

2025

永續報告書

SUSTAINABILITY REPORT

汎德永業汽車股份有限公司
Pan German Universal Motors Ltd.



目錄

經營者的話	3
2025 年 ESG 重點績效	4

1 關於汎德永業

1.1 公司簡介	6
1.2 產品與服務	7
1.3 營運績效	11
1.4 外部協會參與	12

3 誠信當責

3.1 公司治理	25
3.2 商業道德	29
3.3 風險管理	32
3.4 資訊安全	36

5 低碳永續

5.1 氣候承諾與管理	57
5.2 綠色行動	63

7 社會參與

7.1 安全教育與環境永續	86
7.2 在地關懷與藝文推廣	90

2 永續管理

2.1 永續治理	14
2.2 重大性分析	14

4 成就卓越

4.1 產品與服務品質	39
4.2 顧客關係管理	43
4.3 供應鏈管理	52

6 友善共融

6.1 人才吸引與留任	67
6.2 人才培育與發展	77
6.3 健康安全職場	80

附錄

關於本報告書	93
GRI 內容索引	94
SASB 永續會計準則索引表	99



經營者的話

創造兼具經濟價值、環境責任與社會共榮的永續未來

2025 年，全球經濟環境持續受到地緣政治、國際貿易政策變動及市場消費趨勢轉型等因素影響，企業經營面臨更多挑戰與不確定性。然而，汎德永業始終秉持「先有服務，後有銷售」的經營理念，以卓越服務品質為核心，持續深化公司治理、推動低碳轉型、培育優秀人才，並積極履行企業社會責任，在追求營運績效的同時，穩步實踐永續發展承諾。

作為台灣豪華進口車市場的重要領導品牌，汎德永業深耕 BMW、MINI 及 Porsche 品牌超過四十年，持續引進與國際同步的創新車款與服務體驗。面對市場環境變化，我們仍維持穩健營運表現，2025 年汽車銷售達 16,533 輛，營收達新台幣 514 億元，並持續投入展示中心及售後服務據點升級，致力提供消費者更優質的購車與服務體驗。

在公司治理方面，我們相信誠信與透明是企業永續經營的根基。2025 年，所有新進員工皆完成誠信經營政策遵循聲明書簽署，簽署率達 100%，並持續透過教育訓練、內部控制及檢舉制度強化誠信文化。同時，公司全年未發生重大資訊安全通報事件，展現我們在資訊安全管理與客戶資料保護上的高度重視。

面對全球淨零排放趨勢，汎德永業積極推動低碳轉型與綠色營運。2025 年能源密集度較前一年度下降 4.24%，顯示各項節能措施已逐步展現成果。同時，我們於全台四個據點屋頂建置太陽能發電系統，全年發電量達 1,050,676 度，持續提升再生能源使用效益。此外，隨著電動車市場快速發展，2025 年電動車銷售占比已超過全車系 20%，透過引進更多新能源車款及建置充電服務環境，協助消費者共同參與低碳交通轉型，實踐環境永續願景。

人才是企業最重要的資產。汎德永業自 2025 年率全台汽車產業之先，啟動「員工持股信託制度」，透過公司與員工共同提撥、委由專業信託機構管理的方式，協助同仁建立長期資產累積的基礎，將個人財務穩健與企業長期發展緊密連結。

此外，我們持續打造安全、友善且具發展性的工作環境，透過完整的教育訓練、職涯發展規劃、多元福利制度及員工持股信託機制，提升同仁向心力與留任意願。2025 年高階主管

當地聘用率達 100%，並持續推動多元共融與人才發展政策。同時，我們重視員工健康與安全，全年職業病件數維持 0 件，並持續優化工作環境及落實職業安全衛生管理，守護每位同仁的身心健康。

在社會共融方面，汎德永業積極投入產學合作與人才培育，2025 年投入金額達 1,341 萬元，透過建教合作、實習制度及獎助學金計畫，協助培育汽車產業專業人才，縮短學用落差，為產業永續發展奠定基礎。除此之外，我們持續推動交通安全教育、公益關懷、環境保護及藝文推廣等多元社會參與活動，善盡企業公民責任，發揮正向影響力。

展望未來，汎德永業將持續以永續發展為核心策略，深化 ESG 治理，強化氣候變遷因應能力，推動綠色轉型與創新服務，並攜手員工、客戶、供應商及所有利害關係人，共同創造兼具經濟價值、環境責任與社會共榮的永續未來。我們相信，唯有將永續理念融入企業經營的每一個環節，才能在快速變動的時代中持續成長，朝向「成就豪華進口車最佳標竿企業」的願景穩健邁進。



汎德永業汽車股份有限公司

董事長

蔡其達

總經理

蔡其達

2025 年 ESG 重點績效

經濟面

100%
在地採購
比例

誠信經營政策
遵循聲明書
新進員工簽署率
100%

重大資訊
安全通報
事件
0 件

職業病件數
0 件

高階主管
當地聘用率
100%

社會面

產學合作 /
建教合作投入金額
新台幣
1,341 萬元

能源密集度為
較 2024 年降低
- 4.24%

電動車銷售佔比
已超過全車系的
>20%

於全台四個銷售
據點屋頂裝設太陽
能板，共發電
1,050,676 度

環境面



CHAPTER

01

關於汎德永業

About Pan German Motors Co., Ltd.

- 1.1 公司簡介
- 1.2 產品與服務
- 1.3 營運績效
- 1.4 外部協會參與



BMW iX3 ◀ 一路向前
DRIVEN 始於信任
BY TRUST

1.1 公司簡介

汎德永業汽車股份有限公司（簡稱汎德永業）成立於 1979 年，主要經營 BMW、MINI、Porsche 等豪華進口車及零配件的經銷買賣及售後維修保養業務。公司自 2020 年 10 月 12 日於台灣證券交易所上市（股票代碼 2247），目前擁有 7 家分公司及 1 家子公司捷立汽車，分布於臺北、桃園、臺中、臺南和高雄等地區，提供全台六都與德國原廠同步最新標準的展示與服務中心，專注服務高端消費客群。



總部地址 114509 台北市內湖區行愛路 100 號 6 樓

實收資本額 新台幣 807,087,350 元

企業官網 <https://www.pgum.com.tw/>

經銷暨服務據點數量 BMW&MINI：16 個、Porsche：6 個，共計 22 個

經銷暨服務據點面積 共計 100,811.47 平方公尺

註：本公司之經銷暨服務據點為全功能展示暨服務中心，涵蓋經銷及維修服務

台北 汎德



永業 台北



桃園 捷立



台中 汎德



永業 台中



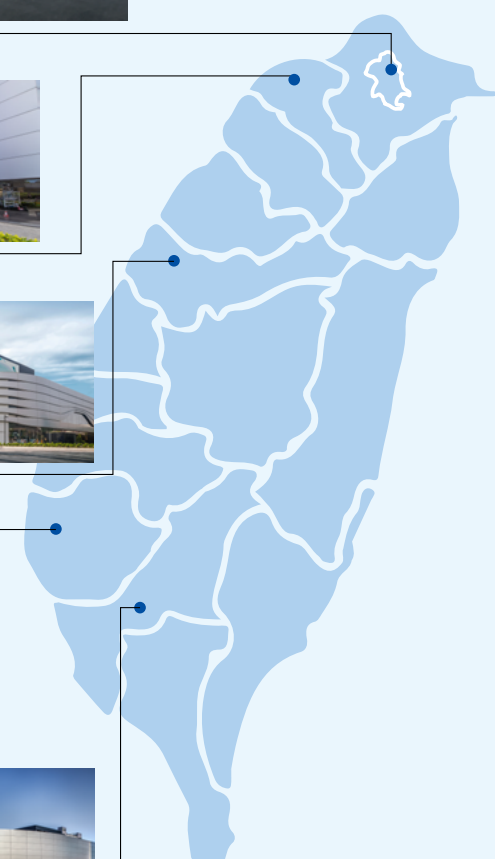
台南 汎德



高雄 汎德



永業 高雄



1.2 產品與服務

汽車產業為技術與資本密集的產業，其產業鏈龐大，自上游的相關零組件製造商、中游為整車中心大廠、組裝、修理及技術服務，下游則為品牌廠商與銷售服務據點，牽動相關的產業專業人才廣泛。

汎德永業主要業務範圍為各項汽車及零配件之經銷買賣及各種汽車之維修、保養等業務，位於汽車產業鏈之下游；2025 年，汽車銷售佔整體營業比重之 90.05%、保養維修佔整體營業比重之 9.95%，銷售及售後服務收入主要係來自全台灣北、中、南地區之高端消費族群。深耕台灣市場 40 餘年，以 Professional（頂級服務，超越期待）、Sustainability（實踐企業永續經營）及 Quality（德國造車工藝品質）為核心價值、並以「先有服務，後有銷售」為經營理念，致力成為豪華汽車產業中的最佳標竿企業。

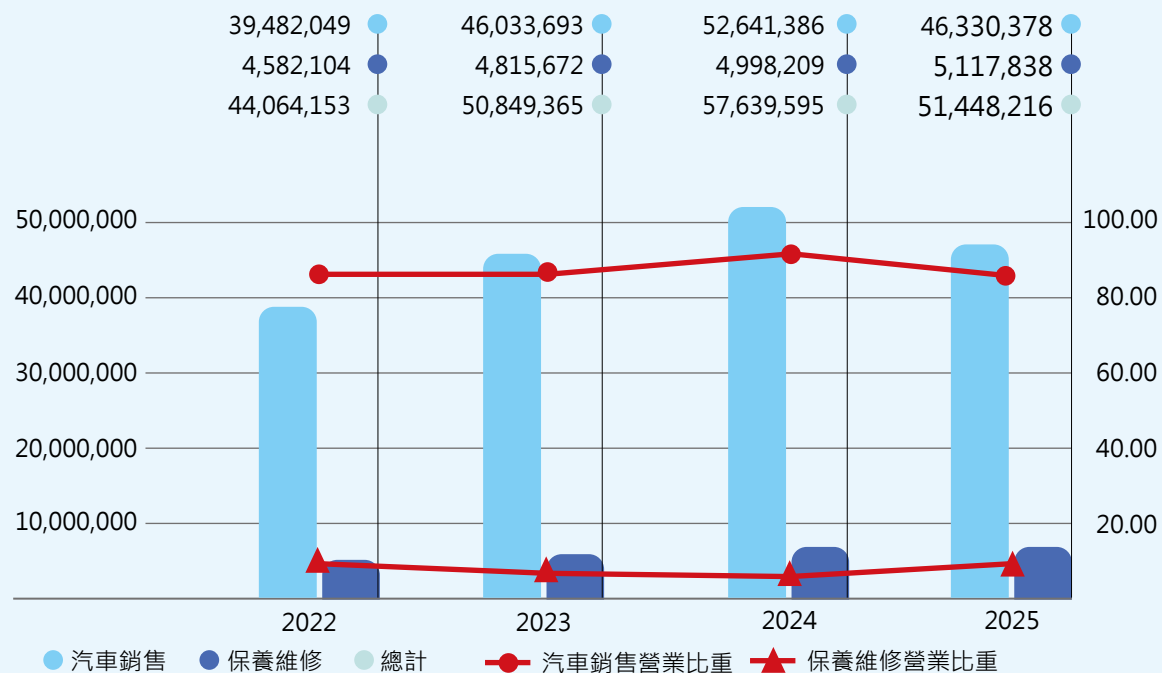
我們以 BMW、MINI 及 Porsche 為本公司的品牌經營範疇，皆依照國外原廠與總代理的制度規範營運，同步提供最新的商品和服務給台灣的消費者；經銷據點遍布北、中、南都會區且均依照德國原廠最新品牌識別規範設計打造，提供多元化的銷售服務、優質的鑑賞環境與售後保養維修服務。



主要產品營業比重

單位：新台幣仟元；%

年度	2022 年		2023 年		2024 年		2025 年	
主要產品	銷售金額	營業比重	銷售金額	營業比重	銷售金額	營業比重	銷售金額	營業比重
汽車銷售	39,482,049	89.60%	46,033,693	90.53%	52,641,386	91.33%	46,330,378	90.05%
保養維修	4,582,104	10.40%	4,815,672	9.47%	4,998,209	8.67%	5,117,838	9.95%
合計	44,064,153	100.00%	50,849,365	100.00%	57,639,595	100.00%	51,448,216	100.00%



品牌發展概況

40 多年來，汎德永業致力經營豪華進口車業務，於 BMW 及 Porsche 兩個品牌下共有汎德台北、汎德台中、汎德台南、汎德高雄、永業台北、永業台中、永業高雄、捷立 (桃園) 等八個經銷商。



短期策略

- 發揮 BMW 產品多樣化之競爭優勢，以及擴建及新增銷售據點；並試行電子商務交易，藉此增加銷售量與提升市佔率。
- 配合 BMW 原廠策略持續引進新款車型，創造新購買需求，同時提升忠誠客戶再購與增購比率。
- 強化銷售通路實力，優化經銷網路，持續引進最新標準之銷售與售後服務硬體設備，同時拓展第三方電動車充電場域，以提升客戶便利性與滿意度。

2025 年發展情況

雖然 2025 年市場買氣趨於謹慎，但 BMW 憑藉純電與高性能雙線策略，在進口豪華品牌中維持強勁競爭力。於年初正式發表全新 2 系列 Coupé 與 M2，鎖定熱血操駕市場。同步導入 BMW OS 8.5 系統與 AR 擴增實境導航，展現數位科技實力。第二季推出全新第四代 X3 (G45) 與 2 系列 Gran Coupé。前者作為 SAV 級距支柱，以全新造型語彙與輕油電技術穩固中型休旅市場；後者則針對年輕豪華客群，強化四門轎跑的入門門檻。年中正式引進全新 M5 與 M5 Touring，首度搭載插電式混合動力 (PHEV)，將品牌高性能精神與電能轉型完美融合。下半年針對 1 系列進行大改款上市，並對 i5、iX1 等純電車型進行續航力與充電功率優化，確保在純電豪華市場的領先市佔。整體而論，2025 年 BMW 在台展現了穩健的產品更新節奏。品牌將持續優化 OTA 雲端更新等數位服務，並以「純電 (i)」與「高性能 (M)」雙箭頭持續帶動品牌征服高階層峰與年輕科技市場。



短期策略

- 持續溝通獨有的品牌特色因應挑戰，強調「無可取代」的特質，搭配 BMW 集團最新科技與電動車優勢，朝向販售「獨有的生活風格與品質」發展。
- 區隔品牌差異化。除了持續強化品牌形象之外，第一線人員的教育訓練、展示中心軟體與硬體優化、車主關係維護、利用網路社群經營在地化客戶群也是目前持續努力的方向。



2025 年發展情況

2025 年 MINI 在台灣面對國內消費觀望與關稅波動挑戰，透過新世代大改款家族化策略逆勢突圍。總代理於年內陸續引進全新 MINI Cooper 三門與五門掀背、新世代 Countryman 運動休旅，並首度導入 JCW 高性能敞篷車型，構築出涵蓋燃油與電能（EV）的完整防線。在豪華小車市場萎縮下，MINI 憑藉全新圓型 OLED 中控、純電續航優化及數位體驗，成功鞏固英倫風格與高階代步客群。



短期策略

- 強調保時捷融合創新及經典價值之產品競爭優勢，搭配運用在地行銷策略，提升市佔率。
- 強化品牌銷售及服務流程中各接觸點環節情境，創造獨特購買及服務體驗，提升顧客銷售及售後服務滿意度。
- 持續優化經銷網路，加強通路實力，引進符合保時捷標準的設備，具備完整的新車銷售與售後保養維修服務，提供客戶高品質的專業服務。

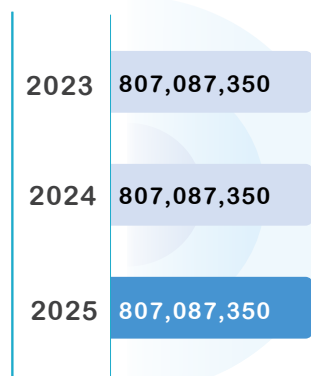
2025 年發展情況

Porsche 品牌之跑車車款在頂級客戶之間具有極佳之口碑，同時以銷量而言，主要銷售產品為休旅車 Cayenne 與 Macan，而 Macan 電動車已於 2025 年開始交車，Cayenne 電動車預計將於 2026 年底陸續交車，Porsche 品牌車款產品線更加齊全，帶動全年訂單與銷售。

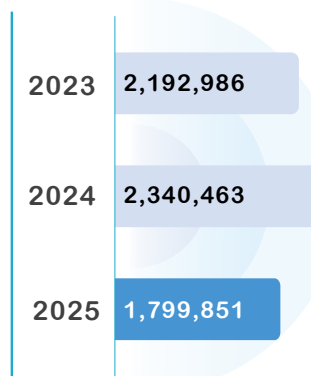
1.3 營運績效

全球經濟受美國關稅政策反覆調整及多國貿易談判進展未明影響，不確定性升高，整體市場信心趨於審慎。汎德永業於 2025 年合併營收為新台幣 514.5 億元，較 2024 年減少 10.7%。本公司產品均為內銷，2025 年汽車銷售台數達 16,533 輛。

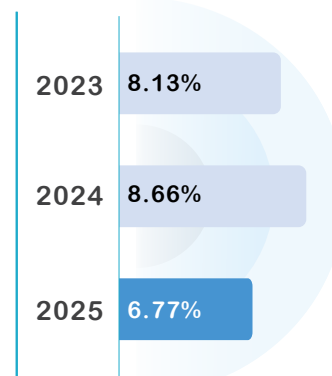
實收資本額 (元)



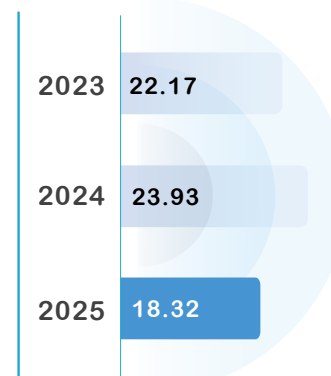
淨收益 (新台幣仟元)



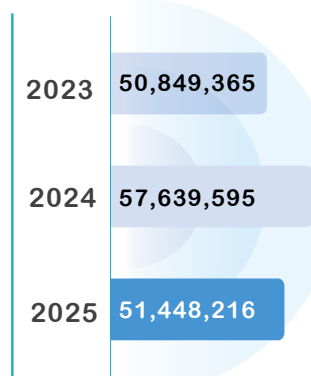
資產報酬率 (%)



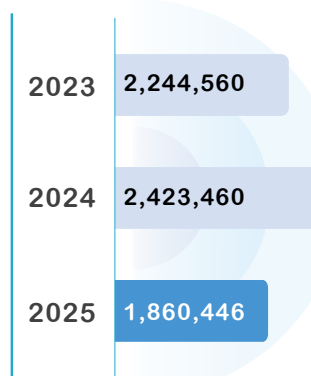
每股盈餘 (元)



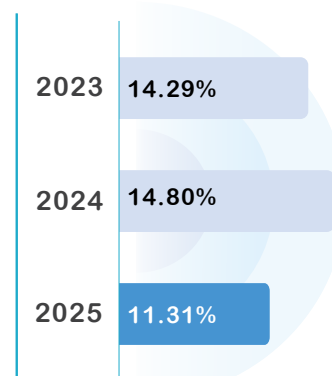
營業收入 (新台幣仟元)



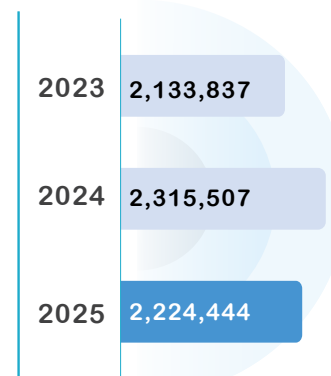
稅前淨利 (新台幣仟元)



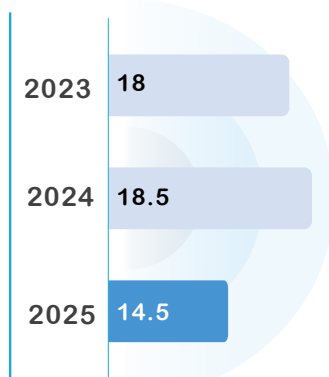
權益報酬率 (%)



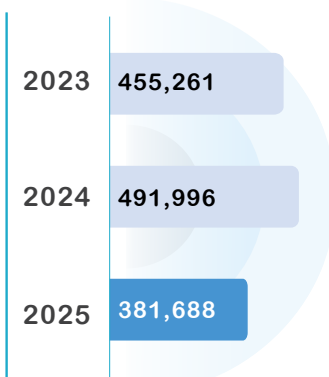
員工福利費用 (新台幣仟元)



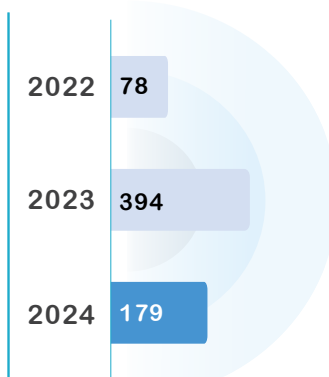
現金股利 (元)



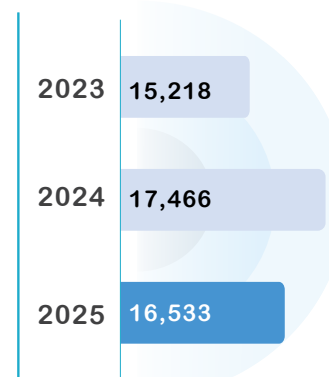
繳納政府稅款 (新台幣仟元)



取自政府之財務補助 (新台幣仟元)



銷售量值 (台)



1.4 外部協會參與

本公司訂有「公司誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」作為政治與慈善捐贈及贊助之指引，且於誠信經營作業程序及行為指南中已明訂本公司不提供任何政治獻金；然而，我們仍鼓勵員工行使其公民權利。

為使本公司能夠更好地了解市場需求和行業趨勢，從而調整自身策略和產品，以更好地滿足客戶需求，我們積極參與外部公協會，期望透過產業內的技術進步和最佳實踐的分享，得適時對產業政策提供建言，推動產業發展、提升產業競爭力並促使共同利益的實現。2025 年，本公司共參與 6 個外部公協會：

參與之外部公協會	參與身分
台北市汽車代理商業同業公會	會員；理事長
台北市汽車保養商業同業公會	會員
台灣區汽車修理工業同業公會	會員
台中市汽車商業同業公會	會員
台南市汽車商業同業公會	會員
高雄市汽車商業同業公會	會員

註：本公司董事長自 2022 年起擔任台北市汽車代理商業同業公會理事長，並於 2025 年續任。

CHAPTER

02

永續管理

Sustainability Management

2.1 永續治理

2.2 重大性分析

驅動改變

駛向永續 ▶ BMW M135 xDrive

DRIVING SUSTAINABILITY



2.1 永續治理

汎德永業汽車致力於在經濟、環境與社會三大面向創造長期且穩健的企業價值，並將永續發展納入整體營運策略與治理架構之中。公司由董事會負責永續發展策略的制定與監督，確保重大決策能在追求營運績效的同時，兼顧對環境與社會之長期影響。

為有效識別與管理永續相關風險與機會，本公司已建立系統化之風險管理架構，透過定期風險盤點與評估機制，持續掌握環境、社會與治理（ESG）議題對企業營運可能產生之影響，並據以規劃相應之管理措施與改善行動。此外，公司秉持資訊透明原則，定期揭露環境、社會及公司治理（ESG）相關績效與管理成果，並透過多元管道與利害關係人進行溝通與交流，蒐集回饋意見作為持續精進的重要依據。汎德永業汽車相信，透過制度化、透明且具前瞻性的永續治理機制，不僅能強化企業長期競爭力，更能在追求經濟成長的同時，為社會與環境創造正向且持續的價值。

2.2 重大性分析

汎德永業依據 GRI Standards 2021、利害關係人議合標準 (AA 1000 SES) 與當責性標準 (AA 1000 AP)，進行重大性分析，辨識汎德永業的重大永續議題，並制定管理方針，研擬中、長期目標，作為推動永續的基礎，更希望透過永續重大議題評估的過程，凝聚內部共識，邁向「成就豪華進口車的最佳標竿」。

利害關係人議合

我們透過 AA1000 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standards, SES) 的五大原則（依賴性、責任、影響、多元觀點、張力），鑑別出五大類主要的利害關係人；我們以利害關係人關注的議題與完整議合為考量，了解各類利害關係人關注的議題及需求，透過各類多元化的管道與利害關係人進行有效溝通。

利害關係人	利害關係人的重要性	關切議題	溝通管道 / 頻率 *(未備註則為隨時)	2024 年溝通成效
 員工	員工是我們重要的夥伴，我們提供具競爭力的薪酬與完善福利，保障安全的就業環境，並提供完整的職涯規畫，使其與公司同步成長茁壯	● 人才吸引與培育 ● 職業安全與衛生	● 勞資會議 / 每季 ● 職安委員會 / 每季 ● 員工意見交流電子信箱 / 隨時 ● 申訴專線	4 次勞資會議 4 次職安委員會 處理 6 件申訴案件
 股東 / 投資人	與股東及投資人一起成長共存共榮，聯手打造全台最佳的豪華進口車品牌	● 公司治理與從業道德 ● 品牌管理	● 股東會 / 每年最少一次 ● 年報及議事手冊 / 每年一次 ● 法說會 / 一年最少兩次 ● 公共關係信箱 / 隨時 ● 官網及公開資訊觀測站 / 不定期	1 場股東會 2 場法說會

利害關係人	利害關係人的重要性	關切議題	溝通管道 / 頻率 *(未備註則為隨時)	2024 年溝通成效
客戶 	打造同步德國原廠最新建築設計與硬體設備的旗艦展示暨服務中心，提供最優質的賞車及服務體驗	● 產品與服務 ● 品牌管理 ● 資訊安全 ● 顧客健康與安全 ● 公司治理與從業道德	● 公共關係信箱 / 隨時 ● 客戶滿意度調查 / 隨機抽查 ● 電視、平面廣告、新聞稿等發表最新產品及服務 / 不定期 ● 透過人才培育及改善工作環境強化服務與宣導資訊安全 / 不定期	100% 客訴結案率 22 個服務據點
供應商 / 下包商 / 外包商 	與總代理及原廠深度合作，反饋台灣市場需求，取得原廠供應商支援，共享雙贏成果	● 公司治理與從業道德 ● 產品與服務 ● 品牌管理 ● 永續供應鏈管理	● 年度報告書 / 簽約 ● 契約條文 / 簽約	1760 家供應商年度評鑑
媒體 	與媒體維持友善的互動環境，期許公正的報導公司營運情況及發展，確保資訊流通的時效性及正確性，推升品牌形象	● 品牌管理 ● 產品與服務	● 新聞稿 / 每月營收公告 ● 股東會 / 每年一次 ● 不定期產品發佈會	53 款新車款上市發表 BMW：30 款； MINI：3 款； Porsche：20 款 百則以上的媒體新聞報導

