



時刻用心
準時配達

2020 企業社會責任報告書

Corporate Social Responsibility Report





pelican
宅配通

關於本報告書

ABOUT THIS REPORT

台灣宅配通公司自 2019 年起自發性每年一次定期發行企業社會責任報告書，揭露公司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環境面、社會面、治理面之三大面向，朝著 ESG 永續發展方面之努力持續改善的企圖心。

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 2020 年 1 月 1 日至 12 月 31 日間公司在環境保護、社會參與及公司治理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。

本報告書揭露範疇與本公司年度報表一致，包含位於南港軟體園區總公司、台灣本島以及離島地區之各營業站所。

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，報告書內容先經由各部門主管審查，再提交至 CSR 推行小組確認，完成改善及資料數據完備後，最後經由總經理核定。另每年皆進行內部稽核，確保資料及數據之正確性。

報告書製作流程

1. 展開方向確認
(CSR 推行小組：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 CSR 推行小組」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 CSR 推行小組」確認內容
5. 推動小組將資料彙整及進行編撰
6. 完成報告書後於台灣宅配通公司網站發行

報告書製作單位

本報告書由公司 CSR 推行小組負責編製，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)

洪紹棟 專員(c190575@e-can.com.tw)

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



CSR網址

TABLE OF CONTENTS

/目錄

關於本報告書 / 2

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 / 12

02 利害關係人溝通

- 2.1 利害關係人鑑別 / 14
- 2.2 重大性議題鑑別分析 / 16
- 2.3 利害關係人關注議題與溝通管道 / 17
- 2.4 對應揭露項目及邊界 / 18

03 經濟及治理

- 3.1 關鍵成果及指標 / 20
- 3.2 公司治理策略 / 27
- 3.3 風險管理 / 32
- 3.4 客戶滿意及品質持續進步 / 37
- 3.5 多元化服務 / 42

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 / 61
- 4.3 溫室氣體盤查 / 63
- 4.4 永續供應鏈 / 69

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 / 72
- 5.2 人力資源政策 / 74
- 5.3 多元且永續的人才培訓與職涯發展 / 78
- 5.4 員工照顧與工作生活平衡 / 90
- 5.5 職業安全衛生中心設立 / 93
- 5.6 公益活動花絮 / 107

06 總結及附錄

- 6.1 GRI 指標索引 / 112

01

永續承諾

1.1 經營承諾

面臨新冠肺炎(COVID-19)衝擊全球經濟的2020年，我國整體經濟表現受抗疫表現優異、展現經濟韌性，全年度經濟成長率3.11%；另在疫情影響下，也逐漸改變了大眾的生活方式，將日常生活需求由線下轉往線上，也加速了「宅經濟」市場的發展，持續帶動宅經濟商機發展，根據經濟部統計處資料統計，2020年台灣零售業網路銷售額營業額全年度達3,418億元，年增19.0%，佔整體零售業營業額8.9%，較上年之7.5%，提高1.4個百分點。

回顧2020年度，公司在地深耕經營邁入第20週年，營運方針朝向「智慧宅配，科技運籌」，應用物流業界技術再突破，我們陸續導入線上智能客服中心、智慧行控中心(即時影像判別與AI技術)、車輛派遣系統整合升級、智能化RFID籠車管理系統及棧板式跟隨AMR試行等，開啟宅配通智能服務新元年。雖整體營運環境受到未預期的疫情之不確定因素影響，但綜觀物流產業所受衝擊相對較小，甚至逆勢成長亦帶來不少新商機。本公司秉持創新改變、掌握新趨勢，使全年度營收表現再創歷史新高。同時，宅配通並持續致力綠色物流、推動節能減碳，於2020年再度取得「產品碳足跡」認證，且同時榮獲物流業「產品減碳標籤」認證肯定，為環境善盡企業責任不遺餘力。

以下將報告2020年之營運狀況以及2021年營運重點。

一、2020年度經營結果檢討

(一)營收成長說明：

2020年全年營業收入淨額為新台幣3,983,309千元，較2019年成長7.3%。緊隨網購市場包括境內倉配及跨境物料的成長腳步，更配合電商快速配送之發展，擴大在地化當日達配送服務、提供差異化宅配安裝業務；同時導入美食外送等新業務試行服務，為宅配與物流事業挹注營收成長動能。宅配通也持續深耕在地多元化客戶經營，並與通路合作導入「宅轉店」服務；拓展智能物流櫃合作，推出「宅轉櫃」等服務，提供客戶更多元、彈性化配送服務。

(二)成本費用控制與本期淨利說明：

本期稅後淨利為209,015千元，較同期成長29.3%。其中，本期營業利益為244,755千元，較同期成長19.8%。雖然在營運面依舊面臨國內勞動法令基本薪資及勞保費率調漲、勞動人力市場短缺和整體產業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強化下，透過智能化、數位化相關作業系統建置，持續降低第一線人員作業負荷，在品質管理、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，使營運表現持續穩定，故2020整年度營業利益較同期表現交出亮眼的成績單。

二、2021年營業計畫概要

2021年本公司以追求營收、獲利持續成長，並同時提昇營運作業效率、持續導入「數位化」及推動「綠色運輸」為營運主軸。面對瞬息萬變的競爭市場，公司將積極跟隨市場趨勢、創新服務價值，以期維持高服務品質來滿足客戶需求及降低營運成本。

以下說明2021年之營運重點：

(一)洞察商機，拓展多元營收：

- 1.穩健經營電商物流合作，提供倉配一體、代採購、宅配安裝等多項客製化專業服務。
- 2.透過策略結盟，增加兩岸跨境業務佔比。
- 3.積極爭取新通路合作，持續深耕在地客戶服務。
- 4.持續試行區域短鏈、美食外送等快速配送新服務。
- 5.規劃佈建冷鏈倉儲和配送服務。

(二)效率提昇，創新服務價值：

- 1.深建宅配服務密度，拓展營運據點以增加運能及提高配送時效。
- 2.規劃建置中、南部轉運中心自動化分理貨系統。
- 3.物流倉儲導入智能自動化作業試行。
- 4.物流馬達重電業務跨出海外服務。
- 5.導入電動載具，實踐綠能環保。

(三)資訊能力升級，營運邁入數位化：

展望2021年度，雖持續受到新冠肺炎疫情不確定因素影響，使得整體經濟活動仍面臨嚴峻挑戰，但也相對帶動電子商務、外送平台的蓬勃發展，使得零接觸外送、物流服務成為民眾生活新常態，促使宅經濟商機當道。未來，隨著進入到萬物聯網的社會，我們對人工智慧和自動化需求只會逐漸增加，下一階段的宅配物流產業營運關鍵將會在數位科技整合、強化資訊能力，進而形成智慧物流服務。宅配通接下來也會以「智慧宅配，科技運籌」的營運方針為核心價值，強化數位轉型腳步，藉由新興科技的輔助、自動化設備的導入，來逐步解決營運面的痛點；持續以數據驅動營運績效，創造新服務價值。同時，也不忘為社會環境品質盡心盡力，並不斷努力突破以締造各位股東與員工們最大利益，共同攜手邁向下一個20年。



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)。

◆ 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。

◆公司簡介及全台佈局

公司簡介

台灣宅配通股份有限公司

成立日期：2000年7月28日

台灣第一家上市宅配業者

創辦人：東元集團 黃茂雄 會長

董事長：邱純枝 女士

總經理：徐慶懿 先生

資本額：新台幣 9 億 5 千萬元

股東結構：東元電機、台灣伊藤忠、日本通運

經營項目：宅配服務、

物流服務(家電、生活、重電)

上市日期：2013年12月12日

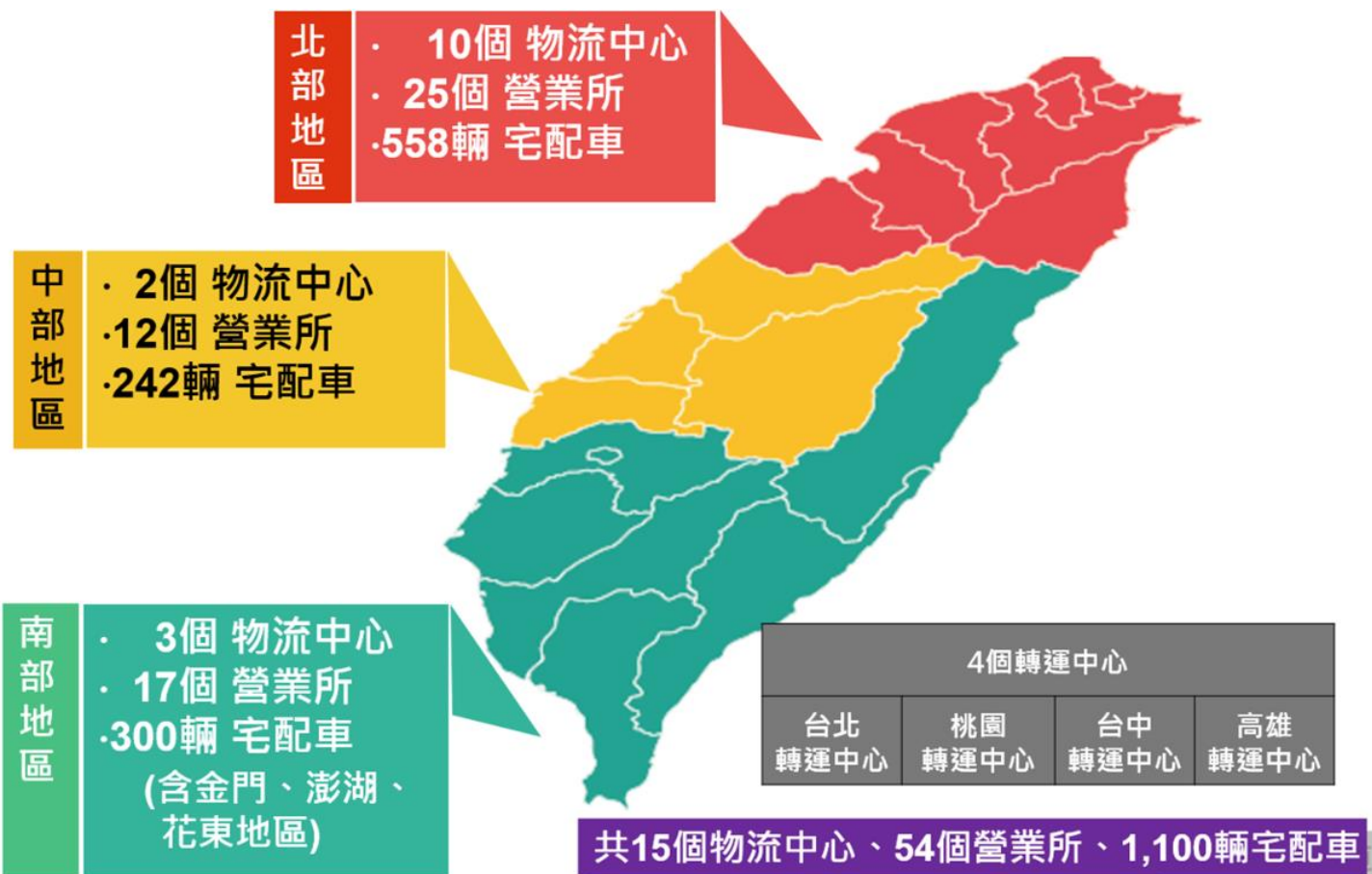
股票代碼：2642

員工數：2,190人



宅配通官方網站

營業據點



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 2020 年榮耀肯定、重要事蹟如下：

◆榮耀肯定暨重要里程碑

<p>1月</p> <p>導入線上智能客服中心</p>	<p>5月</p> <p>致力綠色物流，榮獲物流業「產品減碳標籤」認證</p>	<p>7月</p> <p>宅配通廿週年慶「智慧宅配 科技運籌」</p>	<p>7月</p> <p>透過 AIoT 的技術，升級營運行控中心系統</p>
			
<p>9月</p> <p>榮獲「物流快遞類」最感人工作貢獻獎殊榮</p>	<p>9月</p> <p>與「i 郵箱」合作推出「智取櫃」服務</p>	<p>11月</p> <p>與「全家便利商店」合作推出「宅轉店」服務</p>	<p>11月</p> <p>榮獲交通部「金安獎-優良職業汽車駕駛人」殊榮</p>
			

1.3 企業永續願景

台灣宅配通自成立以來，持續善盡社會企業責任義務，除九二一及八八水災公益配送服務外，亦多次響應參與社福團體及企業公益號召，如誠品基金會、兒盟、家扶、陶板屋、故宮博物院、花蓮縣社會局實體食物銀行及董氏基金會等。

另，本公司以追求營收、獲利持續成長，並同時提升營運作業效率、持續導入「數位化」及推動「綠色運輸」為營運主軸。面對瞬息萬變的競爭市場，公司將積極跟隨市場趨勢、創新服務價值，以期維持高服務品質來滿足客戶需求及降低營運成本；並已申請溫室氣體查核，預計於今年 2021 年底取得溫室氣體排放認證。

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、持續評估建置自動化轉運中心

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。

二、發展兩岸跨境業務及海外服務

與中國快遞、物流業者合作，持續拓展兩岸跨境業務；物流馬達重電業務亦跨出海外服務。

三、深耕在地多元化客戶經營

與通路合作導入「宅轉店」服務；拓展智能物流櫃合作，推出「宅轉櫃」等服務，提供客戶更多元、彈性化配送服務。

四、掌握產業趨勢，積極擁抱創新營運模式

面對瞬息萬變的競爭市場，公司將積極跟隨市場趨勢、創新服務價值，以期維持高服務品質來滿足客戶需求及降低營運成本。

五、推動節能減碳為環境品質盡一份力

於 2020 年 4 月 16 日正式獲得環保署認證碳標籤與減碳標籤，認證期間為 2018 年 01 月 01 日至 2018 年 12 月 31 日，證書有效期間為 2020 年 04 月 16 日至 2025 年 04 月 15 日。領先同業取得國內首家宅配物流業減碳標籤，本公司主動了解碳排放情形，持續透過智慧行控中心，監控常溫運輸車輛怠速改善，有效管控燃料使用；每年優先汰換老舊車輛、製冷設備等減碳管理策略。

02 利害關係人溝通

2.1 利害關係人鑑別

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，彙整出利害關係人關切之議題製成問卷，讓利害關係人自由填寫。

台灣宅配通統一所有客戶要求的 ESG 問卷調查及分數統計，由 CSR 推行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。台灣宅配通亦將主動針對各利害關係人所關注之議題為蒐集及更新。

利害關係人	關注議題	溝通管道
 投資人	<ul style="list-style-type: none">· 營運績效· 採購實務· 創新研發	<ul style="list-style-type: none">· 投資人關係 / 股務專屬信箱 專人立即回覆· 公司股東會 - 每年至少召開 1 次· 公司官網投資人專區· 公開資訊觀測站
 員工	<ul style="list-style-type: none">· 勞雇關係(友善職場)· 勞資關係· 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>客戶</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 顧客健康與安全 · 行銷與標示 · 客戶隱私 	<ul style="list-style-type: none"> · 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
 <p>供應商</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 · 供應商評核評分表 · 不定期查核供應商作業及要求提供檢驗報告
 <p>社區鄉里</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

