

# 用心傾聽 永續創新

— 100年中華電信企業社會責任報告書  
2011 Corporate Social Responsibility Report



**CHT**  
**+ CSR**  
**= Creativity**  
**+ Care**



中華電信  
Chungwa Telecom

# 編輯方針

這是中華電信第五本企業社會責任報告書。本報告書同時發行中文、英文版本，並且設有企業社會責任專屬網站。我們期望結合紙本與網路的優點來呈現我們在2011年實踐CSR的各項努力與成果，讓關心我們的各界利害關係人，能對我們更加了解與信任。

 企業社會責任專屬網站 <http://www.cht.com.tw/csr/download.html>

## 報告時間

本報告書揭露2011年度(2011年1月1日至12月31日)本公司各項CSR管理方針、關鍵議題、回應及行動的績效資訊。為了敘述的完整，部份內容也涵蓋2011年1月1日以前，及2011年12月31日之後的行動內容與績效。

## 報告邊界與範疇

本報告書的組織邊界涵蓋中華電信總公司與分公司(不包含轉投資子公司)，以及中華電信基金會；簡稱為「中華電信」。報告書的資訊範疇，涵蓋了財務、環境和社會面的政策與表現，惟財務資訊為涵蓋中華電信及合資公司的合併資料。

## 參考指南

本報告書參照全球永續性報告協會(The Global Reporting Initiative, GRI) G3.1報告書綱領，以及電信業補充指標(Telecommunications Sector Supplement)撰寫。

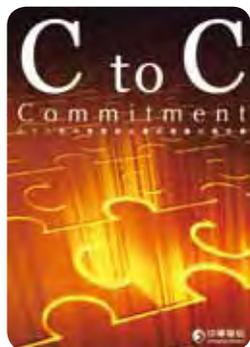
## 確保公開資訊的可靠性

我們委託台灣檢驗科技(股)公司(SGS Taiwan)針對本報告書中的數據進行確證，取得確證聲明書。經確證後，本報告書符合GRI A<sup>+</sup>應用等級與AA1000 AS 2008的標準。

## 意見回覆

如果您對於我們的《一〇〇年中華電信企業社會責任報告書》有任何指教，我們非常歡迎您將寶貴的意見傳達讓我們知道，您可以跟我們聯絡：

中華電信股份有限公司  
公共事務處 企業社會責任科  
曾志明  
地 址：台北市信義路一段21-3號  
電 話：02-23444000  
電子郵件：chtcsr@cht.com.tw



九十六年  
企業社會責任報告書  
2008年5月出版



九十七年  
企業社會責任報告書  
2009年9月出版



九十八年  
企業社會責任報告書  
2010年8月出版



九十九年  
企業社會責任報告書  
2012年2月出版



一〇〇年  
企業社會責任報告書  
2012年8月出版



攜手愛護環境

中華電信CSR報告書使用環保大豆油墨、再生紙印製

# 董事長的話

2011年是中華電信營運發展成果豐碩的一年。我們的行動電話客戶數突破一千萬，MOD服務客戶數也衝破百萬戶的關卡。面對數位匯流的挑戰，我們邁向提供「多螢、一雲」的跨平台服務，將固網與行動寬頻加以整合。無論是使用智慧型手機、平板電腦、電腦或電視，透過網際網路無遠弗屆的力量，我們相信當資訊越容易取得與應用，越能促進良性生活方式的改變。我們致力永續創新，「iEN智慧節能服務」與「EYE社會創新電話客服中心」則是我們運用資通訊核心能力解決環境與社會問題的具體成果。

2011年，在企業社會責任方面的表現上，依舊獲得多項肯定。我們連續六年榮獲證期會評選為10家A+級資訊揭露的上市公司之一；IR Global Ranking頒給我們亞太與大中華區傑出財務資訊揭露獎；Finance Asia雜誌亦頒給我們的台灣地區最佳公司治理、最佳企業社會責任獎。此外，連續八年榮獲讀者文摘電信業信譽品牌白金獎並獲得天下雜誌頒予「2011天下企業公民獎」。

隨著集團企業的擴大，我們規範子公司的營運管理制度，加強集團企業的協同合作，提高綜效。此外，我們的合作廠商已超過7千家，年採購金額逾500億元。這意味著，我們有更大的影響力來實踐企業社會責任。2011年，我們發佈「中華電信供應商社會責任準則」與「促進供應商落實社會責任作業要點」，是台灣服務業供應商管理的首創之舉。我們將持續鼓勵並協助供應商達到應有的企業社會責任標準，更希望他們能將相關標準擴大應用在其供應商管理。

2011年也是我們推動企業社會責任第一個五年里程碑，我們在這本年報中也揭露了CSR主軸與案例，中華電信運用資、通訊本業的特質，延伸企業社會責任的力量，把資源用在最有效的地方，就是「CHT+CSR=Care+ Creativity」的具體展現。

2012年起，我們將提供更多開放的溝通管道、用心傾聽外界的聲音做為我們行動的參考。所有的努力都指向同一個目標，即是我們的願景：「成為最有價值和最受信賴的資通訊公司」，也期待各界先進能不吝惠賜意見與指教。

董事長

呂學錦



# CONTENTS

## Strategy策略

## Management管理

### 企業社會責任管理

核心能力 再造標竿

10

完善企業社會責任管理系統

11

### 公司治理

落實誠信經營

18

完善風險與危機管理

19

### 客戶服務

加強服務發展

26

創新品牌管理  
強化客戶關係管理  
持續客戶滿意度調查

27

### 員工關懷

關懷員工需求  
促進勞資和諧

38

人力資源管理

40

### 環境影響

因應變遷的積極作為

48

環境永續發展管理  
ISO國際標準認證  
落實用電管理  
碳管理目標  
電信機房節能減碳計劃  
節能減碳成果斐然

49

### 社會投資

聚焦數位機會

62

建立LBG社會貢獻評估法

63

## Action措施

## Response回應

## Target目標

進行利害關係人溝通

12

深化供應商合作  
擴大供應商管理

13

企業社會責任關鍵績效指標

15

深化行為準則

20

力行誠信企業文化  
透明揭露與管理

21

雲端平台共享價值

23

營造資訊安全  
主動說明產品特性  
保障通訊品質

30

建設寬頻網路  
掌握政策與法規

33

建構開放創意平台

35

吸引與留用人才  
樂在工作幸福人生

41

保障職業健康與安全  
安全衛生管理與系統  
驗證

43

落實環境教育

45

水資源使用效益管理

55

創造綠色企業

58

共創美麗家園

59

縮短數位落差

64

專案執行成果

66

數位包容創造共享價值

67

# 公司概況

我們承諾以創新技術提供感動服務，帶領台灣電信產業發展走向新紀元。依循「壯大台灣、連結兩岸、佈局全球」的方向，從管理經營者角色，轉變為促進經濟發展及社會安定的中堅企業。

## 績效穩健

2011年，由於智慧型手機風行及經濟復甦刺激了通訊量，進而帶動整體電信產業的成長動能。在全體同仁共同努力下，行動增值、手機銷售及網際網路業務均持續成長。2011年合併總營收達2,174.93億元，歸屬予母公司股東之純益470.68億元，每股稅後盈餘6.04元，合併所得稅費用為86.03億元。我們持續回饋投資人，2011年發放現金股利及因減資返還金額共622.48億元。

除了傳統電信業務外，我們已成功地推出多項資通訊及數位匯流服務，提供客戶雲端運算及客製化的整體解決方案，持續朝資通訊服務公司轉型。

## 拓展海外業務

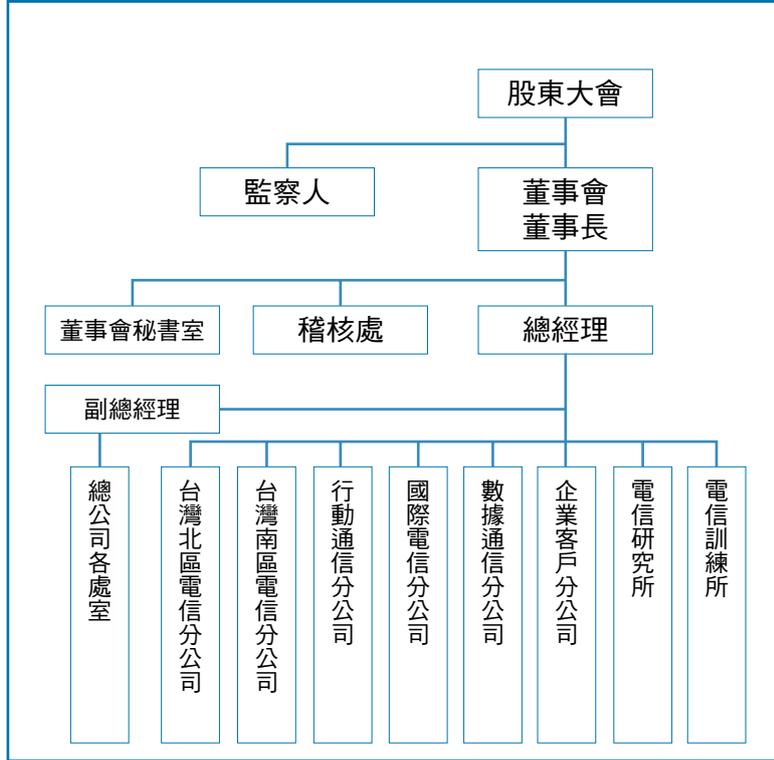
中華電信關係企業經營業務所涵蓋之行業，主要以電信服務為主。大體而言，在於透過技術、產能、行銷以及服務的互相支援，創造最大的綜效，進而不斷地為客戶提供最佳的專業服務，確保在市場的領導地位。

為拓展海外市場、開發新成長空間，中華電信透過美國、香港、新加坡與日本等子公司，我們將國際固網業務拓展至海外市場，以強化業務競爭力、維持高品質的服務水準，並提供跨國企業客戶國際電路出租、IPVPN、網路資料轉送服務(IP transit)、語音及數據批售等服務。

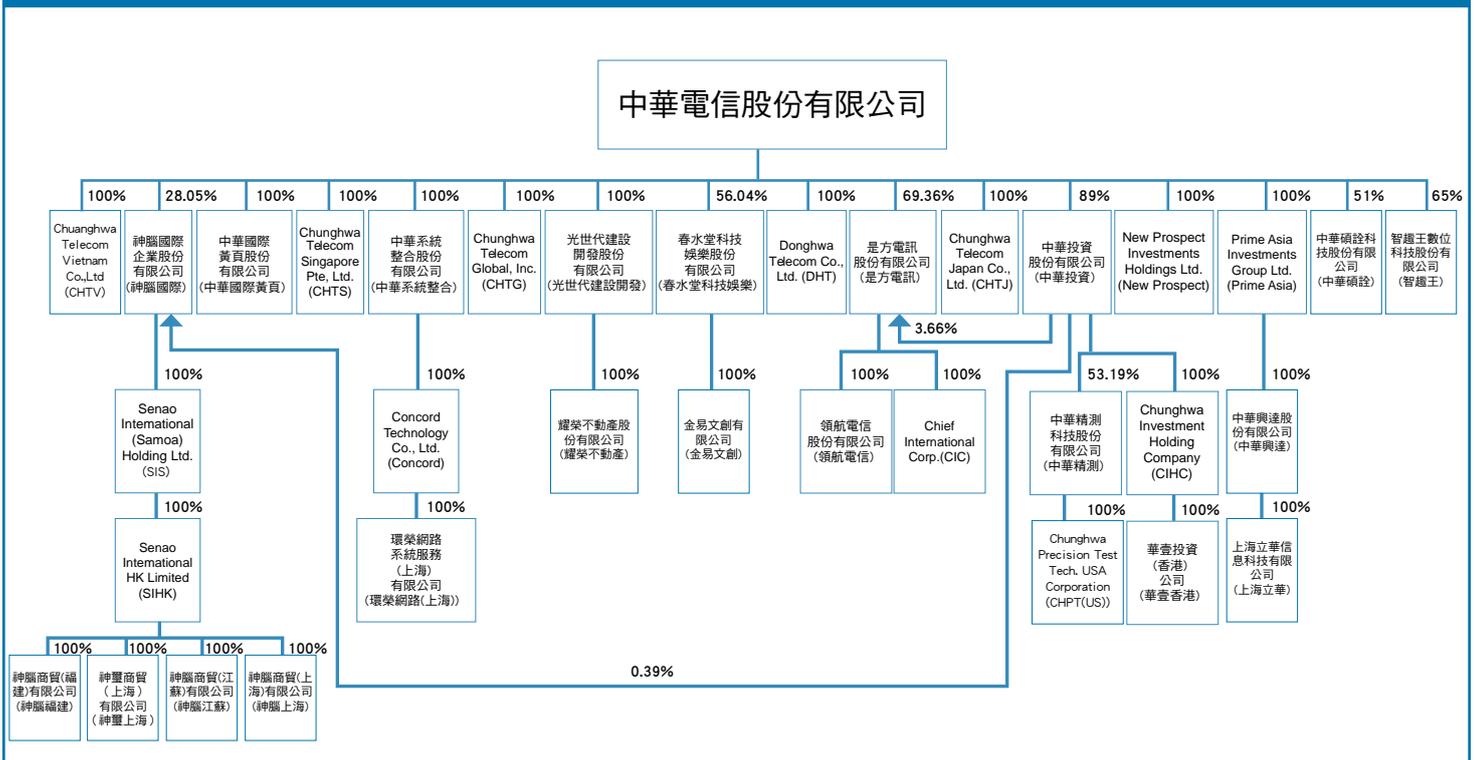
隨著兩岸簽署ECFA與大陸施行十二五計畫，中華電信除在大陸設置據點並與大陸業者合作外，更逐步開拓大陸ICT市場。目前已投資設立上海立華、江蘇振華及廈門碩泰等子公司，並與大陸三大電信業者合作推動iEN智慧節能、雲端運算、智慧城市應用及行動增值等相關服務，未來亦將陸續結合各領域的策略合作夥伴共同深耕大陸市場。

拓展東南亞市場亦為中華電信海外布局的重點之一。除了設立香港、新加坡、越南等子公司及泰國辦事處外，亦與越南Viettel共同設立IDC公司，未來將視市場需求，以現有子公司、辦事處為基礎，積極拓展當地及鄰近國家商機。

## 中華電信組織架構



## 關係企業組織圖



中華電信合併業績概況(百萬元)			
	2009年	2010年	2011年
營業收入	198,361	202,430	217,493
營業成本	112,736	115,332	131,531
營業費用	29,231	29,731	30,877
營業利益	56,394	57,367	55,085
每股基本盈餘(元)	4.51	4.91	6.04

中華電信市場地位(用戶數及市占率)						
	2009年		2010年		2011年	
	用戶數	市占率	用戶數	市占率	用戶數	市占率
市話	1,244.8萬	97.09%	1,230.7萬	96.94%	1,208.1萬	95.29%
行動電話	926.9萬	34.38%	967.9萬	34.77%	1,007.2萬	34.90%
寬頻網路	430.4萬	83.01%	437.4萬	80.50%	449.8萬	79.21%
HiNet	406.7萬	71.76%	409.6萬	69.56%	418.2萬	68.65%

中華電信合併營收(百萬元)						
部門別	2009年		2010年		2011年	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率
國內固定通信	71,467	36.03%	70,688	34.92%	79,351	36.48%
行動通信	86,524	43.62%	89,044	43.99%	92,998	42.76%
網際網路	23,653	11.92%	24,483	12.10%	24,834	11.42%
國際固定通信	15,244	7.69%	15,534	7.67%	15,218	7.00%
其他	1,473	0.74%	2,681	1.32%	5,092	2.34%
合計	198,361	100.00%	202,430	100.00%	217,493	100.00%

中華電信合併用人費用(百萬元)			
	2009年	2010年	2011年
用人費用	41,708	44,075	44,849

## 有效管理資本支出

2011年合併資本支出共計268.76億元，分別為國內固定通信(含接取網路及寬頻網路)165.69億元、行動通信43.34億元、網際網路37.46億元、國際固定通信及其他22.27億元。

寬頻業務方面，主要為佈建光纖網路以鼓勵ADSL客戶升級至光纖服務，進而刺激用戶數成長並提升網路的效能。在行動業務方面，則主要用於提升3G/HSPA/HSPA+等高速網路的覆蓋率並維持網路通信品質。此外，未來兩到三年將有雲端業務相關之資本支出。

我們購置機器設備及研究發展等支出，享有投資抵減之租稅優惠。2011年之投資抵減金額約為6.42億元。

## 關係企業管理

依據「中華電信股份有限公司轉投資作業要點」，我們審慎進行轉投資之策略規劃、評估及審查、投後管理、績效評估及退出機制與處分等。除定期分析轉投資事業之營運狀況與經營績效，我們亦協助關係企業制訂及推動績效管理制度。

我們的內部控制涵蓋企業層級之風險管理及作業層級之營運活動，並訂有「對子公司之監督與管理」作業，落實對子公司風險控管機制。同時，針對我們所指派擔(兼)任轉投資事業董事長、總經理及股權代表之管理，亦訂定管理機制「中華電信股份有限公司派任(兼)轉投資事業經營代表、股權代表之遴選、管理及考核要點」，據以辦理考核、善盡管理人之責。

# 企業社會責任管理



- S 策略** 核心能力 再造標竿
- M 管理** 完善企業社會責任管理系統
- A 措施** 進行利害關係人溝通
- R 回應** 深化供應商合作 | 擴大供應商管理
- T 目標** 企業社會責任關鍵績效指標 | 實務手則對照表

得獎記錄



- Finance Asia 2011年亞洲最佳企業評選，榮獲「最佳管理之企業」、「最佳公司治理」、「最佳企業社會責任典範」及「最信守股利政策承諾」四項肯定



# 從傾聽 到行動

中華電信是國內第一個組成企業社會責任委員會的電信業者，自從推動企業社會責任工作以來，我們以S.M.A.R.T.模式擬定策略、發展管理、制定行動計畫、觀察回應並設定目標。

為了讓我們的工作能更加回應利害關係人的期待，2011年開始，我們定期舉辦利害關係人溝通會議，將寶貴意見回饋給營運單位，讓中華電信與企業社會責任的相遇，成為用心傾聽、永續創新的善循環。

# 核心能力 再造標竿

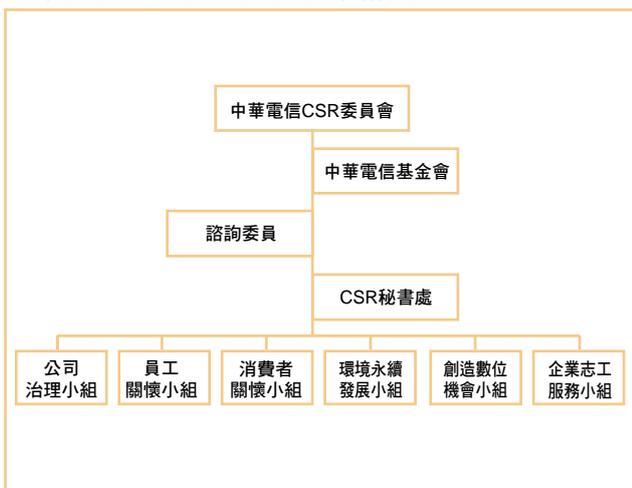
身為一個有價值的企業，如何對我們核心業務領域所影響到的各類利害關係人，採取更負責任的行動，一向是我們在注重專業之餘，從未忽視的課題。我們相信利用企業獨特的資源和專長，重點投入相關的公益議題，來改善公司的競爭環境，可以讓社會和企業同時受益；而成熟的企業社會責任，必須要融入企業的核心活動中，才能成為凝聚組織、激勵創新的企業文化基因。

## 台灣CSR標竿

中華電信企業社會責任的驅動力，來自全球化時代對於企業的要求：包含企業的環球布局、企業形象聲譽的風險與因應、非財務績效的資訊揭露要求、優秀人才的留用與培育等等。

自從2007年推動企業社會責任以來，我們計畫達到的目標，是超越法規遵循的自願性作為，滿足永續成長，以及將企業社會責任融入在核心營運過程之中。多年來，中華電信已成為台灣電信業的CSR標竿，我們也逐步將企業社會責任由公司策略，發展到競爭策略，再發展到組織運作策略。

### 企業社會責任委員會組織架構圖



## 反思與再出發

中華電信領先於國內業者推動企業社會責任，多年來亦屢獲國內外相關獎項之肯定。在主管機關頒佈《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》後，因應其中第5至7條之規定，我們開始思索制訂自己的「企業社會責任政策」，並爭取董事會的認可與支持。

依規劃，董事會將負責：企業社會責任之政策、制度、管理系統；提出企業社會責任使命(或願景、價值)；制定企業社會責任政策聲明；隨時檢討實施成效並持續改進。原有之企業社會責任委員會，負責各項工作之策略。六工作小組負責提出行動方案與年度計畫，並執行績效評量與檢討。

