



時刻用心
準時配達

2018 台灣宅配通企業社會責任報告書

Annual CSR Report





pelican
宅配通

關於本報告書

台灣宅配通公司自 2019 年起自發性每年定期發行企業社會責任報告書，揭露公司在環境面、社會面、治理面三大面向的永續策略與執行績效資訊，讓各利害關係人了解台灣宅配通公司在 ESG 永續發展方面之努力持續改善的企圖心。

報告書製作流程

1.展開方向確認

(CSR 工作小組：擬定方向主軸、重大議題、依據標準、查證標準...)

2.提報「企業社會責任推動小組」核定後展開工作

3.相關單位依報導邊界範圍提供內容及數據

4.提報「企業社會責任推動小組」確認

5.報告於公司網站發行

報告書範疇與邊界

本報告書內容涵蓋各重要利害關係人關切議題，經公司進行重大性分析之重大主題的回應、具體措施與績效表現。報告書中主要呈現 2018 年 1 月 1 日至 12 月 31 日間公司在環境保護、公司治理及社會參與之作為與各項績效數據，財務面數據以新台幣計算，環保、健康安全相關績效則以國際通用指標表達

報告書編撰原則

本報告書內容與架構，主要依據全球永續性報告書組織(Global Reporting Initiative GRI)發布之 GRI 準則(GRI standards)核心或全部選項，進行報告書架構及內容呈現依據，並於附錄中附上 GRI 內容索引對照表以供參閱。

報告書保證

資料及數據由策略會議至每月公司及事業部經營會議和每季 KPI 審查，針對相關議題及績效檢討審核，資料提出時再經部門主管審核後提供。另每年皆進行內部稽核，確保資料及數據之正確性。

報告書製作單位

本報告書由公司 CSR 委員會負責編製，並公告於公司網站。報告發行週期：每年發行

聯絡窗口：胡祥生 特別助理、csr@e-can.com.tw

CSR 網址：https://www.e-can.com.tw/aboutUs_csr.aspx

TABLE OF CONTENTS

/目錄

關於本報告書 / 02

01 永續承諾

- 1.1 經營者的話 / 07
- 1.2 關於台灣宅配通 / 08
- 1.3 企業永續願景 / 13

02 利害關係人溝通

- 2.1 利害關係人鑑別 / 16
- 2.2 重大性議題鑑別分析 / 16
- 2.3 對應揭露項目及邊界 / 18
- 2.4 利害關係人關注議題與溝通管道 / 20

03 經濟及公司治理

- 3.1 關鍵成果及指標 / 23
- 3.2 公司治理策略 / 26
- 3.3 環境風險管理 / 31
- 3.4 客戶滿意度及品質持續進步 / 32

04 環境及供應鏈

- 4.1 永續目標與措施 / 43
- 4.2 溫室氣體盤查 / 45
- 4.3 永續供應鏈 / 50

05 幸福職場及社會參與

- 5.1 勞工人權及職業安全衛生指標 / 52
- 5.2 人力資源政策 / 55
- 5.3 人才培育與職涯發展策略 / 63
- 5.4 員工照顧與工作生活平衡 / 66
- 5.5 公益活動花絮 / 68

06 總結及附錄

- 6.1 GRI 指標索引 / 72

01 永續承諾

1.1 經營者的話

107 年是台灣經濟趨暖的一年，經濟成長率僅 2.63%，景氣燈號出現「景氣衰退」的藍燈；另根據經濟部統計處統計，隨著科技進步，民生消費模式改變，台灣零售業電子商務營業額持續維持雙位數的年增率(年增 12.3%)。

而本公司近年來策略重點為擴大電子商務網購宅配之商機服務，並積極投資導入自動化合分貨系統，使得電商宅配服務營收持續雙位數成長，促使全年度營收再創歷史新高。但在我們堅持 365 天全年無休的企業服務精神，營運成本面依舊艱辛，受國際油價波動、勞動基本法修法、基本工資持續上漲等成本壓力，造成損益未達預算目標。在持續追求營運績效成長的同時，公司也同步積極投資自動化轉型設備，這方面獲得政府正面肯定，獲頒「2018 年國家品牌玉山獎傑出企業全國首獎」。面對環境節能省碳方面，更進一步取得「ISO 14064-1 溫室氣體盤查標準」認證。

108 年本公司以追求績效管理，創新價值，擁抱智能自動化服務為營運主軸。將持續投入相關營運設備，增進營運效能，並深化服務理念，期以更高的作業品質來降低營運成本。以下，說明 108 年之營運重點：

(一) 強化績效管理

1. 宅配服務運能定期檢視與機動調整，以即時因應電商平台與跨境電商市場發展需求。

2. 持續運能投資，以達成高品質配達率。

3. 提升桃園轉運中心自動化營運效率，並延續其建置經驗，逐步規劃中、南部轉運中心的自動化合分貨系統。

(二) 創造新價值

1. 擴大機場行李服務營運經驗，將行李配送服務點與智能置物櫃推廣至其他服務通路。

2. 物流事業正式跨入馬達重電物流新市場。

(三) 擁抱智慧自動化

1. 導入智能客服以提供多元化的客戶服務。

2. 透過自動化系統建置，降低人員作業負荷。

(四) 人才培育發展

1. 運用集團教育訓練資源，深化服務理念。

2. 透過建教合作，招募新血。

(五) 善盡企業社會責任，持續推動節能減排

邁入 108 年度，面對全球經濟放緩、新興科技興起、新經濟及商業模式的發展，經營團隊在面對千變萬化的競爭市場中，以持續提升營運效率與服務品質為不能妥協的目標，將以數據驅動營運績效，並積極擁抱創新營運模式，為創造股東與員工最大利益不斷努力。

1.2 關於台灣宅配通



本公司主要提供
汽車路線貨運及
宅配等專業物流
配送服務。

2000年與日本
通運技術合作，
提供民眾更便利
且優質之服務。
經十餘年用心經

營，在股東與員工的期望下，本公司已於2012年11月22日完成
公開發行，並正式於2013年12月12日成為領先業界掛牌上市的
宅配業者。(股號 2642)



創辦人：黃茂雄 會長

TECO

董事長：邱純枝 女士

資本額：新台幣9.5億元



股東結構：東元電機

富邦媒體科技、

伊藤忠、

日本通運、

東安投資

技術合作：日本通運



成立時間：2000.7.28

上市時間：2013.12.12

台灣第一家上市宅配業者



經營項目：宅配服務、

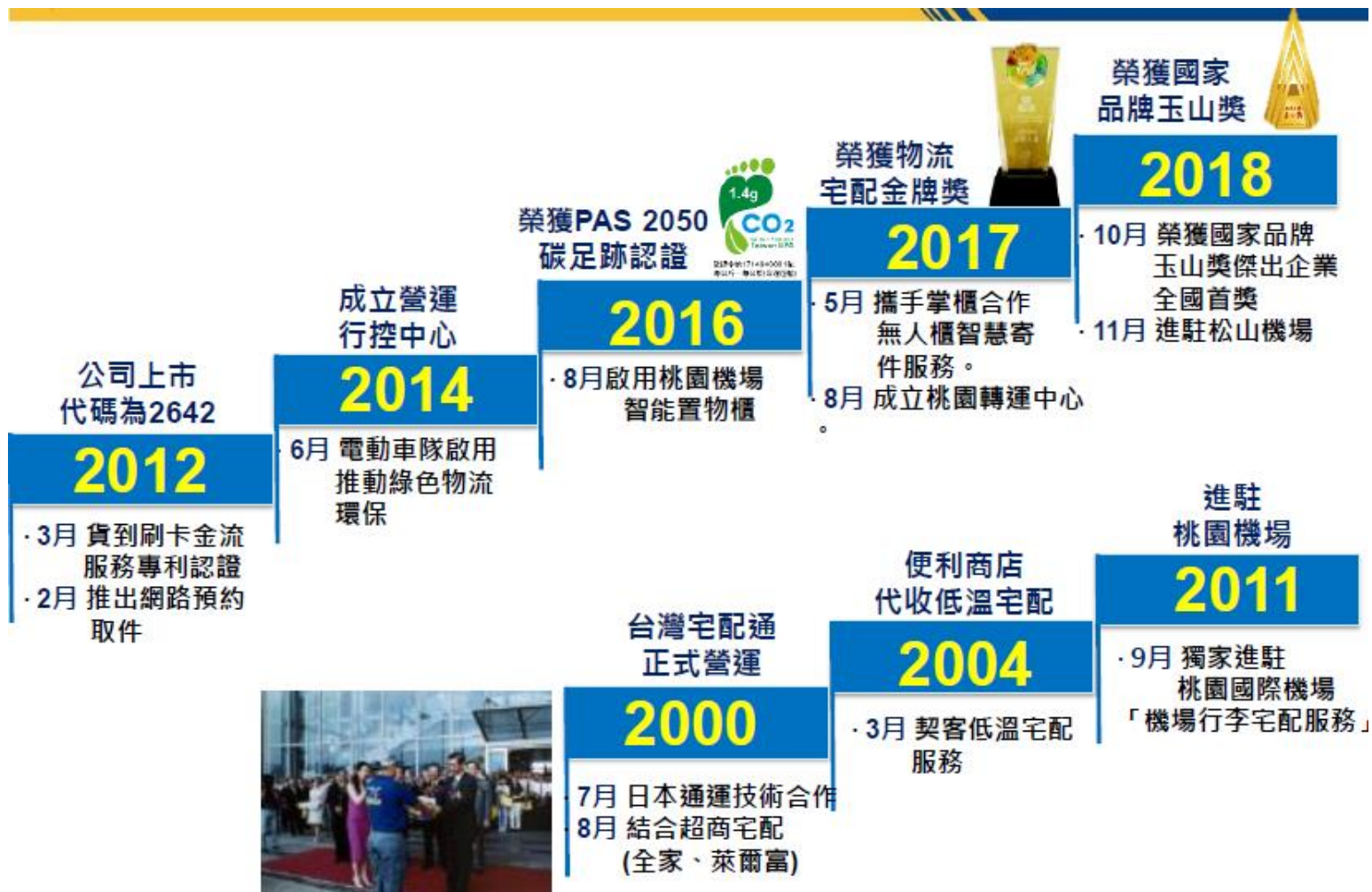
家電物流、

生活物流

員工數：2,023人

車輛數：1,100輛

◆公司沿革



◆企業願景與使命



企業願景

成為兩岸宅配、物流最佳服務與客戶首選。



企業使命

建構縝密宅配服務網絡。

整合資訊流、金流、物流系統及物販服務。

提供多元、信賴與創新的物流整合服務。

◆經營理念

誠實

對人、對事，以誠信正直為第一要務，誠實以待。

快捷

對市場變化、客戶需求、問題對策能快速回饋達成。

友善

面對同事、客戶、供應商、協力商持友善態度與互動並善盡社會責任。

當責

面對問題，不逃避、不推諉，勇於負責的精神。

團隊合作

去除本位主義互相支援、群策群力，達成團隊目標。

◆品牌精神

本公司之品牌識別為鮮豔醒目之鵜鶘鳥(大嘴鳥)，大嘴鳥態度溫柔親切，是人類的好朋友，它的大嘴可裝載重物，捕魚時迅捷精準但不失溫柔的動作，代表本公司快速送達、安全且親切的特色。



本公司的企業代表色為白色、藍色及黃色，大量使用於宅配車車廂外觀。

企業色	含義
白色	象徵「服務」
藍色	代表「紀律與正直」
黃色	突顯「活力與熱心」

秉持「時刻用心 準時配達」的理念，「台灣宅配通」往返都市鄉間、穿梭大街小巷，將消費者託付的每一件貨物細心地、安全地、宅配到府，矢志提供最貼心、最便利的宅配服務。



本公司為台灣第一家提供戶對戶的宅配服務公司，透過與日本通運(Nippon Express)的宅配服務技術 Know-how 和宅配經營經驗(B2C、C2C)，並與多家知名企業結成合作夥伴，因應市場未來成長發展，本公司除原有服務模式外，亦會持續精進企業競爭力，擴大專業服務層面，結合關係企業資源，提供更多元化、全方位的專業服務，進而擴展營收目標。

本公司於 2000 年 7 月開幕營運，為全國第一家宅配物流業者，與日本通運技術合作領先同業推出許多創新服務，茲介紹本公司歷年得獎紀錄、重要事蹟與首創服務如下：

◆宅配通歷年得獎紀錄暨重要里程碑

年份	重要里程碑
2000 年	首創結合「便利商店 24 小時 C2C 宅配」服務。
2000 年	台灣第一家推出「代收貨款」宅配業者。
2000 年	台灣第一家投入「電視購物宅配」，開創電視購物風潮。
2001 年	首創「學生宅配」服務。
2003 年	推出契約客戶「低溫宅配」服務。
2007 年	台灣第一家首推「貨到刷卡」安全便利金流服務。
2010 年	榮獲財政部「開立統一發票績優營業人」獎項。
2010 年	通過「ISO27001 資訊安全管理驗證服務」。
2011 年	榮獲勞委會職訓局 TTQS「台灣訓練品質系統銅牌獎」。
2011 年	《天下雜誌》「金牌服務大賞」第三名。
2011 年	贏得獨家進駐桃園國際機場推出「機場行李宅配服務」。
2012 年	榮獲台灣連鎖加盟協會「貢獻卓越獎」。
2012 年	台灣首家興櫃掛牌宅配業者，公司代碼為 2642。

年份	重要里程碑
2013 年	通過「非現金貨到付款方法與系統」專利認證。
2013 年	榮獲第十屆「國家品牌玉山獎」傑出企業類肯定。
2013 年	通過「貨到刷卡金流服務」專利認證。
2014 年	導入車隊管理系統，成立「營運行控中心」
2016 年	領先業界榮獲英國「PAS 2050 碳足跡」認證。
2016 年	優質行李宅配服務備受肯定，榮獲續約進駐桃園國際機場。
2017 年	與桃園國際機場合作，推出「回國行李自助列印機」服務。
2017 年	領先業界取得國內「公路貨運服務碳足跡」認證。
2017 年	宅配通與掌櫃智能櫃合作，開創智慧寄件通路服務。
2017 年	榮獲 2017 台灣服務業大評鑑「物流宅配金牌獎」。
2017 年	導入自動分理貨系統，成立「桃園轉運中心」。
2018 年	獲得「國家品牌玉山獎」傑出企業類獎。

1.3 企業永續願景

「台灣宅配通」致力建構縝密的宅配服務網絡，並透過全台全家便利商店、萊爾富便利商店、家樂福等超過 11,100 家代收店提供最便利、最安全的宅配服務；秉持「時刻用心 準時配達」的經營理念，未來將持續努力擴大營收、落實公司治理。積極參與各項宅配物流創新服務，持續提升營運績效與服務品質，為股東與員工創造最大利益不斷努力。



一、搶攻電子商務市佔率

本公司將持續深耕電子商務市場，除了提升宅配業務的市場佔有率外，也整合物流與宅配事業服務資源，擴大家電宅配安裝業務與倉配一體的 EC 採購、倉儲、配送一條龍的服務規模。