鑑別台灣宅配通之主要利害關係人

利害關係人為影響公司或受公司影響的群體，由各部門初步篩選例行往來所接觸的利害關係人類型，根據各別利害關係人與公司的互動頻率、影響程度與重要性，經由內部會議討論並參考同業情形，最終得出 5 類主要利害關係人，包含：
投資人 / 員工 / 客戶 / 供應商 / 社區鄉里

2.2 重大性議題鑑別分析

STEP 1 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 推行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 2 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 3 確認

- ◆CSR 推行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 4 審查

- ◆呈報「CSR 推行小組」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。

2.3 利害關係人關注議題與溝通管道

◆2020 年利害關係人關注議題依重大性排序如下

- | | | | |
|----------------|-------------|-------------|---------------|
| 1. 營運績效 | 2. 職業安全衛生 | 3. 碳排放管理 | 4. 勞雇關係(友善職場) |
| 5. 客戶隱私 | 6. 行銷與標示 | 7. 環境保護法規遵循 | 8. 教育訓練 |
| 9. 能源管理 | 10. 供應商環境評估 | 11. 當地社區 | 12. 廢汙水/廢棄物管理 |
| 13. 勞資關係 | 14. 顧客健康與安全 | 15. 採購實務 | 16. 創新研發 |
| 17. 供應商社會評估 | 18. 人權評估 | 19. 原物料管理 | 20. 水資源管理 |
| 21. 員工多元化與平等機會 | 22. 市場地位 | 23. 間接經濟衝擊 | |

◆本公司選定前四大關注議題作為揭露要求，分別為

- | | | | |
|---------|-----------|----------|---------------|
| 1. 營運績效 | 2. 職業安全衛生 | 3. 碳排放管理 | 4. 勞雇關係(友善職場) |
|---------|-----------|----------|---------------|

2.4 對應揭露項目及邊界

本報告書揭露前四大重大性議題，其對應的準則項目及揭露項目選項如下

ESG 指標	重大性議題	對應 GRI 準則	邊界	利害關係人
經濟	營運績效	經濟績效 採購實務	總公司 營業站所	投資人 員工
環境	碳排放管理	能源管理 水與流放水 溫室氣體排放 物料	總公司 營業站所	供應商 社區鄉里
社會	職業安全衛生	職業安全衛生	總公司 營業站所	客戶 社區鄉里
	勞雇關係(友善職場)	勞雇關係 勞資關係 訓練與教育		

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 管理方針

	績效衡量指標	2020 年行動計畫	2020 年成效	中長期目標
營運績效	投資人關係維護	定期揭露公司重要營運資訊。	1.2021 年 02 月 26 日完成公告並申報 2020 年度財報。 2.皆有依照規定期限內將各月營收資訊及每季財報上傳至公開資訊觀測站。	持續提昇公司 資訊透明，以利投資人掌握公司經營動態及發展規劃。
	公司治理提升	1.2019 年度已設置推動企業誠信經營專(兼)職單位，負責誠信經營政策與防範方案之制訂及監督執行，並於公司網站及年報說明設置單位之運作及執行情形，且定期向董事會報告。 2.2019 年度已參考國際通用之報告書編製指引，編製企業社會責任報告書等揭露公司非財務資訊之報告書。	第六屆公司治理評鑑結果，排名前 6%~20%。	建立良好公司治理與風險管控機制，作為評估整體內部控制制度有效性及出具內部控制制度聲明書之依據。

	績效衡量指標	2020 年行動計畫	2020 年成效	中長期目標
營運績效	落實董事會、股東會運作制度	1.本公司注重董事會成員組成基本條件(包含性別、年齡、國籍、文化)，董事會成員亦普遍具備執行職務所必須之知識、技能及素養。 2.配合公司治理，就公司股東會運作、年報及財務報表製作與外部會計師之溝通等相關工作予以落實。	1.本公司致力於落實執行董事會成員多元化政策，包括第七屆董事成員 11 席(包含獨立董事 3 席)中，其中 3 席為女性董事(佔整體 27%)、1 席為日本籍董事(佔整體 9%)、1 席董事(佔整體 9%)具員工身分。 2.2020 年度 5 月召開股東會。	1.繼續維持目前多元化政策之落實。 2.持續落實董事會、股東會運作
	落實功能委員會	1.薪酬委員會：經理人 2019 年度年終獎金分配案、董事酬勞分派案、員工酬勞分派案。 2.審計委員會：協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度。	1.本公司於 2020 年度召開 2 次(A)薪資報酬委員會，分別於 2020 年 01 月 15 日召開第三屆第五次、2020 年 02 月 19 日召開第三屆第六次。 2.本屆委員任期：2016 年 05 月 23 日至 2020 年 05 月 22 日，2020 年度審計委員會開會 4 次(A)	1.訂定並定期檢討董事、監察人及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。 2.定期評估並訂定董事、監察人及經理人之薪資報酬。
	持續擴點/擴倉/提升營運效率	擴增服務據點、物流中心。	全年新增 4 個物流倉、1 個營業所。	持續深建宅配服務密度，拓展營運據點以增加運能及提高配送時效。導入中/南部自動化管理貨中心。物流事業將導入智能自動化作業試行，並評估規劃佈建冷鏈倉儲和配送服務。

◆2020 年度經營結果檢討

(一) 營收成長說明

2020年全年營業收入淨額為新台幣3,983,309千元，較2019年成長7.3%。緊隨網購市場包括境內倉配及跨境物料的成長腳步，更配合電商快速配送之發展，擴大在地化當日達配送服務、提供差異化宅配安裝業務；同時導入美食外送等新業務試行服務，為宅配與物流事業挹注營收成長動能。宅配通也持續深耕在地多元化客戶經營，並與通路合作導入「宅轉店」服務；拓展智能物流櫃合作，推出「宅轉櫃」等服務，提供客戶更多元、彈性化配送服務。



(二) 成本費用控制與本期淨利說明

本期稅後淨利為209,015千元，較同期成長29.3%。其中，本期營業利益為244,755千元，較同期成長19.8%。雖然在營運面依舊面臨國內勞動法令基本薪資及勞保費率調漲、勞動人力市場短缺和整體產業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強化下，透過智能化、數位化相關作業系統建置，持續降低第一線人員作業負荷，在品質管理、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，使營運表現持續穩定，故2020年度營業利益較同期表現交出亮眼的成績單。



◆ 財報績效

單位：仟元新台幣

項 目 \ 年 度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
近三年簡明合併損益表			
營業收入	3,983,309	3,712,520	3,360,947
營業成本	(3,298,106)	(3,095,591)	(2,853,956)
營業毛利	685,203	616,929	506,991
營業費用	(440,448)	(412,642)	(433,144)
營業利益	244,755	204,287	73,847
營業外收入及(支出)	12,868	(2,461)	5,072
稅前淨利	257,623	201,826	78,919
所得稅費用	(48,608)	(40,218)	(10,444)
本期淨利	209,015	161,608	68,475
近三年獲利能力			
毛利率(%)	17.2	16.6	15.1
純益率(%)	5.25	4.35	2.04
稅前純益占實收資本比率(%)	26.99	21.14	8.27
資產報酬率(%)	5.95	5.86	2.84
權益報酬率(%)	11.26	9.67	4.18
每股盈餘(元新臺幣)	2.19	1.69	0.72

◆業務範圍

本公司目前主要以提供宅配、物流、物販等服務為主，預計 2021 年度將持續導入「數位化」及推動「綠色運輸」為營運主軸，穩健經營電商物流合作、積極爭取新通路合作，且持續試行區域短鏈配送、美食外送等快速配送新服務；深建宅配服務密度，拓展營運據點以增加運能及提高配送時效。物流事業將導入智能自動化作業試行，馬達重電業務亦跨出海外服務，並評估規劃佈建冷鏈倉儲和配送服務。

▼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	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。	✦ 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	✦ 宅配到府(B2C) ✦ 配送公司行號、門市(B2B)
倉儲物流服務	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。	✦ 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	✦ 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	洞察商機，拓展多元營收	A.穩健經營電商物流合作，提供倉配一體、代採購、宅配安裝等多項客製化專業服務。 B.透過策略結盟，增加兩岸跨境業務佔比。 C.積極爭取新通路合作，持續深耕在地客戶服務。 D.持續試行區域短鏈、美食外送等快速配送新服務。 E.規劃佈建冷鏈倉儲和配送服務。
	效率提昇，創新服務價值	A.深建宅配服務密度，拓展營運據點以增加運能及提高配送時效。 B.規劃建置中、南部轉運中心自動化分理貨系統。 C.物流倉儲導入智能自動化作業試行。 D.物流馬達重電業務跨出海外服務。 E.導入電動載具，實踐綠能環保。
	資訊能力升級，營運邁入數位化	
長期 發展計畫	持續建置自動化轉運中心	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	與中國快遞、物流業者合作，持續拓展兩岸跨境業務；物流馬達重電業務亦跨出海外服務。
	深耕在地多元化客戶經營	
	掌握產業趨勢，積極擁抱創新營運模式。	

◆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8.9%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，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，且受疫情因素影響，宅經濟當道，網購生鮮食品的需求更是顯著增加，且低溫倉儲市場規模也

快速成長。除了新創企業大舉投入低溫配送市場最後一哩路，各實體通路業者更是積極與外送平台合作，搶食商機。故我國冷鏈物流亦將是物流產業的下一個明日之星。

(三)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。

(四)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。

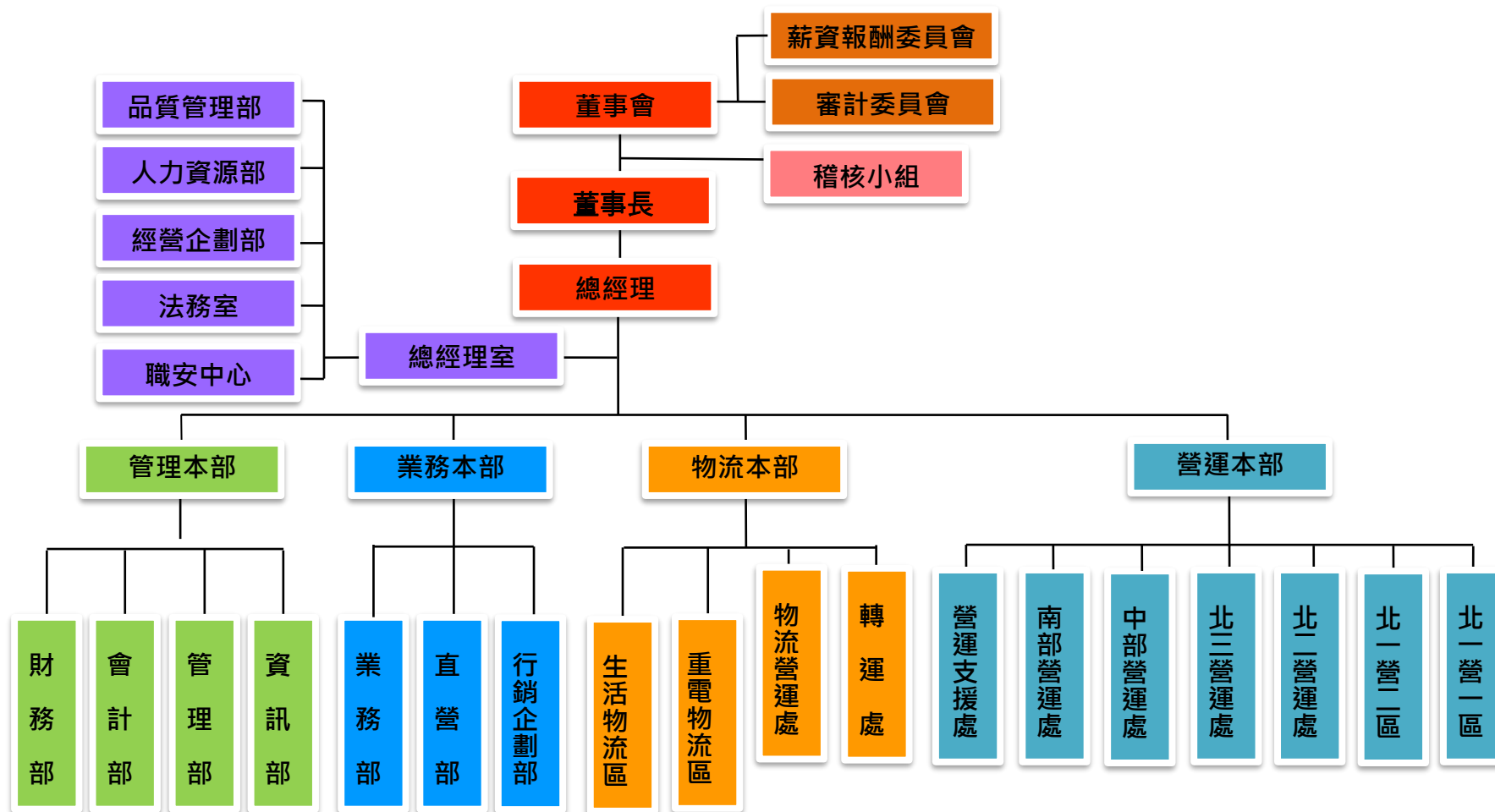
◆2021 願景

- ✦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。
- ✦提升資訊透明度：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，2020 年股東會通過修訂「公司章程」與「董事選舉辦法」董事之選舉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，3 席為女性成員，董事會成員中僅 1 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。2020 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 97%，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布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，2020 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，2020 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。

◆企業社會責任推行小組

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「企業社會責任推行小組」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。

◆企業社會責任推行小組之職責

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。為使同仁具備道德行為準則觀念，2020 年法務室共舉辦與誠信經營議題相關之內、外部教育訓練共計三場，共有 44 人參加。

3.3 風險管理

本公司就企業社會責任重大性原則，進行重要議題之相關風險評估，並依據評估後之風險，訂定相關風險管理政策或策略如下：

◆環境保護

公司每年自主實施溫室氣體盤查，2020 年完成溫室氣體盤查清冊，並委託第三方 BSI 認證公司認證。

(一)計劃性汰換老舊貨車及機車，採購符合當年環保法規規範之貨車及機車，生財設備及電器用品採購有節能標章及省水標章設備，並規劃引進電動機車及貨車，以達到節能減碳目標。

(二)本公司購置及使用籠車減少棧板使用，降低塑膠包膜使用量，以物流箱運送小型貨品減少紙箱或塑膠袋等拋棄式包材使用，減少廢棄物對環境衝擊。

(三)營運策略規劃和決策過程中納入氣候變遷因子並納入整體風險管理政策，積極推動各項環保節能減碳措施、減少溫室氣體排放量、推廣綠色運輸服務等，以減緩與調適氣候變遷所帶來之營運衝擊；更為與國際氣候變遷架構接軌，持續精進氣候變遷管理。

(四)本公司減碳工作規劃自 2014 年起排放以 3%以上之溫室氣體減量目標。分析主要溫室氣體排放源，為運輸服務階段之營業場所用電與車輛燃料燃燒。

◆公司溫室氣體排放量：總計增加排放 831.555 tCO₂e/年。

2019 年	2020 年
18,159.210 tCO ₂ e/年	18,990.765 tCO ₂ e/年

◆公司用水量：總計減少 6,370 立方米/年。

2019 年	2020 年
57,142 立方米/年	50,772 立方米/年

◆公司廢棄物總重量：總計增加 100 公噸/年。

2019 年	2020 年
424 公噸/年	524 公噸/年

◆社會

本公司託運服務符合我國政府相關公路運輸法規之要求；並建構客戶服務網路，含語音、電郵、文字客服等多元服務，提升滿意度；於相關配送品質指標則於品質專案會議定期審查，針對缺失檢討對策與追蹤改善，減少營運風險；同時為提升食品類貨件運載能力，參與食藥署推行食品業者登錄，將所屬轉運中心、營業站所等登錄列管，並定期參與食藥署政令法規訓練研討；並對公司內轉發相關法規與宣導政令，並實施定期稽查，減少風險。

