



時刻用心  
準時配達

# 2021 永續報告書 Sustainability Report



# TABLE OF CONTENTS/目錄

## 01 永續承諾

- 1.1 經營承諾 / 05
- 1.2 關於台灣宅配通 / 07
- 1.3 企業永續願景 / 10

## 02 利害關係人溝通

- 2.1 利害關係人鑑別 / 12
- 2.2 重大性議題鑑別 / 13
- 2.3 利害關係人溝通 / 15
- 2.4 對應揭露項目及邊界 / 17

## 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 多元化服務 / 38

## 04 環境及供應鏈

- 4.1 企業與環境平衡發展 / 52
- 4.2 永續目標與措施 / 58
- 4.3 溫室氣體盤查 / 60
- 4.4 永續供應鏈 / 67

## 05 幸福職場及社會參與

- 5.1 人權政策 / 70
- 5.2 勞雇關係 / 71
- 5.3 市場地位 / 77
- 5.4 員工多元化與平等機會 / 78
- 5.5 多元且永續的人才培訓與職涯發展 / 81
- 5.6 職業安全衛生中心設立 / 92
- 5.7 公益活動花絮 / 103
- 5.8 顧客健康與安全 / 106
- 5.9 行銷與標示 / 109
- 5.10 客戶隱私 / 111

## 06 總結及附錄

- 6.1 GRI 指標索引 / 114
- 6.2 確信聲明書 / 118

# 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報告書，揭露公司中長期策略、實踐方式與績效達成狀況，讓各利害關係人了解台灣宅配通公司在經濟、環境、社會及治理等面向的具體實績，共同邁向永續未來。

### 發行概況

首次出版日期	2019 年 12 月發行
上一版本出版日期	2021 年 09 月發行
現行版本出版日期	2022 年 09 月發行
下一版本出版日期	2023 年 09 月發行

## 報告書範疇與邊界

報告期間為 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。本報告書於 2022 年 09 月發行中文版本於公司網站，內容涵蓋利害關係人關注的各項重大議題，以及本公司在經濟、環境、社會及治理等面向的具體實績。

本報告書揭露範疇與本公司合併財務報表一致，包含南港總公司、台灣本島、離島地區之各營業站所及各物流、轉運中心。

## 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

永續報告書資料及數據來自於策略會議針對永續議題及績效檢討的結果，包括每月公司及事業部經營會議、每季 KPI 審查會議。永續小組委員報告書實施撰寫，撰寫完成後經由永續小組審查，並經總經理核定。為確保報告書品質及可靠性，委由格瑞國際驗證有限公司依據 AA1000:AS V3 進行 Type1 中度保證等級查證，確認符合 GRI 準則 2016 年核心選項並取得保證聲明，本報告書議於附錄提供該聲明供參。

## 報告書製作流程

1. 展開方向確認  
(ESG 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 ESG 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 ESG 推行小組確認內容
5. ESG 推行小組將資料彙整及進行編撰
6. 取得第三方依標準進行之查證
7. 完成報告書後上傳至台灣宅配通公司網站及公開資訊觀測站

## 報告書製作單位

本報告書由本公司 ESG 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](mailto:alex@e-can.com.tw))

尤馨慧 專案副理([c140484@e-can.com.tw](mailto:c140484@e-can.com.tw))

ESG 網址：[https://www.e-can.com.tw/aboutUs\\_csr.aspx](https://www.e-can.com.tw/aboutUs_csr.aspx)



永續承諾

01

## 1.1 經營承諾

面臨新冠肺炎(COVID-19)衝擊全球經濟，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6.28%，破11年來的紀錄；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，2021年台灣零售業網路銷售額營業額全年度達4,303億元，年增24.5%，佔整體零售業營業額10.8%，較上年之8.9%，提高1.9個百分點。

回顧2021年度，公司在地深耕經營邁入第21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2021年之營運狀況以及2022年營運重點。

### 一、2021年度經營結果檢討

#### (一)營收成長說明：

2021年全年營業收入淨額為新台幣4,466,137千元，較2020年成長12.1%。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240,501千元，較同期成長15.1%。其中，本期營業利益為284,516千元，較同期成長16.2%。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2021整年度營業利益較同期表現交出亮眼的成績單。

## 二、2022 年營業計畫概要

2022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2022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2022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



英文名稱：pelican  
中文名稱：鵜去一、鵜厂X  
別名：大嘴鳥

本公司之品牌識別為鮮豔醒目之鵜鷗鳥(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07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：2,180人

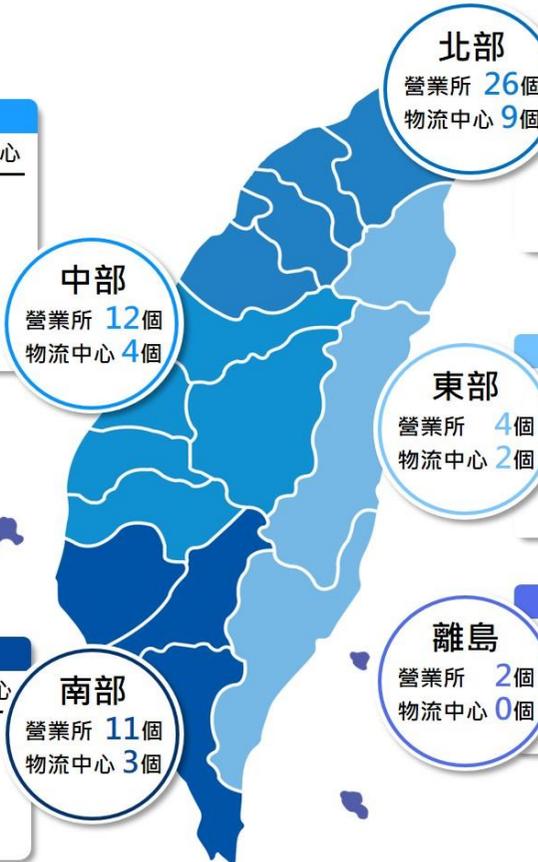


宅配通官網

### 營業據點

縣市	營業所	物流中心
台中市	5	2
彰化縣	2	1
雲林縣	2	0
嘉義縣	1	1
南投縣	2	0

縣市	營業所	物流中心
台南市	4	1
高雄市	5	2
屏東縣	2	0



**北部**  
營業所 26個  
物流中心 9個

**中部**  
營業所 12個  
物流中心 4個

**東部**  
營業所 4個  
物流中心 2個

**南部**  
營業所 11個  
物流中心 3個

**離島**  
營業所 2個  
物流中心 0個

縣市	營業所	物流中心
基隆市	2	0
台北市	5	0
總部 台北市南港區三重路19之9號2樓		
新北市	10	1
桃園市	6	8
新竹市	2	0
苗栗縣	1	0

縣市	營業所	物流中心
宜蘭縣	1	1
花蓮縣	2	1
台東縣	1	0

縣市	營業所	物流中心
金門縣	1	0
澎湖縣	1	0

本公司於 2000 年 07 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 2021 年榮耀肯定、重要事蹟如下：

◆榮耀肯定暨重要里程碑

05月

榮獲新北市/桃園市政府「模範勞工」的殊榮



10月

守護海洋淨灘活動，榮獲綠色企業獎章



11月

榮獲進用原住民族績優機關(構)甲等獎



11月

榮獲 1111 人力「幸福企業服務金獎」的肯定



11月

徐慶認 總經理榮獲「經理人月刊 MVP」的肯定



11月

桃轉自動分理貨設備導入「馬達自動巡檢預知系統」服務



## 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。

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；並已完成溫室氣體查核，於 2022 年 06 月取得溫室氣體排放查證。

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 04 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。

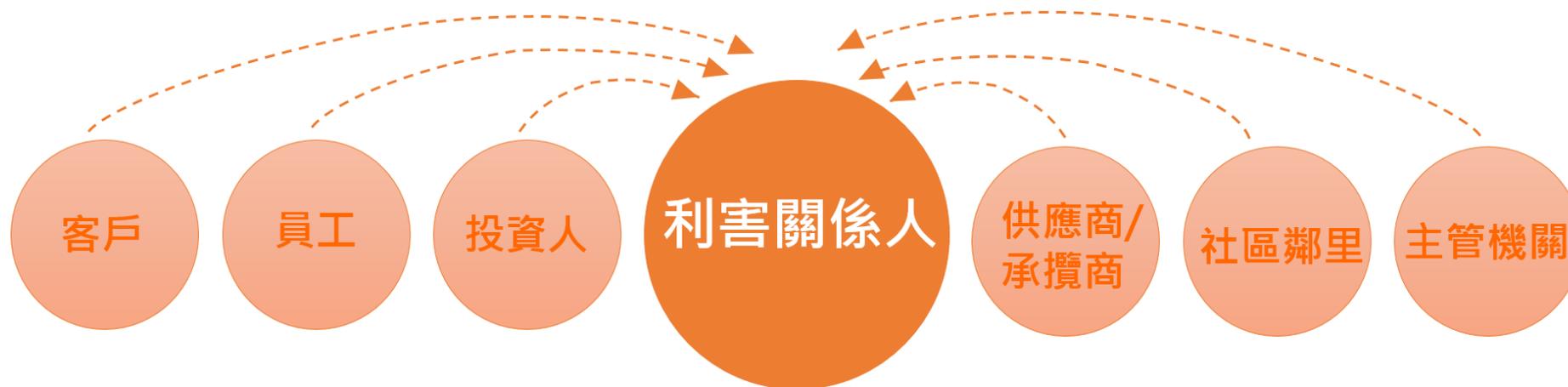
# 利害關係人溝通

# 02

## 2.1 利害關係人鑑別

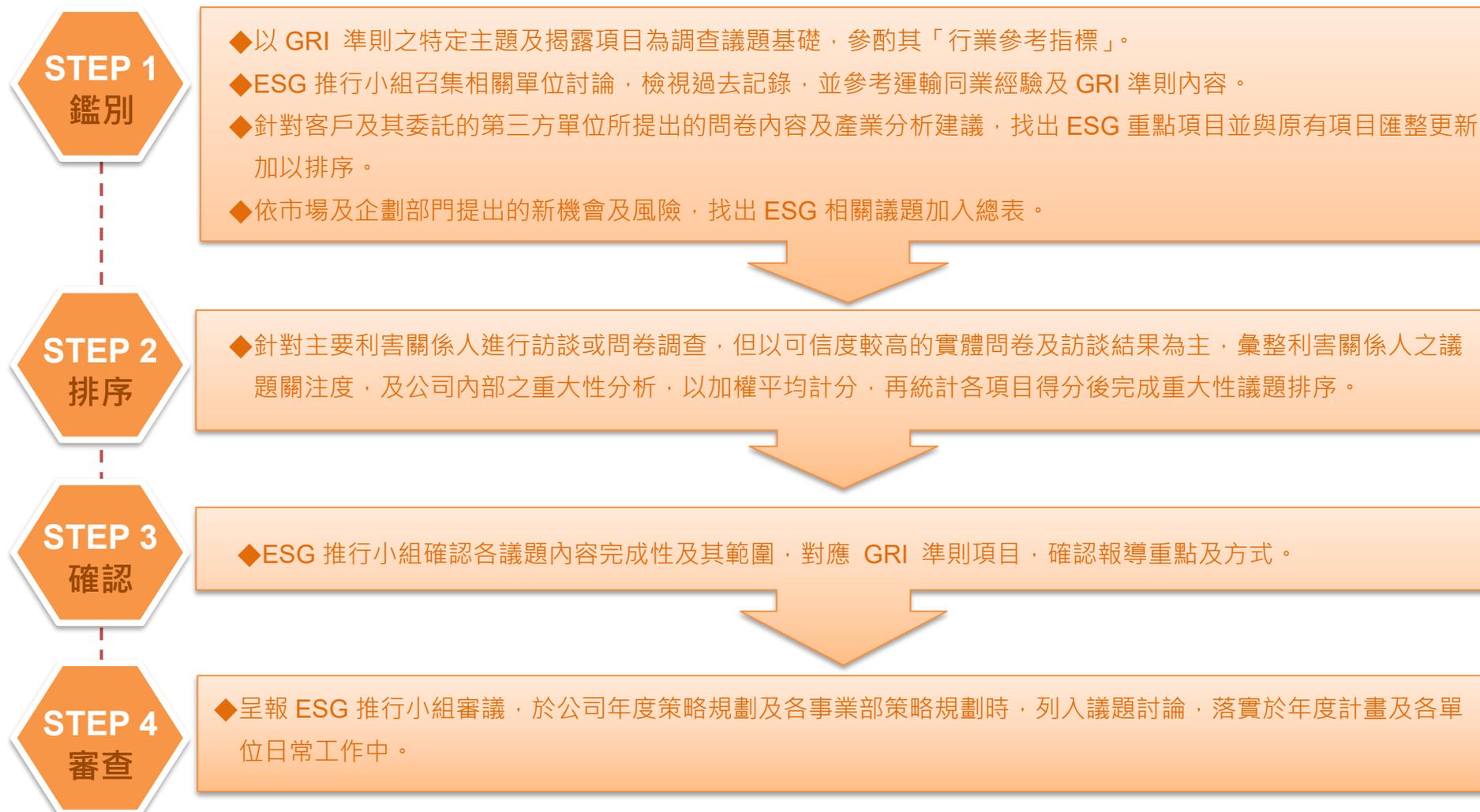
### ◆利害關係人鑑別

利害關係人為影響公司或受公司影響的群體，台灣宅配通由各部門專業成員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，歸納出六大關鍵利害關係人族群，包含：投資人、員工、客戶、供應商/承攬商、社區鄰里、主管機關。



## 2.2 重大性議題鑑別

### ◆重大性議題鑑別分析程序



### ◆利害關係人關注議題依重大性排序

台灣宅配通在重大性議題的鑑別上，參考內部員工及 GRI Standards 的重大主題，彙整企業永續相關議題共 18 項，並透過網路問卷分析機制，針對議題對公司的衝擊，以及針對不同利害關係人的關注程度進行調查，回收有效問卷共 116 份，依不同利害關係人填具有效問卷之關注程度(分為高、中、低)量化為分數(分為 3、2、1)計算總數，依重大性排序如下：

1.	職業安全衛生	2.	勞雇關係	3.	客戶隱私	4.	教育訓練
5.	營運績效	6.	員工多元化與平等機會	7.	市場地位	8.	顧客健康與安全
9.	人權評估	10.	行銷與標示	11.	環境保護(法規遵循)	12.	供應商社會評估
13.	廢棄物管理	14.	碳排放管理	15.	採購實務	16.	供應商環境評估
17.	能源管理	18.	當地社區				

### ◆選定本公司十項重大議題

台灣宅配通在重大性議題的鑑別上，參考內部員工及 GRI Standards 的重大主題，彙整企業永續相關議題共 18 項，並透過網路問卷分析機制，依重大性排序，並進一步參考管理階層之看法，彙整出 10 項重大性議題如下：

1.	職業安全衛生	2.	勞雇關係	3.	客戶隱私	4.	教育訓練
5.	營運績效	6.	員工多元化與平等機會	7.	市場地位	8.	顧客健康與安全
9.	行銷與標示	10.	碳排放管理				

