



Innovation  
that excites

裕隆日產汽車



2015

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)所發行的2015年度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2015年1月至2015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關切的項目並篩選出重要議題，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](http://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](mailto: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：2016年6月發行。

下一發行版本：預定2017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：這是裕隆日產自發性出版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，並已於2015年底通過外部審查及取得認證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。2015年，裕隆日產成車銷售43,416台，位居台灣汽車市場銷售第二大品牌，同時為日產全球市占率排名第三的公司。

### 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。

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2015年，裕隆日產除保持市場占有率第二名之地位外，亦連續四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52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 26
  - 2.4.1 風險管理與處理原則 26
  - 2.4.2 匯率風險管理與因應方式 26

## 3 環境永續 27

- 3.1 發展綠色環保產品與服務 28
  - 3.1.1 積極發展多元節能產品 28
  - 3.1.2 引進並推廣LEAF電動車 29
  - 3.1.3 全車系導入可回收塑材 30
- 3.2 內部環境永續行動 31
  - 3.2.1 環境管理認證 31
  - 3.2.2 節能推動 32
  - 3.2.3 環境保護 33
  - 3.2.4 環境法規遵守 34

## 4 顧客關係 35

- 4.1 創造人車新價值的NISSAN 36
- 4.2 INFINITI-全方位尊榮服務 39
- 4.3 重視顧客健康與安全 43
- 4.4 維護顧客隱私 44

## 5 最佳夥伴 46

- 5.1 共存共榮的供應商關係 47
  - 5.1.1 供應商管理 47
  - 5.1.2 供應商輔導 49
  - 5.1.3 提升供應商競爭力 50
- 5.2 服務廠環境永續行動 51

## 6 樂在工作 52

- 6.1 用人政策 53
- 6.2 僱用狀況 54
- 6.3 人性化的福利 56
- 6.4 友善工作環境 60
  - 6.4.1 安全、安心的工作環境 60
  - 6.4.2 完善的健康照護 61
- 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 八仙塵爆事件捐款與實物捐助 77
- 7.4 長期關懷環保局市民臨時工 78



7

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」。

### 經營理念

追求顧客滿意  
創造企業繁榮  
貢獻社會福祉

### 企業願景

成為兩岸汽車產業  
「產品創新」與「服務創新」  
的標竿企業

### 企業文化

1st  
創新(I)、速度(S)、團隊(T)





## 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 (2015年度)	新台幣332.18億元
員工人數 (2015.12.31)	423人 (含派遣、留職停薪共431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-日產汽車的支持之後，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(4車型)

GT-R  
370 Z  
MURANO  
JUKE

### 國產車(7車型)

ALL NEW TEANA  
SUPER SENTRA  
ALL NEW LIVINA  
BIG TIIDA  
TIIDA  
NEW MARCH  
X-TRAIL

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

本公司2015年成車銷售43,416台，市場佔有率10.6%，位居市場占有率第二名；營業收入332.18億元，年成長0.1%，營業利益12.35億元，年成長57.1%，稅前盈餘50.0億元，稅後每股盈餘13.89元。(2015年合併財務報告)

### 財務績效

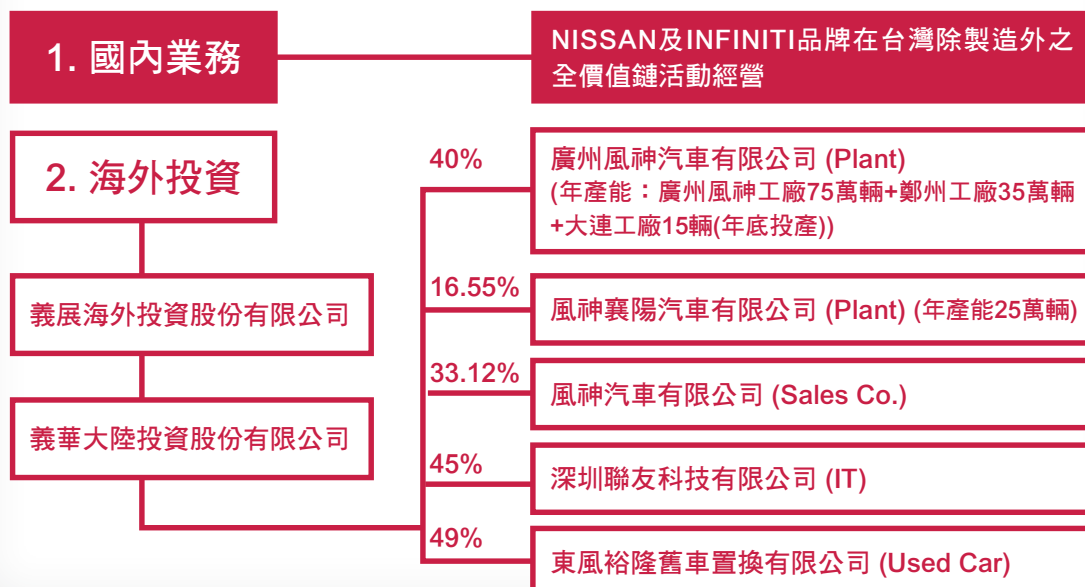
單位：新台幣仟元，惟每股盈餘為新台幣元

項目	2014年	2015年
營業收入	33,176,837	33,218,394
營業毛利	4,321,661	5,305,213
營業利益	786,229	1,234,816
營業外收入及支出	7,240,448	3,764,871
稅前淨利	8,026,677	4,999,687
本期淨利	6,523,759	4,165,901
每股盈餘	21.75	13.89

裕隆日產公司在2015年配發2014年度盈餘，每股普通股配發現金股利30元。對政府之支出，主要為支付公司營利事業所得稅。2015年支付政府之所得稅為新台幣 8.8億元。

除國內業務外，本公司亦與東風汽車有限公司共同發展大陸事業。受惠於2015年，中國大陸汽車銷售2,459.76萬輛，較2014年成長4.7%。其中，乘用車銷售2,114.63萬輛(成長7.3%)，商用車銷售345.13萬輛(衰退9.0%)。在東風日產乘用車方面，2015年銷售102.60萬台，較2014年成長7.5%，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

2015年	<p>榮獲J.D. Power非豪華車品牌「台灣新車銷售滿意度(SSI)」冠軍                  榮獲J.D. Power非豪華車品牌「台灣顧客滿意度(CSI)」冠軍                  取得ISO-14001認證</p>
2014年	<p>NISSAN SUPER SENTRA榮獲車訊風雲獎「2014最佳國產中型車」                  NISSAN NEW MARCH榮獲環保署「年度環保車」殊榮                  榮獲勞動部「工作悠活獎」                  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                  榮獲工商時報「臺灣服務業大評鑑」金牌大賞                  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                  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                  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                  NISSAN TIIDA 連續三年榮獲環保署「年度環保車」殊榮                  臺中市電動車推廣合作備忘錄簽約記者會                  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                  NISSAN TEANA榮獲車訊風雲獎「2009最佳國產大型車」                  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                  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」                  INFINITI G37 Coupe榮獲車訊風雲獎「2007最佳進口Fun Car」                  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」                  榮獲經濟部工業局汽車製造廠「對日輸出比例最高」獎                  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                  INFINITI旗艦形象店新店AUTOMALL開幕                  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                  獲得ISO 9001及ISO 14001認證                  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日訂定首版公司治理、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。後於2015年3月23日，依證交所頒布最新版本守則修訂原有內容，提升本公司資訊揭露透明度、強化業務執行等。

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，2015年度共計召開六次會議。

### 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，本公司於2014年8月4日董事會訂定誠信經營守則，並於2015年3月23日通過第一次修訂，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。

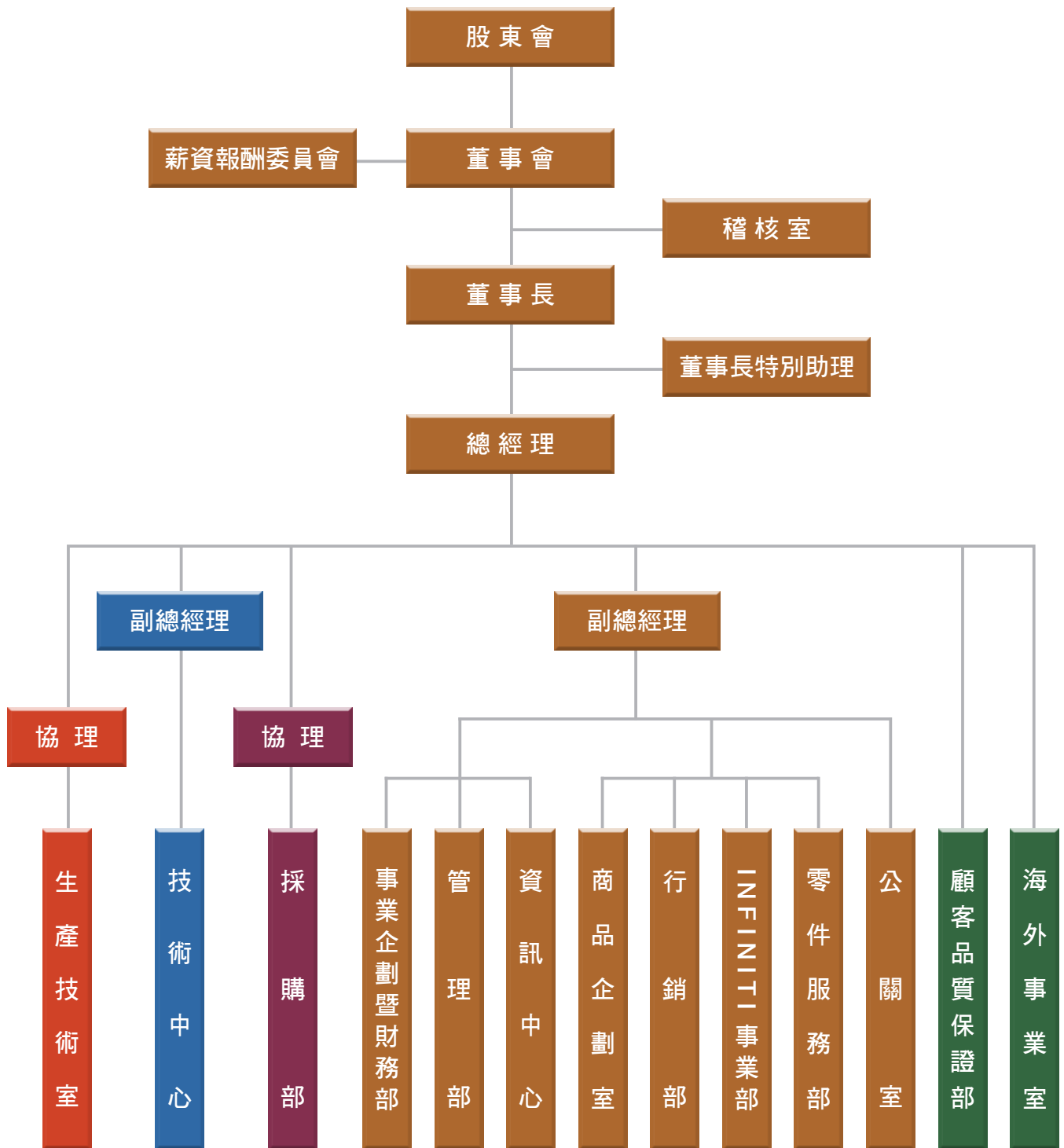
### 全球公民

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2015年度參與社團法人中華公司治理協會辦理之「公司治理與基業長青之道」及「企業決策與董事會功能」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	吳金順	國立政治大學會計碩士	長榮海運股份有限公司獨立董事等
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2015年6月30日至2018年6月29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。2015年實際召開3次會議，出席率為100%。