(一)本公司內部網路人資專區提供員工工作規則、考核辦法、員工請假規則等，使員工了解相關勞動法令及基本權利。

(二)本公司為求永續經營及塑造同仁良好之工作環境，自 2007 年起成立職工福利委員會，辦理各項福利措施，使員工得享企業經營利潤，有關本公司福利措施之實施情形如下：

一、公司福利措施：

①.員工結婚及喪葬補助、②.團體制服、③.員工健康檢查、④.員工酬勞、⑤.年終獎金、⑥.員工退休金：舊制 2%提撥，每月提列於臺灣銀行專戶、⑦.伙食津貼、⑧.勞保、健保、團保、勞退 6%提繳、⑨.員工特惠價購買關係企業產品。

二、職工福利措施：

①.生日禮品、②.婚喪喜慶補助、③.員工團體聯誼餐費補助、④.三節禮品。

三、訂定績效考核辦法每年舉辦員工個人績效考核，並連結年度年終獎金之發放、年度調薪、晉升等之評估依據。

(三)本公司系秉持符合法規、改善環境、安全第一，提供優良的工作環境與保護員工身心健康及安全，施行下列保護措施：

- ①.每年提供全體員工身體健康檢查。
- ②.特約職醫與職護從事勞工臨場健康服務，藉以瞭解員工健康狀況，作為工作請調分派及作業環境改善之依據。
- ③.每半年實施消防演練。
- ④.提倡無菸職場環境。
- ⑤.制訂員工遭受不法侵害預防。

力行 5S 運動，並持續進行員工安全衛生訓練、宣導、溝通、諮詢，並將上列保護措施定期於官網〔員工在職訓練專區〕揭露。促使全員參與改善、關懷環境設施，期許零災害零事故，以建構友善安全與健康之工作環境。

(四)為陶冶員工品德，提高其素質、專業能力及工作效率，除於新進人員報到時先安排職前訓練課程並舉辦各種教育訓練外，並依據不同職能及業務需求進行專業技術訓練，以增進其本職學術技能，俾利任務之達成。

(五)本公司蒐集個人資料為提供宅配服務之業務需要，並僅供本公司及委外廠商處理及利用，本公司蒐集、處理或利用個人資料將遵循個人資料保護法之規定。本公司官網為確保使用者資料傳輸安全得到保護，啟用 Symantec SSL 伺服器數位憑證，安全加密含個人隱私、交易內容及各項機密資料等。

為確保消費者宅配貨件權益，提供消費者申訴專線 02-6618-1818、官網線上客服或網路信箱等管道，讓消費者能透過這些管道提出。

(六)為確保承攬商於本公司工作場所作業期間避免發生職業災害，造成公司員工或承攬商及其勞工之傷害，並遵循相關法令辦理，本公司特制定外包承攬商安全衛生管理辦法，規範承攬商有關安全衛生及環保之管理依據與義務，並鼓勵優良之承攬商遵守相關規範。其實施範圍含新建、修繕、改建、維護、保養、檢修設備安裝、配送貨品等訂定工程或業務作業合約之承攬商均屬之。

◆ 公司治理

透過建立治理組織及落實內部控制機制，確保本公司所有人員及作業確實遵守相關法令規範。

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

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。
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。
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

2020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2020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2020年公司各單位、子公司內控制度自行評估報告，併同2020年稽核小組執行各營運循環稽核作業結果，彙整成2020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。

◆ 風險管理權責單位

發生風險事件	風險因應措施	處理單位
車輛檢修保養	1.定期將營運車輛送往檢修廠保養 2.老舊車輛汰舊換新	管理部
員工健康安全	1.職業安全教育訓練 2.員工年度健康檢查	職業安全中心
商品配送品質	1.定期舉行品質會議 2.維持客服中心服務品質及改善檢討	品質部
資訊安全	1.資安系統 ISO 認證 2.資安系統設置保護客戶資料	資訊部
內部稽核	1.公司內部制度之查核 2.提出查核之評估報告以及改善建議	稽核小組
法令遵循	1.法令宣導提升員工法學知識 2.訂定內部規章遵循政府法令	法務室
新冠疫情	1.透過各部門協調設立公司防疫小組 2.疫情期間變更司機配送方式避免疫情擴大	公司風險管控單位

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。經廿餘年用心經營，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」、「超值袋」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。

2020年代收點服務合作再進化，與i郵箱智能櫃合作，新增無人櫃台智慧收件服務，消費者不需等待，可就近在i郵箱智能櫃裡即可取得貨件；2020年與SOGO合作，開創百貨公司智能寄物櫃服務，以提供消費者彈性化服務；另在2020年新增全家便利超商宅轉店服務，消費者如不方便收貨，將可轉寄放在附近全家便利商店，消費者可靈活運用收件時間，未來將再增加萊爾富與OK便利店門市，提供給消費者更多元化的服務。



◆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，只要於基隆市、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

宅配通也持續深耕在地多元化客戶經營，並與通路合作導入「宅轉店」服務；拓展智能物流櫃合作，推出「宅轉櫃」等服務，提供客戶更多元、彈性化配送服務。

本公司亦善用物流專業，透過與社福機構與各大基金會合作，將各式物資配送到所需之處。企業社會責任相關活動亦同步透過訊息稿發布於官方網站。宅配通長期與合作夥伴，例如金石堂網路書店、忠義基金會、人安基金會、華書基金會、東元文教基金會、中華育幼協會、Bravo 廣播電台等相關單位合作，透過相關機構共同協力，募集相關資源後再由宅配通送至需要資源的地方，也關懷台灣土地與稻農，連續兩年用愛心種下秧苗，以實際行動扶植在地小農，表達對土地的關懷並對環境的永續經營。



◆參與產業及公協會組織列表

台灣宅配通積極參與與本公司相關協會組織活動及交流，為推動本公司產業永續發展，參與協會組織期間與其他會員進行產業規章制訂並討論，促進企業間之交流。台灣宅配通非但積極參與本國協會組織，更進一步參與國際相關協會，對於永續發展之目標跨足世界各地，為使企業能為社會展現實質影響力，促進社會的進步。

項目	組織名稱	公司代表席位之別	具有決策組織運作權利
1	台灣土耳其經貿協會	會員	無
2	中華民國工商協進會*	會員	無
3	新北市汽車貨運商業同業公會	會員	無
4	台灣省汽車路線貨運商業同業公會聯合會	會員	徐慶懿總經理擔任常務理事
5	台灣連鎖暨加盟協會	會員	無
6	中華民國物流協會	會員	徐慶懿總經理擔任常務理事
7	台灣全球商貿運籌發展協會* (美國 SOLE 國際物流協會台灣分會)	會員	無
8	東亞經濟協會	會員	無
9	中華幸福快樂人協會(JOY 協會)	會員	無
10	中華民國無店面零售商業同業公會	會員	無

3.5 多元化服務

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。

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、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。

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，本公司於2019年維持ISO/IEC 27001證書的更新，2020年為ISO/IEC 27001:2013版本。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。2020 年消費者使用預約取件系統截至當年四月底共 755 件。

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。2020 年消費者使用自助印單系統共 83 件。

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。2020 年疫情嚴峻期間仍提供客戶便利服務。

二、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。

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。

2020年疫情期間雖使機場營業站所衝擊甚大，然本公司仍堅持最高服務品質，提供客戶便利的行李宅配服務。

◆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>

三、物流倉儲管理系統

本公司與第三方開發倉儲管理系統 (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) 委外機房方式管理，以集中式網絡管理架構管理全台之倉儲作業，有效提供家電類與電視購物、電商、生活用品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。

營運行控中心追蹤與管控全省宅配車配送怠速怠速即時現況，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。

2020 年引進行控中心二代系統，提供即時監控以及影像辨識技術，確保司機行車及用路人安全。



五、自動分揀系統與智能服務

2017 年建置的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的服務。

在不斷流程精進下，至 2020 年於理貨效率提升 5%、繼送準時率進步 5%。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，故讓宅配通近年來業績持續成長，交出亮眼的成績單。



六、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
物流營收(k 元)	444,830	460,636	514,364	706,106	823,037	902,192	1,000,071

2、倉儲使用率提升：

時 間	2018	2019	2020
實際月平均材積數(才)	2,983,937	3,002,942	3,296,256
可儲放材積數(才)	3,710,953	3,666,403	3,803,124
倉儲使用率(%)	80.4	81.9	86.7
材積儲放用平均改善(才)	155,664	55,153	293,314

(二)生活物流資訊化提升理貨效能

透過新 WMS 無紙化揀貨系統的投入，全生活物流工作效率由 2019 年之 58.8 件/時，提升至 2020 年 60.2 件/時，不僅增進工作效率，同時節省工時。2020 年節省 3,938 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
理貨件數(件)	4,156,787	5,796,417	8,272,409
理貨工時(時)	102,429	99,096	137,487
轉運理貨效率(件/時)	40.6	58.8	60.2
工時節省(時)	21,424	43,672	3,938

(三)轉運自動化提升效能

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，提升至 2020 年 70.4 件/時，不僅增進工作效率，同時節省工時。2020 年節省 12,669 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
理貨件數(件)	31,699,546	35,518,799	37,825,282
理貨工時(時)	492,941	516,440	537,307
轉運理貨效率(件/時)	64.3	68.8	70.4
工時節省(時)	21,879	35,951	12,669

(四)轉運調度即時化提升效能

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，提升至 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，推動企業社會責任。

時 間	2017	2018	2019	2020
車趟次(車次)	100,375	107,682	116,004	120,187
裝載籠車數(籠)	1,470,922	1,584,470	1,708,630	1,771,556
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)	自 2017 年起算	441	592	751

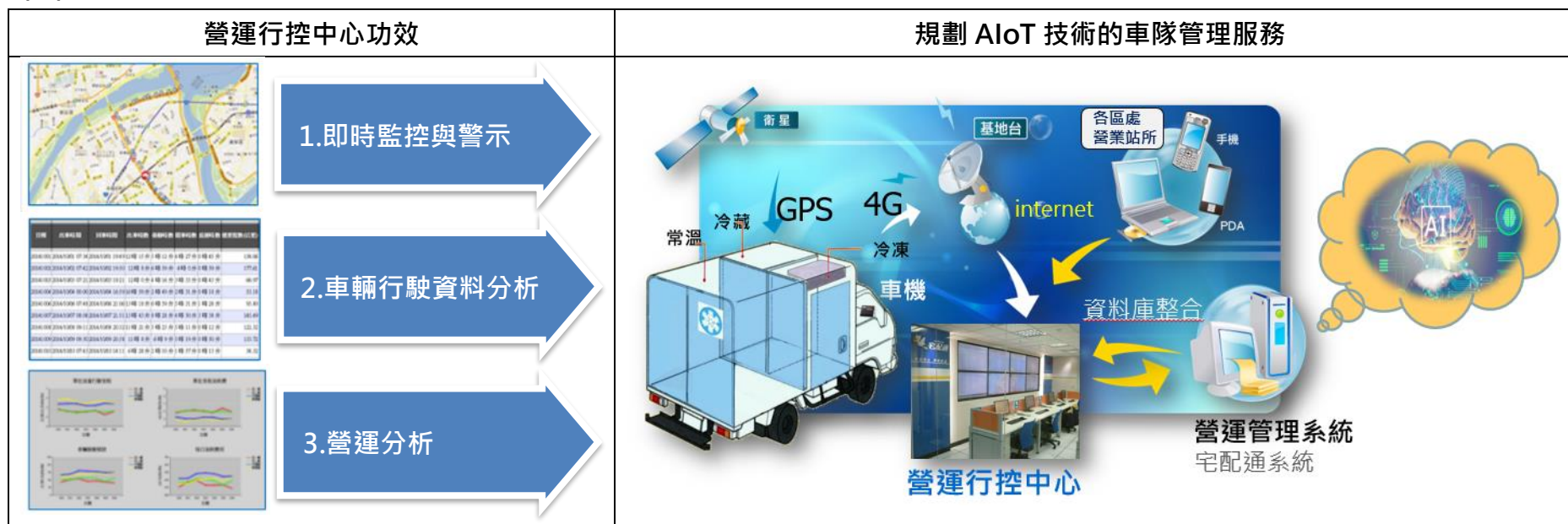
(五)轉運低溫節能系統提昇環保效能

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。

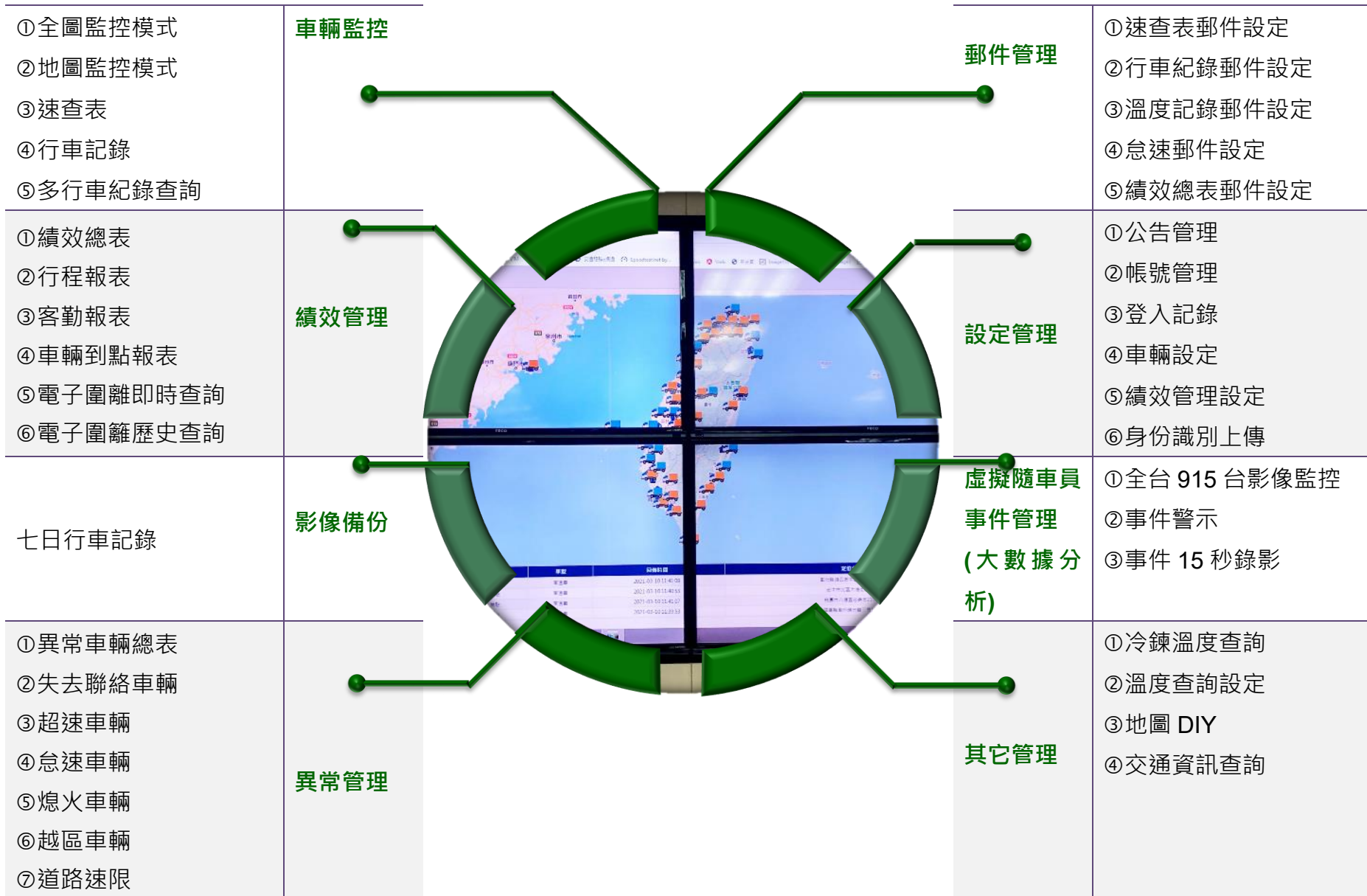
時間	2017	2018	2019	2020
低溫蓄冷籠車數(籠)	72,063	72,422	73,381	81,357
油耗節省(公升)	94,711	95,183	96,443	106,926