目前規劃中部與南部自動化轉運中心並引進智能服務系統，強化未來營運能量與成長動能。

二、擴大當日宅配都會區域

為配合電子商務客戶的配送需求，建置當日達車隊服務，範圍擴大至全台主要都會區，繼續加強配送業務。

三、智能客服系統

為優化客服中心，提供消費者 24 小時客戶服務管道，將規劃 Line@官方帳號客服系統，透過數據分析並統計消費者最常諮詢的問題，有效降低客服人員席次，即時回覆客戶需求。

四、多元化配達服務

市場競爭環境千變萬化，因較難掌握消費者在家時間，故 2017 年與掌櫃智能櫃合作「宅轉櫃」業務，方便消費者附近臨櫃取貨；另外本公司為提供消費者更多元的配達方式，目前也積極與 24 小時便利商店洽談「宅轉店」業務，除減少再次配送的成本浪費外，更貼近消費者取貨的便利需求。

五、推動節能減碳為環境品質盡一份力

本公司最大固定資產是宅配車輛，預計每年持續汰換老舊宅配車輛，降低空汙與車故風險。

行控中心每日追蹤與管控全省配送車怠速狀況，減少空氣污染並節省能源，落實企業社會責任。



02 利害關係人溝通

2.1 利害關係人鑑別

鑑別台灣宅配通之主要利害關係人

股東 / 員工 / 客戶 / 供應商 / 當地社區 / NGO 非政府組織 / 政府單位

議題蒐集與問卷調查

台灣宅配通透過上述各項利害關係人溝通管道，與利害關係人進行交流，並且蒐集利害關係人關注之議題，並參酌 GRI 準則之特定主題及揭露項目與 GRI 公布之「行業參考指標」，彙整出利害關係人關切之議題製成問卷，並公開於 CSR 網站讓利害關係人自由填寫。台灣宅配通於本年度起統一所有客戶要求的 ESG 問卷調查及分數統計於 CSR 小組統一匯整及回覆，藉此提高視野也整合資源以掌握 ESG 在本產業的走向。台灣宅配通亦主動針對各利害關係人代表性人物進行訪談，收集及更新關注議題。

2.2 重大性議題鑑別分析

STEP
鑑別

- 以 GRI 準則之特定主題及揭露項目為調查議題基礎，參酌其「行業參考指標」。
- CSR 工作小組召集相關單位討論，檢視過去三年記錄，並參考運輸同業經驗及 GRI 準則內容。
- 針對客戶及其委託的第三方稽核單位(包括道瓊永續指數 DJSI、CDP、SASB、EcoVadis、Intertek、Sustainalytics...等)所提出的問卷內容及產業分析建議，找出 ESG 重點項目並與原有項目匯整更新加以排序。
- 依市場及產品企劃部門提出的新機會及風險，找出 ESG 相關議題加入總表。

STEP
排序

- 針對主要利害關係人進行訪談或問卷調查(網路及實體)，但以可信度較高的實體問卷及訪談結果為主，彙整利害關係人之議題關注度，及公司內部之重大性分析，以加權平均計分。再統計各項目得分後完成重大性議題排序。

STEP
確認

- CSR 工作小組確認各議題內容完成性及其範圍，對應 GRI 準則項目，確認報導重點及方式。

STEP
審查

- 呈報「企業社會責任推動小組」審議，於公司年度策略規劃及各事業部策略規劃時，列入議題討論，落實於年度計畫及各單位日常工作中。

本次報告書主要揭露前六項注重的議題，做為內部的警惕及進步的方向。

-
- | | | |
|---------|---------|---------------|
| 1. 永續經營 | 2. 公司治理 | 3. 經營績效 |
| 4. 節能減碳 | 5. 法規遵循 | 6. 隱私權保護及交易安全 |

2018 年各單位關注議題依關注程度排序如下：

-
- | | | | |
|-------------|---------------|-------------|-------------|
| 1. 永續經營 | 2. 公司治理 | 3. 經營績效 | 4. 節能減碳 |
| 5. 法規遵循 | 6. 隱私權保護及交易安全 | 7. 職業健康與安全 | 8. 客戶的健康與安全 |
| 9. 人才培育 | 10. 社會公益 | 11. 客戶滿意度 | 12. 產品及服務標示 |
| 13. 勞資關係 | 14. 薪酬福利 | 15. 水資源管理 | 16. 廢汙水和廢棄物 |
| 17. 綠色產品和服務 | 18. 採購政策 | 19. 供應商環境管理 | 20. 原物料管理 |
| 21. 倫理與誠信 | | | |

2.3 對應揭露項目及邊界

本報告書揭露前六大重大性議題，其對應的準則項目及揭露項目選項如下

重大性議題	對應 GRI 準則	揭露項目選項	頁碼或說明
GRI200 經濟主題	GRI 201:經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	24
		201-3 定義福利計劃義務與其他退休計劃	66
	GRI 202:市場地位	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資比率	55
		202-2 雇用當地居民為高階管理階層比例	55
	GRI 205:反貪腐	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	55
GRI300 環境主題	GRI 302:能源	302-4 減少能源消耗	43、48
		302-5 降低產品和服務的能源需求	43
	GRI 305:排放	305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放	45
		305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	45
		305-5 溫室氣體排放減量	45
	GRI 307:有關環境保護的法規遵	307-1 違反環保法規	本公司 無違反規定

重大性 議題	對應 GRI 準則	揭露項目選項	頁碼或說明
GRI400 社會主題	GRI 401:勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	56
		401-2 提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	66
		401-3 育嬰假	67
	GRI 403:職業安全衛生	403-1 由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	53
		403-2 傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	54
		403-3 高職業疾病發生率與高職業風險的工作者	54
	GRI 404:訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	64
		404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	55
	GRI 405:員工多元化與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元化	58、60
		405-2 女性對男性的基本薪資加薪酬的比率	55
	GRI 412:人權評估	412-2 人權政策或程序的員工訓練	52
	GRI 413:當地社區	413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計劃的營運活動	68
	GRI 418:客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	39

2.4 利害關係人關注議題與溝通管道

利害關係人	關注議題	溝通管道
<p>股東</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 公司營運發展狀況 · 財務透明度 · 風險管理 · 公司治理 · 環境保護 	<ul style="list-style-type: none"> · 公開資訊觀測站 · 公司股東會 - 每年至少召開 1 次 · 投資人關係/股務專屬信箱 專人立即回覆
<p>員工</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 公司策略與營運狀況 · 勞資關係 · 員工權益 · 教育訓練及職涯發展 · 職場環境 · 員工意見表達與溝通 	<ul style="list-style-type: none"> · 勞資會議 - 1 次 / 每季 · 高階主管座談 - 1 次 / 半年 · 職工福利委員會 · 職業安全衛生委員會 - 1 次 / 每季 · 員工滿意度調查 - 2 次 / 年
<p>客戶</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 產品及服務標示 · 顧客的健康與安全 · 行銷溝通 · 客戶滿意度調查 · 法規遵循 	<ul style="list-style-type: none"> · 客服專線 - 視需求 · 官網及媒體 - 視需求更新 · 參與主管機關舉辦之座談會、法規公聽會、公文 - 不定期

利害關係人	關注議題	溝通管道
 <p>主管機關</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 職業安全與健康 · 溫室氣體減量 · 環境保護 	<ul style="list-style-type: none"> · 員工季會宣導最新法令要求及反貪腐、誠信經營等法規遵循 - 1 次 / 每季
 <p>供應商</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 供應商人權評估 · 經營績效 · 訂單管理 · 品質管理 	<ul style="list-style-type: none"> · 供應商評鑑及考核 - 1 次 / 每季 · 供應商輔導 - 視需求
 <p>社區</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 職業安全與健康 · 環境管理 · 社會參與 	<ul style="list-style-type: none"> · 社區服務中心區域聯防 - 不定時 · 公司網站設置溝通信箱 - 不定時

03

經濟及公司治理

台灣宅配通長期以來積極履行企業社會責任、追求永續經營，符合 ESG(環境、社會、公司治理)全方面的發展。

3.1 關鍵成果及指標

◆營運績效

2018年度經營結果檢討

(一)營收成長說明：

2018年全年營業收入淨額為新台幣3,360,947仟元，較106年成長9.85%。營收成長動能主因公司近年來開始積極擴展電商平台的業務合作與積極導入兩岸跨境貨物配送，緊跟電商市場的成長腳步，2018年底更擴大當日達服務。同時，也於年初微幅調整大規格貨件服務價格，以合理反映營運成本的不斷攀升。在物流事業方面，致力於差異服務優化，在EC宅配安裝業務與代採購業務皆成長。同步也取得松山機場行李配送獨家服務，完成北部國際機場行李配送服務佈局。

(二)成本費用控制與本期淨利說明：

本期營業利益為73,847仟元，較同期成長4.4%，其中，上半年度受國際油價較同期大幅上漲近3成，加上國內勞動法令基本薪資、勞保費調漲和整體競爭環境影響，導致上半年獲利表現不佳，營業利益較同期衰退25.3%；下半年度，公司持續追求營運品質的強化，並落實提升營運效率為改善成本關鍵的正循環，在作業效率提昇、車輛怠速管理、貨損管理等方面有效控制，相關成本費用的管控同步展現成效，故下半年營業利益較同期成長60%。本期稅後淨利為68,475仟元，較同期衰退42.2%，主受同期處分持股收入55,388仟元的影響。

單位：新台幣仟元

項 目 \ 年 度	2018 年度	2017 年度	差異金額	變動比例(%)	說明
營業收入淨額	3,360,947	3,059,610	301,337	10	
營業成本	(2,853,956)	(2,558,060)	(295,896)	12	
營業毛利	506,991	501,550	5,441	1	
營業費用	(433,144)	(430,822)	(2,322)	1	
營業淨利	73,847	70,728	3,119	4	
營業外收入及支出	5,072	63,933	(58,861)	(92)	註 1
稅前淨利	78,919	134,661	(55,742)	(41)	註 2
所得稅費用	(10,444)	(16,250)	5,806	(36)	
本期淨利	68,475	118,411	(49,936)	(42)	註 2

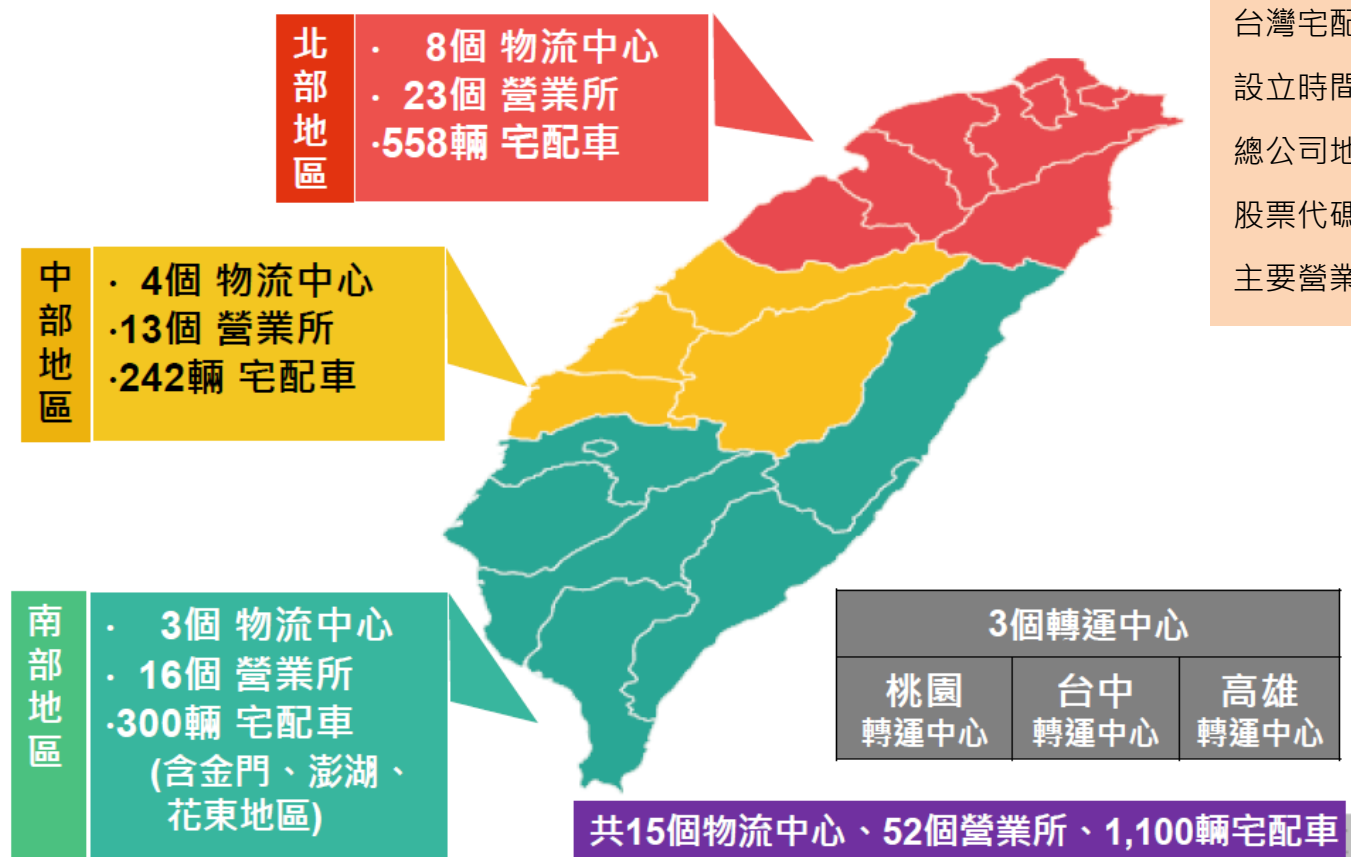
最近二年度營業收入、營業純益及稅前純益重大變動項目(前後期變動達百分之二十以上，且變動金額達新台幣一仟萬元者)之主要原因：

註1：營業外收入及支出增加原因：主要係2017年度出售股票投資獲利，本年無此情形。

註2：稅前淨利、本期淨利增加原因：主係營業收入增加及業外收入增加所致。

◆ 全台佈局

營業據點



公司簡介

台灣宅配通股份有限公司

設立時間：2000年7月28日

總公司地址：台北市南港區三重路19-9號2樓

股票代碼：2642

主要營業及服務：<http://www.e-can.com.tw>

3.2 公司治理策略

◆組織文化

基於『秉持誠信經營、落實公司治理、善盡社會責任、追求永續經營』的經營理念，持續強化正直誠信之組織文化，期使每一位宅配通同仁能將其內化為信念及行事之依據，能自動自發追求公司治理之提升。