### 薪資報酬委員會成員

職稱	身分別	姓名
召集人	獨立董事	吳金順
委員	獨立董事	毛渝南
委員	其他	楊雲驊

## 2.2 利害關係人關注議題管理

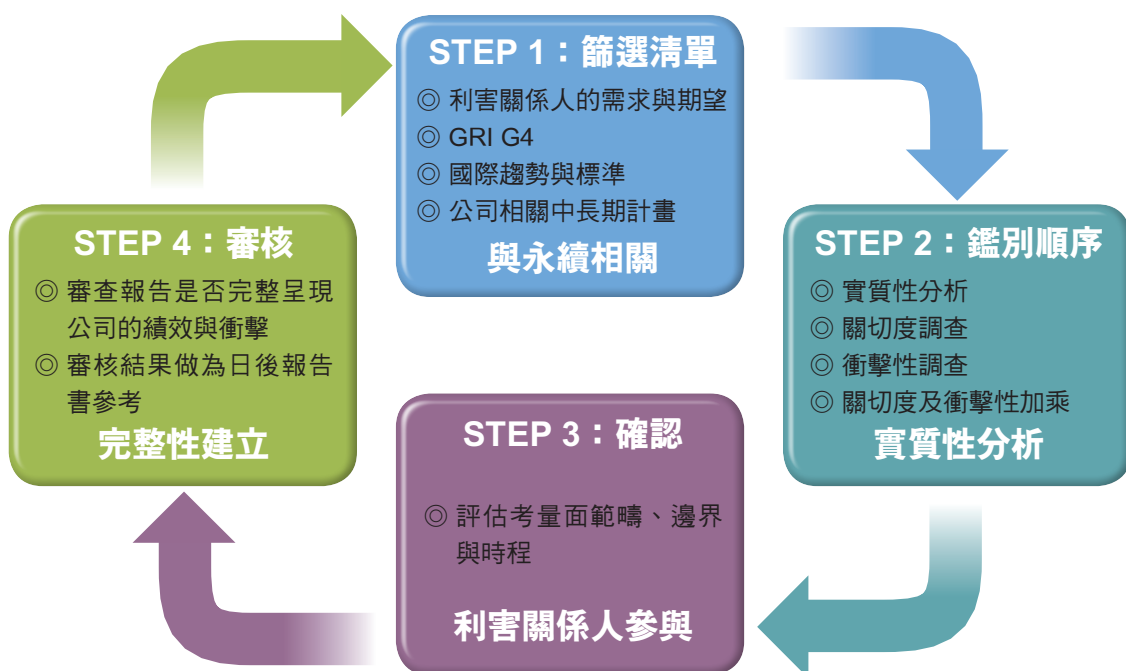


### 利害關係人類別

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



#### STEP 1：篩選清單

- ◎ 利害關係人的需求與期望
  - ◎ GRI G4
  - ◎ 國際趨勢與標準
  - ◎ 公司相關中長期計畫
- 與永續相關**

#### STEP 2：鑑別順序

- ◎ 實質性分析
  - ◎ 關切度調查
  - ◎ 衝擊性調查
  - ◎ 關切度及衝擊性加乘
- 實質性分析**

#### STEP 3：確認

- ◎ 評估考量面範疇、邊界與時程
- 利害關係人參與**

#### STEP 4：審核

- ◎ 審查報告是否完整呈現公司的績效與衝擊
  - ◎ 審核結果做為日後報告書參考
- 完整性建立**



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

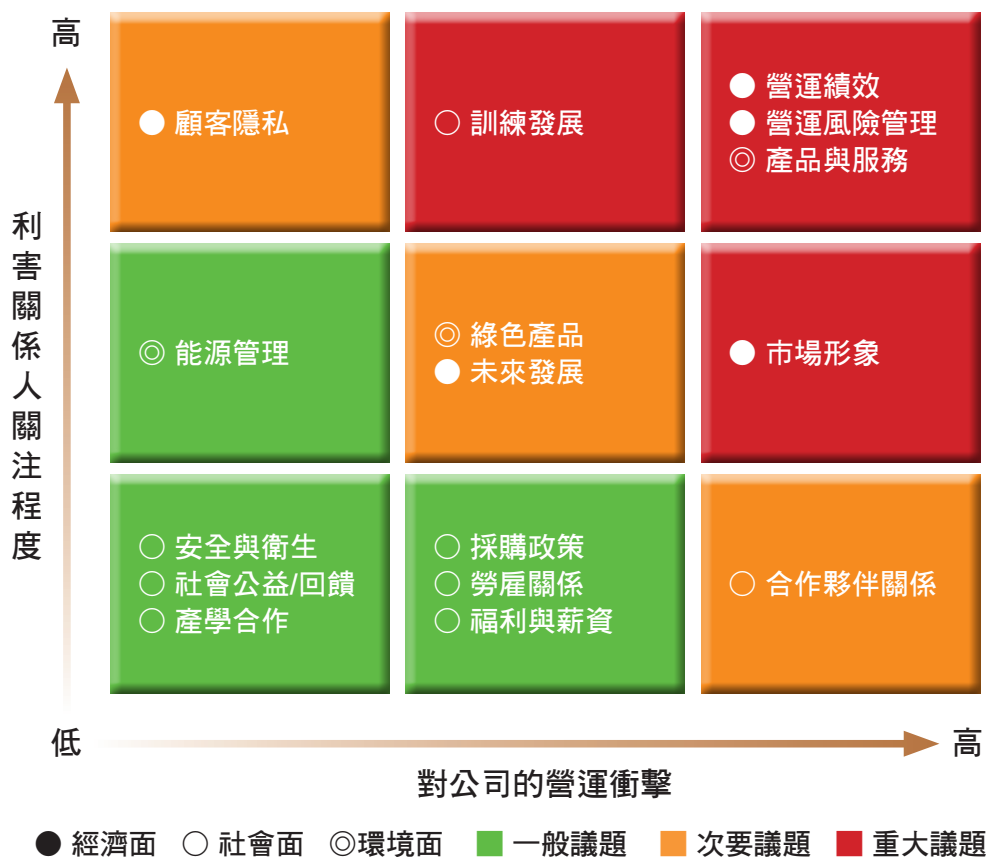
### 2015 利害關係人關注議題

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。

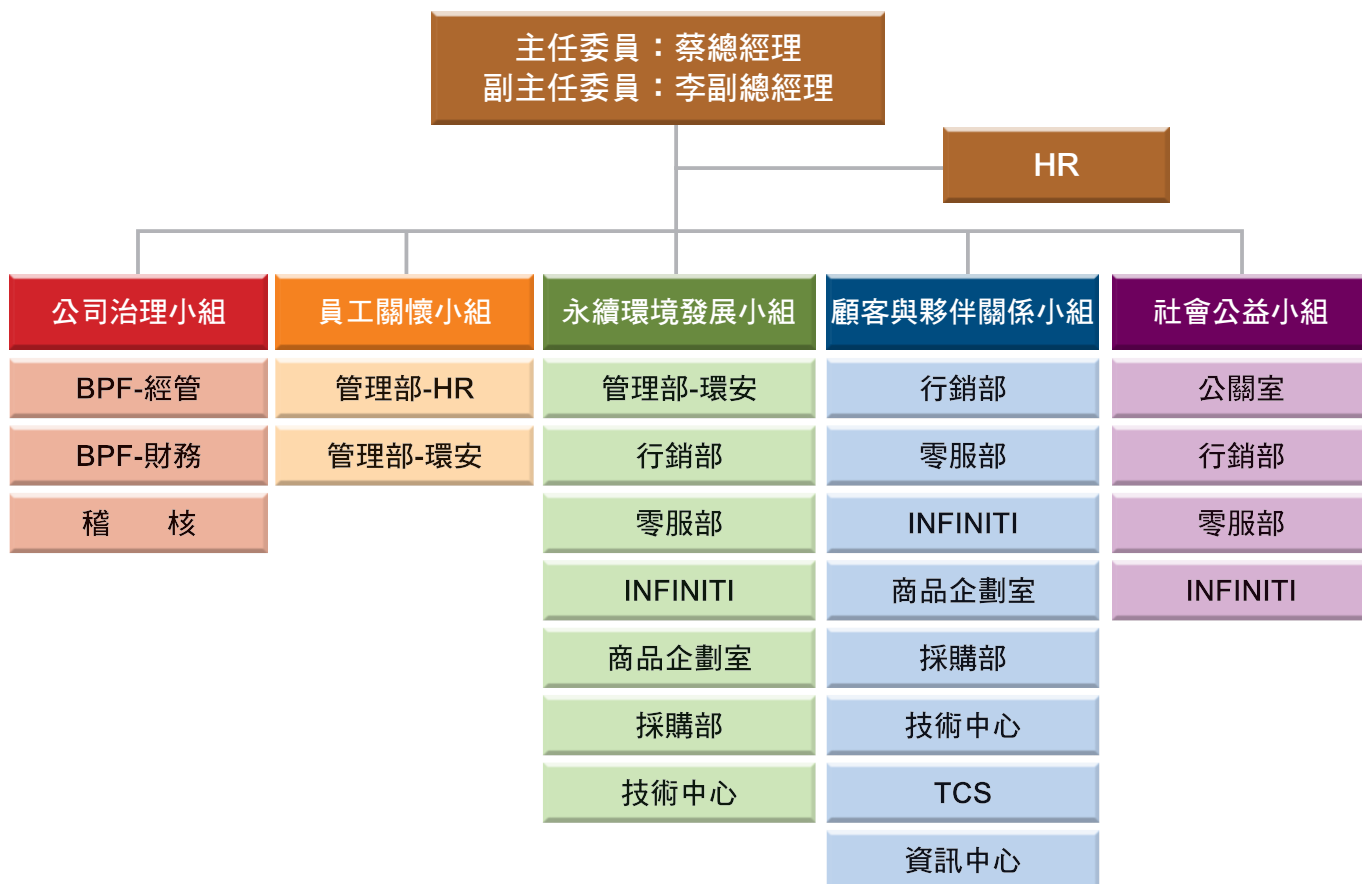
### 2.3.1 CSR管理

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。



● 2015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。於是我們延續2014年度CSR計畫，持續深耕的行動如下：

2015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，同時於公司官網設有專區及多元連絡/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





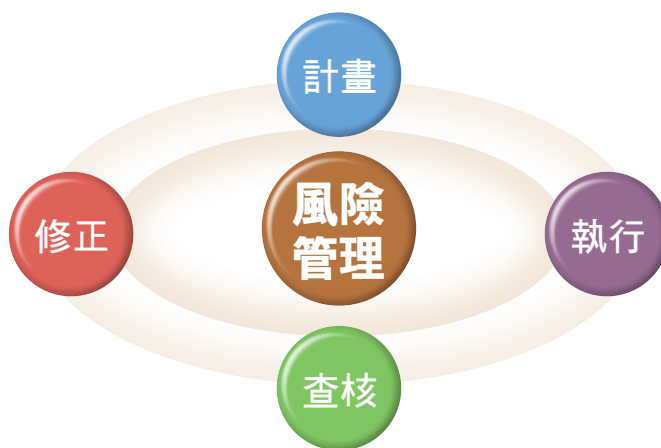
各類別利害關係人的連絡資訊

利害關係人類別	聯絡資訊
員工	人力資源單位 楊科長 Tel : 037-875881 Ext. 1640 Email : wanda.yang@yulon-nissan.com.tw
顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>● NISSAN 陳科長 顧客服務專線0800-088888 意見回饋 : <a href="http://new.nissan.com.tw/nissan/info/contact-us">http://new.nissan.com.tw/nissan/info/contact-us</a></li> <li>● INFINITI 呂科長 Tel : 0800-333-399 意見回饋 : <a href="http://www.infiniti.com.tw/about/contact_us.html">http://www.infiniti.com.tw/about/contact_us.html</a></li> </ul>
股東及出資人	發言人：李振成 副總經理 Tel : (037) 875881 分機 1117 Email : yulon-nissan.ir@yulon-nissan.com.tw
合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 協力體系 採購單位 蔡科長 Tel : 037-875881 Ext. 1720 Email : albert.tsai@yulon-nissan.com.tw</li> <li>● 經銷商 行銷單位 張科長 Tel : 037-875881 Ext. 1560 Email : stanley.chang@yulon-nissan.com.tw</li> <li>● 服務廠 零件服務單位 黃科長 Tel : 037-875881 Ext. 1260 Email : nick.huang@yulon-nissan.com.tw</li> </ul>
政府組織	經營管理單位 蔡科長 Tel : 037-875881 Ext. 1110 Email : bess.tsai@yulon-nissan.com.tw
學術體系	人力資源單位 楊科長 Tel : 037-875881 Ext. 1640 Email : wanda.yang@yulon-nissan.com.tw
社區及社會大眾	公關室 林副理 Tel : (037) 875881 分機 1130 Email : 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"> <li>● 財務單位</li> <li>● 法務單位</li> <li>● 稽核單位</li> <li>● 管理單位</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 訂定各項策略並執行</li> <li>◎ 分析變化及採取各項因應措施</li> <li>◎ 持續評估及管控、合約管控</li> <li>◎ 營運中斷險</li> </ul>
市場風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 總經理</li> <li>● 權責單位</li> <li>● 發言人、公關室</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 訂定各項策略並執行</li> <li>◎ 分析變化及採取各項因應措施</li> <li>◎ 針對可能發生之市場風險危機進行管控及處理</li> </ul>

