



2025
NISSAN TAIWAN

SUSTAINABILITY REPORT

**Environmental
Social
Governance**

感動・源自細節



目錄 Contact

關於本報告書	02
--------	----

經營者的話	04
-------	----

永續績效與亮點	06
---------	----

CH1 企業永續願景	07
------------	----

1.1 關於裕隆日產汽車	08
--------------	----

1.2 裕隆日產永續願景	13
--------------	----

1.3 永續溝通及管理	15
-------------	----

CH2 永續治理	21
----------	----

2.1 公司治理	22
----------	----

2.2 誠信經營與法規遵循	27
---------------	----

2.3 資訊安全	28
----------	----

2.4 風險管理	34
----------	----

CH3 品牌價值	37
----------	----

3.1 NISSAN「感動・源自細節」	40
---------------------	----

3.2 INFINITI 「Human、Daring、Forward」	42
--	----

3.3 客戶關係維護	45
------------	----

3.4 產品品質	47
----------	----

3.5 供應鏈管理	50
-----------	----

CH4 環境保護	55
----------	----

4.1 氣候行動	57
----------	----

4.2 環境及能資源管理	67
--------------	----

4.3 循環經濟	73
----------	----

CH5 員工關懷	76
----------	----

5.1 人力資源	78
----------	----

5.2 人才養成	87
----------	----

5.3 健康職場環境	96
------------	----

CH6 社會共融	100
----------	-----

6.1 產學共構	102
----------	-----

6.2 扎根教育	104
----------	-----

6.3 e 起永續	107
-----------	-----

6.4 公益活動	108
----------	-----

附錄一、GRI 2021 對照表	110
------------------	-----

附錄二、上市上櫃公司氣候相關資訊	114
------------------	-----

附錄三、TCFD氣候相關財務揭露對照表	115
---------------------	-----

附錄四、溫室氣體盤查及確信情形	116
-----------------	-----

附錄五、永續會計準則(SASB)對照表	117
---------------------	-----

附錄六、第三方確信聲明書	119
--------------	-----

前言

關於本報告書

經營者的話

永續績效與亮點

關於 本報告書

裕隆日產汽車股份有限公司（以下簡稱裕隆日產、本公司或我們）於 2026 年 8 月公開發行第十二本永續報告書，本報告書針對永續經營的實踐與規劃、永續風險與機會的管理以及回應利害關係人的期望。在每年永續報告書的發布過程中，專注於利害關係人重視的議題並給予回應，並全盤揭露本公司在公司治理、人權提倡、社會責任、環境永續等各面向實踐的情形，期望在永續行動中不斷精進成長。

報告書編撰原則

本報告書揭露裕隆日產在治理、經濟、社會、環境等面向之管理政策與執行績效，參照全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 所出版之 GRI Standards 2021、氣候相關財務揭露建議 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)、永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 汽車業準則及「上市上櫃公司永續發展實務守則」進行揭露。

報告期間

本報告書期間涵蓋 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（與財務報告報導期間相同），為豐富永續性脈絡，部分資訊亦提及過往績效與未來展望。

報告範疇

本報告資訊揭露範疇為裕隆日產汽車股份有限公司個體公司，惟財務數據以合併報表揭露，合併報表範疇與關聯企業詳見 CH1，若有改變將於文中註明揭露範疇。

資訊重編

因前期留存之經濟價值數據誤植，本期報告書已重編相關資訊，詳見 2.1.3 財務績效。

報告書管理流程

01

議合

- 與利害關係人議合重大議題
- 鑑別重大議題之正面與負面衝擊

02

報告框架擬定

- 由企業永續發展專案辦公室擬定本報告書框架與內容
- 由各單位進行資料蒐集

03

編撰

由企業永續發展專案辦公室彙整各單位資訊並根據 GRI Standard 2021 之八大原則編制文稿：

- 準確性
- 平衡性
- 清晰性
- 可比較性
- 完整性
- 永續性的脈絡
- 時效性
- 可驗證性

04

內部審核

由各單位確認數據與內容正確性

05

外部確信

由第三方確信機構進行數據查核

06

內部稽核揭露

由永續發展委員會審閱、高階主管定稿，並提報董事會後正式揭露

報告書品質

外部確信 |

本報告書委託獨立且具公信力之安永聯合會計師事務所依循 GRI 準則以及確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之規定，進行有限確信（Limited Assurance），確保 2025 年度的企業永續報告書資訊揭露可靠度。確信工作完成後之相關結果已與治理單位充分溝通，第三方確信聲明書請詳本報告書附錄六 P119。

數據品質管理 |

本報告書中財務數據與 ISO 環境管理系統，皆已通過獨立第三方驗證。

財務數據	勤業眾信聯合會計師事務所
ISO 14001 環境管理系統認證	立恩威國際驗證股份有限公司
ISO 14064-1 溫室氣體查證	法標國際認證股份有限公司

發行歷程 |

每年定期發行中文版永續報告書，自 2023 年開始同步出版英文版永續報告書，皆可於本公司官網永續經營專區查詢及下載，出版日期為：

本次出版
2026 年 8 月

下次出版
2027 年 8 月

歷年數據與其他永續資訊請參考以下來源：

[裕隆日產官網](#)
[裕隆日產永續專區](#)
[裕隆日產 Facebook](#)
[裕隆日產 YouTube](#)
[裕隆日產 Instagram](#)

聯絡資訊 |

如您對於本報告書有任何疑問及建議，非常歡迎您經由下列管道傳達讓我們知道。

NISSAN

企業永續發展專案辦公室

電話

(037) 875881 分機 1630

Email

miffy.lin@yulon-nissan.com.tw

傳真

(037) 871506

地址

苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑 39 號之 2



經營者的話

裕隆日產汽車秉持「追求顧客滿意、創造企業繁榮、貢獻社會福祉」三大經營理念，以堅實團隊持續深化與技術母廠的合作關係，自許成為兩岸汽車產業「產品創新」與「服務創新」之標竿企業。我們肩負推動台灣汽車產業價值提升之使命，將永續思維融入日常經營，展現對公司治理、環境永續與社會共融的長期承諾。這份對永續發展的堅持，也獲得第十八屆 TCSA 台灣企業永續獎「永續報告汽車業第 1 類銀級」肯定。

回顧 2025 年，面對車市的挑戰與產業的變革，裕隆日產的步伐從未停歇。這一年，我們以務實的態度強化經營韌性，從細節出發，累積顧客信賴。2025 年底，我們更提出「Re-shaping 品牌啟動計畫」，作為品牌轉型與企業進化的重要起點，期望為產業與社會創造長遠價值。

公司治理

深化治理基礎，強化風險管理

穩健的治理是企業永續的根基。2025 年，在資訊安全管理上，本公司不僅順利通過 ISO 27001:2022 新版轉版外部認證，全面強化數位風險防護；同時，為提升資訊透明度，我們亦積極籌備導入 IFRS S1/S2 準則，以更高的誠信標準接軌國際。

嚴陳莉蓮
董事長


嚴陳莉蓮

姚振祥
總經理


姚振祥

環境永續

擴大減碳實績，深植生態共生

面對淨零轉型，我們以嚴謹態度落實環境管理，更以超越法規的標準展現積極減碳作為。相較於主管機關要求 2028 年的查證時程，本公司不僅自 2022 年起即連年取得 ISO 14064-1 外部驗證，更大幅超前政府計畫，於 2026 年初即率先取得「2025 年度範疇一至範疇三」之完整查證聲明書。這份扎實的盤查基礎，更轉化為實際的減碳動能。2025 年，我們讓範疇一與範疇二的總排放量較前一年實質減少約 22.5%，展現具體的減碳成果。同時，為深化自然生態保護，本公司於年底完成「生物多樣性暨不毀林政策」的規劃，並於 2026 年初正式簽署承諾，展現與環境共生的堅定決心。

社會共融

打造敏捷團隊，深化共好價值

人才是驅動企業轉型的核心，而顧客與社會則是我們前進的動力。面對產業變革，裕隆日產持續推動組織優化，致力打造更具敏捷性與競爭力的團隊。我們不僅聚焦營運效率，更重視多元、平等與共融的職場環境，並持續推動女性人才培育與發展。2025 年，中階女性主管占比已提升至 20%，展現本公司深化多元共融文化的成果。

我們深信真正的品牌價值始於對服務細節的堅持。正是這份追求，讓 NISSAN 品牌整體好感度（OaO）於今年度成功躍升至國產車市場第三名。這不僅是消費者對品牌的信賴，也更加堅定我們貫徹「感動・源自細節」品牌精神的決心。此外，我們持續投入社會參與，連續 21 年捐助台北市環保局臨時工保險；並透過「愛的里程」移動點數捐贈、「NISSAN 小小汽車達人」及「校園大使計畫」，持續深化企業與社會的正向連結。

展望未來

未來的道路上，環境變動與各種挑戰將成為常態，但裕隆日產「創新、速度、團隊」的核心價值不會改變。隨著「Re-shaping 品牌啟動計畫」展開，我們將以「感動・源自細節」為基石，守護客戶生命中每一個重要時刻。面對淨零與數位變革，我們將持續回應社會期待，攜手所有利害關係人，共同邁向具韌性的永續企業。



永續績效與亮點

年度績效亮點 — 供應鏈與環境

環境管理

- 持續取得 **ISO 14001** 環境管理系統驗證
- 維持全年無違反環境保護相關法規之紀錄
- 制定及發佈生物多樣性暨不毀林承諾與管理方針

能源及溫室氣體管理

- 完成範疇一至三的溫室氣體盤查與外部查證
- 範疇一、二排放量較前一年度減少 **22.5%**

永續產品循環再利用

- 全車系平均可回收率達 **93.8%**，遠超 **80%** 的法規標準
- 持續以 **95%** 以上回收再利用率作為挑戰目標
- 國產車 3 個車種 8 款車型全數取得節能與環保標章，**涵蓋率 100%**

永續供應鏈

- 攜手供應鏈夥伴共同達成 **2.17%** 的年度減碳率
- 勞動人權管理覆蓋率提升至 **52%**
- 協力大會上進行節能減碳績優廠商頒獎，2025 年獲獎廠商：**3 家**

年度績效亮點 — 社會共融

人才培育

- 2025 年中階女性主管占比從 14% 上升至 **20%**
- 投入 **239.6** 萬元的訓練資源，教育訓練總時數一萬小時

人才留任

- 透過「專業與管理雙軌制」晉升路徑與「高潛力人才計畫 (HPP)」擘劃職涯藍圖
- 關鍵人才留任率達 **98.60%**
- 舉辦 **President Award** 頒發豐厚獎金予 5 組團隊及 9 位同仁

員工福利

- 聘請專業運動指導員帶動社團活動達 **480** 人次
- 舉辦家庭日、員工旅遊與籃球夏令營等多樣化活動
- 新增新人假、敬老假、志工假、禮俗假等休假福利

深耕校園

- 參與「中興興學塾」與「成大職涯教練計畫」，搭建校企橋樑
- 校園大使計畫遴選 14 位學生舉辦 11 場推廣活動、創造破萬次社群互動

社會投入

- 連續 21 年捐贈臺北市環保局市民臨時工意外險累計達 **1,100** 萬元（惠及 37454 人次）
- 參與「愛的里程」捐贈百萬點移動點數，全年累積服務里程 **35,788** 公里

年度績效亮點 — 永續治理

公司治理

- 2025 年董事會平均出席率達 **98%**
- 全體董事與同仁誠信經營宣導完成率 **100%**

永續發展管理

- 榮獲 TCSA 台灣企業永續獎「企業永續報告銀級」肯定
- 將永續發展績效目標納入高階經理人薪酬評核，貫徹由上而下的永續決策
- 2025 年共計召開 **2** 次永續發展委員會

客戶服務

- 2025 年 NISSAN 銷售滿意度 (SSI) 達 **979** 分、服務滿意度 (CSI) 達 **4.92** 分
- 品牌整體好感度 (OaO) 成功躍升至國產車市場**第三名**

資安維護

- 2025 年通過 **ISO 27001:2022** 新版轉版認證
- 辦理 **514** 人次之防範宣導與訓練
- 達成全年無重大資安事件的優異防護紀錄

01 企業永續願景

1.1 關於裕隆日產汽車

- 1.1.1 裕隆日產汽車發展沿革
- 1.1.2 經營概況
- 1.1.3 品牌願景與企業核心價值

1.2 裕隆日產永續願景

- 1.2.1 永續治理
- 1.2.2 永續藍圖
- 1.2.3 國際財務報導準則永續
揭露準則- IFRS S1/S2

1.3 永續溝通及管理

- 1.3.1 重大議題分析流程
- 1.3.2 利害關係人議合
- 1.3.3 重大議題分析結果

企業永續願景

1.1 關於裕隆日產汽車

裕隆日產汽車成立於 2003 年，係自裕隆汽車分割獨立，並由裕隆汽車及日產自動車株式會社合資設立。裕隆日產汽車專營 NISSAN 及 INFINITI 品牌除製造之外在臺灣之全價值鏈活動經營，於 2004 年股票正式掛牌上市。

裕隆日產於臺灣汽車市場耕耘二十餘載，本公司秉持追求顧客滿意、創造企業繁榮、貢獻社會福祉，並以此初衷出發，追求企業永續發展。我們建立堅強的經營團隊，深化與技術母廠之合作，發揮深遠的營運綜效。因應時代趨勢、環境變遷以及汽車產業持續的重大變革，我們不僅投入大量資源於新產品研發創新，追求更智慧化及人性化之卓越服務；更在環境、社會、治理等永續面向上持續努力，致力為各方利害關係人創造正向價值。

1.1.1

裕隆日產汽車發展沿革

年度重要里程碑

2003 裕隆日產汽車股份有限公司成立

2004 11月 取得 ISO 9001 及 ISO 14001 認證

12月 裕隆日產汽車公司股票正式掛牌上市

2005 9月 榮獲 J.D. Power 非豪華車品牌「台灣售後服務顧客滿意度 (CSI)」冠軍

2006 5月 榮獲第二屆遠見雜誌「企業社會責任獎」

8月 榮獲經濟部工業局汽車製造廠「對日輸出比例最高」獎

10月 榮獲經濟部「全國標準化獎」

11月 NISSAN 全球銷售突破一億台

2007 5月 榮獲第三屆遠見雜誌「企業社會責任獎」

12月 榮獲 J.D. Power 國產中型房車「新車初期品質調查 (IQS)」第一名

2008 3月 NISSAN TIIDA 榮獲環保署「年度環保車」殊榮
「裕隆日產汽車創新風雲賞」校園巡迴起跑

6月 開展「NISSAN 綠計畫」首部曲 - 節能、減碳、愛地球

2010 2月 「NISSAN 綠計畫」電動車 PIVO2 擔任環保大使
臺中市電動車推廣合作備忘錄簽約

2011 3月 引進電動車 NISSAN LEAF
5月 與臺中市政府聯合執行經濟部智慧電動車先導運行計劃

9月 榮獲第九屆遠見雜誌「傑出服務獎」

2013 6月 榮獲工商時報「臺灣服務業大評鑑」金牌大賞

8月 榮獲 J.D. Power 非豪華車品牌「台灣新車銷售滿意度 (SSI)」冠軍

2014 5月 榮獲勞動部「工作悠活獎」

10月 榮獲 J.D. Power 非豪華車品牌「台灣售後服務顧客滿意度 (CSI)」冠軍

2015 10月 榮獲 J.D. Power 非豪華車品牌「台灣新車銷售滿意度 (SSI) 及售後服務滿意度 (CSI)」雙料冠軍

11月 正式推出「NISSAN Care」車主專屬 APP

12月 取得 ISO 14001 認證

2017 4月 NISSAN 高雄岡山旗艦展示中心 日產全球首間通過 NREDI 2.1 認證

1.1 關於裕隆日產汽車

1.2 裕隆日產永續願景

1.3 永續溝通及管理

2018

- 6月 發起「熱血捐愛心」活動，熱血一袋、愛傳一代
- 7月 捐贈「臺北市環保局市民臨時工意外險」
- 11月 舉辦「大自然嬉遊記」車主活動
- 12月 舉辦「NISSAN 小戰神任務」

2019

- 8月 舉辦「你兌換 我捐款 孩童有溫暖」公益活動
- 9月 NISSAN 零碳純電車 LEAF 登場

2020

- 9月 首辦「用閱讀幫助這個世界」CSR 募書活動
- 11月 舉辦「NISSAN 小小汽車達人」服務廠工作體驗營
- 12月 榮獲「2020 國家人才發展獎」

2021

- 9月 榮獲「2021 亞洲最佳企業雇主獎」
- 10月 榮獲「第十八屆國家品牌玉山獎」
- 11月 榮獲「第十四屆 TCSA 台灣企業永續獎」

2022

- 7月 裕隆日產暨經銷公司聯合捐贈 NISSAN LEAF
- 9月 推出「數位銷售顧問」服務滿足網路消費需求
- 10月 榮獲「2022 專案管理大獎」
- 11月 榮獲「第十五屆 TCSA 台灣企業永續獎」

2023

裕隆日產20週年

- 5月 舉辦「NISSAN NISTEC 全國技能競賽」
- 7月 舉辦「2023 - 2024 裕隆日產汽車創新風雲賞」
- 8月 舉辦「NISSAN 小小汽車達人」服務廠工作體驗營
- 10月 「裕隆日產汽車創新風雲賞」校園巡迴講座
榮獲首屆最佳 IT 雇主獎
- 11月 榮獲「第十六屆 TCSA 台灣企業永續獎」

2024

- 4月 NISSAN 支援臺灣東部地震受災者
- 5月 裕隆日產落實 ESG 捐贈消防警備車
- 6月 榮獲「第十八屆金炬獎 - 十大績優企業及優良顧客滿意獎」
榮獲 104 雇主品牌大賞 - 最佳雇主品牌獎
- 7月 NISSAN ARIYA 正式上市
捐贈「臺北市環保局市民臨時工意外險」
- 8月 舉辦「NISSAN 小小汽車達人」服務廠工作體驗營
- 10月 「2023 - 2024 裕隆日產汽車創新風雲賞」決選結果出爐
- 11月 教育部體育署「企業聘用運動指導員表揚活動」
榮獲「第十七屆 TCSA 台灣企業永續獎 - 永續報告 - 汽車業 - 第1類銀級」
榮獲「第十七屆 TCSA 台灣企業永續獎 - 人才發展領袖獎」

2025

- 11月 榮獲「第十七屆 TCSA 台灣企業永續獎-資訊安全領袖獎」
- 5月 NISSAN ARIYA 榮獲《2025 車訊風雲獎》年度風雲車最高榮譽
- 7月 NISSAN SENTRA 榮獲 TNCAP 五星安全證認
捐贈「臺北市環保局市民臨時工意外險」
- 9月 NISSAN 捐贈國立彰化師範大學教學研究車輛，共同推動臺灣智慧交通的進步與發展
NISSAN 與 INFINITI 關懷樺加沙颱風受災車主，提供車輛煥新專案
- 11月 榮獲「第十八屆 TCSA 台灣企業永續獎-永續報告-汽車業-第1類銀級」
- 12月 NISSAN 宣布展開 Re-shaping 品牌啟動計劃

1.1 關於裕隆日產汽車

1.2 裕隆日產永續願景

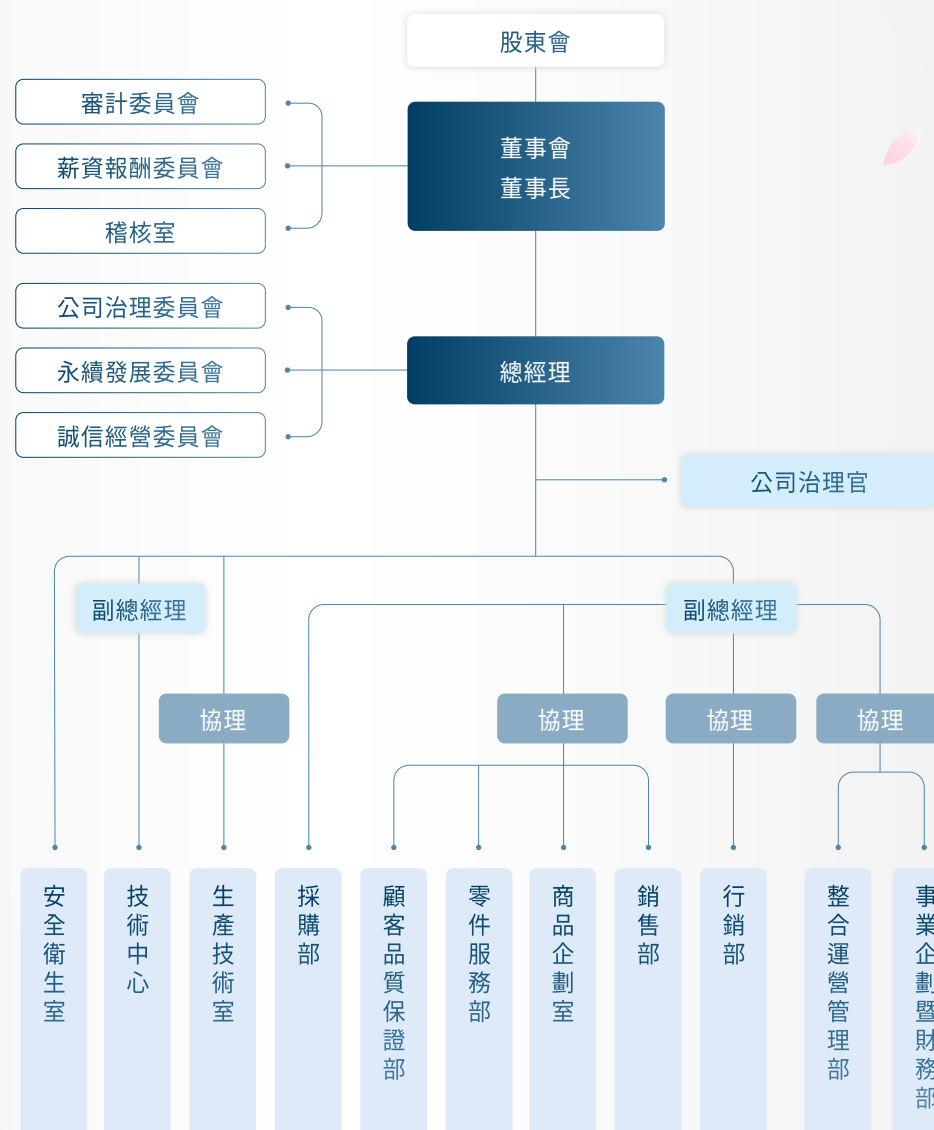
1.3 永續溝通及管理

1.1.2

經營概況

成 立 日 期	2003 年 10 月 23 日
上 市 時 間	2004 年 12 月
公 司 地 址	公司總部：苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑 39 號之 2 台北分公司：台北市大安區敦化南路二段 2 號 18 樓 新店辦公室：新北市新店區中興路三段 3 號 4 樓
董 事 長	嚴陳莉蓮
總 經 理	姚振祥
員 工 人 數	303 人
資 本 額	新臺幣 30 億元
營 業 額	151 億元

裕隆日產組織架構 |



1.1 關於裕隆日產汽車

1.2 裕隆日產永續願景

1.3 永續溝通及管理

裕隆日產產業鏈 |

裕隆日產主要負責 NISSAN 及 INFINITI 品牌在台灣市場的车辆銷售與售後服務除了製造之外，全價值鏈上的所有營運活動之經營。此外，也積極拓展海外投資，並與中國大陸汽車製造商—東風汽車集團有限公司合作發展海外事業。透過國內外業務布局，致力成為兩岸汽車產業「產品創新、服務創新」之標竿企業。

汽車產業鏈

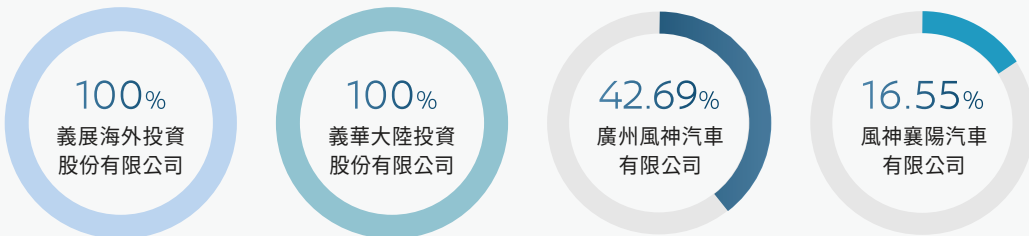


註1：紅字為裕隆日產營運範圍 註2：本報導期間，組織於活動、價值鏈及商業關係等面向無重大變化

國內業務

NISSAN 及 INFINITI 全價值鏈之運營（除製造段）

股權投資



公協會參與 |

裕隆日產深知跨界交流與議合對產業發展的重要性，我們積極參與外部專業組織，擔任各大公協會會員，與同業保持密切的互動。我們期盼透過深度的參與，發揮企業影響力，不僅致力於推動汽車產業的長遠發展，更將專注落實永續經營的目標，為產業環境與企業共榮共好做出具體貢獻。

單位名稱

參與身分

台灣區車輛工業同業公會	台灣區汽車修理同業公會
台北市汽車代理商業工會	中華民國工商協進會
苗栗縣工業會	自動機工程學會
	中華民國仲裁協會
苗栗縣護理師護士公會	苗栗勞資關係協會

會員

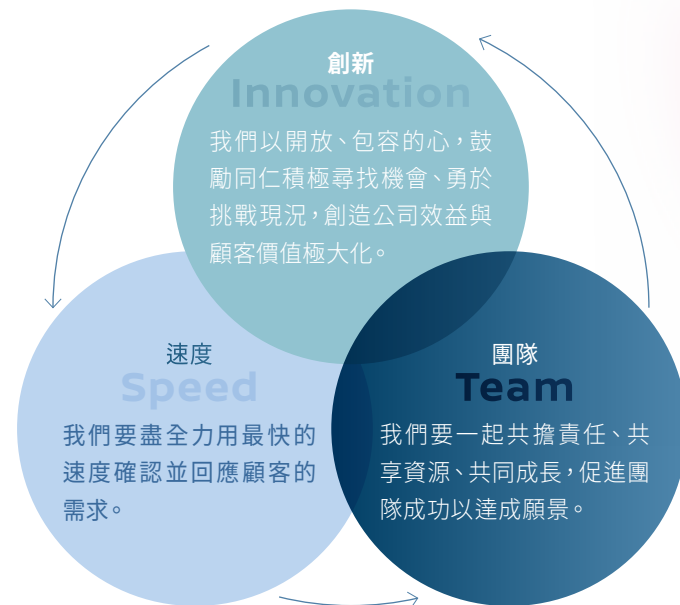
1.1.3

品牌願景與企業核心價值

裕隆日產以嶄新視野建構核心價值，我們深信，透過持續不斷的創新，可以開發出引領汽車產業的革命性產品和技術。未來將落實三大品牌 DNA，重視車主、汽車與生活的感性互動，展現「感動·源自細節」品牌精神，除了持續提供品質、質感、功能性兼具的車款，更會透過精緻且感心的服務，強化消費者對 NISSAN 品牌的信賴和支持。

在競爭激烈的市場中，速度是成功的關鍵之一，我們致力於快速反應市場需求，推出優質產品，以保持競爭優勢。此外，我們重視團隊合作的價值，相信透過共同合作、彼此支持，可以達成更深遠的綜效。裕隆日產秉持著「創新 Innovation」、「速度 Speed」、「團隊 Team」三大核心價值，期許自身能成為真正的「1st」。

裕隆日產核心價值 |



裕隆日產品牌 DNA |

電驅の革新

創新科技提供全新電驅駕馭感受，滿足移動需求並落實永續願景。

心技の先進

導入先進安心技術，兼顧駕駛樂趣、駕乘安全與舒適便利細節。

進化の信賴

精進車輛品質與細膩服務，建立消費者品牌信賴。

裕隆日產使命 |

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，帶給股東更大的利潤。伴隨企業營運範疇日益擴大，公司經營國際化之目標前進，以三大使命作為治事的準則：



追求
顧客滿意



創造
企業繁榮



貢獻
社會福祉

裕隆日產品牌願景 |

日本精緻文化科技品牌代表，以「感動・源自細節」做為品牌核心精神，藉由電驅、心技、信賴三大DNA，傳遞「每個當下，都是未來」的品牌訴求，透過落實科技創新、人本思維與日式精緻服務，建立全體消費者對品牌的喜愛與信賴。

基於品牌體驗、產品導入及服務升級的長期經營策略，持續深耕台灣市場，致力於推動品牌價值升級、完善新能源產品布局，並提供高品質的服務體驗。

建構完整產品布局，聚焦新能源化與車型價值提升，現階段以 e - POWER 作為品牌新能源核心技術，帶來駕馭感受、行駛質感與日常使用便利性，逐步推動品牌電動化布局，提供兼顧駕駛樂趣與實用性的新能源移動體驗。



1.2 裕隆日產永續願景

我們秉承日產（Nissan）精神並承襲裕隆集團經營理念，結合在地經營團隊，秉持追求顧客滿意、創造企業繁榮、貢獻社會福祉的使命，發展本公司自身的永續藍圖。在追求商業成功的同時，也秉持對環境、社會的尊重及保護。我們積極參與各項永續行動，在產品設計上落實節能減排和資源循環利用，注重人權議題、並持續與利害關係人溝通，致力於打造一個更潔淨、永續的未來。

1.2.1

永續治理

永續治理架構 |

裕隆日產透過永續發展委員會確保公司永續發展願景、策略之落實，由董事長指派總經理姚振祥先生擔任主任委員，下設「公司治理」、「員工關懷」、「永續環境發展」、「顧客與夥伴關係」以及「社會公益」五個工作小組，制定對應職掌，擬定各領域之永續發展目標。工作小組由職掌對應之部門共同組成，運行過程中統合各部門資源，並定期向董事會進行報告，貫徹永續治理之落實。

裕隆日產永續發展委員會執行情形 |

開會頻率及次數	每半年定期召開永續發展委員會，2025 年共計開會 2 次。
2025 年執行實績	- 完成金管會要求之溫室氣體範疇一至二盤查，準備執行溫室氣體範疇三盤查，已於 2026 年 4 月取得 ISO 14064-1 第三方驗證。 2025/8/5 董事會提報裕隆日產 2024 年永續發展推動報告。
2026 年永續發展方向	- 強化供應鏈永續管理機制，完善供應商 ESG 管理政策，涵蓋環境、社會及治理面向，提升供應鏈風險控管與永續績效。 - 推動生物多樣性議題管理，逐步完善管理策略並強化資訊揭露。



1.2.2

永續藍圖

裕隆日產於 2014 年制定首版「企業社會責任實務守則」，經董事會通過並實施，2022 年我們將「企業社會責任實務守則」更名為「永續發展實務守則」，2025 年進行本永續發展實務守則第六次之修訂，經董事會討論通過並發布於公司官網，向利害關係人傳遞裕隆日產實踐永續的決心。

永續發展實務守則四大重點

落實公司治理

發展永續環境

維護社會公益

加強企業永續
發展資訊揭露

永續藍圖

裕隆日產汽車					
Mission	以社會責任為核心，提供安全、環保、可靠的汽車解決方案，促進永續發展				
Vision	成為社會永續的引領者，透過創新技術和夥伴合作，實現人們生活方式的轉型與升級				
Aspirations	積極參與社區建設，推動環保節能意識，成為社會信賴的夥伴，共同實現共融共榮的未來				
Value	誠信	人才	減碳	夥伴	共榮
Code of Conduct	- 恪守道德規範 - 強化客戶信任	- 深耕人才培育 - 營造優質職場	- 企業自身減碳 - 節能綠色產品	- 攜手永續供應鏈 - 經銷商社群經營	- 致力於社會投入 - 落實企業社會公民責任

1.2.3

國際財務報導準則永續揭露準則- IFRS S1/S2

裕隆日產規劃自 2026 年第四季正式啟動 IFRS S1 與 IFRS S2 導入作業。前期將聚焦於既有永續資訊之盤點，辨識現行作法與準則間之差異及可能影響，並建立跨部門協作機制與推動架構，同時檢視永續資訊管理流程及內部控制之適切性。後續則將逐步強化永續相關風險與機會之辨識、重大性判斷及資訊品質管理，以確保永續資訊揭露與財務報導之一致性，並符合 IFRS 永續揭露準則要求。

裕隆日產永續揭露準則導入計畫期程

01 第一階段 分析及規劃	1. 成立跨部門 IFRS 永續專案小組 2. 擬定導入計畫 3. 初步辨認現行永續資訊與 IFRS 永續揭露準則差異及影響	執行進度 按時程辦理中
		預計完成時程 2026 年第四季 ~ 2027 年第一季
02 第二階段 設計與執行	1. 辨認永續相關風險與機會及財務影響，以及評估永續相關重大財務資訊 2. 辨認及蒐集所需資料	執行進度 按時程辦理中
		預計完成時程 2027 年第二季 ~ 2027 年第三季
03 第三階段 導入	試行編制年報永續資訊專章	執行進度 按時程辦理中
		預計完成時程 2028 年第三季
04 第四階段 調整與改善	公告申報年報永續資訊專章	執行進度 按時程辦理中
		預計完成時程 2029 年第一季

1.3

永續溝通及管理

1.3.1

重大議題分析流程

汽車行業永續趨勢瞬息萬變，裕隆日產重視利害關係人聲音及需求，在編撰永續報告書前置作業的永續議題蒐集上，我們依循《GRI 3：重大主題》之重大性定義，參考國內外永續趨勢及法規更迭，並同步考量到汽車業行業特有趨勢以及全球永續發展之風險及機會，由永續報告書編撰小組設計問卷，由各利害關係人溝通窗口進行問卷發放，彙整利害關係人所關注之永續議題。

STEP 1 利害關係人鑑別

- 依據 AA1000 利害關係人議合標準五大原則作為鑑別標準，定義「對公司產生影響或受公司影響的內、外部團體或個人」，以此基準發放利害關係人問卷予各部門主管填答。
- 根據裕隆日產以及同業利害關係人群體，設定八類利害關係人為分析標的，包括員工、顧客、合作夥伴、股東及投資人、政府機關、媒體、學術單位、社區與非營利組織。

12 份利害關係人鑑別問卷。
鑑別出裕隆日產需重點關注之利害關係人為：顧客、員工、合作夥伴、股東及投資人、政府機關。

STEP 2 永續脈絡掌握

- 裕隆日產積極與主要利害關係人溝通，並於公司內部進行部門訪談，傳達並交流永續理念。
- 參考永續相關準則及規範，包括 GRI、SASB 行業準則以及 TCFD 氣候相關財務揭露，同時考量汽車業產業特殊性、國內外同業關注重點以及全球永續趨勢，聚焦與裕隆日產營運業務相關的永續主題，最後挑選出 18 項永續議題進行衝擊評估。

進行 9 場跨部門訪談。
挑選 18 項永續議題進行衝擊評估，包括治理面 (4 項)、環境面 (5 項)、社會面 (5 項)、汽車業 (4 項)。

STEP 3 評估議題衝擊程度

- 根據利害關係人對永續議題關注程度及該永續議題對公司營運的正負面衝擊程度，對 18 項永續議題進行評估，將評估結果繪製成重大議題矩陣圖，作為裕隆日產確認重大議題的依據。

13 份有效內部問卷。
101 份有效外部問卷，包含員工 (19)、政府機關 (10)、顧客 (32)、合作夥伴 (21)、社區及非營利組織 (5)、學術單位 (7)、媒體 (6)、股東及投資人 (1)。

STEP 4 確認重大議題

- 經由內外部重大議題問卷調查，本公司綜合「永續發展願景與策略」、「國內外永續趨勢」、「同業標竿評估」及「外部顧問專業建議」，由最高權責單位進行全面性評估。確認此永續議題之衝擊影響分析 (包含對公司營運，以及對環境、社會、公司治理之影響) 均符合現況。經綜合考量後，最終鑑別出 11 項關鍵重大議題，作為本公司永續發展之核心推動方針。

鑑別 11 項重大議題。

STEP 5 制定重大議題管理方針

- 針對重大議題結果進行檢視，評估顯著衝擊對營運造成的財務影響，盤點並辨識裕隆日產於 2025 年針對各項重大議題所配置之核心資源，由本公司最高權責單位訂定各項議題的管理方針，包括策略及短中長期目標，並將前述結果呈報董事會核可。

本年度 11 項重大議題之管理方針，於本報告書中相關章節進行揭露說明。

1.3.2

利害關係人議合

利害關係人鑑別 |

裕隆日產參考 AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000 SES-2015) 的五大面向，由企業永續發展委員會進行利害關係人評估，並透過內部問卷確認各利害關係人對公司的重要性。評估面向包括依賴性 (Dependency)、責任性 (Responsibility)、緊密度 (Tension)、影響力 (Influence) 及多元觀點 (Diverse perspectives)。評估結果顯示，裕隆日產最重要的五大利害關係人依序為：顧客、員工、合作夥伴、股東及投資人、政府機關。

利害關係人鑑別 |

利害關係人	對裕隆日產的意義	溝通方式及頻率	2025年重點溝通實績
顧客	公司營收主要來源，更為推動裕隆日產產品及服務革新的重要推手。	- 新車購買行為調查 (每月) - 銷售滿意度調查 (每月) - 服務滿意度調查 (每月) - 新車品質滿意度調查 (每季) - NISSAN、INFINITI 顧客服務專線： - 道路救援 24 小時服務 - 一般諮詢專人服務 08:00~22:00 - 文字客服 9:00~17:00 (12:00~13:00 休息) - NISSAN、INFINITI 官方網站及外部社群網站 (Facebook/Instagram等) 溝通 (不定期) - NISSAN CARE 車主專屬 APP (不定期) - NISSAN 經銷據點實體互動 (不定期) - 車主服務活動 (不定期)	- 由總部舉辦各項聯合活動，經銷商於每季籌辦多元主題活動，每月針對新車及回廠車進行抽樣調查滿意度，並透過官方社群帳號及 APP 推播當期優惠。 - 零件服務滿意度調查，發送約 406,656 筆問券，回收約 129,406 筆問券，平均得分 4.92 分 (滿分 5 分)，滿意度達 98.4%。 2025 年 NISSAN CARE 車主專屬 APP 共推播約 140 則活動訊息。 - 舉辦夏檢/春檢服務活動，共計 155,038 台車主返廠參與。 - 舉辦 24 場「小小汽車達人車主」道安講堂活動，推廣道安意識，迄今累計觸及超過 5,000 名家長與孩童。
員工	公司最重要且珍貴的資產。我們致力於打造多元、包容與安全的職場環境，共同為裕隆日產創造最大價值。	- 各類定期員工溝通會議 (每週、每月、每季) - 高階座談會 (2 次/年) - 新人座談會 (每年) - 組織氛圍調查 (每年) - 勞資會議 (每季) - 員工信箱 (不定期) - 職業衛生安全委員會 (每季) - EAP員工協助方案 (不定期) - 職場不法侵害通報專線 (不定期)	- 舉辦員工溝通會、實施組織氛圍調查，藉由多元管道，向員工傳達經營方向及成果。 - 每季皆召開勞資會議、職業衛生安全委員會，員工藉由會議、電子郵件隨時與主管、管理單位反映各項業務狀況。
合作夥伴	提供裕隆日產營運相關資源，並與裕隆日產齊心協力為顧客創造價值。	- 協力大會 (每年) - 協力會理監事會 (2 次/年) - 採購資訊系統 (PIS) 電子平台 (不定期) - 經銷商主管會議 (不定期) - 經銷商市場品情巡迴說明會議 (每季) - 服務廠月會 (每月)	- 舉辦 12 場經銷商主管會議、1 次協力大會、2 次協力會理監事會，與合作夥伴保持緊密的聯繫。 - 與經銷公司服務主管定期溝通服務相關政策。

