

## Chapter

## 1

## 公司綜覽

中華電信(2412)是國內最大之綜合電信業者，總公司位於台北市信義路一段21-3號。服務據點遍及全台22縣市，多達455家。主要業務涵蓋固網通信、行動通信及寬頻接取與網際網路，並以大數據、資安、雲端及網路資料中心等技術資源，提供企業客戶資通訊服務，發展物聯網、人工智慧等新興科技服務，為客戶創造優質的資通訊環境與精彩便利的數位生活，亦是國際間電信業者重要的合作夥伴。

自2006年起，中華電信秉持「縮短數位落差、落實環境永續及關懷弱勢族群」的服務理念，善用公司核心技術、資源、能力與特色，從環境(Environment)、社會(Social)及公司治理(Governance)三大面向，實踐「永遠走在最前面」的品牌精神，以具體行動展現永續經營的決心，履行全方位企業社會責任，近年來，積極投入ESG的各項作為，屢獲國內外專業機構肯定。

電信三法 [↗](#)

分公司與轉投資公司主要業務：

請參閱 2020 年公司年報 p.15, 107

本章回應  
之SDGs

12 RESPONSIBLE  
CONSUMPTION  
AND PRODUCTION



責任消費與生產

8 DECENT WORK AND  
ECONOMIC GROWTH



就業與經濟發展



2020年，中華電信合併總營收為**2,076**億元、每股盈餘(EPS)**4.31**元



唯一設置**勞工董事**的電信業者



將永續經營策略目標彈性納入**薪酬核予之指標**考量項目，落實**永續績效與薪酬連動**



設置「**CSR委員會**」及**六大工作小組**訂定各項永續政策



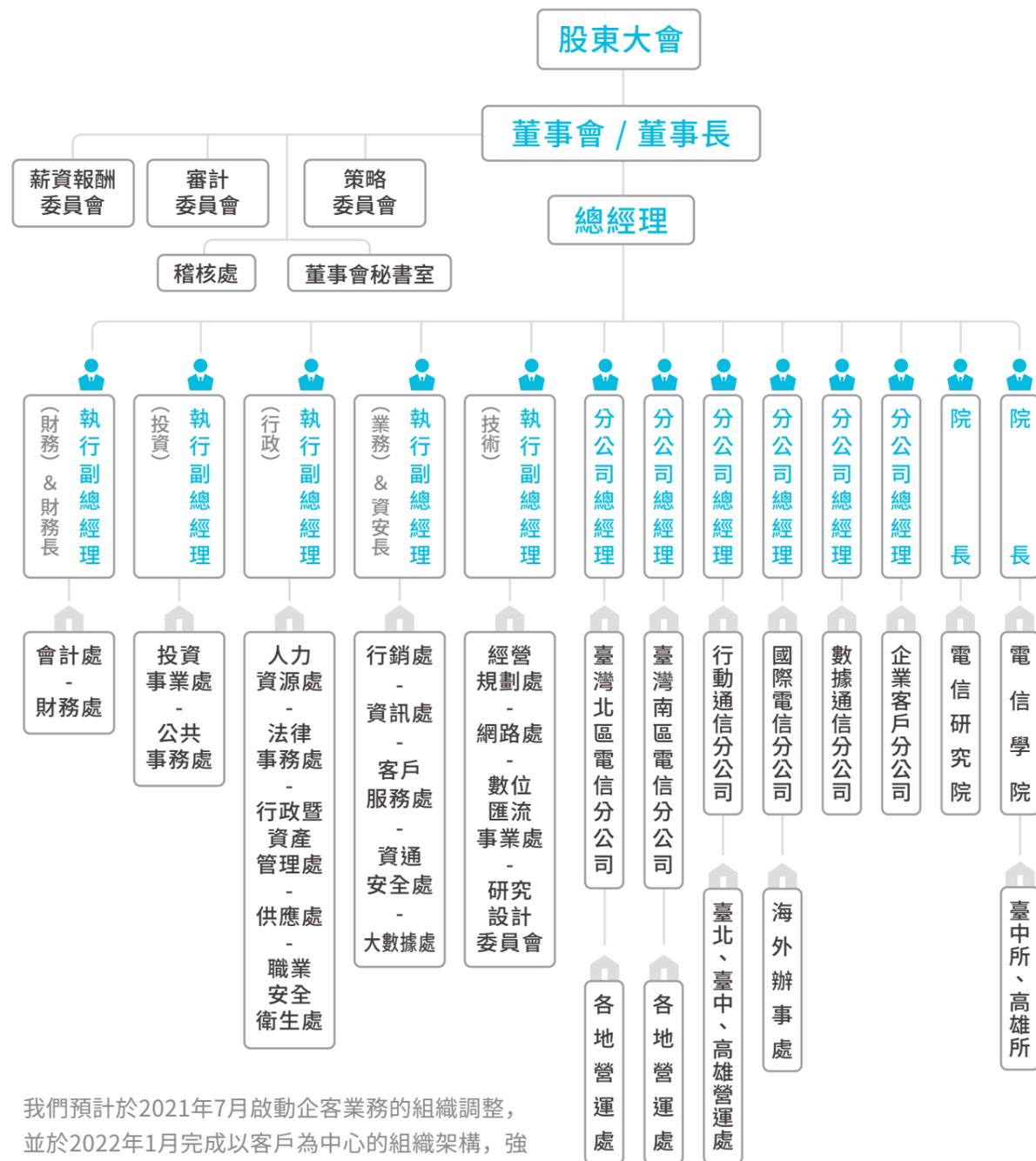
每年審視公司**碳管理策略**規劃預算、執行行動方案並設定相關績效目標



我們的永續議題「**創造社會共融、數位包容、綠色資通訊產品與服務、綠色品牌管理、節能減碳**」

公司治理 ..... 16

CSR管理 ..... 21



我們預計於2021年7月啟動企客業務的組織調整，並於2022年1月完成以客戶為中心的組織架構，強化總部策略性功能，以及將八大事業群調整為三大事業群、三大技術群。

**我們努力**

- 讓企業** 因我們的服務而提高營運效率
- 讓大眾** 因我們的服務而更能享受數位生活
- 讓產業規模** 因我們的努力而良性擴張
- 讓投資人** 在廣大消費者讚賞中分享經營利益