* 頻率若未備註，則視為隨時。

決定重大性議題流程

汎德永業依循 GRI 2021 準則中 GRI 3 對重大性判定的核心精神，系統性蒐集並整合與公司營運高度相關的議題內容與影響範疇，涵蓋經濟、環境、社會與人權等面向之衝擊 (Impact)。我們依據 GRI 3 所規範的「重大主題決定流程」，透過議題鑑別與衝擊評估，確認對企業具有顯著影響的重大永續議題。

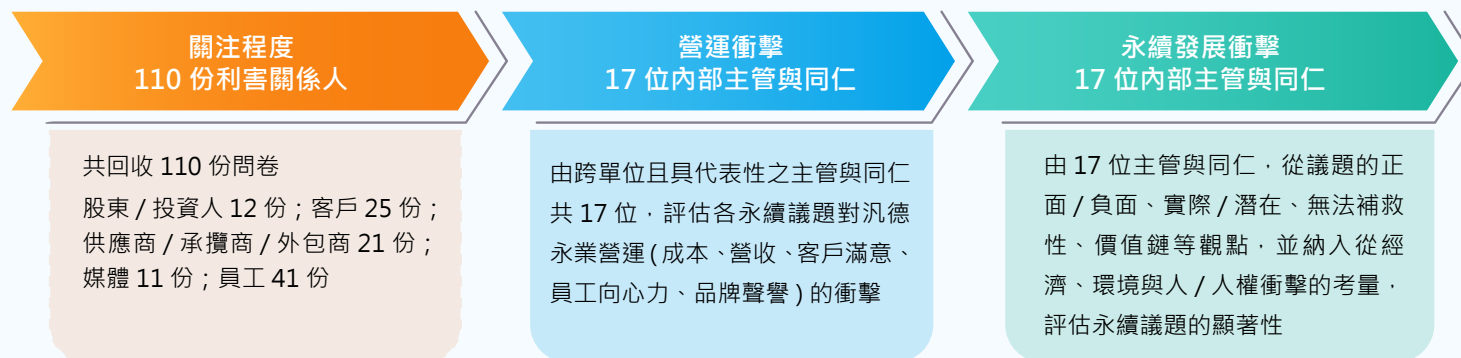
議題確認後，我們由各營運管理單位代表召開內部會議，討論並訂定各項議題之短期、中期與長期目標，並將其納入日常營運管理機制中，以落實永續議題與企業核心營運的連結。

鑑別

我們透過 AA1000 利害關係人議合標準 (SES) 的五大原則：依賴性、責任、關注、影響力和多元觀點。藉由討論，鑑別出六大類利害關係人，分別為股東 / 投資人、客戶、員工、供應商 / 下包商 / 外包商、媒體以及社區。在永續議題上，我們蒐集內、外部觀點，辨識汎德永業營運相關的議題，來源包含國際永續標準與規範，包含 GRI、SDGs、TCFD 與 SASB 等，亦參考內部經營目標、同業標竿、利害關係人回應，以及外部專家建議，彙整出 15 個與汎德永業營運相關的議題。

分析

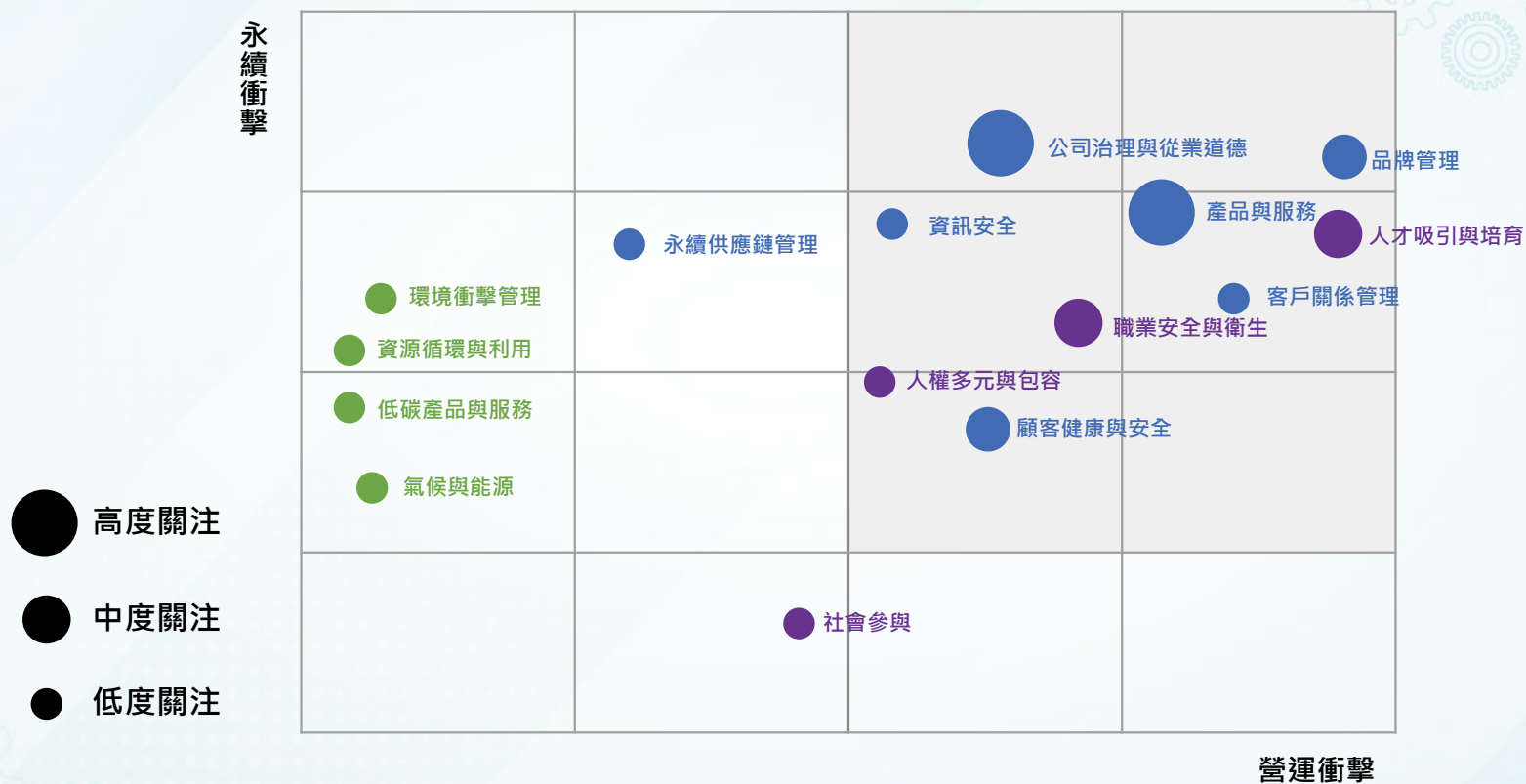
汎德永業以 15 個營運相關的議題，分別藉由「利害關係人關注程度」、「組織營運衝擊」與「永續發展衝擊」三大部分的內、外部問卷調查，並分析結果，找出對汎德永業具顯著衝擊的永續議題。



確認

依據上述分析結果，經營運管理單位代表討論，決定出 9 個重大永續議題，這些重大永續議題，對應至 7 個 GRI 主題與 3 個汎德永業特定主題。我們同時檢視各主題位於價值鏈的上游、營運、下游的哪些範疇，以蒐集及揭露相關資訊，並制定管理方針與目標，進行管理，降低永續衝擊。

汎德永業重大議題矩陣圖



重大議題對於汎德永業的重要性與 GRI 對應主題及價值鏈衝擊

重大議題	對於汎德永業的重要性	對應 GRI 主題	對應 SASB 主題	價值鏈			章節對應
				供應商	自身營運	客戶應用	
公司治理與從業道德	負責任的公司治理與誠信經營是企業提升競爭力與績效的關鍵，有助於建立企業良好形象和聲譽，維持穩健的營運。	反貪腐 (205)	-	-	●	-	公司治理 / 商業道德
品牌管理	推展三大品牌管理，不僅塑造形象和提升競爭力，更引領技術創新和市場趨勢，保持領先地位和持久市場影響力。	汎德永業特定主題	-	-	●	-	客戶關係管理
產品與服務	產品與服務，不僅塑造品牌形象，提升市場競爭力，且直接影響顧客滿意度和忠誠度。	汎德永業特定主題	-	▲	●	○	產品與服務品質
顧客健康與安全	顧客健康與安全，涵蓋產品安全、駕駛行為教育、售後服務和環境責任，直接影響品牌信任和市場競爭力。	顧客健康與安全 (416)	-	▲	●	○	產品與服務品質
資訊安全	資訊安全對汎德永業至關重要，關係顧客資料保護與營運穩定。我們透過員工資安教育訓練及帳號權限管理，降低潛在風險。	客戶隱私 (418)	CG-MR 230a.1 CG-MR 230a.2	▲	●	○	資訊安全與個資保護
客戶關係管理	客戶關係管理有助於提升顧客滿意度與品牌忠誠度。透過完善的服務與持續溝通，汎德永業能即時掌握客戶需求與回饋，優化服務品質與購車體驗，進而強化品牌信任與市場競爭力。	汎德永業特定主題	-	-	●	-	客戶關係管理
人才吸引與培育	規劃人才激勵制度並進行員工培育、職涯發展與教育訓練以及績效管理等，吸引優秀人才。	市場地位 (202)、勞雇關係 (401)	CG-MR 310a.1 CG-MR 310a.2 CG-MR 310a.3 CG-MR 330a.1 CG-MR 330a.2	-	●	-	人才吸引與留任 / 人才培育與發展
人權與多元包容	汎德永業重視人權與多元共融，致力營造安全、尊重與平等的職場環境。我們依據相關法規推動性別平等、促進不同背景員工的發展與參與。	勞雇關係 (401)、供應商社會評估 (414)	-	-	●	-	人才吸引與留任
職業安全與衛生	守護員工健康與安全，減少工作場所事故及職業病風險，提升生產效率與凝聚向心力。	職業安全衛生 (403)	-	▲	●	-	健康安全職場

涉入程度：●造成、▲促成、○直接相關

汎德永業重大議題之管理方針與目標

永續議題	管理作為		衝擊說明 正面 / 負面	管理機制	2025 年績效	2025 年目標 / 達標與否	中 / 長期目標 (2030)	對應 SDGs	對應章節
	政策	承諾							
公司治理與從業道德	- 公司誠信經營守則 - 誠信經營作業程序及行為指南	- 禁止行賄及收賄 - 禁止提供非法政治獻金 - 禁止不當慈善捐贈或贊助 - 禁止不合理禮物、款待或其他不正當利益 - 禁止侵害智慧財產權 - 禁止從事不公平競爭之行為 - 防範產品或服務損害利害關係人	- 正面 - 良好的公司治理增強透明度與問責性，員工與利益相關方對企業更有信任，促進長期穩定發展 - 負面 - 公司治理不健全會導致決策錯誤、內部衝突及利益衝突，損害企業透明度與信任，影響市場競爭力並增加法律風險	- 董事與高階管理階層出具遵循誠信經營政策之聲明，並於僱用條件要求受僱人遵守誠信經營政策 - 建立並公告內部獨立檢舉信箱、專線，供本公司內部及外部人員使用	2025 年並無公司董事、高階管理階層與受人發生違反事件	是	持續遵守公司誠信經營守則及行為指南，持續維持公司誠信政策各項要求		公司治理 / 商業道德
客戶關係管理	- 公司誠信經營守則 - 先有服務，後有銷售。 - BMW RELAX, WE CARE. (我用心，您放心)	- 提供與 BMW 原廠同步的最新軟、硬體服務 - 提供客戶最佳的駕駛樂趣與尊容體驗。	- 正面 - 強化客戶關係提高顧客忠誠度與滿意度，增強競爭優勢，有助於提升品牌形象，長期促進業務增長與穩定 - 負面 - 客戶關係管理不到位，顧客滿意度下降，導致顧客流失與品牌形象受損，影響競爭力	- 數位化的客戶資料管理系統 - 全方位的主動關懷與服務 - 有效率的客訴處理系統與改善機制	- 無重大客戶投訴案件 - 客戶滿意度成績優於總代理設計之標準	是	無重大客戶投訴案件		客戶關係管理
品牌管理	公司誠信經營守則	本公司與原廠及總代理持續良好的合作關係，與全球同步引進最新車型及款式，並持續打造德國原廠最新建築設計與硬體設備的旗艦展示暨服務中心	- 正面 - 強化品牌認知度，提升顧客忠誠與信任，增強市場競爭力與品牌形象，幫助企業脫穎而出 - 負面 - 品牌形象管理失敗，企業可能面臨顧客流失，聲譽受損等	- 與原廠及總代理保持良好互動，隨時反饋市場需求 - 本公司於公司網站建立並意見信箱、專線，供利害關係人使用	- 持續引進新車款 - 興建 BMW 台中汎德 5S 展示暨服務中心 - 興建 BMW 台北汎德北士科 5S 展示暨服務中心	是	持續引進最新車款，並於全台各地陸續更新營運據點，提供消費者更優質的賞車空間		客戶關係管理

永續議題	管理作為		衝擊說明 正面 / 負面	管理機制	2025 年績效	2025 年目標 / 達標與否	中 / 長期目標 (2030)	對應 SDGs	對應章節
	政策	承諾							
產品與服務	公司誠信經營守則	先有服務後有銷售	- 正面 - 提供高品質與創新產品增強顧客滿意度與市場競爭力，提升企業的市場地位與品牌價值 - 負面 - 產品質量問題或服務不到位，將導致顧客不滿與品牌信任下降，甚至面臨法律訴訟	- 秉持「先有服務、後有銷售」理念，將客戶滿意度視第一優先，提供消費者無微不至的頂級服務與產品體驗 - 建立意見信箱、專線，供利害關係人使用	無發生重大產品缺失事件	無發生重大產品缺失事件	豪華汽車產業中最佳標竿企業	 	產品與服務品質
顧客健康與安全	- 產品認證 - 召回制度	- 所有產品皆經總代理完成認證、符合台灣法規 - 與原廠及總代理持續關注召回通告，並第一時間通知車主安排召回後續事宜	- 正面 - 保障顧客健康與安全增強品牌信任，降低法律風險與產品責任 - 負面 - 顧客健康與安全措施增加運營成本，若發生事故，會影響品牌形象，並面臨法律訴訟與財務損失	- 完整教育訓練 - 配合原廠通告，協助車主召回車輛	無發生重大產品缺失事件	無發生重大產品缺失事件	無發生重大產品缺失事件	 	產品與服務品質
資訊安全	資訊安全管理辦法	建立安全及可信賴之資訊作業環境，確保資料、系統、設備與網路安全、個資隱私等，保障公司與相關內、外人員之權益	- 正面 - 強化資訊安全保護能防止資料外洩與駭客攻擊，保障企業與顧客敏感資料，提升信任度並遵守法律法規 - 負面 - 發生資安事故，會對企業聲譽與財務造成重大損失，以及面臨法律風險	- 辦理資安教育訓練課程以充實資訊安全知識，遵守資訊安全規定 - 資訊設備應確實按規定安裝防毒軟體，並更新病毒碼，以防止病毒攻擊及擴散	未發生重大資訊安全通報事件	是	未發生重大資訊安全通報事件	 	

永續議題	管理作為		衝擊說明 正面 / 負面	管理機制	2025 年績效	2025 年目標 / 達標與否	中 / 長期目標 (2030)	對應 SDGs	對應章節
	政策	承諾							
人才吸引與培育	- 保障人權，打造多元共融職場 - 完善人才發展與職涯制度 - 建立持續學習與教育訓練體系	- 提供具市場競爭力之薪酬福利及多元員工關懷措施，吸引及留任優秀人才 - 建立完整的人才培育與職涯發展機制，提供多元學習資源，支持員工持續成長 - 落實多元、平等及包容 (DEI) 文化，提供公平的發展機會，營造尊重與互信的工作環境 - 維護女性同仁於懷孕、產後及哺乳期間之身心健康與工作權益 - 遵循職業安全衛生相關法令，持續提供安全、健康及友善的工作環境 - 推動員工持股信託制度，由公司額外提撥 40% 作為獎勵金，鼓勵員工共享企業經營成果，建立員工與企業共同成長的夥伴關係	- 正面 - 吸引並留住優秀人才，員工對職涯發展感到滿意，提升企業創新與競爭力 - 負面 - 高人才流失率或招募困難，可能影響企業運營效率，並增加招聘與培訓成本	- 我們持續投入優秀人才的培育，將每位員工視為公司珍貴的資產，成為公司持續成長的動能 - 完整的培育制度及訓練資源，期許員工持續學習發展、樂在工作，同時與公司一起成長。	- 完善福利與教育訓練 - 落實性別平等並維護女性同仁於懷孕、產後、哺乳期間之身心健康 - 導人員工持股信託，公司加碼提撥 40% 作為獎勵金 2024 年復職的 20 位員工中，有 16 位於 2025 年底仍在職，留任率為 80%	是	以「人才永續」為核心目標，持續建構完善的人才吸引、培育、發展及留任機制，打造兼具專業能力與組織認同的人才生態系，確保關鍵人才與核心能力得以持續傳承，提升組織韌性與企業長期競爭力 為達成上述目標，本公司將持續： - 優化薪酬福利制度與友善工作環境，提升員工敬業度與留任率 - 建立完善的人才發展體系及職涯學習地圖，強化關鍵人才培育與接班傳承 - 提供多元學習資源與發展機會，支持員工持續精進專業能力 - 推動長期激勵及共享機制，促進員工與企業共同成長 持續提升組織競爭力與永續經營韌性，實現人才永續與企業永續發展	 	人才吸引與留任 / 人才培育與發展

永續議題	管理作為		衝擊說明 正面 / 負面	管理機制	2025 年績效	2025 年目標 / 達標與否	中 / 長期目標 (2030)	對應 SDGs	對應章節
	政策	承諾							
人權與多元包容	人權承諾與政策	- 職場人權保障及反對任何形式之歧視 - 禁止強迫勞動與僱用童工 - 提供健康、安全的工作環境 - 建置意見溝通管道與申訴專線	- 正面 - 員工感受到公平與尊重，提升工作滿意度與忠誠度，促進創新和合作 - 負面 - 若未能充分落實多元包容，員工可能感到排斥，影響團隊合作與工作氛圍	汎德永業由人力資源部負責人權與多元共融相關政策之推動與管理，並依循勞動相關法令及公司規章，將公平、多元及尊重人權理念融入招募任用、薪酬福利、績效管理、晉升發展及離職管理等各項人力資源制度。公司以職務內容、專業能力、工作績效及市場薪資水準作為人才任用、核薪及晉升之依據，確保不因性別、年齡、種族、宗教、身心障礙或其他個人特徵而有差別待遇，並禁止任何形式之歧視、騷擾、強迫勞動及僱用童工	2025 年汎德永業共進用 14 身心障礙員工	是	以打造公平、多元、包容及尊重人權的職場為目標，持續深化人權管理與多元共融文化，確保所有員工皆享有平等發展機會及安全健康的工作環境，提升員工認同感、組織凝聚力與企業永續競爭力		人才吸引與留任

永續議題	管理作為		衝擊說明 正面 / 負面	管理機制	2025 年績效	2025 年目標 / 達標與否	中 / 長期目標 (2030)	對應 SDGs	對應章節
	政策	承諾							
職業安全與衛生	- 工作環境安全管理 - 工作場域政策聲明	汎德永業重視員工健康與工作安全，致力提供安全、健康及友善的工作環境，遵循職業安全衛生相關法令，透過危害辨識、風險預防、健康促進及持續改善機制，降低職業災害風險，提升員工健康福祉，共同打造零重大職災之健康安全職場	- 正面 - 無工傷事件發生，員工對工作環境感到安心，生產力與員工忠誠度提升 - 負面 - 員工發生工傷，企業聲譽受損，法律風險增加，並可能面臨高額賠償	- 依循職業安全衛生法及相關法規，建立職業安全衛生管理制度，定期檢視並持續改善 - 辨識各工作場域及作業內容之危害因子，並執行風險評估及預防措施，以降低職業災害發生風險 - 透過教育訓練、宣導及現場管理，提升員工職業安全衛生意識 - 依作業性質提供特殊健康檢查及健康管理措施，關注高風險作業人員健康狀況 - 推動母性健康保護計畫及員工健康促進措施，協助員工兼顧工作與生活 - 建立職業災害通報、調查及改善機制，持續優化工作環境及作業安全 - 定期召開職業安全衛生委員會，檢視職安管理績效及改善措施	特殊健檢率 100%	是	以打造健康安全職場為目標，持續強化職業安全衛生管理制度，落實危害預防及健康促進措施，提升全體員工安全意識及健康福祉，降低職業災害風險，建構安全、健康及具韌性的工作環境		健康安全職場

CHAPTER

03

誠信當責

Integrity and Accountability

3.1 公司治理

3.2 商業道德

3.3 風險管理

3.4 資訊安全



堅守承諾

430i xDrive M Sport ▶ 行穩致遠

INTEGRITY IN MOTION

3.1 公司治理

汎德永業視公司治理為企業基業長青的關鍵基石。我們建置完善的治理體系，以確保營運的透明度與當責性，同時嚴格遵循法規規範與商業道德準則。由具備豐富經驗與專業背景的董事會成員，以客觀獨立的立場督導經營團隊，引領企業穩健邁向永續發展。我們承諾持續精進治理機制，為企業與社會共同創造永續價值，實現共榮共好的願景。

董事會結構與運作

汎德永業以董事會為本公司的最高治理單位，轄下設置「薪資報酬委員會」、「審計委員會」、及「提名委員會」等功能性委員會，依照董事會通過之組織規程召集會議，行使法令或董事會授予之職權，將所提議案交由董事會決議並向董事會報告相關職權事項；設置內部稽核單位，專任內部稽核之工作，督促本公司內部各單位及子公司每年定期自行評估內部控制制度之有效性。

本公司經董事會通過，由財務長擔任公司治理主管，依法辦理董事會、功能性委員會及股東會會議相關事宜、協助董事就任及持續進修、提供董事執行業務所需資料以及協助董事遵循法令等事項。

本公司董事會每季召集一次，遇有緊急情事時，得隨時召集之。2025 年董事會共召開 6 次，董事平均出席率為 92.86%；2025 年董事會重大決議事項，可參閱[公司網站 / 企業永續專區](#)。

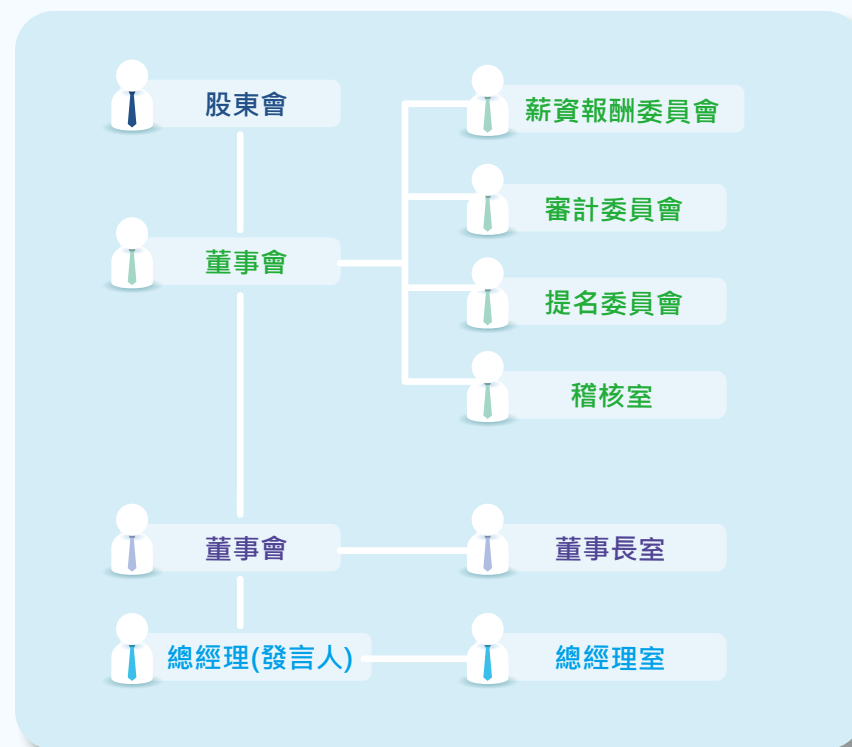


董事會

本年度共召開 **6** 次

平均實際出席率 **92.86%**

成員人數 **7** 位 (獨立董事 3 位)



薪資報酬委員會

2017 年 10 月 18 日設置

薪資報酬委員會組織章程

委員會重要職權

1. 訂定並定期檢討本公司董事及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。
2. 定期評估本公司董事及經理人之績效目標達成情形，並訂定其個別薪資報酬之內容及數額。



薪資報酬委員會

本年度共召開 **5** 次

平均實際出席率 **100%**

成員人數 **3** 位 (獨立董事 3 位)

林義夫獨立董事
謝松芳獨立董事
楊添泉獨立董事

更多有關薪資報酬委員會、審計委員會、及提名委員會之組成及職權之資訊，及公司治理主管職權與進修情形，請參閱本公司 2025 年股東會年報或[公司網站/公司治理專區](#)。

審計委員會

2017 年 12 月 19 日設置

審計委員會組織章程

委員會重要職權

1. 依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度。
2. 內部控制制度有效性之考核。
3. 依證交法第三十六條之一規定訂定或修正取得或處分資產、從事衍生性商品交易、資金貸與他人、為他人背書或提供保證之重大財務業務行為之處理程序。
4. 涉及董事自身利害關係之事項。
5. 重大之資產或衍生性商品交易。
6. 重大之資金貸與、背書或提供保證。
7. 募集、發行或私募具有股權性質之有價證券。
8. 簽證會計師之委任、解任或報酬。
9. 財務、會計或內部稽核主管之任免。
10. 由董事長、經理人及會計主管簽名或蓋章之年度財務報告。
11. 其他公司或主管機關規定之重大事項。



審計委員會

本年度共召開 **6** 次

平均實際出席率 **100%**

成員人數 **3** 位 (獨立董事 3 位)

林義夫獨立董事
謝松芳獨立董事
楊添泉獨立董事

提名委員會

2022 年 12 月 23 日設置

提名委員會組織章程

委員會重要職權

1. 制定董事會成員、獨立董事及高階經理人所需之專業知識、技術、經驗及性別等多元化背景暨獨立性之標準。
2. 建構及發展董事會及各委員會之組織架構，進行董事會、各委員會、各董事及高階經理人之績效評估，並評估獨立董事之獨立性。
3. 訂定並定期檢討董事進修計畫及董事與高階經理人之繼任計畫。
4. 訂定本公司之公司治理實務守則。



提名委員會

本年度共召開 **3** 次

平均實際出席率 **100%**

成員人數 **4** 位 (獨立董事 3 位)
(董事 1 位)

林義夫獨立董事
謝松芳獨立董事
楊添泉獨立董事
唐慕蓮董事

董事多元化與獨立性

汎德永業依公司章程規範，設置董事 5 至 9 人，任期三年，其中獨立董事人數不得少於 3 人、且不得少於董事席次五分之一；董事會成員採候選人提名制，由股東依公司法規定就有行為能力之人選任之。

