



時刻用心
準時配達

2019 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

ABOUT THIS REPORT

台灣宅配通公司自 2018 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 2019 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、alex@e-can.com.tw

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

TABLE OF CONTENTS

/目錄

關於本報告書 / 02

01 永續承諾

- 1.1 經營承諾 / 07
- 1.2 關於台灣宅配通 / 09
- 1.3 企業永續願景 / 14

02 利害關係人溝通

- 2.1 利害關係人鑑別 / 17
- 2.2 重大性議題鑑別分析 / 17
- 2.3 對應揭露項目及邊界 / 19
- 2.4 利害關係人關注議題與溝通管道 / 21

03 經濟及治理

- 3.1 關鍵成果及指標 / 24
- 3.2 公司治理策略 / 31
- 3.3 環境風險管理 / 36
- 3.4 客戶服務 / 38
- 3.4 研發能力 / 43

04 環境及供應鏈

- 4.1 企業與環境平衡發展 / 55
- 4.2 永續目標與措施 / 56
- 4.3 溫室氣體盤查 / 57
- 4.3 永續供應鏈 / 64

05 幸福職場及社會參與

- 5.1 勞工人權指標 / 66
- 5.2 人力資源政策 / 67
- 5.3 多元且永續的人才培訓與職涯發展 / 71
- 5.4 員工照顧與工作生活平衡 / 78
- 5.5 職業安全衛生中心設立 / 81
- 5.5 公益活動花絮 / 91

06 總結及附錄

- 6.1 GRI 指標索引 / 95

01

永續承諾

1.1 經營承諾

綜觀2019年我國整體經濟表現雖歷經中美貿易戰的不確定性影響，但於第四季時景氣也重返代表穩定的綠燈，全年度經濟成長率為2.73%；另受惠網路科技日新月異及多元化的發展，促使民生消費習慣有所改變，根據經濟部統計處統計，台灣零售業電子購物及郵購業營業額亦已突破2千億元，並持續維持高成長幅度（年增9.67%）。

回顧2019年度，我們歷經美食外送商機崛起、電商業者對於配送時效需求持續提高、跨境電商市場快速成長以及電商平台自建車隊等種種營運面的挑戰和機會，本公司主要策略重點仍為持續開發電子商務網購宅配之商機，堅持365天全年無休服務精神，秉持創新改變的態度，在全體同仁的努力及受惠電商宅配服務營收成長的帶動下，促使全年度營收表現再創歷史新高。

在持續追求營運績效強化的同時，公司亦榮獲「2019台灣金品獎」優質企業的殊榮肯定；對於員工教育訓練、健康等福利的重視，也獲得人力銀行「2019幸福企業服務業大賞」評選的肯定。最後，面對環境責任，公司持續推動節能減排，延續取得新查核年度「ISO 14064-1 溫室氣體盤查標準」認證及「碳足跡」查證雙認證，並同步爭取「減碳標籤」認證。

以下，說明2020年之營運重點：

(一) 掌握市場商機，並啟動佈局海外市場

1. 爭取更多國內EC平台倉配服務，持續搶攻兩岸跨境配送商機。
2. 深耕在地多元化客戶經營。
3. 物流馬達重電業務跨出海外越南服務。

(二) 強化營運作業效率，提升服務創新價值

1. 現有營運系統持續優化，以增加配送運能、提高配送時效。
2. 蒐集客戶意見即時回饋，作為品質、服務持續精進之參考依據。
3. 延續桃園轉運中心自動化建置經驗，逐步規劃中、南部轉運中心的自動化合分貨系統。

(三) 人才培育多元發展

1. 深化產學合作，招募新興人才。
2. 推動儲備管理人才計畫，提供多元進修方案。

(四) 實踐企業社會責任

1. 響應公益活動，力挺公益配送。
2. 導入電動物流車，推動節能減排。

(五) 掌握產業趨勢，積極擁抱創新營運模式

1. 拓展智能物流櫃合作，提供客戶彈性化服務。
2. 擴大3小時達、美食外送等新業務服務。



展望2020年度，受新冠肺炎疫情不確定因素影響，恐拖累整體經濟成長表現，但受惠於近年電子商務、外送平台的蓬勃發展、宅經濟當道，雖然疫情對民間消費造成影響，預估物流產業所受衝擊將較小。且伴隨5G趨勢確立、人工智慧(AI)、高效能運算(HPC)、自動化、無人化等新興科技快速發展，將帶動新商業模式與產業趨勢的發展。同時，公司邁入20週年，經營團隊在面對千變萬化的競爭市場中，持續提升營運效率與服務品質為目標，並以數據驅動營運績效，以核心專業能力滿足客戶多元需求，結合新興科技應用創造新價值，同時也不忘為社會環境品質盡一份力，不斷努力突破以締造各位股東與員工們最大利益。

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：2,132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。
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。
2019 年	榮獲 ISO 14064-1 國際級溫室氣體盤查標準認證。
2019 年	榮獲「台灣金品獎」優質企業的肯定殊榮。
2019 年	榮獲幸福企業服務大賞「物流快遞」的傑出肯定。
2019 年	承接桃園機場預辦登機行李陸運。
2019 年	推出「馬達重電物流」服務。

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，2019 年規劃 Line@ 官方帳號客服系統與官網文字客服，未來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，並且持續拓展智能物流櫃合作，來減少再次配送的成本浪費外，更貼近消費者取貨彈性的便利需求。

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，採購符合當年環保法規之貨車及機車，降低空汙與車故風險。另外本公司生財設備及電器用品採購有節能標章及省水標章設備，達到節能減碳目標。

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。

2019 年獲得 ISO 14064-1 國際級溫室氣體盤查標準認證，為台灣這塊綠色土地減碳環保盡心盡力不停歇。

配合環保署網購包材減量行動，將大嘴鳥小資箱包材減量，使用原漿紙材製成紙箱，改用環保油墨且減少 30% 的印刷面積，以堅固耐用瓦楞紙材保護商品並用紙箱符合歐盟包材 PPW 規範及環保回收 RESY 認證，展現愛護台灣環境的一份心力。



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

投資人 / 社區鄉里 / 員工 / 供應商 / 客戶

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



- 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。
-
- 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。
-
- 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。
-
- 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。

◆本公司利害關係人之關注議題經彙整後，選定前六項關注議題，分別為營運績效、能源管理、碳排放管理、勞資關係(友善職場)、職業安全衛生、教育訓練。

1. 營運績效	2. 能源管理	3. 碳排放管理
4. 勞資關係(友善職場)	5. 職業安全衛生	6. 教育訓練

◆2019 年利害關係人關注議題依關注程度排序如下

1. 營運績效	2. 能源管理	3. 碳排放管理	4. 勞資關係(友善職場)
5. 職業安全衛生	6. 教育訓練	7. 當地社區	8. 客戶隱私
9. 勞雇關係	10. 行銷與標示	11. 創新研發	12. 顧客健康與安全
13. 供應商社會評估	14. 供應商環境評估	15. 原物料管理	16. 採購實務
17. 廢汙水/廢棄物管理	18. 環境保護法規遵循	19. 水資源管理	20. 人權評估
21. 員工多元化與平等機會			

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	78
	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	67
		202-2 雇用當地居民為高階管理階層比例	67
	GRI 204：採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	64
	GRI 205：反貪腐	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	67
GRI300 環境主題	GRI 301：物料	301-1 所用物料重量或面積	60
	GRI 302：能源	302-1 能源消耗量	60
		302-4 減少能源消耗	60、61
		302-5 降低產品和服務的能源需求	55
	GRI 305：排放	305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放	58
		305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	58
		305-5 溫室氣體排放減量	60
	GRI 307：有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	無違反

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	68
		401-2 提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	78
		401-3 育嬰假	79
	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	81
		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	82
		403-3 高職業疾病發生率與高職業風險的工作者	85
	GRI 404：訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	71
		404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	77
	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	68
		405-2 女性對男性的基本薪資加薪酬的比率	67
	GRI 412：人權評估	412-2 人權政策或程序的員工訓練	66
	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	91
	GRI 417：行銷與標示	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	無違反
		417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	無違反
	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	無違反
GRI 419：社會經濟法規遵循	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	無違反	

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>供應商</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 營運績效 · 市場地位 · 創新研發 	<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 · 公司官網投資人專區
 <p>客戶</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 當地社區 · 能源管理 · 碳排放管理 · 水資源管理 	<ul style="list-style-type: none"> · 企業參與公益活動 · 公司網站設置溝通信箱
 <p>投資人</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 勞資關係(友善職場) · 勞雇關係 · 職業安全衛生 · 教育訓練 	<ul style="list-style-type: none"> · 勞資會議 - 1 次 / 每季 · 全國主管會議-1 次 / 每年 · 員工申訴信箱 · 教育訓練滿意度調查表 · 職業安全衛生委員會 - 1 次 / 每季 · 職工福利委員會- 3 次/ 每年

利害關係人	關注議題	溝通管道
 <p>社區鄉里</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 營運績效 · 供應商社會評估 · 供應商環境評估 	<ul style="list-style-type: none"> · 供應商業務合作評核表 · 供應商作業輔導 · 供應商評鑑及考核-1 次/ 每季
 <p>員工</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 營運績效 · 顧客健康與安全 · 行銷與標示 · 客戶隱私 	<ul style="list-style-type: none"> · 公開資訊觀測站 · 公司客服專線 · CSR 企業社會責任報告書製作 · 公司官網及媒體消息

03 經濟及治理

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

2019年度經營結果檢討

(一)營收成長說明

2019年全年營業收入淨額為新台幣3,712,520仟元，較2018年成長10.5%。營收成長動能主因公司近年來持續積極經營電商平台的業務合作與擴大兩岸跨境貨物配送，緊跟網購市場的成長腳步，更配合我國電商營運發展計畫，擴大在地化當日達配送服務。同時，也持續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，正式跨入馬達重電物流新市場，並持續開發EC客戶，提供差異化宅配安裝業務、搶攻倉配一體化服務。同步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，亦順利取得桃園市政府觀光局行李配送專案，以及桃園機場捷運行李陸運專案服務。

(二)成本費用控制與本期淨利說明

本期稅後淨利為161,608仟元，較同期成長136%。其中，本期營業利益為204,287仟元，較同期成長176%。雖然在營運面依舊面臨國內勞動法令基本薪資、勞保費調漲，勞動人力市場短缺和整體競爭環境挑戰等成本壓力影響，但在公司持續追求營運績效的改善，透過自動化系統建置，降低第一線人員作業負荷，並在貨損管理、外包運費與勞務費管理等方面控制相關成本費用得宜，得以展現正面改善循環成效，故2019年整年度營業利益較同期表現交出亮眼的成績單，亦達成了公司預算獲利目標。

單位：新台幣仟元

項 目 \ 年 度	2019 年度	2018 年度	差異金額	變動比例(%)	說明
營業收入淨額	3,712,520	3,360,947	351,573	10	
營業成本	(3,095,591)	(2,853,956)	(241,635)	8	
營業毛利	616,929	506,991	109,938	22	註 1
營業費用	(412,642)	(433,144)	20,502	(5)	
營業淨利	204,287	73,847	130,440	177	註 1
營業外收入及支出	(2,461)	5,072	(7,533)	(149)	
稅前淨利	201,826	78,919	122,907	156	註 1
所得稅費用	(40,218)	(10,444)	(29,774)	(285)	註 1
本期淨利	161,608	68,475	93,133	136	註 1

▼ 營業損益表

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)

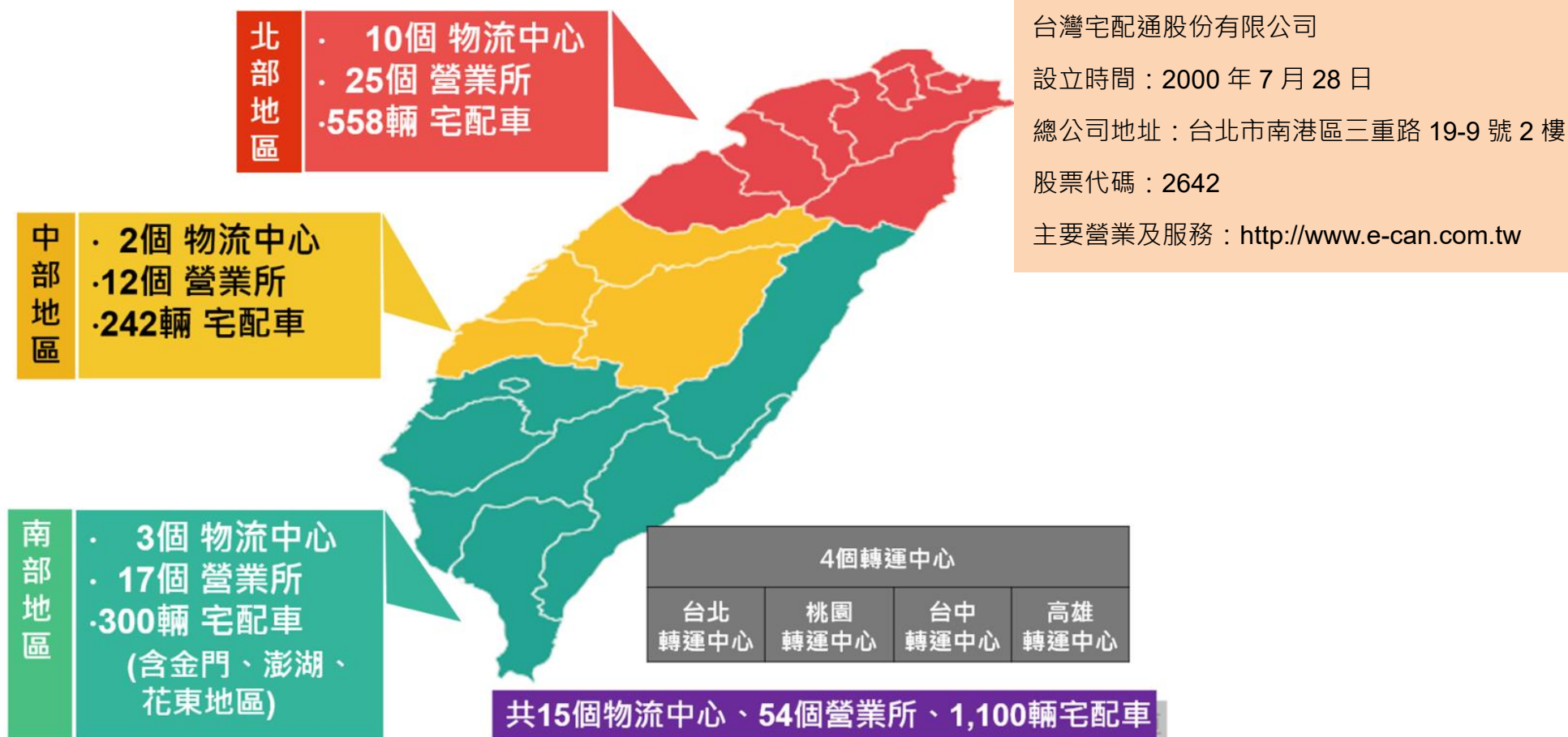
之主要原因：

註1：稅前淨利、所得稅、本期淨利增加原因：主係營業收入增加、成本控制得宜所致。

◆ 全台佈局

營業據點

公司簡介



◆業務範圍

台灣宅配通目前主要以提供宅配、物流、物販等服務為主，2020 年將持續深耕電子商務、跨境電商市場及深耕在地多元化客戶經營，且擴大 3 小時達、美食外送等新業務服務，並持續優化營運系統。同時拓展智能物流櫃之合作，提供客戶更彈性化服務；物流事業持續秉持倉配一體化服務優勢，馬達重電業務亦將跨出海外服務。