七、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



(三)大數據分析

車隊市場管理現況



(四)行車影像即時監控、影像雲端調閱

主要功能在於透過影像主動辨識駕駛行為，協助車隊管理行控中心能夠即時掌握駕駛員情況，精準判別駕駛員是否有違規、違停等情事，並且可以在多種硬體平台實現，透過 4G/5G 的聯網功能以軟體 OTA 的方式，實現全時全域之彈性運行及動態佈建各樣的管理功能。

行控中心第一代系統著重在資源管理，紀錄動線同時也針對油耗進行管理。行控中心於第二代 AIoT 系統於 2020 年上線，其中有兩大特色：

一、商業智慧系統整合：

可將小至物流車、大至中心的即時資訊統整於本公司螢幕中彙整呈現，不只能即時掌控各地狀況與營運目標，將龐大資訊化為一目了然的圖表訊息，也可使本公司得以達到資產動向、人員、能源與營運目標達成方面的管理，有效進行成本控管、降低作業誤差，進而針對弱項進行改善。

二、AI 判讀即時呈現：

AIoT 透過 AI 與硬體（車上機）連結，將即時影像偵測與行為判讀傳送至行控中心，管理者可直接掌握目前各站點狀況，同時亦有判讀影片協助了解當下情形，除了對違規情形提醒，在行車糾紛發生時，行控中心更可在事件發生時第一時間協助保護司機安全。更進一步導入 AI，透過動態影像識別技術，現階段以掌握違規為主，達到預防車輛事故之發生，進一步保障駕駛同仁的安全。

透過數據分析司機的行車習慣及行車路線，針對違規司機透過教育訓練與宣導提醒司機避免違規，以期許減少交通事故確保所有用路人以及司機自身的安全。



AI 即時辨識



教育訓練

SD教育訓練-土城所、中和所



↑土城所、→中和所

時刻用心 準時配運

3

04 環境及供應鏈

4.1 企業與環境平衡發展

4.1.1 永續經營理念

台灣宅配通為國內主要物流業者之一，協助電商發展與品牌商之商品配送服務，提供服務的同時，也致力於關注環境保護議題，積極落實企業社會責任與提倡綠色物流，相信以長遠來看，在導入節能減碳的新思維後，能在不降低速度、成本、服務品質情況下，從設備的採購到服務的提供，必然可於過程中有效的降低對地球的傷害。

同時我司貫徹經營理念之一「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。根據 IPCC 的第六次氣候變遷評估報告顯示 2011-2020 年全球地表溫度比 1850-1900 年高 1.09°C，離臨界點 1.5°C 不遠。目前大氣中二氧化碳濃度也至少是 200 萬年來最高。因應強烈飆升的溫室氣體而導致的全球暖化與氣候變遷，而運輸業的溫室氣體排放量的排名為產業中第二，台灣宅配通秉持「企業與環境平衡發展」理念，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。

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，自我檢視碳排放狀況。

2020 年亮點績效

* 營收成長率：與 2017 年相比 **30%↑**；與 2019 年相比 **7%↑**



單位營收排放量(百萬元/噸)較基準年(2017 年)減少 **19.0%**



冷媒逸散之溫室氣體排放量較基準年減少 **1.312 tCO₂e**



移動源之溫室氣體排放量較 2017 年僅增加 **5.5%**

2015

◆ 導入溫室氣體管理機制，為國內綠色物流先行者

2015
2016

◆ 領先同業取得PAS 2050產品碳足跡盤查認證

2015
2017

◆ 配合交通部建立「公路貨運服務碳足跡產品類別規則」
◆ 領先同業取得環保署碳足跡認證

2016
2018

◆ 取得第一年度ISO 14064-1溫室氣體盤查認證

2016
2019

◆ 取得第二年度ISO 14064-1溫室氣體盤查認證

2021

◆ 預計於2021年12月取得2020年溫室氣體盤查認證

▲ 環境面年度里程碑

4.1.2 管理方針

(一) 撰寫之意義及原因

我國「溫室氣體減量及管理法」於 2015 年 7 月由總統公布施行，明定我國溫室氣體減量目標為 2050 年溫室氣體排放量回到 2005 年排放量 50% 以下，並已針對六大部門包括能源、製造、運輸、建築、農業、環境，敲定行動方案與指標，為因應溫室氣體管理進入了法制階段，國內企業預期將透過強化供應鏈，以提升企業競爭力並降低管理風險。本公司為國內主要物流業者之一，協助電商發展與品牌商之商品配送服務，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。

放眼將來，客戶為了與供應商共創「永續供應鏈」，CSR 永續管理將會納入採購領標要件，要求供應商一起關注環境議題，此為企業之風險與機會。因此，本公司自 2015 年起，便積極投入環境議題，發展「服務碳足跡標籤」以及執行「溫室氣體盤查」，自我檢視碳排狀況，並建置宅配營運行控中心管理車輛行駛行為，降低車輛運輸途中所產生的碳排放。此外，隨著淨零排放浪潮的興起，本公司亦以朝向淨零碳排為目標努力。

(二) 管理方針及具體成果

1、碳管理策略

本公司經營理念之一「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，進行互動並善盡社會責任，鑒於「產品與服務之碳足跡」計算已逐漸成為政府及企業界達成減碳目標、碳資訊揭露，及提升企業國際貿易競爭力之重要工具。

本公司透過與交通部及環保署合作，協助國內主管機關建立屬於運輸業者之碳管理工作。包括：

- (1).2015-2016 年，配合交通部運輸研究所一同建立「公路貨運服務碳足跡產品類別規則」訂定我國公路貨運業溫室氣體排放量計算之統一基準，並於 2017 取得我國首件公路貨運服務碳標籤。
- (2).2018 年配合行政院環境保護署建置運輸業溫室氣體盤查登錄之政策規劃，完成本公司溫室氣體盤查登錄並取得第三方查證聲明書。

(3).2020 年取得宅配物流「產品減碳標籤」，更透過環保駕駛系統監控宅配車輛，有效管控燃料使用，且積極汰舊換新及製冷設備投入，減碳策略改善多溫層車輛的保溫效能，提升宅配通企業形象。受疫情影響，全國電商同期增加約 200 萬個包材，台灣宅配通配送之餘提倡綠色環保，大嘴鳥小資箱包材改用環保油墨且減少 30%印刷面積，紙箱亦符合歐盟包材 PPW 規範具環保回收 RESY 認證，持續維持每三年 3%以上之溫室氣體減量的目標，對環境善盡企業責任。2018 年常溫運輸碳排放量相較於 2014 年已減少 0.182g CO₂e/每公斤-每公里，減碳比例達 18.18%。

(4).2020 年配合行政院環境保護署推動運輸業溫室氣體減量，以 AMS-III.BC 方法學為基礎，完成本土化法學-「貨運車隊導入節能措施之減量方法」之申請。

台灣宅配通自 2015 年起積極投入環境議題，落實企業社會責任；與交通部運研所及環保署攜手導入溫室氣體管理機制作為國內綠色物流先行者。領先同業於 2016 年取得國際級「PAS 2050 認證」，完成運輸服務碳足跡，2017 年進一步成為國內首家環保署公路貨運服務「產品碳足跡」認證之宅配業者；2018 年與 2019 年連續

依據 ISO 14064-1 掌握溫室氣體排放量，2020 年再度取得「產品碳足跡」認證，並同時獲得「產品減碳標籤」，證明台灣宅配通為綠色環保減碳不遺餘力，希冀各界共同重視，積極朝向環保家園努力。

本公司溫室氣體管理策略，將持續進行溫室氣體盤查工作並透過碳標籤揭露本公司溫室氣體管理成效。為因應國內相關法規「溫室氣體減量及管理法」第 16 條規定「經中央主管機關公告之排放源，應每年進行排放量盤查，並於規定期限前登錄於中央主管機關指定之資訊平台所開立之排放源帳戶，其排放量清冊以及相關資料應每三年內經查驗機構查證。」已持續在 2019 年度自主進行溫室氣體盤查登錄並取得第三方查證聲明書。2020 年溫室氣體盤查因疫情期間延後，故預計於 2021 年 12 月取得 2020 年第三方查證聲明書。

此外，本公司亦於 2021 年向行政院環境保護署提出「台灣宅配通車隊能源效率提升措施專案計畫」溫室氣體抵換專案註冊申請，欲藉由導入環保駕駛系統及 A 級節能輪胎產生的節油效益，取得溫室氣體減量額度，為碳中和做好碳資產管理規劃，並積極朝向淨零排碳邁進。



▲ 產品碳足跡減量標籤證書



▲ 產品碳足跡標籤證書

產品碳足跡查證聲明

事業聯絡資訊

公司名稱：台灣宅配通股份有限公司
聯絡電話：02-6616-5500
通訊地址：臺灣新北市中和區國通路 288 號

查驗機構聯絡資訊

公司名稱：香港商英國標準協會太平洋有限公司
台灣分公司
聯絡電話：02-26560333
通訊地址：台北市內湖區基湖路 39 號 5 樓

證書號碼：PCFV 155

查證結果摘要

英國標準協會行政院環境保護署現行規定執行查證程序，查證結果發現未違反實質性門檻，符合行政院環境保護署認可之合理保證等級。

查證準則：行政院環境保護署發布之產品與服務碳足跡查證指引、產品與服務碳足跡計算指引、公路貨運服務產品類別規則第一版（文件編號：16-007；有效期：2019 年 09 月 14 日）。

查證範圍：涵蓋台灣宅配通股份有限公司設於臺灣台北市南港區三重路 19-9 號 2 樓之所在地。

碳足跡數據盤查期間：自民國 103 年 01 月 01 日至民國 103 年 12 月 31 日

產品名稱：公路貨運服務

功能單位：每噸-每公里

宣告單位：每公斤-每公里常溫運輸

服務地址：臺灣台北市南港區三重路 19-9 號 2 樓

查證數據：每公斤每公里常溫運輸服務 1.39 公克二氧化碳當量

查證意見：依據查證者所執行之查證過程與程序，有充分證據顯示受查證組織之碳足跡主張係根據協議之查證準則規範的溫室氣體評估與報告予以準備，並公正地呈現溫室氣體數據及相關資訊。

保留限制：無



查證機構簽章：



查證作業實施日期

第一階段審查：中華民國 105 年 01 月 18-19 日

第二階段審查：中華民國 105 年 02 月 02 日

追查審查：中華民國 105 年 09 月 23 日

查證聲明書有效期間

中華民國 105 年 11 月 24 日至 107 年 11 月 23 日

負責人簽章：

蕭樹登

本案主導查證員：鄭仰仲

查證人員簽章：黃智瑋、劉謹鈺

保密性聲明

此報告及附件可能包含屬於受查證組織之機密資訊，除作為行政院環境保護署相關類證認可申請之證明文件外，未經受查證組織書面同意，其他個人、團體或公司禁止自行複製或發行。

利益衝突迴避聲明

(一) 茲保證此報告及附件內容完全依照行政院環境保護署及有關機關相關規範，秉持公正、誠實之原則進行查證作業，如有違反，就政府機關所受損失應負連帶賠償責任之外，並接受主管機關依法令所為之行政處分及刑事處罰。

(二) 查人瞭解如自受政府機關委任從事公務，亦屬於刑法上之公務員，並瞭解刑法上瀆職罪、公務員登載不實偽造罪條例之相關規定，如有違反，亦為刑法及貪污治罪條例之適用對象，應受最嚴厲之法律制裁。

(三) 保證本公司與受查證單位並無財務投資之關係，且符合主管機關對利益衝突迴避之要求，如有違反前述事實情事查證實施時，此報告及附件內容應接受主管機關判定為無效之處分。

1 / 1

▲ 產品碳足跡查證聲明

2、碳管理作法

(1).建置碳足跡計算與溫室氣體盤查之管理系統

聘請顧問公司辦理教育訓練，協助本公司相關人員建構碳足跡及溫室氣體之自主計算與管理能力。

(2).進行「公路貨運服務碳足跡計算」與第三方查證

- 1 依據環保署公告「公路貨運服務碳足跡產品類別規則 (CFP-PCR)」進行常溫運輸服務碳足跡計算作業。
- 2 於實際進行調查工作期間針對活動數據進行檢核，並視資料完整性與正確性召開內部會議研商。
- 3 製作盤查年度之碳足跡盤查報告書。
- 4 取得第三方查證單位開立之查證聲明。

(3).進行「溫室氣體盤查」與第三方查證

- 1 依據環保署公告「溫室氣體盤查與登錄指引」進行溫室氣體盤查。
- 2 依據活動數據，辦理內稽工作檢核活動數據。
- 3 製作盤查年度之溫室氣體盤查報告書。
- 4 取得第三方查證單位開立之查證聲明。

溫室氣體排放量查證聲明

事業聯絡資訊
 公司名稱：台灣宅配通股份有限公司
 聯絡電話：02-66165500 #257
 通訊地址：台灣台北市南港區三重路 19-9 號 2 樓

查證機構聯絡資訊
 公司名稱：香港商英國標準協會太平洋有限公司台灣分公司
 聯絡電話：02-26560333
 通訊地址：台北市內湖區基湖路 39 號 5 樓

證書號碼：GHGEV 1502

查證結果摘要

英國標準協會係依據 ISO 14064-3/CNS 14064-3 及行政院環境保護署現行規定執行查證程序，查證結果發現未違反實質性限制，符合行政院環境保護署認可之合理保證等級。

查證準則：ISO 14064-1/CNS 14064-1 溫室氣體—第 1 部：組織層級溫室氣體排放與移除之量化及報告附指引之規範及行政院環境保護署現行溫室氣體相關規定。

查證範圍：台灣宅配通股份有限公司

涵蓋期間：自民國 106 年 1 月 1 日至民國 106 年 12 月 31 日

查證數據：採 IPCC 2007 年第四次評估報告公告之 GWP 值彙總排放量，經查證排放量如下：

列管事業名稱	管制編號	直接溫室氣體排放量(範疇一)	能源間接溫室氣體排放量(範疇二)	總溫室氣體排放量
台灣宅配通股份有限公司	Y0003149	14,261.1347	4,332.2551	18,593.390

(單位：公噸二氧化碳當量)