## 2.3 利害關係人溝通

利害關係人	關注議題	溝通管道
<p>投資人</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 營運績效</li> <li>◆ 市場地位</li> <li>◆ 採購實務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 股務專屬信箱 專人立即回覆 / 不定期</li> <li>◆ 公司股東會 / 每年</li> <li>◆ 法人說明會 2 次 / 每年</li> <li>◆ 面對面會議、視訊會議及電話會議 / 不定期</li> <li>◆ 公司年報、永續報告書 / 每年</li> <li>◆ 公開資訊觀測站發布重大訊息 / 不定期</li> </ul>
<p>員工</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 勞雇關係</li> <li>◆ 勞資關係</li> <li>◆ 職業安全衛生</li> <li>◆ 教育訓練</li> <li>◆ 員工多元化與平等機會</li> <li>◆ 人權評估</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 各組織溝通及工作會議 / 每日</li> <li>◆ 勞資會議 / 每季</li> <li>◆ 全國主管會議 / 每年</li> <li>◆ 員工申訴信箱 / 不定期</li> <li>◆ 員工教育訓練 / 不定期</li> <li>◆ 職業安全衛生委員會 / 每季</li> <li>◆ 職工福利委員會 - 3 次 / 每年</li> </ul>
<p>客戶</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 顧客健康與安全</li> <li>◆ 行銷與標示</li> <li>◆ 客戶隱私</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 公司客服專線 / 不定期</li> <li>◆ 公司官網及媒體消息 / 不定期</li> <li>◆ 客戶會議 / 不定期</li> </ul>

<p>供應商/承攬商</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 營運績效</li> <li>◆ 供應商社會評估</li> <li>◆ 供應商環境評估</li> <li>◆ 顧客健康與安全</li> <li>◆ 行銷與標示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 供應商業務合作評核表 / 不定期</li> <li>◆ 供應商作業輔導 / 不定期</li> <li>◆ 查核供應商作業及要求提供檢驗報告 / 不定期</li> <li>◆ 供應商會議 / 不定期</li> </ul>
<p>社區鄰里</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 當地社區</li> <li>◆ 能源管理</li> <li>◆ 碳排放管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 企業參與公益活動 / 不定期</li> <li>◆ 公司網站設置溝通信箱 / 不定期</li> <li>◆ 專案合作與拜訪 / 不定期</li> </ul>
<p>主管機關</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 能源管理</li> <li>◆ 碳排放管理</li> <li>◆ 廢棄物管理</li> <li>◆ 環境保護(法規遵循)</li> <li>◆ 職業安全衛生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 公文往來與參訪 / 不定期</li> <li>◆ 會議(例如：說明會、座談會、研討會) / 不定期</li> </ul>

## 2.4 對應揭露項目及邊界

重大性議題對應的準則項目及揭露項目

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆投資人</li> <li>◆員工</li> </ul>
	市場地位	市場地位	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆投資人</li> <li>◆員工</li> </ul>
環境	碳排放管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆物料</li> <li>◆能源</li> <li>◆水與放流水</li> <li>◆排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆供應商/承攬商</li> <li>◆社區鄉里</li> </ul>
社會	職業安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆職業安全衛生</li> <li>◆訓練與教育</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆員工</li> <li>◆客戶</li> <li>◆社區鄉里</li> </ul>
	勞雇關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆勞雇關係</li> <li>◆勞資關係</li> <li>◆訓練與教育</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆員工</li> </ul>

ESG 指標	重大性議題	對應 GRI 準則	邊界	利害關係人
社會	客戶隱私	客戶隱私	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆客戶</li> <li>◆供應商/承攬商</li> </ul>
	顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆顧客健康與安全</li> <li>◆客戶隱私</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆客戶</li> <li>◆供應商/承攬商</li> </ul>
	教育訓練	教育與訓練	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆員工</li> </ul>
	員工多元化與平等機會	員工多元化與平等機會	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆員工</li> <li>◆主管機關</li> </ul>
	行銷與標示	行銷與標示	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆總公司</li> <li>◆營業站所(含新增站所)</li> <li>◆物流中心(含新增物流中心)</li> <li>◆轉運中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆客戶</li> <li>◆供應商/承攬商</li> </ul>

經濟及治理

03

### 3.1 關鍵成果及指標

#### ◆ 營運績效管理方針

績效衡量指標	2021 年行動計畫	2021 年成效	中長期目標
投資人關係維護	定期揭露公司重要營運資訊。	<ol style="list-style-type: none"> <li>2022 年 02 月 23 日完成公告並申報 2021 年度財報。</li> <li>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。</li> </ol>	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	<ol style="list-style-type: none"> <li>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，且每年定期向董事會報告。</li> <li>2020 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。</li> </ol>	第八屆公司治理評鑑結果，排名前 21%~35%。	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。
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	1. 本公司致力落實執行董事會成員多元化政策，包括第八屆董事成員 11 席(包含獨立董事 3 席)中，其中	<ol style="list-style-type: none"> <li>繼續維持目前多元化政策之落實。</li> <li>持續落實董事會、股東會運作</li> </ol>

績效衡量指標	2021 年行動計畫	2021 年成效	中長期目標
	<p>行職務所必須之知識、技能及素養。</p> <p>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。</p>	<p>2 席為女性董事(佔整體 18%)、2 席為日本籍董事(佔整體 18%)、1 席董事(佔整體 9%)具員工身分。</p> <p>2.2021 年度 05 月召開股東會。</p>	
落實功能委員會	<p>1.薪酬委員會：經理人 2020 年度年終獎金分配案、董事酬勞分派案、員工酬勞分派案。</p> <p>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。</p>	<p>1.本公司於 2021 年度召開 4 次薪資報酬委員會，分別於 01 月 27 日召開第三屆第七次、02 月 24 日召開第三屆第八次、08 月 02 日召開第三屆第九次、08 月 11 日召開第四屆第一次。</p> <p>2.審計委員會本屆委員任期：2021 年 08 月 11 日至 2024 年 08 月 10 日，2021 年度審計委員會開會 6 次。</p>	<p>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。</p> <p>2.定期評估並訂定董事、監察人及經理人之薪資報酬。</p>
持續擴點/擴倉/ 提升營運效率	<p>擴增服務據點、物流中心。</p>	<p>全年新增 3 個物流倉、3 個營業所。</p>	<p>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。</p>

## ◆2021 年度經營結果檢討

### (一) 營收成長說明

2021年全年營業收入淨額為新台幣4,466,137仟元，較2019年成長12.1%。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240,501仟元，較同期成長15.1%。其中，本期營業利益為284,516仟元，較同期成長16.2%。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2021年度營業利益較同期表現交出亮眼的成績單。

## ◆經濟績效

單位：仟元新台幣

項 目 \ 年 度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
員工薪資與福利	1,363,330	1,465,348	1,568,018
支付出資人的款項	114,560	171,841	200,481
支付政府的款項	0	0	0
社區投資	0	0	0

◆財報績效

單位：仟元新台幣

項 目 \ 年 度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
營業收入	3,712,520	3,983,309	4,466,137
營業成本	(3,095,591)	(3,298,106)	(3,713,200)
營業毛利	616,929	685,203	752,937
營業費用	(412,642)	(440,448)	(468,421)
營業利益	204,287	244,755	284,516
營業外收入及(支出)	(2,461)	12,868	11,999
稅前淨利	201,826	257,623	296,515
所得稅費用	(40,218)	(48,608)	(56,014)
本期淨利	161,608	209,015	240,501
<b>近三年獲利能力</b>			
毛利率(%)	16.6	17.2	16.8
純益率(%)	4.35	5.25	5.38
稅前純益占實收資本比率(%)	21.14	26.99	31.06
資產報酬率(%)	5.86	5.95	5.73
權益報酬率(%)	9.67	11.26	10.16
每股盈餘(元新臺幣)	1.69	2.19	2.52

## ◆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 2022 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、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	<p>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。</p> <p>B.透過策略結盟，增加兩岸跨境業務佔比。</p> <p>C.積極爭取新通路合作，持續深耕在地客戶服務。</p> <p>D.持續試行區域短鏈、美食外送等快速配送新服務。</p> <p>E.規劃佈建冷鏈倉儲和配送服務。</p>
	效率提昇，創新服務價值	<p>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。</p> <p>B.規劃建置中、南部轉運中心自動化分理貨系統。</p> <p>C.物流倉儲導入智能自動化作業試行。</p> <p>D.物流馬達重電業務跨出海外服務。</p> <p>E.導入電動載具，實踐綠能環保。</p>
	資訊能力升級，營運邁入數位化	<p>A.109年起開發 APP 逐步取代人工紙本作業，首先導入大車派遣系統，以系統自動化管理取代人工作業，降低各單位訊息溝通錯誤率、加快調度品質和準確性，且有效即時追蹤</p> <p>B.110年針對四大例行作業導入 APP 取代紙本作業，以減少浪費及碳排。</p>
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	將持續深耕台灣在地中小契客經營、持續推廣台灣在地農產品。
	掌握產業趨勢，積極擁抱創新營運模式	<p>A.持續佈建營運據點，提升配送量能。</p> <p>B.保持彈性以應對市場快速變化。</p>

## ◆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10.8%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)美食外送市場

因新科技應用的成熟，促使餐飲外送APP席捲世界各國。而近年又受到疫情因素影響，使得餐飲內用需求大幅下降，讓餐飲業導入外送服務的比例在2020年迎來高幅度成長。隨著消費習慣的養成，外送平台業者更進一步擴大服務至其他需求，積極與通路合作配送生鮮雜貨，擴張市場版圖。

根據經濟部統計處資料顯示，2021年我國餐飲業全年度營業額為7,280億元，可見外送成長商機可期。

### (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。2021 年為排名 21%-35%企業。

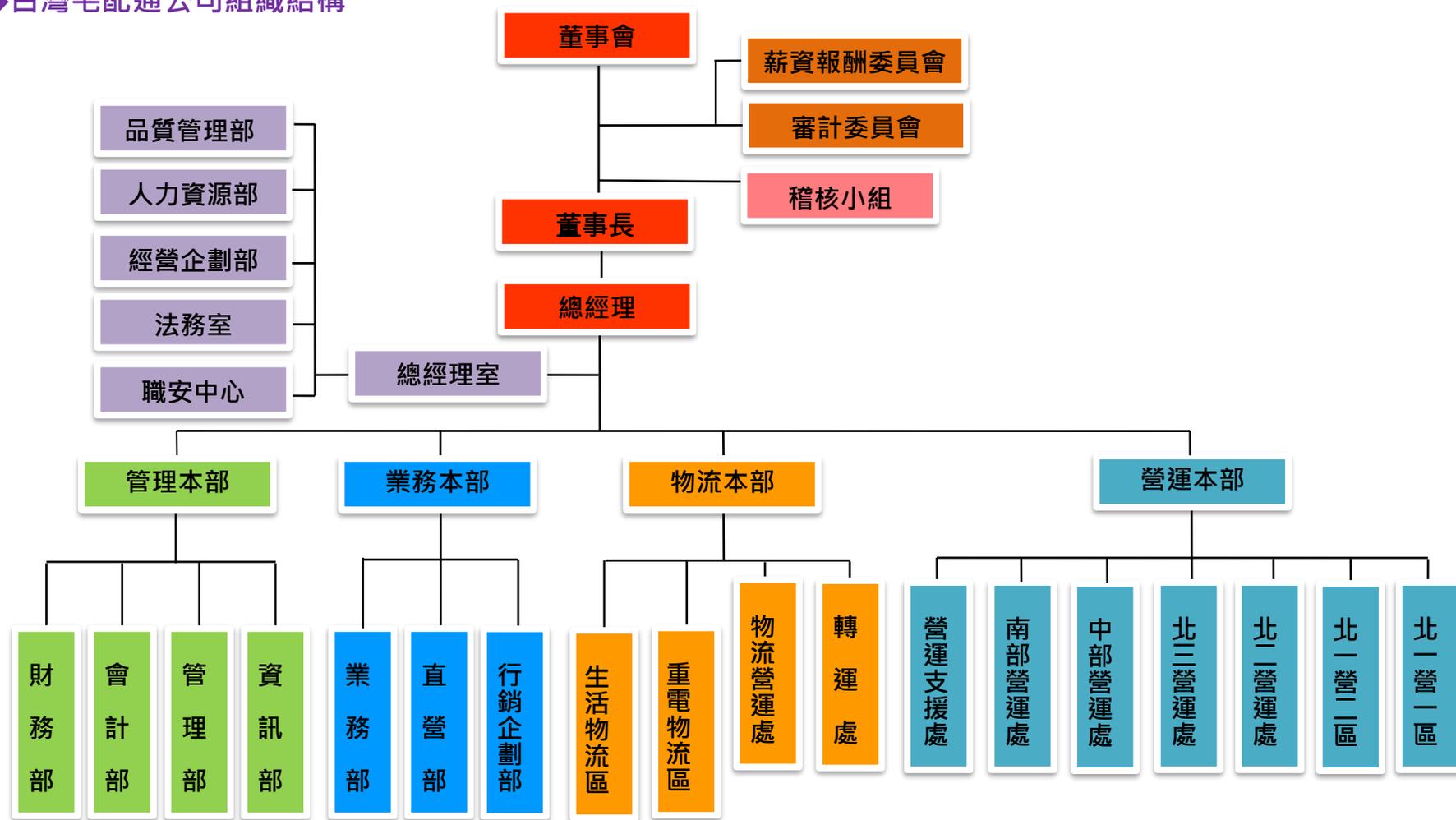
### ◆2022 年願景

- ✦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。

oi ◆ 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 2021 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，2 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。2021 年度董事會共召開 8 次董事會議，全體董事平均親自出席率(不含委託)約達 96%，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，2021 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，2021 年度共召開 4 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。

## ◆ESG 推行小組

本公司雖非法規所強制必須製作 ESG 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。

## ◆ESG 推行小組之職責

每年追蹤台灣宅配通 ESG 目標及相關政策落實情形，並彙整公司 ESG 相關績效後，編制、出版年度 ESG 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。

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。

2021 年度本公司不定期透過內外部教育訓練及宣導向全體員工傳達「誠信」之重要性，使員工確實瞭解及遵守相關規範：

- (1)針對新進員工進行線上教育訓練宣導，課程內容含括法務、職業安全衛生與員工行為準則等的規範及遵守，計 562 人次，共計 1,045 人時。
- (2)針對企業社會責任、員工行為準則之課程與宣導，全年共 9 場次，計 196 人次參加，共計 280 人時。
- (3)針對與誠信經營議題相關之外部教育訓練(含公司治理、法規遵行、會計制度及內部控制等相關課程)，計 13 人次參加，合計 60 小時。
- (4)針對誠信經營議題相關之內部教育訓練共計 16 場，計 231 人次，合計 116 人時。

	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

### 3.3 風險管理

本公司就企業永續發展重大性原則，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，2021 年完成溫室氣體盤查清冊，並委託第三方 BSI 查證公司查證。

(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：總計減少排放 597.297 tCO<sub>2</sub>e/年。

2020 年	2021 年
19,618.023 tCO <sub>2</sub> e/年	19,020.726 tCO <sub>2</sub> e/年

◆公司用水量：總計增加 5,569 立方米/年。

2020 年	2021 年
50,772 立方米/年	56,341 立方米/年

◆公司廢棄物總重量：總計增加 179 公噸/年。

2020 年	2021 年
524 公噸/年	703 公噸/年

※公司於 2021 年汰換老舊車輛，共計 80 台，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，可降低碳排放量 160 噸/年，故溫室氣體排放量顯著減少，未來將持續汰換老舊車輛；因新增物流、倉儲站所，故用水量及廢棄物總重量增加。