▼服務項目與產業上、中、下游之關聯性

服務型態	服務內容	上游	下游
宅配服務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主要為包裹配送到府之服務，包括 B2C(企業到個人)與 C2C(個人到個人)配送服務。 2. 除常溫配送服務外，另有提供低溫配送、逆物流(C2B)配送、當日達、智慧寄件、機場行李托運、代收貨款、物販等服務。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 電視購物平台 ● 大型網購平台 ● 各地供應商 ● 全家、萊爾富各地代收通路 	<ul style="list-style-type: none"> ● 宅配到府(B2C) ● 配送公司行號、門市(B2B)
倉儲物流服務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主要為提供企業客戶完整供應鏈之物流解決方案，服務客戶產業類型包括：電視/網路購物、健康食品、生活用品、藥妝、家電/馬達、3C 產品等。 2. 除基本倉儲服務外，亦提供客戶拆櫃、進貨、併箱揀貨、流通加工、退貨逆物流處理、到府安裝、代採購等服務。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 中/大型網購平台 ● 3C 供應/代理商 ● 家電供應/代理商 ● 生活用品供應商 ● 製造業供應商 	<ul style="list-style-type: none"> ● 配送門市 / 製造商(B2B) ● 宅配到府安裝(B2C)

◆公司發展計畫

長/短期	項目	內容
短期發展計畫	掌握市場商機，並啟動佈局海外市場	A. 爭取更多國內 EC 平台倉配服務，持續搶攻兩岸跨境配送商機 B. 物流馬達重電業務跨出海外越南服務
	強化營運作業效率，提升服務創新價值	A. 有營運系統持續優化，以增加配送運能、提高配送時效 B. 蒐集客戶意見即時回饋，作為品質、服務持續精進之參考依據
	人才培育多元發展	A. 深化產學合作，招募新興人才 B. 推動儲備管理人才計畫，提供多元進修方案
	實踐企業社會責任	A. 響應公益活動，力挺公益配送 B. 導入電動物流車，推動節能減排
	掌握產業趨勢，積極擁抱創新營運模式	A. 拓展智能物流櫃合作，提供客戶彈性化服務 B. 擴大 3 小時達、美食外送等新業務服務
長期發展計畫	持續建置自動化轉運中心	A. 未來將持續規劃具有轉運、物流倉儲等功能之自動化轉運中心，以加速轉運之分理貨作業效率，提升配送品質，降低勞力成本
	發展兩岸跨境業務	A. 與中國快遞、物流業者合作，持續拓展兩岸跨境業務
	深耕在地多元化客戶經營	

◆市場未來發展

(一)電子商務市場

受惠於網路科技日新月異及多元化的發展，且行動裝置普及化，促使民生消費型態的改變，尤其我國國人手機黏著度高於全球平均值，亦使得我國電子商務購物市場每年亦持續成長。根據資策會的調查，台灣電子商務市場的規模儼已成為新興兆元產業，且目前我國電商產業營業額(非店面零售業)只占整體零售業7.6%左右，故看好整體市場也將持續成長；其中在電商年度盛事雙11檔期更是連年締造銷售佳績，也影響跨境電商購物蓬勃發展，民眾也逐步體會到網購生活日用品的便利性，因此也帶動越來越多民眾投入網購市場。

近年來，各大電商平台業者為了持續提高營業額，無不設法擴充商品品項、創造商品差異化，舉辦各種促銷活動、提供多元化服務，甚至主打快速的配送時效、提升服務機能等等。由此可見，未來不論是商家或是消費者，對於倉儲、配送服務的需求也將同步持續成長與精進。

(二)冷鏈物流市場

隨著近年來我國低溫食品市場快速的發展，造就了對於冷鏈低溫物流服務的需求大量攀升，且隨著宅經濟當道，網購生鮮食品的需求顯著增加。各通路業者更是積極與外送平台合作，搶食商機。根據調查指出，我國每年約有300億元的冷凍冷藏產業規模，其中有超過60億元的冷凍食品配送商機。

(三)美食外送市場

因新科技的應用成熟，促使餐飲外送App 席捲世界各國。根據Statista 平台資料，全球線上食物外送產業共有9.7億名用戶，整體經濟規模在2019年將突破1,000億美元(約3兆台幣)，預計未來5年的年成長率也將達10%。而我國於2019年外送市場也展現了爆發性成長，整體使用人數倍增，隨著各平台業者競爭激烈，紛紛祭出各種優惠方案，消費者的習慣也逐漸被養成。根據經濟部統計處資料顯示，2018年全台餐飲業營業額達4,745億元，其中，外送占比約5%，亦相當於237 億元商機。

(四)物聯網新商機

由於電子商務的興起，導致配送需求大增，大部分的宅配業者都遇到相同難題，那就是重複配送比率約占2成，因此「智慧物流櫃」透過物聯網的推進下，也將納入宅配產業的一環。此項新興的服務在日本、中國、香港等國早有試點運行，可解決宅配不易配送、再配人力和油資成本之浪費問題。

(五)高齡化新商機

受到人口高齡化趨勢影響，未來獨居高齡者因交通不便或居住偏遠，導致購物不便利性增加，以與我們鄰近且具有相同發展趨勢的國家日本為例，餐飲、日用品代買，甚至處方箋代領並配送到府之新服務的出現逐步興盛。宅配服務須緊抓住人口結構與生活型態變遷趨勢。



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，期許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

依據台灣證券交易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，以期許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。
- 榮獲「2019 台灣金品獎」優質企業的肯定殊榮。
- 榮獲 2019 幸福企業服務大賞「物流快遞」的傑出肯定

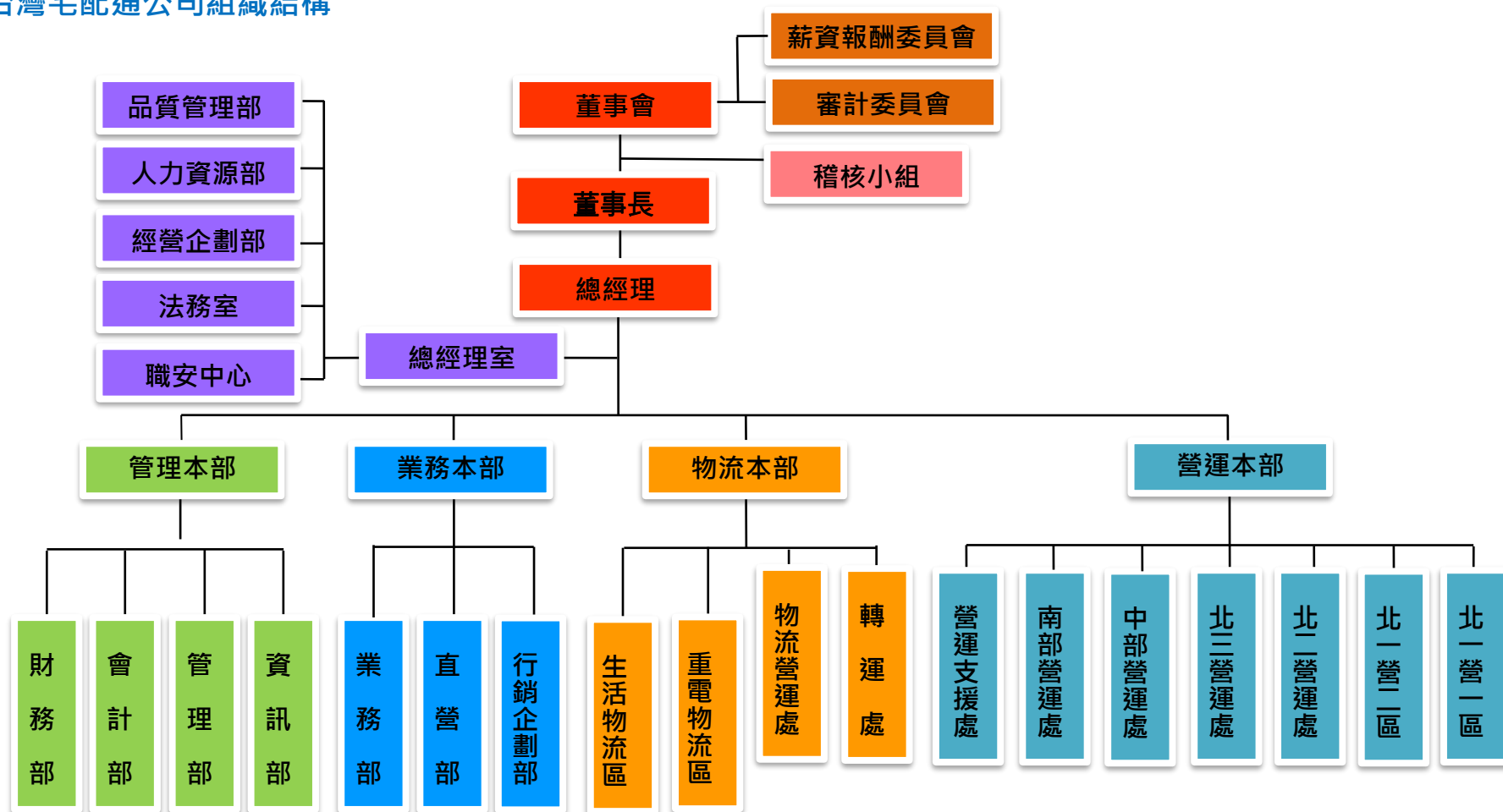
◆2020 年願景

- 持續追求「公司治理評鑑」及「企業品牌最高榮譽獎項」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：定期揭露審計委員會之年度工作重點及運作情形；以及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；並且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。董事會成員之組成考量多元化，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。2019 年度董事會共召開 6 次董事會議，全體董事平均親自出席率(不含委託)約達 92%，確實監督並瞭解營運計畫之執行。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。

◆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，第三屆召集人為林宛瑩獨立董事。審計委員會運作方式依本公司「審計委員會組織規程」辦理，每季至少召開一次，2019 年度共召開 4 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，本公司於 2013 年設立「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，第三屆召集人為陳文華獨立董事。依「薪資報酬委員會組織規程」，每年至少召開 2 次會議，2019 年度共召開 3 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集會。

◆企業社會責任推動小組之職責

每年最少召開 2 次會議(6 月/9 月)，追蹤台灣宅配通 CSR 目標及相關政策落實情形，並彙整公司 CSR 相關績效後，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，本公司設有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，查核並同時確認公司內部控制之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。

◆ 內部稽核

台灣宅配通為確保公司治理，健全並維護股東權益，執行內部稽核作業，以協助董事會及經理人評估及覆核內部控制制度是否有效執行、同時並衡量營運效果及效率。稽核小組直接隸屬於董事會，對董事會負責，定期對各部門進行內部控制評估作業、偵知預防性控制，並檢視公司各項作業運作效能，協助審計委員會獨

立董事監督公司業務及內部控制制度之執行，其稽核報告均呈送獨立董事審閱，稽核主管並列席審計委員會及董事會進行稽核工作報告。

(一) 稽核單位組織及稽核人員

本公司稽核小組隸屬董事會，設稽核主管1人，及符合資格條件之稽核1至2人。稽核主管之任免經董事會同意。稽核人員之姓名、年齡、學歷、經歷、服務年資及所受訓練等資料於每年一月底前申報證期局備查。

(二) 稽核目標

實施內部稽核之目的，在於促進公司健全經營，並協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度執行、衡量營運效果及效率，提供具可靠性、及時性、透明性及符合相關規範之改善建議，以確保內部控制制度得以持續有效實施，並作為檢討修正內部控制制度之依據。同時，對子公司進行定期及不定期稽核治理作業，並考量子公司所在地法令限制，檢視內部控制制度與管理辦法，落實對子公司之有效監理。

(三)稽核作業流程

A.風險評估

依據作業層級不同，整體層級考量外部環境、公司治理、及永續經營三風險源；事業部層級考量銷售、管理、及財務三風險源，分別依據COSO內控五要素展開風險評估，評估組織控制環境、風險評估、控制作業、資訊溝通及監督作業五大項目，並佐以過去三年所發現查核缺失及內控自評結果，評估各項作業系統潛在之風險。

B.風險辨識

依風險等級排定年度稽核計畫，以辨識內部控制設置是否足以降低風險，或採取可規避、移轉風險的措施。

C.風險控制

監督各系統規避、移轉風險措施之執行，針對已曝險或有隱患之控制弱點，提出改善建議，並持續追蹤改善成效。

(四)內部稽核查核結果

2019年依據法令規定及風險評估結果擬定之查核計畫執行查核，並通知受查單位依建議進行改善，針對稽核報告缺失之項目皆已於2019年12月底前進行追蹤查核。稽核報告完成後，皆依規定交付各獨立董事查閱。

(五)內控制度自行評估報告

稽核小組覆核2019年公司各單位、子公司內控制度自行評估

報告，併同2019年稽核小組執行各營運循環稽核作業結果，彙整成2019年內控制度自行評估報告，作為評估整體內控制度有效性及出具「內部控制制度聲明書」之主要依據。

◆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54間營業所，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鞋全家福等，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；2019年9月與超級城市合作，開創社區代收通路服務。2020年將持續拓展智能物流櫃合作，以提供客戶彈性化服務。



◆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。
- 每年遴選十名優秀宅配工程師赴日專業培訓深造。
- 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。
- 新進同仁以集訓方式教導完整作業規範，落實作業準則。