查證意見：依據查證者所執行之查證過程與程序，有充分證據顯示受查證機構之溫室氣體主張不具實質差異，且係根據協議之查證準則與範疇的溫室氣體量化、監測與報告的國際標準予以準備，並公正地呈現溫室氣體數據之相關資訊。

保留限制：無

其他查證相關資訊：已完成查證之能源間接排放(範疇二)排放量，係引用經濟部能源局公告民國 107 年電力排放係數(0.554 公斤二氧化碳當量/度)計算。



查證作業實施日期

書面文件審查：中華民國 107 年 10 月 26 日
 第一階段審查：中華民國 107 年 11 月 12-13 日
 第二階段審查：中華民國 107 年 11 月 26 日
 本業主導查證員：
 查證人員簽章：





查證機構簽章：

 查證聲明書核發日期：中華民國 107 年 12 月 10 日
 聲明書重新核發日期：中華民國 108 年 02 月 27 日
 負責人簽章：
 職稱：總經理 

保密性聲明
 此報告及附件可能包含屬於受查證機構之機密資訊，除作為行政院環境保護署相關報端申報申請之證明文件外，未經受查證機構書面同意，其他個人、團體或公司禁止自行複製或發行。

利益衝突聲明明
 (一) 茲保證此報告及附件內容完全依照行政院環境保護署及有關機關相關規範，秉持公正、誠實之原則進行查證作業，如有違反，即由政府機關所受損失額為賠償責任之外，並接受主管機關依法令所為之行政處分及刑事處罰。
 (二) 吾人瞭解如自身受政府機關委任從事公務，亦屬於刑法上之公務員，並瞭解刑法上關於公務員受賄罪之相關規定，如有違反，亦為刑法及貪污治罪條例之適用對象，願受最嚴厲之法律制裁。
 (三) 保證本公司與受查證單位並無財務投資之關係，且符合主管機關對利益衝突聲明明之要求，如有違反前述事實查證屬實時，此報告及附件內容願接受主管機關判定為無效之處分。

1 / 1

(三)未來規劃

面對氣候變遷威脅，為了抑制溫室氣體排放，本公司以「2050 年淨零排放」作為宏觀願景，並設立專責人員進行相關能力建構，進行淨零路徑的短、中、長期目標設定與規劃，現階段之規劃如下表 1 所示。

	短期	中期	長期
時程	2025 年前	2035 年前	2050 年
規劃內容	<ul style="list-style-type: none"> ◆專責人員能力建構 ◆升級優化環保駕駛系統監控車輛反饋與檢討機制。 ◆車輛調度管理降低老舊車輛使用頻率。 ◆改善貨物多溫層運輸車輛車體保溫能力。 ◆辦公室/營業所各項設施能效提升。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆運輸車輛全面電動化。 ◆辦公室/營運據點零碳排放。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆爭取 2040 年達成碳中和。 ◆2050 年達到淨零排放。

▲ 表 1、2050 年淨零排放規劃

▲ 溫室氣體排放量查證聲明

此外，本公司亦延續過往碳足跡計算及溫室氣體盤查優良傳統，逐年進行溫室氣體盤查及製作年度盤查報告書。自 2022 年起，配合國家減量目標及國際環境趨勢每三年進行一次滾動式檢視修正，分階段朝向淨零碳排放目標邁進。



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 年開始導入溫室氣體盤查作業，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即時狀況，減少污染源並節省能源，以符合政府環保政策。

(一).建立合適之環境管理制度

計劃性汰換老舊貨車及機車，採購符合當年環保法規規範之貨車及機車，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。

(二).提升資源之利用效率，並使用對環境負荷衝擊低之再生物料

本公司購置及使用籠車減少棧板使用，降低塑膠包膜使用量，以物流箱運送小型貨品減少紙箱或塑膠袋等拋棄式包材使用，減少廢棄物對環境衝擊。

(三).評估氣候變遷對企業現在及未來的潛在風險與機會，並採取

氣候相關議題之因應措施

營運策略規劃和決策過程中納入氣候變遷因子並納入整體風險管理政策，積極推動各項環保節能減碳措施、減少溫室氣體排放量、推廣綠色運輸服務等，以減緩與調適氣候變遷所帶來之營運衝擊。

(四).統計過去兩年溫室氣體排放量

本公司減碳工作規劃自2014年起排放以3%以上之溫室氣體減量目標。分析主要溫室氣體排放源，為運輸服務階段之營

業場所用電與車輛燃料燃燒。2019年全公司溫室氣體排放量為18,159.210 tCO₂e/年。2020年為19,618.023 tCO₂e/年。

◆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15年之車輛，採購符合5期環保法規柴油車輛，新車較15年舊車輛節省油耗節省12%，每車每年減少2噸碳排放。

本公司於2020年共計汰換51台車輛，可降低碳排放量102噸/年。於2019年共汰換46台，可降低碳排放量92噸/年，2021年預計汰換70台車，可降低碳排放量140噸/年。

2020年尋找並評估導入電動車輛(電動車、電動機車)可行性，2021年導入電動車輛(電動車、電動機車)參與公司路線營運。

(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

4.3.1 盤查範疇

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。



▲ ISO 14064-1 溫室氣體盤查認證

2020 年為公司盤查溫室氣體的第四年(以下數據尚未經第三方查證公司查證)，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 70 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 2020 年公司溫室氣體排放量總計為 19,618.02 公噸二氧化碳當量，其中，移動排放源排放量占 70.3%，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 23.5%、6.2%，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本公司目前達成溫室氣體減量目標之主要執行方向，同時也可藉此降低長期之營運成本。

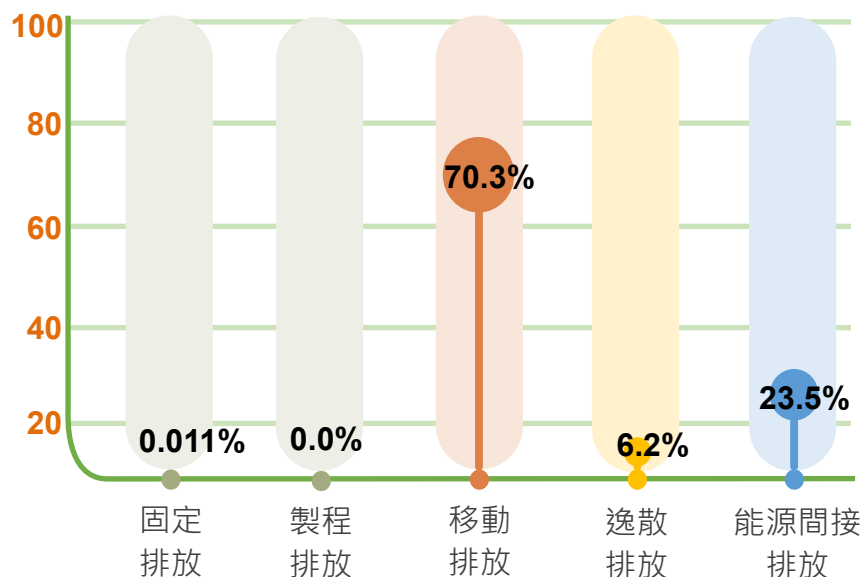
台灣宅配通溫室氣體盤查僅計算範疇一及範疇二，公司其他間接溫室氣體排放源主要來自員工通勤與廢棄物處理等，不納入排放量計算。各範疇排放源所對應活動與設備如下表所示，直接溫室氣體排放主要以範疇一排放為主，2020 年排放量為 15,011.586 公噸二氧化碳當量，範疇一排放量占組織內總排放量 76.52%。能源間接溫室氣體排放源(範疇二)主要為公司各服務站、物流倉、碼頭倉儲、辦公室、營業所、轉運中心等外購電力，根據盤查結果，

2020 年範疇二溫室氣體排放量為 4,606.437 公噸二氧化碳當量，占總排放量 23.48%。

範疇界定	排放源	對應活動或設備	排放當量 (tCO2e/年)	占比 (%)
範疇一	固定源	發電機用油	2.0968	0.011%
	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 	13,792.374	70.3%
	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) 	1,217.116	6.2%
範疇二	能源間接	各場址外購電力	4,606.437	23.48%

▲ 各範疇排放源對應活動/設備及排放量

▼ 2020 年溫室氣體排放源占比



▼ 歷年全公司溫室氣體總排放量



2020 年度溫室氣體總排放量為 19,618 公噸二氧化碳，與 2019 年相比上升了 1,459 公噸二氧化碳，屬於範疇一的排放量為 15,012 公噸二氧化碳，而範疇二的排放量為 4,606 公噸二氧化碳，相較 2019 年分別增加了 1,064 公噸二氧化碳和 395 公噸二氧化碳，主要原因是 2020 年成立高雄及台中物流倉，加上疫情影響，導致貨量飆升，整體的能源消耗也隨之上漲；預計 2021 年完成 14064-1:2018 版本轉換。

4.3.2 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，2020年較前一年(2019年)上升1,458.81公噸二氧化碳當量，增加比例為8%；但以每百萬營收之溫室氣體排放量來看，2020年排放量為4.925公噸二氧化碳當量/百萬元，較2019年增加0.034公噸二氧化碳當量/百萬元，增幅約0.7%。

▼ 單位營收溫室氣體排放強度

	單位	2017年	2018年	2019年	2020年
營收淨額	仟元	3,059,610	3,360,947	3,712,520	3,983,309
溫室氣體排放量	tCO ₂ e	18,593.4	17,862.1	18,159.2	19,618.0
單位營收排放量	tCO ₂ e/ 百萬元	6.077	5.315	4.891	4.925
減量比例	百分比	--	-12.5%	-8.0%	0.7%

4.3.3 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，2020年柴油約使用4,994,535公升，汽油使用量約235,985公升，全公司場址總計外購電力約9,049,974千瓦小時。

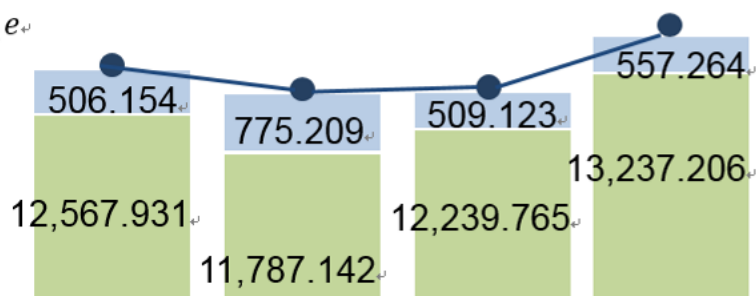
▼ 能源消耗用量

能源	單位	2017年	2018年	2019年	2020年
車用汽油	公升	214,345	328,289	215,606	235,985
車用柴油	公升	4,742,005	4,447,404	4,618,175	4,994,535
外購電力	千瓦小時	7,819,955	7,640,295	8,272,584	9,049,974

三年能源消耗之溫室氣體排放當量如下表所示，2020 年柴油排放量為 13,237 公噸二氧化碳當量、汽油排放量 557 公噸二氧化碳當量，總計排放 133,794.470 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

單位:tCO₂e



	2017年	2018年	2019年	2020年
車用汽油	506.154	775.209	509.123	557.264
車用柴油	12,567.931	11,787.142	12,239.765	13,237.206
合計	13,074.085	12,562.351	12,748.888	13,794.470



2020 年度的車用柴、汽油的二氧化碳排放量較前一年度 (2019 年) 增加 1,045.583 公噸，增加約 8.2%。2020 年外購電力碳排放較前一年度 (2019 年) 增加 395.692 公噸二氧化碳當量，增加約 9.7%，主要係因盤查範圍擴大，加上疫情影響所致。



▼ 柴、汽油合計溫室氣體排放量

能源	單位	2017年	2018年	2019年	2020年
車用汽油	tCO ₂ e	506.154	775.209	509.123	557
車用柴油	tCO ₂ e	12,567.93	11,787.14	12,239.77	13,237
外購電力	tCO ₂ e	4,332.26	4,072.28	4,210.75	4,606.44

4.3.4 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 2020 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	103.961
低溫車後車廂	交通用冷凍、冷藏設備	346.705
辦公室冷氣機	住宅及商業建築冷氣機	36.233
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	32.765
凍結機	中、大型冷凍、冷藏設備	467.502
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，2020 年車輛前座空調冷媒逸散之溫室氣體排放量為 103.961 公噸二氧化碳當量，較前一年度減少排放 3.575 公噸二氧化碳當量，降幅約為 3.32%。

▼ 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	2020 年
車輛前座 空調冷媒	tCO ₂ e	120.406	125.840	107.536	103.961
低溫車後 車廂冷媒	tCO ₂ e	349.058	363.569	348.274	346.705
辦公室設 備冷媒	tCO ₂ e	519.014	520.439	520.792	536.500

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。2020 年員工總工時共計 5,771,093 人時，溫室氣體排放量為 229.95 公噸二氧化碳當量，較前一年度排放增加 7.2 公噸二氧化碳當量，增幅約 3.13%。

▼ 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	2020 年
總工時	人時	4,983,628	5,461,346	5,596,039	5,771,093
排放當量	tCO ₂ e	198.573	217.608	222.975	229.95



4.4 永續供應鏈

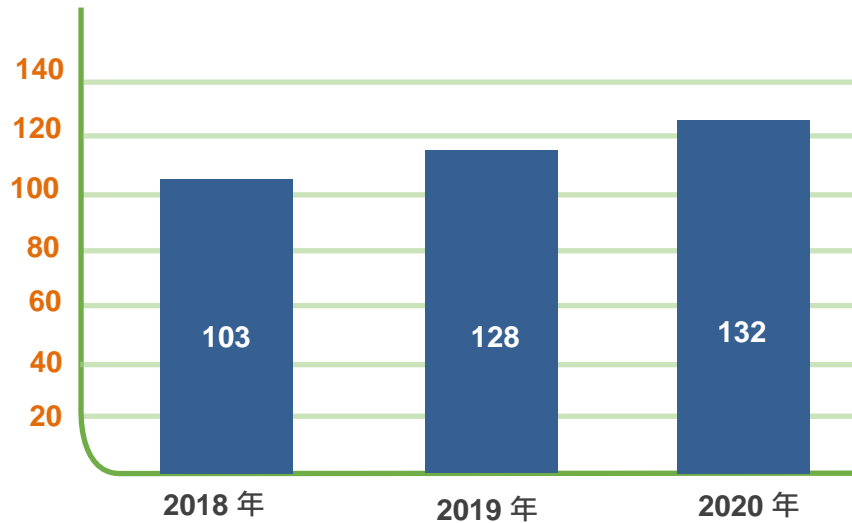
4.4.1 供應商遴選及評鑑機制

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，針對取得企業社會責任報告書之供應商，於評分方面額外加計評分，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。

2020 年評鑑廠商為 132 家，較前一年度評鑑廠商數多 4 家，增比約為 3%。

▼ 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。2020年，台灣宅配通包材採購比數為858筆，較2019年度減少124筆，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0.5%上升至0.9%，總計上升0.4%。

▼ 包材採購

項目	2018年	2019年	2020年
總採購筆數	841	982	858
在地供應商採購比例	100.0%	100.0%	100.0%
採購品項境外加工金額比例	3.2%	0.5%	0.9%

備註：

1. 在地化採購係指向台灣本地設籍之供應商進行採購。
2. 境外加工金額係指供應商在境外設廠加工訂製品之金額。

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

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2020年為例，本公司共計開辦宣導講座14個梯次，並於朝會宣導40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，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2020年為例，依法應足額晉用22位身心障礙人員，宅配通身心障礙同仁達33位，優於法令進用比例50.0%，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。 (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、起重機操作、急救人員等)，訓練課程內容於職業安全衛生章節具有詳加介紹。

