組、NAVI模組，10.2吋的螢幕，具備影音娛樂、電話通訊、衛星導航、行車安全、車主專屬、系統設定等6大功能。其中Eagle View⁺及Side View⁺採用6顆鏡頭，有效合影全車360度週邊2公尺範圍內影像，可達最佳的停車輔助並有效注意後方來車，大幅降低意外事故發生。全車配置多達23顆ECU、8顆鏡頭等科技配備，以先進電子科技打造世界第一部智慧車。

以「世界車」的高度打造

LUXGEN自行研發之2.2L MEFI TURBO引擎，以2.2升的排氣量，創造出3.0升引擎的扭力水準，其排廢氣更通過Euro 4嚴苛的排污法規，2.2L MEFI TURBO引擎之整體表現是世界級的水準！

LUXGEN 7 MPV在英國權威安全測試機構MIRA所做的撞擊測試，獲得該機構給予4顆星的高評價，憑藉著優異的車身結構設計，更拿下15.8的高分(側撞測試滿分為16分)，證明LUXGEN在車體結構、安全設計上已躋身國際一流大廠安全水準。只要是LUXGEN所出產的任何一個車型，都必須通過國際級的測試、驗證標準，無論是品質、安全都是世界級的水準，我們以「世界車」的高度打造LUXGEN產品。

智慧科技車 LUXGEN7 MPV

LUXGEN7 MPV搭載四種全球頂尖的前瞻科技：

Eagle View ⁺ 360 度環景影像系統	Side View ⁺ 車側安全影像輔助系統
Night Vision ⁺ 高感光夜視輔助系統	LDWS ⁺ 行車偏移偵測警示系統

為客戶創造尊榮禮遇

裕隆汽車與集團公司合資成立「納智捷汽車股份有限公司」。納智捷汽車創新獨步全球的LUXGEN汽車生活館，以獨特的【迎賓接待】、【數位科技體驗】、【體驗劇場】、【FOYU】及【專家問診系統】等5大服務，介紹一系列「銷售與服務差異化體驗流程」。用心感受客戶需求，盡全力提供讓客戶滿意的服務，是LUXGEN品牌精神『預先設想、超越期待』的承諾，讓消費者可以透過親身體驗與互動，進一步了解智慧科技為生活帶來的美好。另外新店生活館特別導入汽車博物館的概念，作為LUXGEN的形象概念館，分別展出【底盤/動力】、【設計理念】、【舒適/內裝】、【安全/品質】等專區，不但讓國人分享自主研发的心血與成果，同時兼具教育的功能。

LUXGEN7 MPV勇奪雙料冠軍

LUXGEN7 MPV榮獲2010年第18屆「台灣精品金質獎」殊榮，同時LUXGEN也榮獲「台灣精品人氣王」頭銜，勇奪雙料冠軍。對甫問世的自主品牌，著實令人振奮，LUXGEN將充滿信心，持續推出新產品，讓台灣品牌立足全世界。





■ 可愛的庶民小車

tobe酷比首先推出tobe m'car車系。tobe 以創造高性價比、推動庶民車為品牌任務，以“庶民經濟”定價策略，滿足並實現消費者升級且輕鬆擁有汽車生活的夢想。

tobe m'car圓滾滾的造型，彷彿熊貓般可愛，身型動力靈巧自在，其配備更充滿Cool & Fun，對於年輕族群可說具有莫大的吸引力，而內裝也與外型相互呼應，一切以圓為其特色的展現。

■ 安全、豪華的小車

雖是小車，tobe m'car的配備大幅超越其他國產入門車的水準，豐富且時尚的標準配備有：

小車豪華配備	高標安全配備	時尚多媒體配備
<ul style="list-style-type: none"> ●四輪鋁合金輪圈 ●四門電動窗 ●電動調整後視鏡 ●前後大型雙霧燈 ●真皮自排排檔頭 	<ul style="list-style-type: none"> ●兩段式安全防搶鎖 ●德國 Continental ABS ●最高六顆氣囊 ●EBD電子煞車力道分配系統 ●預縮式安全帶 ●安全帶束力限制器 ●倒車雷達 	<ul style="list-style-type: none"> ●大型觸控 DVD 多媒體影音系統（可播放 DVD、CD、MP3） ●DLS 5.1聲道影音系統 ●具備藍牙傳輸功能 ●手機內建藍牙功能 ●衛星導航系統 ●獨創的安全倒車顯影系統 ●車側安全眼監視系統 ●前座後方頭枕螢幕

■ 品管嚴密保證

tobe m'car以最高安全規格打造，為小車中最齊全的安全配備之外，m'car以Safety Cabin籠型車體及模組化潰縮車體結構亦通過ARTC實車撞擊測試、進行高達數十項耐久品質測試、3萬公里24小時不熄火長途路試，再再證明 tobe m'car 在造車品質上的堅持。此外，tobe m'car率先提供3年無限里程新車保固，更是對車主最實質、最貼心的品質保證。

■ 自主品牌、行銷全球

與越南最大的汽車進口商KYLIN汽車簽訂整車外銷計畫，首批tobe m'car車款隨即於2009年11月20日裝船運往越南，開啟進軍東南亞的序頁。越南熱銷、創外銷佳績，tobe m'car產品及品質已經獲得市場上的肯定，同時落實自主品牌、深耕台灣市場、放眼世界車壇之目標。未來裕隆酷比汽車除搶占台灣地區都會車市佔率之外，也將持續建立國際合作，擴大外銷版圖，讓全世界的人皆可輕鬆擁有用車新生活。



LUXGEN 與 tobe 的未來

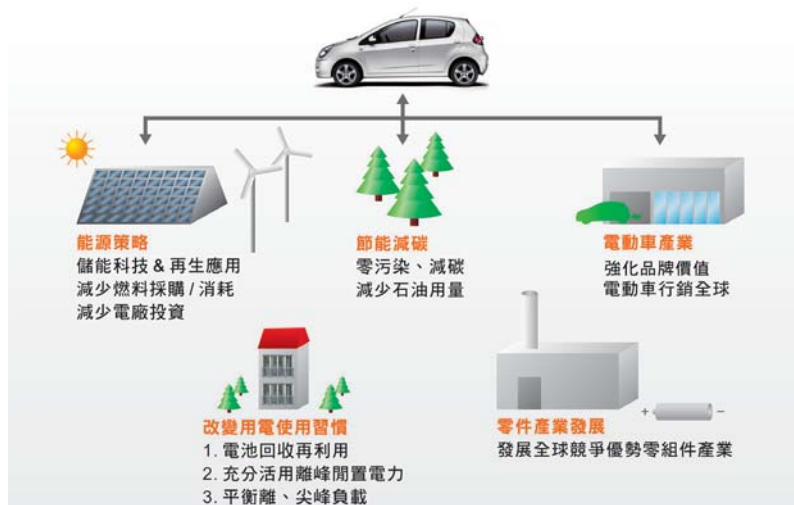
環境變遷的腳步遠遠超越預期，2009年的哥本哈根會議，再次喚起全球公民應該立即行動，不能再將地球暖化議題置身事外。據環境學家、氣候學家預估，未來的10年，地球將面臨有史以來的高熱，當全球氣溫上升1度，所有生物遷移、物種變化、水災、甚至旱災都將加劇，屆時，人類的行動不能再只是追求低碳生活，更應加速零碳生活的實現。

此外，據文獻發表，國人每人平均排放的二氧化碳量約為全球人均排放量的近6倍，1993~2003年台灣平均海平面上升5.3毫米，遠高於全球平均的3.1毫米，有學者憂心，未來10至20年台灣沿海所有海平面標高5公尺以下的地區都不適合居住，暖化的影響已經不容忽視。

以目前的造車技術而言，電動車是達到接近零碳排放（zero emission）境界的最佳方案。LUXGEN與tobe長期策略即是以發展節能車款以及電動車為品牌，追求低污染的用車生活，以實際的行動捍衛節能減碳與環境保護的決心，對永續發展的重視與實質貢獻同步於全球的大企業。

電動車產業開創全球新產業價值鏈

以潔淨的EV電動車運用科技，運用台灣科技跨足世界電動車產業發展，將電動整車、電動車零件組、儲能、碳相關及社區能源等五大產業，建構綠能發展價值鏈。



納智捷汽車股份有限公司

LUXGEN Motor Co., Ltd.

創立時間：2008年6月

董事長：嚴凱泰

資本額：8億

股權：裕隆汽車持股42.5%

產品/服務：LUXGEN 品牌銷售

地址：231台北縣新店市中興路三段
3號3樓

電話：886-2-55910888

傳真：886-2-55908999

網址：<http://www.luxgen-motor.com.tw>



裕隆酷比汽車股份有限公司

tobe Motor Co., Ltd.

創立時間：2009年9月

董事長：陳國榮

資本額：2億

股權：裕隆汽車持股100%

產品/服務：tobe 品牌銷售

地址：231台北縣新店市中興路三段3號2樓

電話：886-2-55910888

傳真：886-2-55908999

網址：<http://www.tobe-motor.com.tw/>

獲獎榮耀 蟬聯3年企業社會責任的榮耀



■ 讓我們分享得獎的榮耀與喜悅

- 2008年第四屆傳產製造業組首獎
- 2009年第五屆傳產製造業組首獎
- 2010年第六屆傳產製造業組五星獎

■ 榮登企業社會責任榮譽榜

榮譽榜為連續三年獲得《遠見》CSR首獎之企業，即可獲列榮譽榜，並可連續3年不參加評選。

裕隆汽車於2009年榮獲《遠見》雜誌評選三度蟬聯「企業社會責任獎」，並自2010年起榮登獲列《遠見》CSR首獎之企業榮譽榜。

■ 裕隆與企業社會責任


裕隆汽車始終除了追求股東的利益外，還關心員工、客戶、供應商、社區與環境等社會責任的議題。企業社會責任是裕隆汽車成長和發展的規範，更是裕隆汽車永續經營的藍圖。

近3年，國內汽車銷售市場下滑，又逢2008年全球金融風暴，難得的是，裕隆汽車仍堅持對社會大眾中長期的社會承諾，我們強調把企業社會責任融入裕隆的企業文化及實際事業經營中。我們重視倫理、品德、環境、股東權益、員工尊嚴、供應商規範、消費者權益、社區參與、財務資訊披露以及對利害相關人的責任。裕隆汽車不是在追求利潤極大化，而是在追求企業利潤與社會責任的極大化。

■ 持續CSR承諾

企業的競爭指標不再只有規模、營收等數據，而是比企業的文化、道德等獨特競爭力，CSR也不再是企業的額外負擔，反而是可貴的資產。我們持續秉持創新動力，實踐企業社會責任。裕隆汽車總經理陳國榮也表示：「今後貫徹CSR是將理念轉入實務運作，CSR應該要跟企業的成長做結合，才能不僅對社會更有利，也能更加符合大眾的期待。」，例如裕隆推動品牌台灣與電動車等計畫，一方面為台灣打造引領潮流的華人品牌，另一方面也將推出符合節能減碳趨勢的環保電動車，讓汽車業也能躋身新興的綠能產業。





安環衛管理策略 p.34

碳足跡策略夥伴評估 p.30

環境保護作為 p.36

建置物質流成本會計 p.27

對環境友善的產品 p.42

裕隆的環境承諾

率先業界的作為

裕隆汽車為強化綠色管理資訊的應用及落實綠色品牌的建立，利用物質流概念建置一套汽車製造過程資源投入（Input）及產出（Output）資料蒐集及管理應用分析之機制，此項機制並納入供應商碳足跡的評估及改善，以提昇公司未來綠色成效自我評估的能力及公司永續發展競爭力提昇的基礎。

裕隆汽車率先國內汽車業進行「物質流成本會計建置及供應商碳足跡策略夥伴評估」計畫，本計畫自2010年1月至2011年5月完成。

建置物質流成本會計

物質流成本分析因為其探討範圍從最初的物質投入到最終的產品及廢棄物處理，因此可作為未來公司推動產品生命週期評析 (LCA)、環境化設計 (DfE)、溫室效應氣體管理、及環境負債管理等工業生態 (Industrial Ecology) 活動相聯結，同時也可以做為各成本中心環境與財務績效評估之依據。

裕隆汽車期以更完整的綠色管理資訊作為環境保護議題整體規劃及推動的基礎，並達到資源使用是否有效，環境衝擊問題是否嚴重及如何改善的評估工具，基於此種需求，因此建立物質流成本會計，從環境會計延伸，並以環境物質投入及產出為主要蒐集對象的綠色管理制度。

物質流成本會計 (Material Flow Cost Accounting, MFCA) 是節能成本計算方法，活用MFCA可以依照每一個加工、處理的步驟，對材料的回收 (Recycle)、廢棄物處理等的資源損失，以明確的數據、金額來表示。這種資源損失包括材料費、人工成本以及能源的消耗等，全部以表格完整的列出，明確列出製程的資源損失，可以找出有效的對策加以解決，提升資源效率。由於掌握資源效率的損失狀況，可以模擬、監控並驗證每一解決方案的實施成效是否真正實現，且讓「隱藏成本可視化」。

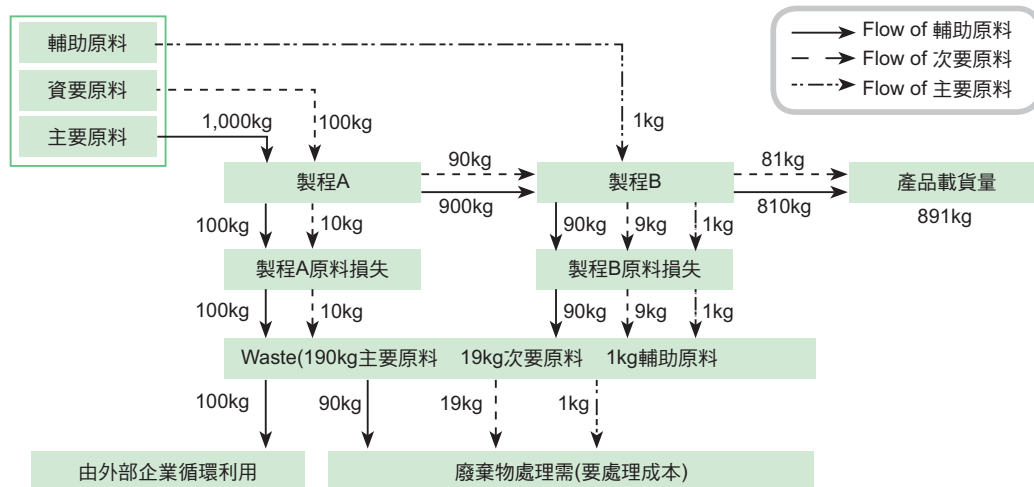
裕隆汽車物質損失的認定

製程的廢棄物=物質損失

製程的損失發生在製程的每一個階段，包括：

- ◆ 製程原料損失、瑕疵品。
- ◆ 安裝階段製造設備所留用的原料
- ◆ 輔助原料(如清洗設備的清潔劑)
- ◆ 由於實際的破損及其他無法使用的原因所丟棄的原料，在製程及成品。