◆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、客戶個資管理保密嚴謹

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。

2-1-1、資訊安全管理/個資隱私保護機制

A. 為善盡客戶資料保護管理責任，台灣宅配通依據「個人資料保護法」、「個人資料保護法施行細則」以及主管機關相關法令規定，制訂「台灣宅配通隱私權政策」規範，供台灣宅配通公司一致性遵循。

B.台灣宅配通非常重視及關切客戶資料保護，於台灣宅配通網站設有「資安政策與隱私權保護聲明」專區，公告客戶資料保密措施，在符合法令及授權範圍內合法蒐集、處理及利用客戶資料，並建立控管機制，善盡客戶資料保密之責。

C.在日常營運管理中，台灣宅配通已建立以「計畫-執行-檢查-行動」為基礎之個人資料保護管理體系，落實執行個人資料保護管理措施。本公司 2019 年並未有經證實與侵犯客戶隱私權或遺失客戶資料有關的投訴。

D.在資訊安全方面，台灣宅配通公司已通過資訊安全國際標準 ISO27001 認證，對於客戶資料之存取、處理、傳輸、保存以及人員與設備之安全，均已完整管控，對於相關應用系統開發設計與維護、資料庫、網路、個人電腦、儲存媒體等各層面均有採取相關安全維護措施與管控，防止客戶資料遭竊取、竄改、損毀、滅失或洩漏，以保障客戶資料之安全。

E.為持續培育與提升同仁對於個人資料保護管理之專業知識及能力，台灣宅配通定期對同仁辦理個人資料保護管理教育訓練，並搭配相關法令宣導等方式，持續投入資源，將個人資料保護意識及觀念深植於企業文化及同仁日常作業中。台灣宅配通將持續以追求完善為目標，落實對客戶資料之保護，善盡企業社會責任之使命。

2-2、運送服務，顧客安心

為提供最高規格的服務品質及保障客戶權益，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內完成配送。

3-3、低溫監控系統

本公司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，使客戶及消費者能收到安全無虞之貨品。

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。



◆得獎榮譽

- 本公司榮獲 2019 年「台灣金品獎」 優質企業的肯定殊榮、「2019 幸福企業服務大賞 物流快遞」傑出肯定。
- 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。

◆台灣金品獎佐證資料

1. 為台灣優良的企業品牌，保持國家競爭力
2. 具開創性、前瞻性為台灣企業新標竿
3. 持續創新、研發精進企業競爭力
4. 永續落實社會責任



◆幸福企業獎佐證資料

1. 針對無職業駕照的新進人員提供完整考照訓練，輔導上線
2. 每年遴選十名優秀宅配工程師赴日專業培訓深造
3. 全體員工免費團體保險，年度辦理免費健康檢查
4. 重視員工培訓有完善的升遷管道



3.5 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，於2000年領先業界導入宅配服務，為台灣的宅配產業開啟序幕，且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：近年來伴隨電子商務市場成長、美食外送短鏈崛起，改變全球商業模式與物流系統，憑藉資通訊科技、5G行動高速網路、無線射頻辨識(RFID)應用、雲端資料傳輸、大數據分析、影像辨識技術、人工智慧，以及智慧型手持或穿戴裝置、自動導引車(AGV, Automated Guided Vehicle)、倉儲機器人等技術興起，宅配通掌握關鍵先進技術，解決宅配物流業者本身的人力短缺、效率瓶頸、作業安全問題，也促使宅配物流作業朝向智慧化發展，進而發展「智慧物流」之創新營運模式。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」。	2013年03月	過「非現金貨到付款方式與系統」專利認證。
2000年08月	結合全家、萊爾富推出「便利商店24小時宅配」服務	2014年03月	導入車隊管理系統，成立營運行控中心。
2000年09月	台灣第一家推出「代收貨款」宅配業者	2014年09月	成立低溫處，籌建低溫車隊。
2001年10月	推出「金門」、「澎湖」離/外島宅配服務。	2015年04月	推出「物販APP平台」，提供名特產販售。
2002年03月	第二代宅配服務作業系統上線。	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」。
2004年01月	與工研院合作開發全溫層保鮮物流系統。	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
2006年08月	領先業界啟用低溫綠能設備。	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。
2006年09月	推出便利商店「低溫宅配」代收服務。	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。
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08月	導入自動分理貨系統，成立「桃園轉運中心」。
2007年12月	台灣第一家首推「貨到刷卡」安全便利金流服務。	2018年04月	家電物流推出「到府宅配安裝」服務。
2009年07月	與「萊爾富便利商店」合作推出「當日宅配」服務。	2019年01月	推出「馬達重電物流」服務。
2010年08月	通過「ISO27001資訊安全管理驗證服務」。	2019年02月	推出「機車美食外送車隊」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		

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 年本公司通過國際認證公司 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 年本公司領先業界取得國內「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 27001:2005 – 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，提升客戶之滿意度。

4、線上查件系統

本公司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中率先推出並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。



10. 餐飲外送車隊服務招募活動

本公司於2019年2月與關係企業摩斯漢堡合作，於台北市松山區推出美食外送車隊服務，提供消費者快速便利的美食外送。

三、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 1 月推出「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。

2018 年 11 月更是獨家進駐松山機場，推出「機場行李宅配」服務，完成北部國際機場行李配送服務的佈局。

2019 年 12 月於桃園機場捷運新北產業園區 A3 站承接桃園機場預辦登機行李陸運。

◆機場宅配通服務據點

桃園國際機場	松山國際機場	桃園捷運 A3 站
		
<p>第一航廈、第二航廈出/入境大廳 第一航廈1樓 入境大廳南側 09:00~17:00 第一航廈1樓 出境大廳北側 24小時 第二航廈1樓 入境大廳南側 24小時 第二航廈3樓 出境大廳南側 06:00~23:00</p>	<p>第一航廈入境大廳 第一航廈1樓 入境大廳</p>	<p>承接桃園機場預辦登機行李陸運</p>

四、物流倉儲管理系統

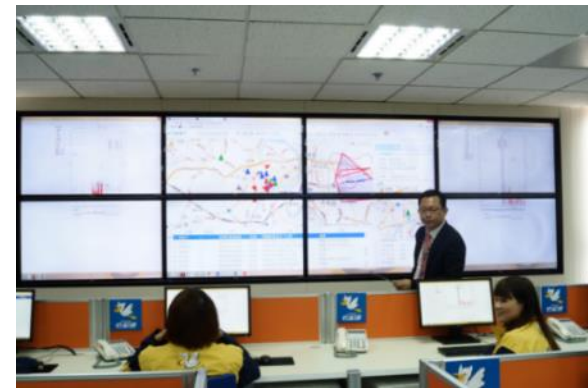
本公司與第三方開發倉庫管理系統 (Warehouse Management System ; WMS) 並改善現場作業環境，將全省倉儲運作的資訊化處理集中於台北，並採用 IDC (Internet Data Center) 委外機房式管理，以集中式網絡管理架構管理全台之倉庫作業，有效提供家電類與電視購物類型客戶之倉儲及運輸作業。



五、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。

營運行控中心追蹤與管控全省宅配車配送急速急速即時現況，宅配過程中則透過衛星導航系統(GPS)設備定位宅配工程師(Sales Driver ; SD)車輛，便於調度車輛。



六、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。

在不斷流程精進下，至 2019 年於理貨效率上昇 10%、繼送準時率進步 10%。桃園轉運中心自動化，不僅成功支持宅配整體件數成長，更有效減少勞務理貨人力、降低貨故成本、改善品質，更改善了站所的繼送服務，對於營業站所也同步實施小組分理貨作業，讓站所能更快的出車、以爭取更多配送時間。而內部作業面，也透過作業自動化系統建置，降低第一線人員作業負荷。因此在營收成長的帶動下以及內部管控得宜這兩大因素下，並持續以數據驅動營運績效，展現正面改善循環成效，故讓宅配通近年來持續成長，交出亮眼的成績單。



七、物流及轉運部門績效提升及環保效能

(一)績效改善

1、物流營收年平均成長 14.6%。

時 間	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020(預估)
物流營收(k 元)	444,830	460,636	514,364	706,106	823,037	902,192	1,000,023

2、倉儲使用率提昇：

時 間	2018	2019	2020(預估)
實際月平均材積數(才)	2,983,937	3,002,942	3,273,697
可儲放材積數(才)	3,710,953	3,666,403	3,692,492
倉儲使用率(%)	80.4	81.9	88.7
材積儲放用平均改善(才)		55,153	304,933

(二)生活物流資訊化提昇理貨效能

透過新 WMS 無紙化揀貨系統的投入，全生活物流工作效率由 2018 年之 40.6 件/時，上升至 2020 年 61.5 件/時，不僅增進工作效率，同時節省工時。2019 年節省 43,672 工時，2020 年預估節省 66,255 工時。新 WMS 無紙化揀貨系統的投入，不僅讓員工工作內容變得較為標準化與輕鬆，同時降低時數，不需再像以往加班，可縮短工時準時回家，增進員工工作滿意與幸福感。

時 間	2018	2019	2020(預估)
理貨件數(件)	4,156,787	5,796,417	7,915,288
理貨工時(時)	102,429	99,096	128,702
轉運理貨效率(件/時)	40.6	58.5	61.5
工時節省(時)		43,672	66,255

(三)轉運自動化提昇效能

透過自動化管理設施的投入，全轉運工作效率由 2018 年之 64.3 件/時，上升至 2020 年 70.9 件/時，不僅增進工作效率，同時節省工時。2019 年節省 35,951 工時，2020 年預估節省 54,040 工時。自動化管理設備投入，不僅讓員工工作內容變得較為標準化與輕鬆，同時降低時數，不需再像以往加班，可縮短工時準時回家，增進員工工作滿意與幸福感。

時 間	2018	2019	2020(預估)
理貨件數(件)	31,699,546	35,518,799	37,299,979
理貨工時(時)	492,941	516,440	526,052
轉運理貨效率(件/時)	64.3	68.8	70.9
工時節省(時)	-	35,951	54,040

(四)轉運調度即時化提昇效能

透過最新車輛調度系統設計，利用大型轉運中心的有效車隊集結，再加上大型貨櫃車輛的最適化調度，每一轉運車次的籠車裝載數量，由 2017 年的 14.65 籠，上升至 2020 年的 14.74 籠。有效車次派車與裝載，可同步下降外派車次，2018 年有效下降 441 車次，2019 年有效下降 592 車次，2020 年有效下降 751 車次，不僅增進車隊效率，同時有效降低車隊移動數，降低車隊在外碳排量，增進社會企業責任。

時 間	2017	2018	2019	2020(預估)
車趟次(車次)	100,375	107,682	116,004	122,962
裝載籠車數(籠)	1,470,922	1,584,470	1,708,630	1,812,930
每車次籠車數(籠車/車次)	14.65	14.71	14.73	14.74
車趟次節省(車次)		441	592	751

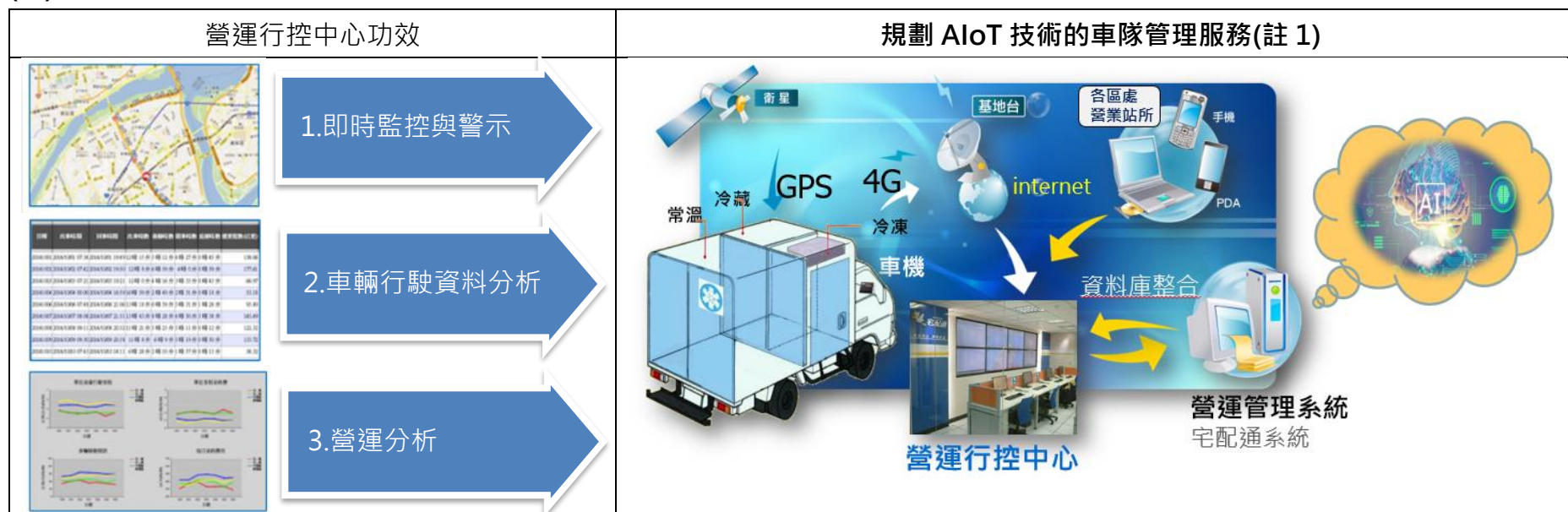
(五)轉運低溫節能系統提昇環保效能

桃園轉運中心全棟建築採真空絕熱庫板設計，透過填充芯材與真空保護表層貼合而成，可避免對流的熱量傳遞，熱傳導係數低，降溫速度快，保溫效果佳，可有效節電 5~15%。同時設計低溫理貨中心，所有低溫貨件移動，全數採蓄冷低溫籠車方式。這套蓄冷系統不僅可以解決不同溫層分開配送的模式，只要一般常溫貨車，就能同時運送各種溫層的食品，提高配送的效率。最重要的是不用電力供應，不像一般貨車的溫度調節是利用柴油發電控制，一年下來可以省下 23%油料消耗與 10%的電費。

時 間	2017	2018	2019	2020(預估)
低溫蓄冷籠車數(籠)	72,063	72,422	73,381	83,073
油耗節省(公升)	94,711	95,183	96,443	109,180

