



Innovation
that excites

裕隆日產汽車



2014

企業社會責任報告書

Corporate Social
Responsibility Report



編輯說明

編輯原則

很感謝您閱讀裕隆日產汽車股份有限公司(以下簡稱裕隆日產或本公司或我們)首次發行的企業社會責任報告書。本報告書在高階主管關心及鼎力支持下,透過相關單位的共同努力編撰而成。主要目的是讓社會大眾及所有關注本公司的利害關係人,瞭解我們在企業永續經營及社會責任的承諾與行動,以及我們對於企業社會責任各類議題的努力與堅持。另一方面,也藉此讓同仁瞭解公司對於環境保護及社會責任的理念,並加強同仁對環保社會議題的重視與支持,進而提升全公司對於永續經營的意識與素養。



報告書期間、範疇及邊界

本報告書揭露裕隆日產汽車於2014年1月至2014年12月在經濟、社會、環境等議題於企業永續發展各方面的績效、管理方針及目標。本報告書的範圍及邊界以裕隆日產汽車股份有限公司為主體;財務數據以合併報表的方式揭露;環境部分以總部為揭露範圍。若有任何顯著改變,將於該年報告書內做說明。

報告書編撰原則及綱要

本報告書參考全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI) G4.0版所列之核心選項揭露相關資訊。由總經理擔任召集人、副總經理擔任副召集人,邀集相關單位組成專案委員會後,透過實質性分析來鑑別利害關係人會關切的議題並篩選出重要議題,再將議題之執行成果揭露於本報告書。

聯絡資訊

本報告書以中文發行,歡迎在裕隆日產汽車網站(www.nissan.com.tw)下載完整報告(PDF檔案形式)。若您對本報告書內容有任何疑問或建議,歡迎您與我們聯繫。

聯絡人:企業社會責任專案辦公室

電話:(037) 875881 分機1640、1641

傳真:(037) 871506

Email: angel.kuo@yulon-nissan.com.tw

地址:苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之2

發行時間

我們規劃每一年編製、發行企業社會責任報告書。

現行版本:2015年10月發行。

下一發行版本:預定2016年6月發行。

經外部驗證之政策與措施

內部審查:由CSR專案委員會負責整體規劃、實際進行資料彙整、溝通整合及彙編等作業。報告書內的資料及數據經由各部門主管初步核定後,交由CSR專案委員會各小組依分工進行彙整、修訂,並於校閱後呈閱副總經理覆核,再呈閱總經理核定,過程係經由逐層審閱及核定後出版。

外部查證:這是裕隆日產第一次出版CSR報告書,故未針對報告書進行查證,但我們仍以符合GRI G4.0指引來編輯本報告書。其中,已列入公司財務報告之成本及會計資訊均已經由會計師查核完竣;環境管理系統則定期進行內部稽核,同時我們已規畫於2015年底申請ISO 14001驗證。



裕隆日產汽車股份有限公司

董事長 陳凱泰



裕隆日產汽車股份有限公司

總經理 陳文尊

經營者的話

裕隆日產秉持「追求顧客滿意、創造企業繁榮、貢獻社會福祉」三大經營理念，以堅強的經營團隊鞏固與技術母廠之關係，並於兩岸之間發展具投資價值的新事業，自許成為兩岸汽車產業「產品創新」與「服務創新」之標竿企業。於2014年，裕隆日產成車銷售47,740台，年成長8.5%，達2006年以來的九年新高峰，穩居汽車市場銷售第二大品牌。

深耕節能 創造永續環境

裕隆日產以消費者需求及環保綠能為出發點，持續創新、積極開發及引進節能車款（前後代TIIDA碳排放減量13%、前後代LIVINA碳排放減量29%等），滿足市場日新月異的需求。從研發設計、製造生產到銷售，各階段均努力減少廢棄物的產生，不僅全車系全面導入可回收塑材，更響應歐盟制定之「零件材質刻印」規範，節約使用自然資源、降低對環境的負擔與污染。

因應全球暖化，裕隆日產作為社會公民的一份子，除於公司內部及全體經銷體系積極落實節能減碳措施外，亦定期舉辦大自然嬉遊記，寓教於樂，邀請車主攜帶家人一同重視環保，為環境永續盡一份心力。

供應鏈方面，發揮中心廠的號召力，積極與供應商建立永續發展關係，並促成供應鏈廠商一同關注環境保護、安全衛生、勞工人權等議題，拒絕採購來自剛果民主共和國及其鄰近國家進口的衝突礦產（金、錫、鉬、鎢），共創綠色價值體系。



關懷員工 培養人才 投身社會公益

追求財務績效極大化以回饋股東之外，仍不忘平衡各個利害關係人之利益。我們不僅建構優質的工作環境、具競爭力的薪酬與福利制度，也提供多樣化的培育及職涯發展。另為確保公司的創造力及競爭力，裕隆日產廣招人才，除員工專業背景多元之外，我們亦聘用其他國籍的專業人士，期為公司帶來更多的成長動能。同時，訂定合理且高於當地水平的薪酬制度，遵循女男同工同酬，不因種族、政治立場、宗教信仰、婚姻狀況及工會社團等而有所差異。於2014年獲得勞動部肯定，獲頒【工作悠活獎】殊榮。

人才培育方面，裕隆日產除提供暑期實習機會外，亦長期舉辦臺灣最大規模汽車創意設計大賽－創新風雲賞，提供青年學子展現創意設計的舞台，並及早與產業動向接軌。同時，我們長期投入弱勢關懷活動，舉辦愛心玩具全台巡迴義賣活動、關懷偏遠地區育幼院小朋友，以及與公益團體合作，於服務廠免費提供公益餅乾。希望透過在社會公益上的堅持與努力，拋磚引玉，喚起民眾對弱勢團體的重視及支持，共同創造充滿溫馨與關懷的社會。

截至2014年，裕隆日產已穩居市場占有率第二名，並連續三年蟬連日產全球品質第一名。未來，將藉由新產品的導入、通路與服務的創新、車輛品質與耗能的精進、管理制度的改善等活動，創造穩健卓越的營運表現，並為環境保護貢獻心力。在此同時，我們發揮中心廠的號召力，對所有國產零組件承包廠商進行宣導，並優先重點輔導採購金額佔比達97%的前53家廠商，協助於2017年實現供應鏈之環境保護、安全衛生及勞工人權大幅改善的目標，以落實供應商永續發展行為準則。

最後，感謝裕隆日產全體利害關係人對於我們的支持與愛護，爾後將持續善盡企業公民責任，推出對環境友善的產品與服務，並支持社會公益。同時，協同經銷體系及供應鏈夥伴發揮正向影響力以共創綠色價值體系，並邀請NISSAN及INFINITI車主一同節能減碳、照顧弱勢，為人類社會謀求最大福祉！

目錄

1 認識裕隆日產汽車 06

- 1.1 公司簡介 07
- 1.2 多元產品與服務 09
- 1.3 營運績效與範疇 11
- 1.4 裕隆日產軌跡與榮耀 12

2 公司治理 13

- 2.1 董事會 14
 - 2.1.1 誠信經營 14
 - 2.1.2 董事會組織架構 15
 - 2.1.3 董事會/薪酬委員會成員 16
- 2.2 利害關係人關注議題管理 18
 - 2.2.1 利害關係人之鑑別與關注議題 20
 - 2.2.2 重大性議題分析與鑑別 20
 - 2.2.3 重大性考量面與邊界鑑別 21
- 2.3 CSR企業社會責任管理與推行 22
 - 2.3.1 CSR管理 22
 - 2.3.2 投資人連絡窗口及利害關係人申訴管道 24
- 2.4 風險管理 25
 - 2.4.1 風險管理與處理原則 25
 - 2.4.2 匯率風險管理與因應方式 25

3 環境永續 26

- 3.1 發展綠色環保產品與服務 27
 - 3.1.1 積極發展多元節能產品 27
 - 3.1.2 引進並推廣LEAF電動車 28
 - 3.1.3 全車系導入可回收塑材 29
- 3.2 內部環境永續行動 30
 - 3.2.1 建置環境管理系統 30
 - 3.2.2 節能推動 31
 - 3.2.3 環境保護 32
 - 3.2.4 環境法規遵守 33

4 顧客關係 35

- 4.1 NISSAN-感心服務 36
- 4.2 INFINITI-全方位尊榮服務 41
- 4.3 重視顧客健康與安全 44
- 4.4 維護顧客隱私 45

5 最佳夥伴 47

- 5.1 永續發展的供應商 48
 - 5.1.1 供應商管理 48
 - 5.1.2 提升協力廠商競爭力 50
- 5.2 經銷商/服務廠環境永續行動 51
 - 5.2.1 經銷據點節能減碳 51
 - 5.2.2 降低污染對環境的衝擊 53

6 樂在工作 54

- 6.1 用人政策 55
- 6.2 僱用狀況 56
- 6.3 人性化的福利 58
- 6.4 友善工作環境 62
 - 6.4.1 安全、安心的工作環境 62
 - 6.4.2 完善的健康照護 63
- 6.5 樂在學習 65
 - 6.5.1 以職能為基礎的人才培育體系 65
 - 6.5.2 多元培育方式 66
 - 6.5.3 來自政府的肯定 69
- 6.6 維護人權 70

7 社會公益 72

- 7.1 舉辦創新風雲賞 73
- 7.2 參與學界培養人才 76
- 7.3 關懷高雄氣爆 77
- 7.4 長期關懷環保局市民臨時工 78
- 7.5 投身「童心寶貝用愛烘焙」活動 79

附錄 GRI G4對照 80

1. 認識裕隆日產汽車



1.1 公司簡介

自2003年與裕隆汽車製造股份有限公司（以下簡稱裕隆汽車或裕隆）分割，由裕隆汽車及日產自動車株式會社（以下簡稱日產）合資設立「裕隆日產汽車股份有限公司」（以下簡稱裕隆日產），專營NISSAN及INFINITI品牌在台灣之全價值鏈活動經營(*)，並於2004年股票正式掛牌上市。

* 製造除外。NISSAN國產車輛委由裕隆汽車負責生產，NISSAN及INFINITI品牌進口車則由日產及其投資之（子）公司供應。



經營理念

承襲自集團的經營理念，裕隆日產以「追求顧客滿意、創造企業繁榮、貢獻社會福祉」為治事的準則，更以堅強的經營團隊強化與技術母廠之關係，並在兩岸之間發展更多具投資價值的新事業，讓裕隆日產發揮更大綜效，矢志成為兩岸汽車產業「產品創新」與「服務創新」的標竿企業。

為因應時代趨勢，提升經營能力，裕隆日產以嶄新視野來建構新企業文化，以「1st - 創新(I)、速度(S)、團隊(T)」為標竿，其內涵正是裕隆日產致力追求的「1st」。



公司基本資料

公司名稱	裕隆日產汽車股份有限公司 Yulon Nissan Motor Co., Ltd.
總部地址	苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑39號之2
台北分公司地址	台北市南京東路二段 150 號 7 樓 (華聯大廈)
新店辦公室地址	新北市新店區中興路三段13號2樓
創立時間	2003年10月
董事長	嚴凱泰
董事長特別助理	陳國榮
總經理	蔡文榮
資本額	新台幣30億元
營業額 (2014年度)	新台幣331.77億元
員工人數 (2014.12.31)	428人
最大股東	裕隆汽車 (47.83%，持有143,500,000股除以總股數300,000,000股) 日產汽車 (40.00%，持有120,000,000股)

外部交流與合作

裕隆日產積極參與外部專業組織及同業交流事宜，擔任數個公、協會員，期為汽車產業之長遠發展，以及台灣企業永續經營盡一己之力。主要參與之公、協會羅列如下：

台灣區車輛工業同業公會

台灣區汽車修理同業公會

苗栗縣工業會

台北市汽車代理商業公會

中華民國工商協進會

1.2 多元產品與服務

汽車產業的產品來源大多是由國際品牌車廠授權，提供零組件及技術在台灣組裝生產；或是整車輸入後，由台灣區代理商透過經銷商進行銷售及各種售後服務。

由於裕隆日產擁有汽車零組件的設計研發能力，除了前述的業務範圍之外，在取得技術母廠-日產汽車同意之後，裕隆日產將部份零組件重新設計、改款或國產化生產，以降低零組件成本。



NISSAN長久以來為消費者、車主、社會提供行動駕乘產品與服務，
從環境、安全、人性化創新三個角度，發展出NISSAN精神，
以此三大精神為根基，持續重視、推廣，並應用於NISSAN汽車科技、技術及服務。

裕隆日產車系

裕隆日產的產品及服務地點在台灣，主要包含下述各項汽車產品及零組件的設計、研究開發、銷售、售後服務及其他零配件銷售。



進口車(5車型)

GT-R
370 Z
MURANO
ROGUE
JUKE

國產車(6車型)

ALL NEW TEANA
SUPER SENTRA
ALL NEW LIVINA
BIG TIIDA
TIIDA
NEW MARCH

裕隆日產汽車



INFINITI

進口車(6車型)

Q50 / QX50
Q60 / QX60
Q70 / QX70



1.3 營運績效與範疇

裕隆日產2014年成車銷售47,740台，年成長8.5%；市場占有率11.5%，居市場第二名；營業收入331.8億元，年成長5.4%，稅前盈餘為80.27億元，稅後每股盈餘為21.75元。(2014年合併財務報告)

財務績效

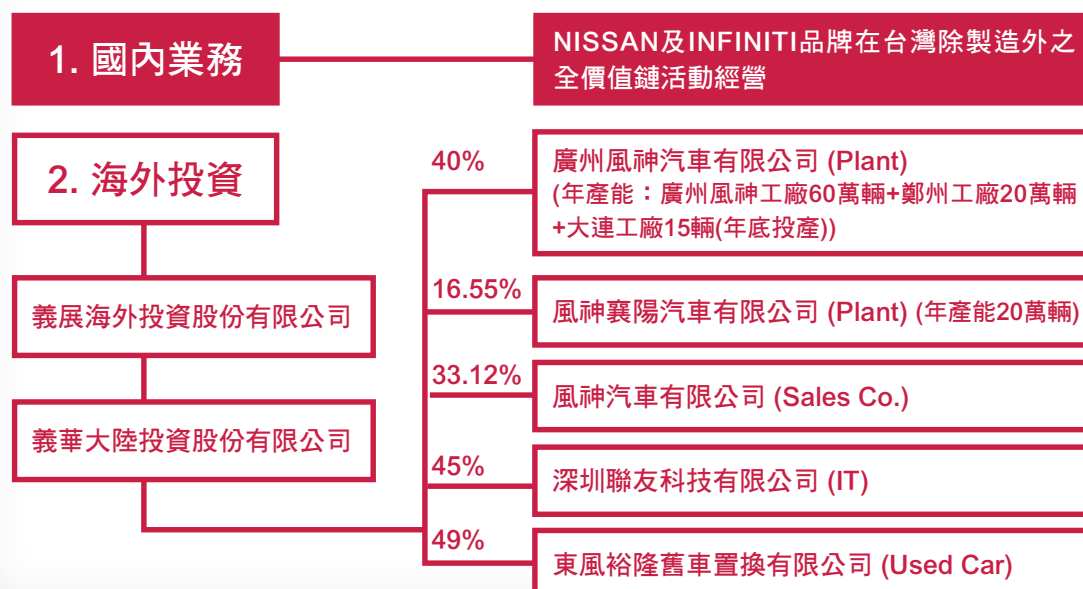
單位：新台幣仟元，惟每股盈餘為新台幣元

項目	2012年	2013年	2014年
營業收入	29,134,530	31,486,050	33,176,837
營業毛利	3,670,937	5,448,850	4,321,661
營業利益	512,388	1,832,179	786,229
營業外收入及支出	5,588,746	6,974,711	7,240,448
稅前淨利	6,101,134	8,806,890	8,026,677
本期淨利	4,939,070	7,299,997	6,523,759
每股盈餘	16.46	24.33	21.75

裕隆日產在2014年配發2013年度盈餘，每股普通股配發現金股利19.47元。對政府之支出，主要為支付公司營利事業所得稅。2014年支付政府之所得稅為新台幣 14.1億元。

除國內業務外，裕隆日產亦與東風汽車有限公司共同發展大陸事業。受惠於2014年大陸汽車總市場銷量2,349.2萬台，較2013年成長6.9%，其中商用車銷售379.1萬台（衰退6.5%），乘用車銷售1,970萬台（成長9.9%）。在東風日產乘用車方面，2014年銷售95.4萬台，較2013年成長3.0%，可望持續為公司營收創造成長動力。

裕隆日產(營運範疇)與投資之公司及其持股比例



1.4 裕隆日產軌跡與榮耀

2014年	<p>NISSAN SUPER SENTRA榮獲車訊風雲獎「2014最佳國產中型車」</p> <p>NISSAN NEW MARCH榮獲環保署「年度環保車」殊榮</p> <p>榮獲勞動部「工作悠活獎」</p> <p>榮獲J.D. Power非豪華車品牌「台灣顧客滿意度(CSI)」第一名</p>
2013年	<p>NISSAN BIG TIIDA Turbo 榮獲環保署「年度環保車」殊榮</p> <p>榮獲工商時報「臺灣服務業大評鑑」金牌大賞</p> <p>榮獲 J.D. Power非豪華車品牌「台灣新車銷售滿意度(SSI)」第一名</p>
2012年	<p>NISSAN TIIDA榮獲環保署「年度環保車」殊榮</p>
2011年	<p>INFINITI首度贊助太陽劇團台灣公演</p> <p>裕隆日產與臺中市政府聯合執行經濟部智慧電動車先導運行計劃</p> <p>NISSAN榮獲第九屆遠見雜誌「傑出服務獎」</p>
2010年	<p>「NISSAN綠計畫」2010全新啟動 電動概念車PIVO2擔任環保大使</p> <p>NISSAN TIIDA 連續三年榮獲環保署「年度環保車」殊榮</p> <p>臺中市電動車推廣合作備忘錄簽約記者會</p> <p>NISSAN 綠計畫進行曲 -大自然嬉遊記</p>
2009年	<p>NISSAN TIIDA連續兩年榮獲環保署「年度環保車」殊榮</p> <p>NISSAN TEANA榮獲車訊風雲獎「2009最佳國產大型車」</p> <p>NISSAN ROGUE榮獲車訊風雲獎「2009最佳進口Crossover」</p>
2008年	<p>NISSAN TIIDA榮獲環保署「年度環保車」殊榮</p> <p>NISSAN綠計畫贊助臺北市立動物園貓熊「團團圓圓」</p>
2007年	<p>獲得第三屆遠見雜誌「企業社會責任獎」</p> <p>INFINITI G37 Coupe榮獲車訊風雲獎「2007最佳進口Fun Car」</p> <p>榮獲J.D. Power國產中型房車「新車初期品質調查(IQS)」第一名</p>
2006年	<p>獲得第二屆遠見雜誌「企業社會責任獎」</p> <p>榮獲經濟部工業局汽車製造廠「對日輸出比例最高」獎</p> <p>獲頒經濟部「全國標準化獎」</p>
2005年	<p>最大規模創意設計大賽「裕隆日產汽車創新風雲賞」活動起跑</p> <p>INFINITI旗艦形象店新店AUTOMALL開幕</p> <p>榮獲 J.D. Power非豪華車品牌「台灣顧客滿意度(CSI)」第一名</p>
2004年	<p>NISSAN在台銷售突破150萬輛</p> <p>獲得ISO 9001及ISO 14001認證</p> <p>裕隆日產汽車公司股票正式掛牌上市</p>
2003年	<p>裕隆日產汽車股份有限公司成立</p>



2. 公司治理

董事會為本公司最高治理單位及重大經營決策中心，職責包括本公司為建立誠信經營之企業文化及健全發展，於2014年8月4日訂定公司治理、誠信經營、企業社會責任實務守則，同時任命事業企劃暨財務部與管理部為推動單位，定期就執行情形向董事會報告。

除以上述守則規範本公司自身及子公司等之董事、監察人、經理人、受僱人、受任人或其他具有實質控制能力者外，亦每年定期向公司相關人員（如：董事會成員、經營階層、一般職員等）宣導本公司「內部重大資訊處理作業程序」、「防範內線交易管理作業程序」等重要規章。為宣告遵循之決心，前述守則於公開資訊觀測站及本公司官網均有揭露，提供予社會大眾審閱。



2.1 董事會

董事會為本公司最高治理單位及重大經營決策中心，職責包括設定公司營運目標並監督其績效、編製財務報告、訂定公司重要規章、任免經營團隊成員、會計師及財務主管等，確保公司依循法令規範及股東大會之決議，促使股東權益極大化。