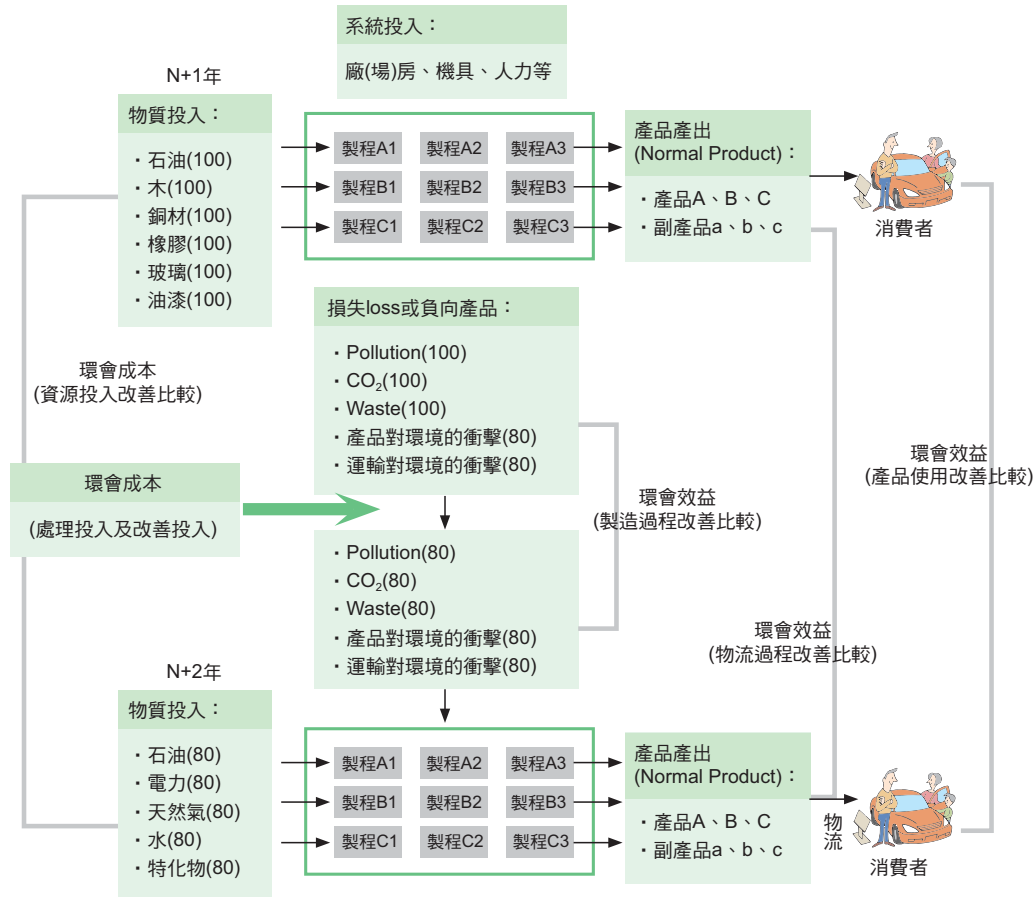
下圖說明可釐清製程原料等物質損失：



物質流製程與物質損失圖

裕隆汽車物質流投入產出

裕隆汽車以投入產出為主軸，訂出公司綠色管理所須掌握之投入產出重點項目，並以這些重點項目，分別透過規劃的機制蒐集其量化的資訊。



裕隆汽車物質流投入產出示意圖

裕隆汽車產品成本的計算重點

將產品區分成正產品及負產品分別計算成本：

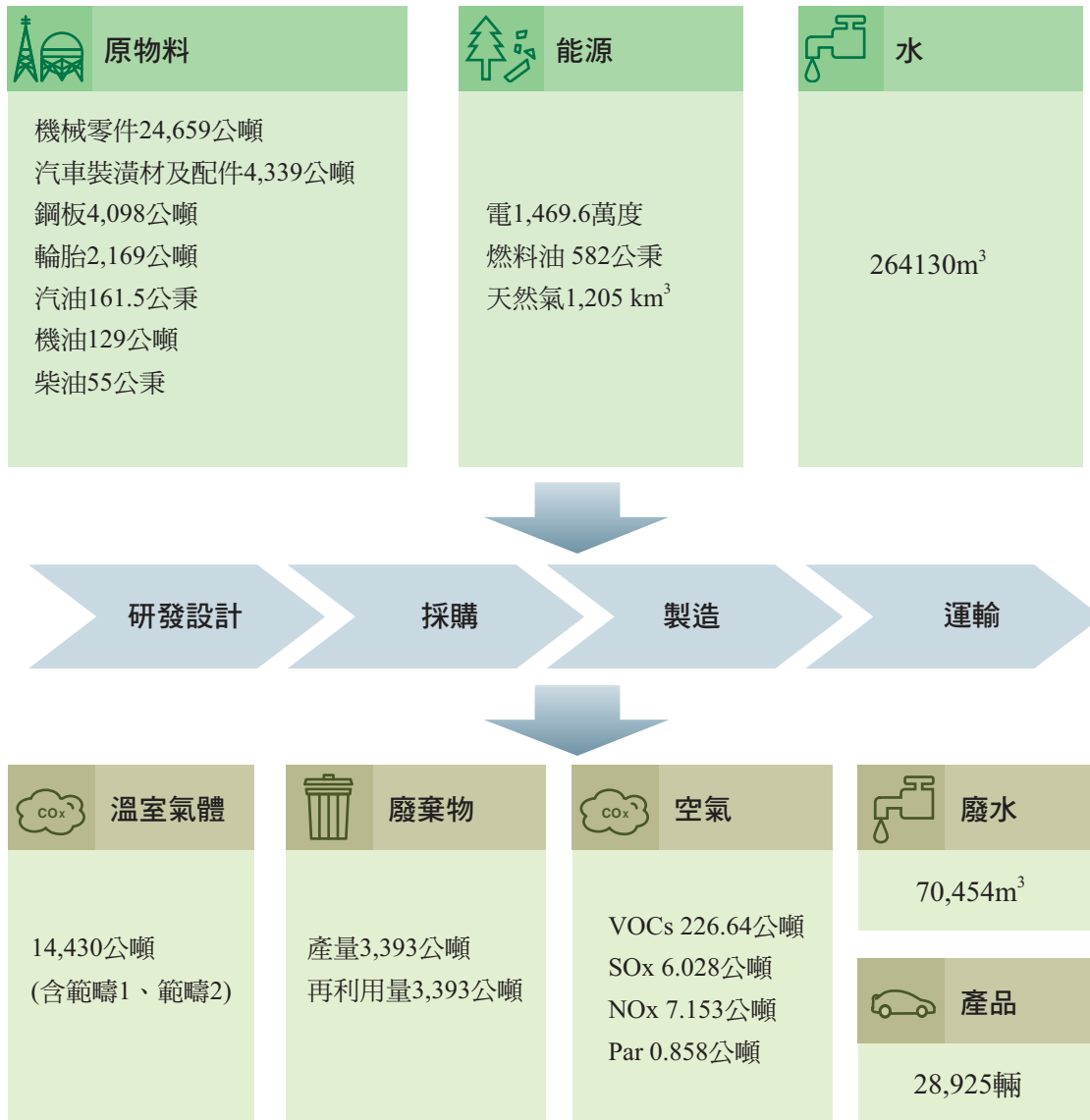
- ◆ 正產品成本：投入於製程中產品的成本並與下一製程有關。
- ◆ 負產品成本：成本投入廢棄物或須再循環製造項目的成本。

計算所有製程成本：

- ◆ 原料成本(包括從製程開始所投入之主原料及製程中間投入之次原料及輔助原料例如清潔劑、觸媒等)。
- ◆ 系統成本：加工成本包括人工、折舊、間接成本。
- ◆ 能源成本：電力、燃料、公用設施及其他能源成本。
- ◆ 廢棄物處理成本。



2010生產活動投入與產出



繼續物質流成本會計建置工作

目前已釐清裕隆汽車投入、產出項目、計算公式、計算方式，及蒐集2009年投入、產出項目之數據，後續將可完成結合環境直接效益與環境附帶效益等分析比較。

碳足跡策略夥伴評估

氣候變遷與溫室效應的問題是未來數十年間，國家、政府、企業及民眾所要面臨的重大挑戰，隨著溫室氣體管理的逐漸落實，碳足跡 (Carbon Footprint) 資訊揭露的重要性將更加突顯。配合全球節能減碳的重大趨勢，裕隆汽車率先國內汽車業進行供應商碳足跡策略夥伴評估作業。

裕隆汽車生產過程主要依靠各供應協力廠商提供的原物料及零組件，組裝成汽車的成品。裕隆汽車的綠色品牌或綠色管理綜效提昇，供應商的角色及其配合的程度將成為關鍵因素，為加強協力廠商與裕隆汽車的綠色夥伴關係，本工作規劃以碳足跡 (Carbon Footprint) 和節能減碳兩項議題。裕隆汽車與協力廠商以綠色為主軸所建立的合作夥伴關係，這將是裕隆汽車發展綠色競爭力綜效的重要里程碑，同時也將促使裕隆汽車內部對綠色管理資訊的需求不斷提昇。

碳足跡 (Carbon Footprint) 可被定義為與一項勞動 (Activity) 以及產品的整個生命週期過程所直接與間接產生的二氧化碳排放量。相較於一般大家瞭解的溫室氣體排放量，碳足跡的差異是從消費者端出發，破除所謂「有煙囪才有污染」的觀念。

碳足跡從消費者端的溫室氣體排放量差異

英國調查指出，雖然於1992年至2004年間，英國的溫室氣體排放量下降了5%，但實際上，若將其因消費所導致的間接溫室氣體排放量納入時，則其排放量反而是上漲了18% (Wiedmann et al, 2008)。

以納智捷MPV車型為標的

產品選擇上考量裕隆集團旗下自主品牌之意義，又因為納智捷MPV車型生產時間早於SUV車型，廠區資料蒐集方面較為完整，故以納智捷MPV車型為專案標的。



LUXGEN7 MPV 車型



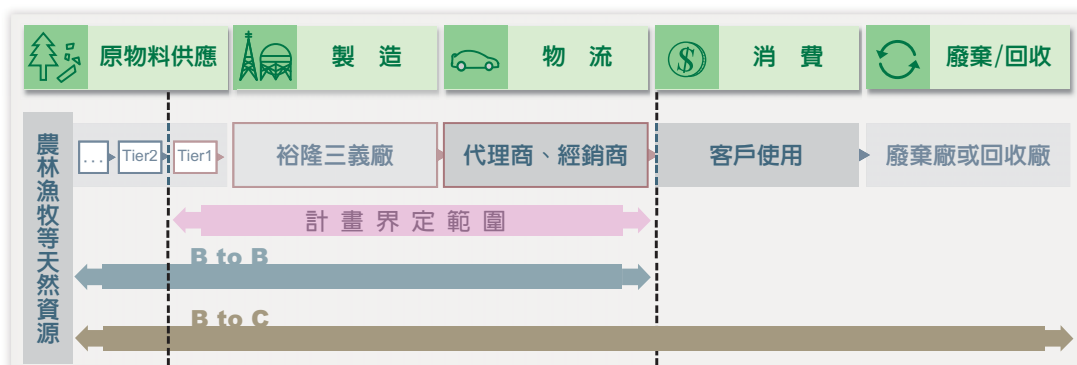
■ 生命週期評估方法

「生命週期評估方法」方能提昇碳足跡計算的可信度與便捷性。生命週期評估 (Life cycle assessment, LCA) 屬於系統分析方法之一，其為「對產品系統自原物料的取得至最終處置的生命週期中，投入和產出及潛在環境衝擊之彙整與評估」。(ISO 14040, 2006) 在這所謂「產品系統」，不僅包括實體產品，亦包括服務系統，並需考量之環境衝擊通常包括資源使用、人體健康及生態影響等。



碳足跡可分成「個人碳足跡」、「產品碳足跡」、「企業碳足跡」、「國家或城市碳足跡」等四大層面。

截至2010年6月止所完成生命週期之調查範圍主要以中心製造廠為主，上游延伸至第一階供應商，下游延伸產品運送至經銷商與代理商的物流階段。



裕隆汽車納智捷 (LUXGEN7 MPV) 產品生命週期示意圖



■ 參與碳足跡策略夥伴的供應商

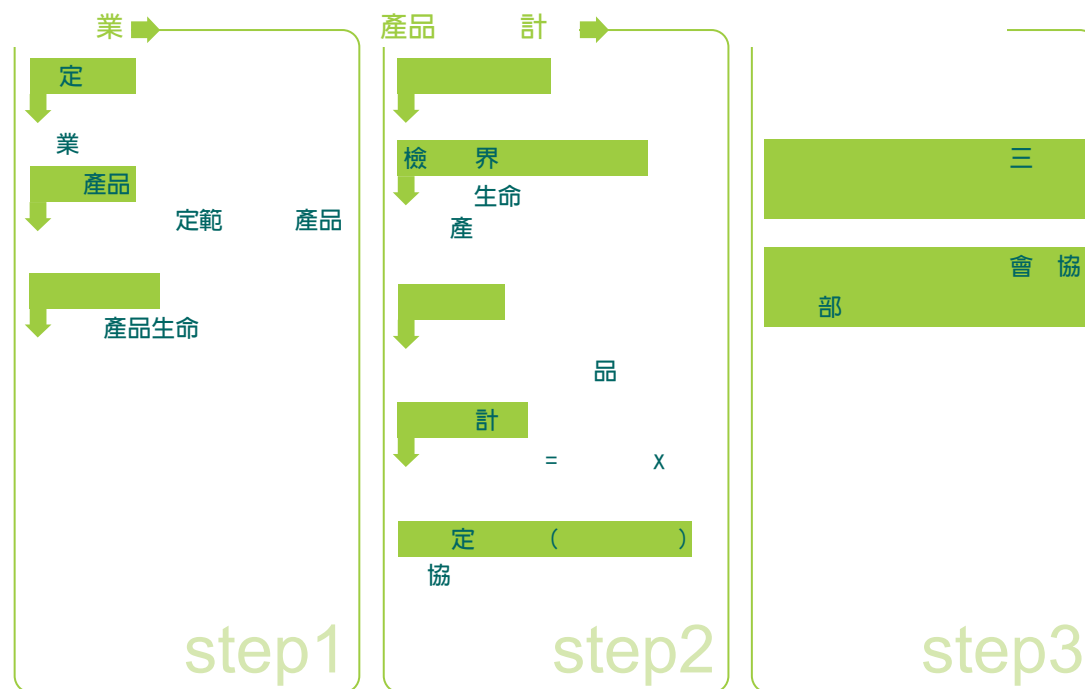
汽車產品上游供應鏈相對一般消費產品複雜程度高，欲蒐集相關資料必先以裕隆三義中心製造廠之第一階上游供應商為建立夥伴關係的對象，共有11家廠商配合資料的提供，感謝共同參與裕隆汽車碳足跡策略夥伴的供應商。

參與裕隆汽車碳足跡策略夥伴的供應商

項次	供應商	主要供應產品	項次	供應商	主要供應產品
1	華擎機械	引擎缸頭、缸體	7	協欣	沖壓鈹件(車門)
2	全興	門飾版、座椅總成	8	宏達電	行車電腦
3	永彰	冷氣空調系統	9	大億	頭、尾燈
4	裕器	儀儀飾板、保險杆	10	正新	輪胎
5	台裕	電線總成	11	裕盛	玻璃、地毯
6	信昌	駐煞車、門鎖總成			

■ 產品碳足跡計算工作

欲建立碳足跡策略夥伴之關係，必須先進行供應商相關數據的蒐集，以了解各供應商溫室氣體排放情況與後續分析。如下圖，產品碳足跡計算之工作流程。



產品碳足跡盤查作業流程圖

依據ISO 14064-1與ISO 14040之規範內容，提出溫室氣體盤查表單供11家供應廠商進行第一次試填，並將表單回傳後活動數據等資料進行量化程序，使用方法係依據一般企業使用的「排放係數法」，將溫室氣體活動數據乘以排放係數後，再乘以全球暖化潛勢值，得出各家供應廠商區溫室氣體排放總量。



全球暖化潛勢：(Global Warming Potential, GWP) 敘述一段期間內一質量單位之溫室氣體輻射衝擊，相對於同等單位的二氧化碳之係數，為評估產品形成後期間內溫室氣體排放的二氧化碳當量影響，通常期間設定為100年，而二氧化碳的GWP值定為1，其他氣體則依相對位於來自化石探源的二氧化碳換算GWP值表示。發生在產品形成後的一年之內，按100年評估期開始時的單一排放處理，若排放發生超過一年以上時，則應使用一個係數來表示100年評估期內大氣中現存排放的加權平均時間。

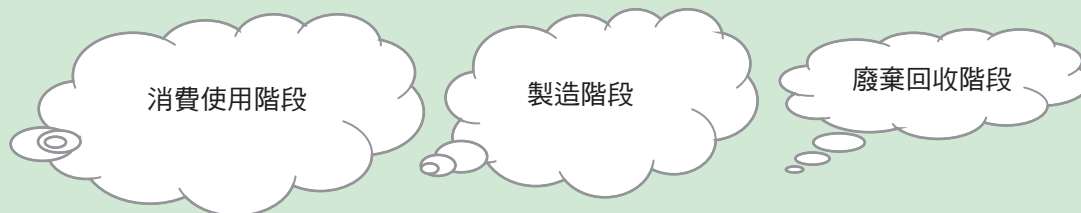
排放係數：又稱「排放因子」(Emission Factor)，為每單位生產量(或能源消耗量或服務量)所排出的氣體量，亦指排放氣體之特性。係數值產生之認定標準主要由政府相關單位或國際專業組織所公佈，供研究與實驗計算上的參考依據。

活動數據：亦稱為初級活動數據(primary activity data)，對於某產品生命週期活動的定量測量，例如使用的能源總量、生產所需的材料或提供的服務等；當產品無法獲得初級活動數據或者初級活動數據不切實際時，則使用次級數據(secondary data)，代表從產品生命週期所包括的過程中直接測量之外的來源獲得的數據。