八、行控中心效能

(一)規劃整合 AIoT 技術的車隊管理服務



(二)車隊管理功能

<ul style="list-style-type: none"> ①全圖監控模式 ②地圖監控模式 ③速查表 ④行車記錄 ⑤多行車紀錄查詢 	<p>車輛監控</p>	<p>郵件管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> ①速查表郵件設定 ②行車紀錄郵件設定 ③溫度記錄郵件設定 ④怠速郵件設定 ⑤績效總表郵件設定
<ul style="list-style-type: none"> ①績效總表 ②行程報表 ③客勤報表 ④車輛到點報表 ⑤電子圍籬即時查詢 ⑥電子圍籬歷史查詢 	<p>績效管理</p>	<p>設定管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> ①公告管理 ②帳號管理 ③登入記錄 ④車輛設定 ⑤績效管理設定 ⑥身份識別上傳
<p>七日行車記錄</p>	<p>影像備份 (註 1)</p>	<p>虛擬隨車員 事件管理 (註 1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ①全台 915 台影像監控 ②事件警示 ③事件 15 秒錄影
<ul style="list-style-type: none"> ①異常車輛總表 ②失去聯絡車輛 ③超速車輛 ④怠速車輛 ⑤熄火車輛 ⑥越區車輛 ⑦道路速限 	<p>異常管理</p>	<p>其它管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> ①冷鍊溫度查詢 ②溫度查詢設定 ③地圖 DIY ④交通資訊查詢

(三)大數據分析(註 1)

車隊市場管理現況



(四)目前正在開發行控中心 AIoT，預計 2020 上線系統：行車影像即時監控、影像雲端調閱

註 1 說明：呈現內容為部份 2020 年未來規劃

04 環境及供應鏈

4.1 企業與環境平衡發展

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。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。

因應日趨嚴重的全球暖化與氣候變遷，台灣宅配通秉持「企業與環境平衡發展」理念，企業帶頭響應綠色行動、建構低碳環境，運用組織與制度的力量，掌握溫室氣體的排放數據，全力推動節能減碳，善盡「企業社會責任」，用行動愛護地球。

2019 年亮點績效



溫室氣體總排放量較基準年(2017年)減少 **434.180 tCO₂e**



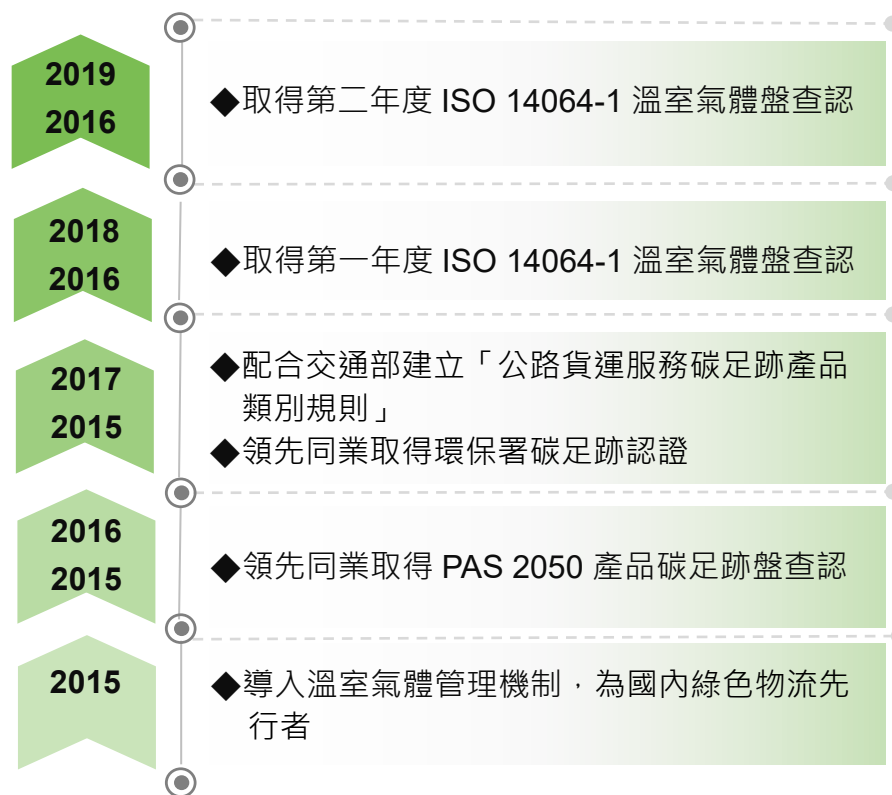
單位營收溫室氣體排放強度較 2018 年下降 **8.0%**



冷媒逸散之溫室氣體排放量較 2018 年減少

33.246 tCO₂e

因應溫室氣體減量及管理法，我國宣示 2050 年排放量回到 2005 年排放量 50% 目標，配合國家政策，台灣宅配通領先同業，自 2015 年起，積極投身環境議題，長期推動節能減碳計畫，自我檢視碳排狀況、落實企業社會責任。



▲ 環境面年度里程碑

4.2 永續目標與措施

4.2.1 對永續經營的承諾

為因應日趨嚴重的全球暖化與氣候變遷，台灣宅配通秉持「企業與環境平衡發展」理念，企業帶頭響應綠色行動、建構低碳環境，運用組織與制度的力量，掌握溫室氣體的排放數據，全力推動節能減碳，善盡「企業社會責任」，用行動愛護地球。

員工們確切落實環保與敦親睦鄰之舉，以實際行動貢獻自己的一份力量，落實公司將環境保護推廣到周遭社區的宗旨，不僅提升了員工對於社會責任的認同感，也發揚了公司的企業文化理念。

4.2.2 永續經營的措施

為落實企業社會責任，配合國家溫室氣體減量政策，台灣宅配通長期推動節能減碳計畫，首先於 2016 年初通過 BSI 認證，公司管理系統榮獲碳足跡驗證，為國內物流業者第一家取得碳足跡簽章。再於 2017 年初通過環保署審查，完成「公路貨運服務碳足跡產品類別規則 (PCR)」制訂、取得第三方查證機構(BSI)，為國內物流業者第一家同時取得國際級碳足跡認證及國內碳足跡標籤之宅配物流業者。隔年 2018 年開始導入溫室氣提盤查作業，積極投入環境保護議題。

為響應政府所提倡的空氣污染防制法，台灣宅配通每年皆投入鉅額資金進行車輛汰舊換新計畫，汰換老舊宅配車輛，降低空污與車故風險，並透過行控中心持續追蹤與管控全省宅配車配送怠速怠速即時狀況，減少污染源並節省能源，以符合政府環保政策。

◆公司相關節能減碳措施如下：

(1)運輸車輛汰舊更新與車輛調度：

優先汰換齡超過 9 年之車輛，並將老舊運輸車輛轉為備用，優先調度新購車輛，以提高本公司整體運輸能源使用效率。

為降低碳排放量及節能目標公司每年汰換老舊車輛，本公司於 2018 年共汰換 104 台，汰換率 12%。於 2019 年共汰換 46 台，汰換率 5%。

(2)車輛怠速監控：

持續透過車輛監控系統，常溫運輸車輛怠速超時即由行控中心專人通知駕駛檢視車輛狀態，車輛怠速未熄火之統計並納入營業所績效考核。

(3)營業場所節電：

依季節核配營業所每月用電量，並納入營業所績效考核；新增或搬遷之營業所依據照明需求改用 LED 燈泡與照度，逐步降低照明用電。

(4)淘汰耗能輪胎：

車輛保養維修時，依據實際需求，評估改用輪胎經濟部能源局「節能輪胎標誌」降低滾動阻力逐步淘汰耗能輪胎。

(5)提高裝載率：

因應勞工工時調整，安排有效運輸車次並提升籠車容量 5%，透過提高運輸車輛裝載率，降低單位貨運服務之溫室氣體排放。

(6)優化集配運輸路線：

評估轉運中心最適位置，優化集貨站與轉運中心之運輸路線。

4.3 溫室氣體盤查

台灣宅配通自 2018 年起開始導入溫室氣體盤查制度，盤查作業係參照 ISO 14064-1:2006 與行政院環保署「溫室氣體排放量盤查登錄管理辦法」等規定事項，自願性執行溫室氣體盤查作業程序，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，以符合政府、客戶、國際投資機構對碳揭露之要求，提供消費者高品質服務的同時也能關心環境，盡力保持低碳運輸。






Opinion Statement

**Greenhouse Gas Emissions
Verification Opinion Statement**

<p>This is to verify that: TAIWAN PELICAN EXPRESS CO., LTD. 2F. No.19-9, Sanchong Rd. Nangang Dist. Taipei 11501 Taiwan</p>	<p>台灣宅配通股份有限公司 台北市 南港區 三重路 19-9 號 2 樓 11501</p>
---	---

Holds Statement No: GHGEV 1858

Verification opinion statement
As a result of carrying out verification procedures in accordance with ISO 14064-3:2006, it is the opinion of BSI with reasonable assurance that:

- The Greenhouse Gas Emissions with TAIWAN PELICAN EXPRESS CO., LTD. for the period from 2019-01-01 to 2019-12-31 is 18,159.210 tonnes of CO₂ equivalent, including scope 1 emissions 13,948.4647 tonnes of CO₂ equivalent and scope 2 emissions 4,210.7451 tonnes of CO₂ equivalent.
- No material misstatements for the period from 2019-01-01 to 2019-12-31 Greenhouse Gas Emissions calculation were revealed.
- Data quality was considered acceptable in meeting the principles as set out in ISO/CNS 14064-1:2006.
- The emission factor for electricity for the year 2019 is 0.509 kgCO₂e per kWh.

For and on behalf of BSI:

Originally Issue: 2020-09-14





Managing Director BSI Taiwan, Peter Pu

Latest Issue: 2020-09-14

Page: 1 of 2

...making excellence a habit.™

The British Standards Institution is independent to the above named client and has no financial interest in the above named client. This Opinion Statement has been prepared for the above named client only for the purposes of verifying its statements relating to its carbon emissions more particularly described in the scope. It was not prepared for any other purpose. The British Standards Institution will not, in providing this Opinion Statement, accept or assume responsibility (legal or otherwise) or accept liability for or in connection with any other purpose for which it may be used or to any person by whom the Opinion Statement may be read. This Opinion Statement is prepared on the basis of review by The British Standards Institution of information presented to it by the above named client. This review does not extend beyond such information and is solely based on it. In performing such review, The British Standards Institution has assumed that all such information is complete and accurate. Any queries that may arise by virtue of this Opinion Statement or matters relating to it should be addressed to the above name client only.
Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No. 37, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

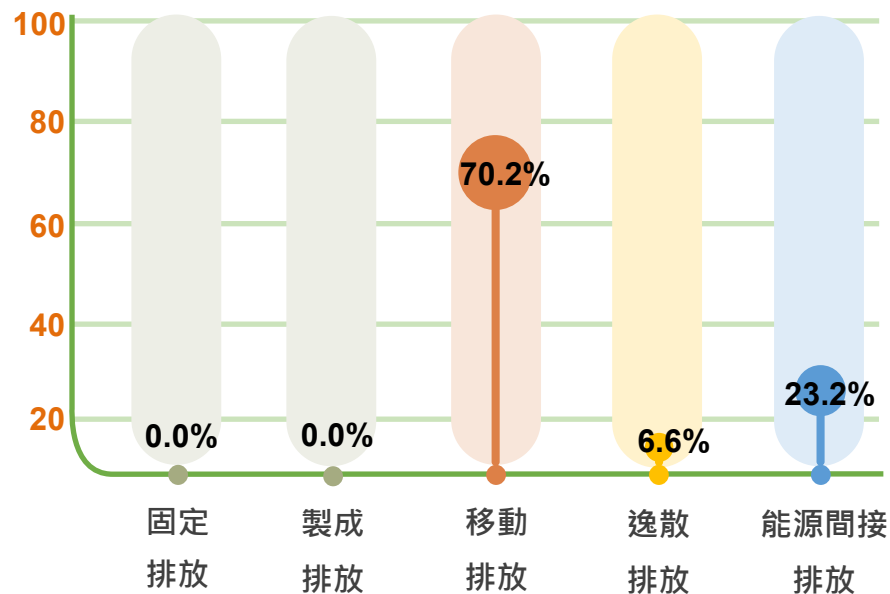
▲ ISO 14064-1 溫室氣體盤查認證

2019 年為公司盤查第二年，針對全公司組織邊界含總公司、全國各地營業所、物流中心、轉運中心等共 67 個據點，進行溫室氣體排放量盤查外部查證作業，並透過第三方查證單位 BSI (英國標準協會)查證，確保盤查數據準確性。

盤查結果顯示 2019 年公司溫室氣體排放量總計為 18,159.210 公噸二氧化碳當量，其中，移動排放源排放量占 70.2%，為主要排放源，其次為外購電力(能源間接排放源)與逸散排放源，各占 23.2%、6.6%，移動排放源與外購電力之排放量合計超過總排放量之 90%，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。

台灣宅配通溫室氣體盤查僅計算範疇一及範疇二，公司其他間接溫室氣體排放源主要來自員工通勤與廢棄物處理等，不納入排放量計算。各範疇排放源所對應活動與設備如下表所示，直接溫室氣體排放主要以範疇一排放為主，2019 年排放量為 13,948.465 公噸二氧化碳當量，範疇一排放量占組織內總排放量 76.8%。能源間接溫室氣體排放源(範疇二)主要為公司各服務站、物流倉、碼頭倉儲、辦公室、營業所、轉運中心等外購電力，根據盤查結果，2019 年範疇二溫室氣體排放量為 4,210.745 公噸二氧化碳當量，占總排放量 23.2%。

▼ 2019 年溫室氣體排放源占比

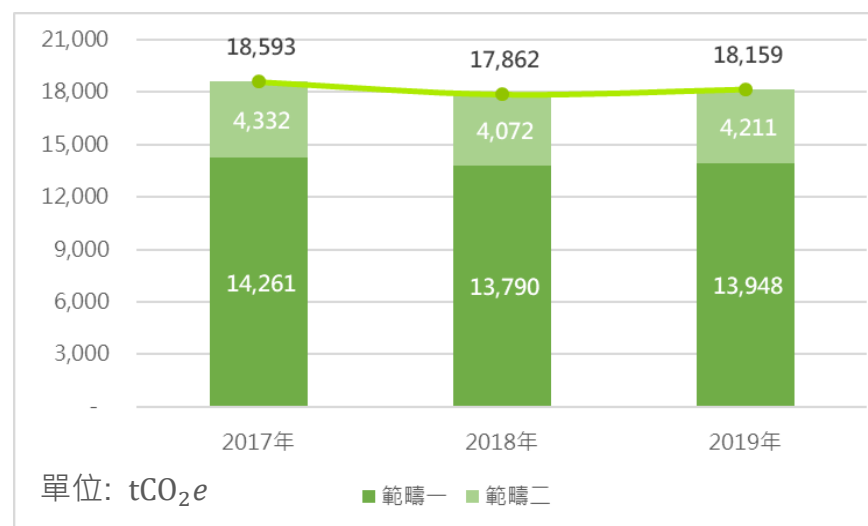


▼各範疇排放源對應活動/設備及排放量

範疇界定	排放源	對應活動或設備	排放當量 (tCO ₂ e/年)	占比 (%)
範疇一	固定源	發電機用油	0.258	0.0%
	移動源	<ul style="list-style-type: none"> 營運車輛用油 堆高機用油 緊急發電機用油 	12,748.630	70.2%
	逸散源	<ul style="list-style-type: none"> 辦公室冷媒逸散 車輛冷媒逸散 人員排放 (化糞池) 	1,199.577	6.6%
範疇二	能源間接	各場址外購電力	4,210.745	23.2%