本公司為確保董事會之公正及客觀性，除於董事會議事規範中明訂「如董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。」外，亦於每次董事會開會通知中載明前述條文。如當次董事會包含資金貸與、背書或提供保證等重大議題，則須至少有一位以上獨立董事出席，以確保投資人及各利害關係人之利益。本公司每季至少召開一次董事會，2014 年度共召開五次會議。

2.1.1 誠信經營

為建立誠信經營之企業文化與永續發展，並為宣告本公司積極落實誠信經營之決心，本公司已於2014年8月4日董事會訂定誠信經營守則，適用範圍擴及於裕隆日產子公司，並將此守則揭露於公開資訊觀測站及本公司網站。

除於上述守則中明訂本公司對於誠信經營之政策、防範方案等重點方向外，公司內部亦訂有「內部重大資訊處理作業程序」、「防範內線交易管理作業程序」、「性騷擾申訴辦法」等，規範員工營私舞弊、挪用公款、職場性別平等…等行為。

與往來交易對象方面，本公司與往來交易對象之各類合約均經專業法律人士審核外，亦在其中明訂誠信經營條款，規範雙方收賄、行賄及其他不誠信等行為；一經查證屬實，將終止或解除合約，並請求損害賠償。

在我們一貫誠信經營的推動下，本公司於2014年度無貪腐事件發生。

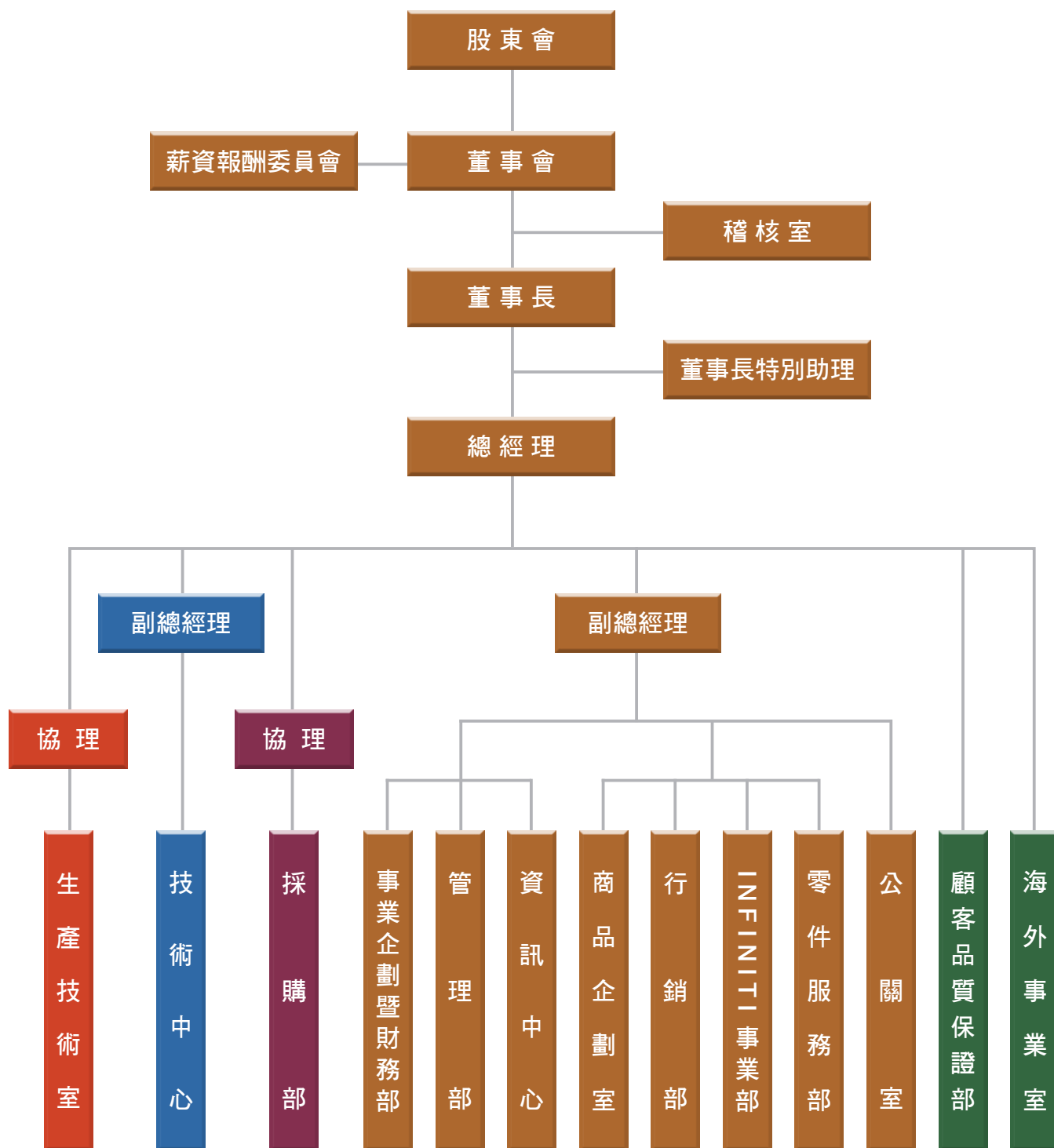
全球公民

依循技術母廠NISSAN汽車參加聯合國《全球盟約》及參與《世界企業永續發展委員會》(WBCSD)的全球企業公民的理念，我們積極支持多項國際準則和協議，尊重國際政策和標準，並以此做為展開企業經營的基礎。

在人權方面，我們尊重及維護國際公認的各項人權，絕不參與任何漠視與侵犯人權的行為；在勞工標準方面，我們尊重同仁結社的自由，拒絕任何形式的強制性勞動、杜絕使用童工及任何形式的歧視行為，也遵守環境和反腐敗的國際普遍原則。



2.1.2 董事會組織架構



2.1.3 董事會/薪酬委員會成員

● 董事會

董事會由十三名具有多元專業領域及國籍、文化背景之成員組成，包含八名一般董事、二名獨立董事及三名監察人。其中，獨立董事一職乃係以候選人提名制度選任。當選後，亦被董事會委任為本公司薪資報酬委員會成員，以專業客觀之地位，就本公司董事、監察人及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，並向董事會提出建議。

此外，本公司董事及監察人乃依循「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」規定，每年參與公司治理相關進修課程，並取得證書（如：於2014年度參與證券暨期貨市場發展基金會主辦之「公司治理機制下董事會及監察人職能-兼論審計委員會實務運作」課程等），以提升董事會整體決策能力。

本公司董事及監察人之學歷及目前兼任職務

職稱	姓名	學歷	目前兼任職務
董事長	嚴凱泰	美國聖約翰大學榮譽商學博士 國立交通大學名譽管理學博士	裕隆汽車董事長、中華汽車董事長、台元紡織董事長、納智捷汽車董事長、財團法人嚴慶齡工業發展基金會董事長等
董事	陳國榮	國立交通大學高階主管管理碩士	裕隆汽車副董事長、中華汽車董事、台元紡織董事、納智捷汽車副董事長、財團法人嚴慶齡工業發展基金會董事等
董事	蔡文榮	國立交通大學高階主管管理碩士	裕隆日產總經理、新安東京海上產物保險董事、格上汽車租賃董事、財團法人嚴慶齡工業發展基金會董事等
董事	姚振祥	台灣工業技術學院機械系 澳洲科廷科技大學國際企管碩士	裕隆汽車董事兼總經理、納智捷汽車董事、華擎機械工業董事等
董事	西林隆	日本早稻田大學商學部	日產理事暨中國事業本部部長、日產(中國)投資總經理、東風汽車董事、東風日產汽車金融董事
董事	久保敦	日本早稻田大學政治經濟學部政治學系	日產中國事業部經理、鄭州日產汽車董事

董事	大堀純一	日本武藏工業大學工學碩士	裕隆日產副總經理
董事	松本守民	日本東海大學工學部電氣工學科	裕隆日產協理
獨立董事	黃宗仁	美國威斯康辛州立大學電腦博士	精誠資訊董事長、中華汽車工業獨立董事、永威創業投資董事長等
獨立董事	毛渝南	美國麻省理工學院管理碩士 美國康乃爾大學工程碩士	惠普中國區董事長、中華汽車獨立董事
監察人	李光燾	美國紐約州律師 美國西北大學凱洛管理學院 香港科技大學企業管理碩士 美國紐約大學法研所碩士	理律法律事務所首席資深顧問、財團法人理律文教基金會董事長、財團法人嚴慶齡醫學基金會董事等
監察人	陳泰明	美國紐約州律師 政治大學法律研究所兼任助理教授 美國波士頓大學法學碩士	眾達國際法律事務所資深顧問、中華汽車監察人、裕融企業董事等
監察人	佐藤曜佐	日本立命館大法學部法律學科	日產副部長

註：30~50歲共有4人，51歲以上共有9人。

● 薪資報酬委員會

本公司薪資報酬委員會委員計三人，本屆委員任期從2012年7月1日至2015年6月30日整，其職權主要為訂定及檢討董事、監察人及經理人績效評估及薪資報酬之政策、制度、標準與結構，並定期評估與訂定董事、監察人及經理人之薪資報酬。

依本公司『薪資報酬委員會組織規程』，薪資報酬委員會每年至少召開兩次，2014年實際會議召開次數3次，實際出席率計67%。

薪資報酬委員會成員

職稱	身分別	姓名
召集人	獨立董事	黃宗仁
委員	獨立董事	毛渝南
委員	其他	楊雲驊

2.1 利害關係人關注議題管理

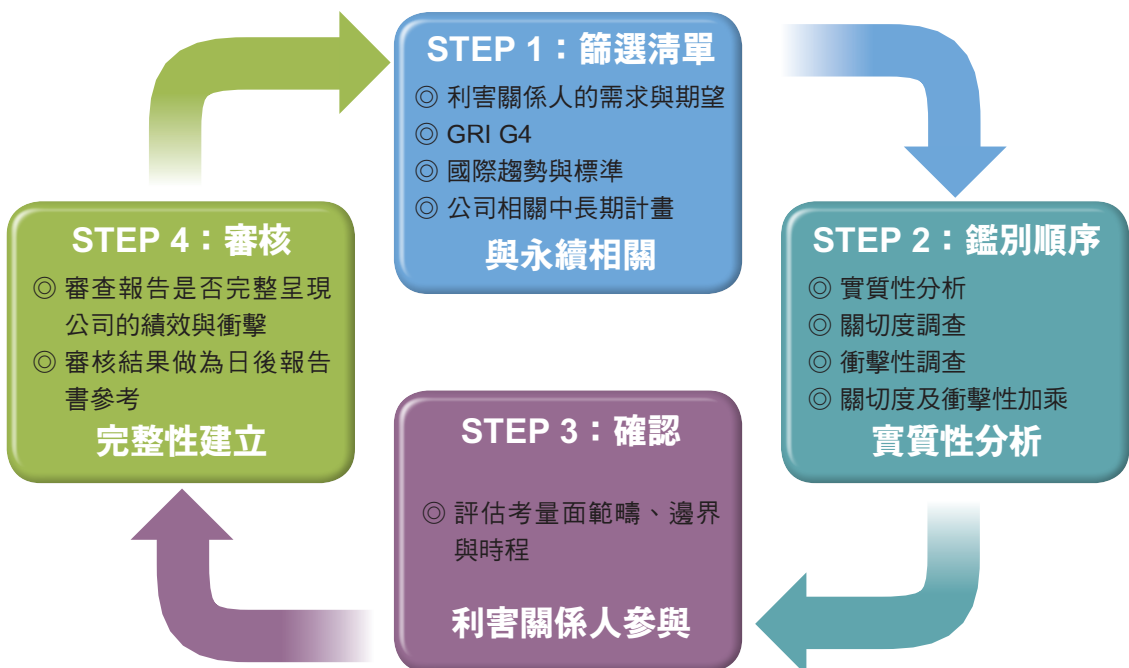


利害關係人類別

由於我們服務的對象皆離不開人，因此我們格外重視利害關係人的意見與聲音。於是在總經理的號召之下，於2015年元月分由相關單位代表開始針對日常業務中各種型態的互動對象，鑑別出關心我們的利害關係人，包含有員工、顧客、股東及投資人、合作夥伴、政府組織、學術體系、社區及社會大眾等共七個類別。

在確認出關心我們的利害關係人後，透過多元的溝通方式與利害關係人溝通，找出這些利害關係人的需求，及對我們的期望與他們所關切的事物。經CSR專案委員會透過會議討論、彙整後，整理出16項利害關係人關切的議題。後續我們將參考這些議題並考量裕隆日產的核心能力及價值，訂定企業社會責任的相關政策及落實計畫。

關注議題鑑別流程



與利害關係人溝通管道

利害關係人	溝通方式
員工	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 各類定期與員工溝通會議(每週、每月、每季) ◎ 高階座談會：2次/年 ◎ 新人座談會：1次/年 ◎ Employee Survey：2年1次 ◎ 組織氛圍調查：1次/年 ◎ E-mail：隨時 ◎ 內部刊物多元溝通 ◎ 勞資會議：1次/季
顧客	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 電話滿意度調查(每月) ◎ 0800 顧客服務專線(24小時) ◎ J.D. Power、CSI(售後服務)、SSI(新車銷售)等三類滿意度調查(1次/年)、SOP神秘客調查(不定期) ◎ NISSAN官網及Facebook的溝通(適時) ◎ 車主服務活動(不定期)
股東及投資人	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 法人說明會/每年2次 ◎ 股東常會及年報(1次/年) ◎ 董事會(6次/年) ◎ NISSAN官網及Facebook的溝通(適時) ◎ 公開資訊觀測站公佈經營狀況及重大訊息
合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 協力大會(1次/年)、協力會理監事會(2次/年) ◎ 協力會北一區、北二區、北三區及中南區的各區區會(2次/年) ◎ 採購資訊系統(PIS)電子平台(適時) ◎ J.D. Power、CSI(售後服)、SSI(新車銷售)等三類滿意度調查(每年) ◎ 經銷商主管會議、服務廠月會(每月)
政府機關	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 經濟部能源局(固定會議1次/年、另有不定期會議) ◎ 行政院環境保護署(耗能：1次/年；排污噪音：固定會議4次/年、另有不定期會議；廢車回收：不定期) ◎ 全國氣候變遷公民會議資訊平台(不定期) ◎ 車輛公會會議(不定期) ◎ 國稅局營運及財務申報(每年6次) ◎ 勞動部(每月)
學術體系	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 慶齡基金會(不定期) ◎ 各大專院校(不定期)
社區及社會大眾	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 0800專線(不定期) ◎ 三義扶輪社(不定期) ◎ 拜訪慈善、弱勢團體(不定期) ◎ 學校、團體參訪(不定期)

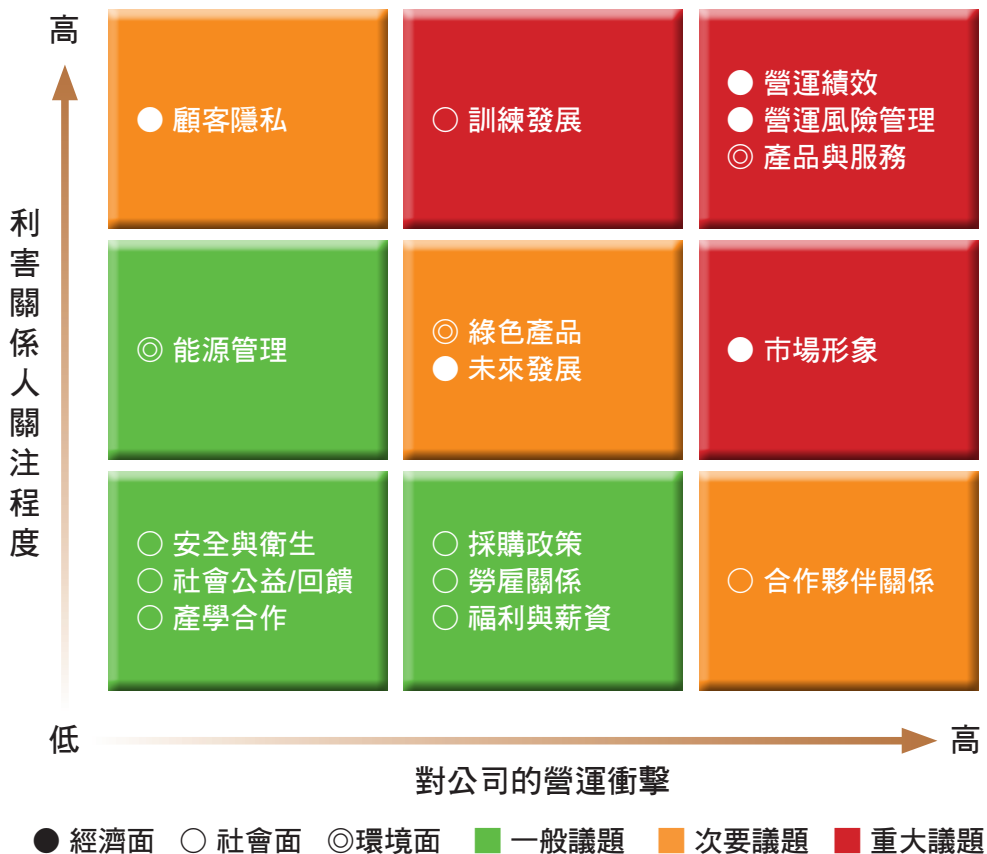
2014 利害關係人關注議題

項次	關注議題	項次	關注議題	項次	關注議題
1	營運績效	7	合作夥伴關係	13	能源管理
2	營運風險管理	8	採購政策	14	綠色產品
3	未來發展	9	福利與薪資	15	社會公益/回饋
4	產品與服務	10	訓練發展	16	產學合作
5	市場形象	11	勞雇關係		
6	顧客隱私	12	安全與衛生		

2.2.2 重大性議題分析與鑑別

CSR專案委員會彙整利害關係人關注議題後，考量利害關係人對這些議題的重視程度及對組織內、外的不同衝擊程度，鑑別出這些議題的重大性排序，並將議題分為重大議題、次要議題及一般議題等三類，且依據經濟、社會、環境等三構面進行歸類後，整理出「CSR重大議題矩陣表」，以便全面滿足利害關係人的期許，也讓我們能夠聚焦於利害關係人重視的企業社會責任項目。

CSR重大議題矩陣表



2.2.3 重大性考量面與邊界鑑別

重大性議題	組織內	組織外						考量面	管理方針
		顧客	股東及出資人	合作夥伴	政府組織	學術體系	社區及社會大眾		
營運績效	●		●	●	●			經濟績效	1.3 經營績效與範疇
營運風險管理	●	●	●	●	●			組織概況	2.4 風險管理
產品與服務	●	●	●	●				產品及服務	3.1 發展綠色環保產品與服務
市場形象	●	●	●	●	●		●	顧客的健康與安全	4.3 重視顧客健康與安全
訓練發展	●		●	●				訓練與發展	6.5 樂在學習
未來發展	●	●	●	●	●			策略與分析	經營者的話
綠色產品	●	●	●	●	●		●	產品及服務	4. 顧客滿意
合作夥伴關係	●		●	●	●			供應商環境評估	5. 最佳夥伴
顧客隱私	●	●			●		●	顧客隱私	4.4 維護顧客隱私
採購政策	●		●	●				採購實務	5. 最佳夥伴
勞雇關係	●		●	●	●			勞雇關係	6.3 人性化的福利
福利與薪資	●		●		●			不歧視	6.1 用人政策
能源管理	●		●		●			能源	3.2.2 節能推動
安全與衛生	●		●		●			職業健康與安全	6.4 友善工作環境
社會公益/回饋	●	●	●			●	●	當地社會	7. 社會公益
產學合作						●		間接經濟衝擊	7.2 學界培養人才

組織內：員工

組織外：顧客、股東及出資人、合作夥伴(供應商、經銷商)、政府組織、學術體系、社區及社會大眾

2.3 CSR企業社會責任管理與推行

裕隆日產汽車以「成為兩岸汽車產業『產品創新』及『服務創新』的標竿企業」為企業願景，所服務的對象皆與人息息相關。故我們除了不斷在本業上用心經營外，也重視企業經營與永續發展議題的連結，更期許自己參照利害關係人關切議題及考量裕隆日產的核心能力，訂定企業社會責任的相關政策及落實計畫，讓企業社會責任不僅是一種理想，更能深入企業成為裕隆日產的DNA。