利害關係人鑑別 |

利害關係人	對裕隆日產的意義	溝通方式及頻率	2025年重點溝通實績
股東/ 投資人	提供企業營運所需資金，提出企業發展方向建議。	- 法人說明會（2次／年） - 股東常會及年報（每年） - 董事會（每季） - NISSAN 官網及 Facebook 的溝通（不定期） - 公開資訊觀測站公佈經營狀況及重大訊息（不定期）	- 法人說明會：共計 2 次 - 股東常會及年報：共計 1 次 - 董事會：共計 5 次
政府機關	提供企業所需基礎建設，制定法規及前瞻計畫推動企業永續。	- 經濟部能源署（每年、不定期） - 環境部（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） - 車輛安全審驗中心（不定期） - 國稅局營運及財務申報（6次／年） - 勞動部（每月） - 調查局（不定期）	- 車公會產業政策小組：共計 4 次 - 車公會法規小組：共計 12 次
媒體	為裕隆日產與大眾交流的紐帶，影響公司形象及銷售成績。	- 新聞稿（每月） - 記者會（不定期） - 媒體採訪（不定期）	- 發送新聞稿 29 則 - 辦理正式媒體活動 2 次
社區與 非營利組織	投注社會關懷的主要對象。	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）	- 關懷環保局市民臨時工 - 支持社工擴展服務量能 - 花蓮颱風風災關懷案
學術單位	為裕隆日產人才及技術的重要來源及推手。	- 慶齡基金會（不定期） - 各大專院校（不定期）	- 參與第十五屆成功大學職業生涯教練計畫 - 參與第十一屆中興興學塾企業導師計畫

利害關係人聯絡資訊與溝通管道 |

利害關係人	聯絡資訊
員工	人力資源單位 林副理 Tel: 037-875881 Ext. 1640 Email: ray.lin@yulon-nissan.com.tw
顧客 (NISSAN 品 牌)	NISSAN 徐主任 Tel: 0800-088888 意見回饋: https://new.nissan.com.tw/nissan/support.html
顧客 (INFINITI 品 牌)	INFINITI 徐主任 Tel: 0800-333-399 意見回饋: https://www.infiniti.com.tw/about/contact
合作夥伴	協力體系 採購單位 詹科長 Tel: 037-875881 Ext. 1720 Email: james.chan@yulon-nissan.com.tw
	經銷商 銷售單位 劉科長 Tel: 037-875881 Ext. 1560 Email: steven.liu@yulon-nissan.com.tw
	服務廠 零件服務單位 李副理 Tel: 037-875881 Ext. 1202 Email: jovice.lee@yulon-nissan.com.tw
媒體	公關室 鄭科長 Tel: (037) 875881 Ext. 1130 Email: doris.cheng@yulon-nissan.com.tw

1.3.3

重大議題分析結果

掌握永續脈絡

裕隆日產綜合考量國際永續發展趨勢、國際永續準則及規範（如 GRI Standards、SASB）、產業特性、國內外同業作為，設定 18 項永續議題，涵蓋治理面、環境面、社會面以及汽車產業議題，並以此 18 項議題設計重大議題內外問卷。

裕隆日產永續議題設定

參考國際永續準則及規範，例：GRI Standards、SASB

國內外同業關注議題及全球重大永續趨勢

聚焦與裕隆日產營運業務相關的永續議題

相關產業、上游廠商與客戶群等企業之議題交叉分析

裕隆日產 2025 年永續議題

治理面

營運持續管理
經濟績效
遵循誠信經營與法規遵循
資訊安全與隱私保護

環境面

供應鏈管理
廢棄物管理
溫室氣體及能源管理
氣候變遷因應與策略
水資源管理

社會面

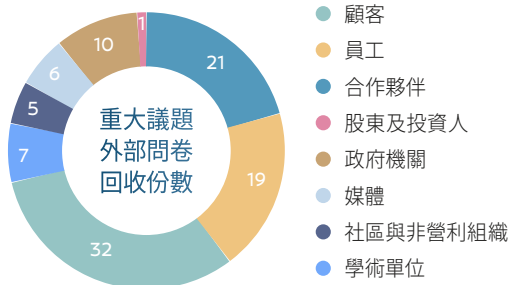
人才招聘與留任
人才培育與發展
職場安全與健康
人權與勞資溝通
社會影響力

汽車業

品牌行銷
產品安全與品質管理
客戶關係管理
產品與服務創新

評估議題衝擊程度

裕隆日產透過問卷發放，向利害關係人蒐集對永續議題的關注程度及相關建議，2025 年共回收 13 份內部問卷以及 101 份重大議題外部有效問卷。



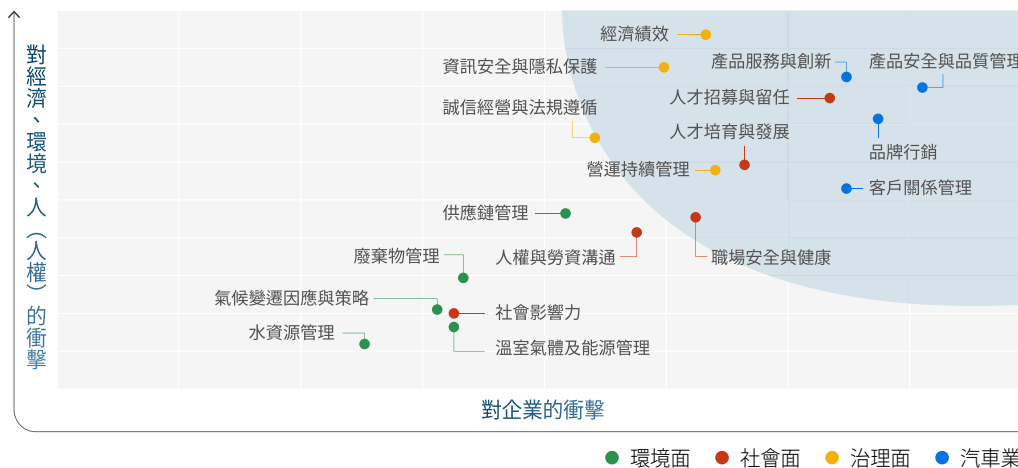
裕隆日產內部前五大重視永續議題

產品安全與品質管理	
品牌行銷	產品服務與創新
客戶關係管理	人才招聘與留任

外部利害關係人前五大重視永續議題

經濟績效	資訊安全與隱私保護
產品服務與創新	
產品安全與品質管理	人才招聘與留任

裕隆日產以問卷調查廣納意見，綜合評估永續議題對經濟、環境及人群（含人權）面向產生的影響，就實際與潛在、正向與負向的衝擊程度及發生機率，分別對正向與負向的衝擊採用不同的評估方式。我們也採用歐盟倡導之雙重大性（Double Materiality）概念，評估各永續議題「對經濟、環境、人（含人權）的衝擊」與「對企業營運的衝擊」進行綜合評分。此外，設定前項平均分數 10.94 分為重大性門檻，並將其「對經濟、環境、人（含人權）的衝擊」與「對企業營運的衝擊」作為兩軸進行綜合評分，彙整成重大議題矩陣。



本公司依循雙重大性原則，從「對經濟、環境、人（含人權）的衝擊」與「對企業營運的衝擊」兩大維度進行嚴謹評分。經數據分析，評分超過重大性門檻值者共 10 項；此外，考量各利害關係人之高度關注與前饋建議，將「氣候變遷」議題納入重大議題範疇，最終確定 11 項關鍵重大議題。

針對此 11 項重大議題，本公司將於本報告書各章中，詳實揭露其正負面衝擊影響，並具體說明本公司之經營承諾、2025 年投入之核心資源，以及相應之短、中、長期績效目標，全面落實永續治理。

1.1 關於裕隆日產汽車

1.2 裕隆日產永續願景

1.3 永續溝通及管理

價值鏈		
上游	中游	下游
汽車零組件、原材料	設計研發、整車組裝	銷售、售後服務
A	B	C

利害關係人							
顧客	員工	合作夥伴	股東及投資人	政府機關	媒體	社區與非營利組織	學術單位
1	2	3	4	5	6	7	8

2025 年裕隆日產重大議題列表

重大議題	面向	SDGs	GRI	管理方針 對應章節	價值鏈 衝擊邊界	影響之 利害關係人	與前一年度差異	財務 影響等級	重大議題與利害關係人之關聯
產品安全 與品質管理	汽車業	 	GRI 416 顧客健康與安全	CH3 品牌價值 與夥伴關係	B, C	1, 3	排序不變	●●●●●	顧客：保障顧客用車安全。 合作夥伴：確保交付品質符合品牌標準。
品牌行銷	汽車業		GRI 417 行銷與標示	CH3 品牌價值 與夥伴關係	C	1, 3, 6	排序不變	●●●●●	顧客：傳遞品牌價值，提升忠誠度。 合作夥伴：統一行銷策略，提升價值鏈之形象。 媒體：藉由曝光、擴大品牌影響力。
產品與 服務創新	汽車業	 	無特定 GRI 準則	CH3 品牌價值 與夥伴關係	B, C	1, 3	▲ 排序從6至3	●●●●●	顧客：提供創新體驗，滿足多元需求。 合作夥伴：攜手開發創新方案拓展市場。
人才招聘 與留任	社會面	  	GRI 401 勞雇關係 GRI 404 訓練與教育 GRI 405 員工多元化與平等關係	CH5 員工關懷	B	2, 8	▲ 排序從5至4	●●●○○	員工：營造成長環境，提升留任意願。 學術單位：強化產學合作，培育產業人才。
客戶關係 管理	汽車業	  	無特定 GRI 準則	CH3 品牌價值 與夥伴關係	C	1, 3, 4	▼ 排序從3至5	●●●●●	顧客：提升服務品質，提高滿意度。 合作夥伴：優化合作之好感度。 股東及投資人：穩定客源，提升營運績效。

2025 年裕隆日產重大議題列表 |

重大議題	面向	SDGs	GRI	管理方針 對應章節	價值鏈 衝擊邊界	影響之 利害關係人	與前一年度差異	財務 影響等級	重大議題與利害關係人之關聯
經濟績效	治理面		GRI 201 經濟績效	CH2 永續治理	C	2, 4	▼ 排序從4至6	●●●●○	員工：保障就業與福利。 股東及投資人：創造利潤回饋股東。
人才培育 與發展	社會面		GRI 404 訓練與教育 GRI 405 員工多元化與平 等關係	CH5 員工關懷	B	2, 8	新增	●●●●○	員工：發展企業內訓課程、數位教材與訓練 平台。 學術單位：技術職能訓練。
營運持續 管理	治理面		GRI 2-25 補救負面的政策 與實務	CH2 永續治理	A, B, C	1, 2, 3, 4	排序不變	●●●●○	員工：確保營運穩定，保障基本生活。 顧客：穩定服務，維持信賴。 合作夥伴：維持供應鏈合作關係。 股東及投資人：強化風險因應，穩定提供投 資報酬。
資訊安全 與隱私保護	治理面		GRI 418 客戶隱私	CH2 永續治理	C	1, 2, 5	排序不變	●●●●○	顧客：保障個資安全，建立信任關係。 員工：強化內部資安意識，保護營運資訊。 政府機關：落實資安法規，降低合規風險。
職場安全 與健康	社會面		GRI 403 職業衛生安全	CH5 員工關懷	B	2	▲ 排序從11至10	●●●●○	員工：完善的職場安全與健康管理可保障員 工身心安全，降低職業災害風險。
氣候變遷 策略	環境面		GRI 302 能源 GRI 305 排放	CH4 環境保護	A, B, C	1, 2, 3, 4	排序不變	●●●●○	員工：強化永續意識。 顧客：提供低碳產品。 合作夥伴：打造低碳供應鏈。 股東及投資人：穩定企業永續發展。

02 永續治理

2.1 公司治理

2.1.1 治理架構

2.1.2 董事會運作

2.1.3 財務績效

2.2 誠信經營 與法規遵循

2.2.1 誠信經營

2.2.2 法規遵循

2.3 資訊安全

2.3.1 資安管理架構及策略

2.3.2 資安事件處理流程

2.3.3 資安防護措施

2.4 風險管理

2.4.1 風險管理架構

2.4.2 風險管理機制

永續治理

核心願景與承諾

對我們來說，企業核心價值不僅是領導同仁奮力向前的精神主軸，更是支持公司發展的重要基石。透過深植的核心價值，裕隆日產深化同仁具備持續改善、顧客導向、促進團隊成功、創新、積極主動等核心職能，打造具競爭力的團隊。

2025 年永續績效亮點

第 18 屆
TCSA 台灣企業永續獎
永續報告 - 汽車業
第 1 類 銀級

通過
ISO 27001:2022
新版轉版外部認證

將永續發展績效目標
納入高階經理人薪酬機制
涵蓋**溫室氣體盤查外部驗證**及**資安認證等量化指標**

董事參加專業課程
進修時數
共計 **90** 小時

2.1 公司治理

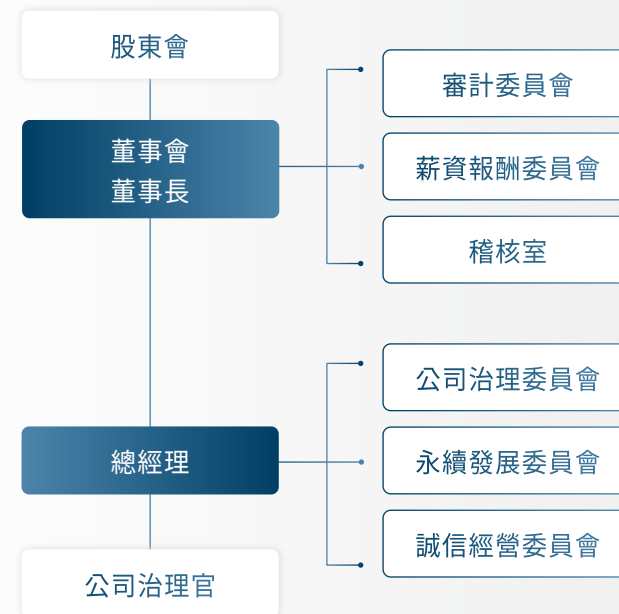
2.1.1

治理架構

裕隆日產深知，良好的公司治理對企業永續經營至關重要。依循「公司治理實務守則」建構完善治理架構，並定期向股東及其他利害關係人揭露營運績效與重大決策，強化企業透明度與信任。我們每月定期參與集團總管理處會議，審視財務與銷售指標達成情形，進行深度分析與策略討論；同時，公司內部每週召開經營會議，由各部門彙報業務進展，持續追蹤 KPI 執行成效，以共同推動長期發展策略。

裕隆日產董事會為公司最高治理單位，並設有兩個功能性委員會，包括「審計委員會」及「薪資報酬委員會」，負責督導整體經營策略與重大決策，並監督經營團隊的執行。為確保公司治理結構的健全性與公平性，本公司亦設置符合「上市（櫃）公司董事會設置及行使職權應遵循事項要點」適格條件之公司治理主管，並經董事會通過。於 2021 年通過由梁肇彥協理擔任公司治理主管，藉以保障股東權益並強化董事會職能，並提升公司營運效率。

裕隆日產公司治理架構圖



2.1 公司治理

2.2 誠信經營與法規遵循

2.3 資訊安全

2.4 風險管理

2.1.2

董事會運作

董事會定期審議並評估公司發展方向與重大決策，確保各項策略與目標與公司的長期願景一致。同時，董事會秉持誠信經營為最高原則，推動透明、公正的決策過程，並確保所有業務活動符合道德標準與法律法規，維護股東與其他利害關係人的利益。

2025 年董事會會議 |

2025 年董事會
共召開 5 次會議

通過 2 項
永續相關議案

每次會議
獨立董事出席率
100%

NISSAN

每年召開
股東常會 1 次

董事於董事會
平均出席率
達 98 %

董事會女性席次
佔 1 席

更多董事會相關資料

請參閱裕隆日產公司治理網站 |

[2025 年度董事會組成](#)

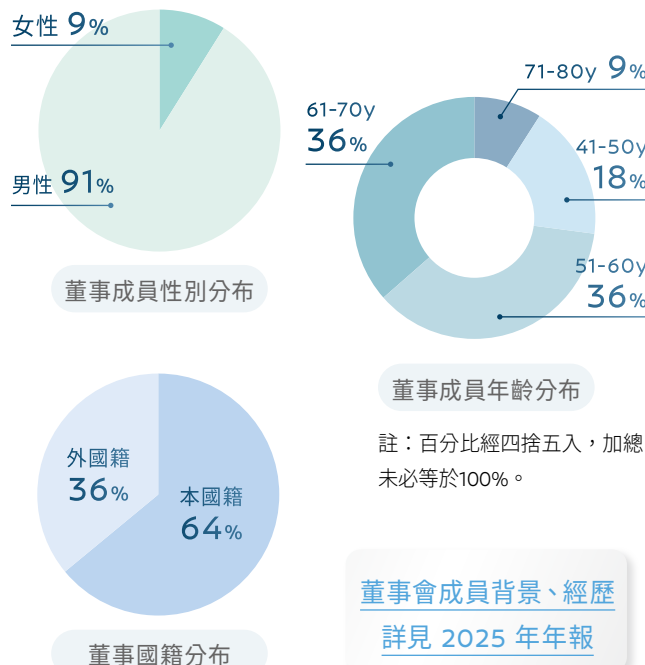
[2025 年度獨立董事資訊](#)

[2025 年度董事會決議事項](#)

[董事選舉辦法](#)

董事會多元化組成

裕隆日產第九屆董事成員共 11 席，為確保董事會的客觀性與獨立性，其中 3 席為獨立董事（27%）。為了進一步強化公司治理，並促進董事會的健全發展，本公司董事會成員來自不同產業領域，涵蓋汽車製造、財務金融、紡織製造及法律專業，充分展示出跨領域的專業經驗與視野；所有董事亦具備多面向的專業能力，涉及經營管理、產業知識、財務會計及法律等領域。董事會主席同為公司治理最高領導人為女性；董事背景具兩種國籍以上，擁有國際市場的豐富視野及跨國經營經驗，能夠為公司在全球化發展與競爭中提供更為前瞻性和多元的建議，促進董事會在全球市場中的有效運作。



[董事會成員背景、經歷
詳見 2025 年年報](#)

董事會遴選機制

本公司董事遴選依據「董事選舉辦法」辦理，由持有已發行股份總數百分之一以上股份之股東以書面向本公司提出候選人名單，並以董事會績效評估結果將作為提名續任之參考；董事遴選採單記名累積選舉法，由股東會就有行為能力之人選任之，並依本公司章程所定之名額，分別計算獨立董事、非獨立董事之選舉權，依選舉票統計結果，由所得選舉票代表選舉權數較多者，分別依次當選。

董事接班計劃

接班計劃

透過系統性的儲備人選管理機制之運作，推動董事與高階經理人接班及培育計畫，定期檢視管理階層儲備人選準備度，除遴選工作表現優異之人選外，亦重視誠信、正直、當責之關鍵領導特質，以落實公司治理與永續經營。

培育計畫

推展高階「潛龍計畫」，聘請專業管顧公司針對各儲備人選進行管理力測評，搭配個人發展計畫 (IDP) 及 Mentor 輔導制度，並由董事長及部分董事組成的集團高階主管會議中逐一審視儲備人員之成熟度，以有效提升領導職能，落實企業永續傳承與穩健經營。

董事會利益衝突迴避

本公司訂有「董事會議事規範」，規定當董事會議事項與董事自身或其代表之法人存在利害關係時，該董事應於會議中說明其利害關係之重要內容。如該利害關係可能損害公司利益，該董事不得參與討論及表決，且在討論及表決過程中應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。以確保決策過程的公平性與透明性，落實公司誠信經營的政策。

2.1 公司治理

2.2 誠信經營與法規遵循

2.3 資訊安全

2.4 風險管理

2025 年董事會通過之 ESG 議案

時間	會議名稱	決議事項	後續規劃
2025 年 8 月 5 日	裕隆日產汽車股份有限公司 第九屆 第七次董事會	提報本公司「2024 年度永續報告書」	依決議執行
2025 年 11 月 11 日	裕隆日產汽車股份有限公司 第九屆 第八次董事會	擬修訂本公司「永續發展實務守則」部分條文	依決議執行

更多 2025 年董事會重要決議詳見 2025 年年報

董事會進修課程

為強化董事成員於執行職務時所需具備之各項能力，本公司定期安排董事參與專業進修課程，2025 年共安排九堂進修課程，所有董事成員進修時數共計 90 小時。課程涵蓋永續發展、氣候變遷、數位轉型、合規、風險管理等議題。

董事會績效評估

為強化董事會的職能並達成公司治理的理想目標，裕隆日產依據「上市上櫃公司治理實務守則」訂定「董事會績效評估辦法」，衡量項目包含五大構面：對公司營運之參與程度、提升董事會決策品質、董事會組成與結構、董事的選任及持續進修、內部控制等構面。公司每年定期進行董事會、各功能性委員會以及個別董事的績效內部自評，並將評估結果作為選擇或提名董事和委員時的參考依據，次年三月董事會提報予全體董事，以提升公司治理效能。

董事會 績效評估自評	董事成員 績效評估自評	功能性委員會 績效評估自評
4.61	4.74	5

更多 2025 年董事會績效評估內容詳見 2025 年年報

課程名稱	參與人員	參與時數	參與人次
國泰永續金融暨氣候變遷高峰論壇	曾根來董事、郭榮芳獨董、張鴻文獨董、李振輝獨董	6	4
國際 IFRS 永續揭露準則解析與企業因應對策	郭榮芳獨董	3	1
川普政策對全球與台灣的影響及全球變局下的企業永續	嚴陳莉蓮董事長、姚振祥董事、許國興董事、廖建順董事	3	4
AI時代下的風險與資安議題及永續驅動的風險管理	嚴陳莉蓮董事長、姚振祥董事、許國興董事、廖建順董事	3	4
企業永續與韌性管理之道	郭榮芳獨董	3	1
公司治理與內部人相關證券法規	山崎庄平董事、藤木稔大董事、石塚淳董事、曾根來董事	3	4
淺談上市上櫃公司誠信經營守則	山崎庄平董事、藤木稔大董事	3	2
外資企業在台董監責任及公司治理應留意事項	山崎庄平董事、藤木稔大董事、石塚淳董事、曾根來董事	3	4
台灣目前的ESG趨勢及面臨的企業改革	山崎庄平董事、藤木稔大董事	3	2

2.1 公司治理

2.2 誠信經營與法規遵循

2.3 資訊安全

2.4 風險管理

董事及經理人之薪酬政策

董事及經理人之績效評估與薪資報酬將參照同業標準，並綜合考量個人所投入的時間、承擔的職責、達成的目標、擔任其他職位的表現，以及公司近年對同等職位員工的薪資水準。此外，薪資報酬也會根據公司短期與長期業務目標的達成情況、財務狀況及個人表現，評估其與公司經營績效及未來風險之關聯性。

薪酬分配對象	薪酬政策說明
董事 (含獨立董事) 酬勞	本公司董事得按月支領固定報酬(含車馬費) 新台幣壹拾萬元整，董事長之報酬授權董事會依其對本公司營運參與之程度及貢獻，於不超過本公司所訂最高薪階之標準議定之，且不論公司營業盈虧，均應支付之。
經理人酬勞	本公司給付予經理人酬金的給付原則，係由薪資報酬委員會負責訂定並定期檢討本公司經理人年度及長期之績效目標與薪資報酬之政策、制度、標準與結構，定期評估本公司經理人之績效目標達成情形，綜合考量薪資之數額、支付方式及未來營運風險等事項，並訂定其個別薪資報酬之內容及數額。

高階經理人薪酬與永續績效連結

基於整體營運績效管理需要，公司設置經理人績效評估制度，藉由績效指標，提升組織運作效能，並作為公司分配薪資報酬之重要依據。結合公司治理及永續經營與發展，制定合理薪酬，以有效評核經理人之績效表現、提升營運績效、強化責任經營，並作為薪資報酬、晉升激勵與培育發展之參考。本公司自 2025 年起，陸續將永續發展策略之目標及重大永續議題關鍵績效，與總經理、高階經理人之激勵薪酬建立連結，制定永續發展績效指標，藉此確保永續作為落實於整體營運。

經理人酬金政策

- 薪資：薪資參考同業水準以及職稱、職等(級)、學(經)歷、專業能力與職責等項目。
- 獎金：依適用經理人與員工之「績效考核辦法」評核結果做為發放依據。
- 員工酬勞：如公司有獲利時，依本公司章程第 31 條規定，得按不低於當年度獲利 0.1% 之額度提撥員工酬勞。
- 退休福利：適用勞動基準法退休金制度之經理人退休金由公司另行籌措支付；適用勞退新制之經理人由公司每月提撥至勞工退休金個人專戶。

薪酬政策說明

考評項目除各部門專業營運目標及日常管理表現外，亦將公司治理、永續環境等面向納入評估範圍；並參酌公司整體獲利率、目標達成率、營運效益、貢獻度等綜合考量後，計算其酬金比例後，給予合理報酬，並隨時視實際經營狀況及相關法令，適時檢討。

2025 年績效指標中

與總經理、高階經理人之永續發展相關績效 |

永續發展績效指標		績效權重
環境	取得溫室氣體盤查外部驗證	2.5%
治理	取得 ISO 27001:2022 新版認證	2.5%

功能性委員會運作情形 |

功能性委員會	職責	成員	出席率 不含委託出席	重要決議事項
審計委員會	負責監督公司財務報表的準確性，並確保簽證會計師的選擇、解聘及其獨立性與績效。 檢視公司內部控制系統的有效運作，確保公司遵守相關法規，並監控公司現有或潛在的風險管理。	獨立董事郭榮芳 獨立董事張鴻文 獨立董事李振輝	100%	• 年度及各季度財務報告 • 簽證會計師之審計公費、選任及獨立性 • 公司內部控制、稽核細則及相關法令修改 • 財務主管變更
薪資報酬委員會	負責訂定並定期檢討董事及經理人的年度及長期績效目標，以及薪資報酬的政策、制度、標準與結構。 定期評估董事及經理人達成績效目標的情況，並根據評估結果制定其個別薪資報酬的內容及數額。	獨立董事郭榮芳 獨立董事張鴻文 獨立董事李振輝	100%	• 2024 年度員工酬勞分配案 • 員工酬勞分派規定修訂案

2.1 公司治理

2.2 誠信經營與法規遵循

2.3 資訊安全

2.4 風險管理

2.1.3

財務績效

重大主題：經濟績效

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

優秀的經濟績效表現可以為總體經濟發展助力，亦可以吸引與培育更多優秀人才。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

在致力於創造經濟績效的過程中，若未有效因應市場波動，可能面臨營收下降、營運規模縮小、更甚至縮編、減資等實質風險，這些潛在衝擊皆不利於公司永續經營。

2025 年投入資源

1. 持續將產品推陳出新，關注新能源車、電動車等。
2. 健全財務結構、持續規劃並推動產品成本、營運成本優化策略，包含依全球情勢分析調整成本訂購量等方案。
3. 拓展服務範圍，如品牌認證中古車、線上購車平台、提供更優質的售後服務等。

重大主題：經濟績效

公司對經濟績效之政策或承諾

短期目標（1年）

中長期目標（3-5年）

在持續創造優異經濟績效的基礎上，進一步擴大企業經營對社會與環境的正向影響力。

1. 持續推出新車/特仕車型
2. 強化車主回廠意願

持續導入新能源車款

2025 年目標達成情形

推出兩波特仕車主題行銷活動

財務數據/產品銷售

車輛種類	單位	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2025 年百分比
燃油四輪成車	輛	25,093	22,844	16,667	10,724	81.92%
	億元	197	199	152	92	78.63%
電動四輪成車	輛	110	150	198	80	0.61%
	億元	1	2	3	1	0.85%
燃油式混合動力四輪成車	輛	0	1,934	2,944	2,287	17.47%
	億元	0	23	39	24	20.51%
車輛銷售合計	輛	25,203	24,928	19,809	13,091	100.00%
	億元	198	224	194	117	

註：本報告書所揭露之車輛銷售量，其統計邊界僅限於本公司正式進口、製造並經由授權經銷商通路銷售之新車。上述數據已排除平行輸入（非授權管道進口）之車輛。

財務數據/留存之經濟價值

單位：新台幣仟元

項目	基本要素	2023 年	2024 年	2025 年
產生之直接經濟價值	營業收入	26,136,197	23,132,016	15,132,073
分配之經濟價值	營運成本	23,081,037	20,473,909	13,699,100
	員工福利(含薪資)	553,726	585,124	491,933
	支付出資人的款項(當年度配股配息)	2,166,000	1,044,000	1,170,000
	支付政府的款項(稅款與罰金)	443,665	141,573	55,009
	社會捐贈	1,690	3,239	816
	總計	26,246,118	22,247,845	15,416,858

政府補助

單位：新台幣仟元

補助單位	補助項目	金額
勞動部勞動力發展署桃竹苗分署	113 年度青年旗艦計劃 #60828	269
勞動部勞力發展署北基宜花金馬分署	113 年度人提計畫個別型補助	741
勞動部勞力發展署桃竹苗分署	113 年度青年旗艦計劃 #69240	161
運動部全民運動署(社團法人中華民國全國中小企業總會支付)	114 年度企業聘用運動指導員補助	145
合計		1,316

稅務管理

稅務風險	一般交易風險：事業企劃暨財務部每年定期自行查核，以確保相關作業流程皆符合內部作業程序與稅務法規，並妥善保管相關文件。 特殊交易風險：由事業企劃暨財務部了解掌握營運及財務狀況等資訊後，評估各策略會產生之成本及風險，再提供給管理團隊做決策。
合理節稅	本公司設立內部及外部之獨立檢舉信箱，得以舉報稅務不合法或不道德之事項。
資訊透明	將業務執行方式編製工作底稿、作業手冊並建立代理人制度，以便進行經驗之傳承。
溝通積極	本公司採用經會計師事務所財務報表簽證之稅務資訊，並揭露於官方網站、股東會年報等公開管道。

稅務治理

稅務治理聲明

裕隆日產制定完善的稅務策略、治理文化及建立週全的處理流程，並遵循相關稅務法規、善盡永續發展，藉由制定完整的制度與文化，為企業創造更多價值。本公司將持續透過嚴謹的稅務規範，配合營運目標、訂定稅務策略，以履行企業公民義務。

原則	說明
遵循法令	遵循當地稅務法規，備妥相關申報文件及正確計算稅負，並於法定期限內申報繳納。
合理架構	企業交易合乎商業實質，並依照常規之交易方式，不以降低稅負為主要目的進行交易安排。
合理節稅	使用當地合法租稅獎勵政策享有租稅減免，以不違反法律精神為原則。
資訊透明	定期於公開平台揭露相關資訊，確保資訊透明化。
溝通積極	與國家稅務機關保持誠實溝通之聯繫，提供產業實務觀點，協助改善稅務環境與制度。

國別報告

單位：新台幣仟元

租稅管轄區	台灣	英屬開曼群島	英屬維京群島
公司名稱	裕隆日產汽車股份有限公司	義展海外投資公司	義華大陸投資公司
主要活動	銷售	投資	投資
2025 年繳稅總額	55,009	0	0
相對營業總額之比例	0.36%	0	0

2.2 誠信經營與法規遵循

2.2.1

誠信經營

本公司秉持廉潔、透明與負責的經營理念，制定以誠信為核心的經營政策，並建立健全的公司治理與風險管理機制，以創造永續發展的經營環境。為展現本公司積極落實誠信經營之決心，本公司已於 2014 年訂立「誠信經營守則」，守則中明訂本公司對於誠信經營之政策、防範方案等重點內容，適用範圍為員工、工會、重要商業往來交易對象或其他利害關係人溝通等。此外，針對每位新進員工皆實施誠信行為相關教育訓練，以推廣公司誠信經營理念，使同仁落實於日常工作中。

本公司人員如發現違反誠信經營之不法情事，可依工作規則、員工申訴處理制度，向本公司稽核室及整合運營管理部申訴、檢舉，我們承諾不得因檢舉行為對檢舉人進行任何歧視、處分或報復，並嚴格保護其身分資訊，防止外洩。2025 年內部及外部皆未收到因公司營運或員工違反道德誠信或從事不法遭申訴舉報事件。

[誠信經營守則](#)

申訴及檢舉管道

對象	說明	受理單位
內部（員工）	complain@yulon-nissan.com.tw	人力資源科
外部	whistleblower@yulon-nissan.com.tw	稽核室

申訴處理流程

01 接到申訴	02 檢舉案件受理	03 指派檢舉受理專責人員或單位	04 申訴案件調查
05 將調查結果及相關文件製作為紀錄與保存，如經調查發現重大違規情事或公司有受重大損害之虞時，應立即作成報告，以書面通知獨立董事。			

2.2.2

法規遵循

裕隆日產以持續追蹤產業相關的法規政策為基礎，並評估其對企業可能造成的潛在風險與影響，藉此確保每一項業務決策都符合最高的法規要求。此外，為確保公司所有員工在履行職責時，皆秉持合規原則，且各項業務操作在法律框架下運作，我們亦會在必要時調整內部政策，確保公司政策與時俱進，以保障利害關係人的長期利益。2025 年裕隆日產並無發生任何重大違反罰鍰事件及法規事件。

註：重大違規事件定義為涉及人員傷亡、重大暨爭議刑事案件（最輕本刑為三年以上有期徒刑或涉及本公司形象或董、監事之案件）、公司股權爭議、重大行政調查案件（如：涉及勞動、環保、消防、消費者糾紛、產業調查，若有違反相關法規裁罰金額上限在新臺幣20萬元以上或有遭致撤廢執照之處等案件）或所涉金額高於新臺幣100萬元之訴訟糾紛案件。

提升全員法遵意識

本公司透過公司內部網站倡導防範不誠信行為，傳達董事會及管理階層誠信經營之承諾，並強調不論公司日常運作，或是與供應商、其他商業交易對象往來，均應以公平、透明之方式進行商業活動，審慎檢視其合法性及不誠信行為紀錄存在與否。公司亦定期舉辦教育訓練，協助員工掌握最新法規，並積極遵循相關制度與規範。

2025 年辦理 2 場
法遵教育訓練

總參與人次
370 人次

總訓練時數
370 小時

內控內稽

為強化風險管理，本公司訂有「內部控制制度」及「內部稽核實施細則」等辦法，每年辦理自行評估作業，評估內部控制制度設計及執行的有效性，並出具內部控制制度聲明書。

稽核單位每年執行「法令規章遵循事項」查核，公司已依法令要求制訂各項作業相對應之作業程序或辦法，並據以執行。此外，公司於每次董事會均由各單位提供有關法令遵循異常項目進行報告，由管理階層共同監督法規遵循情形；稽核單位每年蒐集集管會、證交所發布之裁罰案例，用以檢視公司執行情況及提醒相關單位自我檢核，避免類似情形發生。2025 年針對誠信經營及內控強化議題進行內控自評，檢核結果皆正常。

2.3 資訊安全

重大主題：資訊安全與隱私保護 |

對經濟、環境和人群的實際與
潛在的正面衝擊（機會）

落實資訊安全管理 PDCA 作業，不使公司因資安事件而影響營運。

對經濟、環境和人群的實際與
潛在的負面衝擊（風險）

因資安風險管理不當，可能造成客戶資料或關鍵資料外洩，導致業務營運中斷，影響外部利害關係人對公司的信心下降。

2025 年投入之資源

1. 服務補償系統重新開發，以降低老舊系統帶來的資安風險。
2. 加強資安偵測與回應系統營運，如網路監測與回應、終端偵測與回應、防毒、郵件過濾等系統。
3. 透過 SOC 情資中心即時監控與預警，即時對應。

策略目標 |

公司對經濟績效之
政策或承諾

承諾：提供企業永續、有效率、高品質的資訊服務，加強資安防護，並增進使用者滿意度和信賴度。
政策：以「確保業務持續運作並提供安全穩定及高效率的資訊服務」為最高的資訊安全政策。

短期目標（1 年）

資安教育訓練 3 次，並且不定期進行資安宣導，未有重大資安事件

中長期目標（3 - 5 年）

無 B 級以上重大資安事件

2025 年
目標達成情形

中長期系統強化計畫、集團資通安全管理辦法導入執行、資安資產數據蒐集工具應用及風險評鑑平台建置及經銷商資安輔導暨檢核等工作全數完成，達成率 107.6%。

裕隆日產整合運營管理部負責進行資訊資源管理與資訊安全之推動，並設有資安管理組織架構，以確保公司資訊系統的穩定運行與資安防護的健全性。

裕隆日產自 2003 年成立，2005 年即導入 ISO 27001 資訊安全管理系統，並持續取得 ISO 27001 證書，確保所有公司資訊資產的保護，並定期進行風險評估，識別可能影響資訊安全的威脅和弱點，制定相應控制措施。裕隆日產針對所有員工提供不同的資安課程，以完善資安相關人才訓練，減少內部風險。



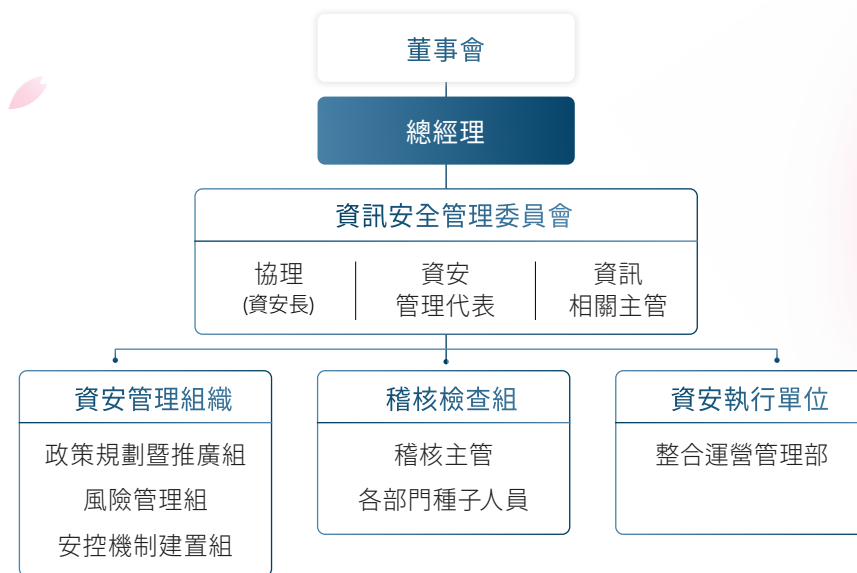
2.2.2

資安管理架構及策略 | 資訊安全管理架構 |

權責單位	整合運營管理部資訊組
最高督導單位	總經理
會報頻率	每週經營會議、不定期之專案會議或資訊安全月會向總經理進行匯報
資安長	資安專家褚育荏協理擔任
資安管理委員會運作	自 2005 年起導入 ISO 27001 資訊安全管理系統，並成立「資訊安全管理委員會」。委員會每年召開一次管理審查會議，定期向資安長報告執行成效；同時，亦於每週的系統會議與經營會議中提報資安相關議題，確保資訊安全落實於日常營運。
會議內容	議案處理狀態、內外部議題、執行績效回饋（趨勢分析）、關注方回饋、風險評鑑結果及風險處理計畫之狀態、持續改善之機會、資訊安全政策審查、年度計劃。

2025 年資安管理委員會會議 |

會議時間	會議內容	運作情形
2025.05.07	年度資安管理審查	確認年度各項管理 KPI 實績之有效性
2025.05.09	呈報 Mail ATP MA 續約專案	同意 Mail ATP 郵件進階防護續約
2025.07.20	呈報主動偵測防護與情資中心機制續約	同意 EDR/SOC 防護機制續約
2025.11.07	呈報員工上網安全保護系統更新案	同意員工上網安全保護系統建置
2025.11.24	資訊安全月會	確認 EDR/NDR 等主動偵測防護措施管理的有效性



資訊安全管理循環 |

資通安全管理機制以 PDCA 的管理方式進行，並以資安策略為主軸，分別以資安治理、法令遵循及科技運用三個面向來進行，從制度到科技，從人員到組織，全面性提升資通安全防護能力。