中華電信的核心價值是「正派經營、專業、執行力」。在此基礎下，我們企業社會責任可以下方的示意圖表達：

### 中華電信企業社會責任範疇

正派經營	永續經營	共融事業
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 遵守法令</li> <li>● 遵守「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 國際公約</li> <li>● 環保趨勢</li> <li>● 兼善天下</li> <li>● 傾聽聲音</li> <li>● 優質化</li> <li>● 通用設計</li> <li>● 社會倫理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業公民</li> <li>● 慈善活動</li> <li>● 數位包容</li> </ul>

我們企業社會責任的核心範疇在於「永續經營」，為了爭取政府與社會的認同，我們以更高的企業倫理與道德標準自我要求。我們期許每位同仁都能具備正確的企業社會責任觀念，在推動例行業務時，即是落實執行企業社會責任。

# 完善企業社會責任管理系統

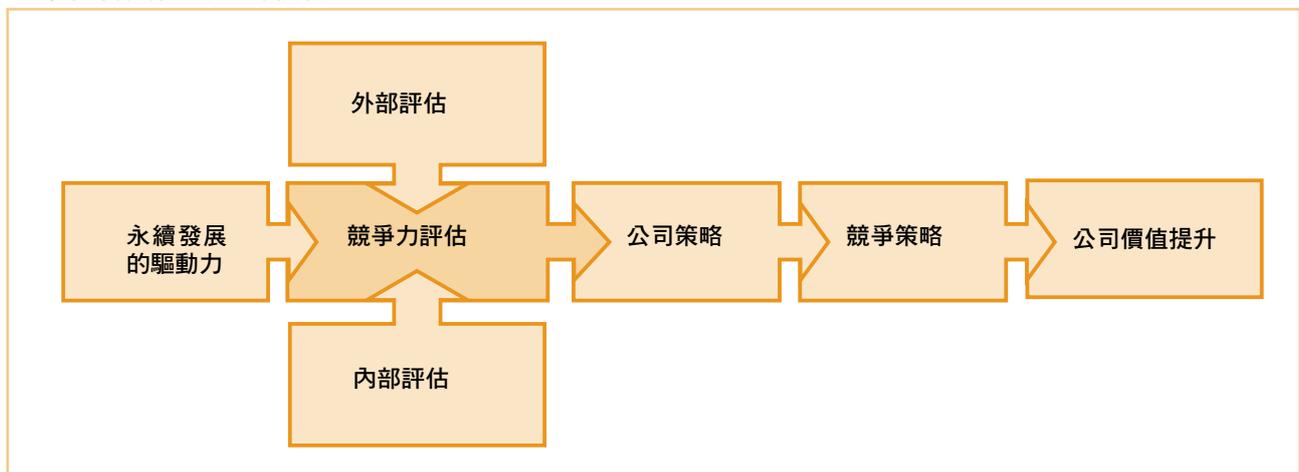
我們以SMART企業社會責任管理系統，建構獨特的中華電信企業社會責任文化。在走過第一個五年里程碑，我們認為企業社會責任注入中華電信，的確拉進公司和利害關係人的距離，刺激公司創新加值；但我們不以此滿足，努力反思與再出發。

## SMART企業社會責任管理系統

我們自2007年推行企業社會責任以來，持續不斷討論與深化，並依循2010年證交所通過之「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」的精神，全面融入營運過程。

融入營運過程不單只是口號，我們已經有清楚的管理模式。在企業社會責任的六個面向，包括企業社會責任管理、公司治理、客戶服務、員工關懷、環境影響與社會投資，我們發展出獨特的策略(Strategy)、管理(Management)、措施(Action)、回應(Response)和目標(Target)等五階段的SMART企業社會責任管理系統，並帶入營運計畫。透過外部問卷及內部評估程序，在每年年底請各小組研擬制定未來一年的新目標，並評估各小組的策略、管理、措施、回應與目標是否需要增補改善；我們相信，對企業社會責任進行策略與管理，將有助推動企業社會責任的永續經營。

## 企業社會責任與公司價值



## 公司價值提升

我們認為，對企業社會責任進行策略與管理，將有效控制風險、降低成本、增加品牌價值和帶來新的成長機會，為包含股東在內的利害關係人帶來更多價值。

展望未來，我們將持續運用核心能力，落實誠信經營，創造企業社會責任標竿；關懷員工需求，迎接雲端時代，打造責任品牌；應對氣候變遷，聚焦數位機會，迎向新時代挑戰。而所有策略的核心都指向同一個目標，那就是我們的願景：「成為最有價值和最受信賴的資通訊公司」。

# 進行利害關係人溝通

我們將企業社會責任與公司日常營運管理結合，因為我們相信良好的社會責任議題管理，是我們達成願景的重要關鍵因素，能讓我們以更負責任的態度面對未來可能發生的問題與挑戰，為公司的業務發展、客戶與廣大的利害關係人創造更大的價值。我們重視各類利害關係人的聲音，採取主動溝通的態度，即時合理地回應外界的需求。

## 多重溝通管道

利害關係人溝通與關鍵性議題辨識，是落實CSR的核心工作。中華電信自2007年發表第一本企業社會責任報告書以來，即強化與利害關係人的互動，不定期邀請不同利害關係人與相關部門主管進行座談；並且將企業社會責任報告書提交第三方查證，確保資訊可靠、正確。



傾聽利害關係人的聲音並適時由各部門主管進行回應。

## 關鍵性議題分析

針對各類利害關係人關心的不同議題，我們再分別從「對公司營運的影響」以及「對社會環境的影響」兩個面向進行優先順序的判斷。一如既往，創造數位機會是我們CSR工作最應著重的項目。其次「顧客隱私權保障」與「身心障礙人士資通訊科技使用」兩項，同樣與我們的核心業務密切相關。科技的飛快進展，一方面我們需要保障使用者的權益不受侵犯；另一方面，針對不同族群的需求將特定產品、服務客製化，是我們對社會期待的具體回應，也可能是未來的商機。

## 關鍵性議題矩陣

識別： 源自眾多利害關係人的主要議題	
<b>主要來源：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 客戶回饋</li> <li>● 電子信箱</li> <li>● 利害關係人會議</li> <li>● 投資人問卷</li> <li>● 員工問卷</li> <li>● 供應商問卷</li> <li>● 消費者調查</li> <li>● 社區投資評估</li> <li>● 外部確證</li> </ul>	<b>主要議題：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 氣候變化</li> <li>● 數位機會</li> <li>● 身心障礙人士資通訊科技使用</li> <li>● 人才僱用</li> <li>● 反壟斷</li> <li>● 電磁波</li> <li>● 能源使用</li> <li>● 員工健康</li> <li>● 顧客隱私權</li> <li>● 廢手機回收</li> </ul>



# 深化供應商合作

與供應商合作、共同成長是我們對資通訊產業的責任。「中華電信行為準則」第8條明訂：我們必須以公平的方式對待我們的供應商，不以隱匿、濫用優勢或其他實質上之誤導取得不公平之利益以嚴禁自供應商取得不當之利益。另外，第10條也聲明我們將不會與競爭對手聯合杯葛或拒絕與供應商之交易。

## 創造雙贏合作關係

多年來，我們更透過各項措施，落實與供應商共同成長。例如與供應商共同研發並提供獎勵。我們取得的專利技術也會透過公平的方式移轉權利。針對硬體部分，我們持續支援電信設施與測試環境。而軟體方面，我們則提供擴充、開放合作平台，以達到利益共享。

## 獎勵措施

我們透過開放的平台與協助提供融資，來協助供應商發展。

1. 雲端數位雨林：啟用大容量雲端服務創作平台，以優惠措施鼓勵軟體開發者進駐，輔導該軟體開發者將創作成果建構於應用市集，再進行推廣、銷售，打造完備雲端服務創作環境；軟體開發者可專注於研發創新服務，迅速切入市場。
2. 火金姑專案：與中小企業信用保證基金共同合作，成立「中華電信火金姑（相對保證）專案信用保證」，凡經本公司推薦之優良企業，均可申請本專案信用保證。本專案成立推動至今，累計共推薦廠商19案，協助取得資金融通總額約2.4億元。

## 能力建置

我們分享資源與供應商，提昇供應商的研發能力。除了掌握未來技術，我們也致力於友善環境的創新。

1. iEN服務帶動綠能產業：我們的智慧節能服務 (Intelligent Energy Network, iEN) 針對電力、照明、空調、熱泵及鍋爐、環境監控、太陽光電、給排水與節水八大領域以及智慧建築、機房節能等需求提供解決方案。我們致力於與設備商、整合商乃至於服務商之綠色採購、研發合作和技術推廣。目前已與65家合作商建立良性互動，共同發展具有國際競爭力之產品。
2. 協助台灣車載資通訊產業協會完成智慧公車產業標準及示範計畫：車載機標準制定是車載機產業與車載資通訊產業永續經營的重要關鍵，中華電信參與由經濟部邀請國內車載機設備上中下游、營業大客車業者與週邊應用廠家，組成「台灣車載資通訊產業協會之智慧巴士工作小組」，結合5家合作公司，共同建立完整的車載機相關產品之業界產品標準規範。
3. 深耕4G無線通訊標準LTE/LTE-A技術，掌握4G發展：協同宏達電與工研院於台灣首辦3GPP標準會議，計有超過900位來自全球的LTE/4G專家與會，提升公司國際知名度，並凸顯技術領先形象。
4. 召開國際性研討會與論壇，如：台美工商聯合會議(雲端運算分組)、第三屆台日資訊技術商務對話會議、第29屆中日工程技術研討會(電信組)。

# 擴大供應商管理

我們是台灣第一家制定供應商管理政策的電信業者。2009年，完成「中華電信供應商企業社會責任基本狀況調查」問卷。2010年，針對採購量大、影響性高的供應商，寄發問卷並召開供應商大會。2011年，發佈「中華電信供應商社會責任準則」與「促進供應商落實社會責任作業要點」，並且開始預備供應商永續評估計畫，預計在2012年內開始執行。

## 符合國際標準的供應商管理

中華電信在國內、外的每一個營運據點，都支持和鼓勵高標準的企業社會責任實踐。「中華電信供應商企業社會責任準則」就是為了周知我們對於供應商有關於道德、勞工、環境與健康安全的社會責任標準的期望。我們希望以此準則，展現我們對供應商管理的承諾與責任，與供應商共同達成良好道德標準、尊重勞動人權與環境永續的目標。「準則」適用於所有向中華電信集團、子公司暨合資公司提供商品與服務的供應商，並且擴及與供應商有直接或間接關聯的供應鏈廠商。

「準則」規範內容包括永續發展五面向：

- 企業標準
- 道德標準
- 勞工標準
- 環境標準
- 安全與衛生標準

根據「促進供應商落實社會責任作業要點」，我們將透過提供教育訓練、問卷調查、現場訪視或委託第三方獨立驗證之方式，了解供應商落實企業社會責任之情形。對於未符合相關準則的供應商，我們採取鼓勵原則，勸導其訂定適當的持續改善計畫。前述促進供應商落實社會責任的措施，將由企業社會責任委員會秘書處規劃執行，企業社會責任委員會各工作小組及相關業務單位派員協助。

## 供應商CSR狀況調查與稽核

過去，我們對供應商的稽核，僅限於工程類供應商。2011年共執行87家廠商（約佔所有供應商的1.2%）的稽核工作。透過現場稽核的方式（事先宣布與未宣布），訪問管理階層與員工，掌握施工品質。2012年起，採購金額500萬元以上的供應商需同意遵循「中華電信供應商社會責任準則」與「促進供應商落實社會責任作業要點」，並執行供應商CSR現況問卷調查，以便我們掌握供應商的永續性風險。我們將高永續性風險定義如下：

- 經濟面：供應商未制定行為準則而發生違反商業道德的案件。
- 環境面：供應商未制定書面的環境政策且未以正式程序要求其供應商遵守環保法規。
- 社會面：公司未制定書面的勞工政策或安全衛生政策。

依據我們預備中的供應商永續評估計畫，設備與勞務類的供應商，也將逐步納入稽核範圍，將ESG（環境、社會、公司治理）因素與供應商選考量加以整合。

# 企業社會責任關鍵 績效指標

從 2006 年開始推動企業社會責任以來，我們逐步累積了各項績效指標，在本報告書中以不同的標誌呈現，合規指標（📄）代表我們在企業社會責任工作所依循的相關法令，標竿指標（🏆）代表我們在企業社會責任工作所創造出的標竿成績。另以（🏆）代表我們在相關領域的得獎紀錄。

## 合規指標



行為準則相關規範	P.20
誠信經營守則之制定	P.21
NCC普及服務政策	P.33
身心障礙者權益保護法	P.38
工會法	P.39
因應氣候變遷之風險與機會	P.48

## 標竿指標



首家制定供應商CSR政策的電信業	P.14
唯一設有工會且與員工簽訂團體協約的電信業者	P.39
首家達成減碳目標的電信業者	P.52

## 管理指標



	2009	2010	2011	績效表現	頁碼
客戶滿意度：消費者客戶 (滿分為5分)	3.73	3.81	9.45 <sup>註</sup>	↑	P. 29
女性主管比例 (%)	22.48	23.04	23.71	↑	P. 38
身心障礙雇用 (人)	709	721	757	↑	P. 38
育嬰留職停薪申請 (人)	55	54	171	↑	P. 42
綠色採購金額最高的服務業者 (億元)	2.06	4.1	8	↑	P. 58
企業志工服務時數	41,979	147,083	19,452	↓	P. 63
社會貢獻金額 (千元)	1,556,467	1,875,187	1,604,862	↓	P. 63
偏遠地區開設電腦相關課程 (小時)	1,023	1,240	934	↓	P. 64

註：2011年，服務滿意度指標由五分法改為十分法。

# 公司治理



- S** 策略 落實誠信經營
- M** 管理 完善風險與危機管理
- A** 措施 深化行為準則
- R** 回應 力行誠信企業文化
- T** 目標 透明揭露與管理

## 得獎記錄



- 中華電信連續6年榮獲證券暨期貨市場發展基金會所舉辦之上市（櫃）公司資訊揭露評鑑A+之最高殊榮且名列A+級前十家上市櫃公司
- IR Global Rankings(投資人關係全球評等)亞太區最佳財務揭露獎、大中華區最佳財務揭露、台灣投資人關係網站銅獎。
- 榮獲電信管理世界大會(TM Forum Management World)『2011企業創新卓越獎』
- 亞洲永續性評等(2011 Asian Sustainability Rating, ASR)第2名·台灣第1
- 第二屆華人十大傑出專案經理人獎
- 參展「2011上市公司博覽會」獲頒CG6006進階版公司治理制度評量認證證書及企業社會責任優良獎
- 蟬聯「2011天下企業公民獎」-晉升為台灣最具未來性的新價值企業的電信業者



# 從綠色企業 到數位雨林

中華電信從交通部電信總局轉型公司後，在台灣、美國紐約都是績優股票上市公司，我們致力完善公司治理，更以綠色企業自許，將永續性議題融入企業日常經營之中。

自從推動企業社會責任工作以來，我們積極思考與商業夥伴協同合作，帶動社會正面發展。今後，我們將致力推動「活水沃土、綠能永續、繁榮創新、多元共生」的數位雨林理念。

# 落實誠信經營

要將「中華電信」打造成為最有價值及最值得信賴的資通訊公司，除業務拓展外，我們更強調信賴與價值。我們強化董監事職能並提昇資訊透明度，以確保股東權益。我們以公平方式對待供應商，積極創造雙贏合作關係。同時，我們遵循法規並主動告知產品特性，爭取客戶信任。

## 強化董監事職能

中華電信董事會為最高治理機構，董事長並身兼公司執行長。董事會具有高階管理者的選任與提名之職責，並負責制定公司企業社會責任、企業公民、及永續發展策略。董事會設置13席董事（含3席獨立董事），另設3席監察人；目前12席董事（其中1席於2011年7月辭任，缺額未補）中有3席為女性董事（含1席獨立董事），3席監察人亦均為女性。同時，明訂設有勞工董事1席，確保董事會之多樣性。2011年，董事會共召開8次會議，所有董事的平均出席率超過九成。

公司董事會為健全監督功能及強化管理機能，分設「策略」、「審計稽核」、「薪資報酬」3個委員會。獨立董事及外部董事就其不同專業領域提供專業客觀之意見，有助於董事會做出對公司及股東最有利的決策。為保障董事、監察人免於因執行職務遭受第三人訴訟所引發的個人責任及財務損失，我們已為董事、監察人購買責任險。

交通部為中華電信的最大股東，公司董事長及總經理做為政府股權代表，戮力經營公司並善盡社會責任，依「交通部派任公民營事業及財團法人機關代表遴選、管理及考核要點」，於每年年終接受交通部考核。2011年，公司董事、監察人、總經理及副總經理酬金總額占純益比例為0.31%；2009年為0.33%、2010年為0.30%。

## 股東結構

政府機構	金融機構	其他法人	外國機構及外人	個人
36.84%	21.58%	2.50%	24.59%	14.49%

註：依2011年7月23日，本公司除息停止過戶日。

## 資訊揭露規範

我們為國內股票上市公司，同時發行美國存託憑證於紐約證券交易所上市，有關資訊揭露事宜皆遵守國內外相關法規規定，所有投資人關心之議題皆以中英文同步在國內外揭露，提供即時之財務與業務資訊。自2006年到2011年連續六年，我們皆獲得上市（櫃）公司資訊揭露評鑑A+之最高殊榮，且名列A+級前十家上市櫃公司。

我們亦訂有「中華電信股份有限公司防範內線交易管理控制作業要點」，供公司之董事、監察人、經理人及相關防範內線交易適用對象遵循，並函知所屬各級機構，避免資訊不當洩漏。

## 供應商管理規範

「中華電信行為準則」明訂：我們必須以公平的方式對待我們的供應商，嚴禁自供應商取得不當之利益。多年來，我們提供軟硬體協助，與供應商創造雙贏合作關係。2011年，我們更領先業界，制訂「中華電信供應商社會責任準則」，期望與所有商業夥伴共同邁向永續發展。

## 業務行銷規範

為提升消費者對公司之信任，我們訂定「業務行銷規範」，確保符合主管機關之法令規範，並列入年度高階主管人員考評項目，全體同仁共同努力維持我們良好的商譽及企業形象。

# 完善風險與危機管理

辨識風險事件並加以管控，是企業強化營運的負責任作為。我們有完整的風險管理政策與制度，輔以完善的資訊系統做紀錄與追蹤，有效發揮了風險控管績效，降低經營層面的風險與危機。

## 風險分析與因應

我們一向秉持：「1.建立同仁風險管理意識；2.發掘潛在風險，並因應環境變動作動態因應調整；3.從風險中善用機會，合理確保公司目標之達成，並創造最大化的股東價值」的風險管理策略。並訂有「中華電信股份有限公司風險管理規則」，做為全體員工執行各項業務的依據。並以總經理為風險與危機管理的最高負責人，向董事會報告。

目前我們採用了風險地圖做為風險評估的工具，其範圍包括：法規風險、網路維運風險、市場競爭風險，以及財務操作風險。同時，針對本公司的重點營運工作，我們執行敏感度分析與壓力測試，透過風險接受、風險轉移、風險削減與風險避免，將可能的損失降至最低。

我們架構完整之風險管理政策與制度，輔以資訊系統做紀錄與追蹤，多年來均有效發揮風險控管績效，降低經營層面之風險。

## 氣候變遷風險

為嚴防水災、土石流造成服務中斷、人員及財務損失，我們積極完成機房防汛修繕作業，辦理災害防救及緊急應變演習，減緩氣候變遷所引致之營運風險，以確保通信暢通及整體通信網路之安全性。

八八水災之後，我們正式將「氣候變遷議題」因子納入「績效與風險管理」的評估系統中，對於顯著的風險，則列入集團年度營運計畫中，並進行目標管理及績效考核，持續進行驗證及回饋。2010年11月，我們完成「因應氣候變遷—中華電信公司環保節能減碳策略行動」，就整體方案、目前執行狀況、近期及中長期行動計畫等，分別擬訂執行重點或改善計畫，以提昇抗災能力，落實責任通信。

## 風險管理組織架構

組織名稱	權責範圍
董事會 (含審計稽核及策略委員會)	<ol style="list-style-type: none"> <li>訂定風險管理政策、架構及文化。</li> <li>確保風險管理機制之有效性，進行資源配置。</li> </ol>
高階管理階層 (總執行長、總經理與副總經理)	<ol style="list-style-type: none"> <li>執行董事會風險管理決策。</li> <li>協調跨部門之風險管理互動與溝通。</li> </ol>
總公司各主管處 (經營規劃處為執行秘書處)	<ol style="list-style-type: none"> <li>彙整風險管理活動執行結果。</li> <li>協助與監督所屬分支機構進行風險管理活動。</li> <li>視環境改變決定風險類別並建議承擔方式。</li> <li>進行風險調整後之績效衡量與協調。</li> </ol>
所屬分支機構	<ol style="list-style-type: none"> <li>執行日常風險管理活動。</li> <li>進行風險控管活動的自我評估。</li> </ol>

# 深化行為準則

我們堅持企業員工的行為要符合道德標準，也就是在營運及業務執行過程中，應該遵循嚴謹的行為規範和道德準繩，且不得為達特定目的而有所妥協，以確保工作業務符合法令及社會倫理規範，防制不當行為發生。