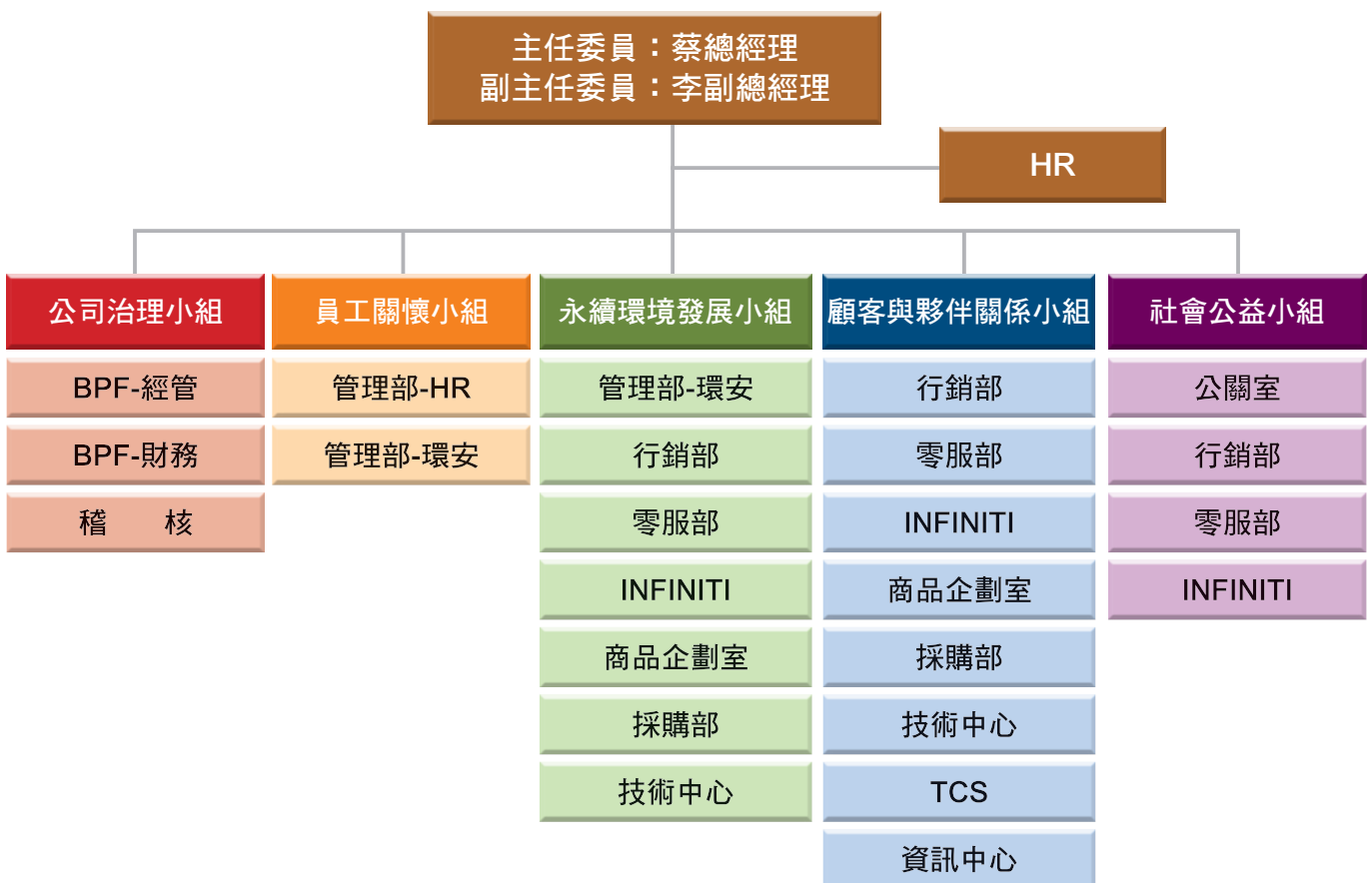
2.3.1 CSR管理

我們相信，企業除了追求穩健成長外，落實企業社會責任將會是另一個成功的關鍵因素。因此，我們重視利害關係人所關切的重大議題，藉由運用公司的核心能力及價值，積極落實身為企業公民的責任，矢志將此理念落實到日常工作中的每個細小環節裡，讓企業社會責任成為「裕隆日產人」的DNA，更期許我們能夠成為實踐企業社會責任的典範。

● CSR組織架構

我們在2015年元月經由董事會授權由蔡文榮總經理擔任CSR專案委員會召集人、李振成副總經理擔任CSR專案委員會副召集人，邀其相關單位成立企業社會責任專案委員會，參考全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI) G4.0版所列之特定指標，分成公司治理、員工關懷、永續環境發展、顧客與夥伴關係及社會公益等五個小組負責規劃及監督相關活動進度、定期向董事會報告，並責成人力資源單位協助推動企業社會責任相關事務。

CSR專案委員會



● CSR政策

我們了解到，企業經營雖是「利己」行為，但如要永續經營的話則必須以「利他」為根基。於是公司於2003年10月創立時，即以「追求顧客滿意、創造企業繁榮、貢獻社會福祉」為經營理念，由此可見我們自始即以身為企業公民自許的想法。因此，我們以「追求顧客滿意、創造企業繁榮、貢獻社會福祉」為主軸，擬定裕隆日產的CSR政策如下：

企業社會責任政策



● 制定CSR相關守則

為了讓所有同仁有明確清楚的行為遵循規範，我們於2014年8月制定首版的「企業社會責任實務守則」、「公司誠信經營守則」及「公司治理實務守則」並通過董事會核定，更於2015年初依據主管機關的修訂條文，修訂上述守則的部分條文，讓企業社會責任及誠信經營能夠更符合時勢需要且不斷與時俱進。

● 公開、透明的資訊揭露

我們體認到，與利害關係人溝通首重於資訊的公開、透明與一致性，因此我們依循相關法令規定及「上市櫃公司治理實務守則」，除了在每年出版的年報公開相關資訊外，也同時在公司網頁上公佈並適時更新資訊。此外，我們也提供發言人及代理發言人的聯絡方式、公開資訊網路申報作業系統等多元化管道，讓利害關係人可以隨時查閱公司誠信經營的相關資訊，並具體落實公開、透明資訊機制。

● 2014年CSR行動

我們體認到CSR需要實際行動去落實，並且需結合企業的核心價值才能發揮效益及永續推行下去。於是我們依據擬定的計畫，展開2014年度CSR行動如下：

2014年度CSR行動



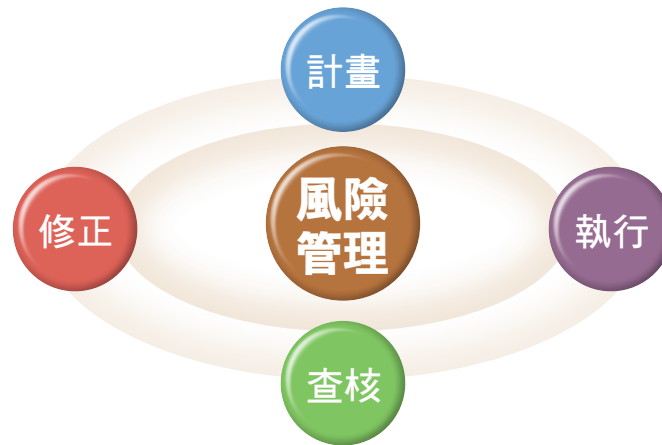
2.3.2 投資人連絡窗口及利害關係人申訴管道

本公司任命行銷系統暨管理系統李振成副總經理為「投資人關係聯絡窗口及利害關係人（如顧客、供應商及一般投資大眾等）於權利受侵害時之申訴窗口」，並任命公關室林淑霞副理為代理人，於公司官網設有專區及揭露連絡/申訴方式，作為本公司各項訊息傳遞與溝通之管道，供社會大眾即時反應所關切的議題。另外，李振成副總經理亦列席本公司董事會，得直接反饋上述之大眾關切議題予董事會。

連絡人姓名	李振成
職稱	副總經理
聯絡電話	(037)875881 分機1117
電子郵件信箱	yulon-nissan.ir@yulon-nissan.com.tw
代理連絡人	林淑霞
職稱	副理
聯絡電話	(037)875881 分機1130
電子郵件信箱	emma.lin@yulon-nissan.com.tw

2.4 風險管理

我們視穩健經營為企業永續發展的基石，因此在公司短、中、長期的目標規劃、營運控管、財務分析控管、市場趨勢及顧客服務、人力資源供給及企業社會責任等各方面均由相關單位負責管理並定期呈報；過程中亦透過稽核的查核機制，及時修正方向及作法。透過各方面的Plan(規劃)、Do(執行)、Check(查核)、Action(修正)等的正向循環，避免讓風險產生而影響組織的營運。



2.4.1 風險管理與處理原則

裕隆日產的重大營運決策皆經由各權責單位分析、評估後，呈核高階主管及依董事會決議執行。此外，我們的稽核單位亦依風險評估結果擬訂年度稽核計劃並依計劃確實執行查核作業。如發現重大違規情事或公司有受重大損害之虞時，立即報告監察人及獨立董事，權責單位則儘速改善並由稽核單位進行覆核、確認改善成果，以確保營運風險無虞。

經分析，裕隆日產可能產生的風險及因應方式如下：

風險類型	權責單位	管控風險方式
財務風險、流動性風險 信用風險、法律風險	<ul style="list-style-type: none"> ● 財務單位 ● 法務單位 ● 稽核單位 ● 管理單位 	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 訂定各項策略並執行 ◎ 分析變化及採取各項因應措施 ◎ 持續評估及管控、合約管控 ◎ 營運中斷險
市場風險	<ul style="list-style-type: none"> ● 總經理 ● 權責單位 ● 發言人、公關室 	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 訂定各項策略並執行 ◎ 分析變化及採取各項因應措施 ◎ 針對可能發生之市場風險危機進行管控及處理

2.4.2 匯率風險管理與因應方式

考量匯率波動可能會造成營運成本增加而影響公司獲利，故為減輕我們與日本母廠因匯率波動而可能導致的營業損失，並降低曝露在匯率不確定因素的風險，雙方訂有匯率風險分攤機制，並且不從事高風險高槓桿之業外投資，讓公司更能專注於本業之經營。

3.環境永續

自京都議定書生效之後，全球暖化所產生氣候變遷已成為各國家所關心之重要議題，各國也已陸續訂定日趨嚴格的环境法規，更可能採用開徵能源稅、碳稅方式來以控制溫室氣體之排放總量，而間接促使企業經營成本增加。為因應此一全球趨勢，裕隆日產除將此納入經營策略考量外，對內持續推動各項節能減碳措施；對外則持續導入多款節能車型，以善盡裕隆日產之企業社會責任。

雖然裕隆日產主要產品及服務為汽車研發、設計及汽車銷售服務等以「人」的基礎的產業，並且所有辦公室、營運據點及服務廠均位在都會區或一般地點，並無擁有或承租位於保護區或可能影響生物多樣性的區域。儘管如此，我們仍秉持預防污染及持續改善的理念，堅持遵守相關法規，並仍對所有同仁加強宣導環境保護意識，希望利用我們的影響力偕同經銷商、服務廠一起為環境永續盡份心力。



3.1 發展綠色環保產品與服務

因應全球暖化、溫室效應及能源短缺等環境永續性議題，以及綠色環保意識日益抬頭的影響，裕隆日產汽車除了在公司營運方面力行節能與環境保護外，在產品開發方面也致力於發展節能車種，以及在汽車材料與製造上使用減少對環境傷害的物質，截至目前已取得多項政府認證標章而獲得正面肯定。身為全球公民的一份子，我們將持續對於環境保護、節約能源與提升能源使用效率的產品進行開發與推廣。

3.1.1 積極發展多元節能產品

由於有限的地球資源及發展綠色能源趨勢，為了讓汽車更省油、讓地球更輕鬆、讓每一滴資源都發揮最大的動力。裕隆日產汽車致力於省油新科技的發展，在各個層面都以節能、減碳為目標。期許自己在增進人類生活品質的同時，盡到環境保護的責任。因此，積極導入節能的汽車產品是我們戮力的目標。

目前裕隆日產汽車獲得經濟部能源局「節能標章」與環保署「環保標章」共有以下車型：

分類	 節能標章		 環保標章	
	國產車	進口車	國產車	進口車
車種	MARCH TEANA BIG TIIDA SENTRA LIVINA X-TRAIL	JUKE (1.6NA)	MARCH TEANA BIG TIIDA SENTRA LIVINA X-TRAIL	無
數量	6個車種 12款車型	1個車種 1款車型	6個車種 12款車型	無

此外，我們所有的國產車與進口車均符合第五期廢氣排放標準，也引進INFINITI Q50 Hybrid 及 QX60 Hybrid 兩款油電混合車，以及具有怠速熄火(ISS)功能的Q50 2.0T車款。讓消費者在購買我們的產品時，有更多符合環境保護的選擇。

3.1.2 引進並推廣LEAF電動車

歐盟已頒佈在2020年各車廠須提供符合每公里排碳少於90g的產品，否則將不允許銷售。而以電為燃料的電動車是目前唯一零排碳的解決方案，性能與同級車相比也毫不遜色，且能源效率更是汽油車的兩倍、油電混合動力車的1.7倍。因此，電動車將是綠能潮流發展一次到位的最佳方向。



裕隆日產汽車積極導入綠色能源車輛，提供地球最純淨的動力，推出NISSAN LEAF電動車；同時，為了讓廣大民眾能體驗智慧電動車的綠色科技，2010年6月24日由裕隆日產與臺中市政府合作執行「電動車先導運行計畫」，自Zero Emission(零排放)的角度出發，共同簽署電動車推廣合作備忘錄，採用NISSAN LEAF電動車作為運行標的，同時提供專業技術協助，共同為實現台中市成為使用電動車最友善的城市而努力，也為節能減碳愛地球創造實質貢獻。

延續之前我們努力推廣綠色產品的環保理念，於2014年提供LEAF電動車予聖約翰大學作為教學及研究發展用，也協助設立2座充電站以維持電動車零排放運行。連同過去台中市已使用中的49台，至2014年底台灣共有65台NISSAN LEAF電動車馳騁於道路上。以每台車每公里減少碳排放量0.24kg、年均行駛里程10,000km來計算，預估每年可減少156,000kg的排碳量，大幅減少對環境衝擊。



3.1.3 全車系導入可回收塑材

裕隆日產汽車為節約自然資源使用、降低對環境的負擔與污染，於研發、設計、製造生產及銷售等階段均努力減少廢棄物的產生，不僅全車系全面導入可回收塑材，並響應歐盟制定之「零件材質刻印」規範，於汽車零件上清楚標示零件之主要材質與添加物，以提昇零件回收率，減少廢棄物的產生。

另外，在零件設計開發階段，即對環境性能進行評估並設定具體目標，預先實施產品環保評估，提前在技術創新與產品研發的階段融入環境保護理念。同時為促進物質回收再利用，主動依據國內「資源回收再用法」第12條第2項的規範，戮力達成「汽車業促進資源回收再利用自願性規範」的要求。

截至目前，裕隆日產汽車的整車回收率達 92.7% 以上、回收再利用率達 95% 以上，已超越規範標準之 80% 與 85%。此外，為維護環境，裕隆日產所有產品皆已限用鉛、汞、鎘以及六價鉻等四種危害物質。

為使零組件易於回收再利用，裕隆日產汽車已針對超過100公克之塑膠零件與超過200公克之橡膠零件進行材質標示。同時，為使拆解過程順利，於上市六個月內，主動提供拆解資訊。

各車種回收率與回收再利用率

規範標準		整車回收率	回收再利用率
		80.0%	85.0%
裕隆日產 生產車系	TEANA	93.5%	95.0%
	X-TRAIL	95.1%	96.9%
	BIG TIIDA	92.7%	96.4%
	LIVINA	95.0%	98.1%
	MARCH	94.0%	96.2%



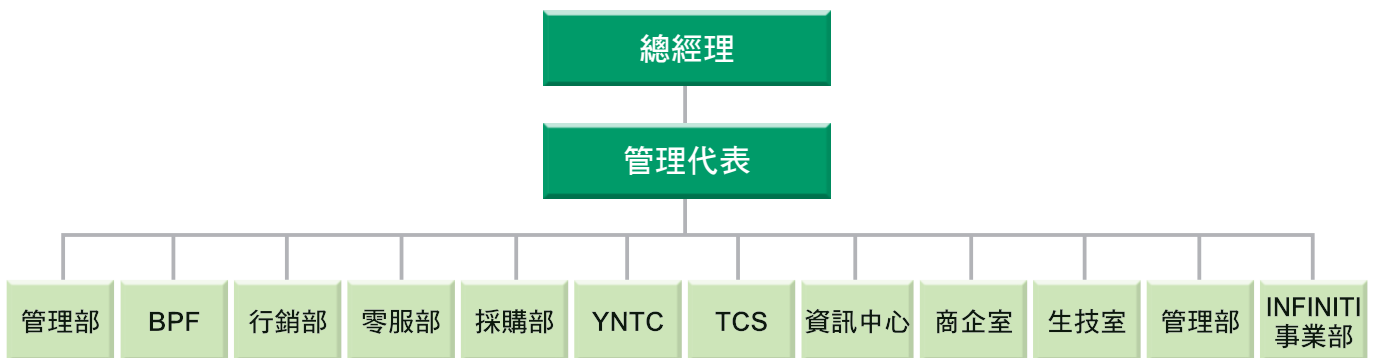
3.2 內部環境永續行動

全球暖化所產生氣候變遷已成為各國家所關心之重要議題。因此各國也已陸續訂定日趨嚴格的環境法規，更可能採用開徵能源稅、碳稅方式以控制溫室氣體之排放總量。為因應此全球趨勢，我們對內持續推動各項節能減碳措施，對外持續導入多款節能車型，是我們執行環境永續的重要行動方案。

3.2.1 建置環境管理系統

裕隆日產汽車自2014年成立環境管理系統組織，同時展開環境管理系統前期規劃作業，並已計劃於2015年底申請ISO 14001認證。

裕隆日產汽車環境管理系統組織架構




我們透過環境管理系統推行委員會，訂定公司環境政策。對內擬訂環境績效指標，執行各項節能政策、每年定期進行溫室氣體盤查工作對外積極參與各項環保公益活動，善盡企業社會責任。

環境政策

本公司主要從事汽車研發、設計、及汽車銷售服務。我們秉持遵守法規、污染預防及持續改善的理念，推動環境管理系統：

- 一、在採購方面：推動綠色供應鏈，採購符合環保要求的零部件。
- 二、在產品方面：推展綠色產品，設計低污染、省能源的產品，提高產品中可回收物質的比例，並且禁止有害環境物質在產品上運用。
- 三、在銷售服務方面：推廣綠色行銷，向消費者傳播環保理念、提供綠色服務，建設符合環保的經銷及服務據點。



3.2.2 節能推動

我們透過公司環境管理系統組織的運行，致力推行公司各項節能措施，並取得成效。

節能活動及成效

能源項目	改善措施	能源用量		能源密度(人均使用量)		2014年相較於2013年節能量(節能率%)
		2013年	2014年	2013年	2014年	
辦公室用電 (度)	中央空調冰水主機增設變頻設備	2,393,140	2,292,784	5488.85	5234.67	100,356 (4.2%)
	辦公室照明燈具汰換為LED燈具					
	辦公室照明燈具加裝拉線開關					
	飲水機於非上班時間設定為關機					
公務車輛用油 (公升)	將公務車汰換為一級油耗之節能車款	114,530	105,979	262.68	241.96	8,551 (7.47%)
	短程出差使用電動車為主					