◆行動依據

依據證交所每年度推行最新標準之『公司治理評鑑』，依循評鑑所訂定之項目，逐一檢視並改善公司各面向之實務作業，藉以全面精進公司治理之品質。

◆制度規範

藉由追求『公司治理評鑑』之優異成績，並透過主管機關及外部顧問的資訊提供，適當調整公司現有之內部管理機制，以期將最新的公司治理趨勢落實於日常作業程序之中。

- 連續第三年獲得「公司治理評鑑」排名前 6%-20%企業之優異成績。
- 榮獲 2018 國家品牌玉山獎。

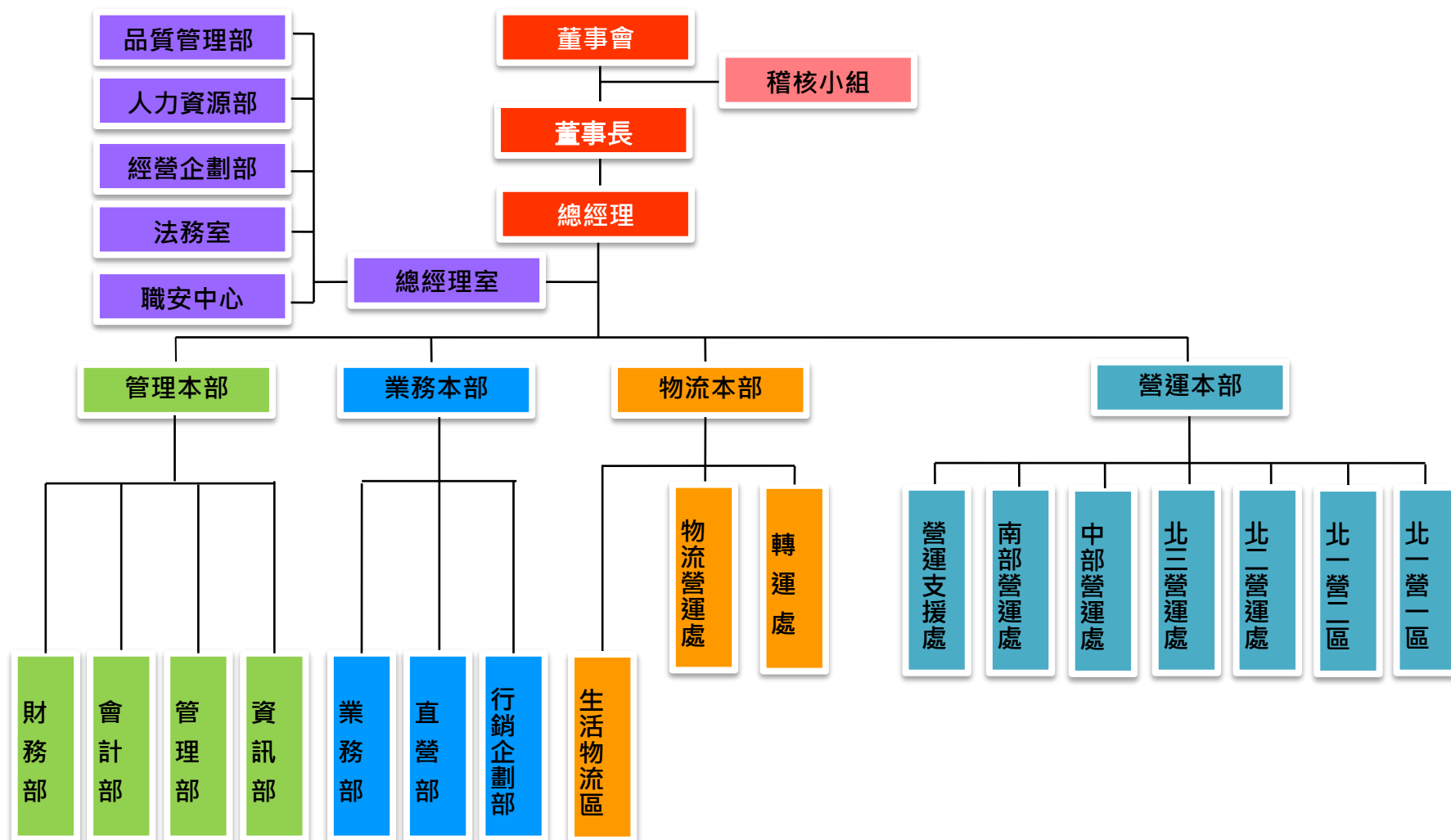
◆2019 年願景

- 持續追求「公司治理評鑑」及「國家品牌玉山獎」之優異成績。
- 企業社會責任及企業誠信經營之治理單位定期向董事會報告當年度執行計畫與成果等重大議題，以加強企業營運策略與 ESG 三構面接軌。
- 提昇資訊透明度：揭露審計委員會之年度工作重點及運作情形；揭露薪資報酬委員會之討論事由與決議結果，及公司對於成員意見之處理；揭露董事會成員及重要管理階層之接班規劃及其運作情形。

◆公司治理架構

台灣宅配通公司以「秉持誠信經營、落實公司治理、善盡社會責任、追求永續經營」為經營理念，期能透過嚴謹的落實企業公民角色，達到企業永續發展的目標。台灣宅配通公司管理階層對實踐企業社會責任具有高度承諾，積極推動公司治理，採行優質、先進之公司治理制度，以達到國際公司之治理水平。

◆台灣宅配通公司組織結構



◆董事會

台灣宅配通公司之董事會為公司最高治理機關，董事會具有高階管理者的選任與提名之職責，並負責制訂公司企業社會責任、企業公民及永續發展策略。董事會下設立審計委員會、薪資報酬委員會二個功能性委員會，藉以協助董事會履行其監督職責。各委員會之組織章程皆經董事會核准，且定期向董事會報告其活動與決議。

台灣宅配通公司於 2012 年股東會通過修訂「公司章程」與「董事選舉辦法」，獨立董事之選任全面採候選人提名制度，強化董事提名審查作業之資訊透明度，進而保障股東權益，健全台灣宅配通公司之公司治理。健全及有效率之董事會是優良公司治理之基礎，為持續精進公司治理品質，強化董事會之獨立性與多元性，台灣宅配通公司於 2018 年股東常會進行董事改選，共選任 11 席董事，任期三年。11 席董事成員中，三席為女性成員，董事會成員中僅一席董事兼任公司經理人。

2015 年經董事會通過訂定「企業社會責任實務守則」，依循落實公司治理、發展永續環境、維護社會公益、加強企業社會責任資訊揭露等主要原則，具體實踐企業社會責任。爰依「公司治理實務守則」其規範，選任董事會成員應注重性別平等，並應普遍具

備營運判斷能力、會計及財務分析能力、經營管理能力、危機處理能力、產業知識、國際市場觀、領導能力、決策能力...等，達到公司治理之理想目標。董事會成員組成考量多元化，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂當之多元化方針，包括但不限於以下二大面向之標準：

基本條件與價值

專業知識與技能

性別、年齡、國籍或文化等

專業背景、專業技能及產業經歷等

◆董事會運作情形

本公司依公司章程規定，董事會議每季至少召開一次，以監督並瞭解營運計畫之執行、財務報表之表達、稽核報告及其追蹤情形。2018 年度董事會共召開 8 次董事會議，全體董事平均親自出席率(不含委託)約達 89.77%，確實監督並瞭解營運計畫之執行等。董事會之重要決議亦即時公佈於公開資訊觀測站與公司網站投資人關係專區，且公開提供公司章程、公司治理實務守則、內部稽核設置規範...等重要公司規範以供查詢。

- 修正本公司「公司治理實務守則」

◆審計委員會

本公司於 2013 年設立「審計委員會」，取代原先監察人之制度。委員會成員由董事會獨立董事(3 席)擔任之，並由全體成員推舉一位獨立董事擔任召集人及會議主席，本屆召集人為陳樹獨立董事。審計委員會議運作方式依本公司「審計委員會組織規程」辦理，每季至少召開一次，2018 年度共召開 5 次會議，全體委員平均實際出席率(不含委託)達 100%。

◆薪資報酬委員會

為健全公司董事及經理人之薪資報酬制度，本公司設立「薪資報酬委員會」，委員會成員由董事會決議委任之，總人數不得少於三人，其中應至少包括本公司獨立董事一人，並由全體成員推舉一獨立董事擔任召集人及會議主席，本屆召集人為陳樹獨立董事。依「薪資報酬委員會組織規程」，每年至少召開 2 次會議，2018 年度共召開 2 次會議，全體薪酬委員平均實際出席率達 100%。

◆薪資報酬委員會之職權

訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。

定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬。

◆董事酬勞政策

本公司董事酬勞除參考同業通常支給水準外，同時與個人表現、公司經營績效及未來風險相關聯；制定「董事會績效評估辦法」，定期依財務及非財務指標如董事職責認知、對公司營運之參與程度、內部關係經營與溝通、董事之專業及持續進修、內部控制、企業社會責任等綜合績效指標進行評估。依本公司公司章程規定，董事酬勞不高於當年度獲利狀況之百分之三(當年度獲利狀況係指當年度稅前利益扣除分派員工酬勞及董事酬勞前之利益)。並依「董事酬勞分配辦法」進行董事績效評核及實際酬勞分配。

◆經理人薪酬政策

經理人之薪酬與關鍵績效指標(Key Performance Indicators, KPI)考核成果直接連結。各事業部每年依據公司年度發展主軸制定事業部關鍵績效指標，亦涵蓋如人才培育等構面的均衡發展。事業部關鍵績效指標項目由上往下展開，落實到各相關處級、課級單位實施。關鍵績效指標每季考核，考核結果同時充分反映個人與團隊績效，除依據法令已呈報薪酬委員會審議及獲董事會核議通過，相關資訊也適當地於公司年報當中揭露，讓所有利害關係人充分了解董事及經理人薪酬與公司營運績效之連結性。薪酬制度的制定，期能達到制度簡化、公平、合理與激勵性之目的。

◆企業社會責任推動小組

本公司雖非法規所強制必須製作企業社會責任報告書之企業，但為建立本公司良好之治理制度、健全及強化管理機能並致力於企業社會責任及永續經營之落實，於 2018 年設立「企業社會責任推動小組」試行單位。委員會成員為總經理室、經營企劃部、法務室、稽核小組、職業安全衛生中心、管理部、財會部、行銷企劃部及營運部門等單位主管組成之，並由總經理擔任召集人及會

◆企業社會責任推動小組之職責

每年最少召開 3 次會議(3 月/8 月/11 月)，追蹤台灣宅配通 CSR 目標及政策落實情形，並彙整公司 CSR 相關績效，編制、出版年度企業社會責任報告書。建議在公司經營決策過程，納入 ESG(環境、社會、治理)三項指標考量，希能在企業永續成長的同時，落實社會共融、綠色經濟之企業社會責任。

◆遵循道德行為準則

為使本公司之董事、經理人、受僱人或具有實質控制能力者從事商業活動時，嚴守行為規範及道德準則，本公司依據「上市上櫃公司訂定道德行為準則參考範例」訂定本公司「誠信經營守則」，做為公司每位董事到基層員工的行為標準。



損害消費者健康與安全	利益衝突	行賄及收賄
非法政治獻金	不當慈善捐贈	不合理款待
侵害營業秘密	侵害智慧財產權	不公平競爭



法令遵循	防範方案	宣導訓練
檢舉制度	內部控制	資訊揭露

誠信經營守則適用範圍及於子公司及其他具有實質控制能力之機構或法人等集團企業與組織。

此外，本公司設法務室審查合約以防範簽立合約有違法之虞，並由董事會稽核小組定期查核及持續追蹤改善執行情形。

3.3 環境風險管理

台灣宅配通致力建立完善之風險管理制度，依循既有的管理組織體系及內部控制循環，積極面對與管控營運過程所應考量之風險，使台灣宅配通能夠不斷穩健成長，並持續締造營運佳績，達到企業永續經營。以明確專業分工進行不同層面之風險控管。

董事會轄下設立專職「稽核小組」，協助董事會及管理階層辨識及評估公司之風險，查核同時確認公司內部控制制度設計及運作之有效性。稽核小組每年度依據 COSO 內控五要素，並根據過去查核經驗及次年度預算草案與現有組織架構，提出稽核計畫，據以檢視台灣宅配通管理階層，對整體內外部環境風險掌控程度，事業部營運風險的控管，及內控制度設計及執行之有效性，並於完成稽核作業後，出具稽核報告，定期呈報審計委員會及董事會。

◆內控項目

 外部環境	經濟成長率、匯率、利率、政治、物價指數
 公司治理	董事會成員結構&專業度、獨立董事制度 / 審計委員會、資訊透明
 永續經營	綠色產品、綠色營運、綠色供應鏈、社會責任、法律風險
 銷售	營運、需求、盈餘等風險
 管理	策略、人力結構、供應、採購、RD、生產力等風險
 財務	營業利益率、資產報酬率、現金流量、應收帳款收款天數等風險。

3.4 客戶滿意度及品質持續進步

本公司主要提供汽車路線貨運及宅配等專業物流配送服務，2000年與日本通運技術合作，提供民眾更便利且優質之服務。經十餘年用心經營，在股東與員工的期望下本公司已於2012年11月22日完成公開發行，並正式於2013年12月12日成為領先業界掛牌上市的宅配業者(股號 2642)。

◆業務範圍

台灣宅配通主要業務範圍為提供全國宅配及倉儲物流服務。

◆客戶肯定

本公司為最早投入電視購物體系的宅配業者，首創結合便利商店24小時C2C宅配，提供客戶專業的宅配物流服務，並且成功扮演電視購物與電子商務產業興起的幕後推手，受到業者與民眾的專業肯定。

◆宅配代收點

因國內宅配業者以便利超商作為代收機構較具競爭力，因此本公司自2000年起便與全家、萊爾富等便利商店合作，針對通路服務不斷推出新產品例如「大嘴鳥小資箱」、「幸福箱」以及「當日宅配」等服務，使消費者體會宅配服務所強調的便利性。本公司

在全省設置50處營業所，並同時開發新的宅配代收點，目前合作對象有便利商店業者全家與萊爾富、食品業者摩斯漢堡與義美食品、量販及零售業者家樂福以及其他知名業者如全家福等，全省擁有超過11,100間宅配代收點。2017年代收點服務合作再進化，與掌櫃智能櫃合作，開創無人櫃台智慧寄件通路服務，消費者透過線上APP填單後，將貨件放入掌櫃智能櫃裡即完成寄件；另外還與智慧雲管家合作，開創社區代收通路服務。

◆服務大評鑑金牌獎殊榮

本公司榮獲2017年台灣服務業大評鑑「物流宅配金牌獎」肯定。台灣宅配通秉持「時刻用心 準時配達」的經營理念深獲消費者青睞，持續傳遞人與人之間有溫度的貼心宅配服務，在眾多參選企業中脫穎而出成為物流宅配業獲獎得主。

◆台灣宅配通自2000年創立以來秉持以人為本，重視員工培訓

- 針對無職業駕照的同仁提供完整考照訓練，輔導上線。
- 新進同仁以集訓方式教導完整作業規範，落實作業準則。
- 每月零事故、零客訴的同仁獲頒完美服務獎金，提升自我榮譽。
- 每年遴選十名優秀宅配工程師赴日專業培訓深造。

◆佐證資料 - 34 位國際神秘客點評

1. 官網功能架構明確清楚，相關說明皆能完全呈現，針對資費查詢、託運需知、託運條款，等相關資訊亦能清楚說明，讓人容易理解。
2. 輸入單據查詢貨件歷程資料，能查詢當前配送狀態，方便順暢有效率。
3. 顧客前往營業所交寄貨物時，服務員能主動關懷需求，針對付款方式及相關流程，能清楚解說，交談過程中語氣友善，態度親切。
4. 送貨服務員能於貨物送達前半小時先以簡訊通知，遞交貨物時能先行核對物品內容及收件人身分，穩健不匆忙的微笑態度充滿信賴。