依據國外文獻研究，汽車產品的碳足跡於消費使用階段產生大量的溫室氣體，其次為汽車的製造階段，廢棄回收階段的排放量則為最低。

產生溫室氣體量大小排序：



繼續碳足跡夥伴建置工作

經由以確定標的車種、供應商、蒐集供應商等相關數據後，本工作2011年5月前將完成下述事項：

- ◆ 廠區資源供給使用效率評估及建議
- ◆ 提出廠區環境衝擊評估及建議
- ◆ 藉由完成三義廠蒐集環境成本及效益資料中，如各種污染、溫室氣體排放、廢棄物等各項重要的環境衝擊項目，依照其環境影響程度進行分析提出評估及建議。



安環衛管理策略

安環衛政策

- ◆ 符合或超越相關法規及國際公約之要求。
- ◆ 將製程中之廢氣、廢（污）水、廢棄物等污染之排放降至最低且導入低污染、無毒性之原料。
- ◆ 推動資源回收再利用，以達成減廢之目的。
- ◆ 產品研發朝綠色設計及人體健康舒適便利之方向努力。
- ◆ 持續推動環境管理活動、傳播環境保護理念。
- ◆ 擴大推動安全與衛生管理與教育訓練，納入承攬、外包與駐場人員。
- ◆ 推行安全衛生巡迴檢查與追蹤輔導改善計劃，執行危險設備地其功能查核制度。
- ◆ 成立緊急應變小組，做好天然災害事前防災作業與事後搶救規劃。
- ◆ 製程危害分析與風險再評估，計劃執行與監督，確保零工安、零災害、零事故。





■ 推動工安環保衛生

全面推進能源效率化，具體訂定工安環保衛生的推進活動，負責公司環境管理業務之推動，定期召開會議，會議決議事項作為公司推行環保、安全衛生工作之指引，藉此推行環安觀念、精進環境污染預防工作，保障公司員工安全與健康，並陸續成立各專責推動小組如勞工安全衛生委員會、溫室氣體盤查等推動小組專責推動各項安全、衛生及環保專案。

■ 成立勞工安全衛生委員會

裕隆汽車勞工安全衛生委員會主要的功能為對環安工作每季的成果與外部環境變化報告、針對勞工安全衛生政策與自主管理計劃進行協調與建議，並對環境現況、設備與作業條件等研議改善對策。

委員會成員共18員，除了包含安全衛生管理師、醫師、護士，另涵蓋廠區不同領域之成員，其中工會或勞工選舉之代表6員。

■ 推行環境管理系統

裕隆汽車重視環境管理系統之建置、推行與驗證，全面推行安全衛生與環境管理制度，在日常管理中透過監督與量測、內部稽核、督導矯正與預防措施等，以確保環境政策目標之達成。同時每半年亦透過英國標準協會(BSI)進行外部稽核，適時提出觀察事項與缺失改善建議，近五年並未發現任何缺失。

■ 安環衛教育訓練

為防止工安事故與降低火災發生所造成的損失，自2009年7月起，本公司與勞委會中區檢查所推動安全夥伴計畫，對象為裕隆體系供應商及承攬商共30家參加。另外，與勞委會中區檢查所合辦『工業用機器人危害預防』觀摩會，以苗栗、台中、彰化、雲林、南投等縣市廠商為對象，並以本公司Robot設備做現場安全實務訓練。

工安教育訓練共投入387人、1,250小時。課程涵蓋預知危害，安全操作行為、安全管理手法之案例分享、建構機台本質安全設計系列課程、危害防止及風險管理基礎與進階概念、消防救災理論與實務、緊急應變(ERT)編組成員訓練與定期演練、交通安全宣導等。

環保教育訓練共投入225人、236小時。除持續推行多項環保專業教育訓練以提昇同仁對安環衛基本認知外，亦在節能減碳課題上進行許多觀念及教育宣導，強化同仁對環境生態的愛護及節能抗暖化的觀念。

■ 環境會計

針對環境保護的效益，包括資源投入的節省、製程對環境衝擊的改善、產品使用端及物流對環境衝擊的改善等予以衡量、計算及揭露，期望以環境會計制度為基礎，針對節能減碳成本、物質流成本及各產品別之環境成本進行各種分析，希望透過環境會計透明化的資訊，可加強公司對外溝通改善及對內環境管理決策之參考。

■ 環境會計的貢獻

2001年即率先建立環境會計制度，是國內汽車製造業中第一家建置環境會計制度的公司，2004、2006年首創將環境會計推動於中衛體系，分二梯次完成8家協力廠商建置環境會計。2005年更榮獲經濟部商業司第一屆中華民國綠色會計獎。2003年協助成立台灣環境管理會計協會，每年挹注資金支持協會會務發展，並由裕隆汽車總經理陳國榮先生擔任協會理事長，2009年3月屆滿連任任期，榮譽卸任。

環境保護作為

■ 節水與節能

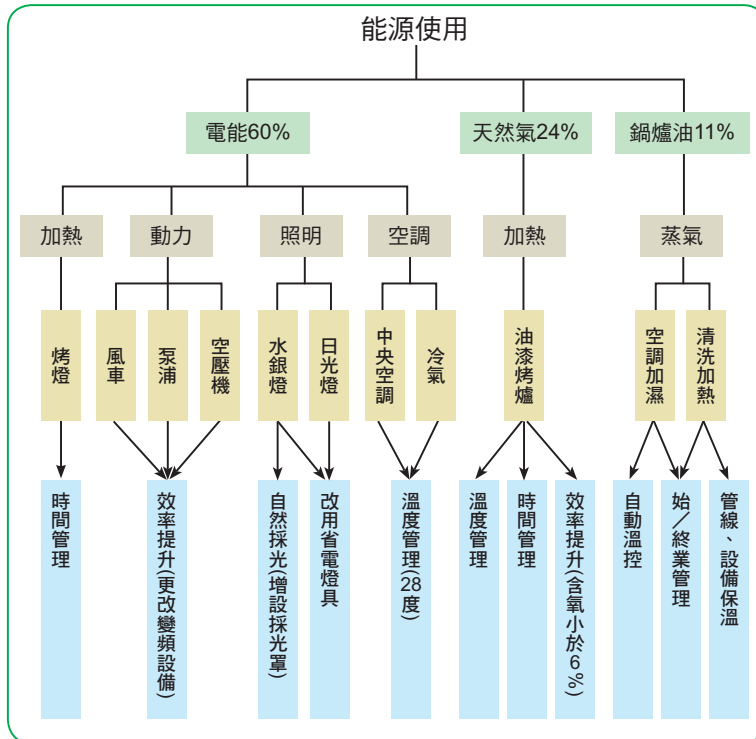
裕隆汽車制定節能節水策略，並設置節能節水設施，如改善系統設計、採用高效率設備，並引進操作運轉的節能手法，使公司在節約能資源的成效皆相當顯著。

此外，為響應政府節能減碳政策，裕隆汽車由各單位推派代表成立節能減碳小組，推動並執行各項節能減碳方案，並依區域劃分為三義廠區與新店汽車生活城，三義廠區將生產系統用電、間接單位用電分別管理，依工作特性提出改善方案並落實執行，新店汽車生活城則針對空調及公共區域照明進行節能改善。節能減碳小組每個月透過「節能檢討會議」瞭解各單位的節能實績並透過現場實地確認的方式，確保改善方案的落實度。

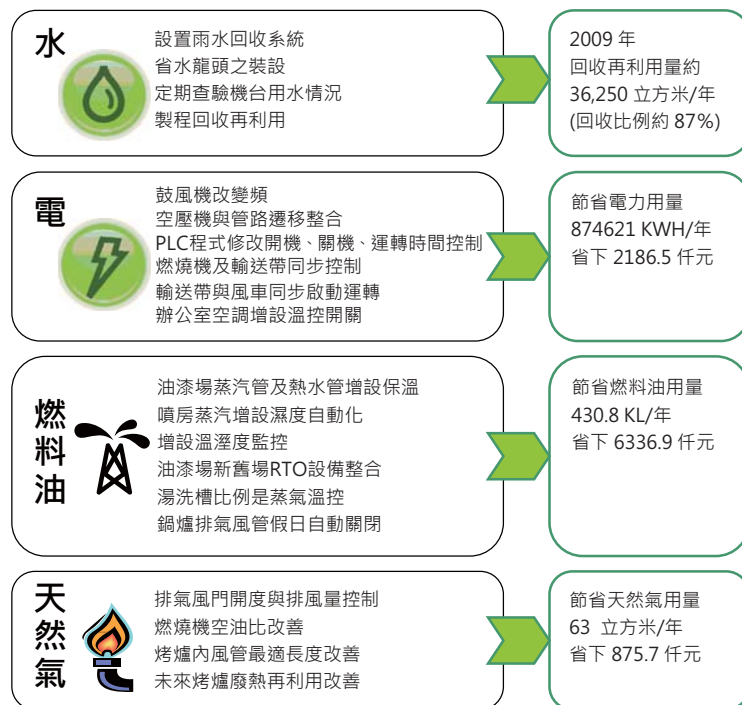
裕隆汽車三義工廠在製程管理上，致力於提升能源使用效率、降低二氧化碳排放，直接由總經理推動能源管理與節能方案。三義工廠降低了二氧化碳的排放量，在能源使用效率與電力節約的成效斐然。



能源使用相關措施



節能節水活動與成效

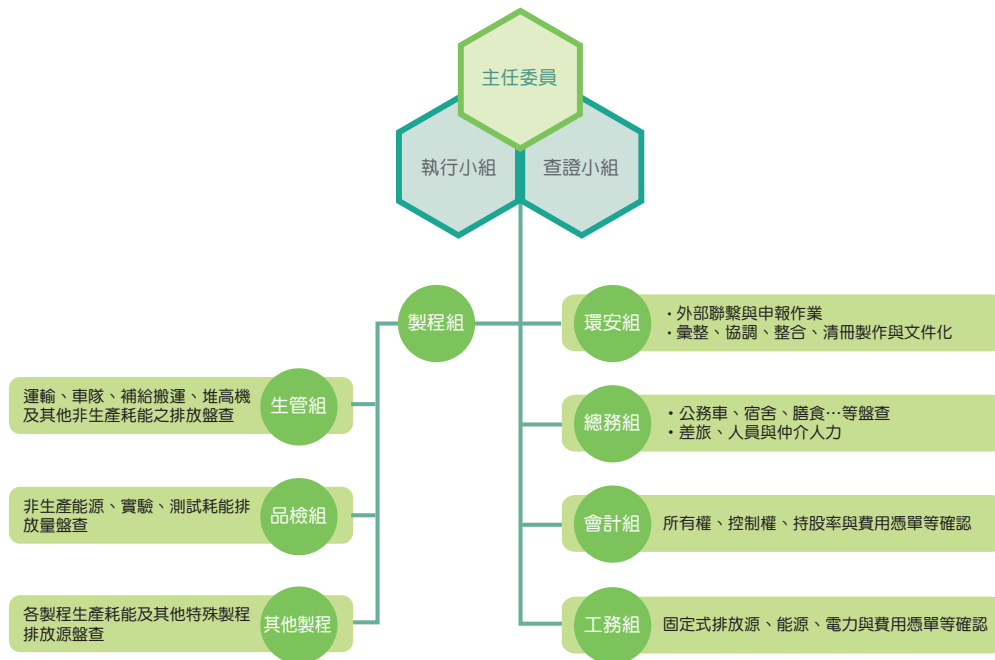


溫室氣體減量

裕隆汽車配合國家二氧化碳減量政策，致力於推動溫室氣體排放減量工作。2005年公司成立「溫室氣體盤查小組」處理溫室氣體鑑定、盤查與減量問題，2006年簽署「溫室氣體盤查與自願減量宣言」，並訂定各部門降低二氧化碳排放之減量目標，致力於推動溫室氣體減量措施。2010年底，裕隆汽車二氧化碳排放量預計將可以較2005年減少15%。

裕隆汽車依循ISO 14064的標準程序進行各廠區之GHG盤查、數據蒐集、排放量計算、文件製作與減量計畫進行工務、品檢、生管、製造及行政支援部門的溫室氣體排放量之盤查和執行之推動，2009年裕隆汽車自行盤查溫室氣體排放量為14,430公噸，單位台車0.4989公噸。

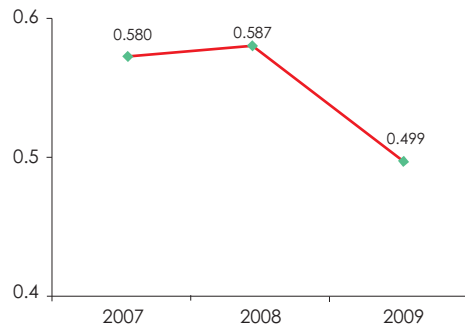
溫室氣體盤查小組



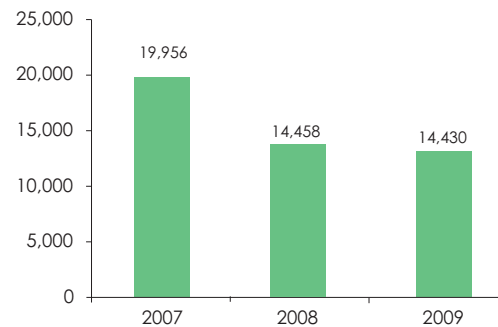
溫室氣體減量措施

- 成立專責小組定期檢修蒸汽管線及保溫材料等設備，保持鍋爐蒸汽量及外購天然氣量與工廠使用量平衡。
- 採用變頻馬達以加強冷卻水循環系統之溫控措施，並實施廢油與燃料氣回收。
- 油漆工場使用天然氣作為低碳的潔淨能源。
- 發展工業區異業結盟關係。

2007-2009年單位台車排放量(公噸)



2007-2009年溫室氣體總排放量(公噸)

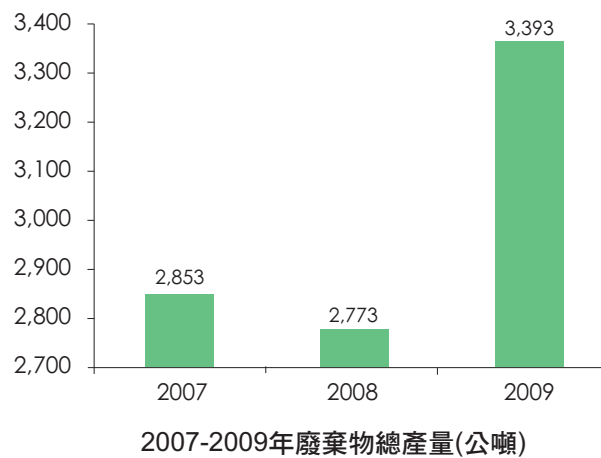




廢棄物處理

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

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

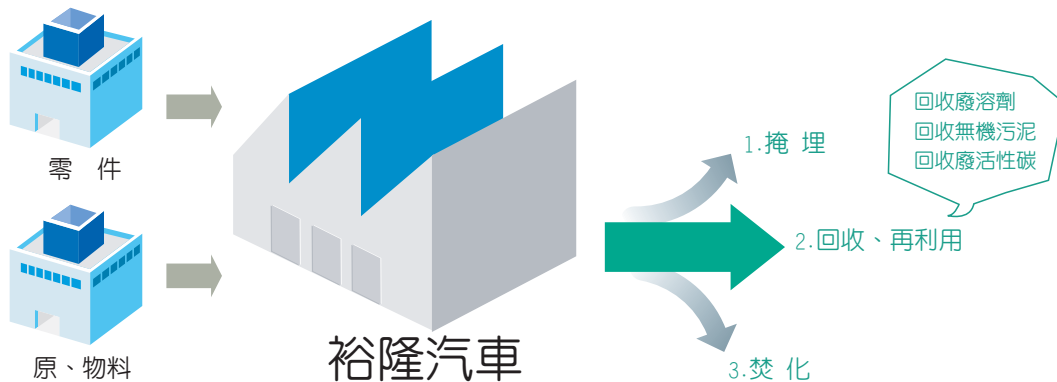


2007-2009年各類廢棄物產量(公噸)

	鐵類	廢紙類	廢塑膠	廢玻璃	廢木材	油類	污泥類	漆渣類	溶劑類	活性碳	一般垃圾
2007	2314					5	154	61	36	10.9	218
2008	2523					13.7	64.6	58.6	7.13	0	105.6
2009	910	503.2	141	0.7	1533.7	14.1	63.54	82.17	7.37	0	136.7

廢棄物處理方法

廢棄物之處理流向





處理流向	2007	2008	2009
掩埋	2.2%	0%	0%
回收再利用(含焚化)	97.8%	100%	100%

2007-2009廢棄物處理流向比例

廢棄物回收再利用

為符合資源永續利用目標，裕隆汽車積極落實廢棄物及資源化措施，將工廠產出的廢棄物委託國內資源回收再利用業者，製成資源化產品。2009年促成廢棄物回收再利用量約3,393公噸，廢棄物回收再利用率高達約100%。廢棄物產生量的改善及資源化績效皆十分卓越。