資訊安全管理方針

管理方針	2025 年目標	2025 年達成情形	需改善事項	改善措施
資訊服務內部員工滿意度	3.84 分	整體滿意度分數 3.77 分（目標3.84分，採 4 分制），較 CY24 下降 1.8%。	同仁現行使用的 NB 最久為近 6 年前購入，設備已逐漸老化，且 2025 年升級 Win11 後，效能不佳，當機率高，對同仁日常作業已造成顯著影響。	2026 年展開終端設備汰換。
資訊服務外部顧客滿意度	3.74 分	今年整體滿意度為 3.84 分，與前次 3.82 分相比提升 0.02 分，結果呈現今年大部分使用者對於整體服務滿意度都有提升。	無	無
資訊安全綜合評鑑	100%	達成率 1076% 1. 落實執行中長期系統強化計畫及達成 ISO 27001:2022 轉版外部認證。 2. 透過社交工程演練，強化同仁資安意識。針對資安人員完成藍隊防護演練。 3. 集團資通安全管理辦法導入。 4. 完成經銷商資安輔導與檢核。	1. 員工使用 VPN 尚須待強化帳號認證機制。 2. 為強化資料備份機制，擬展開離線備份機制導入。	1. VPN 多因子認證導入。 2. 離線備份機制規劃。
流程改善與優化	30 件	透過 RPA 小學堂及培育部門種子團隊部門持續進行技術經驗推廣，完成 38 個 RPA 自動化作業，大幅提升同仁工作效率。	RPA 工具可有效提升同仁工作效率，將持續推廣。	結合 AI 與 RPA，降低 RPA 操作門檻。
數位轉型系統建置 (時程遵守率)	NISSAN GO 體驗平台建置完成	提升經銷公司代步車稼動率、客戶新車試駕體驗。	經銷公司相關人員的操作熟悉度。	舉辦教育訓練。

資安管理目標

項目	目標	短期目標	中長期目標
1	提供好的IT使用環境，維持內外部資訊服務滿意度	針對 2025 年滿意度調查弱項展開改善，如老舊設備汰換、資訊系統升級等。	維持各項資訊服務效率，控制各項資訊服務最小中斷時間。
2	建立安全的資訊架構，讓使用者安心	針對資訊安全防護弱項，逐步規劃建置相關機制。	透過協防機制，建立更完整的資訊安全防護網。
3	協助組織提升營運效率	1. 擴大數位工具應用效能：培育部門種子團隊並推動經驗交流機制，提升工具應用深度。 2. 推動數位優化，建置符合營運需求之系統功能。	1. 持續推廣RPA以提升工作效率並搭配全公司流程優化，讓同仁可以使用 RPA 工具進行流程改善。同時，透過舉辦工作坊及案例研習課程，訓練團隊成員專業能力。 2. 協助推動數位轉型政策，整合新技術應用，提升客戶數位體驗。
4	協助數位轉型資訊系統建置	1. 建置 NISSAN GO 體驗平台。 2. 建置 OneID 會員管理系統及會員 APP。	對應 MTP 策略發展，訂定AI發展策略。
5	持續取得 ISO 27001證書有效性	完成 ISO 27001:2022 版本升級任務。	依 PDCA 循環落實各項作業，增強風險管理能力，達成組織資訊安全的目標。

資訊安全教育訓練

2025 年共舉辦多場實體與線上課程，內容涵蓋「ISO 27001」、「資安稽核」，以及「資訊安全通識課程」等主題。依據不同職務屬性採取「分層培訓」策略，將理論與實務案例緊密結合，不僅有效提升全體員工資安素養，更將資訊安全規範內化為日常營運之核心文化。

授課方式	課程名稱	課程內容	課程總時數	參與人數
內訓	ISO 27001:2022 轉版文件修訂與資安新增控制實作	ISO 27001 改版重點及新增控制措施實作說明	4 小時	22 人
	SSDLC 安全系統發展生命週期簡介	軟體開發生命週期各階段之安全工作要求及組態與變更管理要點	4 小時	22 人
	資訊安全內稽作業實務	資安趨勢及資安稽核實務演練	4 小時	41 人
	資訊安全訓練講座	AI使用安全須知及資安意識強化	1 小時*4 場	267 人
	社交工程演練強化訓練	社交工程惡意攻擊或釣魚攻擊的防範認知提升	1 小時	141 人
外訓	藍隊防禦演練	資安攻擊行為的偵測、通報、事件的分析、遏制與根除方式及系統復原程序練習	8 小時	4 人

此外，公司亦提供補助，鼓勵員工取得專業資安證照，藉此深化資安專業能力，全面強化企業資訊安全防護能量。

證照/檢定名稱	獲得補助條件	補助/獎勵金額或內容
iPAS 資安認證	集團重點公司資安人員參與集團總管理處舉辦之資安課程	補助課程及首次認證費用

2.3.2

資安事件處理流程

資安事件應變

本公司依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」第九條「電腦化資訊系統處理」之規定，制定相關內部作業規範，以降低新興資訊科技應用及環境變遷所帶來的潛在資安威脅，進而有效落實資訊安全風險管理。

處理流程

資安風險事件發生前

定期自主盤點檢驗，從流程與技術多方面著手，主動預防資安事故

1. 建立系統清冊，鑑別資安風險，分析機密性、完整性和可用性衝擊。擬訂風險改善計畫，包括資產盤點、現有安全管理、防護和控制措施確認，以及風險評估和改善計畫文件。
2. 進行設備健檢、弱點掃描、滲透測試及社交工程，以降低資安事件。

資安風險事件發生時

損害控制
與緊急應變

1. 資安「安控機制建置小組」於發生事件時，應將事件發生之事實、可能影響之範圍、損失評估、判斷支援申請、採取之應變措施等事項，填具「資訊安全事件通報單」，判定資訊安全事件等級。
2. 通報之事件經業務負責人員判定為無效之事件時，則於「資訊安全事件通報單」上註記為無效，否則為有效事件，需向資訊安全管理代表報告，由管理代表確認等級後進入業務持續管理程序，否則以一般資安事件處理。

事件後續因應及處理

追查並列入預防

1. 資安管理代表定期指派專人收集事件處理紀錄分類彙整及趨勢分析，分析可能之改善方法，並且提供管理階層審查作業參考，檢討是否應變更事件處理方式或加強安控機制。
2. 依據資訊安全事件發生之次數，檢討風險評鑑之威脅發生之可能性，將可能受已發生事件影響之資產進行改善性之保護。
3. 面對災害威脅，制定策略和措施，快速恢復業務和資訊系統功能。包括風險評估、備份與恢復、緊急通訊、災情處理、人員調度等，確保企業能有效應對並恢復正常運作。

資安分級管理

A

1. 公司極機密資料遭洩漏。
2. 核心業務/系統或資料遭嚴重竄改。
3. 核心業務/系統運作遭影響或系統停頓，其影響或停頓時間超過該業務/系統所訂定之資料回復時間無法正常運作者。
4. 大量個人資料遭侵害、破壞或外洩等情形。

B

1. 機密資料遭洩漏。
2. 關鍵業務系統或資料遭嚴重竄改；抑或核心業務/系統或資料遭輕微竄改。
3. 關鍵業務運作遭影響或系統停頓，無法於可容忍中斷時間內回復正常運作。
4. 少量個人資料遭侵害、破壞或外洩等情形。

C

1. 涉外密資料遭洩漏。
2. 非關鍵業務系統或資料遭嚴重竄改；抑或關鍵業務系統或資料遭輕微竄改。
3. 非關鍵業務運作遭影響或系統停頓，無法於可容忍中斷時間內回復正常運作；抑或關鍵業務運作遭影響或系統停頓，於可容忍中斷時間內回復正常運作；抑或核心業務運作遭輕微影響或系統短暫停頓。

D

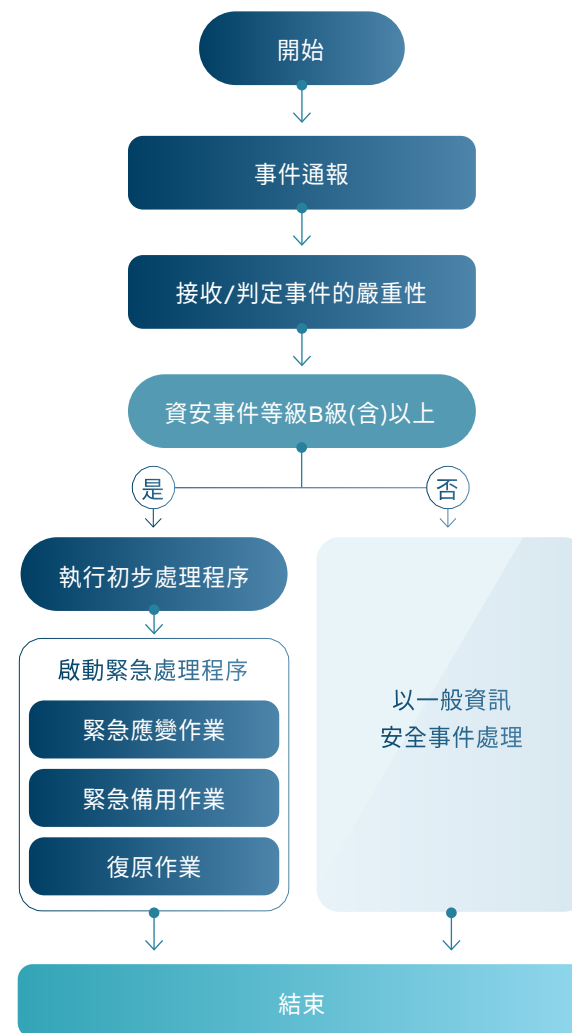
1. 非關鍵業務系統或資料遭輕微竄改。
2. 非關鍵業務運作遭影響或系統停頓，於可容忍中斷時間內回復正常運作。

E

1. 僅對個人造成影響，或潛在可能對個人、組織造成影響。
2. 防毒軟體未安裝。
3. 防毒軟體發現電腦病毒並造成個人業務無法執行。
4. 作業系統軟體及相關應用程式未更新並造成個人業務無法執行。

緊急應變流程

當資安事件產生時進行通報作業，由業務負責人員協同安控機制建置小組於了解事件狀況後，填具「資訊安全事件通報單」，並依據辦法判定資訊安全事件等級，事件狀況處理須將事件原因分析說明，以及說明處理結果，並且說明再發防止對策。2025 年 B 級以上共有 0 件。



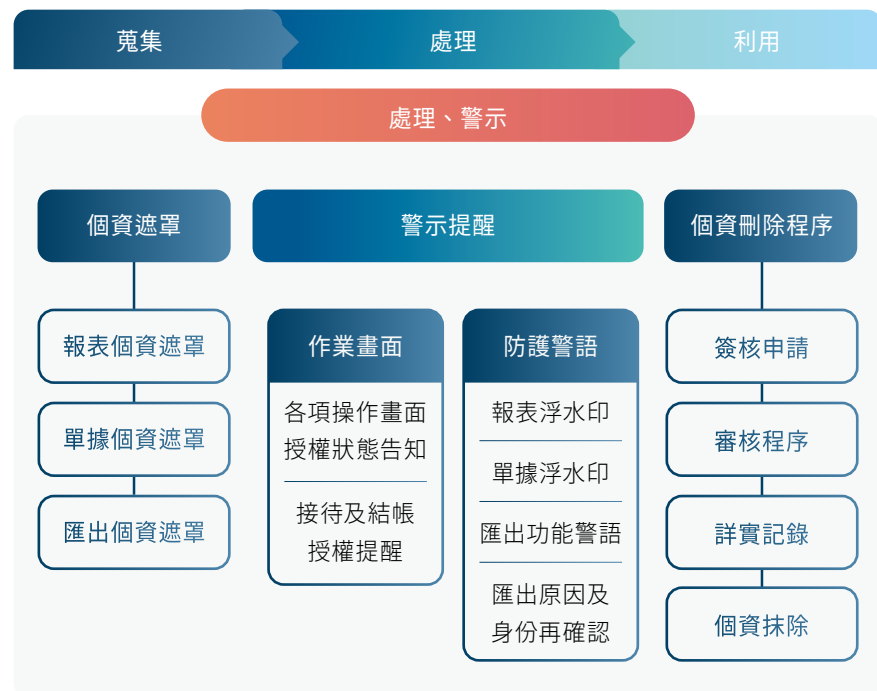
2.3.3

資安防護措施

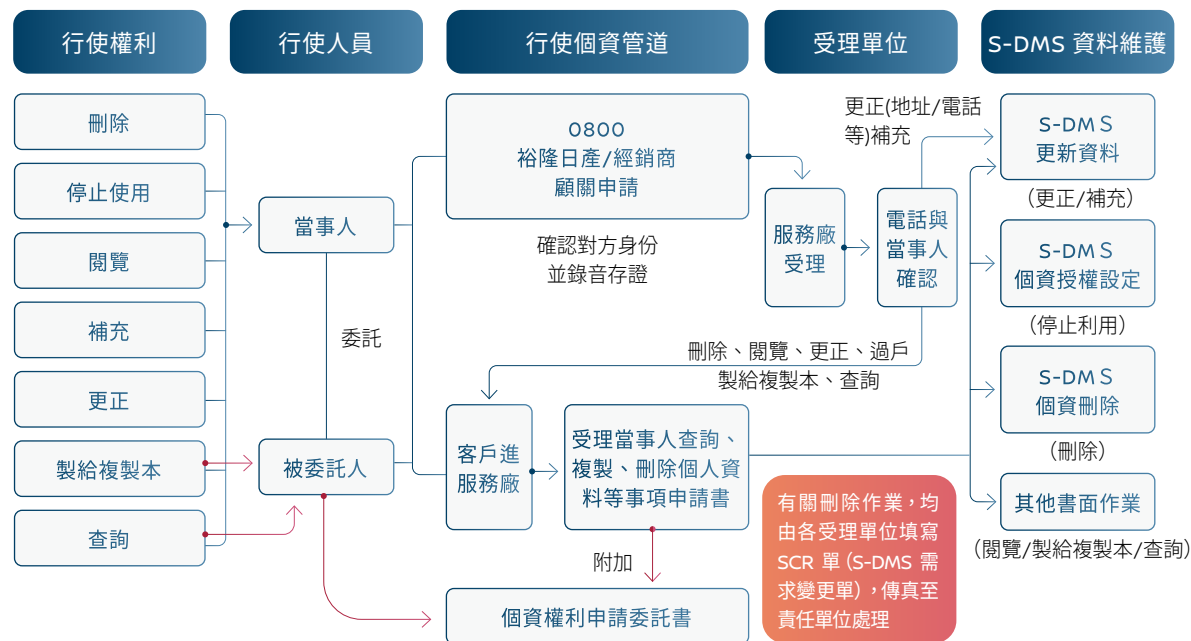
裕隆日產重視顧客隱私，並將個人資料保護納入公司治理重點，依循《個人資料保護法》等相關規範，全面檢視資料的取得、處理、傳輸、儲存與銷毀等流程，確保資訊安全與存取控管完善。2025 年無發生違反個資法或侵犯顧客隱私之事件。

除內部建置完善資安制度外，公司亦於委外合約中納入個資保護條款，要求合作廠商遵循本公司資訊安全與個資政策，並承擔相關責任與義務，確保外部作業與內部控管一致，落實全面性的資訊安全與隱私保護管理。

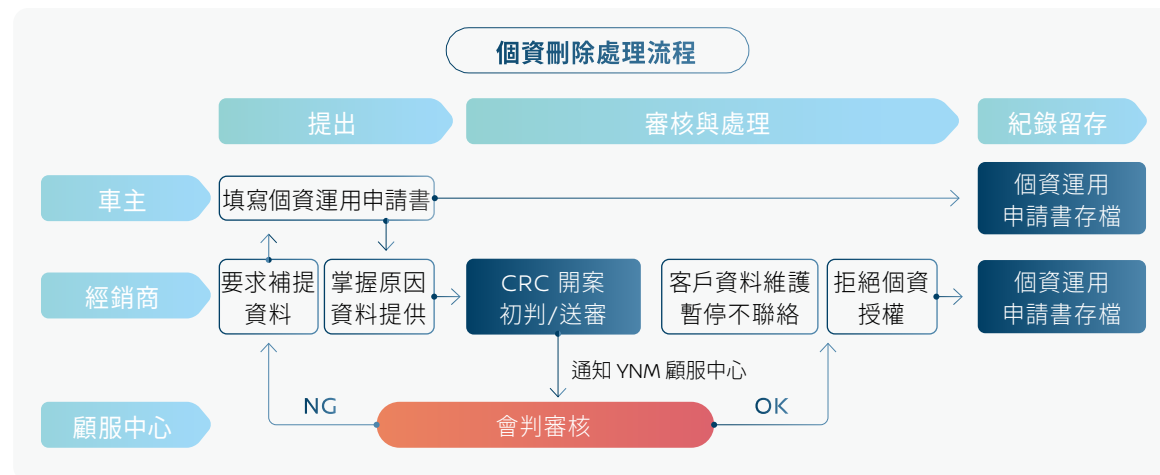
Smart DMS 個資處理



個資權力行使主要流程



個資刪除處理流程



資訊創新與數位轉型

專案名稱	項目說明	2025 年成果
虛擬平台主機汰換	進行設備汰舊換新，提升運作效率	支持業務運作不中斷
經銷商無線網路升級	進行無線網路升級，提升存取安全性	經銷商第一線人員使用網路穩定性
經銷商零件呆料自動媒合機制建置	解決經銷商零件庫存滯銷過久而成呆料問題，提升跨經銷商的零件流通性	有效降低經銷商零件庫存成本，減少廢料
補償系統建置	因應公司新銷售策略，新增『CPO 車、e-Power 車、EV 車特別保固』補償業務需求，進行老舊系統流程再造與重新建置	1. 成功支持公司新銷售策略的推展 2. 上線後 2 個月帳務零差異
設通發行圖面傳送供應商	設通發行後圖面傳送供應商以 One Drive 方式進行資料傳送取代光碟片，達成無紙化目標	1. 以新科技技術取代全新建置發行系統，節省系統建置費用 2. 電子檔案傳送方式取代光碟片，避免廢光碟對環境污染，取省能節費 3. 資料傳輸過程加密，安全性提升，降低傳統人工寄送遺失風險
NISSAN GO 體驗平台建置	因應中長期數位轉型策略推展，期望透過建置 NISSAN GO 租賃車體驗平台網站，提供便利實惠的品牌租車體驗，收集客戶線上線下資料融合運用，進而增加新車潛在購買客戶，提升新車銷量。	1. 提升經銷公司代步車稼動率、客戶新車試駕體驗 2. 增加新車潛在購買客戶，提升新車銷量

2.4 風險管理

重大主題：營運持續管理 |

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

健全的營運持續管理機制有助於提升企業應變韌性，強化客戶與投資人信任。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

對關鍵業務流程風險識別不足，將增加企業在災害或事故發生時的營運復原難度與聲譽受損風險。

2025 年投入之資源

1. 每年定期進行經營風險評估，辨識可能影響營運之潛在風險情境。
2. 依據風險結果制定相應的應變措施，強化整體風險控管與營運穩定性。

策略目標 |

公司對營運持續管理之政策或承諾

公司建立營運持續管理機制，訂定「風險管理政策」，針對天災、資安或設備故障等風險進行辨識與應變規劃，以降低營運中斷風險。

短期目標（1 年）

定期進行演練與教育訓練

中長期目標（3 - 5 年）

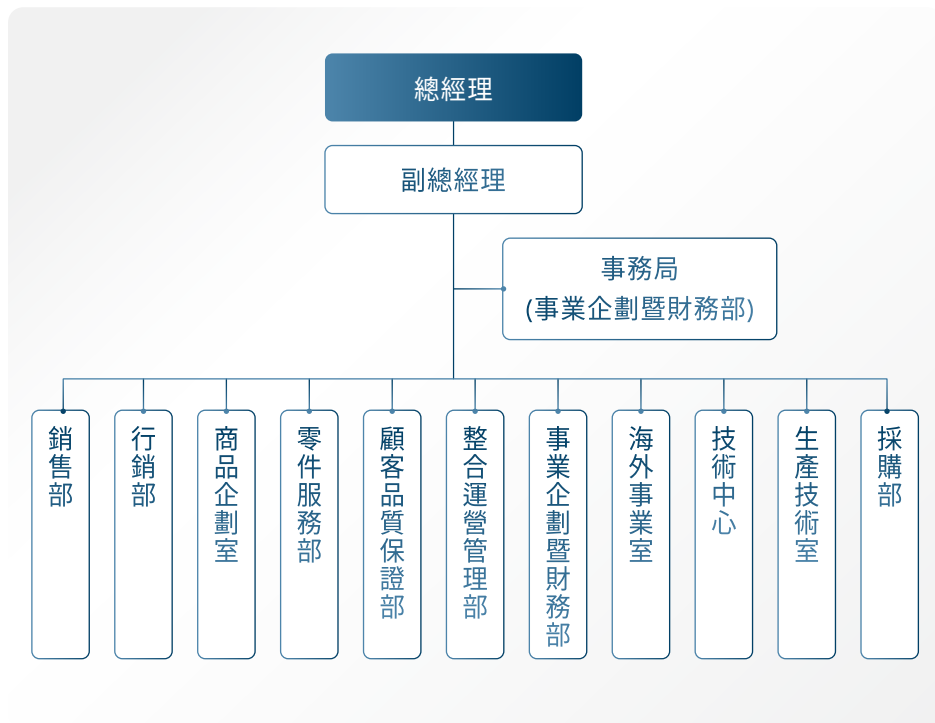
持續完善營運管理策略

2.4.1

風險管理架構

裕隆日產訂定「風險管理政策」作為風險管理之最高指導原則。由事業企劃暨財務部作為風險管理專責部門，負責處理風險事件並進行監督，並與各部門協作，進行風險評估並制定相應的控制方案。必要時得將報告提交給總經理並呈報董事會，通過多層次的控管系統進行風險監控。

董事會為風險管理之最高決策單位，根據經營策略與外部環境的變化，審核並核准風險管理政策與架構，確保風險管理有效執行。透過管理階層呈報之資料以及董事會報告了解公司各面向之風險、潛在衝擊、財務影響及機會等內容，並適時提出建議與指導。



2.4.2

風險管理機制

風險管理機制 |

每年定期評估公司經營風險，並針對各類風險擬定風險管理政策，涵蓋管理目標、責任單位、權責歸屬及風險管理程序等機制。

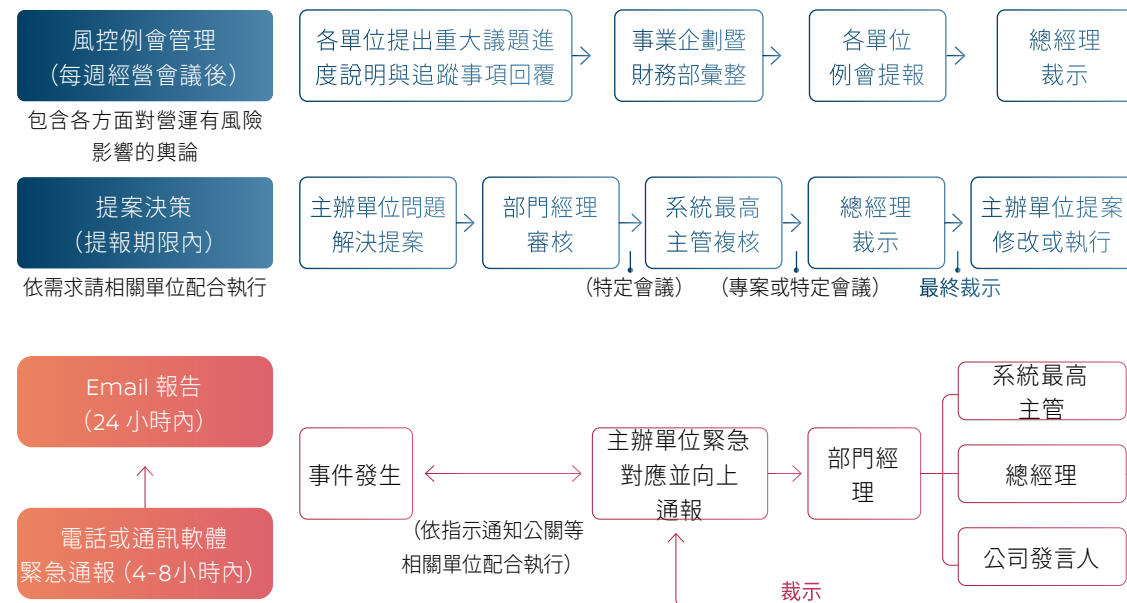
定期召開風險管理推動小組會議，掌控風險項目及風險控管執行成效。

風險事件每年至審計委員會進行匯報後，於董事會進行報告說明。

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。

稽核單位亦依風險評估結果，擬訂年度稽核計畫，並依計畫確實執行查核作業。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。

風險管控通報及追蹤機制 |



關鍵風險管理

風險類別	衝擊說明	財務影響	機會效益	因應作為
人才招聘風險	1. 因少子化，投入職場人力下滑趨勢明顯 2. 人力需求大但供給少，競爭人才的挑戰提升 3. 招募不到合適人才，可能影響公司營運或未來發展	1. 外部薪資拉力大，近 10 年經常性薪資持續成長 2. 因應政府勞工法令，企業用人成本增加	求職者重視良好的雇主品牌形象： 1. 薪資條件符合期待：公司平均薪資水準具市場競爭力，可透過差異化薪酬吸引優秀人才 2. 上班地點交通位置方便：提供免費宿舍，上班步行 10 分鐘 3. 獎金制度公平合理：公司制度健全公平公正	1. 強化多元招募管道，如 104 人力銀行、校園徵才說明會、FST (Formula Student Taiwan) 臺灣盃學生方程式聯賽等 2. 建立健全人力資源管理制度吸引優秀人才加入 3. 提升雇主品牌形象，如校園徵才說明會、校園大使計畫、產學合作計畫等
人才留任風險	1. 人才離職，將影響在職員工工作士氣，引發滾雪球效應	1. 強化薪資競爭力 2. 各式福利補助 3. 績效激勵措施	1. 完善新人關懷計畫（新人保姆、座談會、關懷網等） 2. 強化軟硬體設備 3. 強化雇主品牌行銷 4. 定期檢視更新內部管理制度 5. 完善關鍵人才培育計劃	1. 量化數據資料分析：統計並分析相關數字資料，以利後續聚焦問題分析改善與提供資源發展 2. 多元輪調發展：發展內部人才交流平台，使人才留任集團內部不外流 3. 各式福利補助：比較標竿企業福利（津貼補助/假勤/工作環境設備）提案爭取，或創建集團福利平台讓集團福利服務共享 4. 雇主品牌行銷：除了提案強化幸福感外，尚須對外包裝行銷公司前景發展、公益/ESG/CSR…等訊息
低碳排放法規需求日趨嚴苛	將提升開發成本及設備投入成本	車型成本增加，影響車輛價格及銷售量	導入新能源車款，並配合政府政策，以提升新能源車銷售	1. 掌握新技術、市場動向與發展趨勢 2. 持續進行新專案 QCT 評估
消費者消費習慣改變	若產品未滿足客戶期待（如客戶希望購買低碳車、環保零件耐用度低等），可能導致訂單減少	增加研發成本、銷售下滑	1. 根據消費者的新需求進行產品創新，推動更多樣化的產品選擇 2. 環保材質的使用有助於減少產品的碳足跡 3. 推動對環保和創新技術的投資	1. 定期參加法規趨勢說明會，以掌握最新資訊 2. 安排廠商進行教育訓練，讓同仁掌握產品與環保相關議題
資安事故	1. 客戶個資外洩 2. 系統可能遭到惡意攻擊，造成系統中斷	1. 若因個資外洩引發客戶滿意度下降及品牌形象下降，影響銷量及營收 2. 駭客可能進行勒索，造成財務損失	將風險降低到可承受的程度；確保業務運作持續無礙	由資訊安全委員會，以風險評鑑結果為基準決定可接受的風險程度，對風險等級超出可接受風險程度的資訊資產，採取相對應的安控措施以降低風險
氣候風險 詳見 CH4	實體風險：可能使辦公場所損壞 轉型風險：消費者傾向購買低碳產品、車輛製造相關法規趨嚴等	營運成本上升、營收下降	開發新能源、低碳、節能等車款吸引消費者	1. 透過市場趨勢預測未來車輛銷售情形，決定產品組合 2. 持續關注氣候相關風險與機會

03 品牌價值

3.1 NISSAN 「感動・源自細節」

3.1.1 NISSAN 品牌文化

3.1.2 科技引領服務

3.1.3 NISSAN 品牌活動

3.2 INFINITI 「Human、Daring、Forward」

3.2.1 INFINITI 品牌文化

3.2.2 全方位尊榮服務

3.3 客戶關係維護

3.3.1 意見回饋管道

3.3.2 客戶滿意度

3.4 產品品質

3.4.1 品質管理委員會

3.4.2 品質管理

3.4.3 召回改善流程

3.5 供應鏈管理

3.5.1 品牌價值鏈

3.5.2 供應商管理

3.5.3 經銷商管理

品牌價值

核心願景與承諾

感動，是源自於我們超越顧客期待的努力；信任，則是來自於我們原廠服務價值的真實體現。NISSAN 及 INFINITI 將秉持這兩大基石，持續提供卓越品質的顧客服務。

裕隆日產致力於提升客戶滿意度，不斷強化我們的品牌形象，與客戶建立更深層次的再回廠關係，更能為未來的永續發展注入新的價值。我們將用堅實的品質、溫暖的服務和不斷創新的理念，為客戶帶來無盡的驚喜和安心。

2025年永續績效亮點

NISSAN 品牌整體好感度（OaO）於國產車市場提升至**第三名**。

原廠認證中古車CPO累計銷售達**1,200**台，網站銷售占比達**68%**，**強化數位通路與服務整合**。

約**56.6%**新車及過保車維修使用再生零件，再生材料採購金額占材料總採購比重**4.43%**。

完成**16**家供應商生產技術力評價，優於原訂目標，提升供應鏈整體競爭力。

供應鏈勞動人權管理覆蓋率達**52%**，並透過供應商交流與輔導，促進永續轉型。

重大主題：產品服務與創新

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

引進新能源汽車開發，提升公司技術能力及發展新的服務項目，降低環境及空氣污染對人群的危害，提升公司競爭力。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

導入創新技術若未妥善管控，可能引發潛在的環境衝擊或資訊安全外洩事件，進而導致營運中斷與重大財務損失風險。

2025 年投入資源

1. 全台各據點已完成 HV 高壓電 SST 設備建置。
2. 全台各據點皆配置新能源車認證人員 (HV1, 最少 1 人/廠)。

策略目標

公司對產品與服務創新之政策或承諾

承諾：支持永續的節能、環保產品和服務。
政策：持續向日產爭取新能源汽車開發車型。

短期目標 (1 年)

1. 持續推進新能源汽車導入規劃。
2. 持續推動進口配備國產化。

中長期目標 (3 - 5 年)

1. 依據 Re : Nissan 規劃，持續增加電能車導入占比達 50%。
2. 依據 Re : Nissan 規劃，下一代電動車的成本降低 30%。

2025 年目標達成情形

2025 年持續推進新能源車導入作業，預計 2026 年有 2 款新能源車上市。

重大主題：品牌行銷 |

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

宣傳環保理念和永續的價值觀，提升消費者對品牌的信任和忠誠度，提高企業的知名度，推動業績增長。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

使用不當或浪費資源的宣傳方式，可能遭到主管機關裁罰。

2025 年投入資源

1. 2025 年品牌行銷投入 1,000 萬元。
2. 規劃新版 APP 提供多種服務與互動，優化數位體驗與售後服務。
3. 透過台北新車暨新能源車大展傳達「感動・源自細節」品牌精神。

策略目標 |

公司對品牌行銷之政策或承諾

導入並推廣新能源車款，減少汽車產業對環境之影響（如：碳排）。

短期目標 （1 年）

1. 科技領先指標：提升 5%
2. 提升裕隆日產品牌好感度 (OaO)

中長期目標 （3 - 5 年）

1. 強化品牌「感動・源自細節」的核心精神
2. NISSAN Ambition 2030

2025 年目標達成情形

1. 科技領先指標維持 24%，與去年相同。
2. 台灣國產車市場中，品牌好感度(OaO)從第四名進步到第三名。
3. 2025 年度 NIM (Nissan Image Measure) 品牌認知度提升比例約 6%。



3.1 NISSAN「感動・源自細節」

3.1.1

NISSAN品牌文化

NISSAN 做為科技創新領先的汽車品牌，不斷堅持造車理念、建立品牌精神，同時致力於永續發展。2025 年透過傳遞「感動・源自細節」品牌精神，除了持續提供品質、質感、功能性兼具的車款，更透過精緻且感心的服務，強化消費者對 NISSAN 品牌的信賴和支持。未來我們會持續投入優化購車體驗、提升顧客滿意度，將駕駛、交通工具與生活環境三者完美結合。

3.1.2

科技引領服務

NISSAN 時刻關注顧客的使用需求，不斷致力於透過科技精進銷售服務流程，提供顧客更便利、舒適且完善的購車服務。除現行 61 所實體據點外，2025 年主要透過網路預約試乘、線上預約購車專案提升數位銷售佔比。未來將持續推動數位價值鏈優化，包括線上預約購車、CPO 認證中古車、Car Leasing 租賃服務、線上多元服務如保險、融資等。藉以強化線上銷售流程及客戶體驗提升，以滿足顧客服務覆蓋率需求。

「數位銷售顧問」服務滿足網路消費需求 |

為了帶給顧客更貼心便利的購車體驗，自 2022 年起本公司推出 NISSAN 數位銷售顧問服務。為確保持續提供消費者專業的線上諮詢，我們每年定期進行選拔和培訓。顧客可透過官網平台輕鬆選擇最適合的數位銷售顧問，並查看其介紹和銷售簡歷、透過多元管道與數位銷售顧問聯繫諮詢。



零件售後服務數位處理流程 |



2025 年績效表現

截至 2025 年底，共有 194 位數位銷售顧問

未來規劃

1. 數位顧問資格調整
2. 官網頁面優化
3. 數位顧問個人介紹專文
4. 建立績效報表、汰換機制

3.1.3

NISSAN 品牌活動

汽車價值極大化策略 |

為確保顧客試乘體驗與整體滿意度，裕隆日產規劃完整的「汽車價值極大化」策略，從新車導入、試乘體驗延伸至中古車交易平台，建構完整產品生命週期管理模式。電動車試乘車於使用 1 年後轉為 Car Leasing 短租用車（並視實際市場需求調整），於 2-3 年後再導入 CPO 原廠認證中古車平台進行交易，不僅延長車輛使用年限，也有效提升車輛整體價值與營運效益。

CPO 認證中古車 |

裕隆日產為回饋支持 NISSAN 的消費者，自 2023 年啟動「NISSAN 認證中古車」服務，我們透過 158 項原廠專業檢驗程序，並提供 10 大購車保證，以官方認證的車源、銷售管道及保修服務，維護消費者權益，安心購車有保障；亦提供消費者於線上、線下皆能享受一站式原廠服務，秉持「一家購車，全台保固」精神，提供多元優質的中古車輛與便利服務，是購買 NISSAN 中古車款的最佳選擇。2025 年，CPO 累積銷售台數達 1,200 台，其中 CPO 網站銷售占比 68%。

一家購車，全台保固

非營業車及變造車體

六大系統一年兩萬公里保固

無假造里程

無泡水車

無變更車身號碼及引擎號碼

無重大事故車

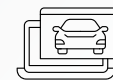
車價透明，實車在庫

車況履歷透明

十天鑑賞期



2025 年汽車價值極大化策略成效 |



試乘車直接進入 CPO 平台車數
194 台



CPO 認證中古車累積銷售
超過 **1,200 台**



紅利點數促進回廠保修
達 **82%**



CPO 網路平台會員累計
超過 **2,300 位**

NISSAN 2025 年度車主活動 |

2025 年度車主活動之行銷主軸	活動場次/主題	參與人次	投入金額
SENTRA 車主大會師	12 月 SENTRA 大會師車主活動	113 台車 200 人	43,900 元
X-TRAIL 車主大會師	11 月 X-TRAIL 車主大會師	167 台車 330 人	59,700 元
JUKE 車主大會師	9 月 JUKE 車主大會師	127 台車 300 人	58,100 元
X-TRAIL e-POWER 車主大會師	4 月 X-TRAIL e-POWER 車主大會師	300 台車 600 人	160,000 元

3.2 INFINITI 「Human、Daring、Forward」

3.2.1

INFINITI 品牌文化

INFINITI 從不劃地自限，致力於實現更多的不可能，面對未知的世界，我們將勇敢的持續向前邁進。藉由劃時代的突破，展現無限的創意與前進的動力，以提供所有勇於接受挑戰的消費者相應匹配的車款。

透過品牌標誌中對稱的四個「I」，象徵著往無盡的道路、無限的視野，無限的可能。面對無止盡的追尋道路，毫無畏懼地向前邁進，憑藉的正是 INFINITI 欲傳達給所有消費者的品牌精神「Human 以人為本」、「Daring 大膽挑戰」、「Forward 前瞻科技」。



Human、Daring、Forward

「Human 以人為本」，從駕駛者的角度出發，創造以駕駛者為中心的人性化操駕介面，讓所有乘坐者都能感到舒適和安心的車體設計與車內空間配置，處處可見 INFINITI 從使用者角度出發的設計巧思。

「Daring 大膽挑戰」，正如 INFINITI 投入 20 年成功研發出的首具量產可變壓縮比引擎「VC-Turbo」，兼具高效 2.0 升汽油渦輪引擎的強大動力，結合柴油引擎的高扭力、高效率，將兩種引擎的優點融合為一。讓駕駛者可以在追求性能時能大膽挑戰、盡情體驗駕馭樂趣；在重視效能時則提供絕佳油耗、實現環保節能，從容面對每一刻的需求與挑戰。

「Forward 前瞻科技」，則是體現在「ProPILOT 智慧駕駛輔助科技」上，整合 ICC 全速域智慧定速系統附超車輔助、LKA 車道維持輔助系統、PFCW 超視距車輛追撞警示系統等多項科技而成。建構於完善的主、被動安全基礎之上，不僅讓駕駛者能盡情享受駕馭極限的樂趣，也能夠全方位地守護全家人的行車安全。

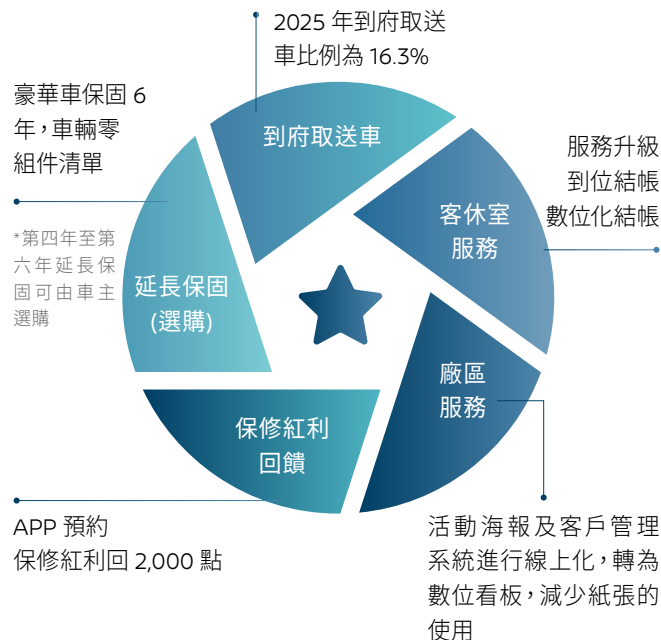


3.2.2

全方位尊榮服務

多元的客戶服務 |

2025 年，我們推出保修護照方案。車主購買保修護照後，即可享有較優惠的價格取得保養與維修服務，截至年底已有 31% 的車主購買。此外，廠區及客休室服務項目也進行了數位升級，提供更多線上數位化與更永續的服務方式，其中包含推動結帳簽名電子化優化作業，已於 2025 年底達成 87% 的普及率。未來我們將持續優化客戶服務，針對車主執行分級回饋活動，讓車主獲得最滿意、最多元的服務體驗。



