



pelican
宅配通

時刻用心
準時配達

2024

永續報告書 *Sustainability Report*



目錄 TABLE OF CONTENTS

01 永續承諾

- 1.1 永續策略目標 / 06
- 1.2 經營承諾 / 09
- 1.3 關於台灣宅配通 / 11

02 利害關係人溝通

- 2.1 利害關係人鑑別及溝通 / 16
- 2.2 重大性議題鑑別 / 19
- 2.3 對應揭露項目及邊界 / 21
- 2.4 重大議題與永續連結 / 22

03 經濟及治理

- 3.1 營運策略 / 25
- 3.2 風險管理制度 / 32
- 3.3 資訊安全管理 / 44
- 3.4 客戶隱私 / 48
- 3.5 多元化服務 / 52
- 3.6 誠信經營 / 64

04 環境及供應鏈

- 4.1 企業與環境平衡發展 / 68
- 4.2 能源管理 / 69
- 4.3 溫室氣體排放 / 74
- 4.4 氣候變遷風險管理與因應 / 85
- 4.5 供應鏈永續 / 100

05 幸福職場及社會參與

- 5.1 人權政策 / 104
- 5.2 勞雇關係 / 105
- 5.3 市場地位 / 110
- 5.4 員工多元化與平等機會 / 111
- 5.5 人才培訓與職涯發展 / 113
- 5.6 員工健康與安全 / 122
- 5.7 事故與安全管理 / 133
- 5.8 公益活動花絮 / 139
- 5.9 顧客健康與安全 / 143
- 5.10 行銷與標示 / 146

06 總結及附錄

- 6.1 GRI 指標索引 / 148
- 6.2 SASB 行業準則索引 / 153
- 6.3 確信聲明書 / 154

ABOUT THIS REPORT

關於本報告書

台灣宅配通公司自 2018 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及治理、環境、社會等面向的具體實績，共同邁向永續未來。

發行概況

上一版本出版日期	2024 年 08 月發行
現行版本出版日期	2025 年 08 月發行
下一版本出版日期	2026 年 08 月發行

報告書範疇與邊界

報告期間為 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。本報告書於 2025 年 08 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、各營業站所(包含台灣本島及離島地區)、各物流中心、各轉運中心。

報告書編撰原則

本報告書內容與架構，主要依循由全球永續性標準理事會(GSSB) 發布之 GRI 2021 準則(GRI Standards) 撰寫，並依循永續會計準則委員會(SASB) 發布之電子商務行業指標，揭露與利害關係人相關的 ESG 資訊，詳細內容請參照本報告書附錄之 GRI 準則指標對照表及 SASB 行業準則索引表，另亦參酌 SDGs 永續發展目標進行比對揭露。

資料計算基礎

報告書所揭露的統計數據皆來自於自行統計與調查結果，並以一般慣用的數值描述方式呈現，若有相關資料重編於各章節說明。惟有關財務數據係經會計師認證後公開發表的資訊，相關碳、水排放資訊亦經第三方公正單位查證。

報告書保證

內部保證

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。各營運單位依據其業務職掌，參考 GRI 及 SASB 準則，蒐集撰

寫，永續發展推行小組進行彙整審訂，並由相關單位主管審閱後，將年度重大主題與管理成效呈報董事長。另針對溫室氣體盤查(ISO 14064-1)，每年皆進行內部稽核(並配合外部查證)，確保資料及數據之正確性。本報告書與前次版本無資訊重編之狀況。

外部查證

台灣宅配通公司委託格瑞國際驗證有限公司進行 AA1000 : AS V3 進行 Type1 中度保證等級查證，查證聲明附於本報告書附錄。

報告書製作流程

1. 永續報告書優化課程
2. 內部高階主管召開會議設立永續發展重點目標
3. 利害關係人問卷調查
4. 永續發展推行小組決定重大主題
5. 相關單位依報導邊界範圍提供內容及數據
6. 永續發展推行小組將資料彙整及進行編撰
7. 上傳公司網站及公開資訊觀測站
8. 取得第三方查證

報告書製作單位

本報告書由本公司永續發展推行小組編製，並公告於公司網站。報告書發行週期：本報告書每年發行一次，於 8 月 30 日前發行，與公司財務報告的報導期間一致，財務報告經資誠聯合會計師事務所保證。

聯絡窗口：胡祥生 特別助理 (alex@e-can.com.tw)、
尤馨慧 專案副理 (c140484@e-can.com.tw)


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







01

永續承諾

1.1 永續策略目標

永續策略主軸	SDGs	執行成果	目標規劃
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">為客戶創造良好的經營環境</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1.新進員工教育訓練宣導(職業安全衛生與員工行為準則等規範)·計795人次·共計7,141小時。 2.有關永續發展、員工行為準則之課程與人權政策教育訓練宣導·共8場次·計1,740人次參加·共計5,220小時。 3.強化遵循法規教育訓練宣導·訓練場次共計5場·計207人次。 4.第11屆(2024年)公司治理評鑑為上市公司排名級距21%-35%企業。 5.防毒軟體版本並持續以廠商發布之修補程式升級·確保系統安全。 6.升級網路防火牆設備版本·提升網路資安防護力。 7.於2024年8月12日董事會決議通過設置「公司治理及永續委員會」及相關規程·同時並提案通過「公司治理及永續委員會」委員委任案。 8.於2024年8月12日董事會決議通過「風險管理政策與程序」·及於2024年11月11日董事會決議通過「永續資訊管理作業辦法」。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.針對大型契約客戶進行滿意度調查並進行檢討。 2.持續進行與誠信經營相關教育訓練宣導。 3.持續精進公司治理評鑑。 4.提升資安認證至ISO 27001：2022版本·完善利害關係人隱私安全。 5.加強釣魚垃圾郵件的過濾·提升郵件安全。 6.將各風險依照短\中\長期區分評估影響性·設定不同的因應策略·以符合在內控管與企業合規等的公司治理要求。 7.網路上各平台或社群軟體對公司之負面訊息主動蒐集及澄清·並留意詐騙及假資訊·避免影響到客戶與消費者的權益及造成營運上的風險·以履行公司的社會責任。

永續策略主軸	SDGs	執行成果	目標規劃
綠色運輸智慧物流	 	<ol style="list-style-type: none"> 1.倉儲低溫智慧管控：利用IoT設備，溫度傳感器和濕度傳感器，即時監控倉庫內的環境狀況，並將數據傳輸到中央系統進行分析和管理。 2.大家電雲端宅安約配系統:提供連鎖門市通路此系統，統倉依約配時段全省發貨至消費者家中安裝，縮短供應鏈流程，精準配送效率。 3.於2024年廢棄物總重量減少535公噸/年。 4.於2024年汰換44台車輛，可降低碳排放量88噸/年。 5.於2024年採購70台電動機車及5台電動貨車。 6.日常作業無紙化系統： <ol style="list-style-type: none"> (1)派車作業 (2)車輛日點檢 (3)堆高機日點檢 (4)低溫籠車溫度檢查 (5)異常包裹處理 (6)員工出勤核實修正。 7.推廣手持裝置排單系統：公司提倡「不撕單」作業，導入系統作為輔助，刷單後所有送件地址自動排序。 8.完成轉運中心耗能凍結機替換。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.為達成 2050 淨零目標，預計於 2030 年前達成電動機車 50%、電動貨車 10%。 2.持續推廣使用 QR CODE 宅配單取代手寫宅配單。 3.建構智慧化站所出車數模型。 4.持續導入「電子化合約」。 5.持續推廣手持裝置排單系統。 6.持續推廣電子簽收。 7.強化AIOT系統功能，加強怠速與駕駛行為管理。 8.推廣使用QR CODE 宅配單取代手寫宅配單。 9.進入空氣品質維護區車輛，全數取得綠色環保標章。 10.建構智慧化站所出車數模型。

永續策略主軸	SDGs	執行成果	目標規劃
打造健康幸福的職場	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p>2 消除飢餓</p> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p>3 良好健康和福祉</p> </div> <div>  <p>5 性別平等</p> </div> </div>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每季分站職業安全衛生巡檢。 2. 各類職業證照教育訓練 2024 年共 144 梯次，參加人數 250 人。 3. 2024 年年度健檢 1800 人次，醫師臨場面談服務 130 人次，健康指導與疾病預防提供專業建議。 4. 採用 Framingham risk score 計算 10 年內心血管疾病發病風險，辨識及評估高風險群，2024 年安排 17 場醫師面談及健康指導。 5. 舉辦職場健康促進減重比賽，發與優勝者現金獎勵，藉以激勵員工控制 BMI 預防心血管疾病。 6. 導入人因鑑別系統，透過員工填寫人因鑑別檢核表，辨識出高重複性作業人因風險作業類型，員工填寫人因鑑別檢核表之完成度為 100%。 7. 2024 年職業災害每季控制於 10 件以下。 8. 2024 年職業災害每季損失工時 3,000 時/季以下(不含上下班意外事故損失)。 9. 身心障礙及原住民員工數優於法令晉用比例。2024 年共計 31 位身心障礙員工，佔員工總人數 1.5%。除身心障礙的員工外，同時雇用 33 位原住民員工，佔員工總人數 1.6%。 10. 2024 年計有 42 人提出育嬰留職停薪申請，復職率為 71.79%，留職率為 85.71%。在休假申請部分，全年度共有 25 人申請產假，22 人申請產檢假、25 位男性同仁申請陪產假。 11. 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)。 12. 發展員工專業能力：新進人員輔導與訓練、基層幹部與主管養成培訓、品質提升訓練、快樂工作訓練。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遵守職安法規，保障勞工安全。 2. 健全安衛管理系統：落實安衛管理，完成零災害之目標。 3. 重視職場安衛：落實職場紀律，提昇勞安意識。 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。 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。 6. 外包人員與 MSD 人員輔導轉任 SD 人員。 7. 出勤聲明及加班全面採無紙化作業。 8. 與偏鄉教會合作原住民任用。 9. 在職人員留任率提高，其他人員轉任 SD 留任率提高。 10. 全體基層幹部與中高階主管達到 100% 皆由內部養成與晉升。 11. 透過企業內部訓練資源與輔導，提高企業內部員工忠誠度、提高留任意願。

1.2 經營承諾

回顧2024年，疫情結束後零售市場成長趨緩，且諸多氣候變遷因素導致地震與颱風等影響，整體零售業網路銷售金額由2023年增率2.61%略增至2024年增率2.65%。依據經濟部統計處資料，2024年便利商店業營業額年增率5.40%，由於積極推動店配服務，因此搶食宅配貨源。此外職業駕駛持續缺乏，為提高留任率，持續提高同仁薪酬及改善作業環境，在面臨經營環境嚴峻挑戰下，宅配通全體同仁優化營運效率，並積極加速冷鏈倉儲業務，以減緩業績因大環境影響所導致之各項衝擊。

◆2024年度經營結果檢討

營收成長說明

2024年全年營業收入淨額為新台幣4,051,174仟元。宅配通在面對市場成長趨緩與勞動人力短缺等各式挑戰下，持續優化作業流程並提升作業效率。主要研究發展內容包含如下：

- (1)升級AIOT車管中心功能：導入「排單系統」，利用「大數據分析」分析各路線之路順，簡化司機作業提早出車。
- (2)擴大無紙化作業範疇：無紙化除了響應「環保」外，亦可協助工作流程自動化，減少人為的錯誤，除了能準確地接收到即時資訊，也能大幅提升作業效率，目前導入的項目有：

(1)車輛日點檢

(2)堆高機日點檢

(3)低溫籠車溫度檢查

(4)異常包裹處理。

成本費用控制與本期淨利說明

本期稅前淨利為新台幣18,179仟元，稅後純益為9,305仟元。在營運面，2024年受疫情結束、EC銷售持續下降、台灣基層勞力短缺，且勞力成本與租金持續提高等因素影響。宅配通雖面對嚴峻外在環境挑戰，但持續透過效率提升、成本有效管控，確保財務結構穩健。

再者，整體外部競爭環境正發生質的變化。台灣電商版圖重新調整，統一集團入主電商，並且加速跨境店配布局。韓國電商持續擴張在台投資並擴充市場佔有率。就短鏈市場而言，電商業者自建物流車隊並由衛星倉發貨至消費者；零售業者針對網購市場由門市出貨並透過機車隊進行短鏈配送加速宅配市場移轉。2024年店配市場預估已成長至7.4億包裹。以上皆搶食並重新分配原有宅配市場規模與客戶比重。就物流市場而言，大型電商平台增加且逐步將委外倉儲收回自營，因此EC平台成為競爭者；社群電商與D2C營運模式崛起，倉儲需求由原本大型業者移轉至中小型業者。

另外低溫倉儲與物流配送等需求仍然強勁。宅配通擁有完整宅配營運架構與倉儲服務know how，具備與主要客戶跨平台合作經驗，並且可提供宅配與倉儲一站式服務。宅配通於2024年5月

進入低溫冷凍、冷藏物流市場，發展低溫物流服務。林森低溫物流中心位於桃園火車站附近，規劃作為宅配通低溫物流倉儲運輸中心，在位置的選擇上不僅具有交通優勢，同時半自動多溫層物流廠房的設計，透過引進先進的冷鏈設備，提升配送服務的覆蓋範圍和效率。

◆2025年營業計畫概要

依照台灣經濟研究院預估，2025年經濟成長率為3.42%。就消費市場而言屬於平穩中前行。2025年策略主軸為鞏固既有市場，強化營運結構。在宅配事業以維穩為策略主軸，著重在鞏固電商平台、量販百貨、三方物流市場。透過穩定營運系統，提升D+1配達率，以及調整業務結構，提升服務單價。在物流策略則以衝刺為策略主軸，強化客製化能力，加速市場開發，並進行服務費率調整，改善獲利。

2025年營運重點

近年來全球經濟因不確定因素加劇導致對內需市場產生更為複雜的影響。面對快速變化的市場局勢，宅配通將以「綠色運輸、智慧物流」為主要發展方針，以成為智慧零售市場值得信賴的宅配物流公司作為期許，並以流程效率化與作業智慧化建構宅配與物流彈性營運模式。未來將持續投資智慧倉儲設備，加速低溫物流佈建。透過加速與大型平台服務合作，為市場開創新

局。在此同時，在流程改造下讓作業更加智慧化，深植企業競爭力。

宅配通將秉持以往永續經營的企業使命，除了每年自主碳盤查並且通過PAS 2050碳足跡認證外，更將逐年投入電動載具，降低企業碳排放，為環境永續善盡企業社會責任。宅配通積極落實公司治理，盡最大努力為顧客、股東、員工創造更高價值。



1.3 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：鵜一、鵜工厂、
別名：大嘴鳥

本公司之品牌識別為鮮豔醒目之鵜鵠鳥(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

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、低溫)

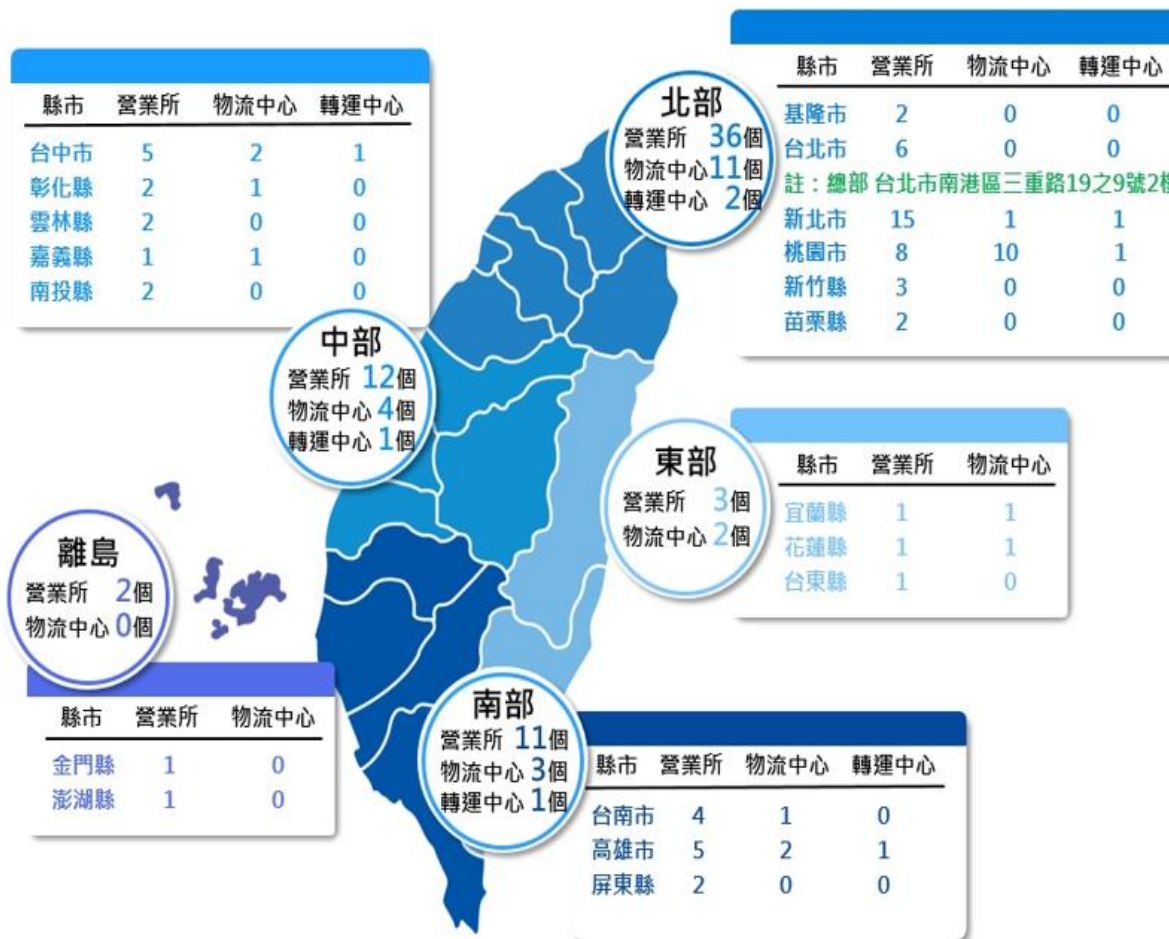
上市日期：2013年12月12日

股票代碼：2642

員工數：2,057人



宅配通官網



◆榮耀肯定暨重要里程碑

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。

本公司 2024 年榮耀肯定、重要事蹟如下：

9月

榮獲中華空間資訊學會「第一屆空間資訊永續應用獎」優良獎。



11月

榮獲 1111 人力銀行「2024 幸福企業服務 金獎」的肯定。



11月

獲得衛福部國民健康署 113 年度「健康職場認證」評選標章。



◆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	總經理-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	總經理-常務理事
7	東亞經濟協會	會員	無
8	台灣冷鏈協會	會員	無

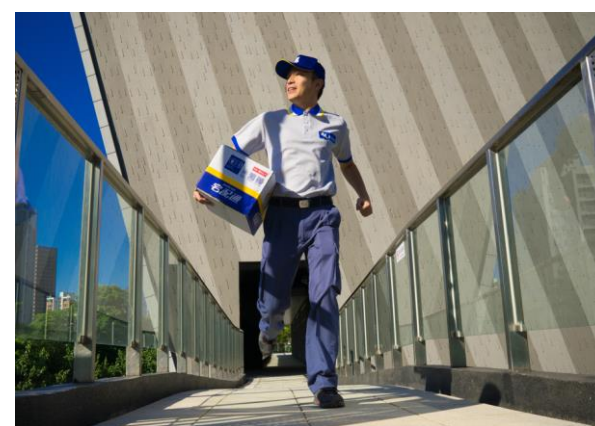
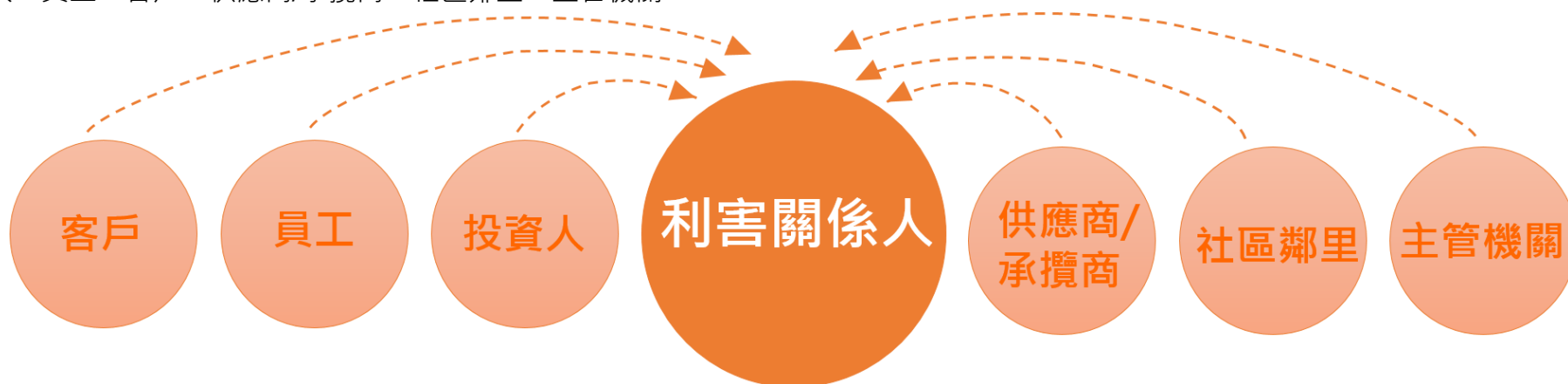
02

利害關係人溝通



2.1 利害關係人鑑別及溝通

◆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。



◆利害關係人溝通

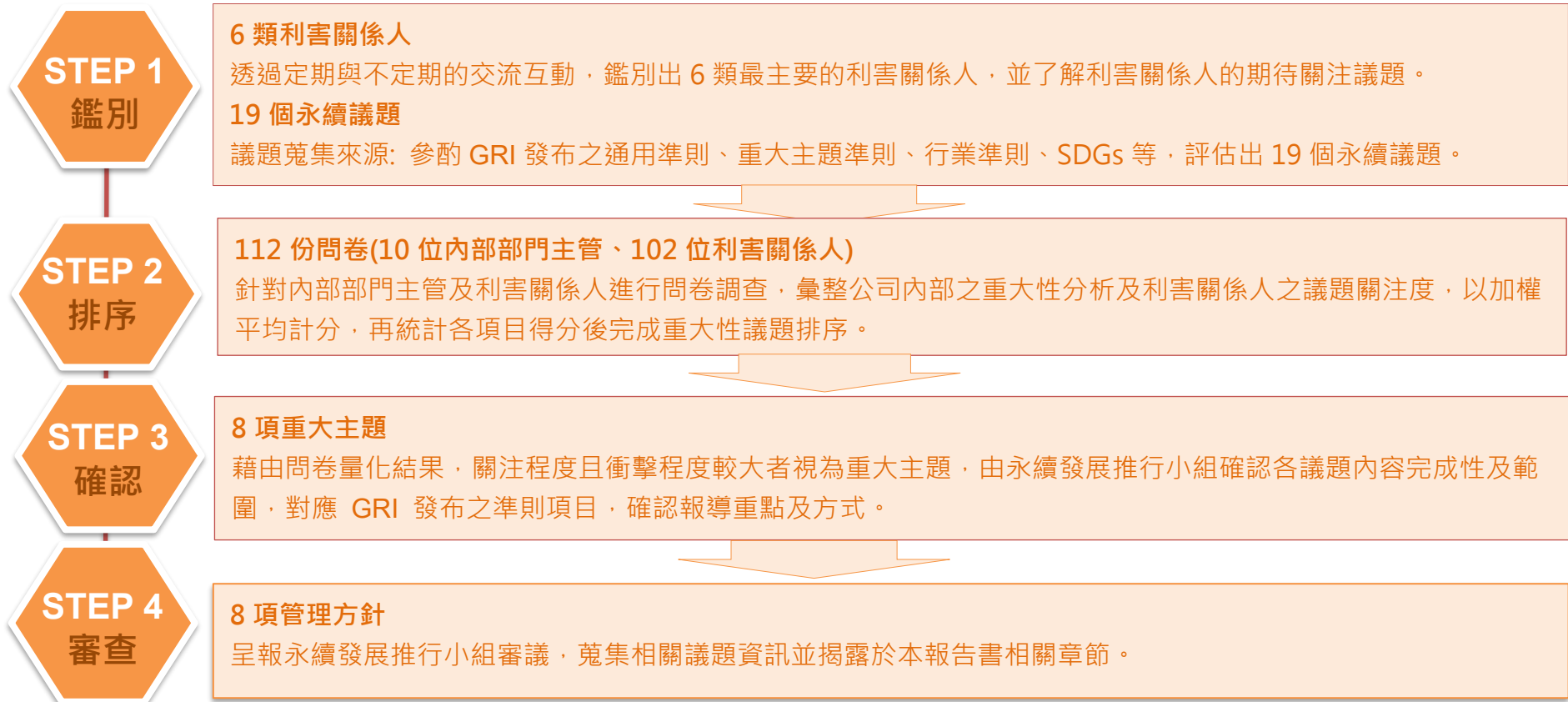
利害關係人	如何被鑑別	議合目的	關注議題	溝通頻率與管道	申訴與意見管道
 <p>投資人</p>	為持有公開發行股票者	維持投資者信心	<ul style="list-style-type: none"> ◆誠信經營 ◆資訊安全 ◆風險管理 	<ul style="list-style-type: none"> ◆上月營業額、關係人交易、財務資料公布於公開資訊觀測站。(每月) ◆財務報告發布於公開資訊觀測站。(每季) ◆召開 1 次股東常會，股東可參與投票表決議案，並發行股東會年報。 ◆公開資訊觀測站年度發布重訊 29 次。 ◆受邀參加 2 次法人說明會。 ◆公司治理評鑑 1 次。 	<p>連絡窗口：江小姐 連絡電話： 02-6616-5500#216 電子信箱： c240205@e-can.com.tw</p>
 <p>員工</p>	為內部正式或約聘人員	促進勞資和諧	<ul style="list-style-type: none"> ◆勞雇關係 ◆員工健康與安全 ◆教育訓練 	<ul style="list-style-type: none"> ◆設置申訴檢舉管道： <ol style="list-style-type: none"> 1.舞弊及違反從業道德檢舉信箱 2.書面投遞 ◆朝會：1 次/日(每週指定宣導主題) ◆月會：1 次/月 ◆勞資會議：1 次/每季 ◆職工福利委員會 4 次。 	<p>舞弊及違反從業道德檢舉信箱：hr01@e-can.com.tw 連絡窗口：張小姐 連絡電話： 02-66165500#353 電子信箱： c892302@e-can.com.tw</p>
 <p>社區鄰里</p>	為營運地點主管機構	維持良好的業界及社會關係	<ul style="list-style-type: none"> ◆能源管理 ◆溫室氣體排放 	<ul style="list-style-type: none"> ◆企業參與公益活動 9 次。 ◆公司網站設置溝通信箱 / 不定期 ◆專案合作與拜訪 / 不定期 	<p>連絡窗口：李小姐 連絡電話： 02-66165500#263 電子信箱： c960386@e-can.com.tw</p>

利害關係人	如何被鑑別	議合目的	關注議題	溝通頻率與管道	申訴與意見管道
 <p>客戶</p>	為報導期間有採購行為者	維持品牌認同感	<ul style="list-style-type: none"> ◆誠信經營 ◆資訊安全 ◆風險管理 	<ul style="list-style-type: none"> ◆設置客戶服務專線及信箱 ◆不定期舉辦行銷宣傳及行銷活動、 ◆於官網利害關係人專區設置客戶溝通管道與提供客服服務專線 ◆客戶服務品質流程會議追蹤品質相關指標與訪談。(每月) ◆協助客戶改善服務流程相關技術問題。(不定期) 	客服專線：02-66181818 連絡窗口：涂先生 連絡電話： 02-6616-5500#297 電子信箱： c901944@e-can.com.tw
 <p>供應商/承攬商</p>	為報導期間有採購行為者	健全供應鏈運作	<ul style="list-style-type: none"> ◆誠信經營 ◆資訊安全 ◆風險管理 ◆能源管理 ◆溫室氣體排放 	<ul style="list-style-type: none"> ◆職業安全衛生會：1次。(每季) ◆協力工作安全會議、協力環安衛管理會議、協力廠商安全衛生委員會。(每季) ◆共同作業協議組織、外包管理會議(每年) 	連絡窗口：孫小姐 連絡電話： 02-66165500#262 電子信箱： vivian@e-can.com.tw
 <p>主管機關</p>	為業務有關之主管單位	維持良好的經濟及治理成績	<ul style="list-style-type: none"> ◆能源管理 ◆溫室氣體排放 ◆員工健康與安全 	<ul style="list-style-type: none"> ◆各類政策及法規之研商會、論壇、公聽會、訓練課程、非正式互訪。(不定期) ◆參加主管機關舉辦之座談會、研討會、各項評鑑。(不定期) ◆配合主管機關舉辦投資人相關活動。(不定期) 	連絡窗口：吳先生 連絡電話： 02-66165500#382 電子信箱： c990480@e-can.com.tw