### 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，希望透過我們的影響力偕同供應商、經銷商及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 (NA款) SUPER SENTRA LIVINA X-TRAIL	JUKE (1.6NA)	MARCH TEANA BIG TIIDA (NA款) SUPER 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 Q50S Hybrid及QX60 Hybrid與評估引進NISSAN MURANO Hybrid共三款油電混合車，以及具有怠速熄火(ISS)功能的Q50 2.0T(已販售) & Q30 1.6T & 2.0T(預計2016年上市)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，2013~2015年間配合新北市政府環境保護局電動車租賃計畫，提供10台NISSAN LEAF作為交通工具，以及提供專業技術協助，共同為實現新北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2015年提供國立高雄第一科技大學一台LEAF電動車作為教學及研究發展，連同新北市民國104年運行使用的10台LEAF電動車，至2015年底台灣共有67台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160,800kg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 (NA/TURBO)	92.7%	96.4%
	SUPER SENTRA	95.0%	98.1%
	LIVINA	95.0%	98.1%
	MARCH	94.0%	96.2%





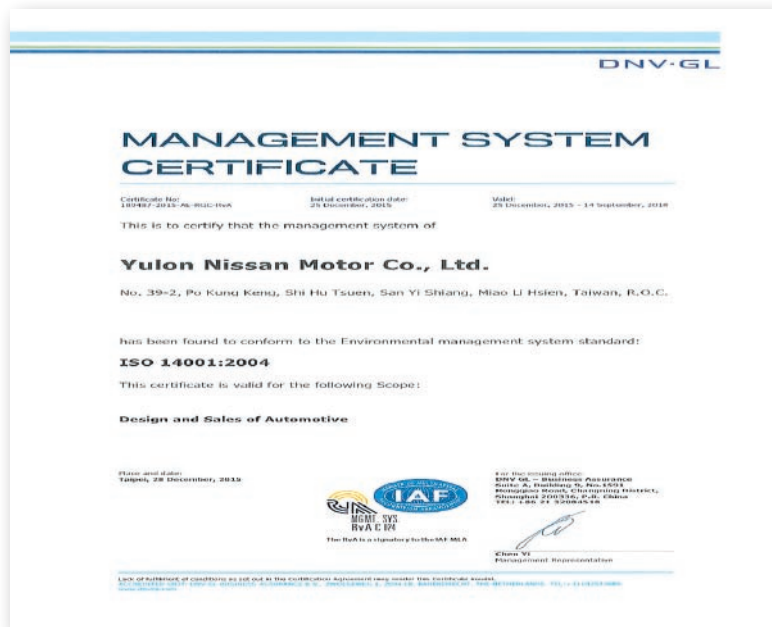


## 3.2 內部環境永續行動

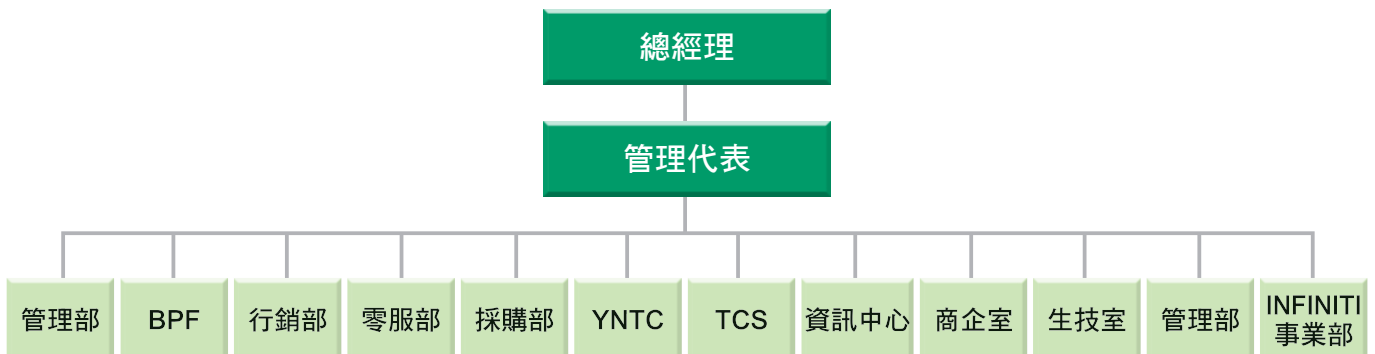
全球暖化所產生氣候變遷已成為各國家所關心之重要議題。因此各國也已陸續訂定日趨嚴格的環境法規，更可能採用開徵能源稅、碳稅方式以控制溫室氣體之排放總量。為因應此全球趨勢，我們對內持續推動各項節能減碳措施，對外持續導入多款節能車型，以此做為我們執行環境永續的重要行動方策。

### 3.2.1 環境管理認證

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，並已於2015年11月正式通過ISO 14001外部認證。



### 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，相關具體得成效如下：

#### 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)		2015年相較於2014年節能量(節能率%)
		2014年	2015年	2014年	2015年	
辦公室用電(度)	中央空調冰水主機溫度調控	2,292,784	2,224,008	5,234	5,160	68,776
	午休期間全面關燈					
	增設燈光感應開啟裝置					

註1：2014年員工人數438人、2015年員工人數431人



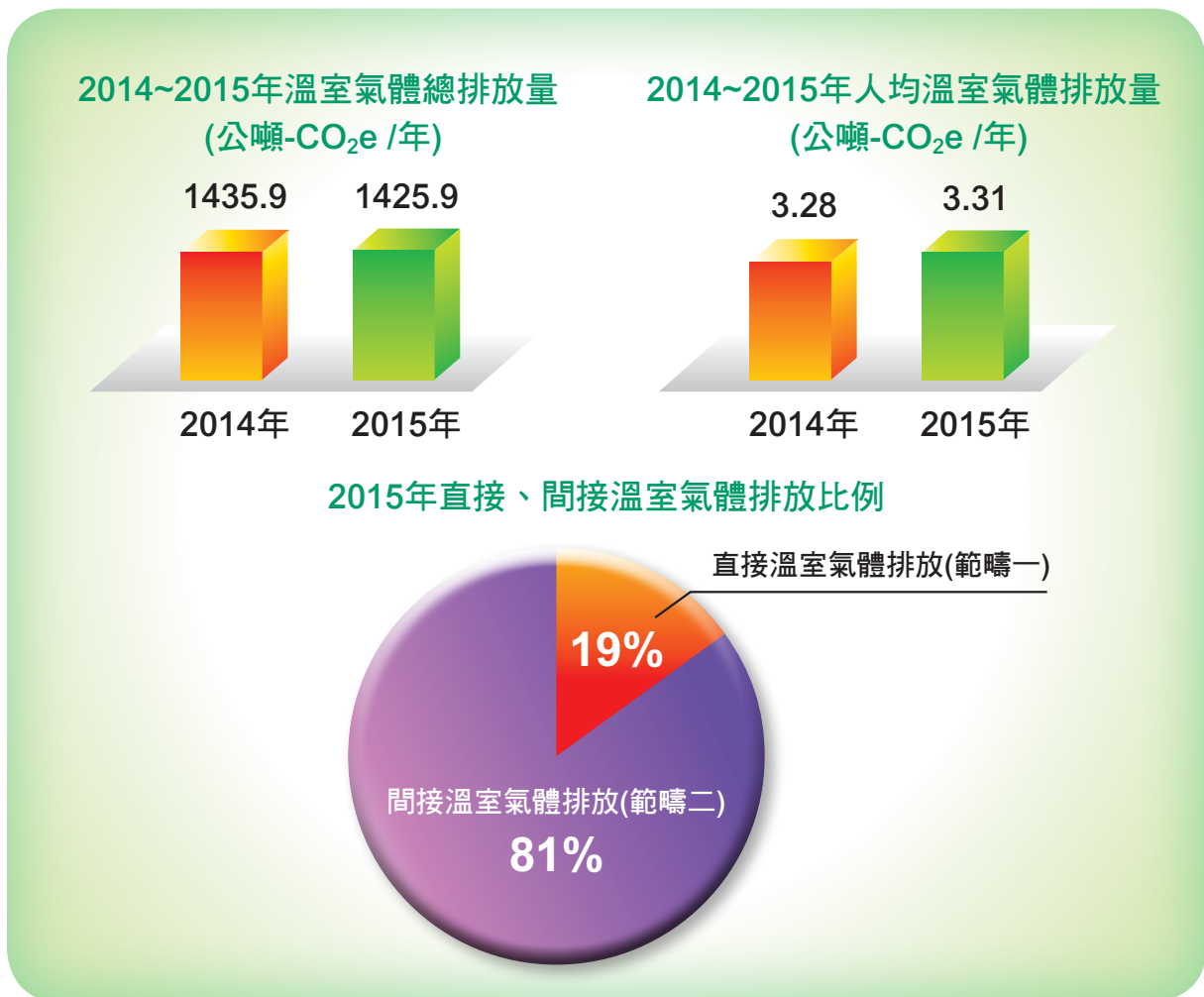


### 3.2.3 環境保護

秉持我們對環境保護的理念，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意識。

#### ● 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2014年為1435.9公噸CO<sub>2</sub>e/年，2015年下降至公噸1425.9CO<sub>2</sub>e/年，2015年下降幅度為0.7%，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2015年委外之生活廢棄物清運量為87.6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：

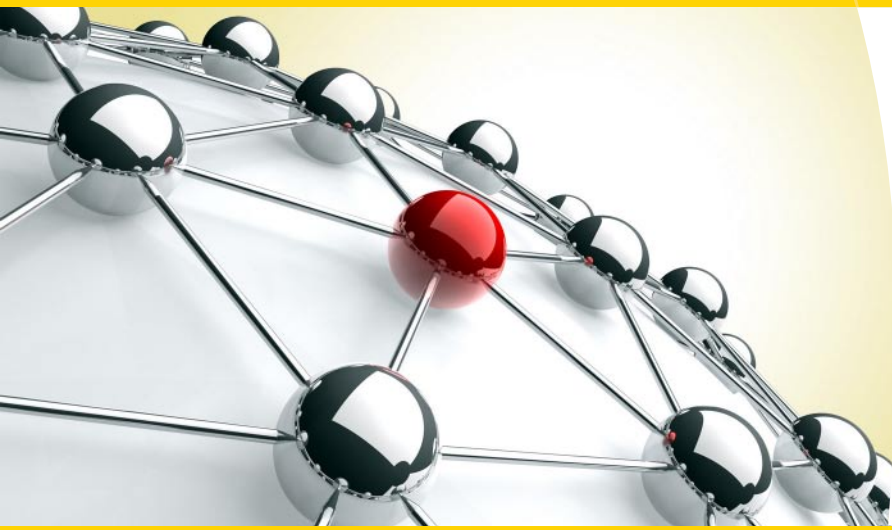
項目	支出成本
廢棄物清運	65萬元
人事管理	100萬元
節能改善	120萬元
<b>NISSAN大自然嬉遊記</b>	900萬元



### NISSAN大自然嬉遊記

連續舉辦六年，每年上萬車主參加的NISSAN「大自然嬉遊記」，2015年以「超玩美樂園日」為主題，於10月分連續舉辦兩個梯次的活動。過程中，除展現NISSAN重心定義愛的CP值的品牌價值外，也邀請「如果兒童劇團」全新編劇，以「RV小玩咖」獨角仙，領銜演出有趣的生態劇場，以提倡重視環境生態永續的意識及理念。





# 4

## 顧客關係

感動，是來自超越顧客期待；信任，則是來自原廠服務價值的體現。NISSAN及INFINITI將持續秉持此二大基石，持續提供高品質的顧客服務。



## 4.1 創造人車新價值的NISSAN



### 顧客服務理念與宗旨

與顧客保持零距離的溝通、建立長期信賴關係，是NISSAN顧客服務核心理念與價值。在此核心下，NISSAN特別重視第一線人員「聽」與「說」的能力。「聽」，有沒有了解到顧客真正的需求；「說」，是否將需求轉化為實際行動，並傳達給顧客知道。當「聽」與「說」都作到了，專業與信賴自然會產生。