## 遵循行為準則

「中華電信股份有限公司行為準則」是我們全體員工日常執行業務運作的基本準則，依據「中華電信股份有限公司違反行為準則案件受理要點」、「中華電信股份有限公司維護營業秘密實施要點」、「中華電信股份有限公司人力資源處受理員工申訴檢舉專線」，以嚴謹的舉報機制讓員工可以在安全保密的情況下傳達意見。

本公司及其董事、監察人、經理人及員工以最高之倫理標準於全球各地從事商業活動，為設立應遵循及維護之準繩，特訂定本行為準則。

行為準則包含個人責任、群體責任，以及對本公司、公眾、其他利害關係人之責任規範，適用於董事、監察人、經理人及員工，其目的在於防制不當行為的發生。

## 員工行為倫理評鑑

「行為準則」與「誠信經營守則」除於公司內外部網站公告週知外，本公司全體同仁每年均須定期上網閱讀相關規定後，進行「行為準則與誠信經營守則測驗」，藉以強化員工操守及價值觀、公司治理與風險管控，並建立誠信之企業文化。此外，另訂「中華電信股份有限公司從業人員考核要點」及「中華電信股份有限公司從業人員獎懲標準」考核員工。各項規定均週知員工遵守，讓員工明確知道行為規範，員工遇有足資鼓勵之事蹟或應懲戒行為時，亦依上開規定即時辦理獎懲。

2011年違反行為準則與誠信經營守則事項共17件22人，無因賄賂案件被解僱或受紀律處分之員工，亦無賄賂之訴訟案件。其中違反保密規定9件11人、涉嫌殺人1件1人、侵占公司財務1件1人、其他言行失檢或違反公司規定6件9人。我們除明確發佈懲處令，也持續加強相關教育宣導。



每年舉辦行為準則線上測驗，深化誠信經營。

# 力行誠信企業文化

企業誠信經營，不僅可以強化投資人對公司的信心、增加企業價值，更可進而降低籌資成本，達到企業及投資人雙贏之目標。因此，我們制定了《中華電信股份有限公司誠信經營守則》做為集團全體遵守之政策。

## 公私協力打擊貪腐

企業誠信經營是當前大家共同關切的重要課題，聯合國早已在1999年提出全球盟約（Global Compact），將反貪腐做為落實企業社會責任（CSR）主要議題之一，主張企業應負有積極營造誠信公平經營環境責任；亞太經濟合作組織（APEC）也已將「提昇企業社會責任」及「打擊貪腐」列為未來必須面對的兩項全球化議題，並鼓勵公私部門共同合作，致力於改善治理機制、打擊貪腐。

有鑑於此，2010年12月，董事會通過「中華電信股份有限公司誠信經營守則」共23條，明訂本公司之董事、監察人、經理人與員工執行業務應遵守法令規定及防範不誠信行為。該守則為全集團之政策，規範對象包含各投資公司，並於公司內外部網站公告週知。

## 全集團適用

本守則訂定之目的為統一內部共識，明訂公司禁止不誠信行為和必須遵守有關法令，利用落實誠信經營與良好之公司風險控管機制創造永續發展之經營環境。

重點如下：

1. 為強化公司對誠信經營之決心與承諾，明訂公司應於公司規章及對外文件等明示誠信經營之政策並確實執行。
2. 為期公司能以公平與透明之方式進行商業活動，明訂公司避免與不誠信行為紀錄者進行交易。

3. 明訂禁止行賄及收賄、提供非法政治獻金、不當慈善捐贈或贊助及提供不合理禮物、款待或其他不正當利益。
4. 明訂董事會應督促公司防止不誠信行為及確保政策之落實，並由專責單位負責。
5. 為落實公司誠信經營，明訂公司董事、監察人、經理人與員工執行業務應遵守法令規定及防範不誠信行為要點。
6. 明訂公司應訂定董事、監察人及經理人之利益衝突迴避政策。
7. 為確保誠信經營之落實，公司應建立有效會計制度及內部控制制度，內部稽核人員亦應定期查核其遵循情形。
8. 為利董事、監察人、經理人與員工於執行業務遵循辦理，以落實誠信經營，明訂公司應訂定相關作業程序及行為指南。
9. 為落實推動誠信經營，明訂公司應定期舉辦教育訓練及宣導，並建立合宜檢舉及懲戒制度。
10. 明訂公司應強化履行誠信經營資訊之揭露。

另外，我們還特別設立了防弊業務推動及執行單位以及檢舉違規舞弊管道，維護公司營業秘密，防範違規、舞弊及內線交易等。

# 透明揭露與管理

我們致力於企業社會責任資訊揭露的方向與目標，獲得社會各界利害關係人的肯定。未來我們將持續走在主管機關之前，以國際標準來揭露各項訊息，並加強與利害關係人的溝通，藉此持續成為台灣企業資訊揭露的標竿。

## 確立 GRI架構為最重要之準則

繼《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》推出後，證交所對加強上市公司之企業社會責任資訊揭露，也有進一步的發展方向，證交所將以目前全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative，簡稱GRI）所提出之永續性報告書第3.1代綱領（the third generation of GRI Sustainability Reporting Guidelines，簡稱GRI G3.1 Guidelines），做為國內上市公司在資訊揭露時最重要之依據及架構。我們將持續重視企業社會責任議題及報告書之編製。

## 邀請利害關係人閱讀報告

為符合「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」第8條規定，本公司從界定利害關係人開始，找出最關注的利害關係人為顧客、員工、股東、供應商、社區和非營利組織，並從2011年起開始辦理利害關係人會議，分為特定型及一般型，邀請各利害關係人針對當年度CSR報告書回饋意見。



榮獲「第九屆上市櫃公司資訊揭露評鑑」A++級。

## 定期公布溫室氣體排放及減量資訊

證交所也鼓勵上市公司於年報及公開說明書揭露有關溫室氣體排放及減量資訊的趨勢。未來我們將遵從主管機關指示，在年報及公開說明書內，自願揭露相關資訊，以強化公司治理和落實企業社會責任。

中華電信力行節能減碳與環境永續發展，是國內第一家通過溫室氣體盤查及認證的電信業者，未來也將逐年公布相關資訊，持續成為國內服務業的標竿。

## 以AA 1000為報告書查證標準

為了提升報告書的品質，2009年起我們以AA 1000為報告書查證標準。AA 1000是社會與倫理擔當研究所(Institute of Social and Ethical Accountability, AccountAbility)所制定的查證標準，強調報告書應以報告書的製作過程，如確認利害關係人身份、與利害關係人溝通、與利害關係人確認議題，做為查證的起點，並強調報告書應符合包容性、完整性、可比較性等原則。我們已透過訓練課程等各種形式，加深企業社會責任委員會各小組對AA 1000的認知。

# 雲端平台共享價值

我們的目標是成為「最有價值、最值得信賴的資通訊公司」，除了在客戶、股東跟員工之間取得平衡之外，更致力於創造社會整體價值，我們致力成為國內雲端運算的領導者，帶動國內產業共享價值。

## 領導帶動雲端運算服務

雲端運算是近年來重要的資通訊產業發展趨勢，中華電信也積極佈局發展。所謂雲端運算，一言以蔽之，就是雲伺服器、終端、網路與服務。其中，「網路」與「服務」就是中華電信的本業與優勢，串起「雲」與「端」，提供民眾及企業便利的雲端運算服務。我們具有深厚技術實力，整合帶動國內資通訊產業的轉型與升級，積極耕耘，提出三大願景：成為國內雲端運算服務領導者、扮演雲端運算產業推動者、與策略合作夥伴攜手共創雲端運算新服務。

2011年雲端服務已從概念階段的基礎建設進入雲端服務年。目前，除了提供客戶關係管理服務、運算雲、雲端掃毒除駭、雲端儲存等服務外，更與來自不同產業之合作夥伴共同推廣個人雲、儲存雲、企業雲、觀光雲、流通雲、健康雲六大雲端服務。同時，我們積極與微軟、英特爾、富士通、趨勢、廣達、秀傳等雲端策略夥伴合作，強化雲端基礎建設，進而帶動台灣雲端運算產業之發展。

## 台灣雲端運算產業協會

2010年，我們推動成立「台灣雲端運算產業協會」，此協會已成為台灣雲端運算產業鏈提升價值的觸媒，讓產學研界有開發、整合、驗證、商用、輸出的媒合平台。

2011年台灣雲端運算產業協會擘劃並催生「台灣雲谷」(Taiwan Cloud Valley)，以期能建立產業聚落，提供育成、建置雲端平台及其他跨據點運作之基地，成為台灣第一個雲端運算示範產業園區，並進一步成為亞洲雲端服務的樞紐，發展帶動台灣雲端產業邁向下一個里程碑。

## 四中心一平台一市集

中華電信在雲端運算的佈局是依循「四中心一平台一市集」的策略框架逐步邁進，四中心是指研發中心、測試中心、營運中心及體驗中心。再來，中華電信更針對雲端軟體開發者，建置大容量「雲端服務創作平台」，以及打造「中華雲市集」，提供企業客戶一站購足、改買為租、隨選即用、安全穩定的雲端應用服務，藉此擴大雲端應用，打造台灣最大雲端聚落。

# 客戶服務



- S 策略** 迎接雲端時代 | 加強服務發展
- M 管理** 創新品牌管理 | 強化客戶關係管理 | 持續客戶滿意度調查
- A 措施** 營造資訊安全 | 主動說明產品特性 | 保障通訊品質
- R 回應** 建設寬頻網路 | 掌握政策與法規
- T 目標** 建構開放文創平台

## 得獎記錄



- 榮獲「建國百年服務業品質金榜獎」電信業首獎
- 榮獲香港亞太顧客服務協會(APCSC)「最佳顧客滿意品管系統」及「最佳知識管理」二項大獎
- 「深耕台灣寬頻建設」榮獲國際肯定獲頒「亞洲最佳品牌獎」及「亞洲最佳企業雇主獎」
- 榮獲經濟部台灣百大品牌通訊媒體服務獎
- 獲頒《天下》「金牌服務大賞」電信類綜合評選第一，為跨行業排名前十名唯一入選的電信業者
- 2011年第九屆「遠見雜誌」電信類傑出服務獎
- 獲得壹週刊媒體所舉辦的「壹服務大獎」之行動固網類「第八屆最佳服務企業」第一名
- 「災害緊急應變系統」榮獲台灣地理資訊學會「第七屆金圖獎最佳應用系統獎」
- 榮獲台灣雲端運算產業協會「百年雲端創新應用傑出獎」冠軍
- 四度蟬聯今周刊「商務人士理想品牌」電信類第一
- 獲頒經濟部「2011台灣創新企業20強」電信業唯一
- 榮獲經濟部商業司「商業服務業優良品牌」電信業品牌唯一肯定
- 連續6年獲得天下「台灣最佳聲望標竿企業」電信服務類獎
- 榮獲中華智慧型運輸系統協會「智慧運輸應用獎」及「智慧運輸論文獎」
- 網路通訊國家型科技計畫期中成果評鑑優良計畫
- 台灣ITS/Telematics精彩100選拔活動「技術類獎
- 參加「2011台北國際發明暨技術交易展」發明競賽，榮獲3件金牌、1件銀牌與2件銅牌



# 從平地 到高山

不管是在平地還是在高山，都可以輕易看到熟悉的中華電信標誌；在偏遠地區，中華電信標誌更代表民眾和外界的聯絡管道。

自從推動企業社會責任工作以來，我們更加重視對客戶的承諾，為了創造無遠弗屆的通訊範圍和良好的通訊品質，2011年我們投資數十億在偏遠公路及山區，為台灣構築出最有效率的電信與通訊基礎建設。

# 加強服務發展

雲端結合裝置，帶來源源不絕的創新前瞻發展，我們運用ICT (Information and communications technology)專業，提供完善的雲端服務平台與高規格的資安防護機制，加速雲端運用的普及。

## 雲端到家—i顧家智慧話機

針對現代「智慧家庭」4項必備MICE (Monitor、Information、Communication、Entertainment)需求，我們推出居家新服務「i顧家智慧話機」，利用NGN(Next Generation Network)網路結合雲端服務與互聯網，讓一般家用電話成為能居家監控以及整合網路生活資訊的服務。

「i顧家智慧話機」以家用電話尺寸話機，搭配7吋觸控式螢幕，提供客戶居家安全、資訊服務、通訊服務以及多媒體服務，能做到千里眼、即時路況、天氣、保健等多項服務，而且以友善使用者的精神，不分老人、小孩都能輕易使用上手。



家用電話化身便利的網路生活資訊站，即時將影像傳給遠方的親人。

## 智慧醫療

為提供病患更優質即時的醫療照護服務，提升醫療院所的服務品質與經營效率，我們與秀傳醫療體系合作將雲端科技導入醫療應用服務，將雲端科技，包括雲端電子病歷、雲端護理資訊系統、雲端醫療資訊系統及秀傳各院區全面導入醫療私有雲計畫之合作發展，打造全國第一朵醫療私有雲，啟動醫療雲新紀元。

繼2010年與秀傳醫院合作後，2011年我們更進一步與泰博科技合作推展「血糖血壓健康管理」雲端服務系統，糖尿病或高血壓病友可透過儀器即時取得個人化血糖、血壓趨勢報告，強化自我管理，降低相關醫療負擔，同時亦可作為就醫時的診斷參考，讓醫療朝健康經濟更向前邁進一大步。

## 生活親子雲

秉持「價值創新·感動服務」的精神，以多螢一雲的架構出發，利用雲端匯流的方式，導入跨載具平台，例如個人電腦、智慧手機、平板電腦、MOD數位電視機上盒等，提供量身打造、多元豐富的數位學習內容，將產品服務與現代生活串連起來，建構出一個便利的數位生活型態。

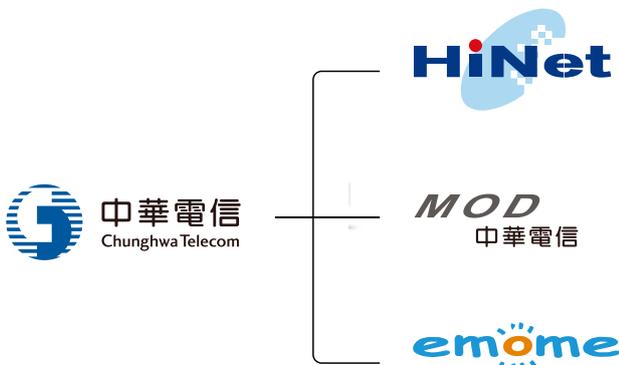
我們與聯合報系合作，整合家庭生活各方面的需求，以提供親子幼教的雲端數位生活服務。未來更將朝向多角化經營，以單一平台搭配多種應用載具，落實親子雲服務（家庭/教育及社群/個人化娛樂服務），並鎖定兩岸與全球華語市場，目標成為最具影響力之華人親子品牌。

# 創新品牌管理

中華電信在臺灣社會擁有獨特的品牌資產，我們持續進行品牌管理與加值。2011年，中華電信連續八年榮獲讀者文摘亞洲區「信譽品牌TrustedBrand」電信服務類白金獎，是台灣唯一獲得該項殊榮的電信公司。

## 品牌組織與品牌架構

中華電信採取集中式品牌架構兼顧獨立式品牌呈現，由總經理負責公司全部品牌之創設、管理、修改之督導，並與各分公司副總經理溝通。分公司副總經理遵循企業整體品牌策略，負責執行推動，並在授權範圍內靈活獨立使用，操作專屬品牌。



### 品牌策略

- 品牌政策：採集中策略、兼顧個別領域發展需求。
- 品牌管理：由總公司負全公司品牌策略擬訂、控制及調整之責；分公司則負執行推動之責。
- 品牌架構：屬集中式品牌架構、兼顧獨立式品牌呈現。

## 新色彩新感動

我們一直以紮實的經驗與專業領導台灣電信業的發展，為因應新世紀的挑戰，更不斷自我變革與提升，決定在原CI(企業識別系統)的基礎上推動全面且整體性的再造，用鮮豔的橘、綠、藍色帶，賦予中華電信科技、創新、關懷、成長、熱情、活力的新精神、新的企業形象。不僅是外在形象的重新塑造與標準化，更重視內在整體理念的認同與實踐。公司的每一位同仁都是品牌的經營者，面對每一位客戶、每個小細節的經營，都能為中華電信累積品牌的價值，貢獻心力。

自2010年7月開始，全省共約300多個據點逐步更換新店招，結合感動服務，期望以嶄新的企業形象帶給大眾耳目一新的感受。2011起成立多家旗艦店，全面導入CI新輔助圖案及色彩，藉由旗艦店的展現，提升CI新輔助圖案的消費者識別度及印象，同時創造新的品牌形象。

### 中華電信CI新輔助圖案及色彩及象徵意義

-  橘色：熱情、活力
-  綠色：成長、關懷
-  藍色：科技、創新

# 強化客戶關係管理

為提供客戶完整的服務，我們除了加強營業櫃台與空中櫃台的協同作業，更逐步加強網路客戶服務工作。我們通過香港亞太顧客服務協會舉辦之「2011亞太傑出顧客關係服務獎」評選，榮獲「最佳顧客滿意品管系統」及「最佳知識管理」兩項殊榮。今後我們將持續參加國際顧客關係服務相關獎項競賽，不斷精進內部作業流程、優化客戶關係，更積極學習國際客服營運管理、標竿經營模式。

## 多重服務管道

針對不同的客戶類型與服務管道，我們全面精進客戶服務品質，加強營業櫃台與空中櫃台的協同作業，提供客戶完整的服務。2010年開始，我們更逐步加強網路客戶服務工作。

- 文字線上客服：愈來愈多網友喜愛使用即時通訊（Instant Message, IM），並為強化服務聽障人士，我們推出以Web Chat方式之文字線上客服，2010年至2011年持續擴大服務內容，服務範圍已涵蓋公司全業務（行動/固網/寬頻）。
- 網路社群：網路社群的人口呈跳躍式成長，為提供即時的互動服務，2010年1月成立「中華電信Q博士粉絲團」，回應網友的問題，主動提供FAQ、優惠方案等訊息，並蒐集客戶建議，提供相關單位參考。
- 強化網路客服中心：為降低客戶親臨櫃台之交通往返不便，增加服務便捷性，持續增加網路客服DIY服務功能，針對重大事件即時提供自助服務功能。
- 規畫手機版網路客服中心：針對日益增加的智慧型手機用戶，將規畫推出手機版網路客服中心與APP（for iphone and android系統），提供更友善的服務介面讓客戶有耳目一新的感受。

## 推動精緻服務

我們的服務中心櫃台、客戶服務專線及裝機查修服務，均辦理客戶滿意度調查，即時改善服務品質。在營業櫃台部分，特延聘顧問公司協助推動精緻化服務，及神秘客自我查核客服品質機制，持續檢討改善服務品質弱項，獲得客戶的信任與滿意，榮獲遠見雜誌「2011年第一線服務品質大調查——電信業第一名」。

2011年持續執行的措施有：

- 重視新科技設備帶來客戶新的需求，特別成立專業的技術服務團隊，例如智慧型手機達人線上直接導引，提供即時性客製化之優質服務。
- 主動關懷：堅持對客戶的承諾，安排人員主動外撥電話關懷客戶，藉由傾聽瞭解需求，主動傳遞相關業務訊息，替客戶規劃最適的方案。
- 委託顧問公司辦理專案輔導，融入感動服務元素，提高營業櫃台服務標準，引導客服人員掌握與客戶接觸的關鍵時刻，提供精緻化服務。
- 內部網站成立「感動服務區」：為激勵客服人員發揮熱誠與專業知能，使其出自內心誠懇地服務客戶，進而超越客戶的期待，於內部網站「感動服務區」分享優良服務案例，供客服人員分享學習，並舉辦「感動案例」表揚活動。

# 持續客戶滿意度調查

中華電信以感動服務為宗旨，目標是3個工作日內處理完客戶申訴問題。我們重視客戶對各項服務指標的滿意度，及對我們企業形象、品牌價值與服務品質的認知，因此固定委託外界進行客戶服務滿意度調查。此外，我們也固定接受NCC的通信業務服務品質調查，各項實績值均明顯超越NCC規範的標準值。

## 客訴處理流程及機制

為提供客戶一個公開、有結果的客訴處理過程，我們空中櫃台各專線於2011年5月通過ISO10002:2004（品質管理—顧客滿意—組織處理客訴指南）的國際標準認證，為國內電信業界的第一。目標為3個工作日內處理完客戶申訴問題。

除了各客服專線外，客戶也可經由公司官網或經獲董事長授權的公關專線(02-2344-3691)直接申訴，我們受理客訴案件後，會交由客訴處理小組討論，以急件處理客戶問題，客戶可以隨時進線詢問處理進度，客訴小組也會向客戶回報案件處理進度。2009年8月至2011年底，我們的客戶申訴量已有顯著降低。