**商業模式**



**家庭市場**

- 國內固定通信服務
- 國內電路出租業務
- 網際網路與增值服務
- MOD(IPTV)服務
- 國際固定通信服務



**個人市場**

- 行動通信服務
- Wi-Fi服務
- 國際固定通信服務



**企客市場**

- 企業客戶整合服務
- 企業客戶資安服務
- 行動企業客戶服務
- 數據企業客戶服務
- 國際企業客戶服務
- 多元整合支付服務

**產品與服務**

**行動電話**

客戶數 **1,129.8 萬**

年成長率 **+6.1%**

**光世代**

客戶數 **362.1 萬**

佔寬頻客戶數 **83.3%**

**100Mbps**

客戶數 **175.6 萬**

年成長率 **+11%**

**HiNet**

客戶數 **358.4 萬**

市佔率 **第一**

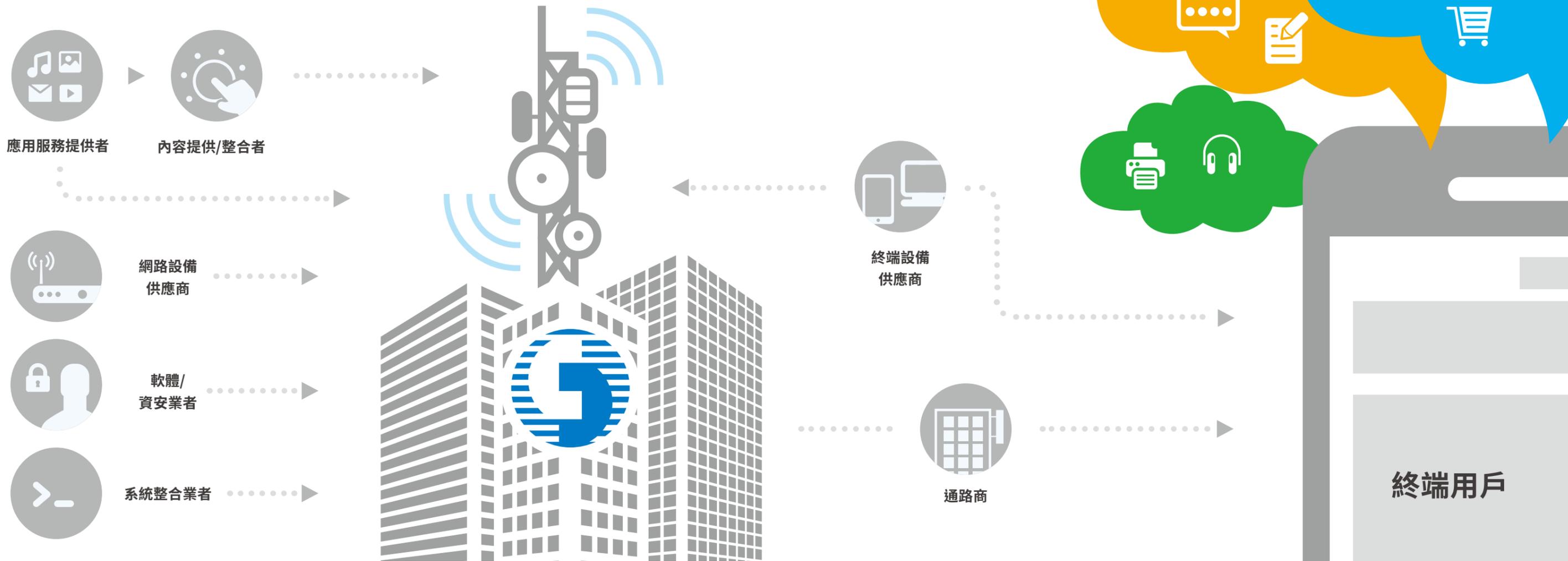
**主要產品營收比重**

<b>行動通信 43.5%</b>		
	客戶數	市佔率
	1,129.8萬戶	36%
<b>國內固定通信 33.4%</b>		
	客戶數/通信量	市佔率
市內網路	989.7 萬戶	92.1%
長途網路	1,640.7百萬分鐘	81.6%
寬頻接取	434.8萬戶	65.6%
MOD	206.9萬戶	29.8%
<b>網際網路 15.5%</b>		
	客戶數	市佔率
	395萬戶	62.5%
<b>國際固定通信 4.2%</b>		
	通信量	市佔率
	222.3百萬分鐘	50.9%
<b>其他 3.4%</b>		

## 產業價值鏈與關鍵永續績效

由於高科技功能的發揮，原有市場界線逐漸推移，市場發生混合現象，使得產業界線愈趨模糊，國際數據資訊公司（International Data Corporation，簡稱IDC）將資通訊、e-Commerce、Electronics及Entertainment合併成新的eICT領域，意味跨界經營與異業合作已逐漸普遍。

在數位匯流衝擊下，電信產業價值鏈因而更為擴大，業者無不以創新的eICT服務提供更貼近用戶需求的产品、服務以爭取市場，同時，內容提供者/整合者、應用服務提供者、網路設備及終端設備供應商等，更是電信服務業者推展數位匯流服務重要的價值夥伴。



未來中華電信將於固網、行動、數據及eICT等業務上持續精進，加強與上、中、下游供應商合作，形成更緊密的產業生態鏈，共同推出更多優質服務。

### 社會

- 《企業行為準則 (CoC)》  
通過 SGS 符合性認證
- 《團體協約》涵蓋員工 **99.26 %**
- 「51 SDGs」台灣 **第一個**  
可以連結 UN SDGs 及 DIGI+ 的倡議