### 顧客的聲音 是我們最在意的事

從顧客踏入NISSAN賞車、購車、交車到後續回廠保養或維修車輛，這一連串的行為，難免會遇到各式各樣的問題，舉凡車輛售價、配件功能、保險、收費問題、車輛權益確認、車輛行駛中拋錨...等等。若未即時處理顧客心中的疑惑或妥善處理顧客提出的問題，將會衍生抱怨、客訴。



NISSAN總公司成立顧客服務中心，並建立0800專線，透過SOS處理機制(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。

### 顧客反映意見管道

NISSAN官網	顧客可透過官網「連絡我們」功能反映意見或問題
車主APP	透過車主APP「意見反映」功能，可隨時反映意見或問題
滿意度調查	透過每月的電訪 / 網路調查，蒐集車主對服務滿意度及意見
0800免付費專線	顧客可主動撥打0800免付費專線，由人員一對一對應及協助處理





## 維護顧客關係 建立雙方良好互動

除了要求落實服務SOP、持續完善每一個與顧客接觸的服務過程外，NISSAN也會定期舉辦多元化的活動，來維護與顧客關係、建立穩定且長期的良好互動。



舉辦母親節、父親節、萬聖節活動，  
等候保修之餘，玩些趣味小遊戲



## 以科技驅動服務 打造具客製化、效率化服務團隊

本公司特別導入創新銷售工具「NISSAN PAD」，藉由軟、硬體的全面升級，連結展間互動體驗平台內容、同時強化資訊安全管理系統，透過最新無線投影技術藉以提升顧客的好感度，進而營造優質的顧客服務，縮短銷售的成交時間與提升NISSAN品牌的信任感。經由新科技的導入展現NISSAN銷售人員的專業、優質與熱忱形象。



而在後勤保養部分則是推出NISSAN Care 車主APP，方便車主查詢相關權益資訊，舉凡愛車資料、紅利精品及累積點數，服務方面則有道路救援、預約保修及服務廠資訊，方便車主一機在手完成保修相關服務事項。



NISSAN  
雙料冠軍  
邀您同慶

——因為有您 我們更好——

## 顧客滿意度調查再度榮獲台灣市場非豪華車系品牌第一名

2015年NISSAN在國際市調公司J.D. Power SSI(台灣新車銷售滿意度)及CSI(台灣顧客滿意度)二項滿意度調指標中，雙雙榮獲非豪華車系品牌排名第一。尤其CSI(台灣顧客滿意度)更是連續二年榮獲非豪華車系品牌排名第一。可見得本公司在顧客滿意方面的努力，獲得車主的認同。

NISSAN將持續本著「創造人車新價值」理念，將「安心、舒適、節能」品牌精神落實於顧客服務，期望未來能保持汽車服務的領導地位。







## 4.2 INFINITI – 全方位尊榮服務

INFINITI堅持「專業、信賴、禮遇」為核心，並為客戶提供高規格的尊榮服務，且持續更新IREDI(Infiniti Retail Environment Design Initiative)硬體空間設計，讓客戶享受最舒適的賞車及客休體驗。為擴大服務中部地區的顧客，於2015年五月彰化2 S服務廠全新開幕，以提升在地客戶獲得更即時及便利的服務，也讓有購車需求的消費者有一個方便賞車的空間。

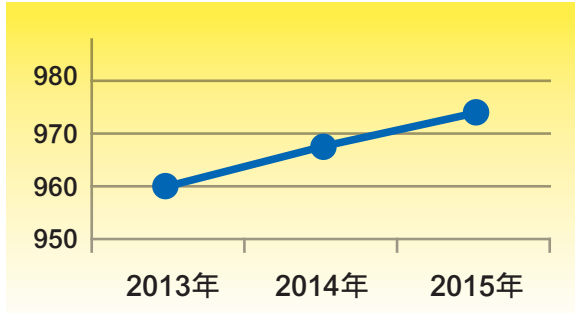


為使客戶獲得更精緻的客休體驗，服務專員會為客戶準備來自花蓮嚴選的天鶴紅茶、手工餅乾、當季珍貴冰淇淋、現磨咖啡及果汁飲品…等，不論賞車或回廠保修的車主都能享受最好的餐食，不定時還有季節限量點心，像是中秋月餅等，提供更多元的點餐選擇。此外，在客戶享受免費精緻餐食的同時，我們也貼心在點餐型錄中也不忘推廣這些台灣農產，也讓客戶獲得更清楚商品資訊且更加重視食品安全。

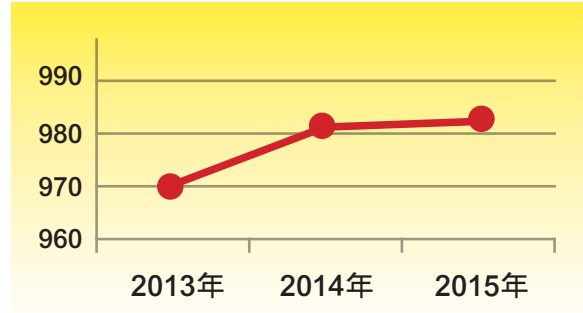


在2015年INFINITI對全年度掛牌新車執行SSI (Sales Satisfaction Index, SSI) 台灣新車銷售滿意度指標調查, 及CSI (Customer Service Index, CSI) 台灣顧客滿意度指標調查, 在滿分1000分的量表下, SSI調查結果為973分、CSI調查結果為984分, 雙雙獲得顧客高度的肯定。

SSI



CSI



專業服務是INFINITI致力精進服務的宗旨, 我們透過不斷精進每一位服務人員的專業職能, 期許在每一個過程都能面面俱到, 在2015年即規劃一系列以『專業』為主題的教育訓練課程, 目的為提升第一線銷售/服務人員在每一個環節都能確保服務品質, 並提升顧客對INFINITI品牌的信賴及滿意。



月份	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
技術訓練			N1技術訓練		N2技術訓練		N3技術訓練				
職能訓練	服務流程							服務訓練		Master訓練	
專業課程	手錶鑑賞	髮妝				儀態		口語表達	心智圖	自我激勵	
其他			共識營		運動會			商品知識			





## 車主活動維繫顧客關係

INFINITI持續深耕與強化顧客關係，除了定期舉辦的春、夏季服務活動，提供各項優惠及免費車輛健康檢查外，2015年更首創規劃二手車主首次回廠禮遇，不讓二手車主成為保修服務的孤兒，一樣能獲得INFINITI原廠精緻的服務。

隨著氣候變遷，PM2.5空污也是近幾年社會關注的議題。我們為保護顧客的健康，特別採用INFINITI原廠空調濾清器以有效防堵空污，讓客戶長時間駕車的同時，也能確保清新好空氣。



深受車主期待與喜愛的INFINITI 高爾夫聯誼賽至今已邁入第10屆，是一種可提供車主情感聯誼、交換經驗與切磋球技的獨特體驗。這次除了精美的參加獎及技術獎外，並提供幸運摸彩活動及趣味獎，讓車主在競賽之餘亦能享受活動的樂趣，期待車主朋友們都能帶著愉快的心情滿載而歸。而車主最重視的一桿進洞首獎為全新車款—INFINITI Q70乙部，另有世界名錶及名酒等豐富獎項，讓車主享受揮桿同時能玩得更加盡興。



INFINITI不斷致力於車款科技創新，同時提供車主豐富多元的服務，讓車主享受愉悅舒適的駕馭生活。



## INFINITI OLYMPIC全國運動會

為促進員工的身心靈健康，我們於2015年舉行首屆INFINITI OLYMPIC全國運動大會，由裕隆日產集團副總經理率領品牌企業員工暨國內各經銷公司同仁與眷屬參與此年度盛會，目的除了提倡運動風氣強健體魄、減壓迎向戶外活動外，同時也可提振員工士氣、凝聚向心力及促進團隊合作。多元化的活動包括創意隊呼、暖身健身操、大隊接力、拔河競賽、足球接力、坦克大作戰及耐力無限馬拉松等，讓參與的團隊無不激發出團隊運動家精神，也因排除個人獎項，全程在一片歡樂中完成每項運動競賽。

INFINITI這次運動大會號召近3百人參與競賽，除了達成大會目的外，藉此全員大集合的機會，更期待每人都能落實規律運動強健體魄，並鼓勵員工家庭活動以培養優質活力團隊，共同迎向健康儲備能量。