### 每萬客戶客訴量

	固網	行動	數據
2009年8月	2.63人	4.81人	10.2人
2011年12月	0.97人	2.53人	1.27人

### 客服專線關鍵績效指標

	2009	2010	2011	
	實績值	實績值	目標值	實績值
20秒內人員 應答率	82.61%	82.9%	81.5%	77.9%
客戶滿意度	4.74	4.59	4.37	4.57
首通電話 結案率	86.17%	79.6%	74.45%	79%

## 空中櫃台服務滿意度調查

空中櫃台的服務滿意度成績有三種來源。第一種我們委託外部市調公司以寄送問卷方式執行，每年執行一次。第二種以人工外撥客戶進行，原則上客戶進線後3~7天內進行問訪。第三種為機器自動問訪（全程無人為介入）。

第一種方式有單獨KPI要求，其滿意度以十分制計算。2011年實績為7.53分。第二種與第三種方式整合成一項KPI要求，以五分制計算。2011年為4.5698分。

## 客戶滿意度調查

為瞭解客戶對各項服務的滿意程度及對我們企業形象、品牌價值與服務品質的認知，我們每年委由外部市調公司，就消費客戶、中小企業客戶及大企業客戶進行客戶服務滿意度調查，分別就各項業務找出客戶最關心的問題與期待，做為企業成長努力的方向。

透過客戶意見處理系統，將客戶意見即時傳達予產品工務／業務單位人員，以及風險管理部門和公關部門處理；每月定期由產品分公司協理主持與客服單位召開檢討會議。

### 客戶滿意度調查

	2009	2010	2011
大企業客戶	4.67	4.77	9.45
中小企業客戶	4.34	4.36	8.68
消費客戶	3.73	3.81	7.17

註：2011年，服務滿意度指標由五分法改為十分法。

# 營造資訊安全

我們建立完善的客戶個人資料保護管理制度，維護客戶的隱私與權益。我們建置「防制詐騙停斷話作業處理系統」，配合警政機關防制詐騙。此外，我們也持續關注《濫發商業電子郵件管理條例》草案中責付網際網路服務提供者（ISP）管理義務。

## 客戶隱私服務措施

因應新《個人資料保護法》即將實施，我們於既有「資訊策略委員會」下增設「個資保護工作小組」，訂定個人資料保護管理規範、個資安全訓練與宣導計畫、個資流程分析與盤點計畫、風險評鑑計畫，並列為績效考核的項目。

為強化客戶資料保護，防杜資訊外洩或客服人員（含正職員工與委外人員）不當查閱資訊系統客戶資料，我們將客戶基本資料列為「極機密」文件，客戶申請書均存放專櫃並上鎖。從業人員都須簽訂「維護營業秘密契約書」，且直屬主管負連帶責任。若是委外業務涉及營業秘密者，受託機構及其工作人員也必須簽署相關保密協議。各分公司每年陳報客戶個人資料保護執行情形。總公司、各分公司亦不定期至各服務中心稽核，以落實消費者隱私保障。

我們對個人資料之蒐集、處理或利用，都尊重消費者之權益（包括：個人隱私權及個人資料保密），嚴守個資法規定不逾越特定目的之必要範圍，並與蒐集之目的有正當合理之關聯。為配合個人資料保護新法，針對消費者隱私保護在各資訊系統皆採取必要之安全防護措施，如網路櫃台：姓名顯示○小姐或○先生、設備號碼隱碼後四碼及地址顯示中文六個字（如：新北市永和區）等。

客服專線為迅速受理及處理客戶申訴洩密案件，制定ISO9001標準之「疑似洩密案件處理作業程序書」，凡客戶申訴洩密案件皆依此作業程序書處理，以保障客戶個人資料。2011年受處理客戶申訴疑似洩密案件共計112件，佔全年客服專線受理量0.00014%。

## 防制詐騙

我們協助政府自2007年11月成立165通報專線，2011年平均每月投入約11名客服人力，協同刑事警察局承接週間尖峰時段的第一線業務。並建置「防制詐騙停斷話作業處理系統」，提供疑似詐騙電話資料予警方偵辦，平均每月投入約3名客服人力，配合警政機關即時停斷話。

## 兒少健康上網

為了在資訊接觸愈來愈便利的生活中，讓經常與網路生活在一起的兒童，能夠有安全的上網環境，我們推出時間管理與色情網站把關的機制，讓家長可以藉由科技來管理兒童使用的資訊。中華電信企業社會責任的發揮，不僅針對成人的電信用戶，兒童青少年隨著成長使用網路接收資訊，在網路世界學習與生活，也是我們關注的重點。中華電信自我要求業務的拓展，是架構在安全健康的社會使命上，讓我們的下一代少一份網路的傷害，多更多網路安全的保護。



推廣兒少健康上網，廣受好評。

# 主動說明產品特性

我們致力於提供美好的數位生活。為了讓客戶使用我們的服務沒有後顧之憂，我們在銷售產品時，除了主動說明產品特性與收費方式之外，同時，我們也積極管理成人內容以保護未成年青少年、遵循電磁波管制規範等作為，以摒除可能造成的負面影響。

## 確保收費與費率透明

因出帳錯誤或因障礙衍生費用的問題，我們秉持收費透明原則，除了主動通知受影響的客戶外，並透過公司內部訊息通報平台將事件發生的緣由和處理方式發布給各客服專線，讓各專線客服人員了解，方能於客戶進線諮詢時可立即正確回答，降低客訴。

我們非常重視客戶對各項應繳付費用有異議時所提出之申訴，除了在未查明責任歸屬前暫緩執行催費及暫停通信外，並特別在各客服專線成立話查小組，讓客戶隨時可進線諮詢處理進度，提高客戶的滿意度。

## 主動告知產品特性和應用資訊

為統一資訊來源，客服專線在承接各分公司產品銷售前後之客戶服務時，為求正確傳達每年多達3,500件的相關產品資訊，於內部網頁設置訊息收納專區，做為各分公司相關部門提供產品訊息之共同管道。同時設置專人審核訊息內容及時效，同步上傳客服資訊站供全區客服中心與服務中心之服務人員查詢，以利客戶進線客服中心時，客服人員可完整告知客戶產品特性與相關優惠活動。

## 遵循電磁波管制標準

政府主管機關已參照國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)對基地台電磁波功率密度及手機SAR值之管制，制定了管制標準，我們要求供應商販售予我們的基地台及手機，均須通過該項標準認證。我們對網路系統及業務營運也提供專門的申訴管道，若民眾對電磁波環境有疑慮，可免費申請專業量測。

我們對天線建置之技術標準，及其與民眾、建物之安全距離均符合主管機關之法規要求；為減少基地台總數以降低對民眾之視覺衝擊，我們與其他同業建置之共站、共構基地台比例也符合主管機關之法規要求。

2011年，我們配合NCC辦理「消費者保護宣導嘉年華會」，並邀請國內學者辦理兩場電磁波媒體座談會，同時製作多樣的電磁波宣導品。

## 降低負面衝擊

摒除電信服務可能產生的負面影響，才能讓客戶使用我們的服務沒有後顧之憂，除了電磁波，我們並提供以下服務：

- 垃圾信件：使用HiNet信箱的客戶可免費使用webmail服務，經由簡單的一次性選擇設定，決定往後是否將疑似垃圾郵件予以直接刪除。
- 色情資訊：提供K12信箱強制隔離、HiNet色情守門員、行動上網色情警衛，讓兒童及青少年遠離有害身心健康之網站。
- 使用時間控制：「HiNet上網時間管理服務」及手機「3G放心講」方案，讓父母親能有效掌握孩童使用手機及上網情形。

# 保障通訊品質

由於氣候變遷所導致的天候異常，如颱風、暴雨等，都會影響電信機房的運作，使客戶及災情通報中斷，嚴重影響救災進度。為解決各營運地區所遭遇氣候變遷調適的工作難題，我們平日即確實做好防災準備，一旦災害發生，便可迅速成立緊急應變小組，進行搶救作業，確保災區通信順暢。

## 因應氣候變遷行動方案

我們在2010年11月，完成「因應氣候變遷—中華電信公司環保節能減碳策略行動」，就整體方案、目前執行狀況、近期及中長期行動計畫等，分別擬訂執行重點或改善計畫，以提昇抗災能力，確保通信暢通及整體通信網路之安全性。

有淹水之虞機房相關設施改善計畫有：

- 裝設封閉式防水擋板。
- 設備裝設防水閘門。
- 地下室通氣孔及門窗升高或封閉。

電信網路設備之改善計畫有：

- 地下室機電設備遷移：配合機房汰換計畫，儘可能將柴油發電機、交流受配電等設備遷至一樓以上、直流設備裝設於機房二樓以上。
- 預備大型移動式發電機及小型發電機、抽水機。
- 強化偏遠機房發電機配置及增加儲油槽容量。



低窪地區的機房加裝防水擋板，確保暴雨來臨時通訊不中斷。

## 通報系統創新

我們研發的「一呼百應」系統已被消防單位廣泛使用。我們進一步將它與地理資訊系統及電子號簿系統，整合成「災害緊急應變訊息通報系統」，可以針對預先指定的市內電話、行動電話送出語音或簡訊，也可即時尋找指定區域的電話號碼，送出廣播訊息。此外，新創之「低頻無線時頻傳播系統」具快速、低廉、不怕停電、不佔用公眾通信系統資源且系統涵蓋可及於全國的特性，特別適合用於氣象預警、土石流警戒等災害緊急應變通報。

## 通信無孤島

為防範災害發生及災情擴大，我們吸取過去救災經驗，加強建置偏遠地區中繼傳輸多路由、無線備援路由、備用電力增加容量、國際海纜系統備援等措施。並且每年均辦理網路及設備之調度及搶修演練，增加防災搶救的嫻熟度，以降低災害損失。

針對大多數人通訊所必須的行動電話，我們已有妥善的備援計畫：基地台採分散收容，當任一系統基地台之電路、電力中斷或設備故障時，其他系統的基地台仍能維持運作。當天然災害發生致通信中斷時，備有小型微波或衛星（直昇機載送，較小容量）或移動型基地台（移動車，較大容量），依受災區環境與外界通信。

# 建設寬頻網路

隨時隨地皆能連網，已成為現代人行動生活的需求與趨勢。為滿足網路與企業客戶不斷攀升之頻寬需求，我們持續擴充既有海纜容量及參與興建新海纜系統，並積極佈建光纖，預計2012年第三季光纖網路接取設備建設量將超過ADSL。此外，我們持續擴建無線上網熱點基礎網路，打造更多無線上網熱點，紓解行動數據的訊務，提升服務品質。

## 光纖網路建設

寬頻網路是數位匯流的基礎。因此，我們積極佈建光纖，預計2012年第三季光纖網路接取設備建設量將超過ADSL。因應政府規劃2015年達成涵蓋80%家戶可接取100Mbps寬頻網路，以及2100萬行動寬頻上網用戶的目標。我們除了努力達成政府設定之階段性目標外，更期許2020年達到涵蓋接近100%家戶及客戶可接取更高速光纖網路以及行動寬頻上網之目標，提供全民更普及、更高速、更便利的全方位數位寬頻基礎設施。

我們承諾未來每年將持續投入200億元，十年將投入超過2,000億元，快速提升寬頻上網的速率，帶動台灣傳輸速度從50Mbps、100Mbps進入1Gbps，達到十倍數的成長。

2010年及2011年我們30Mbps寬頻涵蓋率分別達82.5%及91.98%，提前達成政府2012年30Mbps涵蓋率達80%目標。

配合政府數位匯流發展方案—2015年100Mbps涵蓋率達80%(擬修訂提前在2013年達成)、光纖用戶數達720萬戶、無線寬頻用戶數達2100萬戶之寬頻政策目標，我們未來十年將投資新台幣2,000億元建設寬頻網路(含固網及行動)，5年內將投資新台幣1,000億元建設光纖寬頻網路，俾鞏固我們光纖寬頻競爭優勢，創造數位匯流及創新服務發展利基。

2012年起，將提供雙向對稱式100Mbps寬頻服務並啟動台北市、新北市、台中市、台南市、高雄市與桃園縣1Gbps試點，提供用戶測試與體驗200Mbps以上超高速寬頻服務。

## 擴建無線熱點

隨時隨地皆能連網，已成為現代人行動生活的需求與趨勢。尤其隨著智慧型手機與平板電腦用戶快速成長，近兩年行動寬頻傳輸量呈倍數成長。2010年，我們採購超過1,100台3.5G基地台，其最快傳輸速度將高達42Mbps，有效擴大行動寬頻網路容量、傳輸速度以及覆蓋率。

我們的3G用戶數超過526萬，無線熱點將是未來發展策略。2010~2012年間，我們計劃投入30億元擴建無線上網熱點基礎網路，打造3萬台無線上網熱點，以紓解行動上網需求。

## 電信普及服務

保障國民基本通信權益，讓全體國民公平享有普及的電信服務，是政府長期積極推動的政策目標。我們不計成本提供全國81個偏遠鄉鎮不經濟地區21萬多戶電話服務與8萬多戶數據通信服務、全區25個縣市8萬1千多具公用電話服務及3千7百多所中小學校及公立圖書館數據通信接取服務。2011年中華電信普及服務投入建設之淨成本總金額達8億2500萬元。有關寬頻網路基礎建設，我們預計在全國偏遠地區716村里，於2013年完成12Mbps寬頻服務50%之涵蓋率，2014年完成75%涵蓋率，2015年完成95%涵蓋率。

# 掌握政策與法規

任何政策或法規的變動，都可能影響我們的營運結果。我們除了與政府及主管機關：國家通訊傳播委員會(National Communications Commission, NCC)保持良好溝通，也積極掌握立法院的相關立法動態。其中，攸關國家競爭力提升與ICT產業發展的「數位匯流發展方案」，是我們密切注意的重點。

## 數位匯流發展方案

行政院於2010年12月9日核定「數位匯流發展方案」，根據該方案將推動兩階段修、立法工作，第一階段讓廣電及電信產業分別修法，以層級管制架構的概念、因應各產業的實務需求進行法制調整作業，預計於2012年6月完成廣電三法及電信法面臨障礙迫切問題之修法草案，提報行政院核定後送請立法院審議；第二階段於2014年6月完成廣電三法及電信法草案（或匯流形式規範架構），朝向水平結構法制調整作業，並經立法院審議通過；2015年達成光纖用戶數、無線寬頻用戶數、數位有線電視普及率等數位匯流發展目標。

數位匯流發展方案將提升國家競爭力且有效加速數位匯流服務及ICT產業之發展，我們樂見其成，除持續關注修法進度與方向，適時與主管機關溝通表達意見爭取最大利益外，同時亦積極建設光纖網路，提高光纖寬頻競爭力，另致力開拓創新增值服務業務、創造ICT產業商機，以維持我們於高速寬頻市場之領導地位。

## 政策法規影響

自2007年起，NCC已連續三年調降X值，行動電話資費降幅累積超過14%，寬頻資費降幅累積也超過19%。我們樂見國家寬頻普及率提升、縮短數位落差，並且致力滿足客戶對高速寬頻的需求，但認為相關費率仍應尊重市場機制。

行動寬頻已成全球發展趨勢，但目前台灣無線頻譜規劃仍不明、民眾對基地台的疑慮、3G「吃到飽」(Flat Rate)費率導致少數高用量用戶使用大部分頻寬資源等因素，導致業者面臨基地台建設困難和網路資源無法有效分配，不利行動寬頻產業發展。我們持續與主管機關溝通，期望產官攜手共同建立有利於行動寬頻發展的健康環境。

## 4G頻譜開放進度

有關我國4G執照開放進度，交通部正在進行頻譜規劃，NCC亦已著手研擬4G釋照規則草案。政府相關之整備工作仍在進行中。我們將持續關注政府釋照規劃與政策發展，積極進行4G技術研究及蒐集市場發展動態，未來將視主管機關之釋照規劃及時程，積極爭取執照並建設4G網路推出服務。

# 建構開放創意平台

我們響應政府推廣數位內容產業政策，積極整合內容、平台、終端設備三方資源，將文創與科技結合，使閱讀不再受限於時間與地點，將台灣數位文創產業帶向另一個高峰。我們並全面發展一個具有支援創意與營運機制的產業結構，將讓台灣成為亞太地區數位內容設計、製作與發行中樞，提升數位內容產業與國家的競爭力。

## 開放創新

我們致力於持續提升電信研發資源使用效率及維護研發系統品質，除了在電信研究所陸續成立品質推廣工作小組、品保中心、工程流程小組外，更藉由ISO研發品質制度、能力成熟度整合模式(Capability Maturity Model Integration, CMMI)工作專案管理及系統研發作業流程等國際規範與組織稽核制度之導入，建立組織之標準化制度，配合高階主管管理審查活動，提升專案管理能力、產品品質、研發品質及員工品質意識。

除了內部創新，我們同樣重視外部合作，帶動產業發展。2011年主要成就有：

1. iEN服務帶動綠能產業、協助本地供應商技術升級。
2. 協助台灣車載資通訊產業協會完成智慧公車產業標準及示範計畫。
3. LED綠能照明技術研發：透過技術移轉委外生產，開發更多用途之利基產品。
4. 深耕LTE/LTE-A技術，掌握4G發展並促進產業升級。
5. IPv6技術深化及推動：建置符合性測試與互連性測試平台，提供國內業者測試服務與顧問諮詢。並且與全球大型ICP與ISP業者，共同完成大規模IPv6測試。



台南德光中學蟬聯兩年英語單字馬拉松全國總冠軍。

## 數位亞馬遜

未來將是數位內容及文創產業發光發熱的時代，我們將致力於提供一個開放的平台，創造一個環境，好像亞馬遜雨林河域活水沃土，讓台灣的軟實力可以蓬勃發展。目前我們已建立一個開放式的數位內容發展平台，提供上架、交易、帳務管理、版權管理等服務介面，以方便文創業者及數位內容業者將其作品與服務在此上架及銷售。

在頻繁的兩岸交流中，台灣優勢如基礎建設、創新研發、技術整備及教育訓練能力，與大陸的總體經濟穩定度及市場規模，若能互補，就可創造雙贏。各項ICT產業中，我們將持續深化文創、節能減碳、醫療、教育訓練與觀光產業的結合，衍生出更多令人感動的服務。

此外，藉由每年舉辦之「電信創新應用大賽」，推動電信創新服務開發風潮、發掘培育大專院校軟體開發人才及促進數位內容產業之蓬勃發展。我們期望吸引更多創新種子加入，競賽規模越來越大，從台灣拓展到兩岸，打造電信創新應用大賽成為文創與數位內容的「電信奧斯卡金像獎」，也讓台灣成為全球創新中心。



中華電信總經理張曉東熱情參與網路擂台總決賽頒獎典禮。

# 員工關懷



- S 策略** 關懷員工需求 | 促進勞工和諧
- M 管理** 人力資源管理
- A 措施** 吸引與留用人才 | 樂在工作幸福人生
- R 回應** 保障職業健康與安全
- T 目標** 落實環境教育

得獎記錄



- 榮獲第一屆國家訓練品質獎(NTQP)與TTQS金牌獎
- 行通台北營運處中華電信北分新竹營運處促銷水蜜桃獲頒感謝狀
- 榮獲交通部「99年度交通動員準備業務考評優等獎」



# 從關懷員工 到幸福企業

長期以來，中華電信致力於關懷員工，提供員工優質福利和健全人力發展政策。自推動企業社會責任工作以來，我們更將關懷能夠延伸到員工家庭及整個社會，讓員工都能樂在工作、幸福生活。

在建國100年的壓軸活動「轉動台灣向前行」，呂學錦董事長邀請7,000位員工及眷屬在全台及離島熱烈響應，配合手機上傳定位技術，打造幸福企業的歷史紀錄。

# 關懷員工需求

我們認為，員工是公司最重要的資產以及合作夥伴。因此我們尊重每一位員工，進用沒有性別、年齡、族群的差異，薪給也秉持同工同酬的原則。我們致力於提升職場環境，重視員工的權益，尊重員工的意見，注意員工的需求，並且持續強化與員工之間的溝通管道與對話。

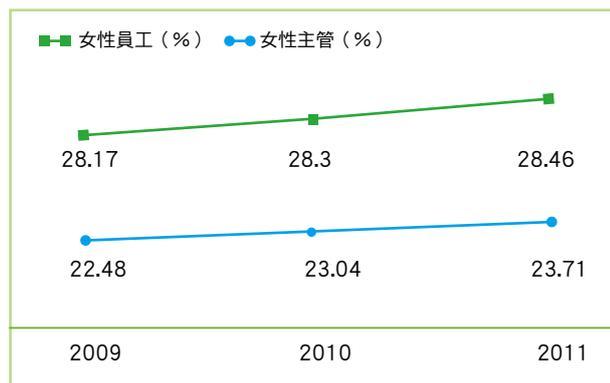
## 人權保障

我們的營運據點遍及台灣，標準起薪均高於當地最低薪資。2011年，員工總數為24,664人，其中男性17,644人、女性7,020人，另因應客戶服務及行銷業務需要委外發包人力3,332人；女性員工數占全體員工數的28.46%，女性主管比例則逐步上升，2011年為23.71%。