註1：2013年員工人數420人、2014年員工人數428人



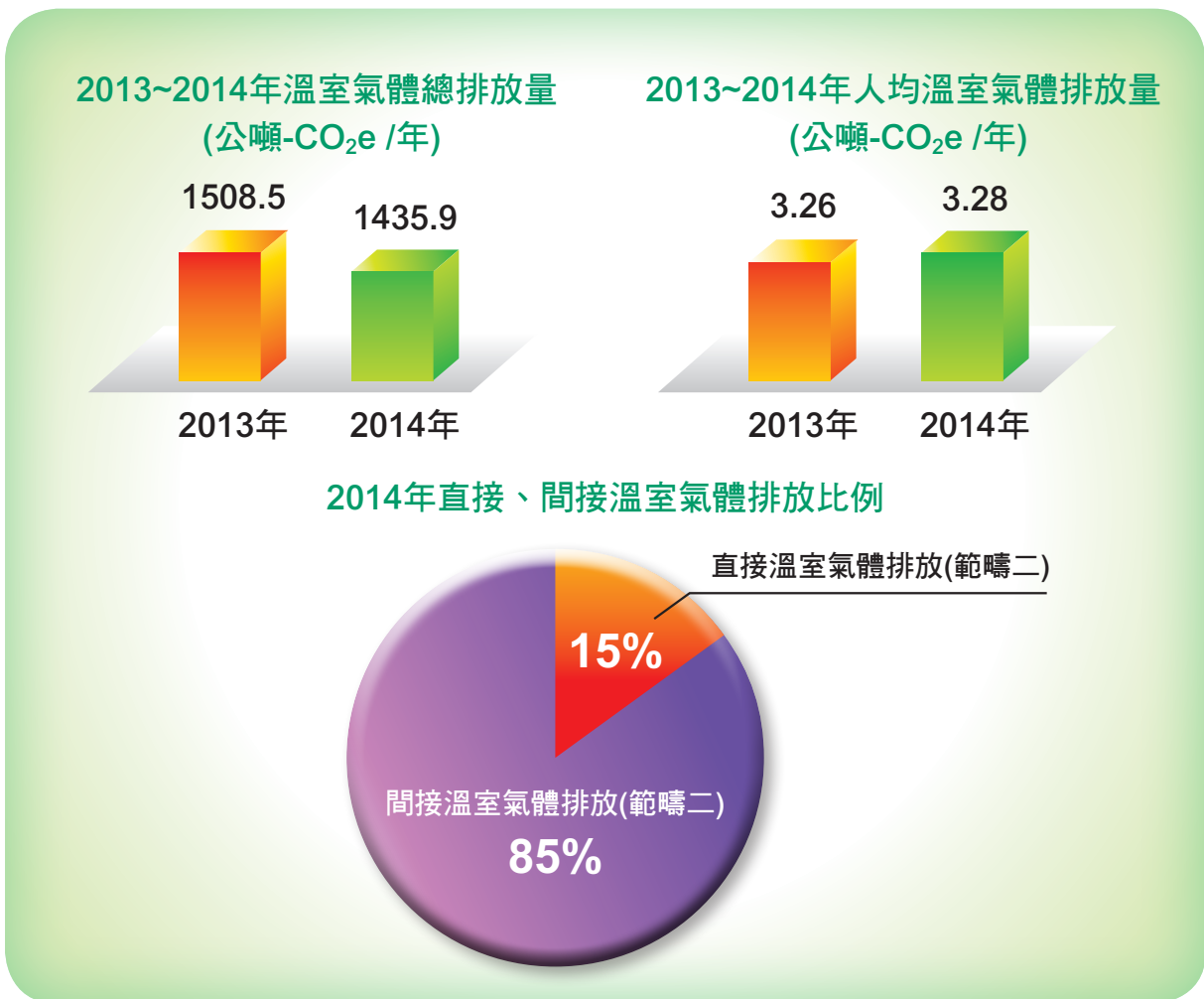
短程出差採用電動車

3.2.3 環境保護

對內我們透過對環境系統種子人員持續宣導及推廣公司各項節能政策，以落實執行各項環境活動及目標；對外則經由綠色行銷各類活動，向消費者傳達環境保護的理念。

● 溫室氣體排放減量

我們於2013年起展開溫室氣體盤查作業，溫室氣體排放總量2013年為1509.51公噸CO₂e/年，2014年下降至1439.20公噸CO₂e/年，2014年下降幅度為4.7%，主要原因為各項節能措施之執行，因此來自台電之外購電力用量減少。



● 廢棄物管理

依據公司訂定之廢棄物管理程序，將公司廢棄物分為一般生活廢棄物及資源性廢棄物。廢棄物處理程序如下：

1. 當貯存場所堆置至一定量之生活廢棄物時，管理部通知合格之清除機構入廠清除。在清除作業時，不得有廢棄物飛散濺落污染環境之情形發生。此外，責任單位應記錄清運的車號、廢棄物種類及數量於廢棄物清運紀錄表。所清除的廢棄物最終載運至后里焚化廠進行處置。經統計2014年委外之生活廢棄物清運量為73.7噸。
2. 資源性廢棄物：於各單位辦公室內設立紙類、金屬類、塑膠類、玻璃類及乾電池回收箱等以進行各類資源性廢棄物回收作業。另外，為符合資源永續利用的目標，我們積極落實廢棄物資源化措施，將產出的廢棄物委託國內合法之資源回收再利用業者，執行回收再利用作業。

3.2.4 環境法規遵守

● 環境法規

本公司生活污水經由廢水廠處理後，由正大門排放口排放，最終流入海域中，因此不因取水而對水源造成影響。由於我們在環境保護上持續的努力，公司成立至今均未受到政府環境機關的指摘及違反環境法規罰單。後續我們也將持續堅持環境永續的相關作為，以善盡地球公民的責任。

● 環保支出

我們致力進行各項環境保護工作，在2014年各項環境保護相關支出如下：

項目	支出成本
廢棄物清運	35萬元
人事管理	100萬元
節能改善	150萬元
NISSAN大自然嬉遊記	900萬元

NISSAN大自然嬉遊記

為呼籲大眾在汽車使用過程中，減少對環境的衝擊，我們舉辦了2014 NISSAN大自然嬉遊記，以源於美國無痕旅遊 (Leave No Trace) 的概念，倡導「負責任的旅遊」，並依據國際無痕山林運動七大準則為精神，提出「無痕移動生活準則」，主張當人類無可避免使用汽車為移動工具時，更應該力求在使用的過程中，減少對環境的衝擊。透過活動，我們號召車主落實環境保護的責任，與裕隆日產共同攜手實現無痕移動生活。






為了方便各地民眾參與、擴大活動範圍，本活動共分四個場次、分別於台北、苗栗、南投及屏東等地舉辦，各地活動時間：

2014/10/18 (六)	臺北 國立臺灣科學教育館
2014/10/25 (六)	苗栗 苗栗客家文化園區
2014/11/02 (日)	南投 中興新村
2014/11/08 (六)	屏東 六堆客家文化園區

本活動與客委會客家文化發展中心及聯合大學合作，透過闖關任務、金頭腦競賽、綠建築導覽及專屬生態劇等一系列活動，讓民眾瞭解如何將節能減碳落實在日常生活中。

活動結合官方、企業、民間三大力量，讓更多人一起響應環境保護，攜手共同為地球盡一份心力。活動中除了與客家文化發展中心共同策劃的一系列闖關活動外，並搭配專家導覽，帶領大家學習綠建築的知識及落實「無痕移動生活準則」，透過金頭腦競賽活動，讓民眾瞭解節能減碳及環境生態保護的重要性，寓教於樂。



NISSAN的「無痕移動生活」

科技，讓汽車越來越省油，總有一天，全世界都將使用超低污染的交通工具，如果我們沒有養成尊重生態與環境的習慣，危害大自然最大的兇手，仍然是人類。

這就是NISSAN今年以「無痕移動生活」為號召，藉由邁向第5屆的《2014 NISSAN 大自然嬉遊記》，號召台灣一起走入「無痕山林運動」的初衷。

「無痕山林運動」源於美國無痕旅遊 (Leave No Trace) 的概念，以「無痕移動」為訴求，倡導「負責任的旅遊」。主張當人類無可避免使用汽車為移動工具，更應該力求在使用的過程，減少對環境的衝擊。

國際無痕山林運動提出七大準則作為行動的概念，NISSAN以此為精神，提出「無痕移動生活」準則，邀請您一同加入，為守護地球環境一起努力。

NISSAN「無痕移動生活」準則：

- 第一條 | 選用環保車，減碳又省錢。**
選購低排放、低噪音及低油耗的環保車型，是節能減碳生活的入場券。尤其選擇零組件可回收率高的產品，讓地球資源循環使用生生不息。
- 第二條 | 行前多準備，能源不浪費。**
行前準備要充分，智慧導航不可少，除了減少繞路產生的油耗和廢氣排放外，省時省錢，愛地球聰明有效率！
- 第三條 | 旅遊不越界，美景永不變。**
進入山野或旅遊地區，千萬不要進入限制區域，謹守與保護區、水源區或原生森林維持適當的距離，讓台灣的山林之美代代傳承。
- 第四條 | 物品不遺留，永續不是夢。**
前往山野旅遊，除了不亂丟垃圾，也切記不要留下任何物品或人為痕跡，如山林排遺做好掩埋，瓶罐做好回收，地球的永續發展才能美夢成真。
- 第五條 | 尊重動植物，生態齊守護。**
視天候調整車燈亮度、依路況選擇行車傳動方式，尊重與學習動植物的生活環境與知識，不做自然環境的創子手。
- 第六條 | 共築大空間，生態無痕。**
進入山林採用共乘方式，與朋友或同好一起學習，一起和自然環境建立互助互愛的關係，共同享受地球的美景，又能減少地球的負擔。
- 第七條 | 行車講禮儀，品質大升級。**
旅遊景點路況不免擁塞，尊重所有駕駛人才能快樂出遊。不擅換超車、隨地停車、亂按喇叭，遵守交通指揮才能讓山林充滿和諧，旅遊有品質。



4. 顧客關係

秉持『服務文化、顧客至上』精神，落實並深耕於第一線的每位服務同仁，並作為顧客服務最高處理原則。期望透過服務文化建立，使全體同仁具有共同目標與願景，並持續提供高品質的服務，成為汽車服務業的領導品牌。



4.1 NISSAN – 感心服務

為提供顧客更溫馨、舒適的空間，裕隆日產於全國服務據點規劃設立影音視聽區、書報雜誌區、飲品吧台區、多功能上網區、兒童遊戲區及精緻汽車美容區等，希望讓顧客在等候愛車保養的同時，也能享受廠內舒適的服務及設施。以人為本的設計，盡力讓每位顧客都有賓至如歸的感受。



強調服務力的同時，專業力也是我們持續強化的重點。目前所有第一線服務人員及維修技師，均需接受專業訓練並通過考試認證，並定期接受各項教育訓練課程。透過持續專業訓練，來強化個人專業技能，以確保高水準的服務品質。

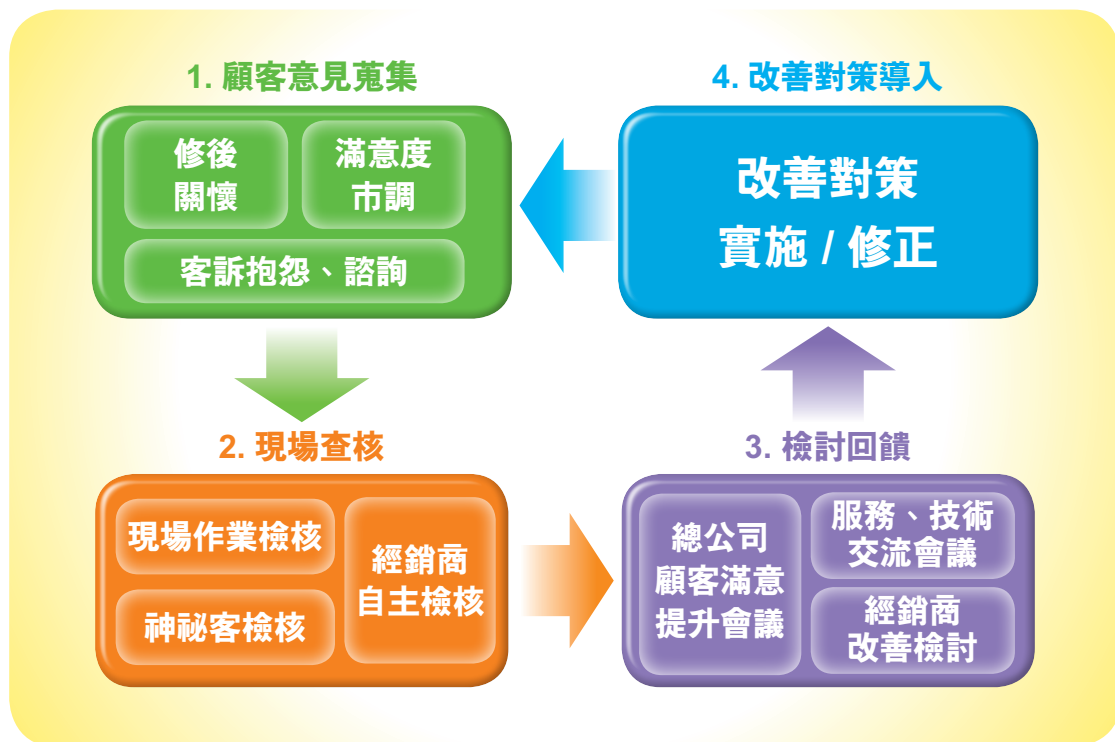


對於顧客反映問題，也導入SOS處理流程(Speed-up One Stop solution)，意即「一站到位、快速解決」。從接到車主電話詢問、安排專業人員處理、進度追蹤、到後續處理結果關懷等等，皆有專人處理，強調在黃金時間內解決顧客問題。

服務管理循環機制

裕隆日產除了定期針對第一線服務及維修技術人員，進行服務流程抽測及現場作業檢核外，同時委外市調公司進行滿意度調查。透過每月隨機抽樣方式，針對保修服務各環節之滿意度進行評比。過程中，除每月、每季定期監控滿意度趨勢外，也針對顧客回饋的內容定期於會議中檢討，以便瞭解問題發生原因，而後制訂改善對策並落實到第一線貫徹執行。透過『發現問題、檢討原因、制定改善方案』等服務品質管理循環，提供符合消費者期待的服務。

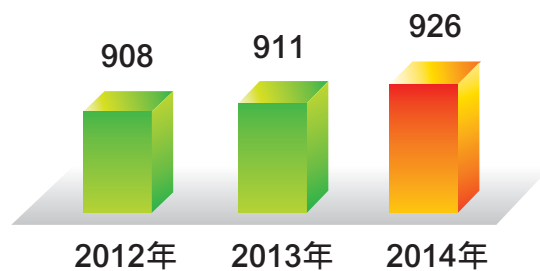
服務改善管理循環機制



定期召開服務檢討會議

依據近三年來的滿意度市調結果，裕隆日產售後服務滿意度CSI (Customers Satisfaction Index)的調查結果皆穩定持續成長。

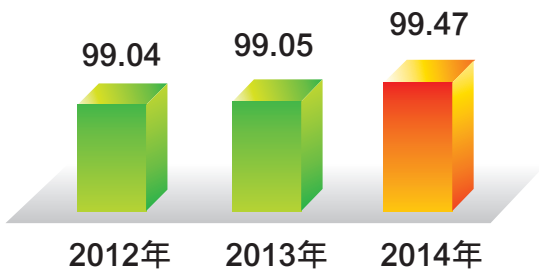
售後服務滿意度(CSI)調查的結果



備註：CSI (Customer Service Index) 汽車售後服務顧客滿意度指標調查，滿分為1000分的量表。

針對新車銷售顧客滿意度指標SSI(Sales Satisfaction Index)的調查結果，近三年均呈現穩定成長。

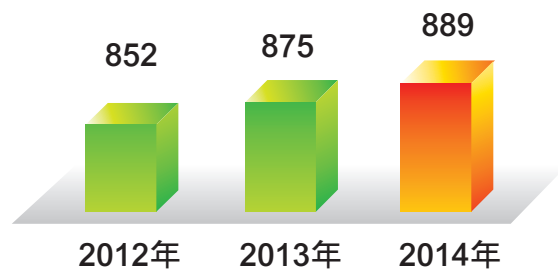
新車銷售顧客滿意度(SSSI)調結果



備註：SSI(Sales Satisfaction Index) 新車銷售顧客滿意度指標，滿分為100分的量表。

此外，本公司也會參考每年國際市調公司J.D. Power針對台灣各主要汽車品牌所進行售後服務滿意度調查結果，藉此瞭解汽車品牌間之差異程度，以作為後續改善的依據。以近三年J.D. Power售後服務滿意度調查結果來看，裕隆日產近三年售後服務滿意度持續穩定提升。而在2014年，本公司更榮獲為台灣區各品牌非豪華車系及國產車系排名第一的殊榮。

J.D. Power 近三年調查結果



備註：J.D. Power建立於1968年，是一家全球性的市場資訊公司，主要就顧客滿意度，產品品質和消費者行為等方面進行獨立公正的調查研究。量表滿分為1000分。

服務業評比獲獎紀錄



2014年J.D. Power頒獎



2014年J.D. Power售後服務滿意度調查獎盃



2013年工商時報
台灣服務業大評鑑
榮獲金牌大賞No.1



2013年壹週刊
服務業第壹大獎調查
榮獲第二名



2012年遠見雜誌
傑出服務獎調查
榮獲第二名



2011年遠見雜誌
傑出服務獎調查
榮獲第一名

全方位專業職能訓練

服務，是掌握顧客忠誠度的關鍵；人員，則是打造公司服務形象、創造好感度的靈魂；而規劃完善、紮實的教育訓練則是持續不斷提升人員服務競爭力的唯一方式。

本公司目前於人員教育訓練規劃上，分為基礎核心訓練及人員心態再造課程。基礎核心訓練規劃上，針對各職位所需專業技能進行課程設計，包含了技師維修、接待服務、零件庫存及廠長管理訓練。



技師維修訓練

- 維修技術訓練
- 钣噴技術訓練
- 維修技能檢定



接待服務訓練

- 服務流程訓練
- 車輛知識訓練
- 客訴處理訓練



零件庫存管理訓練

- 庫存管理訓練
- 零件備料原則
- 零件問題處理



廠長管理訓練

- 廠務管理訓練
- 客訴處理原則
- 報表數據分析

基礎核心訓練

針對人員心態再造訓練規劃上，則是針對不同年資之員工，量身打造「動力營」與「活力營」。期望透過課程探索與團體活動，跳脫人員既有思維與框架，並凝聚人員向心力、再造服務心態。



「動力營」自2005年舉辦至今已累積超過2,400位NISSAN人參加，參加對象為售後服務體系新進人員。課程規劃皆是以團體小組為單位進行，每項關卡皆考驗小組在合作、溝通、解決問題能力，缺一不可！希望藉由互動過程中，讓員工產生積極、主動、熱情，以達到高效率團隊運作，提供顧客更優質、迅速的服務。



「活力營」是專為資深員工提供之人才養成計畫，自2012年起舉辦至今已累積超過800人，透過腦力激盪、團隊領導等課程體驗，激發個人面對困境勇氣、培養成員互信互助及問題解決能力，進而讓資深員工重拾工作熱忱、勇敢挑戰自我，持續提供符合顧客期待及更精緻的售後服務。裕隆日產期望透過有形技術強化與無形心態提升，全面打造優質服務團隊，持續成為汽車服務業的楷模。

全方位滿足車主服務需求

優質售後服務不應僅在車輛保養及維修而已，更是提供全方位服務、滿足顧客需求。



為延伸感心服務與提供愛車全方位照護，本公司每年定期舉辦季節性服務健檢活動，除提供各項優惠外，透過免費健檢主動關懷顧客愛車行駛狀況，以維護車主行車的舒適與安全。

針對車主規劃「車主教室」。透過專業人員現場上課，教授顧客正確的行車觀念與安全防護。課程規劃上含講解及實務操作等共2小時，包括：

1. 如何照顧愛車(保養/美容/烤漆)
2. 雨刷/電瓶/輪胎/剎車小常識
3. 認識車輛與行車須知
4. 事故處理與保險知識



針對顧客常見問題，本公司也提供「車主安心手冊」置於服務廠客休室內，說明車輛保養知識及顧客相關權益需知。在等候愛車保養當下，也滿足顧客對「知」的需求。

透過不斷挑戰現有的服務流程與品質，以「創新服務」作為未來競爭的主軸。透過每一次與顧客互動的過程及意見回饋，持續尋找下一個改善機會，以創造讓顧客有感的服务新體驗。



舒適完善的硬體設備與專業紮實的訓練，裕隆日產以「感心服務」為基礎，推動更精緻的售後服務，並以「快速」、「親切」、「專業」與「信賴」等四個面向將服務具體化，提供超乎顧客期待的服务，追求顧客高度滿意，奠定裕隆日產在汽車業的專業形象，使裕隆日產成為汽車服務的標竿。