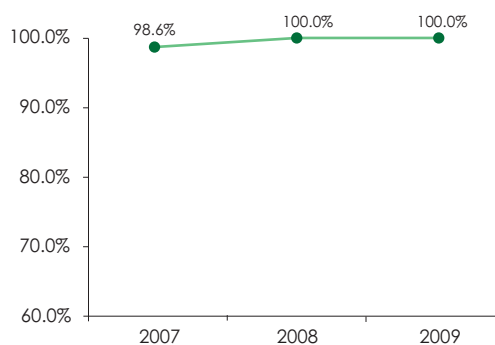
空氣污染措施

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

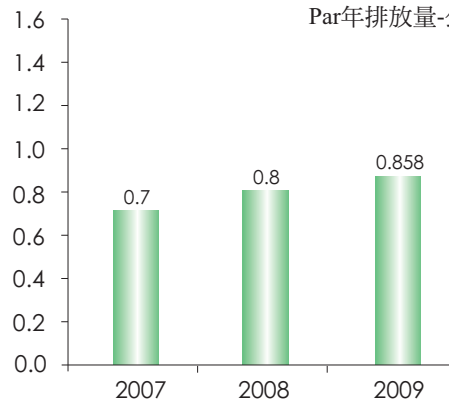
空氣污染防制措施

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

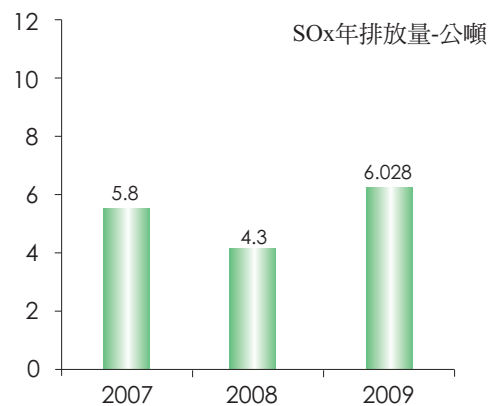
廢棄物回收再利用率-百分比

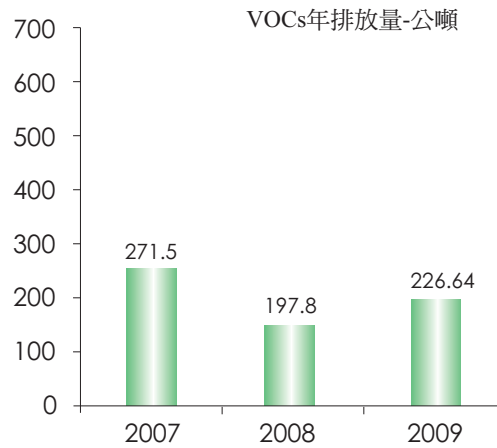
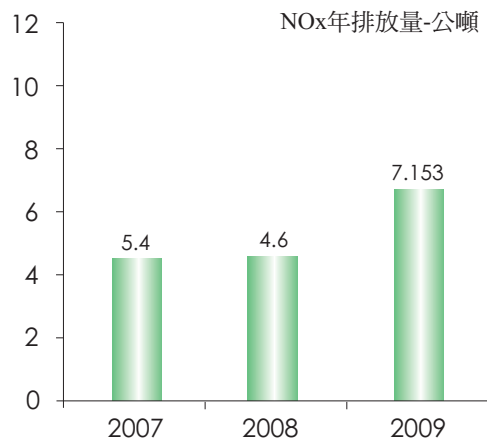


Par年排放量-公噸



空氣污染物排放量-公噸





水污染防治

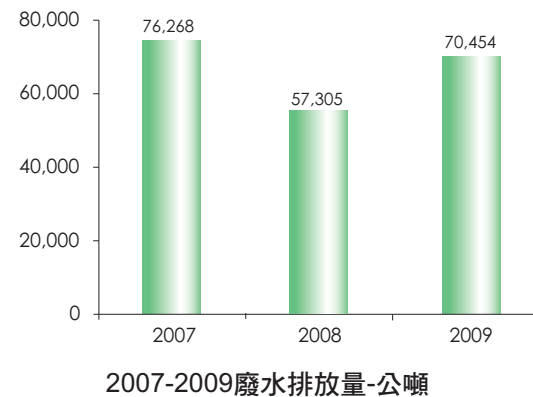
工廠排放的塗裝廢水通常富含有機污染物，所以放流水監測重點係以化學需氧量（COD）、懸浮固體（SS）及重金屬等項目為主，全廠廢水污染防治工作重點在於實施廢水源頭與製程減量、雨污水分流處理、設置暴雨截流設施、擴充及維護既有的廢水處理系統以及落實廢水回收再利用。裕隆汽車設有廢水處理設施，且對於各項水質指標作定期量測並建立趨勢圖追蹤，以期維持最佳之運轉狀態，達到廢水處理效率提升與節能減廢的目標。

2007-2009廢水污染物質排放情形 (mg/L)

	2007	2008	2009
COD	14.4	29.3	32.4
SS	ND<2.5	ND<1.0	ND<1.0

註：

- 1.ND(No Data)意即所分析之數據遠低於儀器所能量測之極限，故顯示無數據。
- 2.COD標準值=<100mg/L；SS標準值=<30mg/L。
- 3.2008年為使產品品質提升，因此所產生之高污染廢水排放量略為增加，以致整體廢水污染物質有上升的趨勢。



土壤與地下水污染

裕隆汽車對於有可能造成土壤與地下水污染的地下管線及相關設備亦採取各項防範措施，如防止滲漏之PU隔層、防溢堤與油水分離裝置，以落實「預防勝於整治」原則。

土壤及地下水污染防治措施

- 設置雨水排放專用溝渠，並與製程廢水管線分股分離為原則。
- 每年定期委外採樣地下水，監測場址受污染狀況。

對環境友善的產品



■ 省油新科技

汽車更省油，讓地球更輕鬆，省油就是珍惜資源，因為汽油是大自然的珍貴資源。因為地球的資源有限，更應讓每一滴資源都發揮最大的動力。

裕隆汽車致力於省油新科技，各個層面都以節能、減碳為目標。在增進人類生活品質的同時，更盡到環境保護的責任。因此，產出一部省油的汽車是裕隆汽車戮力的目標，省油的汽車是珍惜能源、愛地球的最佳表現。

All New TEANA 降低油耗

- 引擎內部基建除了顯微鏡面加工曲軸與鍍鉬活塞外，在汽門頂桿處亦採用先進的『脫氫鑽石鍍模』技術，可有效降低40%的摩擦，提升燃油效率。
- 採用3.5代Xtronic CVT無段變速系統，改善變速箱內部的整體摩擦力，來達到提升效能與油耗的目標。

TIIDA四合一省油科技

NISSAN TIIDA車款透過精密材質與四合一省油科技導入，擁有優異的節能低排污表現，2008年與2009年連續兩年獲環保署評鑑為年度環保車之殊榮。

- 減少引擎摩擦力

引擎中的曲軸與凸輪軸軸頸採用與VQ引擎同等級的鏡面研磨加工處理，能減少引擎元件間的機械摩擦，減少油耗，提升經濟效益。比傳統引擎減少約30%的摩擦力。
- 更有效率的燃燒汽油

採用全新設計的電子噴嘴，讓汽油燃燒更完全，不浪費每一滴珍貴資源。
- 無耗損傳遞引擎動力

採用X-CVT動力無損耗變速箱，讓車子從低速到高速行駛的過程中免除不必要的換檔，讓各檔位之間的動力能夠綿密銜接，比傳統自排省油10%。
- 減少風阻

流線車身設計的TIIDA，擁有與350Z跑車級的0.29Cd低風阻係數優異表現，更能有效減少油耗。

■ 取得節能標章

裕隆汽車多項車款已取得經濟部能源局節能標章之認可。

裕隆車款	取得節能標章
TIIDA	✓
All New TEANA	✓





省能特點

BLUEBRID SYLPHY 2.0

全新X-CVT無段變速及輕量化全鋁合金引擎、二氧化矽輪胎、低風阻、EPS造就BLUEBIRD SYLPHY的優異節能表現



BLUEBRID SYLPHY 2.0

參考車重(kg)：1367
市區耗油(km/L)：13.21
高速耗油(km/L)：17.99
平均耗油量(km/L)：15.0

TEANA 2.0 / 2.5

全新輕量化全鋁合金引擎、無段變速系統、低風阻設計造就TEANA的優異節能表現



TEANA 2.5

參考車重(kg)：1678
市區耗油(km/L)：10.65
高速耗油(km/L)：15.13
平均耗油量(km/l)：12.3

TEANA 2.0

參考車重(kg)：1603
市區耗油(km/L)：11.10
高速耗油(km/L)：15.45
平均耗油量(km/l)：12.7

LIVINA 1.6

全新輕量化全鋁合金引擎、搭配二氧化矽輪胎、與EPS電子動力方向盤造就LIVINA的優異節能表現



LIVINA 1.6

參考車重(kg)：1275
市區耗油(km/L)：13.2
高速耗油(km/L)：19.45
平均耗油量(km/l)：15.4

X-trail 2.0

採用CVTC連續可變汽門控制系統、電子控制節汽門，搭配電子油門系統，具油門輕巧靈敏、省油的優點



X-trail 2.0

參考車重(kg)：1586
市區耗油(km/L)：9.51
高速耗油(km/L)：14.31
平均耗油量(km/l)：11.2

TIIDA 1.6 / 1.8

全新輕量化全鋁合金引擎、二氧化矽輪胎、低風阻及EPS造就TIIDA的優異節能表現

TIIDA 1.8

參考車重(kg)：1310
市區耗油(km/L)：13.19
高速耗油(km/L)：19.01
平均耗油量(km/l)：15.3

TIIDA 1.6

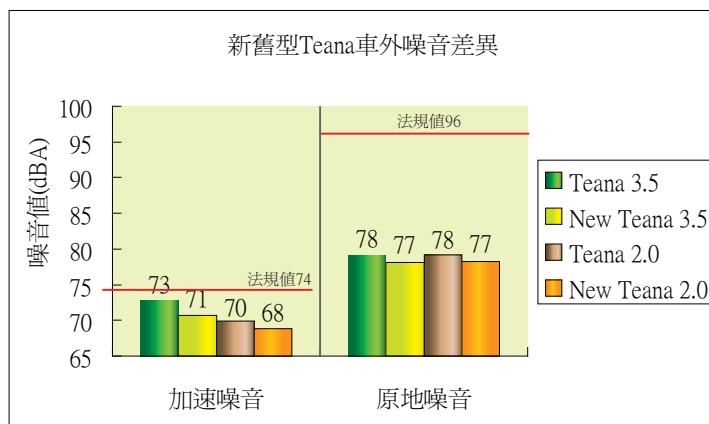
參考車重(kg)：1286
市區耗油(km/L)：13.69
高速耗油(km/L)：20.3
平均耗油量(km/l)：16



資料來源：節能標章全球資訊網

降低車外噪音

NEW TEANA採用輪胎內側吸音襯墊導，正時鍊條噪音低減，引擎吸氣干涉音抑制處理，吸音棉加厚，隔音密封膠大面積擴增設計，雙尾管下彎設計等設計降低路面噪音、低引擎噪音、排氣噪音，達到整體車外噪音低減。



資料來源：國家認可實驗室測試報告

車輛噪音抑制對策

車外噪音防制對策					
位置	隔(吸)音構造	設施	材質	厚度	吸音效果(dB)
(1)引擎蓋		吸音材	成型再生棉	10mm	
(2)引擎室		吸音材	成型再生棉	10mm	
(3)消音器		二段式	鍍鋁鐵板NP834	20mm	降低排氣噪音10.0dB(A)以上

備註：示意圖位置：引擎蓋(A)：隔音線(B)：CLIP
引擎室(A)：隔音棉(B)：CLIP
消音器(A)：PREMUFFLER(B)：MUFFLER

降低排氣污染

裕隆汽車在新車開發初期就能充分掌握排氣污染品質，量產時定期監控排氣污染品質，以製造出符合法規之低污染車輛；市場使用中車輛在5年8萬公里排氣法規保證內，也會不定期抽測排氣污染狀況，以確保符合法規。

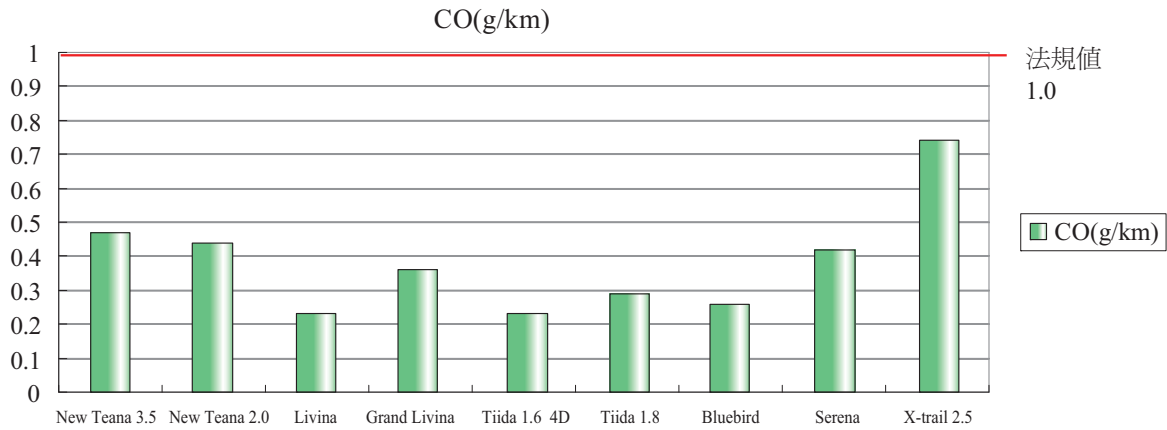
在新車款開發中，亦致力於使產品排氣污染情形能更加以改善，各項車款排放標準將低於法規標準值，其中以All New TEANA為例，在CO及THC的排放情形，都有顯著的減少，顯示裕隆汽車在降低產品對於環境衝擊的努力與成效。

	CO(g/km)	NOx(g/km)	THC(g/km)
TEANA 3.5	0.55	0.01	0.1
New TEANA 3.5	0.47	0.01	0.06

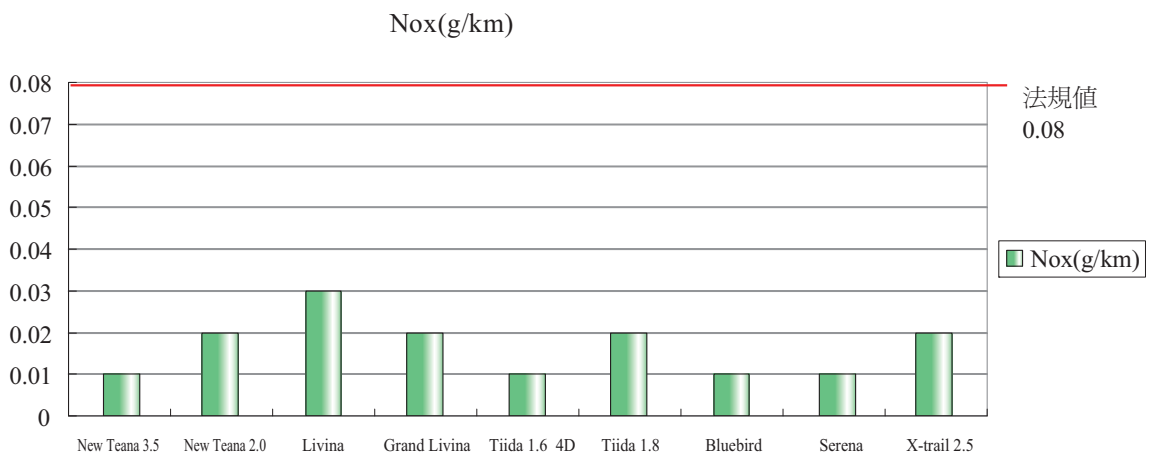
資料來源：國家認可實驗室測試報告



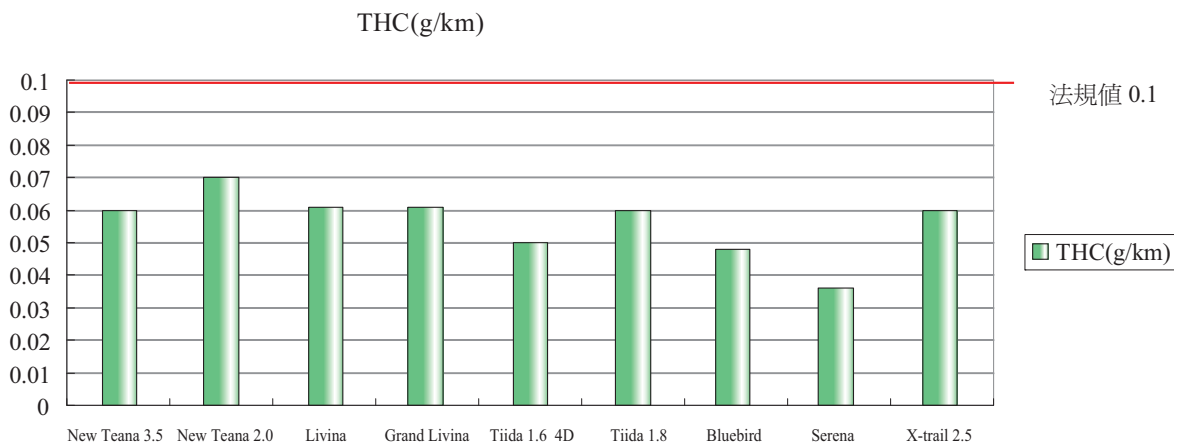
各車型CO實測值與法規標準比較



各車型NOx實測值與法規標準比較



各車型THC實測值與法規標準比較



資料來源：國家認可實驗室測試報告



環保車評比汽油汽車之評選標準

排氣污染須低於美國加州實施管制的超低污染車 (Super Ultra Low Emission Vehicle, SULEV)，其標準值如下：

- CO：0.625 g/km；NOx：0.012 g/km
- 噪音值須達臺灣4期標準：加速噪音74分貝、原地噪音96分貝
- 油耗須達14.5 km/L
- 非甲烷碳氫化合物(NMHC)、一氧化碳(CO)及氮氧化物(NOx)總和