2.2 重大性議題鑑別

◆重大性議題鑑別分析程序

宅配通透過各項利害關係人溝通管道，與利害關係人進行交流，從世界趨勢識別出重大議題製成問卷，主動針對各利害關係人代表性人物進行收集及更新關注程度。各議題依外部人士及內部主管兩個面向進行排序分析，藉此識別出不同的意見及修正管理推動方向，制定內部管理制度確保目標達成，重大性識別程序每兩年進行一次。



◆利害關係人關注議題依重大性排序

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 19 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 112 份，依不同利害關係人填具有效問卷之關注程度(分為高至低)量化為分數(分為 5、4、3、2、1)計算總數，依重大性排序如下：

1.	資訊安全	2.	員工健康與安全	2.	勞雇關係	4.	客戶服務
5.	風險管理	6.	溫室氣體排放	7.	誠信經營	8.	經濟績效
9.	法規遵循	10.	人權政策	11.	能源管理	12.	氣候變遷財務影響
13.	採購實務	14.	供應鏈永續	14.	廢棄物管理	16.	產品安全與責任
17.	訓練與教育	18.	當地社區	19.	水資源管理		

◆選定本公司八項重大議題

1.	資訊安全	2.	員工健康與安全	2.	勞雇關係	4.	風險管理
5.	溫室氣體	6.	誠信經營	7.	能源管理	8.	訓練與教育

◆重大議題變更

2023 年	資訊安全	誠信經營	員工健康與安全	勞雇關係	訓練與教育	能源管理	溫室氣體排放	供應鏈永續
2024 年	資訊安全	員工健康與安全	勞雇關係	風險管理	溫室氣體排放	誠信經營	能源管理	訓練與教育
名次順序變更	-	上升 2 名	上升 2 名	新增	上升 6 名	下降 4 名	-	下降 6 名

2.3 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

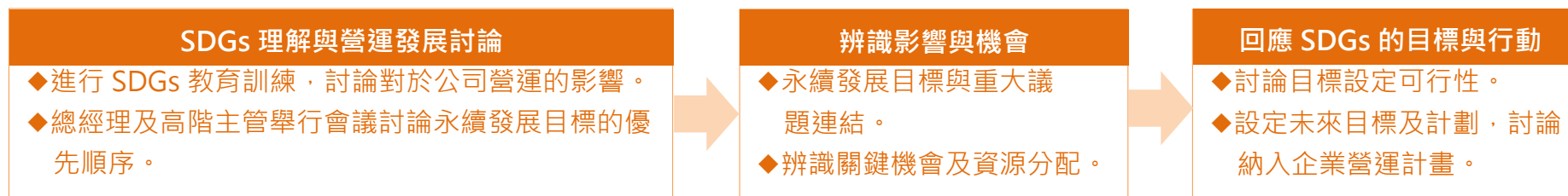
ESG 指標	重大性議題	對應 GRI 準則	邊界	利害關係人
經濟	誠信經營	GRI205	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 總公司 ◆ 營業站所(含新增站所) ◆ 物流中心(含新增物流中心) ◆ 轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 投資人 ◆ 員工 ◆ 客戶 ◆ 供應商/承攬商
	資訊安全	自定義	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 總公司 ◆ 營業站所(含新增站所) ◆ 物流中心(含新增物流中心) ◆ 轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 投資人 ◆ 員工 ◆ 客戶 ◆ 供應商/承攬商
	風險管理	自定義	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 總公司 ◆ 營業站所(含新增站所) ◆ 物流中心(含新增物流中心) ◆ 轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 投資人 ◆ 員工 ◆ 客戶 ◆ 供應商/承攬商
環境	能源管理	GRI302-1~302-5	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 總公司 ◆ 營業站所(含新增站所) ◆ 物流中心(含新增物流中心) ◆ 轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 供應商/承攬商 ◆ 社區鄉里 ◆ 員工
	溫室氣體排放	GRI305-1~305-5	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 總公司 ◆ 營業站所(含新增站所) ◆ 物流中心(含新增物流中心) ◆ 轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 供應商/承攬商 ◆ 社區鄉里 ◆ 員工

ESG 指標	重大性議題	對應 GRI 準則	邊界	利害關係人
社會	員工健康與安全	GRI403-1~403-10	<ul style="list-style-type: none"> ◆總公司 ◆營業站所(含新增站所) ◆物流中心(含新增物流中心) ◆轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆員工 ◆客戶 ◆社區鄉里
	勞雇關係	GRI401-1~401-3	<ul style="list-style-type: none"> ◆總公司 ◆營業站所(含新增站所) ◆物流中心(含新增物流中心) ◆轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆員工
	訓練與教育	GRI404-1 ~ 404-3	<ul style="list-style-type: none"> ◆總公司 ◆營業站所(含新增站所) ◆物流中心(含新增物流中心) ◆轉運中心 	<ul style="list-style-type: none"> ◆員工 ◆客戶 ◆供應商/承攬商

2.4 重大議題與永續連結

宅配通公司認為身為全球的一份子，永續發展需要從核心價值出發與聯合國永續發展目標結合，進行 SDGs 關聯性辨識，並設定相關目標納入營運計畫。

◆SDGs 鑑別流程



◆重大議題與 SDGs 連結

ESG 構面	永續策略主軸	重大議題	SDGs		
治理面	為客戶創造良好的經營環境	誠信經營		16 和平正義與有利的制	加強執行手段，重振永續發展的全球夥伴關係
		資訊安全			
		風險管理			
環境面	綠色運輸 智慧物流	能源管理		7 可負擔的潔淨能源	確保人人負擔的起、可靠和永續的現代能源 7.3 能源效率提高一倍
		溫室氣體排放		13 氣候行動	採取緊急行動應對氣候變遷及其衝擊 13.1 加強對氣候災害的抗災能力和調適能力 13.2 將氣候變遷措施納入政策和規劃 13.3 建立應對氣候變化的知識和能力
社會面	打造健康幸福的職場	員工健康與安全		3 良好健康和福祉	確保健康的生活方式，促進各年齡人群的福祉 3.6 減少交通事故傷害和死亡人數
		勞雇關係		5 性別平等	在經濟資源都有公平的權利與取得權，實現性別平等，增強所有婦女和女童的權能 5.1 消除對婦女任何形式的歧視
		訓練與教育		4 優質教育	確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習 4.7 永續發展與全球公民教育

03

經濟及治理

3.1 營運策略

◆2024 年度經營結果檢討

(一)營業收入說明

2024年全年營業收入淨額為新台幣4,051,174仟元，收入主要為宅配收入及物流收入，佔公司營業收入約93%。

(二)成本費用控制與本期淨利說明

本期稅前淨損為新台幣18,179仟元，稅後純損為9,305仟元。在營運面，2024年受疫情結束、EC銷售持續下降、台灣基層勞力短缺，且勞力成本與租金持續提高等因素影響。宅配通雖面對嚴峻外在環境挑戰，但持續透過效率提升、成本有效管控，確保財務結構穩健。面對市場成長趨緩與勞動人力短缺等各式挑戰下，持續優化作業流程並提升作業效率。主要研究發展內容包含如下：

(1)升級AIOT車管中心功能	導入「排單系統」，利用「大數據分析」分析各路線之路順，簡化司機作業提早出車。
(2)擴大無紙化作業範疇	無紙化除了響應「環保」外，亦可協助工作流程自動化，減少人為的錯誤，除了能準確地接收到即時資訊，也能大幅提升作業效率，目前導入的項目有： (1)車輛日點檢、(2)堆高機日點檢、(3)低溫籠車溫度檢查、(4)異常包裹處理。

◆經濟績效

單位：仟元新台幣

項 目	年 度	2022 年度	2023 年度	2024 年度
		產生的直接經濟價值	營業收入	4,509,706
分配的經濟價值	營業成本	3,836,081	3,633,035	3,667,938
	員工薪資與福利	398,954	378,105	358,514
	支付出資人的款項	143,201	76,374	47,734
	支付政府的款項	39,765	21,092	0
	社會投資	304	15	2
留存的經濟價值		91,401	79,840	-23,014

◆財報績效

單位：仟元新台幣

項 目	年 度	2022 年度	2023 年度	2024 年度
營業收入		4,509,706	4,188,461	4,051,174
營業成本		(3,836,081)	(3,633,035)	(3,667,938)
營業毛利		673,625	555,426	383,236
營業費用		(469,440)	(448,345)	(423,211)
營業利益		204,185	107,081	(39,975)
營業外收入及(支出)		12,022	8,507	21,796
稅前淨利		216,207	115,588	(18,179)
所得稅費用		(39,765)	(21,092)	8,874
本期淨利		176,442	94,496	(9,305)
近三年獲利能力				
毛利率(%)		14.9	13.3	9.5
純益率(%)		3.91	2.25	(0.23)
稅前純益占實收資本比率(%)		22.65	12.11	(1.90)
資產報酬率(%)		4.00	2.46	0.15
權益報酬率(%)		7.13	4.27	(0.44)
每股盈餘(元新臺幣)		1.85	0.99	(0.10)

◆業務範圍

宅配通公司為汽車貨運及宅配、倉儲物流業，主要以提供宅配、物流等服務為主，計畫於 2024 年度就營運系統上，持續建構智慧化與自動化營運流程，提升運作效率並且降低第一線人員作業負擔。物流業務導入智能化、自動化的冷鏈技術，如溫度監控系統、自動倉儲等，建構低溫物流服務進入冷鏈市場。

▼ 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	<p>1. 主要為包裹配送到府之服務，包括：</p> <p>◆B2C(企業到個人)配送服務。◆C2C(個人到個人)配送服務。</p> <p>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、館內物流收送、宅轉店/櫃、到府取件、機場行李宅配、代收貨款、數位簽收、物販等服務。</p>	<p>◆電視購物平台</p> <p>◆大型網購平台</p> <p>◆各地供應商</p> <p>◆全家、萊爾富各地代收通路</p>	<p>◆宅配到府(B2C)</p> <p>◆配送公司行號、門市(B2B)</p>
倉儲物流服務	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>◆中/大型網購平台</p> <p>◆3C 供應/代理商</p> <p>◆家電供應/代理商</p> <p>◆生活用品供應商</p> <p>◆製造業供應商</p>	<p>◆配送門市/製造商(B2B)</p> <p>◆宅配到府安裝(B2C)</p>

◆公司發展計畫

長/短期	項目	內容
短期 發展計畫	綠色運輸、智慧物流	<p>在零售市場虛實整合之趨勢下，加速拓展與平台業者及新零售市場合作並提供宅配與物流彈性營運模式。</p> <p>宅配通秉持永續經營的企業使命，於 2016 年起每年自主完成碳盤查作業並由第三方查驗公司完成驗證。為達成 2050 年淨零目標，2025 年預計持續購入 30~50 台電動機車，超前佈署並逐年落實減排與淨零目標，更以 2030 年達成電動機車佔比 50%、電動貨車佔比 10% 為目標，為環境永續善盡企業社會責任。</p>
長期 發展計畫	多元且有彈性提供各項整合服務	<p>為適應市場快速變化，須保持與提升營運彈性，長期將於取件、轉運、配送、倉儲、家電宅安等各環節持續深化，並尋求各式整合發展機會，以彈性化營運系統擴大產業間合作，建立專業可靠的服務系統並成為智慧零售市場值得信賴的宅配物流公司。</p>
	多角化物流發展	<p>宅配通物流已經穩固家電物流發展，例如宅安約配服務以及重電物流等皆已建立一定規模且穩定的服務能量。另外，著眼社群電商以及新零售市場崛起，生活物流極力發展併件作業，並持續擴大與品牌業者合作方式，提升生活物流服務量能。此外，隨著低溫配送與倉儲需求增加，台灣宅配通於 2024 年 5 月啟動低溫物流倉儲進入低溫冷凍、冷藏物流市場，並且成功與國內知名食品通路建構低溫倉儲服務。未來將持續擴大低溫倉儲服務與低溫物流車隊規模，並尋求拓展至醫藥物流產業機會，達成多角化物流發展之長期目標。</p>

◆市場未來發展

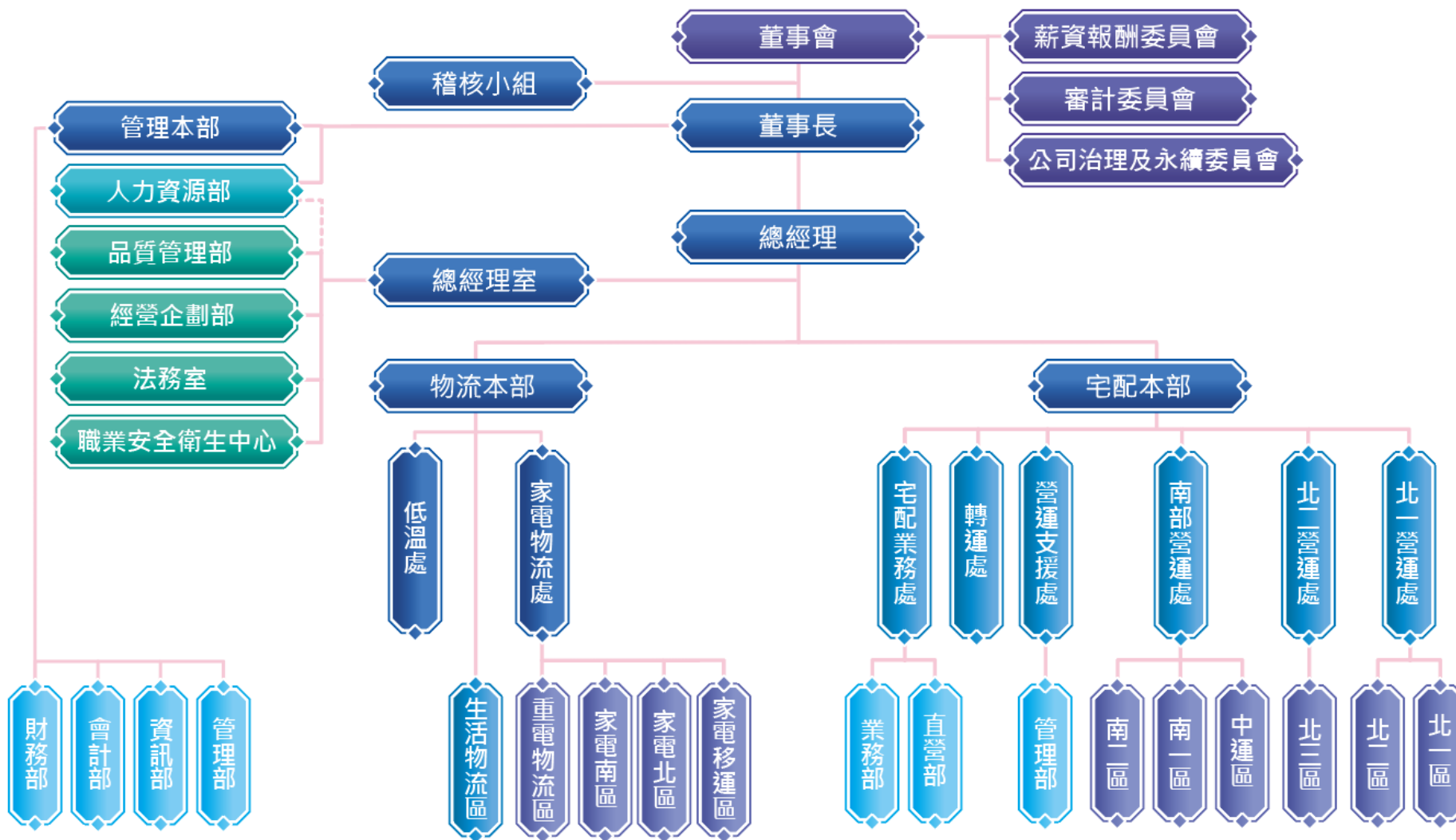
(一)	店配市場	2024 年店配市場快速成長，依據經濟部統計處資料，2024 年便利商店業營業額年增率達 5.40%。由此可知，店配市場成長動能強勁。宅配通於 2024 年持續積極與通路業者進行合作，透過系統整合開啟快速到店業務，滿足不同市場需求並逐步擴大市場利基。
(二)	冷鏈物流市場	隨著近年來我國低溫食品市場快速的發展，造就了對於冷鏈低溫物流服務的需求大量攀升，且受疫情因素影響，宅經濟當道，網購生鮮食品的需求更是顯著增加，且低溫倉儲市場規模也快速成長。除了新創企業大舉投入低溫配送市場最後一哩路，各實體通路業者更是積極與外送平台合作，搶食商機。故我國冷鏈物流亦將是物流產業的下一個明日之星。
(三)	短鏈市場商機	因應過去疫情隔離政策，人們大幅減少外出用餐、購買生活用品，促使外送需求增加，消費習慣急遽的變化且市場發展快速，培養了消費者偏好的配送時效從過去的以『天』為單位，縮減至『小時達』，同時帶動生鮮、低溫配送蓬勃發展；在消費習慣改變驅使之下，除了傳統物流業者，電商業者也持續拓展自身車隊、佈設衛星倉等資源，以達到消費者所期望之最快配達時效，可見短鏈配送為未來新興趨勢。

◆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。

(一)	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。
(二)	制度規範	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ 2016-2019 年獲得「公司治理評鑑」排名前 6%~20%企業之優異成績。 ★ 2024 年為上市公司排名級距 21%~35%企業。 ★ 2024 年為產業別：市值未達 50 億元排名級距 2%~10%企業。
(三)	2025 年願景	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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。 ◆ 公司治理及永續委員會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。

◆台灣宅配通公司組織結構



3.2 風險管理制度

◆ 重大主題

重大主題	政策或承諾	管理措施	溝通機制	執行成果	目標規劃
風險管理	宅配通公司建置風險管理機制，由管理階層、各級主管及員工共同參與及執行，辨識並提前因應潛在風險，維持穩定的營運成長動能，並保障所有利害關係人之權益，善盡對社會永續之責任。	宅配通公司於 2024 年 08 月 12 日經董事會通過設立「公司治理及永續委員會」，本委員會經董事會決議由三名以上董事組成之，並由全體委員互選一名擔任召集人及會議主席。公司治理及永續委員會運作方式依本公司「公司治理及永續委員會組織規程」辦理，每年至少召開二次會議，並督導風險管理，並訂定經董事會通過之風險管理政策與程序，揭露風險管理組織架構、風險管理程序及其運作情形，且至少一年一次向董事會報告。	公司治理及永續委員會 GRI 指標： 自定義	1.於 2024 年 8 月 12 日董事會決議通過設置「公司治理及永續委員會」及相關規程，同時並提案通過「公司治理及永續委員會」委員委任案。 2.於 2024 年 8 月 12 日董事會決議通過「風險管理政策與程序」，及於 2024 年 11 月 11 日董事會決議通過「永續資訊管理作業辦法」。	1.將各風險依照短\中\長期區分出來，分別標示出來評估影響性，設定不同的因應策略。以符合在內控管與企業合規等的公司治理要求。 2.對於網路上各平台或社群軟體對公司之負面訊息應主動去蒐集及澄清，同時也要留意詐騙及假資訊之狀況，避免影響到客戶與消費者的權益及造成營運上的風險，以履行公司的社會責任。

◆風險管理組織架構與職掌

董事會

台灣宅配通董事會為公司最高治理單位，董事會具有高階管理者的選任與提名之職責，並定期召開會議討論有關公司治理、營運發展、永續發展政策及管理方針等。董事會下設立審計委員會、薪資報酬委員會、公司治理及永續委員會三個功能性委員會，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。請參考 2024 年報 P4-11。 <https://www.e-can.com.tw/Invest10.aspx>

董事會獨立及多元性

本公司董事會成員之提名與遴選係遵照公司章程之規定，採用候選人提名制，並遵守「董事選舉辦法」及「公司治理實務守則」相關規定，以確保董事成員之多元性及獨立性。根據上市規則的要求，公司已獲得每位獨立非執行董事的書面聲明，確認本身及其直系親屬相對於公司的獨立性，本公司獨立董事 3 人，比重為 27%。董事會成員之姓名、學經歷及兼任其他公司職務情形，請參考 2024 年報 P4-5。 <https://www.e-can.com.tw/Invest10.aspx>

董事會多元化政策具體管理目標及落實執行情形

具體管理目標	董事會成員至少包含 1 名女性董事	董事會成員至少包含 1 名外籍董事	董事間不超過 2 人具有配偶或二親等以內之親屬關係
落實執行情形	董事會成員包含 1 席為女性董事 (佔整體 9%)	董事會成員包含 2 席為日本籍董事 (佔整體 18%)	董事間未有具有配偶或二親等以內之親屬關係

台灣宅配通公司於 2024 年 5 月 27 日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，1 席為女性成員，董事長無兼任總經理，董事會成員中僅 1 席董事兼任公司經理人。

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。2024 年度董事會共召開 7 次董事會議，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。

董事會成員皆秉持高度自律之精神，避免利益衝突，並明訂於董事會議事規則。董事或經理人為自己或他人從事屬於公司營業範圍內之行為時，應依據法令之要求事先取得核准。

如有影響利害關係人之負面情事發生，則由權責單位至董事會報告及處理辦法。2024 年無相關情事發生。

2024 年加強董事會職能之目標與執行情形

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 2024 年 8 月 12 日董事會決議通過設置「公司治理及永續委員會」及相關規程，同時並提案通過「公司治理及永續委員會」委員委任案。

為確保本公司之健全經營、公司治理及永續發展，並建立有效之風險管理機制，以強化本公司營運之控管，於 2024 年 8 月 12 日董事會決議通過「風險管理政策與程序」，及於 2024 年 11 月 11 日董事會決議通過「永續資訊管理作業辦法」。

董事進修情形

2024 年董事進修共 96 小時，平均每位 8.7 小時，相關進修時數請參閱年報 P.67-68 董事進修情形。

2024 年進修課程內容
TCCS 理事會議暨 CEO 講堂
智慧製造趨勢與數位科技於經營管理之應用
能源技術服務(ESCO)的現在與未來
人工智慧對企業的風險及注意事項
全球淨零碳排趨勢與企業因應之道
汽車客運業 ESG 永續發展

2024 年進修課程內容

ESG 近期發展
公司治理與內部人相關證券法規
舞弊案例與內部控制
集團企業重組的策略思考
113 年度防範內線交易宣導會
全球未來風險與永續轉型契機
全球經濟情勢與產業展望
113 年部內部人股權交易法律遵循宣導說明會
公司治理-生成式 AI 產業發展趨勢
113 年度第四期公司治理實務研習班 ESG 投資實務概念與應用

董事會績效評估執行情形

依本公司『董事會績效評估辦法』規定辦理，自 2015 年度開始實施董事會績效評估。

- ❖ 2020 年度起新增個別董事成員績效評估。
- ❖ 2022 年度起新增功能性委員會績效評估。
(包含審計、薪資報酬委員會)
- ❖ 2023 年起導入每三年一次之外部董事會績效評估。
- ❖ 2024 年度起新增公司治理及永續委員會績效評估。

2024 年內部董事會績效自評作業

自 2024 年 12 月起展開，評估結果業已提報第九屆第 5 次董事會 (2025/2/27) 完成，並據以持續精進。

評估範圍		評估結果
董事會內部自評		達成率為 98.2%
董事成員自評		達成率為 97.5%
功能性委員會	審計委員會	達成率為 99.1%。
	薪資報酬委員會	達成率為 97.6%。
	公司治理及永續委員會	達成率為 97.6%。

2024 年外部董事會績效評估作業：

外部董事會績效評估作業於 2023 年委請「社團法人台灣誠正經營協會」執行評估作業，並將協會出具之「董事會績效評估報告」相關建議及本公司預計採行措施提報第八屆第 16 次董事會(2023/12/18)完成，第二次外部評估將於 2026 年執行，並據以持續精進。

審計委員會

本公司「審計委員會」於 2013 年 05 月 07 日設立，取代原先監察人之制度，委員會成員由董事會獨立董事(三席)擔任之，並由全體推舉一人為獨立董事擔任召集人及會議主席。運作方式依照本公司「審計委員會組織規程」辦理。2024 年度共召開 6 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。依「薪資報酬委員會

組織規程」，每年至少召開 2 次會議，2024 年度共召開 3 次會議，全體薪酬委員平均實際出席率達 100%。

薪資報酬委員會之職權

本委員會應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並將所提建議提交董事會討論：

- ◀ 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、推動永續發展執行成效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。

年度總薪酬比率

項目	2024 年
1.組織中薪酬最高個人之年度總薪酬與組織其他員工年度總薪酬之中位數比率	5.4
2.組織中薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比與組織其他員工平均年度總薪酬增加百分比之中位數比率	21

公司治理及永續委員會

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。本公司於 2024 年 08 月 12 日經董事會通過設立「公司治理及永續委員會」，本委員會經董事會決議由三名以上董事組成之，並由全體委員互選一名擔任召集人及會議主席。本屆召集人為邱純枝董事長。公司治理及永續委員會運作方式依本公司「公司治理及永續委員會組織規程」辦理，每年至少召開二次會議，並督導風險管理，並訂定經董事會通過之風險管理政策與程序，揭露風險管理組織架構、風險管理程序及其運作情形，且至少一年一次向董事會報告。

公司治理及永續委員會之職責

- ◀ 公司治理組織和制度之健全。
- ◀ 董事會職能之強化。
- ◀ 監督企業社會責任及永續經營事項之落實，並評估執行情形。
- ◀ 審查風險管理政策與程序及督導風險管理。
- ◀ 董事會轄下組織運作及管理。

2024 年風險管理執行運作

風險項目	風險概述	改善措施
營運風險	成本波動風險	<ol style="list-style-type: none"> 1.控制採購數量。 2.採用年度使用數量大量採購分批交貨，穩定年度價格。 3.加強人員管理及提高自有人力效率，減少勞務採購。
	服務品質：配達率及貨故	<ol style="list-style-type: none"> 1.定期發送週/月績效報表。 2.每月於宅配本部會議-品專議題時檢討、改善與追蹤。 3.鎖定大 B 重要客戶，檢討問題站所，並持續追蹤各所人力變化、增補進度與晨間出車時間改善。 4.品質部每月參與轉運會議，降低貨損及遺失風險。 5.依 OJT 課程內容，強化站所/轉運理貨堆疊，降低貨故。 6.增加品質扣點，嚴禁因不在放置導致之遺失風險。
	倉庫毀損(天災、火災等)及被偷盜之風險	<ol style="list-style-type: none"> 1.新增保險公司安排倉庫紅外線電氣檢測預防。 2.提昇保全使用專屬網路控制介面 APP 整合行動服務資訊，提供使用者進行遠端操作。 3.監視系統遠端監視，透過智慧影像分析、APP 即時監看、竊盜損失保障、遠端管制。
資訊安全風險	公司資訊系統之安全維護、預防及處理資安事件	<ol style="list-style-type: none"> 1.汰新防火牆系統，加強安全防護。 2.每年資訊資產盤點，識別其重要性及威脅。

風險項目	風險概述	改善措施
		3.訂立營運持續計畫並每年演練。 4.MDR 威脅偵測應變系統導入評估。 5.升級電子郵件系統並提升安全性，降低社交工程風險。 6.檢視資安作業規定以符合 ISO-27001 新版規範。 7.訂定委外系統之管理及查核計畫並落實執行
法遵風險	公司各事業及幕僚單位所須進行的法令遵循行為	1.訂定法令遵循及內部控制制度。 2.持續以實務案例為法令遵循之教育訓練及宣導。 3.持續因應法令之修訂，審視各單位制度辦法之適法性。2024 年度優先為因應個資法修法後，訂定符合法規之制度及措施。
安衛風險	安全衛生、職業危害、不法侵害預防的規範及執行層面產生缺失公司產生，致損失的風險	1.依健檢結果管控心血管疾病高風險族群，加強廠醫諮詢與加班時數監控。 2.每月提供職安主題供各場站重點宣導。
人力資源風險	1.無法招募到足夠及適任之人才 2.勞動法規遵循風險	1.透過教會系統招募原住民、深耕校園及退輔會、外籍實習生。 2.開發 APP 線上核實，並留存電子紀錄。 3.以系統控管鎖定排班表。
競爭風險	之動態與策略，而失去競爭力造成營運風險	於專案會議中提出報告，分析對公司之影響及擬採行之策略與行動