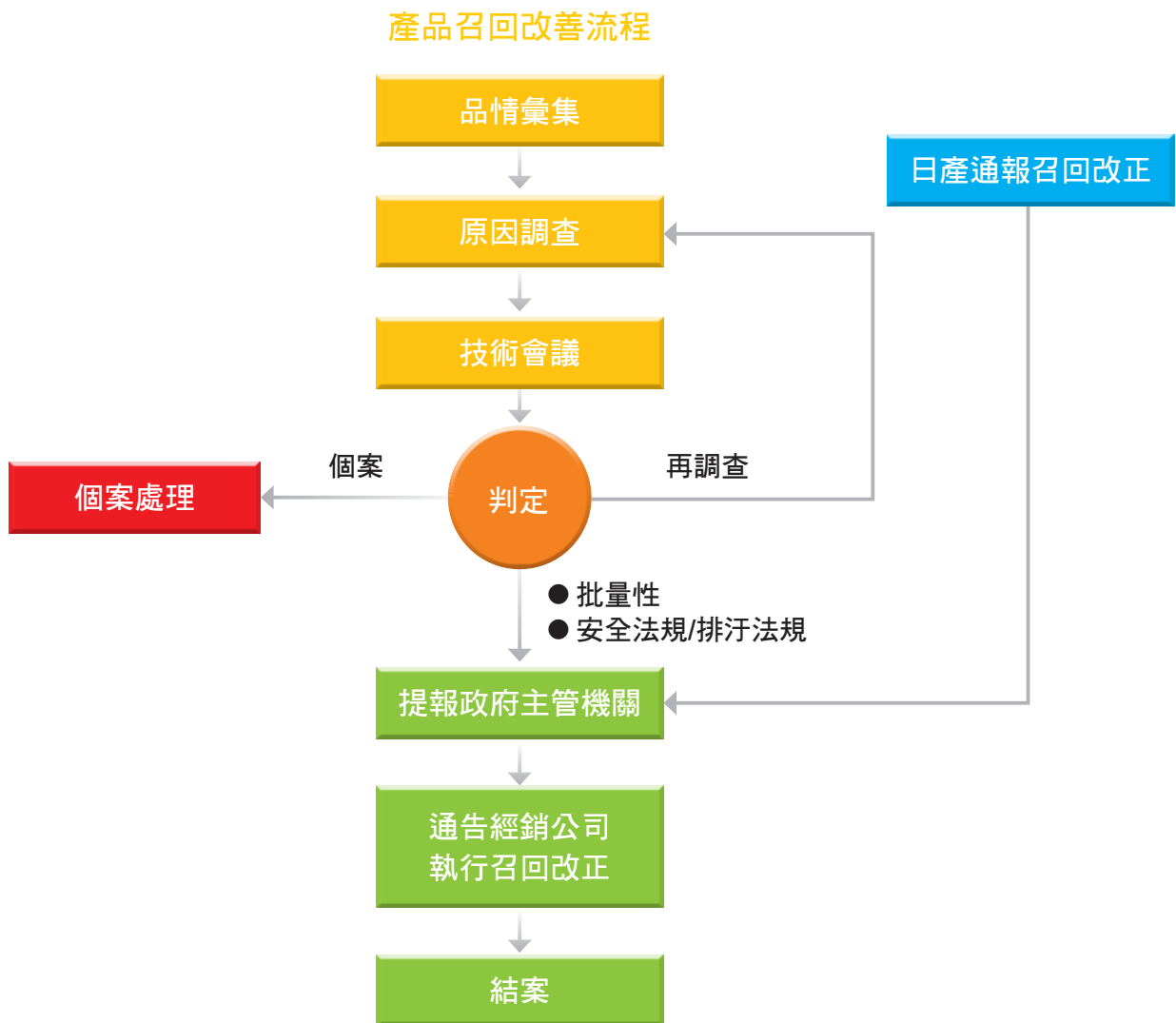






## 4.3 重視顧客健康與安全

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。



2015年因汽車安全性問題主動召回改正案例共5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。

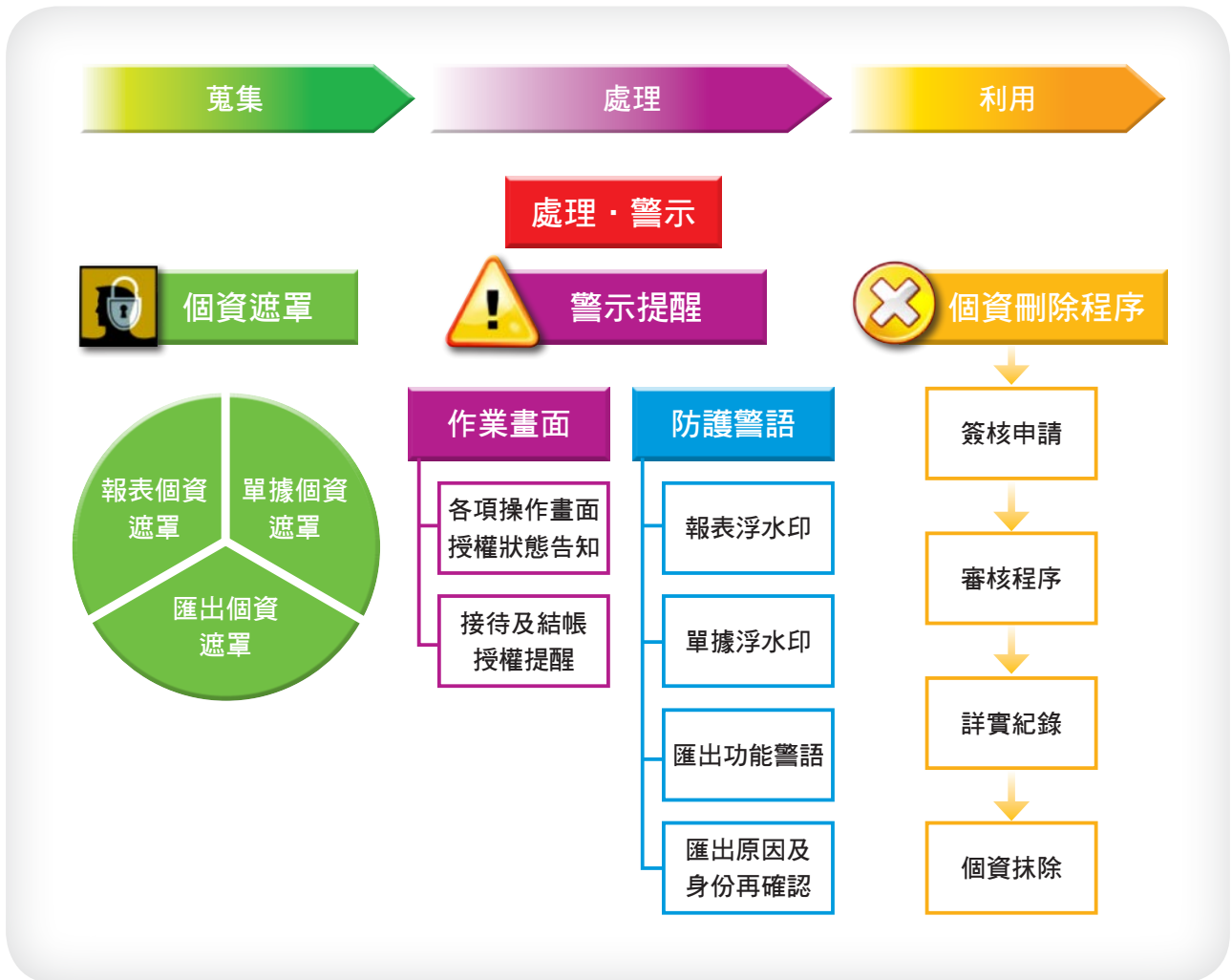


## 4.4 維護顧客隱私

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2015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。



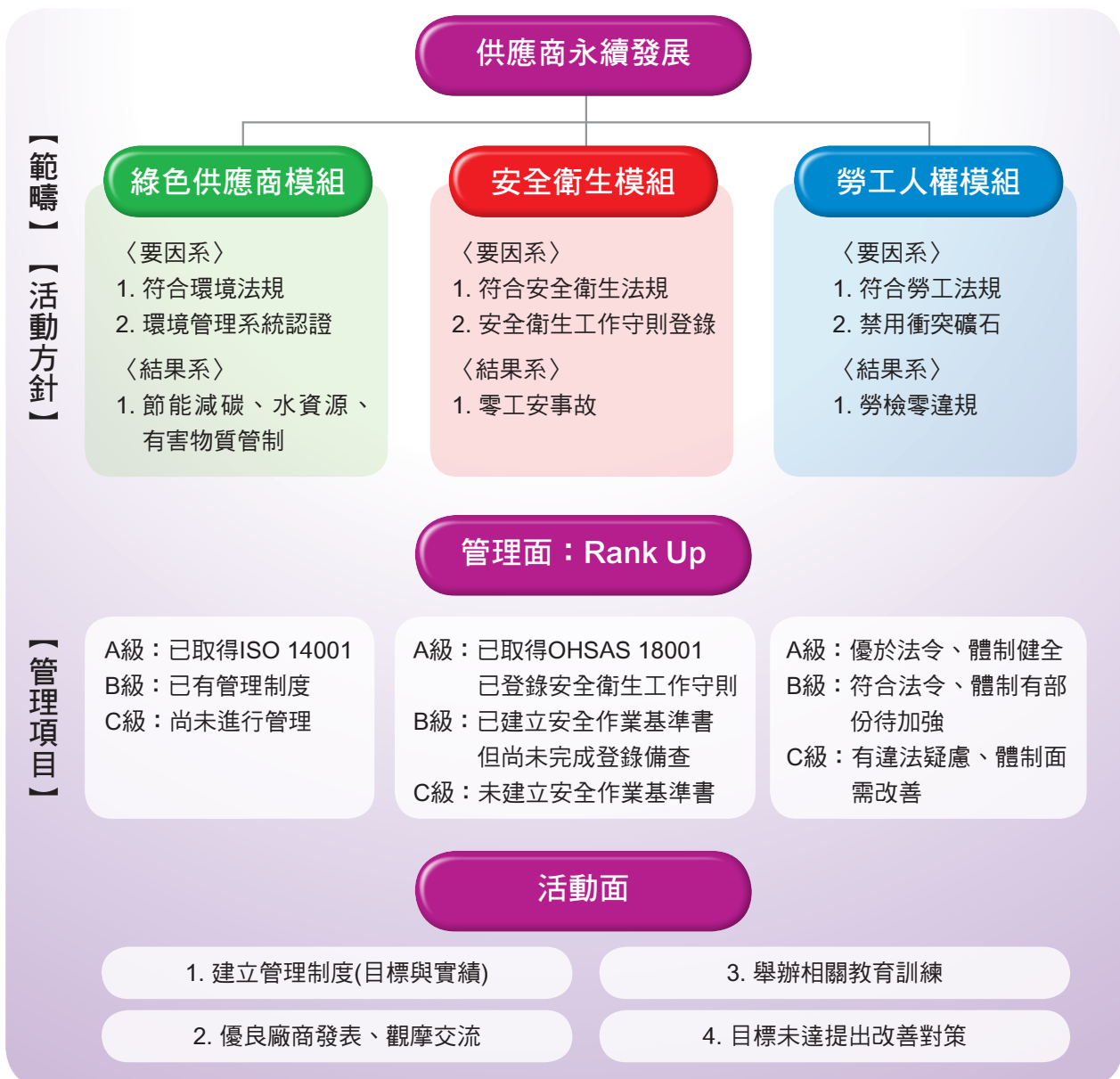
## 5.1 共存共榮的供應商關係

### 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之員工暨社會人群。目前我們的供應商共計217家，其中包含83家國產零組件供應商、19家直接物料供應商以及115家售後服務件供應商。

我們成立了供應商永續經營專案小組，初期專案執行對象設定為國內零件採購金額比例涵蓋率約97%的供應商，共計52家重點供應商。專案的範疇包含『綠色供應商』、『安全衛生』及『勞工與人權』等構面，專案執行內容採用管理面及活動面方法，以達到提升供應商的企業社會責任意識。

#### 裕隆日產汽車供應商永續發展範疇及方法



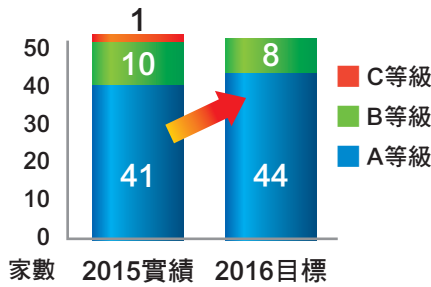


【要  
因  
系  
成  
果】

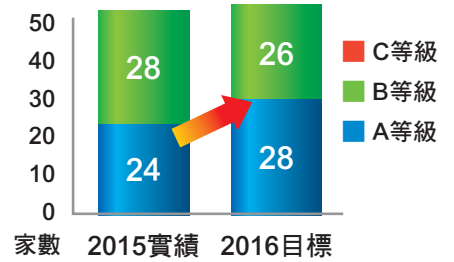
綠色供應商模組



安全衛生模組

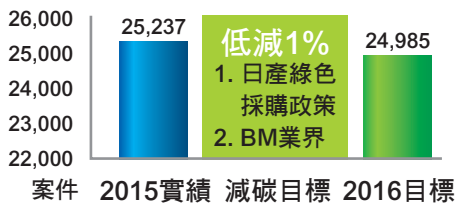


勞工人權模組



【結  
果  
系  
成  
果】

碳排放統計



工安事件數



勞檢違規件數



## 綠色供應商模組

我們以國際通用ISO14001認證為基準，將重點供應商進行分類管理，並統計至2015年底成效如下表所示。

類別	說明	供應商
A級	已取得ISO14001認證	46家
B級	已進行管理作業但尚未取得ISO14001認證	6家
C級	未進行管理作業	0家

針對尚未取得認證之廠商，我們將持續輔導及推動認證相關作業，預計至2018年所有重點供應商都能取得ISO14001認證，以期所有供應商都能符合環境法規並持續改善，對我們所重視的環境盡最大的努力。

在節能減碳推展方面，截至2015年已掌握重點供應商溫室氣體排放值約33,577噸，後續將逐年推動節能減碳活動來低減排放量。另外，在製程的有毒物質管控方面，裕隆日產供應商有6家使用電鍍製程，均已向政府機構合法申報。2015年6家供應商均無發生違規事件。

## 安全衛生模組

依國際通用OHSAS18001認證或主管機關報備安全衛生工作守則為基準，將重點供應商進行分類管理，並統計至2015年底成效如下表所示。後續我們將持續輔導供應商訂定相關安全衛生工作守則或取得OHSAS18001認證。

類別	說明	供應商
A級	已取得OHSAS18001認證或已登錄安全衛生工作守則	41家
B級	已建立安全作業基準書但尚未完成登錄備查	11家
C級	未建立安全作業基準書	0家

我們要求各重點供應商依綠十字管理記錄方式，每月定期回報公安事故發生案件。總計2015年工安災害為0件。





## 勞工與人權模組

依據政府法令相關規範，將重點供應商進行分類管理，並於2015年底請供應商自評結果如下表所示：

類別	說明	供應商
A級	優於法令、體制	24家
B級	符合法令，體制有部份待加強	28家
C級	有違法疑慮、體制需改善	0家

除推動供應商落實勞工與人權政策外，也配合Nissan全球綠色採購政策，推行禁用來自衝突地區3TG（錫、坦、鎢、金）的金屬原物料。經調查，裕隆日產全數的供應商均無使用來自違反人權地區的原物料。

2016年我們將展開與各供應商拜會交流協商並進一步評價等級，必要時也將協助輔導改善，期許讓所有的供應商都能符合政府法令。

### 5.1.2 供應商輔導

為提升供應商在企業社會責任的競爭力，我們設有專責單位對供應商進行改善輔導與監查活動，並透過理監事會議、協力會大會、活動交流、教育訓練、活動觀摩及企業研習會等與供應商間作多元、有效之溝通及推行改善活動。

2015年針對『綠色供應鏈』『安全衛生』及『勞工與人權』等構面各別召開教育訓練(重點如下表)，以提升供應商的知識、技術及能力。



項目	課程內容
綠色供應鏈	課程主要為『節能減碳技術與溫室氣體盤查實務』的說明及實務經驗分享，提升供應商在這方面的專業知識能力及技能。本課程共計49家72位供應商夥伴們參與課程，課後滿意度高達96%。
安全衛生	課程主要為『職業安全衛生概要/職業安全衛生工作守則及職業安全衛生管理計劃』的基礎說明及實務經驗分享，以提升供應商在安全衛生方面的基礎概念及知識。本課程共計49家72位供應商夥伴們參與課程，課後滿意度高達96%。
勞工人權	課程主要為『工作規則撰寫實務、工時差假規定、勞動契約訂定、平等與歧視』的說明及實務經驗分享，以增進供應商的勞工人權法規的概念並提升專業知識。本課程共計49家69位供應商夥伴們參與課程，課後滿意度達95%。