在公司的支持及全體同仁的努力下，台灣宅配通以盤查首年 2017 年為基準年，溫室氣體排放量已連續兩年皆較基準年排放量下降，2019 年排放量總計較基準年減少 434.180 公噸二氧化碳當量，下降占比約 2.3%，其中，範疇一排放量減少 312.670 公噸二氧化碳當量，範疇二減少 121.510 公噸二氧化碳當量。2019 年溫室氣體總排放量較前一年度(2018 年)上升 297.109 公噸二氧化碳當量，增加比例為 1.7%，主要係因盤查範圍擴大，2019 年新增重電物流，其外購電力額度龐大，若排除新增據點之能源間接排放量，可減少 180.239 公噸二氧化碳當量，則 2019 年較前一年度僅增加 1.0%。

▼歷年全公司溫室氣體總排放量



4.3.1 單位營收溫室氣體排放強度

台灣宅配通溫室氣體排放以能源消耗為最大宗，包含營業車輛用油及各營業所之外購電力，其皆以營運為目的，每年公司營運擴大，勢必會增購車輛、增設營業所等，也將導致溫室氣體排放量增加，若單以每年溫室氣體排放總量評論減量成效，將有失精確，而公司營運規模最終將反應至公司營業收入，因此，應檢視每單位溫室氣體排放強度，作為碳排放減量之量化指標。

單看溫室氣體總排放量，2019 年較前一年度(2018 年)上升 297.109 公噸二氧化碳當量，增加比例為 1.7%；但以每百萬營收之溫室氣體排放量來看，2019 年排放量為 4.891 公噸二氧化碳當量/百萬元，較 2018 年減少排放 0.423 公噸二氧化碳當量/百萬元，降幅約 8.0%。與 2017 年相比，2019 年碳排放減量 1.186 公噸二氧化碳當量/百萬元，減量比例高達 19.5%，減量成效卓越。

▼單位營收溫室氣體排放強度

	單位	2017 年	2018 年	2019 年
營收淨額	仟元	3,059,610	3,360,947	3,712,520
溫室氣體排放量	tCO ₂ e	18,593.390	17,862.101	18,159.210
單位營收排放量	tCO ₂ e / 百萬元	6.077	5.315	4.891
減量比例	百分比	--	-12.5%	-8.0%

4.3.2 能源消耗用量

台灣宅配通提供公路貨物運輸與配送服務，溫室氣體排放量主要來自車輛移動使用之柴、汽油，與辦公室、倉儲外購電力，因此，公司相關減碳措施也將重點放在車輛設備管控與電力節約上，從近兩年的能源消耗用量能看出台灣宅配通減碳績效與公司對環境保護的重視。

近三年能源消耗用量如下表所示，2019 年柴油約使用 4,618,175 公升，汽油使用量約 215,606 公升，全公司場址總計外購電力約 8,272,584 千瓦小時。

▼能源消耗用量

能源	單位	2017 年	2018 年	2019 年
車用柴油	公升	4,742,005	4,447,404	4,618,175
車用汽油	公升	214,345	328,289	215,606
外購電力	千瓦小時	7,819,955	7,640,295	8,272,584

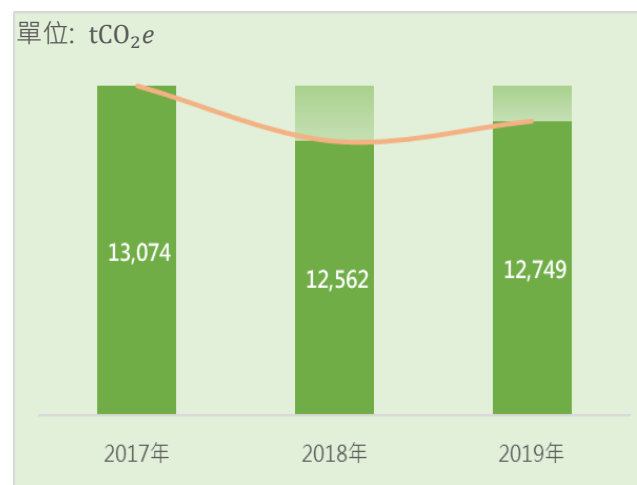
近三年能源消耗之溫室氣體排放當量如下表所示，2019 年柴油排放量为 12,239.765 公噸二氧化碳當量、汽油排放量 509.123 公噸二氧化碳當量，總計排放 12,748.888 公噸二氧化碳當量。外購電力總計排放 4,210.745 公噸二氧化碳當量。

▼能源消耗之溫室氣體排放當量

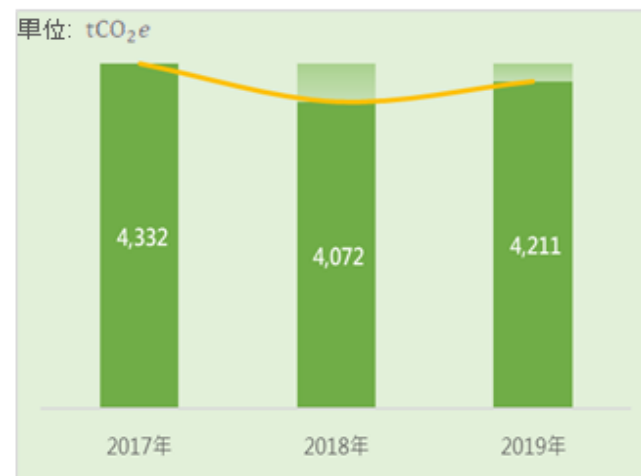
能源	單位	2017 年	2018 年	2019 年
車用柴油	tCO ₂ e	12,567.931	11,787.142	12,239.765
車用汽油	tCO ₂ e	506.154	775.209	509.123
外購電力	tCO ₂ e	4,332.255	4,072.277	4,210.745

車用柴、汽油溫室氣體排放量連續兩年皆較基準年(2017 年)下降，2019 年較基準年減少 325.197 公噸二氧化碳當量，降幅約 2.5%。車用柴、汽油 2019 年較前一年度增加 186.537 公噸二氧化碳當量之排放量，增加約 1.5%。

2019 年外購電力碳排放計算以經濟部能源局公告之 2019 年電力係數 0.509 公斤二氧化碳/度計算，較基準年減少 121.510 公噸二氧化碳當量，降幅為 2.8%；較前一年度增加 138.468 公噸二氧化碳當量，增加約 3.4%，主要係因盤查範圍擴大，若排除新增據點之能源間接排放量，2019 年反而較前一年度減少排放 41.771 公噸二氧化碳當量。



▲柴、汽油合計溫室氣體排放量



▲外購電力溫室氣體排放量

4.3.3 逸散源排放量

台灣宅配通溫室氣體逸散源對應活動包含辦公室冷媒逸散、車輛冷媒逸散及廢汙水處理(化糞池)，其占總排放量約 6.6%。

冷媒相關設備採排放係數法，以「初始填充量×逸散率=逸散量」計算，冷媒逸散率參考 IPCC 2006 建議值。冷媒相關設備之逸散率類別與其 2019 年溫室氣體排放量如下表所示。

▼冷媒相關設備之逸散率類別與排放當量

設備項目	逸散率類別	排放當量 (tCO ₂ e/年)
車輛前座空調	移動式空氣清淨機	107.536
低溫車後車廂	交通用冷凍、冷藏設備	348.274
辦公室冷氣機	住宅及商業建築冷氣機	32.683
冷凍櫃 冷凍冷藏櫃 組合式冷凍庫	工業冷凍、冷藏裝備， 包括食品加工及冷藏	27.666
凍結機	中、大型冷凍、冷藏設備	460.443
辦公室電冰箱 辦公室飲水機	家用冷凍、冷藏設備	0.000

台灣宅配通車輛皆裝有車輛監控系統，可即時監控車輛與駕駛員行為，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，其成效顯著，2019 年車輛前座空調冷媒逸散之溫室氣體排放量為 107.536 公噸二氧化碳當量，較前一年度減少排放 18.304 公噸二氧化碳當量，降幅約為 14.5%。

▼歷年冷媒逸散之溫室氣體排放當量

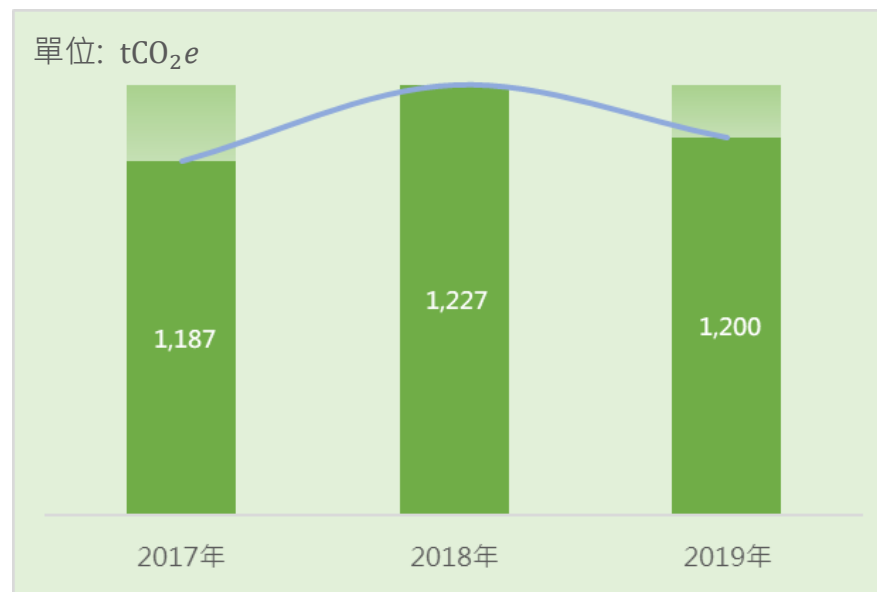
能源	單位	2017 年	2018 年	2019 年
車輛前座空調冷媒	tCO ₂ e	120.406	125.840	107.536
低溫車後車廂冷媒	tCO ₂ e	349.058	363.569	348.274
辦公室設備冷媒	tCO ₂ e	519.014	520.439	520.792

廢汙水處理(化糞池)之溫室氣體排放量以全年度員工出勤總工時估算，活動數據來自出勤系統資料。2019 年員工總工時共計 5,596,039 人時，溫室氣體排放量為 222.975 公噸二氧化碳當量，較前一年度排放增加 5.368 公噸二氧化碳當量，增幅約 2.5%。

▼ 歷年員工出勤總工時與廢汙水溫室氣體排放當量

能源	單位	2017 年	2018 年	2019 年
總工時	人時	4,983,628	5,461,346	5,596,039
排放當量	tCO ₂ e	198.573	217.608	222.975

▼ 歷年逸散源排放量



4.4 永續供應鏈

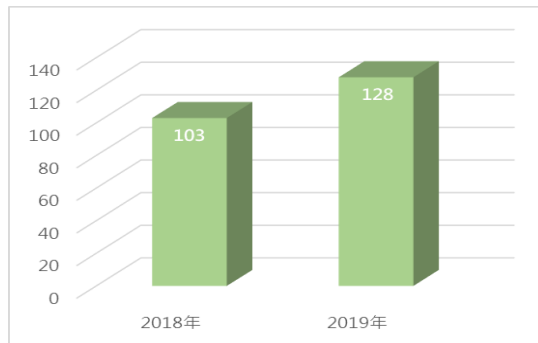
4.4.1 供應商遴選及評鑑機制

隨著自然資源日漸拮据，各產業對企業永續發展議題逐漸重視，本公司著重到在供應鏈的管理上應融入更多永續概念的精神，逐步把環境、社會與勞工實務等標準與相關議題加入供應商遴選機制中，以帶動整體供應鏈向上的發展。

為維持供應物料品質無虞，公司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。

在供應商評鑑方面，台灣宅配通大型採購之供應商每 2 年進行供應商評鑑，依據廠商資格、經營管理、品管能力及生產技術項目進行評核，並要求合格供應商需秉持誠信經營提供完善的存貨供應機制，以確保各項採購支出能達到最大效益，並有效防止供應鍊中斷之情事發生。

2019 年評鑑廠商為 128 家，較前一年度評鑑廠商數多 25 家，增比約為 24%。



▲ 供應商評鑑廠商家數

4.4.2 在地供應商的採購

在地供應商採購不僅能減少原物料之運輸過程、降低溫室氣體排放，同時也能增進當地經濟與提高就業機會，因此，台灣宅配通在包材採購策略上，在不影響品質及縮短供應時間考量下，採向在地供應商採購為原則。

2019 年，台灣宅配通包材採購比數為 982 筆，較 2018 年度增加 141 筆，而向在地企業供應商採購比例達 100%。其中，採購品為境外加工金額占比由前一年度 3.2% 下降至 0.5%，總計下降 2.7%。

▼ 包材採購

	2018 年	2019 年
總採購筆數	841	982
在地供應商採購比例	100.0%	100.0%
採購品項境外加工金額金額比例	3.2%	0.5%

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。

台灣宅配通的人權政策宣言如下

完善員工申訴機制	官網及內部網站公告有員工申訴信箱及申訴專線，並規劃有周全、保密的申訴流程，依法、秉公處理員工申訴案件，保障員工權益。
開設相關課程	每年定期開辦職場霸凌、不法侵害、暴力防治、性騷擾防治、行為準則等宣導課程，以2019年為例，本公司共計開辦26個梯次宣導課程。
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，本公司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、保護和確保所有身心障礙人士充分和平等的享有一切人權和基本自由，並促進對身心障礙人士固有尊嚴和尊重。以2019年為例，依法應足額晉用21位身心障礙人員，宅配通身心障礙同仁達31位，優於法令晉用比例47.6%，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之人權保障。
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，以2019年度共計開辦達28個梯次的訓練課程。 (2)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)。

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，考核之目的除了視工作成果外，同時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，並於每季調整。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）。