內部稽核制度

本公司董事會下轄稽核小組負責內部稽核業務，係依法令規定辦理，務必發揮防弊與興利改善的功能，協助落實公司治理。其主要功能在協助董事會與經理人執行下列事項：

- (1) 定期查核內部控制制度的執行效能。
- (2) 確認各項作業程序之規定，依照法令遵循制定。
- (3) 依據查核結果，提供改善建議並追蹤後續改善方案執行狀況。

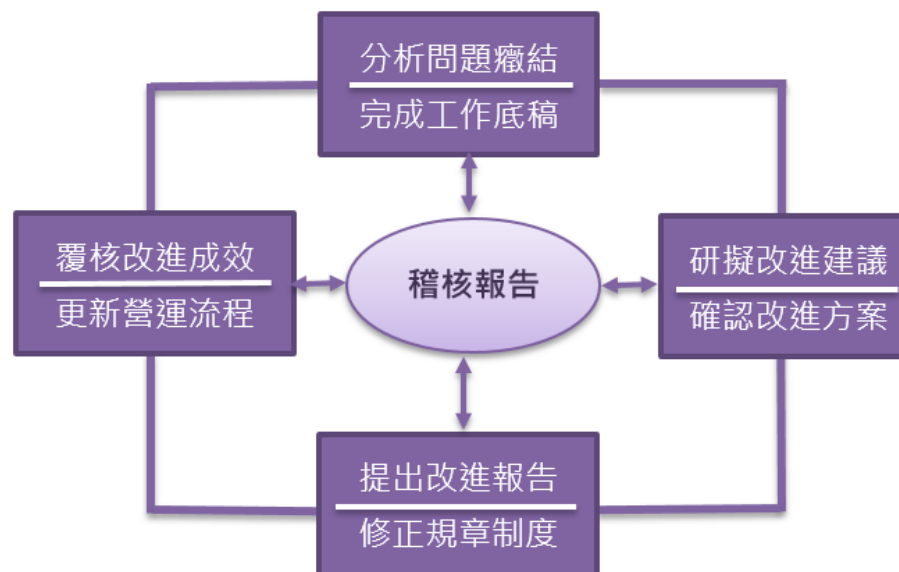
稽核小組目前配置適任的稽核人員，每年度依據風險評估結果與公司營運發展，擬訂稽核計畫，經董事會通過並確實執行，據以評估公司之內部控制制度執行有效性，對於評估所發現之內部控制制度缺失及異常事項，檢附工作底稿及相關資料等作成稽核報告，並於該報告呈核後加以追蹤，至改善為止，除定期呈核稽核業務外，稽核主管須列席董事會報告稽核結論。

稽核小組根據上述方式稽核發現的內部控制缺失及異常事項改善情形，提供董事會與總經理評估整體內部控制制度的有效性，及出具內部控制制度聲明書的主要依據。

依據核定之年度稽核計畫，決定稽核目的、稽核對象、相關資料及工作範圍。稽核方式分為下列三類：

(1) 定期性稽核	由稽核人員依所訂之稽核計畫執行。
(2) 臨時性稽核	依公司最高主管或其授權人之指示辦理。
(3) 專業性稽核	有關特殊案件之專案調查。

就上述稽核發現而出具的稽核報告，應有分析問題癥結、研擬改善建議與方案、提出改善進度或報告與修正規章制度，並覆核改進成效的 P-D-C-A 管理作業循環。



內控管理系統

本公司董事會及經理人依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」及相關法令規定，建立內部控制制度，以提升經營管理成效與服務品質。



▲ 內控管理體系圖示

就上述內部控制制度、ISO 管理系統與管理辦法的三項內控管理系統，乃奠基在本公司企業文化、員工核心價值觀與職業道德上，使這三項管理體系有效運行及持續改善，並符合公司經營理念的要求，進而提升經營管理成效與服務品質，才能達成企業願景與使命。

誠信經營守則



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」、「誠信經營作業規定」，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。

管理範圍

損害消費者健康與安全、利益迴避、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。

配套準則與做法

法令遵循、防範方案、宣導訓練、檢舉制度、內部控制、資訊揭露。

	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
<hr/>			
	法令遵循	防範方案	宣導訓練
	檢舉制度	內部控制	資訊揭露

2024 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：

❖ 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 795 人次，合計 7,141 小時。

❖ 針對企業社會責任、員工行為準則之課程與人權政策宣導，計 1,740 人次，合計 5,220 小時

❖ 針對誠信經營議題相關之內、外部教育訓練共計 5 場，計 207 人次。

法律遵行違規情形

政治零捐獻	2024 年政治捐款金額為零。
誠信違規事件	2024 年未發生不公平競爭、行賄及收賄、利益衝突、洗錢、內線交易等事件。
侵害營業秘密、智慧財產權事件	2024 年未發生侵害營業秘密、智慧財產權事件等事件。
勞基法違反事件	2024 年發生 2 件，分別被裁罰 5 萬元、96,000 元。

註：違反法規之事件，為罰鍰金額超過新台幣 5 萬元以上之事件。

◆風險管理權責單位

發生風險事件	風險因應措施	處理單位
老舊車輛效能不足	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

3.3 資訊安全管理

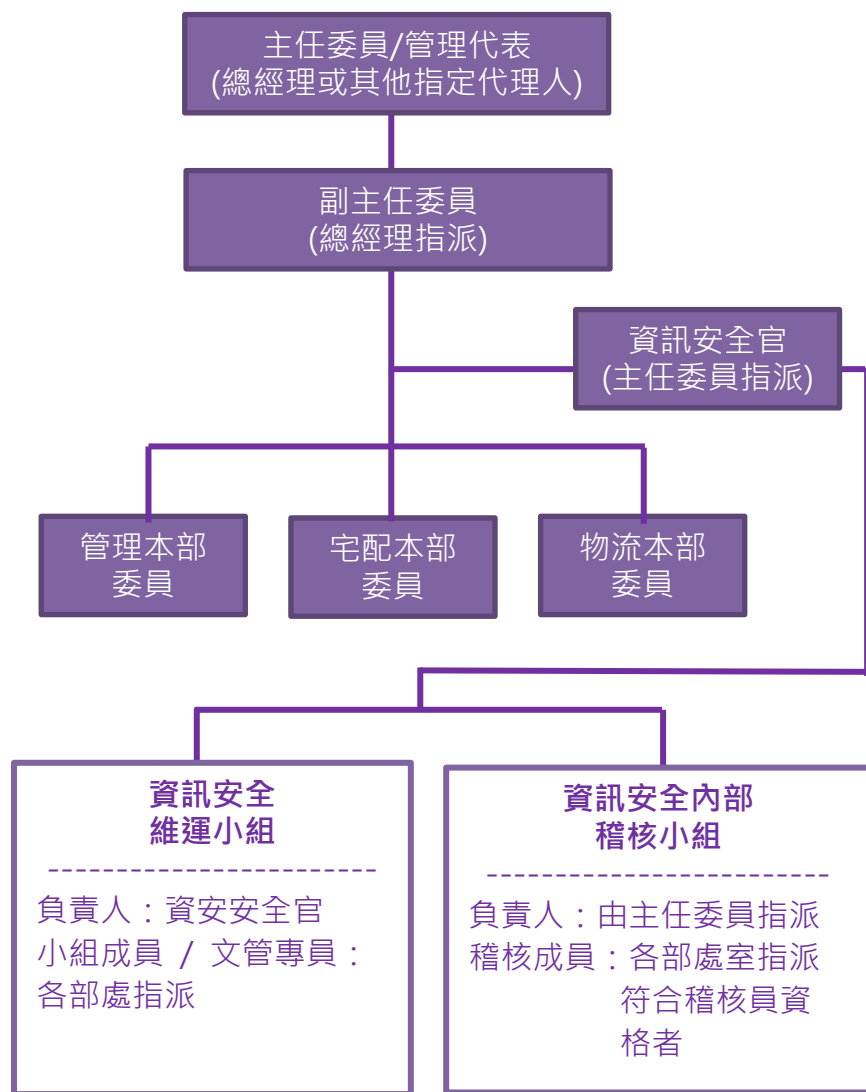
◆重大主題

重大主題	政策或承諾	管理措施	申訴溝通機制	執行成果	目標規劃
資訊安全	確保資訊之蒐集、處理、傳送、儲存及流通安全	<ol style="list-style-type: none"> 1.制定資安政策與執行政序。 2.設立內部資安組織與加入外部組織。 3.強化軟、硬體架構，及確保網路使用安全。 4.定期進行資產風險盤點、弱點掃描及復原計畫演練。 5.持續落實系統備份機制。 6.辦理員工教育訓練，提高資安風險意識。 	資訊安全委員會 GRI 指標： 自定義	<ol style="list-style-type: none"> 1.防毒軟體版本並持續以廠商發布之修補程式升級，確保系統安全。 2.升級網路防火牆設備版本，提升網路資安防護力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.提升資安認證至 ISO 27001：2022 版本，完善利害關係人的隱私安全。 2.加強釣魚垃圾郵件的過濾，提升郵件安全。 3.定期資安宣導，加強全體員工資安意識。 4.進行第三方資安檢測系統弱點掃描。

◆資訊安全治理架構

台灣宅配通於 99 年成立資訊安全委員會，負責推動資訊安全作業。並持續遵循 ISO 管理系統之條文規範，定期檢視資訊安全政策及推動落實，將年度執行結果向資訊安全委員會報告。2023 年底設置資訊安全長一職，並由總經理指定其代理主任委員。

◆資訊安全組織架構



◆資訊安全政策

本公司資訊安全組織為有效落實資安管理，建立完整的資訊安全管理系統，同時持續通過國際資安管理系統 ISO 認證，從系統面、技術面、程序面降低企業資安威脅，維護本公司重要資訊資產的機密完整及可用性。並落實每年監督及稽核，確保資安規範持續有效，資訊不外洩。

◆資訊安全風險管理

資訊安全維運小組每年針對資訊安全及系統資產，分別就機密性、完整性、可能性、法規遵循性等面向進行風險評估，就高風險項目會建立適當的控管機制與因應措施，並針對核心資訊系統及新設備制定業務演練計畫，每年排定運作演練，管控各項業務風險。

◆具體管理方案

網路安全	導入先進技術執行電腦掃描及系統與軟體更新，強化網路防火牆與網路控管，防止電腦病毒擴
裝置安全	建置全公司掃毒機制，防止內含惡意軟體進公司。依電腦類型建置端點防毒措施，強化惡意軟體行為偵測。

應用程式安全	制定開發流程應用程式安全規則、評估標準及改善目標。持續強化應用程式安全控管機制，並整合於開發流程及平台。
資訊安全	建構資安保護自我檢核機制，定期傳達公司最新資安規定及注意事項。
資料安全保護技術強化	行資訊保護作業，藉由資料分類進行文件機密分級及資料保護。文件及資料加密控管及有效追蹤，郵件進出控管。

◆資通安全管理之資源

專責組織	設有「資訊安全管理委員會」，建置資訊安全及個資保護政策並穩定其運作，維護及持續強化資訊安全。
資安認證	持續通過 ISO27001:2013 資訊安全管理認證，目前最新有效認證效期自 2022 年 8 月 18 日至 2025 年 8 月 18 日，相關資安稽核無重大缺失。
客戶滿意	無發生重大資安事件，亦無違反客戶資料遺失之投訴案件。
教育訓練	所有新進員工皆完成資訊安全教育訓練課程。每年定期舉辦資訊安全教育訓練及考核。

◆資通安全風險與因應措施

為強化資通安全管理，確保資訊的機密性、完整性與可用性，以及資訊設備與網路系統之可靠性，在公司規章內定有資訊安全政策作為資訊安全風險管理的準則。同時，在依循資訊安全風險管理架構下，建置入侵防禦系統/郵件反垃圾系統/端點防毒系統/資料隱碼保護/加強郵件偵測/社交工程演練等持續作為，逐步完善資訊安全防護，並定期進行資料異地備份系統及災害復原機制演練，以防範不受資安威脅中各式推陳出新的風險和攻擊所影響。

本公司於 2024 年 7 月 8 日部份資訊系統遭受駭客網路攻擊，該攻擊對本公司之營運並無重大影響。本公司於查知網路異常狀態後，立即啟動資安防禦機制與備援作業，同時同時進行強化資安基礎架構、全面提升網路防護等級及保障資料安全性。

除上述事件外，2024 年度及截至年報刊印日止，未有其他重大資訊安全事件所遭受營運或商譽之損失。針對資安事件的通報與處理，本公司有明確訂定「資訊安全事件通報作業及規範」含權責、事件分級、通報程序及處理評估與決策，資訊單位需於目標處理時間內排除及解決資訊安全事件，並在事件處理完畢後進行根因分析及採取矯正措施，且強化資訊技術安全。

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.

Authorised by
Jonathan Hill
Global Head - Certification Services

SGS United Kingdom Ltd
Rossmore 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

3.4 客戶隱私

◆個人資料保護管理推動小組

設置目的

本公司為落實個人資料檔案之保護及管理，依個人資料保護法訂定「個人資料檔案安全維護實施規定」，並設置「個人資料保護管理推動小組」。

推動小組任務	(1) 規劃、訂定、修正與執行計畫。
	(2) 就執行之評核進行檢討改進。
	(3) 訂定個人資料保護管理政策，將其所蒐集、處理及利用個人資料之依據、特定目的及其他相關保護事項，公告使人員均明確瞭解。
	(4) 定期對人員施以基礎認知宣導或專業教育訓練。
個人資料之蒐集處理利用	(1) 蒐集、處理或利用個人資料若經當事人書面同意，應取得當事人同意書。
	(2) 委外蒐集、處理及利用：委託部門應要求受託人簽署個資保密聲明書。
	(3) 委外業務或合作業務廠商或個人，應約定個人資料蒐集、處理及利用，並簽訂保密協議書。

個人資料檔案安全維護實施

個人資料保管人或個人資料接觸人應盡善良管理人之注意義務，保管人應妥善為保存維護個人資料、處理個人資料保護事項之協調聯繫、損害之預防及危機處理應變與通知。保管人及個人資料接觸人應簽署個資保管切結書。

設備管理

- (1) 重要個人資料應置有適當之資料保管設備，以防止資料滅失或遭竊取。
- (2) 儲存個人資料之相關電磁紀錄物或相關媒體資料，非經同意不得攜帶外出或拷貝複製。
- (3) 建置個人資料有關電腦設備，資料保有單位應定期保養維護，於保養維護或更新設備時，應注意資料之備份及相關安全措施。
- (4) 儲存個人資料之電腦設備如需轉售、報廢或不使用時，應檢視該設備所儲存之個人資料是否確實刪除。

事故發生之通報及應變措施

如有個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏等事故發生者，所持有該資料之保管人應立即通報，並應採取下列機制：

(1).查明事故之狀況並依個資法第十二條規定以適當方式通知當事人，並告知已採取之因應措施。

(2).自事故發生或知悉時起七十二小時內填具個人資料侵害事故通報與紀錄表通報該主管機關，副知交通部公路總局。

❖2024 年詐騙集團使用本公司商標及仿冒公司網頁騙取消費者個人資料及金錢，宅配通公司匯整受騙契約客戶及消費者提供相關資料前往警察局報案，請警方協助查明涉嫌人身份。其餘無侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴。

◆隱私權政策

蒐集客戶資料之使用目的

- 一、貨件收受與配送。
- 二、倉儲業務服務。
- 三、電子商務相關之服務。
- 四、產品銷售服務。
- 五、客戶資料管理及相關服務。
- 六、資訊與資料庫管理。
- 七、人事業務。
- 八、行銷及經營企劃相關分析。
- 九、其他本公司依法得經營之業務

客戶資料之蒐集範圍

依照客戶與本公司之間的具體關係，本公司將直接或間接經由業務合作對象取得以下資料：

- 一、寄件人：取得寄件人的姓名、地址、電話等託運所需資料。
- 二、收件人：從寄件人處取得收件人的姓名、電話、地址、代收貨款金額等資料。
- 三、契約客戶：取得契約客戶的姓名、地址、電話、國民身分證影本、電子信箱及存摺封面影本等及前項收件人之個人資料。
- 四、公司會員：取得會員的姓名、出生年月日、身分證統一編號、電話、地址及電子信箱等資料。
- 五、應徵者及外包人員：將從人力銀行或人力派遣公司取得應徵者及外包人員的履歷等相關資訊，該資訊可能包括：

❖基本資料：包括姓名、出生年月日、身份證統一編號、電話、地址及電子信箱及親屬等資料。

❖教育、技術或其他專業：包括學歷、資格或技術、專長等資料。

❖工作經歷：包括現行工作情形、以前工作經驗等資料。

六、除上述情形外，本公司如基於蒐集目的必要範圍內蒐集其他資料時，會另行告知蒐集內容。

客戶有提供個人資料與否及範圍的選擇性。若客戶選擇拒絕提供該項個人資料或是提供不完整或是錯誤之資料時，將有可能無法提供客戶完善的服務。

客戶資料之處理及利用範圍

- 一、除經客戶事先同意外，本公司僅會將自客戶取得的個人資料，使用在與客戶有關而提供的服務上。除了將貨件託運至國外的情形外，本公司只會在台灣地區內處理或利用客戶的個人資料。
- 二、為提供完善的服務，本公司若有必要再委託予第三方(包含國內外業務合作對象或是其他運送人)之情形時，而本公司需將客戶個人資料揭露予第三方者，該個人資料收受方，必需是有能力提供適當保護措施者。本公司亦將會對該個人資料收受方不定時進行查核及監督。

客戶資料之儲存方式及期間

- 一、本公司訂有嚴格的個人資料安全維護規定，本公司取得的個人資料將受嚴密、安全的保存。同時，任何人因業務相關，有

必要進行資料之取得與使用時，亦必需依安全維護規定為之。而與業務無關之任何人，均不得亦無法取得資料。

- 二、除法令另有規定外，應徵資料應於面試後如確認不予錄用立即刪除、託運資料書面保存一年，掃描檔保留 400 天，失效合約書除有特別原因外保存一年。保存期間屆滿後將依法停止處理、利用或刪除。

客戶資料查詢、變更及刪除等之方式

- 一、客戶留存於本公司自己之個人資料，得依法向本公司以書面或電子文件請求行使查詢、補充、更正、閱覽、製給複製本；請求停止蒐集、處理或利用；請求刪除等權利。惟前述權利，若因不符合法律規定或第二項之申請程序者，則不在此限。
- 二、若客戶就註冊資料向本公司請求答覆、查詢、閱覽或製給複製本時，本公司得酌收必要成本費用。而前述之申請，應填具申請文件，本公司得向客戶請求提出可資確認之身分證明文件，若委託他人代為申請者，並應出具委任書，且提供本人及代理人之身分證明文件。
- 三、若客戶個人資料有變更，客戶可自行於本公司網頁進行更正。

四、如果客戶不願意將個人資料提供予本公司或本公司之業務合作對象繼續使用，可致電本公司客服中心，本公司將停止使用客戶的個人資料。

資料安全及保護方法

- 一、本公司保有客戶個人資料檔案者，皆採行適當之安全措施，防止客戶個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。
- 二、對於客戶的個人資料，本公司以 **Secure Sockets Layer(SSL)** 機制進行加密傳輸，並加裝防火牆防止不法入侵。

個人資料的揭露

除事先經過客戶的同意及下列情形外，本公司絕不會將客戶個人資料揭露予任何人。

- 一、執行業務所需
基於本公司為完成業務服務及達成前述蒐集及使用目的之需求，本公司會將部份工作委由外部服務提供者辦理，例如國內外之其他運送業者、業務合作對象、會計師、律師和其他專業顧問、客戶服務等。
- 二、履行法定義務

在以下必要的情況下，本公司有可能會將客戶的個人資料揭露予第三人：

- ❖ 司法單位或其他主管機關經合法正式的程序要求時。
- ❖ 其他依法辦理之事項。

諮詢事項

若客戶對於本公司隱私權政策或是對於個人資料蒐集、利用或處理有任何疑問。或者欲向本公司要求查詢或請求閱覽、製給複製本、補充或更正、停止蒐集、處理或利用、刪除等事宜。若有上述需求，請於上班時間與本公司客服中心聯絡。

服務時間	週一至週日 08:30 ~ 19:00
服務電話	(02)6618-1818
聯絡電子信箱	service@e-can.com.tw

個資法規宣導

2024 年本公司針對新進人員、在職人員、儲備幹部及各單位主管皆有舉行個資法規教育訓練線上或實體宣導課程，共計 6 場次。

3.5 多元化服務

◆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。

展望2024年多種不確定因素影響下，本公司將以「綠色運輸、智慧物流」為主要發展方針，持續穩健前行，並以流程效率化與作業智慧化建構宅配與物流彈性營運模式。未來將持續投資智慧倉儲設備，加速低溫物流佈建。透過整併與簡化各項流程來提升效率，在流程改造下同時讓作業更加智慧化，深植企業競爭力。

宅配通主要業務範圍為提供全國宅配及倉儲物流服務，分別說明如下：

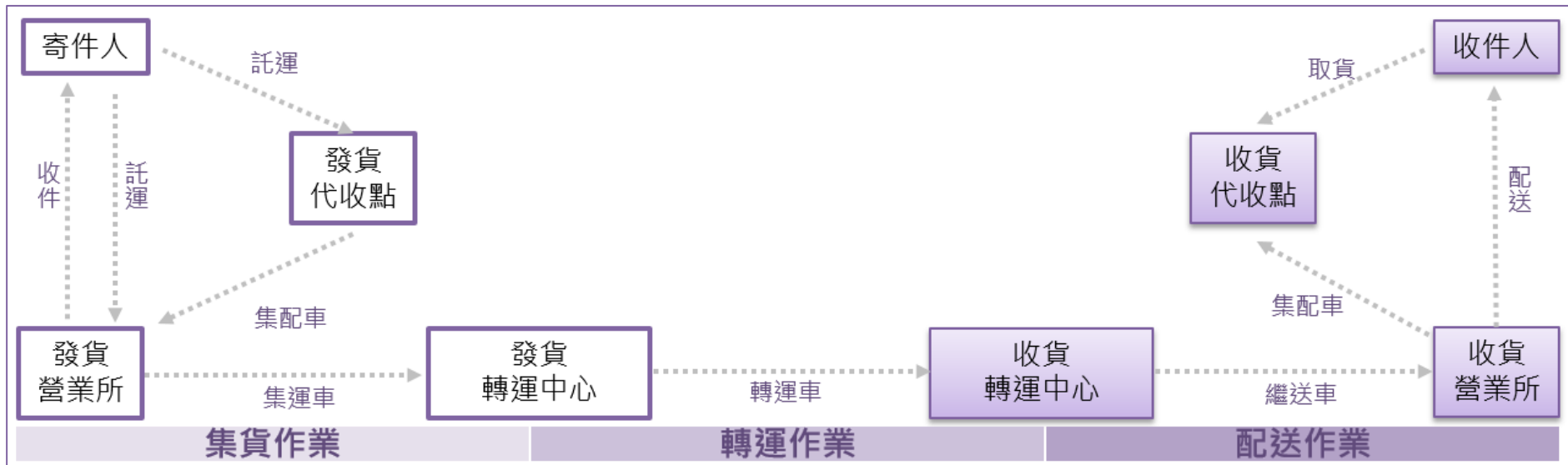
宅配服務	倉儲物流服務
<p>1.主要為包裹配送到府之服務，包括 B2C(企業到個人)與 C2C(個人到個人)配送服務。</p> <p>2.服務項目包含：常溫、低溫送、逆物流(C2B)、當日達配送服務；機場行李到府收件、宅配到府、寄存行李、打包行李、行李包膜、包材販售、航空公司行李後送及智慧寄物櫃等服務；館內物流收送服務；智慧寄件、宅轉店/櫃、代收貨款、數位簽收、物販等服務。</p>	<p>1.主要為提供企業客戶完整供應鏈之物流解決方案，服務客戶產業類型包括：電視/網路購物、健康食品、生活用品、藥妝、家電/馬達、3C 產品、餐飲連鎖通路、冷鏈低溫等。</p> <p>2.服務項目包含：倉儲理貨(進貨卸櫃、揀貨分類、流通加工、倉儲保管、退貨逆物流處理等服務)、運輸配送(長途移運、短途配送、宅配到府安裝、B2B 專車配送服務)、代採購等服務；其他客製化流程、客服、貨物追蹤等增值服務。</p>

▼ 產業上、中、下游之關聯性

服務型態	上游	下游
宅配服務	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 電視購物平台、大型網購平台 ◆ 各地供應商、全家、萊爾富、各地代收通路 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 宅配到府(B2C) ◆ 配送公司行號、門市(B2B)
倉儲物流服務	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 中/大型網購平台 ◆ 3C 供應/代理商 ◆ 家電供應/代理商 ◆ 生活用品供應商 ◆ 製造業供應商 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 配送門市/製造商(B2B) ◆ 宅配到府安裝(B2C)

一、宅配服務

本公司主係提供企業及個人戶宅配運輸服務、客製化物流服務，主要運輸服務流程說明如下圖：



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

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。2023年疫情期間仍為客戶提供便利服務。

8.車隊管理系統與營運行控中心之建置

2014年已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。2020

年透過打造的獨家 AIoT 行控中心，所有駕駛員在上路後，AI 將針對全路線與駕駛行為進行學習與控管，有效掌握各貨車即時狀態，判別駕駛員是否有違規、怠速等行為，以減少違規風險事件。

9.自動化排單系統

2023年建立自動排單系統，簡化第一線作業人員理貨排單作業，並提升20%理貨效率。以往人工排單方式因人而異，不同操作者有不同排單邏輯，因此較難以系統化方式達成管理上複製擴散效果。透過自動排單系統，SD完成理貨動作後，系統同步完成路順安排且保留手動調整彈性。以智慧化系統簡化作業流程，減輕第一線作業人員工作負荷。

10.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。2022年疫情期間仍提供客戶便利服務。

11.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。2022 年疫情嚴峻期間仍提供客戶便利服務。

12.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 64 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。

13.智能櫃服務

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。

14.宅轉店服務

另在 2021 年及 2023 年新增全家便利超商及 OK 便利店宅轉店服務，消費者如不方便收貨，將可轉寄放在附近全家便利商店或 OK 便利店，消費者可靈活運用收件時間，未來將再增加萊爾富等超商，提供給消費者更多元化的服務。



二、機場行李宅配及館內物流服務

本公司於2011年進駐桃園國際機場，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、包膜之服務。另於2022年起進駐臺北101大樓，承攬101商場與辦公大樓館內物流業務。

2018年11月 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。

2021-2022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。

2023年 成功爭取桃園機場、松山機場、台北101館內物流新一期服務合約。

◆機場宅配通服務檯及館內物流據點

桃園國際機場	松山國際機場	101 館內物流
		
<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 05:00~22:00</p>	<p>承攬 101 商場與辦公大樓館內物流業務 B2 理貨中心 08:00-18:30</p>

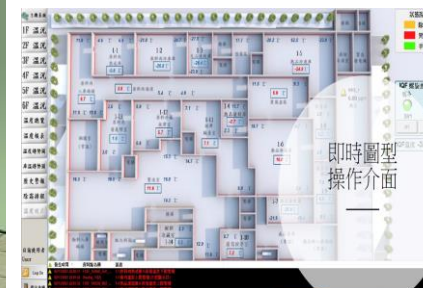
三、物流倉儲管理系統

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。



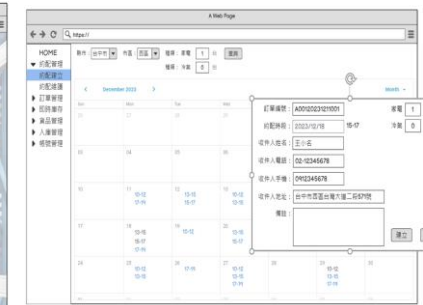
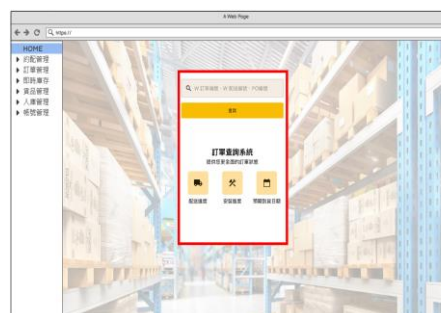
設立倉儲低溫智慧管控