2016年裕隆日產將持續推動相關「綠色供應商」、「安全、衛生與風險管理」及「勞工人權與道德」的教育訓練課程，也將舉辦優良供應商觀摩及改善交流活動，並與供應商進行勞工與人權狀況訪談，以提升裕隆日產協力體系的永續經營能力，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，共同打造綠色供應商，為地球永續發展盡一份心力。



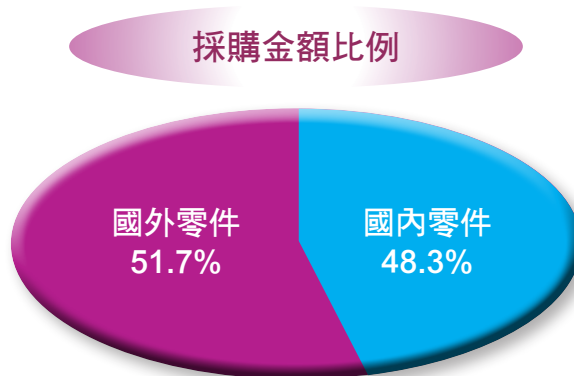
### 5.1.3 提升供應商競爭力

裕隆日產汽車採購部與技術中心結合國內各供應商，不斷積極推動零件國產化活動，除提升內部的成本效益外，同時大幅提升供應商的設計、開發技術能力，也有效增加供應商的產能稼動及營收，進而促進國內汽車零組件產業價值升級，創造出共存共榮的良好合作關係。

裕隆日產於2015年推動零件國產化的重要具體案例如下：

1. 協同台灣燈具大廠大億交通工業製造有限股份公司共同設計、開發台灣地區仕樣的燈具，除了提升供應商的研發設計能力及創新想法外，也開發出台灣地區獨特的時尚造型燈具。
2. 協同健泰工業股份有限公司共同設計、開發原本自國外進口的汽車重要零件排氣管，成功變更為國產化零件。過程中，除協助該供應商提升開發品質及競爭價格優勢外，也大幅提升其國內生產稼動率。
3. 協同車用座椅大廠友聯車材製造股份有限公司共同設計、開發3D體感舒壓座椅，領先國內其它車廠導入此獨特的設計，並將座椅的主要骨架由原本自國外進口，成功變更為國產化供貨。

2015年裕隆日產汽車國內零件採購金額共占總零件金額的48.28%，後續我們將持續努力推動擴大國產化活動。



除了推動國產化實績成果外，裕隆日產汽車更進一步針對國產化供應商推動『THaNKS』(註1)活動，與廠商共同展開信賴與和諧的改善活動，包含品質改善、物流改善、製程改善及生產技術提昇等四大構面，以促進供應商在品質面、物流面、成本面及製程面等大幅提升其成本效益並降低管理成本。

**註1：Trusty and Harmonious Nissan Kaizen activity with Suppliers**，與供應商共同展開信賴與和諧的改善活動。







## 5.2 服務廠環境永續行動

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。實施導入後，每年預估約可減少180萬個機油瓶使用。

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。

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、員工菜圃…)、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。近幾年也陸續榮獲「友善職場」及「工作悠活獎」等榮耀，除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--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。



五一家庭日活動

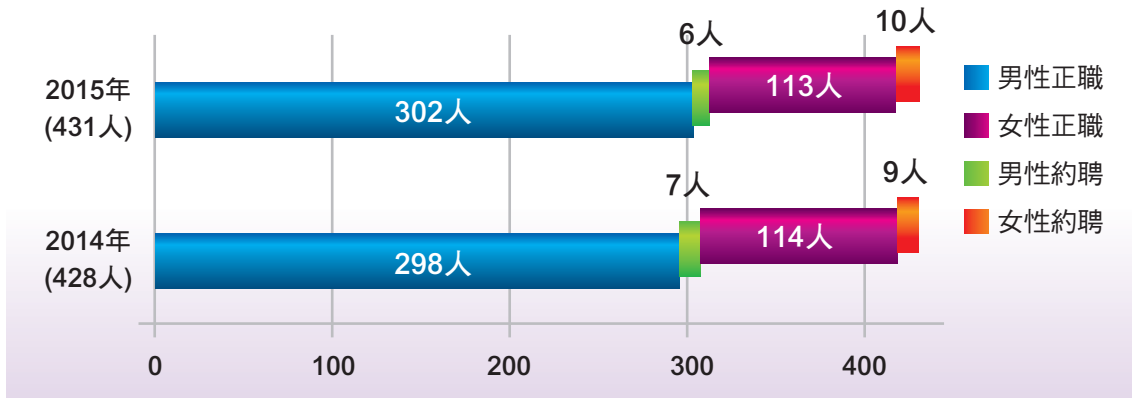


## 6.2 僱用狀況

### 適才適所、人盡其才

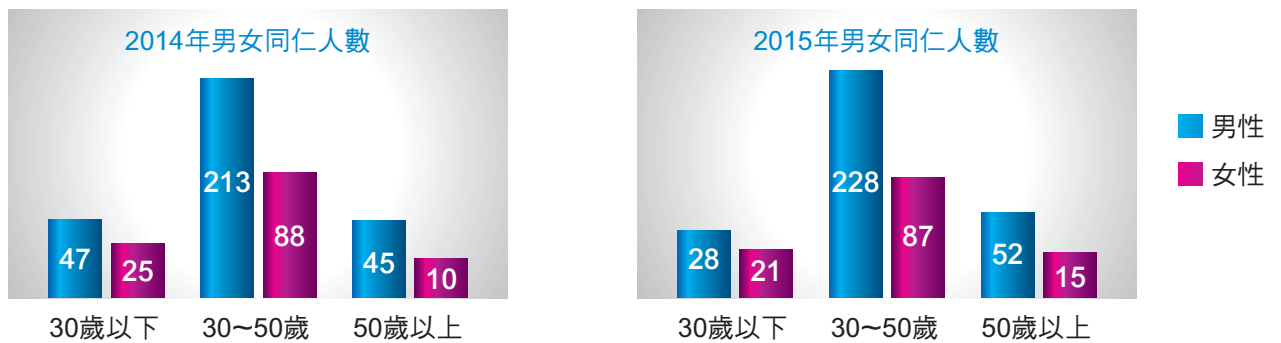
#### 2015年度全公司僱用狀況

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。



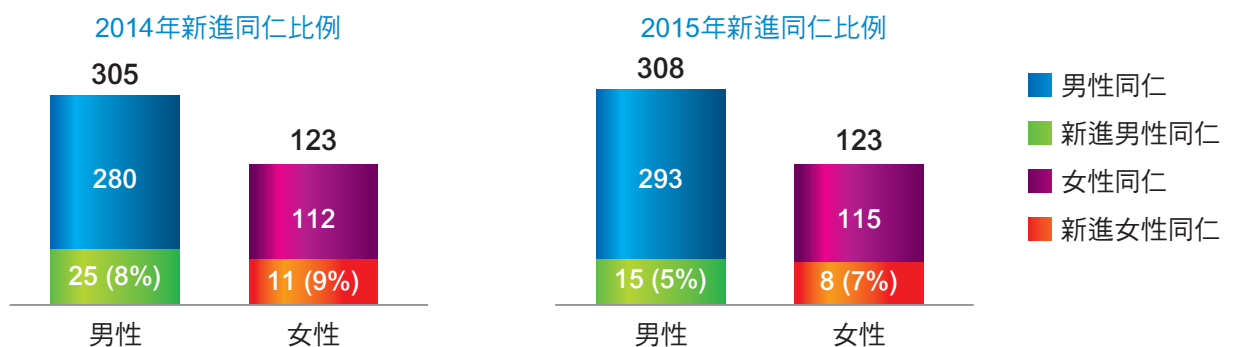
#### 男女同仁人數及比例

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		2014年		2015年	
		男性	女性	男性	女性
員工總數		305	123	308	123
離職人數	30歲以下	9	5	9	4
	30~50歲	13	7	8	3
	50歲以上	4	0	4	1
	總離職員工人數	38		29	
離職比例		9%		7%	

## 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	2014年	2015年
僱用當地居民為高階管理階層人數	12	12
高階管理階層人數	15	16
僱用當地居民為高階管理階層比例	80%	75%
員工總數	428	418
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	
2015使用育嬰假的人數(A)	0	-	3	100%	3
2015育嬰假後應復職的人數(B)	0	-	0	100%	0
2015育嬰假後復職率(B/A)	-	-	-	-	-
2014育嬰假後復職的人數(D)	0	-	3	100%	3
2014 育嬰假後復職工作滿一年人數(C)	0	-	1	100%	1
2015育嬰假後留任率(C/D)	-	-	33%	-	-





## 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

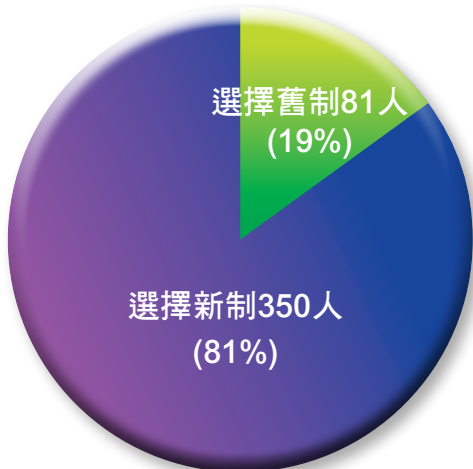
為鼓勵同仁發揮長才，除了實質的薪資及獎金外，我們每年定期舉辦 President Award 團體獎及個人獎的甄選及頒獎活動。經由推薦、初審、複審及決審等層層關卡的嚴謹評審，選出最能代表我們核心價值的優秀團隊及個人。對於獲選者，除了給予優渥獎金、福利外，並在五一勞動節活動上給予表揚，也會推薦到日產參加國際性的甄選，藉此直接激勵優秀的同仁並間接鼓勵其他同仁效仿、共同學習成長。



## 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2015年12月31日總計有81%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。

### 2015年度職工福利委員會大型活動

日期	活動名稱	參加人數	活動概要
2015/5/16	五一家庭日	2572	提倡健康的家庭悠遊活動，鼓勵同仁攜家帶眷，共創美好回憶。
2015/6/16	慶端午活動	550	透過活動設計及主持人的帶動，讓整個活動充滿團隊互助合作、趣味性及提升向心力。
2015/7/23~24	籃球夏令營	60	提供員工子女從事健康休閒活動及舒解平日課業壓力，特舉辦『籃球夏令營』活動，並邀請裕隆職業籃球隊員親自指導，以吸引子女參與。
2015/9/7~24	大裕隆籃球聯誼賽	250	提倡同仁培養健康休閒活動，並藉由球類競賽以促進跨公司、跨部門間的交流。
2015/9/24	中秋晚會	400	結合大裕隆籃球聯誼賽冠亞軍之戰，讓同仁觀賞精彩球賽外，並一同歡慶中秋佳節及飲用美食佳餚。
2015/8~10月	三天兩夜逍遙遊	1744	在暑休假期、中秋假期及雙十假期分梯次舉辦三天二夜的旅遊活動，行程包含離島五線及花蓮共六線景點供同仁選擇，達到增進同仁情誼等。
2015/11~12月	福委會年度活動相片甄選	-	由福委會主辦、攝影社協辦，舉辦福委會年度活動相片甄選。選出優秀相片後，印製成桌曆送給每位同仁。



端午節活動



籃球夏令營



籃球聯誼賽



三天兩夜遊-綠島



三天兩夜遊-小琉球



三天兩夜遊-金門

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，我們將「零重大工安事件」訂定為工作目標，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，訂定各項職災發生防止的活動及方案，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2014~2015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。





2014~2015職業災害統計

項目	2014年		2015年	
	男性	女性	男性	女性
職業傷害（件數）	0	2	0	1
職業病發生(件數)	0	0	0	0
損失工作日（天數）	0	3	0	4
工作總時數	614,016	247,968	597312	220576
工傷率(IR)	0	8.066	0	4.534
職業病發生率	0	0	0	0
嚴重率(SR)	0	12.098	0	18.134
缺勤率	0.02%	0.27%	0.10%	0.88%
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"> <li>● 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。</li> <li>● 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。</li> </ul>
戒菸特別門診	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> <li>● 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。</li> </ul>
健康檢查	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> <li>● 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。</li> </ul>
施打疫苗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> </ul>
急救訓練	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> </ul>
宣 導	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> </ul>