我們為貫徹憲法保障人權及性別工作平等法保障性別工作權平等之精神，對於各項人力資源制度、措施或活動，均依相關法律規章辦理。為處理性騷擾申訴事件，設有「申訴調查評議委員會」，置委員5人至9人，其中女性委員比例達二分之一以上。2011年，並無種族、膚色、性別、宗教、政治意見、國家、血統、社會起源等歧視事件發生。

依《身心障礙者權益保障法》第38條所訂標準，2011年應進用身心障礙人員法定名額為233名，已僱用757名，為法律規定的3.25倍。2011年我們進用之原住民族員工有51位，我們也確實尊重他們不同的文化習俗。同時，我們無違反原住民權利案件發生。

### 女性員工比與女性主管比



## 申訴管道

員工如發現單位有違規、不法情事者，均可透過專線電話、傳真機及電子信箱等管道向公司提出申訴、檢舉。對於受理之案件均依據本公司相關規定及程序辦理調查，查證結果如確屬違規，則視情節予以適當議處，以導正從業人員依章行事、維護公司紀律、提升公司形象及維護股東權益。2011年，我們並無受理與人權有關的申訴案件。

### 員工總數與主管人數比例

年度	2011年		
	女	男	總計
總人數	7,020	17,644	24,664
總人數百分比	28.46%	71.54%	100.00%
基層主管人數	2,724	7,882	10,606
基層主管百分比	25.68%	74.32%	100.00%
中層主管人數	432	2,225	2,657
中層主管百分比	16.26%	83.74%	100.00%
高層主管人數	8	72	80
高層主管百分比	10.00%	90.00%	100.00%
主管人數	3,164	10,179	13,343
主管百分比	23.71%	76.29%	100.00%

# 促進勞資和諧

中華電信是國內唯一設有工會並與員工簽訂團體協約的電信業者，不只符合國內法規與國際人權公約的要求，也展現我們維護員工權益的決心。董事會中設置勞工董事一席，讓員工的心聲更能充分表達。

## 員工權益保障

配合公司年初優退措施及員工個人生涯規劃，離退人數有367人(男性276人、女性91人)，然我們為使服務不中斷，業務能持續運作、專業技能得以傳承，陸續延攬菁英新鮮人1053人(男性703人、女性350人)，員工離職率為1.49%。

為維護員工工作權益，公司與所有員工均正式簽訂勞動契約，且遵守政府訂頒之勞動基準法相關法令規定，於公司服務3個月以上1年未滿者，提前10日預告；於公司服務1年以上3年未滿者；提前20日預告；於公司服務3年以上者，提前30日預告。另公司亦透過勞資會議協商合作機制，締造和諧共融營運效益。

為期機構組織調整移轉時平順推展，公司在充裕準備時間前提下，將推動時程與實施日期訊息完整周知相關單位及人員，更積極與相對應之工會與同仁舉辦多場次溝通說明會，藉由共識基礎上，平和進行員工工作轉換與接續，以提供更精緻及精進化無縫接軌整合服務，及有效增進公司和諧運作形象。

## 員工平均年齡與服務年資

年度	2009	2010	2011
員工人數	24,668	24,474	24,664
平均年齡	47.66	48.21	48.68
平均服務年資	23.31	23.81	24.19

## 暢通溝通管道

我們尊重員工的權益與溝通。員工除了享有提案、申訴、加入工會之權利外，依團體協約總公司及各分、支機構的勞資代表，每3個月至少召開一次勞資會議，必要時得召開臨時勞資會議；勞方代表可受邀出席人評會，列席考核會、業務會報等；同時，董事會設置勞工董事一席。2011年，員工加入工會之比例達99.54%。

中華電信董事長、總經理不定期與工會理事長、監事等工會代表座談或電話溝通，確保勞資溝通管道暢通。勞資會議勞資雙方代表各9人，會議主席輪流擔任。2011年共計召開6次全區勞資會議，並加開1次臨時會，針對相關議題達成多項共識。此外，也召開7次與勞動條件有關之協調會商會議，協商議題包含休假、調薪等。

會中勞資雙方充分表達意見，透過此一溝通管道，產生良好互動，預先防止紛爭的發生，達到勞資自治的境界。

# 人力資源管理

為了協助員工的職涯發展，我們陸續完成建置各項職能訓練體系，以提升工作效率與人力資源的運用。我們開辦的內部培訓課程非常多元化，提供不同職級、不同業務性質的員工依其所需進修學習。各機構並設有人才培訓小組，推動人才培訓之規劃與執行，負責同仁生涯規劃與訓練發展。

## 以職能為導向之訓練發展新體系

我們已陸續完成建置各技術、業務專業的職能訓練體系，逐步執行以專業職能為導向之訓練發展，期望工作上所需能力與訓練能密切結合，以提升工作效率，並使未來新進替補人力能經由此紮實訓練，在短時間內能就工作所需專業職能得心應手。此外，為培育各職層主管之管理才能，我們正在規劃建立主管職及幕僚職管理才能的培訓課程。待相關計畫完成後，以職能為導向之訓練發展將更加完整。

我們將於2012年建置以職能為導向之訓練發展新體制，專業職能類別計有資訊等16類，職能項目計約700項子職能正逐步執行中，期使員工工作所需能力與專業職能訓練密切結合，落實訓用合一。

## 員工教育訓練及進修

我們致力於提供員工一個開放多元的學習環境，並透過工作輪調、專案指派及海外派任，使同仁生涯與職涯相互結合，共同享受知能成長的喜悅，開創美好的未來。我們設有專責訓練機構(電信訓練所暨台中、高雄分所)有計畫、有系統、有層次的落實培育訓練工作，2011年針對核心網路技術、接取網路技術、行動通信技術、加值服務、資訊技術、經營管理、營運管理及人資管理等職能開辦訓練課程，員工訓練總時數達161萬小時，訓練費總支出達7億3,322萬元。

為培育公司未來高階主管人才，我們辦理「高階主管儲備研習班」，以培訓公司未來高階領導人應具備之經營、創新管理、領導等能力。各機構設有人才培訓小組，以推動人才培訓之規劃與執行，負責同仁生涯規劃與訓練發展，並循計畫、執行及考核機制，落實辦理同仁培育訓練工作。以增進同仁專業知能，改善服務態度及整體工作績效。

### 員工教育訓練

年度	2009	2010	2011
總訓練經費(元)	661,362,885	728,577,757	733,221,300
人均訓練經費(元)	26,819	29,769	29,730
總訓練時數(小時)	1,927,751	1,979,407	1,613,248
人均訓練時數(小時)	78	81	65

# 吸引與留用人才

我們很重視人才，為了能協助其平衡職涯發展與家庭生活，除了率先實施育嬰留職停薪制度，提供優於法令的健康預防照護，而2011年相關員工健康照顧之支出，約佔全年營收的0.15%。

## 產學合作

著眼於開拓海外市場，我們訂定了「國際企業人才培訓計畫」，加強培訓通曉國際企業經營的人才。同時，為培育優秀電信海外人才，我們設有「中華電信東南亞獎學金」，每年提供定額獎學金予交通大學理、工、資電、商管相關學系之東南亞籍優秀僑生及外籍生，受獎學生亦有機會參與我們的研發專案，或至各分公司工讀。

除了自行培訓，我們也與外界知名學府共同培育電信科技人才，厚植公司產業競爭力。電信訓練所自2008年起與台灣大學合辦「電信網路技術高級學程」，每屆培育50名同仁，計上課4學期，對電信網路理論基礎的紮根成效卓著。

同時我們也鼓勵一般員工從事終身學習，提供每學期最高3萬元的進修補助。2011年，員工申請公餘進修補助者有1,081人次，投入的總金額為1,695萬元。

## 員工滿意度調查

為了解員工對於在中華電信工作之滿意與認同情況，中華電信自2010起持續展開員工滿意度調查，針對員工對於工作環境、福利、薪酬等面向的滿意情況進行測量，藉以綜合性地了解不同屬性的員工對於工作滿意度的感受與期望。根據2011年員工滿意度調查結果，顯示對於在中華電信工作感到滿意的員工佔66%，與前一年度的67%相當。

## 健康促進與管理

員工的健康是公司的財富，提供安全健康的工作環境也是企業社會責任的基本要求。2011年，我們致力的工作包括：

1. 辦理員工及眷屬健康檢查：我們提供優於法令規定的照護，員工每年可享一次免費健康檢查，2011年每人檢查費用新台幣3,500元，員工眷屬亦得以優惠價格參加檢查，將對員工健康照護擴及員工家人。
2. 持續進行員工協助方案(Employee Assistance Program, EAP)：藉由EAP提供一對一個別專業諮詢服務，包含協助員工解決心理、法律、醫療諮詢及工作、生活服務資訊等問題，2011年合計接受服務320人次。
3. 推動員工健康促進：共舉辦健康專題講座192場次有13,746人參與、體能競賽22場次有1,822人參與、知性之旅73場次有10,803人參與、健康篩檢18場次有4,802人參與。另外提供各類健身、休閒設施及成立休閒性社團，鼓勵休閒活動。
4. 平衡職場生活：全省設置28個電信會館，鼓勵員工休假，提供休閒住宿，每人每年並提供旅遊補助8,000元。



中華電信女籃隊是我們推廣運動風氣的親善大使。

# 樂在工作幸福人生

有幸福的員工，才能將感動服務傳達給消費者。我們鼓勵員工組成家庭、開創人生新局面，健全的退休保障更是員工家庭最大的後盾與支持力量。為增進員工福祉，讓員工能共享企業經營成果，設有員工持股信託制度。

## 平衡職場與家庭

為了協助員工兼顧事業與家庭，自2006年7月起，我們率先開始實施育嬰留職停薪制度，為體恤女性員工，留職期間發給勞保投保薪資一半的育嬰留職停薪津貼，最長可請領2年。員工請領政府給付津貼月數屆滿後，女性員工再依勞保投保薪資半數發給育嬰留職停薪津貼。此外，也提供家庭照顧假、男性陪產假、女性生理假及提供哺乳室等措施。至2011年，申請產假有168人；申請育嬰留職停薪則有171人；請領育嬰津貼者共計157人。而復職留任率，男性為4.2%，女性為79.2%，合計為83.4%。

### 申請育嬰留職停薪津貼員工數



註：因請領育嬰留職停薪的申請者資格男女皆可，請領育嬰津貼的申請資格限女性，故前者人數略多。

## 退休保障

為增進員工福祉、提高員工對公司的向心力、共享企業經營成果，使員工退休或離職後之生活獲得保障，辦理員工持股信託，按本公司與員工持股會約定之提撥獎勵金比率，依員工每月薪資提存金額提撥獎勵金。

我們依據「中華電信股份有限公司從業人員退休撫卹及資遣要點」以及《勞動基準法》、《勞工退休金條例》等相關規定辦理員工退休事宜。民營化前已退休支領月退休金人員之月退休金依規定由中央主管機關發給。適用勞動基準法退休金規定者，依勞動基準法按月提撥退休準備金上限15%，由本公司勞工退休準備金監督委員會監督之，並以該委員會名義存入負責辦理收支、保管及運用之台灣銀行。適用勞工退休金條例退休金制度者，由本公司依勞工退休金條例每月負擔不低於6%勞工退休金提繳率，並按行政院核定之月提繳工資分級表提繳儲存於該從業人員在勞工保險局設立之勞工退休金個人專戶。

2011年持續捐助退休同人協進會450萬元辦理會務相關活動，加強退休同仁之照護，並設有中華電信退休同人協進會全球資訊網專屬網站，鼓勵退休同仁照顧健康與終身學習。



連續兩年舉辦員工集團結婚，祝福每對新人邁向人生新階段。

# 保障職業健康與安全

提供健康安全的職場環境，是我們對員工責無旁貸的義務。我們除了持續推動各項職業安全衛生管理系統，並取得驗證，也完成各項電信作業危害辨識與風險評估，特別針對業務相關高風險作業，採取作業許可等管制措施，以強化高風險作業的風險管控，有效預防職業災害的發生。

## 職業健康與安全承諾

我們追求營運績效與永續經營，在善盡企業社會責任之同時，承諾依組織性質與風險，提供適當資源，透過組織運作及全員參與，除遵守安全衛生法規及符合其他相關規範要求外，並持續改善安全衛生設施，預防傷害與不健康，以保障員工、承攬勞工及相關第三者生命安全與健康。為此，我們持續致力於下列工作事項：

1. 遵守安衛法規，推動自主管理。不僅要符合國內安衛法規，更要以國際相關規範為標竿，使安全衛生工作生活化，並內化為企業優良安衛文化。
2. 實施危害辨識，落實風險管控。充分鑑別、評估相關不安全、不健康之危害，落實高風險作業管制。
3. 強化健康服務，促進身心健康。提昇健檢品質，激發員工受檢意願；辦理健康促進活動，以預防並提升員工身心健康。
4. 推動全員參與，提昇安衛績效。暢通溝通、諮詢管道，鼓勵員工積極參與安全衛生活動；並與承攬商溝通安衛議題，運用資通相關技術，有效提昇安全衛生績效。
5. 持續改善設施，營造優質職場。持續改善設備與強化安全衛生措施，並加強交通安全宣導。
6. 辦理勞安訓練，提升安全意識。依據勞工安全衛生法令辦理各類人員勞工安全衛生在職教育訓練。

## 2011年職業災害統計(適用勞工安全衛生法事業單位)

		中華電信	全國
失能傷害人次數		45	11,492
失能傷害頻率		0.92	1.83
失能傷害嚴重率		148	143
死亡人數		1	80
職災千人率	男	1.76	--
	女	1.99	--
	全體	1.82	3.79

註：

1.失能傷害頻率=失能傷害人次數\*10<sup>6</sup> /總經歷工時。失能傷害嚴重率=總計傷害損失日數\*10<sup>6</sup> /總經歷工時。職業災害千人率=每年平均每千個勞工中發生職業災害人數之比率。以上皆為普遍使用安全衛生績效指標，屬被動性KPIs。

2.全國性資料來源為勞委會網站100年勞動統計年報。因國內尚無其他綜合電信業者(含固網、行動、數據等作業)可供作職業災害統計比較，勞委會又認定我們屬中高度風險事業單位，故將中華電信職災指標與全國職災指標兩相比較以為參考。

# 安全衛生管理及系統驗證

我們不僅導入職業安全衛生管理系統，更接受外部機構的驗證。以「制度化」與「系統化」機制，落實員工安全衛生的管理，提昇營運品質與安全水平。

## OHSAS18001驗證

我們為推動勞工安全、健康業務，設置勞工安全衛生組織有二，一為「勞工安全衛生委員會」，負責審議、協調及建議勞工安全衛生有關業務；二為「勞工安全衛生管理單位」，負責規劃、辦理勞工安全衛生有關業務。

勞工安全衛生委員會委員任期為二年，並以雇主或其代理人為主任委員，綜理會務，至少每三個月開會一次，必要時得召開臨時會議，2011年計召開會議4次。委員27人，除事業單位代表外，尚包括勞工代表、勞工安全衛生人員、與勞工安全衛生有關之工程技術人員、醫護人員等，其中「勞工代表」9人，佔委員人數比達1/3。2011年，「勞工安全衛生委員會」會議討論與勞工健康、安全有關之議題共計19件，皆能獲得有效解決。

我們主動提供工作場所相關安全衛生設備及措施，以建立安全、衛生、舒適工作環境，並定期追蹤安全衛生績效，確認安全衛生管理之有效性。推動以plan-do-check-act為架構職業安全衛生管理系統，至2011年底止，全區28分機構中有27分機構通過職業安全衛生管理系統OHSAS18001國際驗證。因此，縱使我們提供的服務與各項作業持續成長，安全衛生績效仍相當顯著，2011年，職業災害千人率遠低於全產業平均值。

## 強化作業安全管理

我們完成各項電信作業危害辨識與風險評估，針對高架、局限空間、人孔管道開挖、動火、電力活線、起重吊掛等高風險作業，採取作業許可等管制措施，以降低此類作業風險。2010年為再加強對高風險作業風險之管控，研擬制定「落實現場作業人員遵守安全事項實施要點」，並自2011年3月開始實施，主要針對高架、局限空間、人孔管道開挖、動火、電力活線、起重吊掛等高風險作業，除加強現場巡視管理外，並結合我們的資通訊專業，於作業前以3G手機拍攝現場安全設施及個人防護具佩戴情形，並回傳至指定系統提供即時稽核，強化高風險作業風險管控，有效預防職業災害發生。



推動OHSAS18001驗證，提昇安全衛生績效。

# 落實環境教育

《環境教育法》於2010年5月經立法院通過，共26條，其目的在於增進國民保護環境之知識、技能、態度及價值觀，促使國民重視環境，採取行動，以達永續發展之公民教育過程。

## 環境教育與營運活動結合

《環境教育法》中與我們最為相關的是第19條：「機關、公營事業機構，所有員工每年應參加四小時以上環境教育，並向中央主管機關提報環境教育執行成果。」這項規定，與《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》第15條：「上市上櫃公司宜設立環境管理專責單位或人員，以維護環境管理相關系統，並定期舉辦對管理階層及員工之環境教育課程」恰巧彼此呼應。對此，我們加強落實：

- 1.全體員工每年接受4小時環境教育課程。
- 2.企業重大活動結合環境教育課程與實做，以收環境教育和營運活動結合之效。

2011年，我們共舉辦九個環境教育訓練課程。參加人數為8,915人次。

## 企業志工交流

我們的「企業社會責任委員會」，其中包括「環境永續小組」和「企業志工服務小組」，推動全台各營運處同仁從事環境教育，已經累積相當績效與經驗。

中華電信志工也參與了由愛普生科技等企業發起的台灣節能巡邏隊，從提高企業營運、生產過程中之能源效率下手，進而達到減碳，減緩地球暖化的核心目標，期望透過免費的現場節能診斷，提供受診單位節能建議，達到環境保護與企業營利雙贏的最大效益。

## 轉動台灣向前行環境志工

我們的同仁在建國百年年底響應轉動台灣向前行活動，全台11萬名單車騎士，在台灣各地同時騎乘腳踏車，用身上的熱量，減少能源的浪費，進而達到節能減碳、強身體健的目的。中華電信公司在企業社會責任委員會的大力推廣下，有高達7,428名員工與其眷屬參加轉動台灣向前行活動。另有79位員工自願擔任活動志工，協助轉動台灣向前行活動的舉辦。

中華電信並且率先示範ICT創新科技，使用最先進的雲端伺服器及資料庫，透過

GPS手機即時定位參與活動的騎士騎乘的軌跡。中華電信自從踏入雲端服務以來，致力於將創新科技和感動服務相連結，創造觀光與ICT結合的全新產業價值，讓72,919人同時騎單車的金氏紀錄創建過程，可以透過網路科技，見證台灣雲端時代雲轉台灣的世界騎跡。



配合「轉動台灣向前行」活動，我們辦理環境教育與低碳樂活單車研習班。

# 環境影響

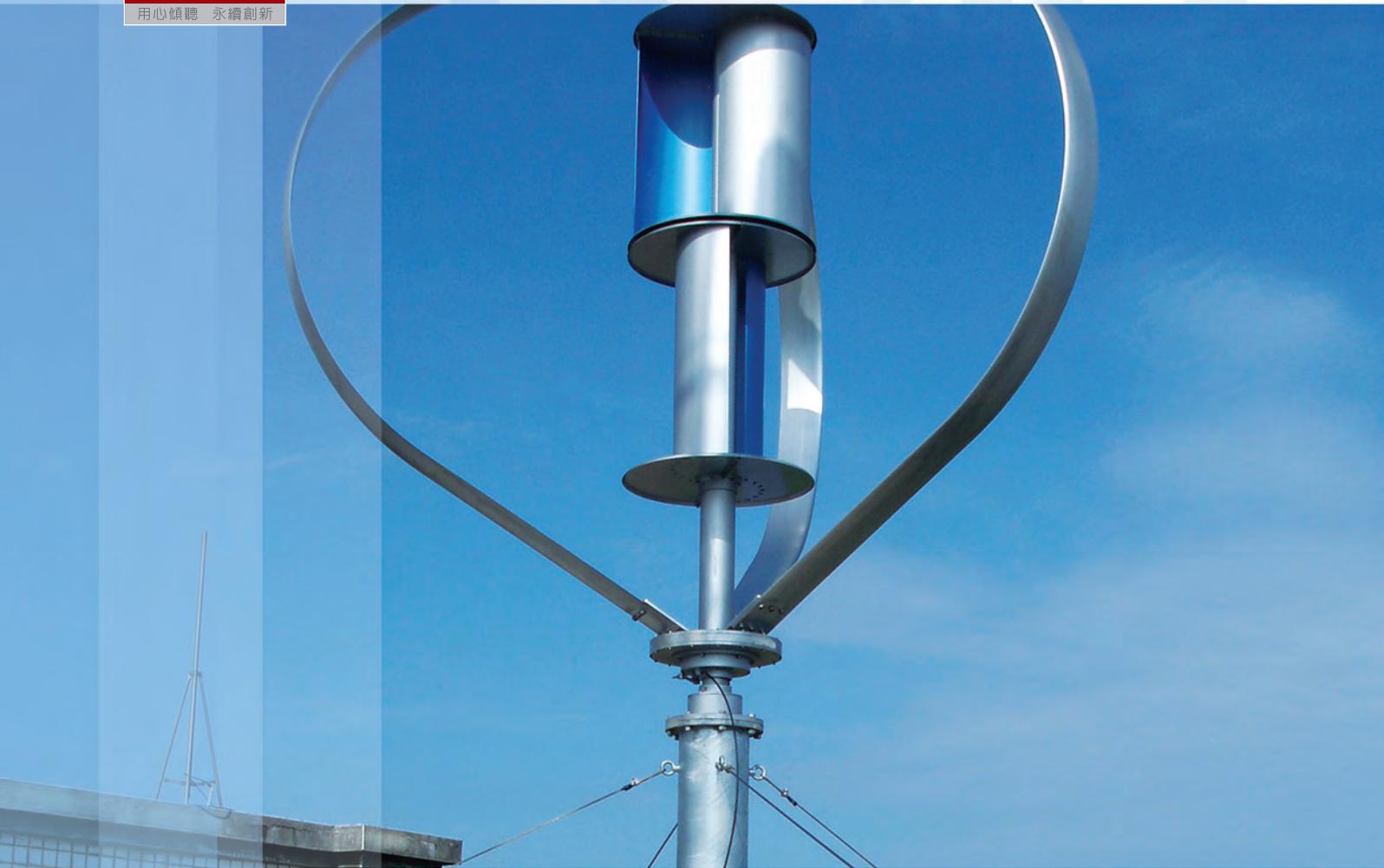


- S 策略** 因應全球氣候變遷 | 因應變遷的積極作為
- M 管理** 環境永續發展管理 | ISO國際標準認證 | 落實用電管理 | 碳管理目標  
電信機房節能減碳計劃 | 節能減碳成果斐然
- A 措施** 水資源使用效益管理
- R 回應** 創造綠色企業
- T 目標** 共創美好家園