便捷的數位服務 |

INFINITI 車主只需下載 INFINITI Care APP，即可全面掌握愛車資訊、輕鬆進行線上預約，並瀏覽專屬優惠資訊等 18 項數位服務功能。自 2018 年啟用至今，已有超過 9 成的返廠車主下載及使用。未來 INFINITI 將持續精進線上和線下的各項服務。



年份	2023	2024	2025
INFINITI Care APP 累計下載人數	12,210	14,662	17,643

尊榮的客戶體驗 |

INFINITI Taiwan 致力於確保顧客在銷售與售後服務的每一個環節，皆能感受到全方位的尊榮體驗。為傾聽車主回饋，我們透過手機簡訊輔以電話訪問，定期調查經銷公司設備、商談過程、銷售人員、交車過程、保修接待流程、服務專員及客戶休息室等多項構面，以客觀評估服務的專業度與顧客滿意度。

INFINITI Taiwan 於 2023 年首度導入 Global INFINITI 服務準則「ISSW (INFINITI Sales & Service Way)」，2025 年我們對 ISSW 服務再升級。從交車前的產品體驗到交車後的客戶服務，增加更多貼心及全面的服務。我們為銷售人員及售服人員規劃全年度三個階段的教育訓練，包括客戶服務技巧、銷售技巧、業務流程及系統操作等面向，確保每位服務人員都能秉持 ISSW 的精神，為顧客提供賓至如歸的尊榮服務，並在每一次的顧客互動中傳遞 INFINITI 專屬的品牌價值。

服務教育 |

課程類型	課程說明	參與對象	參與人次	參與時數
業服專業 職能訓練	服務觀察與溝通	INFINITI 經銷公司主管、企劃及各據點所長、服務廠長、業務及服務人員	8	40
	觸動人心的客情技巧		8	40
	QX60 種子講師教育訓練	INFINITI 經銷公司據點所長、業務人員	8	4

交車前	交車後	教育訓練
產品體驗提升 (ex：品牌香氛、音樂、餐點…)、交車禮升級	客休室服務升級、結帳流程優化、擴大車主生日禮範圍	第一線銷售與售服人員年度訓練：三階段訓練課程

豐富的車主活動 |

INFINITI 貫徹「以人為本」之品牌精神，除了提供車主全方位的守護及高品質的檢驗維修服務外，更持續為服務人員規劃完整的訓練計畫，使其能洞察客戶的需求，進而提供更尊榮的服務。同時，每年舉辦多項車主回廠活動，使車主用車體驗安心再升級。INFINITI 將持續挑戰及創新，讓車主每一次返廠，都能體驗更完善且更便利的服務項目。



2025 新春健檢 / 夏季健檢

參與人次 _____

春檢 **4,756** 人

夏檢 **4,314** 人

提供 42 項車輛健檢服務，並以會員制分級方案，讓客戶有差異化選擇。



經銷商合辦活動 - 梅酒DIY體驗活動

參與人次 **48** 人 車主比例 **100%**

結合品牌生活美學與在地文化延伸，於經銷據點規劃梅酒DIY體驗活動，選用原民於 88 風災後重建梅園所產之梅子，融入土地復育與人文故事，深化活動之永續意涵。透過親手釀製梅酒之互動過程與顧客交流設計，提升參與感與體驗深度，強化品牌與車主之情感連結，展現 INFINITI 融合質感品味與社會關懷之品牌精神。



2025 FAMILY DAY x 小巷清風豪華露營

參與人次 **160** 人

以永續發展為精神，結合自然山林與野奢露營車體驗。俯瞰鯉魚潭、遠望關刀山，在清風與綠意中引導以友善土地的方式親近大自然。透過推廣生態保育、串聯地方小農與優質住宿，享受自然環抱的悠閒時光，展開一段難忘而永續的旅程。



經銷商合辦活動 - 父親節車主關懷活動

INFINITI + NISSAN 參與人次 **168** 人

車主比例 **100%**

以父親節為主題，規劃車主專屬關懷活動，透過貼近日常生活的互動安排與體驗設計，營造溫暖且具交流感的品牌接觸情境。活動著重於顧客關係維繫與情感深化，強化車主回流與品牌認同，同時展現 INFINITI 於豪華服務體驗中所重視之細緻關懷與永續顧客經營價值。

3.3 客戶關係管理

重大主題：品牌行銷 |

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

有效的客戶關係維護能開拓更多元的服務項目，滿足多面向客戶需求，提高客戶忠誠度，增加銷售業績。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

產品未符合客戶消費喜好、或銷售過程存在不當行為，將損害企業形象和品牌聲譽，影響銷售業績。

2025 年投入資源

1. 優化客戶數位體驗
2. 定期舉辦跨部門顧客滿意度提升會議
3. 舉辦銷售及服務人員的教育訓練

策略目標 |

公司對客戶關係管理之政策與承諾

承諾：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

政策：數位銷售顧問、顧客服務中心

短期目標 (1 年)

1. 推動數位價值鏈轉型，藉以強化線上銷售流程及客戶體驗提升，以滿足顧客服務覆蓋率需求。
2. 積極提高網路預約試乘比例、線上預約購車專案提升數位銷售佔比。
3. 售服數位轉型策略 - NISSAN 線上商城、AS Media 2.0 行銷、提升數據整合自動化行銷獲利。

中長期目標 (3 - 5 年)

1. 數位通路管理策略 - 持續推動銷售流程數位化轉型、銷售顧問數位化能力提升，經銷商數位導流銷售佔比提升。
2. 售服數位轉型策略 - 持續推動 NISSAN 線上商城、AS Media 2.0 行銷、提升數據整合自動化行銷獲利。

2025 年目標達成情形

1. 優化客戶數位體驗。
2. 市場端客戶抱怨協調解決等，高階會議會提出呈報，跨部門的顧客滿意度提升會議。
3. 銷售及服務人員的教育訓練。

3.3.1

意見回饋管道

與顧客保持零距離的溝通、建立長期信賴關係，是裕隆日產顧客服務核心理念與價值。我們透過 0800 免付費專線與 SOS 處理機制（Speed-up One Stop Solution），確保提供即時、一站式的問題解決方案。無論在購車、交車，或後續保養維修階段，車主均能在黃金時間內獲得專人協助。此外，我們結合官方網站與 APP 的即時文字溝通功能，以滿足顧客多元需求，提供更貼心、便捷的用車體驗。

回饋管道	NISSAN	INFINITI
顧客服務中心	0800-088-888 道路救援 24 小時專人服務 一般諮詢 08:00 ~ 22:00 專人服務文字客服 (不含例假日) 9:00 ~ 17:00 (12:00~13:00 休息)	0800-333-399 一般諮詢及道路救援 24 小時專人服務
官網	https://new.nissan.com.tw/nissan	https://www.infiniti.com.tw/
社群網站	Facebook/Instagram 等	
電話訪問	不定期	
客戶滿意度調查	每月	
APP	NISSAN Care APP	INFINITI Care APP

3.3.2

客戶滿意度

裕隆日產以優化顧客體驗為核心目標，持續提升品牌形象與服務品質。2025 年品牌整體好感度（OaO）為 11%，在國產汽車品牌中排名第三；此外，NISSAN 與 INFINITI 在新車銷售顧客滿意度（SSI）與售後服務滿意度（CSI）調查中，均獲得高度肯定。未來我們將持續精進服務流程，實現卓越的顧客體驗。

品牌	NISSAN		INFINITI	
指標	SSI	CSI	SSI	CSI
2023	973	970	991	982
2024	979	4.92	4.90	4.80
2025	979	4.92	4.90	4.87
針對低分面向之改進方案	持續精進，確保高分達成。	落後構面主要為「客休息室舒適」，2026 年已成立 5S 檢核小組強化改善，提升環境整潔並與香氛結合提升客休空間的舒適感	持續精進，確保高分達成。	落後構面主要為「客休息室舒適」，2026 年已成立 5S 檢核小組強化改善，提升環境整潔並與香氛結合提升客休空間的舒適感

*2024 年起計分方式改為 5 分制

2025年顧客滿意度調查結果 |

問卷調查面向	CSI 售後服務滿意度	調查方式與頻率	每月
發放問卷數	406,656	問卷回收量	129,406
		回收率	32%

項次	評分項目	得分	滿意度	改善流程或因應措施
1	整體滿意度	4.91	98.2%	每月一次定期會議 檢討改善
2	保修處理滿意度	4.92	98.4%	
3	結帳服務與優惠權益說明	4.93	98.6%	
4	用車主可理解方式解說	4.92	98.4%	
5	客休息室舒適輕鬆自在	4.90	98.0%	
整體平均得分 4.92		整體滿意度 98.3%		

客訴處理流程 |



客訴案件處理統計資料 |

客訴案件類型	2025 年處理案件數
諮詢	14,878
判定成立/服務投訴進線	286
讚揚	181
判定成立/品質投訴進線	640
道路救援進線（含查詢/急修/事故）	5,667

3.4 產品品質

產品安全與品質管理 |

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

- 妥善的品質管理可以減少生產中的浪費，提升材料利用率並降低汙染與資源消耗。
- 提供顧客安心且有保障的體驗，提升顧客品質信賴度。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

- 產品安全性測試及品質管理和優化增加較多營運成本。
- 顧客用車體驗不佳，產品品質未得到保障，造成客戶安全疑慮及人身安全。

2025年投入資源

1. 新的車型（方向機、壓縮機）使用再生零件
2. 過保之後的零件使用再生零件
3. 工廠健康度評價（製程）落點提昇 0.20
4. 智慧點焊管理系統依時程導入與建置

策略目標 |

公司對客戶關係管理之政策與承諾

承諾：重視顧客健康與安全，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
政策：品質委員會、品質管理教育訓練、產品召回改善流程

短期目標 （1 年）

1. 工廠健康度評價（製程）落點提昇 0.20
2. 生產技術力評價結果符合承製家數：14 Suppliers

中長期目標 （3 - 5 年）

1. 品質一致性活動達成
2. 新技術、新工法趨勢調研
3. 優化生產製造經營管理體質
4. 提昇供應商生產準備能力、製程管理能力，並將輔導成果固化

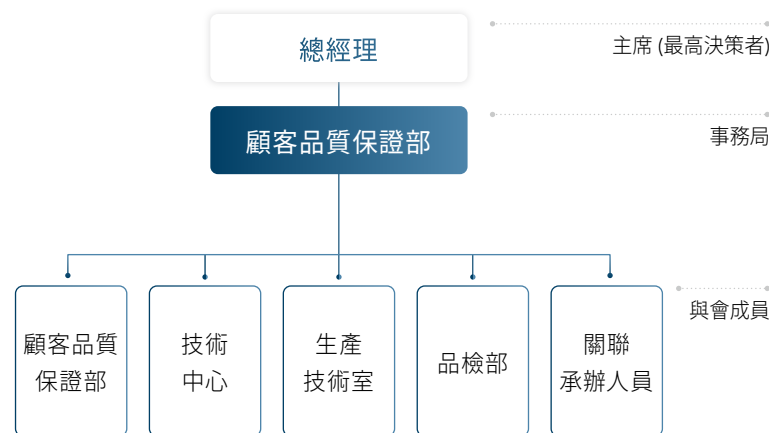
2025 年目標達成情形

1. 工廠健康度評價（製程）落點提昇 0.20
2. 生產技術力評價結果符合承製家數：16 Suppliers

3.4.1

品質管理委員會

裕隆日產設置「品質管理委員會」做為品質治理之最高決策單位，由總經理親自領軍。委員會由顧客品質保證部擔任主責單位，並協同技術中心、生產技術室及裕隆汽車（品檢部）等跨單位共同參與。該委員會每雙週召開一次會議，視需求安排特定議題之專案報告。各項決議事項交由相關部門研擬具體計畫，並由上而下貫徹執行，確保產品與服務品質達最高標準。



策略目標 |

本年度品質管理委員會透過雙月定期會議，監管品質目標達成狀況、品質滿意度與市調活動、影音主機品質、車體精度等 4 大主題。針對 2025 年辨識之 9 項品質課題進行改善，各項課題皆已議定對策。

3.4.2

品質管理

裕隆日產秉持對品質的堅持，制定嚴格的品質標準及作業流程，並定期舉辦員工品質教育訓練，涵蓋零件、車輛、市場三大面向，以穩定的品質安全性、可靠性，確保出廠之產品皆符合相關法規、標準以及顧客期望。2025 年未有違反有關產品與服務的健康和安全法規之情事發生。

為因應新能源車輛持續導入與產業轉型需求，裕隆日產於 2025 年完成新能源車保修據點建置，並同步推動新能源車型相關訓練，確保所有據點具備基本保修能力及必要之安全防護知識，相關專案均已依規劃完成。未來將持續依新能源車輛導入進程，採分級制度推動新能源保修人員認證，逐步建置 HV1、HV2 及 HV3 技能層級之專業技術人力。

在人才培育方面，將以逐步提升各廠新能源保修人員配置為方向，建立穩定且具持續成長性的專業人力基礎，以支撐新能源車型長期發展與維修需求。

產品全面品質管理 |

品管面向	階段	執行狀況
零件品質	SOURCING 階段	- 新專案、新零件國產化時實施生產工廠品質管理系統與品質實績的評價； - 確認候選廠商符合 Q-File evaluation 的要求
	設計開發階段	供應商依據 New Parts Quality Procedure 要求進行模夾檢具與製程 4M 的設計規劃；於各階段提出品質檢證實績；檢核品質目標達成狀況（YNTC主擔）
	量產階段	- 依據 Supplier Score Card 要求發行供應商品質目標與管理量產品質 - 實施供應商監查 Supplier Health Check 及推進品質提昇活動；達成客戶滿意目標（TCS 主擔）
	進料檢驗 (委裕隆汽車)	依驗收規範實施可掌控車材零件及物料品質、確保不合格品不流入生產線
車輛出廠品質	工程試作階段 (ET)	各項指標達成，可進入生產試作
	生產試作階段 (PT)	各項指標達成，可進入量產
	量產試作階段 (SOP)	各項指標達成，可以出車
	量產製程檢測 (委裕隆汽車)	依各車型管理工程圖實施可確保製程管理及車輛組裝品質
	量產成車檢驗 (委裕隆汽車)	依成車檢驗規範實施動態全檢、靜態全檢、暴風雨全檢測試、可確保成車產品品質
	量產成車品質評價	依VES評價基準實施抽檢監控、可維持並持續改善產品品質
	車輛配送品質監察	依監察基準可監控並改善車輛配送、庫存、整備、交車等各環節的管理品質及產品品質
	市場品情管理	依基準處理顧客抱怨及市場品情回饋並實施調查改善、可提昇客戶對產品的滿意度

*YNTC：技術中心、TCS：顧客品質保證部

品質管理教育訓練 |

資源	總受訓時數 (小時)	課程內容	每人受訓時數	參與人次
內部	114	YNM (裕隆日產) FQI 管理機制	2	6
		WIS 系統 _ 零件供應商檢提申覆(PIS)	2	8
		品質滿意度市調作業流程	2	6
		量產製程監察流程	2	6
		Traceability control method and application concept	2	6
		ASES (Alliance Supplier Evaluation Standard) 評價教育訓練	2	5
		SHC (Supplier Health Check) 監查教育訓練	2	5
		SSC (Supplier Score Card) 提升活動教育訓練	2	5
		變化點管理教育訓練	2	5
		SSC 月報教育訓練	2	5

再生材料 |

裕隆日產於維修及新車維護流程中積極導入「再生零件」，適用車型涵蓋 CEFIRO、SENTRA、TIIDA、LIVINA、X-TRAIL、TEANA 及 KICKS 等車款。目前推廣之再生零件項目包含變速箱、壓縮機及方向機。在新車維修方面，約 56.6% 車輛已使用再生零件，且客戶回饋良好。2025 年，本公司再生材料採購金額為 593 萬元，占材料總採購金額之 4.43%。未來我們將持續透過再生材料應用，實質促進資源循環並降低營運對環境的衝擊。

車種	型號	再生零件項目	執行狀況
過保車	CEFIRO / SENTRA / TIIDA / LIVINA / X-TRAIL / TEANA / KICKS /	變速箱 壓縮機 方向機	過保後零件使用再生零件進行維修，目前已有 56.6% 車輛使用再生零件，且客戶反應良好。
新車	X-TRAIL / KICKS / SENTRA		

材料總採購金額
133,725,706

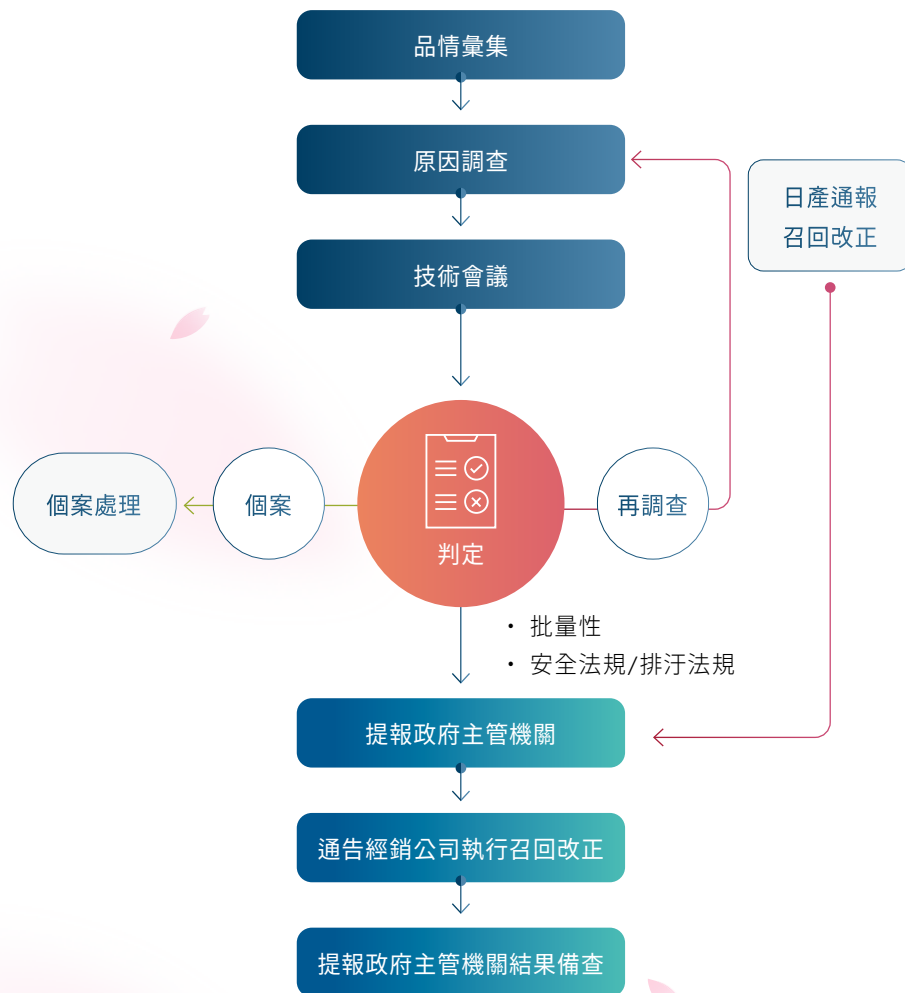
再生材料採購金額
5,930,002

採購再生材料占
總採購材料之比例
4.43%

3.4.3

召回改善流程

裕隆日產始終以顧客的安全和健康為首要考量，因此，我們建立完善的產品召回改善流程，致力為每位車主構築安心駕馭的品質後盾。



為嚴守車輛安全承諾，當裕隆日產接獲母廠發布之全球召回通知時，即立即啟動因應機制，主動聯繫車主提供後續檢修與維護服務，以確保最高標準的用車安全。2025 年度，本公司向交通部通報之召回專案共計 6 項：

車款及召回原因	改善措施	啟動時間	應召回數量 (台)	2025已召回數量 (台)
NISSAN QUEST 駕駛座安全氣囊 NISSAN 標誌瑕疵	回廠換件	2025/5/22	29	10
NISSAN KICKS e-POWER 鋰電池 控制器軟體瑕疵	回廠軟體更新	2025/5/22	837	811
X-TRAIL 1.5L 車型 引擎曲軸瑕疵	回廠檢查 及軟體更新 若有異常則更換	2025/11/20	1,726	906
ALTIMA 車型引擎 曲軸瑕疵	回廠檢查 若有異常則更換	2025/11/20	708	332
QX50 與 QX55 車 型引擎曲軸瑕疵	回廠檢查 若有異常則更換	2025/11/20	2,659	1,026
X-TRAIL e-POWER 發電機 馬達瑕疵	回廠檢查 若有異常則更換	2025/12/15	120	74

2025 年因違反《空氣污染防治法》而遭要求召回改正之案件數為 0 件。針對各項召回專案，裕隆日產除依法以專函及媒體公告通知車主外，更主動透過電話連繫，積極追蹤回廠進度。為保障顧客權益，即使車主逾召回改正結果備查期後回廠，本公司承諾仍將無條件提供永久免費之改正服務。

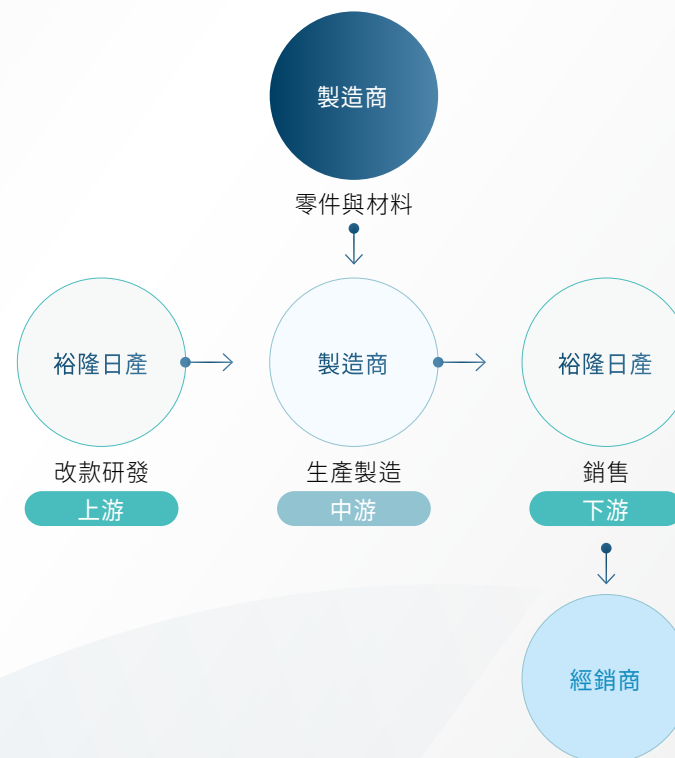
3.5 供應鏈管理

3.5.1

品牌價值鏈

裕隆日產的供應商管理政策致力於打造符合安全、衛生的工作環境，並建立重視人權與道德的就業制度。我們期許與供應鏈夥伴共同善盡世界公民責任，將永續影響力擴展至整個供應體系，進而實質照顧廣大協力廠員工，創造正向的社會價值。

裕隆日產與供應鏈關聯圖



3.1 NISSAN「感動・源自細節」

3.2 INFINITI「Human、Daring、Forward」

3.3 客戶關係維護

3.4 產品品質

3.5 供應鏈管理

上游供應商資料 |

供應商資料	供應商類型	服務或產品類型	廠商數量	向供應商支付的估計金額 (MNTD)	地理位置
國產零組件廠商	線上件	汽車生產用零組件	66	1,621.60	臺灣
直接物料廠商	直接材料	汽車生產用直接材料	17	55.60	臺灣
售後服務件廠商	售服件	汽車售後服務用零組件	74	2,054.17	臺灣
其他類別	SS	非車材零件之其他採購	56	55.46	臺灣
2025 年裕隆日產供應商家數合計			213		

註：SS (Service Support) 服務支持類採購

在地採購 |

年度	2023	2024	2025
在地採購金額 (MNTD)	5,335.82	4,440.91	3,245.70
在地採購項目	線上件+售服件+直接材料+SS	線上件+售服件+直接材料+SS	線上件+售服件+直接材料+SS
在地採購供應商家數	229	243	212
非在地採購金額 (MNTD)	7,218.29	5,159.05	3,839.32
非在地採購項目	線上件+售服件	線上件+售服件	線上件+售服件
非在地採購供應商家數	14	14	15
在地採購比例	43%	46%	46%

3.5.2

供應商管理

裕隆日產遵循《Nissan CSR Guidelines for Suppliers》的管理政策，成立供應商永續經營專案小組，負責監督和指導供應商在環境保護、職業安全衛生、勞動人權等方面的遵循情況。截至 2025 年底，供應商中共有 58 家供應商取得 ISO 14001 的認證；在勞動人權管理方面，我們已與 34 家供應商攜手展開深度合作，包含：進行勞動人權交流訪談、每季勞檢調查及要求缺失改善、勞動新知分享。展望未來，我們將持續擴大供應商的參與規模，以創造更深遠的環境效益與社會共好價值。

管理面

1. 依廠商現狀分級管理，以最小投入發揮最大綜效。
2. 輔導並要求廠商級數升級。

活動面

- 建立管理制度，提供改善資源、改善目標設定與實績確認：
1. 建立管理制度。
 2. 舉辦相關教育訓練。
 3. 優良廠商發表、觀摩交流。
 4. 目標未達成之改善對策。

供應商 永續發展策略 管理方針

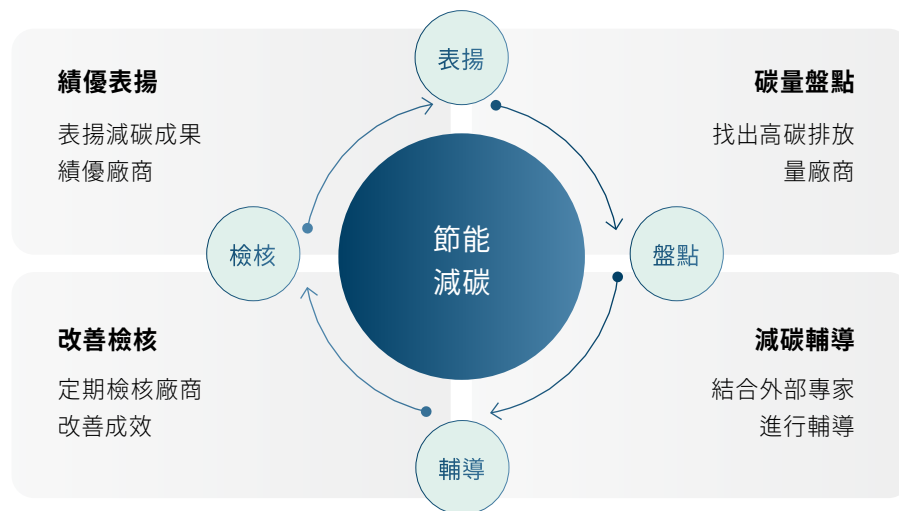


供應商永續發展策略-三大面向 |

面向	管理內容	2025 年管理成效	2026 或未來管理目標
節能減碳	- 訂定 2% 減碳目標。 - 追蹤管理廠商減碳措施、減碳進程。 - 依成果進行節能減碳績優廠商頒獎。	- 減碳實績：減少 2.17%、189 噸 (tCO₂e)。 - 協力大會上進行節能減碳績優廠商頒獎，2025 年獲獎廠商：3 家。	- 持續追蹤管理廠商節能減碳措施改善進度。 - 依成果進行節能減碳績優廠商頒獎。
勞動人權	- 促進廠商勞動檢查零違規。 - 要求拒絕使用來自衝突地區之 3TG 材料。 - 年度廠商勞動人權交流/每季勞檢調查及缺失改善。	- 針對本年度勞動檢查中 2 家具缺失之 B 級供應商，進行改善對策追蹤並確認改善完成。 - 完成供應商勞動人權實地交流共 4 家。	- 促進廠商勞動檢查零違規。 - 要求廠商拒絕使用來自衝突地區之 3TG 材料並配合日產調查要求。 - 制定年度勞動人權交流廠商家數。 - 統計每季勞檢調查及缺失改善回饋。
環境衛生	- 安全衛生案例統計。 - 廠商改善對策報告確認。 - 每季分享廠商安全衛生案例及對策。	- 持續針對 61 家廠商進行工安事件調查及案例宣導。 - 持續向廠商進行安全衛生案例及對策宣導，發生案例從 2024 年的 56 件降低至 2025 年的 29 件，安全衛生事件大幅降低。	- 每季分享廠商安全衛生案例及對策。 - 安全衛生事件持續下降。 - 廠商工安事件案例抽查，確保供應商回報資料，強化現行僅以「廠商自主回覆調查」為主之管理機制。

供應商減碳策略 |

本公司透過碳量盤點、減碳輔導、改善檢核與績優表揚四大策略，推動供應商節能減碳。2025 年，供應商年度減碳率達 2.17%。此外，我們也在協力大會上，表彰 3 家節能減碳突出的供應商，攜手全體供應夥伴共同邁向低碳生產與永續營運。



節能減碳執行成效 |

執行廠商家數	25	以 2025 年的採購金額 占比前 85% 的廠商
執行廠商所占比例	38%	
環境管理廠商風險分級（家數）		
A 級	B 級	C 級
已取得 ISO 14001 認證	已進行管理作業 但尚未取得 ISO 14001 認證	未進行管理作業
58	8	0
管理作為	1. 定期追蹤供應商節能減碳執行成效 2. 每年針對節能減碳績優廠商頒獎獎勵 3. 不定期於 PIS 宣導節能減碳資訊	

勞動人權執行成效 |

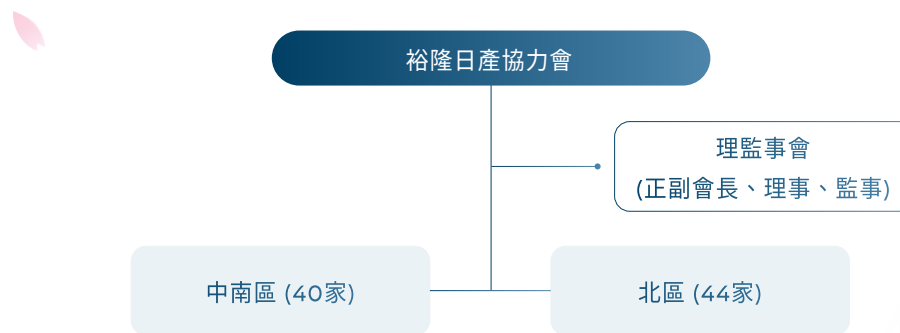
執行廠商家數	34	1. 採購金額占比累計前 96% 廠商線上任及新增廠商
執行廠商所占比	52%	2. B 級廠商 (分數最低 -79 分排序) 且包含 3 年內有裁罰違規事實
環境管理廠商風險分級 (家數)		
A 級	B 級	C 級
優於法令，體制健全	符合法令，體制有部份待加強	有違法疑慮，體制需改善
14	20	0
管理作為	1. 進行勞動人權交流訪談 2. 每季勞檢調查及要求缺失改善 3. 每季勞動新知分享	

環境衛生執行成效 |

執行廠商家數	61	2025 年以國產線上件有交貨實績之廠商為專案執行對象
執行廠商所占比例	92%	
廠商風險分級（家數）		
A 級	B 級	C 級
已取得 ISO 45001 認證或已登錄安全衛生工作守則	已建立安全作業基準書但尚未完成登錄備查	未建立安全作業基準書
57	1	3
管理作為	1. 每季例行對 61 家供應商進行安全衛生調查，要求廠商針對發生案例提出改善對策報告 2. 彙整當季安全衛生案例的改善報告，向 61 家供應商進行案例宣導	

裕隆日產理監事暨協力會 |

裕隆日產的汽車製造從原材料到各類汽車零件，高度仰賴龐大且多元的供應鏈體系支持。本公司透過成立「裕隆日產協力工廠協力會」（以下簡稱協力會），作為與供應商間重要的交流平台，旨在強化雙方之戰略合作與深度溝通。2025 年，共召開 1 次協力大會與 1 次高爾夫球聯誼活動。



與供應商合作共榮 |

促進溝通	合作開發
提供溝通平台，讓公司和供應商之間可以直接交流，即時解決問題，協調工作進度。	公司和供應商合作開發，提高產品的創新性和競爭力。
提升效率	確保品質
與供應商共同制定和優化供應鏈流程，提高生產和交付效率，降低成本。	定期進行品質檢查和評估，確保供應商提供的產品和服務符合公司的品質標準。

供應商輔導 |

為提升供應商的競爭力，裕隆日產內部設有專責單位，執行協力廠之改善輔導與監查活動。同時，透過協力會的理監事會議、協力會會員大會的多元交流活動，促進雙方有效溝通與經驗分享。藉由持續推動改善行動，共同強化供應鏈韌性與永續發展能力。

2025 年，延續自 2023 年啟動之供應商輔導專案，針對相關供應商，從品質提升、產品設計開發、生產技術提升及減少浪費等構面，實施輔導改善活動。以確保提升廠商 QCDDv 水準，達到品質提升、減少浪費並提高產品製造效率之目標。

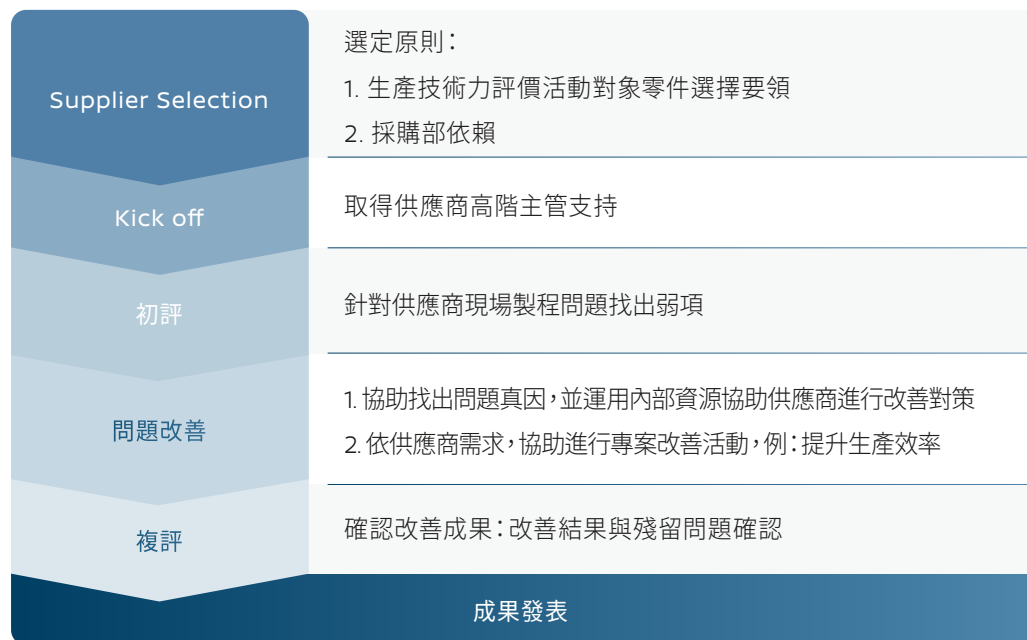
品質
提升

產品設計
開發

減少
浪費

生產技術
提升

提升供應商生產技術管理流程 |



3.5.3

經銷商管理

偕同經銷商共創佳績 |

經銷商體系是裕隆日產觸及消費者的最前線，也是傳遞品牌價值的關鍵樞紐。我們將經銷商視為重要的營運夥伴，透過深度的協同運作，共同落實產品銷售、售後服務與全方位的客戶關係管理。我們堅信，穩健的經銷網絡不僅是擴大市場的基石，更是解決顧客痛點、累積品牌信任度的重要關鍵，對於形塑卓越的品牌形象與鞏固市場競爭優勢具有決定性的影響。

方式	促銷辦法	通路評鑑制度	激勵金制度
目的	為達成集團 BP 目標，故設定促銷獎勵辦法，引導經銷商完成新車銷售台數	為有效管控全國經銷商中長期績效指標，我們透過階段性行動策略檢討與改善，確保各階段目標達成，進而達成全國品質一致之通路目標	因應消費者購車習慣及汽車市場銷售結構轉變，為激勵第一線所課長及銷售顧問持續加強銷售，及穩定同仁留任
管理策略	• 依照各經銷商銷售結構比訂定各月銷售目標，並設定銷售達成門檻獎勵金；經銷商依當月銷售實績計算達成率取得獎金。 • 針對銷售旺季規劃夏、冬季銷售競賽，銷售顧問依照限定期間銷售台數（點數），累積達成設定旅遊獎勵門檻。	透過各項考核辦法，包括：據點管理力、銷售顧問戰術、顧客滿意度、CRM 策略、數位行銷等項目，進行經銷商相關評鑑，並提供獎勵辦法，以利提高經銷商重視度及落實度。	每半年依各據點銷售顧問銷售實績給予激勵獎金，鼓勵留任並激勵銷售： • 所課長：依據點規模分大型據點、中型據點、小型據點分別給予不同獎勵。 • 管理課長：每台車以定額獎勵給予獎勵。 • 銷售顧問：依銷售台數級距分別給予不同獎勵。

04 環境保護

4.1 氣候行動

- 4.1.1 氣候治理架構
- 4.1.2 氣候風險與機會鑑別
- 4.1.3 氣候風險情境分析
- 4.1.4 指標與目標

4.2 環境及能資源管理

- 4.2.1 永續環境管理政策
- 4.2.2 能源與溫室氣體管理
- 4.2.3 廢棄物管理
- 4.2.4 水資源管理

4.3 循環經濟

- 4.3.1 永續產品與循環經濟

環境保護

核心願景與承諾

隨著全球暖化加劇，氣候變遷成為全球關注的焦點。裕隆日產積極將環境議題納入經營策略，推動節能減碳，亦因應綠色產品及循環經濟趨勢，引進節能車型，並持續在技術創新與產品研發的階段融入環境保護理念。在營運上，我們堅持預防污染和持續改善，嚴格遵守相關法規，並積極提升員工環保意識。同時與供應商、經銷商及服務廠建立良好合作關係，共同推動環境永續。

自 2021 年起，我們依循 TCFD 架構進行氣候相關財務揭露，評估氣候變遷對營運之影響與因應作為；同時關注水資源使用與生物多樣性保護議題，逐步將自然保護納入環境管理與永續發展規劃之中。

2025 年永續績效亮點

總排放 919.8625 公噸 CO₂e
較前一年度

減少 **22.5%**

2025 年溫室氣體範疇一與範疇二總排放 919.8625 公噸 CO₂e，**較前一年度減少 22.5%**，展現節能減碳成效。

完成生物多樣性暨不毀林政策規劃，並於 2026 年 2 月正式簽署承諾，將自然保護納入公司永續治理方向。

除持續進行溫室氣體範疇一、二外部查證外，自 2025 年起亦**將範疇三納入外部查證**，提升數據揭露品質與可靠性。

2025 年未發生違反環境相關法規或遭裁罰事件。



4.1 氣候行動

4.1.1

氣候治理架構

裕隆日產深刻認知到，在氣候變遷議題的全球趨勢下，傳統汽車產業將面臨減緩與適應氣候影響的挑戰。秉持追求環境共榮與永續經營的理念，我們依循 TCFD 框架中的治理、策略、風險管理，以及指標與目標四大面向，系統性地評估氣候變遷對公司當前與未來可能帶來的潛在風險與機會。