### 不定時提供同仁健康資訊

寄件者：王麗琴/Yulon-Nissan  
 收件者：公關室、管理部、資訊中心、BPF 專案企劃暨財務部、TCS 零件服務部、INFINITI 專案部、行銷部、商品企劃室、生產技術室、採購部、技術中心、彭雪貞  
 Yulon-Nissan@Yulon-Nissan、夏相如/Yulon-Nissan@Yulon-Nissan  
 副本抄送：鄭文彬/Yulon-Nissan@Yulon-Nissan、李振成/Yulon-Nissan@Yulon-Nissan  
 日期：2015/12/16 下午 01:21  
 主旨：健康促進主題：『天冷請您多留「心」-六招「護心」、「保暖」要訣』

**天冷請您多留「心」-六招「護心」、「保暖」要訣**

資料來源：衛生福利部 國民健康署  
 發佈日期：2015 / 12 / 16

中央氣象局預報，12月15日及16日受到大陸冷氣團南下影響，各地氣溫逐漸下降，北部地區將出現攝氏12-13度以下的低溫，國民健康署副署長提醒，低溫容易誘發心臟病、中風急性發作，呼籲民眾注意「朝5晚8」，一天之中兩個時段最危險，清晨5到6時，以及晚上8到9時，尤其是有心血管高風險族群，像是民眾有糖尿病、高血壓、高血脂、腎臟病，或是有抽菸、肥胖者，曾有中風、心絞痛等，不適合清早外出運動，最好等早上8-9點以後；晚餐後不要立即外出或運動，應至少隔1個小時待食物消化後，再行運動。不論何時，長者外出一定要做好保暖，戴帽子和圍巾尤其重要，手套、襪子及保暖衣物也要記得穿戴。

國民健康署呼籲三高及心血管疾病患者，於低溫來襲期間更需要遵從醫囑，規律服藥來控制病情，同時提供下列「護心、保暖」要訣，幫助民眾遠離低溫的威脅。



## ● 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。

## ● 不定期舉辦生活講座

面對急遽變化的世代，為鼓勵同仁從事有益身心或對生活、家庭有幫助的活動，我們不定期舉辦各類的生活講座，內容多元而富變化。目的除了照顧同仁健康之外，也藉由講座提醒同仁多從事對生活及家庭有益的活動。總計2015年度舉辦8場講座如下：

- 三月：羊年上班族的理財與投資
- 四月：跟著小黑人老師學運動瘦身
- 五月：教你聰明健康越吃越瘦
- 六月：跟林龍一起探索秘密景點
- 七月：跟著簡文仁一起紓解壓力~生活如意
- 九月：這世界教會我的事
- 十月：讓您有錢有保障
- 十一月：真的好想贏~用熱情、熱血、熱愛工作

### \* 幸福生活營-養生拍打術

◆ 講師：黃毓惠老師 (原裕隆退休同仁) 開麥啦~



百病皆起『瘀』，瘀者不通，不通則痛，藉由『刮痧』的效果，幫你從『頭』調整身體，黃老師將現場解說+指導，教你如何保養和救急。

**好康報報：**  
報名且全程參加者，有機會抽中『牛角刮痧板』或『拍痧棒』哦！

◆ 個人簡介：  
 ✓ 美國普林頓大學東方醫學碩士  
 ✓ 取得國際中醫師證書  
 ✓ 曾受邀到行政機關及學校開課交流

◆ 活動時間：11/12(四) 17:15~19:15  
 ◆ 活動地點：行政大樓一樓簡報室  
 ◆ 報名方式：敬請透過e-HRD踴躍報名

如有任何問題，請洽管理部 人資科 謝麗惠 (分機:1644)

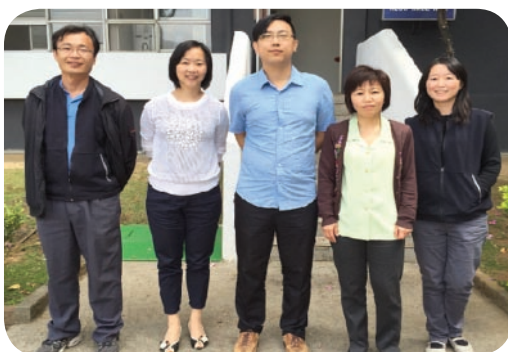
## ● 舉辦團體減重競賽

由於生活型態及飲食文化的改變，造成很多的『大小腹翁小腹婆』！現代人肥胖問題不僅影響外型也是引起慢性病的主要因素，因此體重管理也變得日趨重要。

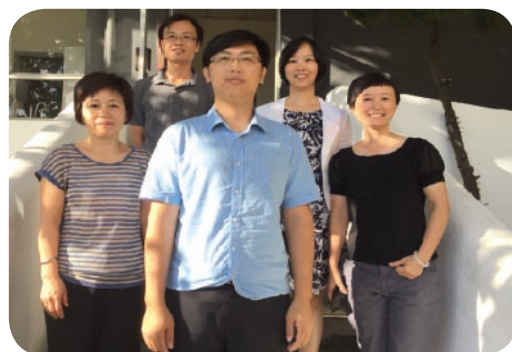
團結力量大，減重也不例外！我們為鼓勵同仁為自己的健康維持適當的體重，於2015年辦理團體減重競賽，共計有30組、141人完成全程的競賽活動。歷經三個月的運動及飲食控制後，總減重數高達542.8公斤，平均每個人減重達3.8公斤，成效非常驚人。



減重前



減重後







### ● 員工協助方案

自2015年始，我們主動與新竹市生命線協會合作，提供員工在工作、生活及健康等方面的員工協助方案(Employee Assistance Program；簡稱EAP)，讓主管及同仁享有專業及保密的諮詢管道。

員工協助方案涵蓋「工作」、「生活」與「健康」三大層面，其中工作面係指管理策略、工作適應與生涯協助相關服務；生活面為協助員工解決可能影響其工作之個人問題，例如人際關係、婚姻親子、家庭照顧、理財法律問題諮詢等；而健康面則是透過工作場所中提供的各項健康、醫療等設施或服務，協助員工維護個人健康，提升工作及生活品質。以上三種層面可透過服務系統之建置，以及組織內外資源之整合，達成協助員工解決問題，提升工作效率與生產力之目標。

**兩邊都愛，夾心餅乾的苦**

剛新婚時，明輝對於婚姻有著美好的憧憬。但是結婚3個月以來，他的發現自己總是夾在母親與老婆之間，理也不是人。

老婆常常覺得委屈向明輝訴苦，但是婆婆會說「身為妻子應該早點回家啦」，或是鄰居間說說笑笑不是……，每當明輝憂鬱的向母親反應時，總會聽到母親以「別孝」、「兒子白養的」這一類的回響。

明輝不知道該如何訴說自己的無奈，也不知道自己該怎麼跟太太和母親溝通。為了逃避面對老婆和母親的抱怨，明輝總是找理由在公司加班。直到同事建議明輝可以到 EAP 的心理師談一談。

如果您希望能夠給自己一個改善身心健康的機會，別忘了公司提供的【員工生活服務方案】，可去電諮詢、討論。

- 諮詢服務：由公司特約之【員工協助服務中心】及其專業諮詢老師所提供
- 服務內容：生涯工作、家庭親子、人際關係、兩性情感、身心壓力
- 服務對象：公司同仁
- 服務方式：本服務由「新竹市生命線協會-員工協助服務中心」提供，同仁可與中心之專任心理師諮詢、討論，經建議透過電話或面談方式與諮詢顧問諮詢，諮詢內容保密；相關服務費用由公司負擔，請同仁於備案書簽加蓋用
- 服務時間：週一至週五 09:00~19:00 (請先來電預約)
- 服務地點：可選擇公司內或員工協助服務中心所提供之場地
- 外部諮詢/預約專線：03-5260415
- E-mail: eapc@eapcenter.org

「保密尊重」是我們專業的堅持；「全心服務」我們不變的態度

**鬆手與機會**

小峰有出遠回國，這半年的異地生活因為空間距離和工作忙碌的關係，與女兒小美有一些摩擦，彼此都已經筋疲力竭，甚至連吵吵嚷嚷的力氣都沒有了。但愛情義重八年的他們還是有些捨不得，經過同事的建議，決定經由諮詢顧問的協助，達成彼此的問題，再給彼此一個改善的機會。

如果您希望能夠給自己一個改善身心健康的機會，別忘了公司提供的【員工生活服務方案】，可去電諮詢、討論。

- 諮詢服務：由公司特約之【員工協助服務中心】及其專業諮詢老師所提供
- 服務內容：生涯工作、家庭親子、人際關係、兩性情感、身心壓力
- 服務對象：公司同仁
- 服務方式：本服務由「新竹市生命線協會-員工協助服務中心」提供，同仁可與中心之專任心理師諮詢、討論，經建議透過電話或面談方式與諮詢顧問諮詢，諮詢內容保密；相關服務費用由公司負擔，請同仁於備案書簽加蓋用
- 服務時間：週一至週五 09:00~19:00 (請先來電預約)
- 服務地點：可選擇公司內或員工協助服務中心所提供之場地
- 外部諮詢/預約專線：03-5260415
- E-mail: eapc@eapcenter.org

「保密尊重」是我們專業的堅持；「全心服務」我們不變的態度

收件者：林睿益/Yulon-Nissan  
 收件者：管理課、BPP 專案企劃課、資訊中心、公關室、INFINITI 專案課、行銷課、商品企劃室、零件服務部、TCS、採購部、技術中心、生產技術室、副產責  
 /Yulon-Nissan@Yulon-Nissan、黃和如/Yulon-Nissan@Yulon-Nissan  
 副本抄送：鄭文傑/Yulon-Nissan@Yulon-Nissan、李振成/Yulon-Nissan@Yulon-Nissan  
 日期：2015/06/02 下午 05:54  
 主題：【EAP 員工生活服務】分享~分手心理學

大家好~

公司自今年起與新竹市生命線協會合作，提供「EAP 員工生活服務方案」，讓同仁享有專業及保密的諮詢管道，諮詢專線：03-5260415，服務內容如下圖，同時將不定期提供生活有關之講座，讓同仁以輕鬆的方式，自我學習心理相關的知識及應對方式。

如果您正在分手的過程中努力安頓自己，如果身邊有朋友在這個階段，而您有些擔心朋友的狀況，也想藉空檔打聽諮詢專線。EAP 的專任心理師能為您整理當下的心情，共同理清未來的路；或提供您諮詢專線

本期：分手心理學  
 本期將告訴你如何整理當下的心情，理清未來的路，讓我們重新檢視一下「愛情」。

一 電子檔檔案置於 HRD 系統，請提供檔案路徑：  
 EIP→HRD-培訓→知識管理中心→EAP 員工生活服務方案

**員工生活服務方案 Employee Assistance Programs(EAP)**

服務對象：全體同仁 (含先進動力及派遣同仁)

服務內容：心理諮詢(生涯工作、家庭親子、兩性情感、身心壓力...等)

服務方式：如果您自身或身邊同仁有前述問題，可選擇電話或 E-mail 方式，將提供專業資源協助您。

電話：03-5260415 E-mail: eapc@eapcenter.org  
 服務時間：週一至週五 09:00~19:00

諮詢免費 諮詢日課 關心您!