4.2 INFINITI – 全方位尊榮服務

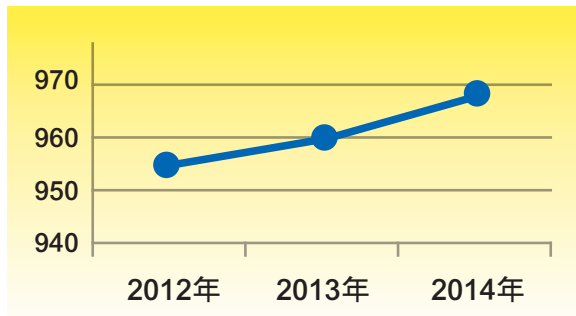
INFINITI以「魅·力·無限」的品牌精神深獲消費者的支持與肯定。為讓顧客獲得最為尊榮且貼心的服務，我們陸續導入全新IREDI(Infiniti Retail Environment Design Initiative)旗艦店，採用Lobby、Lounge、Gallery三步驟的空間設計，營造優雅舒適的賞車體驗。面對服務堅持以「專業、信賴、禮遇」為核心，提供百項專業診斷與標準的接待為服務基礎，透過專屬服務顧問、維修技師與客服中心組成的「行動管家」團隊，提供顧客貼心的全方位服務。



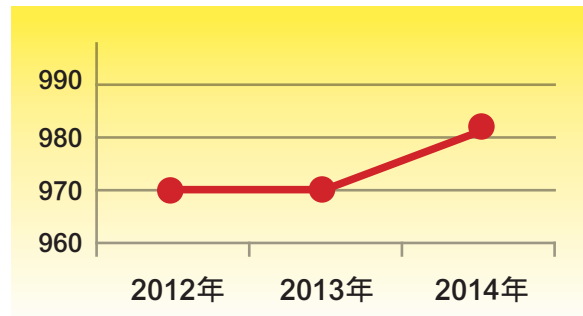
INFINITI為將「熱情」的品牌DNA，以更溫暖、更人性化的角度傳達給消費者，我們首創引進國際五星級飯店的接待規格，及媲美頭等艙等級的服務，提供顧客行動辦公室、VIP休息區及嚴選健康活力餐點，讓顧客進廠享受專業服務的同時，重要的工作聯繫也能透過我們的服務而持續不致中斷。

在2014年INFINITI對全年度掛牌新車執行SSI (Sales Satisfaction Index, SSI) 新車銷售顧客滿意度指標調查, 及CSI (Customer Service Index, CSI) 汽車售後服務顧客滿意度指標調查, 在滿分1000分的量表下, SSI調查結果為968分、CSI調查結果為983分, 雙雙獲得顧客高度的肯定。

SSI



CSI



殷勤款待是INFINITI致力精進服務的宗旨, 為使我們每一位服務人員都能如朋友般的與客戶寒暄, 如家人般展現熱情, 期許在每一個服務互動的環節, 都能使顧客倍感禮遇, 超越期待, 為此我們精準的落實在每一次訓練規劃。在2014年即設計一系列以『溝通』為主題教育訓練課程, 目的提升第一線的銷售/服務人員, 如何使深奧的汽車名詞, 能以更淺顯易懂的語言方式與客戶解說, 藉以提升顧客對INFINITI品牌的信賴及滿意。



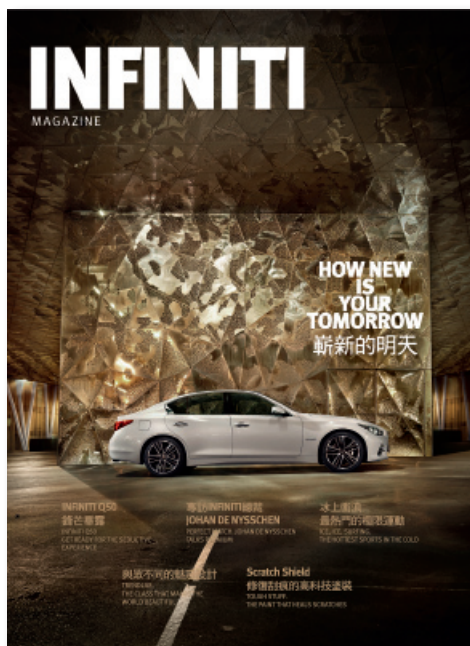
月份	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
課程名稱	尊榮服務流程	人際溝通講座	基礎服務訓練		說動人心的說話技巧	進階服務訓練		異業體驗服務		
			領導技巧	服務禮儀		魅力服務動力營				

車主活動維繫顧客關係

INFINITI為深耕與強化顧客關係，在每年定期舉辦的春、夏季服務活動時，除提供各項優惠外，也透過免費健檢主動關懷顧客愛車健康狀況，此外我們更重視顧客聲音在每一次活動意見回饋，也都會成為我們精進的方向。當然對於車齡較高的老朋友也會不定期舉辦回廠優惠折扣活動，藉以減輕保養費用。



一年一度的熱情揮桿高爾夫聯誼賽是INFINITI與顧客聯誼盛會之一，我們貼心分北、中、南三區舉辦。在2014年活動中，邀請近400位顧客及貴賓熱情參與，大會除精心準備參加獎外，現場也準備多項技術獎、趣味挑戰及摸彩活動，更特別準備全新的Q50乙台作為一桿進洞首獎，讓車主享受揮桿同時能玩得更加盡興。

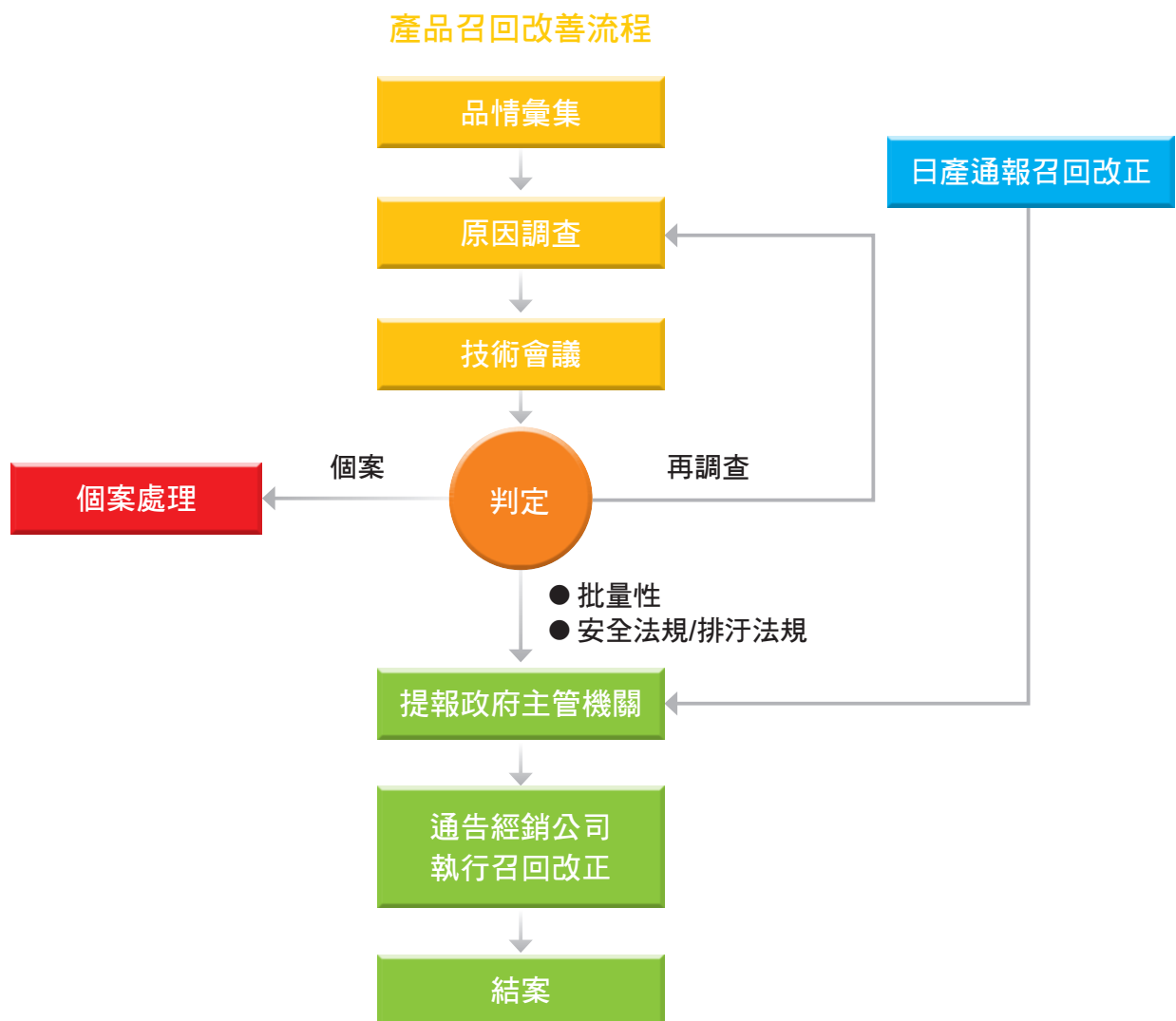


INFINITI為完整傳遞品牌及產品魅力，達成與顧客深度溝通及進一步了解品牌精髓與造車工藝內涵，自2014年起，我們將原文雜誌翻譯為更貼近台灣消費者的生活語言，讓「INFINITI Magazine」正式以年刊方式發行國際中文版。內容涵蓋品牌核心價值與車款設計概念，闡述與其它品牌(如Red Bull)的合作精神，以及介紹奢華生活品味的流行時尚，彰顯品牌價值。

INFINITI不僅提供創新科技的豪華車款，也關心顧客車輛售後服務。在各項以客為尊的關懷活動中，我們認真拉近與顧客距離，且聽見顧客真心的感受與聲音，讓INFINITI能更快掌握顧客需求，領先業界創新服務。

4.3 重視顧客健康與安全

一直以來，我們總是以顧客的角度出發，視顧客的健康與安全為一切的根本。尤其汽車安全攸關顧客的生命，我們絕不容許任何的危險因子潛藏在產品中。因此，裕隆日產審慎制訂了一套完備的產品召回改善流程，以確保所有NISSAN顧客都能安心、放心地享受駕駛樂趣。



2014年因汽車安全性問題主動召回改正案例共10件，因空氣污染防治法之使用中汽車召回改正案例共0件。處理依據及方式如下：

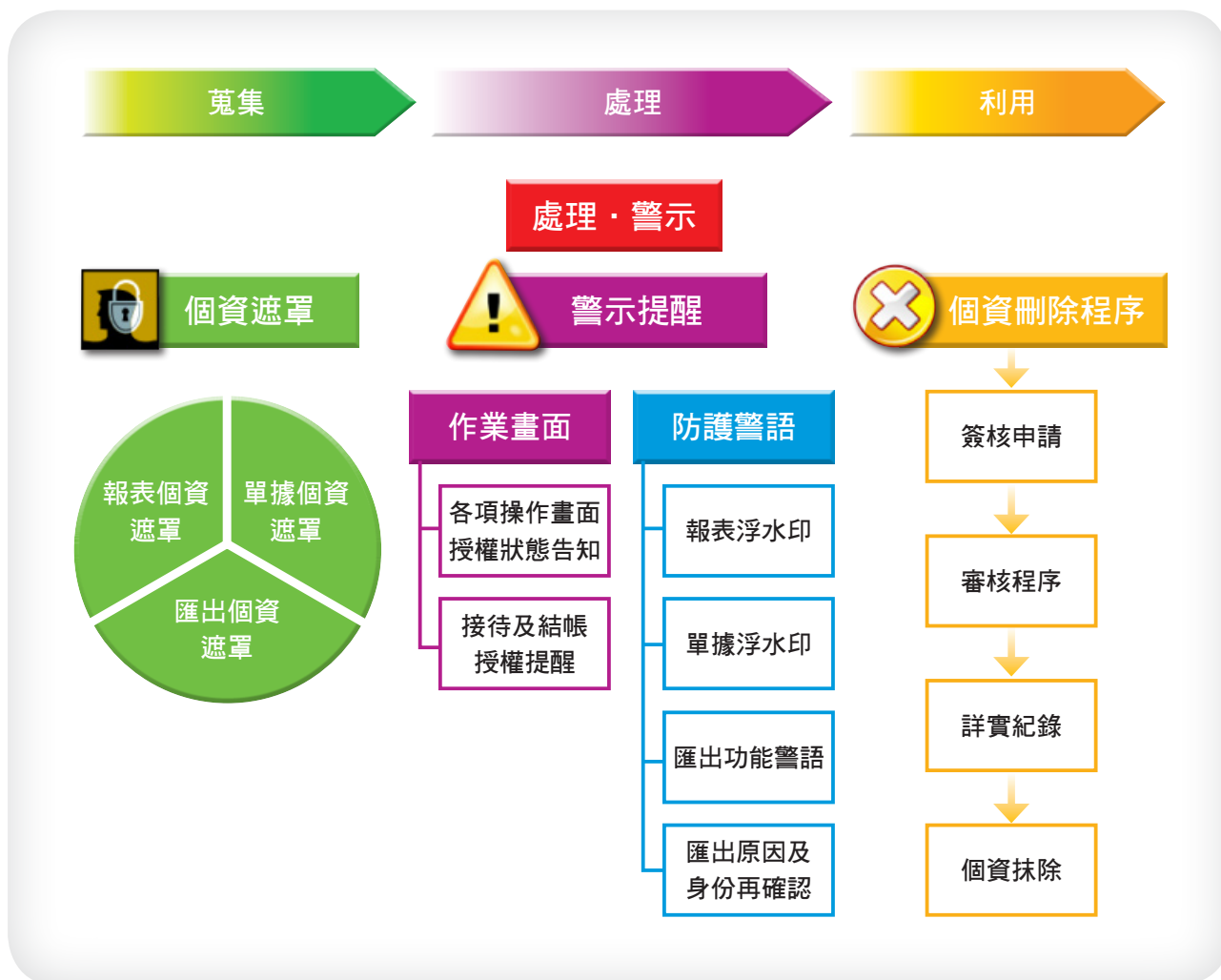
1. 法源
 - a. 根據公路法第六十三條之一第三項規定之汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法。
 - b. 根據空氣污染防治法 第三十七條規定之使用中汽車召回改正辦法。
2. 每月依辦法規定向政府(交通部/環保署)提報執行進度。
3. 裕隆日產除依法令規定以信函通知消費者與媒體公告外，另主動以電話通知回廠改正。
4. 顧客如逾召回改正結果備查期間回廠，裕隆日產仍主動提供永久免費改正服務。

4.4 維護顧客隱私

我們相當重視顧客隱私權，為確保顧客隱私權，裕隆日產遵循台灣「個人資料保護法」等相關法令規範，將個資保護納入公司治理強化重點項目。透過業務流程與資訊系統的分析，檢視個人資料取得、處理、傳遞、儲存、封存與銷毀等過程的生命循環及存取控管情況，規劃最合適的個資保護解決方案，以確實保護顧客隱私。

同時，為保障顧客線上隱私，使其安心使用裕隆日產官方網站及相關服務程式所提供的各項服務，官方網站皆同步遵循「個人資料保護法」蒐集及運用顧客資料，並以合理之技術及程序來保護顧客隱私權。因此，在2014年我們未有侵犯顧客隱私權之實際投訴發生。

Smart DMS個資之處理



NISSAN 官網會員隱私權保護聲明

1. 『裕隆日產汽車』或『我們』即為裕隆日產汽車股份有限公司。
2. 『NISSAN服務』即我們提供之功能和服務，包括透過(a)我們的網站www.nissan.com.tw(包括子網域、行動版本)；(b)其他現在或未來開發之軟體(如APP)、產品、媒體、服務或裝置。
3. 『會員』即您透過NISSAN服務，提供您之個人資料，向我們註冊成為NISSAN服務之使用者。



5.最佳夥伴

裕隆日產一直以來視供應商/經銷商為事業上的好夥伴，在相輔相成、共存共榮的生命共同體理念下，透過彼此的緊密合作以謀求企業體質的強化；以群體力量提升對外競爭力，進而以提昇國家工業水準及對社會繁榮有所貢獻為最終目標。

除了經濟發展及社會繁榮的目標外，綠色環保概念將是全球的趨勢。因此以全球公民自許的裕隆日產，將極力帶領供應商/經銷商共同朝向綠色產業邁進，以善盡我們的企業社會責任。



5.1 共存共榮的供應商關係

5.1.1 供應商管理

裕隆日產的供應商共計219家，其中包含85家國產零組件廠商、19家直接物料廠商以及115家售後服務件廠商。我們將綠色採購列為公司的友善環境政策與重要的採購政策，所以在評估各供應商時，即明確宣告裕隆日產的環境政策。並要求供應商積極取得ISO 14001(環境管理系統)認證。截至2014年，協力廠商已取得ISO 14001認證的有47家，占本公司國內零件採購金額比例約68.91%。針對尚未取得之廠商，我們將持續輔導及協助推動相關作業，讓所有協力供應商都能符合環境法規並持續改善，對友善環境盡最大的努力。

裕隆日產除了積極推動綠色採購之外，同時注重企業社會責任及永續經營的理念。因此我們將致力於營造符合安全、衛生的工作環境。提昇人權與道德的就業制度，並善盡世界公民的義務。俾有利於供應體系關連所影響之龐大協力夥伴員工暨社會人群。

我們內部設有專責單位對廠商執行改善輔導與監查活動，並透過理監事會議、協力會會員大會、運動交流、教育訓練、活動觀摩、企業研習會等與供應商間作多元、有效之溝通及推行改善。以實現「環境保護與經濟發展相輔相成」達到「裕隆日產與供應商共存共榮」的理念，創造社會整體永續繁榮。



我們了解到全球對於綠色管理、安全、衛生及勞工人權三大構面的重視，我們以循序漸進的方式要求供應商於生產過程中，應遵循或注意下列事項：

1. 符合環境保護法規，包含空氣污染、水污染、廢棄物管理、有害之國際禁用物質等，並同時能進行節能與減碳的相關活動。
2. 符合勞工安全衛生法等規範，建立完善設備安全管理流程及步驟，以確保工作人員之生命安全。
3. 符合政府機關之勞工相關法令，確保禁用童工，無超時工作及無歧視勞工等情況。

於2014年，我們針對涵蓋年採購金額95.06%之重點供應商展開永續發展專案的初期工作。除了再次鄭重對供應商完成政策宣導外，並以問卷展開普查及供應商簽回政策配合承諾書。截至本報告書之2014年底，已完成如下內容：

執行項目	安全衛生政策調查	碳排放調查	水資源調查	承諾書回簽
廠家數	74	74	74	54

截至2014年已有54家供應商簽回政策配合承諾書(占本公司國內零件採購金額87.22%)，同意配合供應商永續發展專案所要求的「綠色供應鏈」、「安全、衛生與風險管理」、「勞工人權與道德」等相關事項。



2015年裕隆日產將著手推動相關「綠色供應鏈」、「安全、衛生與風險管理」及「勞工人權與道德」的教育訓練課程、優良供應商觀摩活動及相關活動改善方案交流、並進行實地稽核，以落實並提昇裕隆日產協力體系的永續經營能力與實力，具體實現「環境保護與經濟發展相輔相成」、「裕隆日產與供應商共存共榮」的理念，共同打造綠色供應鏈，為地球永續發展盡一份心力。