## ◆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，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

2021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2021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2021年公司各單位、子公司內控制度自行評估報告，併同2021年稽核小組執行各營運循環稽核作業結果，彙整成2021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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.定期將營運車輛送往檢修廠保養</li> <li>2.老舊車輛汰舊換新</li> </ol>	管理部
員工健康安全	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.職業安全教育訓練</li> <li>2.員工年度健康檢查</li> </ol>	職業安全中心
商品配送品質	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.定期舉行品質會議</li> <li>2.維持客服中心服務品質及改善檢討</li> </ol>	品質部
資訊安全	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.資安系統 ISO 認證</li> <li>2.資安系統設置保護客戶資料</li> </ol>	資訊部
內部稽核	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.公司內部制度之查核</li> <li>2.提出查核之評估報告以及改善建議</li> </ol>	稽核小組
法令遵循	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.法令宣導提升員工法學知識</li> <li>2.訂定內部規章遵循政府法令</li> </ol>	法務室
新冠疫情	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.透過各部門協調設立公司防疫小組</li> <li>2.疫情期間變更司機配送方式避免疫情擴大</li> </ol>	公司風險管控單位

### 3.4 多元化服務

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。

2021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；2021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2021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。



## ◆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
11	台灣銀髮產業協會	會員	無

## ◆ 服務內容

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統(Electronic Data Interchange, EDI)，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，本公司自 2010 年 08 月 09 日取得「ISO/IEC 27001：2005 – ISMS」資訊安全管理系統驗證以來，至今每年皆合於 ISO/IEC 27001 驗證標準，至 2021 年證書為 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 03 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。2021 年疫情期間仍為客戶提供便利服務。

#### 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。2021 年疫情期間仍提供客戶便利服務。

#### 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。2021 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。

2021年受疫情衝擊下機場旅客逐漸減少，仍維持現有服務品質，提供客戶便捷的服務。

### ◆機場宅配通服務據點

#### 桃園國際機場



#### 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

#### 松山國際機場



#### 第一航廈入境大廳

第一航廈1樓 入境大廳

#### 桃園捷運 A3 站



#### 承接桃園機場預辦登機行李陸運

### 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。

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 2021 年於理貨效率提升 2%、繼送準時率進步 2%。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	2021
物流營收(k 元)	444,830	460,636	514,364	706,106	823,037	902,192	1,000,071	1,228,802

2、倉儲使用率提升：

時 間	2018	2019	2020	2021
實際月平均材積數(才)	2,983,937	3,002,942	3,296,256	4,140,793
可儲放材積數(才)	3,710,953	3,666,403	3,803,124	4,653,274
倉儲使用率(%)	80.4	81.9	86.7	89.0
材積儲放用平均改善(才)	155,664	55,153	293,314	844,537

### (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 2020 年之 60.2 件/時，提升至 2021 年 65.3 件/時，不僅增進工作效率，同時節省工時。2021 年節省 12,659 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	2021
理貨件數(件)	4,156,787	5,796,417	8,272,409	9,772,290
理貨工時(時)	102,429	99,096	137,487	149,756
生活理貨效率(件/時)	40.6	58.8	60.2	65.3
工時節省(時)	21,424	43,672	3,938	12,659

### (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 2021 年 73.3 件/時，不僅增進工作效率，同時節省工時。2021 年節省 13,196 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	2021
理貨件數(件)	31,699,546	35,518,799	37,825,282	40,974,629
理貨工時(時)	492,941	516,440	537,307	558,799
轉運理貨效率(件/時)	64.3	68.8	70.4	73.3
工時節省(時)	21,879	35,951	12,669	13,196

### (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，2021 年有效下降 910 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	2021
車趟次(車次)	100,375	107,682	116,004	120,187	129,181
裝載籠車數(籠)	1,470,922	1,584,470	1,708,630	1,771,556	1,905,420
每車次籠車數(籠車/車次)	14.65	14.71	14.73	14.74	14.75
車趟次節省(車次)	自 2017 年起算	441	592	751	910

### (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。

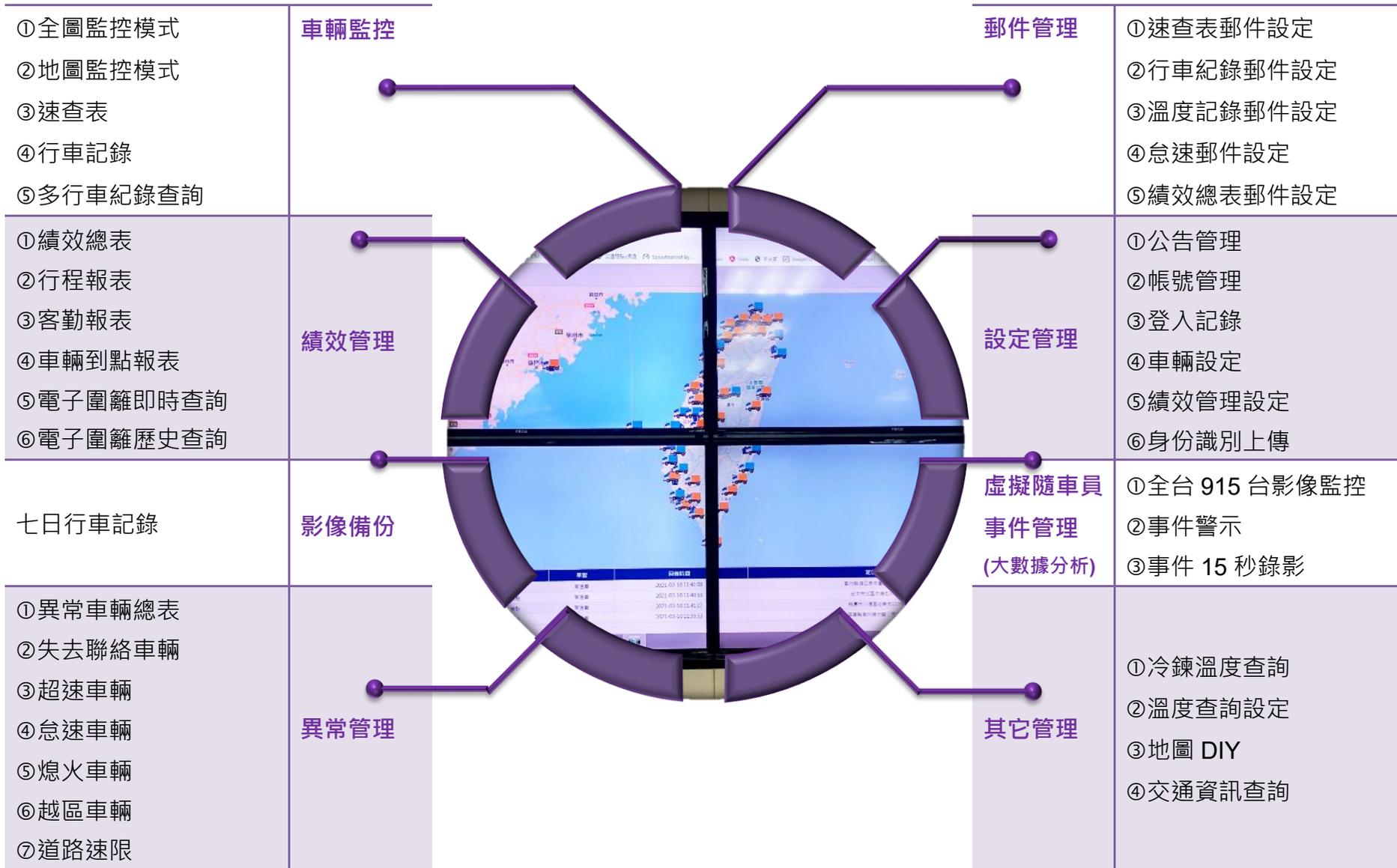
時間	2017	2018	2019	2020	2021
低溫蓄冷籠車數(籠)	72,063	72,422	73,381	81,357	85,510
油耗節省(公升)	94,711	95,183	96,443	106,926	112,384

## 七、行控中心效能

### (一)規劃整合 AIoT 技術的車隊管理服務

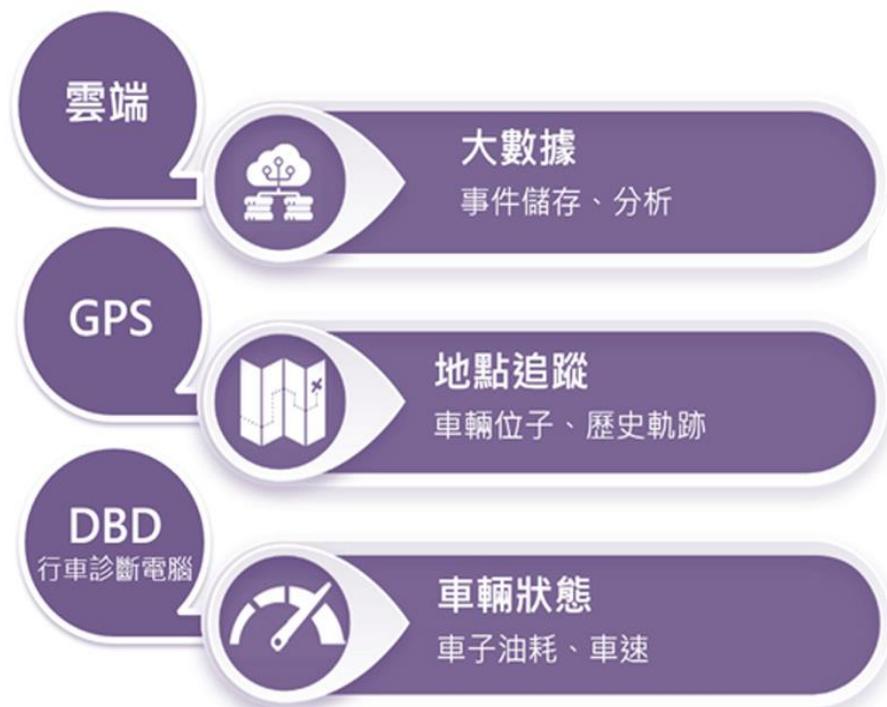


## (二)車隊管理功能



### (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

闖紅燈自動辨識



違停紅線自動辨識



公車格違停自動辨識



路口違停自動辨識



## 教育訓練

土城營業所



中和營業所



# 環境及供應鏈

# 04

## 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，自我檢視碳排狀況。

## 2021 年亮點績效

\*營收成長率：與 2017 年相比 46% ↑；與 2020 年相比 12% ↑

- 👍 單位營收排放量(噸/百萬元)較基準年(2017 年)減少 30%
- 👍 移動源之溫室氣體排放量較 2017 年減少 0.7%
- 👍 冷媒設備數量較 2017 年增加 17%，溫室氣體排放量減少 3%

▲ 環境面年度里程碑

▼ 營收成長率 (單位:k 元)

年份	2017	2020	2021
營收淨額	3,059,610	3,983,309	4,466,136

▼ 相關數據

年份	2017	2021	成長率
溫室氣體排放量(tCO <sub>2</sub> e)	18,593.390	19,020.726	↑2%
單位營收排放量(tCO <sub>2</sub> e/百萬元)	6.077	4.259	↓30%
移動源溫室氣體排放量(tCO <sub>2</sub> e)	13,074.085	12,981.244	↓0.7%
冷媒數量(個)	1662	1945	↑17%
冷媒溫室氣體排放量(tCO <sub>2</sub> e)	19,618.023	19,020.726	↓3%



▲ 單位營收排放量=溫室氣體排放量/(營收淨額/1000)

## 4.1.2 碳排放管理

### (一) 撰寫之意義及原因

我國「溫室氣體減量及管理法」於 2015 年 07 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」，ESG 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 CO<sub>2</sub>e/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。
- (5).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。

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。」已於 2022 年 06 月取得 2021 年第三方查證聲明書。

本公司配合政府各項計畫、準則，並藉由內部針對車輛、耗材進行有效管控，持續在碳管理及永續發展上做充足的管理規劃。



▲ 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

總查審查：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

本案主事查證員：鄭師中

負責人簽章：

查證人員簽章：黃智娟、劉麗鈴

職稱：總經理

蕭樹登

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認證申請之證明文件外，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願負連帶賠償責任之外，並接受主管機關依法所為之行政處分及刑事處罰。  
(二) 若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，並瞭解刑法上之貪污罪、公務員受賄不實與偽造罪條例之相關規定，如有違反，亦為刑法及貪污罪條例之適用對象，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迴避之要求，如有違反前述事實情事查證聲明時，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

## ▲ 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。

# bsi. Opinion Statement



## Greenhouse Gas Emissions Verification Opinion Statement

This is to verify that: Taiwan Pelican Express Co., LTD.  
2F.  
No.19-9, Sanchong Rd.  
Nangang Dist.  
Taipei City 11501  
Taiwan

台灣宅配通股份有限公司  
臺灣  
台北市  
南港區  
三重路19-9號  
2樓  
11501

Holds Statement No: GHGEV 770701

### 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 2021-01-01 to 2021-12-31 is 19,020.726 tonnes of CO<sub>2</sub> equivalent, including scope 1 emissions 14,335.2930 tonnes of CO<sub>2</sub> equivalent and scope 2 emissions 4,685.4327 tonnes of CO<sub>2</sub> equivalent.
- No material misstatements for the period from 2021-01-01 to 2021-12-31 Greenhouse Gas Emissions calculation were revealed.
- Data quality was considered acceptable in meeting the principles as set out in ISO 14064-1:2006.
- The emission factor for electricity for the year 2021 is not published by Taiwan government so far, the emission factor used for electricity is 0.502 kilograms of Carbon Dioxide equivalent per kWh instead which may potentially result in different Greenhouse Gas Emission estimates.

For and on behalf of BSI:

  
Managing Director BSI Taiwan, Peter Pu

Originally Issue: 2022-06-18

Latest Issue: 2022-06-18

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. The 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.