生活裡難免有悲傷、遺憾、挫折，EAP 服務願和您一起打開心靈的閉鎖，伴您共同面對內心的掙扎及生活的壓力！

一個動作幫助自己擺脫生活及工作中的困擾及失序！

★本服務由「社團法人新竹市生命線協會/員工協助服務中心」提供，依「心理師法」之規範及相關人員專業倫理，保障您的隱私安全，絕不透露您的資料，絕對保密

裕隆日產汽車股份有限公司  
 YULON NISSAN MOTOR CO. LTD.  
 管理課人力資源科 林睿益  
 HR Group Administration Dept. Ray  
 裕隆路三號(裕隆路)世公祠39號之2  
 39-2 Po Kung Keng Shi Hu Tsuen, San Yi Shiang, Miao Li Hsien, Taiwan, R.O.C.  
 TEL +886-37-875881 EXT 1642





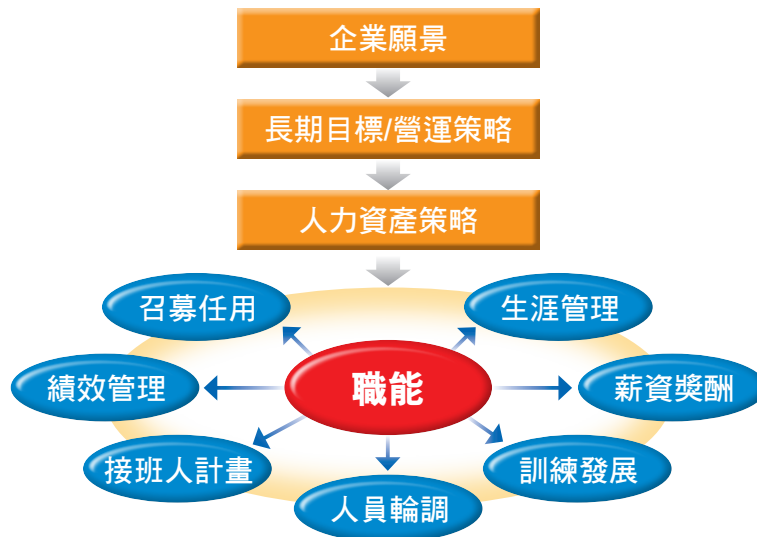
## 6.5 樂在學習

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的同仁轉授。



### ● 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	2014年			2015年		
	男性	女性	全公司	男性	女性	全公司
員工總人數(A)	305	123	428	308	123	431
員工訓練總金額(B)	1,676,731	718,599	2,395,330	2,076,523	829,260	2,905,783
員工訓練總時數(B)	8,293	3,469	11,762	9,819	3,915	13,734
平均每人訓練費用(B/A)	5,497	5,842	11,340	6,742	6,742	13,484
平均每人訓練時數(C/A)	27	28	27	32	32	32

### 職別訓練時數

項目	2014年		2015年	
	男性	女性	男性	女性
主管職	1,497	461	2,607	505
工程行政職	4,568	2,078	7,004	2,905
技術員	2,228	930	208	505

### 課程別訓練時數

項目	2014年		2015年	
	男性	女性	男性	女性
管理職能	864	371	1,634	367
核心職能	821	351	1,086	455
專業職能	5,138	2,037	6,049	2,189
新進人員培育及工廠實習	1,016	516	614	516
健康與生活	454	194	436	389



## 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。



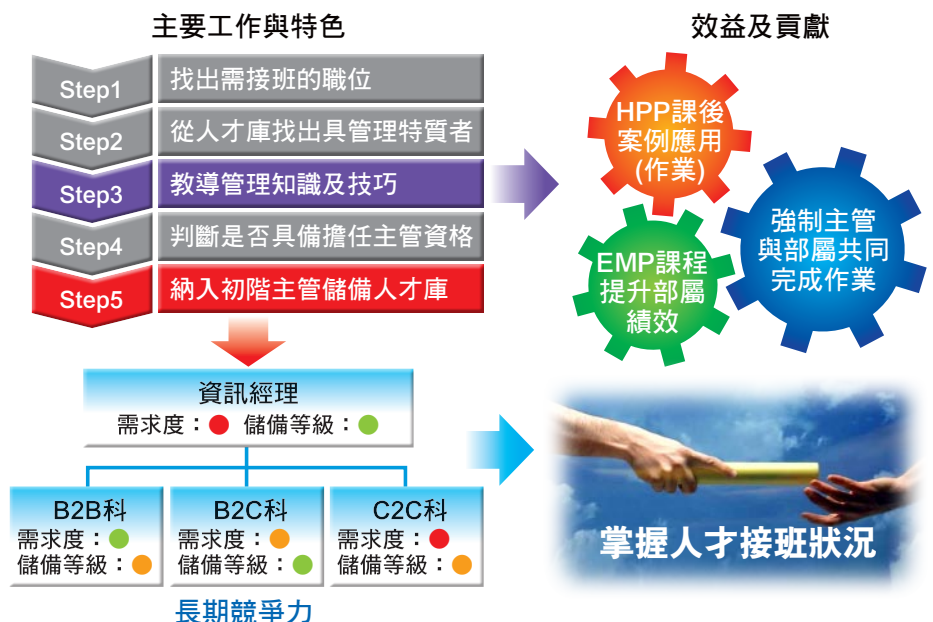
### ● 提升行銷團隊關鍵能力

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。

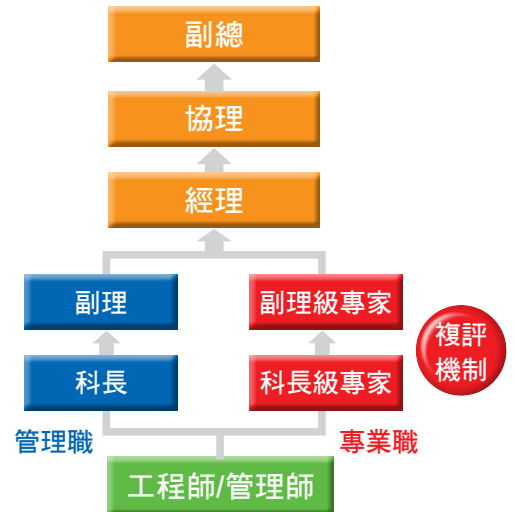
### 績效考核

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2015年度我們對所有同仁進行績效考核，比例為100%。

職涯發展制度架構圖



### 職等晉升考評會



### 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	229	229	100%	110	110	100%
管理職科級(含)以上	79	79	100%	13	13	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

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及2015年度獲得勞動部人力資源提升計畫共1,721,460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2015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。

公司公告

公告內容				
公告主旨	發佈單位	發佈人	發佈日期	有效日期
公告發行「2015年10月份YNM Operation Report」，敬請全體同仁參閱！	裕隆日產經營管理科	林佩璋	2015/12/07 16:47:22	2016/02/07
內容				
為凝聚全體同仁共識及向心力，並讓同仁能充分掌握 YNM 營運現況及重要活動，總經理指示：由 BPF 每月發行「YNM Operation Report」予同仁參閱，內容涵蓋汽車市場概況、YNM & Global Nissan 主要活動等。				
本次發行「2015年10月份YNM Operation Report」，還請撥冗參閱附件，謝謝。				
<a href="#">返回</a>				

汽車市場概況

- **TWN:**
  1. TIV：10月份總市場掛牌 31,059台，較去年同期衰退7.2%。
  2. YNM：10月份銷量為2,838台，其中：
    - a. Nissan銷售2,740，較去年同期衰退12.3%。
    - b. Infiniti銷售98台，較去年同期衰退25.2%。
- **Global Nissan:**

\*15年10月份全球Nissan總銷量為431,073台，較去年同期成長5.0%。以下為各大地區銷售狀況：

  1. 北美市場銷售147,654台（較去年同期成長14.2%）
  2. 歐洲市場銷售53,162台（較去年同期衰退13.2%）
  3. 日本市場銷售38,875台（較去年同期衰退5.8%）
- **PRC:**
  1. TIV：10月份總市場乘用車銷量為 186.9萬輛，較去年同期成長 15.1%。
  2. DFL：10月份乘用車公司共銷售10.2萬輛，較去年同期成長19.4%。

### EIP公告：YNM Operation Report

### 2015年10月份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。



新人座談會



經理有約



### 2015 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、組織氛圍調查、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2015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

為善盡企業社會責任，以實際行動回饋臺灣汽車產業，裕隆日產自2005年起已投入超過新台幣4千萬元經費，連續舉辦8屆「裕隆日產汽車創新風雲賞」競賽活動，累積參賽人數超過5,700人，參與活動人數更高達18,000人次以上，是國內首創，唯一以全新汽車做為金賞大獎的汽車設計競賽，更是讓所有青年學子能夠發光發熱的競技舞台，裕隆日產期望透過本活動，促使臺灣汽車設計與科技教育繼續向下紮根，為產業界培育出更多潛力無窮的創意新秀。

### 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「2015-2016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本屆競賽。



#### 2. 校園巡迴講座

裕隆日產主動前進全國20所大專院校舉辦NISSAN「Crossover 跨越未來」創新巡迴講座，介紹NISSAN各項創新科技、分享專業實車開發經驗及本屆競賽活動內容，並於現場展示全新上市的熱銷跨界SUV NISSAN「超玩美」X-TRAIL，讓師生近距離體驗NISSAN跨界設計理念與創新科技。







### 3. 作品初選

為保持競賽公平性與客觀性，裕隆日產特別邀請車輛研究測試中心(ARTC)、工業技術研究院、裕隆日產汽車技術中心及商品企劃主管等學者專家，組成初選評審團，結合理論與實務，以全方位面向針對作品創意、市場需求性、商品化可行性及展示方式等4個項目進行專業評選。



### 4. 入圍師生參訪裕隆日產

安排入圍決賽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

裕隆日產邀集日產汽車、裕隆日產、車輛研究測試中心、工業技術研究院的學者專家代表組成專業評審團，共同參與這場創意飛揚的汽車設計饗宴，以產、官、學全方位面向評選出最能夠展現賽事題目「Design the future」的參賽作品，現場公佈金銀銅賞得獎者名單並頒發獎項。

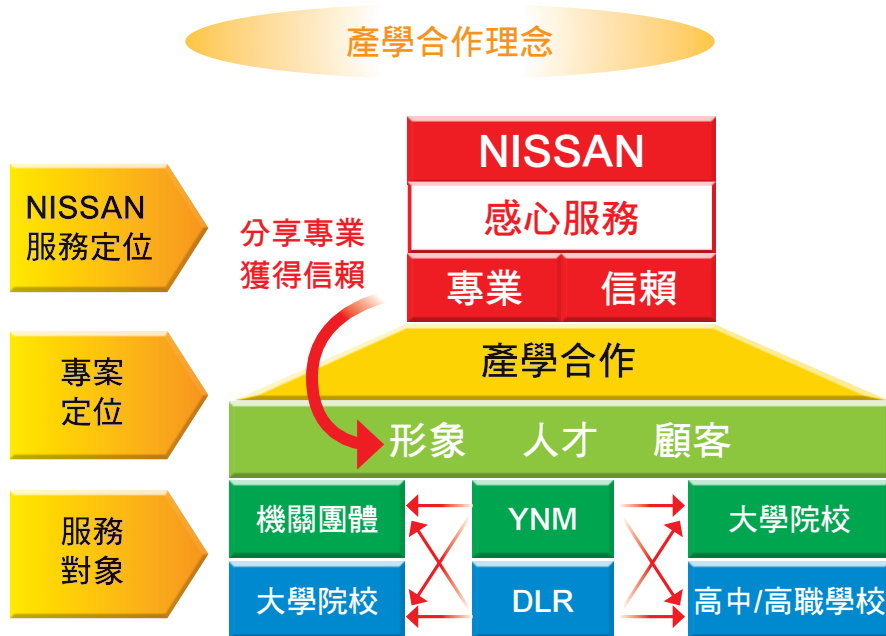




## 7.2 參與學界培養人才

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 八仙塵爆事件捐款與實物捐助

新北市八仙樂園於2015年6月27日晚間因發生助燃性粉塵爆炸，造成數百人燒燙傷之重大意外，裕隆集團第一時間由旗下四家公司裕隆汽車、裕隆日產、中華汽車、裕融企業共同捐助新台幣一千萬元至新北市社會局愛心專戶，並以實物捐助一千六百萬協助「627燒燙傷專案管理中心」成立啟用，並由上述四家公司共同捐助協助建置燒燙傷中心所需硬體設備與專業醫療設施。







## 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2.5萬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。





## 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	無
	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)	2015年10月發行
	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	5.1.3





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
	EN7	降低產品和服務的能源需求	3.1.1、3.1.2
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
	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2015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	5.1.2
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2015年 無相關情事發生



## 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、5.1.2
	LA15	供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	本公司於2015年無相關情事發生
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	6.6
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	6.6
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	5.1.2
	HR11	供應鏈對人權有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	5.1.2
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、5.1.2



## 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
	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2015年無相關情事發生
	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2015年無相關情事發生
	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2015年無相關情事發生
	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2015年無相關情事發生
	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2015年無相關情事發生

## 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	本公司於2015年無相關情事發生
	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	本公司於2015年無相關情事發生
	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	本公司於2015年無相關情事發生
	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	本公司於2015年無相關情事發生
	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	本公司於2015年無相關情事發生





[www.nissan.com.tw](http://www.nissan.com.tw)