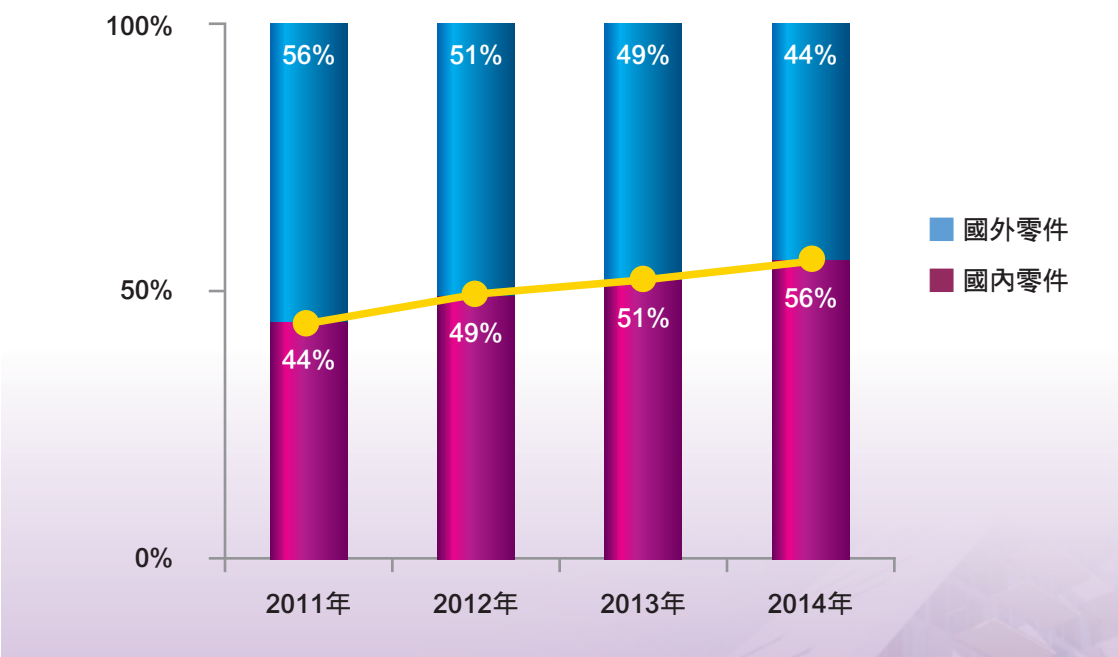


5.1.2 提升供應商競爭力

在裕隆日產的帶領下，結合國內各供應商不斷積極推動、擴大汽車零件國產化活動，除了大幅降低我們的車輛生產與管理成本外，同時也帶動國內汽車零件的需求並提升供應商的產能稼動率，創造出雙贏的局面。

在我們與供應商共同努力下，國內零件採購金額已逐年提升。在2014年度，國內零件採購金額占總零件金額的55.79%，後續我們也將帶領供應商再持續努力，推動、擴大汽車零件的國產化。

金額比例 / 年度	2011年	2012年	2013年	2014年
國內採購金額比例	44.11%	49%	50.55%	55.79%
國外採購金額比例	55.89%	51%	49.45%	44.21%



5.2 經銷商/服務廠環境永續行動

5.2.1 經銷據點節能減碳

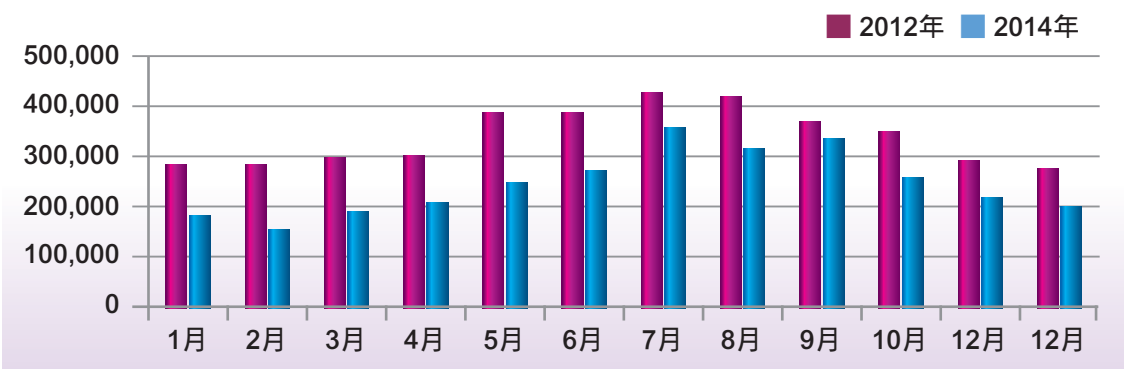
因應全球暖化、響應政府節能減碳政策，我們積極與經銷商溝通，鼓勵他們在各項電器設備(冷氣、燈光等)上盡量汰舊換新，改用符合節能規範的新設備。

裕信經銷商於2012年12月起至2014年止，分階段將全數保養廠及展示間的照明，由傳統燈具更換為LED燈具，不僅可降低用電量，也提高了照明效率。經統計每月實際用電，2014年用電度數2,989,541度，相較2012年用電度數4,034,030度，減少1,044,489度，降幅約為25.9%；電費的降幅也達16.7%。

安裝LED照明燈具後的展示間



2012年 VS 2014年用電度數比較表 (依實際用電月份)



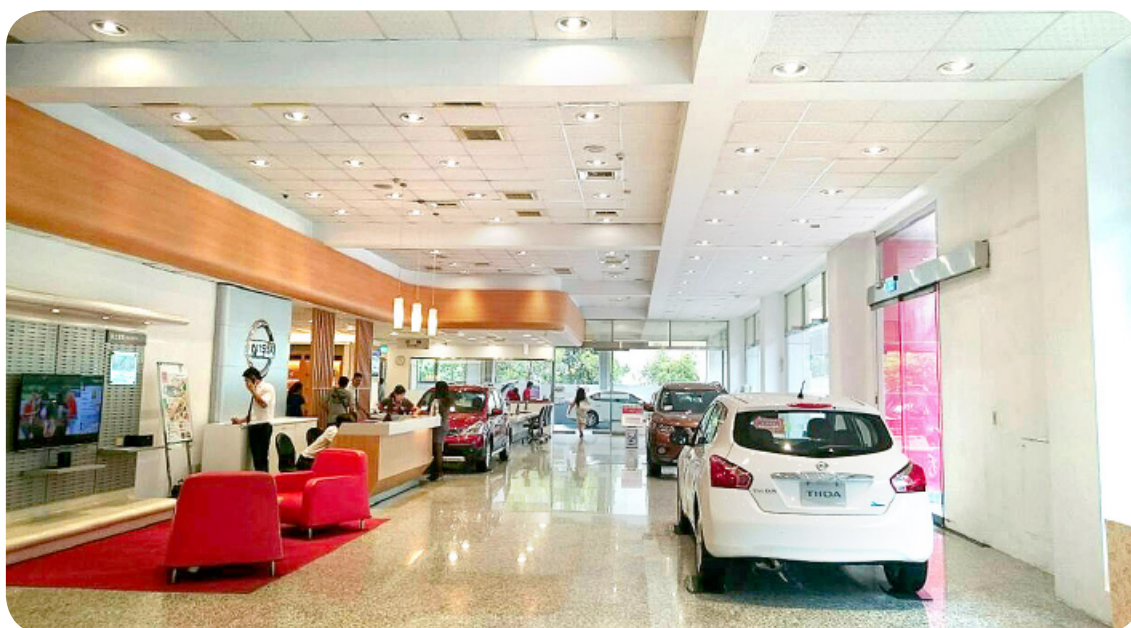
裕昌經銷商亦於全日需開燈的車輛展示空間及汽車修護廠區，將照明設備汰換為LED燈具(T8及HQI燈)；另針對耗電量大的冷氣，改用氣冷式水冷機並增設需量變頻器作為遠端遙控，以方便在尖、離峰時間控制冷氣運轉。在節能工程完成後，統計2014年2-10月的用電總度數，相較於2013年同期用電總度數減少，降幅約25.61%且電費降幅約24%。

由於節能成效佳，所以裕昌經銷商也榮獲台灣電力公司「103年節能減碳愛地球」中小企業節電競賽第貳獎殊榮。

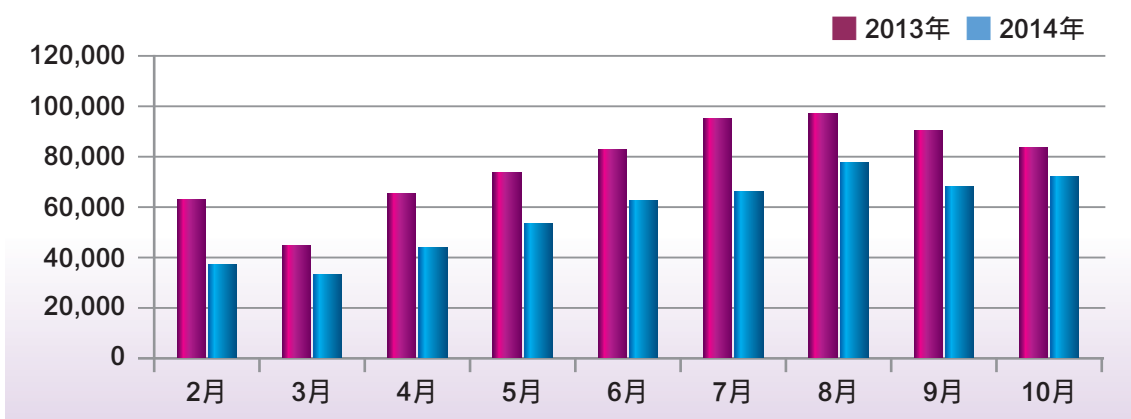
台灣電力公司頒發節電獎



安裝LED照明燈具後的展示間



2013年 VS 2014年用電度數比較表 (依實際用電月份)



5.2.2 降低服務對環境的衝擊

為落實節能減碳及減少溫室氣體排放，裕隆日產汽車於2014年逐步於全省各服務維修據點導入機油油槍設施。主要目的為降低空瓶產生量及製造空瓶時所產生的環境污染；另一方面可降低機油瓶配送頻率，而減少過程中所造成交通廢氣排放量。估計實施導入後，每年約可減少160萬~170萬個機油瓶使用。

機油油槍設施



大幅降低機油瓶使用量



6. 樂在工作

同仁，是我們的「夥伴」，不是我們的「員工」！
為了讓同仁「樂在工作」，我們秉持著「用心帶腦、用腦帶人」的用人策略，除了致力於營造優質的工作環境及制度外，也提供同仁最大的成長及發展空間。
「以人為本」的企業精神，正是我們最引以為傲的厚實榮耀。





獲頒【2014 工作悠活】獎

一直以來我們致力於提供「同仁需要」的工作環境及協助，不僅打造優質的工作環境(宿舍休閒園區、室內游泳池、健身房、員工菜園...)、提供具競爭力的薪酬與福利外，也提供多元的培育及發展途程。除了在2008年獲頒「友善職場」獎外，很榮幸再度獲勞動部頒發【2014工作悠活】獎榮耀，除了代表我們長期以來致力於為同仁打造「樂在工作」的用心獲得肯定之外，也讓我們更加堅信及堅持一同仁，是我們的「夥伴」，不是我們的「員工」！有樂在工作的同仁，才能有永續經營的裕隆日產汽車！

6.1 用人政策

適才適所、人盡其才

「適才適所、人盡其才」的用人理念，是我們所堅持的。除了依循法令要求聘僱人才外，我們有嚴謹的招募流程，包含語文要求、專業測驗、人格特質評估等。在面談階段中更加強採取聯合招募面談制度，除了職缺的直線主管需要親自參與面談外，也需搭配其他部門的一位經理級主管及人力資源的主管共同面試，並採取共識決議的方式來遴選應徵者。藉由層層嚴謹把關及審慎評估，以確保落實我們的用人理念「適才適所、人盡其才」。

我們所有的同仁均受勞動基準法及其他相關法令的保障；「用行動愛台灣」是我們全體同仁共同的語言。因此，在徵聘人才時，我們以本國居民為主要聘僱對象，且儘量聘僱在地人；堅持不僱用外籍勞工或採用建教生，更是杜絕僱用童工。同時，我們訂定合理且高於在地薪資水平的薪酬制度，並且遵循女男同工同酬，不因種族、政治立場、宗教信仰、婚姻狀況及工會社團等而有所差異，且具競爭力的薪酬及福利制度。同樣的，在績效考核及職等晉升亦不會因為這些因素而有不同的對待。這些都是我們在用人政策的基本原則，故截至目前無任何形式的歧視情事發生。

6.2 僱用狀況

適才適所、人盡其才

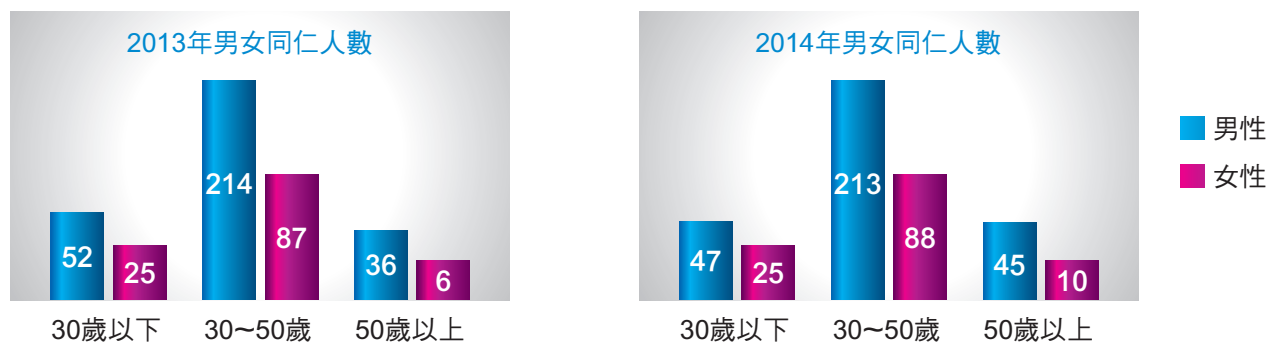
2014年度全公司僱用狀況

近年來我們的僱用人數很穩定，如有新聘僱也以遞補遺缺為主且大多以正職僱用。因此，歷年總人數沒有太大差異。



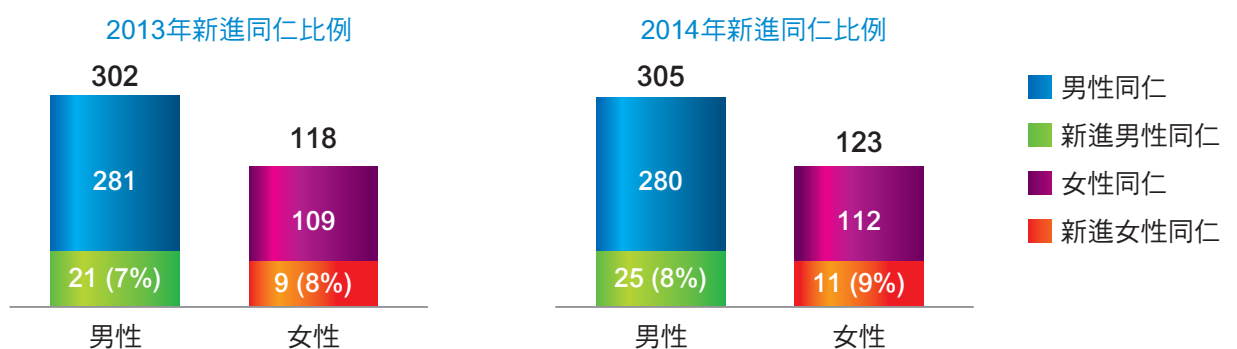
男女同仁人數及比例

由於設計、研發等工程人員佔全體員工約三分之一的人數，因此，男性同仁的人數較女性同仁為多。



新進同仁人數及比例

新聘僱員工以遞補遺缺為主且希望多給社會新鮮人機會，因此所聘僱的新人平均為30歲以下，並具碩士或學士學歷的人員。



離職同仁人數及比例

近年來裕隆日產持續穩健地經營，因此離職率也未出現大幅震盪。

項目		2013年		2014年	
		男性	女性	男性	女性
員工總數		302	118	305	123
離職人數	30歲以下	11	1	9	5
	30~50歲	13	3	13	7
	50歲以上	4	1	4	0
	總離職員工人數	33		38	
離職比例		8%		9%	

僱用當地居民為高階管理階層比例

裕隆日產採扁平化組織且高階管理階層多為僱用在地居民，以順暢各階層間的溝通時間及促進在地的經濟發展。

項目	2013年	2014年
僱用當地居民為高階管理階層人數	13	12
高階管理階層人數	17	15
僱用當地居民為高階管理階層比例	76%	80%
員工總數	420	428
高階管理階層佔員工總數比例	3%	3%

註1：高階管理階層定義為擔任部門主管(含)以上人員

註2：「當地」指的是居住於台灣地區



6.3 人性化的福利

溫馨的禮俗假

我們秉持「以人為本」的企業精神，提供事假、病假、生育/育嬰假、陪產假、生活照顧假等法令規定的假之外，更依照同仁的實際需求，提供優於法令的禮俗假，例如子女入學假、子女結婚假、兄弟姊妹結婚假...等，讓同仁在工作之餘，也可以同時兼顧到家庭的需求。

人性化的彈性上班制度

為讓同仁每天可以從容地上班，我們對所有同仁實施一個小時彈性上班制度，同仁可以視自己的上班交通狀況、家庭或個人需求等，於每天早上8~9點之間上班，當天自動延後相對應的時間下班即可，除了讓同仁可彈性安排外，也可避免同仁為趕上班刷卡時間而增加交通風險。自實施以來，這制度一直是同仁極為讚賞的「以人為本」的落實做法。

貼心的育嬰假

為協助同仁在工作之餘，可以兼顧家庭，我們均依法令實施育嬰留職停薪制度，只要同仁任職滿六個月，均可依「性別工作平等法」及「育嬰留職停薪實施辦法」，在子女滿三歲之前申請育嬰留職停薪，最多不超過兩年。育嬰留職停薪期間，我們會適時關心其生活狀況。復職時，我們也會安排回任原任職單位及工作職務。

育嬰留職停薪及復職比例

項目	男性		女性		合計人數
	男性	比例	人數	比例	
2014使用育嬰假的人數(A)	1	14%	6	86%	7
2014育嬰假後應復職的人數(B)	1	20%	4	80%	5
2014育嬰假後復職率(B/A)	100%		67%		-
2013育嬰假後復職的人數(D)	0	-	2	100%	2
2013 育嬰假後復職工作滿一年人數(C)	0	-	1	100%	1
2014育嬰假後留任率(C/D)	-		50%		-

重視同仁健康

我們依法提供勞健保、退休儲備金外，並於同仁報到當天(含全職、兼職、臨時工)投保團體保險，內容包括壽險、意外險、住院醫療險、癌症險、意外醫療險、出差險等，並進一步免費提供同仁配偶、子女醫療與癌症的團體保險，讓團體保險的保障可以擴及同仁的家庭成員。

具激勵性的獎勵制度

除了基本薪資及三節獎金之外，我們根據公司營運狀況及每位同仁的績效表現給予同仁獎金，包含績效獎金、季獎金、加發年終獎金及紅利等，以適時激勵士氣並留住優秀員工。此外，我們訂定有調薪制度，每年參考經營績效、物價狀況等因素，評估及進行年度調薪作業。

President Award 甄選及表揚

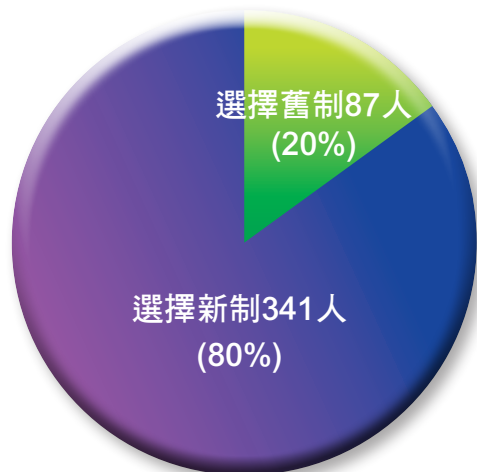
為鼓勵同仁發揮長才，除了實質的薪資及獎金外，我們每年定期舉辦 President Award 團體獎及個人獎的甄選及頒獎活動。經由推薦、初審、複審及決賽等層層關卡的嚴謹評審，選出最能代表我們核心價值的優秀團隊及個人。對於獲選者，除了給予優渥獎金、福利外，並在五一勞動節活動上給予表揚，也會推薦到日產參加國際性的甄選，藉此直接激勵優秀的同仁並間接鼓勵其他同仁效仿、共同學習成長。



退休保障

我們的退休福利制度係依據當地法令之相關規定，為每位同仁提撥退休金，同仁參與退休計畫比率為100%。如台灣地區是根據勞動基準法及勞工退休金條例，於2005年6月30日(含)以前到職之同仁，享有舊制退休金年資且可持續以舊制提撥；惟同仁自由選擇為新制退休金資格後，舊制年資仍留，但自選擇新制起，始享有新制退休金年資。舊制退休金皆依每位具舊制退休金年資者之2%月薪資，按月提存至中央信託局舊制退休準備金帳戶，此部分僅為雇主提存，無員工參與。

我們為選擇新制及新進同仁，依每位享有退休金資格之勞工退休金級距，按月提撥6%至同仁個人退休金專戶，於2014年12月31日總計有80%同仁選擇新制。除公司固定提撥之退休金外，我們也提醒同仁可依個人意願，選擇退休金級距0%~6%不等之退休金提存至個人退休金專戶中，以確保其退休生活有所保障。