本公司設有提名委員會，負責確保董事會具有適當之專業知識、經驗和性別多元化，並依其職權定期進行董事會績效評估，及檢討董事進修計畫和訂定董事與高階經理人之繼任計劃。有關本公司董事會成員及重要管理階層之接班規劃，可參閱本公司網站 / 公司治理專區 / 董事會成員及重要管理階層之接班規劃。

為使董事會達到前述目標並強化效能，在不斷變化的商業環境中，多元化的董事會成為創新、彈性和有效風險管理的重要基石。本公司依據「公司治理實務守則」第 20 條規範，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，董事會成員組成應考量性別、國籍、文化、專業背景及產業經歷等面向。

本公司目前董事會成員共有 7 名，專業領域涵蓋財務會計、法律、營運判斷、經營管理、產業知識、汽車代理及經銷等面向，含 3 名獨立董事，占全體董事約 42.85%，且全數獨立董事任期均未超過 3 屆；2 名女性董事，約占全體董事的 28.57%，已達成女性董事比率達 25% 以上之目標。全體董事年齡均在 70 至 80 歲間。董事長未兼任本公司其他高階管理職務。

職稱	董事姓名	基本組成			專業資格與經驗
		國籍	性別	具員工身分	
董事長	韻華 (股) 公司 代表人唐慕蓮	中華民國	女	無	產業經驗 / 專業能力：汽車產業、銀行、財務管理 經歷：汎德 (股) 公司 董事、永業進出口股份有限公司董事、台北市汽車代理商業同業公會理事長
董事	福斯汽車 (股) 公司 代表人唐如萱	中華民國	女	無	產業經驗 / 專業能力：汽車產業、銀行、進出口管理 經歷：汎德 (股) 公司董事、永業進出口股份有限公司董事長、台北市汽車代理商業同業公會理事長
董事	德成 (股) 公司 代表人唐榮椿	中華民國	男	無	產業經驗 / 專業能力：汽車產業、會計、風險管理 經歷：汎德 (股) 公司董事長、永業進出口股份有限公司董事、台北市汽車代理商業同業公會理事長
董事	李 茂	中華民國	男	無	產業經驗 / 專業能力：銀行、會計、關稅專長 經歷：財政部關稅總局總局長、合作金庫金融控 (股) 公司獨立董事、台北市進口汽車代理商公會顧問
獨立董事	林義夫	中華民國	男	無	產業經驗 / 專業能力：銀行、會計、風險管理 主要經歷：台新金控、台新銀行獨立董事、南亞科技獨立董事、經濟部部長、行政院政務委員、中華民國常駐世界貿易組織代表團大使常任代表、中華民國工商協進會顧問
獨立董事	謝松芳	中華民國	男	無	產業經驗 / 專業能力：財務、稅務專長 主要經歷：台北市稅捐稽徵處 處長
獨立董事	楊添泉	中華民國	男	無	產業經驗 / 專業能力：銀行、會計、財務專長 主要經歷：台灣銀行公庫部 經理

利益衝突管理

針對董事會之利益衝突管理，本公司於「公司治理實務守則」中明訂本公司董事應秉持高度自律，對董事會所列議案與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予以迴避；董事自行迴避事項另明訂於董事會議事規則。有關董事會成員於其他董事會任職情形及具控制力股東情形，均已揭露在本公司 2025 年年報第 9、56 頁。

董事進修與績效評估

為強化董事職能，隨著技術、法規和市場的變化，我們替董事安排持續進修；2025 年本公司全體董事平均進修時數為 7.29 小時，課程內容涵蓋永續治理、國際經貿趨勢等主題，確保董事會能夠充分了解公司所處的環境、產業趨勢和最新發展，並進一步提升董事會於永續發展上所需的智識與技能。

董事會績效評估是持續提升公司治理和決策品質的關鍵步驟之一；透過定期評估，我們能深入了解董事會運作的有效性，使董事會能夠更好地履行其責任，為公司的長期成功和股東價值創造提供堅實的基礎。本公司董事會績效評估依據「董事會績效評估辦法」辦理，每年定期執行內部績效評估，評估範圍包括整體董事會、個別董事成員及功能性委員會，評估結果將作為董事提名及遴選之參考依據。此外，本公司已將董事會績效評估與個別董事成員績效評估納入對永續發展議題（如經濟、環境與社會影響）之監督與參與情形，以強化董事會在永續經營上的治理角色。

2025 年績效評估結果，董事會及功能性委員會運作情形良好，已提報 2026 年 1 月 28 日第 1 次董事會，相關資訊並已揭露於[本公司網站 / 企業永續專區](#)。



董事與高階經理人薪酬政策

本公司董事酬金包括董事報酬、開會車馬費、業務執行費用及依公司章程規定提撥之酬勞。盈餘分配之酬勞依據本公司公司章程第二十八條規定，當年度獲利以不高於 3% 作為董事酬勞，並由薪資報酬委員會考量整體董事會表現、公司經營績效、永續發展 (ESG) 目標之達成情形、公司未來營運及風險，擬具分派建議，酬勞分配基礎係依據「董事會績效評估辦法」辦理。有關本公司董事之個別酬金，已揭露於本公司 2025 年年報第 20 頁。

本公司總經理及副總經理等高階經理人之酬金包含每月固定薪資及依獲利狀況發放之變動獎金，係綜合考量職位、職務內容、職責負擔及對公司貢獻度，並依據本公司「董事、經理人薪資酬勞辦法」、「績效考核及薪酬管理辦法」所訂定之公司獲利指標（包括營業利益及稅前淨利）等綜合性指標進行評估，並參酌同業水準予以議定。訂定酬金之程序，以本公司之「績效考核及薪酬管理辦法」作為評核之依循，除參考公司整體的營運績效、產業未來經營風險及發展趨勢，亦參考個人的績效達成率及對公司績效的貢獻度、人才培育及留任率指標、永續發展 (ESG) 目標之達成及對法令規章之遵循情形而給予合理報酬，相關績效考核及薪酬合理性均經薪酬委員會及董事會審核，並隨時視實際經營狀況及相關法令適時檢討酬金制度，以謀公司永續經營與風險控管均能平衡。



3.2 商業道德

本公司持續以商業道德與誠信經營為企業核心價值，視其為強化競爭優勢、提升營運績效及促進永續發展的重要基石。誠信經營不僅有助於深化企業信譽與品牌形象，亦有利於建立穩健的營運基礎與和諧的外部經營環境。為確保誠信文化深植組織文化之中，本公司董事會已核定相關政策及管理規範，作為全體同仁遵循之行為準則，並透過內部教育訓練、宣導活動及日常管理機制，強化員工之道德意識與實務應用。同時，建置完善之會計制度與內部控制制度，並由稽核單位依年度稽核計畫定期檢視誠信經營政策之執行情形，確保制度有效運作，持續鞏固本公司誠信負責、穩健治理的企業文化。

誠信經營與反貪腐

汎德永業透過誠信經營守則、誠信經營作業程序及行為指南、永續發展實務守則、道德行為準則、內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序等相關規範，作為本公司商業道德之行為依據，內容涵蓋不當利益收受之禁止與處理程序、利益迴避、公平交易等。由管理部負責誠信經營政策與防範方案之及監督執行，並稽查企業內部是否有違反誠信經營之情事，每年定期向董事會報告誠信經營暨檢舉制度運作等執行情形與成果。2025 年本公司員工及供應商未發生已確認之貪腐事件；本公司亦未有反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動；此外，本公司已於誠信經營作業程序及行為指南中明訂不提供任何政治獻金，故近四年政治獻金金額為 0。

行為準則教育訓練

為確保誠信經營政策的落實、並積極防範不誠信行為，每年定期對董事進行公司治理與誠信經營等相關主題之教育宣導，2025 年汎德永業汽車以電子郵件形式，全年對董事、經理人等內部人執行 19 次法規遵循通知，內容涵蓋內線交易教育宣導、財務報告封閉期提醒及短線交易規範提示等，持續強化內部人對股權交易相關法規的認知與遵循。此外，要求新進員工於入職時皆簽署誠信經營政策遵循聲明書，承諾遵循上市上櫃公司誠信經營守則，應避免不誠信行為並須遵循相關法令規範，2025 年新進員工共計 249 人，已 100% 皆完成簽署。

為強化全體同仁對誠信經營的認知與實踐，本公司於 2025 年辦理行為準則教育訓練，課程內容涵蓋企業個人資料與營業秘密保護的重要性、防範偽造資料以獲取不當利益的法律責任，並透過實際案例分享加深同仁理解。2025 年度共有 1,587 位同仁參與，累計訓練時數達 2,380.5 小時，完訓率 96%；未完訓人員為 2025 年 12 月新進人員，已於 2026 年第一季完成訓練，展現全體員工對誠信文化的高度承諾。

針對直接面對客戶的銷售人員，本公司設有更嚴謹的誠信規範。所有銷售人員於到職時均須簽署「銷售顧問遵守規範」，承諾恪守誠信經營行為、嚴禁挪用客戶款項以維護公司商譽，並遵守公司訂價策略以避免任何形式的不公平競爭等。2025 年到職銷售人員 82 人，100% 已完成簽署，確保銷售行為的合規性與專業性。

薪酬連結與懲戒機制

為深化廉潔與透明之經營理念，本公司已將行為準則與員工薪酬制度連結，員工若有違反行為準則之情事，將依違規情節嚴重程度影響年度考核結果及年終獎金之核定；同時，於工作規則中明訂，若經查證員工涉及重大貪腐賄賂、侵害商業機密或任何違反法令的不誠信行為，公司將不經預告逕行終止勞動契約，以示對不誠信行為的零容忍。

不誠信行為之風險移轉

考量到個人不誠信行為可能對公司營運穩定性構成潛在風險，本公司特別針對涉及金流管理之關鍵職務，設置風險移轉機制。依據員工是否經手現金等職務特性，本公司為其投保員工誠實保證保險，保額範圍自新臺幣 100 萬元至 500 萬元不等。此舉旨在透過保險機制，將部分經營風險轉移予保險公司，進一步保障公司資產安全與營運穩定。

商業夥伴誠信原則

本公司將誠信經營原則延伸至所有對外商業往來關係。對於契約標的價額超過新臺幣 10 萬元的合作案，本公司均會在合約中加註明確條款，嚴禁收受佣金、回扣或其他不正當利益。同時，合約亦規範任何一方若涉有不誠信行為，他方得隨時無條件終止或解除契約。透過這些措施，本公司與商業夥伴共同維護公平、公正且透明的交易環境，確保供應鏈的誠信與永續發展。

舉報制度

為防止不當行為，本公司已建立安全且保密的管道，設立內、外部人員對於不合法（包括貪汙）與不道德行為的檢舉暨申訴信箱（whistle@email.pgum.com.tw），任何人目睹及聽聞可能的事件，應以具名方式進行舉報。本公司於接獲舉報後，由管理部為案件之受理及調查單位，採取保密的方式進行調查，並依法採取適當之保護措施保護檢舉人的個人資料及隱私；若經調查屬實者會依相關懲戒規定辦理，並承諾禁止對申訴者、通報者或協助調查者有任何報復之行為，若有，將會進行懲處。

2025 年違反行為準則情形	收受件數	不受理案件數	經調查後不成立案件數	經調查後成立案件數
貪腐或賄賂	1	0	0	1
歧視或騷擾	0	0	0	0
客戶個資保護	0	0	0	0
利益衝突	0	0	0	0
洗錢或內線交易	0	0	0	0

註：貪腐 1 件，為員工私下販賣公司下腳料，已對該員進行懲處。

法規遵循

汎德永業恪守國內、外相關法令，不定期檢視並適應國內外法規的變化，設法務室負責本公司各式合約及相關法律文件之審核。依本公司目的事業主管機關裁處案件呈報程序規範，就目的事業主管機關裁處案件視為本公司重大違反法令規範事件，應述明裁處事由並提出改善計畫並呈報至董事長。此外，凡致使員工受重傷、或財務損失逾新台幣 5 千萬元之案件，我們亦認定為重大違反法令與規範之情形。截至 2025 年止，未發生任何符合上述定義之重大違規案件。

其餘案件，除 2024 年汎德台北分公司因有機溶劑容器未依法定格式進行標示，遭新台幣 3 萬元罰鍰一件外，2025 年未有遭裁罰之違法案件。針對前述裁罰事件，本公司已內部進行檢討後改善依法規格於有機溶劑容器貼上有害化學品警語標示、並於供應商進貨時確認相關容器皆已依規定完成標示。



3.3 風險管理

風險治理架構

為強化公司治理、確保公司穩健經營與永續發展，本公司經董事會通過制定風險管理政策與程序，作為各類風險管理及執行依據。董事會作為最高治理單位，對公司整體風險管理負最終責任，並透過授權與監督機制，確保風險管理政策之有效實施。依循國際認可之「三道防線」模式建構，以建立全面且有效之風險管理體系，確保企業永續經營與價值創造。

三道防線

第一道防線 業務單位與營運活動

各業務單位主管及營運據點負責人為風險管理之第一道防線。其職責在於日常營運中，主動辨識、評估、監控及管理其所面臨之各類風險。每年一次定期提報風險管理資訊予風險管理小組。

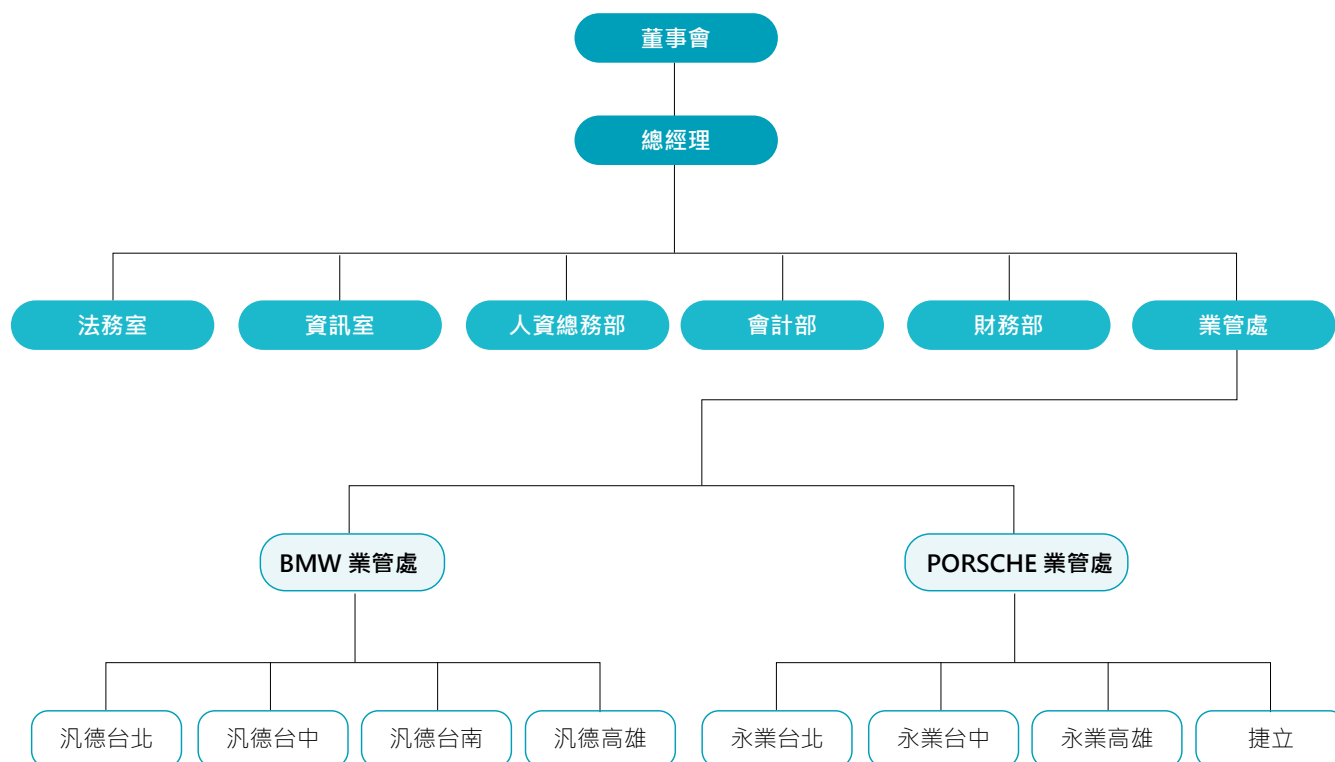
第二道防線 風險管理職能單位

由總經理擔任召集人之「風險管理小組」構成第二道防線。風險管理小組獨立於業務單位及營運活動之外行使職權，為本公司負責執行風險管理之權責單位，協助擬定風險管理政策、負責公司風險之監控、衡量及評估等事務，確保董事會核定實施之風險管理政策的執行，直屬總經理並每年一次向董事會提交風險管理報告，確保董事會能掌握公司風險全貌。

第三道防線 獨立稽核單位

稽核單位作為第三道防線，定期評估第一、二道防線風險管理機制之有效性、合規性與適當性，確保風險管理制度的落實與遵循。

風險管理組織架構



風險管理流程與運作情形

依「風險管理政策與程序」，本公司之風險管理範疇涵蓋營運、財務、人力、資安、訴訟及法規、供應鏈，及其他可能使公司產生重大損失之風險。我們每年透過風險辨識、風險分析、風險評估與風險應對等流程，確保各面向風險，控制於可承擔之範圍內。

風險管理流程



風險鑑別結果

2025 年風險鑑別結果，未有重大風險項目。各風險管理單位運作情形如下所示，更多細節請參閱本公司 2025 年年報第 43、85、96 頁。

風險類別	風險項目	風險描述	風險應對情形
營運風險	市場競爭	■ BMW 總代理為提升品牌市場佔有率，於大台北地區共有四間經銷商，間接影響台北分公司市占份額；另保時捷總代理亦為提升區域性市占率與品牌佔有率，於新北、新竹及台南分別成立新的經銷商，皆造成同品牌的內部競爭。 ■ 針對同類商品，主要為來自德國豪華進口車的賓士，於全台增設營運據點及平行輸入的貿易商，對 BMW 品牌造成之市場競爭。	■ 與總代理維持良好關係，以利提前研判市場動態與擬定應對計劃，並依市場狀況及檢視公司營運網絡通路合理性與因應長期計劃。 ■ 擬訂長、短期營運策略，隨時蒐集產品最新市場訊息及客戶回饋資料，並配合原廠及品牌總代理產品行銷計劃，制定產品行銷策略達成銷售目標，並加強客戶關係維護，提高黏著度，提升營運獲利能力以達成公司永續發展策略。 ■ 透過定期參與品牌總代理經銷商會議，調整銷售策略，有效管控新車及零件庫存目標。 ■ 運用集團企業資源，提供多元品牌，並透過有效的市場推廣及廣告，提供高水準的服務，以滿足豪華品牌汽車買家的需求，透過集團企業資源來共同銷售及市場推廣活動，提高市場競爭優勢。

風險類別	風險項目	風險描述	風險應對情形
營運風險	售後服務產能不足	■ 新車銷售業績良好，超出原規劃產能，造成客戶預約、進廠保養維修等待時間過長。 ■ 原廠召回通告增加，進而影響售後有費收入。	■ 調整人力分配、延長營業時間，並積極開展新據點規劃，已滿足超負荷之需求。 ■ 持續與原廠溝通，促請改善產品品質，減少通告。 ■ 定期召開經營會議訂定並追蹤營運績效。
	電動車取代內燃機	■ 各車廠逐漸提高電動車比例。	■ 與總代理保持資訊暢通，提供即時的市場資訊供原廠參考，搭配合宜的電動車與內燃機銷售比例，降低營運風險。
	關稅、貨物稅等不確定性風險	■ 受川普關稅政策及國內貨物稅等不確定因素，導致本年度消費者購車態度轉趨保守，經銷端庫存壓力增加，致庫存過長造成營運風險增高。	■ 加強庫存管理，並與總代理及原廠即時溝通，適度調整生產產能，並透過多元行銷活動加速存貨去化，降低營運風險。
財務風險	利率變動、匯率變動、財產損失、通貨膨脹、財稅政策變動等風險	■ 利率變動風險：各國關稅政策調整（含美中關稅、歐盟對中國車款反補貼調查等）導致景氣下滑，美國央行持續降息，但歐洲央行及中國央行自 2025 下半年起皆維持利率採行觀望態度；而台灣央行在 2024 年第一季升息後，連續七個季度未調整利率，未來央行利率政策將直接影響資金成本。 ■ 匯率變動風險：川普政府反覆的關稅政策及區域地緣政治風險增加，各國央行政策調整步調不一的情況下，美國降息幅度與速度相對審慎，支撐美元維持相對強勢，全球主要貨幣對美元仍存在貶值風險，匯率波動成為企業財務管理需持續關注之不確定因素，帶動國際匯市震盪。 ■ 財產損失風險。 ■ 通貨膨脹風險：因通膨導致新建廠房成本增加。 ■ 財稅政策變動風險：我國稅務機構近期參考經濟合作發展組織 (OECD) 發佈稅基侵蝕及利潤移轉 (BEPS) 行動計劃，陸續發佈反避稅條款。	■ 適時調高借款額度水位，並調整短期 / 中長期借款比重，使整體財務結構更穩健，以降低利率波動產生的風險。 ■ 持續注意觀察國際匯率變化趨勢。 ■ 依據營業、資產規模，以重置成本為基礎，投保各項財產保險，適當地將風險轉嫁予保險公司。 ■ 持續監控市場與成本變化，適時調整資本配置。 ■ 密切關注政府相關政策，爭取補助金或稅務優惠來降低新建廠房成本。 ■ 定期追蹤稅務和相關法規的變化，瞭解新增稅法內容及因應策略，研究政府各類的財稅政策、補貼等財政優惠並進行即時財務規劃。
人力資源	職場工傷意外風險	■ 因作業流程、人員操作或工作環境因素，若發生重大職災事件，可能導致員工於工作場所發生職業傷害，進而影響員工安全，可能產生醫療補償責任、勞資爭議及非預期之營運成本，並影響公司對外形象。	■ 設有職業安全衛生委員會，不定期透過危害辨識、教育訓練、安全設備與個人防護裝備、專業健康促進服務等措施控制風險危害。實施作法與成果請參閱「健康安全職場」章節。
	員工個人資訊保護風險	■ 因外部資安威脅或內部管理不當，可能導致員工個人資料或薪資資訊外洩，若發生恐影響員工信任、引發法律責任及造成公司財務與商譽損失。	■ 落實人資及薪資系統之權限分級與存取控管。 ■ 配合資訊安全管理政策，定期進行社交工程演練及資安教育訓練。 ■ 持續強化系統防護措施與異常監控機制。
	關鍵人才留任與接班風險	■ 受外部人才市場競爭及內部年齡結構影響，關鍵職位可能面臨招募不易或人才流失風險，恐造成技術與管理斷層，影響專案執行、部門績效及公司中長期營運目標。	■ 持續強化雇主品牌與組織文化，提升公司對外部人才之吸引力、建立並執行關鍵職位接班人計畫 (Succession Planning)，定期盤點與培育內部人才梯隊及優化留才與激勵制度。

風險類別	風險項目	風險描述	風險應對情形
資訊安全風險	災害風險與資安威脅認知不足風險	■ 系統主機定期執行災害復原演練，針對關鍵系統資料均有定期備份及異地備份。 ■ 配合郵件過濾軟體 (SPAM) 打造相對安全的郵件環境，降低資安風險。 ■ 定期更新防毒軟體及檢視防火牆設定，維護公司資訊安全環境。 ■ 定期檢討主機人員帳號權限，避免未有權限人員進入系統主機。造成維護營運之風險。 ■ 定期發佈教育訓練及宣導資訊安全新知，強化資訊安全教育，提高員工資訊安全意識。 ■ 更多細節請參閱「資訊安全與個資保護」章節	
法律風險	法遵風險、交易風險、爭訟解決、遵法意識與行為	■ 法遵風險：就國內外政策法令及主管機關相關動態，彙整評估、研擬相關方案，以適時提供公司相關人員參酌；必要時徵詢主管機關或外部專業意見，以確認相關法律見解之妥適性；行銷團隊經營網路平台或銷售商品，常有與廠商進行商標、照片、影片之合作，關於相關商標、照片及影片之智慧財產權及使用權利，將可能造成侵權或被侵權之可能，就合作簽約廠商，於合約內容中確實約定該著作之財產權歸屬，並宣導銷售產品商標權之使用權限範圍。本年運作正常。 ■ 交易風險：法務室受理各式交易相關法律文件之撰擬、審閱，透過個別討論或會議充分了解交易之背景事實、己方立場及締約目的，提供適切而具有可行性之建議，以促成交易完成並同時確保公司權益；依據公司規章，由專人管理、蓋用公司印信，由法務室對不合規法律或契約文件要求釋明或補正。本年運作正常。 ■ 爭訟解決：整體考量各爭訟案件之解決程序、所需之人力、時間及費用成本、爭訟結果之終局確定性、後續強制執行可行性等因素，評估並擬定合適之爭端解決策略；充分了解案件事實，研擬完善之攻防或協商策略，並提出有效齊備之證物與證人；徵詢外部專業意見，委託合適之專業代理人，有效控管費用支出。 ■ 遵法意識與行為：參加主管機關或外部單位辦理之教育訓練，或透過個別討論或會議討論提供法律協助時之機會教育，及時提醒、強化各部門同仁法律風險意識；有關智慧財產權、商標權等使用權，透過合約檢視明確智慧財產權歸屬及商標權使用的合法性，並加強教育訓練宣導。本年運作正常。	
其他風險	災害事故風險	■ 各營業據點投保公共意外險、火險、玻璃險，以降低營運或產品對於第三人之體傷或財損。 ■ 依年度計畫執行機械設備定期維護保養（例如：頂高機）、檢查及各項檢測作業以確保機械設備完整性及可靠度。 ■ 機械停車位、客梯與車用電梯：每月一次由專業廠商到場檢視、維護與保養。 ■ 消防：每年二次邀請所在地消防協會到場講習與演練。 ■ 地震：震後於適時由各單位、樓層主管負責檢視設備安全性。 ■ 用水：每年二次水塔與蓄水池清洗，確保民生用水品質；排水：每月二次由專業廠商到場檢測水質，確保污水排放符合國家規定。 ■ 廢棄物處理：含一般廢棄物與管制廢棄物，定期交由政府認證合格廠商收置處理。 ■ 環境消毒：每年至少一次，全廠區消毒。特殊情況、如疫情期間，視情況增加消毒次數。 ■ 作業環境檢測：聘請專業、合格認證廠商每年二次檢測工作區域噪音、有機溶劑、粉塵、二氧化碳是否符合國家規定。	
	氣候變遷與環境風險	本公司依國家發展委員會發佈的「臺灣 2050 淨零排放路徑」、BMW 期望「2030 年前，達成每一輛新車生產時的碳排放量減少 80%，在使用階段減少 40% 以上，在供應鏈中減少至少 20%」和 Porsche 德國原廠持續推動低碳轉型，透過燃油、插電式混合動力及純電車型之多元產品組合，並規劃未來產品線涵蓋電動跑車、電動 SUV 及高性能混合動力車型，同時調整電動化平台開發時程與投資配置，以因應氣候相關轉型風險及市場需求變化。	■ 本公司配合總代理對全台電網的規劃，設置快充站及各景點、飯店等目的地充電樁。 ■ 本公司目前正積極統計碳排相關數據，待數據確認後，依公司實際情況並備妥資料後於董事會訂定短、中長期之減碳目標。 ■ 其他相關風險與機會暨策略目標，請參閱「氣候承諾與管理」章節