## ▲ 溫室氣體排放量查證聲明

## (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所示。

### ▼ 淨零排放規劃

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

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 查證，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。2020 年全公司溫室氣體排放量為 19,618.023 tCO<sub>2</sub>e/年。2021 年為 19,020.726 tCO<sub>2</sub>e/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 2021 年共計汰換 80 台車輛，可降低碳排放量 160 噸/年。於 2020 年共汰換 51 台，可降低碳排放量 102 噸/年。2022 年持續規劃電動車輛(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。

#### (7) 導入數位化作業

針對四大例行作業導入 APP 取代紙本作業，可減少紙張浪費及文件遞送的碳排放。



## 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 溫室氣體盤查查證

2022 年為公司盤查溫室氣體的第 6 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 76 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 2021 年公司溫室氣體排放量總計為 19,020.726 公噸二氧化碳當量，其中，移動排放源排放量占 68.25%，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 24.63%、7.12%，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。

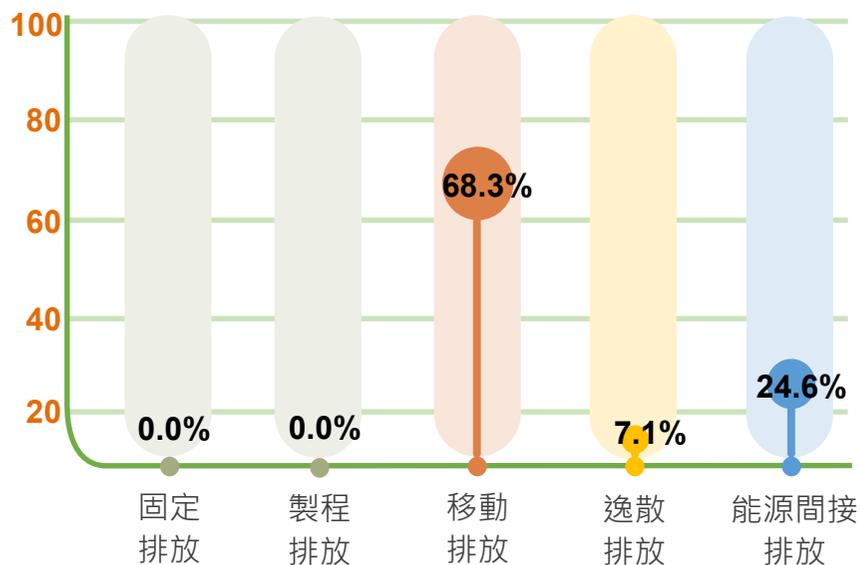
台灣宅配通溫室氣體盤查採用 ISO 14064-3 : 2006 僅計算範疇一及範疇二，公司其他間接溫室氣體排放源(範疇三)主要來自員工通勤與廢棄物處理等，不納入排放量計算。各範疇排放源所對應活動與設備如下表所示，直接溫室氣體排放主要以範疇一排放為主，2021 年排放量為 14,335.293 公噸二氧化碳當量，範疇一排放量占組織內總排放量 75.37%。能源間接溫室氣體排放源(範疇二)主要為公司各服務站、物流倉、碼頭倉儲、辦公室、營業所、轉運中心等外購電力，根據盤查結果，2021 年範疇二溫室氣體排放量

為 4,685.433 公噸二氧化碳當量，占總排放量 23.63%。

▼ 各範疇排放源對應活動/設備及排放量

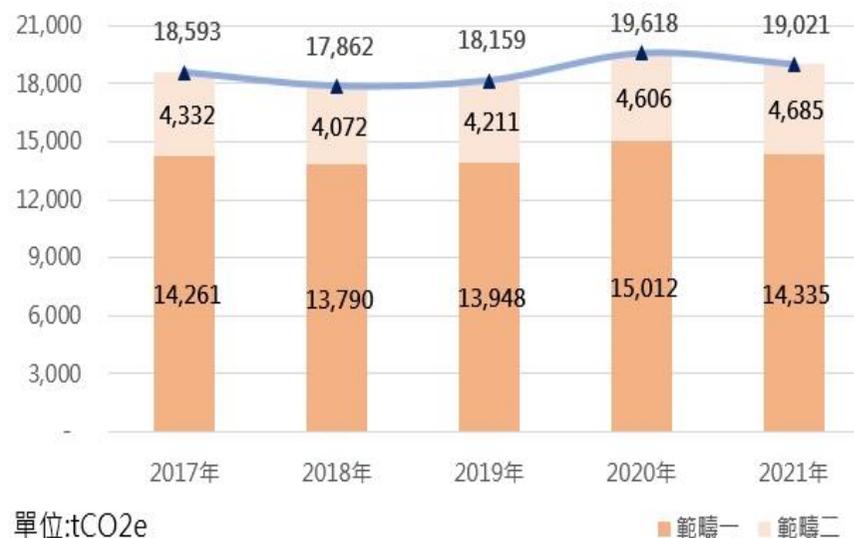
範疇界定	排放源	對應活動或設備	排放當量 (tCO2e/年)	占比 (%)
範疇一	固定源	發電機用油	0	0%
	移動源	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆營運車輛用油</li> <li>◆堆高機用油</li> <li>◆緊急發電機用油</li> </ul>	12,981.244	68.25%
	逸散源	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆辦公室冷媒逸散</li> <li>◆車輛冷媒逸散</li> <li>◆人員排放 (化糞池)</li> </ul>	1,354.049	7.12%
範疇二	能源間接	各場址外購電力	4,685.433	24.63%

▼ 2021 年溫室氣體排放源占比



2021 年度溫室氣體總排放量為 19,021 公噸二氧化碳，與 2020 年相比下降了 597 公噸二氧化碳，屬於範疇一的排放量為 14,335 公噸二氧化碳，而範疇二的排放量為 4,685 公噸二氧化碳，相較 2020 年分別減少了 677 公噸二氧化碳和增加 79 公噸二氧化碳，主要原因是營業車輛的汰換，並且於 2021 年成立 6 個物流、倉儲站所。

▼ 歷年全公司溫室氣體總排放量



#### 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。2021 年透過汰換車輛，使溫室氣體排放量減少。

2021 年較前一年下降 597.3 公噸二氧化碳當量，下降比例為 3%；以每百萬營收之溫室氣體排放量來看，2021 年排放量為 4.259 公噸二氧化碳當量/百萬元，較 2020 年減少 0.666 公噸二氧化碳當量/百萬元，降幅約 13.5%。

▼ 單位營收溫室氣體排放強度

	單位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
營收淨額	仟元	3,059,610	3,360,947	3,712,520	3,983,309	4,466,136
溫室氣體排放量	tCO <sub>2</sub> e	18,593.390	17,862.101	18,159.210	19,618.023	19,020.726
單位營收排放量	tCO <sub>2</sub> e/百萬元	6.077	5.315	4.891	4.925	4.259
減量比例	百分比	--	-12.5%	-8.0%	0.7%	-13.5%

### 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，透過車輛的汰換降低油耗及 2021 年新增了物流、倉儲站所。能源消耗用量如下表所示，2021 年柴油約使用 4,685,881 公升，汽油使用量約 238,005 公升，全公司場址總計外購電力約 9,333,531 千瓦小時。

▼ 能源消耗用量

能源	單位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
車用汽油	公升	214,345	328,289	215,606	235,985	238,005
車用柴油	公升	4,742,005	4,447,404	4,618,175	4,994,535	4,685,881
外購電力	千兆焦耳	28,151.84	27,505.06	29,781.30	32,579.91	33,600.71

能源消耗之溫室氣體排放當量如下表所示，2021 年柴油排放量為 12,419 公噸二氧化碳當量、汽油排放量 562 公噸二氧化碳當量，總計排放 12,981.244 公噸二氧化碳當量。外購電力總計排放 4,685.433 公噸二氧化碳當量。

▼ 能源消耗之溫室氣體排放當量



2021 年度的車用柴、汽油的二氧化碳排放量較前一年度減少 813.226 公噸，減少約 5.9%。2021 年外購電力碳排放較前一年度增加 78.99 公噸二氧化碳當量，增加約 1.9%，主要係因站所增加。

▼ 柴、汽油合計溫室氣體排放量

能源	單位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
車用汽油	tCO <sub>2</sub> e	506.154	775.209	509.123	557.264	562.031
車用柴油	tCO <sub>2</sub> e	12,567.93	11,787.14	12,239.77	13,237.21	12,419.21
外購電力	tCO <sub>2</sub> e	4,332.26	4,072.28	4,210.75	4,606.44	4,685.43

### 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 2021 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 <sub>2</sub> e/年)
車輛前座空調	移動式空氣清淨機	121.407
低溫車後車廂	交通用冷凍、冷藏設備	412.594
辦公室冷氣機	住宅及商業建築冷氣機	38.047
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	525.970
辦公室電冰箱、辦公室飲水機	家用冷凍、冷藏設備	0.000

※因電冰箱 0.0188/飲水機 0.0282 公斤，活動數據極小，計算後排放當量為 0

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；因 2021 年增加車輛數，故 2021 年車輛前座空調冷媒逸散之溫室氣體排放量為 121.407 公噸二氧化碳當量，較前一年度增加排放 17.446 公噸二氧化碳當量，增幅約為 16.8%。

▼ 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	2021 年
車輛前座空調冷媒	tCO <sub>2</sub> e	120.406	125.840	107.536	103.961	121.407
低溫車後車廂冷媒	tCO <sub>2</sub> e	349.058	363.569	348.274	346.705	412.594
辦公室設備冷媒	tCO <sub>2</sub> e	519.014	520.439	520.792	536.500	591.683

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。2021 年員工總工時共計 5,731,30 人時，溫室氣體排放量為 228.37 公噸二氧化碳當量，較前一年度排放減少 1.6 公噸二氧化碳當量，降幅約 0.7%。

▼ 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	2021 年
總工時	人時	4,983,62	5,461,34	5,596,03	5,771,09	5,731.30
排放當量	tCO <sub>2</sub> e	198.57	217.60	222.97	229.95	228.37



## 4.4 永續供應鏈

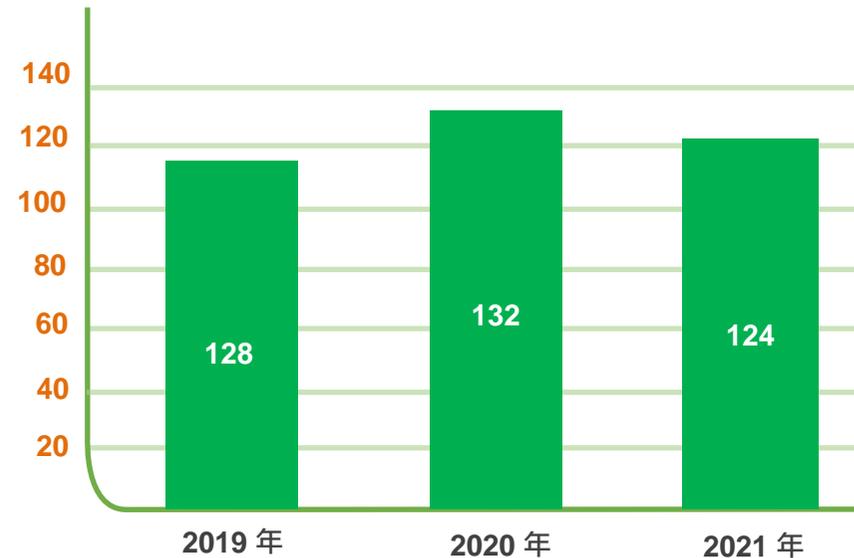
### 4.4.1 供應商遴選及評鑑機制

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 年進行評鑑廠商為 132 家；2021 年進行評鑑廠商為 124 家，降比約為 6.1%。2021 年進行評鑑廠商 124 家中，新增 43 家供應商，與原有 81 家供應商，皆完成環境及社會面評估。

▼ 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。2021 年，台灣宅配通包材採購比數為 870 筆，較 2019 年度增加 12 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 0.9% 下降至 0.0%，總計下降 0.9%。

▼ 包材採購

項 目	2019 年	2020 年	2021 年
總採購筆數	982	858	870
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	0.5%	0.9%	0.0%

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 人權政策

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

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2021年為例，本公司共計開辦宣導講座14個梯次。
禁用童工	宅配通禁止雇用十五歲以上未滿十六歲之童工。針對未滿十八歲的受僱者，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2021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37位，優於法令進用比例68%，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。

## 5.2 勞雇關係

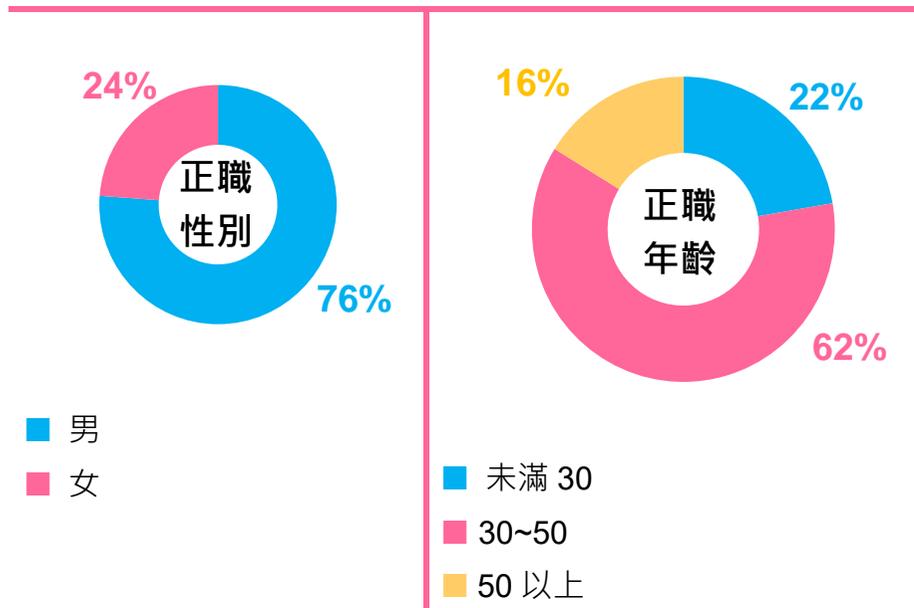
### 5.2.1 管理方針

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"><li>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。</li><li>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。</li></ol>	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。



## 5.2.2 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 2021 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 2,180 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。2021 年共計 37 位身心障礙員工，佔員工總人數 1.69%，為法定名額 1.68 倍。除身心障礙的員工外，同時雇用 37 位原住民員工，佔員工總人數 1.69%。



2021 全年度新進及離職員工結構(2021 年 12 月 31 日在職人數)

員工分析		2019 年		2020 年		2021 年	
員工總數		2,132		2,190		2,180	
勞雇類型		全職	兼職	全職	兼職	全職	兼職
性別	男	1,616	39	1,670	35	1,611	52
	女	457	20	479	6	504	13
區域	台灣	2,072	59	2,148	41	2,113	65
	海外	1		1		2	
年齡	< 30	512	36	513	19	471	35
	30~50	1,309	21	1,327	19	1,302	25
	> 50	252	2	309	3	342	5
勞雇合約		固定	非固定	固定	非固定	固定	非固定
性別	男	1,655	0	1,705	0	1,663	0
	女	477	0	485	0	517	0

### ◆員工新進與離職分析

員工新進與離職分析			2019 年		2020 年		2021 年	
			總數	比例	總數	比例	總數	比例
當年度員工總數			2,132	-	2,190	-	2,180	-
新進員工	年齡	< 30	481	86.98%	580	109.02%	663	131.03%
		30~50	497	37.48%	758	56.27%	634	47.78%
		> 50	61	24.11%	125	40.19%	93	26.80%
	性別	男	845	51.06%	1,199	70.32%	1,105	66.45%
		女	194	40.67%	264	54.43%	285	55.13%
	學歷	研究所	6	25.00%	14	48.28%	15	51.72%
		大專院校	382	46.30%	479	56.42%	487	57.23%
		高中以下	651	50.74%	970	73.93%	888	68.36%
	地區	台灣地區	1,039	48.76%	1,463	66.83%	1,389	63.74%
		海外地區	1	100%	0	0.00%	1	100.00%
離職員工	年齡	< 30	388	70.16%	525	98.68%	620	122.53%
		30~50	491	37.03%	766	56.87%	666	50.19%
		> 50	57	22.53%	106	34.08%	116	33.43%
	性別	男	771	46.59%	1,141	66.92%	1,150	69.15%
		女	165	34.59%	256	52.78%	252	48.74%
	學歷	研究所	7	29.17%	10	34.48%	15	51.72%
		大專院校	330	40.00%	450	53.00%	490	57.58%
		高中以下	599	46.69%	937	71.42%	897	69.05%
	地區	台灣地區	936	43.92%	1,397	63.82%	1,402	64.34%
		海外地區	0	0.00%	1	100%	0	0.00%