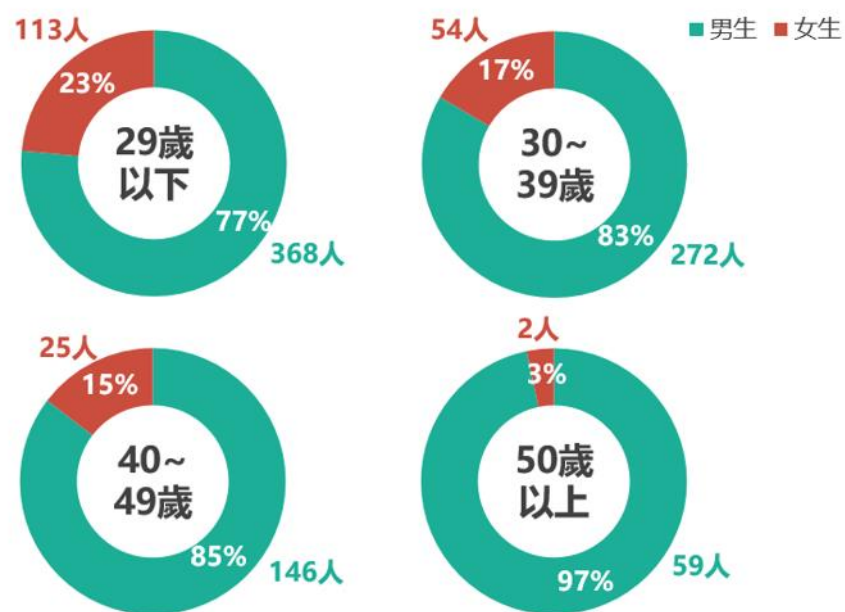
為使同仁均具備反貪腐之法令觀念，本公司於新進人員訓練、主管培訓等各項訓練課程中，納入各種業務之相關規定及法治觀念。此外，並於朝會時進行反貪腐政策宣導，培養同仁正確之工作道德觀，同時提升其對反貪腐風險鑑別之能力。

◆員工人力結構

為滿足全台消費者及各企業需求，台灣宅配通於全台各地(包含離島地區)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 2019 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 2,132 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。2019 年共計 31 位身心障礙員工，佔員工總人數 1.5%，為法定名額 1.5 倍。除身心障礙的員工外，同時雇用 28 位原住民員工，佔員工總人數 1.3%。

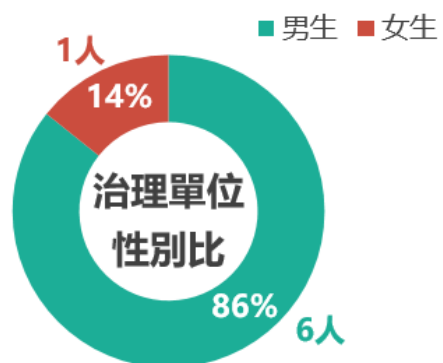
員工新進與離職分析		新進員工		離職員工	
		人數	比例	總數	比例
依性別	男	845	81.33%	771	82.37%
	女	194	18.67%	165	17.63%
依年齡層	≤30 歲	523	50.34%	428	45.73%
	30~50 歲	455	43.79%	451	48.18%
	≥50 歲	61	5.87%	57	6.09%
依地區	北部	565	54.38%	501	53.53%
	中部	199	19.15%	175	18.70%
	南部	275	26.47%	260	27.78%
合計		1039	100%	936	100%

◆新進及離職員工結構



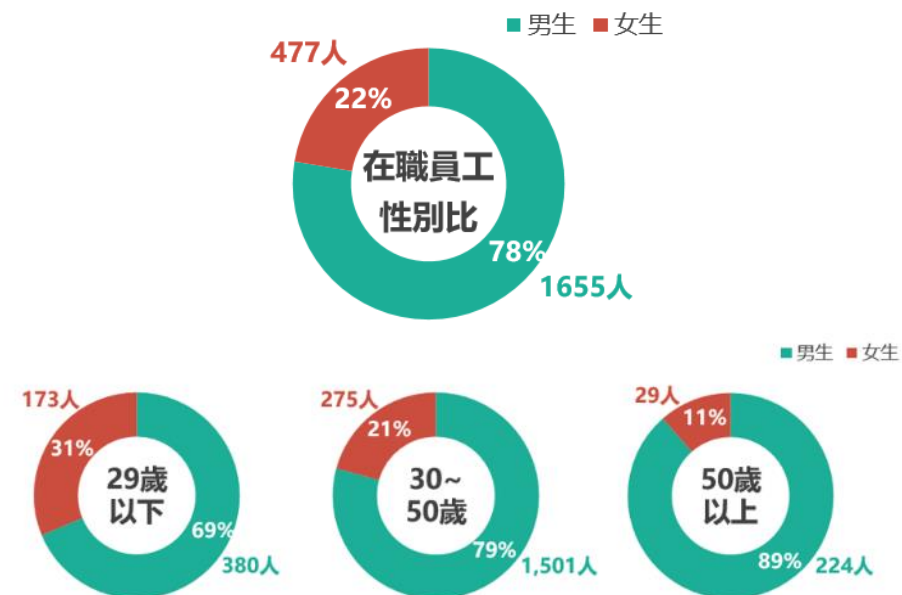
◆組織治理單位

性別	人數	比例
男性	6	85.7%
女性	1	14.3%



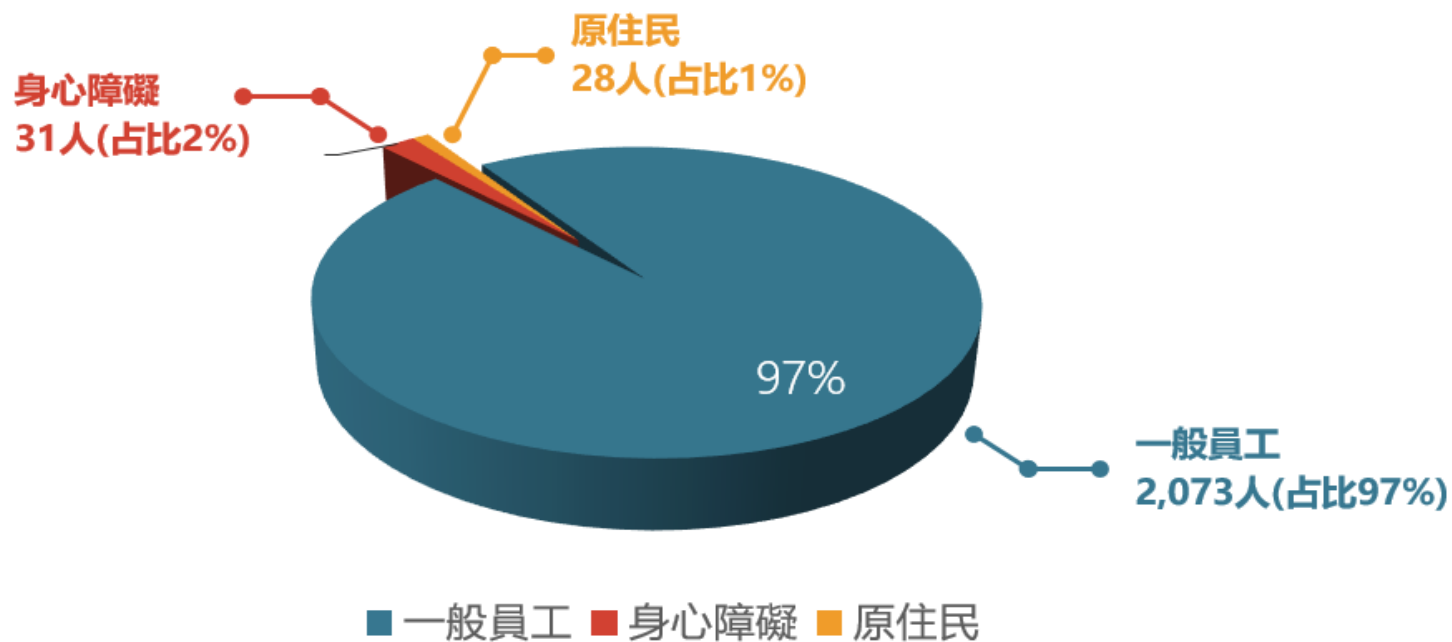
◆全體員工數據分析

性別/ 年齡	29歲以下	30~50歲	50歲以上	總計	比例
男性	380	1051	224	1655	77.6%
女性	173	275	29	477	22.4%
總計	553	1326	253	2132	100%
比例	25.9%	62.2%	11.9%	100.0%	



◆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	2073	31	28
優於法令晉用比例		1.5%	1.3%



5.3 多元且永續的人才培訓與職涯發展

5.3.1 企業人才培訓

為因應公司未來發展策略與擴展需求、培育員工符合未來企業發展之所需、並提升企業與員工的整體競爭力，台灣宅配通致力於建置多元永續性的教育訓練機制，規劃各階層訓練課程與專業領域職能，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職能，善盡對於員工的企業責任。

公司的人才培訓包含完整新進人員訓練、儲備管理人才培訓、管理階層訓練、通識課程以及各種專業外訓與證照課程。因為重視訓練品質與學習成效，我們在課前進行需求了解、課後進行成效檢核與課程改善；2019 年課後滿意度達 91.67%。

公司每年持續開辦各類型訓練課程，對於教育訓練的投資亦是逐年增加。2019 年全年教育訓練費用為新台幣 1,967,225 元，較 2018 年增加 16.9%。

2019 年受訓人數共 1599 人，每人接受訓練平均時數為 10.4 小時。其中，女性員工每人受訓平均時數為 8.81 小時，男性員工為 10.63 小時。主管職每人接受訓練平均時數為 5.46 小時，非主管職為 12.97 小時。

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。



(一)新進人員訓練與輔導機制

公司為善盡員工的培育與輔導照顧，使新進人員自到職起便能獲得完整的訓練與照顧，規劃了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，協助新進同仁了解企業、快速掌握從事各項業務標準流程與必須遵循的規範、強化同仁對公司的認同；透過有系統的規劃，提昇新進同仁學習品質，使其在工作上更能發揮所長，做為能力養成與職涯發展的基石。2019年新進人員訓練開辦 23 梯次，共計 641 人參訓。

◆ 新人到職協助：

安排幹部進行工作說明、了解環境，協助適應，並安排跟隨資深同仁出車見習。

◆ 聯合新人訓練課程：

包括「組織制度介紹」、「產業及產品知識」、「各項作業流程」、「車輛安全」、「法規知識」五類。

◆ 新人適應關懷：

於新人到職 1 個月後，對新人進行問卷調查，包含幾個面向：同事互動、工作學習、主管協助、問題反應。



二、基層幹部養成訓練

宅配產業屬勞力密集性高的產業，管理問題就顯得極其重要，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的困難，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。2019 年共計 15 人參訓，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：品質各項作業流程、5S 與警告清單運用、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、人力資源實務、公文寫作實務。

(7).營運：小組運能規劃、現場單位營運實務與應用、雷射槍生存體驗營。

三、主管養成訓練

宅配物流產業每年高速的成長，組織需相對進行策略性擴張，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，能不斷提升企業競爭力。

儲備經理培訓方案結合了實體與線上學習模式以及參訪實習學習，透過多元豐富的課程設計打造實力堅強的管理團隊，同仁結訓後也將優先獲得晉升資格保障。2019 年共計 16 人參訓，開辦之訓練課程內容如下：

(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、口才表達與簡報技巧。

(3).品質管理：顧客抱怨與客訴處理技巧、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：人才招聘暨法規實務、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、請採購、修繕及租賃流程、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、轄區營運分析、準配率及運能管理、跨區參訪與見習、溝通協調與衝突處理、情緒等級管理、危機管理與處理技巧。



▲儲備經理結訓合影



▲課堂講授結合演練



▲主題式活動學習

四、管理階層訓練

為提升公司經營績效、增進主管管理職能、培育其整合能力、加強法遵意識、並且儲備高階管理人才，台灣宅配通每年配合公司策略發展需求開辦管理階層訓練。2019 年共計 319 人參訓。

課程主題如下：

(1)主管不可不知的法律二三事：

強化管理階層的勞動法令認識與法遵意識。

(2)勞資爭議處理技巧與案例解析：

透過專業律師講授與案例學習，增加管理階層的勞資爭議處理能力。

(3)黑暗對話工作坊：

以同理心、溝通、突破框架為課程主軸。這堂課程的進行方式有別於傳統，參加學員進入到全黑暗的環境後，體驗因短暫失能的放慢腳步及五感衝擊，在視障者培訓師帶領下，以分組方式完成各項任務。明盲反差的課程安排，讓參加學員卸下心防、省視自己的核心價值，也透過黑暗氛圍，讓參與學員彼此激盪、自我反饋。



▲ 黑暗對話課程

五、通識課程

多能工的時代，員工整體能力的提升是打造未來精緻化團隊的必要條件。我們藉由通識課程的安排，建構同仁正確的價值理念、增進其自我認知、提升其各項職能。2019年通識課程共計216人參訓，開辦之訓練課程如下：

(1)專案管理	(3)用正能量創造接地氣的服務
(2)情緒管理	(4)內部講師訓練

六、績優員工海外見習

實地見習是除了課堂學習、工作中學習外的一種印象深刻的學習方式。台灣宅配通每年遴選績優員工赴日參訪，以作業品質及工作指導為主軸，進行同業標竿學習，費用則是由公司全額補助。2019年共計有5位績優員工赴日見習。



5.3.2 教育訓練成果

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，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，有助於企業的永續經營與發展。

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，讓訓練成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。

107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%**。108年全年營業收入淨額為新台幣3,712,520仟元，較107年成長**10.46%**。

5.3.3 教育訓練概況

項目/年度	2018			2019		
	女	男	合計	女	男	合計
總訓練時數	1602.5	16122	17724	1912.5	14696.5	16609
總受訓人數	148	1335	1483	217	1382	1599
每人平均訓練時數	10.83	12.08	11.95	8.81	10.63	10.40
主管職平均訓練時數	9.59	8.37	8.56	4.58	5.61	5.46
非主管職平均訓練時數	11.42	12.99	12.86	11.44	13.20	12.97
全年教育訓練費用(元)	1,682,872			1,967,225		

公司每年持續開辦各類型訓練課程，對於教育訓練的投資亦是逐年增加。2019 年全年教育訓練費用為新台幣 1,967,225 元，較 2018 年增加 16.9%。

2019 年受訓人數共 1599 人，每人接受訓練平均時數為 10.4 小時。其中，女性員工每人受訓平均時數為 8.81 小時，男性員工為 10.63 小時。主管職每人接受訓練平均時數為 5.46 小時，非主管職為 12.97 小時。