- ◆物聯網(IoT)技術：利用 IoT 設備，溫度傳感器和濕度傳感器，即時監控倉庫內的環境狀況，並將數據傳輸到中央系統進行分析和管理。
- ◆能源監控：根據即時數據，以調整冷凍系統以保持最佳溫度和濕度，確保產品在最佳條件下存儲。
- ◆利用手機或電腦迅速掌握狀況，可遠端檢查系統大幅增加管理效率，亦可提供所需報表，精準判斷系統效率，進而安排維護保養。



建立家電雲端宅安約配系統

- ◆深化專業分工，提供連鎖門市通路大家電雲端宅配安裝系統，約配系統化、透明化，提升服務品質，使客戶專注於銷售，便利的雲端安裝預約管理系統。
- ◆連鎖門市販售，統倉依約配時段全省發貨至消費者家中安裝，縮短供應鏈流程，精準配送效率。



四、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，近年來業績持續成長，交出亮眼的成績單。



五、物流及轉運部門績效提升及環保效能

(一) 績效改善

物流營收及倉儲使用率皆成長及管控中。

(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 2023 年 61.7 件/時，降低至 2024 年 61.4 件/時，不僅增進工作效率，同時節省工時。2024 年增加 471 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。

(三)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 2018 年的 14.71 籠，提升至 2024 年的 14.72 籠。有效車次派車與裝載，可同步下降外派車次，至 2024 年有效下降至 109 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。

(四)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 25%油料消耗與 10%的電費。

(五)轉運派車系統無紙化

開發二代大車派遣系統 APP，走向環保無紙化、派車資訊即時化，推展資訊、行動、智能物流、優化分析資料及提供轉運中心/站所人員即時追蹤派車狀態，全年節省工時 2,376 小時，提升效率。派車單紙本費用每年省下 336,000 元，平均每年減少排碳量 8.64 公噸，進而達到節能減碳。

年 度	工時節省(時)	紙本節省(張)	紙張成本(未稅)	減少排碳量(公噸)
2022	2,376	480,000	336,000	8.64
2023	2,376	480,000	336,000	8.64
2024	2,376	480,000	336,000	8.64

註：一張 A4 紙排碳量為 18 公克



派單作業

勾選筆數：0 Status(狀態「配送完成」及「ALL」的按鈕需在下方輸入至少一個查詢條件後才可顯示資料)

尚未安排 運輸中 完成 派單作業 ALL

搜尋

<input type="checkbox"/>	作業日期	運輸...	結...	承運商	派車...	中繼...	派車單號	發車代碼	到著代碼	中...	車次名稱	司機姓名	車牌號碼
	2023-07-31	集貨		LD	尚未...	運輸中	0359575	SSA	300	否	松山機場(外島空運...	吳水明	KLK5171
	2023-07-31	集貨	桃轉	華硯	運輸中	運輸中	0359564	301	300	是	桃園桃轉集貨	李岳霖	KLJ8359
	2023-07-31	集貨	中轉	富駿	運輸中	運輸中	0359567	900	400	否	澎湖中轉集貨	謝政華	537KN
	2023-07-31	集貨	中轉	大陸	運輸中	運輸中	0359568	900	400	否	澎湖中轉集貨	張金水	KLG5591
	2023-07-31	集貨	桃轉	LD	運輸中	運輸中	0359569	TS6	300	否	竹南倉桃轉集貨	王超民	KLK5183
	2023-07-31	集貨	高轉	昭盈(雅裕)	運輸中	運輸中	0359570	920	700	否	金門高轉集貨	陳郁隆	KLK6723
	2023-07-31	集貨	高轉	LD	運輸中	運輸中	0359571	920	700	否	金門高轉集貨	方俊智	033Q6
	2023-07-31	集貨	桃轉	華硯	運輸中	運輸中	0359573	431	300	否	公館前進站桃轉集貨	蕭碩儒	KLK2358

(六)轉運籠車管理系統無紙化

開發 RFID 籠車管理系統，走向環保無紙化、籠車追蹤即時化，提供轉運中心即時追蹤籠車狀態，全年節省工時 2,376 小時，提升效率。籠車登記紙本費用每年省下 13,104 元，平均每年減少排碳量 0.91 公噸，進而達到節能減碳。

年度	工時節省(時)	紙本節省(張)	紙張成本(未稅)	減少排碳量(公噸)
2023	2,376	50,400	13,104	0.91
2024	2,376	50,400	13,104	0.91

註：一張 A4 紙排碳量為 18 公克

資材管理系統

系統報表 > 資材狀態報表

查詢地點: -全部據點- | 資材條碼: 請輸入資材條碼 | 資材狀態: 全部 | 資材類型: 常運


清除 確認 匯出

全部 8771 筆

資材條碼	所在位置	資材狀態	滯留時間	系統感應時間	啟用日期	維修次數	報廢日期	系統資訊	備註	修改備註
12345678	松山營業所	報廢	501	2022-12-31 23:56:59	2023-01-10	0	2022-12-31	已報廢		修改
1268120210501	北投營業所	正常	6	2024-05-10 03:56:46	2021-07-19	0				修改
1268120210502	桃園轉運中心	閒置	104	2024-02-02 03:53:14	2021-07-19	0		於桃園轉運中心閒置三十天以上		修改
1268120210503	中和營業所	正常	5	2024-05-11 04:33:01	2021-07-29	3				修改
1268120210504	北二處	正常	6	2024-05-10 00:23:16	2021-07-17	3	2023-06-05			修改

3.6 誠信經營

◆重大主題

重大主題	SDGs	政策或承諾	管理措施	申訴溝通機制	執行成果	目標規劃
誠信經營	16 和平正義與有力的制度  權責單位： 法務室	1. 為建立誠信經營的企業文化與良好的風險控管機制，本公司訂定誠信經營守則、誠信經營作業規定。上述政策承諾適用於公司所有活動與商業關係。 2. 遵守經營所在國與地區的法律和法規，以遵循法規為最低標準。 3. 強化誠信經營理念宣導，並落實在日常工作執行面。 4. 本公司與廠商簽訂重要契約時，內容包含遵守誠信經營政策及交易相對人如涉及不誠信行為，經查屬實，得隨時終止或解除契約之條款。	1. 本公司為健全誠信經營之管理，由人力資源單位、法務單位負責推動誠信經營政策制定及執行之兼職單位，由稽核單位負責監督，並由稽核小組執行相關查核作業，並定期向董事會報告查核結果。 2. 配合主管機關修訂誠信經營守則。 3. 定期進行誠信經營事項宣導。	1. 舞弊及違反從業道德檢舉信箱。 2. 書面投遞。 3. 檢舉信箱專線提供內外部人使用。 GRI 指標： GRI205	1. 2024 年由法務室舉辦相關課程，強化遵循法規的觀念。訓練場次共計 5 場，計 207 人次。 2. 2024 年由人資部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 795 人次，共計 7,141 小時。 3. 2024 年由人資部舉辦永續發展、員工行為準則之課程與人權政策教育訓練宣導，共 8 場次，計 1,740 人次參加，共計 5,220 小時。 4. 2024 年公司治理評鑑為上市公司排名級距 21%~35% 企業。	1. 針對大型契約客戶進行滿意度調查並於週報或月報檢討。 2. 持續進行與誠信經營相關教育訓練宣導。 3. 持續精進公司治理評鑑。

◆誠信經營政策

誠信經營是企業永續經營發展基礎，為了落實公司治理、強化風險管理，宅配通除了遵循相關法令之外，亦訂定內部規章與守則，確保「企業誠信經營」之落實。宅配通以持續而積極的態度推動落實企業誠信經營，制定內部規章，致力於維繫公平商業行為、明訂內部同仁與外部往來須遵守之規範，並建立檢舉制度，確保誠信經營政策之落實。

誠信經營內部規章

本公司本於廉潔、透明及負責之誠信經營理念，強化誠信經營之企業文化及永續發展之經營環境，爰參考金管會發布之「上市上櫃公司誠信經營守則」範本內容，於 103 年 11 月 07 日董事會決議通過訂定本公司「誠信經營守則」；並於 106 年 03 月 14 日董事會決議通過修訂本公司「誠信經營守則」；另於 109 年 02 月 26 日董事會決議通過第二次修訂本公司「誠信經營守則」；另為落實誠信經營政策，並積極防範不誠信行為，依本公司誠信經營守則，於 110 年 02 月 1 日訂定「誠信經營作業規定」，具體規範本公司人員於執行業務時應注意之事項；並訂有「員工行為準則」做為細部作業規範。

◆落實誠信經營

推動企業誠信經營單位

本公司為健全誠信經營之管理，由人力資源單位、法務單位負責推動誠信經營政策制定及執行之兼職單位，由稽核單位負責監督，並由稽核小組執行相關查核作業，並定期(一年一次)向董事會報告查核結果。

工作執掌	<input type="checkbox"/> 制定並修訂公司檢舉管道。
	<input type="checkbox"/> 制定並修訂公司誠信經營守則。
	<input type="checkbox"/> 對於查獲之不誠信行為召開人評會研議後續處置。
	<input type="checkbox"/> 對於不誠信行為進行調查及後續法律訴追。
工作計畫	<input type="checkbox"/> 配合主管機關修訂誠信經營守則。
	<input type="checkbox"/> 定期進行誠信經營事項宣導。
	<input type="checkbox"/> 檢討並修正公司檢舉管道。
	<input type="checkbox"/> 研擬強化公司防範不誠信行為之措施。

契約中明定誠信行為條款

本公司與他人簽訂重要契約時，內容包含遵守誠信經營政策及交易相對人如涉及不誠信行為，經查屬實，得隨時終止或解除契約之條款。

◆ 檢舉制度

為落實執行誠信經營守則之規定，本公司鼓勵舉報任何非法或違反誠信經營守則之行為，提供內、外部檢舉管道，使本公司所制定之誠信經營守則得以落實執行，並確保檢舉人及相對人之合法權益。2024 年未有員工違反誠信經營守則事件發生。

檢舉管道如下：

✉ 舞弊及違反從業道德檢舉信箱：hr01@e-can.com.tw (本電子信箱會將信件轉寄給人資部、稽核小組及法務室主管)。司法單位或其他主管機關經合法正式的程序要求時。

✉ 書面投遞：同仁可將申訴文件郵寄或傳送至人力資源部主管。

本公司受理檢舉案件後由人資部、法務室或稽核主管進行其調查作業，並將調查後結果呈報總經理其後續處理情形，過程中相關人需以保密方式進行，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，依保密原則調查後，如本公司員工違反規定時，依相關法令及本公司員工工作規則議處，若違反涉及情節重大時，得以召開人事評議會決議處份。被陳報或檢舉者，不得對前項陳報檢舉人有任何報復或威脅之行為。如有遭受報復、威脅或騷擾時，應即時向人資單位呈報，本公司將立即處置。

◆ 誠信經營宣導及教育訓練

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。

於 2024 年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，2024 年度參與公司誠信經營守則、員工行為準則宣導，教室上課及線上課程方式參加人數為 2,859 人，舉辦人權政策宣導，共計 1,740 人參加，舉辦誠信經營守則相關議題宣導共計 1,740 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 5 人次參加。

宣導主題	宣導對象	參加人數	受訓比例	宣導方式
人權政策宣導	單位主管/幹部/內勤	1,740	84.59%	線上課程
誠信經營守則	單位主管/幹部/內勤	1,740	84.59%	線上課程
員工行為準則	單位主管/幹部/內勤	1,740	84.59%	線上課程
員工行為準則	儲備主管/幹部培訓	39	1.90%	教室上課
員工行為準則	新進人員	756	36.75%	線上課程
員工行為準則	在職人員	324	15.75%	教室上課

04

環境及供應鏈

4.1 企業與環境平衡發展

◆ 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，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。

因應氣候變遷因應法，2050 淨零排放目標，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。

▼ 營收成長率 (單位:k 元)


年份	2022	2023	2024
營收淨額	4,509,706	4,188,461	4,015,174

▼ 單位營收排放量=溫室氣體排放量/(營收淨額/1000)

年份	2023	2024	成長率
溫室氣體排放量(tCO _{2e})	21361.558	21712.964	1.6%
溫室氣體排放強度 (tCO _{2e} /百萬元)	5.101	5.408	6.0%
移動源溫室氣體排放量 (tCO _{2e})	11374.49	11221.09	-1.3%
冷媒數量(個)	1847	1856	0.5%
冷媒溫室氣體排放量 (tCO _{2e})	1436.28	1678.60	16.9%

4.2 能源管理

◆重大主題

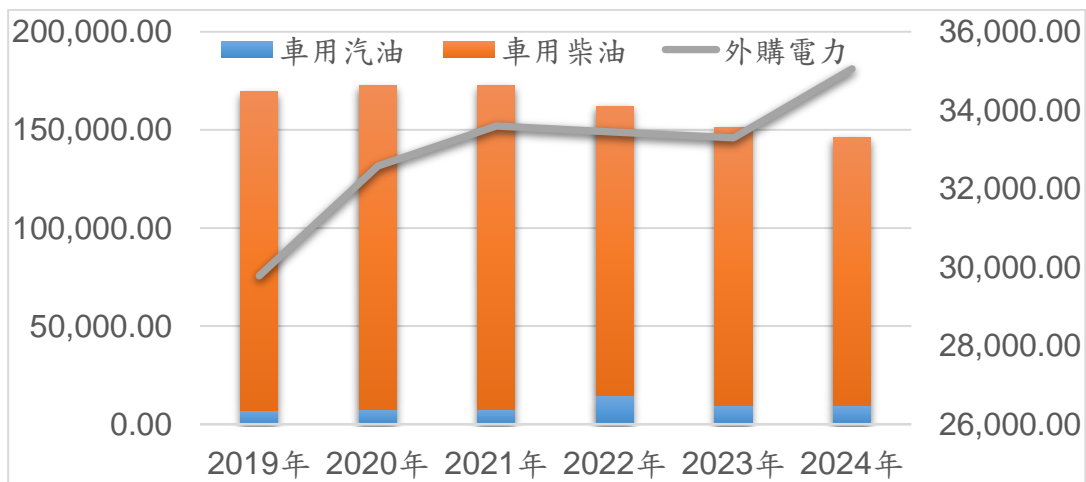
重大主題	SDGs	政策或承諾	管理措施	申訴溝通機制	執行成果	目標規劃
能源管理	7 可負擔的潔淨能源 	本公司積極推動能源減量措施，選用高能源效率及節能設計之設備，降低企業及產品能源消耗。	1. 計劃性汰換老舊貨車及機車，採購符合當年環保法規規範之貨車及機車；生財設備及電器用品採購有節能標章及省水標章設備。 2. 購置及使用籠車減少棧板使用，降低塑膠包膜使用量，以物流箱運送小型貨品減少紙箱或塑膠袋等拋棄式包材使用，減少廢棄物。 3. 營運策略規劃和決策過程中納入氣候變遷因子並納入整體風險管理政策，積極推動各項環保節能減碳措施、減少溫室氣體排放量、推廣綠色運輸服務等，以減緩與調適氣候變遷所帶來之營運衝擊。	各營業站所 GRI 指標： GRI302-1 ~ 302-5	1. 於 2024 年度用水量增加 12,278 立方米/年。 2. 於 2024 年廢棄物總重量減少 535 公噸/年。 3. 於 2024 年溫室氣體排放量增加排放 288.9868 tCO2e/年。 4. 日常作業無紙化系統：(1) 派車作業(2)車輛日點檢(3)堆高機日點檢(4)低溫籠車溫度檢查(5)異常包裹處理(6)員工出勤核實修正 5. 推廣手持裝置排單系統。 6. 採購 70 台電動機車及 5 台電動貨車，加入公司營運。	1. 持續推廣使用 QR CODE 宅配單取代手寫宅配單使用率達 80%。 2. 建構智慧化站所出車數模型。 3. 持續導入「電子化合約」使用率達 80%。 4. 持續推廣手持裝置排單系統：持續推廣「不撕單」作業，導入系統作為輔助，刷單後所有送件地址自動排序，使用率達 80%。 5. 持續推廣電子簽收，使用率達 100%。
	權責單位： 管理部					

◆能源消耗用量

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與進行站所節電比賽，來減少能源消耗的產生。2024 年能源消耗用量如下表所示，2024 年汽油約使用 9,450.01 千兆焦耳(GJ)，柴油使用量約 136,658.75 千兆焦耳(GJ)，全公司場址總計外購電力約 35,054.78 千兆焦耳(GJ)。2024 年新增低溫倉儲林森倉(具有 5,000 板儲位之冷凍冷藏倉)。因此外購電力較 2023 年增加。

▼ 能源消耗用量

能源	單位	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
車用汽油	千兆焦耳	7,036.34	7,701.42	7,767.34	14,576.06	9,379.01	9,450.01
車用柴油	千兆焦耳	162,308.53	164,688.10	164,688.10	147,527.64	141,733.99	136,658.75
外購電力	千兆焦耳	29,781.30	32,579.91	33,600.71	33,440.55	33,300.74	35,054.78



◆具體措施

(一)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 2024 年共計汰換 44 台車輛，可降低碳排放量 88 噸/年。

為達成 2050 淨零目標，宅配通預計於 2030 年前達成電動機車 50%、電動貨車 10%。2024 年採購 70 台電動機車及 5 台電動貨車，加入公司營運，逐年落實減排與淨零目標。

(二)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。

(三)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。

(四)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。

(五)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。

(六)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。

(七)導入數位化作業

日常作業無紙化系統

無紙化除了響應「環保」外，亦可協助工作流程自動化，減少人為的錯誤，除了能準確地接收到即時資訊，也能大幅提升作業效率，「無紙化辦公」是公司所追求的理想目標。目前導入的項目有：

◆派車作業	◆車輛日點檢
◆堆高機日點檢	◆低溫籠車溫度檢查
◆異常包裹處理	◆員工出勤核實修正

無紙化作業項目	節省時間(H/年)、金額(k 元/年)
◆派車作業	
營業站所開單	736H
轉運中心開單	1,286H
轉運內勤打單(建檔)	1,460H
轉運核算運費	392H
派車單購置	243k 元
◆車輛日點檢-車檢紀錄簿購置	244k 元
◆堆高機日點檢	節省 A4 影印紙
◆低溫籠車溫度檢查	3,750H
◆異常包裹處理	4,035H
◆員工出勤核實修正	節省 A4 影印紙
合計	11,659H/年、487k 元/年

2024 年導入「電子化合約」，可將制式外包商承攬合約書、契約客戶宅配服務合約由紙本轉成雲端電子化，將資料儲存於雲端系統中，降低辦公室的儲存空間，流程自動化，可避免在傳遞過程中出錯；亦可減少印製之墨水、碳粉匣、紙張、郵資，

以及影印機與傳真機維護等列印相關費用；利用存取權限及加密技術，確保機敏資料僅限授權人使用與存取，在傳輸和儲存的過程中也能保障資料的安全性。

電子簽收系統

為提升簽單調閱速度，公司導入手持裝置之電子簽收系統，SD 送達包裹、收件人於手持裝置簽收後，同仁將可進入後台系統調閱簽收資料，不用再等 SD 回站繳回簽單，轉送資料處理課掃描、歸檔簽單；亦能因應未來包裹僅存配送聯，無簽收聯之情況。

QR 單取代傳統手寫單

在追求 ESG 低碳轉型的過程中，減少紙張使用是一個重要的環節。透過系統制定客製化表單輸入功能，將傳統紙張作業數位化，從而減少紙張的消耗並實現可持續的營運模式。

本公司自 2022 年起推動 QR code 宅配單，不僅提高工作效率，亦節約資源和成本，說明如下：

- (1)高工作效率：QR code 宅配單實現快速和方便的存取，減少了資料的搜尋和整理時間，並透過系統表單持續改良，使數據的輸入和處理更加順暢，提高工作效率。

(2)節約資源和成本：減少紙張使用可以節約大量的森林資源和能源，減少碳排放和環境影響，從而實現 ESG 低碳轉型目標，降低營運開支。

為縮短 SD 取件作業時間，公司將傳統手寫宅配單轉成 QR 單，寄件人掃描 QR code，即可進入平台填寫單據，系統將客資做電子化保護及儲存；SD 取件時，不必再向過往作業，須於手持裝置輸入特定資訊，僅需刷單及列印配送需要的單據即可，使每人每天可節省 30~50 分鐘不等之作業時間。

本公司自 2022 年推動 QR code 宅配單，節省印刷紙張所需的成本並減少碳排放如下：

(1)2022 年採購 1,400,000 份，減少使用 A4 紙張 3,047,699 張，節省碳排 18,614kg。2023 年採購 5,010,000 份，減少使用 A4 紙張 10,906,409 張，節省碳排 66,929kg。2024 年採購 2,800,000 份，減少使用 A4 紙張 6,124,449 張，節省碳排 37,405kg。

(2)2022 年採購 1,400,000 份，降低採購成本 59%。2023 年採購 5,010,000 份，降低採購成本 70%。2024 年採購 2,800,000 份，降低採購成本 70%。

	2022 年	2023 年	2024 年
採購數量(份)	1,400,000	5,010,000	2,800,000
減碳(kg)	18,614	66,929	37,405
成本節省%	59%	70%	70%


手持裝置排單系統

為提升 SD 晨間理貨速度、提早出車，公司提倡「不撕單」作業，導入手持裝置排單系統作為輔助，模擬 SD 紙本排單行為，刷單後，所有送件地址就先依路名及號碼大小自動排序；人工排單則採先分區、後排序機制，讓 SD 可以快速排單，使每人每天可節省 20~40 分鐘不等之作業時間。



4.3 溫室氣體排放

◆ 重大主題

重大主題	SDGs	政策或承諾	管理措施	申訴溝通機制	執行成果	目標規劃
溫室氣體排放	<p>13 氣候行動</p>  <p>權責單位： 經企部</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續提升環保包材與循環包裝使用。 2. 自有車輛電動化，降低配送碳排放。 3. 落實溫室氣體盤查，設定節能減廢目標。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 逐年提升電動運具比例。 2. 減少耗能設備。 3. 控管怠速與提升效率。 	<p>消費者可透過客服中心電話申訴駕駛行為</p> <p>GRI 指標： GRI302-1~302-5</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2024 年採購 70 台電動機車。 2. 已完成轉運中心耗能凍結機替換。 3. 每週檢討怠速情形。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依照營業狀況引進電動機車。 2. 強化 AIOT 系統功能，加強怠速與駕駛行為管理。 3. 汰換效能不好之凍結機等相關設備。 4. 預計於 2030 年前達成電動機車 50%、電動貨車 10%。

追蹤所採取之行動有效性的資訊

2024 年目標	達成情況	2025 年目標
<ol style="list-style-type: none"> 1. 採購 5 輛電動貨車，並依業務成長採購電動機車。 2. 強化 AIoT 系統功能，加強怠速與駕駛行為管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 已採購 5 台電動貨車及 70 台電動機車。 2. 建立怠速管理報表，持續降低怠速時數，減少碳排數據。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2025 年引進 30 台電動機車，電動機車總數達到 100 台，電動機車佔比為 38.2%。 2. 強化 AIoT 系統功能，加強怠速與駕駛行為管理。 3. 汰換效能不好之凍結機。

◆環境管理機制

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。

(1)2015-2016 年配合交通部運輸研究所建立「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 年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。

(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。

本公司自 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。」於 2025 年 4 月取得 2024 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。

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 2025	◆ 2021年於12月取得2020年溫室氣體盤查認證 ◆ 2023年於11月取得2022年溫室氣體盤查認證 ◆ 2023年將越南分公司納入盤查範圍 ◆ 2024年於11月取得2023年溫室氣體盤查認證 ◆ 2025年於4月取得2024年溫室氣體盤查認證

產品碳足跡查證聲明

<p>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：臺灣新北市中和區區通路 288 號</p>	<p>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</p>
---	---

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



bsi.

查證機構印章：


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

本案主導查證員：


查證人員簽章：


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組織之機密資訊，除作為行政院環境保護署相關認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) 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，且瞭解刑法上褫公職、公務員登載不實與偽造罪刑例之相關規定，如有違反，亦為刑法及貪污治罪條例之適用對象，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屬實時，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



產品碳足跡標籤證書

Certificate for the Use of Product Carbon-Footprint Label

證書編號：2014940001
Certificate No. 2014940001

茲據 台灣宅配通股份有限公司

申請使用碳足跡標籤，經核相符，特予證明並錄錄證明事項如下：
This is to certify the following product from Taiwan Pelican Express Co., Ltd. complies with Carbon-Footprint Label requirements and is licensed to use the Carbon-Footprint Label.

- 一. 產品名稱及型號：台灣宅配通公路貨運服務/常溫運送
Product of Model Number: Road Transport Services of Freight by Taiwan Pelican Express / Road Transport Services of Normal Temperature Freight
- 二. 標籤使用者地址：新北市中和區國道路 288 號
Holder's Address: No. 288, Yuanlong Rd., Zhonghe Dist., New Taipei City 235, Taiwan (R.O.C.)
- 三. 生產廠或服務場所名稱及地址：
Name of Address of Manufacturer or Service Place: 台北轉運中心/新北市新莊區思源路 34 號 1 樓
台中轉運中心/臺中市南屯區工業區 23 路 26 號
高雄轉運中心/高雄市仁武區鳳仁路 397 號
Taipai Transshipment Hub / No. 34, Siyuan Rd., Songshan Dist., New Taipei City 242, Taiwan (R.O.C.)
Taichung Transshipment Hub / No. 26, Gongyequn 23rd Rd., Nantun Dist., Taichung City 408, Taiwan (R.O.C.)
Kaohsiung Transshipment Hub / No. 397, Fengren Rd., Nanzun Dist., Kaohsiung City 814, Taiwan (R.O.C.)
- 四. 產品碳足跡數值及計算單位：0.8g CO₂e
Product Carbon Footprint Data of Measuring Unit

五. 宣 告 單 位：每公斤-常溫運送
Declaration Unit: kg for Road Transport Services of Normal Temperature Freight

六. 生命週期各階段碳足跡佔比：原料取得 36.04%
Disposition of Carbon Footprint for Each Phase of LCC: 運輸/運送 52.51%
包裝/包裝 11.45%
廢棄/回收 9.00%
廢棄/回收 9.00%

七. 計算碳足跡採用產品類別別號：20-002 常溫運送服務/常溫運送
Product Category Code: 20-002 Road Transport Services of Freight (Version 2.0)

八. 有 效 期：中華民國 109 年 04 月 16 日起至
Valid Date: 中華民國 109 年 04 月 15 日止
Effective Date: 04 / 16 / 2020
Valid Date: 04 / 15 / 2020

行政院環境保護署署長
Minister Chang Tei-Chao
Environmental Protection Administration Executive Yuan, R.O.C. (Taiwan)

張子敬

Date Issued: 04 / 15 / 2020



產品碳足跡減量標籤證書

Certificate for the Use of Product Carbon-Footprint Reduction Label

證書編號：R2014940002
Certificate No. R2014940002

茲據 台灣宅配通股份有限公司

申請使用碳足跡減量標籤，經核相符，特予證明並錄錄證明事項如下：
This is to certify the following product from Taiwan Pelican Express Co., Ltd. complies with Carbon Footprint Reduction Label requirements and is licensed to use the Carbon-Footprint Reduction Label.