透過此舉，我們得以在適當時機制定相應的管理策略與行動方案，不僅致力於降低氣候風險的影響，亦期盼為企業開拓新的產業面向與發展契機。

氣候治理架構 |

四大面向	重點執行項目	主責單位
治理	1. 以裕隆日產董事會為「氣候變遷」管理最高組織，將氣候變遷相關議題納入目標與績效管理範疇，並於董事會上監督與指引永續發展委員會。 2. 由永續發展委員會下轄之永續環境發展小組及顧客與夥伴關係小組提出氣候相關行動，每半年追蹤各項計畫之執行成果，定期向永續發展委員會報告。	董事會與永續發展委員會
策略	1. 依據 TCFD 框架，鑑別短（1-3 年）、中（3-7 年）、長期（7 年以上）氣候風險與機會對組織的營運、策略和財務規劃之衝擊，並評估未來市場的發展潛力。 2. 2025 年度經永續環境發展小組審慎評估及討論，本年度公司營運狀況與外部環境變動幅度有限，且 2023 年度已完成的 TCFD 重大議題鑑別，其結果仍對營運面臨風險及機會具代表性，因此綜合考量資訊有效性及調查效率，本年度針對既存的 5 項重大風險與 3 項重大機會，分別進行風險管理以及指標與目標的之設定。	永續發展委員會 - 永續環境發展小組
風險管理	1. 針對重大氣候風險與機會統整公司現行管理方針，並將氣候風險與機會連結至各單位，透過跨部門協作與管理，降低氣候風險的衝擊，提高氣候調適能力與機會效益。 2. 將氣候風險納入企業風險管理（ERM）的流程。	永續發展委員會
指標與目標	1. 訂定氣候相關績效指標與量化目標，定期追蹤達成度，並對外揭露。 2. 確立「2050 年淨零排放」之長期目標。	各單位

氣候治理權責 |

項目	董事會	永續發展委員會	永續環境發展小組
主席	董事長	總經理	整合運營管理部-環安
成員	11 位董事	各單位主管	整合運營管理部-環安、行銷部、銷售部、零件服務部、商品企劃室、採購部、技術中心
成員背景	1. 具豐富專業與產業經驗 2. 具永續相關領導經驗 3. 不定期進修永續、氣候、碳管理相關課程	1. 熟悉部門業務之主管 2. 不定期進修永續、氣候、碳管理相關課程	環境管理專責單位，負責環境管理制度、遵循環境相關法規及國際準則等、評估永續轉型、提升資源使用率、氣候變遷因應機制
開會頻率	至少每季一次	至少每半年一次	1. 至少每半年一次 2. 不定期召開跨部門會議彼此討論協調
呈報機制	於董事會上聽取永續發展委員會報告	呈報董事會	向永續發展委員會報告執行狀況
權責	為氣候風險監督與指引的最高治理單位。負責核定氣候治理架構、氣候策略與氣候風險管理政策。	評估氣候策略、管理方針、指標與目標之可行性。管理指標與目標之執行成效，評估執行之有效性。	1. 執行氣候風險與機會矩陣分析。 2. 鑑別重大氣候風險與機會。 3. 擬定氣候風險與機會因應策略。 4. 協同各單位制定指標與目標。

4.1.2

氣候風險與機會鑑別

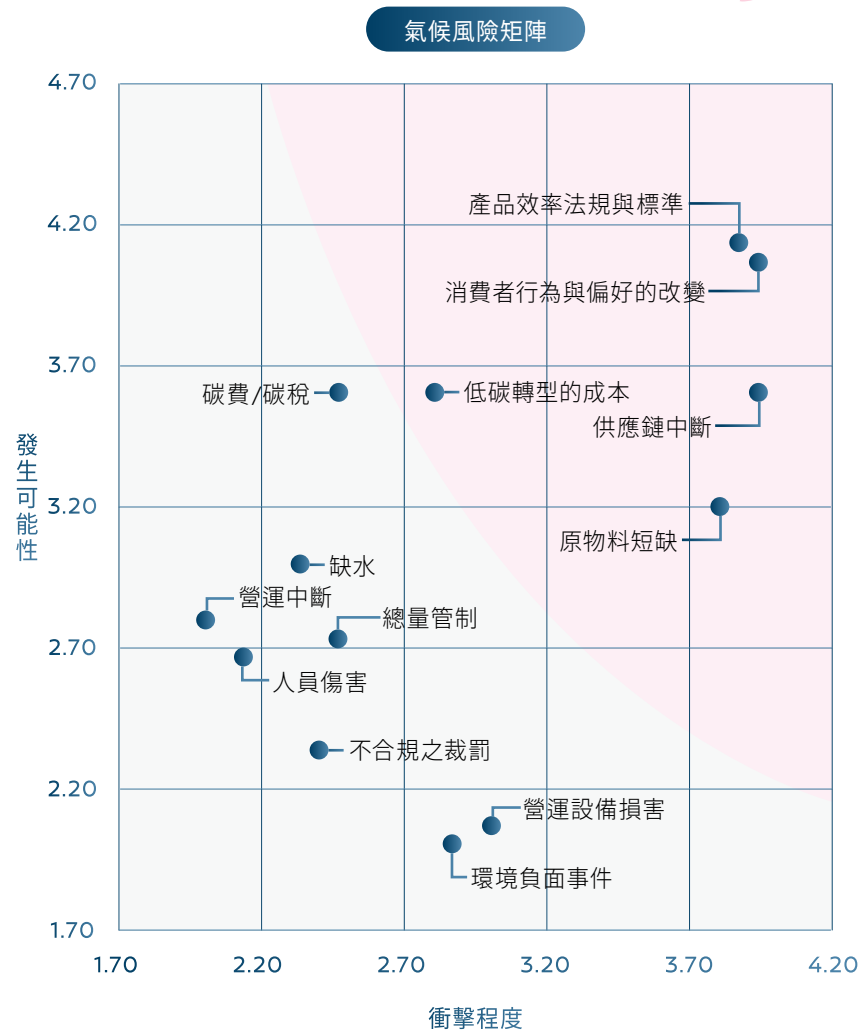
由總經理帶領永續發展委員會管理氣候變遷風險與機會，並由董事會督導，透過從上至下的方式推動策略制定、資源整合及成效評估，以調適與減緩策略應對氣候變遷帶來的永續挑戰，降低企業的非財務風險，實現低碳發展。氣候風險與機會由各單位從日常營運中觀察與辨識，並回報至永續發展委員會進行討論與分析，評估短、中、長期氣候相關影響。

因 2025 年未有營運上的重大改變，故氣候風險與機會議題及重大性繼續延用 2024 年的結果，並針對 2025 年度各項議題的作為及新增目標進行說明。

鑑別程序 |

流程	說明
氣候相關資料蒐集	1. 根據 TCFD 框架蒐集實體風險（立即性、長期性）及轉型風險（政策和法規、市場、技術、聲譽）與機會類別之情境。 2. 以汽車業及營運所在地（臺灣）為主軸，從世界經濟論壇-全球風險報告、CDP 碳揭露問卷、台灣氣候變遷災害調適平台、網路資訊及新聞事件等蒐集資料，並透過教育訓練提升同仁對永續或氣候變遷的認知。
部門訪談	與各權責部門主管會談，了解各單位營運情況與氣候相關的接觸點，提出潛在之氣候風險與機會項目。
TCFD 問卷設計	根據資料蒐集與部門訪談結果設計 TCFD 風險與機會問卷，並發放問卷予各單位主管填寫，評估氣候風險與機會可能對各單位造成之財務衝擊程度與發生可能性。篩選出與裕隆日產相關的 20 項氣候議題進行評分，共回收 15 份有效問卷。
重大性矩陣分析	依據問卷中各項氣候議題發生可能性與財務衝擊程度，進行矩陣分析，鑑別重大氣候風險與機會，並以矩陣圖示之。自 20 項氣候風險及機會中，鑑別出 8 項重大性氣候議題，其中包含 5 項風險與 3 項機會。
訂定指標與目標	針對鑑別出之重大氣候風險與機會，進一步提出管理方針或因應行動，評估財務影響及營運規劃，並由永續發展委員會協同各單位設定裕隆日產氣候年度指標與目標。本年度未重新辦理重大性鑑別，持續採用 2023 年建立並於 2024 年確認之重大氣候議題。

氣候風險說明與管理 |



4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

實體風險-立即性風險

議題	原物料短缺
影響利害關係人	• 顧客、合作夥伴、股東及投資人
潛在影響	• 長期氣候變遷導致全球環境出現劇變，使原物料供不應求，進而使裕隆日產因為原物料之短缺，造成開發日程延後，影響 SOP (Start Of Production) 日程。
財務衝擊	• 收入：新車無法準時上市或車款交期拉長，導致營收下降。 • 直接成本：極端天氣事件可能影響原物料供應或取得，進而導致原物料價格上漲，成本上升。
管理方針	• 供應鏈：優化存貨管理，降低供貨風險。 • 產品與服務：強化區域調派功能，若發現有零件缺件狀況，3 日內向他廠緊急調派需求零件。 • 營運：強化與在地廠商合作，加強零件的在地化生產。

議題	供應鏈中斷
影響利害關係人	• 顧客、合作夥伴、股東及投資人
潛在影響	• 由於極端天氣事件的頻繁發生，導致原物料、能源供應不穩定，供應鏈廠商營運或生產中斷，對於本公司造成供應鏈中斷而無法生產或影響正常營運。
財務衝擊	• 收入：因零件運送延遲造成供應鏈中斷可能使生產排程延後，導致交期拉長或延遲，進而影響客戶對公司的信心，訂單量下降。 • 直接成本：為尋找替代供應商或原物料價格上漲，使得成本增加，減少淨利。 • 運輸費用：因極端氣候及臨時調度零配件，需要付出額外的航運成本。
管理方針	• 採購：強化存貨管理，降低供貨風險。 • 營運：遠端推進業務，避免人員傷害的風險。 • 總公司：成立緊急應變小組，各據點留守並隨時處理及回報突發狀況。 • 經銷公司：各據點自行因應颱風做對應之準備；若是發生災害，需回報本公司各地區營業室，經彙整後回傳通路規劃科。
2025 年執行作法	• 針對受影響的客戶，聯繫客戶並給予優惠券。 • 強化受災後的維修及營運調度。

轉型風險-市場風險

議題	消費者行為與偏好的改變
影響利害關係人	• 顧客
潛在影響	• 消費者的環保意識高漲，對於新能源車更加感興趣，偏好購買使用新能源的環保車輛。
財務衝擊	• 收入：若產品未滿足客戶期待（如客戶希望購買低碳車），可能導致訂單減少、營收下降。
管理方針	• 定期參加法規趨勢說明會，以掌握最新資訊 • 安排廠商進行教育訓練，讓同仁掌握產品與環保相關議題 • 在風災期間即時傳遞防災資訊，並提供災損車輛專屬優惠服務，展現對客戶安全與需求的重視。
2025 年執行作法	• 技術開發：已完成新能源汽車導入可行性評估。

4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

轉型風險-法規風險 |

議題	產品效率法規與標準
影響利害關係人	• 合作夥伴、政府機關
潛在影響	• 政府耗能法規 CAFE 加嚴與排污法規 RDE 導入，使汽車廠投入研發低碳排產品。
財務衝擊	• 直接成本：符合法規之車輛成本上升，開發成本、設備投入成本、車型成本增加，影響車輛價格及銷售量，且燃油車獲利空間遭壓縮。
管理方針	• 技術開發：掌握新技術、市場動向與發展趨勢，持續進行新專案 QCT 評估。
2025 年執行作法	• 與內外部合作，在預算與時程內完成相關新能源車型導入的可行性評估。

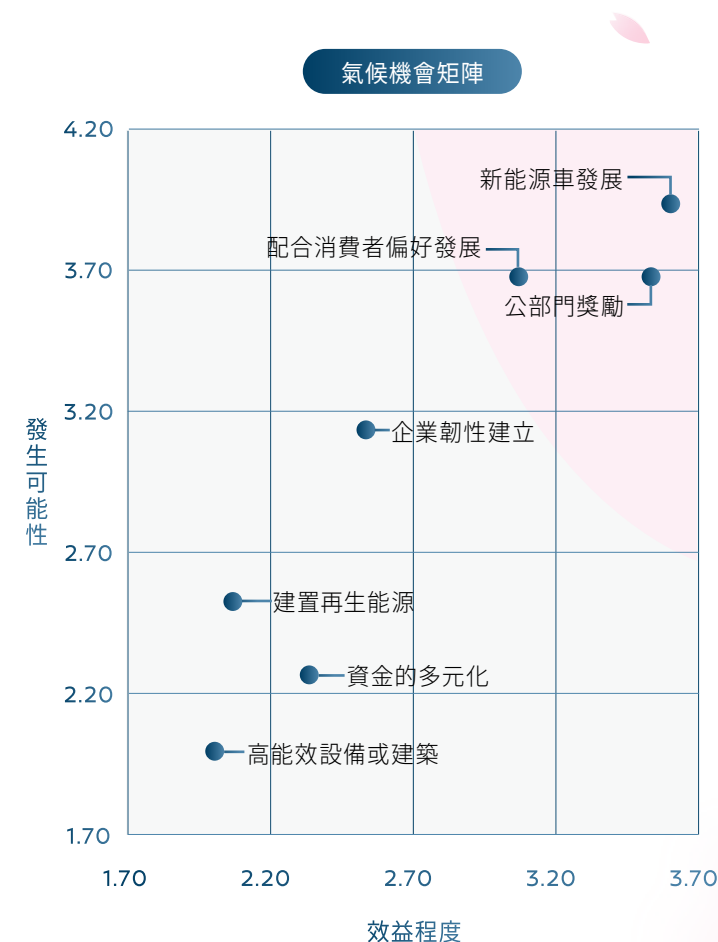
轉型風險-技術風險 |

議題	低碳轉型的成本
影響利害關係人	• 合作夥伴、政府機關
潛在影響	• 欲推出低碳、高效、智慧等新興技術並運用於運具上，增加研發成本、設備成本、人員學習成本等。
財務衝擊	• 研發成本提高：前期需要投入大量資金研發新能源車輛技術，包括電池、電機、電控等核心技術。 • 生產成本提高：新能源車輛因追加電池馬達等核心部件，技術複雜度提高，生產線設備及工序須調整更新。 • 基礎設施成本投入：新能源車的普及需要配套的充電樁或電池站等基礎設施建設。 • 廣告宣傳費用增加：為了讓客戶瞭解新能源車輛，需要增加廣告宣傳的費用。 • 再生能源相關支出：減少碳排需規劃建置太陽能等再生能源設施。
管理方針	• 研發投資：增加對自動化和技術創新的投資。

*車廠耗能總量管理（Corporate Average Fuel Economy Standards，簡稱「CAFE」）

*車輛實際行使排放測試（Real Driving Emissions，簡稱「RDE」）

氣候機會說明與管理 |



4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

氣候機會-產品與服務

議題	公部門獎勵
影響利害關係人	• 顧客、政府機關
潛在影響	• 政府環保法規的推動，讓新能源車可以獲得更多政府補貼。
財務衝擊	• 收入：取得政府補貼，進而降低車價，讓更多消費者更加願意購買新能源車，使銷量提高，推升營業收入。
管理方針	• 技術開發：掌握新技術、市場動向與發展趨勢，持續進行新專案 QCT 評估。

議題	新能源車發展
影響利害關係人	• 顧客、政府機關
潛在影響	• 隨著更加嚴苛的新能源車發展油耗標準與消費者的偏好改變，需提供更多低碳節能與新能源車款。
財務衝擊	• 收入：發展符合消費者需求的新能源車款，依據 NISSAN ARC 規劃持續增加電能車及 e-POWER 車款導入，提升銷量與營收。
管理方針	• 研發投資：持續投入技術與資源效率的研發，隨著低碳節能與新能源車的發展，推出相關車款。 • 價值鏈：致力於與國內相關供應商建立策略夥伴關係，促進新能源車之國產化，同時強化電動車產業鏈上下游協作，共同打造永續產業生態圈。

*註：NISSAN ARC：為 Nissan 於日本 FY25 財務年度發布之中長期經營計劃 "The Arc"，透過持續推出新車型、推廣電氣化、創新開發和生產方法、採用新技術以及建立策略合作夥伴關係，以提高自身價值和品牌競爭力。

氣候機會-市場機會

議題	配合消費者偏好發展
影響利害關係人	• 顧客
潛在機會	• 配合市場永續趨勢，推出相關服務以及銷售更加環保的車款，迎合現今消費者的環保理念。
財務效益	• 收入：藉由研發與生產新產品、開拓低碳商機，進入新市場，調整營收結構、提升獲利能力。
管理方針	• 營運：定期進行市場調查、競品分析，並依消費者需求及喜好，調整營銷策略。



4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

4.1.3

氣候風險情境分析

由氣候風險與機會鑑別可知對營運影響最劇烈的為實體氣候風險造成的供應鏈中斷，以及轉型風險的氣候相關法規變化及消費者喜好。因此我們將針對價值鏈中斷、碳費風險、消費者喜好轉型及法規轉型的風險進行分析及說明。

實體風險情境分析-價值鏈中斷風險分析

隨氣候變遷使得各類自然災害強度增加，可能影響本公司的日常營運，進而影響整個價值鏈。因此我們對各據點的未來自然災害潛勢進行情境分析，以瞭解極端氣候下，本世紀中營運可能面臨哪些風險及挑戰。針對本風險，將分為兩個面向進行分析：

總公司及辦公室
受極端氣候威脅程度

服務中心
受極端氣候威脅程度

針對公司總部、辦公室及經銷商遭受自然災害的可能性進行情境分析，我們採用聯合國政府間氣候變遷專門委員會（Intergovernmental panel on Climate Change, IPCC）第六次評估報告中的「共享社會經濟路徑」（Shared Socioeconomic Pathway, SSP），以不同的社會經濟發展作為情境假設，根據「國家災害防救科技中心—氣候變遷災害風險調適平台」當中的資訊，使用淹水災害及坡地災害的「危害度」、「脆弱度」、「暴露度」、「風險程度」作為指標，推估本世紀中（2041 - 2060 年）若持續仰賴化石燃料並維持高消費之下（SSP5 - 8.5 情境）的氣候情形。經檢閱國家災害防救科技中心—氣候變遷災害風險調適平台，可發現目前情境之風險與 2025 年檢閱情形相同，因此將持續延續去年的管理措施，並檢討 2025 年災害實際發生情形進行檢討及調整政策。

指標	定義	災害類型	指標選擇
危害度 (H)	氣候變遷導致氣候特性變化衝擊	淹水災害	基期與未來推估「24 小時內降雨超過 600 公釐」之發生機率。
		坡地災害	基期與未來推估「24 小時內降雨超過 350 公釐」之發生機率。
脆弱度 (V)	系統面臨氣候變遷危害所造成的影響程度	淹水災害	依現況 24 小時 600 公釐定量降雨的淹水模擬圖去分析淹水指標（相對易淹水區域）。
		坡地災害	依現況相關災害潛勢資料分析脆弱度、歷史崩塌指標、坡度指標、地質災害潛勢。
暴露度 (E)	災害可能影響的對象	淹水災害	以鄉鎮市區人口密度表示，當災害發生時，人口密度越高的地區，較直接受到衝擊影響。
		坡地災害	
風險程度 (R)	極端降雨在脆弱區域造成淹水災害的程度	淹水災害	極衝擊極端降雨在脆弱性高區域有人口居住的區位，可能遭受淹水災害衝擊的機率。
		坡地災害	極端降雨在脆弱性高區域有人口居住的區位，可能遭受坡地災害衝擊的機率。

註 1：各指標呈現為五級的風險等級，一、二級屬低度風險；三級屬中度風險；四、五級屬高度風險。

註 2：風險程度由危害度、脆弱度、暴露度三項指標綜合分析而來，評估基期（1960-2021 年）與 SSP5-8.5 情境下多數 GCM 模式（2041-2060 年）呈現之災害風險等級。

註 3：SSP5-8.5 情境：為高強迫路徑，假定未來為仰賴化石燃料的高消費世界，並於 2100 年的輻射強迫力達到 8.5 W/m²。

4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

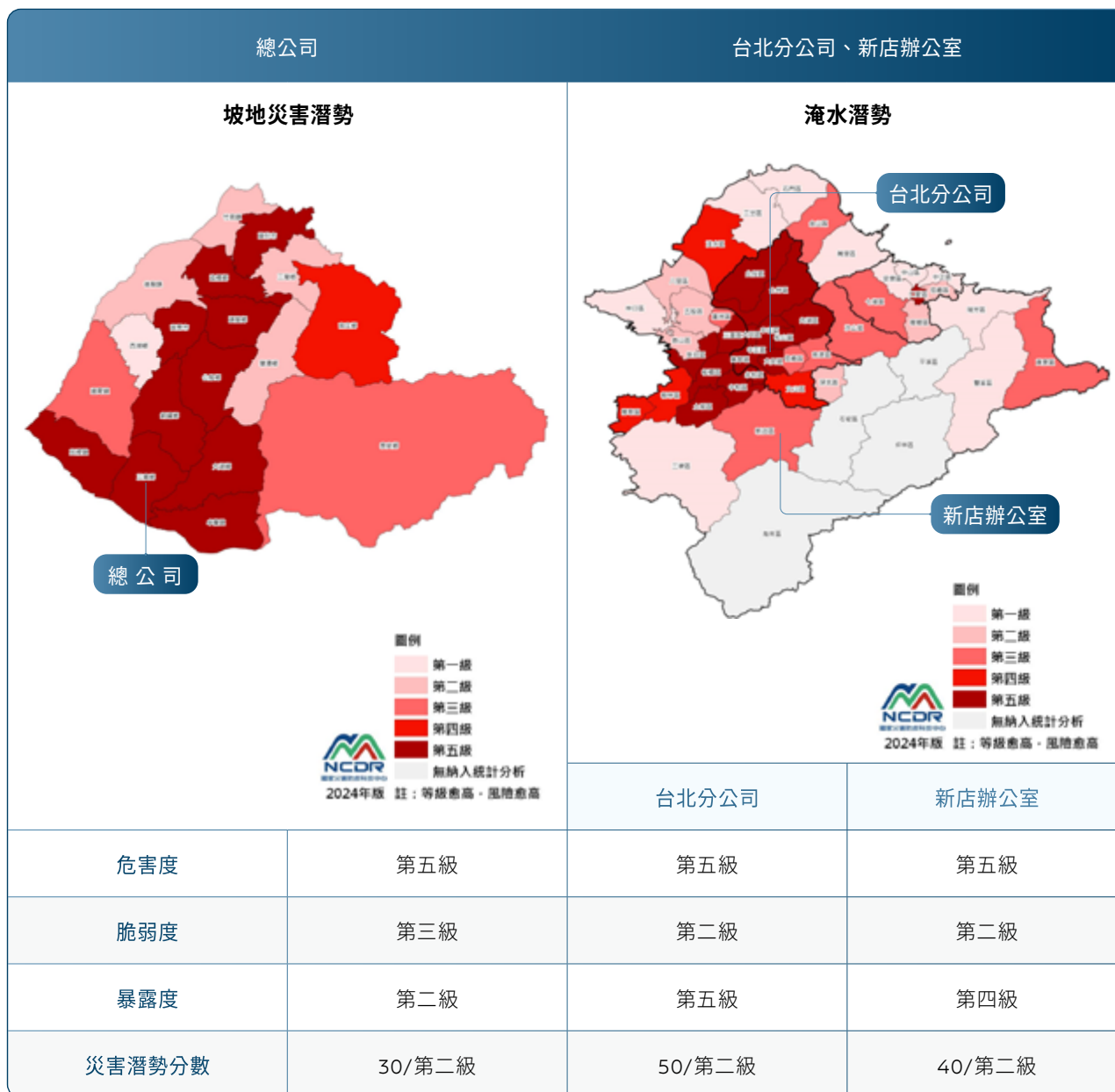
4.3 循環經濟

總公司及辦公室的極端氣候風險分析 |

為瞭解各營運據點未來可能受極端氣候威脅的程度，我們使用「國家災害防救科技中心—氣候變遷災害風險調適平台」當中的「危害度」、「脆弱度」、「暴露度」三項指標，計算於本世紀中（2041 - 2060 年）的災害潛勢等級，計算所得的分數，0~25 屬第一級、26~50 屬第二級、51~75 屬第三級、76~100 屬第四級、101~125 屬第五級。依氣候災害等級獲得的分數計算，可發現總公司及台北的兩處分公司及辦公室皆為第二級。

根據圖資結果顯示，位於苗栗三義鄰近淺山地帶的公司總部，雖然淹水災害風險程度僅為第二級，但坡地災害的風險為第五級；而位於台北市大安區的分公司及位於新店的辦公室，因皆位於台北盆地內，其淹水災害風險程度分別為第五級及第四級，皆為高風險地區。從結果上來看，裕隆日產總公司面臨坡地災害的風險，主要的威脅來自高危害度及脆弱度，即強降雨造成的坡地危害；而位於台北的兩處辦公室則具有淹水風險，威脅來自高危害度及高暴露度，為短時間的強降雨造成的氣候風險及高密度的人口造成暴險人數較多。

總公司在面對未來極端天氣頻繁發生之下，遭受危害的程度可能益加嚴重，需要強化對強降雨的因應措施，並做好廠區週邊的水土保持工作，避免過度開發加上強降雨造成土石流等危害；位於台北及新北的辦公室，因人口密度高使得遭受強降雨風險時會有更多人員可能暴露於風險之中，因此除了強化辦公處所的防災韌性，也需要考量週邊人口緊急危難之需求。為避免未來極端氣候事件造成的無法營運，我們將針對此分析結果規劃應變政策，並審慎評估潛在的危害，產出管理與行動方針。



4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

服務中心的淹水災害風險分析 |

為瞭解服務中心未來可能受極端氣候威脅的程度，我們使用「國家災害防救科技中心—氣候變遷災害風險調適平台」當中的「危害度」、「脆弱度」、「暴露度」三項指標，計算於本世紀中（2041-2060 年）的災害潛勢等級，計算所得的分數，0~25 屬第一級、26~50 屬第二級、51~75 屬第三級、76~100 屬第四級、101~125 屬第五級。

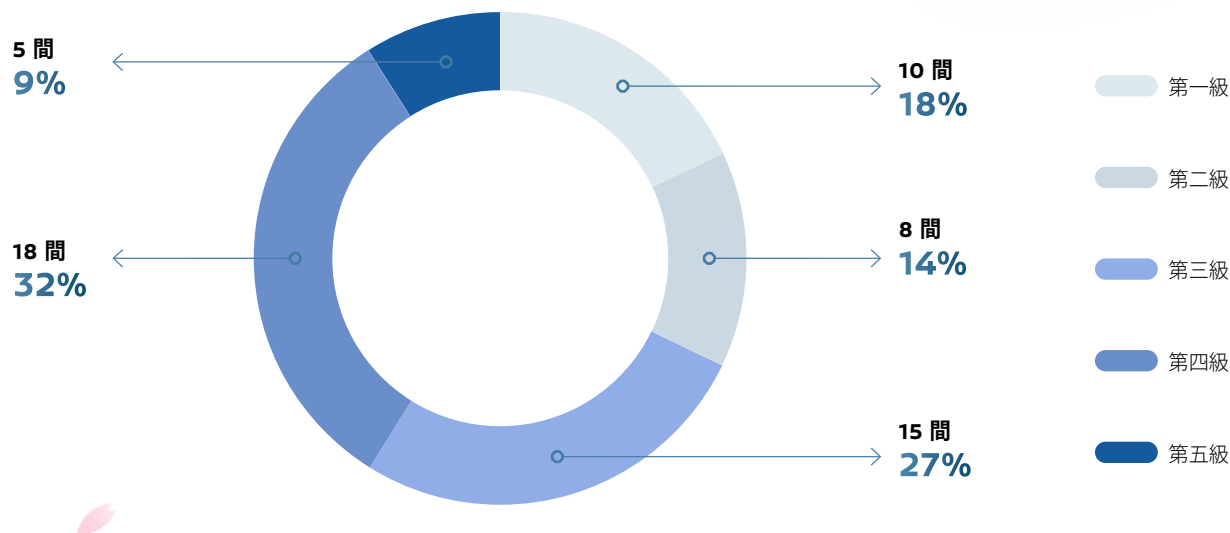
從分數分級來看，56 處服務中心當中，位於低度風險區域（第一級、第二級）的有 18 家（32.1%）；而中度風險（第三級）則有 15 家（26.8%）；而位於高度風險區域（第四級、第五級）的服務中心共有 23 家（41.1%）。

若個別觀察指標的風險等級，可發現危害度及暴露度的風險等級較高，代表各服務中心未來較可能面臨強降雨的風險，以及因周邊人口密度較高，造成受氣候風險威脅人群較多，因此針對服務中心，未來需做好強降雨造成危害的預防及減災措施。

因應未來極端氣候導致服務中心遭受危害，裕隆日產規劃於短期內強化與服務中心之間的風災應變機制，以確保客戶服務不中斷。目前遭受到風災等風險時，總公司成立緊急應變小組，並要求各據點主管留守並即時處理回報突發狀況，針對各經銷公司則會發布電子業務通報，提醒經銷公司執行相關防颱措施，包含盡速維修車輛給客戶、發送簡訊予客戶提醒防災、各經銷公司建立回報及災害機制。

每逢颱風或梅雨季節，皆會主動發布相關通報予各經銷商，並透過 APP 提醒車主注意防災事項未來將持續依情境模擬分析結果，規劃應變策略以降低氣候風險造成的災害。

裕隆日產服務中心災害潛勢等級分布



指標	危害度		脆弱度		暴露度	
	家數	占比	家數	占比	家數	占比
第一級	6	10.7%	4	7.1%	0	0.0%
第二級	0	0.0%	10	17.9%	1	1.8%
第三級	0	0.0%	13	23.2%	3	5.4%
第四級	0	0.0%	18	32.1%	16	28.6%
第五級	50	89.3%	11	19.6%	36	64.3%
總數	56	100%	56	100%	56	100%

4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

低碳轉型風險分析-碳費風險分析

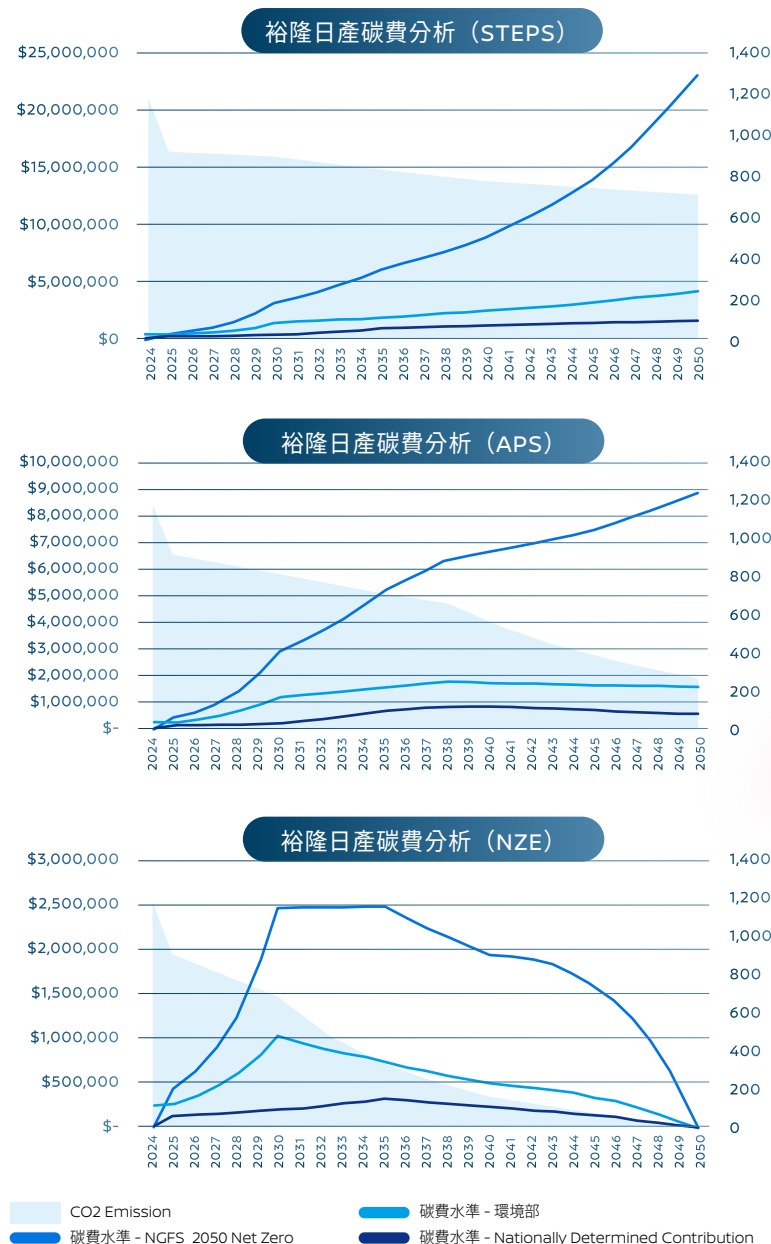
臺灣政府為達成「2050 年淨零排放」之目標，環境部已於 2024 年中正式公告《碳費收費辦法》，自 2026 年起，將針對碳排放超過 2 萬 5 千噸 CO₂ 當量的業者課徵碳費每噸 CO₂ 當量 300 元新台幣的碳費。裕隆日產於 2025 年的範疇一至範疇三排放量合計為 1,533.195 公噸，未達碳排大戶的門檻，且較前一年度減少逾 300 噸的排放量。

雖然目前仍無需繳交碳費，但未來若因應政策及國際潮流，降低碳費收費門檻，裕隆日產仍有可能面臨碳費造成的額外成本。為評估對長期營運可能造成的影響，我們基於 2025 年的實際排放量及以下情境，評估 2026 至 2050 年裕隆日產在不同情境交替演變之下，將會有何程度之曝險結果。

碳費風險分析情境	
項目	情境
評估期間	推估 2026 年至 2050 年
排放情境	依國際能源署 (IEA) 發行之 “World Energy Outlook 2024” 提出的情境假設未來裕隆日產排放變化： - 既定政策情境 (Stated Policies Scenario, SPS) - 承諾目標情境 (Announced Pledges Scenario, APS) 2050 淨零排放情境 (Net Zero Emissions by 2050 Scenario, NZE)
碳費情境	- 環境部費率 (2030 年前採環境部現行費率及預告調整費率；2031 年後接軌歐盟碳費) - GCAM 6.0 NGFS 2050 Net Zero (2050 淨零碳排) - GCAM 6.0 NGFS Below 2DC (暖化低於 2° C)

根據情境分析的結果顯示，最高的碳成本為在既定政策情境下排放，收費依 GCAM 6.0 NGFS 2050 Net Zero (2050 淨零碳排)，在 2050 年時會造成約新台幣 2,300 萬元的碳成本，約占 2025 年總營收的 0.15%，與前一年度的情境分析相比，最嚴重情境的排放減少約新台幣 700 萬元，主因為 2024 至 2025 年間溫室氣體排放量顯著減少，而降低絕對碳成本的衝擊。依現行情境分析，碳費對裕隆日產營運影響目前有限，主因是碳盤查僅限總公司廠區，排放以辦公室營運為主，佔總營收比例低。

然而，若未來碳費擴及經銷商與供應鏈，成本可能上升，且不積極應對氣候議題恐削弱市場競爭力。為因應未來納入範疇三排放，我們將加速轉型，優先推動新能源車款國產化，以低碳產品回應市場需求的同時，降低產品對環境的衝擊。此外我們也透過更換廠內節能設備、採用在地綠色採購，並與上下游供應鏈協作，降低服務過程的碳足跡，使我們不僅可符合政策趨勢，亦能強化品牌形象，確保長期市場地位。



4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

低碳轉型風險分析-消費者偏好轉型及產品效率法規調整下的挑戰與機遇 |

在全球氣候變遷與永續趨勢推動下，裕隆日產面臨消費者行為轉變與產品效率法規調整的雙重轉型風險。消費者日益青睞新能源汽車（如電動車與油電混合車），依 2025-2026 年國際與亞太市場調查，消費者對純電動車（BEV）的採用呈現區域分化與成長放緩趨勢，對油電混合車（HEV）之接受度明顯提升，主因包括購車價格、充電便利性與使用習慣考量等，而台灣市場亦呈現相同趨勢，新能源銷售成長主要來自油電混合車款，若產品結構未能對準此轉變，恐導致市佔率與營收下滑。

同時，台灣政府規劃修訂《車輛容許耗用能源標準》，要求各車廠於 2030 年出廠車輛平均能耗達每公升 27.1 公里。在 2°C 低碳情境下，若政策提前（如 2035 年禁售）或加嚴（如碳費隨油徵收），傳統內燃機車款將面臨淘汰，導致庫存積壓、銷售下滑與違法造成的罰款風險。

目前，KICKS e-POWER（每公升 22.0 公里）最接近規範，但仍需提升。後續財務影響方面，裕隆日產短期將承擔新能源車國產化相關研發與設備投資（CAPEX），以及市場導入期所需之品牌溝通與行銷費用；中期則可能因油電與電動車毛利結構不同，以及價格競爭加劇，承壓整體獲利能力；長期而言，隨新能源車滲透率提高，因維修需求降低與零件結構改變，傳統售後服務營收模式亦需重新布局，並投入充電、電池與軟體服務等新型支出。

然而此趨勢亦帶來機會，若成功轉型可搶佔綠色消費市場，提升品牌價值與長期收益。裕隆日產積極因應，與日產原廠洽談引入 e-POWER 與電動車款，並計畫國產化以降低成本。e-POWER 技術結合燃油效率與電動性能，適合台灣充電設施尚未完備的過渡期，滿足消費者對永續與便利的需求；長期則聚焦電動車開發，目標於 2030 年前達標法規標準。

2025 年，國產車已有 8 款取得節能與環保標章。此策略需初期投入部分資金，但可透過規模經濟及供應鏈合作緩解壓力，預計提升市場佔有率並強化永續經營的企業形象。透過此轉型，裕隆日產將氣候挑戰轉化為競爭優勢，實現環境與經濟共榮。

4.1.4

指標與目標

回顧裕隆日產 2025 年的目標，主要可分為三部分，強化抗風險能力、國產化新能源車及推廣新能源車。目前我們持續透過落實在地生產，強化抵抗供應鏈中斷的能力，並且持續和國內供應商保持良好供應鏈關係，共同促成新能源車國產化。為更有效的推廣新能源車，裕隆日產透過舉辦車主活動及品牌大使等活動，強化新能源品牌精神以深植大眾心中。

裕隆日產的各營運據點會遵循所屬地法令規範、日產母公司與裕隆集團策略，並每年定期盤查台灣廠區的溫室氣體排放量，亦於內部推行各項節能減碳措施。我們將致力於推動新能源汽車國產化、持續汰換耗能設備，並強化供應鏈韌性，促使企業經營符合永續發展的精神。

2025 年目標

1. 展開 e-POWER/EV 車實體開發業務。
2. 建立風災應變機制，確保客戶服務不中斷。
3. 建置災後維修排程之因應機制。
4. 維持災後售後服務之顧客滿意度。
5. 強化氣候韌性，不發生因氣候風險而造成人員或財務損失。
6. 推動零件在地生產，使零件國產化比例達35%。
7. 建立 Second source 機制，強化供應鏈韌性。
8. 於上半年完成溫室氣體盤查外部驗證

中長期目標

1. 使國產 e-POWER/EV 車輛上市，並於十年後全面導入 EV 車型。
2. 提升新能源車銷售占比。
3. 持續搜尋更有競爭力的零組件，降低客戶維修成本。
4. 跨部門合作開發出可因應氣候衝擊之零組件。

4.2 環境及能資源管理

全球暖化所致的氣候變遷已成為各國高度關注的核心議題，為此，各國陸續制定更為嚴格的环境法規，並透過開徵能源稅、碳稅及碳費等措施，積極管控溫室氣體排放總量。在此背景下，裕隆日產深刻認知企業責任不僅只於追求經濟效益，更需順應全球永續趨勢，全面評估環境影響，並以符合國內法規要求為基礎。對內，我們持續推動節能減碳相關舉措；對外，我們積極推廣多款節能車型，作為實踐環境永續承諾的關鍵策略。

重大主題：氣候變遷因應與策略

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

- 妥善處理廢棄物與生活垃圾，降低環境污染，提升品牌形象，吸引綠色消費市場。
- 因應氣候變遷帶來的流行病趨勢改變，透過員工診所與健康促進措施改善勞工福祉，增強勞動效率，降低潛在醫療成本。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