5.1.1 管理方針

重大主題	撰寫意義及原因	行動計畫	未來目標
勞雇關係 (友善職場)	宅配通提供許多工作機會及具有市場競爭力的整體薪酬與福利制度，重視勞雇關係，每位同仁在任用與發展上皆有平等機會，不因種族、性別、信仰、婚姻、國籍而有任何形式之歧視，這個平等勞雇政策擴及於招募、聘用、留任 等相關作業以及所提供的工作條件。	<ol style="list-style-type: none"> 1.建立完善員工申訴機制: 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。 2.訂定「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」、「職場霸凌」、「不法侵害」、「暴力防治」、「行為道德」等規章辦法，並將「性騷擾防治」列為全體同仁必修課程。依「性別工作平等法」提供同仁在懷孕、生產及哺育等不同階段所需之協助。 	透過健全的制度建立，保障員工避免遭受職場上可能產生的不法侵害，影響員工權益。並且開設更多有關與人權相關的課程，提升員工對於行為道德的觀念，營造友善職場的環境。



5.2 人力資源政策

5.2.1 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。

5.2.2 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。

為使同仁均具備反貪腐之法令觀念，並力求誠信經營之企業文化得以廣泛宣導及持續教化，本公司將員工行為準則與各種業務之相關規定及法治觀念，納入新進員工教育訓練課程內容以及主管培訓等各階層訓練課程中。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。2020 年度參與員工行為準則課程，以教室及線上課程方式參加人數為 558 人，參加朝會宣導人數 1,301 人。舉辦誠信經營守則相關議題宣導共計 44 人參加。為使同仁均具備反貪腐之法令觀念，並力求誠信經營之企業文化得以廣泛宣導及持續教化，本公司將員工行為準則與各種業務之相關規定及法治觀念，

宣導主題	宣導對象	參加人數	宣導方式
員工行為準則	北部營業所主管	16	教室上課
員工行為準則	中部營業所主管	12	教室上課
員工行為準則	南部營業所主管	14	教室上課
員工行為準則	儲備主管/幹部培訓	35	教室上課
員工行為準則	宅配司機	1301	朝會宣導
員工行為準則	新進人員	481	線上課程
誠信經營守則	營業所主管	44	教室上課

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。

5.2.2 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 2020 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 2,190 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。2020 年共計 33 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 34 位原住民員工，佔員工總人數 1.6%。



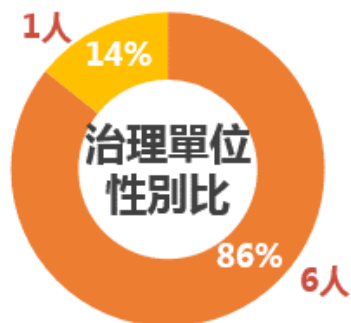
員工新進與離職分析		新進員工		離職員工	
		人數	比例	總數	比例
依性別	男	1,199	82.0%	1,141	81.7%
	女	264	18.0%	256	18.3%
依年齡層	≤29 歲	580	39.6%	525	37.6%
	30~49 歲	758	51.8%	766	54.8%
	≥50 歲	125	8.5%	106	7.6%
依地區	北部	789	53.9%	736	52.7%
	中部	302	20.6%	291	20.8%
	南部	302	20.6%	303	21.7%
	東部	70	4.8%	67	4.8%
合 計		1,463	100%	1,397	100%

◆新進及離職員工結構



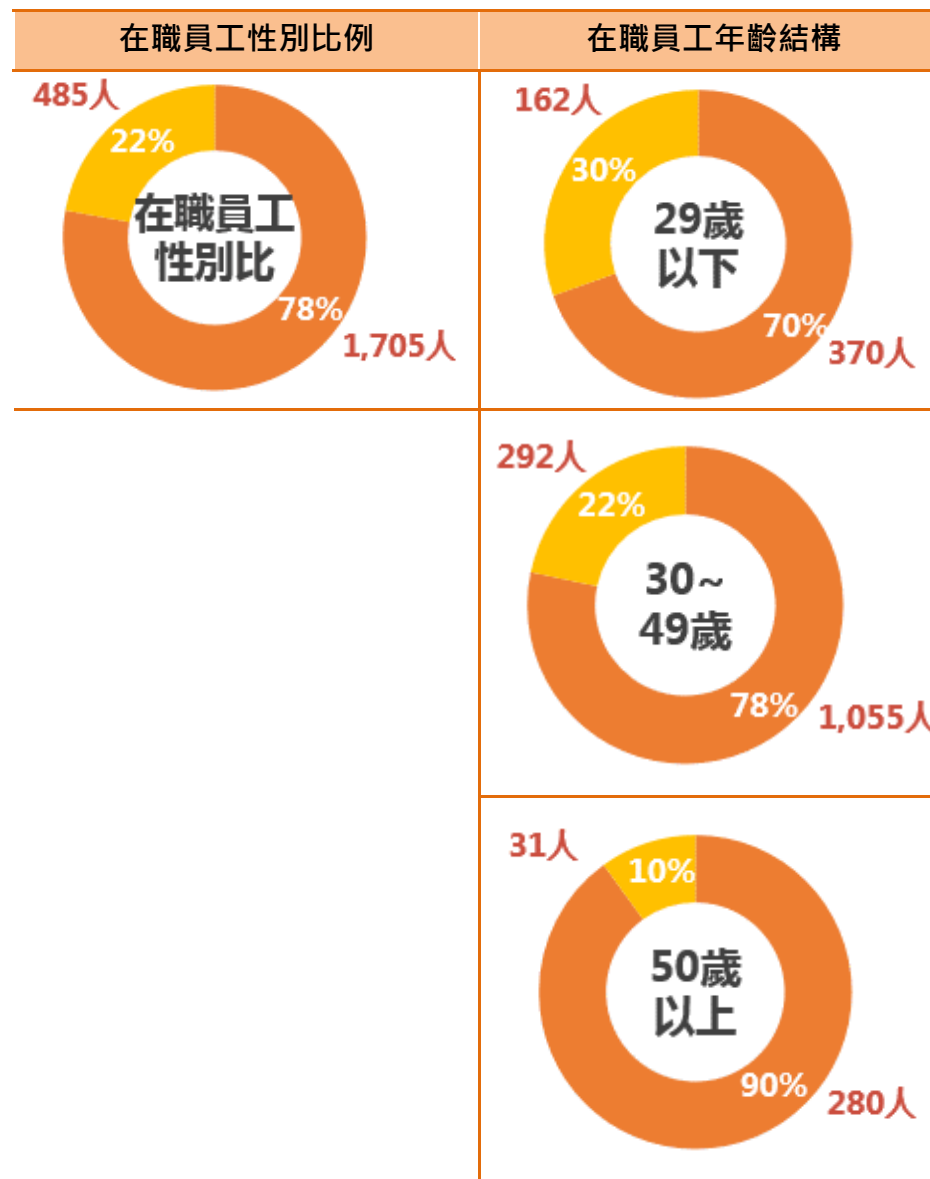
◆組織治理單位

	人數	比例
男性	6	85.7%
女性	1	14.3%



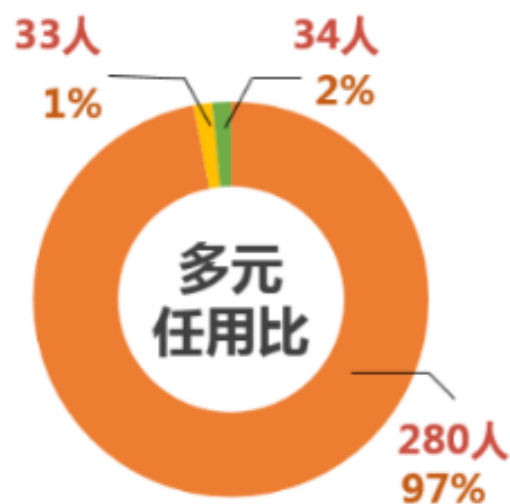
◆全體員工數據分析

性別/ 年齡	29歲以下	30~49歲	50歲以上	總計	比例
男性	370	1,055	280	1,705	77.9%
女性	162	292	31	485	22.1%
總計	532	1347	311	2190	100%
比例	24.3%	61.5%	14.2%	100%	



◆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	2123	33	34
優於法令晉用比例		1%	2%



5.3 多元且永續的人才培訓與職涯發展

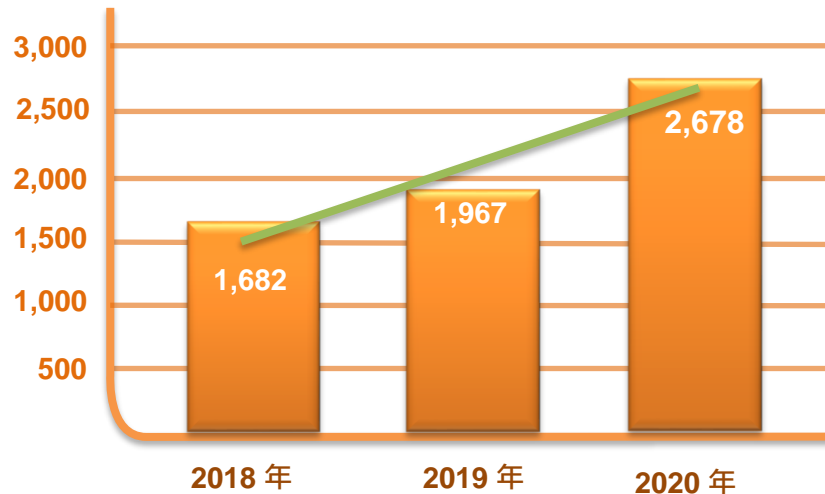
5.3.1 企業人才培訓

台灣宅配通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，我們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要的訓練資源，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。

公司提供多元的學習與成長管道，包括：公司內、外訓課程、主管指導、工作現場教導、數位課程、講座、在職進修等；此外，也每年開班培養公司內部具熱忱、專業的主管成為內部講師，進行專業的傳承與經驗分享。2020年教育訓練總共投入2,678千元，較2019年成長36.14%，平均每人訓練費用1,223元。

我們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；2020年課後滿意度達92.07%，較2019年提高0.4%。

▼ 2018~2020 年教育訓練費用(仟元)



(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。

2020 年因應嚴重特殊傳染性肺炎(新冠肺炎)疫情的蔓延，為保護

同仁健康、確保公司營運，公司實施新進人員訓練 E 課程以及線上課後測驗，共計 481 人參加新人線上課程並通過課後測驗。2020 年全年度新進人員訓練實體與線上課程，共計 610 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。





▲ 參加集團新人入職典禮合照

此外，為使新進同仁與關係企業新進人員有更多相互交流與學習的機會，2020 年共有 11 名新進幕僚同仁參加東元集團舉辦的新人入職典禮，加深對集團的認識。

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。



▲主題式活動學習

2020 年共計 22 人參訓，訓練內容包括：法令規章、職業安全、各項作業說明與實務操作等，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。
(8).職業安全	職業災害案例研討及消防安全宣導。

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，透過多元豐富的課程設計，結合實體與線上學習以及實習學習，打造實力堅強的管理團隊；參訓必須通過各階段評核、測驗以及期末簡報，方能領取結訓證書，同仁結訓後也將優先獲得晉升資格保障。

2020 年共計 7 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	客訴處理技巧、品質績效管理、服務品質管
(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	人事系統操作、考勤、薪資管理、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、 廠房修繕及租賃流程、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	營運管理實務見習、轄區營運分析、準配率 及運能管理、跨區參訪與見習、轉運自動化 模式參觀、溝通協調與衝突處理、情緒等級 管理、危機管理與處理技巧。



▲ 參觀轉運中心



▲ 儲備經理培訓期末簡報



▲ 參觀物流中心



▲ 儲備經理結訓合影

四、管理階層訓練

為提升公司經營績效、加強管理層及共識、增進主管管理職能、強化對部屬的教導、培育其整合能力、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。2020年參加內外訓課程共計 202 人。

1. 黑暗對話工作坊：

課程主軸-同理心、溝通、突破框架。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。

2. 高效會議管理：

為提升主管的會議主持與狀況掌控技巧，讓會議更有效地進行，並且強化主管會議後的評估與追蹤，公司開辦「高效會議管理」課程。在課堂中探究了成功會議的秘訣、瞭解有效會議的結構及會議主持的程序、學習高效會議主持與會議掌控技巧、強化會議收尾與後續的追蹤評估，並且在課程結束後整理出會議準則字卡張貼於會議室，形塑公司的高效會議文化。

建立公司的開會文化	養成開會的文化與能力	會議的事前準備	會議的事後追蹤
<ol style="list-style-type: none">1. 前瞻：提出創新的看法與建議2. 平衡：在現有條件下運作3. 當責：成為解決問題的貢獻者4. 行動：以執行方案為討論的核心5. 重點：專注在大事項 不要在細節上耗力6. 效率：對每份議題 設定完成期限	<ol style="list-style-type: none">1. 當責精神：主動承擔的精神 這件事讓我來 不是你去做2. 溝通品質：講重點 講結論 不要繞圈子 時間是大家的3. Q&A能力：不要只丟出問題 要有想法 並且能提出解決方案4. 嚴守紀律：遵守開會準則及時間控制 每個人拖一點點 會就開不完5. 事前準備：做好準備 帶著腹案來 不要隨意在會議中即席發表6. 事後追蹤：開有意義的會 以行動確認會議的效果7. 提升會議效率：隨時提升開會能力 減少無謂的時間浪費	<p>落實「做」、「想」、「帶」、「寫」、「說」五大步驟</p> <p>做：會議前做功課 主題 要解決的議題 需要做哪些決議</p> <p>想：想像問題及困難 會遇到那些障礙 要如何處理</p> <p>帶：攜帶事前準備的相關資料 數據 圖表 文案 影音</p> <p>寫：會議過程 養成紀錄重點的習慣 並立刻交辦處理</p> <p>說：當一位積極的參與者 說出關鍵性的重要論點</p>	<ul style="list-style-type: none">● 指定會議紀錄及發文追蹤的責任者● 指定行動追蹤的責任歸屬者● 24小時內要求相關行動者做第一階段回應● 要求行動相關者提出執行進度報告

會議準則字卡

3.SD 指導員課程：

為加強營業站所主管對宅配司機各項標準作業流程與服務品質的指導，及其對於法令規章的遵循教育，2020 年公司舉辦北中南共三梯次的「SD 指導員課課程」。課程中所使用的影片，從劇本撰寫、影片拍攝，到影片的剪輯、配音等，皆由參加日本同業參訪的績優主管與人力資源部同仁共同製作完成。2020 年參訓對象為營業站所主管，公司也規劃 2021 年將參訓對象擴及營業站所幹部同仁，提升對宅配司機的日常指導。

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。因此，除了專業領域的精進外，同仁的整體能力提升與知識技能的傳承亦是公司所重視的。藉由通識課程的安排，我們建構同仁正確價值理念、增進其自我認知、提升各項職能。2020 年共計 94 人參訓，開辦之訓練課程如下：

(1)專案管理

(2)情緒管理

(3)內部講師訓練

六、團隊共識營

為建立公司管理團隊的共識並凝聚向心力，台灣宅配通於 2020 年二天一夜的團隊共識營；透過活動的設計，除了強化營運目標的達成，也讓主管們體認到有效溝通與團隊合作是目標達成的不