- 一. 產品名稱及型號：台灣宅配通公路貨運服務/常溫運送
Product of Model Number: Road Transport Services of Freight by Taiwan Pelican Express / Road Transport Services of Normal Temperature Freight
- 二. 標籤使用者地址：新北市中和區國道路 288 號
Holder's Address: No. 288, Yuanlong Rd., Zhonghe Dist., New Taipei City 235, Taiwan (R.O.C.)
- 三. 生產廠或服務場所名稱及地址：
Name of Address of Manufacturer or Service Place: 台北轉運中心/新北市新莊區思源路 34 號 1 樓
台中轉運中心/臺中市南屯區工業區 23 路 26 號
高雄轉運中心/高雄市仁武區鳳仁路 397 號
Taipai Transshipment center / No. 34, Siyuan Rd., Songshan Dist., New Taipei City 242, Taiwan (R.O.C.)
Taichung Transshipment center / No. 26, Gongyequn 23rd Rd., Nantun Dist., Taichung City 408, Taiwan (R.O.C.)
Kaohsiung Transshipment center / No. 397, Fengren Rd., Nanzun Dist., Kaohsiung City 814, Taiwan (R.O.C.)
- 四. 產品碳足跡數值：0.99 kg CO₂e
Baseline of Product Carbon-Footprint
- 五. 減量計算及計算單位：0.18 kg CO₂e
Reduction Carbon Data of Measuring Unit
- 六. 減 額：78.28%
Disposition of Carbon Reduction
- 七. 有 效 期：自中華民國 109 年 04 月 16 日起至
Valid Date: 中華民國 109 年 04 月 15 日止
Effective Date: 04 / 16 / 2020
Valid Date: 04 / 15 / 2020

行政院環境保護署署長
Minister Chang Tei-Chao
Environmental Protection Administration Executive Yuan, R.O.C. (Taiwan)

張子敬

Date Issued: 04 / 15 / 2020

盤查基準年：2024 年

排放源類別一至類別六		排放當量 (公噸 CO ₂ e/年)	類別總量 (公噸 CO ₂ e/年)	類別一&二占類別一 &二占比	各項排放源占總量占 比
類別一	固定燃料燃燒源	24.6644	13,139.4849	0.137%	0.114%
	移動燃燒源	11,221.0852		62.430%	51.679%
	逸散排放源	1,893.7353		10.536%	8.722%
類別二	外購電力	4,834.2618	4,834.2618	26.896%	22.264%
類別三	無重大間接溫室氣體排放				
組織採購的貨物 類別四	電力上游開採及輸配碳足跡	947.4527	3,739.2173		4.364%
	柴油上游開採及輸配碳足跡	2,616.8669			12.052%
	車用汽油上游開採及輸配碳足跡	174.8977			0.805%
類別五	無重大間接溫室氣體排放				
類別六	無重大間接溫室氣體排放				
一至六類排放量總計		21,712.9640	公噸 CO ₂ e/年	註：本公司無臭氧破壞物質(ODS)、氮氧化物(SOX)，及其它顯著的氣體排放。	
二至六類排放量總計		8,573.4791	公噸 CO ₂ e/年		
生物源排放當量		0	公噸 CO ₂ e/年		

本會計師對第一段所述 貴公司溫室氣體聲明所執行之程序係基於專業判斷，該等程序包括查詢、對流程之觀察、文件之檢查、對量化方法與報導政策是否適當之評估，以及與相關紀錄之核對或調節。

基於本案件情況，本會計師於執行上述程序時：

1. 已透過查詢，取得對 貴公司與排放量化及報導攸關之控制環境及資訊系統之瞭解，但並未評估特定控制作業之設計，取得該等控制作業付諸實行之證據或測試其執行有效性。
2. 已評估 貴公司建立估計方法之適當性及一致性。然而，所執行程序並未包含測試估計所依據之資料或單獨建立會計師之估計，以評估 貴公司所作之估計。
3. 已實地訪查四個據點，以評估排放源之完整性、資料蒐集方法、排放源資料及該等據點所適用之攸關假設。對於執行實地訪查據點之選擇，已考量該等據點之排放對總排放之貢獻、排放源性質，以及前期所選擇之據點。所執行程序不包含測試該等據點用以蒐集及彙整設施資料之資訊系統或控制。

相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。因此，本會計師不對 貴公司溫室氣體聲明在所有重大方面，是否依照溫室氣體盤查議定書 GHG protocol 編製，表示合理確信之意見。

有限確信之結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現第一段所述 貴公司西元 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日溫室氣體聲明在所有重大方面未依照溫室氣體盤查議定書 GHG protocol 編製之情事。

其他事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何溫室氣體聲明之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資誠聯合會計師事務所

會計師 趙永潔 

西元 2025 年 4 月 21 日

會計師有限確信報告

資會綜字第 24010495 號

台灣宅配通股份有限公司 公鑒：

本會計師受託執行台灣宅配通股份有限公司（以下簡稱「貴公司」）西元 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日溫室氣體聲明之有限確信案件，該溫室氣體聲明包含溫室氣體盤查報告及解釋性附註。

管理階層對溫室氣體聲明之責任

貴公司之責任係依照溫室氣體盤查議定書 GHG protocol（請參見溫室氣體聲明第二章 報告邊界 P.13）編製溫室氣體聲明，且設計、付諸實行及維持與溫室氣體聲明編製有關之內部控制，以確保溫室氣體聲明未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

溫室氣體之量化受先天不確定性之影響，此主要係因用以決定排放係數之科學知識並不完整，以及報導之數值須彙總不同氣體之排放。

會計師之獨立性及品質管理

本會計師及事務所已遵循會計師職業道德規範有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密與專業行為。

本事務所適用品質管理準則 1 號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定會計師事務所設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令有關之政策或程序。

會計師之責任

本會計師之責任係依照確信準則 3410 號「溫室氣體聲明之確信案件」規劃及執行有限確信案件，基於所執行之程序及所獲取之證據，對第一段所述 貴公司溫室氣體聲明是否未存有重大不實表達取得有限確信，並作成有限確信之結論。

依確信準則 3410 號之規定，本有限確信案件工作包括評估 貴公司採用溫室氣體盤查議定書 GHG protocol 編製溫室氣體聲明之妥適性、評估溫室氣體聲明導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險、依情況對所評估風險作出必要之因應，以及評估溫室氣體聲明之整體表達。有關風險評估程序（包括對內部控制之瞭解）及因應所評估風險之程序，有限確信案件之範圍明顯小於合理確信案件。

◆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。於 2022 年更新參照準則為 ISO 14064-1：2018。



▲ ISO 14064-1 溫室氣體盤查查證

2024 年為公司盤查溫室氣體的第 9 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 84 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資誠聯合會計師事務所查證，確保盤查數據準確性，於 2025 年 4 月完成第三方查證。

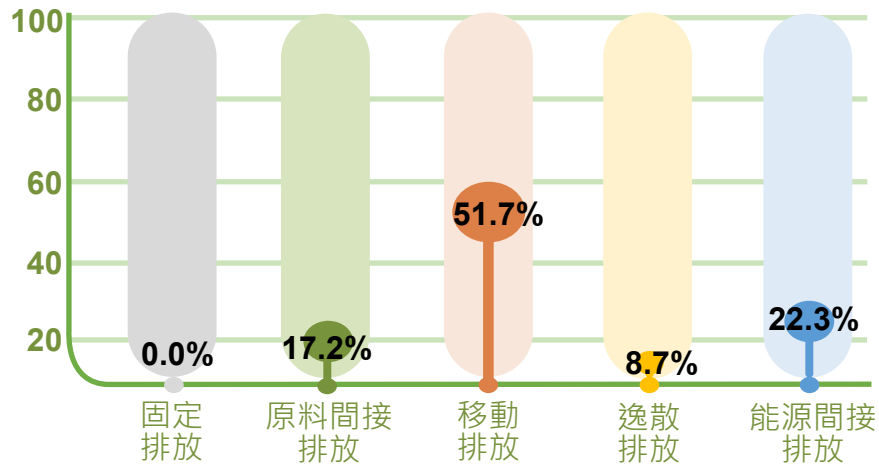
盤查結果顯示 2024 年公司溫室氣體排放量總計為 21,712 tCO₂e/年，其中，移動排放源排放量占 51.68%，為主要排放源，其次為外購電力(能源間接排放源)與電力、油料上游碳足跡(原料間接排放)，各占 22.26%、17.22%，移動排放源與外購電力之排放量合計達總排放量約 73.94%，因此，持續性改善營業車輛能源使用效率與替換節電產品為本公司目前達成溫室氣體減量目標之主要執行方向，同時也可藉此降低長期之營運成本。

台灣宅配通溫室氣體盤查於 2022 年更改盤查準則，採用 ISO 14064-1：2018 計算類別一、類別二及類別四組織採購貨物之碳足跡，公司其他間接溫室氣體排放源(類別三)主要來自員工通勤與廢棄物處理等，不納入排放量計算，類別五及類別六無重大排放亦不計算。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類別一排放為主，2024 年排放量為 13,139.48 tCO₂e/年，類別一排放量占組織內總排放量 60.52%。

能源間接溫室氣體排放源(類別二)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，2024 年類別二溫室氣體排放量為 4834.26 tCO₂e/年，占總排放量 22.26%。組織使用產品的間接溫室氣體排放(類別四)主要為公司使用電力、柴油及車用汽油等上游開採及輸配碳足跡等排放，2024 年類別四溫室氣體排放量為 3,739.22 tCO₂e/年，占總排放量 17.22%。

排放當量計算相關係數&GWP 資來源:環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版、112 年電力排放係數、產品碳足跡資訊網；GWP 值來源為 IPCC 第六次發布之 GWP 值。

▼ 2024 年溫室氣體排放源占比



▼ 各範疇排放源對應活動/設備及排放量

範疇界定	排放源	對應活動或設備	排放當量 (tCO ₂ e/年)	占比 (%)
類別一	固定源	發電機用油	24.66	0%
	移動源	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 營運車輛用油 ◆ 堆高機用油 ◆ 緊急發電機用油 	11,221.09	51.68%
	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) 	1,893.74	8.72%
類別二	能源間接	各場址外購電力	4,834.26	22.26%
類別四	原料間接	電力、柴油、車用汽油上游開採及輸配碳足跡	3,739.22	17.22%

2024 年度溫室氣體總排放量為 21,712.96 tCO₂e/年，與 2023 年相比增加了 351.40 tCO₂e/年，屬於類別一的排放量為 13,139.5 tCO₂e/年，相較同期增加 100.80 tCO₂e/年；而類別二的排放量為 4,834.3 tCO₂e/年，相較同期增加 255.39 tCO₂e/年，類別四的排放量為 3,739.2 tCO₂e/年；相較同期減少 54.33 tCO₂e/年。

◆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。

因新增低溫倉庫，2024 年排放較前一年增加 301.86tCO₂e/年，增加比例為 1.41%；以溫室氣體排放強度來看，2024 年排放量為 5.41 公噸二氧化碳當量/百萬元，較 2023 年增加 0.31 公噸二氧化碳當量/百萬元，增幅約 6.0%。

▼ 單位營收溫室氣體排放強度

	單位	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
營收淨額	仟元	3,712,520	3,983,309	4,466,136	4,509,706	4,188,461	4,015,174
溫室氣體排放量	tCO ₂ e	18,159.21	19,618.02	19,020.73	22,701.04	21,423.98	21712.96
溫室氣體排放強度	tCO ₂ e/ 百萬元	4.891	4.925	4.258	5.033	5.115	5.410
減量比例	百分比	1.7%	8.0%	-3.0%	19.4%	-5.9%	1.7%

◆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 8.7%。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 2021 建議值。冷媒相關設備之逸散率類別與其 2024 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	77.82
低溫車後車廂	交通用冷凍、冷藏設備	780.4
辦公室冷氣機	住宅及商業建築冷氣機	42.09
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	312.06
凍結機	中、大型冷凍、冷藏設備	460.67
辦公室電冰箱、辦公室飲水機	家用冷凍、冷藏設備	0.0587

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；2024 年車輛前座空調冷媒逸散之溫室氣體排放量為 77.82 tCO₂e/年，較前一年度減少排放 42.09 tCO₂e/年，減幅約為 35.1%。因 2024 年增設 60 台三溫層車，因此低溫車後車廂冷媒增加。

▼ 歷年冷媒逸散之溫室氣體排放當量

能源	單位	2023 年	2024 年
車輛前座空調冷媒	tCO ₂ e	119.913	77.820
低溫車後車廂冷媒	tCO ₂ e	510.304	780.400
辦公室設備冷媒	tCO ₂ e	42.118	42.090

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。2024 年員工總工時共計 4,838,199 人時，溫室氣體排放量為 215.13 tCO₂e/年，較前一年度排放減少 12.43 tCO₂e/年，減幅約 5.5%。

▼ 歷年員工出勤總工時與廢汙水溫室氣體排放當量

能源	單位	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024
總工時	人時	5,596,039	5,771,093	5,731,307	5,437,231	5,119,581	4,838,199
排放當量	tCO ₂ e	222.97	229.95	228.37	241.77	227.64	215.13

4.4 氣候變遷風險管理與因應

◆氣候變遷管理

為因應全球減緩與適應氣候變遷趨勢，宅配通除致力於節能減碳外，同時自願性引用氣候相關財務揭露建議 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 指引及國際財務報導準則 IFRS S2 氣候相關揭露，依照建議揭露四項核心元素：

1	治理	2	風險管理	3	策略	4	指標與目標
---	----	---	------	---	----	---	-------

建立相關風險管理架構，鑑別氣候變遷可能對宅配通造成的重大性風險與機會，提出相關應對之策略，並整合既有的風險管控程序。由隸屬於董事會下之功能性委員會「公司治理及永續委員會」每年至少召開一次會議，審議公司永續發展政策、策略及管理方針。公司內部同時也設置「風險管理推動小組」及「永續資訊管理小組」定期透過對潛在風險與機會之辨識、評估、控制、監督及溝通等活動，以質化及量化之管理方法，將營運所面臨之氣候變遷相關風險降至可承受及控制範圍，並掌握氣候變遷相關機會，提早規劃執行策略。

◆氣候變遷相關風險與機會管理

氣候變遷相關風險與機會鑑別流程

宅配通基於兩種氣候變遷情境，鑑別極端氣候與氣候變遷所帶來的風險及機會，透過舉辦氣候變遷風險與機會研討會議 (TCFD Workshop)，邀請各部門主管共同進行氣候變遷之研究、討論、資訊彙總，及風險與機會之分析，鑑別出台灣宅配通之重大風險與機會，並依國際趨勢及法規變化，定期全面性盤點可能的風險及機會因子，更新以應變相關風險與執行預防措施，進而降低風險並掌握機會。

氣候變遷相關風險與機會具體鑑別與策略擬定流程如下所示：

A 評估營運環境影響

評估氣候變遷對營運環境與利害關係人的影響與衝擊

B 鑑別氣候風險與機會

建立風險與機會矩陣，確認氣候變遷重大風險與機會

C 擬定因應策略

針對鑑別出之三大風險及三大機會，進行因應策略之規劃

D 設定氣候變遷情境

設定兩種氣候變遷情境（註）：SSP 5-8.5, SSP 3-7.0

E 分析氣候風險&機會財務衝擊 / 影響

蒐集與分析各項重大風險及機會之財務衝擊 / 影響和因應成本
量化數據

F 訂定氣候變遷管理指標

依照各項因應策略及財務分析結果，訂定定期追蹤之管理指標
及目標並納入管理制度

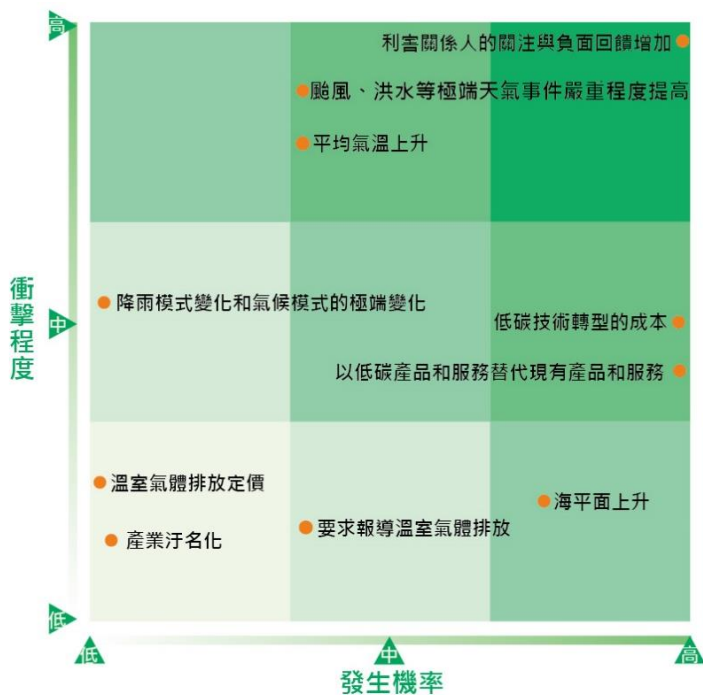
註：係根據政府間氣候變化專門委員會（IPCC）於第六次評估報告中 AR6 所提出之情境假設。

氣候變遷風險及機會識別結果

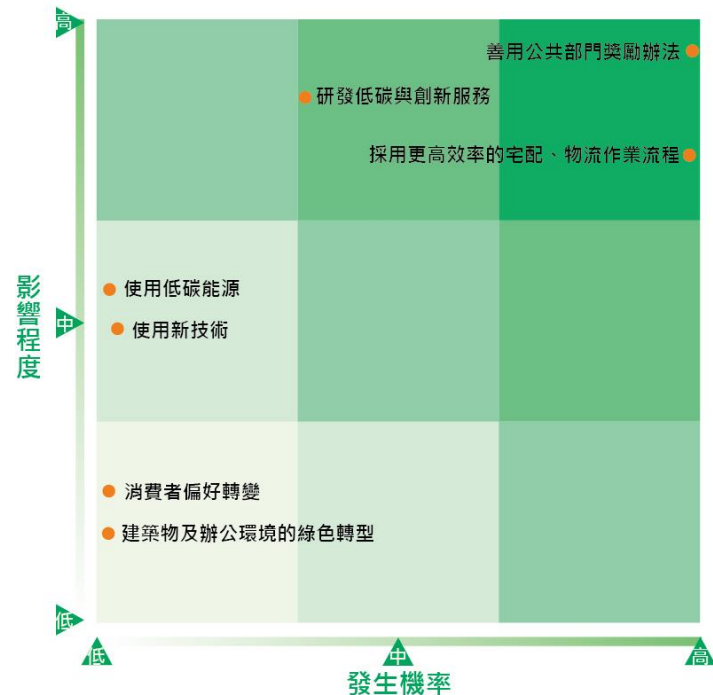
完成氣候風險與機會鑑別後，依照「發生可能性」及「衝擊 / 影響程度」繪製風險與機會矩陣圖，並對前三大氣候風險及機會進行策略研擬、設定台灣宅配通氣候變遷因應策略、估算因應成本及財務衝擊 / 影響量化數據。



2024 年台灣宅配通氣候變遷之風險矩陣與機會矩陣如下圖：



▲氣候變遷風險矩陣



▲氣候變遷機會矩陣

氣候變遷風險識別總表

風險編號	風險種類	風險因子	發生時間評估
1	轉型風險-聲譽	利害關係人的關注與負面回饋增加	短期
2	實體風險-立即性	颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度	短期
3	實體風險-長期性	平均氣溫上升	長期

註：時間範圍之定義：短期：2024 年、中期：2025-2030 年、長期：2031-2050 年。

氣候變遷機會識別總表

機會編號	機會種類	機會因子	發生時間評估
1	機會-市場	善用公共部門獎勵辦法	短期
2	機會-資源效率	採用更高效率的宅配、物流作業流程	短期
3	機會-服務	研發低碳與創新服務	短期

氣候變遷相關風險與機會管理策略

風險一	利害關係人的關注與負面回饋增加	
	<p>面對利害關係人負面回饋增加及客戶行為變化，未能及時提出有效因應對策，導致企業聲譽受損，合作關係劣化；同時，消費者期待低碳環保物流，企業形象提升需耗費時間與成本，未能有效及時因應氣候變遷所帶來的挑戰，遭受來自投資者、社會大眾及監管機構批評，長期價值及聲譽遭受損害。</p>	
	風險衝擊面向	因應策略
服務的影嚮	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 隨著政府對溫室氣體排放監管要求程度上升，公司的營運成本可能會因碳稅和調整而持續增加。 ◆ 當客戶尚未將永續理念或減碳概念納入考量時，若額外支出加到物流服務的運輸成本中，可能會引發客戶的不適應，降低他們的合作意願，進而減少貨件量，帶來負面風險。 ◆ 負面媒體報導及輿論可能損害公司形象和品牌价值，導致客戶流失，業績下滑，進而股價下跌。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 實施節能減碳、加入氣候變化行動倡議，提高透明度，強化利害關係人信心提升好感度和企業責任形象，增加客戶合作意願和潛在客戶關注度。 ◆ 改善人員排班、優化配送路徑和降低油耗車使用，並有效與利害關係人溝通，以提升客戶和員工的滿意度。

風險衝擊面向		因應策略
供應鏈和價值鏈的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 企業會與ESG績效良好廠商合作，聲譽問題可能導致現有合作夥伴重新評估其合作關係或被排除。 ◆ 因投入低碳商品而成本增加，會迫使客戶作業模式改變。 ◆ 不符合綠色供應鏈的內涵而失去提供服務的機會。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 定期進行風險評估，並主動公開相關管理措施，以提高透明度並建立溝通管道，以期管理和減輕供應鏈或價值鏈中的聲譽風險，加強市場競爭力。 ◆ 鼓勵關鍵供應商推動節能減碳措施，以履行企業社會責任，從而提升好感度和企業形象，增加現有客戶的合作意願並提高潛在客戶的關注度。 ◆ 及時關注利害關係人關心的議題，並做出適當回應，以提升公司形象，並期待負面回饋減少。
投資的影響或新研發的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 增加ESG投入導致企業的短期財務表現下降，影響投資者的收益。 ◆ 產業不適合參加銀行業綠色金融方案，錯過較低成本融資機會。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 計劃於中長期內投資於低碳運輸技術，例如電動車隊和智能物流系統，以提高運營效率，實現環境效益，滿足客戶對ESG的需求。

財務衝擊		因應成本
直接成本增加	增加及汰換設備提高營運直接成本，人力費用也會增加。	營業成本與資本支出增加： 投資於低碳運輸和智能物流系統成本增加，法遵、認證費用增加、風險管理以及相關的保險成本也有可能增加。
間接（營運）成本增加	與利害關係人溝通成本增加。	
對服務的需求減少導致收入減少	客戶流失導致收入減少。	
減少獲得資本的機會	◆ 募資困難度增加。◆ 獲得資金挹注難度增加。	

颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高

異常極端氣候，颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高，對營業站所同仁可能會造成安全威脅，此情況也可能導致供應鏈中斷、營收下降。總公司與營業站所可能面臨淹水與土石流的危害衝擊，客戶貨物無法確保完整性與配送，營運穩定性下降、財務風險提高。

風險衝擊面向		因應策略
服務的 影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆道路中斷影響配送成本，例如地震導致蘇花公路中斷，貨件需從南部經臺東往北配送。 ◆基礎設施損壞、新建場站工程延宕，導致場站無法如期啟用，造成營運中斷 	<ul style="list-style-type: none"> ◆實施「重大災害防救計畫」，包括每年定期實地演練，目的在減少洪水、颱風等災害帶來的經濟損失。
供應鏈和價值的 影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆工期延長增加人力和建造成本。 ◆颱風和洪水造成營業所聯外道路受損，影響物流車無法前往客戶處領貨和配送到消費者端，增加維運成本。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆台灣宅配通擬利用國家災害防救科技中心的3D災害潛勢地圖來查詢全臺營業據點的所在地勢，是否有座落在已公佈的淹水區域，以達到事前預防災害的影響
或業務經營設施 所在地的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆廠站營運暫時中斷。 ◆停電影響低溫倉庫的客戶商品。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆計劃在每年的實際演練中，根據颱風或洪水的影響程度，將受淹水影響的營業點貨物調至未受災影響的地點，以確保持續為現有客戶提供服務，減少經營收入損失。

風險衝擊面向		因應策略
投資的影響 新研發或	<ul style="list-style-type: none"> ◆興建中設施和營業所設備損壞。 ◆新服務據點啟動時間延遲。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆2024年將投入70台電動機車與5台電動貨車，並已訂定2030年將達成電動貨車10%、電動機車50%目標，逐年落實減碳政策。 ◆計劃每年將2至3個場站進行LED燈設置，預期透過此舉能夠有效減少碳排放。

財務衝擊		因應成本
營業成本增加	營運中斷造成直接成本增加，未配出貨件所需的暫存空間也隨之增加。	<ul style="list-style-type: none"> ◆台灣宅配通行業類別未列入第一階段碳費徵收對象，無顯著財務衝擊。 ◆若極端天氣造成廠站地坪損壞，每坪重建費用約4,000元。成本也有可能增加。
資本支出增加	服務據點的資產也可能會受損而減值或者提前報廢。	

平均氣溫上升	
風險二	台灣宅配通營運所需空調耗能增加，導致成本上升，極端高溫可能引發站所員工熱傷害，高溫天氣可能導致用電量激增，電力負荷超出承受範圍而跳電，造成營運中斷。氣溫上升還會影響配送服務品質，使營運穩定性下降，客戶滿意度也隨之下降。

風險衝擊面向		因應策略
服務的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆氣候炎熱導致空調、低溫倉儲用電耗能增加。 ◆高溫影響作業人員工作環境舒適度和專注度，可能降低服務品質。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆持續關注國際氣候變遷風險預警資訊，以及氣候變遷風險減緩與調適建議，以確保資產與人員免受損害。 ◆計劃改善制服的材質與顏色設計，以提升員工的舒適度。 ◆增加同仁的個人防護工具，包括防曬衣物和個人衛生物品，以提升員工的舒適度並減少氣溫對他們的影響。
減緩活動的影響 氣候調適或	<ul style="list-style-type: none"> ◆高溫導致配送時效性降低，可能造成配送品質和量能下降。 ◆日曬影響工作效率，需要安排人員適當的休息時間。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆增設異常事件通報與應變機制，氣候風險導致之異常事件反應機制，以提前做好預防與因應措施，保障資產與人員免受損害。 ◆進行班別設計，避開過熱時段並設置高溫假機制，以減緩過熱造成的停工時間增加，同時提升員工滿意度。
經營設施所在地的影響 業務經營類型或業務	<ul style="list-style-type: none"> ◆高溫影響在建工程進度和人力成本，增加設備維修費用和保養成本，可能產生常溫車箱貨損。 ◆延遲工作以避開最熱時段，降低熱傷害風險。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆進行營業站所綠化增加，並在車輛停車時增加隔熱措施，例如安裝玻璃隔熱板或常溫車箱降溫措施，以植樹綠化降低站所溫度、延緩損壞、減少貨故發生。 ◆訂定高溫出車規範，配合班別或路線規劃，避開熱傷害的時間點，讓同仁盡量待在陰涼處或車內或站所休息，以減少熱傷害造成的職業風險。

財務衝擊		因應成本
直接、間接 成本增加	<ul style="list-style-type: none"> ◆車輛運作效能降低，油耗增加，日曬造成車輛故障，增加維修費用。 ◆油電價上升為車輛的直接成本。 ◆辦公室冷氣、冷鏈設備耗能增加，常溫車箱過熱造成貨物損失增加人員的班別安排及防護用具增加間接成本。 	營業成本： 人力成本增加、油耗增加
資本支出增加	<ul style="list-style-type: none"> ◆營造工期增加，導致成本增加。 ◆天候炎熱造成耗能增加，並可能提高台電收費標準，再加上汰換設備以因應耗能議題，新設備採購金額高，增加折舊資產。 	資本支出： 新建工程的時程延長導致成本增加。

氣候相關重大機會與因應策略

善用公共部門獎勵辦法		
機會	善用公共部門獎勵辦法，例如：引進電動車輛替代傳統燃油車輛，降低交通排放，若這項措施符合政府的政策方向，可享受相應的補助、稅費優惠或減碳優惠，進一步加速使用再生能源或減碳運輸車隊，並與國際接軌，增加客戶和商機。	
	機會影響面向	因應策略
服務的 影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆降低使用燃油車輛，減少油耗成本，降低碳排。 ◆提高電動車使用比例，提高業務服務活動範圍。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆推行電動貨車、電動三輪車配送及低碳監控平台整合服務計畫，以降低人力蒐集數據成本，並優化減碳與物流效益。

機會影響面向		因應策略
價值鏈的影響	◆響應政府政策導入綠色採購方案、建立綠色產品及供應商資訊，將具環保標章或產品可回收性納入供應商評鑑及選商要點，強化與落實綠色採購思維。	◆與集團電動車零件供應商合作，共同開發零組件國產化，發展國內自有品牌，促進電動車普及。
氣候活動的影響	◆積極配合政府汰換1至3期車輛，近兩年車輛採購政策皆購買最新6期環保車輛為主，以降低排放污染。	◆實施燃油車汰換計畫，以降低運輸碳排放量10%，並降低車輛怠速時間20%。