- 溫室氣體排放與化學品管理不當可能增加碳費與環境罰款，影響營運成本。
- 火災或化學品洩漏風險可能危害員工安全與社區環境，損及企業聲譽，導致潛在經濟損失與法律責任。

2025 年投入資源

- 投入 22.6 萬元進行 ISO 14064-1 溫室氣體盤查與第三方查證作業。
- 設置員工診所及專任駐廠醫師、護理師進行臨場服務及健康促進措施，一年費用約 132 萬元。
- 與合格廠商簽訂清運、處理合約，共花費 48,188 元，處理 7.956 噸生活廢棄物。
- 進行化學品管理及火災演練。

策略目標

公司對氣候變遷策略之政策或承諾

積極應對氣候變遷，響應節能減碳與推動綠色供應，執行環保行動，並重視污染預防與廢品妥善處理。透過風險管理與持續改善，公司確保環境策略有效落實，同時善盡社會責任，以低碳轉型回應市場需求，強化永續經營。

短期目標（1 年）

於各年度上半年完成溫室氣體盤查外部驗證。

中長期目標（3-5 年）

2030 年前，每年皆比上一年度減少 2% 溫室氣體排放量、廢棄物處理量及水資源使用量。

4.2.1

環境管理政策

裕隆日產訂有「永續發展實務守則」，明定本公司應遵循環境相關法規及相關之國際準則，適切地保護自然環境，且於執行營運活動及內部管理時，致力於達成環境永續之目標。

公司設立「環境管理系統推行委員會」及「永續環境發展小組」，分別負責推動導入環境管理系統及落實環境永續策略。環境管理系統推行委員會主責推動導入及執行各類管理系統，過往已導入 ISO 14001 環境管理系統，並依循 ISO 14064-1 進行溫室氣體盤查作業。

2025 年在溫室氣體管理方面，裕隆日產已完成範疇一、範疇二及範疇三溫室氣體排放之盤查作業，除持續進行範疇一、二外部查證外，自 2025 年起亦將範疇三納入外部查證，以確保盤查數據之可靠性與一致性。未來公司將持續依循管理制度與永續發展規劃，逐步精進溫室氣體盤查與查證作業，強化環境資訊揭露品質。

環境管理系統推行委員會	
主席	總經理
權責	依照 ISO 14001 之要求運作及維持公司運作，並取得 ISO 14064-1 溫室氣體盤查之外部查證
成員	各部門幹事
成員背景	均已接受 ISO 14001 教育訓練
開會頻率	半年
呈報機制	管理審查會議
2025 年成效	持續進行溫室氣體範疇一及範疇二盤查並完成外部查證；2025 年新增範疇三排放之外部查證與揭露 設定每年 6/30 前取得前一年度的 ISO 14064-1 外部驗證

永續環境發展小組	
主席	整合運營管理部-環安
權責	依 TCFD 架構執行氣候風險分析、鑑別、因應與各單位討論環境永續策略
成員	整合運營管理部-環安、智慧數位行銷企劃部、零件服務部、商品企劃室、採購部、技術中心
部門	環境管理專責單位，負責環境管理制度、遵循環境相關法規及國際準則等、評估永續轉型、提升資源使用率、氣候變遷因應機制
開會頻率	至少半年一次、不定期召開跨部門會議協調討論
呈報機制	向永續發展委員會報告執行狀況
2025 年成效	辦公室用電及公務車用油管理，顯著低減用量

環境政策 |

本公司主要從事汽車研發、設計、代理、銷售服務及售後維修等服務，我們秉持著遵守法規、預防污染及環境友善的理念，從營運的三大面向推動環境管理政策。

採購	產品	銷售服務
透過強化供應商永續管理策略，推動綠色供應鏈，落實在地採購及採購符合環保要求的零件。	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。	推廣綠色行銷，向消費者傳播環保理念，提供綠色服務及商品。售後服務推動使用大容量罐裝機油取代小包裝機油，以及對缺水季節返廠維修未洗車的客戶提供回饋。

環境管理制度 |

在永續發展的承諾下，裕隆日產持續完善環境管理制度，以因應營運活動對自然環境的潛在影響，並確保環境責任的實踐。我們建立量化環境永續目標，並定期審視其持續性與相關性，以確保目標與全球趨勢及企業策略保持一致。

能源與溫室氣體管理 • 導入環境管理系統。 • 致力於提升能源使用效率，及使用對環境負荷衝擊低之再生物料，使地球資源能永續利用。 • 減少產品與服務之資源及能源消耗。 • 增加產品與服務之效能。 • 訂有能資源管理程序。	水資源管理 • 為提升水資源使用效率，本公司妥善及永續利用水資源，並訂定相關管理措施。 • 旱季時，與經銷商以優惠券等方式，鼓勵客戶共同支持節水行動。
生物多樣性 • 本公司考慮營運對生態系統之影響，促進及宣導永續消費之概念，並依上述原則從事研發、採購、生產、作業及服務等營運活動，以降低公司營運對自然環境及人類之衝擊。	廢棄物管理 • 減少污染物、有毒物質及廢棄物之排放，並依法妥善處理廢棄物。 • 增進原料及產品的可回收性。 • 使可再生資源達到最大限度之永續使用。 • 延長產品的使用年限。

生物多樣性暨不毀林承諾與管理方針

裕隆日產汽車深刻體認生物多樣性對全球生態系統穩定與人類永續發展的重要性，於 2026 年 2 月正式發布由總經理簽署之「裕隆日產汽車股份有限公司生物多樣性暨不毀林承諾」，將生態保育原則納入公司營運策略與價值鏈管理實踐中。該承諾適用於自身營運及整體價值鏈，並以 2050 年實現

「自然與生物多樣性無淨損失（No Net Loss）」與「淨正向影響（Net Positive Impact）」為長期目標，展現本公司對守護森林生態與維持生物多樣性的長期承諾。為具體實踐不毀林承諾，我們積極推動多項辦公數位化轉型，由資訊、管理及財務等跨部門規劃與執行，透過無紙化系統以取代傳統紙本作

業。在全員共同響應與落實下，2025 年全公司用紙量已較前一年度降低 13.45%，以實際行動守護地球生態環境，減少營運對自然環境之潛在衝擊。在此基礎上，我們進一步規劃並展開下列四大行動指標：

定期進行生物多樣性風險評估，以掌握營運與供應鏈對自然資源之依賴、衝擊、風險與機會，並積極配合政府政策，推動優先保護區域之生態恢復。

01
風險管理

02
價值鏈合作

攜手供應商與經銷商，確保營運活動避免對敏感生態系統造成衝擊，並鼓勵夥伴共同參與生物多樣性保護行動，提升生態管理水平。

遵循優先避免自然衝擊之原則，針對無法避免之影響執行減少因應方案，並持續推動如石虎棲地恢復與植樹復育等行動，以平衡業務活動對自然之影響。

03
緩解與補償

04
無砍伐森林承諾

嚴正承諾執行無砍伐森林行動，並通過林業與生態恢復計畫，確保森林生態系統之完整性與永續性。

相關之行動進展與績效，將每年定期於公司官網及永續報告書中揭露，以落實透明化管理並回應利害關係人之期待。

4.2.2

能源與溫室氣體管理

裕隆日產汽車持續推動低碳轉型，自 2023 年起即依據環境部《溫室氣體盤查指引》持續進行溫室氣體盤查作業，並逐步強化內部管理機制與數據品質，自 2025 年起溫室氣體盤查範圍已全面涵蓋範疇一至範疇三，並完成範疇一及範疇二之外部查證，取得第三方查驗證書。公司以 2025 年為基準年，訂定溫室氣體減量與能資源管理目標，承諾溫室氣體排放量每年至少降低 2%，設定於 2030 年達成累計減量至少 10% 之具體管理目標，長期朝 2050 年淨零排放邁進。

同時針對用電、用油、用水及廢棄物等能資源管理，持續推動各項行動方案，促進同仁養成良好節能減廢習慣，進而降低溫室氣體排放量。2025 年度範疇一及範疇二總排放量較前一年度減少約 266.6 公噸 CO₂e，減幅約 22.5%，展現具體減碳成效，未來持續精進能源管理與溫室氣體治理作為。

溫室氣體排放統計

溫室氣體種類	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
直接溫室氣體排放量 (Category 1)	386.5529	414.3785	372.8035	261.3886
間接溫室氣體排放量 (Category 2)	828.2502	757.1964	813.7062	658.4739
溫室氣體總排放量 單位 (公噸)	1,214.8034	1,171.5749	1,186.5097	919.8625
營業收入 (百萬元新台幣)	23,607	26,136	23,132	15,132
碳排放密集度 (公噸 CO ₂ e/百萬元)	0.0515	0.0448	0.0513	0.0608
其他間接排放 (Category 3) 類別三：運輸間接排放源 單位 (公噸)	-	-	402.9778	379.3315
其他間接排放 (Category 3) 類別四：原料/服務間接排放源 單位 (公噸)	-	-	260.7607	234.0014

- 註：
- 單位：公噸 CO₂e
 - 根據經濟部能源局公佈之數據，2024 年電力排碳係數為 0.474 公斤 CO₂e / 度，並使用 IPCC 第六次評估報告之 GWP 值。
 - 盤查範圍為總公司。
 - 計算公式：碳排放密集度 (公噸 CO₂e/百萬元) = 溫室氣體排放量 (類別 1 + 類別 2) / 營業收入

能源使用情況

受營運結構與資源使用調整影響，2025 年部分指標之成效未能充分展現減量成果，惟公司長期管理策略與目標並未改變。

項目	單位	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
非再生能源	外購電力消耗 (kWh)	1,673,233	1,532,786	1,716,680	1,389,185
	外購電力消耗 (GJ)	6,023.64	5,518.03	6,180.05	5,002
	汽油 (L)	134,043.2	143,594.8	139,912.5	105,694.0
	汽油 (GJ)	4,376.62	4,688.49	4,568.26	3,327.9080
	柴油 (L)	2,802.3	1,717.6	150	192
	柴油 (GJ)	98.54	60.39	5.28	6.9369
	煤油 (L)	840	320	420	840
	煤油 (GJ)	29.89	11.39	14.95	29.8952
能源總使用量 (GJ)		10,528.69	10,278.3	10,768.53	8,337.0512
營業收入 (百萬元新台幣)		23,607	26,136	23,132	15,132
能源密集度 = 能源總使用量 (GJ) / 營業收入 (百萬元新台幣)		0.45	0.39	0.47	0.55

- 註：
- 目前未使用再生能源。
 - 本表中能源熱值係數為參考經濟部能源署 2025 年 8 月 12 日更新之能源統計手冊及環境部氣候變遷署事業溫室氣體排放量資訊平台公告 2025 年度車用汽油、柴油之熱值。
 - 車用汽油 1L = 7,586 kcal、柴油 1L = 8,636 kcal、煤油 1L = 8,500 kcal。
 - 熱值單位換算公式：能源熱值 (GJ) = 能源使用量 × 能源熱值係數 (kcal) × 4.186/1,000,000。
 - 資料涵蓋範圍包含三義廠區及新店辦公室。

節能減碳行動與能源管理計畫 |

裕隆日產汽車股份有限公司主要從事汽車研發、設計及銷售服務，秉持遵守法規、污染預防、節能減碳與持續改善之理念，為善盡企業環境保護責任，制定能源管理計畫，系統性推動節能減碳、節水及廢棄物管理等實際措施，以有效節約能源資源、減少不必要之耗用，並促進溫室氣體減量。

本計畫涵蓋油、水、電及廢棄物管理之背景說明、推動措施、近年現況與減量目標，公司目前設定每年溫室氣體排放減量 2% 之目標，並透過環境管理系統推行委員會定期召開節能減碳會議，持續推動相關改善方案，包括逐步汰換傳統照明設備 LED 燈具、於各營運據點設置獨立照明開關以因應實際使用需求、推動節水措施提升資源使用效率，以及依公務車使用年限逐步汰換車輛，導入 e-POWER 與電動車等低碳運具，以降低交通運輸所產生之碳排放；相關作法已納入日常管理機制，並持續滾動檢視與優化，作為公司長期節能減碳行動的重要基礎。

節能減碳方案	執行方式	執行進度	未來目標
用電管理	- 公告生活節能措施，提升全體同仁節能意識 - 優化照明與空調管理，設置獨立開關、感應燈具並落實隨手關閉 - 逐步汰換燈具與電器，優先採用 LED 燈具及一級能耗產品 - 推動辦公設備節能設定與定期空調保養 - 推行無紙化作業，以電子郵件與數位檔案取代紙本作業	達成率 100%	持續維持
用水管理	- 宣導員工節約用水 - 逐步汰換節水龍頭	達成率 100%	持續維持
用油管理	- 汰換公務車為油電混合車及電動車 - 定期淘汰能源效率不好之公務車輛 - 同仁出差鼓勵搭乘大眾運輸系統 - 鼓勵同仁上下班交通共乘	2025 年汰換 2 台燃油公務車為 e-POWER 或電動車佔全部公務車的 21%	持續評估公務車使用情形並酌情更換

ISO 管理系統 |

裕隆日產自 2014 年取得 ISO 14001 環境管理系統驗證，並持續依制度要求落實環境管理；另於 2025 年導入 ISO 14064-1 溫室氣體盤查制度，規劃於 2026 年完成 2025 年度盤查之外部查證，持續強化環境與溫室氣體管理機制。2025 年未發生任何違規環境污染事件遭受裁罰金額之紀錄。

已導入的 ISO 管理系統 |

系統名稱	取得年度	涵蓋範圍	說明
ISO 14001 環境管理系統	2014-2025	總公司	全廠區通過 ISO 14001：2015 環境管理系統證，在空污、廢水、廢棄物及毒化物的污染防治及排放均符合法規要求。
ISO 14064-1 溫室氣體盤查	2022-2025	總公司	於 2026 年取得 2025 年範疇一、範疇二及範疇三的溫室氣體排放外部查證。

管理系統成本 |

單位：新台幣/元

年份/驗證項目	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
ISO 14001 環境管理系統	65,000	65,000	130,000	69,990
ISO 14064-1 溫室氣體盤查	-	-	431,000	226,000
合計	65,000	65,000	561,000	295,990

4.2.3

廢棄物管理

2025 年生活廢棄物產生量為 7.956 噸，均委由合格清除機構處理；未產生有害事業廢棄物。資源性廢棄物由各單位落實分類回收，並委託合格回收業者進行再利用，持續提升資源循環效率。

價值鏈各階段產生之廢棄物

價值鏈上游： 汽車零組件、原材料	營運活動	價值鏈下游： 銷售、售後服務
原料廢棄物	零件維修、汽車製造 - 廢鐵 - 廢塑膠 - 廢玻璃 - 廢輪胎 - 廢電池	回收再利用 - 回收 - 生物處理
- 機具設備 - 辦公室場域設備 - 銷售場所設備	污染防治 - 一般事業廢棄物 - 有害事業廢棄物 - 生活垃圾 - 水肥	焚化 - 能源回收式焚化 - 非能源回收式焚化
價值鏈上游管理	營運活動管理	價值鏈下游管理
- 供應鏈管理 - 廢棄物流向管理 - 廢棄物源頭減量	- 廢棄物管理程序 - 配合主管機關申報廢棄物清運量 - 廠內再利用	- 廢棄物清運 - 廢棄物流向追蹤 - 廢棄物資源化

廢棄物處理程序

生活廢棄物

當貯存場所堆置至一定量時，通知合格之清除機構入廠清除。清除作業時，不得有廢棄物飛散濺落污染環境之情形發生，同時應記錄清運車號、廢棄物種類及數量於廢棄物清運紀錄表，最終載運至竹南焚化廠進行處置。2025 年委託合格廠商清除生活廢棄物的費用共計新台幣 48,188 元。

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。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。

廢棄物總重量

類別	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
生活廢棄物 (噸)	22.24	4.82	5.89	7.956
有害廢棄物	0	0	0	0
合計	22.24	4.82	5.89	7.956

註：

- 營運過程未產生有害事業廢棄物；資源性廢棄物及一般事業廢棄物由裕隆汽車集中處理，故無法精確統計重量。
- 廢棄物資料所涵蓋的範圍為三義廠區。

4.2.4

水資源管理

本公司的飲用水源為自來水，民生用水與母公司裕隆集團共同使用水利署公告之竹苗地區地下水，依地下水位監控，每年地下水均符合水權登記標準，並獲得核發水權狀，對水源無明顯性衝擊。2025 年因營運用水逐步由地下水轉為以自來水為主，降低地下水取用比例，致整體自來水使用量相對增加，使整體用水量未能達成原訂每年減量 2% 之目標。相關調整係基於水資源永續管理考量，未來將持續透過用水效率提升與管理優化，降低整體用水衝擊。（地下水部份無法單獨統計數據）。用水減量推動措施同「裕隆日產汽車股份有限公司能源管理計畫」，未來仍將以每年減量 2% 為目標並設定於目標年 2030 年，達成減量至少 10% 之管理目標。持續檢視用水結構調整成效，兼顧地下水保育與整體用水效率，並透過管理機制優化與設備改善，逐步降低營運活動對水資源之影響。

水資源取用狀況 |

類別	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
地下水 (公秉)	-	-	-	-
自來水 (公秉)	1,530.0	3,412.5	3,576.4	8,749.23
合計	1,530.0	3,412.5	3,576.4	8,749.23

廢水管理 |

裕隆日產因廠區位於工業區內，產生之廢水乃透過工業區污水處理設備進行處理，最終排放至工業區污水下水道，廠區內所有流放水與裕隆集團共同處理及排放，並均依照《流放水標準》對相關環保法規進行檢測，務求對環境友善，不造成環境任何負面影響。2025 年全廠區排放之廢污水檢測值遠低於法規標準及納管限值，未對生態環境及水質造成影響，且無因違反水資源相關法規遭受罰鍰之事件發生。

4.3 循環經濟

4.3.1

永續產品與循環經濟

裕隆日產持續探索推動綠色產品，以減輕產品在製造、生產及消費過程中對環境與安全的衝擊。我們透過全面評估產品生命週期的各個階段——涵蓋原物料挑選、概念設計、研究開發、認證測試、製造與零件再生、儲存與運輸、行銷推廣、使用與售後服務，以及廢棄處理與資源循環再利用——設定明確目標，降低每個環節對環境的負擔，致力於實現永續汽車產業的願景。



4.1 氣候行動

4.2 環境及能資源管理

4.3 循環經濟

階段	目標	執行成效
原物料選擇	- 強化在地採購，評估優先選用國內或鄰近台灣的廠商。 - 推動綠色採購，優先採購具有環保標章的產品。	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 4 種環境危害重金屬。
概念研發	零件設計開發階段，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。	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 6 個月內，主動提供拆解資訊。
環保認證	- 新開發車型皆會依現行規範取得節能標章。 - 透過技術提升或導入新能源車型，以因應節能標章加嚴規範。 - 強化新能源車國產化程度，以降低生產時的碳足跡。	2025 年，裕隆日產共計有 8 款汽車產品獲得節能標章與環保署環保標章，覆蓋率 100%。
生產製造與零件再製	- 因應《氫氟碳化物管理辦法》及《禁止或限制製造、輸入、輸出、販賣、使用或排放之氫氟碳化物種類》，停止使用 R134a 冷媒。 - 因應《汽油汽車廢氣排放測試方法 與程序》，強化車輛排汙防治配備及推廣新能源汽車。	- 依政府現行法規執行，2024 年總量管制小於現行值。 - 所有的國產車與進口車均符合第六期廢氣排放標準；強化排汙配備。
倉儲與產品運輸	- 選用車齡較新的運輸車輛。 - 利用交通離峰時段運送產品車。	- 提升運送效能。 - 拖車行駛時間減少，可降低運輸過程的碳排放量。
行銷與推廣	向消費者推廣取得環保 / 節能標章之車系與 EV 車產品。	提高環保/節能標章之車型與 EV 車產品之銷售量。
使用與服務	降低產品產生之碳排。	- NISSAN 採用的機油主要為具最高品質 APISP（資源保護等級）/ ILSAC GF-6 國際認證的 0W-20 全合成機油，可降低汽車行駛油耗及廢氣排放。 - 導入 Start-Stop 怠速熄火功能，讓消費者在購買我們的產品時，有更多符合環境保護理念的選擇。
廢棄處理與循環再使用	- 為促進物質回收再利用，主動依據國內《資源回收再利用法》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。全車系全面導入可回收塑材。 - 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，以提升零件回收率，減少廢棄物的產生。	整車回收率依車型為 92%-95%，依販售重量平均為 94%（規範標準：80%）回收再利用率以 95% 作為挑戰目標。

2025 年全車系出售車輛零件可回收率 |

車種	2025 年已售出 可回收零件重量 (噸)	已售出車輛的 總重量 (噸)	平均可回收性	掛牌數	空車重(噸)
X-TRAIL	4,658.4	4,903.5	95.0%	3,025	1.621
SENTRA	3,834.2	4,061.6	94.4%	3,151	1.289
KICKS	4,747.4	5,154.5	92.1%	4,317	1.194

近三年投入研發費用 |

單位：新台幣仟元

年度	2023 年	2024 年	2025 年
研發費用	555,668	351,548	286,250
銷貨淨額	26,136,197	23,132,106	15,132,073
研發費用 佔銷貨淨額比例	2.1%	1.5%	1.9%

研發策略 |

因應市場趨勢與永續經營目標，裕隆日產持續投入產品與技術研發，持續聚焦於節能與環保車輛技術的創新。2025 年研發項目聚焦於持續導入具競爭力車型與市場多元需求對應，包含國產車系 X-TRAIL 、 KICKS 、 SENTRA 涼夏特仕車成功於 6 月上市獲市場好評，同時完成 SENTRA 小改款車型之 TNCAP 五星安全認證，並推動新能源車型之國產化技術評估與在地化目標。

研發投資的價值在於具體成果的實現。透過新材料導入、零組件模組化設計與回收技術的開發，不僅延長產品生命週期，也有助於資源再利用與碳排放減量。未來將持續導入 NISSAN 與 INFINITI 新世代車型，結合新能源技術與低碳移動解決方案，提升產品組合完整性，並以持續保持回收再利用率 95% 以上為目標，強化綠色產品的永續競爭力。



05 員工關懷

5.1 人力資源

- 5.1.1 員工概況
- 5.1.2 薪酬與福利
- 5.1.3 員工溝通
- 5.1.4 人權承諾

5.2 人才養成

- 5.2.1 人才招聘與留任
- 5.2.2 人才培育與發展
- 5.2.3 績效考核

5.3 健康職場環境

- 5.3.1 職業安全與衛生管理
- 5.3.2 員工健康

員工關懷

核心願景與承諾

裕隆日產秉持「以人為本」理念，致力打造健康、多元包容且持續學習的工作環境。員工是公司最重要的資產與夥伴，我們關懷其身心健康，並透過多元培訓與發展計畫，協助實現職涯成長與自我價值。同時，藉由持續優化福利制度，提升工作滿意度與幸福感，期望實現員工樂在工作、公司永續成長的雙贏目標。

2025 年裕隆日產「好人才的供應者、好環境的塑造者」計畫

核心價值	創新、速度、團隊		
策略項目	積極支援數位轉型	強化組織營運效率	建立全員獲利意識
2025 年達成實績	組織運營指標	員工組織氛圍調查分數(分數)： 4.39 分 資訊系統內部顧客滿意度(分數)： 3.77 分 資訊系統外部顧客滿意度(分數)： 3.84 分	
	永續發展相關指標	關鍵人才留任率(%)： 98.60% 資安綜合評鑑指標(%)：達成率 107.60%	

2025 年永續績效亮點

運動部全民運動署授予
運動企業認證

苗栗縣中高齡暨高齡者
友善企業認證

關鍵人才留任率 **98.60%**

中階女性主管占比從 14% 上升至 **20%**

員工訓練總時數達 **10,753** 小時
並投入逾 **239.6 萬元**訓練資源

5.1 人力資源

5.2 人才養成

5.3 健康職場環境

5.1 人力資源

5.1.1

員工概況

為促進員工與公司之間的理解與合作，裕隆日產持續優化組織與人事制度，並建立多元暢通的溝通與協商機制，傾聽並即時回應員工需求，強化互信與共識。同時，我們提供具競爭力的薪資福利，並定期舉辦健康與家庭支持活動，照顧員工身心健康與生活品質，打造安心、有保障的工作環境。

員工契約結構

裕隆日產2025 年契約制員工總數為 303 人，皆為全職員工，並未聘僱兼職員工、臨時員工以及無時數保證員工；另有 9 位非契約制員工。徵聘人才時，我們以本國居民為主要聘僱對象，並優先聘僱在地人才；堅持不僱用外籍移工及建教生，亦杜絕僱用童工。

地區	類別		性別	2023 年		2024 年		2025 年	
臺灣	員工總數 (不含非契約制)		女	110		108		97	
			男	272		258		206	
			合計	382		366		303	
	契約制	全職員工 (Full-time)	女	110	28.8%	108	29.5%	97	32.01%
			男	272	71.2%	258	70.5%	206	67.99%
	非契約制	派遣員工	人數	11		10		9	

註：非契約制員工為客服人員、會計人員、行政助理等

員工職務與性別分布

裕隆日產持續致力於推動性別平等、多元與包容的職場環境。2025 年女性員工占總體人數的 32.01%，女性主管占主管人數的比例達 18.75%；高階主管中，女性占比達 15%。2025 年女性主管比例於中階主管職級持續提升至 20%，顯示公司在女性人才培育上已逐步展現成果；惟高階主管比例仍有波動，未來將強化接班梯隊規劃，持續擴大女性高潛力人才之培育與晉升機會。

職務男女 人數占比	2023 年		2024 年		2025 年	
	男	女	男	女	男	女
一般員工	67%	33%	66%	34%	63%	37%
中階主管	84%	16%	86%	14%	80%	20%
高階主管	88%	12%	80%	20%	85%	15%

女性員工職場占比

項目	女性占總員工	女性占所有主管	女性占高階主管
百分比	32.01%	18.75%	15.00%

員工年齡與性別分布

項目	類別	男性		女性		合計	
		人數	比例	人數	比例	人數	比例
年齡	30歲以下	11	5.3%	13	13.4%	24	7.9%
	30~50歲	120	58.3%	62	63.9%	182	60.1%
	51歲以上(含)	75	36.4%	22	22.7%	97	32.0%
	合計	206	100%	97	100%	303	100%

5.1 人力資源

5.2 人才養成

5.3 健康職場環境

裕隆日產員工平均年資與年齡

平均年資 (年)	男	15.5
	女	13.4
	整體	14.5
平均年齡 (年)	男	47.3
	女	43.3
	整體	45.3

多元類型員工之聘用

年度		2023 年	2024 年	2025 年
全體員工人數		382	366	303
原住民	人數	0	0	0
	百分比	0%	0%	0%
身心障礙員工	人數	2	2	0
	百分比	0.52%	0.55%	0%
外籍員工	人數	5	5	5
	百分比	1.31%	1.37%	1.65%

新進與離職員工

2025 年度公司期末總人數為 303 人，全年新進員工人數為 6 人，新進率為 1.98%；離職員工人數為 69 人，離職率為 22.77%。2024-2025 年離職率的攀升，主要涵蓋內部戰略與外部市場兩大面向。在內部方面，係配合集團整體經營策略進行之人員轉調，以及實施優於法令之優惠退休專案，加上部分員工因個人職涯規劃轉換跑道之自然流動；在外部方面，則受到總體就業市場活絡、產業間競才激烈與跨領域人才流動頻繁等環境因素影響。面對人才市場的挑戰與組織梯隊的傳承，本公司視員工為最重要資產，未來將持續檢視薪酬福利的市場競爭力，並強化內部人才培育機制，確保核心人才的穩定留任。

年度	2023 年		2024 年		2025 年	
類型	新進員工	離職員工	新進員工	離職員工	新進員工	離職員工
人數	33	18	24	28	6	69
年底公司總人數	382		366		303	
佔年底公司總人數之比率	8.64%	4.71%	6.56%	7.65%	1.98%	22.77%

註1:年新進率 = 當年度新進員工人數 ÷ 當年底員工總人數

註2:年離職率 = 當年度離職員工人數 ÷ 當年底員工總人數

新進員工 僱用狀況	2023 年		2024 年		2025 年	
	男	女	男	女	男	女
新進員工總數	23	10	66%	34%	63%	37%
新進員工比例	8.64%		6.56%		1.98%	
30歲以下	12	8	12	6	0	0
31~50歲	11	2	3	3	3	1
51歲以上	0	0	0	0	2	0

員工離退率	2023 年		2024 年		2025 年	
	男	女	男	女	男	女
離職員工總數	13	5	20	8	57	12
離職員工比例	4.71%		7.65%		22.77%	
30歲以下	2	0	13	4	9	5
31~50歲	9	5	5	4	23	1
51歲以上	2	0	2	0	25	6

5.1 人力資源

5.2 人才養成

5.3 健康職場環境

5.1.2

薪酬與福利

裕隆日產秉持公平與透明之薪酬原則，員工薪資不因其性別、種族或其他個人特質有所差異，而係綜合考量員工學經歷背景、專業知識技術、年資經驗、績效表現及其他具體貢獻進行評估。公司已建立完善之調薪制度，依據經營績效、物價狀況等因素，進行薪資調整，以維持我們在就業市場上的薪酬競爭力。

公司的薪資政策根據公司營運狀況、部門達成目標達成狀況及個人績效表現給予薪酬獎勵，提供多樣化的獎金制度，如半年績效獎金、年終加發獎金及紅利等，以鼓勵員工為公司和股東創造更好的績效。非主管級薪酬差異主要反映不同職務類型與年資結構差異，並非因性別因素所致。公司持續透過職等制度與定期薪酬檢視機制，落實同工同酬原則，並確保薪酬制度之公平性與合理性。

近三年年薪酬概況（元／年）

年度	2023 年		2024 年		2025 年	
性別	男	女	男	女	男	女
主管級平均薪資	1,857,858	2,168,161	1,867,667	2,201,186	1,782,895	2,034,583
主管級薪資 男女薪酬比	1	1.17	1	1.18	1	1.14
非主管級 平均薪資	1,081,189	972,905	1,116,567	997,684	1,103,999	986,173
非主管級薪資 男女薪酬比	1	0.90	1	0.89	1	0.89
非主管級薪資 中位數	1,102,996	917,696	1,133,838	952,256	1,088,747	945,851
員工薪資平均數	-		1,283,488		1,270,698	

註1：主管 - 科長級(含)以上 註2：主管級薪酬比 = 主管級男性平均薪資：主管級女性平均薪資

註3：非主管級薪酬比 = 非主管級男性平均薪資：非主管級女性平均薪資

組織薪酬最高個人之年度總薪酬（元／年）	7,200,000
所有員工（不包含薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數	1,155,063
年度總薪酬比（元／年）	6.23

註：年度總薪酬比公式：組織薪酬最高個人之年度總薪酬／所有員工（不包含薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數

育嬰假實施

裕隆日產致力於營造讓所有員工皆能平等發展的工作環境，也支持滿足員工在職涯中因應生命角色轉換或面臨重大變故等需求，只要符合法規資格的員工，皆可申請育嬰留職停薪。

我們也依法規設置哺乳室，提供所需同仁舒適的哺乳環境；同時針對懷孕同仁，我們提供免費入廠車證，讓有相關需求的同仁可以將車輛直接駕駛至辦公室外停放，以減輕通勤負擔。

獲假 復職率	男	2025 年度育嬰假後應復職人數	0
		2025 年度育嬰假後實際申請復職人數	0
		復職率	0%
	女	2025 年度育嬰假後應復職人數	0
		2025 年度育嬰假後實際申請復職人數	0
		復職率	0%

獲假 留任率	男	2024 年度復職人數	0
		2024 年度復職滿一年人數	0
		留任率	0%
	女	2024 年度復職人數	1
		2024 年度復職滿一年人數	1
		留任率	100%

註：

復職率 = 報告年度實際復職人數／報告年度應復職人數

留任率 = 報告年度之前一年復職滿一年人數／報告年度之前一年復職人數

福利制度

裕隆日產秉持「以人為本」的企業精神，致力於為員工提供全方位的支持與關懷。我們重視同仁在工作、生活和家庭之間的平衡發展，為此規劃了多元完善的福利制度。透過員工選舉成立職工福利委員會，促進員工與管理層之間的溝通與合作，確保各項福利措施能更符合員工的需求與期望，2025 年共召開 7 次會議 (含每季 1 次正式會議及 3 次臨時會議)。

本公司為勉勵同仁平日工作辛勞，凡同仁在職年資年滿 25 年即開放申請「資深員工國內、外旅遊或健康檢查補助」，並新增新人假、敬老假、志工假、禮俗假等休假福利。我們將持續優化福利制度，以提升員工的工作滿意度與幸福感。

2025 年福利項目執行狀況

福利項目	內容	2025 年發放人數
彈性福利金	每人 10,000 元，由同仁自行選擇申請項目，包含：教育福利金、購車福利金、旅遊福利金、健康檢查、汽車保修福利金、租車福利金、育兒福利金。	全員
年節福利	春節、端午、中秋各 2,000 元禮券	全員
五一勞動節福利	1,500 元	全員
生日禮金	2,000 元	全員
福利社福利券	2,000 元	全員
結婚禮金	2,000 元	4人
住院慰問金	3 日~未滿 7 日 2,000 元、7 日以上 4,000 元	2人
喪亡慰問金	親屬 2,000 元、本人 100,000 元	14人
天災事故慰問金	毀損三成~五成 5,000 元、五成以上 10,000 元、不堪居住 20,000 元	0人
急難貸款	本人或配偶生產/流產，上限 20,000 元 直系親屬或配偶死亡，上限 20,000 元 意外事故致房屋損失，上限 100,000 元 患有重大傷病，上限 100,000 元	0人
退休紀念品	依年資發放退休紀念品	21人

員工福利

食

中央廚房、員工餐廳、福利社

員工餐廳

通過 HACCP 食品安全認證之中央廚房，菜單均由專業營養師規劃，供應同仁衛生營養的精緻餐飲。並於廠區內設置二處現代美觀的餐廳，提供同仁優質的用餐空間。

員工福利社

於廠區及員工宿舍皆設有福利社，提供員工價格優惠且便利的生活用品及飲食。

行

上下班交通車

對於苗栗、台中地區的員工，我們提供每日上下班交通車，確保員工能夠輕鬆通勤，提升工作效率與生活品質。

住

員工免費宿舍 休閒設施

為了讓員工能夠享受更便捷的居住條件，公司特別設立了具備完善生活機能的「員工生活圈」，為遠道而來的同仁（距公司 50 公里以上）提供免費員工宿舍，也開放給非住宿同仁及眷屬使用，且宿舍周邊設有各種休閒設施，籃球場、網球場、游泳池、健身房等休閒設施，工作之餘可以有效的放鬆身心。



樂

娛樂休閒活動、多元社團

休閒活動

定期舉辦多項休閒活動，邀請員工攜帶伴侶或家庭一同參加，包括籃球夏令營、星光路跑、家庭日及員工旅遊等活動。

籃球夏令營

參與人數 **13 人**

本次營隊特別前往新店裕隆城，由裕隆集團三連霸冠軍籃球球員親自授課，帶領孩子突破籃球技巧、學會戰術思考與團隊合作，另結合木育體驗打造豐富一日營，為孩子在夏季打造一場冒險活動！



家庭日

參與人數 **86 人**

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。



樂

娛樂休閒活動、多元社團

休閒活動

定期舉辦多項休閒活動，邀請員工攜帶伴侶或家庭一同參加，包括籃球夏令營、星光路跑、家庭日及員工旅遊等活動。

員工旅遊

參與人數 96 人

分梯次舉辦國內外旅遊活動，行程包含國內三條路線，及國外四條路線，共七線景點供同仁選擇，使工作之餘不僅能放鬆身心，亦能增進同仁間情誼，另鼓勵同仁攜家帶眷，一起出遊並創造甜美溫馨的回憶。



多元社團

我們鼓勵員工積極參與各類體育社團，以實現工作與生活的良好平衡。本公司定期提供社團基金補助及練習場地支持，2025 年補助各社團活動經費共 46,000 元，支持社團日常運作與發展。

羽球社

補助金額 16,000 元



志工社

補助金額 4,000 元



慢跑社

補助金額 16,000 元



烏克蘭麗社

補助金額 10,000 元



5.1 人力資源

5.2 人才養成

5.3 健康職場環境

退休保障

裕隆日產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」。

依 2025 年財報有關退休金提撥金額合計新臺幣 18,960 仟元整（舊制提撥數 1,461 仟元、新制提撥數 17,499 仟元）。

勞基法退休制度	依據服務年資及退休前六個月之平均經常性薪津為計算之基數。本公司每月按薪資總額百分之二提撥退休金，並以職工退休基金管理委員會名義存入臺灣銀行之專戶。
勞工退休金條例	依據勞工退休金級距，每月由公司提撥 6% 至同仁個人退休金專戶。另自願提繳退休金者，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。
裕隆日產優退方案	鼓勵符合自請退休條件之同仁申請退休，公司將優於法令給予退休金及相關福利，給予退休同仁更好的保障。

裕隆日產員工勞退新制概況

項目	2023 年	2024 年	2025 年
新制人數	331	321	271
員工總人數	382	366	303
佔比	86%	88%	89%

5.1.3

員工溝通

裕隆日產透過多元管道，積極與員工保持溝通，以凝聚全體同仁之共識。我們除了每年進行員工滿意度調查—組織氛圍調查以傾聽同仁心聲外，更建立完善的定期交流機制，包括每季召開的勞資會議與第三季召開的員工溝通會。同時，平時也有眾多溝通管道包括各部門不定期的的小型會議、高階座談會以及頻繁的內部 E-mail 宣導。透過這些管道，員工可以能夠即時反映意見，公司也能即時傳遞重要資訊，確保公司政策與員工回饋能無縫接軌。

組織氛圍調查

為深入傾聽同仁心聲並凝聚團隊共識，裕隆日產每年固定實施「組織氛圍調查」，全面評估員工在各項關鍵指標上的滿意度與職場體驗。2025 年的調查設計涵蓋六大構面，包括組織理念、品牌認同、組織運作、學習成長、升遷與績效、工作環境，並將調查結果作為制定優化行動方案的重要依據和動力，進一步提升員工滿意度與公司運作效率。

2025 年組織氛圍調查整體平均得分為 4.39，在六個面向中，「品牌認同」高達 4.66 分，顯示同仁高度認同公司價值與使命。各部門針對調查結果，透過會議與溝通說明，針對需改善項目進行要因分析與改善規劃，並由人資單位統整，納入行動方案，以持續提升員工滿意度。

裕隆日產員工溝通執行概況

溝通管道	頻率
組織氛圍調查 (即員工滿意度調查)	每年進行1次
員工溝通會	每年舉辦1次
勞資會議	每季舉行1次
跨部門會議、Email 等	不定期

裕隆日產組織氛圍調查（員工滿意度調查）

年度	2024 年	2025 年
問卷發放數量	337	293
問卷回收數量	214	228
問卷整體得分	4.46	4.39

5.1 人力資源

5.2 人才養成

5.3 健康職場環境

組織氛圍問卷面向	分數	改善計畫
組織理念	4.56	將持續透過 Town Hall、活動宣導公司核心價值、願景與未來經營方向之活動。
品牌認同	4.66	未來將透過 Town Hall 與全行行銷宣導與同仁多做溝通，加強同仁對於公司所販售 NISSAN 與 INFINITI 品牌的車型介紹。
組織運作	4.37	未來將持續推動主管培育，強化主管管理能力，以促進主管與同仁之間的理解與合作。
學習成長	4.23	教育訓練將再依照同仁需求進行教育訓練規劃與調整。
升遷與績效	4.19	將規劃主管管理訓練，強化主管對績效評估標準與回饋機制之理解，提升績效考核溝通透明度，並透過高階座談會，透過實務案例與談判技巧訓練，以提升考核一致性與溝通透明度，縮小主管與部屬間的認知差距並促進整體團隊效能。
工作環境	4.41	在宿舍環境方面，將持續關注同仁之反應事項；在辦公環境方面，未來仍會留意各部門辦公環境，關注同仁之反應事項，以提供同仁乾淨、舒適之辦公環境。