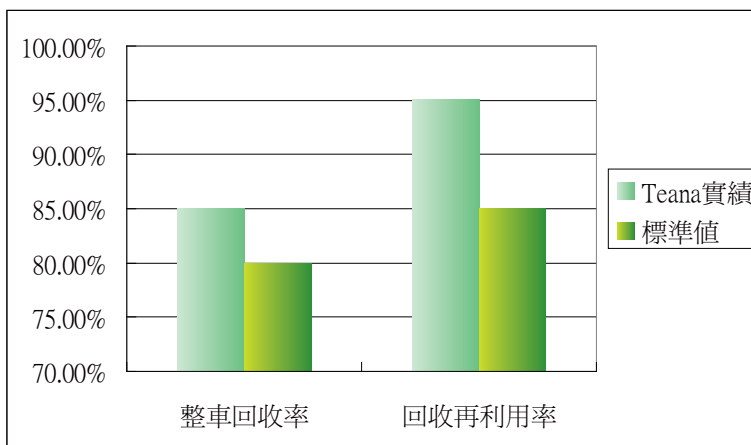
回收再利用

裕隆汽車投入相當多的資源致力於產品的「綠色設計」，盡力為環境減少負擔與污染，不僅全車系全面導入可回收塑材，並響應歐盟制定的「零件材質刻印規範」，於汽車零件上清楚標示零件的主要材質及添加物，提昇汽車零件的回收率。同時在設計、開發產品時即對環境性能進行評估並設定具體的目標，並預先做產品環保評估，使技術創新與產品研發上落實環境保護的執行，降低社會的環境負荷。


NEW TEANA達成資源回收再利用法自願性規範

因應資源回收再利用法，台灣區車輛工業同業公會自2008年起推動資源回收再利用法自願性規範，公會會員自2008年以後上市之全新車型自願遵守此規範，New TEANA為2009年5月上市，產品研發時即落實執行，且都超過標準值規範的要求。

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



資料來源：台灣區車輛工業同業公會



裕隆與客戶 p.48

裕隆與員工 p.52

裕隆與股東 p.62

裕隆與供應商 p.64

裕隆與社會 p.65

薪傳木雕之美 p.68

裕隆的社會承諾

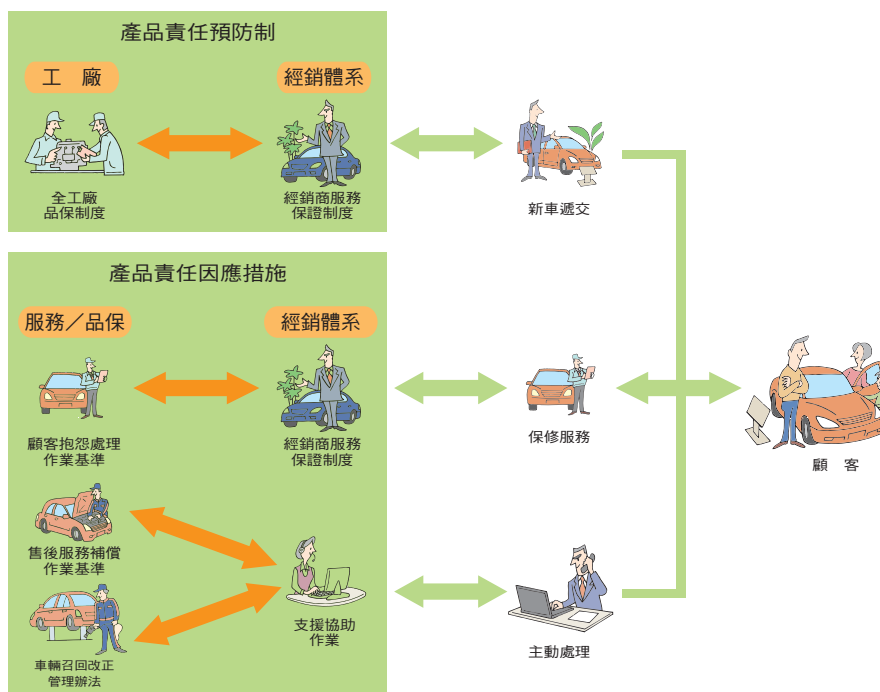
企業，不僅是社會繁榮的創造者，更應該扮演人文生態的回饋者。不論產業環境如何起伏，裕隆汽車對於企業社會責任的實踐與用心沒有中斷過，裕隆汽車的利害關係人包含員工、客戶、投資人、供應商及社區。裕隆汽車十分重視與利害關係人之間的互動，希望能透過各利害關係人在企業營運參與的過程，獲得關於企業社會責任議題之回饋，藉由各種溝通方式，裕隆可以更充分且明確的了解利害關係人的需求與想法，以使裕隆能在公司營運上不斷的符合並滿足社會的期望，持續邁向裕隆永續經營的理念。

裕隆與客戶

健全的產品保證體制

所有流程均須進行產品責任之預防工作，並透過全體員工及經銷體系共同執行完成，以避免發生因產品之瑕疵造成消費者權益受損，尤其在售後產品使用的保證規範，特別制定保證保固條款並明列於使用手冊，清楚告知消費者應享權益及協助處理系統。

產品責任事故之處理原則以消費者權益為優先考量並遵循政府法令規範，為使產品責任事故能迅速妥善處理完畢，制定相關處理準則如：「顧客抱怨處理作業基準」、「售後服務補償作業基準」、「車輛召回改正管理辦法」，以協助消費者即時解決發生之問題，保障消費者應享之權益。所有產品保證之相關準則及作業流程均依ISO規範予以定期檢討修訂，提供嚴謹完善的產品保證體制。



真實訴求、詳細標示

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

完善的溝通管道

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

品牌	免費服務專線
NISSAN	0800-088888
LUXGEN	0800-580088
TOBE	0800-881885

為維護消費者，至2009年底全台設有22家經銷公司、122個營業據點及101個服務廠，並提供夜間及假日維修服務，確保消費者權益且做為互動諮詢的第一線，建立顧客完整的互動與諮詢服務。

由業務代表定期執行CR Campaign (Customer Relation Campaign)活動，確保顧客資料完整無誤並瞭解客戶新車使用狀況，並提供正確的用車常識及蒐集、處理客戶反應事項，主動建立溝通管道。另外，設立Nissan官網，提供產品情報資訊及流行訊息，並透過市場調查回函做雙向溝通。Nissan電子報的發送將聯絡管道提升至車主間的互動聯誼及經驗交流。不但增加了產品的附加價值，進而贏得顧客的認同而創造口碑。



防護顧客資料

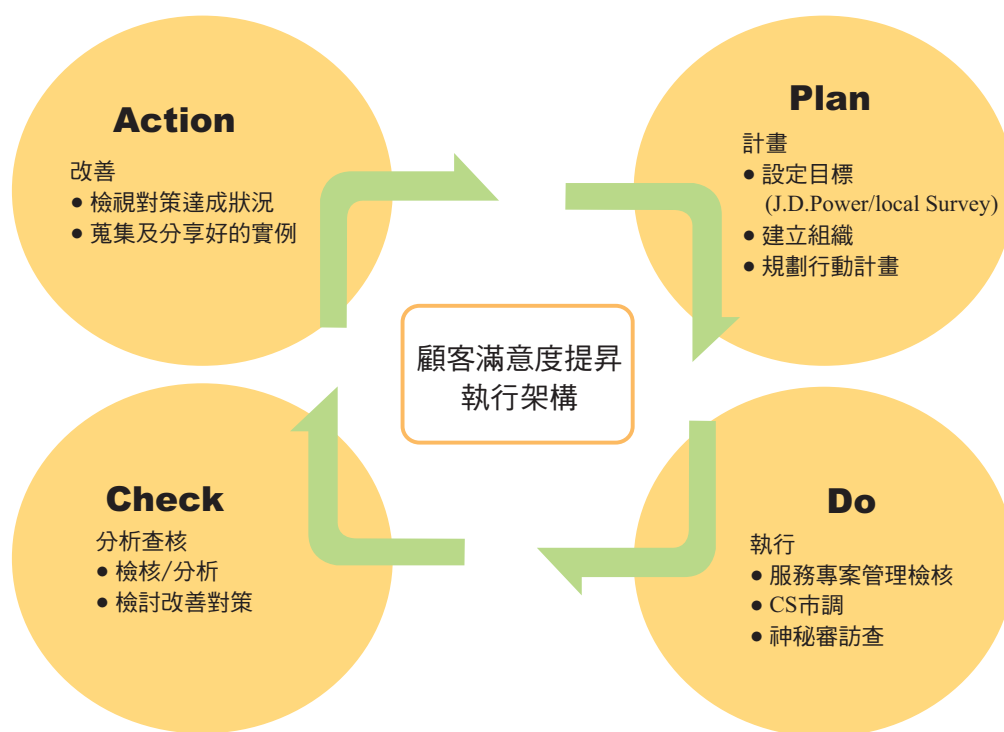
對於顧客所提供之個人資料，裕隆汽車係用於網站管理、顧客滿意度調查、商品及市場調查、共同客戶管理、共同行銷處理、顧客案件服務、提供特定資訊、提供特別優惠，或回覆顧客查詢等用途。對於上述資料，公司已採取標準防護措施以確保顧客個人資料的安全。所有顧客的個人資料都設有限制存取，以避免未經授權者存取、修改或濫用。

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

顧客滿意度評估

顧客滿意度評估綜合評估顧客對裕隆汽車產品與服務的滿意度，以了解顧客需求與期望之差距。裕隆汽車對於顧客滿意度的提昇，目前是透過PDCA的循環模式進行。若顧客滿意度未達成年度目標時，將針對主要缺失進行改善，並於管理會議中提出檢討。

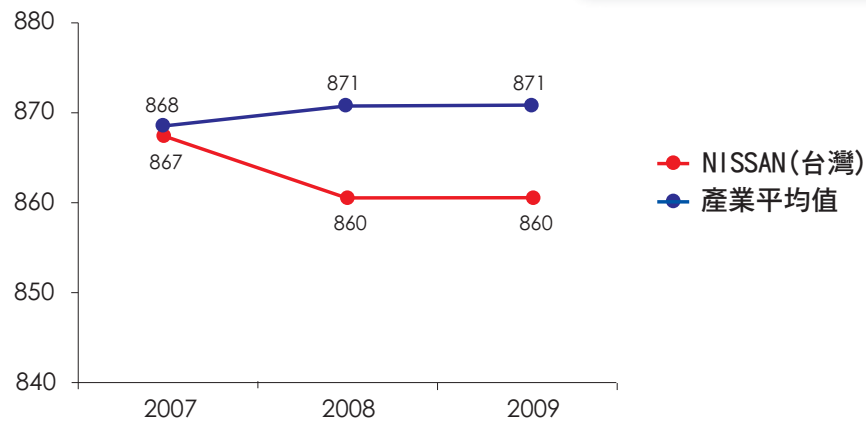
顧客滿意度提昇執行架構



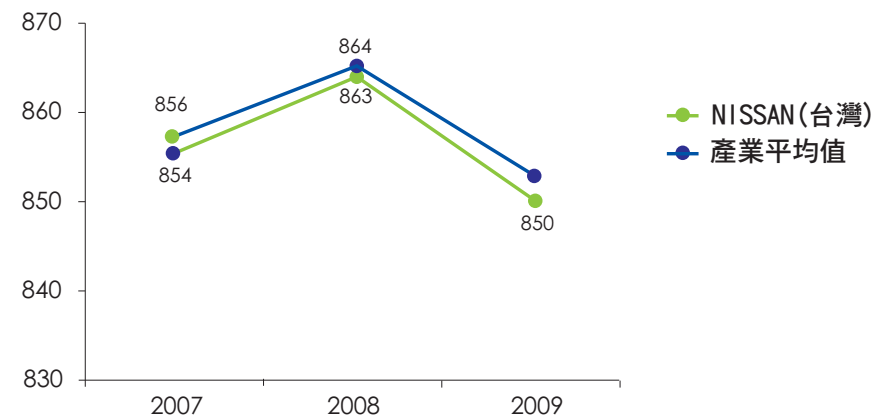
J.D. Power (美國包爾市調公司)是全球性的獨立調查機構，其研究內容包含市場調查、預測及顧客滿意度。尤其在汽車產業，累積了30年的經驗，每年J.D. Power都會追蹤全球車主，了解車主對車輛品質及服務品質的滿意度。

2007-2009年顧客滿意度調查結果

銷售滿意度(SSI)



顧客滿意度(CSI)