以同仁需求出發的福利措施

- 我們除依法給予特休假及禮俗假之外，最為人稱羨的是，我們會先與勞資會議協商，將一年內的假期做妥善調整及安排，讓員工得以享受較多次的長假。每年在八月份暑假期間，亦有長達九天的放假日，同仁都暱稱為小暑休；過年期間也會安排較長的假期，讓同仁增進家庭關係或滿足個人的旅遊、度假需求。
- 在辦公區內設有兩個餐廳，每天提供美味既健康的早餐；午餐除了可至餐廳用餐之外，可也選擇訂購便當，由餐廳送到同仁的辦公室，讓同仁在工作之餘，也可享受到健康、安全又美味的餐飲。
- 我們在辦公區內設有兩個福利社、在員工宿舍休閒區則另有設置福利社及木屋餐飲部，以方便住宿同仁用餐及購買民生用品。同時，我們也會隨時依據同仁的需求調整商品內容及服務，例如提供衣物送洗、特賣會商品付款及提貨...等。此外，我們在多處設有提款機並與金融機構協商，提供同仁優惠的利率、手續費及各種理財方案，以鼓勵同仁做好理財規劃。
- 我們提供有免費的員工宿舍(包含水、電、網路)予居住較遠地區的同仁住宿，以減少同仁每天因工作的舟車勞頓及交通風險。此外，我們設置有員工宿舍休閒園區，內有室內游泳池、健身房、烤箱、健康步道、室內體育館、室外籃球場、網球場及員工菜圃等，除了提供給住宿同仁使用外，也開放給非住宿同仁及眷屬使用，以鼓勵同仁從事正當及健康的休閒活動。



美輪美奐的員工餐廳



室內游泳池



員工宿舍外觀



宿舍交誼廳



健身房



宿舍小木屋外觀

溫馨多元的休閒活動

- 我們相當重視同仁在工作、生活與家庭間的平衡發展，因此設有職工福利委員會規劃一系列的活動，內容相當豐富，主題涵蓋了家庭日、節慶團隊活動、球類競賽及夏令營等活動。透過這類活動除了提升跨單位間同仁的互動及增進團隊合作外，也讓同仁於工作忙碌之餘，仍能兼顧身心健康及家庭幸福。

2014年度職工福利委員會大型活動

項次	活動名稱	舉辦日期
1	Hi五一放鬆去-六福村綻放活力	2014/5/3
2	母親節康乃馨獻禮	2014/5/8
3	2014「笑聞粽香 樂競陸龍」端午節歡慶活動	2014/5/29
4	「一起玩才出攝」攝影比賽活動	2014/5/29
5	『兒童籃球』夏令營活動	2014/07/22-23
6	2014『愛妳一世、裕在墾丁』二日遊活動	2014/08/30-31



籃球夏令營



五一活動



端午節趣味競賽



攝影社外拍活動



攝影社活動海報

除了前述活動外，福利委員會也提供旅遊、子女教育、購車等彈性福利補助，並依據台灣習俗如婚喪喜慶、進修、住院、退休等不同事件提供額度不等之津貼補助，或急難救助款等。

6.4 友善工作環境

為提供同仁一個高度安全、可靠的工作環境，我們設定「零重大工安事件」為目標，並透過內部環安委員會之運作，落實執行安全衛生管理工作。2014年度環安委員會委員共14人，除了最高管理者及管理代表由高階主管擔任外，其餘委員由各部門遴選一位適合的同仁(勞方)參加，勞方代表比例為86%。透過環安委員會定期召開會議，訂定各項環保及職安的推行活動，藉以保障公司員工安全與健康。

6.4.1 安全、安心的工作環境

各項設備皆設定有保管人負責日常檢查作業，後續再由管理部執行每月一次複查，項目包含電器設備、消防設施、危險性機械設備、危險暨有害性物品存放等重大項目。巡查結果如發現有缺失，將通知相關單位立即進行改善，改善結果再由使用單位與管理部共同確認，以確保工作環境的安全。

● 安全教育訓練及宣導

1. 每半年一次針對公司內特定危險性機械設備操作，針對操作同仁進行職安教育訓練，並嚴格遵守各項國家職安法規，無相關證照同仁不得操作該設備。
2. 將公司劃分為數個區域，每區域每年進行1次緊急及消防演練。
3. 不定期針對一般同仁宣導用電安全、火災預防等觀念，並將相關宣導資料存放於公司內部網站讓同仁可隨時閱覽。
4. 為確保同仁生命安全，在發生緊急情況時可獲得最即時之搶救，於廠區各辦公區皆設置有自動體外心臟電擊去顫器（AED），並由駐廠醫師定期對同仁進行急救之教育訓練。



傷患搶救



滅火器使用



AED設置

● 職業傷害調查與再發防止措施

1. 統計2013~2014年發生之職業傷害件數共3件，其中跌倒事件2件，上、下班交通事故1件。
2. 為降低傷害事件發生率，尤其女性同仁因穿著高跟鞋款易肇生跌倒事件，已加強同仁安全教育宣導，相關對策包括：
 - a. 於廠區上、下樓處增加注意安全標識。
 - b. 穿著高跟鞋款時，避免於廠區內奔跑。

2013~2014職業災害統計

項目	2013年		2014年	
	男性	女性	男性	女性
職業傷害（件數）	0	1	0	2
職業病發生(件數)	0	0	0	0
損失工作日（天數）	0	3	0	3
缺勤日（天數）	23	71	15	83
工作總時數	615,440	239,120	614,016	247,968
工傷率(IR)	0	4.182	0	8.066
職業病發生率	0	0	0	0
嚴重率(SR)	0	12.546	0	12.098
缺勤率	0.03%	0.24%	0.02%	0.27%
備註	1. 工傷率=傷害件數*百萬工時/總經歷工時 2. 嚴重率=損失工傷日數*百萬工時/總經歷工時 3. 職業病發生率=職業病發生件數*百萬工時/總經歷工時 4. 缺勤率=(總缺勤日數/總工作人天數)*100%。			

6.4.2 完善的健康照護

為促進同仁健康，我們提供完整且多元的健康照護及服務，以維護和促進同仁的健康與生活品質。

● 醫務室服務項目

1. 針對一般作業在職同仁舉辦到廠健檢服務，更主動將所有同仁的健檢結果依分級標準進行管理。
2. 針對急性、慢性肝炎、心血管疾病族群及其他健康問題進行長期健康管理。另有內、外科診療及急診處理。

醫務室服務項目

項目	說明
內、外科診療及急診處理	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供同仁優質的醫療環境及專業的診療諮詢服務。服務醫師具有急診專科、家庭醫學科資格且有豐富的臨床實務經驗。 ● 除同仁享有此健康服務之外，同仁眷屬及當地社區居民有任何健康方面的疑問，皆可向醫師請教。
戒菸特別門診	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供戒菸服務：醫師根據個別同仁不同的狀況給予評估，安排合適的戒菸治療。 ● 積極提供同仁戒菸資訊，以協助戒菸及做好戶外吸菸自主管理。
健康檢查	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康檢查：遴選勞工保險預防職業病健康檢查的指定醫院至廠內為同仁進行健康檢查。 ● 醫務室在彙整檢查結果後，依個別性進一步進行健康分析，提供同仁專業的醫療服務。
施打疫苗	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年定期提供流行性感疫苗廠內施打服務與保健諮詢服務。
急救訓練	<ul style="list-style-type: none"> ● 積極對同仁宣導全民CPR，讓同仁對急救有更進一步的認識及應變能力，並舉辦心肺復甦術、異物哽塞處理、傷口包紮等急救教學課程，以便幫助同仁瞭解初期急救的重要性進而學會施救技術。
健康講座	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年定期舉辦生活、健康講座，讓同仁在工作之餘，可以有適當的管道獲得一些調劑身心、增進健康的資訊。例如： <ul style="list-style-type: none"> ● 2014年12月：放鬆身心、平衡自律神經有長壽 ● 2014年7月：教你如何打通～任督二脈，疏筋活骨～健康GO! GO! GO!
宣 導	<ul style="list-style-type: none"> ● 不定時提供健康資訊，或是季節性的流行疾病等預防的資訊給所有同仁，提醒他們注意。例如：登革熱、流感、冬季癢、冬季心血管疾病照護...等。

● 傳染病防疫措施

1. 面對傳染病對職場的潛在威脅，訂定有工作場所防疫因應計劃。例如新型流感就是近年來極為重要的防疫標的。
2. 當台灣地區進行傳染病流行期，將依情勢啟動防疫機制與緊急應變程序，做好萬全的準備以預防對同仁健康的傷害。
3. 考量每年季節性流感等法定傳染病仍有大規模流行之風險性，我們防疫小組持續管控各種傳染病之風險，匯集疾病管制署最新防疫資訊，隨時向同仁宣導個人防疫知識並鼓勵同仁將防疫措施落實至家庭。

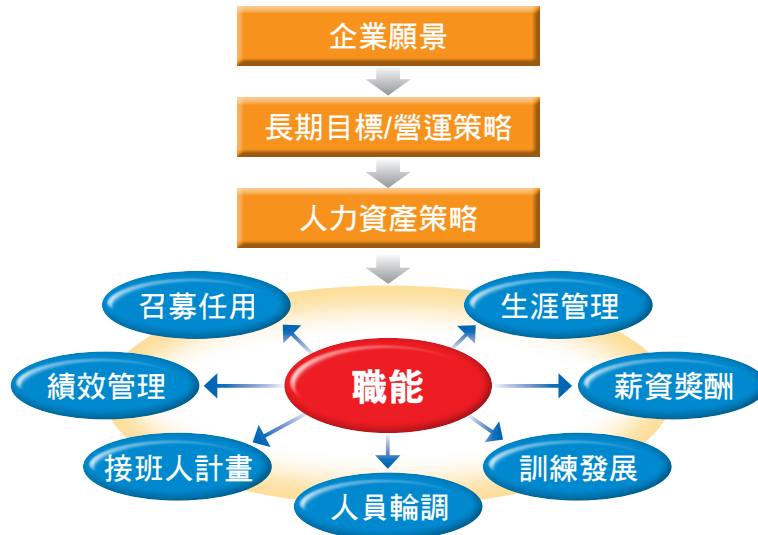
6.5 樂在學習

企業永續經營須仰賴長期的人才培育與發展。因此，同仁的學習成長也一直是我們在公司策略地圖「財務、顧客、流程、學習」四個構面中最重要基石。

我們依據公司中長期的發展策略及員工需求來規劃年度訓練計劃，跨越性別、種族、宗教與政治傾向，提供一致性培育資源，讓同仁除了「樂在工作」外，也同樣「樂在學習」。

6.5.1 以職能為基礎的人才培育體系

為讓同仁有系統地學習成長，我們從公司中長期經營策略出發，發展出「以職能為基礎的人才培育體系」，共分為核心職能、管理職能及專業職能等三類：



核心職能：

全公司共通之職能，從公司的願景和核心價值所發展出來的職能。

YNM職能架構



管理職能：

管理階層所需具備之管理相關職能。初階管理職能適用於副理/科長級；中階管理職能適用於經理級；高階管理職能適用於協理級以上。

裕隆日產的核心/管理職能項目

專業職能：

由各部門依據工作內容與特性所發展出來的職能。



6.5.2 多元培育方式

我們會依據課程的實際需求、上課的人數以及個別學員的需要，分別採用多元化的培育方式：

● 內訓

由教育訓練單位依據年度訓練計畫，對外聘僱專業講師或由公司內資深的主管、具專業及講師資格之同仁擔任講師。課程內容主要以培養良好的工作態度及價值觀、工作能力、技術提升及知識傳承等為主要重點。



● 外訓

主要目的為補充內訓之不足，由公司派同仁到企管顧問公司、專業協會等上課。課後需視需求對內部同仁進行轉訓，亦即將課程中所學，融會個人知識後對未接受外訓之同仁轉授。



● 工作中學習(On Job Training)

於工作場所或工作崗位上經由工作實務之教導，提升同仁在工作中的專業技能。

● 教練制度(Coaching Program)

指定專人透過系統性、策略性的教導過程；了解學員的心智模式、激發潛能，並教導他們採取行動的步驟和實現目標的方法，讓學員快速、有效地達成目標。

● E-learning :

以電子化科技為媒介，提供同仁快速、便捷的學習管道。



全公司訓練

項目	2013年			2014年		
	男性	女性	全公司	男性	女性	全公司
員工總人數(A)	302	118	420	305	123	428
員工訓練總金額(B)	1,150,642	493,132	1,643,774	1,676,731	718,599	2,395,330
員工訓練總時數(B)	13,021	5,488	18,509	8,293	3,469	11,762
平均每人訓練費用(B/A)	3,810	4,179	7,989	5,497	5,842	11,340
平均每人訓練時數(C/A)	43	47	44	27	28	27

職別訓練時數

項目	2013年		2014年	
	男性	女性	男性	女性
主管職	1,575	676	1,497	461
工程行政職	7,668	3,220	4,568	2,078
技術員	3,778	1,592	2,228	930

課程別訓練時數

項目	2013年		2014年	
	男性	女性	男性	女性
管理職能	425	182	864	371
核心職能	1,062	455	821	351
專業職能	10,442	4,487	5,138	2,037
新進人員培育及工廠實習	1,092	364	1,016	516
健康與生活	-	-	454	194

新人褓姆制度

新進同仁訓練不僅可讓新進同仁熟悉公司運作、了解工作職責及培養專業能力，更重要的是可以透過良好的培育規劃，使其感受到被重視和被尊敬。因此，我們除了安排一般共通的課程外，更安排五天的車輛生產實習以及實際拆、裝車輛訓練。此外，也安排三個月的褓姆計畫，指定一位資深且熱心的同儕擔任新進同仁的褓姆，隨時就近給予一對一的指導，讓新進同仁可以縮短培育時間，快速發揮所長。

關鍵人才培育

公司為達成中長期目標、確保培養同仁多元的能力與職涯發展，除了一般的培育之外，我們另規劃出三個關鍵培育方案，針對關鍵的對象進行系統化、結構化的培育。

● 強化管理階層能力

導入【優秀主管計畫】(Excellent Management Program)，運用核心職能/管理職能/管理特質三種測量工具，分析主管們的管理能力後加以培育，也定期安排主管Workshop及高階主管座談會來強化主管的管理能力，並且發行主管管理手冊，讓主管在管理過程中可以隨時參考。此外，亦將設定主管輪替機制，讓具管理特質與能力的同仁有機會晉升為管理職，藉以促使公司管理能力不斷提昇之正向循環。



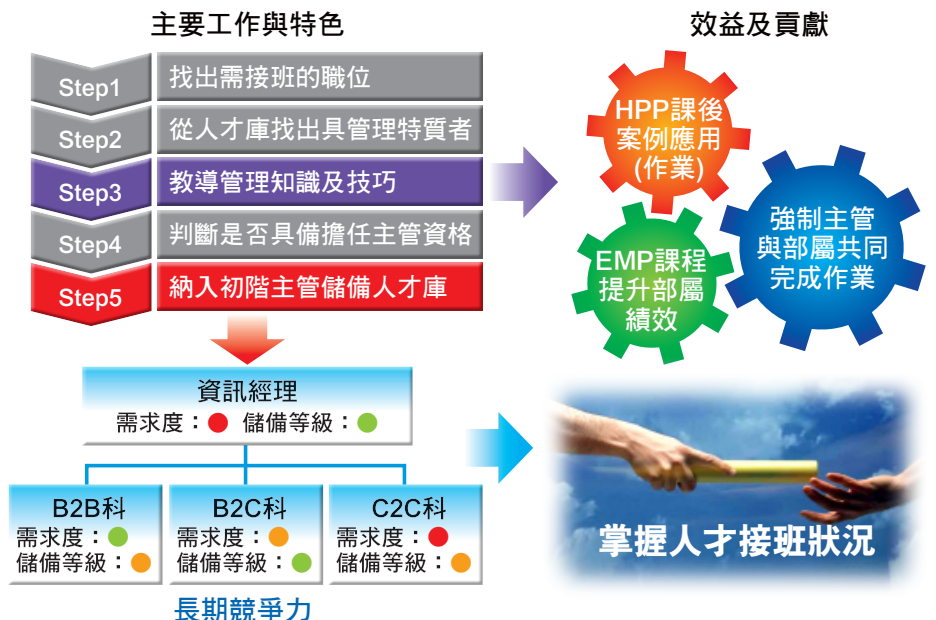
● 提升行銷團隊關鍵能力

創立【卓越行銷團隊計畫】(Excellent Marketing Team Program)，分析出影響公司銷售與行銷能力的數個關鍵職位，並依其進行人才盤點及落實後續的Mentoring Program培育計畫。之後，在每年12月時進行個別評鑑，以確認培育成效。



● 實施接班人培育計畫

逐年檢視公司所有的主管職位並找出有急迫性接班需求者；另一方面盤點出內部具管理特質的同仁，藉由指定優秀的主管以一對一的Coaching方式，培養其管理能力。另外，在年底時針對這些受培育者進行管理職能評鑑，通過者即可進入儲備管理人才庫，以確保公司有足夠的管理儲備人才以備公司擴展或主管輪替需求。



雙軌制指標

為讓不同特質與屬性的同仁各有發展途程，除了培養管理人才之外，也研擬非管理職的專業人才的晉升途程。此舉不但能鼓勵同仁朝適性的方向作職涯發展，更能讓組織的人才都能適得其所。

績效考核

我們擁有專屬的績效考核制度與e化管理系統。針對不同階層的同仁給予定期考核、同仁與主管雙向溝通的機會，藉此過程瞭解同仁的工作表現及所需提升的能力。另外，我們亦搭配360度職能評鑑、個人專業知識技能及特質等，制定屬於個人的能力發展計畫，讓每位同仁都能適性的發展並發揮潛力。

此外，我們於每年第一季定期舉辦職等晉升考評會，邀請符合資格並通過初審的同仁接受人評會的考評，以協助公司拔擢優秀人才、鼓勵同仁努力向上發展。

在2014年度我們對所有同仁進行績效考核，比例為100%。



員工接受定期績效及職涯發展檢視狀況

項目	男性			女性		
	人數	受考人數	受考比例	人數	受考人數	受考比例
非管理職	233	233	100%	109	109	100%
管理職科級(含)以上	72	72	100%	14	14	100%

多元的集團內輪調機會

架構在裕隆集團體系下，我們擁有豐富的資源及機會，因此在不影響同仁權益下，除了透過輪調制度可在公司內部或海外投資事業追求自己的職涯發展外，也可以轉換職場申請輪調裕隆集團內各不同產業的子公司，讓同仁的職涯可以不受限制、有更多元的發展途程。

6.5.3 來自政府的肯定

為由於我們對於同仁教育訓練的堅持及努力，在通過主管機關嚴謹的審查後，於2014年度獲得勞動部人力資源提升計畫共886,520元的補助，這也是主管機關對我們重視及落實提升同仁能力的一種肯定。

6.6 維護人權

我們致力於維護同仁權益並遵守勞動基準法、工廠法、職業安全衛生法、性別工作平等法等相關法令及政府相關人權政策，同時在工作規則中闡明。我們不僅在政策面推行，更在執行面上設立多元溝通管道及管理機制，以確保同仁獲得妥善照顧，營造尊重、關懷、保護人權的企業環境。

● 落實就業自由

1. 不得以強暴、脅迫、拘禁或其他非法之方法，強制勞工從事勞動。
2. 不得預扣勞工工資作為違約金或賠償費用。
3. 員工可依勞基法規定行使終止契約之權益。

● 人道待遇

提供安全且健康的工作環境，建立防範措施，避免員工在工作中發生事故或影響健康。

1. 定期提供員工有效的健康和安全教育訓練。
2. 提供身心障礙者工作機會，建立友善的配套措施。
3. 提供多元的溝通管道，鼓勵員工與管理者對話溝通，維持勞資和諧。



● 禁止歧視

1. 不得基於種族、國籍、宗教、性別、年齡、社會階級、身體殘疾、家庭及婚姻狀況、工會成員、政治歸屬等因素，在聘用、報酬、升遷、培訓、退休、終止聘僱等事項上予以歧視而有差別待遇。
2. 不得干涉員工信仰、政治傾向、婚姻及遵奉各種風俗的權利。
3. 不允許在工作場所、宿舍或公司其他場所內有任何威脅、虐待、剝削及性騷擾之行為。

● 不聘用童工

恪守勞動基準法，不聘用未滿十六歲童工。

在2014年度，我們並無違反人權、歧視及侵害原住民權利的情事發生。

重視同仁權益

為建立和諧的勞資關係、促進勞資合作、我們設有勞資會議，定期舉行會議與勞方代表溝通相關勞工議題，以保障全體員工基本權利與福利，並以創造勞、資雙贏的態度來來共同促進企業永續經營。

- 為凝聚全體同仁共識及向心力，並讓同仁能充分掌握公司營運現況及重要活動，我們每月發行「YNM Operation Report」予同仁，內容涵蓋汽車市場概況、公司及Global Nissan主要活動以及經營管理理念等。有關涉及同仁權益的相關事項，我們會在每月的考勤薪資通知信件中一併通知，同時會也放在公司內部網域中，以方便大家隨時查閱。

主要活動說明-YNM

- 一定要的「外在美、內在美」 SENTRA aero 1.8L全球首發
SUPER SENTRA自2013年上市至今，累計銷量已突破16,000台，首次以「雙生車系」概念，與NISSAN御用設計大廠 AUTECH JAPAN合作。
AUTECH以其豐富的超跑設計經驗推出運動化精品房車SENTRA aero 1.8L，以「外在美、內在美」獨特賣點，滿足台灣消費需求，並於12月2日選定台灣作為 SENTRA aero全球首發之地。
- NISSAN 2015春節健康大補帖 活動開跑
歲末時節將屆，為了讓所有NISSAN車主春節返鄉及出遊平安，自即日起至2015年2月14日止，推出「NISSAN 2015春節健康大補帖」活動，提供30項免費行車安檢，同時搭配精美滿額禮、全車烤漆、特惠零件等多項超值優惠，NISSAN提贈車主務必於春節前完成行車安全檢查，確保春節歡樂時分國家平安。



經營階層的話

回顧 2014 年整體車市銷售暢旺，TIV 衝上 41.4 萬輛，創 2006 年以來新高。在 BIG TIIDA、ALL NEW LIVINA 與 SUPER SENTRA 的好口碑、SENTRA aero 貢獻，以及 INFINITI 亮眼的銷售成績下，我們的銷量攀至 9 年來高峰，品牌市佔率持續穩站第二名。

感謝各位同仁過去一整年對於公司的貢獻與付出，在激烈的市場競爭下，達成年度銷量目標。

展望 2015 年，由於經濟加溫、油價下跌及換車潮，市場看好持續成長，期望 P32R 上市大賣，在大家的齊心努力下再創公司銷售新紀錄。

預祝大家 新春愉快、羊年行大運！

總經理 蔡文榮

NISSAN P1 All rights reserved by Yulon Motor Sales Co., Ltd. No warranty without any provision. Confidentially classified. Organization internal.