### 公司治理

- 合併營業收入 **2,076 億元**
- 業界 **唯一** 設置勞工董事
- 獨立董事比例達 **38.5 %**

### 環境

- 太陽光電裝置容量 **2,783.665 kWp**
- 第一家同時取得雙項國際標準**  
「ISO 14046 水足跡、ISO 14067 碳足跡」
- 全球 **第一家** 通過「TCFD 符合性查核」  
的電信業者

## ◇ 公司治理



中華電信董事會為公司最高治理機構，具選任與提名高階管理者的職責，並負責制定及審核企業社會責任及永續發展策略。第9屆董事選任13人，男性12名、女性1名（獨立董事男性4名、女性1名）。董事任期為3年（自2019年6月21日起至2022年6月20日止）。為確保治理的獨立性並兼具利害關係人觀點，由全體獨立董事組成審計委員會。

中華電信董事會由具產業、財會、管理等專家及學者組成；董事會成員除具備董事會整體之能力與產業經驗外，另兼具公司業務多元化發展所需之能力，包含法律專業、風險管理、稽核能力及資通訊能力。此外，我們注重董事會成員組成之性別平等，已擬定5年內達成女性董事佔20%之目標。

中華電信外部董事（含獨立董事）可就其不同專才及領域，提供客觀的專業意見，有助於董事會做出對公司及股東最有利的決策。為了保障董事免於因執行職務，而遭受第三人訴訟所引發的個人責任及財務損失，我們亦為董事購買責任險。

為確保永續管理之有效運行，除公司績效、轄屬單位績效及個人績效等關鍵績效指標外，我們亦將企業社會責任發展趨勢之相關項目，包含創新發展、風險管理、行為準則、資訊網路安全、氣候變遷、利害關係人議合盤點及社會參與，列入《中華電信高階經理人績效管理辦法》中。

### 董事會相關資訊 [↗](#)

董監事進修情形：請參閱2020年公司年報p. 64-65



### 董事會多元化政策

中華電信為實踐董事會多元化，以用人唯才為原則。董事選任基本條件不限性別、年齡、國籍、文化及族群，且應具備良好素養、產業經驗及專業知識等資歷背景，以達健全董事會結構。

### 薪酬與永續績效連結性

中華電信董事均由董事會及持股達法定比例的股東提名，並經股東會選任；為促使董事績效與公司永續願景及短、中、長期策略目標相連結，評量其應有之核心能力、強化當責，並落實績效與薪酬連動、留任與吸引關鍵人才加入董事會，薪資報酬委員會依公司章程等相關規定，將永續經營策略目標彈性納入董事薪酬核予之指標考量項目，與其變動薪酬發揮實質的連動效應，達到雙贏。

董事酬金：請參閱2020年公司年報p.28-29



#### 策略委員會

由8位董事組成，主責審查董事會交付案件，以及公司重要經營課題，如中長期發展目標及策略、重大投資與併購、組織機構重大調整、經營執照取得或繳回、年度營運計畫及預算之編製或修訂、資本額增減及其他重要策略議題等，審議結論依必要性提報董事會議決。



#### 審計委員會

由全體獨立董事組成，主要職責為委（解）任中華電信的簽證會計師、決定簽證會計師的報酬、審核並討論有關第一至三季及年度財務報告、訂定、修正內控制度，及考核內控制度的有效性。



#### 薪資報酬委員會

由3位獨立董事組成，負責訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬的政策、制度、標準與結構。

### 避免利益衝突

中華電信董事長身兼執行長，董事的選任係依相關法令及中華電信章程規定，採候選人提名制度，由董事會及符合法定持股比例要求的股東提名，依法定程序辦理董事提名公告及提名作業。另為避免最高治理機構的利益衝突，我們按下列程序進行嚴謹的控管，包括：