3.4 資訊安全與個資保護

為強化公司資訊安全管理，汎德永業成立跨部門的資訊安全小組，定期檢討資訊安全政策，每年最少一次向董事會報告資訊安全管理情形。資訊安全小組由總經理擔任總召集人，並由資訊室主管擔任專責主管，團隊包含「資訊安全處理小組」，負責執行機房設備、資訊系統存取控制、資訊安全宣導、資訊安全事件通報、網路安全、電子郵件安全及防毒等管理作業；另設有「資訊安全稽核小組」，負責查核評估資訊作業控制之有效性，並定期檢討資訊安全政策，每年最少一次向董事會報告。2025 年資訊安全執行情況說明已於 2025 年 11 月 10 日董事會報告，細節請參閱本公司網站企業永續專區 / 資安風險與個資保護。

資訊風險管理架構



資訊安全管理措施

防毒安全

- 防毒軟體定期更新病毒碼，並定期執行掃描檢查作業
- 持續投入設備，2025 年計採購防火牆經弱點掃描及防毒軟體共新台幣 85 萬 3,570 元
- 禁止同仁自行安裝使用非法與未經核准之軟體、非業務需用之套裝軟體或應用軟體

瀏覽網頁

- 對外開放的資訊系統所提供之網路服務（如 HTTP、FTP、E-mail 等），需要透過防火牆進出規則申請表進行申請，並經過權責主管的核准後方可開放供員工使用
- 應注意 Cookie、ActiveX、Java Script 及 Active Scripting 等行動碼執行之風險

電子郵件

- 關閉預覽及自動下載功能，以避免惡意程式之攻擊
- 除非清楚附件的來源及寄送原因，否則不要隨意開啟附件檔案

防火牆安全

- 配合資訊安全政策、相關法令、法規之修訂，以及網路設備之變動即時調整防火牆之設定

電腦管理

- 異常狀況時使用者應先行回報權責主管，視需要採適當方式處理

資料備份

- 資訊系統之設定檔、網頁資料、伺服器檔案及資料庫資料均應訂定備份週期，每天將資料備份至 NAS 主機，每週進行異地備份至濱江機房

個資管理

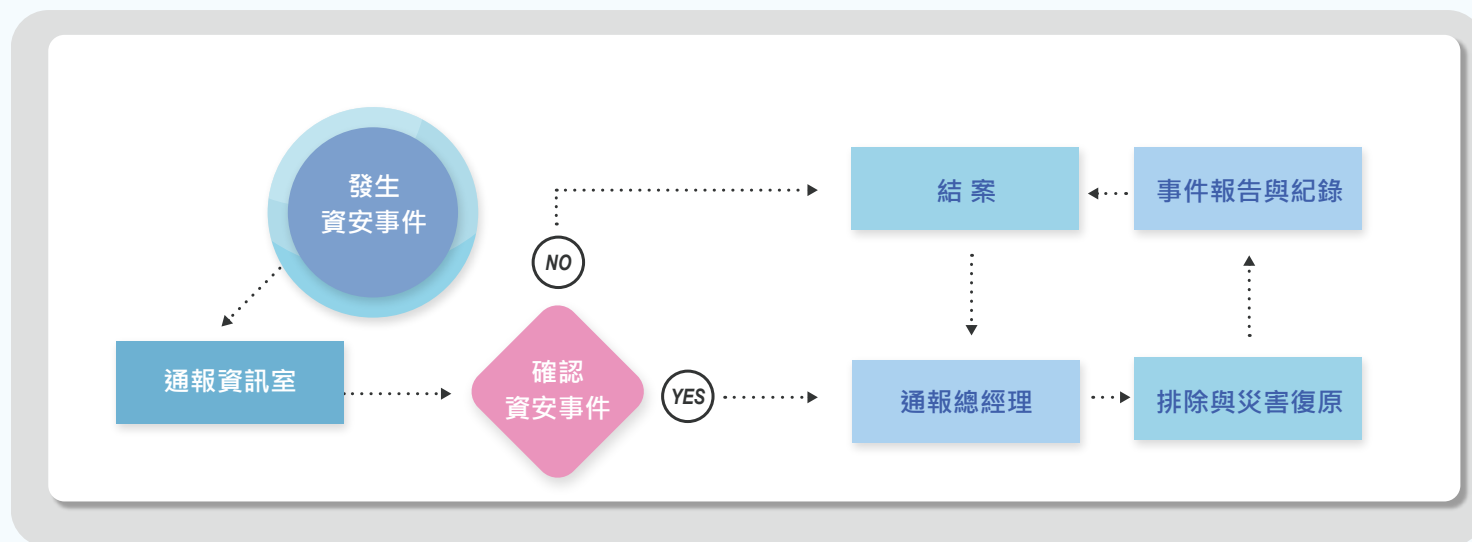
- 對全體員工個人資料處理辦理年度定期宣導
- 2025 年已發布提防網路詐騙及電子郵件注意事項通告，完成年度資訊安全宣導

強化資訊安全意識

為取得資安預警情資、資安威脅與弱點資訊，資訊部門同仁已訂閱臺灣電腦網路危機處理暨協調中心 (TWCERT/CC) 電子報，即時掌握國內外最新資訊安全發展趨勢及未來可能的資安風險因子。資訊人員並於 2025 年完成 12 人次時之「資訊安全意識、必備知識與責任 E-Course」訓練課程，提升資訊安全管理專業知能。針對一般同仁亦辦理資訊安全線上教育訓練，2025 年共 1,526 位員工完成訓練；此外，為強化全體員工對網路釣魚與社交工程攻擊的識別能力，本公司每年定期執行社交工程演練，2025 年計超過 1,500 名員工參與，整體不合格率為 4.2%。在即時補救機制的設計上，凡於演練中點擊可疑連結的員工，系統將在點擊當下立即顯示該次攻擊手法的特徵說明，使員工得以在情境最鮮明的時機建立正確的判斷認知；然而，為避免員工僅記憶固定的攻擊樣板而忽略真實威脅的變化性，本公司每年均更新演練情境與攻擊手法，以更貼近實際威脅態樣的方式持續提升員工的資安意識與應變韌性。

資訊安全事件通報作業

內、外部人員在發生任何資訊安全事件或發現可能對資訊系統造成危害之威脅時，應即時通報權責主管；經確認屬資安事件者，須提報總經理，並完整記錄處理過程與結果。2025 年本公司未有重大資訊安全通報事件；此外，本公司採用國外原廠之客戶銷售系統，無直接或間接利用資訊系統取得客戶資料，故未有客戶隱私侵犯的事件發生。



個人資料保護

汎德永業已於 2025 年經董事會通過個人資料保護政策，確保本公司為符合個人資料保護法與相關法令規範，就個人資料之蒐集、處理及利用，建立本公司執行業務或管理內部人員，對於客戶、員工個人及間接人員資料使用之依據，保障客戶權益及維護本公司信譽。適用範圍涵蓋本公司、董事、經理人及全體員工，及依本國法設立並依公司法關係企業專章之規定為本公司之關係企業者。

個人資料管理負責人為總經理，個人資料保護管理執行組織為業務管理處（含業務管理處主管及各分公司副總經理），由總經理責成業務管理處、人資部、資訊室及法務室負責本政策之擬定及推展，並建立個資管理組織，進行資料管理體系之規劃、實施、運作、監督、查核、維護與改善作業，並定期或在重大變化時執行管理審查個人資料管理體系提出報告，確保其運作之適切性及有效性。為強化員工對個資的保護意識，2025 年度共舉辦 48 場與個資保護相關的教育訓練，總計 1,587 人次參與，訓練總時數為 1,587 小時。

CHAPTER 04

成就卓越
Achieving Excellence

- 4.1 產品與服務品質
- 4.2 顧客關係管理
- 4.3 供應鏈管理

BMW M5 Touring ◀ 精益求精每一程

PURSUING 成就不凡
EXCELLENCE



4.1 產品與服務品質

顧客安全是我們的首要關注，汎德永業銷售的車型均經過嚴格的安全測試和認證，以確保其符合最高的安全標準；從車輛銷售到售後服務，本公司透過專業團隊積極為顧客提供全方位的支持和協助，並用心傾聽客戶的意見與反饋，作為我們持續精進與改善的動力。為確保車主行車安全與用車安心，汎德永業針對 BMW 與保時捷全車系皆標配胎壓監測系統，並提供 BMW 新車主主動安全檢查提醒服務，協助掌握車輛狀況。此外，每年夏季前定期推出免費健檢活動，協助車主針對高溫氣候可能影響之零部件進行檢查；同時，亦會於車輛保固到期前主動發出通知，邀請車主回廠檢查，確保維修保障不中斷，全面守護車輛性能與行車安全。

顧客健康與安全

BMW 集團與保時捷作為全球知名汽車品牌集團，不僅所有產品皆通過嚴格的國際汽車規範認證，如歐洲新車評鑑協會 (Euro NCAP) 五星安全評級、美國國家公路交通安全管理局 (NHTSA) 五星安全評級等，並多次獲得國際大獎。這兩大品牌不論在產品研發、生產、售後服務各階段皆投入大量財力與物力，致力打造安全、舒適、注重環保、永續的產品。尤其，對於售出的產品更持續追蹤，隨時檢測產品與零件，以確保消費者的安全使用。

為了進一步保障消費者權益，BMW 和保時捷都建立了完善的安全通報機制。消費者可以通過官方網站、客戶服務熱線或直接聯繫授權經銷商，隨時反應他們遇到的任何安全問題或疑慮。這些通報會被迅速處理並納入品質監控系統，確保及時發現和解決潛在的安全隱患。如有任何對於顧客安全疑慮的風險發現，這些品牌會即刻啟動召回檢修作業，以展現百年大廠對於產品負責任的態度，並確保消費者的行車安全。



BMW 集團品牌獲獎紀錄

頒發單位	獲獎名稱	獲獎車款
The GCOTY Awards 	German Car of the Year (PREMIUM Class)	The BMW 5 series / i5
Top Gear Electric Awards 	Best EV estate	BMW i5 Touring
Business Car Awards 	Driver's Choice	BMW M5
	Best Premium Car	BMW i4
	Fleet Manufacturer of the Year	BMW

頒發單位		獲獎名稱	獲獎車款
What Car?		Luxury Car of the Year	BMW X7 xDrive40i M Sport
		Coupé/Convertible of the Year	BMW 4 Series 420i M Sport
		Performance Car of the Year	BMW M3 Touring Competition xDrive
		Reliability Award	MINI Brand
		Best performance car for value	BMW M240i xDrive
		Best luxury car to be driven in	BMW i7 eDrive50 Excellence
		Best executive car interior	BMW i5 eDrive40 M Sport
		Best family electric SUV interior	BMW iX xDrive40 M Sport
		Best family car interior	BMW 1 Series 120 M Sport



保時捷獲獎紀錄

頒發單位		獲獎名稱	獲獎車款
World Car Awards		2025 World Performance Car	Porsche 911 Carrera GTS
S&P Global Mobility		2025 Automotive Loyalty Awards	Porsche 911
		Sports Car Segment	
J.D. Power		2025 J.D. Power U.S. Customer Service Index Study	Porsche Brand

頒發單位	獲獎名稱	獲獎車款
MotorWeek 	2025 MotorWeek Drivers' Choice Awards	Porsche Macan Electric
	Best EV	
Car and Driver 	2025 EV of the Year	Porsche Taycan
Automotive Lean Production 	2025 Automotive Lean Production Award	Porsche Leipzig plant
	OEM category	
Newsweek 	Newsweek World's Greatest Auto Disruptors	Porsche 911 Carrera GTS
	2025 Powertrain Disruptor of the Year	

BMW 總代理與保時捷總代理引進之車款均符合台灣最新的車料安全檢測標準。為保障消費者享有與國際同步的汽車產品與科技，台灣政府在有關安全、污染、噪音以及耗能上亦制定有嚴謹的法規，汎德永業銷售之所有進口汽車需 100% 通過檢測，確保安全與符合國家標準，方可上市銷售；此外，於汽車銷售業務，本公司亦致力於遵循公平交易等相關法規，不從事油耗、標準或認證、空間配備等不實行銷資訊以誘發不公平競爭之情事。2025 年無違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件、未遵循行銷傳播相關法規的事件及未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件。

本公司作為 BMW 集團與保時捷在台重要的經銷商，以最高要求的產品品質與產品安全為目標，並在必要時採取相應的措施，以確保能長期維持最高水準的客戶滿意度。根據政府主管機關如汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法等相關法律規定，我們遵循以下要求：

- 經銷商對其已出售之汽車，於有事實足認有重大危害汽車安全之虞時，應即召回改正。
- 按原廠規範實施特定措施（召回專案、維修活動或其他警示方式），以避免人員傷害或財產損失，並完全符合相關法律規範。

召回作業

相關召回作業的啟動，係由德國原廠通知總代理召回檢修，總代理依規定申報，並寄出信件通知相關車主及通函經銷商；經銷商則於接獲通知後，以電話形式與車主聯絡，安排進廠檢修。秉持「先有服務，後有銷售」的理念，本公司對於原廠發出的召回案件承諾嚴謹處理、主動服務，以降低對客戶的衝擊與不便。為確保召回檢修作業有效的執行，當有召回檢修作業啟動時，我們隨即啟動傳媒公告、主動聯繫、電腦提示等措施，以大幅提升受影響車輛召回檢修作業。若有因客觀因素，如客戶無法聯絡，且本公司已完成法定通知流程而後續執行召回檢修作業仍有執行困難者，則於完成報告經專業機構審查後，送請交通部備查。

傳媒公告



總代理透過大眾媒體
公告召回作業啟動事宜

主動聯繫



本公司主動透過電話及信函與受影響車輛的客戶聯絡，安排進廠執行召回檢修作業

電腦提示



客戶車輛再次進廠維修保養時，服務廠電腦系統會自動提示該車有未完成的召回檢修作業必須完成

2025 年，本公司共執行 9 次主動召回專案，以降低各項事故的潛在風險，受影響台數 20,308 台。

2025 年 BMW 集團產品召回紀錄

召回類型	召回原因	影響台數	2025 年底完成台數
主動召回	煞車系統	7,631	7,582
主動召回	引擎系統	4,352	1,657
主動召回	其 他	6,033	3,115
主動召回	電氣系統	4	4
主動召回	煞車系統	682	680

2025 年保時捷產品召回紀錄

召回類型	召回原因	影響台數	2025 年底完成台數
主動召回	安 全 帶 預防性召回	4	4
主動召回	電氣系統 預防性召回	1,418	1,220
主動召回	電氣系統 預防性召回	156	137
主動召回	懸吊系統 預防性召回	28	27



用車安全教育與駕駛技能提升服務

汎德永業不僅致力於提供優質產品，更重視車主在實際使用過程中的行車安全與操作知識教育。我們深知安全駕駛與正確操作習慣是車主體驗的重要一環，因此積極推動多元化的用車教育服務。

其中，保時捷原廠所倡導的「Second Delivery 二次交車服務」，即為一項貼近車主需求的售後關懷計畫。於新車交付後兩週至一個月內，由銷售顧問主動聯繫車主，了解實際使用狀況，並於必要時安排回廠提供進一步的操作教學，協助車主熟悉車輛功能、提升使用安全性。

此外，台北汎德於 2025 年 5 月和 7 月辦理共 12 場次的「性能駕馭體驗課程」，特別邀請國際賽車手暨平民賽車推廣者的廖君豪（David Ryo）擔任專屬教練，全程陪同指導。課程內容除協助車主完整掌握車輛各項主被動安全與防護功能外，亦透過關卡式教學，引導學員於潛在危機情境中正確操作車輛，強化駕駛安全意識與臨場應變能力，進而提升整體行車安全水準。同時，因應電動車市場的快速發展，公司亦舉辦「Welcome to BMW i」車主專屬講座，協助車主深入了解 BMW 電動車之安全技術、智慧應用及日常維護重點，讓車主在享受純電駕馭體驗的同時，亦能兼顧行車安全與用車安心。



4.2 顧客關係管理

汎德永業將客戶滿意度視為首要目標，通過持續的專業培訓和流程優化，打造精英服務團隊，為消費者提供無微不至的頂級體驗。我們實施全面的專業培訓體系，涵蓋售前產品知識、銷售技巧和售後技術更新，鼓勵員工持續學習成長。並以客戶需求為中心，持續強化跨部門協作，確保全流程的高品質服務。

顧客服務

本公司秉持「客戶至上」的核心價值，致力於打造卓越的客戶體驗旅程。我們深信，真正的豪華體驗不僅體現在產品本身，更在於周到細緻的服務。為此，我們精心設計了一套全方位的客戶服務體系，涵蓋客戶旅程的每一個階段；我們的目標不僅是滿足客戶的基本需求，更要超越期望，為他們帶來驚喜和愉悅。



客戶關懷活動

我們深知，每一輛車的交付不僅是服務的開始，更是與車主建立長期信任與情感連結的重要契機。為了提供超越期待的用車體驗，我們規劃多元且具深度的客戶關懷活動，將品牌精神融入車主的日常生活中。透過結合生活美學、駕馭樂趣與社會公益，打造兼具質感與溫度的專屬體驗。

在體驗學習方面，各據點依據在地特色精心設計多元生活風格活動，涵蓋手工藝、花藝創作、野餐露營與美食文化等。如台南汎德舉辦品茶體驗、戳繡手作與聖誕野餐活動，台北保時捷中心舉辦插花花藝與陽明山花園之旅，透過沉浸式情境體驗，深化車主與品牌之間的情感連結。

在運動競技方面，BMW Golf Cup 台灣選拔賽及各區預賽、保時捷車主高爾夫球賽與女性高爾夫賽事陸續於各地舉行，並特別邀請奧運獎牌得主潘政琮親臨分享，彰顯品牌所代表的卓越與挑戰精神；此外，台北保時捷中心亦於兒童節推出卡丁車安全教育體驗活動，結合寓教於樂，向下扎根安全駕駛觀念。

在公益行動方面，台南汎德多場活動將報名費用全數捐贈予朝興基金會、家扶基金會、創世社會福利基金會及樂活基金會等公益團體，2025 年累計捐贈金額逾 10 萬元，將品牌活動轉化為具體的社會關懷行動。

在品牌知識方面，台北汎德舉辦投資市場講座、BMW M 賽道精神講座與電動車養護說明會，透過系統化知識分享，強化車主對品牌理念與產品價值的理解，進一步提升整體服務滿意度與顧客忠誠度。



台北汎德 2025 投資市場贏家講座



台南汎德中秋節展間活動



永業台中辦理女性高爾夫球賽活動



永業台中辦理女性高爾夫球賽活動

專業人才培訓

汎德永業作為 BMW 集團和保時捷在台灣的核心經銷商，深知人才培育對於維持品牌卓越服務水準的關鍵作用。我們嚴格遵循總代理制定的年度培訓計劃，為售前和售後人員提供全面且專業的內部訓練。2025 年相關訓練成果如下。通過針對不同職種的培訓計劃，汎德永業不僅確保了我們的團隊能夠始終以最高標準服務客戶，也為 BMW 集團和保時捷品牌在台灣市場的持續成功奠定了堅實的人才基礎。未來我們將繼續投資於員工發展，以維持並提升我們在豪華汽車市場的領先地位。

項目	訓練內容	訓練對象	訓練人次統計	訓練時數統計
售前	車型產品訓練、銷售技巧、銷售話術、銷售流程	銷售顧問 (Sales Consultant, SC)、產品菁英 (Product Genius, PG)、市場行銷與客戶關係管理、經銷人員等售前服務人員	8,229 人次	22,381 小時
售後	維修、接待技巧、接待流程等	一般維修、鈑金、噴漆、引電技師、車身技師、接待人員等售後服務人員	9,967 人次	22,907 小時

銷售人員教育訓練

在競爭激烈且技術快速發展的汽車銷售行業中，全面而持續的教育訓練是培養卓越銷售團隊的關鍵。我們深信，專業知識是銷售成功的基石，因此投入大量資源於系統化的培訓計劃，內容涵蓋產品知識、銷售技巧、客戶服務以及市場趨勢等核心領域。透過持續不斷的學習，除能有效提升銷售人員的專業知能，據以提升整體銷售業績和品牌形象外，更能建立長期穩定的客戶關係，為客戶提供無與倫比的購車體驗。

BMW 集團總代理視銷售人員為客戶需求的理解者和解決方案的提供者，為確保銷售團隊的專業素質，我們實施了嚴謹的內部證照制度，每年依據銷售顧問 (Sales Consultant, SC)、產品菁英 (Product Genius, PG)、市場行銷與客戶關係管理 (MKT & CRM) 等不同職種的售前服務銷售人員舉辦定期、不定期的訓練課程，內容包括各式認證訓練及產品訓練等，並須通過線上課程完成度目標及內部測驗等考核指標始能取得相關資格。

而為確保經銷商人員的專業能力符合保時捷品牌之要求，除由保時捷進口商每年舉辦之內部人員訓練，訓練內容包括車輛專業知識、品牌解析、銷售技巧與人際互動等外，汎德永業各經銷據點也積極主動舉辦小型內部訓練，任何單次培訓若達 4 小時以上，均需經進口商核准後方可執行，以確保培訓品質與一致性。此外，進口商並將經銷商人員之專業能力項目綁定於經銷商變動毛利，為各職能設定明確的年度培訓時數標準及線上學習路徑目標，全年須達成總計至少 5 天之訓練時數以及線上課程完成度 100% 之目標，以確保經銷商人員在日常工作與客戶互動中均能融入保時捷的品牌價值和行為，為顧客提供卓越的客戶體驗。

售後人員教育訓練

針對售後人員，BMW 集團之相關訓練計畫區分為由經銷商自廠培訓之總代理認證課程、及總代理 / 技術顧問公司之認證課程。每年依據一般維修、鈑金、噴漆等不同職種的售後服務維修員工發展不同的培訓計畫，輔以階梯式的分級制度，鼓勵售後人員都能不斷提升自身專業能力；而為確保高階技師的技能始終保持在行業頂尖水平，集團亦實施定期回訓計畫，透過至少一季度一次廠內內訓，使其專業技能始終保持在行業頂尖水準。

一般維修人員培訓計畫

Technician 技工 (S/D Technician)		Senior Technician 技師 (TAP/TAE Senior Technician)	Master Technician 高階技師 (TT Master Technician)
IBT初階認證 ➢ 訓練對象： 經銷商至少三個月以上的正式 工作職務經驗，同時必須是經 銷商正式員工，不包括建教生。 ➢ 完訓資格： 六個月以上的自廠訓練	TM 基礎認證課程 ➢ 訓練對象：具IBT合格 ➢ 完訓資格： 經銷商自廠強化： 1. 診斷 / 編程和資訊系統 2. 四輪定位及底盤維修 3. 發動機維修 4. 電氣 / 電子與測量	TAE 技師認證課程 ➢ 訓練對象：Diagnosis-Technician 診斷技工合格 ➢ 完訓資格： • 原廠指引： 1. Vehicle electrical system 車輛電系 2. Bus systems 總線系統 3. Assistance systems 智慧駕駛輔助 4. Safety systems 被動安全系統 TAP 技師認證課程 ➢ 訓練對象：Diagnosis-Technician 診斷技工合格 ➢ 完訓資格： • 原廠指引： 1. Powertrain (BMW Current engines) 車輛動力 2. Heating & Air Condition system 冷氣空調系統 3. Driving Dynamic System 底盤系統	TT 高階技師認證課程 (未通過者過12月待測) ➢ 訓練對象：具備TAE&TAP ➢ 完訓資格：通過以下 ➢ 筆試: 新車輛技術評測 ➢ 認證共二階段： ● Stage I： 1. <u>高階診斷</u> 2. <u>視聽娛樂&APP聯網</u> 3. <u>溝通技巧</u> ● Stage II：教學影片或簡報及案例剖析
		總代理認證課程	
經銷商自廠培訓 總代理認證課程			

鈑金人員培訓計畫

ICT Body Technician 鈑金技工 (TBB Technician)		ICT Body Senior Technician 鈑金技師 (TAB Senior Technician)		ICT Body Master Technician 鈑金高階技師 (TTB Master Technician)
Body Repair Level 1a 工法： 經銷商自廠基礎訓練 - 訓練對象：鈑金技術人員 - 完訓資格：完成總代理新人通識ICT II 課程且入職滿一年的員工	Body Repair Level 1b 工法： TBB 基礎認證課程 - 訓練對象：完成鈑金技術人員自廠基礎訓練 or 取得鈑金國家乙級證照人員 - 完訓資格：通過實作/筆試/術科認證課程即獲得TBB 鈑金技工資格 - BMW 機具設備應用 - BMW 基本工作安全 - BMW 基礎焊接工法 - BMW 鑲合鉚接基礎工法	Body Repair Level 2 工法 TAB 鈑金技師認證課程 (Stage I) - 訓練對象：取得TBB鈑金技工資格 - 完訓資格：通過實作/筆試/術科認證課程即取得TAB 鈑金技師第二階段(TAB L3)課程資格 - 車體結構鑲合鉚接 - 防腐保護 & 密封措施 - 金屬填料 & 維修注意事項 - 維修實務流程與注意事項 - BMW 車身科技 & 複合式車體	Body Repair Level 3 工法 TAB 鈑金技師認證課程 (Stage II) - 訓練對象：通過TAB L2課程資格之後 - 完訓資格：通過實作/筆試/術科認證課程即取得TAB 鈑金技師資格 - 車身量測 - 車體切割 & 維修鈑件尺寸測量與安裝 - 車身結構－除釘、除膠、除焊點作業 - 微鈑金修復技巧	TTB 鈑金高階技師認證課程 - 訓練對象：取得TAB鈑金技師資格 - 完訓資格：通過三階段實作/筆試/術科認證課程即取得TTB 鈑金高階技師資格 - 認證三階段： - Stage I：課堂 & 實作教學PPT - Stage II：溝通技巧/指導討論/車身訓練技能/技術支援 - Stage III：教學影片
		總代理/ 技術顧問公司認證課程		總代理/ 技術顧問公司進行認證課程
經銷商自廠完成訓練	總代理/ 技術顧問公司認證課程 協助經銷商監控把關			