▶ 新進比率(當年度該類別之新進員工總數 / 當年底該類別之員工總數)

▶ 離職比率(當年度該類別之離職員工總數 / 當年底該類別之員工總數)

## 5.2.3 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 07 月 01 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 1,349 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

為響應政府推行育嬰留職停薪政策，台灣宅配通依「性別工作平等法」規定，同仁只要工作滿半年，可依需要在小孩滿 3 歲以前申請最多 2 年的育嬰留職停薪，公司亦會協助辦理勞健保續保及相關津貼的申請。同仁在育嬰留職停薪期滿後，公司會安排回任原單位原職務任職或輔導任新職。2021 年計有 20 人提出育嬰留職停薪申請，復職率為 45%，留職率為 83.33%。在休假申請部分，全年度共有 18 人申請產假，11 人申請產檢假、30 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同仁工懷孕期間關懷其身心狀態並提供專業諮詢。

**2019-2021 年育嬰留職停薪申請及復職率統計表：**

No.	項 目	2019			2020			2021		
		♀	♂	小計	♀	♂	小計	♀	♂	小計
A	具有育嬰假申請資格人數	19	44	63	12	32	44	20	30	50
B	實際申請育嬰留停人數	8	5	13	8	8	16	11	9	20
C	育嬰留停應復職人數	9	7	16	7	10	17	11	9	20
D	育嬰留停實際復職人數	5	3	8	3	3	6	5	4	9
E	前一年度育嬰復職人數	9	7	16	5	3	8	3	3	6
F	前一年度育嬰復職持續工作一年人數	8	6	14	5	2	7	3	2	5
G	復職率	55.56%	42.86%	50.00%	42.86%	30.00%	35.29%	45.45%	44.44%	45.00%
H	留職率	88.89%	85.71%	87.50%	100.00%	66.67%	87.50%	100.00%	66.67%	83.33%

■單位：人

■說明：◆具有育嬰假申請資格人數(A)：3年內(2019年01月01日至2021年12月31日)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： $F/E \times 100\%$

## 5.3 市場地位

### ◆管理方針

重大主題	市場地位
撰寫意義及原因	優秀人才是宅配通的根基，員工按不同部門而有相當多樣性，並且依照學經歷、工作經驗、績效表現、專長技能等條件給予員工公平、合理之薪酬待遇，建立適才適所的工作環境。
行動計畫	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.定期掌握市場薪資狀態，提供基層員工較法定基本工資高之起薪標準。</li> <li>2.規劃完整的職等、職級制度，每年皆進行績效考核，經理級以上主管的獎酬，直接連動組織經營績效。</li> <li>3.雇用當地居民為高階管理階層。</li> </ol>
未來目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.2021 年正職員工不分性別、職務類別，全員完成年度評核，未來持續進行評核制度。</li> <li>2.雇用當地居民為高階管理階層比例維持 100%。</li> </ol>

### ◆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。

2021 年雇用當地居民為高階管理階層比例表：

重要營運據點	高階管理階層人數	僱用當地高階管理階層人數	比例
營一區	1	1	100%
營二區	1	1	100%
北二營運處	1	1	100%
北三營運處	1	1	100%
中部營運處	1	1	100%
南部營運處	1	1	100%



## 5.4 員工多元化與平等機會

### ◆管理方針

重大主題	員工多元化與平等機會
撰寫意義及原因	宅配通公司在招募任用、薪酬設計、績效管理與訓練發展等政策與制度上，實踐多元與共融，不因性別、宗教、種族、國籍或政治傾向而有不公平對待，致力於讓同仁在合適的職位上發揮所長，與公司同步成長，創造雙贏。
行動計畫	<p><b>1.人才招募：</b> 校園招募、海外招募、持續聘用身心障礙者、原住民。</p> <p><b>2.落實人才發展：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①.建立多元與完整的人員發展架構。</li> <li>②.規畫員工的學習發展，致力營造多元、平等、持續且內容豐富的學習環境。</li> </ul>
未來目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.身心障礙及原住民員工數持續優於法令晉用比例。</li> <li>2.針對管理職主管、正職員工，提供不同訓練課程。</li> </ul>

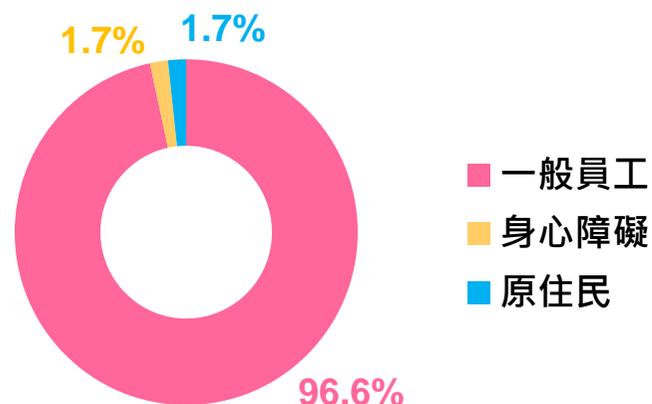
### ◆多元任用比例

員工分析		2019年		2020年		2021年	
員工總數		2,132		2,190		2,180	
勞雇類型		全職	兼職	全職	兼職	全職	兼職
性別	男	1,616	39	1,670	35	1,611	52
	女	457	20	479	6	504	13
區域	台灣	2,072	59	2,148	41	2,113	65
	海外	1		1		2	
年齡	< 30	512	36	513	19	471	35
	30~50	1,309	21	1,327	19	1,302	25
	> 50	252	2	309	3	342	5

### ◆2021年少數或弱勢團體比例

多元員工	一般員工	法定應聘身心障礙人數(註)	實際聘僱身心障礙員工數	原住民員工數
人數	2,180	22	37	37

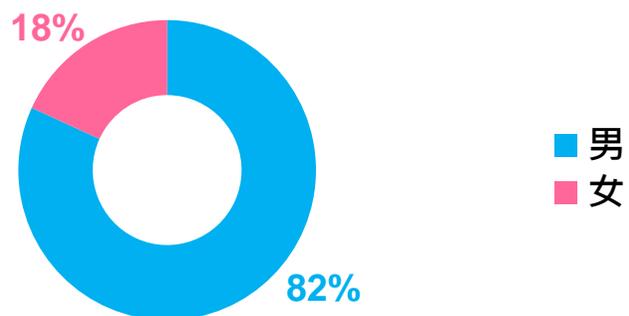
註：身心障礙者權益保障法規定，民營事業機構進用具有就業能力之身心障礙者人數，不得低於員工總人數百分之一。



### ◆董事會多元化指標比例

多元化指標			2019 年		2020 年		2021 年	
			人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
董事	性別	男	8	72.73%	8	72.73%	9	81.82%
		女	3	27.27%	3	27.27%	2	18.18%
	學歷	博士	5	54.55%	5	45.45%	4	36.36%
		研究所	4	36.36%	4	36.36%	4	36.36%
		大專院校	2	18.18%	2	18.18%	3	27.27%

### ◆董事會性別比例



## 5.5 人才培訓與職涯發展

### 5.5.1 管理方針

<p><b>重大主題</b></p>	<p>教育訓練</p>
<p><b>撰寫意義及原因</b></p>	<p>宅配通公司依據公司核心價值、組織發展及策略目標，計畫性培育及儲備各層級的菁英人才，並適時予以晉升發展的機會，為積極培育主管接班人，每年並針對人才規劃人才養成訓練制度。</p>
<p><b>行動計畫</b></p>	<p>1.反貪腐政策和程序的溝通及訓練。</p> <p>2.企業人才培訓 (包含內訓課程、外訓專業證照課程、主管指導、工作現場教導、數位課程、講座、在職進修)。</p> <p>3.發展員工專業能力：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①.新進人員輔導與訓練</li> <li>②.基層幹部與主管養成培訓</li> <li>③.管理階層訓練</li> <li>④.品質提升訓練</li> <li>⑤.團隊共識營</li> </ul>
<p><b>未來目標</b></p>	<p>1.系統化管理人才養成訓練制度，全體基層幹部與中高階主管達到100%皆由內部養成與晉升。</p> <p>2.透過企業內部訓練資源與輔導，企業內部員工忠誠度、留任意願提高，有助於企業的永續經營與發展。</p> <p>3.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，讓訓練成效完整表現在企業營運績效。</p>

### 5.5.2 反貪腐政策和程序的溝通及訓練

為降低企業的貪腐風險，宅配通公司除了於「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。

公司不定期透過內外部教育訓練及宣導向全體員工傳達「誠信」之重要性，使員工確實瞭解及遵守相關規範。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，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各階層主管培訓課程中。此外，為加強同仁的法遵與安全意識，更於新人到職半年後依其職務內容安排各種法規課程，再次提醒與宣導。

2021 年度參與公司內部員工行為準則宣導，教室上課及線上課程方式參加人數為 752 人，舉辦誠信經營守則相關議題宣導共計 231 人參加。此外，與誠信經營議題相關之外部教育訓練(含公司治理、法規遵行、會計制度及內部控制等相關課程)，共計 23 人次參加。

宣導主題	宣導對象	參加人數	宣導方式
員工行為準則	物流及營業所同仁	58	教室上課
員工行為準則	營業所主管	101	教室上課
員工行為準則	儲備主管/幹部培訓	30	教室上課
員工行為準則	新進人員	563	線上課程
誠信經營守則	營業所主管	332	教室上課

### 5.5.3 企業人才培訓

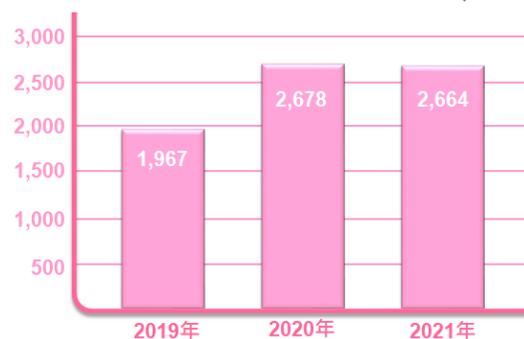
員工是企業永續發展最重要的資產，台灣宅配通對人員的培訓相當重視，為因應公司未來發展策略與擴展需求、培育員工符合未來企業發展之所需、並提升企業與員工的整體競爭力，我們致力於建置多元永續性的教育訓練機制，規劃各階層訓練與專業領域課程，在同仁職涯發展的各個階段提供其所需的訓練資源，確保同仁取得晉升或職涯發展所需職能，善盡對於員工的企業責任。

公司提供多元的學習與成長管道，包括：內訓課程、外訓專業證照課程、主管指導、工作現場教導、數位課程、講座、在職進修等。

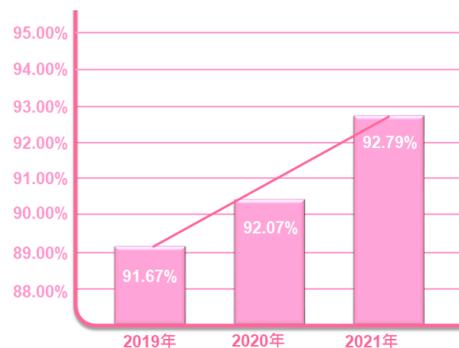
2021 年教育訓練總共投入 2,664 仟元，平均每人訓練費用 1,222.19 元，近乎 2020 年每人訓練費用 1,222.95 元，相較 2019 年每人 922.71 元增加 32.5%。

宅配通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、專業領域課程、通識課程、職業安全以及各種證照課程。公司每年檢視策略目標、業務狀況，多管道收集訓練需求，據以規畫訓練計畫、辦理訓練課程。因為重視訓練品質與學習成效，我們在課前進行需求了解與對焦、課後進行成效檢核及課程改善檢討；學員對於課程的滿意度自 2019 年的 91.67% 至 2021 年的 92.79%，逐年提升。

▼ 2019~2021 年 教育訓練費用(仟元)



▼ 2019~2021 年 課後滿意度逐年提升



### ◆推行數位課程，為落實企業永續發展盡心力

因應西元 2050 年淨零碳排目標，接軌國際綠色趨勢，公司積極推行數位學習並規劃學習平台的建置，為企業碳中和節能減碳努力。此外，2021 年因新冠疫情影響實體課程的開辦，公司將課程規劃轉以線上視訊方式進行，把疫情對同仁學習成長的衝擊降至最低。

### ◆數位學習推行成果

📖 響應全球節能減碳趨勢，新進人員訓練全面轉為線上課程

📖 儲備幹部/主管培訓採混合式學習方式

📖 品質提升訓練以視訊方式串聯跨國講師與各地學員

📖 學員培訓無紙化，線上課程不印製講義減少紙張浪費

📖 訓練 e 化，減少中、南部區域同仁北上往返出差搭乘交通工具

📖 課後滿意度調查全面使用線上問卷，無紙張使用

📖 規劃建置學習平台，持續推行數位學習

## 5.5.4 發展員工專業能力

### 團隊共識建立

二天一夜團隊共識營共 124 位主管參加，滿意度 93.5%



### 全年度教育訓練執行

- ★ 平均每人訓練時數 5.55 小時
- ★ 全年度平均滿意度 92.79%
- ★ 訓練時數較 2020 年減少 12.87%



### 品質提升訓練

- ★ 品質提升訓練累計 184 人參訓，滿意度 90.62%
- ★ 累計 2,090 人次獲品質完美服務獎勵，較 2020 年增加 1.15%



## 2021 年 教育訓練 執行成果

### 新進人員訓練

- ★ 全面以線上方式進行，課後施測檢核學習成果
- ★ 新進人員訓練累計 566 人參訓並通過課後測驗



### 管理階層訓練

- ★ 管理階層訓練累計 101 人次參加
- ★ 主管讀書會共 33 位中高階主管參加
- ★ 累計 7 位主管在職進修碩/博士班



### 基層幹部與主管養成培訓

基層幹部與主管養成培訓共開辦 2 梯次，計 30 位主管參加，滿意度 91.89%，較 2020 年提高 1.66%



因應宅配運輸與倉儲物流產業市場的快速變化及內部經營之發展策略，公司每年持續發展員工各項專業能力，並規劃多元的學習方式，以期滿足企業發展所需人才，提升企業競爭力。

## (一) 新進人員輔導與訓練

公司為善盡員工的培育與照顧輔導，在員工新進聘用後即安排幹部協助，使之能夠快速融入工作環境並消弭入職的徬徨感，更藉著現場與線上教育訓練的安排，協助新進同仁了解企業、強化對公司的認同、快速掌握從事各項業務標準流程與必須遵循的規範、提升個人生涯發展所需之知識及技能。公司透過有系統的規劃，提昇新進同仁學習成效，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。