- 新任董事均須簽署願任同意書，遵守公司法第23條的規定，忠實執行業務及盡善良管理人的注意義務。
- 所有董事均須簽署聲明書，聲明已確知公司法第206條有關表決權行使的迴避內容及違反時的法律效應。

在董事的高道德自律標準及完整機制的運作下，中華電信董事會成立迄今並未有任何利益衝突事件發生。此外，董事會通過《中華電信股份有限公司治理守則》共五十條，除內部公告並函請各單位確實執行外，並由董事會秘書室定期追蹤評估。

### 董事會績效評估

為落實公司治理並提升董事會功能，建立績效目標以加強董事會運作效率，我們於2019年第9屆董事會第2次會議通過訂定《董事會績效評估辦法》，嚴謹且詳細規範董事會績效評估之評估週期、評估範圍、執行程序、評估指標與應遵循事項。董事會成員自我考核自評、功能性委員會績效考核自評，為每年一次；並依法至少每三年一次，由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行董事會績效評估。

[中華電信董事會績效評估辦法](#) [↗](#)

[2020年績效評估執行結果](#) [↗](#)

### 股東權益維護

中華電信遵循公司治理的精神進行制度與措施變革及修正，包括：實施電子投票制度、股東會議案採逐案表決及在官方網站揭露全部議案的表決結果等，提供股東多元的議事參與管道，充分讓股東行使其權利，具體提升公司治理成效。

#### 中華電信股東結構 (持股比例)

政府機構	金融機構	其他法人	個人	外國機構及外人
40.23%	18.13%	8.19%	17.23%	16.22%

資料日期 (最近一次停止過戶日)：2020/7/4

### 創造股東價值

中華電信財務健全，多年來穩定經營、持續獲利。我們也年年依法誠實納稅，為國家做出實質且重大的貢獻。儘管我國電信經營環境充滿挑戰，我們仍持續專注本業、開創新猷，為股東創造最大價值。2020年，中華電信合併總營收為2,076億元。

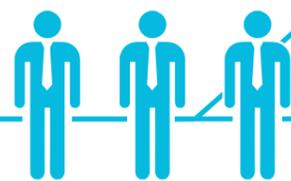
因語音業務持續受免費通訊軟體、VoIP技術取代及市場競爭影響，使相關營收下降，而資通訊專案如期、如質完工，增益專標案營收，2020年整體營收與2019年相比持平；2020年，歸屬於母公司的淨利為334億元、每股盈餘(EPS) 4.31元。

2020年，中華電信合併所得稅有效稅率約18.97%，與法定稅率20%及全球產業平均的差異主要為依據我國所得稅法第42條，營利事業投資國內其他營利事業，獲配的股利淨額或盈餘淨額免徵所得稅；另依產業創新條例第10條申請投資抵減的租稅優惠。



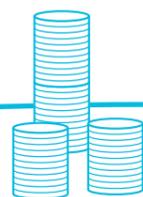
母子公司  
員工總數

32,318 人



留存的  
經濟價值\*

131 佰萬元



單位：佰萬元

實收資本額	77,574
營業收入	207,609
營業成本	137,029
營業費用	29,814
員工薪資福利*	44,963
現金股利	32,783
支付所得稅	7,852
社會投資/捐贈費用	1,077

- \*包含在營業成本及費用中
- \*留存的經濟價值=營業收入-營業成本-營業費用-現金股利-支付所得稅

### 重視誠信道德

為確保所有員工均能以最高倫理標準從事營運活動，我們訂有《誠信經營守則》、《行為準則》及《誠信經營作業程序及行為指南》，規範員工在從事商業行為時應具備的倫理與責任，並廣泛宣導及深化道德廉潔之企業文化。除了納入新進員工的訓練課程，全體員工每年都須定期上網重新瀏覽並進行測驗，2020年除了施測期間有正當理由的員工外，皆完成測驗。同時，為求《行為準則》在中華電信的落實，我們亦通過SGS-Taiwan嚴謹的查核程序，取得外部第三方符合性聲明書。