可或缺。此外，也藉著二天一夜的活動與相處，讓主管們更加拉近距離、熟識彼此、發掘夥伴潛力。

二天課程安排為：

第一天「諾曼第登陸」分組闖關活動，將信任、互助、激勵、協作之元素設計於活動項目中，並透過隨隊指導員的說明，連結活動設計與管理實務。

第二天為「F1 賽車」分組競賽，以公司營運最重視的成本、品質、交期三個元素設計為課程主軸，以分析、溝通、執行與問題因應為課程元素；讓參與的主管們透過 F1 賽車的零件購買、組裝、完成時間、軌道競速等實作，提升對於營運成本、配送與服務品質、以及配送時間的重視。



DAY1 「諾曼第登陸」課程元素



DAY1 活動照片(一)



DAY1 活動照片(二)



DAY2 「F1 賽車」課程元素

課程主題元素

精密資料的分析

無縫接軌的溝通



縝密分工與執行

問題分析與因應

DAY2 課程照片(一)



DAY2 課程照片(二)



公司更於共識營的第一天晚上安排了烤肉車、飲料車與啤酒車的驚喜，讓參與的主管們在輕鬆、歡樂的氣氛中更加熟悉彼此，增加同儕情誼。

共識營大合照



夜晚歡樂交流、啤酒車暢飲



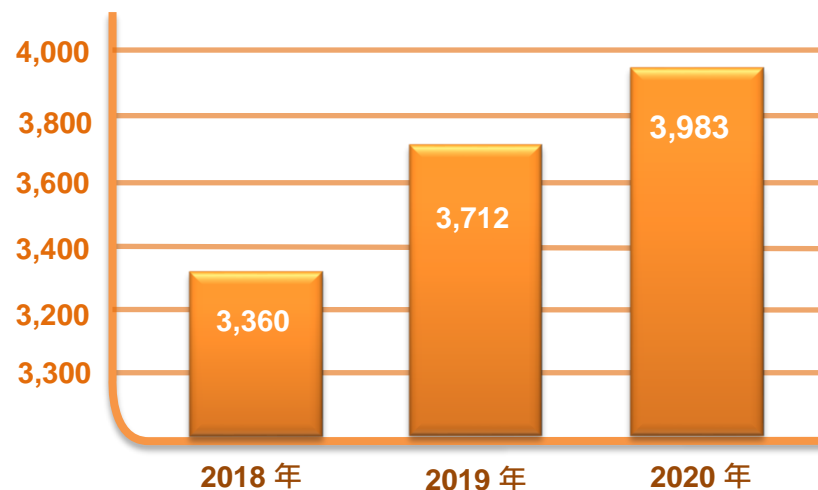
5.3.2 教育訓練成果

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。

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%。2019年全年營業收入淨額為新台幣3,712,520仟元，較2018年成長10.46%。2020年全年營業收入淨額為新台幣3,983,309仟元，則是較108年成長7.29%。

▼ 2018~2020 年營業收入淨額(仟元)



▲ 人員管理訓練

5.3.3 教育訓練概況

時數/費用	2018 年			2019 年			2020 年		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
總訓練時數	1,602.5	1,6122	17,724	1,912.5	1,4696.5	16,609	2,402	11,463	13,865
總受訓人數	148	1335	1483	217	1382	1599	275	863	1138
每人平均訓練時數	10.83	12.08	11.95	8.81	10.63	10.396	8.73	13.28	12.18
主管職平均訓練時數	9.59	8.37	8.56	4.58	5.61	5.46	30.04	39.60	34.82
非主管職平均訓練時數	11.42	12.99	12.86	11.44	13.20	12.97	6.69	8.78	7.74
全年教育訓練費用(元)	1,682,872			1,967,225			2,678,265		

公司每年持續開辦各類型訓練課程，2020 年度受到新冠疫情影響，受訓人數為 1,138 人，每人接受訓練平均時數為 12.18 小時。其中，女性員工每人受訓平均時數為 8.73 小時，男性員工為 13.28 小時。若以員工類別來看，管理職每人接受訓練平均時數為 34.82 小時，一般人員為 7.74 小時。



5.4 員工照顧與工作生活平衡

(一).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。

(二).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。
- (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。

(三).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。

(四).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。

(五).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，2020年同仁眷屬投保人數為1349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。

(六).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。

(七).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。

2020年計有16人提出育嬰留職停薪申請，復職率為35.29%，全年度有4人申請產假，2人申請產檢假、17位男性同仁申請陪產假。

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。

2018-2020 年育嬰留職停薪申請及復職率統計表：

No.	項目	2018			2019			2020		
		女	男	小計	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	49	164	213
B	實際申請育嬰留停人數	10	13	23	8	5	13	8	8	16
C	育嬰留停應復職人數	12	16	28	9	7	16	7	10	17
D	育嬰留停實際復職人數	6	7	13	5	3	8	3	3	6
E	前一年度育嬰復職人數	8	6	14	9	7	16	5	3	8
F	前一年度育嬰復職持續工作一年人數	6	4	10	8	6	14	5	2	7
G	復職率	50.00%	43.75%	46.43%	55.56%	42.86%	50.00%	42.86%	30.00%	35.29%
H	留職率	75.00%	66.67%	71.43%	88.89%	85.71%	87.50%	100.00%	66.67%	87.50%

■單位：人

■說明：

- ◆具有育嬰假申請資格人數(A)：3年內(2018/1/1-2020/12/31)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

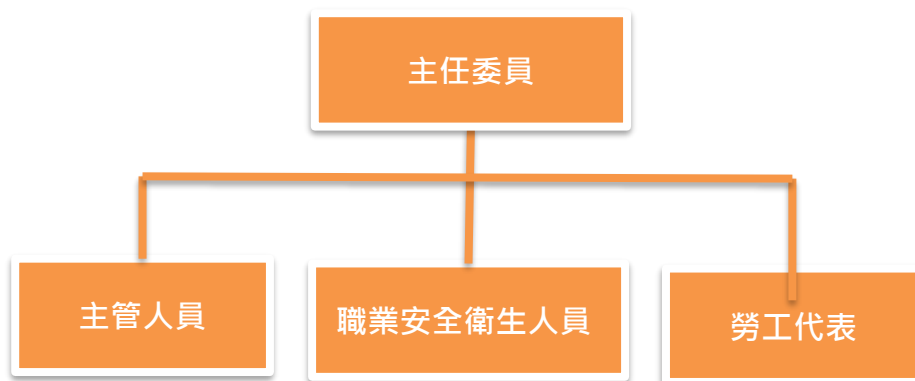
5.5.1 管理方針

重大主題	2020 年行動計畫	2020 年成效	中長期目標
職業安全衛生	<p>「台灣宅配通(股)公司」秉持著東元集團一貫的穩健踏實，提倡「環境無汙染，工作無災害」的精神，深知防範危險與消除災害之重要，為建構組織安全文化，維護同仁安全與健康，宣導落實安全衛生管理，積極努力達成零災害之重要目標，以提升企業形象，促進永續發展。</p>	<p>依據職業安全衛生法令規定，推動安全衛生管理，應用規劃 (Plan)、實施 (Do)、查核 (Check) 及改進 (Action) 等管理手法，務使作業場所危害因素消弭於無形，並藉由持續不斷的稽查制度發現問題，即時採取糾正措施，以提昇職業安全衛生管理績效，有效防止職業災害，促進勞工安全與健康，達到人安、工安、車安。</p> <p>(1)職業災害每季控制於 10/件。 (2)職業災害每季損失工時 3000 時/季。不含上下班意外事故損失。</p>	<p>(1)符合法令法規；遵守職安法規，保障勞工安全。</p> <p>(2)健全安衛管理系統：落實安衛管理，完成零災害之目標。</p> <p>(3)重視職場安衛：落實職場紀律，提昇勞安意識。</p> <p>(4)加強風險評估及教育訓練，施行安衛稽核，以維護安全、健康、整潔之工作環境，提升安全衛生績效。</p> <p>(5)全員參與：積極提倡全員與承攬商參與安全衛生活動，並加強溝通與協調，善盡企業公民責任。</p>

5.5.2 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。2020 年委員會每三個月開會 1 次，總共開會 4 次。

委員組織架構如下：



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

▲圖 2020 年安全衛生委員會組織

5.5.3 職業安全衛生管理計畫

本公司在職業安全衛生管理方面，除依法規設置「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業安全衛生成效。本公司評估員工於各項工作所可能遭遇之風險危害，所透過每年訂定「職業安全衛生管理計畫」，並訂定「員工安全衛生工作守則」，遵循職業安全衛生法令，並加以實施其計畫，要求員工須依安全衛生工作守則進行各項作業，提升全體員工安全意識與安全參與：

(一)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。

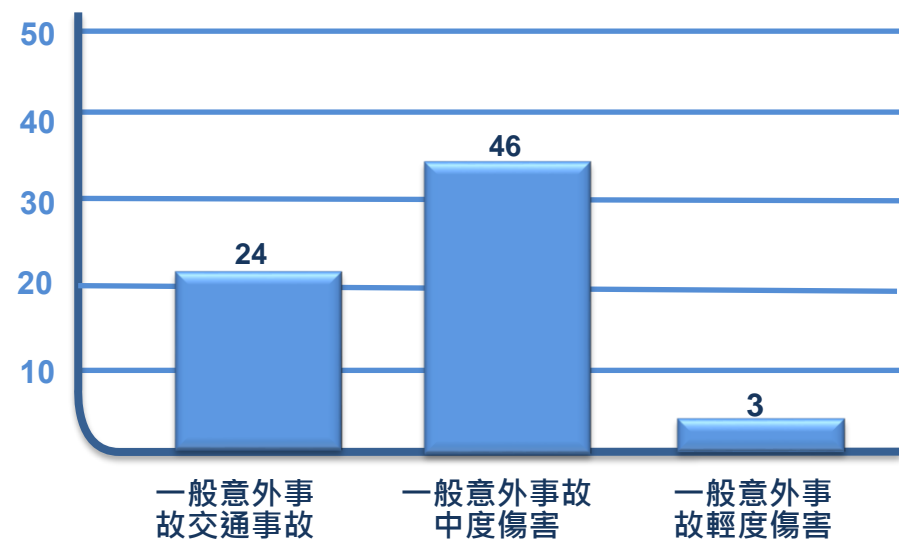
(二)事故通報機制

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。

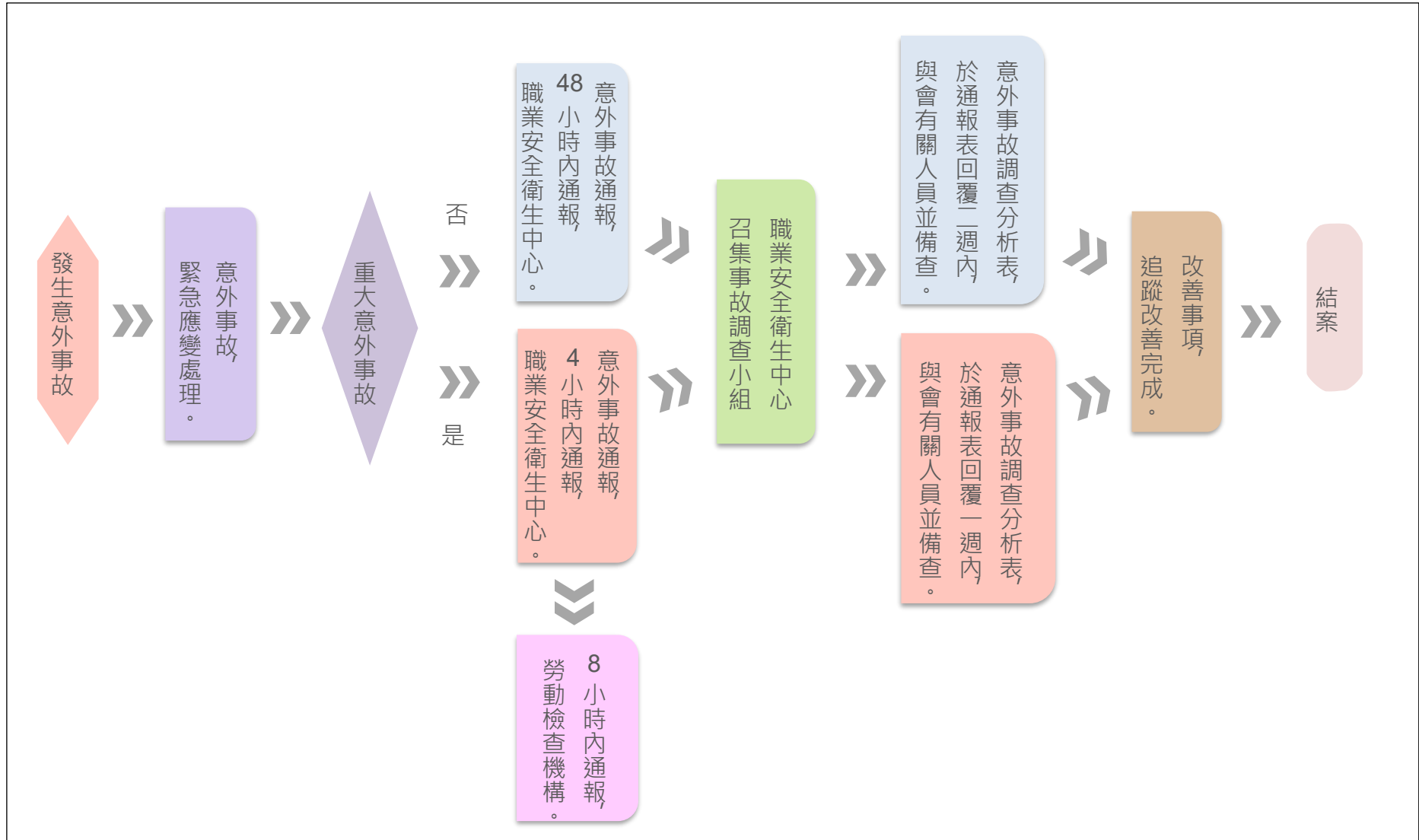
▼ 圖 勞動場所意外事故分類統計

事故分類	合計
一般意外事故交通事故	24
一般意外事故中度傷害	46
一般意外事故輕度傷害	3
總計	73

▼ 圖 2020 年勞動場所意外事故分類

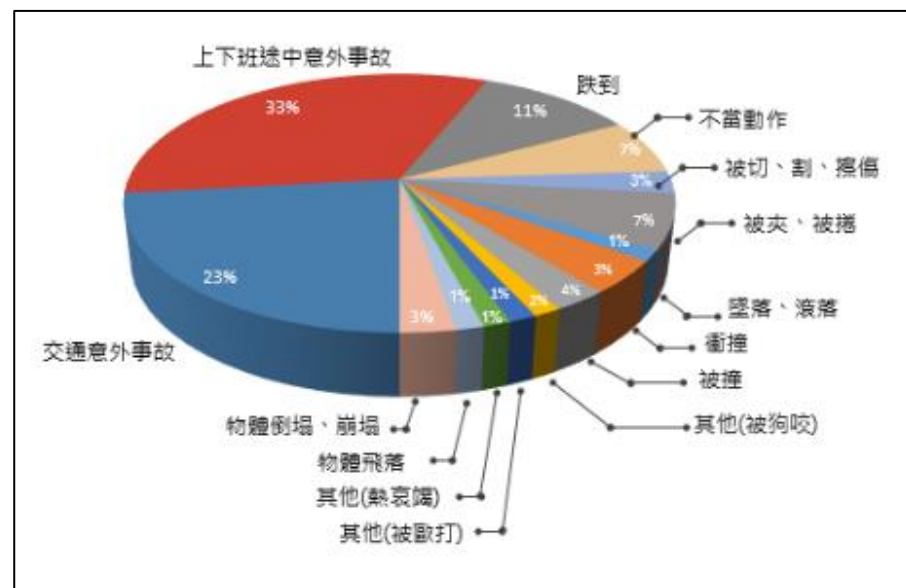


▼ 圖 意外事故調查處理流程



▼圖 2020 年勞動場所意外事故類型

事故類型	合計
上下班途中意外事故	24
不當動作	5
交通意外事故	17
其他(被狗咬)	1
其他(被毆打)	1
其他(熱衰竭)	1
物體飛落	1
物體倒塌、崩塌	2
被夾、被捲	5
被刺、切、割、擦傷	2
被撞	2
跌倒	8
墜落、滾落	1
衝撞	3