員工 VOC 座談會

為建構同仁與公司之間的溝通管道，傾聽同仁對公司各項政策的看法與建議，以利管理單位持續改善，並提升員工滿意度、凝聚共識、激勵士氣與強化整體競爭力，本公司往年定期舉辦「YNM 員工座談會 — You N Me Talk Time」。今年為提升意見蒐集的廣度與效率，並由高階主管親自回應同仁的問題，改以「員工溝通會」方式進行，透過系統化蒐集同仁意見與建議，並由高階主管親自與全體同仁直接進行回饋與互動，持續強化雙向溝通，並落實意見的彙整、回饋與後續追蹤。

勞資會議

為建立和諧的勞資關係並促進勞資合作，裕隆日產也根據法規設有勞資會議，勞資會議每季舉辦一次，參與人員包括勞方代表 5 位以及資方代表 5 位，共同瞭解公司運行事務並提出建議與討論。我們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、資雙贏的態度共同促進企業永續經營。

員工申訴及其他溝通管道

涵蓋所有議題種類之想法及申訴，員工均可經由下方管道進行檢舉與申訴。

員工申訴管道 / 職場不法侵害申訴



專線

037-875881 分機 1640



電子信箱

ray.lin@yulon-nissan.com.tw

工作場所性騷擾申訴

本公司制定「工作場所性騷擾防制措施、申訴及懲戒流程辦法」，提供受雇者及求職者免於性騷擾之工作環境，採取適當之預防、糾正、懲戒及處理措施，並確實維護當事人之隱私及維護同仁權益。

STEP 1 公司內部申訴

立即採取有效的糾正與補救措施

STEP 2 啟動調查程序

由申訴單位組成「性騷擾申訴處理小組」，展開調查

STEP 3 保密調查程序

保障當事人隱私，並秉持客觀公正的調查原則

STEP 4 追蹤與後續處理

提供專業輔導資源，落實懲戒措施，並防止類似事件再次發生

5.1 人力資源

5.2 人才養成

5.3 健康職場環境

5.1.4

人權承諾

人權政策

裕隆日產認同並依循「國際人權法典」、「聯合國全球盟約」、「聯合國工商企業與人權指導原則」、「國際勞工組織 (ILO) 工作基本原則與權利宣言」、「經濟合作暨發展組織責任 (OECD) 跨國企業指導綱領」以及「經濟合作暨發展組織責任 (OECD) 商業行為盡職調查指南」等國際人權規範，且恪遵公司所在地相關勞動法令，杜絕任何侵犯及違反人權的行為，公平對待全體同仁、客戶及利害關係人。

本公司所有的同仁均受《勞動基準法》及相關法令保障，「用行動愛台灣」是我們全體同仁共同的語言。公司訂定合理且高於在地薪資水平的薪酬制度，及具競爭力的福利制度，遵循同工同酬，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，相關原則亦同樣落實於績效考核與職等晉升制度中。

為進一步強化人權治理與管理機制，本公司已於 2026 年啟動人權盡職調查 (Human Rights Due Diligence) 相關作業流程，將依循國際指引系統性辨識營運活動中潛在之人權風險，並評估其衝擊程度及管理作為，預計於 2026 年第四季完成相關作業，並於當年度永續報告書中揭露執行情形與結果，持續提升人權管理之透明度與治理成熟度。

裕隆日產人權政策

本公司辨識公司潛在人權風險，透過減緩或補救措施，降低人權風險並落實人權管理。

本公司建置職場不法侵害、性騷擾申訴管道，公司內若發生不當之行為，公司收到申訴後將依標準作業流程進行調查與處理措施，並確保申訴人及申訴資料之保密與保護。

預防職場霸凌與不法侵害：

- (1) 2025 年 8 月 6 日針對一般同仁進行 1 場專題演講，上課時間 2 小時，參與課程人數共 250 人。
- (2) 2025 年 8 月 20 日針對主管進行 1 場專題演講，上課時間 2 小時，參與課程人數共 66 人。

本公司亦透過人權相關教育訓練，強化公司同仁對於職場人權意識，確保提供友善、安全、重視人權之職場環境。

(1) 禁止強迫勞動並遵守勞動法令：

- 落實休假制度，並取得同仁同意，結合協商特休與彈性工時，提供給同仁良好的生活安排。
- 優於勞基法規定，新進同仁於報到當日即享有 3 天特休。
- 鼓勵同仁重視工作與生活的平衡。

(2) 公開宣示幸福職場：官網揭露裕隆日產人權政策，強調兩性平權的工作環境與福利。

(3) 同仁接受人權保障教育訓練，平均授課時數 2 小時/人，共 316 位同仁完成人權教育訓練。

[裕隆日產人權政策](#)

5.2 人才養成

重大主題：人才招聘與留任 |

策略目標 |

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

以多元招募管道、健全人力資源相關管理制度、薪資福利吸引優秀人才加入，穩定員工組成。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

1. 招募不到合適人才，可能影響公司營運或未來發展。
2. 關鍵人才離職，將影響在職員工工作士氣。

2025 年投入資源

1. 校園職涯導師活動，如成大 CCP、中興興學塾計畫等。
2. 人力銀行刊登職缺，投入 \$31,500 元。
3. 每月管控關鍵人才，資源投注在關鍵人才身上。

公司對人才招聘與留任之政策與承諾

員工教育訓練政策、招募計畫、相關聘用、績效評估、薪資福利等相關政策。

短期目標 (1 年)

招募職缺進用天數 <90 天

中長期目標 (3-5 年)

1. 積極強化與學校 / 學生之緊密關係，擴大各種招募宣傳管道，從中挖掘潛在優秀人才。
2. 深耕各項校園計畫，提升公司雇主品牌形象、品牌知名度，間接吸引潛在求職者。
3. 推動關鍵人才留任計畫，實質將資源投注於關鍵人才身上，確保關鍵人才留任。

2025 年目標達成情形

1. 員工組織氛圍指數 4.39 分。
2. 關鍵人才留任率 98.60%。

重大主題：人才培育與發展 |

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

提供員工完善之教育訓練資源，建立多元學習管道(如：線上學習平台)與內外部培訓資源，協助員工提升專業能力，強化留任意願並促進組織長期競爭力。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

1. 若缺乏訓練資源，導致同仁學習成長空間受限，影響個人職涯發展，且可能影響留任意願。
2. 長期對於組織永續發展有負面影響，同仁專業能力降低，組織競爭力亦會下降。

2025 年投入資源

1. 導入職能體系，依照職能項目規劃系統性訓練藍圖。
2. 規劃年度教育訓練計畫，依照不同對象、層級與專業能力規劃教育訓練，補足訓練落差。
3. 導入數位學習平台，提供彈性自主學習資源。

策略目標 |

公司對人才招聘與留任之政策與承諾

依照組織目標擬定人才發展願景與年度人才培育方針，同時建立完整之全公司教育訓練辦法，定期檢視員工發展需求，營造持續學習與成長之組織文化。

短期目標 (1 年)

1. 關鍵人才職位與人才盤點
2. 落實教育訓練規劃執行訓練課程

中長期目標 (3-5 年)

1. 建立關鍵人才職涯地圖
2. 關鍵人才留任率 95%

5.2.1

人才招募與留任

裕隆日產秉持著「塑造會增值的人才」的用人理念，我們設有嚴謹的招募流程，除遵循法規要求外，更設計包含語言能力測驗、專業技能考核及人格特質評估的多元篩選流程，並透過跨部門聯合面試（職缺主管、跨部門經理及人資主管共同參與）與共識決議機制，確保人才遴選的全面性與公正性。

深耕校園 |

裕隆日產經營多元招募管道，其中在校園招募的投入更是不遺餘力，希望能與潛在的企業人才建立聯繫，提高品牌於校園的曝光度，並拓展招募優秀人才的機會。

產學合作計畫	- 運用生成式 AI 最新技術，與中山大學合作開發公司內部智慧對話系統，幫助員工快速找到所需答案，減少搜尋資料的時間和精力。 - 舉辦暑期實習計畫，協助學生提前體驗職場環境，了解職場實務運作，順利接軌職涯。 招收 4 位實習生
校園徵才說明會	至全台大專院校，分享產業趨勢、公司文化，並由在裕隆日產任職的校友分享職場經驗，藉此延攬優秀人才。 參與人數達 76 人
裕隆日產校園大使	辦理二屆校園大使，透過品牌推廣、企業深度體驗及數位行銷實作活動，培養學生對公司品牌與汽車產業的認識，提升 NISSAN 品牌知名度，也深化了年輕消費者對產品與品牌精神的認同。 校園大使報名人數 117 位，遴選出 14 位。

註：關於各項校園合作計畫，詳細內容請見 6.1 產學共構。

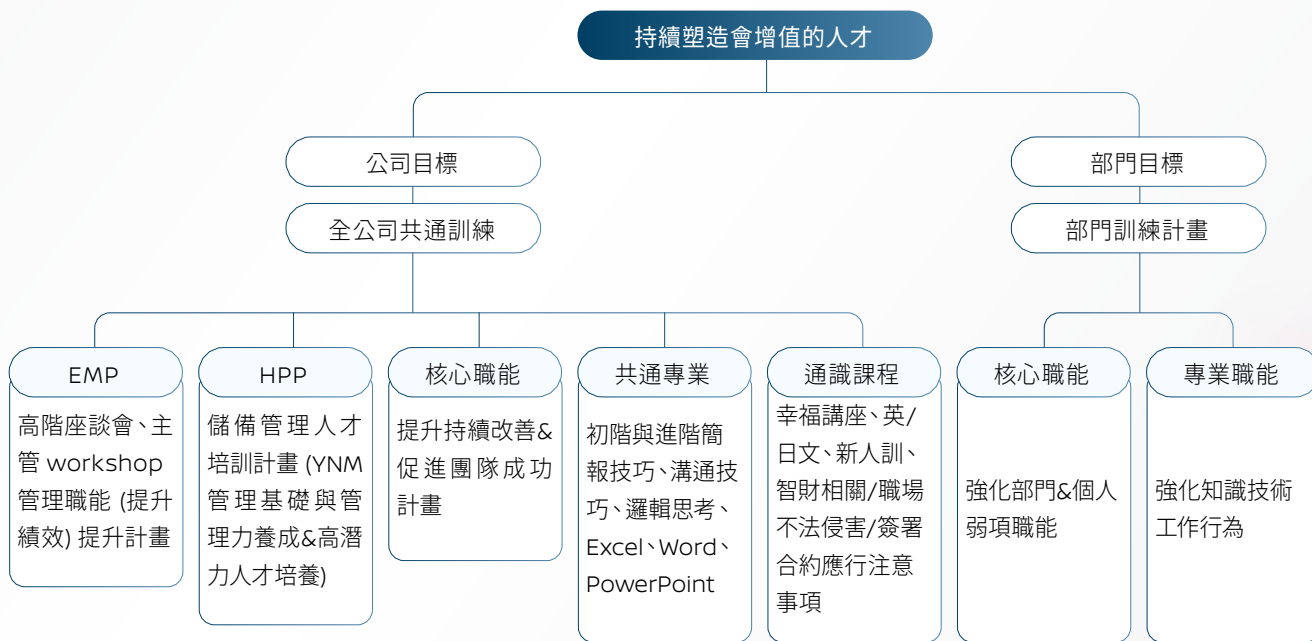
5.2.2

人才培育與發展

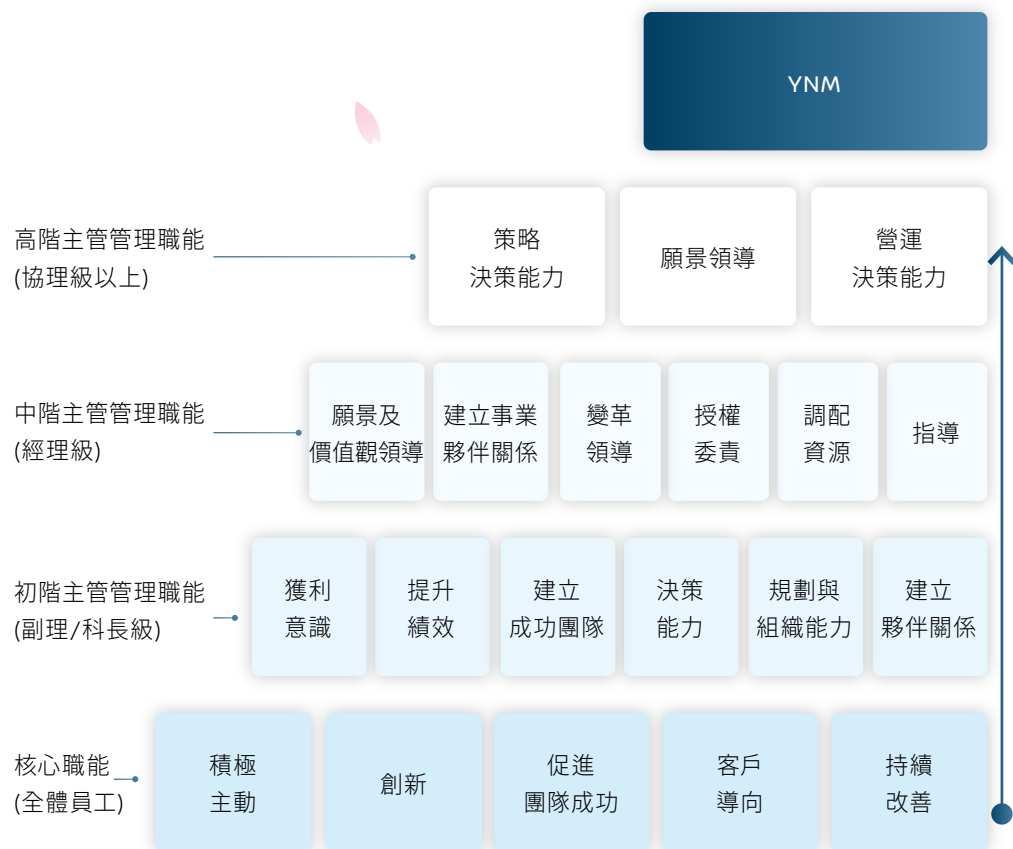
裕隆日產秉持「終身學習、多元發展、深耕精神、人本取向」四大指導方針來進行人才培育及發展。「適才適所」及「人盡其才」為本公司進行人才培育的核心理念，我們提供多元化的培訓與發展機會，涵蓋新人培訓計畫、多項職能提升課程以及海外研修等，致力於培養具備「創新、速度、團隊」特質的領袖型人才，打造符合未來挑戰的 1st 人才。

人才培育藍圖 |

2025 年裕隆日產教育訓練架構



裕隆日產核心/管理職能項目



領袖培育計畫

高潛力人才培育計畫 HPP (High Potential Person) |

流程	說明	產出
確定培育名單		
第一次培育	- 目的：能力盤點、訂出培育計畫 - 流程： - 盤點初階管理職能的能力並找出培育的項目 - 確定培育項目、方式、時程及培育目標 - 訂定 IDP、確認學習資源	第一次面談紀錄 (受培育者、主管)
第一次面談		
第二次培育	- 目的： - 檢核培育進度及成效 - 受培育者是否準備好參與今年度評鑑 - 受培育者的心得及感想 - 主管的綜合回饋	第二次面談紀錄 (受培育者、主管) 部門推薦評鑑名單
第二次面談		
進行 HPP 評鑑		
評鑑結果回饋		

2025 年成效

HPP 計畫共 19 位接受培訓，其中有 7 位學員參與評鑑，最終 4 位通過評鑑，通過率 57%

V-up (Value up) |

「V-up」為母公司 Nissan 開發之系統化問題解決手法，亦是全球日產通用的管理語言。其核心目標在於透過跨功能（Cross-functional）團隊協作，解決企業內外部挑戰，並強化組織橫向溝通，進而實質貢獻公司績效。隨著經營環境的改變，V-up 工具亦與時俱進，除承襲具備 6 Sigma 精神之「DECIDE」改善手法外，近年更導入融合設計思考（Design Thinking）理念的「IGNiTE」手法，藉此大幅激發同仁的創新潛能。為確保 V-up 手法有效落實，本公司持續推動 V-up 相關教育訓練，提供從新進人員至管理階層的對應課程，以進一步強化專案管理能力與市場競爭力。

V-up 相關教育訓練	執行頻率	2025 年執行成果
流程改善培訓課程	5 次/年	2025 年全公司超過 8 成的同仁參加流程改善課程(課後綜合滿意度：4.75 分/5 分)，使同仁學會流程改善的精神及技巧，並落實在改善進口車導入及運作流程上。 - Facilitator 培訓課程為培養引導跨功能課題解決能力，同仁需完成共 27 小時訓練課程後(課後綜合滿意度：5 分/5 分)，實際引導 2 個 CFT 課題討論。2025 年共解決 17 個 CFT 課題，產出各類型有形效益與無形效益。
Facilitator 培訓	1 次/年	
Facilitator Follow up 培訓	1 次/年	

教育訓練成果

2025 年，裕隆日產持續建構全方位的人才培育體系。訓練內容包含共通專業職能、核心職能、管理職能，以及採購、技術、品質等專業課程。因應數位時代的挑戰，我們亦開設了自動化流程及數據分析等課程，協助同仁掌握未來技術趨勢，提升數位轉型能力。此外，本公司也提供員工參與外訓之資源，培育員工取得專業技術或工具操作之證照。2025 年裕隆日產投入教育訓練總金額為 2,396,839 元。

2025 年裕隆日產員工教育訓練數據總表

項目	男性		女性		合計	
	人數	時數	人數	時數	人數	時數
一般同仁	161	5,728	86	3,207	247	8,935
	35.6 小時		37.3 小時		36.2 小時	
中階主管	53	1,221	12	358	65	1,689
	25.1 小時		29.8 小時		26.0 小時	
高階主管	11	106	3	23	14	129
	9.6 小時		7.7 小時		9.2 小時	
每名員工接受訓練的平均時數					33.0 小時	

近五年員工教育訓練情形

年度	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
員工總人數 (人)	375	367	355	366	303
每名員工接受訓練的平均時數 (小時)	30.41	34.5	38.4	36.2	33.0
投入總金額 (元)	2,367,089	2,474,822	6,048,162	9,129,233	2,396,839

由裕隆日產人資部門統籌並規劃核心價值、核心職能、共通專業職能、管理職能等系列課程，遵循人才培育藍圖之願景，希望能透過扎實的訓練架構及課程設計，一步步達成各部門及全公司的中長期目標。

核心職能：培育同仁具備公司所期望具備之核心能力與行為。 |

課程名稱	資策會 商業思考微課程	資策會 費米推論數位課程
訓練場次 (場)	1	1
訓練人次 (人)	314	299
課程時數 (小時)	3	3

共通專業職能：培育全公司所有部門職務所需之專業知識、技能與態度。 |

課程名稱	RPA基礎課程
訓練場次 (場)	1
訓練人次 (人)	314
課程時數 (小時)	3

管理職能：對主管群進行有計畫性的管理職能提升，以因應公司永續發展。 |

課程名稱	HPP高潛力人員培訓課程	管理基礎與管理力養成
訓練場次 (場)	1	1
訓練人次 (人)	19	19
課程時數 (小時)	7	2.5

一般通識：包含幸福講座、新人訓練、核決權限、誠信經營、法治概念、採購流程基礎訓等課程。 |

課程名稱	認識職場 不法侵害主管篇	認識職場 不法侵害一般同仁篇	採購合約簽署 應注意事項-以買賣及承攬合約為主	認識營業秘密
訓練場次 (場)	1	1	1	1
訓練人次 (人)	67	326	67	326
課程時數 (小時)	2	2	1	2

全員教育訓練未來規劃

裕隆日產教育訓練未來將聚焦於 ESG 永續經營、電動車專業職能以及數位轉型等領域，這些課程的規劃主要是基於因應未來市場趨勢和企業發展需求。

2025 年公司持續推動 ESG 及職能相關教育訓練，訓練對象涵蓋全體員工及特定業務單位，課程內容包含永續發展趨勢、供應鏈管理、公司治理及相關法規要求，並結合實務案例進行說明，以強化同仁對永續議題之理解與實務應用能力，進一步提升組織整體永續治理與營運管理效能。

課程類別	2025 年執行成果	參與者
ESG永續經營相關	2025 年持續推動 ESG 相關教育訓練，依據各部門職務需求規劃相關課程，包含安排人資同仁參加「企業永續管理師證照培訓班」，以及開放公司同仁相關單位參與「永續評級實務」課程，以強化同仁對永續發展與ESG實務應用的專業能力，並提升公司整體永續治理與推動成效。	所有部門
碳議題	2025 年持續強化公司在氣候變遷與碳管理領域之專業能力，規劃並辦理相關教育訓練，包含「ISO 14064-1 溫室氣體盤查教育訓練」及「運輸工具製造產業碳足跡進階課程」。透過系統化課程協助同仁瞭解溫室氣體盤查方法、碳排放管理機制及產品碳足跡計算概念，提升公司在碳管理與永續治理方面的專業能力，並為未來推動減碳策略與低碳轉型奠定基礎。	
電動車專業職能	2025 年規劃多項電動車及汽車產業相關專業課程，包含電動車產業發展趨勢、Sourcing Plan 與國產化規劃、電動車動力傳動技術分析及汽車產業鏈生態介紹等主題，協助同仁掌握電動車產業趨勢與關鍵技術，強化企業面對產業轉型之專業能力與競爭優勢。	採購部

2026 年度教育訓練將持續以永續發展與組織能力提升為核心，規劃結合內外部資源辦理相關課程與講座，依不同部門職能設計訓練內容，深化同仁專業能力，並持續強化教育訓練與實務工作的連結，以支持公司長期營運與發展目標。

課程類別	規劃方向	參與者
新能源車 與品牌知識	將新能源車相關產業趨勢、產品知識與品牌理念納入教育訓練規劃，並依各部門需求設計相關專業課程，協助同仁掌握新能源車發展趨勢與品牌價值，強化產品理解與品牌溝通能力。	所有部門
強化數位應用 與創新優勢	持續推動數位能力培育，規劃AI協作、數據分析與數據解讀等課程，提升同仁在數位工具應用與資料決策上的能力，並促進跨部門創新與效率提升。	
以顧客導向 提升獲利	透過顧客體驗、服務品質及獲利思維相關課程，培養同仁以顧客需求為核心的思考模式，提升服務價值與營運績效，強化企業整體競爭優勢。	

技術部門教育訓練

技術中心 2025 年教育訓練 |

裕隆日產技術中心透過安排專業職能提升課程，深入了解並掌握各項技術應用方式及車輛技術趨勢，提升整體工作效能。透過這些研修課程，能夠使員工在技術上始終處於行業前沿，更準確執行商品企劃室規劃的商品方向，並有效開發車輛性能，同時也為公司在車輛研發、品質控制和市場應變等方面奠定堅實的基礎。

內部教育課程	參與對象	受訓時間
GTP-NX CAD & SV 講師培訓	設計科種子講師	960 小時
法規相關課程	設計科/法規科	87 小時
TNCAP 相關課程	設計科/法規科/車輛測試科	52 小時
資安概念教育訓練	技術中心副理級(含)以下全體同仁	50 小時
新能源車輛技術相關課程	設計科	23 小時
專案管理相關課程	專案管理科	16 小時

外部教育課程	參與對象	受訓時間
派駐日產 車輛專案管理部署	專案管理科	8 個月
派駐日產 車輛實驗部署	車輛測試科	2 個月
派駐日產 先進安全部品設計部署	電裝空調科	10 個月
AI 智慧車輛研發與驗證 (車輛中心)	設計科/法規科	6 小時
鋁合金沖壓加工技術與 模具設計要點(台中金屬中心)	外裝設計科	6 小時

零件服務部 2025 年教育訓練 |

裕隆日產零件服務部身處服務第一線，肩負著與經銷商及外部顧客密切溝通的重要使命。裕隆日產零件服務部第一線接洽經銷商及外部顧客，為此，我們更需透過良好的教育訓練達成裕隆日產售服體系的連貫及優良品質。我們針對內部課長、專員、技術主管等，舉辦多項課程，提升同仁對技術流程、汽車修復、塗裝等工序的了解。此外，針對外部經銷商體系，我們安排較多與壓力管理、團隊士氣等有關的課程，期盼能持續優化裕隆日產相關服務人員的技能及心理素質，提供終端客戶符合裕隆日產核心價值之優質服務。

內部教育課程	參與對象	課程時數
服務小樹苗課程	新進服務人員	35 小時
中階服務人員培訓課程	中階服專	14 小時
N-STEP 相關培訓課程 (引、鈑、噴，含技能檢定)	經銷商第一線技師	196 小時

外部教育課程	參與對象	課程時數
多元診斷培訓	經銷商技術講師	6 小時
講師職能培訓	經銷商技術講師	6 小時
新能源車保安防災	經銷商技術講師	6 小時
塑料件修復	經銷商板金組長	6 小時
座椅修復	經銷商技術講師	6 小時

5.2.3

績效考核

裕隆日產透過定期的績效考核制度來檢視同仁於公司內的發展情況、工作表現及成果。2025 年裕隆日產接受績效評核之員工比例為 100%。

職等晉升考評會

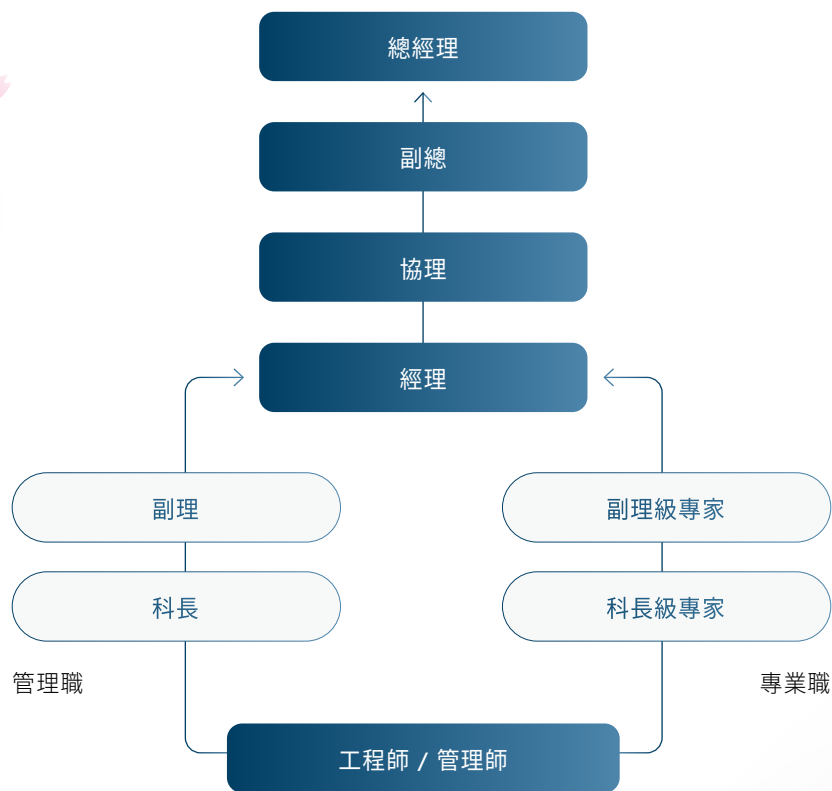
01 績效規劃 個人能力發展計畫	02 面談達成共識	03 回饋與調整	04 績效考核職涯發展
- 設定個人工作計畫 - 規劃個人能力發展	主管與同仁針對共同目標及能力發展達成共識	- 工作教導 - 適時回饋 - 定期檢視	- 檢視目標達成 - 績效考評 - 考評能力發展

考核類別			評核重點
H1 非主管績效考核	H2 非主管績效考核	副理/科長 年度考核	- 關鍵績效指標困難度 - 達成目標之該同仁個人貢獻內容

性別	男		女	
類別	總數	績效考核人數	總數	績效考核人數
高階主管	17	17	3	3
中階主管	48	48	12	12
一般員工	141	141	82	82

雙軌制指標

裕隆日產尊重每一位同仁的獨特性，為讓不同特質與職務屬性的人才均能發揮所長，本公司建構了多元且彈性的職涯發展路徑，致力打造適才適所的成長舞台。雙軌制制度，除了培養管理職位的接班人選之外，亦研擬非管理職位發展的專業人才晉升途程，鼓勵同仁朝適性方向成長，讓組織的人才適得其所，發揮最大綜效。



President Award

除了常態性的考績評核制度外，裕隆日產更設立獨有的最高榮譽「President Award」。此獎項旨在公開表揚於達成業務目標、創新貢獻、跨部門團隊合作及展現卓越領導力等方面，具備傑出表現的同仁與團隊，給予最高規格的肯定與實質激勵。

President Award

目的	表揚本公司優秀團隊及個人，樹立學習典範，傳遞公司價值。
獎勵對象	本公司副理級(含)以下同仁
活動精神	獎勵創新及該創新為公司中期目標所帶來的效益 個人獎的部分尚包含核心職能行為的具體呈現
創新及效益定義	創新：產品、服務、流程、組織或管理、市場管理或市場開拓 效益：提高銷售或獲利、降低成本、提升顧客價值或顧客滿意度、提升員工價值或員工滿意度
獎勵項目	團體獎：未來潛力獎、卓越價值獎 個人獎：總經理獎、金獎
報名方式	每年 9 月，各部門可舉薦至少 2 名優秀個人及 1 隊優秀團隊，遴選時間為每年 11 月底
評選方式	入圍 由評審團針對各部門提案之參賽資料進行第一階段篩選 初審 評審團針對參選資料執行審核，提出得獎之推薦順序進入複審 複審 將由總經理、副總經理、協理級等高階長官共同擔任評審，選出團體獎及個人獎得主

我們設立嚴謹的獎項評選方式，且過程公開透明，會根據各參選團隊之專案內容，決定是否推薦參加 Japan-ASEAN Chair Award Program 或其他更大範圍之內部競賽，為公司爭光。除了頒發獎項榮譽之外，裕隆日產也提供豐厚之實際獎勵予獲獎同仁，包括獎金、講座及其他額外福利項目提供等。2025 年共計有 5 組團體獲獎，9 位同仁獲得個人獎。

團體獎 - 未來潛力獎

獲獎數 3 組

員工獲得獎勵（包含獎金及其他福利）

獎金 3 萬元、內部公告及表揚

團體獎 - 卓越價值獎

獲獎數 2 組

員工獲得獎勵（包含獎金及其他福利）

獎金 3 萬元、內部公告及表揚

個人獎 - 總經理獎

獲獎數 3 名

員工獲得獎勵（包含獎金及其他福利）

獎金 1 萬 5 千元、獎座、公開表揚、旅遊榮譽假及旅遊補助、廠內停車一年、英雄榜公告

個人獎 - 金獎

獲獎數 6 名

員工獲得獎勵（包含獎金及其他福利）

獎金 1 萬元、獎座、公開表揚、廠內停車一年、英雄榜公告

President Award 團隊獎

卓越價值獎

建置CBU汽車生命週期圖

羅芳志、林毅玲、陳宏齊、余昭宏、高德全、白政祥、吳學融、邱建翔、張健宏、林孟賢、徐新舒、陳美姬

President Award 團隊獎

卓越價值獎

建構與DNTC的合作開發模式

劉威志、白政祥、韓明福、盧冠宇、張本平、林宗福、陳榮雄、張積慶、高裕倫、徐新舒、林孟賢、周承淵、羅文謙、洪瑞祥、藍敏嘉

President Award 團隊獎

未來潛力獎

EV售服獲利提升

羅秋丹、李瑞育、黃子文、吳學融、林國福、徐至平、林建志、賴威威、鍾巧琳

President Award 團隊獎

未來潛力獎

新車型開發 Physical Phase 流程短縮

劉威志、白政祥、詹惠茹、賴宏銘、黃家瑛、陳榮雄、林福春、施政邦、盧冠宇、王郁欣、黃軒鴻、周盈傑

President Award 團隊獎

未來潛力獎

I/H電池線建置規劃

李野功、劉威志、蘇清義、黃友培、高裕倫、賴怡光、黃昇華、韓明福

團體獎

YNM 第20屆 President Award

IST INNOVATION TEAMWORK SPEED

NISSAN

個人獎

總經理獎

技術中心 | 邱弘遠

• 負責 NISSAN 車身組裝生產線，提升生產效率及品質。

• 負責 NISSAN 車身組裝生產線，提升生產效率及品質。

• 負責 NISSAN 車身組裝生產線，提升生產效率及品質。

總經理獎

產品企劃室 | 徐新舒

• 負責 NISSAN 產品企劃室，提升產品競爭力。

• 負責 NISSAN 產品企劃室，提升產品競爭力。

• 負責 NISSAN 產品企劃室，提升產品競爭力。

總經理獎

零件服務部 | 陳仲華

• 負責 NISSAN 零件服務部，提升客戶滿意度。

• 負責 NISSAN 零件服務部，提升客戶滿意度。

• 負責 NISSAN 零件服務部，提升客戶滿意度。

金獎

技術中心 | 蘇信宜

• 負責 NISSAN 技術中心，提升技術水平。

• 負責 NISSAN 技術中心，提升技術水平。

• 負責 NISSAN 技術中心，提升技術水平。

金獎

技術中心 | 周承淵

• 負責 NISSAN 技術中心，提升技術水平。

• 負責 NISSAN 技術中心，提升技術水平。

• 負責 NISSAN 技術中心，提升技術水平。

金獎

BPF事業企劃暨財務部 | 張銘仁

• 負責 NISSAN BPF事業企劃暨財務部，提升財務效率。

• 負責 NISSAN BPF事業企劃暨財務部，提升財務效率。

• 負責 NISSAN BPF事業企劃暨財務部，提升財務效率。

金獎

整合運營管理部 | 劉平慧

• 負責 NISSAN 整合運營管理部，提升運營效率。

• 負責 NISSAN 整合運營管理部，提升運營效率。

• 負責 NISSAN 整合運營管理部，提升運營效率。

金獎

整合運營管理部 | 鄭佩欣

• 負責 NISSAN 整合運營管理部，提升運營效率。

• 負責 NISSAN 整合運營管理部，提升運營效率。

• 負責 NISSAN 整合運營管理部，提升運營效率。

5.3 健康職場環境

裕隆日產將「零重大工安事件」訂定為工作目標，並透過內部職業安全衛生管理委員會之運作，落實執行安全衛生管理工作。我們遵守職業安全衛生相關法令，定期辦理職安衛教育訓練，每年持續推動健康促進項目，以提供安全又安心的工作環境為義務，以維護員工身心靈健康為己任。

重大主題：職場安全與健康 |

策略目標 |

對經濟、環境和人群的實際與潛在的正面衝擊（機會）

深植職業安全文化，守護員工及承攬商安全及健康，營造友善安全職場環境。

對經濟、環境和人群的實際與潛在的負面衝擊（風險）

降低職災與工傷風險，避免因安全意外造成人才損失，並預防法規遵循缺失。

2025 年投入資源

推行彈性辦公制度，針對極端氣候啟動應變機制，確保員工能以安全路徑與方式通勤。

公司對職場安全與健康之政策與承諾

推動完善職安衛管理政策，包含定期員工健康檢查、專業醫護諮詢及多元化的健康促進計畫。

短期目標 (1 年)

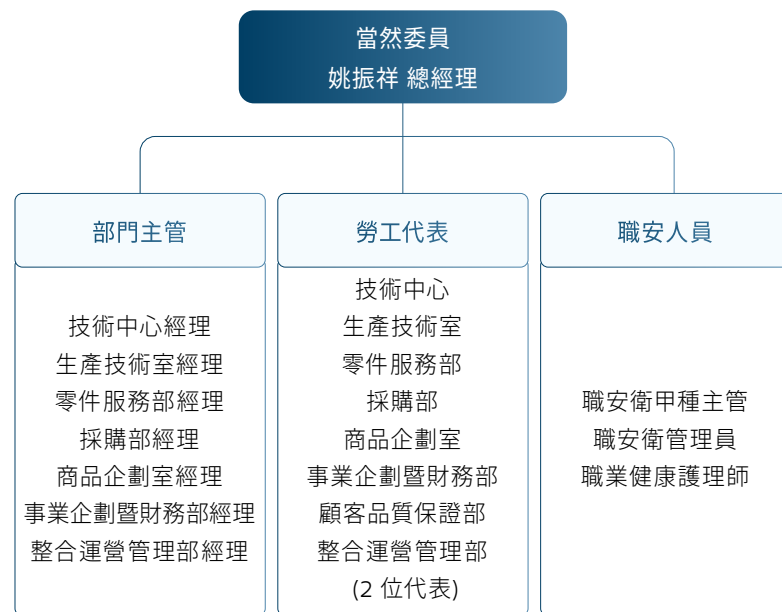
1. 工傷率低於 5%
2. 維持零重大職業災害事故
3. 定期辦理每半年一次消防演習

中長期目標 (3-5 年)

1. 每年度舉辦至少 2 場次身心健康增能講座
2. 持續達成零重大職業災害之長期目標

職業安全衛生委員會

裕隆日產職業安全衛生委員會組織圖



職業安全衛生委員會 2025 年運作情形

開會日期	討論重點項目/重要決議	出席人數	出席率
2025 年 3 月 27 日	職場不法侵害宣導	18	90%
2025 年 06 月 26 日	職安衛教育訓練計畫	17	85%
2025 年 09 月 25 日	自動檢查計畫	18	90%
2025 年 12 月 25 日	審議 2026 年職安衛管理計畫	20	100%

5.3.1

職業安全衛生管理

職業安全衛生管理委員會為裕隆日產的職業安全衛生管理監督單位，審議與職安衛相關議題。2025 年委員會總人數為 20 人，由姚振祥總經理作為最高決策者；委員會成員由各部門主管以及多位勞工代表組成，以及三位職安專責人員參與。職業安全衛生委員會每季召開會議，由整管部安全衛生組代表作為會議主持及主導單位。

職業災害及應變程序

裕隆日產秉持安全第一的核心理念，已連續多年達成「零職業災害」之優異紀錄，展現本公司落實職業安全衛生管理的紮實成效。為預防發生職業災害事件，建立災害應變程序，有事故發生時，需馬上通報廠區、駐廠護理師並撥打 119。若需要進行急救，便於當下進行心肺復甦術及使用 AED；不須急救則送至診所，或由救護車送至醫院。如發生相關情形，我們將進行職業災害事故調查，找出並分析原因以進行矯正預防措施。透過教育訓練課程，讓每位員工皆了解此程序，若有相關案例，也會加入教育訓練向所有同仁進行宣導與教學，加強同仁危害鑑別與風險評估觀念，確保所有意外事件皆能被順利應對。



裕隆日產近 3 年職業災害統計

項目	2023 年		2024 年		2025 年	
	男	女	男	女	男	女
職業傷害(件數)	0	0	0	0	0	0
職業病發生(件數)	0	0	0	0	0	0
損失工作日(天數)	0	0	0	0	0	0
工作總時數	551,291	210,493	560,912	229,328	473,792	215,248
工傷率 (IR)	0	0	0	0	0	0
職業病發生率	0	0	0	0	0	0
嚴重率 (SR)	0	0	0	0	0	0
缺勤率	0	0	0	0	0	0

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%
5. 未列入工傷定義：除因遭遇職業災害而致死亡、殘廢、傷害或疾病，其它輕微事件不列入工傷計算
6. 缺勤率定義：因遭遇職業災害而致死亡、殘廢、傷害或疾病所造成之缺勤日數
7. 2025 年職業傷害類別：無

人員安全衛生訓練

內部人員安全衛生訓練為管理職安衛風險、建構良好工作場所的重要一環。我們從新進人員入職開始，便協助建立良好的職業安全衛生基礎知識，每年也定期舉辦一般安全衛生教育訓練以及自衛消防編組衛生教育訓練，讓職安衛的正確觀念深植入裕隆日產每一位同仁的心中，共同打造安全又安心的工作場域。