噴漆人員培訓計畫

ICT Paint Technician 塗裝技工 (TBP Technician)		ICT Paint Senior Technician 塗裝技師 (TAC Senior Technician)			ICT Paint Master Technician 塗裝高階技師 (TTP Master Technician)
Paint Repair : 經銷商自廠訓練	Paint Repair : TBP 基礎認證課程 (Basic)	Paint Repair TAC 塗裝技師認證課程 (Stage I)	Paint Repair TAC 塗裝技師認證課程 (Stage II)	Paint Repair TAC 塗裝技師認證課程 (Stage III)	TTP 塗裝高階技師認證課程
- 訓練對象：塗裝技術人員 - 完訓資格：完成總代理新人通識ICT II 課程且入職滿一年的員工	- 訓練對象：完成塗裝技術人員自廠基礎訓練 or 取得塗裝國家乙級證照人員 - 完訓資格：通過實作/筆試/術科認證課程即獲得TBP 塗裝技工資格 - 塗裝之安全衛生的重要 - 塗料市場變化介紹 - 塗裝流程特性說明 - 各塗層材料特性說明與操作 - 塗料市場變化介紹 - 塗裝技術分享	- 訓練對象：通過並取得TBP塗裝技工資格 - 完訓資格：通過實作/筆試/術科認證課程即取得 (TAC Stage II) 課程資格 - 塗料噴塗及產品應用 - 局部補修技巧 - 塗料變化趨勢 - 塗料技術分享	- 訓練對象：通過 TAC Stage I 課程資格之後 - 完訓資格：通過實作/筆試/術科課程即取得TAC 塗裝技師 (Stage III) 認證資格 - 新板件連續作業 - 補修單色作業實作 - 銀粉色及珍珠色微 - 塗裝之安全衛生	- 訓練對象：通過TAC Stage II課程資格之後 - 完訓資格：通過實作/筆試/術科認證即取得TAC 塗裝技師資格 - 車門外板新件連續噴塗 (含調色) - 車門外板補修單色噴塗 (含調色)	- 訓練對象：已取得TAC塗裝技師資格 - 完訓資格：通過三階段實作/筆試/術科認證課程即取得TAC 塗裝高階技師資格 - 認證三階段： - Stage I：課堂 & 實作教學 PPT - Stage II：溝通技巧/指導討論/塗裝訓練技能/技術支援 - Stage III：成果展示
經銷商自廠完成訓練	總代理/技術顧問公司協助經銷商監控把關	總代理/技術顧問公司認證課程			總代理/技術顧問公司進行認證課程

為提供客戶優於卓越的售後服務，保時捷則針對售後服務發展出「引電技師訓練計畫」、「車身技師訓練計畫」與「服務顧問訓練計畫」。

「保時捷高電壓資格認證 (HV Qualification) 系統」包括初級電氣學習人員 (EIP) 和高電壓技師 (HVT) 兩個主要階段，於 EIP 階段面向要求服務顧問、引電技師、車身和塗裝技師等，均需完成線上課程和季度課堂培訓，並以此作為 HVT 階段的基礎。整個訓練系統在確保技師具備安全處理高電壓系統的能力。

而為使全球所有保時捷合作夥伴之售後服務技術人員具有高水平資質，Porsche 自 2004 年起實施 ZPT (Zertifizierter Porsche Techniker) 售後服務技術人員的全球認證計劃，主要包括汽車塗裝 (PTW Paint ZPT) 和汽車鈹金 (PTW Body ZPT) 兩大類別。該計畫採用 ZPT 標準，並區分為金、銀、銅三個等級。其中，銅牌級為入門級，需完成基礎培訓和線上課程，通過考試後獲得證書；銀牌級為進階級，要求技師在銅牌級基礎上完成更多必修和選修課程並通過線上和實際操作考試；金牌級為最高級別，除須完成大量專業課程外，還需具備高壓技術資格、並接受非技術性的溝通技能培訓。

汽車塗裝 (PTW Paint ZPT) 認證主要通過考試評核，不同級別的認證週期和評核方式略有不同，目前台灣市場僅有銅、銀牌之認證，金牌等級認證尚待 PTW 規劃；汽車鈹金 (PTW Body ZPT) 於 2024 年開始採用課程積分制，技術人員需參加相應課程並通過考試來獲得積分，累積到一定程度即可獲得相應級別的認證。整個認證過程由台灣保時捷總代理 (以下簡稱 PTW) 委託核可的訓練機構執行，並由 PTW 最終審核認可。這種分級制度確保了技術人員的專業能力，同時也為其職業發展提供了清晰路徑。

ZPT 保時捷技術認證 學習路徑



另對售後服務顧問，須通過品牌訓練、服務技巧訓練等課程，並須通過保時捷全球認證系統 (Porsche Global Certification System, PGCS) 的相關認證。

客戶意見反映管道 / 處理流程

為了全面保障消費者權益並確保意見能夠得到及時處理，除直接透過業務代表，我們提供多種便捷的溝通渠道。如 BMW 總代理與保時捷台灣分公司均設置 0800 免付費專線，由專人 24 小時且全年無休接聽；此外，消費者亦可於汎德永業之官網上查詢全台灣各地營業據點之聯絡電話等資訊，即時向各展示中心諮詢，或透過消費者申訴電子信箱 (contact@email.pgum.com.tw) 等提出意見。所有車主如有對新車銷售、產品品質、維修品質、服務品質、保固、零件或其他問題有任何意見或需求，均由本公司專責人員作成記錄後，立刻轉交公司相關單位與人員處理，力求對消費者需求提供最佳處理對策及相關改善作業。

針對客戶申訴案件，相關人員則應於 24 小時（以工作日計）內連繫車主，並於 5 日內處理完畢；2025 年除協商中及法律案件外，客訴回覆率及結案率均達 100%。

案件產生

- 透過總代理 / 進口商之 0800 客戶專線、汎德永業之經銷業務人員，或消費者申訴信箱進行意見反應。
- 客戶與業務抱怨、廠內抱怨等等皆須建立客訴抱怨處理單。
- 依抱怨內容分為新車銷售或售後服務廠處理。分別由各單位負責人員與客戶聯繫了解案件產生原因及如何後續處理客戶所反應的問題。
- 建立客訴案件追蹤紀錄表，每月確認客訴處理情形。

案件處理及結案

- 請負責人員提供案件處理經過及最後與客戶達成共識的結果，並告知客戶服務部門，由客戶服務部門協助完成客訴抱怨處理單後進入主管簽核程序。
- 客訴函簽核完畢，將客訴函 Email 通知相關部門主管或售後主管。



客戶滿意度調查

客戶滿意度對汽車零售業至關重要。在競爭激烈的市場中，提供優質的客戶服務和滿意度是企業取得關鍵競爭優勢的基礎。

本公司所經營之 BMW/MINI 品牌，每月由總代理針對全台新購車車主及維修保養車主執行銷售與售後之線上客戶滿意度調查，以計算淨推薦值（Net Promoter Score），作為衡量品牌客戶忠誠度的參考依據。此外，汎德永業保時捷經銷商為有效提升客戶體驗和服務品質之管理目標，亦會透過第三方公司執行新車銷售與售後客戶滿意度問卷，以優化和增強品牌與客戶之間的每一次互動，創造積極、一致和奢華的體驗。針對新購車客戶，客戶會在辦牌後 7 日，收到一封由原廠（Porsche AG）發送內含購車滿意度問卷（Purchase Satisfaction Question，PSQ）之調查連結的電子郵件，藉此用以衡量顧客從購車至交車後的感受；於近期將車輛送至保時捷據點進行售後服務和維修之客戶，同時也會於結帳後 7 日收到一封由 Porsche AG 發送內含售後服務問卷（After Sales Service Question，ASQ）之問卷調查連結的電子郵件，藉此衡量客戶對於保養廠提供之服務的滿意度，相關問卷對經銷商而言為寶貴之工具，有助於經銷商了解可改進的領域。



項目	分區	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
BMW 淨推薦值分數 - 銷售	BMW/MINI 台北汎德	83	84	86	89
	BMW/MINI 台中汎德	85	83	80	84
	BMW 台南汎德	86	81	79	84
	BMW/MINI 高雄汎德	84	85	83	87
BMW 淨推薦值分數 - 售後	BMW/MINI 台北汎德	82	85	87	88
	BMW/MINI 台中汎德	82	77	77	77
	BMW 台南汎德	80	84	85	83
	BMW/MINI 高雄汎德	88	87	87	89
MINI 淨推薦值分數 - 銷售	BMW/MINI 台北汎德	74	86	78	76
	BMW/MINI 台中汎德	86	85	77	77
	BMW/MINI 高雄汎德	73	76	74	80
MINI 淨推薦值分數 - 售後	BMW/MINI 台北汎德	83	86	88	87
	BMW/MINI 台中汎德	82	76	78	79
	BMW/MINI 高雄汎德	88	88	84	89
Porsche 客戶滿意度 - 銷售	台北保時捷中心	9.8	9.9	9.9	87
	桃園保時捷中心	9.8	9.9	9.7	81
	台中保時捷中心	9.8	9.9	9.8	84
	高雄保時捷中心	9.8	9.9	9.9	91
Porsche 客戶滿意度 - 售後	台北保時捷中心	9.5	9.5	9.6	64
	桃園保時捷中心	9.7	9.8	9.8	67
	台中保時捷中心	9.5	9.3	9.5	56
	高雄保時捷中心	9.6	9.6	9.5	62

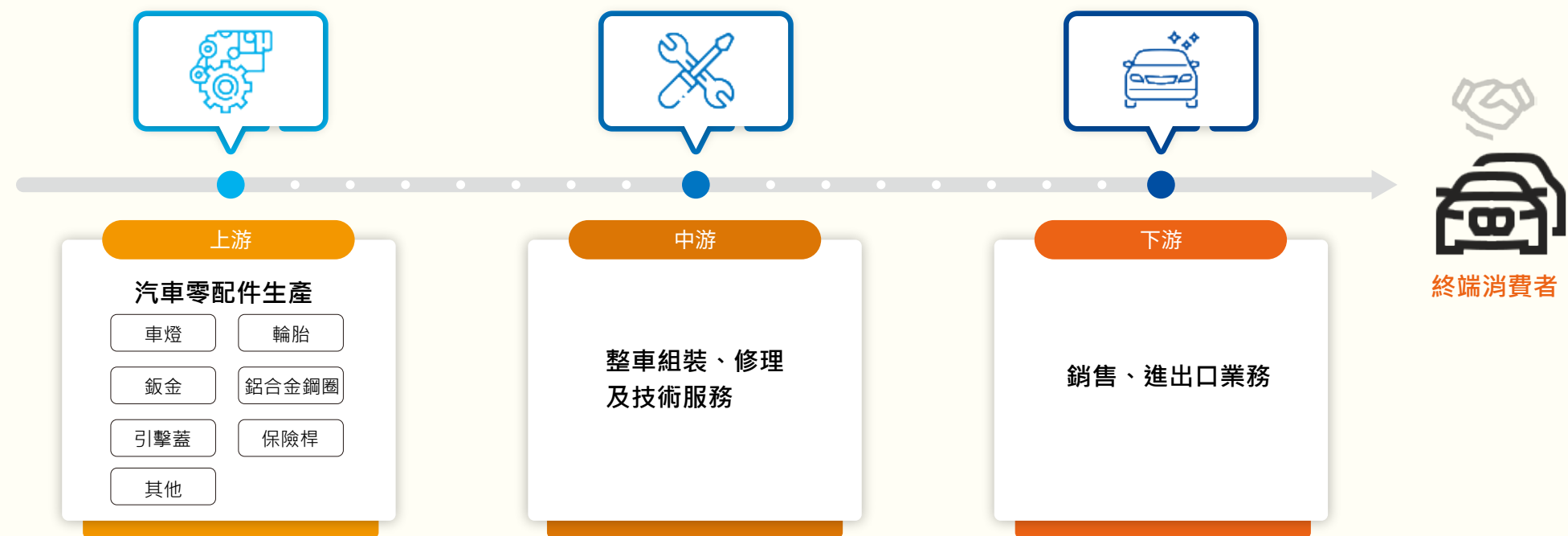
註：Porsche 客戶滿意度自 2025 年起改以百分比方式呈現，且均超越總代理設定之滿意度目標。

4.3 供應鏈管理

汎德永業產業鏈

汽車產業主要包括上游的製造汽車零組件之協力廠，提供相關零組件，中游為製造、研發、行銷汽車之中心廠，提供組裝、修理及技術服務，以及下游為與消費者直接接觸之經銷商，提供銷售及售後服務。

汎德永業主要營業項目為各項汽車及零配件之經銷買賣及汽車之維修、保養等業務，經銷豪華進口車 BMW、MINI 及 Porsche 品牌之汽車，並負責汽車之銷售與售後服務，屬於汽車產業之下游汽車零售業，其有關於製造及研發均由原廠負責。



■ 供應商概況

由於汎德永業以汽車代理、或經銷買賣與維修保養等業務為主要營業項目，其中零件之採購由總代理指定；其他供應商主要分為「工程設備」、「行政庶務」、「電腦通訊」、「專業服務」與「其他」等五大類。2025 年與汎德永業及子公司有交易之供應商家數共計為 1,760 家。

2025 年供應商分布

供應商類別	工程設備	行政庶務	電腦通訊	專業服務	其 他	合 計
家 數	344	364	92	255	705	1,760

除了專業服務類外，本公司對於新往來之合作廠商、或當年度累積採購金額達新台幣 30 萬元者，於每年底均會進行供應商評鑑，評鑑結果並據以做為隔年是否持續合作的重要依據；目前針對新供應商遴選之基本要求主要以公司營運狀況及品質能力有關，是否擴及其他環境與社會相關指標，將視未來需求情況評估。

供應商管理流程	說 明
新供應商	■ 本公司及各分公司與供應商往來前，由申請單位提出採購申請 ■ 由供應商填寫「供應商基本資料表」，除廠商基本資料外，對於供應商過去有無影響環境與社會責任政策之情形，亦會給予客觀的評量 ■ 相關資料交由總務單位記錄，最後由總公司總務部門登載於系統
供應商風險評估	■ 對產品品質、交期、價格及市場競爭力等，由使用單位進行書面評鑑 ■ 評鑑結果分為甲、乙、丙、丁四個等級；其中評鑑結果為： ● 甲等者屬特優，未來應優先採用 ● 乙等者屬優良，可採購並通知改善 ● 丙等者尚符合合格，需隨時準備尋找其他替代廠商 ● 評鑑結果為丁等者，應列為不合格廠商，隔年需暫停往來交易 ■ 2025 年年度評鑑結果，共 1,553 家供應商被評選為甲等、199 家供應商被評選為乙等、7 家供應商被評選為丙等，1 家不合格供應商

供應鏈永續管理

為確保本公司之供應商在品質、成本、交期及服務水準達到一致標準，並攜手供應商共同落實環境保護、社會責任及公司治理，共同建立永續且具韌性之供應鏈，汎德永業已訂定「供應商管理政策」，以本公司具備自主選擇權與管理權之採購對象為主要管理與評核範圍，透過積極行動鼓勵供應商符合本公司之永續發展規範。

汎德永業供應商永續發展規範主要構面



於具體管理措施上，汎德永業於遴選新供應商階段，即納入 ESG 審查標準綜合考量；另以重要供應商為重點管理對象，要求重要供應商應簽署企業社會責任承諾書暨供應商行為準則，並每年通過評鑑與考核

管理項目	說明
供應商企業社會責任承諾書暨供應商行為準則	- 當年度交易總額達新台幣 30 萬以上、或承攬本公司廢棄物清除處理、工程施作、駐廠承攬服務及行銷活動之廠商之重要供應商，要求於正式交易前或年度換約時，應簽署本公司「供應商企業社會責任承諾書暨供應商行為準則」，以確保其於環境、社會及治理 (ESG) 面向符合本公司之管理要求。 - 未達前項標準之小額或偶發性交易供應商，則透過採購單據或合約條款之附註，告知本公司之永續及資安規範，要求其配合遵守。

管理項目	說	明
新供應商遴選	本公司之新供應商遴選係綜合考量成本合理性、營運能力及合規與永續審查結果。於確定採用新供應商前，即要求廠商填具「供應商基本資料表」，並由本公司執行盡職調查與 ESG 風險審查；除須符合具備合法登記證明，且無重大訴訟或財務信用不良紀錄等基本資格外，具備以下條件者將優先選用： ■ 誠信經營：除過去一年無收受賄賂、非法利益輸送或侵害智慧財產權之重大違規紀錄；針對已建立內部誠信經營政策或檢舉制度者得優先考量。 ■ 環境保護：具備行業所需之合法許可證（如廢棄物清除許可），且過去一年無重大違反環保法規紀錄。針對具備 ISO 14001 環境管理系統認證、環保標章或其他國際通用之永續認證者，於評選時得優先考量。 ■ 勞工安全：過去一年無重大勞資爭議或違反職業安全衛生法規之紀錄者。 ■ 資訊安全：除考量供應商是否具備保護本公司資料（如客戶個資、商業機密）之能力外，具備資安管理系統（如 ISO 27001）驗證，或展現高度資訊透明度（如定期發布永續報告書）之供應商，本公司得優先考量。	
評鑑與考核	本公司每年針對重要供應商執行盡職調查與績效評估，除考核品質與成效、成本與交期外，並將永續實踐納入考核項目，並依據評鑑結果將供應商區分為下列等級，以採取相應管理措施： ■ 甲等：績優廠商，列為長期合作與優先議價對象。 ■ 乙等：合格廠商，維持現有合作關係。 ■ 丙等：待改善廠商，應提出改善計畫，並由本公司相關單位提供改善建議或教育訓練課程，協助其優化 ESG 績效並辦理複評。 ■ 丁等：不合格廠商，本公司得終止合作、暫停採購或列為拒絕往來戶。 ■ 重大違規處置：若涉及非法棄置廢棄物、重大工安事故、賄賂或嚴重資安事件，不論評等，本公司得立即終止合約並除名。	
溝通與宣導	定期對重要供應商進行永續規範宣導，說明本公司之環境、資安與誠信經營政策	

截至 2026 年第一季，本公司及子公司共新增 64 家供應商，且已全數完成 ESG 盡職調查與風險審查，100% 符合本公司相關管理要求。

當地採購

汎德永業為汽車經銷商，主要商品為車輛銷售及售後保養維修等業務，分別占本公司營收約 90% 及 10%。本公司主要供應商為 BMW 及 Porsche 總代理，總代理向 BMW 及 Porsche 原廠進貨後，銷售給本公司，總代理皆在台灣本地設立營運據點，故本公司視同 100% 對當地供應商採購商品。

CHAPTER 05

低碳永續

Low Carbon Sustainability

5.1 氣候承諾與管理

5.2 綠色行動



BMW 120i sport

◀ 低碳前行
與環境共好

**MOVING TOWARD
LOW CARBON**

5.1 氣候承諾與管理

汎德永業負責代理 BMW 及 Porsche 品牌之汽車銷售與售後維修服務，深知氣候變遷對企業營運可能帶來之衝擊，並持續關注極端氣候所造成之風險與挑戰。為呼應 BMW 集團¹之氣候承諾及 Porsche 品牌²之策略目標，並配合政府「2050 淨零排放路徑」政策，汎德永業除導入溫室氣體盤查專案，以掌握自身碳排放情形外，亦參考氣候相關財務揭露建議 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)，逐步建構氣候治理與管理架構。

本公司依循 TCFD 架構，從「治理」、「策略」、「風險管理」及「指標與目標」四大面向推動相關措施，系統性辨識氣候變遷所帶來之風險與機會，並研擬因應策略，以降低營運衝擊並強化企業韌性。同時，汎德永業配合總代理推動電動車銷售策略，持續引進節能與低碳排車款，並於全台經銷據點設置直流高速充電設備及專用充電車位，提供電動車車主便利且高品質之充電服務體驗，進一步提升電動車市場滲透率，減少碳排放，致力打造更具永續性的移動環境。

層級	揭露事項	內 容
治理	a) 描述董事會監督氣候相關風險與機會	董事會為本公司風險管理之最高決策單位，負責公司整體風險之最終責任，並指派總經理擔任「風險管理小組」召集人。風險管理小組為負責執行風險管理之權責單位，主要負責公司風險之監控、衡量及評估等執行層面之事務，擬定本公司風險管理政策、確保董事會所核定實施之風險管理政策的執行、並且定期向董事會提出風險管理報告。 ● 有關氣候變遷相關風險，由董事會進行監督與決策，定期檢視本公司氣候變遷之願景、策略與長期目標。 ● 總經理統籌風險應變相關事宜，並指派各部門依據職責辨識氣候風險與機會，由風險管理小組彙整、評估後提出建議與行動計畫。各項執行情況定期彙報至董事會。
	b) 描述管理階層在評估與管理氣候相關風險與機會之作用	

¹ 在 2030 年前，達成每一輛新車生產時的碳排放量減少 80%，在使用階段減少 40% 以上，在供應鏈中減少至少 20%。

² Porsche 德國原廠持續推動低碳轉型，透過燃油、插電式混合動力及純電車型之多元產品組合，並規劃未來產品線涵蓋電動跑車、電動 SUV 及高性能混合動力車型，同時調整電動化平台開發時程與投資配置，以因應氣候相關轉型風險及市場需求變化。

層級	揭露事項	內 容
策略	a) 描述組織已鑑別出之短、中、長期的氣候相關風險與機會	依據現行政策與營運情境，區分氣候相關風險與機會的時間架構：短期（1 年內）、中期（1-5 年）、長期（5-10 年）。風險包括法規變動、能源成本上升及極端氣候衝擊；機會則來自電動車、節能設施導入與營運效率提升。
	b) 描述會對組織業務、策略與財務規劃有產生重大衝擊的氣候相關風險與機會	氣候風險可能導致設施損害、營運中斷、成本增加或顧客需求轉變，影響業務布局與資本支出計畫。機會則可能提高企業形象、開拓新市場與投資回報。
	c) 描述組織的策略韌性，將氣候變遷不同的情境納入考量，包括 2°C 或更低的情境	預計未來碳定價趨嚴，營運成本可能提高，因此積極導入綠能設施及提高能源效率，以降低曝險。未來將參考 IPCC 情境進行模擬分析，以增強策略彈性。
風險管理	a) 描述組織鑑別和評估氣候相關風險的流程	透過跨部門合作將氣候變遷納入營運風險識別機制，評估潛在衝擊與財務連結，並配合政策滾動檢討風險清單。
	b) 描述組織管理氣候相關風險的流程	針對高風險區域或項目進行加強監控與保險措施，如淹水、高溫、旱災等風險情境，並擬定應變作業指引與演練。
	c) 描述組織在鑑別、評估和管理氣候相關風險的流程，如何整合納入整體的風險管理	氣候風險與其他營運風險共同納入年度風險盤點與董事會報告範疇，強化風險通報與應變程序。
指標與目標	a) 揭露組織在符合策略與風險管理流程下，使用於評估氣候相關風險與機會的指標	● 依據《氣候變遷因應法》目標，朝 2050 年淨零排放努力。 ● 管理指標包括：溫室氣體排放量、再生能源使用情況、能源與水資源使用效率等。 ● 採購節能設備、保險機制以降低風險損失。
	b) 揭露範疇 1、2、3（若適用）的排放量與相關風險	依據 GHG Protocol 進行溫室氣體盤查，揭露範疇一與二排放量，並持續完善範疇三供應鏈與投資項目之數據收集。
	c) 描述組織在管理氣候相關風險與機會之目標，以及相關目標之表現績效	已訂定中長期減碳目標，如能源使用密集度下降與再生能源使用率提高等，並將進度納入 ESG 定期追蹤指標中。

綠色營運

能源使用

汎德永業汽車的能源有汽油、柴油、液化石油氣及電力等四種來源，其中以電力使用量為最大。2025 年用電共 16,970,349.5 度，總用電量較前一年增加 1.65%。用電增加主要係因部分營運據點業務量提升、展示與維修服務需求增加，以及電動車相關充電設備使用率提高所致。

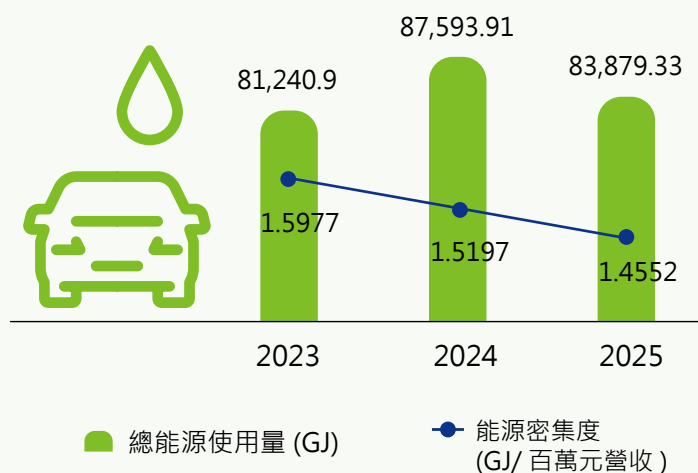
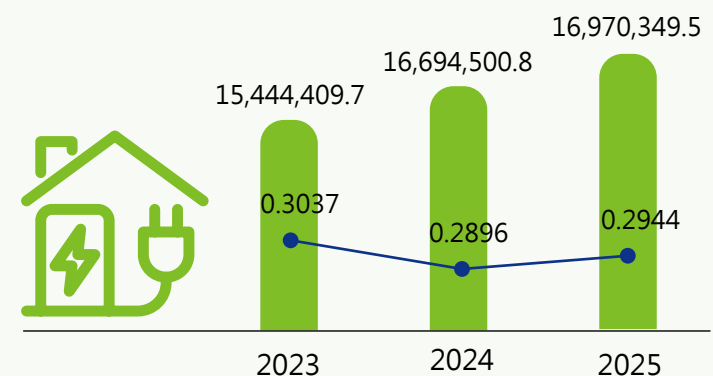
汽油使用主要來自公務車與各營業據點的待交新車、試乘車、代步車等，2025 年汽油的總用量為 593,785.4 公升，較前一年減少 14.99%。降低主因為 2025 年汽油使用量較 2024 年下降，主要係因新車交車數量減少，加上電動車銷售占比較前一年度提高，進而降低燃油使用需求。柴油的部分，則是作為保修廠的烤漆爐使用，取決於進廠烤漆車輛數，2025 年用量為 104,251.4 公升，較前一年減少 15.9%。

液化石油氣僅有台中汎德員工餐廳廚房使用，2025 年用量為 1,982 公升，較前一年用量增加 47.4%。

汎德永業汽車針對拖車運輸過程中所產生之二氧化碳排放，進行持續管理與監控，要求合作之拖運公司每月提供車輛數、行駛里程與油耗等資料，藉此掌握運輸效率與碳排放情形。同時，並規範拖運公司定期執行車輛保養與維修，以維持燃油效率與降低排放。有關總公司及汎德的上游運輸排放（範疇三）已納入盤查規劃，預計 2027 年完成全部主要據點之盤查。