▲人員管理訓練

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，2019 年同仁眷屬投保人數為 71 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，2019年同仁眷屬投保人數為71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

台灣宅配通依勞基法規定執行育嬰假，員工任職滿一年、子女滿三歲前可申請育嬰留職停薪，最多不超過二年。員工依需要申請育嬰留職停薪，公司亦會主動完成勞、健保續保，並協助辦理相關津貼的申請。育嬰留職停薪期滿後，公司會安排回任原單位職務或輔導新職。

2019年計有13位同仁提出育嬰留職停薪申請，復職率為50%。2019全年度共有19位女性同仁請產假、16位請產檢假、44位男性同仁請陪產假。

此外，公司設有「職業安全衛生中心」，專職護理師亦會於女性員工懷孕期間關懷其身心狀態並提供專業諮詢。

▼ 2018-2019 年育嬰留職停薪申請及復職率統計表

No.	項目	2018			2019		
		女	男	小計	女	男	小計
A	具有育嬰假申請資格人數	41	152	193	47	160	207
B	實際申請育嬰留停人數	10	13	23	8	5	13
C	育嬰留停應復職人數	12	16	28	9	7	16
D	育嬰留停實際復職人數	6	7	13	5	3	8
E	前一年度育嬰復職人數	8	6	14	9	7	16
F	前一年度育嬰復職持續工作一年人數	6	4	10	8	6	14
G	復職率	50.00%	43.75%	46.43%	55.56%	42.86%	50.00%
H	留職率	75.00%	66.67%	71.43%	88.89%	85.71%	87.50%

單位：人

說明：

- 具有育嬰假申請資格人數(A)：3年內(2017/1/1-2019/12/31)請過產假(女)或陪產假(男)的人數。
- 復職率(G)公式為： $D/C \times 100\%$
- 留職率(H)公式為： $F/E \times 100\%$

5.5 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：

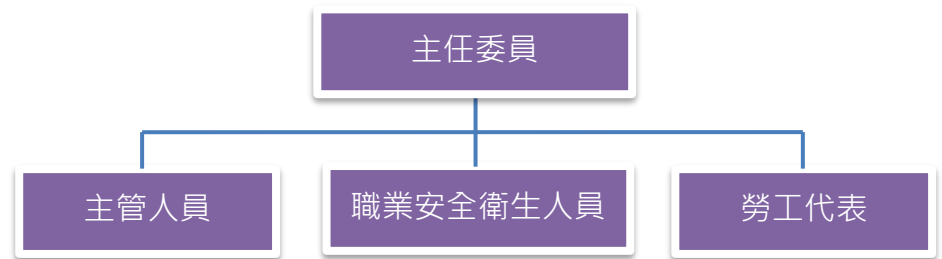
符合法規，順應國際環保趨勢，滿足利害相關人要求與期望。健全環安管理系統，落實環境保護與損害防阻。加強風險評估及教育訓練，施行環安稽核，以維護安全、健康、整潔之工作環境，提升工安環保績效。積極提倡全員與承攬商參與環保與安全衛生活動，並加強溝通與協調，善盡企業公民責任。

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。

5.5.1 職業安全衛生管理委員會

本公司秉持職安衛政策核心價值理念之一「尊重生命」，為落實全面安全衛生管理工作，本公司已訂定「員工安全衛生工作守則」，並依法設置「公司級職業安全衛生委員會」，由總經理擔任主任委員；各級委員會委員由職業安全衛生人員、主管人員、勞工代表組成，其中勞工代占委員總人數 1/3 以上。

委員組織架構如下：



▼圖 2019 安全衛生委員會組織

委員會成員	職業安全衛生委員會
主任委員	總經理
主管人員	各處處長
職業安全衛生人員	職業安全中心經理、專員
勞工代表	勞資會議勞方代表

5.5.2 職業安全衛生管理

本公司在職業安全衛生管理方面，除依規設置「職業安全衛生委員會」，並承諾致力增進員工安全、消弭風險、強化溝通機制以提昇職安衛成效。透過每年訂定「職業安全衛生管理計畫」，並訂定「員工安全衛生工作守則」，提升安全意識與安全參與：

(1) 職業安全衛生巡檢

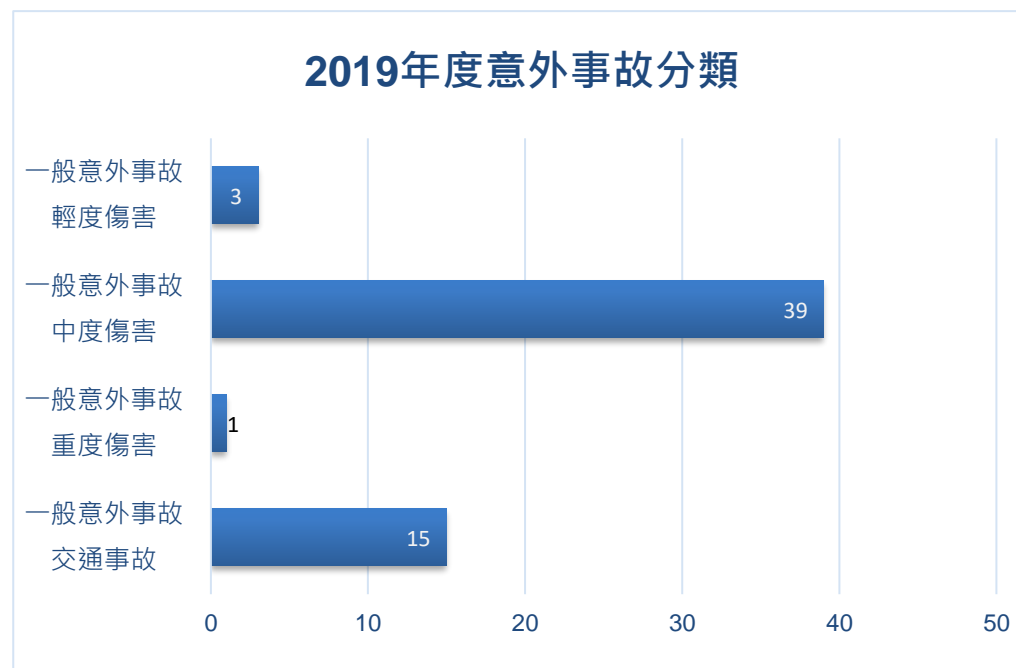
每季分站進行職業安全衛生巡檢，針對各項作業進行危害告知與風險評估，並就缺失予以記錄及要求改善與提出預防控制措施，確保員工在工作場所的職場安全。

(2) 事故通報機制

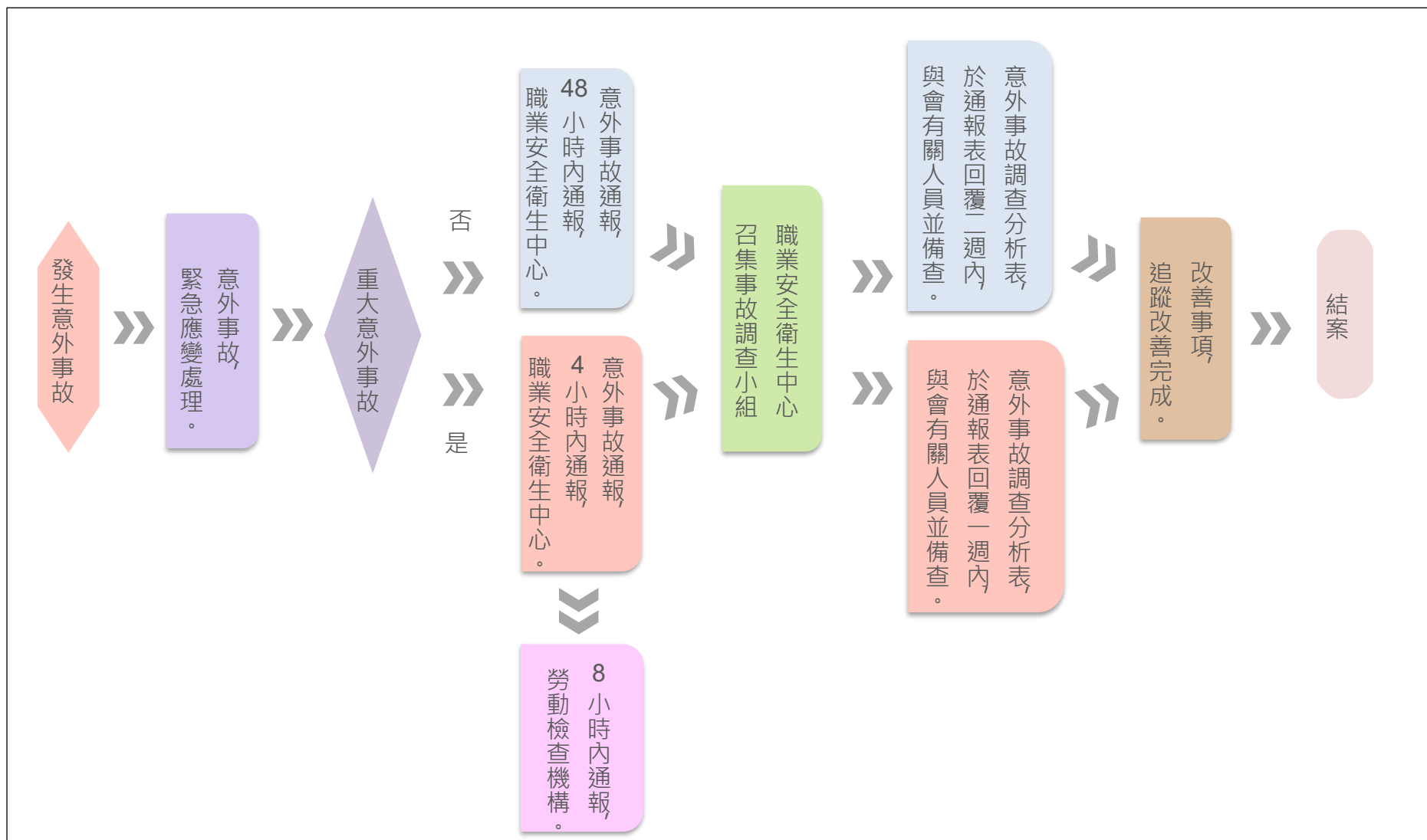
為落實職業安全衛生管控，強化職業傷害的預防，並針對本公司員工發生意外事故之緊急處理及後續之調查方式，以詳實及系統化的記錄與追蹤管理降低意外事故之損失，訂定有「員工意外事故處理辦法」，並依職業安全衛生法的相關規定，每月定期上網申報職業災害統計分析。同時建立完整的職業災害通報機制，除通報各相關主管外，並啟動事故調查、分析事故原因及改善外，定期宣導有關安全衛生事項，亦追蹤受職業災害者的復原狀況進行配工、復工評估，以防止類似情形再發生。

事故分類	合計
一般意外事故交通事故	15
一般意外事故重度傷害	1
一般意外事故中度傷害	39
一般意外事故輕度傷害	3

▼圖 2019 年勞動場所意外事故分類



▼圖 意外事故調查處理流程



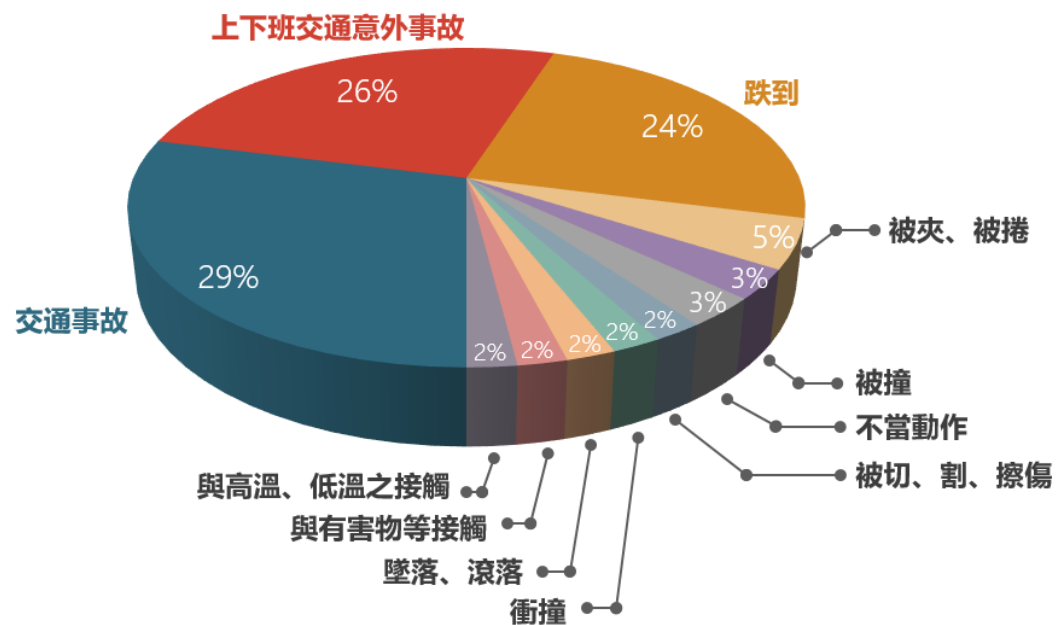
▼圖 2019 年勞動場所意外事故分類

2019 年一般意外事故交通事故	合計
失能傷害	13
輕傷害	2

▼表 2019 年上、下班意外事故分類(含交通事故)

事故類型	合計
上下班交通意外事故	15
不當動作	2
交通事故	17
被切、割、擦傷	1
被夾、被捲	3
被撞	2
跌倒	14
與有害物等接觸	1
墜落、滾落	1
衝撞	1
與高溫、低溫之接觸	1

▼圖 2019 年意外事故類型



(3)教育訓練

2019 年持續辦理「職業安全衛生業務主管訓練」、「荷重在一公噸以上之堆高機操作人員在職教育訓練」、「急救人員在職訓練」、「防火管理人訓練」、「固定式起重機在職教育訓練」、「勞工健康服務護理人員安全衛生教育訓練」、「職安暨車安講座訓練」等各類安全衛生教育訓練，提升各級主管及同仁之安全衛生認知與能力及專業技能。訓練課程、辦理梯次及參加人員統計如右表：