◆獨家進駐桃園國際機場

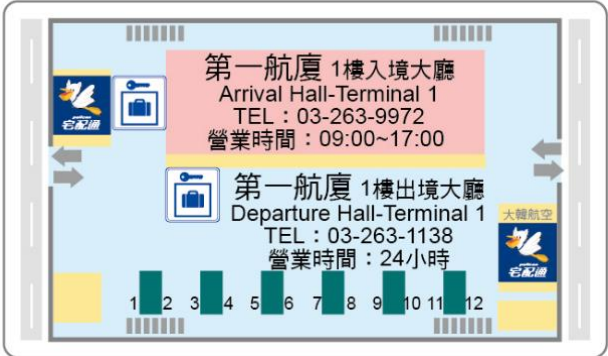
本公司於 2011 年獨家進駐桃園國際機場，國際能見度大增並於第一、第二航廈設置四個服務櫃台，除提供本國民眾與國際旅客行李宅配服務之外，針對旅客需求亦提供行李寄存、行李打包之服務。

2012 年 7 月引進行李包膜技術，讓旅客行李在運送過程中避免碰撞造成刮傷，提供旅客更完善的機場行李服務。

2016 年 4 月優質行李宅配服務備受肯定，榮獲續約進駐桃園國際機場，同年 8 月於桃園機場推出全台首創「智慧型置物櫃」服務。

2017 年推出「智能化自助印單系統」，旅客於 APP 線上填單後，回國即可於宅配通智能自助印單機台列印宅配單，於櫃台交寄行李宅配到府。

◆桃園機場宅配通服務檯地點

<p>第一航廈1樓 入境大廳南側 09:00~17:00</p>	<p>第一航廈1樓 出境大廳北側 (近12報到櫃檯) 24小時</p>	<p>第二航廈1樓 入境大廳南側 24小時</p>	<p>第二航廈3樓 出境大廳南側 (近19報到櫃檯) 06:00~23:00</p>
 <p>第一航廈 1樓入境大廳 Arrival Hall-Terminal 1 TEL : 03-263-9972 營業時間：09:00~17:00</p> <p>第一航廈 1樓出境大廳 Departure Hall-Terminal 1 TEL : 03-263-1138 營業時間：24小時</p>	 <p>觀光局旅客服務中心</p> <p>第二航廈 1樓入境大廳 Arrival Hall-Terminal 2 TEL : 03-263-9372 營業時間：24小時</p>	 <p>第二航廈 3樓出境大廳 Departure Hall-Terminal 2 TEL : 03-263-1521 營業時間：06:00~23:00</p>	

◆研發能力

本公司秉持著東元集團一貫的穩健踏實，與日本物流業翹楚「日本通運」(Nippon Express)技術合作，傳承了豐富的宅配物流服務技術與相關經驗，主要提供汽車路線貨運及宅配等專業物流配送服務。因宅配物流產業於國內日漸成熟，本公司著重於資訊系統及配送流程之改善，茲將本公司提供之宅配及物流服務說明如下：

一、技術研發沿革

年份	沿革	年份	沿革
2000年07月	台灣宅配通正式營運，引進日本通運「宅配技術」。	2010年08月	通過「ISO27001 資訊安全管理驗證服務」。
2000年08月	結合全家、萊爾富推出「便利商店 24 小時宅配」服務	2012年02月	瞄準網路宅配市場，推出「網路預約取件」宅配服務
2000年09月	台灣第一家推出「代收貨款」宅配業者	2013年03月	過「非現金貨到付款方法與系統」專利認證。
2001年10月	推出「金門」、「澎湖」離/外島宅配服務。	2014年03月	導入車隊管理系統，成立營運行控中心。
2002年03月	第二代宅配服務作業系統上線。	2014年09月	成立低溫處，籌建低溫車隊。
2004年01月	與工研院合作開發全溫層保鮮物流系統。	2015年04月	推出「物販 APP 平台」，提供名特產販售。
2006年08月	領先業界啟用低溫綠能設備。	2016年08月	與桃園國際機場合作，推出全台首創「智慧型置物櫃」。
2006年09月	推出便利商店「低溫宅配」代收服務。	2017年01月	與桃園國際機場合作，推出「回國行李自助列印機」服務
2007年01月	推出「網路簽單影像掃描系統」，提升追件追蹤效率。	2017年02月	宅配通與智慧雲管家合作，開創社區代收通路服務。
2007年12月	台灣第一家首推「貨到刷卡」安全便利金流服務。	2017年05月	宅配通與掌櫃智能櫃合作，開創智慧寄件通路服務。
2009年07月	與「萊爾富便利商店」合作推出「當日宅配」服務	2017年08月	導入自動分理貨系統，成立「桃園轉運中心」。

二、宅配服務

1、低溫宅配技術

本公司採用「全溫層物流系統」提供低溫宅配服務，其特殊蓄冷保鮮技術花費之建置成本、電費及油料費較傳統冷凍櫃設備大幅降低，提供消費者更專業的低溫宅配服務，配送全程依各類生鮮食品（漁貨海鮮、蔬菜水果、名產美食）選擇適當「冷凍、冷藏」低溫溫層進行宅配服務。

2、宅配資訊管理系統

在每輛車上安裝行車紀錄器，對宅配工程師之駕駛行為進行控管，且安裝 GPS 導航記錄器，記錄宅配工程師每日的行駛路線。管理階層透過車輛行控中心資訊分析可達到降低油料費及節能減碳的目的。

2016 年通過國際認證公司 BSI 『PAS 2050』產品與服務碳足跡驗證，為國內物流業者第一家取得碳足跡簽章。

2017 年領先業界取得國內「公路貨運服務碳足跡」認證，響應「節能減碳」。

3、電子數據交換系統

不同企業間的作業程序、管理規格等均不相同，本公司與契約客戶透過電子數據交換系統 EDI (Electronic Data Interchange)，能以電子自動化的方式傳送標準化格式的資料

以進行商業交易，以此減少人工成本、降低錯誤率並縮短作業時間，並可大幅提升整體經營績效。

透過虛擬通路進行消費行為，「資訊安全」為業者及消費者首要考量之一，本公司於 2010 年 8 月 9 日取得「ISO/IEC 27001:2014 – Information Security Management Systems Certification」資安認證；在客戶端、物流中心、客服中心、及宅配簽單的保管與銷毀等作業皆通過嚴謹的檢驗，為業界中唯一通過完整宅配流程檢驗的業者。為有效管理貨件流向，本公司也已完成貨件全面條碼化，除能全面提升內部管理，杜絕流程漏洞，更能提供客戶正確與即時的貨況訊息，提升客戶滿意度。

4、線上查件系統

建置簽收單影印掃描及網頁查詢系統，提供保存之完整性及查詢之便利性，當完成物品配送後，會將簽單進行掃描，以便簡易追蹤包裹。透過宅配單號於官網查詢貨件位置，全程掌握貨品運送進度。

5、電話語音派遣系統

本公司自行開發資訊連結系統「電腦語音派遣系統 IVR」(Interactive Voice Response)，並將各代收點資料建檔，代收據點只要撥打 0800 電話並輸入其代收點編號即可通知營業處前往收件，此舉有效降低代收據點作業成本。

6、帳務管理系統

台灣宅配通為國內宅配業者率先推出且首度取得貨到刷卡專利認證宅配業者。本公司提供契約客戶對消費者代收貨款服務，該項匯款業務委由合作銀行業者代為辦理，且每週皆附上每筆代收貨款之明細及代收之日期，便於使用代收貨款之商家對帳。2013年3月通過「非現金貨到付款方法與系統」專利認證；為提供顧客更便利宅配服務，配合網購與電視購物蓬勃發展，除一般宅配物流外，金流導入讓顧客在購物時可選擇將貨款直接支付給宅配人員，對於消費者而言付款更加便利，另外還擁有預防個資外洩等優點。

7、網路預約到府取件

本公司於2012年推出網路預約服務，消費者只需在家中完成線上預約取件作業，即會有專人到府取貨並現場完成繳費動作，提升消費者寄件的便利性。

8、機場行李宅配智能化自助印單系統

2017年1月推出機場行李宅配APP線上填單服務，消費者預先線上填單後，回國於桃園機場宅配通自助列印機台即可列印宅配單，並直接至宅配通服務台交寄行李，對於一次交寄多件的旅客能有效節省排隊及手寫填資料的時間。

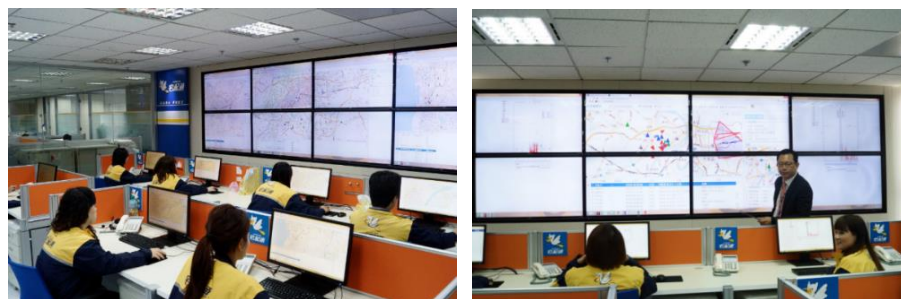
9、無人化智慧型置物櫃

本公司於2016年桃園國際機場公共空間設置無人化智慧型置物櫃，方便旅客至機場周邊購物或洽公時暫存行李時。特別考量機場維安問題，將存放置物櫃門中間設計成透明窗口，以便確認櫃內存放物品是否為危險商品。



三、物流倉儲管理系統

本公司與第三方開發倉庫管理系統(Warehouse Management System ; WMS)並改善現場作業環境，將全省倉儲運作的資訊化處理集中於台北，並採用 IDC (Internet Data Center)委外機房式管理，以集中式網絡管理架構管理全台之倉庫作業，有效提供家電類與電視購物類型客戶之倉儲及運輸作業。



四、車隊管理系統與營運行控中心之建置

2014 年建立車隊管理系統與營運行控中心，2015 年建置營運資訊整合系統，營運行控中心依據系統整合產生之相關報表，即時與全國各地司機連線；全國各地主管亦可透過營運資訊整合系統掌握相關動態，達到即時行動管理無時差之境界。

五、自動分揀系統與智能服務

2017 年建置桃園轉運中心的自動理貨系統，不僅能因應大量的電子商務與跨境電商的宅配業務需求，同時讓北部轉運中心能倍增理貨效益，亦可有效協助營業站所分理貨物，縮短 SD 晨間理貨時效，同時提升配送效率。結合大園物流中心，透過垂直輸送機，物流倉儲揀出貨物直達轉運中心分理貨，提供客戶完整倉配一體化服務。



◆品質政策

本公司的經營理念為「**時刻用心 準時配達**」，為確保品質目標與服務承諾之達成，進行有效的品質管理以提昇整體服務品質。茲將本公司準時、安全、正確、親切等四項品質承諾說明如下：

一、準時

1-1、今日寄件，隔日送達

本公司提供週一~週六台灣本島 17:00 前寄件隔日送達之服務，週日及國定補假期間台灣本島 14:00 前寄件隔日送達之服務，並為客戶提供三段彈性送達時段(13:00 前、14:00~18:00 及不指定時間)，提供客戶最便捷的宅配服務。

1-2、當日送達

本公司於北北基地區當地宅配業務，在運能效率的最佳利用下，只要於基隆、台北市以及新北市三地互寄之貨件，民眾在上午 11 點前至全家、萊爾富便利商店皆可享受到當日送達之宅配服務。

1-3、全年無休，天天配送到府、多次再配送服務

本公司宅配服務除保證全年無休宅配服務（業界唯一），SD 人員於貨件送達前對客戶進行電聯作業，如遇到客戶無法收件時，本公司提供再配送服務，於收件人希望配達時段再行配送，務必將貨件送到客戶手中。

二、安全

2-1、客戶個資嚴密保密

本公司對客戶寄貨資料的取得、處理、交換、電腦系統運作與使用權限的管理，均已符合國際標準，並已通過 ISO27001 資訊安全管理驗證。在客戶端、物流中心、客服中心、及宅配簽單的保管與銷毀等作業皆通過嚴謹的檢驗，為業界中唯一通過完整宅配流程檢驗的業者，客戶對於自身的資訊安全可絕對放心。

2-2、貨品加值保險 顧客安心

為提供最高規格的服務品質，除提供希望送達時段外，簽約契約客戶貨件以貨物成本價值為賠償依據，並於約定賠償限度內理賠，讓客戶能安心託運貨品。



三、正確

3-1、即時查詢系統

每完成一次配送流程後(取件完成、出站、轉運作業、到站、配送中、貨件送達)，SD 人員都將宅配單進行掃描紀錄目前貨件歷程，當貨件配送完成後隨即透過無線傳輸設備即時回覆配送訊息，客戶可透過宅配單號於官網查詢貨件配送進度。

3-2、宅配資訊管控

本公司在每輛車上皆安裝行車紀錄器，對駕駛行為進行控管，且安裝 GPS 導航記錄器，計算出路線的最佳化，讓 SD 人員能正確抵達宅配地點並且在指定時段完成配送。

3-3、低溫監控系統

目標打造一全程低溫監控系統，確保運送過程中，各作業環節之低溫環境皆能符合法規標準，致力提供高品質低溫配送服務。

四、親切

4-1、全年無休的宅配服務

本公司設有客戶服務專線 02-6618-1818，提供全年無休的專人諮詢服務，快速解答客戶所有的宅配問題，以最專業的態度協助客戶查件需求，傾聽客戶意見，提供所有客戶更快更好的宅配服務。

4-2、深耕在地化服務

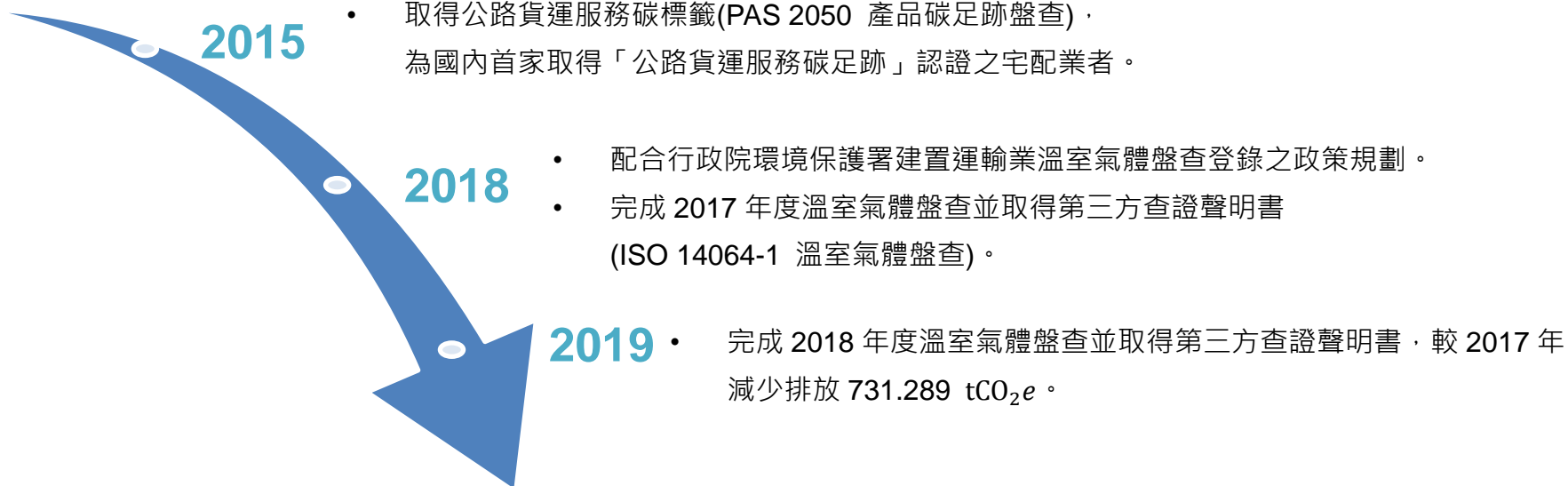
本公司 SD 人員長年深入大街小巷，常保持親切的笑容與禮貌的態度，面對不同客戶的需求輔與最適當的宅配服務，不論是指定配送時段或是再次配送服務，本公司隨時隨地皆秉持「時刻用心準時配達」之精神完成客戶的要求，舉手頭足展現最親切與專業的表現。