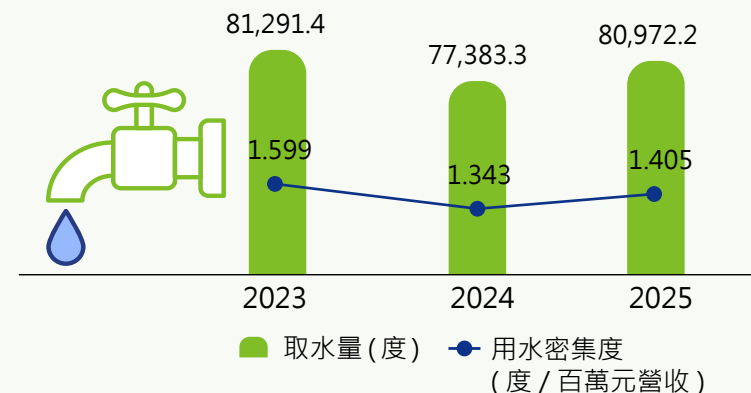
		2023	2024	2025
電力 (度)	總公司	131,830.0	120,641.0	125,684.5
	BMW 經銷商	9,623,815.7	10,741,023.5	10,773,732.0
	保時捷經銷商	5,688,764.0	5,832,836.3	6,070,933.0
	總計	15,444,409.7	16,694,500.8	16,970,349.5
汽油 (公升)	總公司	4,402.7	1,060.5	1,417.9
	BMW 經銷商	441,425.7	447,777.7	392,781.5
	保時捷經銷商	191,842.1	249,655.6	199,586.1
	總計	637,670.5	698,493.8	593,785.4
柴油 (公升)	總公司	32.5	32.5	32.5
	BMW 經銷商	103,065.8	89,722.8	72,607.7
	保時捷經銷商	25,221.5	34,202.6	31,611.2
	總計	128,319.8	123,957.9	104,251.4
液化石油氣 (桶裝瓦斯) (公升)	總公司	-	-	-
	BMW 經銷商	1380	1345	1,982
	保時捷經銷商	-	-	-
	總計	1380	1345	1,982
總能源使用量 (GJ)		81,240.9	87,593.91	83,879.33
能源密集度 (GJ/ 百萬元營收)		1.5977	1.5197	1.4552
電力密集度 (千度電 / 百萬元營收)		0.3037	0.2896	0.2944
溫室氣體排放強度 (噸 CO ₂ e/ 百萬元營收)		0.1573	0.1269	0.1871



水

用水皆由自來水公司提供，使用範圍為一般員工用水、待交新車及進廠保養車輛的清洗，其中以車輛清洗為大宗。2025 年整體用水量為 80,972.2 度，較前一年增加 4.6%，主因為售後進廠量增加，導致洗車用水增加。因應全球水資源短缺議題，將以 2023 年為基準年，目標為在 2030 年前讓公司總用水量下降 5%，以具體行動與全球企業共同面對氣候變遷的挑戰。

		2023	2024	2025
取水量(度)	總公司	270.0	241.0	357
	BMW 經銷商	58,380.4	55,960.3	55,533.2
	保時捷經銷商	22,641.0	21,182.0	25,082
	總計	81,291.4	77,383.3	80,972.2
用水密集度(度 / 百萬元營收)		1.599	1.343	1.405

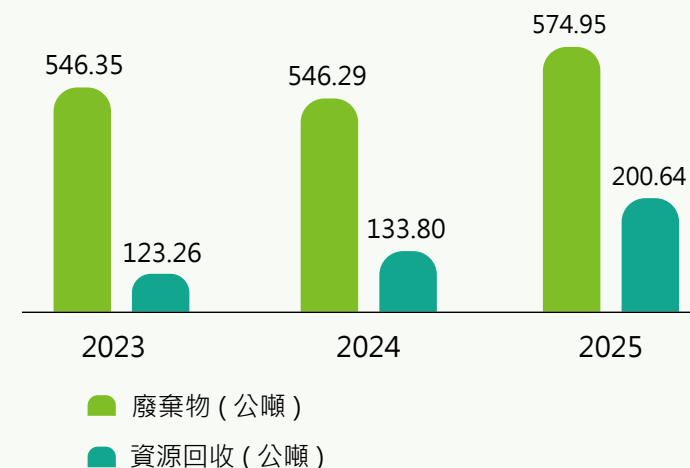


廢棄物與資源回收

汎德永業在營運過程中產生的一般廢棄物，區分為焚化與資源回收兩類，均委由合格環保業者進行清運，未產生對環境有害之物質。公司並透過環保教育推廣垃圾減量與分類回收，提升員工環保意識，朝減碳目標邁進。於資源管理與廢棄物減量方面，辦公區域推動以玻璃杯、瓷杯替代紙杯，員工餐廳不提供免洗餐具，鼓勵自備餐具；文件列印採雙面列印與回收紙張再利用，並使用可回收之環保耗材，以減少資源消耗。汎德永業持續推動廢棄物減量及分類管理，透過員工教育訓練佐以員工行為規範，以 2023 年為基準年，訂定十年內再下降 3% 之廢棄物總量。

		2023	2024	2025
廢棄物(公噸)	總公司	1.68	2.28	1.9
	BMW 經銷商	344.37	356.28	362.6
	保時捷經銷商	200.30	187.73	210.4
	總計	546.35	546.29	574.95
資源回收(公噸)	總公司	1.20	1.32	1.4
	BMW 經銷商	84.25	94.25	169.2
	保時捷經銷商	37.81	39.55	31.5
	總計	123.26	135.12	200.64

說明：依合約清運量估算



再生能源

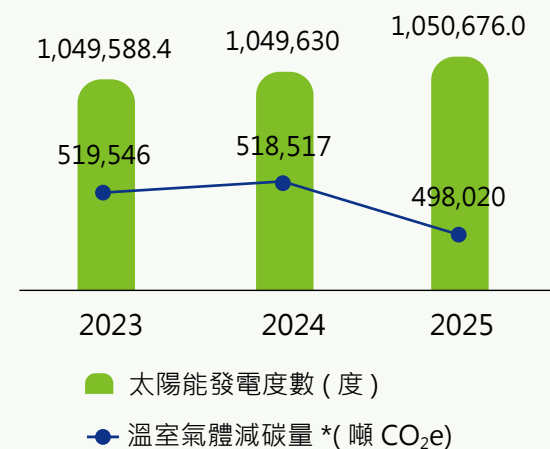
為響應節能減碳政策，汎德永業自 2018 年起於台南汎德、高雄汎德、台北保時捷中心及高雄保時捷中心等四處營業據點的建築屋頂設置太陽能發電系統，將所產生的再生能源回售予台灣電網，持續為實現淨零轉型貢獻企業的力量。

本公司於 2025 年 5 月啟動太陽能發電設備建置計畫，投資金額為新台幣 13,200,000 元，規劃裝置容量約 357.54 kW，目前案場仍處於施工階段，預計於 2026 年 3 月完工，並依驗收及併網作業進度投入正式運轉。考量案場位於高雄地區，本公司參考台電公布之各縣市太陽光電平均發電績效，作為日照條件估算基礎。依據初步評估，設備完工並穩定運轉後，預估年發電量約可達 410,000 至 440,000 度 (kWh)；惟實際發電表現仍可能因日照條件、設備方位、遮蔽情形、系統效率及運轉狀況等因素而有所差異。

以電力排放係數 0.494 kg CO₂e / kWh 估算，該設備每年預期可減少約 200 至 220 公噸 CO₂e 之溫室氣體排放，有助於降低公司外購電力需求及相關範疇二 (Scope 2) 間接排放。未來本公司將於設備完工併網後，依實際發電情形持續追蹤發電效益與減碳成果，定期更新執行成效，以強化氣候行動之透明度與管理成效。

	2023	2024	2025
太陽能發電度數 (度)	1,049,588.4	1,049,630.0	1,050,676.0
溫室氣體減碳量 *(噸 CO ₂ e)	519,546	518,517	498,020

* 計算基準採用 2022 年電力排碳係數：0.495；
2023 年電力排碳係數：0.494；
2024 年電力排碳係數：0.474



5.2 綠色行動

■ 環保法規符合性

BMW 全車系皆符合台灣現行車輛廢氣排放及噪音相關法規，展現品牌對環保法規的高度遵循與責任。為強化車輛能源效率管理，BMW 持續導入節能技術與優化動力系統，以提升整體燃油效率與降低環境負荷。根據統計，2023 年共有 10.29% 之銷售車型取得能源效率第 2 級以上標示，2024 年則為 9.43%，2025 年則為 14.28%，占比逐年提供，顯示 BMW 持續推動高效能車款上市之策略未變。未來將持續透過技術創新，強化車輛節能減碳表現，朝向永續移動邁進。

為響應全球 2050 年淨零碳排的目標，BMW 接續推出強勢且豐富的純電車款，電動車銷售佔比已達全車系 20% 以上，汎德集團的電動化目標在全車系持續擴展。保時捷亦推出純電車 Macan 以及性能大幅提升的 Taycan 車款；MINI 則有全面升級的純電 Countryman 車款。

BMW 車款能效等級	2023 年 (%)	2024 年 (%)	2025 年 (%)
1 級	-	1.89%	6.12%
2 級	10.29%	7.54%	8.16%
3 級	69.12%	54.72%	51.03%
4 級	14.71%	22.64%	22.45%
5 級	5.88%	13.21%	12.24%
合計	100%	100%	100%

PORSCHE 車款於 2024 與 2025 年之能效等級分布以 5 級車款為主要銷售結構，占比分別為 66.80% 與 74.40%，顯示目前車型組成仍以相對高耗能等級為主。惟在節能表現較佳之車款方面，1 級能效車款占比由 2024 年的 6.30% 提升至 2025 年的 11.50%，呈現逐步成長趨勢，反映公司持續配合總代理導入電動車及高效率動力車型之策略已初步展現成效。

另一方面，4 級能效車款占比由 2024 年的 26.90% 下降至 2025 年的 14.10%，顯示產品組合逐步朝較高能效方向調整。整體而言，雖目前銷售結構仍以 5 級車款為主，惟隨著電動車及高效率車型導入比例提升，未來可望持續優化車款能效表現，降低使用階段能源消耗與溫室氣體排放，並與公司推動低碳運輸及氣候行動之目標相呼應。

PORSCHE 車款能效等級	2024 年 (%)	2025 年 (%)
1 級	6.30%	11.50%
2 級	-	-
3 級	-	-
4 級	26.90%	14.10%
5 級	66.80%	74.40%
合計	100%	100%

中央機油供輸系統

我們於台北汎德、台中汎德、台南汎德、高雄汎德及台北、台中、高雄、桃園等四個保時捷中心共八個據點，設置中央供油系統，透過集中供油進行油品使用之統一管理與監控，有效減少浪費與停機時間，並降低人工作業與潛在事故風險。此系統亦有助於提升場域整潔度與資源使用效率，減少機油空瓶之消耗。2025 年中央機油供輸系統供使用 351,733 公升之汽油，若以 1 公升瓶裝機油換算，節省之空瓶消耗逾 35 萬瓶。

水性塗料 (VOC 減排)

為降低有機溶劑對環境及員工健康可能造成之影響，本公司已於各據點全面採用水性塗料進行車輛烤漆作業。相較於傳統油性塗料，水性塗料可有效降低揮發性有機化合物 (VOC) 之排放量，減少空氣污染物產生，並降低作業人員暴露風險，在兼顧施工品質的同時，提升職場安全與環境友善程度。

再生零件

為響應循環經濟並降低能源資源消耗，BMW 與保時捷針對特定汽車零件推動再生利用措施。針對自動變速箱、冷氣壓縮機及動力轉向方向機等三項零件，提供再生品選項，讓車主在維修時可選擇更環保的替代方案。此舉不僅延長零件使用壽命，亦有助於減少廢棄物產生，兼顧車輛效能與永續理念，落實綠色維修實踐。2025 年共回收 HV (Hybrid Vehicle) 電池 36 顆，持續落實廢棄電池回收與資源循環管理。公司透過合格回收處理機制，妥善進行高壓電池回收作業，以降低環境衝擊並減少廢棄物產生，展現對循環經濟及環境永續之重視。

1

再生
零件定義

- BMW 再生零件：將原車裝著之零件取下後，對於損壞部分更換或維修完成後再裝回原車；或以原廠的整新品為主，以較優惠價格提供客戶使用。
- 保時捷再生零件：對於損壞部分的零件與原廠以交換件的形式來換取新品。



2

再生
零件品項

- 自動變速箱：78%
- 冷氣壓縮機：12.28%
- 動力轉向方向機：33%



冷媒回收

汎德永業於主要維修據點配置冷媒回收設備，針對 R134a 及 R1234yf 進行回收、處理與再利用，有效降低新冷媒使用需求，並減少對環境的衝擊，持續展現資源循環與減碳效益。

	2023	2024	2025
回收冷媒 (公斤)	928.88	910.3	1,385.24
溫室氣體減碳量 *(噸 CO ₂ e)	1,421.19	1,392.759	2,119.42

* R134a 全球暖化潛勢 (GWP) 採 AR6 版係數 1,530 計算；R1234yf 全球暖化潛勢 (GWP) 採 AR6 版係數 1 計算

環境保護行動與永續承諾

本公司持續以實際行動回應環境保護與社會公益議題，透過結合企業資源、員工參與及品牌影響力，推動多元永續倡議。2025 年，我們聚焦於氣候變遷行動、自然環境保護及公益支持，透過節能倡議、環境淨灘及慈善募款等活動，積極擴大永續影響力，實踐企業社會責任。

主 題	活 動
支持全球氣候行動： Earth Hour 關燈一小時	為響應全球節能倡議 Earth Hour，高雄汎德邀請員工參與關燈一小時行動，透過社群宣導觸及逾 5,000 人次，吸引 256 位員工響應。本次活動共節電 298,000 度，減少約 147,510 公斤碳排放，相當於 13,410 棵 20 年生樹木年吸碳量，展現企業推動減碳行動之承諾。
支持自然保育： BMW 地球日慈善義賣	高雄汎德舉辦地球日慈善義賣，募集 115 份義賣品，社群觸及逾 4,000 人次。義賣所得 57,500 元全數捐贈予 TNF 財團法人自然保育與環境資訊基金會，用於支持自然保育與環境教育，促進社會共同投入環境永續。
守護海洋環境： MINI 淨灘行動	台北汎德、台中汎德及高雄汎德分別舉辦三場 MINI 淨灘活動，共 349 位車主及親友參與，清理海岸廢棄物約 1,504 公斤，並透過社群廣宣曝光，提升大眾對海洋污染議題之關注。
推動循環再利用： MINI INSPIRES 永續保護慈善義賣	MINI 運用活動帆布再製為環保袋進行義賣，實踐循環經濟理念。活動吸引 161 人參與，社群觸及逾 3,000 人次，募得 80,600 元並全數捐贈予博幼社會福利基金會，支持弱勢教育資源。

CHAPTER 06

友善共融

Inclusion and Friendliness

6.1 人才吸引與留任

6.2 人才培育與發展

6.3 健康安全職場

以人為本 ▶ BMW M Concept Neue Klasse

共創美好旅程 **MOVING
FOR PEOPLE**

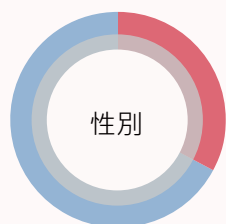
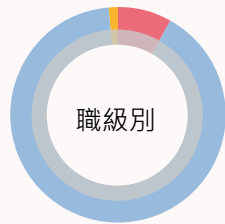
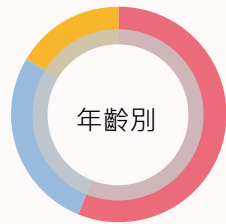
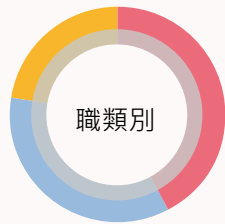
6.1 人才吸引與留任

多元化人力

汎德永業汽車尊重差異，秉持不分種族、性別、年齡、宗教及國籍等機會平等的原則，期望創造一個多元共融的職場。至 2025 年底，汎德永業員工總人數為 1,673 人，基於產業特性與就業市場供需等因素，以性別區分，男性占 67%、女性占 33%，整體男女員工比例約為 2:1。以職務類別區分，營運支援人員有 693 人，約占 41.42%，專業技術人員有 613 人，約占 36.64%、銷售人員有 367 人，約占 21.94%。以年齡區分，未滿 30 歲員工約占 26.06%、30-50 歲員工約占 56.96%、超過 50 歲員工約占 16.98%。我們鼓勵女性同仁勇於追求職涯目標及自我成長，在主管職中男女人數比例約為 1.77:1，我們將持續打造公平多元的工作環境。

汎德永業員工分布

組別		男性		女性		組別小計與比例	
		人數	占該組別比例 (%)	人數	占該組別比例 (%)	人數	占全體員工比例 (%)
職類	營運支援	230	33.19%	463	66.81%	693	41.42%
	專業技術	584	95.27%	29	4.73%	613	36.64%
	銷售	306	83.38%	61	16.62%	367	21.94%
年齡	未滿 30 歲	300	68.81%	136	31.19%	436	26.06%
	30-50 歲	614	64.43%	339	35.57%	953	56.96%
	超過 50 歲	206	72.54%	78	27.46%	284	16.98%
職級	非主管	1,017	67.26%	495	32.74%	1,512	90.38%
	中階主管	82	59.85%	55	40.15%	137	8.19%
	高階主管	21	87.50%	3	12.50%	24	1.43%
合約性質	永久聘雇員工人數	1,118	67.27%	544	32.73%	1,662	99.34%
	臨時員工人數	2	28.57%	5	71.43%	7	0.42%
	無時數保證員工人數	0	0.00%	4	100.00%	4	0.24%
工時	全職員工人數	1,120	67.11%	549	32.89%	1,669	99.76%
	兼職員工人數	0	0%	4	100.00%	4	0.24%
合 計		1,120	66.95%	553	33.05%	1,673	100%



說明 1：不包括實習生。

說明 2：非員工部分，包含實習生、清潔人員、警衛、服務人員、團膳廚師等，2025 年共 159 位，與 2024 年相比無顯著波動。

說明 3：中階主管為協理級（不含）以下的管理階層。

說明 4：營運支援：管理部、財務部、會計部、法務部及資訊部等單位。

說明 5：專業技術：售後保養維修單位。

多元包容的職場

汎德永業致力於打造多元且包容的職場環境，保障員工不因個人背景或特質而受到歧視。於 2025 年度，公司已聘用 17 位身心障礙員工，符合相關法規之聘用標準，並透過多元招聘管道積極尋求符合法規進用員額。招募策略以優先聘用本地居民為原則，甄選過程中亦優先考量本國籍人才。目前公司所有高階主管 100% 均為臺灣當地人士，藉此有效提升組織溝通效率、強化人力資本並促進在地經濟發展。

高階管理階層聘雇當地比例

		2023		2024		2025	
		僱用人數	比例	僱用人數	比例	僱用人數	比例
性 別	男	20	100%	20	100%	21	100%
	女	2	100%	3	100%	3	100%
工作區域	北區	13	100%	14	100%	14	100%
	中區	4	100%	4	100%	4	100%
	南區	5	100%	5	100%	6	100%
合 計		22	100%	23	100%	24	100%

註 1：高階管理階層為協理以上層級。

註 2：當地的定義為台灣籍。

薪酬制度

汎德永業提供具市場競爭力的薪酬，每年除參考標竿企業的薪資調查報告、考量基本工資與物價調整外，亦依據公司營運情形及個人績效表現，進行薪酬競爭力分析並以整體薪酬的概念考量獎勵制度，包含薪資、福利、績效獎金、年終獎金等。績效獎金依每月營運達標狀況及個人工作表現所發放；年終獎金則以公司年度獲利情形、單位目標達成率及個人年度績效考核結果為發給依據。

汎德永業秉持同工同酬原則，員工薪酬標準係依職務所需之學經歷、職位、市場行情及工作績效表現而訂定，並透過職務說明書與年度績效考核機制進行評核，確保聘僱、核薪與職位晉升過程不受任何非關職務因素影響。基層人員（含銷售人員）不分性別，最低起薪為基本工資的 1 倍，並依業績達標情形每月發放銷售佣金與績效獎勵。在薪酬發放上，主要考量同仁的年資及績效表現；各職類薪酬比例的差異主要源於年資不同。若單純考量相同職別且同年資的員工，其薪資並不因性別而有所差異，相同職等、年資之男女同仁基本薪資比率為 1:1。

男女薪資比例

		基本薪資比			薪酬比 ^{註 1}		
		2023	2024	2025	2023	2024	2025
主管職	營運管理	1.67	1.61	1.68	2.19	2.11	2.13
	售前營業	1.07	1.12	1.11	1.63	1.57	1.56
	售後服務	1.24	1.21	1.2	1.39	1.33	1.37
非主管	營運支援	1.03	1.01	1.03	1.09	1.04	1.05
	技術職	1.06	1.04	1.05	0.91	0.96	0.94
	銷售職	1	1	1	1.13	1.15	1.08

註 1：薪酬 = 基本薪資 + 獎金（含績效獎金及年終獎金）。

註 2：本表比例以女性薪酬為 1。

非擔任主管職務之全時員工薪資平均數與薪資中位數

	2024	2025	變化比率
非擔任主管職務之全時員工人數	1,446	1,475	2.01%
薪資平均數（千元）	1,213	1,141	-5.94%
薪資中位數（千元）	916	881	-3.82%

說明：統計資料未含子公司

組織最高薪酬比

組織中薪酬最高個人之年度總薪酬與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）年度總薪酬之中位數的比率	13 倍
組織中薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比率	4 倍

為強化員工長期發展與共享企業成長成果，本公司自 2025 年率全台汽車產業之先，啟動「員工持股信託制度」，透過公司與員工共同提撥的方式，由專業信託機構管理相關資金，協助員工建立長期儲蓄與資產累積機制。全體正式員工皆可依個人意願自由參與，公司並依職等提供相應補助，以兼顧制度公平性與彈性。截至 2025 年底，共 627 人參與，入會率達 41%。期望透過長期持股與儲蓄機制，強化員工對企業的認同與歸屬感，實踐共創價值的企業文化精神。

人才招募

人是汎德永業最核心的競爭力，也是推動公司永續發展的根本動能。我們致力於提供具競爭力的薪酬結構、完善的福利制度與舒適的工作環境，讓每一位同仁都能在穩定中發揮所長、樂於投入。汎德永業以「成為豪華汽車產業中的最佳標竿企業」作為人才招募的核心導向，選才標準一致對焦於候選人與公司願景及使命的契合程度，不因性別或其他個人因素有所差異。隨著業務版圖持續擴展，我們積極透過多元管道廣納優秀人才，為組織注入新思維與創新活力。

2025 年，汎德永業共招募 249 位新進員工，新進率達 14.88%。就年齡結構而言，未滿 30 歲的新進員工佔 8.19%，30 至 50 歲則佔 6.34%；就性別比例而言，男性佔 9.09%，女性佔 5.80%。新進人員的加入，不僅充實了組織能量，更為汎德永業持續向前的旅程帶來嶄新的視野與活力。

新進員工人數

	2023		2024		2025		
	人數	佔全體員工比率 (%)	人數	佔全體員工比率 (%)	人數	佔全體員工比率 (%)	
新進人數	262		296		249		
新進員工比率 (%)	16.0%		17.81%		14.88%		
男	156	9.5%	176	10.59%	152	9.09%	
女	106	6.5%	120	7.22%	97	5.80%	
職類	營運支援	117	7.2%	135	8.12%	103	6.16%
	專業技術	84	5.1%	75	4.51%	64	3.83%
	銷售	61	3.7%	86	5.17%	82	4.90%
地區	北	95	5.8%	104	6.26%	81	4.84%
	中	92	5.6%	77	4.63%	72	4.30%
	南	75	4.6%	115	6.92%	96	5.74%
年齡	未滿 30 歲	166	10.2%	175	10.53%	137	8.19%
	30-50 歲	92	5.6%	115	6.92%	106	6.34%
	超過 50 歲	4	0.2%	6	0.36%	6	0.36%

說明 1：不含短期工讀及約聘人員

產學合作

汎德永業長期投入地方教育，積極與鄰近各技職學校及大專院校推動產學合作，將企業資源化為培育在地人才的實質力量。我們依據每位實習生的特質、學科背景與職能潛力，並配合公司職務需求，規劃差異化的實務訓練內容，涵蓋引電、鉗噴、零件管理、客戶接待等核心職務領域，讓學生累積職場實作經驗，瞭解產業未來發展趨勢。對於表現優異的學生，我們更積極鼓勵其結訓後留任，實現從學校到職場的無縫銜接。2025 年，汎德永業產學合作及建教合作學生共達 32 位，全年投入金額逾 13,416 千元，2024 年產學合作或建教合作學生達 47 位，有 14 位於 2025 年實習結束轉正職，展現本公司對人才培育的長期承諾與深度投資。

地區別	類別	學校	人數	產學合作期間
台北	產學合作	黎明技術學院	3	114.03.10-117.06.30(1 人)
				114.09.01-118.06.30(2 人)
	建教合作	東海高中	2	114.08.11-115.06.30
	建教合作	惇敘工商	9	114.08.11-115.06.30
台中	產學合作	南開科技大學	3	114.07.01-115.06.30(2 人)
				114.08.04-115.06.30(1 人)
	產學合作	建國科技大學	3	114.07.01-115.06.30
	產學合作	修平科技大學	2	114.07.01-115.06.30
	產學合作	虎尾科技大學	2	114.07.01-115.06.30(1 人)
				114.09.01-115.06.30(1 人)
高雄	產學合作	南臺科技大學	2	114.09.01-115.06.30
	產學合作	高雄科技大學	1	114.09.01-115.06.30
	產學合作	屏東科技大學	5	114.07.01-115.06.30(1 人)
				114.07.07-115.06.30(2 人)
				114.09.01-115.06.30(1 人)
				114.09.08-115.06.30(1 人)

此外，為引導大專院校學生對汽車產業有相關興趣並協助培養豪華品牌車業專才技術人員，自 2024 年起，高雄保時捷中心與國立高雄科技大學及國立屏東科技大學合作，針對車輛工程系、電機、機械、機電等相關科系學生，提供每名 2 萬元之成績及品行優良學生獎助學金，每間學校每次最多三名學生；針對汽修科系學生，另結合實習機制，獲得獎學金的學生可優先取得實習機會。截至 2025 年底，共有 3 位屏東科技大學學生實習中。汎德永業高雄分公司並於 2025 年獲教育部頒發建教合作考核一等機構。

人才留任

2025 年離職員工人數為 234 人、離職率為 13.99%，整體離職率較 2024 年下降 1.47%，顯示公司在員工留任策略上的持續努力已逐步收到成效。就年齡結構區分，未滿 30 歲員工離職率為 5.44%，30-50 歲員工離職率為 7.59%。就性別比例而言，男性員工離職率為 8.85%、女性員工離職率為 5.14%。職類則以營運支援類別離職比率相對較高，為後續人力穩定規劃的重點關注方向。

		2023 年		2024 年		2025 年	
		人數	占全體員工比率 (%)	人數	占全體員工比率 (%)	人數	占全體員工比率 (%)
離職人數		249		257		234	
整體離職率		15.20%		15.46%		13.99%	
男		155	9.50%	137	8.24%	148	8.85%
女		94	5.70%	120	7.22%	86	5.14%
銷售人員自願離職率		13.60%		19.25%		18.81%	
銷售人員非自願離職率		2.20%		0.53%		1.83%	
職類	營運支援	109	6.60%	128	7.70%	104	6.22%
	專業技術	91	5.60%	57	3.43%	48	2.87%
	銷售	49	3.00%	72	4.33%	82	4.90%
地區	北	81	4.90%	95	5.72%	73	4.36%
	中	83	5.10%	72	4.33%	70	4.18%
	南	85	5.20%	90	5.42%	91	5.44%
年齡	未滿 30 歲	116	7.10%	120	7.22%	91	5.44%
	30-50 歲	122	7.40%	124	7.46%	127	7.59%
	超過 50 歲	11	0.70%	13	0.78%	16	0.96%