(三)教育訓練

2020年持續辦理「職業安全衛生業務主管訓練」、「防火管理人訓練」、「急救人員在職訓練」、「荷重在一公噸以上之堆高機操作人員在職教育訓練」、「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下：

(三)教育訓練

▼ 各類職業證照訓練梯次(場次)及參加人數

序號	課程名程	梯次 (場次)	參加人 數
1	職業安全衛生業務主管訓練 (初訓)	6	12
2	職業安全衛生業務主管訓練 (複訓)	35	49
3	防火管理人訓練 (初訓)	8	9
4	防火管理人訓練 (複訓)	11	16
5	急救人員在職訓練 (初訓)	5	7
6	急救人員在職訓練 (複訓)	34	48
7	荷重在一公噸以上之堆高機操作人員在職教育訓練 (初訓)	16	19
8	荷重在一公噸以上之堆高機操作人員在職教育訓練 (複訓)	56	110
9	2020 年度現場主管職安暨車安講座訓練	3	120
總計		174	390

▼ 現場主管職安暨車安講座訓練



採購防護設備：

為避免員工長期搬運造成腰部、背部職業職傷害，職業安全衛生中心提案採購工作型護腰，發放全體宅配作業同仁。

▼ 工作型護腰照片



5.5.3 健康促進與關懷

(1) 員工巡迴一般健檢與臨場健康服務

本公司提供優於法定的一般健康檢查實施頻率，對在職勞工每年定期實施一般健康檢查，依十年內腦、心血管疾病風險程度 (Framingham Cardiac Risk Score)，實施健康管理，由勞工健康服務護理人員辦理臨場健康服務，職業醫學科專科醫師提供勞工個人健康指導，藉此強化勞工健康保護，以提供勞工安全健康的工作環境。

員工巡迴一般健檢統計

年份	2018 年	2019 年	2020 年
場次	30 場	34 場	35 場
人數	1418 人	2038 人	2004 人

▼ 員工巡迴一般健檢



十年內腦、心血管疾病風險程度及臨場健康服務統計

年份	2018 年	2019 年	2020 年
低度危險(<10%)人數	1,244 人	1,781 人	1,875 人
中度危險(10-20%)人數	141 人	224 人	122 人
高度危險(>20%)人數	33 人	33 人	7 人
臨場健康服務場次	3 場	2 場	10 場
臨場健康服務人數	17 人	10 人	62 人



▲ 職業醫學科專科醫師臨場健康服務

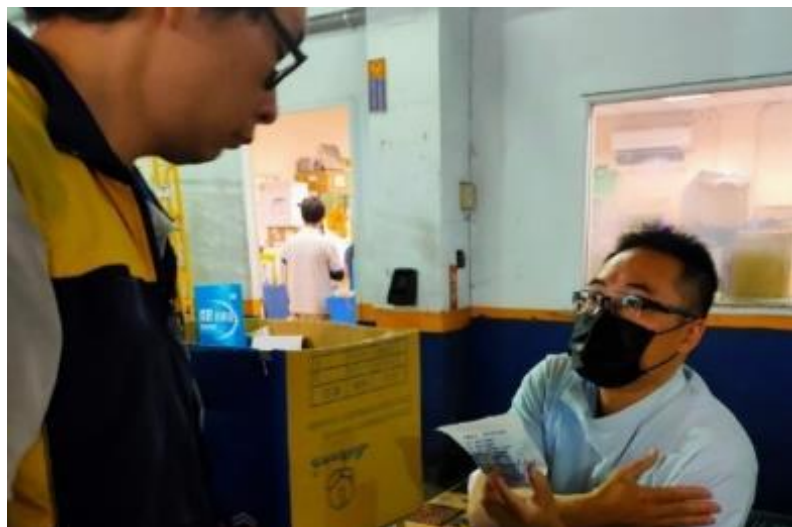
(2)健康促進活動與課程

本公司以企業組織理念及價值為核心，展開一系列職場健康促進計畫，從主管到所有員工參與，計畫中的內容制定，考量四個影響途徑(生理工作環境、社會心理工作環境、個人健康資源、企業社區參與)關聯性，遵循問題解決循環過程，包括需求分析、設定優先順序、規劃、執行、持續監測和評估，完成「職場周全健康促進計畫」。

職場健康促進活動

(1) 藥事人員戒菸衛教師臨場戒菸治療服務統計

年份	2019 年	2020 年
場次	5 場	17 場
人數	86 人	225 人



◀ 藥事人員戒菸衛教師臨場戒菸治療服務

職場健康促進活動

(2) 職場紓壓理論與實作講座統計

年份	2020 年
場次	4 場
人數	88 人



▲ 臨床心理師職場紓壓理論與實作講座



職場健康促進活動
(3) 足部健康講座統計

年份	2020 年
足部健康講座場次	3 場
足部健康講座人數	65 人



◀ 物理治療師足部健康講座

職場健康促進活動
(4) 足部篩檢統計

年份	2020 年
足部篩檢場次	5 場
足部篩檢人數	273 人



◀ 物理治療師足部篩檢

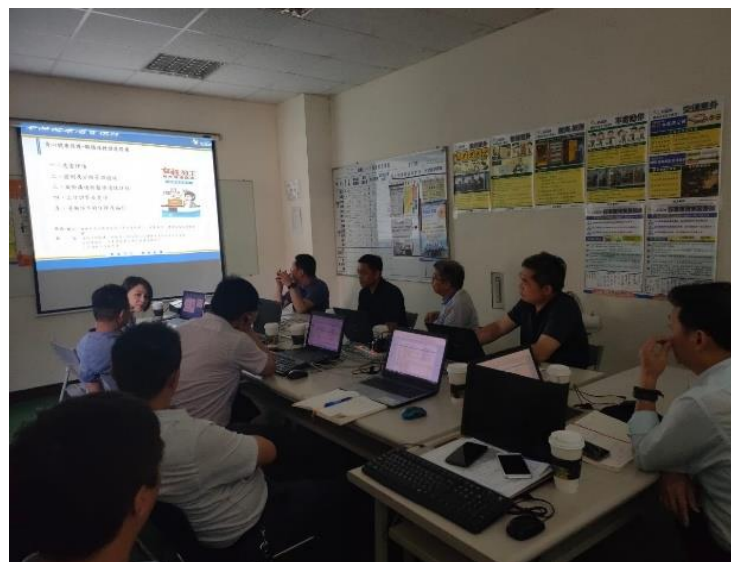
職場健康促進活動

(5) 職業安全衛生中心宣導統計表

年份	2018 年	2019 年	2020 年
場次	8 場	16 場	7 場
人數	126 人	217 人	109 人



▲ 職業安全衛生中心宣導





▲ 愛心捐血活動

(3) 女性勞工母性健康保護

本公司對於女性勞工從事有母性健康危害之虞之工作所採取之措施，包括危害評估與控制、醫師面談指導、風險分級管理、工作適性安排及其他相關措施；女性勞工妊娠之日起至分娩後一年之期間，職業安全衛生人員會同勞工健康服務醫護人員進行母性健康保護分級管理，依分級由勞工健康服務醫師提供勞工個人面談指導，並採取危害預防措施。

母性健康保護人數統計表			
年份	2018年	2019年	2020年
人數	10人	15人	19人



▲ 勞工健康服務醫師提供妊娠中員工面談指導

5.6 公益活動花絮

台灣宅配通秉持「取之於社會，用於社會」之理念，深知公益活動時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 2020 年公益活動條列如下：

送愛關懷偏鄉孩童



台灣宅配通響應智娛互動舉辦「以ㄍ×ㄩ` (畫)發聲，投愛偏鄉」公益活動，召集北中南區專業兒童美術教師，帶領孩童以我的家庭為主題作畫，齊心訴說家的故事，且給予正向的支持鼓勵，建立孩子們自我認同及自信感，台灣宅配通將募集的 120 箱乾拌麵公益宅配直送南投縣豐丘國小，透過宅配愛心物資散播給偏鄉兒童，讓弱勢孩童感受到社會的溫暖關懷，回饋社會善盡企業社會責任之力。

關懷稻農 大嘴鳥的一畝田



台灣宅配通以關懷為出發點，參與「大嘴鳥一畝田」企業認養活動。將認養基金受惠於辛苦的農民，為台灣土地與稻農盡一份心力，並用愛心種下秧苗，用感恩的心收割稻米，以實際行動扶植在地小農，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。

第二年參與母公司「東元電機」及關係企業「東捷資訊」共同舉辦「大嘴鳥一畝田」公益活動，約 100 位同仁報名參加。藉由員工親身體驗，捲起衣袖拉起褲管親自下田插秧，一步一腳印踩進田泥，彎腰插下每一株秧苗，並用鐮刀收割每一株飽滿的稻米，吸取稻農的專業經驗傳遞與收割



機使用的方法，都是展現對台灣土地的熱愛。除了友善耕作稻田能促進綠色生態永續，也是排碳最少，且稻田也是最佳的原生的植物。

年底收成 750 公斤的白米，將全數捐贈人安基金會台北市、新北市平安站，供給寒士街友午晚餐，讓寒士們能溫飽肚子。

宅配通協助「寒士就業計劃」



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」贊助月餅禮盒，結合電商「生活市集」平台公益販售，並且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，以行動送愛心助寒士順利就業，不遺餘力。

響應公益捐血助人



因全台血庫不足，東元集團號召旗下子公司一起共襄盛舉「愛，從捐血開始！」每年在南港軟體園區發起 2 次捐血活動，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，共計約 100 袋熱血。

2021 年持續號召同仁捐血公益善行。

送愛溫暖弱勢孩童



台灣宅配通長期關懷弱勢族群，與忠義基金會攜手合作的公益宅配邁入第六年，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，用心投入公益不遺餘力。

宅配通深耕品格·傳遞愛



台灣宅配通發揮公益宅配的精神，連續第二年與華書基金會攜手合作，一起深耕「英文品格多元教學」傳遞愛，透過公益宅配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，亦讓台灣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。台灣宅配通仍用心落實社會企業責任，連續 6 年公益贊助宅配將電台所募集到的耶誕鞋盒禮物，藉由宅配通的雙手傳遞包裹溫度，送到花東偏鄉孩童手上，讓孩童們每分每秒都能感受溫暖又快樂的聖誕佳節。

愛不囉嗦公益耶誕市集



2020 年末與公益團體「愛不囉嗦」聯合推出企業內部公益義賣活動，愛不囉嗦庇護工場為唐氏症基金會所創辦，藉由雇用唐氏症患者並輔導製作手作商品及各類食品，希望幫助唐氏症患者自主工作，生活不需仰賴他人救助即可自給自足。以實體及虛擬公益市集讓全體員工不分地區皆能參與愛心公益，義賣活動受到同仁熱烈迴響，義賣一週的活動期間累積銷售金額高達新台幣 \$141,880 元。公益團體「愛不囉嗦」為此感到振奮與表達感謝之意，台灣宅配通將記住這份感動，持續與不同的公益團體合作，讓愛持續下去。

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

2020 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	10
	102-2	活動、品牌、產品與服務	10
	102-3	總部位置	10
	102-4	營運活動地點	10
	102-5	所有權與法律形式	10
	102-6	提供服務的市場	10
	102-7	組織規模	10

GRI 項目/揭露範圍		揭露項目	頁碼
GRI 102：一般揭露			
	102-8	員工與其他工作者的資訊	75
	102-9	供應鏈	69
	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	69
	102-11	組織是否及如何應用預警原則或方法	32
	102-12	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	無簽署
	102-13	組織參與產業或其他公協會和國家或國際性倡議組織的主要會員資格	41
	102-14	最高決策者聲明	7
倫理與誠信 核心	102-16	價值、原則、標準及行為規範	31

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	29
	102-19	授予權責	29
	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	29
	102-23	最高治理單位的主席	29
	102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	29
	102-35	薪酬政策	30
利害關係 人溝通 核心	102-40	利害關係人團體	14
	102-41	團體協約	無簽署
	102-42	鑑別與選擇利害關係人	15
	102-43	與利害關係人溝通的方針	14
	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	23
	102-46	界定報告書內容與主題邊界	3
	102-47	界定報告書重大主題表列	17
	102-48	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因，可能導致重編	無重大變化
	102-49	與之前報導期間相比，重大主題和主題邊界上的顯著改變	無顯著改變
	102-50	報導期間	3
	102-51	上一次報告書的日期	2
	102-52	報導週期	2
	102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	3
	102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	3
	102-55	GRI 內容索引	112

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		
	103-1 解釋重大主題及其邊界	20
	103-2 管理方針及其要素	20
	103-3 管理方針的評估	20
	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	22
	201-3 定義福利計劃義務與其他退休計劃	90
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	74
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層比例	74
GRI 204：採購實務		
	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	69
GRI 205：反貪腐		
	205-2 有關反貪腐政策和程序溝通及訓練	74

GRI300 環境主題揭露

GRI 項目/揭露範圍	揭 露 項 目	頁碼
GRI 301：物料		
	301-1 所用物料重量與面積	66
GRI 302：能源		
	302-1 能源消耗量	66
	302-4 減少能源消耗	68
	302-5 降低產品和服務的能源需求	55
GRI 305：排放		
	103-1 解釋重大主題及其邊界	56
	103-2 管理方針及其要素	56
	103-3 管理方針的評估	56
	305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放	64
	305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	64
	305-5 溫室氣體排放減量	65
GRI 307：有關環境保護的法規遵循		
	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		
	103-1 解釋重大主題及其邊界	73
	103-2 管理方針及其要素	73
	103-3 管理方針的評估	73
	401-1 新進員工和離職員工	75
	401-2 提供給全職員工的福利 (不包含臨時或兼職員工)	90
	401-3 育嬰假	91

GRI 項目/揭露範圍	揭露項目	頁碼
GRI 403：職業安全衛生		
	103-1 解釋重大主題及其邊界	93
	103-2 管理方針及其要素	93
	103-3 管理方針的評估	93
	403-1 職業安全衛生管理系統	94
	403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	94
	403-3 職業健康服務	99
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商 與溝通	94
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	98
	403-6 工作者健康促進	102
	403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職 業安全衛生	94
	403-9 職業傷害	97
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	89

	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	89
GRI 項目/揭露範圍		頁碼
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	75
	405-2 女性對男性的基本薪資加薪酬的比率	74
GRI 412：人權評估		
	412-2 人權政策或程序的員工訓練	72
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	107
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