04 環境及供應鏈

台灣宅配通為國內主要物流業者，協助電商發展與品牌商之商品配送服務，時刻關心環境保護議題，積極落實企業社會責任與綠色物流環保提升，深信透過綠色供應鏈服務可提供顧客與競爭對手差異點，包括速度、成本、服務品質，以及回收利用或是溫室氣體排放。並貫徹經營理念之一「友善」：面對同事、客戶、供應商、協力廠商及環境，皆能秉持友善的態度，互動並善盡社會責任，自 2015 年起，積極投入環境議題，發展服務碳足跡標籤及執行溫室氣體盤查自我檢視碳排狀況。

年度里程碑



4.1 永續目標與措施

◆ 節能減碳目標

- 1、建置碳足跡計算與溫室氣體盤查之管理系統。
- 2、定期完成「ISO 14064-1 溫室氣體盤查」與「PAS 2050 產品碳足跡盤查」認證，逐年自我檢視減碳行動；「ISO 14064-1 溫室氣體盤查」為每年查證一次，「PAS 2050 產品碳足跡盤查」為每三年查證一次。
- 3、以 2014 年為基線，期許未來每三年碳足跡減量達到 3%以上。

◆ 永續經營措施

1、環保駕駛系統監控車輛反饋與檢討機制

加裝車輛監控系統，透過環保駕駛系統監控車輛和駕駛員行為，提供有效駕駛行為的及時反饋與定期檢討機制，並將車輛怠速未熄火之統計納入營業所績效考核，降低怠速未熄火之頻率與時間，進而減少車輛燃油之浪費與溫室氣體之排放。



圖 1、台灣宅配通行控中心

2、改善多溫層運輸車輛保溫能力

傳統 PU 發泡板材於三溫層冷熱交接處，易滲入水氣降低保溫效果，台灣宅配通所使用德國進口舒特龍板材主要防水性著稱，平均單價高於 PU 發泡板，針對 3.49 噸營業小貨車以既有 5cm 車廂，加以冷凍庫內 5cm + 10cm 舒特龍工法，對冷凍、冷藏與乾貨區著重冷橋斷冷之 T 型加強，以處理冷溫傳導隔溫效率不彰之情形，此外，車體部分左側板加開冷凍側門、冷凍門簾，以減少裝卸貨之低溫逸散，本公司於 2015~2018 年間陸續進行多溫層運輸車輛車體改裝。

3、車輛調度管理降低老舊車輛使用頻率

我國運輸車輛目前並無強制報廢年限規定，台灣宅配通持續採購運輸車輛，調整車隊組成，將老舊車輛轉為備用，車輛派遣優先調度車齡較新車輛，降低老舊車輛使用頻率。

分析 2014 年車齡超過 15 年以上車輛數占 45.9%，其行駛里程僅占 42.8%，由於 2015~2018 年間共計報廢 83 輛老舊車輛，因此 2018 年車齡超過 15 年以上的車輛數占比下降至 32.7% 行駛里程僅占 28.1%，2018 年期間之老舊車輛行駛里程占比有顯著降低。

4、持續汰換製冷設備

(如:冰箱/冷氣機/室內機/飲水機/冷凍冷藏櫃/凍結等)與 LED 照明設備部分營業據點空調設備加裝度數管理裝置，並檢討汰換老舊耗能之空調設備，增加運轉效能以減少能源之損耗；新增或搬遷之營業所改用省電燈泡，逐步降低照明用電。

2014~2018 年本公司各部門與站所類型之機器設備更新數量概況，冰箱共計 5 台、冷氣機共計 52 台，冷氣機部分以營業站所更新數量約占 30 台，接近此設備更換數占比 50% 左右，顯示冷氣機的更新環保節電再升級，室內機共計 21 台、飲水機共計 35 台，飲水機部分以營業站所更新數量約占 23 台，顯示飲水機的汰舊換新提升節電的比率，冷凍冷藏櫃共計 13 台、凍結機共計 6 台，合計 4 年間整修與更換全省各營運部門、單位、營業所等共有 132 台。故 2108 年較 2014 年總用電度數下降大約 20%，顯示公司對於溫室氣體與碳揭露實際操作面的作業與管理狀態之重視。



4.2 溫室氣體盤查

台灣宅配通於 2018 年起針對全公司(總公司、全國各地營業所、物流中心、轉運中心)進行溫室氣體排放量盤查外部查證作業，通過 BSI(英國標準協會)ISO 14064-1(溫室氣體盤查)查證，確保盤查數據準確性，藉由盤查結果掌握溫室氣體排放量，瞭解本公司溫室氣體之來源與特性，進而尋找溫室氣體之減量機會及檢視減量成效。

2018 年台灣宅配通溫室氣體排放量總計為 17,862.101 tCO₂e，範疇一排放量為 13,789.8234 tCO₂e，占總排放量 77.202%，範疇二排放量為 4,072.2772 tCO₂e，占總排放量 22.798%。2018 年較 2017 年減少 3.93%之排放量(減少 731.289 tCO₂e)。

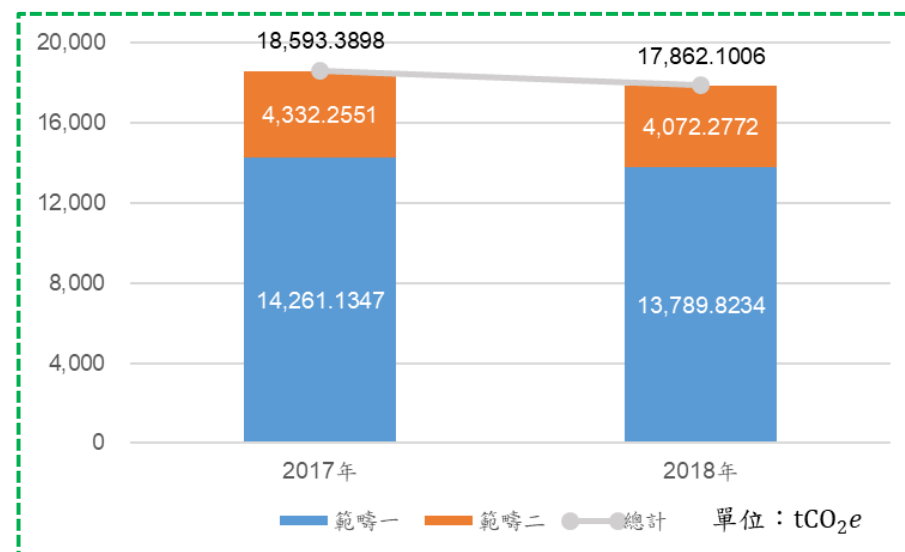


圖 2、溫室氣體排放量

表 1、2018 年溫室氣體各範疇排放量

溫室氣體 排放類別	直接排放 (範疇 1)				間接排放(範疇 2)	總排放當量 (公噸 CO ₂ e/年)
	固定排放	製程排放	移動排放	逸散排放	電力	
排放當量(公噸 CO ₂ e/年)	1.3021	0.0000	12,561.0659	1,227.4554	4,072.2772	17,862.101
氣體別占比(%)	0.007%	0.000%	70.322%	6.872%	22.798%	100.000%

4.2.1 綠色營運

台灣宅配通溫室氣體排放主要來為柴油、汽油、電力、冷媒及用水。



圖 4、2018 年台灣宅配通溫室氣體排放主要來源

4.2.1.1 能源消耗用量

台灣宅配通溫室氣體排放量中，以柴油、汽油為主要排放源，消耗用量共計為 4,775,693 公升，排放量占比 70.330%，其次為外購電力，消耗用量為 7,640,295 度，排放量占比 22.798%，三種能源之溫室氣體排放量占全公司總排放量 90%以上，因此，持續性改善營業車輛能源使用效率與替換節電產品為執行本公司目前達成溫室氣體減量目標之主要方向，同時也可藉此降低長期之營運成本。

表 2、2018 年台灣宅配通能源消耗用量

能源種類	單位	2017 年	2018 年
電力	度	7,819,955	7,640,295
柴油	公升	4,742,005	4,447,404
汽油	公升	214,345	328,289

在台灣宅配通持續的努力下，2018 年柴油及汽油之溫室氣體排放量較 2017 年減少 511.7165 tCO₂e，降幅為 3.9%；電力之排放量減少 259.9779 tCO₂e，降幅為 6.0%。

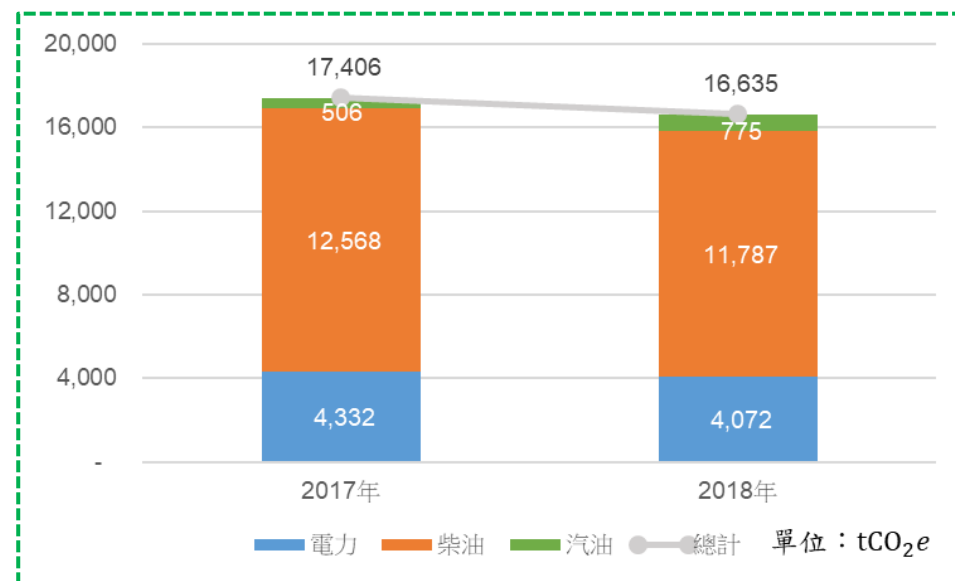


圖 5、2018 年台灣宅配通能源溫室氣體排放量

4.2.1.2 水資源消耗用量

台灣宅配通用水主要為民生用水(均由自來水公司供水)，2018 年全公司自來水使用量為 57,143 度，為將用水進行有效之管控，台灣宅配通積極推動節水政策宣導，提升員工環保節能意識，並加強尋訪作業，針對供水設備故障及時聯絡維修事宜，避免長時間流水浪費。

廢水量方面，溫室氣體排放量計算以全年度員工出勤總工時估算，2018 年總工時為 5,461,346 人時，溫室氣體排放量為 217.6075 tCO₂e，較 2017 年減少 19.0350 tCO₂e，降幅為 9.6%。

表 3、2018 年台灣宅配通廢水之溫室氣體排放量

廢水量估算	單位	2017 年	2018 年
總工時	人時	4,983,628	5,461,346
溫室氣體排放量	tCO ₂ e	198.5725	217.6075

4.2.1.3 大宗物料消耗用量

台灣宅配通大宗物料耗材主要分為「貨運包裝耗材」與「車輛保養耗材」兩種。「貨運包裝耗材」為提供公路貨運服務相關所有貨品的包裝耗材，例如：紙箱、膠帶、塑膠袋、緩衝材等耗材，貨品本身的包裝耗材、託運人自行包裝的包裝耗材不列入計算，但因運輸服務所需的包裝耗材須列入計算；「車輛保養耗材」為運輸車輛的一般保養耗材量，例如：機油、輪胎等。

2018 年台灣宅配通使用之包材採購供應數為 841 筆，其中常溫貨運包材消耗用量約為 641,785 公斤，其 100%由當地企業提供。機油消耗用量約為 32,008 公升，輪胎消耗用量約為 91,808 公斤。

為維持供應物料品質無虞，台灣宅配通針對供應商之遴選均做書面審查，檢視供應商基本資料，經核准後始得供應商品，並不定時進行抽檢複核納入規範管理。

4.2.1.4 廢棄物管理

台灣宅配通所產生之一般事業廢棄物由取得地方政府機關廢棄物清運許可之公司進行清運，可回收廢棄物則由民間資源回收公司進行回收處理，暫無產生有害物質之廢棄物。2018 年全公司營運廢棄物估算為 483 公噸。

4.3 永續供應鏈

全球的氣候變遷與溫室效應日趨嚴重，要如何面對氣候變遷的各個衝擊與變化，保護大自然的平衡點與達成國家環境和永續發展，此部分對企業體而言是一門極重要的課題，除了基本的節能減碳因應，企業應以內部多種可能產生出的碳或溫室氣體的導向作出各個不同的調整與改善。

台灣宅配通為落實企業社會責任與永續發展，針對企業內部發展服務碳足跡標籤及執行溫室氣體盤查的自我檢視。同時，為了與客戶、供應商共創「永續供應鏈」，CSR 永續管理將會納入採購領標要件，要求供應商關注環境議題，亦會加強內部查核作業落實環保政策。



05

幸福職場及社會參與

5.1 勞工人權及職業安全衛生指標

台灣宅配通尊重、支持並依循包含《聯合國世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》、《國際勞工組織公約》勞動標準等，以及相關國際所公認之人權規範與原則。同時，致力確保公司內外，不論是宅配通各級單位員工、合作夥伴或是客戶均能獲得有尊嚴、平等的對待，杜絕侵犯人權之行為，並且致力維持或改善人權相關之個人權益。

宅配通的人權政策宣言如下

完善員工申訴機制	官網及單位公告有員工申訴信箱及申訴專線，並規劃有周全申訴流程保障員工權益。
開設相關課程	職場霸凌、不法侵害、暴力防治、性騷擾防治、行為道德等宣導課程，每年定期開課，以 2018 年為例共計開辦 23 梯次。
禁用童工	宅配通禁止雇用十五歲以上未滿十六歲之童工。針對未滿十八歲的受僱者，宅配通不得讓其從事可能會危及健康或安全的工作。
保障身心障礙者	宅配通保障促進、保護和確保所有殘疾人士充分和平等的享有一切人權和基本自由，並促進對殘疾人士固有尊嚴和尊重。以 2018 年為例，依法應足額僱用 20 位身心障礙人員，宅配通僱用身心障礙同仁達 33 位，並針對職務再設計，讓身心障礙同仁也能工作無礙，宅配通以行動落實身心障礙者的人權保障。
職業安全人身保護	(1)全體員工應享有人身安全之保護權益，宅配通設有專職單位「職業安全衛生中心」，並定期開辦職業安全衛生教育訓練全年度達 28 梯次。 (2)職業安全衛生中心主動對環安品質進行監控及檢查，每季針對優良廠區及單位給予獎勵，針對環安品質不良單位施予改善追蹤及懲處，以確保全體同仁人身安全。 (3)在員工訓練部分，公司提供相關法規遵循課程及宣導，並提供完整職業安全訓練課程(包括:安全衛生業務管理員、防火管理人、堆高機操作、急救人員等)，2018 年總訓練時數為 2083.5 小時，參訓人數為 716 人。