財務衝擊		因應成本
對服務的需求增加導致收入	消費者環境意識提升，優先選擇更為環境永續的低碳旅運產品，進而增加營收。	資本支出增加： 2024年採購電動機車共70台，電動貨車共5台，採購金額為12,000,000元。
採用更高效率的作業模式	採用自動化的物流服務設施系統，有效降低能源消耗，減少碳足跡提升作業效率。	

機會一	採用更高效率的生產和配銷流程或運輸方式
	透過採用更高效率的運輸方式及更高效率的生產和配銷流程，例如使用網路技術最佳化送貨路線、減少怠速，可有效減少碳排放並進而提升公司形象，同時也有助於吸引更多關注環保價值觀的消費者。

機會影響面向		因應策略
服務的 影響	◆成本節省、配送效率增加、服務品質提升。	◆透過流程優化，配區重整及路順優化減少行駛里程及避免油料浪費，提高營運效能。
價值鏈和 影響	◆優化作業流程及加速配送時效，對客戶的滿意度提升，進而提升整體貨量。	◆提高供應鏈的透明度和可見性，確保準確的訊息流和物流，減少庫存和運輸延遲。
氣候調適或 減緩活動的 影響	◆減少溫室氣體排放、減少能源浪費、促進再生能源使用。	◆評估運送過程的碳排放，尋找減少排放的機會，例如改善能源效率、使用清潔能源、優化運輸路線和方式等，以降低企業的碳足跡。
新研發 或投資 的影響	◆降低成本、增加配送效率、提高市場競爭力、增強企業永續性。	◆將資源投入到技術創新和研發項目中，開發新的智慧AI資訊系統、路順規劃系統，提高效率和品質。
業務經營類 型或業務經 營設施所在 地的影響	◆擴大市場規模、增加集配貨量、減少環境影響。	◆增加自動化設備、更新作業系統，對場站營運設施進行改造和升級。

財務衝擊		因應成本
對服務的需求增加 導致收入增加	◆提高利潤、提升投入資本效率、加速資料回收週期、增加現金流、提高投資回報率。	資本支出及資本配置的調整： ◆新設場站及轉運中心增設自動化輸送設備、資訊開發及路順優化軟體，約1億元。

研發低碳產品和服務創新

提供綠色與低碳的供應管理和開發低碳服務，台灣宅配通將有機會透過因應氣候變遷帶來的挑戰開拓新的業務領域，不僅可以建立品牌差異化，吸引更多注重環保價值觀的客戶，還能夠提升消費者對企業的信任度，進而增強企業的市場競爭力和品牌形象。

機會影響面向		因應策略
服務的 影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆消費者環境意識提升，優先選擇更為環境永續的低碳物流服務，進而增加營收、提升聲譽與形象，可能新增潛在合作對象。 ◆採用低碳車隊或低碳節能標章應用於倉儲設備，可能提升品牌競爭力，滿足高端客戶需求，並回應市場需求，進而增加營收。 ◆低碳設備的投入，增加客戶以及政府單位信賴，內外雙贏。 ◆透過提高能源效率、減少資源浪費等方式，企業可以節省成本，提高生產效率，從而實現長期的成本效益，積極參與低碳創新，建立更加環保和可持續的品牌形象，有助於提高顧客忠誠度，增強品牌價值，並在市場上占據領先地位。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆推動電動車配送、環保包材應用等專案，以符合客戶期待，提升企業責任形象，增進客戶合作意願。 ◆推行客戶線上通知取件服務、LINE @文字客服、AI路線規劃，減少紙張使用、提供每日出車路線建議，降低車輛行駛里程和電話進線查貨服務。
供應鏈 和價值 的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆與供應商合作，選擇更環保和永續的原材料和生產方法，以降低碳排放和環境影響，提高整個價值鏈的效率和永續性。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆長期與供應商、客戶、政府等利益相關者合作，解決供應鏈和價值鏈中的問題，促進永續發展。

機會影響面向		因應策略
氣候調適或減緩活動的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆減少溫室氣體排放、降低營運風險和損失。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆制定長期碳排放減少計畫，提高能源效率、推廣清潔能源等方式，以減少碳排放。
新研發或投資的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆公司在市場上保持競爭力、增強消費者對企業的信心和認可，提高品牌價值及增加忠誠度。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆長期風險評估和管理計畫，減少不確定性對項目的影響，提升項目的穩定性。
業務經營類型或業務經營設施在地的影響	<ul style="list-style-type: none"> ◆政府的環保法規及政策對企業提供了發展的政策支持。 ◆規劃ESG專區網頁並連接公司官網平台，提升投資人對公司ESG相關策略之認識，以提升企業形象與好感度。 ◆ESG的成效可在現場站所廣告，取得現場客戶認可。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆推動交通和物流優化計畫，降低交通運輸次數、提高運輸效率、採用綠色交通工具，以降低碳排放。

財務衝擊		因應成本
低排放技術的投資回報	<ul style="list-style-type: none"> ◆研發低碳產品和服務創新可能需要大量的財務投入，短期內增加企業的成本負擔，對財務造成壓力，投報率需要一定的時間才能實現。 	<p>資本支出及資本配置的調整：</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆購買電動三輪車、油電貨車、場站增設太陽能板、更換節能LED燈具等節能設備投資，約1億元。

◆氣候變遷相關指標與目標

風險 1：利害關係人的關注與負面回饋增加					
項目	參與外部活動、評鑑取得成果	指標	<ul style="list-style-type: none"> ◆參與外部活動 ◆評鑑取得成果 	目標	取得 ESG 物流永續獎
風險 2：颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高					
項目	氣候減緩與碳足跡削減	指標	<ul style="list-style-type: none"> ◆使用低碳運具 ◆減少油耗 ◆採用省電設備 ◆綠色採購 	目標	以 2023 年為基準，於 2027 年達成減碳 3%
風險 3：平均氣溫上升					
項目	降低作業環境高溫危害	指標	無熱傷害產生	目標	<ul style="list-style-type: none"> ◆人員夏季制服配色及材質強化涼感設計（淺色、透氣布料） ◆增加工業型水冷扇降溫，於管制溫度時開啟降溫 ◆訂定高溫出車辦法，並執行司機的班別及路線的規劃，避免熱傷害造成之事故發生

機會 1：善用公共部門獎勵辦法

項目	節能減碳管理	指標	運輸排放量	目標	以2024為基準年，預計至2030年總碳排放降低3%
----	--------	----	-------	----	----------------------------

機會 2：採用更高效率的服務流程或運輸方式

項目	提升客戶體驗與經營績效	指標	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 客戶滿意度 ◆ 損益管理 ◆ D+1配達率 	目標	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 依每月品質部結算客訴案數 ◆ 依每月損益表比較預算達成率 ◆ 依每月D+1配達筆數 / 應配筆數的達成率
----	-------------	----	---	----	--

機會 3：採研發低碳和創新服務

項目	提升營運效率與永續性	指標	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 油耗管理 ◆ 件里程管理 ◆ 水電管理 ◆ 損益管理 	目標	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 每月結算各單位費用實績分析，以同期比 / 上月比及預算比計算達成率 ◆ 依每月損益表比較預算達成率 ◆ 水電-依預算目標 ◆ 實績與預算比之達成率
----	------------	----	---	----	--

4.5 供應鏈永續

◆ 供應商管理政策

避風險	隨著全球經濟變化快速，法規要求不斷增加，只能透過供應商風險管理整合到法律遵循及採購流程中，才能避免產生高額的成本。在供應產品的品質、價格、交期等容易受到影響，則也會影響至企業的成本及營運。
強韌性	在全球化經濟環境發展下，供應鏈韌性是企業應對短期衝擊的盾牌，更可以讓企業長期、永續發展。地緣政治的不確定性和企業的社會責任，也促使企業不斷優化供應鏈。透過供應商多元化、風險管理，以及整合 ESG 等策略，能夠保護公司供應鏈免受當前和未來的風險影響，並在不斷變化的市場環境中保持競爭力。
求永續	考慮供應商管理時，永續性是一個至關重要的因素。供應商管理的重要性以及如何以數據進行相關步驟： (1)提升決策效能：企業應該從整個供應鏈系統中找出潛在風險，並利用分析方法解決問題，以優化效率。 (2)減少成本浪費：透明掌握供應鏈資訊，減少供應鏈流程中的不確定性，例如避免缺料或庫存效期過短等情況。 (3)實現 ESG 永續：供應鏈的每個流程都涉及能源耗用、人力移動等項目，有效減碳將有助於 ESG 的環境面管理。

◆ 供應商遴選及評鑑機制

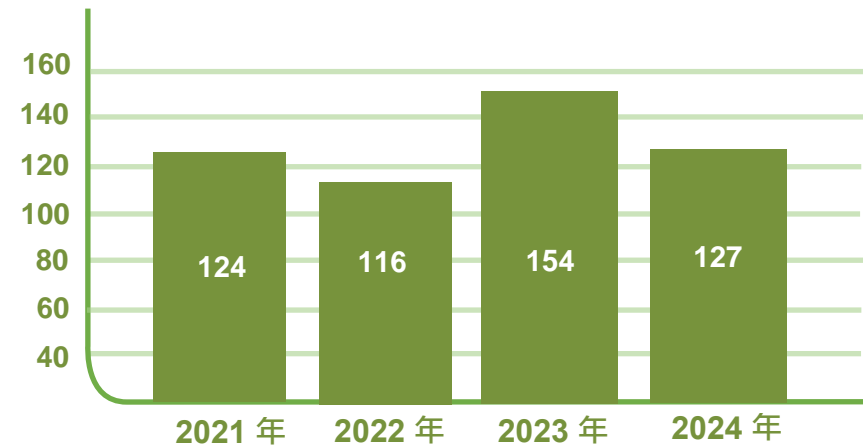
隨著自然資源日漸拮据，各產業對企業永續發展議題逐漸重視，本公司著重到在供應鏈的管理上應融入更多永續概念的精神，逐步把環境、社會與勞工實務等標準與相關議題加入供應商遴選機制中，以帶動整體供應鏈向上的發展。為維持供應物料品質無虞，公司針對供應商之遴選均做書面審查，檢視供應商基本資料，經核准後始得供應商品，並不定時進行抽檢複核納入規範管理。

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，針對供應商安全衛生重視程度、環保措施實施狀況、取得 ISO 認證/專業證照、員工教育訓練及計劃等項目亦列入評核，另針對製作企業社會責任報告書、有碳足跡認證及有執行溫室氣體盤查之供應商，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。

本公司評鑑合格的供應商需要具備下列項目：

1	資格認證	合格的供應商通常需要具備一些認證，例如 ISO 認證，以證明其品質管制體系符合國際標準。
2	技術能力	供應商需要具備足夠的技術能力，能夠按照規定的品質標準生產產品。
3	交貨準時性	供應商需要能夠按時交付產品，以確保生產計畫的順利進行。
4	合法資質	供應商必須具備合法的工廠登記證和公司營業執照。
5	環境和可持續性	供應商的環境影響和可持續性發展。因此，供應商需要提供相關的聲明和資料。

2023年宅配通公司依上開評核項目進行評鑑，合格廠商為154家；
2024年宅配通公司依上開評核項目進行評鑑，合格廠商為127家。



◆綠色採購

綠色採購及綠色消費為企業推動永續發展所不可或缺之核心價值。選購「低污染、省能資源、可回收」的環保產品，除創造綠色消費市場之商機，擴展綠色商品市場外，並藉此將綠色採購及綠色觀念導入公司既有管考制度，達到節能、減碳及營運成本降低之目的。要求供應商產品符合環保規範，以完整架構綠色採購制度，優先採購符合「環保標章」之產品。

◆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，本公司在包材採購策略上，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。2024 年，台灣宅配通包材採購比數為 424 筆，較 2023 年度減少 17 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 0.6% 減少至 0.0%，總計減少 0.6%。

▼ 包材採購

項 目	2022 年	2023 年	2024 年
總採購筆數	473	441	424
在地供應商採購比例	100%	100%	100%
採購品項境外加工金額比例	5.8%	0.6%	0.0%

備註：在地化採購係指向台灣本地設籍之供應商進行採購；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。

◆人權政策宣言


① 公平不歧視、不霸凌、不騷擾	② 營造良好的勞資關係	③ 禁用童工	④ 禁止強迫及強制勞動
⑤ 工時規範依循當地法令規定	⑥ 符合基本薪資	⑦ 提供安全、衛生與健康的工作環境	

◆具體管理方案

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，2024年針對企業社會責任、員工行為準則之課程與人權政策宣導，計1,740人次，合計5,220小時。
禁用童工	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，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	本公司保障促進、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。2024年身心障礙同仁達31位，優於法令進用比例，並佔員工總人數 1.5%，並針對職務再設計，讓身心障礙同仁也能工作無礙，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。

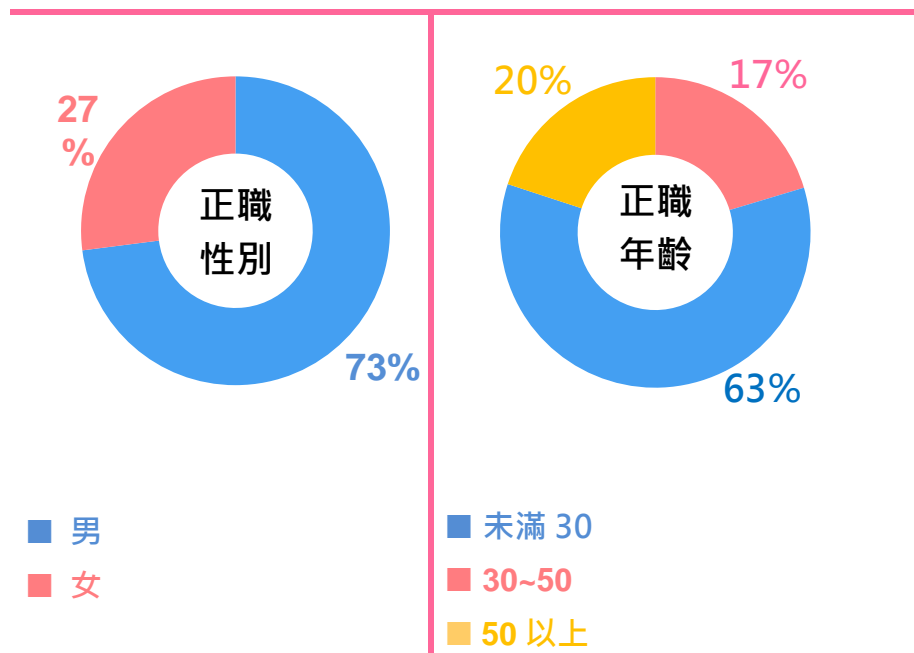
5.2 勞雇關係

◆重大主題

重大主題	SDGs	政策或承諾	管理措施	申訴溝通機制	執行成果	目標規劃
勞雇關係	5 性別平等 	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。	1.定期召開勞資會議及職工福委會議，並適時於會議中宣達公司營運資訊。 2.建立完善員工申訴機制：官網提供員工申訴信箱及申訴專線，並有完整申訴流程保障員工權益。	勞資會議 GRI 指標： GRI401-1~401-3	1.身心障礙及原住民員工數優於法令晉用比例。2024年共計 31 位身心障礙員工，佔員工總人數 1.5%。除身心障礙的員工外，同時雇用 33 位原住民員工，佔員工總人數 1.6%。 2. 2024 年計有 42 人提出育嬰留職停薪申請，復職率為 71.79%，留職率為 85.71%。在休假申請部分，全年度共有 25 人申請產假，22 人申請產檢假、25 位男性同仁申請陪產假。	1.外包人員與 MSD 人員輔導轉任 SD 人員。 2.出勤聲明及加班全面採無紙化作業。 3.與偏鄉教會合作原住民任用。 4.在職人員留任率提高，其他人員轉任 SD 留任率提高。
	權責單位： 人資部					

◆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 2024 年 12 月 31 日為止，員工人數合計為 2,057 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。2024 年共計 31 位身心障礙員工，佔員工總人數 1.5%。除身心障礙的員工外，同時雇用 33 位原住民員工，佔員工總人數 1.6%。



2024 全年度新進及離職員工結構 (2024 年 12 月 31 日在職人數)

員工分析		2022 年		2023 年		2024 年	
員工總數		2163		2130		2057	
勞雇類型		全職	兼職	全職	兼職	全職	兼職
性別	男	1555	61	1529	53	1446	55
	女	528	19	535	13	527	29
年齡	< 30	469	29	420	24	326	37
	30~50	1291	43	1232	32	1244	40
	> 50	323	8	412	10	403	7
勞雇合約		固定	非固	固定	非固	固定	非固
性別	男	0	1616	0	1582	0	1501
	女	0	547	0	548	0	556
勞雇分布情形		全職	兼職	全職	兼職	全職	兼職
北區	男	925	26	899	15	842	18
	女	350	8	351	7	342	21
中區	男	278	24	268	22	256	17
	女	65	5	66	0	60	2
南區	男	352	11	362	16	348	20
	女	113	6	118	6	125	6

非擔任主管職務之全時員工薪資資訊揭露路徑

公開資訊觀測站>彙總報表>公司治理>員工福利及薪酬統計>非
主管之全時員工薪資/非擔任主管職務之全時員工薪資資訊。

◆員工新進與離職分析

員工新進與離職分析		2022 年		2023 年		2024 年		
		總數	比例	總數	比例	總數	比例	
新進員工	當年度新進員工總數	1333	-	751	-	705		
	年齡	< 30	592	44.41%	308	41.01%	274	38.87%
		30~50	632	47.41%	354	47.14%	359	50.92%
		> 50	109	8.18%	89	11.85%	72	10.21%
	性別	男	991	74.34%	537	71.50%	479	67.94%
		女	342	25.66%	214	28.50%	226	32.06%
	學歷	研究所	13	0.98%	17	2.26%	5	0.71%
		大專院校	519	38.93%	294	39.15%	290	41.13%
		高中以下	801	60.09%	440	58.59%	410	58.16%
	離職員工	當年度離職員工總數	1344	-	790	-	771	-
年齡		< 30	545	40.55%	295	37.34%	293	38.00%
		30~50	677	50.37%	403	51.01%	390	50.58%
		> 50	122	9.08%	92	11.65%	88	11.41%
性別		男	1029	76.56%	574	72.66%	557	72.24%
		女	315	23.44%	216	27.34%	214	27.76%
學歷		研究所	14	1.04%	13	1.65%	10	1.30%
		大專院校	502	37.35%	288	36.45%	294	38.13%
		高中以下	828	61.61%	489	61.90%	467	60.57%

◆新進比率 (當年度該類別之新進員工總數 / 當年度之新進員工總數)

◆離職比率 (當年度該類別之離職員工總數 / 當年度之離職員工總數)

◆2023 年起，新進與離職人數分析，年資未達 1 個月人員將不納入統計。

◆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：

宅配通公司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，2022 年同仁眷屬投保人數為 1,349 人。

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

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

3. 其他福利事項

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

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

(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 2005 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)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。2024 年計有 42 人提出育嬰留職停薪申請，復職率為 71.79%，留職率為 85.71%。在休假申請部分，全年度共有 25 人申請產假，22 人申請產檢假、25 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。

2022-2024 年育嬰留職停薪申請及復職率統計表

No.	項 目	2022 年			2023 年			2024 年		
		♀	♂	小計	♀	♂	小計	♀	♂	小計
A	具有育嬰假申請資格人數	18	27	45	17	30	47	25	25	50
B	實際申請育嬰留停人數	14	16	30	12	17	29	25	17	42
C	育嬰留停應復職人數	8	14	22	11	15	26	22	17	39
D	育嬰留停實際復職人數	7	6	13	6	8	14	16	12	28
E	前一年度育嬰復職人數	5	4	9	7	6	13	6	8	14
F	前一年度育嬰復職持續工作一年人數	5	3	8	7	5	12	5	7	12
G	復職率	87.50%	42.85%	59.09%	54.54%	53.33%	53.84%	72.73%	70.59%	71.79%
H	留職率	100%	75%	88.88%	100%	83%	92.30%	83.33%	87.50%	85.71%

■單位：人

■說明：◆具有育嬰假申請資格人數(A)：當年度請過產假(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

◆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

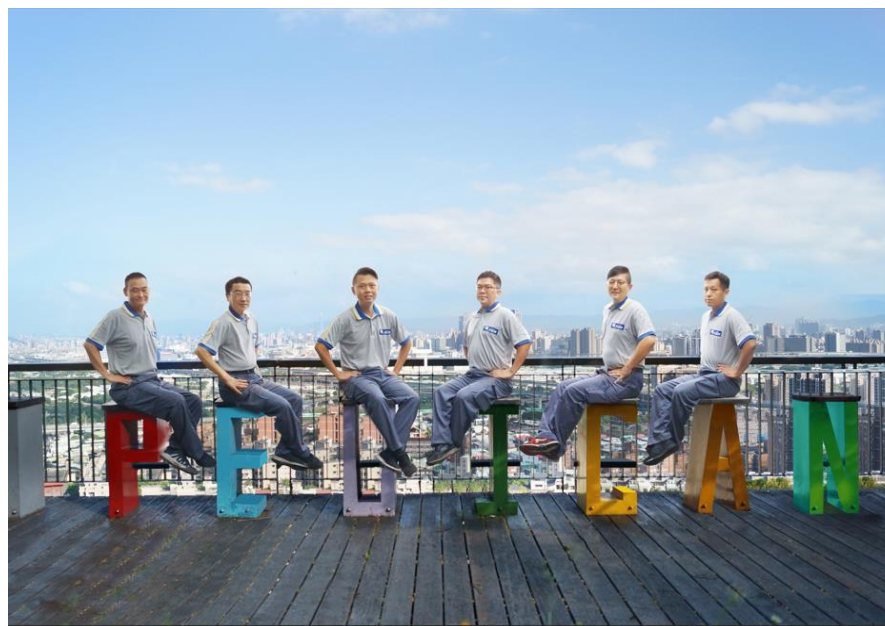
公司以處長職以上主管為「高階管理階層」，依公司組織版圖：苗栗以北為北區，苗栗以南至嘉義以北為中區，嘉義以南含花東為南區，共分為三個處六個區，並以營業據點區分。

六個區分為：北一營運處(包含北一區、北二區)、北二營運處(北三區)、南部營運處(中運區、南一區、南二區)，共三位處長負責

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。

2024 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
北一營運處	1	1	100%
北二營運處	1	1	100%
南部營運處	1	1	100%



5.4 員工多元化與平等機會

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

一、人才招募

校園招募、海外招募、持續聘用身心障礙者、原住民。

二、落實人才發展

- ① 建立多元與完整的人員發展架構。
- 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。

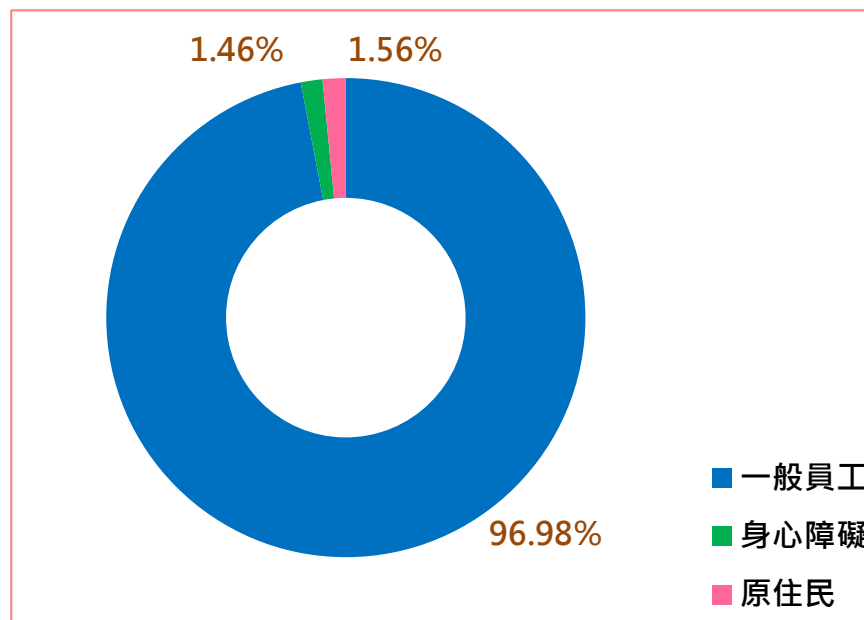
◆未來目標

- ① 身心障礙及原住民員工數持續優於法令晉用比例。
- ② 針對管理職主管、正職員工，提供不同訓練課程。

◆多元任用比例

多元員工	一般員工	法定應聘身心障礙人數(註一)	實際聘僱身心障礙員工數	原住民員工數
人數	2057	21	31	33

註一：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


董事多元化指標		2022年		2023年		2024年	
		人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
性別	男	9	82%	9	82%	10	91%
	女	2	18%	2	18%	1	9%
年齡	81~90	1	9%	1	9%	1	9%
	61~70	5	45%	4	36%	4	36%
	51~60	4	36%	5	45%	4	36%
	41~50	-	-	-	-	1	9%
	31~40	1	9%	1	9%	1	9%
學歷	博士	4	36%	3	27%	3	27%
	研究所	5	45%	6	55%	6	55%
	大專院校	2	18%	2	18%	2	18%

◆董事會性別比例



5.5 人才培訓與職涯發展

◆管理方針

重大主題	SDGs	政策或承諾	管理措施	申訴溝通機制	執行成果	目標規劃
<p>訓練與教育</p>	<p>4 優質教育</p> 	<p>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，每年規劃人才養成訓練制度。</p>	<p>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>滿意度調查</p> <p>GRI 指標： GRI404-1~ 404-3</p>	<p>1.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)。</p> <p>2.發展員工專業能力：</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆新進人員輔導與訓練 ◆基層幹部與主管養成培訓 ◆品質提升訓練 ◆快樂工作訓練 	<p>1.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，提高企業內部員工忠誠度、提高留任意願。</p>

◆企業人才培訓

員工是企業永續發展最重要的資產，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。

2024 年教育訓練總共投入 612 仟元，平均每人訓練費用 298 元。

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；2024 年學員對於課程的滿意度為 93.24%。

◆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。

◆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

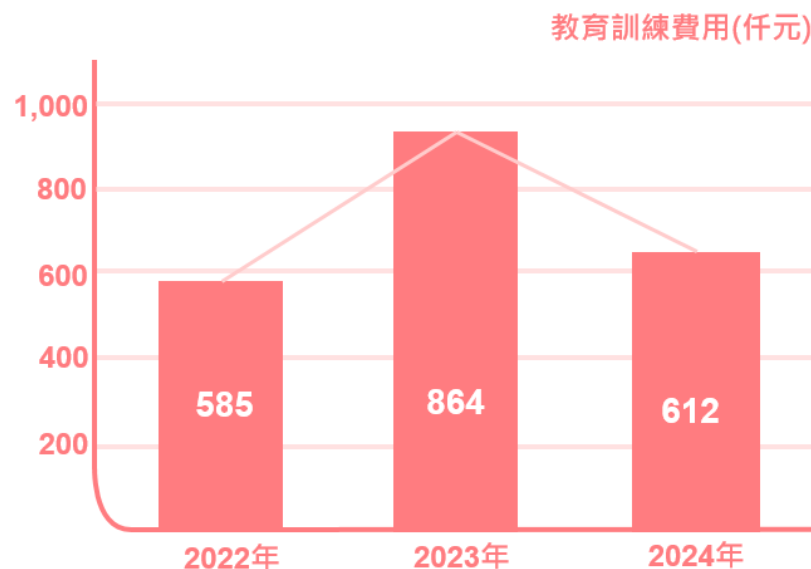
📖 學員培訓無紙化，線上課程不印製講義減少紙張浪費

📖 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

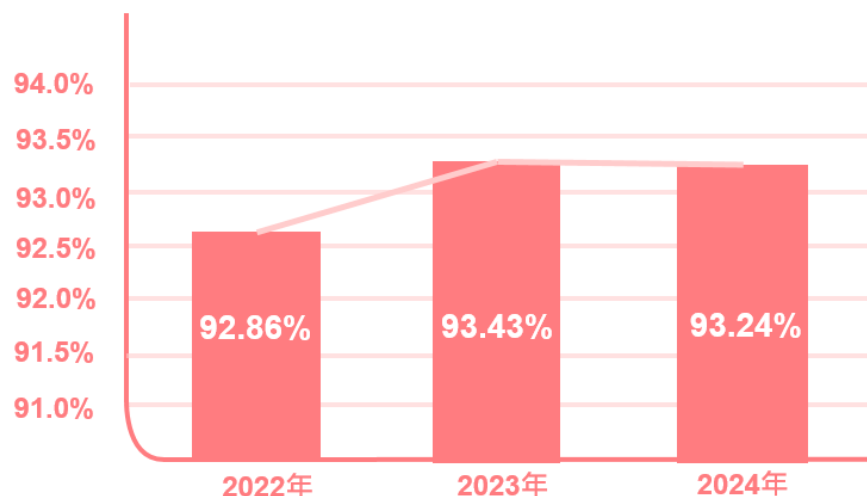
📖 課後滿意度調查全面使用線上問卷，無紙張使用

📖 推行數位學習課程

▼ 2020~2024 年 教育訓練費用



▼ 2020~2024 年 課後滿意度






◆ 員工發展學習地圖

為強化員工專業能力與整體組織競爭力，我們依據不同職級規劃各階段的「學習地圖」，涵蓋新進人員訓練、在職培訓、儲備幹部培訓、主管在職訓練等課程，協助同仁持續提升職能與自我發展，亦展現本公司對員工培育及人才永續的承諾。透過階段式的職能訓練設計，員工可依職涯發展階段取得相應知識與技能，建立清晰的職能成長藍圖，落實企業內部人才的永續循環與發展。