#### 防範貪腐

中華電信訂有《從業人員考核要點》及《從業人員獎懲標準》做為員工考核依據，若遇有足資鼓勵的事蹟或應懲戒行為時，依規定即時辦理獎懲。同時設有安全嚴謹的員工保密舉報機制，員工資訊入口網站之「員工園地」，設有受理員工申訴檢舉專線等資訊。2020年受理申訴檢舉案計43件、結案43件，查處中0件。2020年違反行為準則的紀律案計4件（情事較去年降低78%），均依據作業規定及處理原則辦理調查與議處，以導正從業人員依章行事、維護公司紀律及股東權益。

[中華電信反貪腐政策](#)

#### 內部稽核制度

內部稽核旨在協助董事會及經理人，檢查及覆核內部控制制度與衡量營運效率。中華電信內部稽核單位隸屬董事會，依循規章制度執行稽核業務。每年底依據風險評估結果擬訂次年稽核計畫，提報董事會通過後，經由網路資訊系統向主管機關申報備查。

[內部稽核組織及運作](#)

#### 資訊揭露

中華電信秉持誠信、負責及值得信賴的公司治理精神，透過官網、公開資訊觀測站、公司年報、企業社會責任報告書，以及各式記者會、法說會等多元透明的資訊管道，加強與利害關係人溝通，提升資訊揭露的速度、品質、平衡度及可信度。我們於公司治理第六屆評鑑，五度獲得前5%之最優等佳績；亦於「市值100億元以上電子類」上市櫃企業中，獲得評鑑結果最佳前10%肯定！

#### 強化業務管理品質

為提升業務行銷的品質，建立消費者對中華電信品牌的信任，並維護良好的商譽及企業形象，我們訂有《業務行銷規範》，以確保業務行銷的執行符合法令及主管機關的規範與要求，並將規範的符合狀況列入高階主管的考評項目之中。因致力於遵循相關規範，2020年無任何遭公平交易委員會裁罰的案件。

#### 支持全球性CSR倡議與規範

我們自願性遵循聯合國《全球盟約》原則規範。在人權方面，尊重和維護國際公認的各項人權，絕不參與任何漠視與踐踏人權的行為；在勞工標準方面，維護員工結社自由、承認及維護勞資集體談判的權利，致力消除任何形式的不當勞動行為，並杜絕僱用方面的歧視行為。

中華電信公開揭示人權政策、力挺人權議題的重要性並建立相關之申訴及處理機制，持續將守護人權的理念納入公司政策，並公開表明尊重人權的決心。對於相關人權政策，中華電信學院每年皆開授專班，遇有勞動相關法規修訂或政策性議題的轉變，亦會規劃課程及調訓，2020年共開班3堂，計63,609小時，21,203人次參與。

[中華電行人權政策](#)

### 氣候風險管理

中華電信建構系統性和組織化的公司治理架構，確保與氣候變遷相關的各項挑戰，能即時納入公司年度策略之規劃中，並落實相關專案之執行。

#### 董事會監督責任

中華電信CSR委員會主任及副主任委員，分別由董事長及總經理擔任，2人亦同時為董事會成員，總經理身任中華電信「風險管理委員會」召集人，基於掌管職務的交疊與熟稔，更加確保氣候變遷相關風險與機會，能在CSR委員會會議上，獲得充分的討論與審查，同時透過既有的內控及風險管理流程，督導控管日常營運的進行，執行成果並向董事會進行匯報。

中華電信意識到氣候變遷議題的重要性，2018年起施行《高階經理人績效管理辦法》，將「企業社會責任」與「氣候變遷」彈性納入董事及高階經理人績效評估指標，連動影響薪酬核予的多寡。