◆員工人力結構

為滿足全台消費者及各企業需求，宅配通於全台各地(包含離島)廣設宅配營業所及倉儲物流中心，同時提供在地民眾許多就業機會。截至 2018 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 2,032 人，台灣宅配通對於人才聘僱遵守國際勞工人權政策及政府法規，禁止聘僱童工、無性別及年齡歧視，且聘僱多於法規人數的身心障礙者。2018 年共計 33 位身心障礙員工，佔員工總人數 1.6%，為法定名額 1.7 倍。除身心障礙的員工外，同時雇用 36 位原住民員工，佔員工總人數 1.8%。

◆職業安全衛生中心設立

台灣宅配通於總經理室下設職業安全衛生中心(職安中心)，專職負責全公司之職業安全衛生之政策擬定、計畫管理與全集團之督導工作，並於各廠區設立專責之職安負責人員，專責落實執行職業安全衛生管理系統之運作；公司環安政策如下：

符合法規，順應國際環保趨勢，滿足利害相關人要求與期望。健全環安管理系統，落實環境保護與損害防阻。加強風險評估及教育訓練，施行環安稽核，以維護安全、健康、整潔之工作環境，提升工安環保績效。積極提倡全員與承攬商參與環保與安全衛生活動，並加強溝通與協調，善盡企業公民責任。

台灣宅配通並進行節能減碳展開規劃。公司以完善之管理系統運作，透過 PDCA 管理改善，除確保符合法規規範外，更期望以優於法規的自我要求，達到環境保護、降低環境衝擊之目標。

公司職業安全衛生委員會(總經理主持)及各廠區職業安全衛生委員會(管理代表主持)，成員涵蓋勞方代表(1/3)及職安單位成員和高階主管，相關主管也列席參與；每季召開一次會議，審議執行方案及成效；發生職災事故報告由發生單位之經理級以上主管至公司職業安全衛生委員會報告，由主管帶頭重視職安，並達到水平展開之效果。

2018 年意外事故類型統計表

事故類型	跌倒	被夾、被捲	被撞	倒塌	不當動作	被狗咬	交通意外	職業病	物體飛落	衝撞	墜落	職業病	上下班(公出)途中意外事故	事故場所總計
宅配作業	7	1	4			1	14	1	1					29
現場作業	2	3	2	2	2					1	1			13
上下班(公出)途中													13	13
類型總計	9	4	6	2	2	1	14	1	1	1	1	0	13	55

2018 年損失工時 (如下列)

年度	2018 年
宅配部門損失工時	12512/時
物流部門損失工時	272/時
合計損失工時	12784/時
因公死亡職災	0

2018 年職業相關高風險人員名單，合計 32 名。

註 1：高風險人員名單篩選系依當年度員工健檢結果：

心血管疾病風險分級高度危險(≥20%)及成人血壓分級。

註 2：依 2018 年全公司總人數約 2,023/人，高風險人數為

32 人，佔比為 1.58。

5.2 人力資源政策

◆薪資福利

台灣宅配通薪資相較於同業市場水準，位於中間值，新進員工起薪男女同工同酬，無性別之差異，且亦高於政府最低基本薪資規定，每年度，台灣宅配通將視個人績效貢獻，做為調薪、變動獎金、分紅.....等多項獎酬的評估依據，且公司規劃完整的職等、職級制度，無論男性或女性員工皆適用且無分別；每年台灣宅配通皆進行績效考核，考核目的除了視工作成果外，也在輔導員工在職學能上的精進；經理級以上主管的獎酬，更直接連動組織經營績效，每季調整。各項獎酬方式除獎勵同仁工作上的辛勞付出外，亦肯定同仁堅守崗位，與公司共同努力達成營運目標。

◆雇用當地居民為高階管理階層比例

公司以處長職以上主管為『高階管理階層』，依公司組織版圖：苗栗以北為北部，苗栗以南至嘉義以北為中部，嘉義以南含花東為南部，共分為四個處兩個區，並以營業據點區分。

北部分為：營一區、營二區、北二營運處、北三營運處、中部營運處、南部營運處，共六位處長負責當地區域管理，且 100%皆為當地區域主管，無外部調派駐點主管。

◆有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練

為降低企業的貪腐風險，台灣宅配通股份有限公司，除了於「董事會議事規則」訂有利益迴避規定外，秉持著誠信經營理念，配合「誠信經營守則」、「員工行為準則」、「公司治理實務守則」、適當的薪酬制度及各項健全的內部控制制度與作業辦法等規範，並輔以內部稽核作業，確實進行控管。

為落實誠信經營政策，並積極防範不誠信行為，本公司業將誠信經營政策列為考評項目，作為年度考績之依據，亦設立對於不合法（包括貪汙、舞弊）與不道德行為的檢舉暨申訴管道：

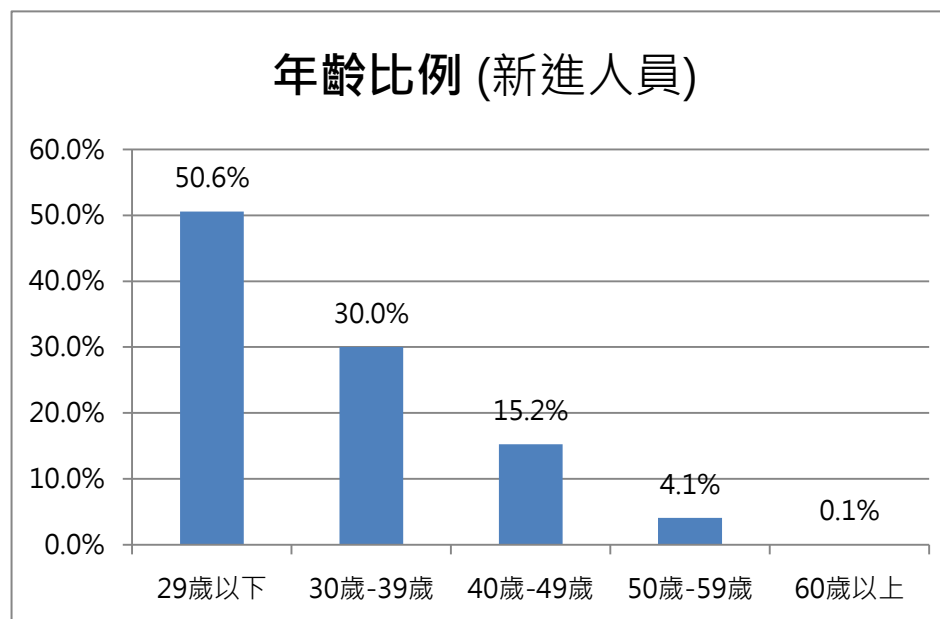
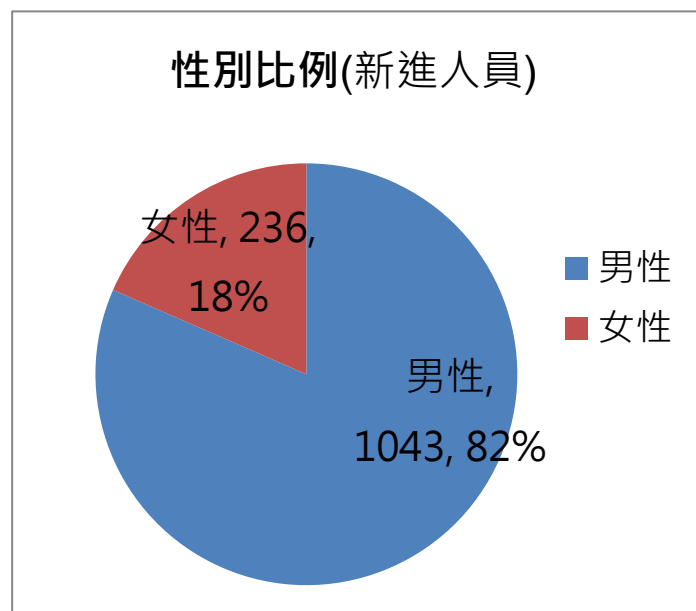
hr01@e-can.com.tw（本電子信箱會將信件轉寄給人力資源部、稽核小組及法務室主管）。

為使同仁均具備反貪腐之法令觀念，本公司於新進人員訓練、主管培訓等各項訓練課程中，納入各種業務之相關規定及法治觀念。此外，並於朝會時進行反貪腐政策宣導，培養同仁正確之工作道德觀，同時提升其對反貪腐風險鑑別之能力。

◆新進員工和離職員工

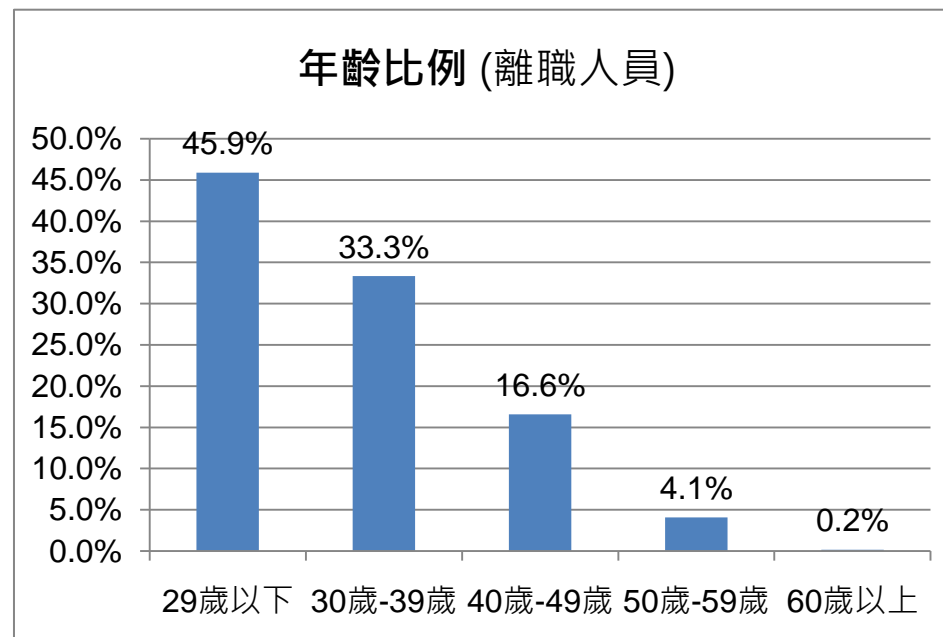
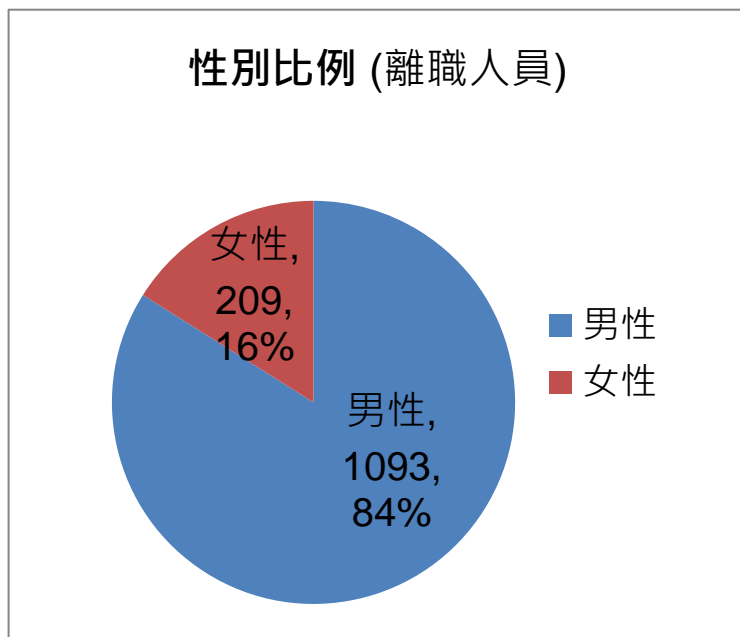
2018 全年度新進員工

新進員工	29 歲以下	30 歲-39 歲	40 歲-49 歲	50 歲-59 歲	60 歲以上	總計	比例
男性	498	320	176	48	1	1,043	81.5%
女性	149	64	19	4	0	236	18.5%
總計	647	384	195	52	1	1,279	
比例	50.6%	30.0%	15.2%	4.1%	0.1%	100%	



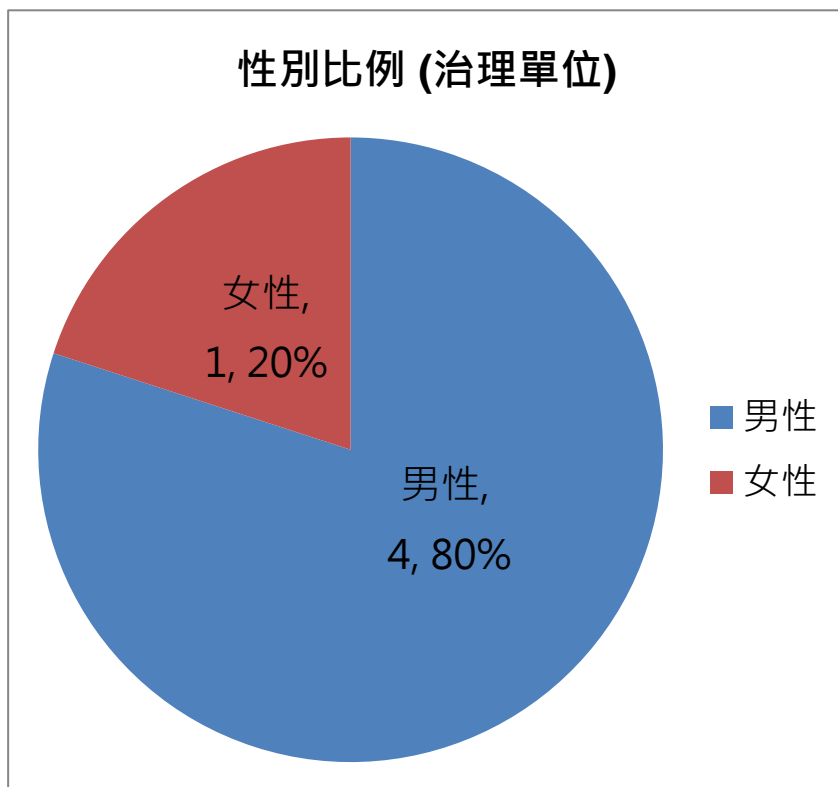
2018 全年度離職員工

離職員工	29 歲以下	30 歲-39 歲	40 歲-49 歲	50 歲-59 歲	60 歲以上	總計	比例
男性	472	373	196	50	2	1,093	83.9%
女性	125	61	20	3	0	209	16.1%
總計	597	434	216	53	2	1,302	
比例	45.9%	33.3%	16.6%	4.1%	0.2%	100.0%	