裕隆與員工

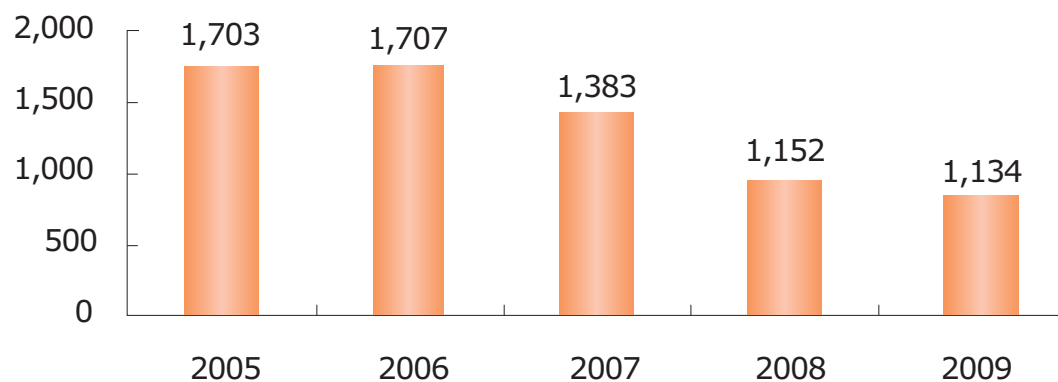
■ 員工雇用

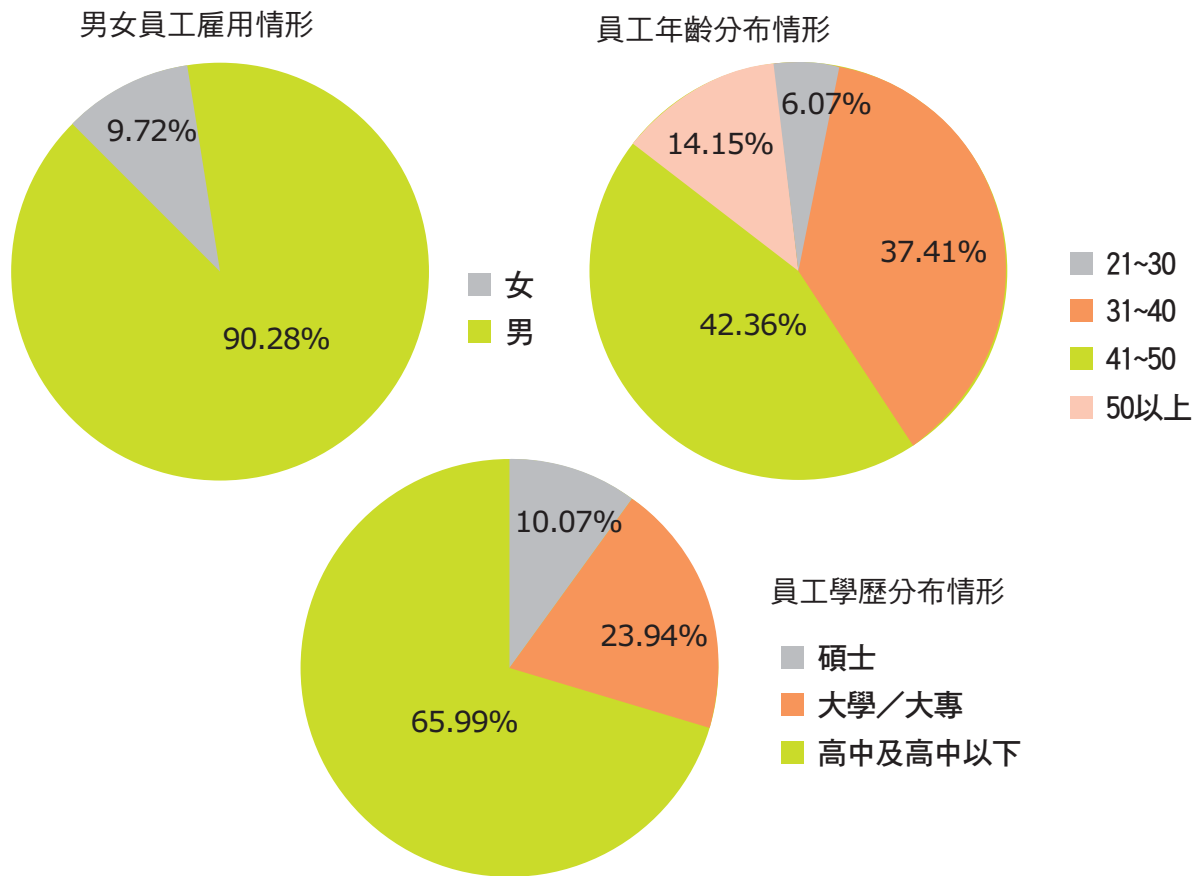
裕隆汽車目前員工總人數為1,134人(至2009/12/31)，所有員工皆受勞動基準法的保障。

裕隆汽車屬於汽車製造業，多以現場製造單位為主，故男性員工比例較高，男女員工比例約9：1，但裕隆汽車對於僱用、薪資、績效考評與晉升機會皆不會因性別或結婚生育而給予不同等之對待。

**裕隆秉持「全方位學習」、
「優質和諧的職場環境」、
「多樣的休閒」、
希望員工開心工作、快樂生活。**

■ 近5年員工總人數





員工外派的挑戰

裕隆目前約有44名員工服務於海外據點，針對外派員工最大的挑戰則是眷屬安置、回任的職位安排與文化再適應等問題，對此裕隆汽車也有完善的因應措施。

定期檢視回任及派出職位需求，進行職位媒合

由於外派人員的經驗對組織而言是無形的知識財產，故公司特別注重派外人員的經驗傳承與回任後職位安排議題，定期檢視回任及派出職位需求，台灣各單位有職缺時(含主管職缺晉升)，以派駐期滿回任人員優先任用；或歸建相關合適單位並負責傳承海外經驗，讓派外員工無須擔心回任後的職缺問題。同時為了使回任同仁文化再適應，裕隆於員工派駐期間，仍與其保持密切聯繫，讓身處海外的人員亦能隨時掌握裕隆汽車動態，並降低回任後的生疏感。

外派員工協助

為了使外派同仁能安心赴任，裕隆汽車對於外派人員也提供了相當貼心的員工協助方案，除了派任前會詢問同仁是否攜眷赴任外，對於留在國內的同仁眷屬公司也會適當的協助，如子女就學協助、急難救助等，使外派同仁更能無後顧之憂全心投入工作。

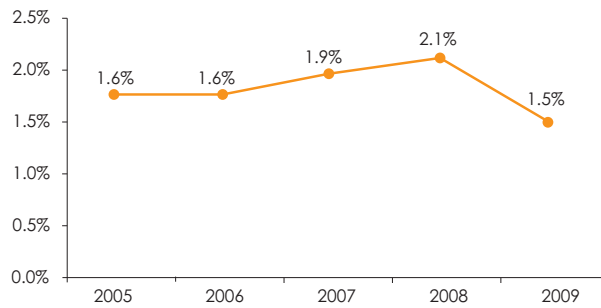
重視人權

裕隆致力創造一個平等的環境，在各項內部規章中無任何因性別不同或其他身分而給予不平等之對待。且裕隆亦關懷弱勢族群，並依身心障礙者保護法規定進用身心障礙者，截至2009年12月，裕隆汽車僱用身心障礙人員共計17位。

對女性友善的工作環境

裕隆汽車為了建構一個女性友善的工作環境而不斷努力，如兩性工作平等法於2002年3月通過後，裕隆便制定「性騷擾防治辦法」及「申訴辦法」，並修改促進工作平等措施之相關假別；另設置性騷擾申訴專線、哺乳室、編印性騷擾防治手冊發予每位員工，且於辦公室周邊張貼防止性騷擾之標誌與標語，以建立兩性平權、相互尊重的工作環境。2009年度裕隆汽車內部並未發生任何性騷擾申訴案件。

雇用弱勢員工的比率

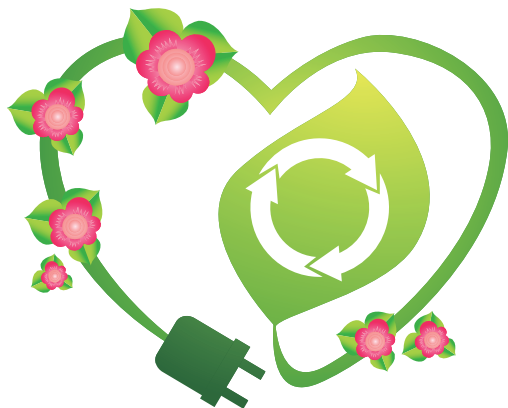


對女性友善的工作環境具體作為

提供哺乳室及哺乳時間	為落實兩性工作平等法，裕隆設置哺乳室並提供哺乳時間，倡導母親哺育母乳的觀念，並滿足有此需求的女性員工。
結婚補助	裕隆提供員工結婚津貼與婚假等福利項目，此外，裕隆汽車為體恤懷孕中的女性員工，特別讓準媽媽們能開車進入廠區停放於辦公室附近，提供孕婦最大的方便。
交通車	硬體設施的完整是吸引女性加入企業的誘因，但女性在選擇工作的時候，往往薪水不是最大的考慮，若能兼顧家庭將往往才是職業婦女考量的重點。所以裕隆提供交通車，每天往來台中、苗栗，讓居住於此的員工能免去通勤的勞累，而有更多的心力能兼顧家庭。
禮俗假	裕隆禮俗假中，訂有子女上小學之假別，員工於子女入學時，可申請一日禮俗假，讓父母能參與、陪伴子女重要的時刻。

勞資關係

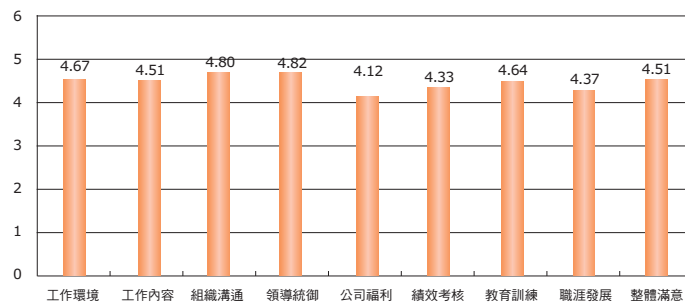
裕隆汽車非常注重勞資關係，透過定期與勞方代表溝通、發行刊物多元溝通、員工關懷列車活動、提昇員工滿意度等多項作法強化與員工的夥伴關係。



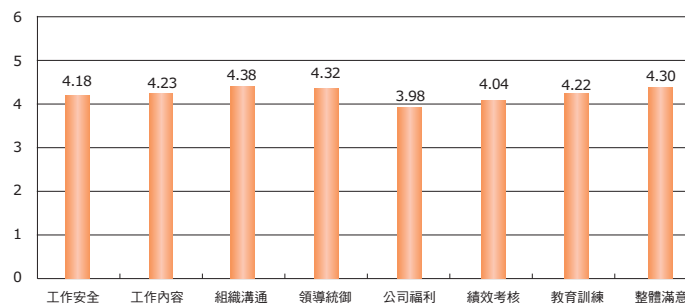
2009年員工滿意度調查結果

為直接瞭解同仁對公司各項管理制度的意見與看法、以及對本身工作的滿意程度，每年都進行員工滿意度調查作業，並於調查完畢後，將滿意度調查結果透過內部公告、公司刊物等多元管道佈達讓同仁瞭解。此外，裕隆汽車以「單項項目至少有70%以上同仁感到滿意」的高標作為目標，致力於提供同仁良好的工作環境。對於施測結果未達自訂標準的項目，公司也會進一步進行瞭解、擬定改善對策並持續追蹤，例如定期舉辦全廠區巡迴的員工關懷列車座談；成立伙食委員會、每個月定期檢討伙食並改善等等，希望打造讓同仁開心工作的職場環境。

工程/行政職員工



技能職員工



合理的勞動保障

裕隆汽車遵從國際勞工組織公約之規定，不利用任何形式強迫或強制勞動，而員工因工作而導致加班事實，則可申請加班費或抵休之補償。此外，若裕隆汽車營運發生重大變化而可能影響勞工權益時，為保障員工工作權益，裕隆汽車亦依據勞動基準法等相關法令之規定，以確保員工享有提前預告之保障。

若員工深感權益受損或遭受侵害時，可藉由裕隆汽車內部申訴管道提出問題並尋求協助，2009年度裕隆汽車內部並無員工申訴事件。

有禮俗假的超越福利

裕隆一向為創造員工能樂在工作的環境而努力，在薪資福利上更是設計相當優渥的制度，讓員工可以全心投入工作，無需擔憂經濟問題，安心工作。

裕隆提供具市場競爭性的薪資水準，而給薪的標準並不會因為性別而有所差異，能力與績效才是薪資水準的考量因素。

除了固定的薪資外，裕隆提供端午、中秋節金、年終獎金以及激勵金來鼓勵員工努力達成目標，另外在每年股東大會後，裕隆汽車還會依據年度盈餘回饋給員工，依工作績效作為發放基準，目的就是希望和大家一起共享榮耀，共同創造耀眼的經營績效。除此之外還有定期發給免費制服以及免費員工團體保險：醫療及意外保險，包含員工、配偶及子女都是保障對象；為體貼員工，裕隆汽車除了勞基法規定的假別外，還有禮俗假，如子女上小學、兄弟姊妹或子女結婚等都給假且不影響全勤。

多元福利設施

廠內設有兩個餐廳、兩個福利社，宿舍區則設有大木屋餐飲部及卡拉OK歡唱室、福利社，方便員工用餐與購買民生用品，並依據員工需求調整銷售商品及服務。為減少居住地離裕隆汽車較遠的員工舟車勞頓之苦，提供免費員工宿舍，週三及週五提供免費返鄉專車。宿舍區設有游泳池、三溫暖、烤箱、健康步道、多媒體視聽室、室內體育館、室外籃球場、網球場等，還有專業醫療人員服務的員工診所。裕隆汽車每週會在多媒體視聽室播放剛發行的DVD熱門電影，讓員工可以輕鬆欣賞。

福利委員會

在裕隆汽車支持下，福委會非常活躍，從競賽類型的活動(超級籃球聯誼賽、端午包粽競賽)、闔府同樂的家庭日到豐富下班休閒生活的活力生活營，再搭配彈性福利的規劃，讓每位員工都可以公平享有各項福利，還提供生日禮金、三節/結婚補助金、社團活動補助等，讓員工生活豐富而精彩。

多元活動豐富裕隆人的生活

為了讓同仁下班後有多元的休閒活動，提供同仁安排休閒活動的選擇與彈性，豐富每個裕隆人下班後的生活品質，裕隆汽車為同仁安排了許多活動，除了家庭日、端午節包粽子比賽、籃球比賽等年度大型活動外，利用平常工作日下班後，公司管理部也規劃了一系列的「活力生活營」活動，內容相當豐富，活動主題含括了當下最in的題材，例如魔術、刮痧、調酒、拳擊、有氧、瑜伽、塔羅牌等等，藉由活動的交流與分享，提昇跨單位同仁的互動，增進團隊氣氛與關係，平衡工作與生活。





「幸福·微笑·家年華」家庭日

2009年「幸福·微笑·家年華」家庭日活動結合多元化主題，除了舞台區的表演節目外，還有親子走秀與人體手足球的互動活動，再加上運動館、微笑創意館、幸福寶貝館、親子館、新車展示區、美食區等精心規劃的主題區，搭配大型充氣拱門與氣偶的點綴，讓偌大的廠區搖身變成最佳親子活動場館，超過2500位員工與親朋好友一起度過歡樂時刻，使裕隆廠區內洋溢著幸福、歡笑。

培訓與教育

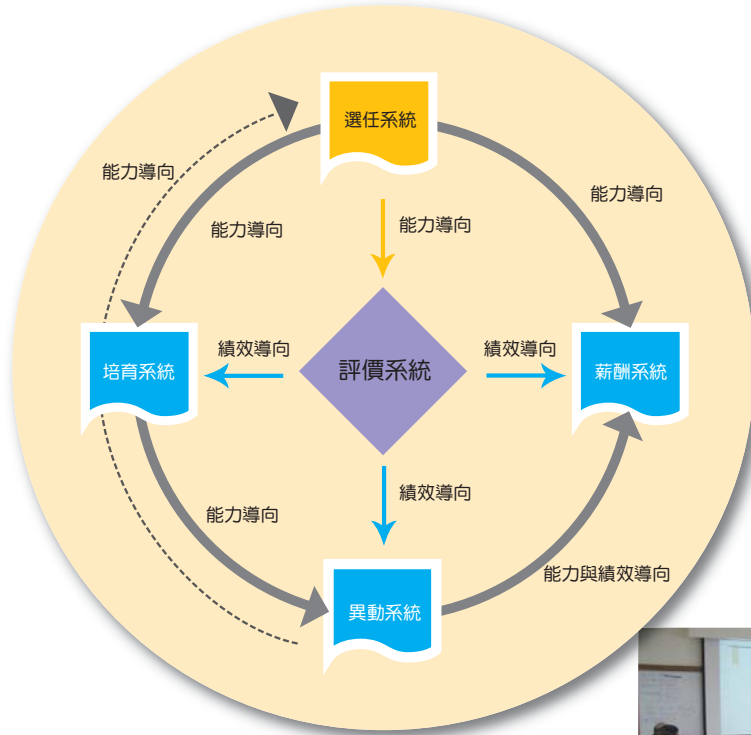
裕隆汽車的人力資源管理體系以「能力發展」與「績效管理」為主軸，緊密連結其他各項人力資源功能，透過持續不斷的績效管理及多元化能力培養計畫，以持續精進人力素質；並且依照個人績效與能力決定人員未來的發展與報償，積極提供員工學習與發展的環境與協助，以促使員工不斷的成長並貢獻於組織。

完整的人才培育體系

「學習」是裕隆員工不可或缺的核心價值。裕隆汽車長期秉持以人為本，對於員工的培訓採取深耕主義，強調在工作的過程中紮實學習，建構完整的人才培育體系；當每位員工像海綿一樣有超強的學習力，組織才能透過學習來增強競爭力，持續對應變化快速的大環境提昇創新效能，進而持續擴展事業版圖。

為了讓員工可以有系統性地學習，裕隆汽車制定配合發展需求的培育途程，整合一般員工與主管應具備的共通核心能力，養成每位員工積極學習的習慣，讓員工「有目標」、「有紀律」、「有計畫」學習共通核心能力，有系統地提昇競爭力。從新進員工報到開始就安排裸母計畫、數位學習計畫、閱讀專業書籍與新進人員訓練，透過結構性的培育，讓新進員工在最短時間內具備工作所需的基本技能。除此之外，為縮短新進工程師的培育時程，將培育計畫與工作連結，由高階主管親自主持的專案研討會議，針對生產的實務問題提出品質改善與解決之道，再由經驗豐富的工作專家給予指導、回饋，讓每一次專案會議都是最紮實的歷練，充分顯