自 2020 年起，新進人員訓練全面以線上方式進行，上完課後並施以測驗檢核學習成果。2021 年共計 566 人參加新人線上課程並通過課後測驗。

### ■ 新人到職協助 ■

安排幹部進行工作說明、了解環境，協助適應。

### ■ 新人工作現場教育訓練 ■

安排指導員於工作現場進行各項作業流程教導、設備使用示範、隨車師徒見習之崗位實務訓練。

### ■ 新人線上課程 ■

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」、「職業安全」、「法規知識」等。

## (二) 基層幹部與主管養成培訓

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，不斷提升企業競爭力。

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。儲備專員培訓方案，是為由基層人員晉升為幹部所規劃的。為期三個月的培訓方案包含多元的學習方式，協助學員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。2021 年儲備專員培訓內容包括：法令規章、職業安全、各項作業說明與實務操作、團隊課程等，共計 20 人參訓。



▲ 教室講師授課



▲ 結訓合影



▲ 實機操作練習



▲ 實務操作說明



▲ 主題式活動學習(一)



▲ 主題式活動學習(二)

儲備經理培訓方案為期五個月，透過多元豐富的課程設計，結合實體與線上學習、主題與活動學習、優異單位標竿學習以及實習學習，打造實力堅強的管理團隊；參訓學員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。



▲ 優良單位觀摩學習



▲ 主題式活動學習-溝通與衝突管理



▲ 參觀物流中心



▲ 課堂演練



▲ 儲備經理結訓合影



▲ 教室上課，使用隔板加強防疫

### (三)管理階層訓練

為提升公司經營績效、加強管理層級共識、增進主管管理職能、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，2021 年累計 101 人次參加。除了訓練課程外，公司也藉著每月二次的主管讀書會舉辦，帶動團隊的學習風氣，共同學習管理職能，建立團隊共識與共同語言。2021 年讀書會共有 33 位中高階主管參加。



▲ 黑暗對話工作坊

持續不斷培育出更優秀的人才為宅配通的核心策略，公司除了與淡江大學合作推薦主管進修 EMBA 學程外，也鼓勵管理層級於個人專業領域持續進修學習，全年累計 7 位主管在職進修碩士、博士班。



▲ 透過活動增進團隊合作，藉由「自我覺察」突破框架

#### (四)品質提升訓練

宅配通公司對於對品質的追求與提升一直不遺餘力。隨著網路科技的發達及受新冠疫情的影響，網路購物的比例快速攀升，為提升內勤客服人員的服務品質、降低貨故的發生率、提高顧客滿意度，公司針對內勤客服人員、專員、一線宅配同仁等不同對象共舉辦 11 個梯次與品質提升相關課程，累計參加人數除 228 人。除了藉著訓練課程的安排加強同仁對於品質的重視外，公司為獎勵同仁的優異品質表現每月發放品質完美服務獎勵，2021 年累計 2,090 人次獲獎，較 2020 年增加了 1.15%。此外，公司亦配合三得利舉辦優良宅配同仁服務選拔與表揚，2021 年共 10 位同仁榮獲優質服務獎。

#### (五)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 2021 年底舉辦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對於目標達成是不可或缺的。藉著 GPS 定向運動、同心大橋建立及晚上自助餐敘的安排，公司團隊間更加拉近距離、更加熟識彼此、發掘夥伴潛力。透過專業講師的帶領與活動的設計安排，團隊共識更加凝聚，同儕情誼也增進於無形之中。2021 年團隊共識營共 124 位主管參加，滿意度達 93.5%。



▲ 總經理開場



▲ 講師建立團隊默契



▲ 小組分享-團隊問題分析與後果



▲ GPS 各組闖關-尋找野生講師



▲ GPS 各組闖關-吸睛照片搶讚大作戰



▲ 當我們同在一起



▲ 各組同心大橋製作



▲ 同心大橋驗收成功



▲ 大合照

## 5.5.4 教育訓練概況

時數/費用	2019 年			2020 年			2021 年		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
總訓練時數	2,084.0	13,979.5	16,063.5	2,451.0	11,507.0	13,958.0	2,095.0	10,011.5	12,106.5
總受訓人數	267	1,051	1,318	287	865	1,152	252	875	1,127
每人平均訓練時數	4.37	8.45	7.53	5.05	6.75	6.37	4.05	6.02	5.55
主管職平均訓練時數	18.00	23.42	22.51	30.13	40.23	38.58	36.30	29.85	31.02
非主管職平均訓練時數	3.65	7.28	6.45	3.75	4.15	4.06	2.28	4.15	3.70
全年教育訓練費用(元)	1,967,225			2,678,265			2,664,380		

- ◆調整 2021 年訓練時數衡量基準：總訓練時數/全公司總人數，主要根據 GRI 準則精神調整衡量方法，並同步調整前兩年數據資料。
- ◆主管職平均訓練時數及非主管職平均訓練時數，比照上述衡量基準調整。

公司每年持續開辦各類型訓練課程，2021 年度受到新冠疫情影響，受訓人數為 1,127 人，每人平均訓練時數為 5.55 小時。其中，女性員工每人受訓平均時數為 4.05 小時，男性員工為 6.02 小時。若以員工類別來看，管理職每人接受訓練平均時數為 31.02 小時，一般人員為 3.70 小時。

## 5.5.5 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。

## 5.6 職業安全衛生中心設立

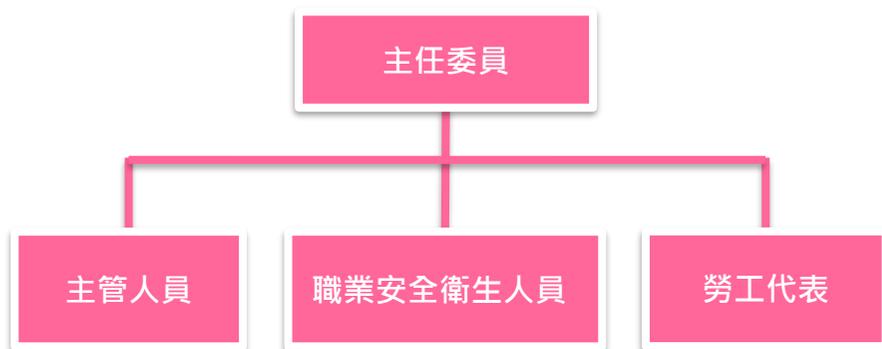
### 5.6.1 管理方針

重大主題	2021 年行動計畫	2021 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 3,000 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>

### 5.6.2 職業安全衛生管理委員

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。

▼圖 2021 年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

### 5.6.3 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

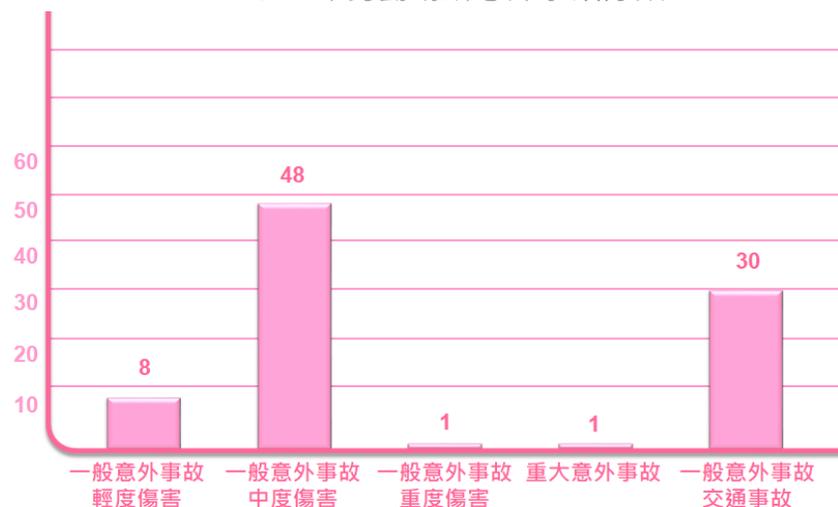
每季分站進行職業安全衛生巡檢，針對各項作業進行危害告知與風險評估，並就缺失予以記錄及要求改善與提出預防控制措施，確保員工在工作場所的職場安全。

#### (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。

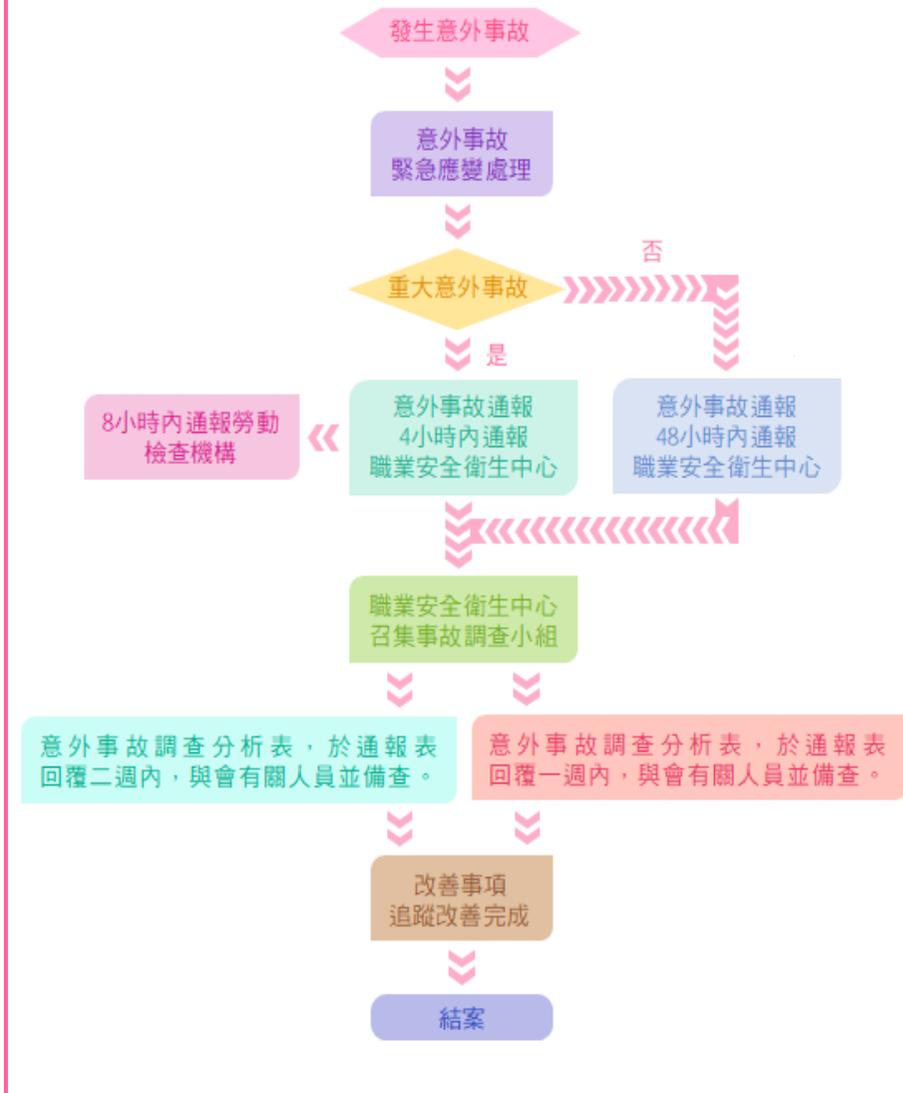
▼ 2021 年勞動場所意外事故分類



▼ 意外事故調查處理流程

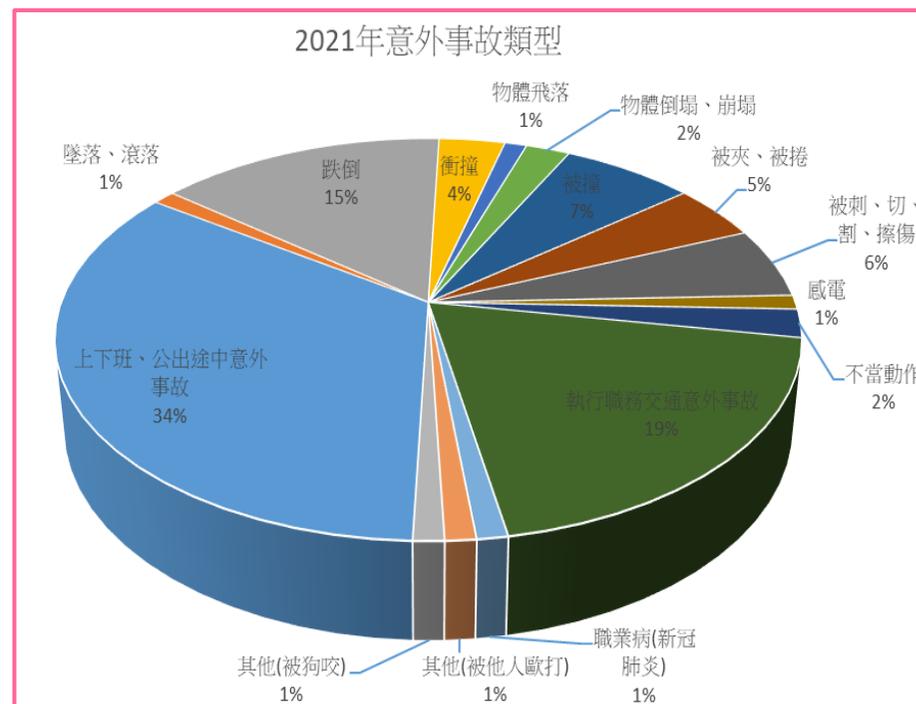
事故程度	合計
一般意外事故輕度傷害	8
一般意外事故中度傷害	48
一般意外事故重度傷害	1
重大意外事故	1
一般意外事故交通事故	30
總計	88

台灣宅配通(股)員工意外事故調查處理程序流程圖



▼ 2021 年勞動場所意外事故類型

事故類型	合計
上下班、公出途中意外事故	30
墜落、滾落	1
跌倒	13
衝撞	3
物體飛落	1
物體倒塌、崩塌	2
被撞	6
被夾、被捲	4
被刺、切、割、擦傷	5
感電	1
不當動作	2
執行職務交通意外事故	17
職業病(新冠肺炎)	1
其他(被他人毆打)	1
其他(被狗咬)	1



**(3)教育訓練**

2021 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」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：

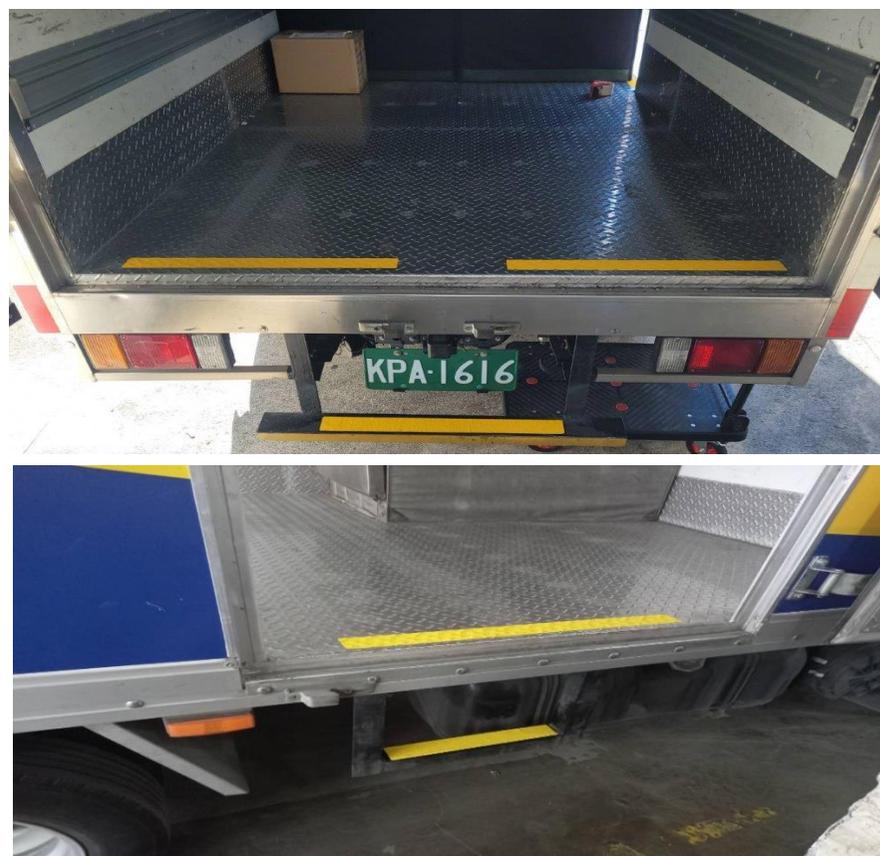
▼ 2021 年各類職業證照訓練梯次(場次)及參加人數

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	7
2	職業安全衛生業務主管訓練 (複訓)	33	64
3	防火管理人訓練 (初訓)	3	4
4	防火管理人訓練 (複訓)	26	42
5	急救人員在職訓練 (初訓)	15	21
6	急救人員在職訓練 (複訓)	21	25
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)	21	23
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)	45	82
9	起重機操作人員在職教育訓練 (複訓)	3	5
總計		173	273