組織治理單位

50 歲以上		比例
男性	4	80%
女性	1	20%

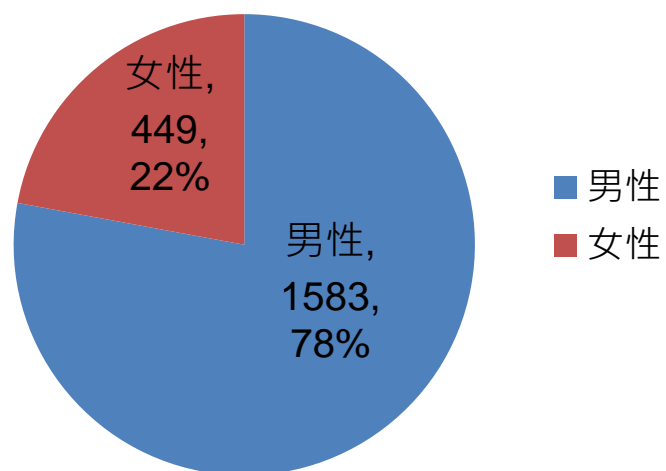


儲備經理結訓合影

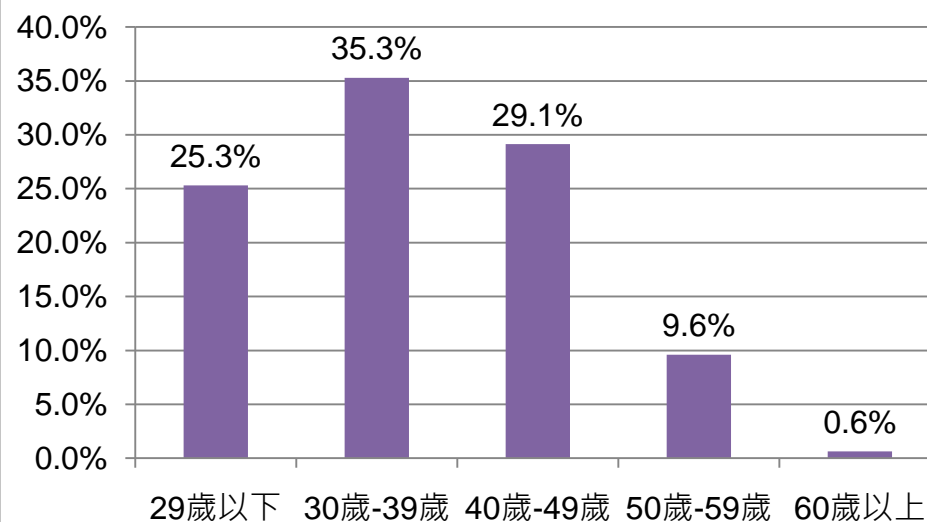
全體員工數據分析

	29 歲以下	30~50 歲	50 歲以上	總計	比例
男性	347	1,052	184	1,583	77.9%
女性	168	257	24	449	22.1%
總計	515	1,309	208	2,032	
比例	25.3%	64.4%	10.2%	100.0%	

性別比例 (正式人員)

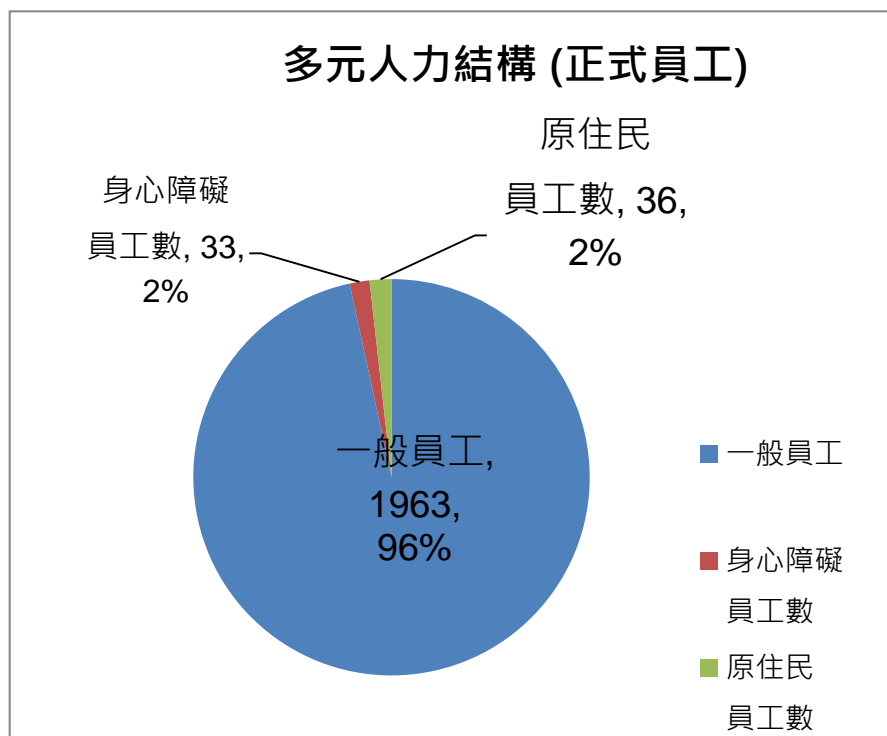


年齡比例 (正式人員)



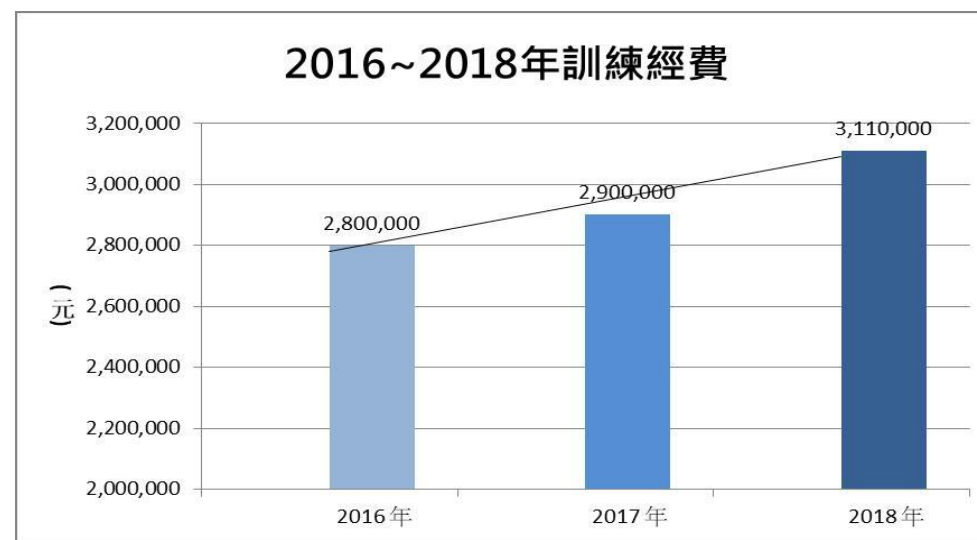
多元任用比例

多元員工	一般員工	身心障礙員工數	原住民員工數
人數	1963	33	36
優於法令晉用比例		1.6%	1.7%



近三年之訓練經費及人力運用狀況

年份	執行預算 單位:新台幣	執行所需內部人力 單位:人數	執行所需外部人力 單位:人數
2016	2,800,000	40	0
2017	2,900,000	42	0
2018	3,110,000	46	0



◆職涯第一階段：基層人員訓練

宅配運作需要大量人力方能營運，台灣宅配通非常重視基層人員訓練，方能確保企業服務品質全台皆能達到一定水準，同仁透過縝密的系統化訓練，也能讓未曾涉足過宅配產業的新人轉型為宅配職人，相對同仁因接受完整的訓練可降低因陌生產生的恐懼感，對於工作的開展、任務得執行更有自信心，相對企業也能展現絕佳的服務品質並獲得客戶的信任，宅配通相信人才的發展培育是企業永續經營的必要基礎。

(1).資訊軟體應用課程：2018 年共計 27 人參訓。

(2).崗位實務訓練：2018 年共計 970 人參訓。

(3).聯合新人訓練：2018 年開辦 23 梯次，共計 654 人參訓。

(4).車故防範訓練：2018 年開辦 3 梯次，共計 119 人參訓。



◆職涯第二階段：基層幹部養成訓練

宅配產業屬勞力密集性高的產業，管理工作顯得極其重要，由基層人員晉升為基層幹部需要更多綜合型實務課程，協助員工從單一職能建構其多面向職能基礎，避免同仁在進行管理工作時因陌生而感到手足無措，並教導其如何運用企業內部資源解決工作中所遇到之困難，人員透過訓練及內部晉升，相對忠誠度及任職穩定度皆有提升，基層幹部訓練內容如下：

(1).法務：必備之法律知識與實務分析。

(2).車輛管理：車輛日點檢實際操作、車輛管理實務。

(3).品質管理：品質管理技巧、品質管理實務。

(4).業務：EDI 系統操作、業務開發技巧與實務。

(5).資訊：資訊團隊與現場運作實務。

(6).人力資源：團隊合作戶外活動、辦公室軟體應用、人力資源

(7).營運：小組運能規劃、現場單位營運實務與應用。

(8).儲備基層幹部訓練：2018 年共計 27 人參訓。

◆職涯第三階段：主管養成訓練

物流產業每年高速的成長，組織需相對的進行策略性擴張，企業內部需要更多的管理人才因應，宅配通從創業至今，人才養成從不間斷，獨有的內部養成訓練，提供企業內部源源不絕的高素質管理人才，且人才發展結合企業策略走向，能不斷提升企業之競爭力，透過多元豐富的實體課程與活動打造實力堅強的管理團隊，同仁結訓後將優先獲得晉升資格保障，開辦之訓練課程內容如右表：



營運相關法律課程

- (1).行銷：創意發想與提案溝通。
- (2).業務：進階開發技巧與顧客管理、業績開發管理、溝通與教練技巧、簡報技巧
- (3).品質管理：5S 與警告清單運用、客訴、貨故系統、品質績效管理
- (4).會計、財務：損益分析與預算、報表管理、財務管理、報表分析與費用說明
- (5).人力資源管理：人事系統、人才招募暨法規實務、考勤、薪資管理、勞動法令實務
- (6).車輛與總務管理：車輛維護、車輛保修、車故處理、租賃、請購、採購、修繕、電信管理、日常車輛管理與怠速
- (7).法務：營運與管理法律問題研析
- (8).職業安全衛生：職業安全自主管理及案例分析
- (9).營運管理：營運管理實務見習、轄區營運分析、準配率及運能管理、跨區參訪與見習、雷射槍生存體驗營、情緒等級管理、危機管理與處理技巧

2018 年共計 18 人參訓。

◆訓練成果

1. 透過宅配通所建構的系統化管理人才養成訓練制度，宅配單位全台五十多個據點全體基層幹部與中高階主管達到 100%皆由內部養成與晉升，不同於一般公司由外部找尋管理人才，宅配通能打造出更符合企業及產業需求的管理人才，宅配通同仁透過企業內部訓練資源與輔導順利發展出一條屬於自己職涯的成功路徑，企業內部員工忠誠度、留任意願相對提高許多，有助於企業永續經營。
2. 台灣宅配通訓練課程並非僵化的制式內容，每年針對營運目標與企業未來發展走向針對課程內容進行策略性調整，讓訓練效能完整表現在企業營運績效上，促使宅配通更具競爭力更有發展性，在營運實績上我們達到了預期的訓練目標，協助企業內部同仁職涯順利發展也一併促使企業整體業績逐步攀升，人才發展與培育絕不是企業成本的浪費，而是企業攀上高峰與永續經營的投資。
3. 2017 年全年營業收入淨額為新台幣 3,059,610 仟元，較 2016 年成長 15.97%。
2018 年全年營業收入淨額為新台幣 3,360,947 仟元，較 2017 年成長 9.85%。

5.3 人才培訓與職涯發展策略

台灣宅配通為協助同仁職涯發展並結合公司經營策略，建構有一套多元永續性的人才發展制度，不只強化企業競爭力，更藉此養成經營管理人才提供企業內部所需，宅配通在同仁職涯發展的各個階段提供其所需的訓練資源，確保同仁取得晉升或職涯發展所需之職能，善盡對於員工的企業責任。

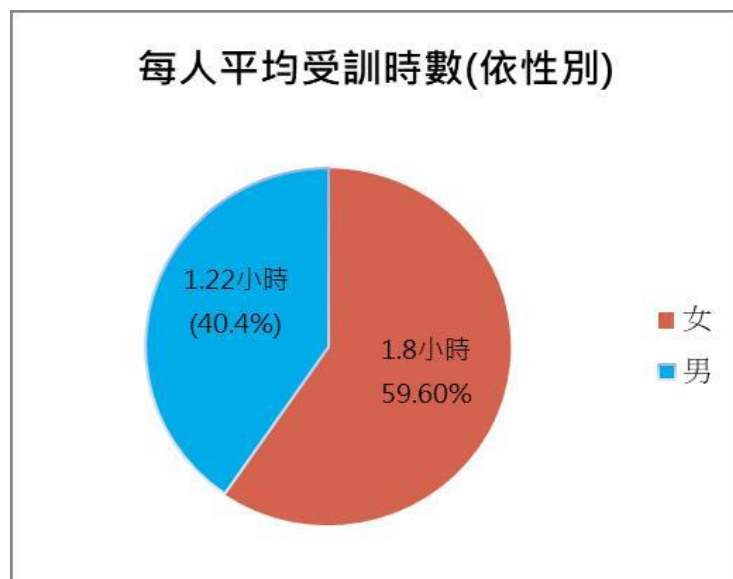
公司每年持續開各類型訓練課程，2018 年度受訓人數共 1483 人，每人接受訓練平均時數為 1.28 小時。其中，女性員工每人受訓平均時數為 1.80 小時，男性員工為 1.22 小時。若以員工類別來看，管理職每人接受訓練平均時數為 3.86 小時，一般人員為 0.59 小時。



人員管理訓練

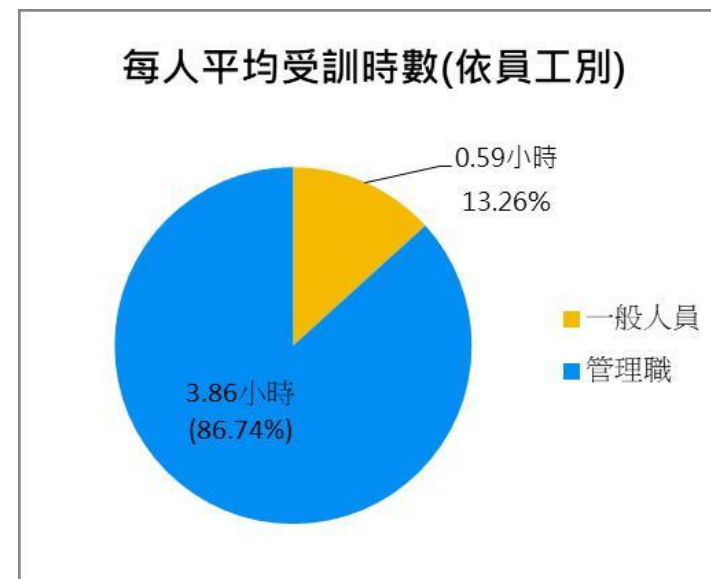
A.依性別:

員工類別	受訓人數	訓練時數	平均時數
一般人員	1170	693	0.59
管理職	313	1207.5	3.86
總計	1483	1900.5	1.28



B.依員工類別:

性別	受訓人數	訓練時數	平均時數
女	148	266.5	1.8
男	1335	1634	1.22
總計	1483	1900.5	1.28



◆新進人員輔導制度

公司為善盡員工培育與照顧員工，自新進人員到職起便能獲得完整的訓練與照顧，故規劃系統性的新人訓練制度，結合【**新人到職協助**】、【**聯合新人訓練課程**】與【**新人適應關懷**】流程，以強化同仁對公司的認同，並透過有系統的規劃提昇學習品質，在工作上更能發揮所長，做為能力養成與職涯發展的基石。

◆參與社會人才培育

1. 企業開辦就業促進訓練課程：

宅配通 2018 年分別進駐「楠梓就業服務站」與「育達科技大學」開辦「宅配玩什麼、面試不失手」就業促進課程，學員對象分別為長期失業民眾與應屆畢業生，透過訓練課程深入瞭解物流產業運作模式及職務細節，並協助民眾克服進入物流產業的就職門檻與提升職場適應能力，另外以人資觀點教導民眾專業面試技巧以提升就業錄取率。公司期許能藉由這類型訓練課程協助民眾順利就業，善盡企業社會責任。

2. 儲備幹部計劃：

徵選對象為應屆畢業生及屆退待業之青年，計劃開辦用意在於協助台灣青年快速發展及短時間晉升之機會，全程不需綁約，儲備幹部訓練為期一年，短時間內投注大量訓練資源，藉由跨單位見

習、實務訓練、職涯輔導及訓練課程，以培養七大職能為人才養成目標，2016 年開辦至今短短 3 年時間，已成功孕育出經理級管理人才。

3. 提供校園客製化人才培養計劃：

針對「淡江大學」、「臺灣海洋大學」施辦客製化產學合作，跳脫一般企業制式化及單一部門實習安排，宅配通開放旗下所有單位作為實習資源，實習內容可隨時依學生及學校需求進行客製化調整，學生可依興趣與人資部討論見習單位與時程，實習期間有機會參與高達 3~5 個單位見習，人力資源部會進行學習引導與職涯輔導，利用企業資源協助青年學子提早進行職涯探索及打造專業能力基礎，有助於青年對於職涯、職務盡早確立方向。



5.4 員工照顧與工作生活平衡

1. 幸福職場計畫

提供員工申訴機制及溝通管道：台灣宅配通於內部網頁設置人資專區之規定，調查過程需以保密方式進行及受指派調查人員不得洩漏通報人之姓名或其他足以識別其身分之相關資料等保密原則。另設置勞資會議機制與定期召開會議，讓勞資雙方相互溝通意見，協商解決問題。

2. 員工幸福感

(1) 健康照護

- (A) 每年依據前一年度健康檢查結果，由專責單位針對三高、有健康疑慮等同仁進行健康管理及持續追蹤，管控覆蓋率達 100%。
- (B) 員工因傷(病)住院，除勞保、團保給付外，公司另提供住院醫療補助金，以協助員工安心養病康復。

(2) 家庭及生活照護

- (A) 免費團體保險：公司全體皆享有免費團保，投保內容包含壽險、住院醫療、癌症、重大疾病、意外、職業傷害等全面性保障，同仁眷屬亦可享有團保優惠，2018 年同仁眷屬投保人數為 64 人。
- (B) 彈性出勤時間：員工視個人家庭狀況，可彈性一小時規劃其上班時間與下班時間，達到工作與家庭兼顧。

- (C) 急難救助金：同仁家庭遭遇天災、急難事故，公司明訂辦法主動提供員工家庭急難慰問金，以協助員工家庭度過難關。

(3) 其他福利事項

- (A) 每年全額補助績優員工赴日參訪暨海外旅遊，觀摩日本同業宅配技術與當地職人進行經驗交流，課後安排日本觀光行程。
- (B) 公司提供有婚喪喜慶相關費用補助、生日禮金、員工聚餐補助款、三節禮品、五一勞動節及冬至佳節免費提供甜湯或點心。

3. 每年公司提撥退休金義務情形

本公司依據勞動基準法之規定訂定員工退休辦法，每月按薪資總額提撥退休金準備金至台灣銀行勞工退休準備金專戶。勞工退休金條例自民國 94 年 7 月 1 日起施行，本公司依據員工選擇新制退休金條例，按月提繳員工每月工資之 6% 退休金至勞保局員工個人專戶。

4. 健康照護

- (1). 每年依據前一年度健康檢查結果，由專責單位針對三高、有健康疑慮等同仁進行健康管理及持續追蹤，管控覆蓋率達 100%。
- (2). 員工因傷(病)住院，除勞保、團保給付外，公司另提供住院醫療補助金，以協助員工安心養病康復。

5. 家庭及生活照護

(1). 免費團體保險

公司全體皆享有免費團保，投保內容包含壽險、住院醫療、癌症、重大疾病、意外、職業傷害等全面性保障，同仁眷屬亦可享有團保優惠，2018 年同仁眷屬投保人數為 64 人。

(2). 彈性出勤時間

員工視個人家庭狀況，可彈性一小時規劃其上班時間與下班時間，達到工作與家庭兼顧。

(3). 急難救助金

同仁家庭遭遇天災、急難事故，公司明訂辦法主動提供員工家庭急難慰問金，以協助員工家庭度過難關。

6. 其他福利事項

(1). 每年全額補助績優員工赴日參訪暨海外旅遊，觀摩日本同業宅配技術與當地職人進行經驗交流，課後安排日本觀光行程。

(2). 公司提供有婚喪喜慶相關費用補助、生日禮金、員工聚餐補助款、三節禮品、五一勞動節及冬至佳節免費提供甜湯或點心。

7. 育嬰假

員工申請育嬰留停時，公司將會主動完成勞、健保續保，並協助辦理育嬰留停津貼申請。

育嬰假統計：

No.	項 目	男	女	小計
A	2018 具有育嬰假申請資格人數	152	41	193
B	2018 年實際申請育嬰留停人數	13	10	23
C	2018 年育嬰留停應復職人數	16	12	28
D	2018 年育嬰留停實際復職人數	7	6	13
E	2017 年育嬰復職人數	6	8	14
F	2017 年育嬰復職持續工作一年人數	4	6	10
G	復職率	43.75%	50.00%	46.43%
H	留職率	66.67%	75.00%	71.43%

說明：

- 具有育嬰假申請資格人數(A)：3 年內(2016/1/1-2018/12/31) 請過產假(女)或陪產假(男)的人數
- 復職率 (G) 公式為： $D/C*100\%$
- 留職率 (H) 公式為： $F/E*100\%$

5.5 公益活動花絮

本公司針對檔期活動、新服務推出及異業合作等不同主題發佈新聞議題，配合公司規劃，以追求適度的媒體曝光與知名度。另外，本公司每年不定期規劃、參與公益活動以求企業社會責任的實踐，與社會大眾進行具有正面效益之互動與對話。茲將本公司之歷年公益活動條列如下：

「宅配通公益活動紀錄」

年份	活動紀錄
2007年	好書交換日活動、台灣蕉農公益宅配。
2009年	謝謝您不吸菸公益宅配、八八水災賑災物資公益宅配
2010年	戒菸就贏公益宅配、好書交換日公益宅配。
2011年	募集玩具助偏鄉、偏鄉二手童書募集公益宅配
2012年	宅配通與故宮送書到偏鄉、陶板屋知書達禮公益宅配
2013年	宅配通響應減碳蔬食
2014年	宅配通關懷青棒，贊助「木柵高工」參加黑豹旗比賽
2015年	宅配通與花蓮縣實物銀行公益宅配。
2016年	參與創世基金會邀請「寒士吃飽30」義賣活動之公益配送
2017年	參與嬰幼兒物資交流中心「您捐玩具到府收」
2017年	參與中華育幼協會邀請「挺自立」義賣活動之公益配送

台灣宅配通秉持「取之於社會，用於社會」之理念，深知公益活動常因缺乏物流支援而有障礙，因此整合各界資源，建置「公益宅配」合作平台，在公益的最後一哩路上號召相同信念之夥伴共同為台灣這塊土地盡一份心力。



本公司每年不定期規劃、參與公益活動以求企業社會責任的實踐，與社會大眾進行具有正面效益之互動與對話。
茲將本公司之 2018 年公益活動條列如下：

微樂心溫度公益宅配



台灣大哥大基金會舉辦「微樂心溫度」冬季聖誕禮物募集活動，透過微樂志工公益媒合 APP 平台認捐禮物，幫助瑞信兒童醫療基金會罹患重症的兒童實現聖誕心願，募集 308 位重症孩子的心願禮物，溫暖他們的不平凡日常。感謝來自台灣各地善心人士與多位名人認捐禮物，為重症孩童加油打氣，同時讓孩童感受到聖誕節的溫暖氣氛。台灣宅配通扮演著聖誕老公公的角色，公益配送孩童的聖誕禮物，鼓勵他們以正能量擁抱未來。

送愛到偏鄉公益宅配



台灣宅配通支持喜憨兒送愛到部落計畫，喜憨兒每一份出爐的愛心餐盒，不僅能提供憨兒持續的工作訓練，更為偏遠地區部落的學童帶來營養補給，也讓身心障礙者逐步實現自立更生。邀請大家一起愛心認購餐盒行列，台灣宅配通公益宅配將愛心餐盒送到偏鄉孩子手中，讓學童開心過聖誕節。

公益捐血助人響應



東元集團號召旗下子公司一起共襄盛舉「愛，從捐血開始！」拋磚引玉邀請同仁捲起袖子加入捐血行動，幫助患者挽救生命。台灣宅配通全力相挺參與集團舉辦的捐血活動，公益捐血可促進血液循環，加速身體新陳代謝抗老化，是助人益己的善行義舉。

一起愛 愛不同公益宅配



台灣宅配通響應花旗聯合勸募「一起愛 愛不同」活動，聯合勸募邀請陳綺貞擔任愛心大使，號召大眾加入捐款行列，為全台中小型社福團體募集所需的資金，幫助全台超過百萬名長者、兒童、身心障礙者等，面臨困境的弱勢朋友們，讓平凡的舉動創造不平凡的感動。同時回饋捐款人「麥萌小豬+杯套」，此次活動中台灣宅配通義不容辭的公益配送愛心見證禮，感謝各地捐款者，一起讓愛不停格。

中信藝文夥伴



台灣宅配通參與中信基金會所舉辦的新舞臺藝術節，擔任合作藝文夥伴，攜手推廣藝文公益盡一份心力。公益贊助藝術存摺的宅配優惠，購買新舞臺藝術節門票者即可免費拿到藝術存摺，為推廣藝文公益活動注入台灣新活力。

盒中有愛 溫暖耶誕偏鄉孩童



台灣宅配通邀請您分享愛心禮物傳遞偏鄉，讓孩童感受您溫馨的耶誕祝福！因偏鄉校園的孩童物資取得不易，Bravo FM91.3 廣播電台每年歲末發起「盒中有愛·幸福喝采-耶誕鞋盒募集活動」，號召民眾將家中空鞋盒裝滿禮物，助偏鄉孩童快樂過聖誕。希冀持續獲得社會大眾支持與關注。宅配通用心落實社會企業責任，連續 4 年公益贊助宅配將電台所募集到的耶誕鞋盒禮物，藉由宅配通雙手傳遞包裹的溫度，送到偏鄉孩童手上，讓孩童們每分每秒都能感受溫暖又快樂的聖誕佳節。

本公司多年來透過全省綿密據點、完善配送體系與時刻用心、準時配達的信念，我們持續以宅配專業透過傳遞關懷的影響力，將愛與溫暖傳遞到社會上的每個角落。

06 總結及附錄

本年度台灣宅配通獲得「2018年國家品牌玉山獎」傑出企業類獎。2018台灣宅配通企業社會責任報告書，是台灣宅配通第1本製作的報告書。今年度的報告書依據GRI準則針對議題重大性再做分析，歸納出重大議題及次要議題列為相關部門之重要KPI展開，讓利害關係人更方便閱讀，也更明確地了解公司針對各項重大議題之發展，希望藉此更清楚地與全球利害關係人溝通台灣宅配通在治理、經濟、環境、社會各構面的理念及發展做法。

6.1 GRI 指標索引

GRI100 一般揭露

GRI 項目/揭露範圍	揭露項目	頁碼
GRI 102：一般揭露		
組織概況 核心	102-1 組織名稱	25
	102-2 活動、品牌、產品與服務	25
	102-3 總部位置	25
	102-4 營運活動地點	25

GRI 項目/揭露範圍	揭露項目	頁碼
	102-5 所有權與法律形式	25
	102-6 提供服務的市場	25
	102-7 組織規模	08
	102-8 員工與其他工作者的資訊	25
	102-9 供應鏈	50
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	50
策略 核心	102-15 關鍵衝擊、風險及機會	11
倫理與誠 信核心	102-16 價值、原則、標準及行為規範	10

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 102：一般揭露			
治理面 核心	102-18	治理結構	27
	102-19	授予權責	28
	102-20	高階管理階層對經濟、環境和社會主題之責任	29
	102-22	最高治理單位與其委員會的組成	28
	102-23	最高治理單位的主席	28
	102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	28
	102-35	薪酬政策	29
	利害關係 人溝通 核心	102-40	利害關係人團體
102-42		鑑別與選擇利害關係人	16
102-43		與利害關係人溝通的方針	20
102-44		提出之關鍵主題與關注事項	17

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 102：一般揭露			
報導實務 核心	102-45	合併財務報表中所包含的實體	24
	102-46	界定報告書內容與主題邊界	03
	102-47	重大主題表列	05、17
	102-50	報導期間	03
	102-51	上一次報告書的日期	02
	102-52	報導週期	03
	102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	03
	102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	03
	102-55	GRI 內容索引	72

GRI200 經濟主題揭露

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 201：經濟績效			
核心	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	24
	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計劃	66
GRI 202：市場地位			
全面	202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資比率	55
	202-2	雇用當地居民為高階管理階層比例	55
GRI 205：反貪腐			
核心	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	55

GRI300 環境主題揭露

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 302：能源			
核心	302-4	減少能源消耗	43、48
	302-5	降低產品和服務的能源需求	43
GRI 305：排放			
核心	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	45
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	45
	305-5	溫室氣體排放減量	45
GRI 307：有關環境保護的法規遵循			
全部	307-1	違反環保法規	無違反

GRI400 社會主題揭露

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 401：勞雇關係			
全部	401-1	新進員工和離職員工	56
	401-2	提供給全職員工的福利 (不包含臨時或兼職員工)	66
	401-3	育嬰假	67
GRI 403：職業安全衛生			
核心	403-1	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	53
	403-2	傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	54
	403-3	高職業疾病發生率與高職業風險的工作者	54
GRI 404：訓練與教育			
核心	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	64
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	55

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 405：員工多元化與平等機會			
全部	405-1	治理單位與員工的多元化	58、60
	405-2	女性對男性的基本薪資加薪酬的比率	55
GRI 412：人權評估			
核心	412-2	人權政策或程序的員工訓練	52
GRI 413：當地社區			
核心	413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計劃的營運活動	68
GRI 418：客戶隱私			
全部	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	39