YNM Operation Report

- 依同仁不同的屬性需求，定期舉辦高階與主管座談會、新人座談會、「經理有約」、月會...等，並以部門為單位，進行多元化的溝通。



經理有約



新人座談會



Employee Survey

- 針對各項業務、定期舉辦各種對於員工的滿意度調查，例如 Employee Survey、資訊系統滿意度調查、庶務服務滿意度調查、家庭日旅遊意見調查等，以確實掌握同仁需求及意見。
- 除了前述多元的溝通管道外，我們設置有性騷擾申訴機制及獎懲委員會處理爭議事件。由於同仁相信公司一定會秉公處理，因此email是我們日常最常使用的反應問題或申訴的方式。在2014年度我們並無勞資爭議的情事發生。

7. 社會公益

秉持嚴創辦人取之於社會、用之於社會的信念及堅持，裕隆日產汽車在用心於企業經營的同時，對於持續投入社會公益也不遺餘力，積極致力於教育、社會公益等活動。裕隆日產為實踐善盡企業社會責任的使命，提供年輕新血一個實現夢想的舞台，為汽車產業培育更多創新人才，持續舉辦「裕隆日產汽車創新風雲賞」活動，提供臺灣青年學子展現創意設計的舞台。此外，裕隆日產研發設計工程師也實際深入校園，至大專院校分享實務知識與經驗，以協助學界培養未來人才，讓汽車設計教育持續向下紮根。



7.1 舉辦「裕隆日產汽車創新風雲賞」活動

裕隆日產在汽車科技研發不斷追求創新，並努力讓臺灣汽車設計教育向下紮根，自2005年起持續舉辦「裕隆日產汽車創新風雲賞」汽車設計比賽，迄今已投入超過新台幣3千萬元之經費，參賽人數高達5,500人，並且於全國大專院校舉辦校園巡迴講座，由專業設計師及工程師與師生們進行相關經驗交流、分享，參與人數超過16,000人。

2013~2014年第七屆創新風雲賞活動投入金額500萬元，講座參與人數2700人，參賽組數124組。

活動內容

1. 活動起跑記者會

宣告臺灣最大規模汽車創意設計大賽「2013-2014裕隆日產汽車創新風雲賞」活動開跑，廣邀全國大專院校傑出學子積極參與競賽。



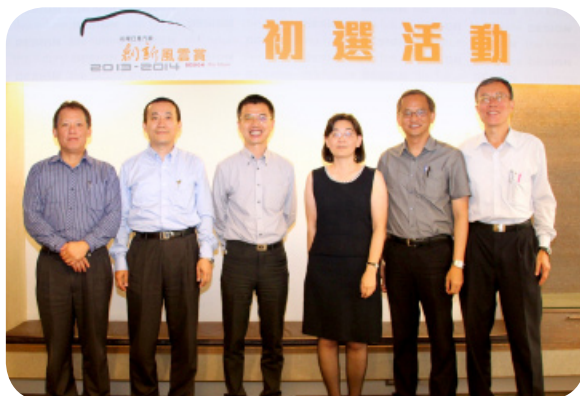
2. 校園巡迴講座

由裕隆日產專業技術人員於全國大專院校舉辦講座，與師生交流並說明競賽方式與內容，現場同步展出NISSAN JUKE實車，讓師生得以近距離體驗NISSAN創新設計實力。



3. 入圍決選公告

為維持競賽公平與客觀，裕隆日產特別邀集來自車輛研究測試中心(ARTC)、工業技術研究院及裕隆日產技術中心的產業界菁英代表組成評選委員會，以產、官、學全方位專業面向評選出最具創新概念的10組隊伍入圍決選。



4. 入圍師生參訪裕隆日產

安排入圍決選隊伍至裕隆日產參訪，使師生們更加了解汽車產業，並實際走訪汽車生產製造過程，生產線參觀由專業工程師陪同講解，參訪師生實地瞭解汽車精密完備的生產製造流程，並留下深刻印象。



5. 決選及頒獎典禮

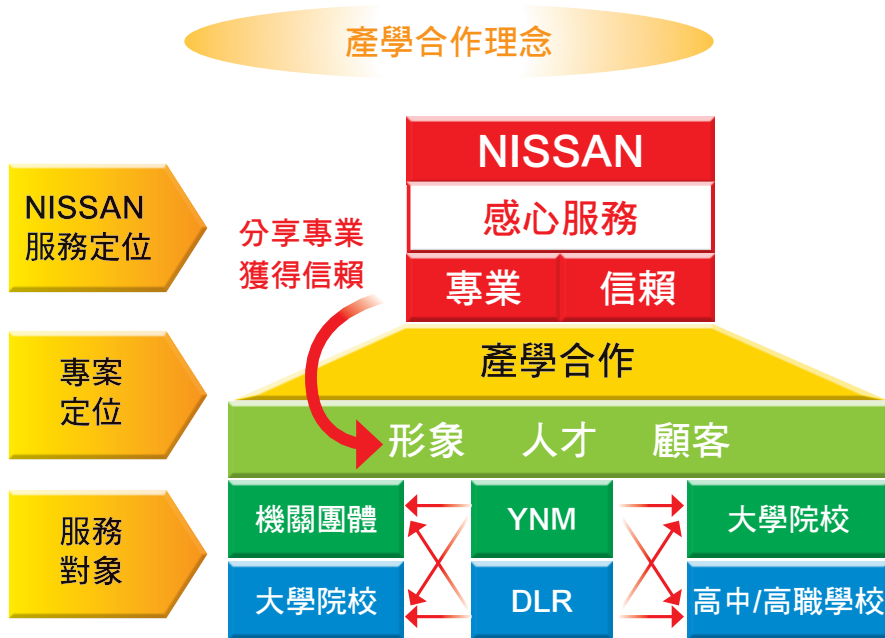
邀集學者專家擔任決選評審，共同參與這場創意飛揚的汽車設計饗宴，包含日產汽車、裕隆日產、車輛研究測試中心、工業技術研究院的代表，以產、官、學全方位面向評選出最符合設計主題的參賽作品，公佈金銀銅賞得獎者名單並頒發獎項。



7.2 參與學界培養人才

汽車工業被各國公認為「火車頭工業」，不論在已開發國家或開發中的國家，均以汽車工業發展的層次，作為衡量該國工業技術水準的指標。

裕隆日產汽車有感於此，除了持續強化員工受僱能力外，我們積極、主動與學術界聯繫，運用我們的核心技術能力及偕同遍佈台灣各地的經銷商、服務廠，提供專業人才至大專院校協同教學，以補強學術界的實務經驗缺口，讓校方的教學更加務實與靈活；另一方面，藉由公司專業經理人對大學生/在職專班演講，讓學生在就業前有機會接觸到產業界的實務及新知，協助其預作進入職場前的準備。內容除了汽車研發設計專業知識外，也包含行銷、顧客服務，職場文化...等多元的知識。



受邀參加中興大學管理講座

此外，在暑假期間我們每年提供數個實習機會，讓學生在進入職場前，有機會至業界了解職場環境及習得實務經驗，使得理論與實務得以相互驗證，以縮短學校知識與業界實務間的落差，達到「做中學，學中做」的最佳效果。

另一方面，藉由學生將校外實習回饋給學校，讓學校有機會了解產業界的人力需求與應用技術，進而作為提升教學的動力與發展泉源，達成產學深度交流、共創多贏的局面。



受邀至北科大授課聘書

北科大授課情形

7.3 關懷高雄氣爆

高雄市前鎮地區於2014年8月1日發生嚴重氣爆意外，造成嚴重損失與傷亡災情，裕隆集團捐助新台幣一千萬元整，由集團4家公司：裕隆汽車、裕隆日產、中華汽車、台元紡織共同捐贈，各捐助新台幣250萬元。此外，NISSAN亦協助受創車輛提供免費拖吊至最近的NISSAN服務廠，還提供因氣爆意外受損而需維修的零件工資享八折優惠。針對NISSAN感心服務卡卡友，裕隆日產也推出「十分感心分期專案」，因氣爆意外蒙受損失之NISSAN車主，使用感心服務卡支付車輛受損維修費用，可享有10期免息零利率分期優惠，以表達裕隆日產援助慰問之意並協助災後重建工作，及早協助受災民眾早日重建家園。



7.4 長期關懷環保局市民臨時工

裕隆汽車及裕隆日產汽車自民國87年起，長期關懷台北市政府環保局市民臨時工，每年撥款一百萬元，累計為超過2.2萬人次的台北市環保局市民臨時工投保意外險，以減輕其因突遭意外事故所造成的生活負擔與影響，希望提供其更安心的工作與生活保障。



7.5 投身「童心寶貝用愛烘焙」活動



裕隆日產長期投入社會公益活動，多次與社會公益團體合作，包含：舉辦愛心玩具全台巡迴義賣活動、邀請兒童公益團體小朋友一同觀賞電影、關懷偏遠地區育幼院小朋友，邀請他們與貓熊團團圓圓同樂等。

裕隆日產更自2011年起，連續三年與公益團體合作，於全國NISSAN服務廠免費提供公益餅乾，2013年與鴻佳啟能庇護中心合作推出「童心寶貝用愛烘焙」活動，於2013年12月至2014年6月間，在全國NISSAN服務廠客戶休息室中，提供由身心障礙者製作的限量手工餅乾，邀車主回廠品嚐與支持他們的努力成果。希望透過我們在社會公益上的堅持與努力，喚起民眾對弱勢團體的重視及支持，共同創造充滿溫馨和關懷的社會。

活動日期 2013.12.03 ~ 2014.06.30 裕隆日產五虎牌供應處暨愛心餅乾

NISSAN
Innovation that excites

童心寶貝
用愛烘焙

我們靠自己的雙手
讓生命更美好

NISSAN與善願兒之聲合作
於全台服務廠免費供應數量
100,000片愛心手工餅乾
NISSAN為您一直品嚐與支持
這群真心感愛者的努力成果!

財團法人鴻佳啟能庇護中心
• 地址：70226臺南市鹽埕區永興路22號
• 電話：06-9302618
• 網址：www.hj.org.tw

• 總機聯絡熱線：3153307
• 門市：財團法人鴻佳啟能庇護中心
• 統籌專線：06-9302600
• 才藝訓練專線：中華電信撥打112
• 公共電話撥打112

GRI G4指標對照表

一般指標			
類別	一般指標		相關章節
策略分析	G4-01	機構最高決策者對於永續性與策略之相關聲明	經營者的話
組織概況	G4-03	組織名稱	1.1
	G4-04	主要品牌、產品與服務	1.1、1.2
	G4-05	組織總部所在位置	1.1
	G4-06	組織營運所在的國家數量及國家名稱	1.1
	G4-07	所有權的性質與法律形式	1.1
	G4-08	組織所提供服務的市場	1.1、1.2
	G4-09	說明組織規模	經營者的話、1.1、1.3
	G4-10	員工總數	6.2
	G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	6.6
	G4-12	描述組織的供應鏈	5.1.1
	G4-13	組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	無重大改變
	G4-14	說明組織是否具有因應之預警方針或原則	2.4.1、2.4.2
	G4-15	組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	2.1.1
	G4-16	參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	1.1
鑑別重大考量面與邊界	G4-17	列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體	編輯說明
	G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程	2.2.1
	G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	2.2.2
	G4-20	說明組織內部在考量面上的邊界	2.2.3
	G4-21	說明組織外部在考量面上的邊界	2.2.3
	G4-22	說明對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	2014年首次發行
	G4-23	說明和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	編輯說明
利害關係人議合	G4-24	列出組織進行議合的利害關係人群體	2.2.1
	G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	2.2.1
	G4-26	說明與利害關係人議合的方式，	2.2.1
	G4-27	說明經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些關鍵議題與關注事項	2.2.1

類別	一般指標		相關章節
報告書本資料	G4-28	所提供資訊的報告期間	編輯說明
	G4-29	上一次報告的日期(如果有)	2014年首次發行
	G4-30	報告週期(如每年一次、兩年一次)	編輯說明
	G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人	編輯說明
	G4-32	說明組織選擇的「依循」選項	編輯說明
	G4-33	說明組織為報告尋求外部保證/確信的政策與現行做法	未進行外部保證/確認
治理	G4-34	說明組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會。鑑別哪些委員會分別負責經濟、環境及社會衝擊的決策	2.
	G4-35	說明最高治理機構針對經濟、環境及社會議題，授權委任給高階管理階層與其他員工的流程	2.3.1
	G4-36	說明組織是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，並是否直接向最高治理機構報告	2.3.1
	G4-37	說明利害關係人與最高治理機構在經濟、環境和社會議題上諮詢的流程。如果最高治理機構委派代理人進行諮詢，描述代理人為何及任何反饋給最高治理機構的流程	2.3.2
	G4-38	說明最高治理機構及其委員會的組成	2.1.3
	G4-40	說明最高治理機構及其委員會之提名與遴選流程，以及最高治理機構成員提名和遴選的準則	2.1.3
	G4-41	說明最高治理機構如何確保避免及管理利益衝突之流程	2.1
倫理與誠信	G4-56	描述組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	1.1、2.1.1、6.6

經濟類			
實質面類別	指標		相關章節
管理方針			經營者的話
經濟面	EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.3
	EC3	組織確定福利計畫義務的範圍	6.3
	EC4	自政府取得之財務補助	6.5.3
管理方針			6.
市場形象	EC6	僱用當地居民為高階管理階層的比例	6.2
管理方針			7
間接經濟衝擊	EC7	基礎設備的投資與支援服務的發展及衝擊	7.3
	EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	7.2
管理方針			5.
採購實務	EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之的比例	5.1.2

環境類			
實質面類別	指標		相關章節
管理方針			3.2
能源	EN3	組織內部的能源消耗量	3.2.2
	EN5	能源密集度	3.2.2
	EN6	減少能源的消耗	3.2.2、5.2.1
	EN7	降低產品和服務的能源需求	5.2.1
管理方針			3.
生物多樣性	EN12	描述組織的活動、產品及服務，對保護區或其他高生物多樣性價值的地區在生物多樣性方面的顯著衝擊	3.
管理方針			3.2
排放物	EN15	直接溫室氣體排放(範疇一)	3.2.3
	EN16	能源間接溫室氣體排放量(範疇二)	3.2.3
	EN18	溫室氣體排放強度	3.2.3
管理方針			3.2
廢汗水及廢棄物	EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排放量	3.2.4
	EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	3.2.3
管理方針			3.1、5.
產品及服務	EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	3.1.1、3.1.2、3.1.3 5.2.1、5.2.2
	EN28	按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比	3.1.3
管理方針			3.
法規遵循	EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	本公司於2014年無相關情事發生
管理方針			6.3
交通運輸	EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	6.3
管理方針			3.2
整體情況	EN31	按類別說明總環保支出及投資	3.2.4
管理方針			5.
供應商環境評估	EN32	採用環境標準篩選新供應商的的比例	5.1.1
	EN33	供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動	5.1.1
管理方針			3.
環境問題申訴機制	EN34	經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴之數量	本公司於2014年無環境衝擊申訴情事發生。

社會類-勞工實務與尊嚴勞動			
實質面類別	指標		相關章節
管理方針			6.1
勞僱關係	LA01	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	6.2
	LA02	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利	6.3
	LA03	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	6.3
管理方針			6.4
職業健康與安全	LA05	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	6.4
	LA06	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	6.4.1、6.4.2
管理方針			6.5
訓練與教育	LA09	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	6.5.2
	LA10	強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	6.5.2
	LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	6.5.2
管理方針			6.1
員工多元化與平等機會	LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	6.2
管理方針			5.1
供應商勞工實務評估	LA14	針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	5.1.1
管理方針			6.6
勞工實務問題申訴機制	LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	6.6

社會類-人權			
實質面類別	指標		相關章節
管理方針			6.1
不歧視	HR03	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	6.1、6.6
管理方針			6.6
原住民權利	HR08	涉及侵害原住民權利的事件數，以及組織所採取的行動	本公司於2014年無相關情事發生
評估	HR09	接受人權檢視或衝擊評估的營運據點之總數和百分比	6.6
管理方針			5.1.1
供應商人權評估	HR10	針對新供應商使用人權標準篩選的比例	5.1.1
管理方針			6.6
人權問題申訴機制	HR12	經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量	6.6

社會類-社會			
實質面類別	指標		相關章節
管理方針			7.
當地社會	SO01	營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	7.1、7.3 7.4、7.5
管理方針			N/A
反貪腐	SO05	已確認的貪腐事件及採取的行動	本公司於2014年無貪腐事件發生
管理方針			N/A
公共政策	SO06	按國家和接受者/受益者分類的政治獻金總值	本公司於2014年無政治獻金
管理方針			N/A
反競爭行為	SO07	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果	本公司於2014年無反競爭、反壟斷等行為
管理方針			N/A
法規遵循	SO08	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	本公司於2014年無違反法規被處罰之情事發生
管理方針			N/A
社會衝擊問題申訴機制	SO11	經由正式申訴機制立案、處理和解決的社會衝擊申訴之數量	本公司於2014年無立案、處理和解決之社會衝擊申訴數量

社會類-產品責任			
實質面類別	指標		相關章節
管理方針			4.3
顧客的健康與安全	PR01	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	4.3
	PR02	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	2014年未違反顧客安全與健康的法規
管理方針			3.1
產品及服務標示	PR04	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	2014未有違反情事發生
	PR05	客戶滿意度調查的結果	4.1、4.2
管理方針			4.
行銷溝通	PR06	禁止或有爭議產品的銷售	2014未有禁止或有爭議產品之銷售
	PR07	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	2014年Super Sentra"史上最強"廣告致公平會裁罰。經內部檢討後，為避免再次發生，已訂定相關管理辦法，規定日後廣告內容須經法務與技術中心審核後，才可進行行銷活動。
管理方針			4.4
顧客隱私	PR08	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	4.4
管理方針			4.
法規遵循	PR09	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	無相關情事發生



www.nissan.com.tw