說明 1：不含短期工讀及約聘人員
說明 2：均為自請離職 / 退休 (不含資遣、免職)；非自願為資遣及免職

優渥的員工福利

為了吸引及留任人才，汎德永業提供優渥的福利，如提供全體員工生日及節慶禮金，以及結婚、生育、住院、喪葬、下午茶提供、販賣機、年度旅遊補助，並提供員工購車優惠、與知名餐廳、飯店簽定企業特約優惠，為同仁提供多元的福利。

福利項目	2025 年補助金額 (單位：新台幣元)
福利補助 (生日、結婚、生育、住院、喪葬等)	2,543,940 元
文康補助 (旅遊、社團、健身等)	19,813,889 元
其他福利補助 (三節、聖誕禮金、牛奶、販賣機等)	31,958,894 元
支出總額	54,316,723 元

優於法令的福利制度

汎德永業依法為每位員工投保法定保險，同時提供員工團體保險。自到職日起，員工即享有壽險、意外險和醫療險等保障，確保福利完善。此外，公司已規劃未來將和外部專業機構合作導入員工協助方案 (EAPs)，讓需要的同仁有專業、保密的諮詢管道解決在工作、生活、健康等方面遇到的困擾，幫助汎德永業的同仁安心、穩定工作，促進個人績效表現與部門關係和諧。



退休金部分，汎德永業依法令成立「勞工退休準備金監督委員會」，針對適用勞退舊制之員工，固定提撥勞工退休準備金，存入法定專戶中，並已足額提撥。針對適用勞退新制之員工，則依「勞工退休金條例」，按其每月薪資百分之六提撥至勞工保險局之個人退休金專戶。2025 年有 0.06% 的員工適用舊制，其餘 99.94% 的員工適用新制（其中 4.28% 的員工有舊制年資）。

性別友善職場環境

為鼓勵女性員工生育，汎德永業額外提供生育禮金，補助每位新生嬰兒 6,000 元，2025 年共發放 162,000 元。對於有育嬰照護需求之員工，總部與分公司大樓及主要經銷服務據點均設置集哺乳室，提供奶瓶消毒鍋、母乳專用冰箱、奶瓶清潔劑，設置門禁系統並由專人維運。

本公司並提供完善育嬰留職停薪制度，並保障其復職職位，讓同仁兼顧工作及家庭。2025 年共計 23 位員工申請育嬰留職停薪，當年度預計 23 人復職，其中 18 人實際復職，復職率達 78.3%。公司於留停屆滿前 30 天會主動關心員工回任意願，且對於育嬰留停復職之員工提供足夠的協助，包含聘請勞工健康服務醫師為有需求的員工進行工作適性評估、提供產後恢復 / 哺乳期 / 復工注意事項指導與建議，並給予合宜、彈性的工作安排，使其能盡快融入工作環境，同時照顧家庭。

近四年育嬰假後復職和留任統計

	2022 年			2023 年			2024 年			2025 年		
	男	女	總數	男	女	總數	男	女	總數	男	女	總數
當年度申請人數 (A)	3	7	10	6	17	23	12	22	34	4	19	23
當年度具申請育嬰留停資格之人數 (B)	81	44	125	74	49	123	58	24	82	72	39	111
當年度實際復職人數 (C)	3	13	16	3	13	16	10	10	20	3	15	18
當年度應復職人數 (D)	3	21	24	4	21	25	12	17	29	6	17	23
復職後持續工作滿一年之人數 (E)	1	17	18	2	10	12	1	8	9	7	9	16
前一年度復職人數 (F)	2	20	22	3	13	16	3	13	16	10	10	20
申請率 (%) (A/B)	3.70%	15.90%	8.00%	8.10%	34.60%	18.60%	20.7%	91.7%	41.5%	5.6%	48.7%	20.7%
復職率 (%) (C/D)	100%	61%	66%	75%	61%	64%	83.3%	58.8%	69.0%	50.0%	88.2%	78.3%
留任率 (%) (E/F)	50%	85%	81%	66%	76%	75%	33.3%	61.5%	56.3%	70.0%	90.0%	80.0%

人權保障

汎德永業秉持永續經營的理念，以正直誠信的態度實踐企業社會責任，致力維護所有員工的基本人權，以促進環境、社會、經濟之永續發展。我們已制定經董事會通過之人權政策，承諾遵循各項國際人權公約，包含「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、國際勞工組織「勞動公約」等人權保護精神與基本原則，做為全體同仁共同遵守的基本標準規範及承諾。

人權教育訓練

為強化同仁的人權意識，除已於新人訓練中納入對工時、禁用童工等人權相關原則之宣導外，2025 年對全體同仁舉辦與人權暨職場不法侵害相關的教育訓練，共計 1,623 人參與。。

課程名稱	對象	人次	時數	人時數 (小時)	涵蓋率 (%)
新人訓練	新進同仁	353	4	1,412	100%
人權暨職場不法侵害	全體員工	1,623	1	1,623	98% (註)

註：未完訓人員為 2025 年 12 月新進人員，已於 2026 年第一季完成訓練

人權風險鑑別

汎德永業之人權風險評估係依據實務指標（如超時工時人數、案件通報、薪資差異等）進行相對等級分類，並交由內部相關主管依職能不定期進行鑑別與更新。根據 2025 年度識別結果，潛在風險中以「職場騷擾 / 歧視 / 不法侵害」、「職業安全與健康」及「隱私保護」，風險程度列為中等，其餘風險等級多屬低風險。

角色	重大人權議題	受影響對象	評估因子	2025 年風險性
身為雇主	強迫勞動 / 超時工作	所有員工	- 單日工時超過 12 小時人數 - 單月工作日及休息日延長工時超過 46 小時人數	低
	職場騷擾 / 歧視 / 不法侵害	所有員工	性騷擾或不法侵害之申訴案件數	中
	職業安全與健康	所有員工	- 職災統計之案件數 - 異常工作負荷與工作場域風險評估	中
	隱私保護	所有員工	是否曾發生員工個資外洩案件	中
	工資與差別待遇	所有員工	- 薪資是否依勞基法規定 - 薪資是否因性別、年齡、族群等有差別待遇	低
	童工	新進員工	新進員工招募徵選程序	低



角色	重大人權議題	受影響對象	評估因子	2025 年風險性
身為服務提供者	環境與職安	所有客戶	• 營運方式是否對客戶與社區造成環境危害	低
	顧客隱私	所有客戶	• 客戶資料保管與使用是否符合個資使用規範	中
	禁止歧視	銷售與服務第一線人員	• 客訴是否涉及歧視用語或不當行為	低

針對識別出之中度以上風險，公司已設置通報與補救機制，如申訴信箱、內部專責調查程序與教育訓練，並對相關通報案件進行追蹤及改善。未來將持續透過不定期內部評估及利害關係人互動，精進人權管理措施與預防機制。

議題	減緩措施（含申訴管道）	補救措施
職場騷擾 / 歧視 / 不法侵害	• 強化預防不法侵害政策宣導，每年定期辦理教育訓練 • 設立申訴管道，確保員工可安全反映問題 • 提供主管辨識不當行為之課程與溝通訓練 • 公司申訴專線：02-3766-6660 • 申訴信箱：hr@email.pgum.com.tw	• 發生事件後依據公司程序進行調查與處理，全程嚴格保密，保護申訴人與被申訴人資訊與隱私 • 若申訴案件成立，對行為人進行懲處或調職 • 對申訴人提供必要協助，如心理諮詢協助與轉介資源
職業安全與健康	• 定期進行高工時部門風險評估與工作負荷盤點 • 定期辦理員工健康檢查 • 執行職場危害風險評估 • 設立職災通報與安全衛生反應信箱：hr@email.pgum.com.tw	• 發生工安事件時，啟動緊急應變流程，並提供醫療與保險資源 • 對受影響者進行復工安全評估與必要調職 • 根據事件原因調整內部流程與設備設施，避免重複發生
隱私保護	• 訂定個人資料保護政策及相關管理規範 • 建立個資蒐集、處理及利用之標準作業流程 • 依職務需求設定資料存取權限，避免未授權存取或外洩 • 強化資訊安全管理措施（如帳號控管、系統防護、資料加密等） • 定期辦理個資保護及資訊安全教育訓練與宣導 • 設置申訴與通報管道，確保員工及利害關係人可反映相關問題	• 發生個資外洩或資安事件時，依公司程序啟動通報及應變機制 • 即時進行事件調查、影響評估及風險控管 • 採取必要之補救措施（如系統修補、權限調整、資料隔離等） • 針對事件原因進行檢討，持續優化內部控制及管理機制，以避免再發生

騷擾防治

汎德永業致力於維護職場性別平等與安全環境，對於任何形式的性騷擾行為皆採取零容忍政策。為有效防治性騷擾事件發生，已於公司內部網站公告「工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒規範」，並定期推動全體員工參與性平教育與防治宣導課程。2025 年，本公司持續導入外部講師進行深度教育，提升員工性別敏感度與自我保護意識，並已完成性騷擾防治課程，相關主題訓練共計 595 小時，致力於打造一個尊重、多元、無歧視的友善職場文化。

當員工遇有性騷擾或性別歧視相關情事時，可透過「員工性騷擾事件申訴專責窗口」進行申訴，並依據申訴處理程序展開調查，於法定期限內完成處理並回覆。調查過程中，公司將保障當事人之隱私與權益，確保不會因申訴行為受到任何不利對待。公司並依據法規規定訂定違規行為之懲處標準，若經查證屬實，將依情節輕重進行紀律處分，必要時採取調職、解聘或法律途徑，以示警惕與零容忍的負責任態度。

性騷擾申訴處理流程



員工溝通

汎德永業重視與尊重員工的權益與聲音，建置完善的溝通管道，提供開放與透明的溝通環境，讓員工能放心表達對工作職場相關事項的意見或疑慮。為保障及維護員工權益，員工可以不具名的方式反映意見，我們承諾對其身分及反映內容予以保密，不可因舉報或申訴行為而使員工受到不公平的對待或報復。

我們設立員工意見交流電子信箱 hr@email.pgum.com.tw 與申訴專線 02-3766-6656，傾聽同仁的需求及對公司的期許。2025 年共接獲 10 件申訴，經釐清問題並經過詳細調查後，僅有 1 件職場暴力相關成案案件，後續將被申訴人調離現有工作場所以避免再與案件相關人員有所接觸，同時要求參加職場不法侵害教育訓練，改善不適當互動方式。2025 年未有因違反勞動法規或因歧視而引起法律訴訟之相關事件。

2025 年員工申訴統計

		受理件數	成案件數
案件類別	職場暴力	9	1
	違反法令或工作規則	1	0
	歧視	0	0
	騷擾	0	0
	其他	0	0
合計		10	1

員工關懷與敬業度提升計畫

為了多面向了解員工的感受與聲音，作為後續發展具體管理行動的依據，本公司自 2025 年起首度實施全公司員工敬業度調查，以「使命、成長、夥伴、工作」為調查構面；透過線上匿名系統，確保同仁能真實、放心地向管理層傳遞建議。本次調查回覆率為 68%，整體敬業度分數為 74.5 分。

經調查分析發現，於「使命」面向獲得最高認同（83.4 分），展現同仁對於本公司豪華品牌地位、企業願景及發展目標的高度使命感。然而，在「工作（流程優化）」維度得分相對較低，反映出行政負擔與工作環境是現階段同仁最關注的核心議題。為此，公司已成立專案小組，積極推動以下改善計畫以強化組織效能：

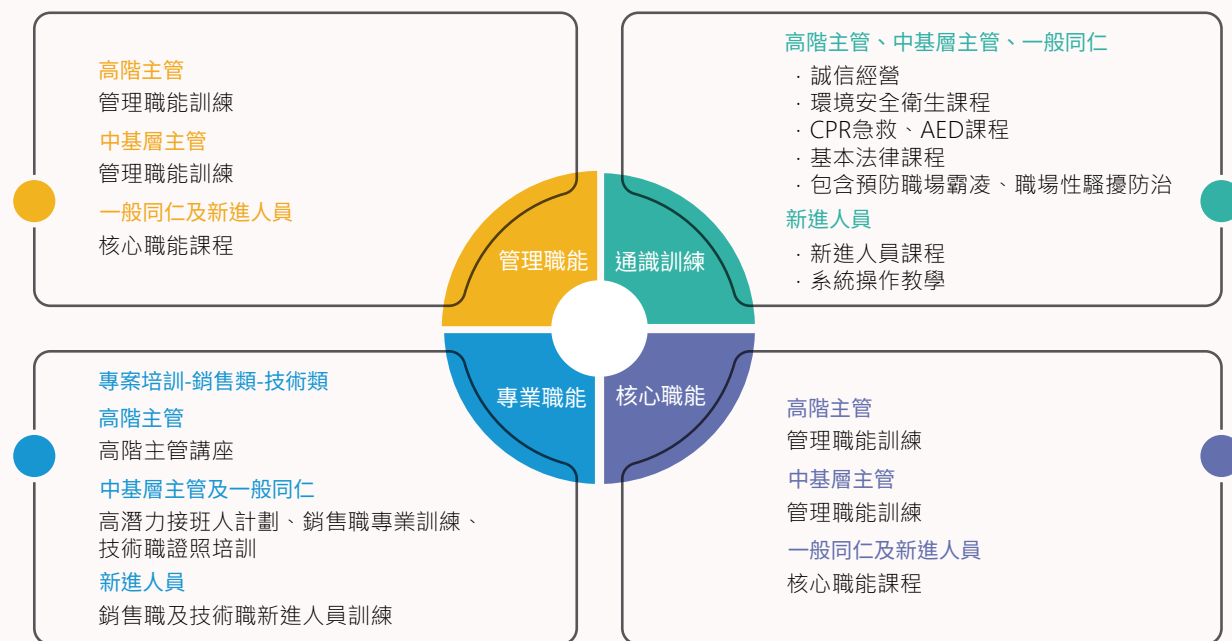
- （一）規劃自 2026 年起分階段汰換老舊辦公設備。除優化硬體設施外，亦同步改善同仁用餐空間與辦公環境，透過硬體升級以營造友善的職場空間，提升同仁的日常工作體驗。
- （二）針對現有行政流程進行全面盤點，致力於降低繁瑣的紙本作業，透過系統化工具優化工作效率。

展望未來，公司將建立常態化的溝通機制，透過季度對話機制與追蹤問卷，確保上述改善措施能具體落實，建構一個高效且充滿活力的永續職場環境。

6.2 人才培育與發展

汎德永業集團向來十分重視員工的培育與發展，我們建構全面性的人才發展規劃，包括各階層教育訓練、員工職能培育、職涯發展設計、潛力人才庫，以及晉升與輪調機制等，強化每一位員工持續成長的動力，並在學習型的工作環境中，創造工作成就感，使企業整體達到人才永續的目標。

我們將這些多元的訓練規劃為專屬汎德永業集團員工的學習藍圖 (learning map)，讓員工完整了解職涯歷程各階段所需接受的訓練，掌握自己所具備的能力。各部門主管也能依照學習地圖給予員工合適的訓練方針，確保每位員工都能在個人發展軌跡上找到明確的方向，達到個人與企業共同成長。



汎德永業積極提升員工自主學習意識、搭配多元學習資源與工具，鼓勵員工持續學習成長。在銷售類、技術類及產品知識等訓練中，我們強調實車體驗、實車技術操作的訓練。透過大量演練與模擬，以及與實際汽車產品的近距離摸索、體驗，讓員工在訓練中即能運用所學，主管亦可以直接檢視學員的學習成效，並即時給予回饋指導。除了上述的實體課程之外，我們也提供品牌原廠的線上數位課程給相關職務的員工，以更加彈性的方式讓員工可以運用零碎時間，不受空間限制地輕鬆學習；針對原廠提供之產品知識與技術訓練，公司亦持續投入資源並提供全額補助，2025 年度累計培訓達 911 人次，補助總金額為新台幣 540 萬 7,988 元。透過這些多元的培訓方式，我們確保員工能夠全方位地發展，以更豐富的知識儲備量和更深厚的技術能力，因應不斷變化的各種挑戰。

為促進員工職涯發展及激發潛力，我們針對營業銷售單位和技術職人員展開職涯發展雙軌制度，不論是藉由晉升管理職，亦或是提升專業能力晉升為資深銷售經理或技術專家，都訂有明確而具體的管道和評核機制。透過這樣的發展方式，員工可以根據自己的志向和專長選擇方向，不僅促進企業內部人才的合理流動，更使得員工能擁有屬於自己適合的發展目標，讓員工發揮所長並持續成長。

對象	訓練內容	時數 (小時)
新進人員	■ 基本課程：企業基本介紹、工作規則說明、職場資訊與環境安全宣導，以及系統基本操作訓練 ■ 營業單位：至該品牌的總代理公司參加原廠課程，深度了解品牌核心精神與產品特點 ■ 售後技術單位：安排資深技術人員擔任指導者，給予密集的 On-Job-Training 在崗訓練。除此之外，更有原廠一系列的技術訓練來幫助新進人員於 1 至 2 年內通過基礎技術認證，為未來的職涯發展奠定穩定基礎	1,248
在職人員	職場安全、消防安全預防，以及急救器材 AED 操作等課程	1,457
	聘請專業律師授課，說明職場不法侵害之行為及預防，強調公司對於職場性騷擾及職場罷凌的重視。此課程同步製成線上影片預計於 2025 年全員完訓。	1,623
合計		4,328

HR 專業技能充電工作坊 (HR Workshop)

HR 專業技能充電工作坊為強化人資專業能力，所設計兼具互動性和實踐性的課程，透過互動式工作坊模式，提升夥伴問題解決能力。2025 年以 Employee Lifecycle (員工旅程地圖) 為主軸，重新認識人資工作的全貌，探討各階段常見的痛點，並提供具體的實務解方，同時分享 AI 在 HR 工作的應用的最新趨勢及法遵補充重點，協助同仁在面對快速變動的環境時，可以更靈活、更有效率地推進工作，共計 19 人次參與，訓練總時數為 114 小時。

內部講師制度

汎德永業在銷售與技術領域均建置了專業的內部講師團隊，作為知識傳承與人才培育的核心力量。為持續提升講師團隊的教學品質，公司建立了一套標準化培訓與認證機制，從資格審核到定期教學評鑑，全程把關講師的專業水準。各分公司均設有專責講師，並持續更新教材內容，確保課程緊跟產業發展脈動、品質一致且與時俱進。2025 年，共有 9 位銷售類講師、13 位技術類講師。

2025 年，內部講師群合計授課時數達 3,643 小時，其中銷售類 1,336 小時、技術類 2,307 小時。完善的內部講師制度不僅有效優化訓練資源的配置效益，更在組織內部形成知識循環與人才永續發展的正向動能，全面提升學習成效與整體競爭力。



銷售類講師

將品牌原廠最新規範、各車型產品知識和銷售技巧教授銷售人員



技術類講師

深入了解原廠的作業規範、創新科技、新產品維修技術、電車系統等，並將專業能力傳承轉訓給每一位技術人員

2025 年汎德永業舉辦的訓練或學習發展活動，總時數 50,068 小時，共計 1,673 人次完成訓練，平均每位員工的訓練時數約 29.93 小時。

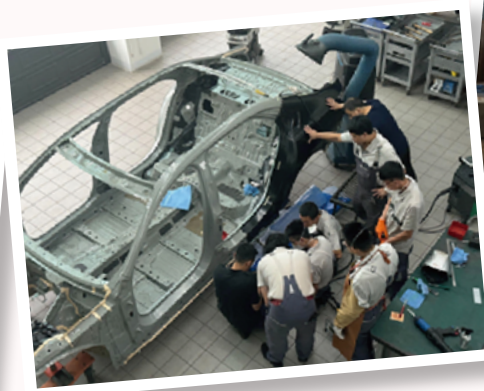
項目	2024		2025	
受訓員工總人數	1,682		1,673	
性別	男	女	男	女
	1,130	552	1,120	553
平均時數	38.87	14.04	35.86	17.92
總訓練時數	51,678		50,068	
平均每位同仁訓練時數	30.72		29.93	
總訓練費用 (新台幣 元)	13,159,983		9,997,353	

說明 1：平均受訓時數 = 課程人時數 / 員工人數。

說明 2：2025 年資料計算日為 2025 年 1 月 1 日 - 2025 年 12 月 31 日。

說明 3：2025 年男性同仁平均訓練時數 35.86 小時較女性同仁平均訓練時數 17.92 小時高，係因產業屬性
及工作類型，男性同仁從事銷售及技術直接職人數較多所致。

說明 4：2025 年因內部講師授課及線上課程比例增加，故總訓練費用較 2024 年大幅下降。



績效評估

汎德永業秉持人才發展的精神，公司每年二次定期評估全體員工績效，透過雙向溝通面談，期初由主管及員工共同討論設定工作計畫及與可量化之績效指標；年中針對上半年目標表現進行討論並從中給予協助；年末審視最終目標達成狀況，以進行年度考核評等，採用 5 等第評等，並強制分配比例，以增加人才鑑別度。

個人評核結果將應用於訓練培育、晉升、績效輔導管理，針對績效不佳之員工訂定績效改善計畫表 (PIP)，依工作性質追蹤每月或每季追蹤改善成效；針對前 5 % 表現傑出人才，擬訂 1-3 年的個人發展計畫，達成目標予以職等或職位晉升，藉此培育人才，儲備組織整體戰力。2025 年全公司正式員工完成評核比例達 100%。

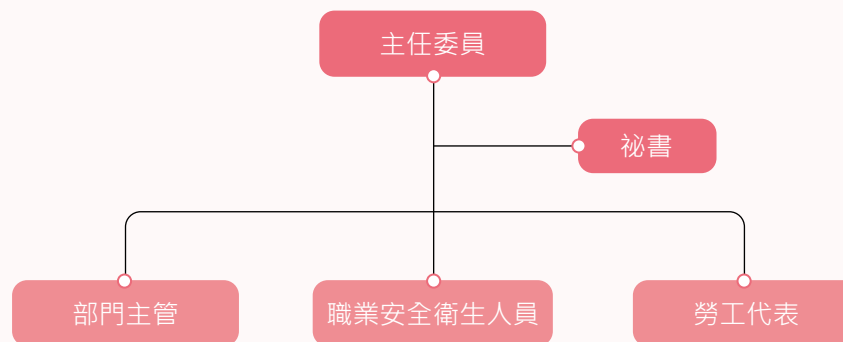
績效評估流程圖



6.3 健康安全職場

汎德永業設有職業安全衛生委員會，由總經理擔任主任委員，總公司及各分公司職業安全衛生業務主管與勞工代表共 20 員，其中勞工代表 9 人，推動相關業務。委員會每季召開會議一次，透過規劃 (Plan)、實施 (Do)、查核 (Check) 及改進 (Action) 的循環過程，每年檢視安全衛生管理相關計畫、工作環境風險評估結果及追蹤改善事項，以持續提升工作環境安全，並規劃健康促進活動，維護員工身、心靈健康。同仁也可透過專用電子信箱、撥打聯絡窗口電話、或透過勞工代表提出職業安全衛生相關議題或改善建議，委員會將進行後續處理並回覆，全體同仁共同推動職場安全衛生。

職業安全衛生委員會組織圖



風險管理預防及職業災害事故調查

汎德永業重視同仁的職場安全衛生，針對工作環境及作業內容可能的危害及風險，制訂風險預防計畫及管理辦法，並每年進行危害辨識、風險評估及分級管理。如有發現高風險危害因子，立即實施改善措施並持續追蹤，提供同仁安全的工作環境；2025 年評估結果無高風險項目，其餘低風險項目也已全數制訂風險控制措施，充份保護員工職場安全。

高度風險

須立即採取風險控制措施，將其風險降至中度以下，在風險降低前不可開始作業。

中度風險

須考量財務成本，逐步採取風險降低措施以降低風險比例。

低度風險

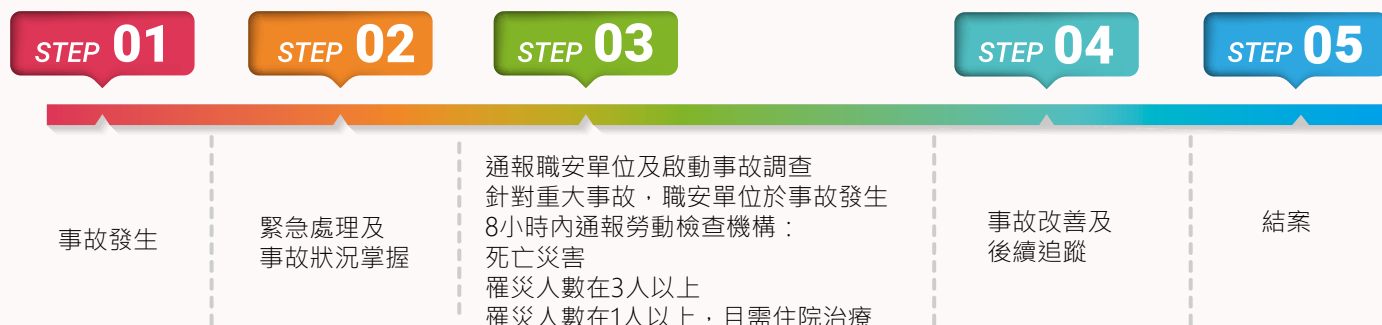
無須採取風險降低措施，但須確保現有防護設施之有效性，落實維修保養、監督查核及教育訓練等機制。

2025 年風險項目控制措施

風險項目	控制措施
是否有組織外之人員 (承包商、客戶等) 因其行為無法預知，可能成為該區員工之不法侵害來源	■ 於各廠區、展間出入口及接待區設置監視器、保全人員以確保人員安全。 ■ 每年定期辦理教育訓練、提醒同仁隨時注意客戶行為並保持適當距離。
員工是否需要涉及現金交易、運送或處理貴重物品	■ 於涉及現金交易、運送或處理貴重物品區域設有監視器，並設保險箱保管現金及貴重物品，定期由保全至公司收現金。
員工是否需於較陌生之環境工作	■ 人員外出時須報備主管，盡量與客戶邀約於公共空間，如需在客戶家中，避免單獨前往，由同事、主管偕同。 ■ 如與客戶或承攬商發生言語衝突，由主管出面溝通。

當事故發生時，事故單位應立即通報職安單位，針對重大事故，職安單位於 8 小時內通報勞動主管機關，除了立即改善事故原因外，也須重新進行相關作業的危害辨識與風險評估、改善預防措施並持續追蹤，降低類似事件發生風險。當員工於作業時發現實際或潛在的職業安全衛生危害，必要時可自行離開並退避至安全場所後通報職安單位，職安單位將與相關單位討論並即刻進行措施改善，同仁不會受到任何不利之處分。

事故調查流程



建構健康職場

汎德永業重視同仁身心健康福祉，每年提供全體員工健康檢查，健檢頻率與項目皆優於法規；健檢費用額度依年齡及職級區分額度，並與多家健檢機構簽約，規劃多項優惠套組及自費加選項目折扣給同仁及眷屬使用，依個人需求自行選擇；2025 年員工健檢率為 95.8%，特殊健檢率為 100%。