人力資源管理與發展系統



示出裕隆對人才培育的重視。

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



訓練體系圖

體系 培訓對象	階層別訓練	專業訓練	派外訓練	自我發展
經理級 (含) 以上主管	高階主管 訓練			
副理/科長 級主管	派訓學分班 年度專題訓練	專業技能 OJT技能 特殊技能訓練	外派人員訓練 派駐海外人員訓練	在職專班、學分班 語文課程 電腦課程 專題講座
一般從業員	新進人員 訓練			

2009年教育訓練實施情形

類別	課程時數	受訓人次	訓練人時	訓練費
共通訓練	106	332	1,750	1,193.5萬元 (平均每人11,302.3元)
專業訓練	863	985	6,333	
合計	969	1,317	8,083 (平均每人7.65小時)	

註：1.平均每人受訓人時計算：當年度總訓練人時/當年度公司總人數=8083/1317=7.65。
2.年度訓練費用為當年度公司實際核發支付之統計數據。

健康與安全

員工的健康與安全是裕隆汽車最重視的大事之一，所以不管是積極的預防或消極的保險，裕隆都站在員工的角度考量，也提醒員工們在辛勤工作之餘，不要忘了注意身體健康、注重生活安全，因為有了強健的身心，才有幸福的生活。

醫務室為員工健康把關

裕隆汽車設專屬的醫務室是為提供員工、員工眷屬及當地社區居民健康有保障的工作環境，免除員工自行到醫院就診的舟車勞頓與漫長候診時間。醫務室裡有專任醫師一人、護士兩人，提供看診診療及傷病處理等各方面專業且細心的服務，是守護員工健康的好夥伴。

醫務室服務項目

內、外科診療 及急診處理	醫師會提供員工不受干擾的診療諮商服務，也有多年急診處理經驗，員工、員工眷屬及當地社區居民若有任何健康方面的疑問都可以向醫師請教。
戒菸特別門診	提供免費協助戒菸服務，希望能幫助員工成功戒菸，並避免吸菸所導致的健康危害。
子宮頸抹片檢查	每週一、四上午9:00~11:00提供女性員工最便利的檢查服務。

健康檢查	每年至少會安排一次大型的健康檢查，請大型醫院到廠為員工健檢，健檢項目除了有一般的物理檢查、尿液、血液、肝功能、B型肝炎、血脂肪、X光等檢查外，也會針對特殊作業環境工作的員工，給予如噪音作業、粉塵作業與鉻酸及其鹽類作業等特殊作業檢查。而醫務室醫生在檢查結果出來後會進一步分析，個別提供員工貼心的醫療服務。
抽血檢驗	每週二、五上午8:00~11:00。
施打疫苗	每年貼心提供流行性感感冒疫苗與B型肝炎疫苗施打服務。
愛心捐血活動	每年舉辦二次捐血活動，員工都會踴躍挽起袖子參加。
急救訓練	教導CPR急救技巧，讓員工對急救有更進一步的認識及應變。

職業病管理及通報的機制

為避免員工罹患職業病，裕隆汽車除了檢視每年例行的勞工健康檢查報告及員工就醫紀錄外，並依照勞工保護規則相關規定制定職業病管理及通報的機制，在各級單位的重視下，近年來均無職業病例，未來亦將持續努力，確保員工健康。

職業病通報機制

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

工安績效

在廠區零災害的管理目標中，裕隆汽車建立設備安全等級與危險因子的檢查基準，藉著風險預知的管理與作業環境及行為的稽查，將災害的可能發生源事前消除，以主動式的預知風險管理達成零災害的目標。

工安事故

年度	2007	2008	2009
件數	0	2	1

失能傷害

年度	2007	2008	2009
失能日數	0	25	8
死亡人數	0	0	0

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

員工紀律

裕隆非常重視員工紀律，任何形式的貪污、敲詐勒索及挪用公款的行為都嚴格禁止。因此除了在工作規則中明定應有的行為規範與懲處規定外，裕隆汽車內部也定期辦理內外部稽核，輔以暢通的溝通管道，讓員工可以匿名的方式檢舉不良行為。

為讓員工能確實遵守法令與裕隆汽車規範，除新進員工報到後需參加法治、工安與資訊安全訓練課程外，當外部有新法令或裕隆汽車有新規定要執行時，會透過公告、辦理宣導說明會、教育訓練等方式讓員工清楚瞭解應該恪遵相關規定。

裕隆員工皆秉持著認真務實的精神投入生產工作，裕隆汽車成立五十多年來，未曾發生重大的舞弊或貪瀆事件。未來仍將堅持裕隆汽車原則，秉持良好的商業誠信，以維持裕隆良好的企業形象。

裕隆與股東

股東結構

2010年4月16日

股東結構 數量	政府機構	金融機構	其他法人	個人	外國機構 及外人	合計
人數	11	55	324	136,242	364	136,996
持有股數	24,146,914	34,688,750	748,780,769	556,069,580	209,233,896	1,572,919,909
持股比例	1.53	2.21	47.61	35.35	13.3	100.00

經營情況

2008年受到國際油價攀升的影響，帶動各項原物料亦紛紛上漲，致使國內消費者購車意願降低，造成台灣整體車市持續衰退，而在2008年下半年所面臨的金融海嘯也造成高階進口車市場大幅衰退，首當其衝的就是進口高階品牌的裕隆通用汽車及其大通、志通、中通、慶通、盈通經銷商體系。針對該體系的虧損，裕隆汽車於2008年底與通用集團達成協議，由裕隆汽車增資彌補該6家公司之虧損以求進一步的改善，該改善於2009年度第一季初步發生效果，另外如裕隆日產的通路經銷商亦開始進行高屏地區經銷商之整合，寄望能快速調整自身的體質以符合台灣車市的萎縮。

2009年下半年度經濟情況略趨好轉及政府減免貨物稅政策之影響，國內車市下半年度整體汽車市場銷售狀況優於預期，轉投資之裕隆日產公司受惠於大陸車市之蓬勃發展而認列大幅之投資利益，亦間接提升本公司之獲利。大致而言，本年度轉投資之獲利情形相較去年有顯著之成長。

2009年度之投資政策除積極成立自有品牌-納智捷及拓展其相關通路外，亦與大陸吉利汽車合作成立裕隆酷比之品牌。另為求整合集團內相同之資源並提昇管理效率，於本年度分別完

成經惠公司及吉隆公司併入行快公司及裕昌公司之整併計劃。我們仍戰戰兢兢、努力不懈爭取公司之最大利潤，回饋股東。

(經營績效請詳裕隆汽車2009年年報相關財務資訊)

■ 經營風險管理

所面臨之經營風險

◆ 利率、匯率變動、通貨膨脹

- 裕隆已成立外匯避險操作小組，負責外匯避險操作，為分散風險亦與主要材料供應廠日產公司，訂有匯差風險分攤辦法，追求穩定而合理的材料供應價格，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。
- 裕隆資金運用以流動性、安全性及收益性為考量的重點，目前自有現金部位尚稱充裕，利率變化對損益影響有限。
- 由於全球金融風暴造成經濟下滑，導致通貨緊縮，間接影響對汽車的購買意願，未來將持續強化節能減廢車型之開發。

◆ 研究發展計畫

裕隆致力於從製造業轉型升級成為製造服務業外，並將朝向多品牌代工經營，期望以新的業務模式與新的服務模式，創造新的獲利模式，為消費者提供更多的價值，同時為企業創造更大的利益。

為延續研發經驗與實力，裕隆已於2004年8月設立技術平台從事車輛及車輛週邊產品之開發工作，並努力投入創新研發專案，針對整車研發及電動車開發項目取得政府科專認可，而2009年投入之開發費用為新台幣1.71億元，預計2010年將投入之開發費用為新台幣1.96億元。

◆ 銷貨集中

裕隆對於裕隆日產汽車公司之銷貨集中度偏高，主因於自分割後已由原先之製造配銷公司轉型為專業代工公司，由於日產品牌是本公司之主力代工品牌，因此才有銷貨集中的情形，為因應此一銷貨集中所面臨之企業營運風險，裕隆汽車秉持著超越自我的精神，積極運用自身生產及製造上的專長與優勢，與自主品牌納智捷汽車公司及酷比汽車公司簽訂代工合約，落實專業代工之角色，擴展事業版圖。同時積極爭取其他品牌代工合約，裕隆更透過不斷地企業再造，運用現有豐碩資源，以實際行動展現成為『製造服務業』之願景，融合建築規劃與優質服務，規劃擘建裕隆汽車生活城「行遍天下Auto Mall」，營造一個讓消費者可以“One Stop Shopping”，並獲得“Total Solution”之服務，未來隨著生活城陸續營運所衍生之效益及B廠區土地開發、自創品牌等之努力，相信能為裕隆汽車創造營收並降低銷貨集中之情形。

與外界充分互動降低經營風險

裕隆汽車針對公司營運狀況，定期召開一年一次股東常會及不定期舉辦法人說明會，以增

加財務透明度；對股東之建議或疑慮等問題，裕隆除設有發言人、代理發言人外，另設有專責之股務單位得隨時處理及因應。若國家政策及法令有所變動，裕隆亦會隨時配合調整公司內部制度及營業活動，而針對各種不同突發狀況均有專人專責規劃及因應，以將企業經營之不確定性降至最低。

裕隆與供應商

良好的供應商管理機制

汽車所涵蓋的零組件領域廣且複雜。因此，零件供應商不僅類別眾多，且廠家數目也多。因此產業特性，協力廠的嚴格管控相較非常重要。

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

「裕隆汽車協力會」已成立35年，更是促進中衛互動關係凝聚體系團隊的核心。透過協力會各項活動之推展，在協力廠的體質強化、品質提升及降低成本各方面都有豐碩的成果。尤其在中心工廠的政策宣達與貫徹，協力廠的意見反應與懇談方面都在創造雙贏的前提下達到相互激勵與共同成長，完全展現相乘的團隊效益。

每年供應商活動計劃表

活動項目	活動內容	對象	主辦單位	
●聯誼活動	●理監事會2次	採購部業務報告、季會務報告、季會務討論及中衛意見交流	理監事	事務局
	●會員大會1次	國內外最新產經情勢報導、年度會務報告、年度會務討論表決報告	全體會員廠經營者	事務局
	●運動交流3次	高爾夫球賽	全體高爾夫會員及來賓	事務局
	●區會會議2次	各區會會務報告及討論、中心廠業務報告、中衛意見交流	各區會會員廠經營者	事務局
	●區會自主活動	各區會之管理、教育訓練、聯誼等活動	各區會會員	各區會區會長
●管理改善活動	●總體競爭力提昇活動觀摩	體系內、體系外優良廠商觀摩	全體會員	事務局
	●國外合理化觀摩	觀摩汽車產業	全體會員	事務局
●教育訓練	Q.C.D.Dv.P.M各10項課程	課程活動	全體會員	事務局
●裕翔會活動	企業經營研習會	經營管理新知座談及聯誼	裕翔會會員	事務局



綠色供應商管理

裕隆汽車將綠色物料採購列為重要參考指標，亦積極推動協力廠商通過ISO 14001認證，截至2009年止，已有110家(不含中國大陸)協力廠商通過ISO 14001驗證，實現「環境保護與經濟發展相輔相成共存共榮」理想，創造社會整體環保效益。

獎勵供應商的努力

月績優廠商

針對廠商每月品質/成本/開發/交期等實績，滿足月績優廠商條件之廠商可享有貨款提前1個月支付付款之獎勵(一般為1.5個月)。

年績優廠商

針對協力廠商年度考核區分地區別，針對品質/成本/開發/交期之年度成績進行考核後遴選出各獎項之績優廠商後，於協力會會員大會表揚，並頒發獎座及獎金予以獎勵。

設立之獎項：

獎項	績優廠商家數	表揚方式
品質績優	4家	獎座及獎金30萬元
總體成本優勢	4家	獎座及獎金50萬元
交期績優	4家	獎座及獎金30萬元
設計開發績優	4家	獎座及獎金30萬元
Q. C. D. Dv綜合考量	4家	獎座及獎金10萬元

裕隆與社會

促進地方繁榮發展

裕隆汽車立足三義，對於在地文化有相當深刻的感受，而且是三義最具規模的經濟體，因此，裕隆汽車對三義是全心貢獻的，以總體營造上盡一份心力，讓三義更多彩多姿！除了為三義地區帶來新的生機，也投注心力在地方的再造與發展。如三義地區的自然風景和人文特色的保存與創新，從1992年起就本著「文化均富2027藝術下鄉」的理念舉辦藝文季，這是國內第一個由民營企業定期主辦的藝文季。2001年起更著手進行三義交流道的邊坡認養與規劃，每年並贊助辦理地方大型活動-「三義木雕藝術節」，希望將三義地區獨有的木雕藝術發揚光大。

■ 參與社會貢獻

推廣國內籃運近半世紀

除了回饋地方鄉里、推廣木雕藝術文化外，裕隆近半世紀來全力協助國內籃壇推廣籃球運動之貢獻更是社會大眾有目共睹的。廣受國內球迷喜愛的裕隆籃球隊，自1965年成軍以來，始終保持堅強的戰力，多年來征戰國內外籃壇，立下無數顯赫戰功，其背後最大的支持力量正是裕隆汽車45年來不間斷的企業贊助。希望藉由贊助籃球活動的機會，鼓勵國內籃球及「全民體育」活動的發展與傳承。為了讓球員們能有一個良好的訓練環境，裕隆汽車投入資金興建一幢專屬裕隆籃球隊的「裕隆體育館」，該館不僅設備齊全，球員宿舍更是冷暖空調一應俱全，讓球員們在比賽及練球之餘能享有最佳的休憩品質，使其技術與體能維持在良好的水準。裕隆籃球隊的訓練器材亦隨著科技進步不斷更新；在管理與運作上更逐漸建立起完備且令人讚譽的制度，對球員的生涯規劃更提供了最人性化的協助與安置。



參與社會貢獻

裕隆汽車認為，企業社會責任是一種企業承諾持續遵守道德規範、為經濟發展與社會生活品質做出貢獻的精神，因此長年投身企業公民行列，積極回饋社會

■ 推動公益事務不落人後

除了專注於藝文、體育、環保等公共議題外，裕隆對於有益公眾的事務亦不落人後：九二一大地震、南亞海嘯、SARS撫恤、四川震災…等賑災濟助都可見到裕隆的身影；此外，裕隆更連續10年捐贈台北市環保局市民臨時工投保意外險，照顧清掃街道的台北市民工，地方上更每年提供三義學子獎助學金…，行善不遺餘力。



- 2008 第四屆遠見雜誌企業社會責任獎-傳產組首獎
- 2008 行政院文建會第九屆文馨獎-金獎
- 2008 行政院體委會企業贊助體育團體或運動選手表揚獎
- 2009 第五屆遠見雜誌企業社會責任獎-傳產組首獎
- 2010 行政院文建會第十屆文馨獎-金獎
- 2010 第六屆遠見雜誌企業社會責任獎-傳產組首獎
- 2010 行政院環保署[節能減碳行動標章]績優單位

社會捐贈

時間	項目	金額
2008年	藝文	
	辦理「第12屆裕隆木雕創新獎」活動	9,000,000
	贊助「2008三義木雕藝術節」活動	200,000
	體育	
	贊助裕隆籃球隊	20,571,432
	地方贊助	
	苗48線三義段拓寬	500,000
	贊助三義國中獎學金	75,000
	認養三義路燈	50,000
	春節低收入戶補助	30,000
	贊助苗栗汶水國小棒球隊經費	100,000
	建中國小盃籃球賽經費	20,000
	社福公益	
	四川賑災	17,560,000
	贊助台北市環保局清潔工意外險保費	475,000
	SARS持續補助唐四虎	4,321
	基金會/協會	
	中國台商發展促進協會	1,000,000
	財團法人兩岸發展研究基金會	4,500,000
	中華民國自動機械工程學會	50,000
	台灣環境管理會計協會	500,000
2009年	藝文	
	辦理「第13屆裕隆木雕創新獎」活動	6,900,000
	贊助「2009三義木雕藝術節」活動	200,000
	體育	
	贊助裕隆籃球隊	10,285,716
	地方贊助	
	贊助三義國中獎學金	45,000
	認養三義路燈	50,000
	淡江大學電機系獎學金捐贈	10,000
	贊助苗栗汶水國小棒球隊經費	100,000
	第17屆全國大專院校超級環保車大賽贊助款	50,000
	社福公益	
	莫拉克颱風賑災	4,000,000
	贊助台北市環保局清潔工意外險保費	500,000
	SARS持續補助唐四虎	5,255
	基金會/協會	
	財團法人中華民國建國百年基金會	3,500,000
	工商協進會理監事	300,000
	財團法人展望文教基金會	1,000,000
	中華民國自動機械工程學會	60,000
	台灣環境管理會計協會	500,000