採購防護設備：

為避免員工上、下宅配車輛進行搬貨作業，因下雨或其他因素造成人員上下車 跌倒導致傷害，職安中心擬採購止滑貼條供單位安裝宅配車輛。

▼ 圖 宅配車安裝止滑貼條照片



## 5.6.4 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表

年份	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
場次	30 場	34 場	35 場	49 場
人數	1,418 人	2,038 人	2,004 人	2,170 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表

年份	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
低度危險(<10%)人數	1,244 人	1,781 人	1,875 人	1,743 人
中度危險(10-20%)人數	141 人	224 人	122 人	173 人
高度危險(>20%)人數	33 人	33 人	7 人	24 人
臨場健康服務場次	3 場	2 場	10 場	10 場
臨場健康服務人數	17 人	10 人	62 人	58 人

▼ 2021 年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-職場紓壓理論與實作講座統計

年份	2020年	2021年
場次	4場	4場
人數	88人	79人

### ▼2021年職場健康促進活動-臨床心理師職場紓壓理論與實作講座



### 職場健康促進活動-職場人際關係不踩雷-認識不法侵害講座

年份	2021 年
場次	4 場
人數	101 人

▼2021 年職場健康促進活動-職場人際關係不踩雷-認識不法侵害講座



### 職場健康促進活動-AED 及 CPR 教育訓練

年份	2021 年
場次	4 場
人數	56 人

▼2021 年職場健康促進活動- AED 及 CPR 教育訓練



職場健康促進活動-職業安全衛生中心宣導統計表

年份	2018年	2019年	2020年	2021年
場次	8場	16場	7場	7場
人數	126人	217人	109人	103人

▼ 2021年職場健康促進活動-職業安全衛生中心宣導



職場健康促進活動-減重比賽

年份	2021年
個人賽人數	80人
團體賽人數	45人【3人1組】

▼ 2021年職場健康促進活動-減重比賽



### (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	2021年
人數	10人	15人	19人	19人

#### ▼ 勞工健康服務醫師提供妊娠中員工面談指導



## 5.7 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。

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。茲將本公司之 2021 年公益活動條列如下：

### 公益配送移動式空調



2021 年 05 月中旬全台疫情嚴峻，升溫至三級警戒，台灣宅配通做好防疫措施，不忘關懷第一線辛苦的醫療人員，與東元集團合作公益配送移動式空調及空氣清淨機送達台北市立聯合醫院和平院區，並現場安裝於院外臨時搭棚的篩檢站中，體恤醫療人員及民眾能在醫院享有良好舒適的醫療空間，降低防疫人員壓力，宅配通與全民攜手對抗疫情不遺餘力。

### 疫情期間 關懷獨居長者



疫情升溫至 3 級警戒，民眾配合防疫規範減少出門，避免人與人之間的接觸，許多實體活動因而暫停。疫情期間宅配通配送做好防疫措施，且不忘善盡企業社會責任。2021 年 05 月時經桃園市志願服務推廣中心的媒合，進而了解善水基金會輔導的獨居長輩，因疫情警戒期間，必需暫停親自訪視的行程。防疫期間台灣宅配通為公益挺身而出，以實際行動幫助行動不便的獨居長輩，公益宅配日常生活用品如：白米、乾糧、衣物、衛生紙、成人紙尿褲等，將愛心傳遞到弱勢獨居長者手中，讓長者能安心過端午節，台灣宅配通疫期間挺身為社會盡一份心力，給予弱勢長者社會溫暖。

## 宅配通協助「寒士就業計劃」



2021年08月台灣宅配通不忘支持人安基金會舉辦「寒士慶中秋」活動，連續三年將義賣的愛心月餅禮盒，公益宅配到認購者家中，月餅禮盒贊助由知名糕餅業者「薑泰食品」，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運費，一起攜手合作將「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，重返社會曙光。

## 宅配通助弱勢孩童上學無阻



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八年，疫情升溫宅配通公益不缺席，以實際行動付諸公益。將全球人壽義賣活動的石虎米、藍鵲茶，以最迅速的公益宅配送達民眾手中，省下萬元運費幫助弱勢兒童快樂返校就學，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，暖心關懷社會每一處角落！

## 宅配通傳遞品格教育·傳遞愛



2021年05月在疫情衝擊之下，許多學生被迫在家中學習。台灣宅配通秉持專業宅配的精神堅守崗位，連續三年與華書基金會攜手合作「英文品格多元教學」傳遞愛。2021年09月開學前夕將807本英文多元品格教材公益宅配至三所小學，給孩童建立品格觀念，不僅讓孩童們獲得更多的書籍知識，亦讓品格教育能永續深耕、持續茁壯，台灣宅配通公益宅配持續不懈怠！

## 守護海洋 淨灘活動



台灣宅配通用心秉持 ESG 永續經營的理念，2021 年 10 月更以實際行動參與環境保育，號召總公司 50 位員工參與「守護海洋」公益淨灘活動，於新北市石門區白沙灣的麟山鼻步道周邊海岸，以身體力行、捲起衣袖守護美麗海岸，撿拾近 40 公斤的垃圾，希冀能讓後代擁有無毒潔淨的海洋生態環境，並透過此次淨灘活動呼籲員工具備環保意識，更倡議攜帶隨行杯、環保餐具用膳，致力讓淨灘活動對台灣淨土達到「零負擔」，積極朝向友善環保家園齊心努力！

## 高雄城中城祝融捐款



高雄城中城大樓 2021 年 10 月 14 日凌晨遭遇嚴重的祝融之災，對住戶造成嚴重生命財產損失，深表遺憾。宅配通長期致力於落實企業社會責任，面對此次突發的重大傷亡事件，宅配通捐款 50 萬元，期盼盡己所能，提供受災戶援助，透過溫暖而正向的力量，讓突然遭遇變故致生活面臨困難的家庭得以暫時紓緩困境，並撫慰受傷民眾與罹難者家屬，陪伴他們度過此次難關，此款項將全數捐入高雄市政府社會局。

## 宅配通公益宅配耶誕禮盒到育幼院



台灣宅配通善盡企業社會責任，2021 年 12 月歲末與中華育幼機構兒童關懷協會合作公益宅配耶誕禮盒到育幼院給孩童們，讓孩童開心的過聖誕節，感受大家的祝福，關懷失依的孩童！  
台灣宅配通同時也贊助年度捐款滿額贈禮公益宅配，以行動拋磚引玉，鼓勵更多民眾發揮愛心捐款助人，助人利己，共同讓台灣更加美好！

## 5.8 顧客健康與安全

### ◆管理方針

重大主題	撰寫意義及原因	行動計畫	未來目標
顧客健康與安全	宅配通公司的經營理念為「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維護顧客健康與安全。	<p><b>準時</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 今日寄件，隔日送達(台灣本島)</li> <li>● 當日送達(北北基地區)</li> <li>● 全年無休，天天配送到府、多次再配送服務</li> </ul> <p><b>安全</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 資訊安全管理/個資隱私保護機制</li> <li>● 運送服務，顧客安心</li> </ul> <p><b>正確</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 即時查詢系統</li> <li>● 宅配資訊管控</li> <li>● 低溫監控系統</li> </ul> <p><b>親切</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全年無休的專人諮詢服務</li> <li>● 深耕在地化服務</li> </ul>	<p>1.配達率提升。</p> <p>2.本公司 2021 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。未來目標定期對同仁辦理個人資料保護管理教育訓練。</p> <p>3.2021 年無食品安全危害開罰事件之情形，未來目標食品安全法規合規性輔導成效 100%。</p> <p>4.持續提供多元、彈性化「宅轉店」、「宅轉櫃」配送服務。</p>

## ◆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 2021 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 ISO/IEC 27001 驗證，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。

## 5.9 行銷與標示

### ◆管理方針

重大主題	行銷與標示
撰寫意義及原因	宅配通公司藉由把關商品品質、堅守完整商品標示、開發與引進更多物美價廉與永續性商品，並結合商業模式創新，打造消費通路。除此之外，亦致力解決消費者問題，讓消費者能有優質的購物體驗與完善的售後服務。
行動計畫	<ul style="list-style-type: none"><li>◆重視消費者權益，提供符合法規的商品。</li><li>◆持續優化消費者購物體驗方案。</li></ul> 提供針對消費者安全及環境有正面影響的商品及服務。
未來目標	<ul style="list-style-type: none"><li>◆2021 年並無發生有未遵循產品與服務之資訊與標示法規而受罰的事件。</li><li>◆持續精進顧客申訴管道可服務項目，確保顧客需求快速處理。</li><li>◆針對供貨異常之供應商進行追蹤及管理，降低商品異常率。</li></ul>

隨著消費型態的改變，電商儼然已成為消費主要戰場，本公司銷售優質商品、進行負責任的商品揭露，希冀與消費者共同擬定永續消費框架。本公司販售的商品含括食衣住行育樂各方面，堅持提供穩定且高品質的商品與服務，以完善的品質檢驗程序，防止不合格之商品送到消費者手上；若有消費者訴求商品品質問題，本公司亦將執行商品回收檢查並針對商品進行複查，積極回應消費者訴求。

商品檢驗與異常管理與預防作為永續消費的平台，本公司嚴肅看待商品安全，慎選供應商並透過合約制約，要求所有供應商提供的商品須符合法規及標示，並設有訂購檢驗、稽核機制等。除此之外，本公司關注消費者隱性需求，持續投入資源，加強檢驗品質、成分、來源、中文標示是否符合法令規範，更針對各類商品設有相對應的安全檢測，肩負起消費者安心生活的責任。

產品標示是消費者直接了解產品的管道，例如產品成份及營養資訊等。若產品資訊不實，將會傷害消費者對本公司之信任。關於產品標示，我們秉持資訊透明及不渲染的方式，進行包裝標示及廣告宣傳製作物的用語審核。本公司所有產品均避免使用誇大文字。本公司所有產品行銷廣告須通過行銷企劃部內部單位檢視後始可上架。倘若產品不符合規定，皆須修正後再重新送審。

大嘴鳥易購電商平台供應商評選資格，商品須符合消費者保護法、食品安全衛生管理法、商品標示法等相關法令規定衛生安全及品

質標準，依法為完整標示，必要時於供貨前須提供公證機關檢驗合格報告。

#### ◆ 檢驗項目

項目	內容
成分	符合法令及是否會危害人體
來源	來源的合法性
標示	資訊透明化
品質	功能性、安全性測試

#### ◆ 參考法源

項目	法源
一般商品	商品標示法
包裝食品、糧食	食品安全衛生管理法、市售包裝食品營養宣稱規範、糧食管理法等

## 5.10 嚴謹的個資管理

### ◆管理方針

台灣宅配通對個人資料的蒐集、處理或利用，都嚴個資法相關規定，以嚴謹的組織、管理系統及控管機制，確保消費者個資安全。本公司於 2010 年 04 月 08 日成立資訊安全委員會，並依據「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」，並於台灣宅配通網站網站設有「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。

管理方式	內 容
政策與程序	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.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。</li> <li>2.於台灣宅配通網站網站設有「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。</li> <li>3.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。</li> <li>4.於 2010 年 04 月 08 日成立資訊安全委員會並且同年 08 月 18 日取得 UKAS ISO27001 資安認證，每年召開資安委員會會議討論該年度相關內容及成果。</li> </ol>
管理系統	<p>本公司已協同客戶及廠商上下游整合進行 ISO 27001 資訊安全管理系統的推行及認證，結合客戶富邦購物及其它大型客戶合作截至目前為止已歷 11 年，並於 2019 年 08 月完成 ISO27001：2013 及 CNS27001：2014 版次更新，取得最新的資安防範標準。</p>
人員控管機制	<p>2021 年執行情形：由總經理擔任召集人並由各本部協理擔任資安委員於 2021 年 07 月完成資安委員會召開，並審查資訊安全發展方向及策略，使資訊安全管理制度持續穩健運作。2021 年 09 月 SGS 資安審查無任何重大缺失，當年度亦無經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴事件</p>

Certificate TW15/10790

The management system of

# TAIWAN PELICAN EXPRESS CO., LTD.



2F., No.34, Siyuan Rd., Xinzhuang Dist., New Taipei City 24215, Taiwan (R.O.C.)

has been assessed and certified as meeting the requirements of

## ISO/IEC 27001:2013

For the following activities

Provision of Pelican delivery service related activities in accordance with the Statement of Applicability version 2.1. The activities include the Pelican System development, operation, maintenance, and network management, the Pelican System customer service supporting process, and the Pelican document storage management process.

This certificate is valid from 18 August 2022 until 18 August 2025 and remains valid subject to satisfactory surveillance audits.

Issue 5. Certified since 14 August 2015.

Certified activities performed by additional sites are listed on subsequent pages.

*Jonathan H. Hill*

Authorised by  
Jonathan Hill  
Global Head - Certification Services

SGS United Kingdom Ltd  
Rosemore Business Park, Ellesmere Port, Cheshire, CH65 3EN, UK  
t+44 (0)151 350-6666 - www.sgs.com



This document is an authentic electronic certificate for Client business purposes use only. Printed version of the electronic certificate are permitted and will be considered as a copy. This document is issued by the Company subject to SGS General Conditions of certification services available on Terms and Conditions | SGS. Attention is drawn to the limitation of liability, indemnification and jurisdictional clauses contained therein. This document is copyright protected and any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful.



Page 1 / 2

Certificate TW15/10790, continued

# TAIWAN PELICAN EXPRESS CO., LTD.



## ISO/IEC 27001:2013

Issue 5

### Sites

TAIWAN PELICAN EXPRESS CO., LTD.  
2F., No.34, Siyuan Rd., Xinzhuang Dist., New Taipei City 24215, Taiwan (R.O.C.)

Provision of Pelican delivery service related activities in accordance with the Statement of Applicability version 2.1. The activities include the Pelican System development, operation, maintenance, and network management, the Pelican System customer service supporting process, and the Pelican document storage management process.