## 得獎記錄



- 數據通信分公司2011年為第一家通過ISO50001能源管理系統驗證之電信業者
- iEN智慧節能服務榮獲經濟部國際貿易局2011年「第一屆台灣綠色典範獎」
- 榮獲台北市政府2011年度績優綠色採購標竿企業獎
- 榮獲環保署綠色採購績優企業獎
- 榮獲台北市政府2011年度「金省能」獎
- 榮獲2011年第一屆「能源技術服務公司節能績優獎」
- 榮獲2011年度經濟部能源局「優等獎」
- 榮獲2011年度行政院環保署「節能減碳行動標章獎」
- 榮獲2011年度台北市環保局績優綠色商店表揚
- EARTH榮獲「2011年台北國際發明暨技術交易展競賽」金牌獎
- 榮獲高雄市政府環保局2011年「我喜歡綠色商店票選活動表現優異綠色商店獎」



# 從自主節能 到綠色商機

在節能減碳已成為企業核心競爭力的時代，我們從辦公室導入自主節能，致力於機房節能，並運用再生能源設備節省用電。

自從推動企業社會責任以來，我們2011年比2007年的節電基準節電17,658度，節電比例達17.42%。在降低公司營運對自然環境的衝擊之外，還研發iEN智慧節能服務產品，為各企業及機構節能，創造綠色產業商機。

# 因應變遷的積極作為

為因應氣候變遷風險，我們擬定了環境保護節能減碳五年計畫(2011年～2015年)，並已完成上述策略與行動方案等規劃。除積極落實「辦公室及機房節約能源措施」工作外，所有能源使用的相關數據皆加以統計分析，進行科學化管理。

## 制訂環保節能政策

我們的業務涵蓋固網通信、行動通信，以及數據通信三大領域，提供語音服務、專線電路、網際網路、寬頻上網、智慧型網路、虛擬網路、電子商務、企業整合服務以及各類加值服務，係國內營運經驗最豐富、規模最大之綜合電信業者。我們身為國內電信服務的領導業者，在追求企業持續成長與永續經營之同時，提供對環境更友善、更高能源使用效率的電信服務給消費者，以重視企業社會責任(CSR)為出發點，為我國環境永續發展做出更多的貢獻。我們面對未來環境永續發展之議題，已經將環境保護、節能減碳、生態關懷、綠智建築等相關議題發展融入，並以具體之環保節能管理方案，來改進整體的環境績效指標進而提升環境品質，建構我們環境永續發展方向。

為了履行前揭承諾，我們將致力於以下環保節能政策：

- 遵循環保法規，推動自主環保。
- 提升能源效率，落實節能減碳。
- 採用綠色能源，實施綠色採購。
- 研發綠色產品，發展綠色經濟。
- 強化生態環境，營造綠智建築。
- 運用回收減量，建構環境永續。

## 加入GreenTouch國際節能研究組織

GreenTouchConsortium成立於2010年1月，以改善網路能源效率1000倍為其目標，致力於研發各種層面的網路節能技術。該組織由國際一流資通訊產業、學術單位以及非政府研究機構的專家所組成，目前合計有54個會員，專注於大幅提升ICT設備、平台及網路的能源使用效率。

我們於2010年11月受邀參加在荷蘭舉辦之GreenTouch2010年秋季會員大會，在深入了解該組織功能、活動推展及會員資格等資訊後，決定參與GreenTouchConsortium，並在2011年1月正式成為會員，一同為ICT節能技術盡一份力，具體實踐世界公民的責任。

我們提出行動網路架構演進及異質網路架構節能技術階段成果等貢獻，並在會員大會中從電信業者的角度提出目前的商用網路架構演進趨勢，並提供邁向綠色電信的願景及研究領域說明介紹，以及我們研發之節能／耗能評估框架及節能效益分析成果，獲得熱烈回響。

## 關心國際會議與行動

2011年11月28日至12月9日，聯合國氣候變化綱要公約（UNFCCC）第17屆締約國大會在南非德班舉行，並宣布四項重要協議，這些決議對達成全球溫室氣體減量的效果、對我國的影響，以及我國因應作法等，都關係到台灣經濟發展的永續性，需要政府積極評估及應對，我們配合政府「黃金十年」環境永續政策，提出「中華電信環境永續發展策略與目標」，積極落實國家環保減碳政策。

# 環境永續發展管理

我們對環境永續節能減碳工作一向不餘遺力，每年進行檢討、修正各項節能方案，配合預算逐年實施，同時也將節能成效列入「行政管理績效評核辦法」及「電力空調設備維護作業績效評鑑」考核項目中。

## 環境永續發展管理系統（EARTH）

我們多年來持續關注環保議題，並致力於環境永續經營，為了讓公司更有效率的管控企業環境資源，有必要研發相關綠色資訊化系統，清楚呈現公司各項環境政策推動成果，回應CSR以環境保護地球相關議題。

環境永續發展（EARTH）系統中納管的重大環境保護項目包含：用電管理、用水管理、溫室氣體排放、資源回收、樹木種植等，清楚呈現我們對節能減碳、環境保護的重視。

EARTH系統於2008年1月開始建置，積極投入研發人力進行EARTH系統功能研發與擴充，系統包含下列功能及成效：

1. 節能創新：由全區各單位將節能創新作為上傳至EARTH系統，提供企業內各單位下載與互相觀摩學習，以利凝聚全區共識一起為環境保護而努力。
2. 績效評核：以系統量化方式進行績效評比激勵全區為環境永續盡一份心與善盡企業社會責任。
3. 用電管理：藉由與電力公司申請集中繳納作業，納管全區用電資料，目前系統已納管超過47,000個電號、98萬筆電費資料，台電繳費通知以電子檔代替紙本，加速處理作業，大幅減少公司行政人力，並提供各式彙整分析功能（包含用電比較、用電趨勢、功因統計與超約用電分析等）提高管控效率，達到落實公司節約用電政策降低溫室氣體排放之目標；透過異常通知功能，2011年成功節省547萬溢繳電費。

4. 用水管理：藉由與水公司申請電子帳單及集中繳納作業，納管全區用水資料，減少紙張浪費；目前系統已納管超過1,000個水號、38,000筆水費資料，大幅減少行政人力，並提供各式彙整分析功能（包含用水比較、用水趨勢與用水追蹤等）提高管控效率，達到落實公司珍惜水資源節約用水政策，透過異常用水通知功能，2011年為公司節省66萬溢繳水費。
5. 碳盤查作業：因應碳排放實質與法規風險，EARTH提供相關碳查證資訊化表單，完成我們碳盤查及推動碳減量措施，降低營運風險及提昇企業標竿形象，全區節省約300人日作業人力與大量旅費費用與交通碳排放，已連續四年協助企業通過ISO14064-1碳查證。
6. 企業造林：提供介面給使用者針對樹木的種類、數量、保管單位及位置進行建檔之工作。紀錄管理240類種植在中華電信園區內樹木，包含儲存在EARTH系統資料庫內超過64,000棵樹木資料。
7. 水回收管理：提供介面給使用者針對水資源回收種類、方式、保管單位及位置進行建檔工作。紀錄回收超過14,022公噸廢水再利用。
8. 資源回收管理：提供介面供使用者針對各種回收的種類、數量及負責單位進行建檔。記錄有22種資源回收項目，9,706,844個資源回收資料。

# ISO國際標準認證

我們利用兩項國際標準的認證，希望藉由一些準則與方法的建立，提供企業內部必要程序的架構，讓組織、企業等能有依循的方式，將自身的能源使用效率，提升到最佳狀態，進而達到永續經營與環境友善的目標。在2015年終前，各單位將會依序完成認證工作。

## ISO14001環境管理系統認證

進行環境管理ISO14001系統驗證可以顯示我們對環境永續發展的承諾，可以為公司帶來以下好處：證明環境業績，提高管理信心，改進環境管理風險，增加市場競爭力，符合法規和其他要求，持續改進，降低成本。

### 中華電信ISO14001單位認證順序

年度	執行單位
2008	南區分公司
2009	行動通信分公司
2010	北區分公司、數據通信分公司
2011	國際分公司、電信研究所
2012	訓練所
2013	企業客戶分公司

## ISO50001能源管理系統認證

ISO50001能源管理系統標準，主要目的是藉由一些準則與方法的建立，提供組織、企業一個必要程序的架構，讓組織、企業等能有依循的方式，在不影響現有運作下，將自身的能源使用效率，提升到最佳狀態，並與組織運作之策略和目標密切配合，再輔以PDCA(Plan-Do-Check-Action)的機制，進行組織能源運用方式持續的改善，也藉由能源成本的降低、溫室氣體排放的減少，進而達到永續經營與環境友善的目標。2011年我們數據分公司已經取得ISO50001能源管理系統認證，2012年將繼續規劃電信研究所導入該系統認證。

### 中華電信ISO50001單位認證順序

年度	執行單位
2011	數據通信分公司
2012	電信研究所
2013	國際分公司／行動通信分公司
2014	北區分公司／南區分公司
2015	訓練所／企業客戶分公司



2015年前各單位都將取得ISO 14001與ISO 50001認證。

# 落實用電管理

由於組織規模龐大，對於電力需求亦不小，為此也花了不少功夫在推動節能。我們的作法是由內向外，先從全國最大建物的節能監控網路做起，再逐步做好其他建物的能源管理及效能改善。期望在2015年末時，達到累計節電2.97億萬度，所占百分比達到22%。

## 用電管理計畫與目標

我們用電管理目標：「階段進行電信機房及辦公大樓節能減碳計畫在2012年的用電量，要比2007年再降12%目標」，由於管控得宜，已於2011年達成目標，集團用電量較2007年減少了19042萬度。未來將繼續配合政府的節能減碳政

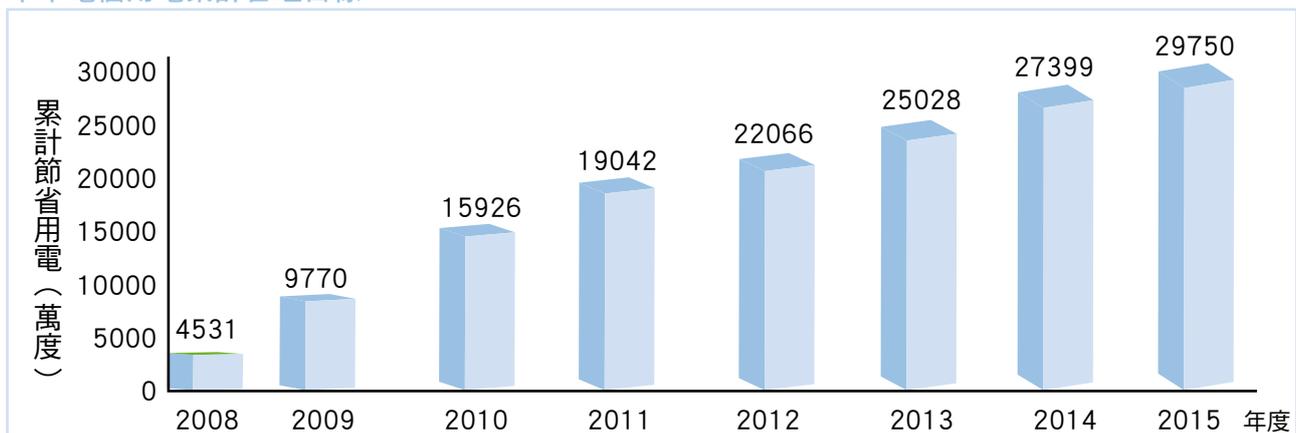
策，以2007年用電量為基準年，於2015年時將再減8%總用電量，預計2015年(業務成長除外)將比2007年之用電量減少29750萬度，節省用電度數達22%。」

## 中華電信用電管理計畫

年度	累計辦公大樓 節能 (萬度)(A)	累計業務成長 增加用電 (萬度)(B)	較2007年增加 用電 (萬度)(C)	較前一年節電 (萬度)(D)	淨節電比 (百分比)(E)	累計節省用電 (萬度)(F)	累計節電比 (百分比)(G)
2008	200	8530	4199	4531	3.37%	4531	3.37%
2009	1050	13167	4447	5239	3.89%	9770	7.26%
2010	1900	17832	3806	6156	4.57%	15926	11.83%
2011	2580	21435	4973	3116	2.32%	19042	14.15%
2012	3090	24902	5926	3024	2.25%	22066	16.40%
2013	3490	28200	6662	2962	2.20%	25028	18.60%
2014	3800	31103	7504	2371	1.76%	27399	20.36%
2015	4100	34000	8350	2351	1.75%	29750	22.11%

註1：T=2007年用電度數134,572（萬度）為基準年。E=D/T，F=A+B-C，G=F/T。  
註2：2012~2015年為目標值。

## 中華電信用電累計管理目標



註：2012~2015年為目標值。

# 碳管理目標

節能減碳一直以來都是我們不斷努力的目標，希望在兼顧業務成長的情況之下，更有效率的運作能源，降低對電力以及石化燃料使用的需求。希望在2015年末時，累積節碳比能夠達到17.04%。

## 碳管理計畫與目標

我們碳管理目標：「溫室氣體排放量在2012年回歸到2007年基準排放量」。由於我們持續降低電力使用量、降低化石燃料的使用量，此行動所帶來的價值是降低營運電力成本，降低集團溫室氣體排放量。2011年，我們進行溫室氣體盤

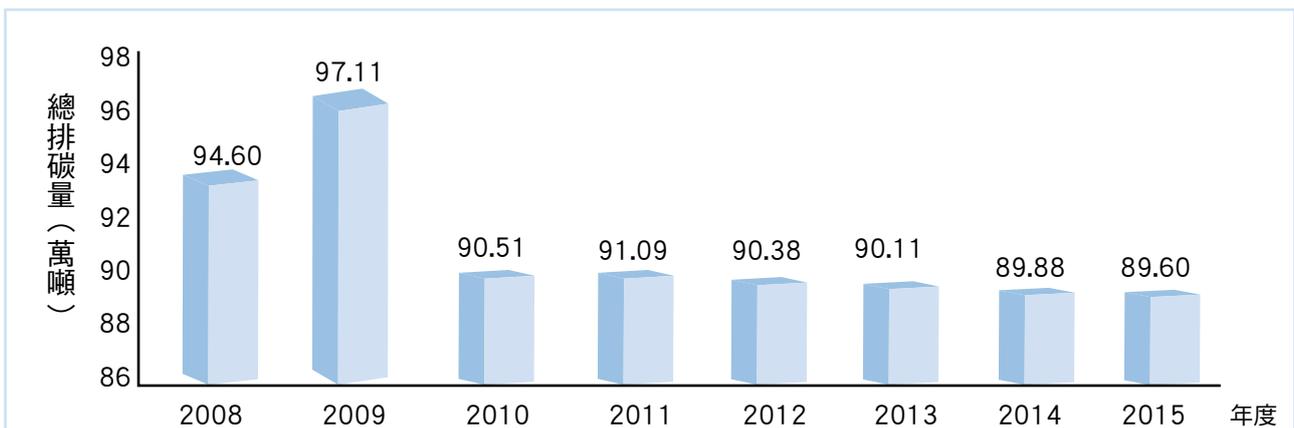
查，(盤查2010年)總排放量為905,095.14t-CO<sub>2</sub>e，在控管得宜下，已達成我們減量目標，做到了大幅降低溫室氣體排放總量。未來將持續管控，於2015年在業務成長下，仍繼續維持溫室氣體排放量不成長。

## 中華電信碳管理計畫

年度	用電排碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	較96年增加排碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	用油排碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	其他排碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	總排碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	業務成長增加排碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	較前一年節碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	累計節碳量 CO <sub>2</sub> (萬噸)	累計節碳比 (百分比)
2008	85.98	2.67	1.74	4.21	94.60	5.43	2.76	2.76	2.97%
2009	88.58	2.72	1.61	4.20	97.11	8.20	2.73	5.49	5.90%
2010	82.50	2.33	1.49	4.19	90.51	10.91	3.25	8.74	9.39%
2011	81.80	3.04	1.45	4.18	91.09	13.12	1.49	10.23	11.00%
2012	81.20	3.63	1.38	4.17	90.38	15.24	1.54	11.77	12.65%
2013	80.50	4.08	1.37	4.16	90.11	17.26	1.57	13.34	14.34%
2014	79.80	4.59	1.35	4.14	89.88	19.04	1.26	14.60	15.69%
2015	79.00	5.11	1.34	4.15	89.60	20.81	1.26	15.85	17.04%

註：2012~2015年為目標值。

## 中華電信碳管理推動目標(含業務成長)



註：2012~2015年為目標值。

# 電信機房節能減碳計劃

我們成立的時間超過一甲子，擁有數以萬計的電信機房，到目前為止還有許多可以努力再改善的地方。一方面我們致力於汰換舊有效率不佳的設備，換上符合國際標準的節能設備，另一方面，改變使用習慣，共同達到節能減碳的效果。

## 電信機房五年節能減碳計劃

我們因應氣候變遷對營運活動之影響，2008年制定電信機房5年節能減碳計劃，配合有效措施降低碳排放量，善盡地球村成員責任，內容概述如下：

1. 空調溫度控制：依據機房、修機室、測量台、辦公室等之用電場所，訂定不同之溫度管理標準，並納入電力空調設備集中監控系統(簡稱POSS)自動管控，由各分公司節能管理小組人員不定期查核、督導。
2. 依負載狀況調整SMR單機開機數，提昇SMR運轉效率，減少能源耗損。
3. 用電需量控制：利用POSS對設備實施自動加、卸載及時序控制，達到節能與節費目的。
4. 空調區間隔離：針對不同空調區間、未裝機區間、設備停用區間進行隔離，以利管控空調之使用，節約空調無謂之耗能。
5. 安裝變頻器：空調冷卻水泵、冷卻水塔散熱風扇電源加裝變頻器，依水溫控制運轉頻率，達到節能目的。
6. 外氣通風散熱：操作環境溫度可達40°C以上之設備，改以外氣通風系統散熱。
7. 通信機房空調採高顯熱空調主機：配合機房空調建設、汰換，採顯熱比0.9以上空調主機，節約能源。
8. 變更風量或調整風管配置：配合機房通信設備新增、汰換及負載熱源分佈，適當調整風管風量及配置。
9. 停用或備用通信設備PC板抽出或斷電：各機房停用或備用之交換、傳輸設備，予以停電或將PC板脫離插槽。
10. 降低通信機房高級柴油使用：柴油引擎發電機定期加載測試週期，由每2週調整為4週，減少油耗、噪音與空氣污染。
11. 機房照明管理：大面積機房之照明應配合工作需要區分成小區塊，並設獨立控制LED型雙開關，以利隨手關燈。
12. 基地台節能：執行方式因地制宜採渦輪自然通風設備、冷氣加抽排風扇及溫度調昇等措施進行節約能源。
13. 交換設備汰換：積極引進NGN\_CN設備，逐年汰換PSTN老舊交換機，擴充建設NGN\_GW設備及新增功能。
14. 傳輸設備整併：早期建設之PDH設備及SDH網路設備汰換為NG SDH網路，引進ROADM、OXC、NG SDH等傳輸網路設備，以降低現場維運成本，並減少低速率及老舊傳輸網路設備之能源虛耗。
15. 接取網路汰換：配合FTTx建設情形及客戶需求，逐年汰換老舊設備。
16. 節能績效納入年度「電力空調設備維護作業績效評鑑」。