#### 管理的角色

中華電信CSR委員會每年檢視公司碳管理策略，規劃妥適預算支應行動方案的執行，並設定相關績效目標，確保氣候策略融入年度營運活動中，相關管理機制如下：



中華電信CSR委員會下設有「環境永續發展小組」，依循董事會及CSR委員會制定之中、長期策略、目標，配合國際投資人、評比機構及利害關係之需求，透過公司風險管理流程，分析、評估氣候變遷議題所帶來的風險與機會，並具體落實各項解決方案的執行。

### CSR管理

中華電信自2006年導入CSR管理機制，同年成立「CSR委員會」及訂定各項永續政策，致力於由上而下落實各項永續行動。我們聚焦於善用企業獨特的資源和專長，透過六大工作小組的努力，從環境、社會及公司治理三大面向，實踐「永遠走在最前面」的品牌精神，積極投入「創造社會共融、數位包容、綠色資通訊產品與服務、綠色品牌管理、節能減碳」等永續議題，以具體行動履行全方位ESG行動。

[中華電信 CSR 實務守則](#)



中華電信企業社會責任願景



## CSR內化與溝通

中華電信員工遍及全台灣，為確保所有員工都理解企業社會責任的精神，確實執行並適時提供回饋建議，我們於公司內部建置多元溝通管道，宣導相關議題，並結合績效考核機制，將永續觀念化為行動，具體落實於日常作業之中。

## CSR委員會

「中華電信企業社會責任委員會」以擴大核心職能效益、落實企業社會責任願景為出發點，推動各項發展計畫，為產業及社會之永續做出卓越貢獻。

項目	說明
董事會代表	謝繼茂 董事長
機制	CSR委員會依董事會核定之政策，進行各項行動內容分工協調與進度監督，定期向董事會報告重要議題及利害關係人溝通結果，並由董事會負責每年最終的績效評核。
執行	<ul style="list-style-type: none"> <li>秘書處由公共事務處專責。</li> <li>秘書處綜理相關政策、行動規劃，訂定執行方案及編列預算，並辦理相關教育訓練、成果展示、管考追蹤及獎勵。</li> <li>六大工作小組、分公司及所屬機構，配合推動及落實相關執行方案。</li> <li>每季利害關係人議合成果納入董事會資料。</li> </ul>
開會頻率	每半年一次
報告簽核	總公司副總級主管審核後，簽請董事長覆核。
2020年執行成果	通過《中華電信企業社會責任政策、組織架構與管理方針》，並提請第9屆董事會第8次會議議決，落實企業社會責任的實踐。



管道	名稱	行動
高層溝通	高階主管會議	針對重大永續議題，定期提報予高階主管會議討論，依決議改善發展方向及目標。
員工論壇	中華電信異言堂	設有內部員工意見交流網站供匿名方式抒發、交換意見，適時針對多數人討論的議題，進行溝通及改善。
員工訓練	環境教育訓練	每年進行至少4小時的環境教育訓練，並藉由各種生態旅遊寓教於樂，傳遞環境永續的理念。
	企業社會責任教育訓練	每年執行企業社會責任相關教育課程，並依循國際趨勢，聘請外部顧問授課與交流。
	新進人員訓練	辦理新進人員數位訓練課程，安排人事制度介紹、工作規則及勞資關係等課程，以了解《勞動基準法》、勞資協調及爭議處理等相關事宜。
	e-Learning	將課程、即時資訊及宣導事項，透過e-Learning系統，供員工隨時瀏覽。

管道	名稱	行動
年度考核	行政管理永續績效	將各類能源使用的減量目標列入年度管理績效考評，並做為個人或單位節能獎勵的依據。
	道德規範線上測驗	每年進行《行為準則》、《誠信經營守則》及《防範內線交易》規範的宣導及測驗。
	檢舉與申訴	員工違反《行為準則》及《誠信經營守則》查證屬實者，將依公司規定辦理。
其他	ESG報告書研討會	不定期針對最新的報告書撰寫趨勢，進行內部訓練。
	官網及社群媒體	配合現代利害關係人閱聽習慣，在官網及中華電信YouTube頻道上設置「CSR影片專區」並建立FB粉絲團。