	新進人員訓練	在職人員訓練
基層人員	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 品質作業規定 ◆ 法遵知識 ◆ 用車安全 ◆ 職業安全衛生員工健康促進及福利制度 ◆ 人事規章制度 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 法令遵循課程 ◆ 日常作業技能提升 ◆ 職場態度與正向思維
儲備幹部	儲備專員培訓	
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 幹部營運管理技能 ◆ 日常作業規範及異常處理流程 ◆ 品質規範及服務品質提升 ◆ 團隊合作訓練 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 職業安全管理 ◆ 品質管理清單實務操作 ◆ 車輛安全點檢實務
儲備主管	儲備經理培訓	
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 問題分析與解決能力 ◆ 財務管理及成本費用管理 ◆ 品質績效控管 ◆ 法律知識 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 主管營運管理技能 ◆ 領導溝通能力與口才表達 ◆ 職業安全管理
主管	主管在職訓練	
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 法令遵循課程 ◆ 營運管理技能提升 ◆ 營運報表使用及各項成本費用控管 ◆ 品質控管及業績開發 	

◆發展員工專業能力

2024 年教育訓練執行成果	
全年度教育訓練執行	新進人員訓練
 <ul style="list-style-type: none">★平均每人訓練時數 9.47 小時★全年度平均滿意度 93.24%★訓練時數較 2023 年增加 1.12%	 <ul style="list-style-type: none">★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 756 人參訓並通過課後測驗
品質提升訓練	基層幹部與主管養成培訓
 <ul style="list-style-type: none">★品質提升訓練累計 324 人參訓，滿意度 92.95%	 <ul style="list-style-type: none">★基層幹部與主管養成培訓共開辦 2 梯次，計 39 位主管參加，滿意度 96.0%。

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。2024 年共計 756 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。2024 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 28 人參訓。



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。



▲ 教室講師授課



▲ 結訓合影



▲ 實務操作說明



▲ 實務操作



▲ 主題式活動學習--漆彈團隊競賽



▲ 主題式活動學習--人體手足球



▲ 教室授課



▲ 課堂討論



▲ 主題式活動學習-溝通與衝突管理



▲ 課堂演練



▲ 期末成果報告



▲ 儲備經理結訓合影

(三)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 17 個梯次與品質提升相關課程，累計參加人數 324 人。

◆教育訓練概況

時數/費用	2022 年			2023 年			2024 年		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
總訓練時數	5,776.0	11,412.0	17,188.0	4,071.5	14,014.5	18,086.0	5,360	14,126	19,486
總受訓人數	479	1,168	1,647	641	1,915	2,556	641	1,691	2,332
每人平均訓練時數	10.56	7.06	7.95	7.43	8.86	8.49	9.64	9.41	9.47
主管職平均訓練時數	23.82	19.58	20.42	18.15	23.51	22.39	20.40	23.42	22.72
非主管職平均訓練時數	9.79	6.04	7.00	6.79	7.69	7.45	8.92	8.23	8.42
全年教育訓練費用(元)	585,843			864,191			612,260		

公司每年持續開辦各類型訓練課程，2024 年度受訓人數為 2,332 人，每人平均訓練時數為 9.47 小時。其中，女性員工每人受訓平均時數為 9.64 小時，男性員工為 9.41 小時。若以員工類別來看，管理職每人接受訓練平均時數為 22.72 小時，一般人員為 8.42 小時。

◆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**，2024年度共192人晉升，其中41人晉升主管職。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。


▼ 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比

人數/比例	2023 年			2024 年		
	女	男	合計	女	男	合計
員工總人數	548	1,582	2,130	556	1,501	2,057
定期接受績效考核人數	447	1,336	1,783	459	1,250	1,709
主管職定期接受績效考核人數	31	116	147	34	115	149
非主管定期接受績效考核人數	416	1,220	1,636	425	1,135	1,560
定期接受績效考核比例	81.57%	84.45%	83.71%	82.55%	83.28%	83.08%

註：考核對象為當年度截至 2024/12/31 到職滿三個月之正職人員，不含 2024/12/26 契約轉正職之人員。

5.6 員工健康與安全

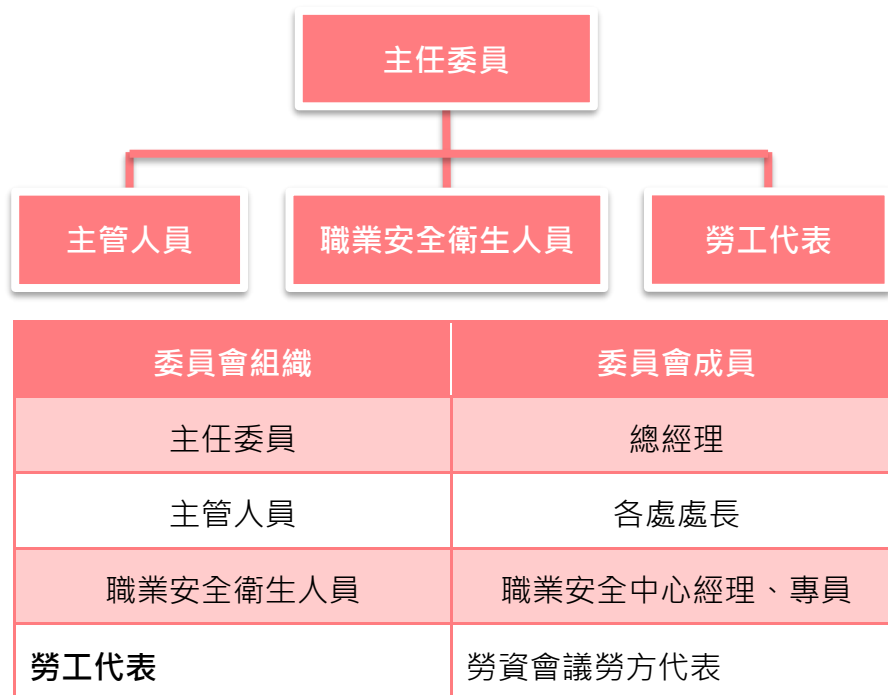
◆ 重大主題

重大主題	SDGs	政策或承諾	管理措施	申訴溝通機制	執行成果	目標規劃
員工健康與安全	3 良好健康和福祉 	提供安全與健康工作環境，持續更新及履行法規要求事項，消除危害及降低環境安衛風險，以預防因工作引起的傷害及有礙健康之事件發生，形塑一個共好的文化。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 設置職業安全衛生委員會。 2. 依現行職安法規要求訂定職業安全衛生政策，並訂定員工安全衛生工作守則及職業安全衛生管理計劃。 3. 健康促進與關懷： <ol style="list-style-type: none"> (1) 每年辦理員工健康檢查，對高風險族群安排職醫諮詢及工作負荷監控。 (2) 健康促進活動及教育訓練。 (3) 女性勞工母性健康保護。 	勞資會議、職業安全衛生管理委員會 GRI 指標： GRI403-1 ~ 403-10	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每季分站職業安全衛生巡檢。 2. 各類職業證照教育訓練 2024 年共 144 梯次，參加人數 250 人。 3. 2024 年年度健檢 1800 人次，醫師臨場面談服務 130 人次，健康指導與疾病預防提供專業建議。 4. 採用 Framingham risk score 計算 10 年內心血管疾病發病風險，辨識及評估高風險群，2024 年安排 17 場醫師面談及健康指導。 5. 舉辦職場健康促進減重比賽，發與優勝者現金獎勵，藉以激勵員工控制 BMI 預防心血管疾病。 6. 導入人因鑑別系統，透過員工填寫人因鑑別檢核表，辨識出高重複性作業人因風險作業類型，員工填寫人因鑑別檢核表之完成度為 100%。 7. 2024 年職業災害每季控制於 10 件以下。 8. 2024 年職業災害每季損失工時 3,000 時/季以下(不含上下班意外事故損失)。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遵守職安法規，保障勞工安全。 2. 健全安衛管理系統：落實安衛管理，完成零災害之目標。 3. 重視職場安衛：落實職場紀律，提昇勞安意識。 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。 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。
	權責單位： 職安中心					

◆職業安全衛生委員會

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「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，其中勞工代表占委員總人數 1/3 以上，並於當年度 3 個月召開一次會議。

▼圖 2024 年安全衛生委員會組織



本公司內部規則及管理包含下列工作者：

- 1.組織的員工：有僱傭關係的工作者。
- 2.非員工之工作者：指不具備僱傭關係。

承攬商與分包商：在組織指揮監督的場域內作業的人員。

實習生或自營作業者：若其工作受到組織指揮監督，即納入範圍。

派遣勞工：由外部機構指派但在組織指揮管理下工作的人員。

- 3.工作者人數及占比：

正職：2,056 人 (占 82%)

個人外包、人派：437 人 (占 18%)



◆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」，提升安全意識與安全參與：

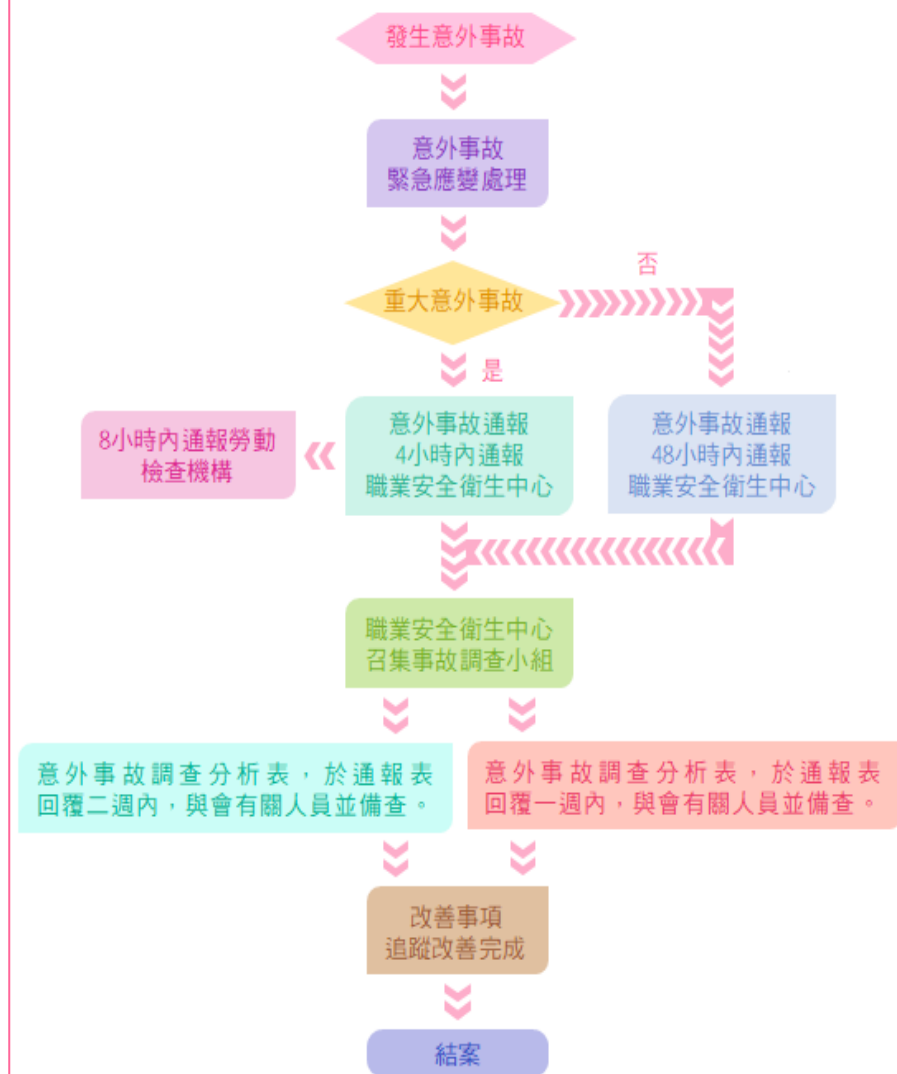
(1)職業安全衛生巡檢

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)意外事故通報、調查、處理、分析機制

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。

台灣宅配通(股)員工意外事故調查處理程序流程圖



項目/年度		2022 年	2023 年	2024 年
總經歷工時		4,288,320	4,205,408	4,127,896
職業傷害造成的死亡事故	人數	0	0	0
	比例	0	0	0
嚴重的職業傷害 (排除死亡人數)	人數	1	1	0
	比例	0.23	0.23	0
職業病	人數	0	1	0
	比例	0	0.23	0
可記錄之職業傷害 (含死亡人數、嚴重 職業傷害人數)	人數	43	43	54
	比例	10.02	10.22	13.08

備註：

- 1、可記錄之職業傷害不包含員工的上下班交通事故。
- 2、嚴重的職業傷害包括職業傷害而導致死亡、或導致工作者無法、難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害。
- 3、職業傷害所造成的死亡比例=職業傷害所造成的死亡人數/工作小時*1,000,000。
- 4、嚴重的職業傷害比例=嚴重的職業傷害數(排除死亡人數)/工作小時*1,000,000。
- 5、職業病比例=職業病人數/工作小時*1,000,000。
- 6、可記錄的職業傷病比例=可記錄的職業傷害比率(含死亡人數、嚴重職業傷害人數、職業病)/工作小時*1,000,000。

(3)教育訓練

2024 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」等各類職業證照安全衛生教育訓練，提升各級主管及同仁之安全衛生認知與能力及專業技能。

▼ 2024 年各類職業證照訓練梯次(場次)及參加人數

序號	課程名程	場次	人數
1	職業安全衛生業務主管教育訓練(初訓)	8	10
2	職業安全衛生業務主管教育訓練(複訓)	23	35
3	防火管理人員訓練(初訓)	11	14
4	防火管理人員訓練(複訓)	17	31
5	急救人員在職訓練(初訓)	14	17
6	急救人員在職訓練(複訓)	17	27
7	荷重在一公噸以上之堆高機操作人員教育訓練(初訓)	13	19
8	荷重在一公噸以上之堆高機操作人員教育訓練(複訓)	39	92
9	起重機操作人員在職教育訓練(複訓)	2	5
總計		144	250

◆健康促進與關懷

一、健康檢查及管理

(1)員工巡迴一般健康檢查

本公司優於勞工健康保護規則的定期實施一般健康檢查頻率，對在職勞工，每年實施巡迴一般健康檢查，依異常工作負荷促發疾病預防指引：採用 Framingham risk score 計算 10 年內心血管疾病發病風險，辨識及評估高風險群，安排醫師面談及健康指導，從預防角度推動職場健康管理，採取促進勞工身心健康之相關措施，為勞工打造更為友善及健康之職場環境，確保勞動者之權益。

統計表			
年份	2022 年	2023 年	2024 年
場次	49 場	50 場	48 場
人數	1,802 人	1,862 人	1,800 人



(2) 辨識及評估高風險群

依巡迴一般勞工健康檢查報告，推估心血管疾病發病風險程度：以勞工健康檢查報告之血液總膽固醇、高密度膽固醇、血壓等檢核項目，採用 Framingham risk score 計算 10 年心血管疾病發病風險。

年份	10 年內心血管疾病發病風險統計表		
	2022 年	2023 年	2024 年
低度危險(<10%)	1,513 人	1,551 人	1,497 人
中度危險(10-20%)	231 人	304 人	271 人
高度危險(>20%)	36 人	49 人	51 人
極高風險(>30%)	3 人	5 人	7 人

依「預防輪班、夜間工作、長時間工作等異常工作負荷促發疾病執行紀錄表」，請勞工填寫「過勞量表」、「過負荷評估問卷」，綜合評估勞工職業促發腦心血管疾病之風險程度，安排醫師面談及健康指導，並由醫師填寫「面談結果及採行措施表」。

(3) 安排醫師面談及健康指導

由從事勞工健康服務之醫師至本司辦理醫師臨場健康服務並親自面談勞工，防止高危險群或是有危險性的勞工，因過度操勞而促發腦心血管疾病，並期望達到早期發現、早期治療的目的。

醫師臨場健康服務統計表			
年份	2022 年	2023 年	2024 年
場次	15 場	15 場	17 場
人數	90 人	154 人	130 人



二、健康促進活動及教育訓練

(1) 職場不法侵害預防之教育訓練

為提升幹部危害預防及溝通技巧訓練，本司對於職場不法侵害預防之教育訓練，聘請「臨床心理師 - 蘇益賢講師」於 2024 年辦理「身為幹部職場情緒管理及高情商溝通法則講座」，使幹部學習辨識勞工舉止及行為變化，應變職場不法侵害發生時處理之能力等。

2024 年身為幹部職場情緒管理及高情商溝通法則講座統計表

場次	人數
北部上午場次	23 人
北部下午場次	29 人
中部場次	17 人
南部場次	17 人



(2) 減重比賽

去年度本司健康檢查報告統計，過重率為 22.99%、肥胖率為 37.97%；過重率及肥胖率加總為 60.97%。為鼓勵員工規律運動、健康飲食，促進員工身心靈的健康，以愉快、正向的心情工作，減少缺席率，提昇工作品質、效率與活力，達成健全成長與永續發展，故於 2024 年辦理減重比賽，總獎金高達 30,000 元整。

2024 年減重比賽統計表

個人賽	44 人
團體賽 (3 人一組)	11 組

▼ 2024 年減重比賽頒獎

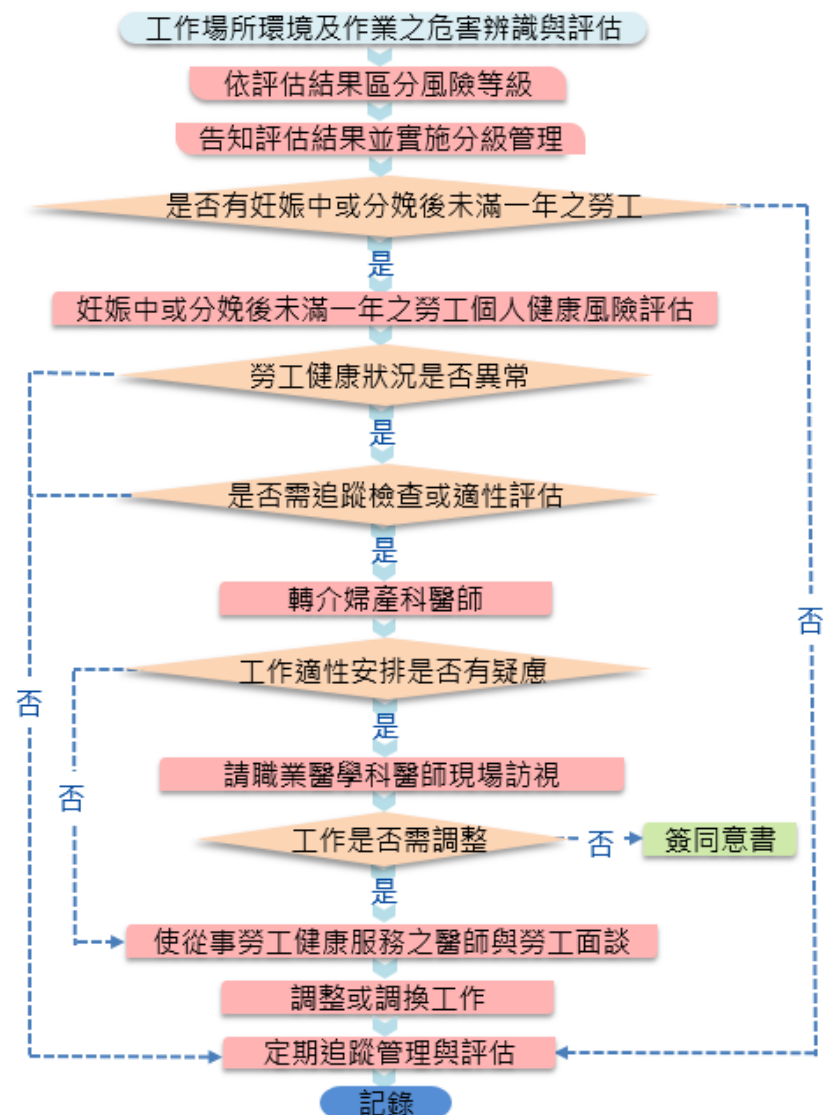


三、女性勞工母性健康保護

由職業安全衛生人員負責工作場所環境及作業之危害辨識與評估、風險分級及工作環境改善與危害控制管理；再由勞工健康服務醫護人員與育齡期間之女性勞工面談，尤其是妊娠中或分娩後未滿 1 年之女性勞工，藉由面談，由其主訴或透過一般之理學檢查等，提出評估健康危害、風險分級、工作適性評估及危害控制建議等；並由人力資源人員協助提供應接受健康管理之女性勞工資料，如妊娠或產假人員清冊、工作部門及工時排班等，並依評估及建議調整女性勞工之工作內容及工時排班。對於懷孕期間從事確實有害於健康工作之勞工，給予特別保護，以打造尊嚴勞動及安全之職場環境，確保勞動者之權益。

工作場所母性健康保護統計表			
年份	2022 年	2023 年	2024 年
人數	12 人	23 人	17 人

母性健康保護措施推動之流程圖



◆健康職場認證

衛生福利部國民健康署 - 健康職場推動中心，健康職場認證制度，依生理工作環境、社會心理工作環境、個人健康資源、企業社區參與與八大推動步驟（啟動、整合、需求評估、優先順序、計畫、執行、評價與改善），推動健康促進。本司於 2024 年加入推動職場健康促進行列，榮獲「健康職場認證·健康促進標章」，持續推動健康勞動力，朝向永續發展的目標。

▶ 健康職場認證 · 健康促進標章（中文版與英文版）



5.7 事故與安全管理

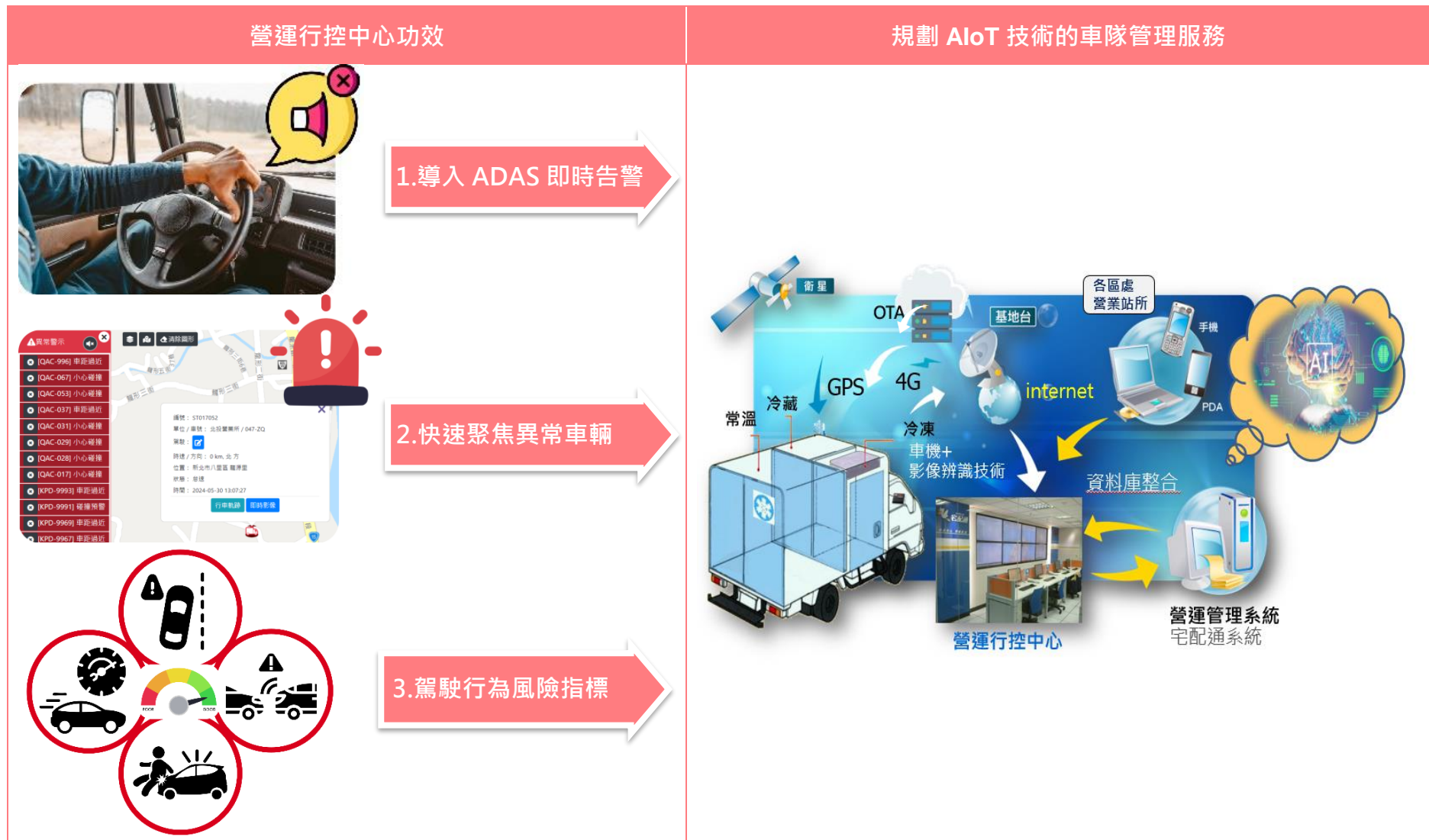
撰寫意義及原因	行動計畫	未來目標
<p>1. 為確保宅配通公司車輛於執行業務行駛過程中之駕駛人員及車輛安全，本公司每年針對發生交通事故肇事件數、賠償金額進行統計，另針對造成交通違規案件次數及罰鍰進行統計，檢視其發生主要原因並進行重點管理。</p> <p>2. 透過本公司營運行控中心所建立車隊管理系統，運用影像辨識技術即時掌握車輛動態，並整合數據生成相關報表，以便即時監控與管理，確保駕駛與用路人安全。</p> <p>3. 宅配通公司車輛管理秉持以下原則： 遵守「交通安全」規則：知法、守法、信法。培養優良「駕駛道德」：謙、忍、讓。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ◆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。 ◆導入 ADAS，強化系統管理功能。 ◆每年度針對交通事故重大案件進行教育訓練。 ◆每日使用日點檢 APP 執行車輛檢查確認車輛安全狀態。 ◆2024 年發生之道路事故與事件次數為 179 件。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆持續降低道路交通事故肇事件數，當年度發生車故之目標數，須低於當年度車輛數之 10% 以下。 ◆持續降低道路交通違規次數。 ◆逐年增加車安教育訓練次數。