TAIWAN PELICAN EXPRESS CO., LTD. Nangang office  
2F. Build B, No.19-9, Sanchong Rd., Nangang Dist., Taipei City 11501, Taiwan (R.O.C.)

Pelican System development, operation, maintenance



This document is an authentic electronic certificate for Client business purposes use only. Printed version of the electronic certificate are permitted and will be considered as a copy. This document is issued by the Company subject to SGS General Conditions of certification services available on Terms and Conditions | SGS. Attention is drawn to the limitation of liability, indemnification and jurisdictional clauses contained therein. This document is copyright protected and any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful.



Page 2 / 2

# 總結及附錄

# 06

2021 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	8
	102-2	活動、品牌、產品與服務	8
	102-3	總部位置	8
	102-4	營運據點	8
	102-5	所有權與法律形式	8
	102-6	提供服務的市場	8
	102-7	組織規模	8

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	71
	102-9	供應鏈	67
	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	67
	102-11	預警原則或方針	32
	102-12	外部倡議	無簽署
	102-13	公協會的會員	39
	102-14	決策者的聲明	5
倫理與誠信核心	102-16	價值、原則、標準及行為規範	31
治理面 核心	102-18	治理結構	27
	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	28
	102-23	最高治理單位的主席	29

GRI 項目/揭露範圍		揭露 項目	頁碼
GRI 102：一般揭露			
	102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	27
	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	12
	102-41	團體協約	無簽署
	102-42	鑑別與選擇利害關係人	13
	102-43	與利害關係人溝通的方針	15
	102-44	提出之關鍵主題與關注事項	14
	102-45	合併財務報表中所包含的實體	22
報導實務 核心	102-46	界定報告書內容與主題邊界	3
	102-47	重大主題表列	14
	102-48	資訊重編	無重大變化
	102-49	報導改變	無顯著改變

GRI 項目/揭露範圍		揭露 項目	頁碼
GRI 102：一般揭露			
	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	114
	102-56	外部保證/確信	118

### 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			
	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	74
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	77
202-2 雇用當地居民為高階管理階層比例	78
GRI 204：採購實務	
204-1 來自當地供應商的採購支出比例	67
GRI 205：反貪腐	
205-2 有關反貪腐政策和程序溝通及訓練	81

### GRI300 環境主題揭露

GRI 項目/揭露範圍	揭露項目	頁碼
GRI 302：能源		
302-1	組織內部的能源消耗量	63
302-4	減少能源消耗	63
302-5	降低產品和服務的能源需求	52
GRI 305：排放		
305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	60
305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	60

305-5 溫室氣體排放減量	62
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/揭露項目	頁碼
GRI 401：勞雇關係	
401-1 新進員工和離職員工	73
401-2 提供給全職員工的福利(不包含臨時或兼職員工)	74
401-3 育嬰假	76
GRI 403：職業安全衛生	
403-1 職業安全衛生管理系統	93
403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	94
403-3 職業健康服務	97
403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	93
403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	95
403-6 工作者健康促進	97

403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生	93
403-9 職業傷害	94
GRI 404：訓練與教育	
404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	91
404-2 提升員工職能及過渡協助方案	81
404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	91
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	78
405-2 女性對男性的基本薪資加薪酬的比率	79
GRI 412：人權評估	
412-2 人權政策或程序的員工訓練	70
GRI 413：當地社區	
413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計劃營運活動	103
GRI 414：供應商社會評估	
414-1 使用社會標準篩選之新供應商	67

GRI 416：顧客健康與安全	
416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	106
416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	無違反
GRI 417：行銷與標示	
417-1 產品和服務資訊與標示的要求	110
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

## 確信聲明書-中文版本



### 台灣宅配通股份有限公司 2021 年度永續報告書之獨立保證意見聲明書

聲明書編號：2209004

台灣宅配通股份有限公司(以下簡稱台灣宅配通)與格瑞國際驗證有限公司(以下簡稱格瑞驗證)為相互獨立的公司及組織，格瑞驗證除了針對企業 2021 年度永續報告書進行評估和查證外，與台灣宅配通並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書(以下簡稱聲明書)的目的，僅作為對下列有關台灣宅配通之永續報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外，對於關於其他目的之使用，或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人，格瑞驗證並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書基於台灣宅配通提供予格瑞驗證之相關資訊查證所作成之結論，因此查證範圍乃基於並局限在這些提供的資訊內容之內，格瑞驗證認為這些信息內容都是完整且準確的。對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問，將全部由台灣宅配通回覆。

#### 保證範圍

台灣宅配通與格瑞驗證協議的查證範圍包括：

1. 整份永續報告書內容及台灣宅配通在 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日的所有營運績效。
2. 依照 AA 1000 保證標準 v3 的第 1 應用類型評估台灣宅配通遵循 AA 1000 當責性原則標準 (2018) 的本質和程度，不包括對於報告書揭露的資訊/數據之可信賴度的查證。
3. 本聲明書以中文作成，並翻譯成英文以供參考。

#### 意見聲明

我們總結台灣宅配通之永續報告書內容，對於台灣宅配通的相關運作與績效則提供了一個公平的觀點。我們相信有關台灣宅配通 2021 年的經濟、社會、環境及公司治理等特定績效指標是被正確無誤地展現。報告書所揭露的績效指標展現了台灣宅配通對鑑別及滿足利害關係人的期望與努力。

我們的查證工作是由一組具有依據 AA 1000 保證標準 v3 查證能力之團隊執行，以及規劃和執行這部分的工作，以獲得必要的資訊數據及說明。我們認為台灣宅配通所提供的證據足夠以表明其遵循 AA 1000 保證標準 v3 及其 2018 年附錄的報告方法與自我聲明符合 GRI 永續性報導準則核心選項。

#### 查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關於台灣宅配通之公司政策，進行高階管理層的審查，以確認本報告中聲明書的合適性；
- 與台灣宅配通管理者討論有關利害關係人參與的方式，然而並無直接接觸外部利害關係人；
- 訪談與永續報告書編制及資訊提供有關的員工；
- 在抽樣基礎上稽核台灣宅配通之績效數據；
- 審查報告中所作宣告的支持性證據；
- 針對公司報告及其相關 AA 1000 當責性原則 (2018) 中描述有關包容性、重大性、回應性及衝擊性原則的流程管理進行審查。

#### 結論

針對 AA 1000 當責性原則 (2018) 之包容性、重大性、回應性、衝擊性與 GRI 永續性報導準則的詳細審查結果如下：

第一頁 共二頁



#### 包容性

台灣宅配通已建立與主要利害相關人合作的過程，包含政府機關、投資人、客戶、員工、供應商/承攬商及社區鄰里等。並於 2021 年展開一系列利害相關人活動，涉及經濟、社會和環境等一系列重大主題。以我們的專業意見而言，這份報告涵蓋了台灣宅配通的包容性議題。

#### 重大性

報告書已載明台灣宅配通所關注經濟、社會和環境等主題，鑑別出 10 項重大主題包括職業安全衛生、勞雇關係、客戶隱私、教育訓練、營運績效、員工多元化與平等機會、市場地位、顧客健康與安全、行銷與標示、碳排放管理等。以我們的專業意見而言，這份報告適切地涵蓋了台灣宅配通的重大性議題。

#### 回應性

台灣宅配通執行來自利害關係人的要求與看法之回應。實行方法包括客戶滿意度調查和眾多的內部和外部利害關係人的溝通機制，作為提供進一步回應利害關係人的機會，並能對利害關係人所關切議題及時回應。以我們的專業意見而言，這份報告涵蓋了台灣宅配通的回應性議題。

#### 衝擊性

台灣宅配通已鑑別，並以平衡且有效之量測及揭露方式公正展現其衝擊。台灣宅配通已建立監督、量測、評估及管理衝擊之流程，有助於組織內實現更有效之決策與成果管理。就我們的專業意見而言，本報告涵蓋了台灣宅配通的衝擊性議題。

#### GRI 永續性報導準則

台灣宅配通提供有關遵循 GRI 永續性報導準則之自我宣告，與相當於“核心選項”的相關資料，基於審查的結果，我們確認報告中參照 GRI 永續性報導準則的社會責任與永續發展的相關揭露項目已被揭露、部分揭露或省略。以我們的專業意見而言，此自我宣告涵蓋了台灣宅配通的社會責任與永續性主題。

#### 保證等級

依據 AA 1000 保證標準 v3 及其 2018 年附錄，我們查證本聲明書為中度保證等級，如同本聲明書中所描述的範圍與方法。

#### 責任

本獨立保證聲明書的意見聲明供台灣宅配通使用。我們的責任僅基於所描述的範圍與方法，提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

#### 能力與獨立性

格瑞驗證為各管理系統領域的專家組成。本查證團隊係由具專業背景，且接受過如 AA 1000 AS v3、ISO 9001、ISO 14001 與 ISO 45001 之一系列永續發展、環境及社會等管理標準的訓練，具有主事稽核員資格之成員組成。

基於保證團隊之查證行為，並由

格瑞國際驗證有限公司(中華民國，台灣)於 2022 年 09 月 23 日簽署發行

簽證  
劉宇智 總經理



AA1000  
Licensed Report  
000-250/V3-L4ENU

第二頁 共二頁

## 確信聲明書-英文版本



### Independent Assurance Statement Based on 2021 Sustainability Report of Taiwan Pelican Express

Statement No.: 2209004

Taiwan Pelican Express Co., LTD. (hereinafter referred to as Taiwan Pelican Express) and GREAT International Certification Co., Ltd. (hereinafter referred to as GREAT) are mutually independent companies. In addition to the assessment and verification of Taiwan Pelican Express's 2021 annual Sustainability Report (hereinafter referred to as ESG Report), GREAT has no financial relationship with Taiwan Pelican Express.

The purpose of this Independence Assurance Statement (hereinafter referred to as Statement) is only to conclude that the relevant issues within the scope of the Taiwan Pelican Express's ESG Report are guaranteed, but not for other purposes. Except for this Statement on the verified facts, for any use of other purposes, or any person who read this Statement, GREAT is not responsible or liable for any legal or other responsibility.

This Statement made from the conclusions of verification, based on the relevant information provided GREAT by Taiwan Pelican Express. Therefore, the scope of the verification is based on and confined to the content of these provided information, and GREAT shall consider that the contents of the information are complete and accurate. All concerning and questions about the contents of the relevant issues contained in this statement shall be answered by the Taiwan Pelican Express.

#### The Scope of Assurance

The agreed scope of assurance by Taiwan Pelican Express and GREAT includes the following:

- The contents of the entire ESG Report and all operating performance of Taiwan Pelican Express from January 1st, 2021 to December 31st, 2021.
- According to the type 1 of application of the AA 1000 Assurance Standard v3, the assessed nature and degree of the Taiwan Pelican Express's compliance with the AA 1000 Accountability Principles (2018), but excluding the verification of the reliability of the information or data disclosed in the ESG Report.
- This statement has been prepared in English and has been translated into Chinese for reference.

#### Verification Opinion

We summarize the contents of Taiwan Pelican Express's ESG Report and provide a fair opinion of Taiwan Pelican Express's relevant operations and performance. We believe that the index such as economic, social, environmental performance, and corporate governance of 2021 are presented correctly. The performance index disclosed in the report demonstrate Taiwan Pelican Express's efforts to identify and meet stakeholder expectations.

Our verification work is carried out by a group of teams with verification capabilities according to the AA 1000 Assurance Standard v3, as well as planning and execution of this part of the work to obtain the necessary information data and instructions. We believe that the sufficient evidence provided by Taiwan Pelican Express, indicates that it complies with the AA 1000 Assurance Standard v3 and its 2018 appendix reporting methods and self-declaration of compliance with the core options of the GRI sustainability reporting standard is fair.

#### Verification Method

In order to collect evidences related to conclusions, we implemented the following tasks:

- Implement the high-level management review for topics from external groups related to Taiwan Pelican Express's policy to confirm the appropriateness of the report in this statement;
- Discussions about stakeholder's engagement with the managers of Taiwan Pelican Express. However, we have no direct contact with external stakeholders;
- Interviews with employees related to ESG management, report preparation and information provision;
- Audit performance data of Taiwan Pelican Express based on sampling;
- Review the supporting evidence declared in the report;
- Review the process management described in the company report and its related AA 1000 Accountability Principles (2018) regarding the principles of inclusivity, materiality, responsiveness, and impact.

#### Conclusion

The detailed review results of the AA 1000 Accountability Principle (2018) for inclusivity, materiality, responsiveness, impact and GRI sustainability reporting standards are as follows:

Page 1 of 2



#### - Inclusivity

Taiwan Pelican Express has established a process of cooperation with major stakeholders, including investors / contractor, customers, suppliers, employees, government agencies and neighborhood. Launch a series of stakeholder activities in 2021, involving a series of major themes such as economy, society, and environment. In terms of our professional opinions, this report covers the inclusive issues of Taiwan Pelican Express.

#### - Materiality

This report has stated that Taiwan Pelican Express focuses on the issues of economic, social, and environmental, and ten major issues be identified, including Occupational Safety and Health, Labor Relations, Customer Privacy, Education and Training, Operational Performance, Employee Diversity and Opportunities, Market Position, Customer Health and Safety, Marketing and Labeling, Carbon Emission Management. In terms of our professional opinions, this report appropriately covers the major issues of Taiwan Pelican Express.

#### - Responsiveness

Taiwan Pelican Express implements responses from stakeholder requests and opinions. Implementation methods include customer satisfaction surveys and numerous internal and external stakeholder communication mechanisms as an opportunity to provide further responses to stakeholders and to respond to issues of concern to stakeholders in a timely manner. In terms of our professional opinions, this report covers the responsive issues of Taiwan Pelican Express.

#### - Impact

Taiwan Pelican Express has identified and justly displayed its impact in a balanced and effective way of measure and disclosure. Taiwan Pelican Express has established processes for monitoring, measuring, evaluating, and managing impacts, which will help achieve more effective decision-making and results management within the organization. In terms of our professional opinions, this report covers the impact of Taiwan Pelican Express.

#### - GRI Guidelines

Taiwan Pelican Express provides declaration in accordance with the GRI Standards and relevant information equivalent to "core options". Based on the results of the review, we confirm that the report refers to the GRI Standards for social responsibility and sustainability disclosure items have been revealed, partially disclosed, or omitted. In terms of our professional opinions, this declaration covers the social responsibility and sustainability topics of Taiwan Pelican Express.

#### Assurance Level

According to the AA 1000 Assurance Standard v3 and its 2018 appendix, we verify that this statement is a level of Moderate Assurance, as described in this statement.

#### Responsibility

The responsibility of this ESG Report, as stated in this statement, is owned by the person in charge of Taiwan Pelican Express. The responsibility of GREAT is to provide professional opinions based on the described scope and method, and to provide an independent assurance statement for the stakeholders.

#### Ability and Independence

GREAT is composed of experts in a various field of management systems. The verification team is composed of members in the professional backgrounds with the qualifications of lead auditor trained in sustainable development, environmental and social management standards, such as AA 1000 AS v3, ISO 9001, ISO 14001, and ISO 45001.

#### On behalf of the assurance team

SEP 23<sup>rd</sup>, 2022

GREAT International Certification Co., Ltd.

Taiwan, Republic of China

Signed by General Manager  
David Liu



AA1000  
Licensed Report  
000-250/V3-L4ENU

Page 2 of 2