時間	項目	金額
2010年	藝文	
	贊助2010家族故事果實藝術創作營	200,000
	體育	
	贊助裕隆籃球隊	10,285,716
	第七屆建中盃全國少年籃球錦標賽贊助款	20,000
	99年自動機工程協會環保節能車賽贊助款	50,000
	地方贊助	
	贊助三義國中獎學金	45,000
	認養三義路燈	50,000
	社福公益	
	SARS持續補助唐四虎	5,473
	基金會/協會	
	99年上半年工商協進會理監事	150,000

薪傳木雕之美

「裕隆木雕創新獎」多年來鼓勵了很多年輕的木雕藝術創作者踴躍參賽，讓大家看到台灣木雕藝術愈來愈多元、活潑的創作風貌，這正是對裕隆汽車13年來堅持舉辦「裕隆木雕創新獎」活動的最佳回饋。

為提高競賽參與率，並開拓台灣木雕藝術家的國際視野，本屆「裕隆木雕創新獎」除了不限定創作主題外，更延聘國內外知名藝術家、藝評家、美學家擔任評審，目的便是希望國內的木雕創作者及青年學子能秉持對木雕藝術的熱愛踴躍參賽，並勇敢的將創作理念結合「從傳統中求創新」的主旨精神創作出令人耳目一新的作品。

在裕隆汽車持續全心全意對木雕產業的灌溉下，創作者更來自全國各地甚至離島縣市，從年輕學子到資深創作家都在參賽之列，顯見「裕隆木雕創新獎」的公信力和專業度普獲肯定，且在木雕藝術界已有相當程度的影響力。

「裕隆木雕創新獎」得獎者往往受到多方關注，更有買主慕名而來，希望能收購其多件創作。另一位歷屆得獎者曾安國先生更是獲得國際知名建築師暨生活美學大師—漢寶德教授欽點，將其曾獲「裕隆木雕創新獎」銀質獎及銅質獎的兩件木雕作品「昇華」及「生命」送至大陸杭州「連橫紀念館」—台灣工藝館展出。相信今年由多位具國際知名度的大師所評選出來的得獎作品，將更受到藝術



第十三屆裕隆木雕創新獎「銀質獎得獎作品「展翅」。



第十三屆裕隆木雕創新獎「銅質獎得獎作品「花嫁」。

界和文化界的矚目。

裕隆汽車以回饋鄉里、落實企業社會責任的心情辦理「裕隆木雕創新獎」，期許透過各方面的努力，建構一個完整的藝術平台，提昇台灣木雕藝術與國際交流的機會，成為台灣最具代表性的藝術文化。

在國際間，文化力的展現就是國力的展現，我們相信台灣有更多的傳統藝術文化亟需保存並加以發揚，木雕藝術只是其中一項，裕隆汽車希望能從自身做起，帶動更多企業及團體共同重視這個議題，也希望在各界共同努力下，創造屬於台灣的文化奇蹟！



■ 獎座設計競賽

為了讓「裕隆木雕創新獎」成為更具指標性的專業木雕競賽，2008年特別向各界公開徵求能夠成功傳達「裕隆木雕創新獎」主旨精神－「傳統中求創新」的獎座設計，裕隆特別延請設計領域的專業人士從數十件參賽作品評選出一名首獎及兩名佳作，佳作者分別獲得二萬元獎金，而首獎者除可獲得十萬元獎金外，其設計的獎座更自第12屆起，永久作為象徵「裕隆木雕創新獎」榮譽的獎座。

■ 木雕國際研討會

「裕隆木雕創新獎」為了開展台灣木雕藝術的國際視野，邀請許多國際知名的藝術大師擔任評審，並在2008年10月舉辦木雕國際研討會，探討如何開拓台灣木雕藝術國際化之路。



■ 裕隆木雕創新獎系列展

公開展出是「裕隆木雕創新獎」協助參賽作品跨向人群與國際的第一步，也是裕隆汽車努力行銷木雕的重要項目之一。台灣木雕之美已直接獲得許多往返台灣與海外的國際人士迴響。

裕隆汽車每年主動辦理木雕巡迴展，在一般民眾都會前往的捷運地下街、機場、知名文化展館、甚至是百貨公司的藝文樓層…等處，都有「裕隆木雕創新獎」作品展覽的蹤跡，希望將木雕藝術成為一項大眾都很樂於及容易親近的藝術。

2008.08.28-2009.02.10 桃園國際機場展

應交通部民航局之邀，於桃園國際機場第二航廈入境大廳「台灣之窗」展出台灣的木雕藝術之美，從2008年8月起展出至2009年2月止。裕隆汽車特別提供多年來典藏的「裕隆木雕創新獎」獲獎作品作為展出，作品風格多樣且雕法細緻動人，希望讓遠道而來台的國際友人在入境的第一時間即對台灣最具代表的文化之一—木雕藝術，留下深刻的印象。

光點台北展

自2008年9月至10月，「第十二屆裕隆木雕創新獎」41件入選作品，於台北最具藝術人文氣息的展演場地—「光點台北」二樓多功能藝文廳公開聯展。

台北市政府

2009年10月，於台北市政府一樓沈葆楨廳先行展出15件「裕隆木雕創新獎」歷屆得獎作品，以及6件甫榮獲2009第十三屆裕隆木雕創新獎的精采得獎作品，共計21件、總價值超過千萬的木雕藝術創作，讓民眾近距離感受木雕之美。

2010年台北國際花卉博覽會

『迎花接木』就是將透過國際花卉博覽會讓更多民眾與國際友人欣賞及瞭解台灣最具代表性的藝術文化，以專區展出裕隆汽車多年典藏的「裕隆木雕創新獎」歷屆得獎作品，讓美麗的展覽中更增添知性與藝術氣息。展覽作品總價值超過千萬，歡迎民眾搶鮮欣賞，近距離感受木雕之美。

裕隆網路木雕博物館

為了讓傳統的木雕藝術更貼近大眾，不因年齡的差距而產生斷層，裕隆汽車未來將持續強化「裕隆網路木雕博物館」網站的功能，提昇這個交流平台的傳播效益，除了藉由「木雕交流道」提供雙向交流溝通的功能，鼓勵木雕創作者、尤其是年輕族群上網發表木雕創作，交換對木雕藝術的看法；另外



(網路木雕博物館網址：
<http://www.yulon-woodsculpture.com.tw>)

亦設置「網路木雕商店街」，提供虛擬通路方便民眾可以在線上欣賞到許多木雕店家的商品，藉以活絡台灣木雕產業的商機。本網站亦不定期舉辦了許多與網友互動的木雕相關活動，例如網友可點選自己喜愛的作品，並參加有獎活動。

2009年開放網友於第十三屆裕隆木雕創新獎的參賽作品中票選出心目中的最佳的作品，最終統計獲得第一高票的作品得主，可獨得5萬元獎金。本屆『網路人氣獎』為蔡冠芬創作的「我把耳朵放在地上」。

第13屆木雕創新獎得獎作品

報名參賽件數年年成長，2009年「第十三屆裕隆木雕創新獎」共收到來自全省107件作品參賽。「第十三屆裕隆木雕創新獎」得獎名單、作品、獎金如下：

得獎級別	得獎人	作品	獎金
金質獎	董明晉	內在的騷動	木雕獎座及80萬元
銀質獎	曾俊豪	展翅	50萬
銅質獎	曾安國	花嫁	30萬元
薪傳工藝獎	陳金益	偉大的母親	15萬元
校園新銳獎	孫玉佳	迷人的曲線	15萬元



第十三屆裕隆木雕創新獎「金質獎得獎作品「內在的騷動」。





GRI G3對照表

本報告書資訊揭露方式係參考全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative）2006年出版第三代全球永續性報告書指導綱領（GRI G3）以及社會與倫理擔當研究所（Institute of Social and Ethical Accountability）制定的責任擔當1000查證標準（AA 1000AS）。

我們確認本報告書揭露的重大議題已經達到符合GRI G3的應用等級B，宣稱本報告書依此應用等級的要求事項建立。下列指標係參考全球永續性報告書協會第三代全球永續性報告書指導綱領對應本報告書內容。

GRI指標		頁碼	揭露程度
1.	策略與分析		
1.1	組織最高決策者聲明	2~3	●
1.2	主要衝擊、風險及機會之描述	2~3	●
2	組織簡介		
2.1	組織名稱	封面	●
2.2	主要品牌、產品與服務	9、20~24	●
2.3	營運架構，包括主要營運公司、子公司與轉投資公司	6~13	●
2.4	總公司位置	9	●
2.5	營運之區域與國家	9	●
2.6	法律所有權	7	●
2.7	產品或服務供應之市場	9	●
2.8	組織規模	11	●
2.9	組織在報告期間之重大改變	裕隆汽車之經營權並未改變，故裕隆汽車並無重大影響	●
2.10	報告期間獲獎情形	2~3、21、25、66	●
3.	報告參數		
3.1	報告期間	封面底	●
3.2	過去的報告日期	封面底	●
3.3	報告出版週期	封面底	●
3.4	報告聯絡或詢問之處	封面底	●
3.5	報告內容定義程序	封面底	●
3.6	報告的界線	封面底	●
3.7	報告範疇或界線的特別限制	封面底	●
3.8	分公司、子公司、承租廠房、外包業務與對組織有顯著影響之實體	6	●
3.9	資料量測技術與計算基準	封面底	●
3.10	與以往報告重複之說明及其原因	裕隆汽車並無組織重大變革事蹟	●

GRI指標		頁碼	揭露程度
3.11	與以往報告的顯著差異	封面底	●
3.12	揭露標準之對照表	GRI G3 對照表	●
3.13	報告之外部認證政策與目前實施方式	13	●
4.	治理、承諾與參與		
4.1	組織之治理架構	11~12	●
4.2	指出最高治理者是否兼任營運主管	11~12	●
4.3	組織獨立董事與非營運成員	11~12，裕隆汽車目前未設立獨立董事	●
4.4	股東/員工參與提供建議給最高治者之機制	12	●
4.5	最高治理成員與高階經理人的薪酬與組織績效(包含社會與環境)的關係	11~12	●
4.6	避免最高治理者利益衝突的程序	12	●
4.7	最高治理成員在經濟、環保及社會方面的資格與專長審查程序	3	●
4.8	經濟、環保及社會績效之任務、行為準則及原則說明	3	●
4.9	最高治理者管理經濟、環保及社會績效的程序，包括相關風險與機會及國際相關標準、行為準則與原則	15~16	●
4.10	評估最高治理者本身績效的程序，尤其在經濟、環保及社會績效	15	●
4.11	組織預防措施或原則之說明	13	●
4.12	外部的經濟、環保及社會特許、原則或其他計劃	14	●
4.13	國內或國際組織協會會員身份	17	●
4.14	利害相關團體之名單	14~16	●
4.15	利害相關者之鑑別	14~16	●
4.16	利害相關者之參與方式	14~16	●
4.17	利害相關者主要關注之議題與組織之回應	14~16	●
經濟績效指標			
EC1	經濟價值產生與分布，包括營收、營運成本、員工薪酬、捐獻及其他社區投資、保留盈餘、投資者與政府之給付	5、7~8、67	◐
EC2	因氣候變遷引起之財務應用與其他組織活動相關之風險與機會	3	●
EC3	組織定義之福利計劃義務範圍	56~60	●
EC4	政府之主要財政補助	8	●
EC6	營運所在區域供應商之比例	8	●
EC7	在其他重要營運據點聘用當地人員程序與聘用當地高階經理人之比例	海外當地人力聘用原則： (1)必定符合當地勞工法令及相關法令要求 (2)授權當地主管，發展合法且適合當地的招聘程序	◐

GRI指標		頁碼	揭露程度
環境績效指標			
EN1	原料使用量	27、29	●
EN2	再生原料之使用率	46	●
EN3	直接的主要能源消耗	27	●
EN4	間接的主要能源消耗	27	●
EN6	提供高效率能源及再生能源的產品與服務計劃	46	●
EN8	總用水量	29	●
EN16	直接與間接溫室效應氣體總排放量	28	●
EN17	其他相關之間接溫室效應氣體排放量	28	●
EN18	減少溫室效應氣體排放之計劃與成果	30~33	●
EN20	氮氧化物、硫氧化物及其他顯著空氣污染物之排放量	29、40~41	●
EN21	廢水總排放量與去處	29、41	●
EN22	依種類與處理方法分類之廢棄物總量	29	●
EN23	重大洩漏事件	34，無重大洩漏事件	●
EN26	減低產品與服務之環境衝擊計劃	37	●
EN27	產品與其包裝按種類回收之比例	39~40	●
EN28	違反環保法令紀錄	41	●
EN30	各類環保支出與投資	40	●
社會績效指標			
LA1	按雇用類型、雇用合約及區域區分之員工數	53	●
LA2	依據年齡、性別與區域區分之員工離職數與比率	53	●
LA3	全職員工之福利	56~57	●
LA4	員工參與協商之比例	56	●
LA5	重要作業變更之最短通知期	56	●
LA7	職業傷害、職業病、損失日數及死亡事故率	61	●
LA8	協助員工及其家庭或社區關於嚴重疾病之教育訓練、諮詢、預防與風險控制計劃	61	●
LA10	員工受訓時數	58~60	◐
LA11	職能訓練計劃	58~60	●
LA13	員工按性別、年齡及其他分類之組成	53	◐
LA14	男女基本薪資比例	54	●
HR6	是否有廢除雇用童工的相關規定	55	●
HR7	無強迫勞動之情形	56	●
SO1	營運對於社區的影響	65~66	◐
SO5	參與公共政策訂定與遊說	17	●
PR3	產品與服務訊息	9	●
PR5	客戶服務與滿意度調查與結果	49~51	●
PR6	堅持符合法令標準之市場溝通與推廣計劃	49~50	●
PR9	關於產品與服務相關之違反法令紀錄	無	



讀者意見調查表

您的寶貴意見係我們改進社會責任報告書內容或推動企業社會責任活動的重要依據。

裕隆汽車製造股份有限公司財企部

地址：367苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之1

傳真：(037)876-293

Q1. 您與裕隆公司的關係？(單選)

- 顧客 投資者／股東 合作伙伴 員工
政府部門 研究機構人員 非政府組織代表 當地區民
新聞媒體從業人員 其他(_____)

Q2. 您是從何種管道得知2010年裕隆社會責任報告書？(單選)

- 裕隆網站 裕隆員工告知 新聞媒體資訊
研討會／座談會 朋友告知 其他(_____)

Q3. 您對2010年裕隆社會責任報告書的評價為何？(單選)

- (1) 閱讀效果 清楚易懂 適中 艱澀難懂
 (2) 篇幅數量 過多 適中 太少
 (3) 結構內容 完整 適中 不完整
 (4) 版面編排 容易了解 適中 不易閱讀

Q4. 本報告書哪些章節及內容是您感興趣的？(可複選)

- 經營者的話 裕隆的經營承諾 裕隆的環境承諾 自主品牌
獲獎榮耀 裕隆與客戶 裕隆與員工 裕隆與股東
裕隆與供應商 裕隆與社會 薪傳木雕之美
其他(_____)

Q5. 本報告書哪些章節及內容需要再改進？(可複選)

- 經營者的話 裕隆的經營承諾 裕隆的環境承諾 自主品牌
獲獎榮耀 裕隆與客戶 裕隆與員工 裕隆與股東
裕隆與供應商 裕隆與社會 薪傳木雕之美
其他(_____)

請說明需要改進的建議：

Q6. 請寫下您建議在未來裕隆社會責任報告書希望呈現的議題內容。

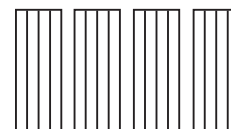
感謝您的寶貴意見，請將此調查表傳真至037-876293。





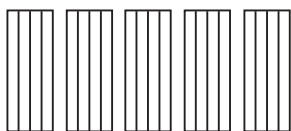
367
苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之1

裕隆汽車製造股份有限公司 財企部



廣告回函
台灣中區郵
政管理局
登記證
中台字第2820號

免貼郵票



A vibrant field of yellow flowers, likely rapeseed, stretches across a rolling hillside under a bright blue sky with scattered white clouds. The flowers are in full bloom, creating a dense, golden sea. The sky is a clear, deep blue, and the clouds are soft and white, adding depth to the scene. The overall mood is bright, fresh, and natural.

Corporate Social Responsibility Report



企業社會責任報告書
2010 Corporate Social Responsibility Report



裕隆汽車製造股份有限公司
YULON MOTOR CO., LTD.