# 節能減碳成果斐然

落實節能減碳以對抗全球氣候變遷，乃政府當前施政重點之一。相關之行動方案陸續推出，政策目標亦緊扣國際社會之潮流趨勢向上修正，以善盡地球村成員之責任。我們將逐年訂定更新，惟追求高效、高值及低排、低耗以達到永續，則是未來不變之願景。與各界共同努力，持續推動節能減碳工作。

## 導入再生能源

上述措施實施迄今，2011年比2010年節電3,634萬度，比2007年我們節電基準年節電17,658萬度，節電達17.42%，減碳108,067公噸，為持續關懷地球環境變化，善盡地球村責任，我們將繼續辦理5年節能計劃，預期每年節省用電目標為2%。

我們為降低公司營運對自然環境之衝擊，電信機房電力空調積極導入變頻節能、高顯熱節能、外氣節能等空調節能措施，迄2011年計完成節能變頻模組1,837.5HP、高顯熱空調機6,958RT、高效率空調機(每部2~3kW)1,230部、全外氣空調機430RT，及自然通風為主空調為輔75部。另為提高再生能源運用，完成風力發電機總設置容量26.6kW、太陽光電發電系統總設置容量157.06kWp，藉以減少用電需求，降低對環境的影響，提昇公司企業形象。

## 電信機房廢棄物處理

我們電信機房的廢鉛蓄電池屬環保署公告應回收事業廢棄物，基於減少污染物、有毒物及廢棄物之排放為事業機構共同之社會責任，爰規定回收處理須採訂定共同契約模式公告標售，且處理廠商須為環保署資源回收基管會網站公告之合法處理廠商，不得逕行通知一般回收廠處理，以為有效管理處理之合法性，以及減少對環境之影響。

我們各所屬機構所產生之廢鉛蓄電池，均經由供應單位就地標售，並取得「公告應回收清除、處理之廢鉛蓄電池遞送聯單」留存備查；另因原物料日益上漲，廢鉛蓄電池之回收再生價值提高，我們2011年共回收處理廢鉛蓄電池31,101顆，總重量1,635,427公斤，回收產生之收益金額40,988,066元，除善盡環保責任，亦附帶增裕公司營收。



採用無碳的再生能源，降低營運碳足跡。

# 水資源使用效益管理

「生態效益」(Eco-efficiency)是由世界企業永續發展委員會(WBCSD)所提出的，目的在於增進更有效的資源利用與較低的汙染排放。從此指標可了解企業內部環境及經營績效的情況。為了更有效降低電信產業對環境的衝擊，並提高資源利用，我們推出許多環保節能行動產品／服務與方案，能協助住商部門及運輸業減少碳排放量。

## 水資源管理計畫與目標

我們用水主要為民生用水，除一般盥洗用水外，以冷卻空調用水為主要用量，隨業務成長與人力增加，用水量減少有限，將仰賴雨水與冷卻水回收，將用水進行有效之管控。我們推動水資源管理計畫，除制定推動水資源節約措施外，將輔以水費集中管理與推動各項水資源相關作法，以擬定具體管理目標，提升水資源之運用。

### (一)推動水資源節約措施

- 1.洗手檯裝設噴霧式水龍頭，降低水流。
- 2.廁所改裝兩段式沖水設備，減少沖水量。
- 3.辦公樓內的開水供應每天上午8：00開啟，晚上18：00關閉。
- 4.用水應堅持節約原則，杜絕出現浪費水源現象。
- 5.使用雨水回收水進行公司綠化澆灌花。
- 6.發現供水設備損壞應及時與維修工程人員聯繫，避免長時間流水浪費的現象。
- 7.推動新建築物中水設置，將生活污水匯集經過處理後，達到規定的水質標準後，可在一定範圍內重複使用於非飲用及身體接觸用水。



電信研究所將廢棄農業蓄水池加以美化，形成生態湖。

### (二)水資源減量目標

- 1.我們自2007年起推動節水措施，雨水、沐浴水、空調冷凝水等回收再利用方案，將回收水再利用於樹木澆灌、園區及人行道清洗上。以2007年用水量為2,431,000公噸計，逐年降低用水約2%，至2011年用水量降至2,237,541公噸，統計節省用水8.6%，已達成我們年度減量目標值。
- 2.未來我們將繼續推動相關節水計畫，希望在2015年用水總量比2007年用水總量減量達到15%以上。

### (三)水資源回收五年計畫

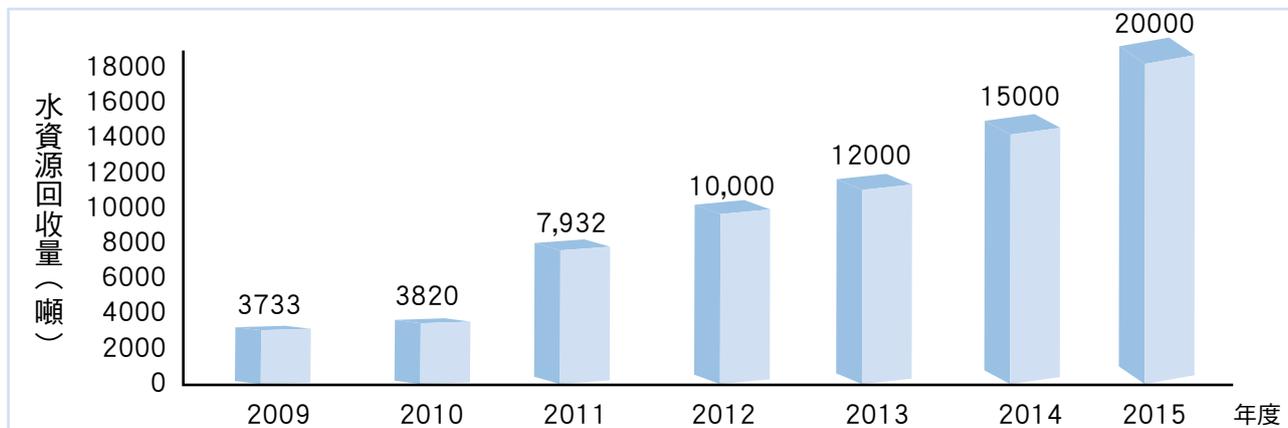
- 1.我們水資源回收再利用管理自2008年起納入EARTH環境永續管理系統統計，2008年回收再利用量為3733公噸，2011年回收再利用量為7936公噸，呈現微幅成長效益。為強化水資源回收再利用成效，我們已規劃五年建設計畫，預計新設地下筏基雨水回收系統，收集下雨時機房屋頂及地面乾淨雨水，同時將辦公大樓空調系統進行新設冷凝水回收工程，將回收水充分利用。
- 2.水資源回收再利用五年建設計畫完成後，我們的水資源回收再利用量預估可達到總用水量1.5%，約20000公噸。

### 中華電信水資源回收計畫與目標

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
水資源回收量(噸)	3,733	3,820	7,932	10,000	12,000	15,000	20,000

註：2012~2015年為目標值。

## 中華電信水資源回收計畫目標



註：2012~2015年為目標值。

## 節能行動方案與措施

## 一、電信機房節能方案與措施

- 空調溫度控制
- 調整SMR單機開機數
- 用電需量控制
- 空調區間隔離
- 安裝變頻器
- 外氣通風散熱
- 通信機房空調採高顯熱空調主機
- 變更風量或調整風管配置
- 停用或備用通信設備PC板抽出或斷電
- 避免各類電力設備小型系統林立(如UPS、SMR…等)
- 降低通信機房高級柴油使用
- 機房照明管理
- 基地台節能
- 建置太陽能光電設備

## 二、辦公室節能方案與措施

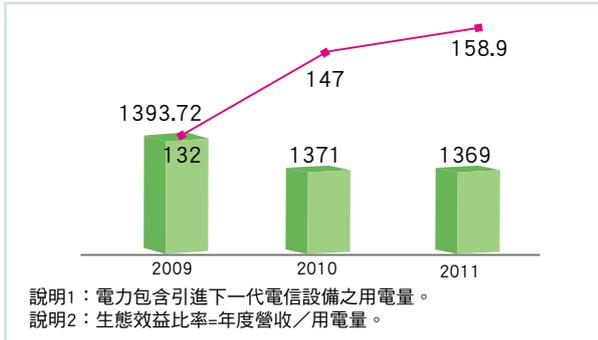
- 選用高EER值冷氣空調設備
- 溫度設定26~28°C，室內外溫差5°C以內定期清洗空氣濾網
- 冷氣房配合電風扇使用
- 下班前30分鐘先關掉冰水主機，改用送風
- 東西向開窗處加裝百葉窗遮陽減少太陽輻射
- 避免冷氣外洩或外氣進入，增加空調負荷
- 假日或少數人加班，不開中央空調
- 冰水及冷氣送風系統改用變頻器控制空調量
- 使用高效率電子式安定器日光燈具

- 使用省電型高效率燈泡
- 天花板、牆壁採用淺色系，增加光線漫射效果
- 照度需求較低場所，採用隔蓋開燈或降低燈管數目
- 隨手關燈
- 配合晝光感知器，適度調整燈具照度
- 裝設熱感應式照明設備
- 定期擦拭燈具，增加照明效率
- 定期分批更換燈管
- 檢討環境照度是否適當，燈具數量合理否
- 多台電梯可設定非尖峰使用時減台運轉
- 電梯內之通風、照明應待機3分鐘後，自動切斷電源
- 上下3層以內盡量不搭電梯
- 新設或汰換電梯時，改用變頻式電梯
- 電梯機房冷卻改以自動溫度開關控制
- 使用符合節能標章之電氣設備
- 長時間不用之電器應切掉電源，減少待機損失
- 選用具有省電功能之OA事務機
- 高壓用戶保持電壓變動在5%以內
- 變壓器放置場所通風良好，必要時加裝風扇降低溫度
- 功因補償器應置於低壓側並靠近負載端
- 定期檢討契約容量是否合理，並抑低尖峰用電需量之可行性
- 為有效用電管理，應選擇增設電能管理系統、尖峰需量控制系統、空調監控系統及照明監控系統等。

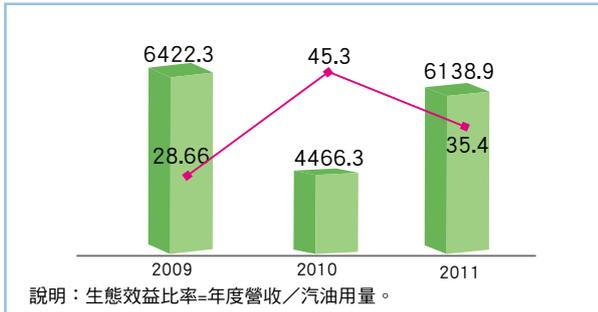
# 環境影響總覽

## Input

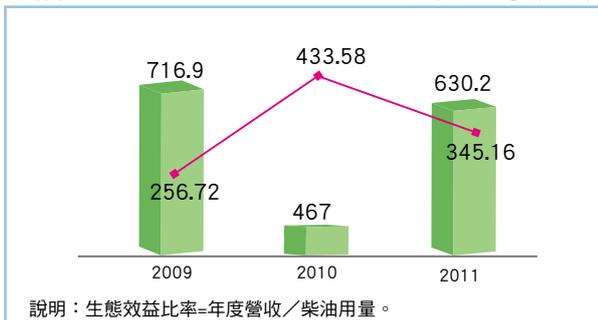
電力 ■ 百萬度 ■ 生態效益比率



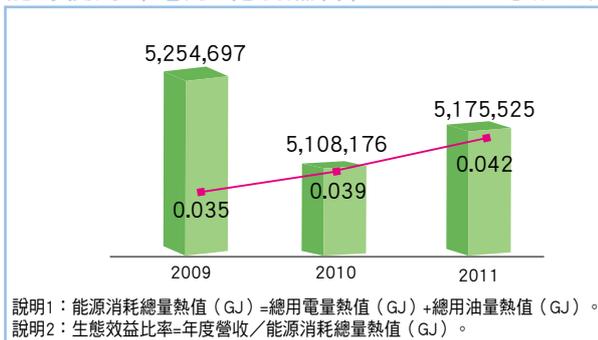
汽油 ■ 公秉 ■ 生態效益比率



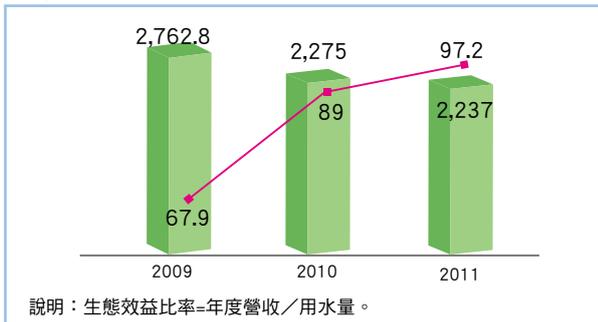
柴油 ■ 公秉 ■ 生態效益比率



能源使用（電力+化石燃料） ■ GJ ■ 生態效益比率



用水量 ■ 1,000m3 ■ 生態效益比率



## Output

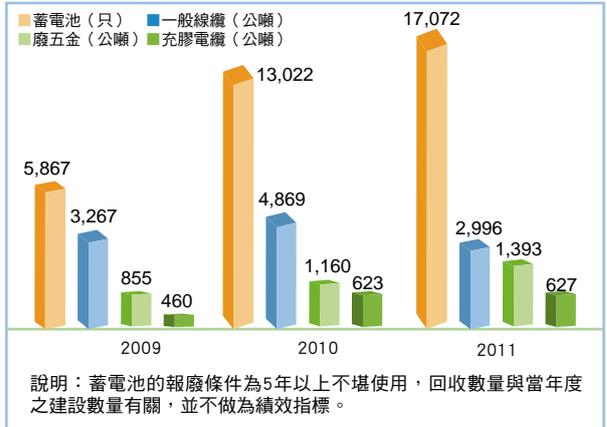
溫室氣體排放 ■ t-CO<sub>2</sub>e ■ 生態效益比率



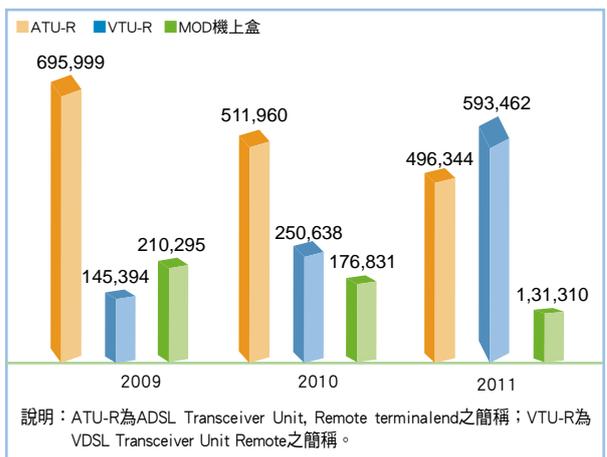
廢棄物 ■ 公噸 ■ 生態效益比率



## 混合類五金回收數量



## 客戶端設備回收數量



# 創造綠色企業

我們於15周年紀念專冊上宣示「打造美麗永續願景2020」，其中訂定2015年達成全面綠色採購目標，並積極參與國際節能研究，共同探討節能減碳課題，落實企業社會責任。

## 推動全面綠色採購

我們宣示將於2015年完成全面採購「低污染、可回收、省資源」的綠色產品，以及提供相關的服務與活動。全面綠色採購的定義，係以響應政府與各國環保標章，及相關自行宣告之環境產品、服務或有關之活動，包括採購綠色產品、結合公司集團與供應鏈實施綠色採購作法、開發綠色產品提供相關服務與活動等。我們積極推動綠色採購，綠色採購年度計畫與目標如下：

### 中華電信綠色採購計畫

年度	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
採購金額 (億)	2.06	4.1	8	10	12	14	16

註：2012~2015年為目標值。

## 綠色環保會館

行政院環保署為提昇全民於住宿旅館時落實環保，力行綠色生活，並鼓勵旅館業者認同顧客之綠行動，推出「綠行動傳唱計畫」，藉由業者呼應消費者綠行動，自節省備品費用中提撥部分經費，贊助支持民間非營利組織之環保計畫，讓綠行動能夠一棒接一棒傳唱下去，並發光發熱。自2008年起，我們配合環保綠行動，電信會館全面不使用一次性即丟之盥洗用品、續住不更換床單、毛巾等行為來落實環保政策。

## 綠建築標章

行政院頒布的「綠建築推動方案」，其中建築部分訂定環境評估七大指標系統：綠化量、基地保水、日常節能、二氧化碳減量、室內環境、水資源及污水垃圾改善。至少審核通過其中「日常節能」、「水資源」兩項指標，才可取得候選綠建築標章，因此，我們宣佈投資總工程費用五千萬元以上新建大樓及機房，將取得具有環保節能之綠建築認證標章。我們的北區分公司敦南大樓新建工程案申請候選綠建築證書，綠建築等級為鑽石級。

## 廢棄物資源回收

資源回收可以減少垃圾的製造以及原料的消耗。我們的EARTH系統共統計20類資源回收品，2011年主要回收成果如下：

- 廢電腦：2,029台。
- 廢手機：2,585隻；通訊配件：22,716件。
- 廢電池：368,945公斤。
- 廢紙：314,360公斤。
- 塑膠類：9,631公斤。



因應雲端服務興起，強化機房節能以實現綠色ICT。

# 共創美好家園

近年來，全球氣候產生了極大的變化，不僅暴風雨增加、颱風威力增強，甚至夏日氣溫都屢創新高。現在全世界都致力於推動節能減碳活動，為的就是讓日漸消耗殆盡的地球資源，獲得一個喘息的機會。面對目前生態環境惡化和能源危機日益突出的形勢，利用各種方法，為了創建美好家園貢獻自己的一份力量。

## 環境資訊揭露

- 執行每年溫室氣體盤查，通過ISO14064查證，取得查證聲明證書。
- 回應每年碳揭露(Carbon Disclosure Project, CDP)問卷。
- 回應每年道瓊永續指數(Dow Jones Sustainability Indexes, DJSI)問卷環境面議題。
- 回應天下雜誌及遠見雜誌問卷。
- 出版CSR報告書(環境面)：我們溫室氣體排放盤查、用電消耗、用水消耗、用油消耗及廢棄物產生(資源回收)等相關資料。

## 提升能源使用效率

- 機房整併：機房空間整併有效利用。
- 建築加裝iEN：配合新建機房工程加裝iEN智慧節能系統。
- 空調設備節能：機房採高效率空調、引進外氣空調、高顯熱空調及冷熱通道空調系統等。
- 綠建築及綠色會館：配合新建機房或會館採用綠色環保建材。
- 太陽能熱水器：電信會館建置太陽能熱水器。
- 水資源的回收再利用：建置雨水、地下水及空調冷凝水回收系統。
- 環保LED燈泡：內部辦公大樓試用計劃。

## 建設綠色能源

- 太陽光電系統：迄2011年已建置完成157.06kWp。
- 風力發電：迄2011年已建置完成26.6kWp。
- 燃料電池：配合工研院試運轉計畫專案，2011年已建置完成15kWp。

## 推動自主環保

- 綠色採購：2011年綠色採購目標為8億，EPIS建入綠色採購資訊，永續環境發展系統完成綠色採購資訊建檔。
- 車輛節能減碳：汰換舊車採購新式環保節能車，引進試用電動車輛。
- 導入ISO14001管理系統：2011年國際分公司及研究所進行認證。
- 清淨家園、辦公室節能環保、健康管理系統、無車日、公文系統(ODAS)無紙化。
- 節能服務隊：協助中小企業或弱勢機構進行能源效率改善。
- 事業廢棄物回收再利用：訂定我們事業廢棄物減量及回收再利用目標。
- 環保得獎資訊彙整：包括企業環保獎、金省能獎、經濟部節約能源獎。

## 產品加值與服務

- 電子帳單：配合行銷處推動，具有環保及節能減碳之功能。
- iEN(智慧節能服務)及行銷八大節能產品。
- 手機回收：配合宣導廢棄物回收再利用，服務中心設置回收箱。
- 協助供應商通訊產品環保標章的取得：提供廠商環保標章認證所需之相關資訊。

# 社會投資



- S 策略** 聚焦數位機會
- M 管理** 建立LBG社會貢獻評估法
- A 措施** 縮短數位落差
- R 回應** 專案執行成果
- T 目標** 數位包容創造共享價值

## 得獎記錄



- 榮獲中華民國企業永續發展協會頒贈「民國100年推廣『1運動』」、「懋績嘉獻」獎座一座
- 蟬聯「2011天下企業公民獎」-晉升為台灣最具未來性的新價值企業的電信業者
- 日本震災人道援助表揚大會呂董事長親獲總統頒發感謝狀
- 榮獲行政院體育委員會頒發「體育推手」贊助類金質獎
- 參展「2011上市公司博覽會」獲頒CG6006進階版公司治理制度評量認證證書及企業社會責任優良獎