◆管理成效

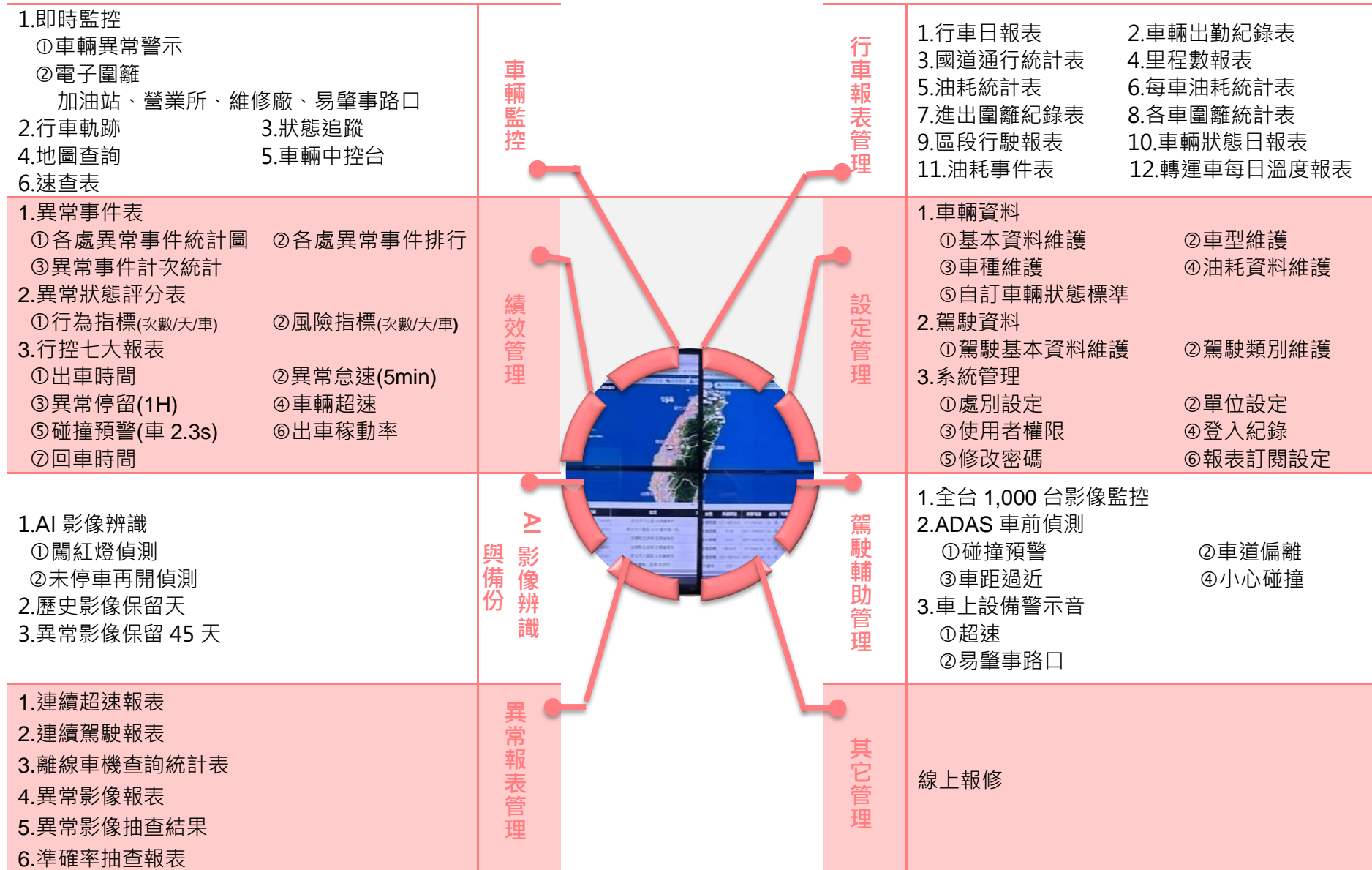
	2023 年與 2022 年之差異	2024 年與 2023 年之差異
車輛道路交通違規次數	減少 18 %	減少 29%
車輛道路交通違規罰鍰	減少 2 %	減少 17 %
車輛事故數	減少 5 %	減少 3%
車輛事故賠償金額	增加 14 %	減少 49%

◆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、數據分析

GPS 定位回傳之訊號進入系統後，系統會連結地圖道路速限，精準判別車輛是否超速，再由系統同步發出警告至管理平台與車機端語音提醒駕駛注意行車安全。

此外，系統也利用回傳之訊號比對地圖圍籬，可判斷車輛於何時進出營業所、維修廠、加油站等，這些數據可應用於多項管理作業，例如：

- ❶ 比對各營業所的回車時間，以掌握實際運行狀況。
- ❷ 監測加油站圍籬進出紀錄，並與加油卡上傳數據交叉比對，以強化管理作業，提升運行效率。

透過這些分析與應用，系統可有效輔助管理端作業，進一步提高車輛監控與營運管理的精準度。

四、行車影像即時監控、影像雲端調閱

系統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。

(1)商業智慧系統整合

系統可即時統整全台物流車資訊至行控中心，使管理者能迅速掌握各地狀況與營運目標。並可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。

(2)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駕駛安全。更進一步導入 AI，於車輛以 ADAS 偵測進行即時影像辨識，辨識類型有車道偏離警示、行人、腳踏車、汽車之碰撞警示，預判車前可能發生潛在危機時，主動發出告警語音提醒駕駛注意路況並將該事件回傳至系統紀錄進行駕駛行為分析，於系統端，透過車上影像回傳，進行闖紅燈及未停車再開違規辨識，可結合行車歷程紀錄進行違規事件分析管理，並擷取違規影像片段保存，方便管理者進行查核。

透過數據分析駕駛之行車習慣及行車路線，針對違規駕駛
透過教育訓練與宣導提醒駕駛避免違規，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。

闖紅燈偵測



未停車再開偵測



ADAS-車道偏離



ADAS-碰撞警示



超速警示



5.8 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 2024 年公益活動條列如下：

捐贈大嘴鳥一畝田收成白米 750 公斤



大嘴鳥一畝田收成的 750 公斤白米共 25 袋，捐贈「臻佶祥食物銀行-瑞穗倉庫」，這批白米能幫助花東偏鄉地區的弱勢家庭，能實質支柱當地需要協助家庭的溫飽，這份心意也能再喚起更多人對於糧食共享與社會責任的重視，傳遞更多關懷與愛心到花東偏鄉。

宅配通傳遞品格教育，傳遞愛



宅配通始終帶著回饋社會的心，連續六年與華書基金會攜手合作「英文品格多元教學」傳遞愛。2024 年寒暑假開學前夕將公益宅配英文多元品格教材宅配至三所小學，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、持續成長茁壯，宅配通期許學生藉由英文品格教育永續深耕！

公益配送原住民表演票券



宅配通支持東元科技文教基金會舉辦《驚嘆樂舞—臺灣原住民樂舞饗宴》公益宅配贊助 500 件票券。

「驚嘆樂舞」首次移師高雄衛武營辦理，邀請七個原住民傳習團隊，展演排灣族、阿美族、布農族、鄒族、太魯閣族等五個族群的傳統樂舞與祭典，追古溯源精彩絕無。此外，增加部落孩童學習的機會，在課業、體能外還學習到才藝方面的演出。

大嘴鳥守護海洋 公益淨灘活動



宅配通用心秉持 ESG 永續經營的理念，於 2024 年 2 月及 9 月以實際行動參與守護海岸環境的維護，號召員工參與淨灘公益活動，地點於新北市淡水區洲子灣海水浴場的海岸，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，也希望台灣淨土達到「零負擔」，積極朝向友善環保家園齊心努力！

此活動同時也關懷弱勢團體能有自立工作的機會，特向唐氏癌基金會的愛不囉嗦庇護商店購買點心餐盒，讓身心受限的唐氏症寶寶能自立工作回饋社會注入正向能量。

復育桃園市大溪區的溼地



桃園市大溪區南興庄地區主要溪流是「茄苳溪」，因當地豆干產業的發達，此溪受到豆渣廢水的汙染，已長年處於重度污染的慘況無法獲得有效改善。

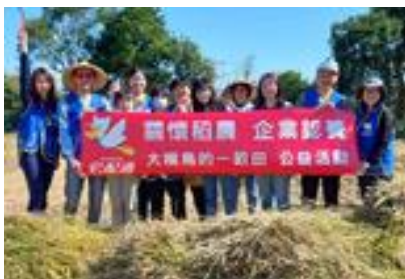
東元集團號召宅配通與關係企業協助棲地營造「濕地復育活動」，打造棲地築堤生態溝渠、移除水域裡的福壽螺入侵溼地，另外再種植水生植物，恢復生態共存共榮的永續環境。

維護雪霸國家公園原生生態



宅配通攜手雪霸國家公園管理合作移除外來種植物，先透過課程介紹汶水遊客中心周邊低海拔外來種植物入侵的危害，包含銀合歡、大花咸豐草及小花蔓澤蘭等外來種植物，台灣宅配通與保七總隊第五大隊夥伴以實際行動共同維護國家公園的原生生態，移除面積 0.1 公頃，共移除了 400 公斤成果豐碩，恢復國家公園周邊原生種棲息地並守護原生物種之生物多樣性。

關懷稻農 大嘴鳥一畝田



宅配通於桃園市大溪區認養 0.25 公頃的一畝田，將認養基金受惠予辛苦的農民王連寶先生，為台灣土地與稻農盡一份心力，於 8 月時號召同仁捲起衣袖用愛心種下秧苗，12 月在去收割優質的台灣白米，以表達企業對土地的關懷並對環境的永續經營。後續再規劃將收割的稻米捐贈予需求米的社福團體使用。

宅配通協助「寒士就業計劃」



2024 年 08 月宅配通不忘支持人安基金會舉辦「寒士慶中秋」活動，連續五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「蔓泰食品」，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



宅配通長期關注弱勢族群，攜手忠義基金會推動「公益宅配」計畫，至今已邁入第十年，持續以行動實踐公益理念。協助將全球人壽的義賣的石虎米與藍鵲茶公益宅配送達到認購的民眾手中，省下的萬元運費投入幫助弱勢兒童順利返校就學。宅配通用實際行動將愛心傳遞到每一個需要幫助的角落，持續溫暖社會、守護孩童平安成長。

預計 2025 年與金石堂網路合作「希望書包」與文具組的公益宅配，以實際行動幫忙弱勢孩童安心就學，此案可幫助六大社福機構募集 21,814 份，含家扶基金會、失親兒基金會、台灣世界展望會、中華育幼機構兒童關懷協會、臺灣兒童權益聯盟、至善基金會扶助個案指定地址，讓開學前宅配交到孩童手上，讓孩子感覺到來自各地溫暖的力量，願他們能安心上學、自在學習，勇敢迎向未來。



5.9 顧客健康與安全

◆ 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、提供多次再配送服務

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 2024 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。

四、親切

4-1、親切的宅配服務

本公司設有客戶服務專線及線上智能客服系統，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。

客戶諮詢	客服專線	服務時間(全年無休)
消費者服務專線	(02)6618-1818	08:30~19:00
契約客戶服務專線	(02)7741-5666	08:30~19:00
桃園機場服務專線	0800-043-043	06:00~23:30

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。



5.10 行銷與標示

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。本公司倘若產品不符合規定，皆須修正後再重新送審。

本公司供應商評選資格，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。本公司 2024 年並無發生未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件、未遵循行銷傳播相關法規的事件及違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件

◆ 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

06

總結及附錄

6.1 GRI 內容索引表 (依循 GRI 準則)

使用聲明：台灣宅配通已參考 GRI 準則報導 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間內，GRI 內容索引表中引述的資訊。

使用的 GRI 1：基礎 2021

適用的 GRI 行業準則：不適用

GRI 2 / 一般揭露 2021		
揭露項目	章節	頁碼
2-1 組織詳細資訊	1.3 關於台灣宅配通	11-12
2-2 組織永續報導中包含的實體	1.3 關於台灣宅配通	11-12
2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	3-4
2-4 資訊重編	關於本報告書	4
2-5 外部保證/確信	關於本報告書證書	4 154-155
2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	3.1 營運策略	25
2-7 員工	5.2 勞雇關係	106-107
2-8 非員工的工作者	5.2 勞雇關係	107

2-9 治理結構及組成	3.1 營運策略 3.2 風險管理制度	32-38
2-10 最高治理單位的提名與遴選	3.2 風險管理制度	33-36
2-11 最高治理單位的主席	3.2 風險管理制度	33
2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	3.2 風險管理制度	37-38
2-13 衝擊管理的負責人	3.2 風險管理制度	37-38
2-14 最高治理單位於永續報導的角色	3.2 風險管理制度	37-38
2-15 利益衝突	3.2 風險管理制度	34
2-16 溝通關鍵重大事件	3.2 風險管理制度	34
2-17 最高治理單位的群體智識	3.2 風險管理制度	33
2-18 最高治理單位的績效評估	3.2 風險管理制度	35
2-19 薪酬政策	3.2 風險管理制度	36
2-20 薪酬決定流程	3.2 風險管理制度	36
2-21 年度總薪酬比率	3.2 風險管理制度	37
2-22 永續發展策略的聲明	1.1 永續策略目標	6-8
2-23 政策承諾	1.1 永續策略目標 1.2 經營承諾	6-10

2-24 納入政策承諾	1.1 永續策略目標 1.2 經營承諾	6-10
2-25 補救負面衝擊的程序	2.1 利害關係人鑑別及溝通	17-18
2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	2.1 利害關係人鑑別及溝通	17-18
2-27 法規遵循	3.2 風險管理制度	40-42
2-28 公協會的會員資格	1.3 關於台灣宅配通	14
2-29 利害關係人議合方針	2.1 利害關係人鑑別及溝通	16
2-30 團體協約		不適用

GRI 3 / 重大主題 2021		
揭露項目	章節	頁碼
3-1 決定重大主題的流程	2.2 重大性議題鑑別	19
3-2 重大主題列表	2.2 重大性議題鑑別	20
3-3 重大主題管理	2.5 重大議題管理方針	各章節

	重大主題	揭露項目	章節	頁碼
1	資訊安全	自定重大主題	3.3 資訊安全管理	44
2	員工健康與安全	GRI 403 職業安全衛生 2018	5.6 員工健康與安全	123
3	勞雇關係	GRI 401 勞雇關係 2016	5.2 勞雇關係	105
4	風險管理	自定重大主題	3.2 風險管理制度	32
5	溫室氣體排放	GRI 305 排放 2016	4.3 溫室氣體排放	74
6	誠信經營	GRI 205 反貪腐	3.6 誠信經營	64
7	能源管理	GRI 302 能源 2016	4.2 能源管理	69
8	教育訓練	GRI 404 訓練與教育 2016	5.5 人才培育與職涯發展	113

(標註★號為重大議題；未標註者則為其他自願揭露議題)

GRI 200 經濟主題揭露

GRI 201：經濟績效 2016		
揭露項目	章節	頁碼
201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	3.1 營運策略	25-26
201-2 氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	4.4 氣候變遷風險管理與因應	85-99
201-3 定義福利計劃義務與其他退休計劃	5.2 勞雇關係	108
201-4 取自政府之財務補助	3.1 營運策略	25
GRI 202：市場地位 2016		
202-2 雇用當地居民為高階管理階層比例	5.3 市場地位	110
GRI 204：採購實務 2016		
204-1 來自當地供應商的採購支出比例	4.5 供應鏈永續	102
GRI 205：反貪腐 2016★		
205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	3.6 誠信經營	66

GRI 300 環境主題揭露

GRI 302：能源 2016★		
揭露項目	章節	頁碼
302-1 組織內部的能源消耗量	4.2 能源管理	70
302-4 減少能源消耗	4.2 能源管理	70
302-5 降低產品和服務的能源需求	4.1 企業與環境平衡發展	68
GRI 305：排放 2016★		
305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放	4.3 溫室氣體排放	80-84
305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	4.3 溫室氣體排放	80-84
305-3 其他間接(範疇三)溫室氣體排放	4.3 溫室氣體排放	80-84
305-4 溫室氣體排放強度	4.1 企業與環境平衡發展	68
305-5 溫室氣體排放減量	4.3 溫室氣體排放	80-84
GRI 308：供應商環境評估 2016		
308-1 採用環境標準篩選新供應商	4.5 供應鏈永續	100
308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	4.5 供應鏈永續	101

GRI 400 社會主題揭露

GRI 401：勞雇關係 2016★		
揭露項目	章節	頁碼
401-1 新進員工和離職員工	5.2 勞雇關係	107
401-2 提供給全職員工的福利 (不包含臨時或兼職員工)	5.2 勞雇關係	108
401-3 育嬰假	5.2 勞雇關係	109
GRI 403：職業安全衛生 2018★		
403-1 職業安全衛生管理系統	5.6 員工健康與安全	124
403-2 危害辨識、風險評估及 事故調查	5.6 員工健康與安全	124-125
403-3 職業健康服務	5.6 員工健康與安全	127-131
403-4 有關職業安全衛生之工 作者參與、諮商與溝通	5.6 員工健康與安全	127-131
403-5 有關職業安全衛生之工 作者訓練	5.6 員工健康與安全	126
403-6 工作者健康促進	5.6 員工健康與安全	127-131
403-7 預防和減輕與業務關係 直接相關聯之職業安全 衛生的衝擊	5.6 員工健康與安全	124-125

403-9 職業傷害	5.6 員工健康與安全	125
403-10 職業病	5.6 員工健康與安全	125
GRI 404：訓練與教育 2016★		
404-1 每名員工每年接受訓練 的平均時數	5.5 人才培訓與職涯 發展	117.121
404-2 提升員工職能及過渡協 助方案	5.5 人才培訓與職涯 發展	116-121
404-3 定期接受績效及職業發 展檢核的員工百分比	5.5 人才培訓與職涯 發展	117.121
GRI 405：員工多元化與平等機會 2016		
405-1 治理單位與員工的多元 化	5.4 員工多元化與平 等機會	111-112
GRI 413：當地社區 2016		
413-1 經當地社區溝通、衝擊 評估和發展計劃營運活 動	5.8 公益活動花絮	139-142
GRI 414：供應商社會評估 2016		
414-1 使用社會標準篩選之新 供應商	4.5 供應鏈永續	100-101

GRI 416：顧客健康與安全 2016		
416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	5.9 顧客健康與安全	143-145
416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	5.10 行銷與標示	146
GRI 417：行銷與標示 2016		
417-1 產品和服務資訊與標示的要求	5.10 行銷與標示	146
417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	5.10 行銷與標示	146
417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	5.10 行銷與標示	146
GRI 418：客戶隱私 2016		
418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	3.4 客戶隱私	49



6.2 永續會計準則委員會 (SASB) 對照表

主題	指標	章節/說明	衡量單位	代碼
溫室氣體排放	範疇 1 總排放量	4.3 溫室氣體排放	公噸 (t) 二氧化碳當量	TR-AF-110a.1
	管理範疇 1 排放的長短期策略、減量目標與績效分析	4.3 溫室氣體排放	不適用	TR-AF-110a.2
	燃料消耗量：(1) 陸運—天然氣與再生能源占比；(2) 空運—替代與永續燃料占比	無天然氣及再生能源使用	千兆焦耳 (GJ)、百分比 (%)	TR-AF-110a.3
空氣品質	空氣污染物排放量：(1) 氮氧化物 (NO _x ，不含 N ₂ O)、(2) 硫氧化物 (SO _x)、(3) 懸浮微粒 (PM ₁₀)	不適用	公噸 (t)	TR-AF-120a.1
勞動實務	司機中簽署獨立合約占比	5.2 勞雇關係	百分比 (%)	TR-AF-310a.1
	因違反勞動法規訴訟所致財務損失總額	146,000 元	報告幣別	TR-AF-310a.2
員工健康與安全	(1)總可紀錄事故率 (TRIR) 與 (2)死亡率 (分直聘與約聘員工)	5.6 職業健康與安全	比率	TR-AF-320a.1
供應鏈管理	各運輸工具模式溫室氣體排放量	統計規劃暫不揭露	每噸公里二氧化碳當量 (t CO ₂ -e)	TR-AF-430a.2
	管理合約承運商安全相關營運中斷風險之政策與策略	3.2 風險管理制度	不適用	TR-AF-430a.3
事故與安全管理	安全管理制度實施與成果說明	5.6 職業健康與安全	不適用	TR-AF-540a.1
	航空事故次數	不適用	次數	TR-AF-540a.2
	道路事故與事件次數	5.6 職業健康與安全	次數	TR-AF-540a.3

確信聲明書-中文版本



台灣宅配通股份有限公司 2024年永續報告書之獨立保證意見聲明書

聲明書編號:2512002

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,格瑞驗證除了針對該公司2024年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。除對查證事實提出聲明書外,對於其他目的之使用,或閱讀此聲明書的任何人,格瑞驗證並不負責或承擔任何相關法律或其他之責任。

本聲明書係基於台灣宅配通提供予格瑞驗證之相關資訊所作查證之結論,因此審查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2024年1月1日至2024年12月31日的所有營運績效。
2. 依照AA1000保證標準v3的第1應用類型評估台灣宅配通遵循AA1000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一個公平的觀點。我們相信有關台灣宅配通2024年的經濟、環境、社會及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AA1000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依據AA1000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。

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:

- 對來自外部團體相關於台灣宅配通之公司政策的議題,進行高階管理的審查,以確認本報告中聲明書的合適性;
- 與台灣宅配通之主管討論有關利害關係人參與的方式,且並未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職員;
- 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;
- 針對台灣宅配通之報告及其相關AA1000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AA1000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關係人合作的過程,包含投資人、員工、客戶、供應商/承攬商、社區鄰里、主管機關等,於2024年展開一系列利害關係人活動,涉及經濟、環境和社會等一系列重大主題,以我們的專業意見而言,這份報告書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、環境和社會面向等主題,並鑑別出8項重大主題包括資訊安全、員工健康與安全、勞雇關係、風險管理、溫室氣體排放、誠信經營、能源管理及訓練與教育等,以我們的專業意見而言,這份報告書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。實行方法包括公開資訊觀測站、股東常會、法人說明會、公司治理評鑑、員工申訴檢舉管道、勞資會議、職工福利委員會、客戶服務專線/信箱、官網客戶服務管道、職業安全衛生會、協力工作安全會議、外包管理會議、參與社區公益活動、官網社區溝通信箱、社區專案合作與拜訪、主管機關座談會/研討會/評鑑、電話及電子信箱等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,這份報告書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地展現其衝擊。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依據GRI永續性報導準則之自我宣告與相關資料,基於審查的結果,我們確認報告書參照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AA1000保證標準v3及其2018年附錄,我們的查證與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聲明書。

能力與獨立性

格瑞驗證為由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AA1000AS 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,具有主導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2025年12月29日簽署發行

簽署 陳文復 總經理



確信聲明書-英文版本



Independent Assurance Statement Based on 2024 Sustainability Report of Taiwan Pelican Express Co., Ltd.

Statement No.: 2512002

Taiwan Pelican Express Co., Ltd. (hereinafter referred to as Taiwan Pelican) and GREAT International Certification Co., Ltd. (hereinafter referred to as GREAT) are independent companies and organizations. Except for the evaluation and verification of the company's 2024 sustainability report, GREAT has no financial relationship with Taiwan Pelican.

The purpose of this independent assurance statement (hereinafter referred to as the Statement) is only to serve as the conclusion of guaranteeing the relevant matters within the scope defined in the following relevant Taiwan Pelican's Sustainability Report, and not for other purposes. Except for the Statement for fact verification, GREAT does not bear any relevant legal or other responsibilities for the use of other purposes, or anyone who reads this Statement.

This Statement is based on the conclusions made by the relevant information verification provided by Taiwan Pelican to GREAT. Therefore, the scope of the review is based on and limited to the content of the information provided. GREAT believes that the information content is complete, accurate and precise. Any questions about the content of this Statement or related matters will be answered by Taiwan Pelican.

The Scope of Assurance

The verification scope of Taiwan Pelican and GREAT agreement includes:

- The contents of the entire sustainability report and all operating performance of Taiwan Pelican from January 1, 2024 to December 31, 2024;
- According to the type 1 of AA1000 Assurance Standard v3, evaluate the nature and degree of Taiwan Pelican's compliance with the AA1000 Accountability Principles (2018), excluding the verification of the reliability of the information/data disclosed in the report.
- This Statement is made in Chinese and translated into English for reference.

Verification Opinion

We summarize the content of Taiwan Pelican's sustainability report, and provide a fair standpoint of Taiwan Pelican's related operations and performance. We believe that the specific performance indicators of Taiwan Pelican in 2024, such as economy, environment, society and governance, are presented correctly. The performance indicators disclosed in the report demonstrate Taiwan Pelican's expectations and efforts to identify and satisfy stakeholders.

Our verification work is carried out by a group of teams with verification capabilities according to the AA1000 Assurance Standard v3, as well as the planning and execution of this part of the work to obtain the necessary information data and instructions. We believe that the evidence provided by Taiwan Pelican is sufficient to show that its reporting method and self-declaration in accordance with the AA1000 Assurance Standard v3 and its 2018 appendix are in line with the GRI Sustainability Reporting Guidelines.

Verification method

To gather the evidence relevant to the conclusions, we performed the following:

- To conduct a senior management review of issues from external parties related to Taiwan Pelican's corporate policies to confirm the appropriateness of the statement in this report;
- To discuss with the managers of Taiwan Pelican about the way of stakeholder participations, and have no direct contact with external stakeholders;
- To interview with employees related to the preparation of the sustainability report and information provision;
- To audit the performance data of Taiwan Pelican on a sampling basis;
- To evidence supporting the claims made in the review report;
- To Review the management process of the principles of inclusivity, materiality, responsiveness, and impact described in the company report and its related AA1000 Accountability Principles (2018).

Conclusion

The results of a detailed review of the AA1000 Accountability Principles (2018) including inclusivity, materiality, responsiveness, impact and GRI sustainability reporting standards are as follows:

- **Inclusivity**
Taiwan Pelican has established a process of cooperation with major stakeholders, including investors, employees, customers, suppliers/contractors, community neighborhood and competent authority, etc., and will launch a series of



stakeholder activities in 2024, involving economy, environment and society, a series of major themes. In terms of our professional opinion, this report covers the inclusivity issues of Taiwan Pelican.

- Materiality

The report has stated that Taiwan Pelican focuses on economy, environment and society topics, and identified 8 major topics including information security, employee health and safety, employment relationship, risk management, greenhouse gas emissions, integrity in business, energy management and training and education, etc. In terms of our professional opinion, this report appropriately covers the materiality issues of Taiwan Pelican.

- Responsiveness

Taiwan Pelican responds to requests and opinions from stakeholders. Implementation methods include public information observation station, annual shareholder's meeting, corporate briefing, corporate governance assessment, employee grievance reporting channels, labor-management meeting, employee welfare committee, customer service hotline/email, official website customer service channels, occupational safety and health association, collaborative work safety meeting, outsourcing management meeting, participate in community public welfare activities, official website's community communication box, community project collaboration and visits, meetings/seminars/evaluations with competent authorities, phone calls and email, etc., those numerous internal and external stakeholder communication mechanisms, as an opportunity to provide further responses to stakeholders, and to promptly respond to stakeholder concerns. In terms of our professional opinion, this report covers the responsiveness issues of Taiwan Pelican.

- Impact

Taiwan Pelican has identified and fairly demonstrated its impact with balanced and effective measurement and disclosure. Taiwan Pelican has established a process for monitoring, measuring, evaluating and managing impacts, which helps to achieve more effective decision-making and results management within the organization. In terms of our professional opinion, this report covers the impact issues of Taiwan Pelican.

- GRI Guidelines

Taiwan Pelican provides the self-declaration of compliance with the GRI Sustainability Reporting Standards and relevant information. Based on the results of the review, we confirm that the report refers to the social responsibility and sustainability of the GRI Sustainability Reporting Standards. Relevant disclosure items for developments have been disclosed, partially disclosed, or omitted. In terms of our professional opinion, this self-declaration covers Taiwan Pelican's social responsibility and sustainability themes.

Assurance level

According to the AA1000 Assurance Standard v3 and its 2018 Appendix, we have verified that this Statement is a moderate level of assurance, as described in the scope and methods of this Statement.

Responsibility

The responsibility of the sustainability report, as stated in this Statement, is owned by the person in charge of Taiwan Pelican. The responsibility of GREAT is solely to provide professional opinions based on the scope and methods described, and to provide a Statement for the stakeholders.

Ability and Independence

GREAT is composed of experts in various management system fields. The verification team is composed of members with professional background, who have received training in a series of sustainable development, environmental and social management standards such as AA1000 AS v3, ISO 9001, ISO 14001 and ISO 45001, and are qualified as lead auditors.

On behalf of the assurance team DEC. 29, 2025

GREAT International Certification Co., Ltd.

Taiwan, Republic of China

Signed by General Manager W. J. Chen