2025 年裕隆日產職業安全衛生教育訓練

課程名稱	受訓人數 (人)	受訓時數 (小時)
新人安全衛生教育訓練	5	3
一般安全衛生教育訓練	305	1
自衛消防編組衛生教育訓練	303	4

5.3.2

員工健康

面對產業變革與氣候挑戰，員工健康是提升生產力與組織韌性的關鍵。裕隆日產透過廠區診所、健康檢查、員工協助方案與運動社團等措施，主動關注員工身心狀況、預防職業病風險，降低健康損害。藉由持續推動健康管理與職場照護，營造員工身心健康的職場環境。

員工健康管理

員工午餐營養管理

設置中央廚房團膳，由專業營養師規劃菜單，確保飲食營養及熱量。

AED 急救設備

於廠區各明顯場所設置 AED，並宣導全民 CPR，舉辦心肺復甦術、異物哽塞處理、傷口包紮等急救教學課程，以增加同仁對急救的認識，提升同仁急救的應變能力。

廠區診所服務項目

裕隆日產與母公司裕隆汽車同處於三義廠區，於廠區中共同設置裕隆汽車員工診所，提供緊急救助以及日常員工所需之門診服務，並有常駐之數位合格護理師、特約教學醫院急診專科醫師。

項目	服務內容暨 2025 年執行成效
內、外科診療及急診處理	- 提供同仁優質的醫療環境及專業的診療諮詢服務。診所醫師具有急診專科、家庭醫學科資格且有豐富的臨床實務經驗。 - 開放眷屬及當地居民就醫與諮詢，擴大醫療關懷範圍。
戒菸特別門診	- 提供戒菸服務：醫師根據同仁個別不同診斷評估，安排合適的戒菸治療方式。 - 積極推廣同仁相關戒菸資訊以協助戒菸，宣導戶外吸菸自主管理。
健康檢查	- 健康檢查：遴選勞工保險預防職業病健康檢查指定醫院至廠內為同仁進行健康檢查。 - 醫務室彙整檢查報告書後，依報告結果進行健康分析，針對異常者主動追蹤關懷，或通知前來員工診所接受專業醫療諮詢。
施打疫苗	提供免費疫苗，共計 217 位同仁自願登記施打疫苗。
急救訓練	積極宣導全民 CPR，增進同仁的急救能力，及提升應變能力，舉辦心肺復甦術、異物哽塞處理、傷口包紮等急救教學課程，增加同仁對急救的認識進而學習施救技術。
健康宣導	- 配合政府防疫政策，依疾病流行季節進行健康宣導與衛教活動，並提供流感疫苗接種等服務。 - 面對可能引發大流行的傳染病，則依專業醫護建議預備防疫物資，靈活應對疫情變化。

員工協助方案

為建構全方位的職場支持網絡，本公司自 2015 年主動與桃園市生命線協會等專業的機構合作，提供同仁在工作、生活及健康等方面的員工協助方案（Employee Assistance Program，簡稱 EAP），讓有需要的同仁有專業且保密的諮詢管道解決所面臨的困境，提升職場的表現。

員工協助方案

工作

提供管理策略、工作適應與生涯協助相關服務。

生活

協助員工解決可能影響其工作之個人問題，例如：人際、婚姻、親子、家庭照顧、理財、法律問題等。

健康

透過工作場所中提供的健康宣導、醫療設施等協助員工維護個人身心健康，達到工作生活平衡，提升工作效率與生產力。

聘請運動指導員

為打造全方位的健康職場，本公司聘請運動指導員帶領員工參與運動課程，善用廠內運動設施，推動健康企業文化。2025 年共 480 人次參與，活動不僅改善員工 BMI 值，亦促進跨部門交流與團隊合作，為公司長期發展厚植健康資本。

羽球課程 國民運動中心



配合同仁需求，利用晚間於台中市國民運動中心開課。

共 8 堂課 | 73 人次參與

羽球課程 裕隆員工體育館



採小班制。

共 8 堂課 | 62 人次參與

健身課程 三義廠區



配合同仁需求，利用假日台中市國民運動中心開課。

共 8 堂課 | 93 人次參與

健身課程 國民運動中心



共 8 堂課 | 63 人次參與

瑜珈課程 三義廠區



共 8 堂課 | 105 人次參與

有氧課程 三義廠區



共 8 堂課 | 84 人次參與

06 社會共融

6.1 產學共構

6.1.1 校企合作 駕馭未來

6.2 扎根教育

6.2.1 推動技職人才發展

6.2.2 HBL 高中籃球甲級聯賽推廣

6.3 e 起永續

6.3.1 NISSAN 小小汽車達人

6.4 社會公益

6.4.1 關懷環保局市民臨時工

6.4.2 支持社工擴展服務量能

6.4.3 花蓮颱風風災關懷

社會共融

核心願景與承諾

2025 年，裕隆日產汽車秉持「取之於社會、用之於社會」的核心理念，持續投入教育與社會公益。我們透過捐贈車輛、支持政府專案以及推動閱讀公益，展現對人才培育與社會關懷的承諾。同時，我們結合產業資源，深化校園技術教育，協助未來技職人才的養成。此外，透過多項公益計畫，我們攜手更多夥伴實現社會共好，為永續發展貢獻心力，共同為下一代打造更美好的未來。

2025 年績效亮點

連續 21 年捐贈臺北市環保局市民臨時工意外險，累計投入 **1,100 萬元**，受益人次達 **37,454 人次**。

舉辦「NISSAN 小小汽車達人」活動 **24 場次**，吸引 **385 人次** 參與，投入經費 **172.8 萬元**，整體滿意度達 **4.9 分**（滿分 5 分）。

遴選 **14 位** 學生擔任校園大使，辦理 **11 場** 推廣活動，累計 **101 人次** 參與，並創造 **10,935 次** 社群互動，強化品牌校園影響力。

捐贈「愛的里程」平台 **100 萬點** 移動點數，全年累積服務里程 **35,788 公里**、出行 **236 趟次**，協助社福機構擴大弱勢服務涵蓋範圍。

社會永續發展策略



6.1 產學共構

裕隆日產深知經驗積累與技術傳承的重要，培育未來人才是實踐企業社會責任、創造產業永續循環的關鍵。我們攜手全台經銷商與服務廠，並邀請專業講師及公司內部資歷豐富的同仁共同走入校園，透過演講、論壇讓學生們了解產業概況與品牌文化；推動實習及職場體驗計畫，使學生能學以致用並從理論銜接於實務；透過校園提案競賽等活動，提供予年輕學子發光發熱的舞台，同時藉以宣傳推廣裕隆日產創新技術。相信這些年實踐的扎根教育行動，將會孕育成一座生生不息的森林。

產學合作理念



6.1.1

校企合作 駕馭未來

汽車產業從內部技術到外部銷售，除了對產業的熱情，專業知識與經驗更是不可或缺。為此，我們規劃一系列的計畫，多年來深耕校園與校方合作進行專業人才培育，期盼透過不同管道招募多元人才。

培育計畫

校園徵才

計畫內容

參與全台大專院校校園徵才活動，透過企業簡報、職缺說明、學長姐分享及現場交流，向學生介紹公司產業發展、企業文化及人才培育制度，提升學生對汽車產業與公司品牌之認識，並吸引優秀青年人才投遞履歷。



效益 **76** 人報名

6.1 產學共構

6.2 扎根教育

6.3 e 起永續

6.4 社會公益

培育計畫

職涯體驗計畫

計畫內容

於中興大學、成功大學舉辦職涯體驗計畫，對於學界人才培育，裕隆日產汽車運用核心技術能力及偕同遍佈台灣各地的經銷商、服務廠，提供專業講師到大專院校協同教學，讓學生在就業前有機會接觸到產業界的實務及新知。

中興興學塾

安排至廠區內參觀與授課，提供專業講師讓學生在就業前有機會接觸到產業界的實務及新知，講授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。

成大職涯教練計畫

提供專業講師到大專院校協同教學，以補強學術界的實務經驗缺口，講授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，也安排至廠區內參觀與授課。



效益 中興大學興學塾計畫

2025 年共 **22** 位學生參加，持續深耕中興大學，且 2024 年參加計畫有 1 位學生成為該年度暑期實習生及校園大使。

培育計畫

校園大使

計畫內容

從全台各大專院校共收取 117 份報名表，經選後選出 14 位校園大使。透過為期 8 個月的品牌推廣、企業深度體驗及數位行銷實作活動，培養學生對公司品牌與汽車產業的認識；並舉辦提案競賽，提供獎勵機制，鼓勵學生發揮創意與實務應用能力，同時透過校園社群分享與活動推廣，提升企業在校園中的品牌能見度。



效益 1. 活動數量：11 場

2. 總參與人次：101 人次

3. 社群發文數量：332 篇

4. 社群互動按讚數：10,935 次

培育計畫

暑期實習

計畫內容

在暑假期間，每年提供實習機會，讓學生在進入職場前，有機會至業界了解職場環境並習得實務經驗，也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，達成產學深度交流，共創多贏的局面。本計畫自 2025 年 3 月啟動，4 月展開甄選活動，共招募 4 位實習生，職缺分佈行銷部、商品企劃室和整合運營管理部共 3 個部門，實習期間為 7~8 月，為期 2 個月。



效益 2025 年招收 4 位實習生

6.2 扎根教育

6.2.1

推動技職人才發展

裕隆日產長期致力於促進技職教育發展，為結合學術與實際應用，讓學生在校累積實作經驗並提升就業競爭力。我們透過教育部主辦的「全國高級中等學校學生工業類技藝競賽」以及勞動部主辦的「第 55 屆全國技能競賽」，支援賽事用相關設備及車輛，將汽車修護行業最寶貴的經驗傳承，讓學生順利銜接職場。本年度亦與彰師大及花蓮復興高中進行產學合作，除了提供教學用車輛也導入原廠技術教材與維修標準，並且透過技術講師進行課程交流與實務教學，協助學校強化電動化車輛與新世代汽車技術之教學能量。透過支援汽車維修實務課程，並結合產業實務案例，提升學生實作能力，進一步強化偏鄉技職教育資源，促進產學接軌與區域人才培育發展。



技職人才發展投入效益

主辦	專案	投入資源		贊助價值	投入效益
教育部	工科賽技術支援	1. CONSULT 診斷電腦 2. 電子修護手冊 (ESM)	3. 汽車修護職類競賽用實車 4. 捐贈車輛	約新台幣 620,000 元 (依車輛市值估算) 及人力與設備支援	投入技術講師支援競賽規劃與現場指導，同時捐贈車輛作為競賽優勝學校獎勵，提升技職人才專業能力與產業認知，也期待培養出更多優秀青年人才
勞動部 勞動力 發展署	全國技能競賽活動 及競賽支援	1. CONSULT 診斷電腦 2. 電子修護手冊 (ESM) 3. 汽車修護職類競賽用實車	4. 汽車噴漆職類競賽用鈑件 5. 展示用車輛	以人力與設備支援為主	投入技術講師支援競賽規劃與現場指導，同時展示電動化車輛，推廣新世代汽車技術，提升技職人才專業能力與產業認知
勞動部 勞動力 發展署	亞洲技能競賽 競賽支援	1. CONSULT 診斷電腦 2. 電子修護手冊 (ESM) 3. 汽車修護職類競賽用實車	4. 汽車噴漆職類競賽用鈑件 5. 國手團隊工作服	新台幣 60,000 元 工作服及人力與設備支援為主	協助選手於國際競賽中展現專業技術實力，同時展示電動化車輛技術，提升台灣技職人才國際能見度
裕隆日產 汽車股份 有限公司	產學合作車輛捐贈 (彰師大)	1. 電子修護手冊 (ESM) 2. 捐贈車輛		約新台幣 620,000 元 (依車輛市值估算)	提供教學用車輛、導入原廠技術教材及維修標準，並安排技術講師進行課程交流與實務教學，協助學校強化電動化車輛與新世代汽車技術教學能量，促進產學接軌與人才培育
裕隆日產 汽車股份 有限公司	產學合作車輛捐贈 (花蓮復興高中)	1. 電子修護手冊 (ESM) 2. 捐贈車輛		約新台幣 670,000 元 (依車輛市值估算)	提供教學用車輛，支援學校進行汽車維修實務教學，並結合產業實務案例提升學生實作能力，強化偏鄉技職教育資源，促進區域人才培育發展
總計				約新台幣 1,970,000 元	

6.2.2

HBL 高中籃球甲級聯賽推廣

裕隆日產積極參與國內運動賽事，為鼓勵民眾觀看 HBL 高中籃球甲級聯賽，進場幫球員們加油打氣，除贊助活動賽事外，裕隆日產於場外設置互動攤位，讓全民動起來，同時宣傳具備低油耗優勢之車款 SENTRA 尊爵 BOSE 版，讓民眾可以近距離體驗車體結構與內裝等細節，並贊助賽後抽獎活動，讓觀賽球迷成為 SENTRA 尊爵 BOSE 版幸運車主。我們將持續支持國內賽事，透過多樣化活動結合企業品牌的推廣，與體育精神共同奮戰到底。

籃球賽事贊助投入效益

參與人次

約 4,751 人次

投入資源

SENTRA 尊爵 BOSE 版 抽獎用車 1 輛
產品價值新台幣 904,000 元

投入效益

- 透過高價值獎項及現場互動攤位帶動賽事熱度，吸引觀眾入場觀賽。
- 展示具備低油耗優勢之車款，向大眾推廣節能低碳的移動解決方案。



6.3 e 起永續

除了致力於推動技職教育與投入社會公益行動外，我們亦希望將永續理念延伸至日常生活與家庭場域，從兒童教育出發，結合交通安全與環境保護議題，設計具教育性與互動性的體驗活動，期望透過「人、車、生活」的學習模式，深化大眾對安全與永續行動的認知，逐步形塑正向社會影響力。

因此特別規劃以兒童教育為出發點，宣導交通安全與環保理念，期盼能自幼將相關觀念深植於學齡幼童心中。

6.3.1

NISSAN 小小汽車達人

自 2019 年起，裕隆日產持續辦理「小小汽車達人服務廠工作體驗營」，致力推廣交通安全及環保教育，已累計近千名小朋友參與活動。透過寓教於樂的方式，向孩童傳遞汽車相關基礎知識與交通安全觀念。活動以 4-7 歲兒童為主要對象，運用 NISSAN 原創繪本及互動式教材，讓孩童在輕鬆有趣的體驗中，認識交通安全的重要性及汽車服務廠的工作環境與流程，深化安全意識，並實踐企業社會責任，為永續發展扎根。

2025 年度活動擴大對外開放參與對象，除既有車主與幼兒園團體外，亦吸引一般家庭與社區民眾共同參與，進一步擴大活動影響範圍。整體活動獲得高度肯定，展現裕隆日產長期投入兒童交通安全教育的具體成果。

NISSAN 小小汽車達人活動效益

項目	舉辦場次	參與人次	投入經費	活動影響力
2025 年	24 場	385 人	新台幣 1,727,938 元	- 擴大族群：除既有車主、幼兒園團體外，亦吸引一般家庭與社區民眾參與 - 媒體與社群擴散：活動相關報導與社群貼文累計觀看次數達 24 萬次 - 回饋滿意度：整體滿意度達 4.9 分（滿分 5 分），獲得高度好評
累積投入	256 場	4,028 人	新台幣 8,067,938 元	培育兒童交通安全及環保意識



6.4 社會公益

在企業創造經濟價值的同時，亦應將回饋社會視為營運的重要一環，與社會攜手前行、甘苦與共。裕隆日產以長期、制度化的方式投入社會公益行動，聚焦弱勢族群保障與社會服務資源支持，並持續擴大社會影響力。

6.4.1

關懷 環保局市民 臨時工



裕隆日產自 2005 年起，連續 21 年攜手裕隆汽車長期捐贈台北市政府環保局市民臨時工「僱主補償契約責任險」每年 100 萬元保險費，為台北市政府環保局市民臨時工投保「僱主補償契約責任險」，讓他們在工作辛勞之餘可以多一重保障，以實際行動感謝這群無名英雄的辛勞與付出。2025 年提供 1,400 多位辛勤維護市容整潔的市民工、短期就業人員一份安心保障，受益人次累計 37,454 人，展現企業長期關懷社會弱勢、實踐社會責任之承諾。

僱主補償契約責任險效益

項目	投入經費	受益人數
2024 年	新台幣 500,000 元	1,600 人
2025 年	新台幣 1,000,000 元	1,454 人
長期累積投入	新台幣 11,000,000 元	37,454 人

6.4.2

支持社工擴展服務量能

裕隆日產積極參與透過「愛的里程」平台支持社工擴展服務量能，捐贈愛的里程點數予「基督教芥菜種會」、「台灣行動兒童療育協會」合計一百萬元移動點數，全年累積服務里程達 35,788 公里、出行超過 236 趟次。期盼透過實際資金與資源的投入，傳遞關懷，使資源能在最適當之處被有效運用，讓善意得以延續並發揮長遠影響。



項目	投入經費	服務里程
2025 年	新台幣 1,000,000 元	35,788 公里
累積投入	該活動是第一年參與	

6.4.3

花蓮颱風風災關懷

裕隆日產發起特別關懷案為樺加沙颱風受損車輛提供多輛服務，包含拖吊、代步車及保修優惠，出動技師協助光復災區救援與維修車輛，並號召員工化身「救災超人」，投入災後清理與物資發放活動，為「鏟子超人」提供暖心物資，支持光復鄉順利重建。



附錄

附錄一
全球永續性報告指標 GRI
Standards 對照表

附錄二
上市公司氣候相關資訊

附錄三
TCFD 氣候相關財務揭
露對照表

附錄四
溫室氣體盤查及確信情形

附錄五
永續會計準則 (SASB) 對照表

附錄六
第三方確信聲明書

附錄一 全球永續性報告指標 GRI Standards 對照表

GRI 2：一般揭露 2021

GRI 通用準則使用聲明 | 參照 GRI Standards 2021 出版 2025 年永續報告書，報告期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日

類別	指標	揭露要求	章節/說明	頁碼
組織與報導	GRI 2-1	組織資訊	1.1 關於裕隆日產汽車	08
	GRI 2-2	組織永續報導中所包含的實體	1.1.2 經營概況	10
	GRI 2-3	報導期間、報導頻率與聯絡人	關於本報告書	02
	GRI 2-4	資訊重編	關於本報告書	02
	GRI 2-5	外部保證 / 確信	附錄六、第三方確信聲明書	119
活動與工作者	GRI 2-6	活動、價值鏈與其他商業關係	1.1.2 經營概況	10
	GRI 2-7	員工	5.1.1 員工概況	78
	GRI 2-8	非員工工作者	5.1.1 員工概況	78
治理	GRI 2-9	治理結構與組成	2.1.1 治理架構	22
	GRI 2-10	最高治理單位的提名與遴選	2.1.1 治理架構	22
	GRI 2-11	最高治理單位的主席	2.1.1 治理架構	22
	GRI 2-12	最高治理單位在監督衝擊管理的角色	2.1.1 治理架構 4.1.1 氣候治理架構	22 57
	GRI 2-13	最高治理單位於永續性報導的角色	2.4.1 風險管理架構 4.1.1 氣候治理架構	35 57
	GRI 2-14	最高治理單位的提名與遴選	2.1.2 董事會運作	23
	GRI 2-15	利益衝突	2.1.2 董事會運作 董事會利益衝突迴避	23

GRI 1 使用版本 | GRI 1: Foundation 2021 **GRI 行業準則應用** | 尚未有適用之行業準則

類別	指標	揭露要求	章節/說明	頁碼
治理	GRI 2-16	關鍵重大事件的溝通	2.1 公司治理	22
	GRI 2-17	最高治理單位的群體智識	2.1.2 董事會運作	23
	GRI 2-18	最高治理單位的績效評估	2.1.2 董事會運作	23
	GRI 2-19	薪酬政策	2.1.2 董事會運作	23
	GRI 2-20	薪酬決定的流程	2.1.2 董事會運作	23
	GRI 2-21	年度總薪酬比率	5.1.2 薪酬與福利	80
策略、政策和實踐	GRI 2-22	永續發展策略的聲明	經營者的話 1.2.2 永續藍圖	04 14
	GRI 2-23	政策承諾	5.1.4 人權承諾	86
	GRI 2-24	融入政策承諾	2.2 誠信經營與法規遵循	27
	GRI 2-25	負面衝擊補償流程	2.2.1 誠信經營	27
	GRI 2-26	徵求建議與提出關切事項的機制	2.2.1 誠信經營 3.3.1 意見回饋管道	27 45
	GRI 2-27	法規遵循	2.2.2 法規遵循	28
	GRI 2-28	公協會會員資格	1.1.2 經營概況	10
	GRI 2-28	公協會會員資格	1.1.2 經營概況	10

GRI 3：重大主題 2021

指標	揭露要求	章節/說明	頁碼
GRI 3-1	決定重大主題的流程	1.3.1 重大議題分析流程	15
GRI 3-2	重大主題列表	1.3.3 重大議題分析結果	18
GRI 3-3	重大主題管理	詳見重大議題個別之對應章節	-

GRI 特定主題

指標	揭露要求	章節/說明	對應重大主題	頁碼
GRI 100：氣候變遷				
GRI 102	102-4 溫室氣體減排目標與進展	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70
	102-5 範疇一溫室氣體排放	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70
	102-6 範疇二溫室氣體排放	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70
	102-7 範疇三溫室氣體排放	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70
	102-8 溫室氣體排放強度	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70
GRI 103	103-1 能源政策與承諾	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70
	103-3 上下游的能源消耗	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70
	103-4 能源強度	4.2.2 能源與溫室氣體管理	氣候變遷因應與策略	70

指標	揭露要求	章節/說明	對應重大主題	頁碼
GRI 200：經濟				
GRI 201 經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1.3 財務績效	經濟績效	26
	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	4.1.2 氣候風險與機會鑑別	經濟績效	58
	201-3 確定給付制義務與其他退休計畫	5.1.2 薪酬與福利	經濟績效	80
	201-4 取自政府之財務援助	2.1.3 財務績效-政府補助	經濟績效	26
GRI 204 採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	3.5.1 品牌價值鏈	-	50
GRI 205 反貪腐	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	2.2.1 誠信經營	-	27
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.2.1 誠信經營	-	27
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	報告年度未發生貪腐事件	-	27
GRI 206 反競爭行為	206-1 反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	報告年度未發生違反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為等事件	-	28
GRI 207 稅務	207-1 稅務方針	2.1.3 財務績效-稅務治理	-	26
	207-2 稅務治理、管控與風險管理	2.1.3 財務績效-稅務治理	-	26
	207-4 國別報告	2.1.3 財務績效-稅務治理	-	26

指標	揭露要求	章節/說明	對應重大主題	頁碼
GRI 300: 環境				
GRI 301 物料	301-2 使用回收再利用的物料	4.3.1 永續產品與循環經濟	-	73
	301-3 回收產品及其包材	4.3.1 永續產品與循環經濟	-	73
GRI 302 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
	302-3 能源密集度	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
	302-4 減少能源消耗	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
	302-5 降低產品和服務的能源需求	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
GRI 303 水與流放水	303-1 共享水資源之相互影響	4.2.4 水資源管理	-	73
	303-2 與排水相關衝擊的管理	4.2.4 水資源管理	-	73
	303-3 取水量	4.2.4 水資源管理	-	73
GRI 305 排放	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
	305-3 其它間接 (範疇三) 溫室氣體排放	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
	305-4 溫室氣體排放強度	4.2.2 能源與溫室氣體管理	-	70
GRI 305 排放	305-5 溫室氣體排放減量	4.2.3 廢棄物管理	-	72

指標	揭露要求	章節/說明	對應重大主題	頁碼
GRI 306 廢棄物	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	4.2.3 廢棄物管理	-	72
	306-3 廢棄物的產生	4.2.3 廢棄物管理	-	72
	306-4 廢棄物的處置移轉	4.2.3 廢棄物管理	-	72
	306-5 廢棄物的直接處置	4.2.3 廢棄物管理	-	72
GRI 308 供應商 環境評估	308-1 使用環境標準篩選新供應商	3.5.2 供應商管理	-	51
	308-2 供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	3.5.2 供應商管理	-	51
GRI 400: 社會				
GRI 401 勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	5.1.1 員工概況	人才招募與留任	78
	401-2 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	5.1.2 薪酬與福利	人才招募與留任	80
	401-3 育嬰假	5.1.2 薪酬與福利	人才招募與留任	80
GRI 403 職業安全 衛生	403-1 職業安全衛生管理系統	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96
	403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96
	403-3 職業健康服務	5.3.2 員工健康	職場安全與健康	98
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96

GRI 內容索引

上市公司氣候相關資訊

TCFD 氣候相關財務揭露對照表

溫室氣體盤查及確信情形

永續會計準則 (SASB) 對照表

第三方確信聲明書

指標	揭露要求	章節/說明	對應重大主題	頁碼
GRI 400：社會				
GRI 403 職業安全 衛生	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96
	403-6 工作者健康促進	5.3.2 員工健康	職場安全與健康	98
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96
	403-9 職業傷害	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96
	403-10 職業病	5.3.1 職業安全衛生管理	職場安全與健康	96
GRI 404 訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	5.2.2 人才培育與發展	人才招募與留任	88
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	5.2.2 人才培育與發展	人才招募與留任	88
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.2.3 績效考核	人才招募與留任	93
GRI 405 員工多元化 與平等關係	405-1 治理單位與員工的多元化	2.1.2 董事會運作 5.1.1 員工概況	人才招募與留任	23 78
	405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率	5.1.2 薪酬與福利	人才招募與留任	80
GRI 406 不歧視	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	5.1.4 人權承諾 報告年度未發生歧視事件	-	86
GRI 407 結社自由與 團體協商	407-1 可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	3.5.2 供應商管理	-	51
		5.1.4 人權承諾		86

指標	揭露要求	章節/說明	對應重大主題	頁碼
GRI 408 童工	408-1 營運據點和供應商使用童工之重大風險	3.5.2 供應商管理 5.1.4 人權承諾 無重大使用童工工作者之風險	-	51 86
GRI 409 強迫或 強制勞動	409-1 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	3.5.2 供應商管理 5.1.4 人權承諾 無強迫或強制勞動之風險事件	-	51 86
GRI 414 供應商社會 評估	414-1 使用社會標準篩選新供應商	3.5.2 供應商管理	-	51
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	3.5.2 供應商管理	-	51
GRI 415公 共政策	415-1 政治捐獻	報告年度未有政治捐獻	-	-
GRI 416： 顧客健康與 安全	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.4.2 品質管理	產品安全與品質管理	48
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.4.2 品質管理	產品安全與品質管理	48
GRI 417 行銷與標示	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3.1.2 科技引領服務 3.4 產品品質	品牌行銷	40 47
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	報告年度未有相關事件	品牌行銷	-
GRI 417 行銷與標示	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	報告年度未有相關事件	品牌行銷	-
GRI 418 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.3 資訊安全	資訊安全與隱私保護	28

附錄二 上市公司氣候相關資訊

氣候變遷對公司造成之風險與機會及公司採取之相關因應措施

TCFD四大面向	項目	執行情形	頁碼
治理	1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理	4.1.1 氣候治理架構	57
策略	2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務（短期、中期、長期）	4.1.2 氣候風險與機會鑑別	58
	3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	4.1.2 氣候風險與機會鑑別	58
風險管理	4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度	4.1.1 氣候治理架構	57
	5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響	4.1.3 氣候風險情境分析	62
	6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標	4.1.2 氣候風險與機會鑑別 4.1.4 指標與目標	58 66
	7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	未使用內部碳定價作為規劃工具	-
指標與目標	8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 (RECs) 數量	4.1.4 指標與目標	66
	9. 溫室氣體盤查及確信情形	另填於附錄四	116

附錄三 TCFD 氣候相關財務揭露對照表

層級	一般行業揭露建議	對應章節	頁碼
治理	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況	2.1.2 董事會運作	23
	描述管理階層在評估與管理氣候相關風險與機會角色	4.1.1 氣候治理架構	57
策略	描述組織鑑別的短期、中期和長期氣候相關風險和機會	4.1.2 氣候風險與機會鑑別	58
	描述氣候相關風險和機會對組織的業務、策略和財務規劃的影響	4.1.2 氣候風險與機會鑑別	58
	描述組織的策略韌性，並考慮不同氣候相關情境（包括 2°C 或更嚴苛的情境）	4.1.3 氣候風險情境分析	62
風險管理	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程	4.1.2 氣候風險與機會鑑別	58
	描述組織在氣候相關風險的管理流程	4.1.2 氣候風險與機會鑑別	58
	描述組織在氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度	2.4.2 風險管理機制	36
指標與目標	揭露組織依循策略和風險進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標	4.1.4 指標與目標	66
	揭露範疇一、範疇二和範疇三溫室氣體排放和相關風險	4.2.2 能源與溫室氣體管理	70
	描述組織在氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	4.1.4 指標與目標	66

附錄四 溫室氣體盤查及確信情形

本公司基本資料

- ☐ 資本額 100 億元以上公司、鋼鐵業、水泥業
- ☐ 資本額 50 億元以上未達 100 億元之公司
- ☒ 資本額未達 50 億元之公司

執行情形

- ☒ 母公司個體盤查
- ☐ 合併財務報告子公司盤查
- ☒ 母公司個體確信
- ☐ 合併財務報告子公司確信

最近二年度母公司溫室氣體盤查情形

溫室氣體盤查資訊	2024 年		2025 年	
	總排放量 (公噸 CO2e)	密集度 (公噸 CO2e/百萬元)	總排放量 (公噸 CO2e)	密集度 (公噸 CO2e/百萬元)
範疇一	372.8035	0.0161	261.3886	0.0173
範疇二	813.7062	0.0352	658.4739	0.0435
合計	1,186.5097	0.0513	919.8625	0.0608
範疇三 (得自願評估)	-	-	613.3329	0.0405

最近二年度母公司溫室氣體確信情形

溫室氣體確信資訊	2024年	2025年
確信範圍	母公司	母公司
確信機構	法標國際認證股份有限公司	法標國際認證股份有限公司
確信準則	ISO 14064-1：2018	ISO 14064-1：2018
確信意見	無	無

附錄五 永續會計準則 (SASB) 對照表

活動指標

指標代碼	揭露指標	章節/說明
TR-AU-000.A	汽車生產量	本公司未生產車輛
TR-AU-000.B	汽車銷售量	13,091 輛

會計指標

揭露主題	指標代碼	揭露指標	章節/說明	頁碼
產品安全	TR-AU-250a.1	按地區劃分，被歐盟新車安全評鑑協會 (NCAP) 計畫評定為 5 星級安全等及車型的百分比	1. 歐盟新車安全評鑑協會 (NCAP) 撞擊測試結果適用於歐洲地區，不適用於本公司。 2. 台灣新車安全評等 (TNCAP)，NISSAN KICKS 獲五顆星。	-
	TR-AU-250a.2	與產品安全相關缺陷投訴數量及調查率	報告年度未有因產品安全相關缺陷之客訴，其餘客訴詳見：3.3.2 客戶滿意度。	46
	TR-AU-250a.3	召回車輛數	3.4.3 召回改善流程	49
勞工實務	TR-AU-310a.1	集體談判協議所涵蓋的在職員工百分比	報告年度未簽訂團體協約或集體談判協議。	-
	TR-AU-310a.2	1. 停工次數 2. 總閒置天數	1. 停工次數：0 次 2. 總閒置天數：0 天	-

揭露主題	指標代碼	揭露指標	章節/說明							頁碼
油耗及使用階段碳排放	TR-AU-410a.1	按地區劃分，銷售量加權之平均油耗	客車	車種	銷售 (台)	比例 (%)	油耗值 (km/L)	加權油耗 (km/L)	-	
			NISSAN 進口車	X-TRAIL e-POWER	1,252	9.56	17.5	1.67		
				KICKS e-POWER	1,035	7.91	22	1.74		
				ARIYA	78	0.60	-	-		
				LEAF	2	0.02	-	-		
			NISSAN 國產車	KICKS	4,317	32.98	16	5.28		
				X-TRAIL	3,025	23.11	16	3.70		
				SENTRA	3,151	24.07	17.7	4.26		
			INFINITI	QX50	56	0.43	12.3	0.05		
				QX55	60	0.46	12.5	0.06		
	QX60 3.5	63		0.48	10	0.05				
	QX60 2.0	52		0.40	11.2	0.04				
	小計			13,091	100	-	16.71			
TR-AU-410a.2	揭露以下各式車種的銷售量： 1. 零碳排車 2. 混合動力車 3. 插電式混合動力車	車種		零碳排車	混合動力車	插電式混合動力車		-		
		2025 年總銷售量 (台)		80	2,287	0				
TR-AU-410a.3	油耗與溫室氣體排放對營運的風險與機會	4.3.1 永續產品與循環經濟							73	
原物料採購	TR-AU-440a.1	關鍵材料相關的風險管理政策	4.1.2 氣候風險與機會鑑別							58
原物料效率與回收	TR-AU-440b.1	製造產生的廢棄物總量及回收百分比	4.2.3 廢棄物管理							72
	TR-AU-440b.2	壽命結束後原料循環再利用的重要及比率	回收再利用率達 95% 以上（規範標準：85%）							-
	TR-AU-440b.3	出售車輛的可回收率	整車回收率達 94% （規範標準：80%）							-

註：本報告書所揭露之車輛銷售量，其統計邊界僅限於本公司正式進口、製造並經由授權經銷通路銷售之新車。上述數據已排除平行輸入（非授權管道進口）之車輛。

附錄六 第三方確信聲明書



安永聯合會計師事務所

11012 台北市信義區基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road,
Xinyi Dist., Taipei City, Taiwan, R.O.C.

電話 Tel: 886 2 2757 8888
傳真 Fax: 886 2 2757 6050
ey.com/tw_zh

會計師有限確信報告

裕隆汽車股份有限公司 公鑒

確信範圍

本會計師接受裕隆汽車股份有限公司（以下簡稱裕隆日產）之委任，對2025年度永續報告書中所選定之永續績效資訊（以下稱「標的資訊」），執行財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則所定義之「有限確信案件」並出具報告。

標的資訊及其適用基準

有關裕隆日產之標的資訊及其適用基準詳列於附件一。

管理階層之責任

裕隆日產管理階層之責任係依據臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」之規定，以及依照適當之基準編製標的資訊，包括依照全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiatives, GRI) 所發布之2021年GRI 準則 (GRI Standards)、永續會計準則 (Sustainability Accounting Standard Board (SASB) Standards)。裕隆日產管理階層應選擇所適用之基準，並對標的資訊在所有重大方面是否依據該適用基準報導負責，此責任包括建立及維持與標的資訊編製有關之內部控制、維持適當之記錄並作成相關之估計，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

本會計師之責任

本會計師之責任係依據所取得之證據對標的資訊作成結論。

本會計師依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行確信工作，以發現標的資訊在所有重大方面是否有未依適用基準編製而須作修正之情事，並出具有限確信報告。本會計師依據專業判斷，包括對導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估，以決定確信程序之性質、時間及範圍。

本會計師相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示有限確信結論之基礎。

A member firm of Ernst & Young Global Limited



會計師之獨立性及品質管理

本會計師及所隸屬組織遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所遵循品質管理準則1號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定組織設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及適用之法令規範相關之政策或程序。

所執行程序之說明

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，因此，有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。本會計師所設計之程序係為取得有限確信並據此作成結論，並不提供合理確信必要之所有證據。

儘管本會計師於決定確信程序之性質及範圍時曾考量裕隆日產內部控制之有效性，惟本確信案件並非對裕隆日產內部控制之有效性表示意見。本會計師所執行之程序不包括測試控制或執行與檢查資訊科技(IT)系統內資料之彙總或計算相關之程序。

有限確信案件包括進行查詢，主要係對負責編製標的資訊及相關資訊之人員進行查詢，並應用分析及其他適當程序。

本會計師所執行之程序包括：

- 與裕隆日產人員進行訪談，以瞭解裕隆日產之業務與履行永續發展之整體情況，以及永續報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解裕隆日產之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道，以及裕隆日產如何回應該等期望與需求；
- 與裕隆日產相關人員進行訪談，以瞭解用以蒐集、整理及報導標的資訊之相關流程；
- 檢查計算標準是否已依據適用基準中概述的方法正確應用；
- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀裕隆日產之永續報告書，確認其與本會計師取得關於永續發展整體履行情況之瞭解一致。

A member firm of Ernst & Young Global Limited



先天限制

因永續報告中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異。且由於確信工作係採抽樣方式進行，任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

結論

依據所執行之程序及所取得之證據，本會計師未發現標的資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：王耀煌 王耀煌

民國一五年七月十五日



附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊				適用基準
1	4.2.3	廢棄物管理	廢棄物總重量				GRI 306-3 廢棄物的產生 報導組織應報告以下資訊：
			類別	2025			a. 產生的廢棄物總重量 (以公噸為單位)，並按 廢棄物組成成分細分總 量。
			生活廢棄物(噸)	7,956			b. 瞭解數據以及數據如何 彙整的必要背景資訊。
			合計	7,956			
2	3.4.3	召回改善過程	車款及召回原因	啟動時間	應召回數量 (台)	2025 已 召回數量 (台)	SASB TR-AU-250a.3 召回 車輛之數量
			NISSAN QUEST 駕駛座安全氣囊 NISSAN 標誌瑕疵	2025/5/22	29	10	1. 個體應揭露於報導期間 內所公布其受自願或非自 願召回之車輛之總數量。
			NISSAN KICKS e-POWER 輕電 池控制器軟體瑕疵	2025/5/22	837	811	1.1 自願召回係由個體發 起將有安全相關疑慮之產 品自市場中移除之召回。 1.2 非自願召回係(i)於車 輛或車輛相關設備之項目 未遵循政府車輛安全法規 時，或 (ii)於車輛或車輛相關設備 中之安全相關區域被抽訪 時，由適用之司法管轄區 法律 或主管機關所要求或強制 者。
			X-TRAIL 1.5L 車型引擎曲軸瑕疵	2025/11/20	1,726	906	
			ALTIMA 車型引 擎曲軸瑕疵	2025/11/20	708	332	
			QX50 與 QX55 車型引擎曲軸瑕疵	2025/11/20	2,659	1,026	
			X-TRAIL e- POWER 發電機 為連瑕疵	2025/12/15	120	74	



編號	章節	內文標題	標的資訊						適用基準		
3	5.1.1	員工概況	員工職務與性別分布						GRI 405-1 治理單位與員工的多元化 報導組織應報告以下資訊： a. 就以下多元化類別，細職治理單位的成員百分比： i. 性別； ii. 年齡層：30 歲以下，30-50 歲，51 歲以上； iii. 其它相關的多元化指標（例如：少數或弱勢團體）。 b. 就以下多元化類別，項員工類別的員工百分比： i. 性別； ii. 年齡層：30 歲以下，30-50 歲，51 歲以上； iii. 其它相關的多元化指標（例如：少數或弱勢團體）。		
			性別		男性		女性				
			一般員工		63%		37%				
			中階主管		80%		20%				
			高階主管		85%		15%				
			員工年齡與性別分布								
			項目	類別	男性		女性			合計	
					人數	比例	人數	比例		人數	比例
			年齡	30 歲以下	11	5.3%	13	13.4%		24	7.9%
				30-50 歲	120	58.3%	62	63.9%		182	60.1%
51 歲以上（含）	75	36.4%		22	22.7%	97	32.0%				
合計	206	100%		97	100%	303	100%				
4	2.2.2	法規遵循	2025 年報係首度並無發生任何重大違反罰款事件及法規事件。						GRI 2-27 法規遵循 報導組織應報告以下資訊： a. 報導報導期間發生的重大違反法規事件總數，並按以下方式細分： i. 被罰款的事件； ii. 非金錢制裁的事件； b. 報導在報導期間內支付違反法規罰款的總數和金額，並按以下方式細分： i. 在當次報導期間內發生違反法規行為事件的罰款； ii. 在先前的報導期間內發生違反法規行為事件的罰款； c. 描述重大違規事件； d. 描述組織如何判定重大違規事件。		

2025

NISSAN TAIWAN

SUSTAINABILITY REPORT

Environmental Social Governance

感動・源自細節