管理分級	2023	2024	2025
第一級	114	116	123
第二級	58	58	61
總計	172	174	184

備註：特殊作業健檢對象為從事車身板金、噴漆作業人員；未有第三級及第四級人員



法定健檢率為 100%

汎德永業 2025 年健康促進活動

活動	說明	場次	人次
個人健康諮詢	每月邀請臨場健康服務護理師或醫師，提供有需求的同仁一對一且全程保密的健康諮詢。	351	689

職業安全衛生教育訓練

為了提升工作環境安全，除提供新進人員教育訓練外，每年依工作場所作業類型、機械設備等指標評估各單位職業安全衛生訓練需求，指派人員參加相關教育訓練，以強化同仁工作安全意識、增進職業安全衛生專業知能。除了由代表參加各項職業安全衛生教育訓練，監督工作環境改善以降低職安風險，各單位每年安排二次 4 小時的消防演練，讓員工能妥善因應緊急狀況，在災害發生時能快速且正確應變，保護自己及家人的生命財產安全。

2025 年職業安全衛生教育訓練

課程名稱	對象	應訓人數	受訓人數	時數	時數 (小時)
職業安全衛生業務主管安全衛生在職教育訓練	職業安全衛生業務主管	4	8	6	48
粉塵作業主管安全衛生教育訓練	新任粉塵作業主管	3	3	18	54
粉塵作業主管安全衛生在職教育訓練	粉塵作業主管	1	1	6	6
有機溶劑作業主管安全衛生教育訓練	新任有機溶劑作業主管	1	1	18	18
有機溶劑作業主管安全衛生在職教育訓練	有機溶劑作業主管	4	4	6	24
急救人員安全衛生教育訓練	新任急救人員	1	1	16	16
急救人員安全衛生在職教育訓練	急救人員	8	3 ^(註)	3	9
防火管理人講習訓練複訓班	防火管理人員	1	1	16	16
合計					561

註：5 位急救人員資格過期同仁已於 2026 年 2-5 月陸續完成在職教育訓練

2025 年職業安全衛生促進活動

活動	說明	執行成果
作業環境巡視	由職安管理人員、勞工健康服務醫師及護理師共同巡視作業環境，發掘潛在危害因子。	辦理 24 場作業環境巡視
危害辨識與風險評估	每年由各部門主管、職安管理人員、勞工健康服務醫師及護理師檢視所屬單位作業流程、設備配置等項目，評估可能的危害類型與其風險等級，優先改善高風險因子並列管追蹤。	共評估 3,672 項目，無高風險因子，並針對具風險項目全數制定管控措施
作業環境監測	每半年聘請環測機構，依各據點業務項目及作業環境進行環境檢測；如噪音、粉塵、有機溶劑等。	辦理 24 場作業環境檢測
呼吸防護計畫	為板金、噴漆作業人員辦理呼吸防護生理評估及密合度測試。	辦理 14 場呼吸防護檢測，共計測試 130 人
承攬商安全衛生管理	落實法定承攬管理措施執行，將承攬商事前評估、危害告知、安全會議、施工人員及攜帶機械設備、特殊作業、高風險作業通報等事項規範管理，以確保施工品質及降低承攬期間風險。包含室內裝修、外牆、水塔清洗、駐場廠商 (如保全、清潔人員) 等	承攬管理件數共 599 件

針對工作環境內的機械設備、消防設施，由各廠指派負責人定期巡視檢查，如有發現設備異常則立即暫停使用並報請檢修，亦定期安排設備廠商進行保養作業，以確保設備正常運轉及使用安全；車梯、電梯、貨梯等升降設備每月定期檢查及保養，頂高機每季檢查、每年至少保養一次等。

巡檢與保養頻率	設備		
每月一次	車梯 / 電梯 / 貨梯	機械停車位	-
每季一次	頂高機	烤漆爐	中央空調
每半年一次	冷媒回收機	扭手磅表	-
每年一次	剎車試驗機	集塵設備	滅火器 (每 3 年更換藥劑)
每運轉 2,000 小時	空壓機	-	-

近四年職業傷害統計

	2022	2023	2024	2025	
	員工	員工	員工	員工	承攬商
職業傷害件數	3	5	2	2	0
死亡人數	0	0	0	0	0
重大職業傷害 ^{註 1} 件數	0	0	1	0	0
失能傷害頻率 ^{註 2} (FR)	0.89	1.51	0.89	0.61	0
失能傷害嚴重率 ^{註 3} (SR)	14.99	6.95	8.41	1.62	0
職業病件數	0	0	0	0	0
總工時 (小時)	3,334,000	3,311,296	3,388,000	3,292,464	687,492

註 1：重大職業傷害：1. 發生死亡災害。2. 發生災害之罹災人數在 3 人以上。
3. 發生災害之罹災人數在 1 人以上，且需住院治療。

註 2：失能傷害頻率 (FR)= 失能傷害總人次數 ×1,000,000/ 實際出勤總工作時數

註 3：失能傷害嚴重率 (SR)= 失能傷害總損失天數 ×1,000,000/ 實際出勤總工作時數

註 4：2025 年發生 2 件職業災害事件，1 件因車輛倒車壓傷、1 件為頭部撞到頂高機，改善措施為加強宣導注意車輛周圍狀況，及強化要求須確實穿戴防護用具

註 5：承攬商職業傷害：依實際需住院治療統計。

CHAPTER

07

社會參與

Social Participation

7.1 安全教育與

環境永續

7.2 在地關懷與

藝文推廣

IMPACT BEYOND

BMW Gran Coupé

· MOBILITY

讓每一程 走得更遠

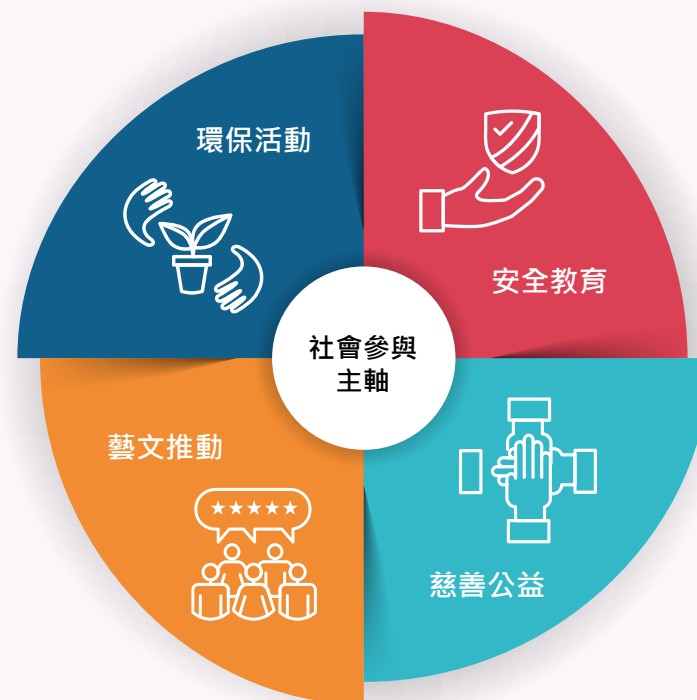


汎德永業致力履行企業公民責任，秉持實質回饋與積極參與的精神，推動涵蓋「環境保護」、「安全教育」、「慈善公益」與「藝文推動」四大面向的社會參與策略。透過利害關係人的持續溝通與合作，我們不僅參與各項環保行動，倡導永續理念，也投入交通安全教育，提升社會對安全議題的重視。同時，我們重視慈善公益，積極投入社會關懷，透過實際行動回應社會需求。在藝文領域，亦長期支持藝術與文化發展，豐富社會人文內涵，促進文化與群眾之間的連結。汎德永業期望透過多元參與與正向溝通，發揮企業影響力，共同打造更具韌性與包容力的社會。

社會參與投入金額

單位：新台幣元

	2023	2024	2025
安全教育	706,376	5,894,164	3,241,622
環保活動	2,115,164	5,675,268	2,453,463
慈善公益	11,385,052	5,037,492	1,796,328
藝文推動	3,675,000	7,614,522	2,092,661
合計	17,881,592	24,221,446	9,584,074



7.1 安全教育與環境永續

汎德永業深耕台灣市場，持續提供無微不至的頂級服務，同時積極實踐企業社會責任，從交通安全教育到環境保護，積極落實永續發展承諾。

在交通安全推廣方面，汎德永業長期關注兒童安全教育，舉辦「BMW Children Safety 兒童交通安全營」已邁入第 18 屆，2025 年吸引超過 1,000 人次參與，透過 DIY 手作與車身彩繪等趣味互動，向孩童傳遞交通安全觀念與永續移動理念；保時捷中心亦於兒童節期間推出「小小賽車手卡丁車」活動，讓孩子在模擬賽道中體驗駕駛樂趣，並學習安全守則，從小培養正確駕駛態度與風險意識。

在環境保護方面，MINI 延續「Big Love for the Planet」精神，舉辦「環島淨灘日」集結車主清除超過 1 公噸海廢垃圾，實踐全民環保行動；保時捷則以純電車款 Taycan 和 Macan 分別參與「台北馬拉松」及「大觀盃海洋國際馬拉松」，擔任前導車與計時車，向大眾傳遞綠色移動與減碳理念。台中保時捷中心亦攜手台灣大米缸永續關懷協會，舉辦永續嘉年華與風尚野餐活動，透過食農教育與互動體驗，深化民眾對永續農業與生態保育的認識，強化環境永續意識。

BMW Kids Campus

● BMW 兒童交通安全體驗營

「BMW Children Safety 兒童交通安全營」系列活動由總代理主導，於全台共同針對兒童安全議題進行宣傳，自 2008 年起迄今已邁入第 18 屆，以實際行動展現企業社會責任的熱忱與理念。2025 年秉持「FRUEDE」精神，再度攜手小小職人們，藉由 DIY 手作和車身彩繪等趣味教學方式，讓孩子揮灑創意，探索駕趣的無限可能。活動報名費全數捐贈予「財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會」，扶助貧弱孩童安心成長、激勵多元學習。

內部投入人數：20

外部參與人數：1,000



台北保時捷中心

● 2025 小小賽車手卡丁車活動

歡慶兒童節並讓小小賽車手也能獲得交通安全知識教育，台北保時捷中心 2025 年特別舉辦了兒童卡丁車體驗活動，讓孩子們安全地體驗駕駛的樂趣。

活動邀請波波星球的泡泡哥哥擔任主持人，讓現場充滿歡樂與活力。有別於往年，今年的活動賽道特別規劃了上下坡的設計，更使本場賽事更添挑戰樂趣！同時，活動亦特別製作前三名的獎盃，讓每位小小賽車手都能在比賽中全心投入，爭取最佳單圈成績。

本場活動共邀集 44 組家庭參與，讓小小賽車手也能獲得交通安全知識教育，推廣安全地體驗賽車運動及駕駛的樂趣。

內部投入人數：12

外部參與人數：54 位兒童、76 位家長



MINI Kid's Day 迷你專家體驗營

● MINI Kid's Day 迷你專家體驗營

透過全台北中南「迷你專家體驗營」規劃多元課程，如 MINI 積木車組裝與著色、交通號誌教學等，讓孩童在與 MINI 近距離互動的過程中，以寓教於樂的方式學習道路安全知識，提升交通安全意識。活動報名費全數捐贈予至善基金會，將學習與公益結合，擴大正向影響力。

內部投入人數：30

外部參與人數：174



高雄汎德 x Earth Hour 關燈一小時

● 高雄汎德響應 Earth Hour 關燈一小時

高雄汎德邁入第 10 年響應關燈行動，攜手全球數以億計民眾，共同承諾以實際行動面對氣候變遷與全球暖化，並將節能減碳落實於日常生活，透過點滴改變累積擴大綠色影響力。2025 年，全台總節電量達 298,000 瓩，減少碳排放 147,510 公斤，約相當於 13,410 棵 20 年生大樹一年的吸碳量。全台近 600 家企業與團體共同參與，高雄汎德亦名列其中，攜手各界創下歷史新高，展現全民齊心推動永續的行動力。

內部投入人數：256

外部參與人數：活動前廣宣曝光觸及人數約 5,330 位；

活動日廣宣曝光觸及人數約 4,350 位



MINI Beach Cleanup Day 環島淨灘日

● MINI Beach Cleanup Day 環島淨灘

自 2022 年起，MINI 以「Big Love」為號召，串聯全台車主力量，持續推動「Big Love For The Planet」行動，實踐對地球環境的關懷與責任。2025 年於北、中、南多地舉辦活動，號召 349 位 MINI 車主與愛好者熱情參與，合力清理約 1,504 公斤海洋廢棄物與垃圾，以實際行動守護海洋與自然環境。

內部投入人數：69

外部參與人數：349



台北保時捷 X 台北馬拉松



● 永續之路，台北保時捷中心與您共同前進！

保時捷長期支持具備永續價值的運動賽事，持續響應環境友善與城市綠色行動。作為全台唯一獲得國際田徑總會（WA）菁英標籤認證的城市型馬拉松，臺北馬拉松並於 2024 年晉升世界田徑總會（WA）認證「金標籤」賽事，是年度最盛大馬拉松盛會，更被視為全球永續典範賽事之一。汎德永業秉持對聯合國永續發展目標（SDGs）的承諾，2025 年以 Taycan 4 Cross Turismo 電動車作為賽事前導車，Macan Turbo EV 作為賽事計時車，支持 Run for Green 實踐綠色減碳，邁向環境永續。

內部投入人數：8

外部參與人數：28,000

7.2 在地關懷與藝文推廣

汎德永業整合各項資源，積極參與社會公益活動，希望能發揮更大的影響力，讓社會持續溫暖。我們持續舉辦多場車主高爾夫球賽，及辦理透過一系列的義賣活動，讓車主、車迷有機會傳遞愛心給需要的人，同時連結至環保 / 永續議題。如認購聖誕義賣杯並參與展間公益扭蛋活動，所得捐贈「家扶基金會」扶幼計畫，資助弱勢兒童成長發展；環保盆栽義賣活動，所得捐贈給「地球公民基金會」，另倡導無痕購物，邀請客戶認購環保購物提袋，所得款項捐贈給教育部學校教育儲蓄戶，用於支持弱勢及偏遠地區學童，展現企業對社會及環境的關懷與責任。

汎德永業亦長期關注並支持台灣文化發展，持續投入資源於文化藝術活動與文化創意產業，2025 年累積投入金額約新台幣 209 萬 2,661 元，除帶動整體文化風氣外，也為車主與車迷打造兼具品味與深度的文化體驗，豐富心靈層次。2025 年，除規劃辦理「FREUDE IN LUXURY · 馭見美學鑑賞會」，首度結合世界非物質文化遺產——景泰藍琺瑯金絲畫，邀請車主參與 BMW 經典復古車彩繪創作，深化美學體驗；亦透過「BMW × 寬庭美學緻臻品味之旅」，運用寬庭 (Kuan' s Living) 私藏館的空間氛圍，融合當代美學、人文風土與精品藝術。此外，舉辦「2025 BMW PRESTIGE CLUB GALA 台中汎德層峰菁英光藝藏饗宴」，帶領層峰客戶走訪位於三義的私人美術館，並邀請台灣仁山仁海藝想堂規劃專屬藝術演出，展現人文藝術之美，同時促進在地藝文發展。

BMW x 家扶基金會

● 聖誕馭愛同行公益義賣活動

汎德永業長期關注兒童福祉與教育發展，始終秉持「以行動關懷社會」的初心。2025 年以「馭暖前行，傳愛啟程」為主軸，攜手全台 13 家 BMW 授權經銷商，共同發起「2025 BMW 聖誕馭愛同行」公益活動，活動所募得款項將全數捐贈予「財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會（家扶基金會）」，攜手全台 BMW 車主與粉絲們在這個充滿祝福的季節，與 BMW 一同以實際行動傳遞關懷，讓溫暖在彼此之間流動。

內部投入人數：29

外部參與人數：166



高雄保時捷中心 X 贊美酒店 X 社團法人台灣心潤慈善協會



● 贊美盃公益高球賽

贊美酒店與高爾夫產業連結有多年光景，受贊美酒店與其執行長邀約，永業高雄今年再度共襄盛舉，2025 年主題為失親兒關懷，善款將提供弱勢關懷、偏鄉學子們回饋在地兒童，受贈單位為「社團法人台灣心潤慈善協會」，期望能提供失親兒、偏鄉學子的弱勢關懷並回饋在地兒童。

內部投入人數：4

外部參與人數：268

高雄汎德 X 高雄扶輪社

● 扶輪盃為愛發聲公益路跑活動響應

「扶輪盃為愛發聲公益路跑」是一場以 ESG 為核心理念的公益賽事，結合低碳行動、社會關懷與友善共融等主軸。活動匯聚高雄在地多家優質品牌共襄盛舉，並為高雄市立高雄特殊教育學校、

高雄市立楠梓特殊學校、高雄市立仁武特殊教育學校及高雄市立成功特殊教育學校籌募運動發展基金。BMW 亦積極響應參與，擔任引跑角色，期望透過行動喚起社會大眾對公益議題的關注與共鳴。

內部投入人數：3

外部參與人數：2,300



CHAPTER 08

附錄



Appendix

BMW ConnectedDrive

永續足跡

關於本報告書

汎德永業汽車股份有限公司 (以下簡稱汎德永業或本公司) 於 2024 年 8 月發行第一本永續報告書，每年主動向所有關注汎德永業的利害關係人揭露非財務資訊，持續傳遞永續發展的作為，致力與利害關係人溝通並回應其需求。本報告書於 2026 年 8 月份發行，涵蓋汎德永業 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，內容包括經營管理、環境保護與社會參與的各種作為與績效數據。下一本報告書預計在 2027 年 8 月發行。

涵蓋時間：2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日

資料範疇：

組織內

- 本報告書揭露的資料涵蓋汎德永業 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，內容包括經營管理、環境保護與社會參與的各種作為與績效數據。本報告書內容的範疇主要包含汎德永業以及 7 家分公司與 1 家子公司 (捷立汽車)，與合併財務報表相同。
- 重大主題與前一年度主要差異已於內文中說明；若有數據邊界或量測計算方式、結果上與前一版有所不同，會於段落中或圖、表之下方以註釋方式說明。

組織外

組織外之揭露範圍，包括顧客、股東、供應商、社區、媒體及政府。

審查原則：

內部審查

- 本報告書的資料與數據皆建立標準化規格表，作為內部管理的標準流程，確保數據與資料品質之可信度。
- 本報告書資料及數據經由各部門同仁蒐集與彙整，先由部門主管進行審查，再提交至報告書工作小組確認，同時委由外部輔導團隊提供改善建議。待所有數據與資料完備後，由各部門主管逐層審閱，最後提報董事會核定。

外部審查

- 本報告書中的財務數據，係經勤業眾信聯合會計師事務所 (Deloitte) 簽證之財務報告，以新台幣表達。
- 有關品質管理系統 (ISO 9001) 與溫室氣體盤查 -ISO 14064，皆經公正第三方驗證。

報告書發行

本次發行日期：2026 年 8 月發行

下次發行日期：2027 年 8 月

發行管道及聯絡方式

本公司為珍惜地球資源，永續報告書以網路發行 (公告於本公司網站) 為主，歡迎各利害關係人上網查閱及下載。報告書內容如有任何疏誤更正或資料更新，請以公司網站公告之電子檔案內容為準。如對內容有任何意見、建議或諮詢，歡迎利用以下聯絡資訊與我們聯絡。

聯絡窗口

楊先生

02- 3766-6689

andyyang@email.pgum.com.tw

GRI 內容索引

使用聲明	汎德永業汽車已參照 GRI 準則報導編制，報導期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	尚未有適用的行業準則

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目章節		位置	
			名稱	頁碼
GRI 2: General Disclosures 一般揭露				
GRI 2：一般揭露 2021	2-1	組織詳細資訊	關於汎德永業	5
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	93
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	93
	2-4	資訊重編	無	-
	2-5	外部保證／確信	無	-
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	關於汎德永業 4.3 供應鏈管理	5 52
	2-7	員工	6.1 人才吸引與留任	67
	2-8	非員工的工作者	6.1 人才吸引與留任	67
	2-9	治理結構及組成	董事會結構與運作	25
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	董事會結構與運作	25
	2-11	最高治理單位的主席	董事會結構與運作	26
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	2.1 永續治理	14
	2-13	管理衝擊的負責人	2.1 永續治理	14
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	93
	2-15	利益衝突	董事會結構與運作	28

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目章節		位置	
			名稱	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021	2-16	溝通關鍵重大事件	董事會結構與運作	25
	2-17	最高治理單位的群體智識	董事會結構與運作	28
	2-18	最高治理單位的績效評估	董事會結構與運作	28
	2-19	薪酬政策	董事與高階經理人薪酬政策	29
	2-20	薪酬決定的流程	董事與高階經理人薪酬政策	29
	2-21	年度總薪酬比率	6.1 人才吸引與留任	69
	2-22	關於永續發展策略的聲明	經營者的話	3
	2-23	政策承諾	3.2 商業道德 4.1 產品與服務品質 6.1 人才吸引與留任	29 39 67
	2-24	納入政策承諾	3.2 商業道德 4.1 產品與服務品質 6.1 人才吸引與留任	29 39 67
	2-25	補救負面衝擊的程序	2.1 永續治理 3.2 商業道德 6.1 人才吸引與留任	14 29 67
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	3.2 商業道德	31
	2-27	法規遵循	3.2 商業道德	31
	2-28	公協會的會員資格	1.4 外部協會參與	12
	2-29	利害關係人議合方針	2.2 重大性分析	14
	2-30	團體協約	本公司未成立工會，亦未簽訂團體協約	-

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目章節		位置	
			名稱	頁碼
重大主題				
GRI 3：重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	2.2 重大性分析	16
	3-2	重大主題的列表	2.2 重大性分析	17
公司治理與從業道德				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
GRI 205：反貪腐	205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	3.2 商業道德	29
	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	3.2 商業道德	29
	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	3.2 商業道德	29
品牌管理				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
汎德永業特定主題	-	品牌形象與定位，包含行銷費用 / 策略、績效衡量指標及調查、網路與媒體評鑑及淨推薦值指標等	4.2 客戶關係管理	43
產品與服務				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
汎德永業特定主題	-	產品品質與客戶關係管理	4.1 產品與服務品質	39
顧客健康與安全				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
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	4.1 產品與服務品質	39
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	4.1 產品與服務品質	40



GRI 準則 / 其他來源	揭露項目章節		位置	
			名稱	頁碼
資訊安全				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
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	3.4 資訊安全與個資保護	37
客戶關係管理				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
汎德永業特定主題	-	強化客戶關係提高顧客忠誠度與滿意度，增強競爭優勢，有助於提升品牌形象，長期促進業務增長與穩定	4.2 顧客關係管理	43
人才吸引與培育				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
GRI 202：市場地位	202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	6.1 人才吸引與留任	68
	202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	6.1 人才吸引與留任	68
GRI 401：勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	6.1 人才吸引與留任	69,70
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	6.1 人才吸引與留任	71
	401-3	育嬰假	6.1 人才吸引與留任	72
人權與多元包容				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
GRI 401：勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	6.1 人才吸引與留任	69,70
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	6.1 人才吸引與留任	71
	401-3	育嬰假	6.1 人才吸引與留任	72

GRI 準則 / 其他來源	揭露項目章節		位置	
			名稱	頁碼
GRI 414：供應商社會評估	414-1	使用社會標準篩選新供應商	4.3 供應鏈管理	52
	414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	4.3 供應鏈管理	52
職業安全與衛生				
GRI 3：重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 重大性分析	18
GRI 403：職業安全衛生	403-1	職業安全衛生管理系統	6.3 健康安全職場	80
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	6.3 健康安全職場	81
	403-3	職業健康服務	6.3 健康安全職場	82
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	6.3 健康安全職場	80
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	6.3 健康安全職場	83
	403-6	工作者健康促進	6.3 健康安全職場	84
	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	6.3 健康安全職場	84
	403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	6.3 健康安全職場	80
	403-9	職業傷害	6.3 健康安全職場	84
	403-10	職業病	6.3 健康安全職場	84

備註：除 GRI403 使用 2018 年版外，其餘皆使用 2016 年版

SASB 永續會計準則

汎德永業已依循 SASB 永續會計準則，多線及專業零售商與配銷商 (Multiline and Specialty Retailers & Distributors) 類別，作為指標揭露的項目

主題	指標編碼	指標 / 衡量單位	對應內容 / 章節	頁碼
零售與配銷的能源管理	CGMR 130a.1	1. 總能源消耗量 (十億焦耳 ,GJ) 2. 電網電力百分比 (%) 3. 使用再生能源百分比 (%)	總能源消耗量：83,879.33 GJ 使用外購電比率：100% (全部電力皆為外購電) 使用再生能源比率：0%	60
資料安全	CGMR 230a.1	對辨認及因應資料安全風險之作法之描述	請參閱 3.4 資訊安全與個資保護	36
	CGMR 230a.2	1. 資訊洩漏數量 2. 資訊洩漏事件中屬於個人資料洩露之百分比 (%) 3. 受資訊洩漏事件影響的客戶數量	本公司採用國外原廠之客戶銷售系統，無直接或間接利用資訊系統取得客戶資料，故未有客戶隱私侵犯的事件發生，請參閱 3.4 資訊安全與個資保護	36
勞動實務	CGMR 310a.1	1. 平均時薪 2. 依地區劃分領取最低工資之店內及配銷中心員工之百分比 (%)	1. 銷售人員平均時薪新台幣 667 元 2. 未有領取最低基本工資的工作者	-
	CGMR 310a.2	店內及配銷中心員工之 (1) 自願及 (2) 非自願離職率 (%)	銷售人員自願離職率 18.81% 非自願離職率 1.83%	70
	CGMR 310a.3	與違反勞動法規有關之法律程序導致之貨幣性損失總額	2025 年未有相關情事故金額為 0	-
勞工多元及包容性	CGMR 330a.1	針對 (a) 高階管理階層、(b) 非高階管理階層及 (c) 所有其他員工之 (1) 性別及 (2) 多元群體之代表性之百分比 (%)	非 主 管 - 男性 67.26%；女性 32.74% 中階主管 - 男性 59.85%；女性 40.15% 高階主管 - 男性 87.50%；女性 12.50% 2025 年未雇用非台灣籍員工及各級主管	-
	CGMR 330a.2	與違反就業歧視有關之法律程序導致之貨幣性損失總額	2025 年未有相關情事故金額為 0	-
產品取得、包裝與行銷	CGMR 410a.1	經第三方環境或社會永續取得標準認證之產品收入	不適用	-
	CGMR 410a.2	對評估及管理產品中化學品相關風險或危害之流程之討論		-
	CGMR 410a.3	對減少包裝對環境影響之策略之討論		-

活動指標	活動指標 / 衡量單位	對應內容	頁碼
CG MR 000.A	(1) 零售地點及 (2) 配銷中心之數量	BMW&MINI：16 個、Porsche：6 個 共計 22 個	6
CG MR 000.B	(1) 零售空間及 (2) 配銷中心之總面積 (平方公尺)	共計 100,811.47 平方公尺	6



汎德永業汽車股份有限公司
Pan German Universal Motors Ltd.

Web : www.pgum.com.tw
Email : contact@email.pgum.com.tw
Add. : No. 100, Xing'ai Rd., Neihu Dist.,
Taipei City, 114509