▲ 圖 2019 年度現場主管職安暨車安講座訓練

課程名程	梯次 (場次)	參加人 數
職業安全衛生業務主管訓練 (初訓)	4	4
職業安全衛生業務主管訓練 (複訓)	31	46
荷重在一公噸以上之堆高機操作人員在職教育訓練 (初訓)	9	10
荷重在一公噸以上之堆高機操作人員在職教育訓練 (複訓)	48	149
急救人員在職訓練 (初訓)	6	6
急救人員在職訓練 (複訓)	15	21
防火管理人訓練 (初訓)	6	6
防火管理人訓練 (複訓)	18	35
固定式起重機在職教育訓練(複訓)	1	11
勞工健康服務護理人員安全衛生教育訓練	1	1
2019 年度現場主管職安暨車安獎座訓練	3	139
總 計	142	428

▲表、2019 年各類職業證照訓練梯次(場次)及參加人數

5.5.3 健康促進與關懷

(1) 員工健康檢查與健康諮詢

本公司提供優於法定頻率之員工健康檢查，每年辦理全公司員工健康檢查。並於健檢完成後，本公司安排健檢醫院提供健檢結果說明書並由職醫及護理人員定期至各廠區向同仁說明各項指標代表意義與健康諮詢。由所屬單位主管及職安中心成員進行健康關懷，以協助同仁更加了解健檢結果，早期防治或提早發現與治療。

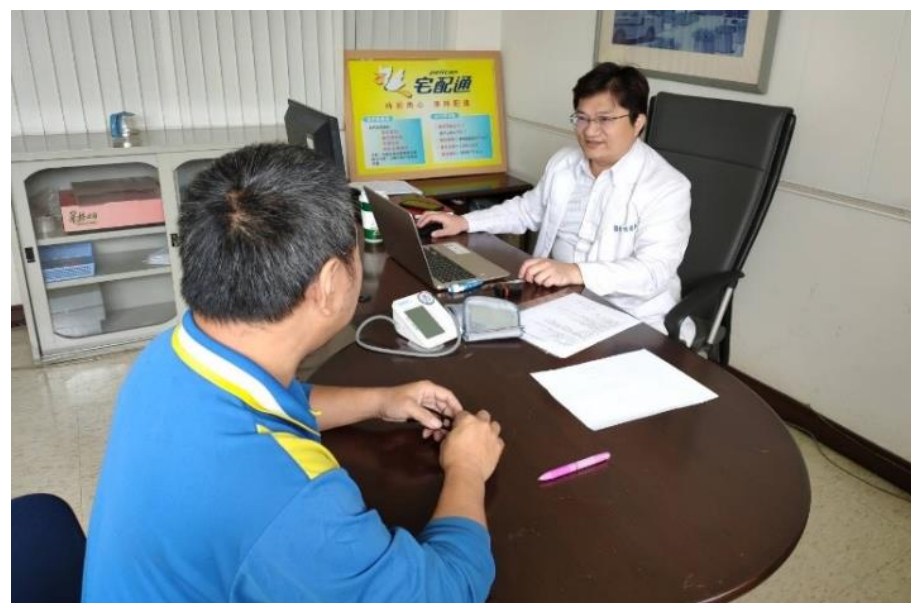
▼ 健康風險分析-

心血管風險評估量表維佛萊明風險分數表
(Framingham risk score)

年份	2018	2019
低度風險(<10%)人數	1244	1781
中度危險(10~20%)人數	141	224
高度危險(>20%)人數	33	33



▲圖 2019 臨場檢康檢查



▲圖 2019 員工健康諮詢及職醫進行面談情形

(2)健康促進活動與課程

本公司定期推展健康促進相關對應活動與追蹤管理計劃，舉辦「戒菸禁檳活動」以及「愛心捐血活動」，並預定規劃辦理「不法侵害預防宣導-(職場衝突管理)」、「減重獎勵活動」、「紓壓管理與實作講座」、「足部保護-(足筋)健康講座」等健康管理相關講座與追蹤管理計劃，持續關懷員工的健康及增進員工自我保健的觀念，預防疾病發生。

年份	年職場戒菸服務參與人數
2019	86

▲表 職場健康促進活動-職場戒菸服務參與人數



▲圖 2019 戒菸禁檳活動

年份	2017	2018	2019
宣導場次	5	8	16
參加人數	77	126	217

▲表 職安中心主管至各場區宣導場次及參加人數



▲圖 2019 愛心捐血活動

防止職場暴力及不法侵害宣導!

(一)為確保本公司全體員工之工作安全及身心健康，同時免於各項職場之暴力侵犯及不法侵害，依本公司[執行職務遭受不法侵害防護計畫]，本公司設有職場暴力諮詢、申訴管道：

申訴專用電子信箱：hr01@e-can.com.tw。

(二)每位同仁都可能受到個人、生活或工作相關議題影響工作表現與情緒，當有不舒服的情緒或遭受如下列行為之侵害：

- (1)肢體暴力：如毆打、抓傷、拳打、腳踢等。
- (2)心理暴力：如威脅、欺凌、騷擾、歧視等。
- (3)語言暴力：如霸凌、恐嚇、干擾、辱罵等。
- (4)性騷擾：如不當的性暗示言語與行為等。

我們鼓勵您可以善用諮詢、申訴管道。

(三)為保障所有工作者在執行職務過程中免於身體或精神不法侵害而致生、心理疾病，宣導職場暴力零容忍的政策與目標。

攜手營造友善工作環境、提升全員健康身心活力!



▲圖 2019 禁止不法侵害之聲面聲明



▲圖 2019 職安中心至各場區進行各項安全衛生宣導

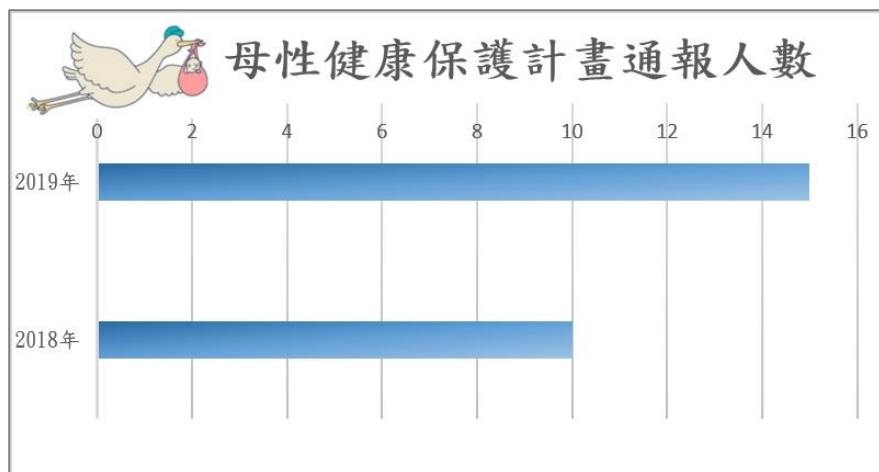
(3)母性健康保護與衛教宣導

本公司為確保懷孕、產後哺乳女性員工之身心健康，採取必要之安全衛生措施與計劃，以達到女性員工保護目的。提供保護措施及由職安中心護理師定期追蹤提供關懷與協助，且為保護母性員工有安全及舒適的工作環境，會依母性員工意願調整適合的工作內容或工作地點。

此外，本公司於全省各單位，皆發有電子血壓計，為協助各區主管促進同仁健康、遠離疾病、重視三高，職安中心護理師會定期至全省各區進行衛教，並也會帶著大家一起操作，與公司共同關心同仁健康。

年份	2018	2019
通報人數	10	15

▲圖 工作場所母性健康保護計畫通報人數



妊娠及分娩後未滿一年之勞工健康情形自我評估表 (勞工本人填寫，可參閱孕婦健康手冊)				
基本資料		填寫內容	婦產科相關病史	
1	員工編號	00226	免疫狀況 (曾接受疫苗注射或具有抗體) :	
2	姓名	Banana	1 B型肝炎	否
3	年齡	18	2 水痘	否
4	單位/部門名稱	AA	3 MMR (麻疹-腮腺炎-德國麻疹)	否
5	職務	業助小秘書	生產史	
6	目前班別	常日班	1 懷孕次數 (僅可填數字)	1
7	妊娠週數	12	2 生產次數 (僅可填數字)	0
8	預產期 (YYYY/MM/DD)	2017/03/08	3 流產次數 (僅可填數字)	0
9	本次妊娠有無多胎情形	否	生產方式	
10	分娩日期		1 自然產 (僅可填數字)	1
11	是否哺乳	是	2 剖腹產 (僅可填數字)	0
過去疾病史			3 併發症 (僅可填數字)	0
1	氣喘	否	過去懷孕病史	
2	高血壓	否	1 先天性子宮異常	否
3	糖尿病	否	2 子宮肌瘤	否
4	心血管疾病	否	3 子宮頸手術病史	否
5	蠶豆症	否	4 曾有第2孕期 (14週) 以上之流產	否
6	腎臟或泌尿系統疾病	否	5 早產 (懷孕未滿37週之生產) 史	否
7	其他		6 其他	
家族病史			妊娠及分娩後風險因子評估	
1	氣喘	否	1 未進行規律產檢	否
2	高血壓	否	2 抽菸	否
3	糖尿病	否	3 喝酒	否
4	心血管疾病	是	4 藥物，請敘明：	否
5	蠶豆症	否	5 年齡 (未滿18歲或大於40歲)	否
6	腎臟或泌尿系統疾病	否	6 生活環境因素 (例如熱、空氣汙染)	否
7	其他		7 孕前體重未滿45公斤、身高未滿150公分	否
自覺徵狀			8 焦慮症	否
1	出血	是	9 憂鬱症	否
2	腹痛	是	10 睡眠_失眠	否
3	痙攣	是	11 睡眠_需使用藥物	是
4	其他症狀		12 其他	
備註	備註 OK			

請於面談時將此表單及孕婦健康手冊交予勞工健康服務醫師或護理人員，謝謝！

▲圖 妊娠員工自我評估表

▼表 護理師至各場區宣導場次及參加人數

年份	2017	2018	2019
宣導場次	5	8	16
參加人數	77	126	217



▲圖 2019 宅配通職護進行衛教及血壓計操作宣導



▲圖 職業安全衛生委員會職護宣導

5.6 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。
2015年	參與 SOGO 百貨攜手愛心二手衣回收做公益
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
2016年	美濃強震重創台南 台灣宅配通義務配送賑災物資
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
2018年	參與台灣大哥大基金會「微熱心溫度」聖誕禮物公益配送
2018年	參與喜憨兒送愛到部落偏鄉之公益宅配
2018年	響應花旗聯合勸募「一起愛 愛不同」見證禮公益宅配
2018年	參與東元集團愛心捐血活動。
2018年	參與中信基金會攜手推廣藝文公益夥伴
2018年	參與 Bravo 廣播電台盒中有愛 溫暖耶誕偏鄉孩童

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 2019 年公益活動條列如下：

關懷稻農 大嘴鳥的一畝田



台灣宅配通企業認養 0.25 公頃一畝田，將認養基金受惠辛苦的農民王連寶先生，為台灣土地與稻農盡一份心力，並用愛心種下秧苗，讓台灣人吃到優良的台灣米，表達對土地的關懷並對環境的永續經營。後續亦將收成契作製作成米磚義賣，義賣金額約 50,000 元全數捐給東元科技文教基金會，贊助「2020 驚嘆樂舞-臺灣原住民樂舞饗宴」活動經費及免費配送門票事宜。2020 年規劃將收割後的稻米捐贈予需求米的社福單位。

宅配通助寒士順利就業



台灣宅配通為讓寒士朋友同享佳節，連續二年響應人安基金會舉辦「寒士慶中秋」活動公益宅配愛心月餅禮盒，由知名糕餅業者「薏泰食品」、電商「生活市集」平台，並透過台灣宅配通公益宅配贊助，一起攜手合作把「月圓人安」愛心月餅禮盒成功義賣與用愛公益宅配，也將義賣所得也將全數支持「寒士慶中秋」活動，發揮人飢己飢、人溺己溺的精神，以行動送愛心祝寒士順利就業。

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。

2020 年繼續號召同仁捐血公益善行。

送愛溫暖弱勢孩童學習



台灣宅配通長期關懷弱勢族群，與忠義基金會合作的公益宅配邁入第五年，用行動付諸公益將全球人壽義賣活動的無毒米、友善茶，以最迅速的公益宅配送達民眾手中，將愛心資源溫暖弱勢兒盡一份心力，不遺餘力。

宅配通深耕品格·傳遞愛



台灣宅配通發揮公益宅配的精神，與華書基金會一起深耕「英文品格多元教學」傳遞愛，將書籍教材運送到小學，讓不分年齡給孩童得到「品格」的學習觀念，不僅讓孩童們獲得更多的書籍知識，也讓宅配通的公益宅配顯得更有深遠的意義。

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 5 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

台灣宅配通於 2018 年開始製作第 1 本企業社會責任報告書。今年 2019 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	26
	102-2	活動、品牌、產品與服務	26
	102-3	總部位置	26
	102-4	營運活動地點	26
	102-5	所有權與法律形式	26

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
	102-6	提供服務的市場	26
	102-7	組織規模	09
	102-8	員工與其他工作者的資訊	68
	102-9	供應鏈	64
	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	64
	102-14	最高決策者聲明	07
倫理與誠信 核心	102-16	價值、原則、標準及行為規範	35

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	33
	102-19	授予權責	33
	102-20	高階管理階層對經濟、環境和社會主題之責任	33
	102-22	最高治理單位與其委員會的組成	33
	102-23	最高治理單位的主席	33
	102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	33
	102-35	薪酬政策	34
	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	17
102-43		與利害關係人溝通的方針	21
102-44		提出之關鍵主題與關注事項	18

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	25
	102-46	界定報告書內容與主題邊界	03
	102-47	界定報告書重大主題表列	18
	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	95

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	78
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	37
	202-2	雇用當地居民為高階管理階層比例	67
GRI 204：採購實務			
全面	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	64
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	67

GRI300 環境主題揭露

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 301：物料			
核心	301-1	所用物料重量與面積	60
GRI 302：能源			
核心	302-1	能源消耗量	60
	302-4	減少能源消耗	61
	302-5	降低產品和服務的能源需求	55
GRI 305：排放			
核心	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	58
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	58
	305-5	溫室氣體排放減量	60
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		68
	401-2 提供給全職員工的福利 (不包含臨時或兼職員工)		78
	401-3 育嬰假		79
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		81
	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		82
	403-3 高職業疾病發生率與高職業風險的工作者		85
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		71
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比		77

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		68
	405-2 女性對男性的基本薪資加薪酬的比率		67
GRI 412：人權評估			
核心	412-2 人權政策或程序的員工訓練		66
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		91
GRI 417：行銷與標示			
核心	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件		無違反
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件		無違反
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		無違反
GRI 419：社會經濟法規遵循			
全部	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定		無違反