# 從資通科技 到提供身障就業機會

過去身心障礙人士常在法規的保護傘下就業，但當保護傘收起，他們需要的是更多的機會與位置。

自從推動企業社會責任以來，我們在社會投資上增加貼心創意，創設中華電信Eye社會創新客服中心，創新的科技研發，讓視障者除了能熟練的操作客服資訊系統外，並且能有效率的進行營業櫃台服務滿意度電訪業務，過去我們只能給盲友部分的幫助，現在我們可以讓他們擁有十分的驕傲與工作尊嚴！

# 聚焦數位機會

科技進步的時代，「數位落差」儼然已帶來另一種教育與就業機會的不公平。基於資通訊本業的特質與核心專業技能，我們的社會投資致力於「縮短數位落差」及「創造數位機會」兩大面向。我們也投注許多心力推動「企業志工」參與在地化的社區服務，積極協助在地社區創造數位機會。

## 數位落差六大原因

今天社會的數位落差，主要發生於以下原因：

- 地理落差：發生在都會和偏遠地區使用資通訊服務的落差。
- 經濟落差：發生在不同收入的民眾之間使用資通訊服務的落差。
- 知識落差：發生在不同族群之間資通訊服務知識不均的落差。
- 身心障礙落差：發生在一般民眾和身心障礙民眾使用資通訊服務的落差。
- 健康落差：發生在不同年齡或健康狀況使用資通訊服務的落差。
- 性別落差：中高齡女性因傳統照顧家庭觀念下，而有顯著的使用資通訊服務的落差。

中華電信根據以上數位落差發生情形，多年來已提出各種解決方案，未來將持續觀察新的數位落差發生趨勢，積極從事社會創新因應。

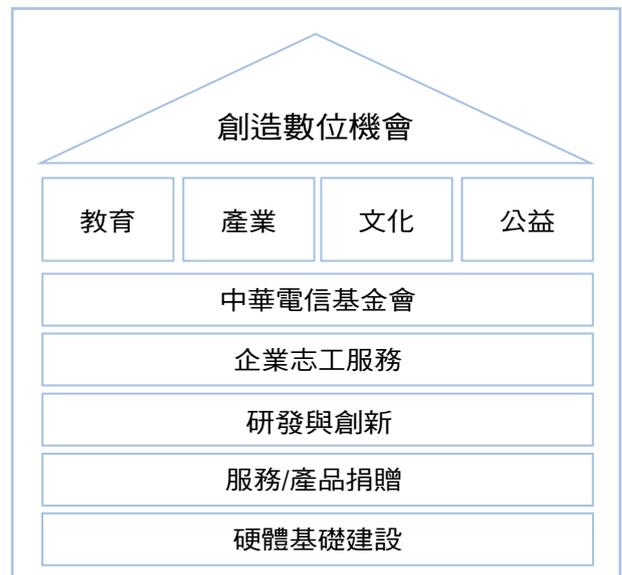
	中華電信方案
地理落差	普及服務等
經濟落差	低收入及弱勢族群通信優惠等
知識鴻溝	成人電腦班等
身心障礙落差	視障客服
健康落差	千里眼等
性別落差	「數位好厝邊」 提供社區婦女資訊教育課程

## 數位機會五大面向

中華電信基於資通訊本業的特質，以「縮短數位落差，創造數位機會」為中華電信及中華電信基金會進行社會投資的兩大宗旨。我們希望能營造一個多元且善用網路科技的環境，讓文化的傳承、教育的延伸、產業的推動、藝術人文的提升…等能因為網路科技而創造數位多元。

中華電信聚焦在此一主題，將多樣化的社會投資納入五個面向：「硬體建設」是今日人們溝通的基礎；「產品或服務捐贈」讓通訊科技充分發揮其價值；「研發與創新」著重於協助身心障礙者共享通訊的便利；「企業志工」讓我們的員工能直接發揮所長、耕耘社區參與；「中華電信基金會」則是我們創造數位機會的先鋒。

## 創造數位機會示意圖



# 建立LBG社會貢獻評估法

我們一直秉持著「取之於社會、用之於社會」的企業信念。不僅因為我們是台灣最主要的綜合型電信業者，遍及台灣本島和離島的網路和服務，更形塑了我們對於貢獻社會的自我要求。多年以來，我們持續運用自身的核心能力，腳踏實地為台灣社會創造價值，協助大眾提升生活品質。

## 社會投資統計

自2008年起，我們開始統計社會投資總金額。2011年之總金額約16億，代表我們藉由商業活動、實物捐贈、企業志工服務或其他免費專業服務對社會之貢獻。此外，我們也改進了統計方法：在社會貢獻的類別中新增了「志工人力成本」一項，讓我們更了解從事社會公益活動時付出的成本。總社會貢獻金額下降的主要原因是我們改善了管理方法，減少不必要的支出，而其他部分則維持水準。

### 社會貢獻金額（單位：千元）

社會貢獻類別	2009	2010	2011
現金捐助	165,044	273,778	260,934
產品或服務捐贈	1,391,422	1,470,014	1,324,955
管理費用	—	131,395	14,110
志工人力成本	—	—	4,863
總計	1,556,467	1,875,187	1,604,862
佔營業收入百分比	0.84%	1.01%	0.83%
企業志工服務時數（小時）	41,979	147,083	28,360

## 社會貢獻評估

自2010年起，我們採取LBG（London Benchmark Group倫敦標竿管理集團）模型，去評估社會投資帶來的效益。LBG由一群企業與非營利組織組成，致力於將企業社會投資影響量化，該模式已經在國際上使用超過18年，全球已有超過150家企業採用LBG模式。

根據LBG模式：

1. 設定計畫目標：社區/企業。
2. 活動型態（按照動機區分）。
3. 投入價值：全部金錢價值、實物、員工時間與計畫、管理成本。
4. 外部資源整合：其他資源產生的社區計畫。
5. 社區利益：計畫成果對社區的績效評量。
6. 商業利益：計畫成果對商業的績效評量。
7. 對社區/企業的影響評量。

將社會投資的貢獻予以量化，能協助我們進行合理的資源配置，避免資源重複投入。讓財務和非財務資訊能有效的結合，同時滿足多重利害關係人的期待，創造更有效益的社會貢獻。我們的工作重點，將持續強化社會參與的度量、管理與溝通。

# 縮短數位落差

中華電信在通信及網路的領域中，一向扮演著舉足輕重的角色，我們也持續協助政府推動電信普及服務。此外，我們成立了中華電信基金會，以縮短數位落差、協助在地文化產業、耕耘社區生活為主要宗旨，從社區作為出發點，以關懷陪伴的概念結合中華電信核心專業，持續協助在地文化產業、耕耘社區生活。

## 數位表達 · 數位溝通

中華電信基金會成立之宗旨為改善城鄉、族群、貧富，在教育及傳播間之數位落差，並提倡身心健康以平衡資訊科技的過度使用。2011年，基金會秉持「善用電腦，電腦為善」的理念，於全台各地之「中華電信數位好厝邊」協助運用數位工具進行數位表達及溝通。我們認為，數位化是新世代的溝通平台與媒介，同時也是在地向外發聲的最佳管道，透過各種形態的接觸與學習，資訊的取得跨越時間、空間的門檻，資訊的應用因而開啟更多可能性。

## 偏遠地區建設通信基礎設施

我們向來善盡企業社會責任，配合政府縮小城鄉數位落差政策，並促進偏鄉及部落之產業經濟發展，積極投入普及服務相關建設：

1. 2010年不經濟地區數據通信接取普及服務，我們如期完成12處部落寬頻建設點。
2. 配合NCC辦理偏遠地區81鄉鎮市716村里，已可供裝10M地點調查，以利未來偏遠地區寬頻政策推動。
3. 協助NCC辦理教育部173處DOC點以及衛生署99處遠距醫療站點，完成升速需求調查，以提升偏鄉民眾寬頻上網知識及健康照護。

## 持續回饋，善盡企業社會責任

中華電信在通信及網路的領域中，一直扮演著舉足輕重的角色，但是我們所思考的不只是市場的領先地位，更重要的是如何回饋社會、善盡企業社會責任。

有鑑於社區樣貌及需求的多元性，基金會分別從學習教育、產業經濟、人文關懷等面向協助在地建構數位應用的能力；2011年，我們持續捐助66條寬頻線路、捐贈70台電腦，以建構基礎網路設備為開端，進而鼓勵、支持各類型電腦課程計劃，依照在地關懷的主題、社區發展的重心各自延伸出不同需求的學習課程，電腦課程總時數達934小時。基礎電腦入門的課程幫助初次接觸數



深入社區的關懷與服務，讓小朋友開心的笑了。

位設備的學員有系統的展開學習、生活化的文書應用課程提供學員更有效率處理物件的方式、進階的電腦認證課程則提供學員達成自我挑戰、學習肯定的機會。

## EYE社會創新電話客服中心

我們於2008年8月1日簽署「參與ADOC2.0計畫合作意向書」，正式成為ADOC2.0計畫民間發起人之一。

我們為落實ADOC2.0之精神及善盡企業社會責任，推動縮短數位落差及創造數位機會，因此成立「以ICT協助視障者遠距工作專案」計畫，自2009年1月起分階段推動相關工作，開辦「視障遠距電話客服中心」，藉由我們ICT技術整合能力，研發完成中文版視障遠距電訪系統、視障聽打快手系統，並為配合海外推廣，也完成英文版系統及輔助軟體研發，成功推動以ICT協助視障者工作。這套以ICT技術協助視障者就業的成功模式，並已

陸續複製到大陸北京及菲律賓等地區。

由於參加亞太數位機會中心ADOC2.0的機緣，我們與淡江大學盲生資源中心合作，歷經三年研發與實證，「EYE社會創新客服中心」於2011年7月28日正式揭幕，中心以「協助視障者就業」及「推動社會企業創新」之宗旨出發，並朝向能讓該中心自給自足、永續經營為努力目標，落實推動協助視障者永續就業之企業社會責任。

「EYE社會創新電話客服中心」除承接中華

電信客戶滿意度電訪工作外，也已爭取承攬「台北市政府1999視障勞務委外案」，期許未來可做為其他企業推動落實相關法案之成功案例，成為勞委會及關心此議題之中央、地方官員、立法委員、民間弱勢團體的重要參考，藉以呼籲各界對視障者工作權的重視。



呂董事長與淡江大學副校長共同為「EYE社會創新電話客服中心」揭幕。

## 網路課輔，學習沒有距離

2009年，中華電信暨基金會與輔大偏鄉教育關懷服務團隊等優質大學，突破原有的合作規模，替偏鄉弱勢學童與莫拉克颱風災區學童開啟另一道學習旅程。隨著計劃執行，2011年已經邁入第二年，學期間，每禮拜二、四晚間，為包含板橋善牧基金會、屏東隘寮課輔班及屏東楓林教會在內的學習端，進行一對一或一對二的線上教學，孩子們經歷1-2年的長期輔導，在面對課業的心態上多能轉為積極正向，經由網路教學平台，學習端和教學端能以更有系統、更即時的

方式進行線上溝通，透過課輔日誌的紀錄與回覆，更能掌握每個孩子的學習進度及學習狀態。

礙於空間的限制，平時，課輔老師和學童各自在不同的場域進行網路課輔與生命教育，此外，「相見歡」、寒暑假的「夏日學校」及「冬日學堂」活動，讓師生之間有了更進一步實體互訪交流的機會，經過縝密的

行前規劃、教案設計，每一次的會面都增加孩子們的學習機會，對於參與課輔計劃的大學生而言，「能貢獻所學」更成為大學生涯中難能可貴的經驗。



我們持續關注偏鄉弱勢學童的教育，鼓舞他們積極向上。

# 專案執行成果

我們從2006年開始執行「數位好厝邊」專案，理想是：讓人人都能「善用」電腦，並且透過電腦來「為善」；人人都能「善用」網路，並且透過網路來「為善」；最終的目標是人人都能「善用」機會，並且透過機會來「為善」。這幾年來，透過中華電信遍佈全台各地員工持續不斷的服務協助，我們實踐創造數位機會的企業承諾，並獲得地方人士與在地民眾的肯定。

## 穩健成長的數位好厝邊

我們為幫助居住偏遠地區的民眾克服數位落差的問題，多年來持續推動「數位好厝邊」的專案計畫，除贊助電腦及網路、通訊設備外，並與在地的公益團體形成長期合作的夥伴關係，累計到2011年底，共設置63個「數位好厝邊」，除了持續推動電腦學習以外（電腦課程總時數達934小時），更積極導入志工與產業協助。

由於中華電信基金會和各個設置、執行單位間的密切互動，成熟穩健型的「數位好厝邊」多能自行規劃適合社區的課程內容，而發展中的「數位好厝邊」亦能主動與基金會討論課程內容，因此課程執行的狀況都很順利，也獲致相當明顯的成效。

## 青年志工下鄉·體驗多元台灣

中華電信基金會成立之初結合中華電信企業志工進行社區服務，透過偏佈全省各地的營運單位協助在地、耕耘社區；而近年，國內外鼓勵青年學梓參與地區性或是跨國性的社會服務事業，除著眼於青年志工的創意無限，也期待透過社區服務的過程能同時提升年輕一代勇於負責、面對壓力的軟實力。

2011年，基金會結合國內大專院校社團至數位好厝邊舉辦營隊，依照社團屬性及特色規劃適合學童參與、在地特色的活動內容，或著重資訊教育學習、或協助社區從事綠美化工程、或運用汽球創意展示科學知識…偏鄉弱勢學童樂在其中，大專志工也從服務中獲得截然不同的生命體驗。

## 社區產業推廣·永續經營與文化傳承

秉持「深耕社區」的理念，基金會持續與社區合作，一同為文化產業的推廣與永續經營努力，期許成為社區產業的成長伙伴，依照社區需求量身打造最適切的發展方案，也更能趨近產業的理想。

繼2006年的「企業伴手禮」展售、2007年的「小小市集」、2008年「夏日文創市集」，2009年的「中華電信傳愛市集」、2010年「點·台灣正紅」主題活動，2011年成立「點·台灣好禮網」，集合9個社區產業，超過50種在地獨特手工藝品、有機農產品與食品，介紹產品特色、設計理念、製作過程、及創作者背景等故事，以「精選好禮」的概念，精緻呈現在地商品，提升商品形象並促進商品開發；同時，持續贊助社區產業實體展售，期望能結合實體市集與虛擬展售平台，增加社會大眾接觸、認識與瞭解社區產業的機會，也促進產業工作者與民眾的交流，開創原鄉商機，並有助於在地文化推廣與傳承。

另一方面，2011年基金會重要活動現場也都能看到社區產業的蹤跡，包括企業禮品、志工獎品、活動贈品、會議與典禮茶點，總計採購超過22萬元的社區文化產業商品，把握機會將社區產業推上舞台，實際扶持產業發展，並提升其能見度與知名度，更透過活動殿堂傳達其質樸而雅緻的形象。

此外，基金會延聘在地新銳設計師協助包裝與商品的開發與設計，期盼現代化設計思維不但能凸顯產業精神，更能夠為特色商品注入新創意、新想像，透過「品牌經營」真正達到產業進階、事業永續的目標。

# 數位包容創造共享價值

在資通訊成為民眾生活主幹的ICT社會，我們致力以資通訊科技，建構無障礙通信環境，創新服務思維，讓全民共享價值。未來，我們將訂立全面數位包容策略，並逐步推行數位包容行動方案績效指標。

## 數位包容策略四大面向

在身心障礙者數位包容策略上，我們利用資通訊科技與資費優惠，化解身心障礙者與經濟弱勢者使用通訊服務之鴻溝；也致力於研發、提供身心障礙者資通訊設備，進而以資通訊科技改善身心障礙者之生活、教育與就業。透過資通訊服務的發展，我們也協助罹患慢性病及需要特別看護的年長者提高生活品質。

在低收入者通訊進用策略上，我們除了提供弱勢族群低資費優惠外，也協助在偏遠、弱勢社區裝設資通訊設備供其使用。

在民眾善用通訊設備策略上，面對日新月異的資通訊服務，我們提供充足教育課程提供民眾學習管道，以完整的學習方案，協助民眾透過行動裝置、網站與各服務據點，學習利用各式資通訊服務慧型通訊設備與增值服務。並於各縣市舉辦各項電腦訓練課程。

在偏遠地區通訊策略上，我們認為資通訊服務不受到地形、距離或離島而有所差異。因此我們持續加強交通幹線全線行動通訊暢通，在偏遠地區建設雙路由以確保通訊，並藉由衛星改善山區與離島通訊。



透過各樣的學習方案，讓每個人都能善用資通訊服務。

## 建立全面數位包容行動方案績效評量

我們將逐步針對四大面向訂定不同績效評量方式與優先順序：

1. 身心障礙者通訊之進用與生活改善  
績效評量：通訊進用無障礙、生活質量的改善、身心障礙者就業機會、社區的社會變遷、形象之提升。
2. 提供低收入者通訊之進用  
績效評量：通訊進用之便利、負擔得起的通訊費用、生活質量的改善、社區的社會變遷、設備使用率、營收、形象之提升。
3. 教導民眾善用通訊設備與服務  
績效評量：課程之完整性、客戶關心之服務課程、教育課程使用率、營收、社區的社會變遷、形象之提升。
4. 致力改善偏遠或離島之電信建設  
績效評量：基礎通訊涵蓋率、高速無線寬頻涵蓋率、確保通訊之暢通、用戶生活質量的改善、設備使用率、營收、形象之提升、社區的社會變遷、社區的環境變化。



我們承諾持續改善偏鄉及離島的電信建設，確保通訊暢通。



# ASSURANCE STATEMENT

## **SGS TAIWAN'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE CHUNGHWA TELECOM CO.,LTD CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2011**

### **NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION**

SGS Taiwan was commissioned by Chunghwa Telecom Co.,Ltd (hereinafter referred to as CHT) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report of 2011. The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the CHT's Corporate Social Responsibility Report of 2011 and its presentation are the responsibility of the superintendents, CSR committee and the management of CHT. SGS Taiwan has not been involved in the preparation of any of the material included in the CHT's Corporate Social Responsibility Report of 2011.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification set out below with the intention to inform all CHT's stakeholders.

The SGS Group has developed a set of protocols for the Assurance of Sustainability Reports based on current best practice guidance provided in the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines and the AA1000 Assurance Standard (2008). These protocols follow differing options for Assurance depending the reporting history and capabilities of the Reporting Organisation.

This report has been assured at a Type 2, High level of scrutiny using our protocols for:

- evaluation of content veracity;
- evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008);
- evaluation of the report against the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines(G3.1 2011).
- Evaluation against the AA1000 Stakeholder Engagement Standard (2005).

The assurance comprised a combination of pre-assurance research; interviews with relevant employees at headquarter and operational sites of CHT in Taipei, Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

### **STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE**

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS Taiwan affirms our independence from CHT, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with QMS, EMS, SMS, EnMS, GPMS, SA 8000, GHG Verification Lead Auditors and experience on the SRA assurance service provisions.

## VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within CHT's Corporate Social Responsibility Report of 2011 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of CHT sustainability activities during 01/01/2011 to 12/31/2011.

The assurance team is of the opinion that the report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. The report is the fourth to be assured by an independent assurance team and CHT has taken a bold step by offering the report to evaluation against both Global Reporting Initiative's G3.1 guidelines and the AA1000 Assurance standard. This shows a deserved confidence in their reporting process.

In our opinion, the contents of the report meet the requirements of Global Reporting Initiative G3.1 Application Level A<sup>+</sup> and AA1000 Assurance Standard (2008) type 2, high level.

### AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

#### Inclusivity

CHT has demonstrated a strong commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts underpin the organization's understanding of stakeholder concerns, and its ability to integrate them into its decision making processes. This is demonstrated by surveys and communication to its employees, consumers, investors, local communities, suppliers, media, NGOs and other stakeholders. CHT has also shown its direct engagement its stakeholders via set up meetings and had dialogue directly between the management of CHT and stakeholders and to respond questions raised by stakeholder promptly. For future reporting, CHT may consider continuing the proactively direct engagement with stakeholders.

#### Materiality

CHT has established appropriate processes for determining issues that are material to the organization implemented appropriate process for determining issues that are material to the organization. Formal review has identified and direct engagement with stakeholders and those issues that are material to each group, moreover the report has addressed theses at an appropriate level to reflect their importance and priority to the identified stakeholders. For future reporting, CHT might consider profiling the sustainability impacts and performance of organization's business in more detail.

#### Responsiveness

The report cover comprehensive response to the issue and stakeholders concerns relating to CHT's activities. Continuing direct engagement with identified stakeholder groups to be considered in future reporting.

### GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES (2011) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

#### Principles, Standard Disclosures and Indicators

The report, CHT's Corporate Sustainability Report 2011, is adequately in line with the Global Reporting Initiative G3.1 application level A<sup>+</sup>. Contents of Disclosure on Management Approach may have more clearly defined policies and goals for each aspect. It is also recommended to have more disclosure on the performance of supplier chain management, sustainability strategy and material impacts.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan



**AA1000**  
Licensed Assurance Provider  
000-8

Dennis Yang, Chief Operating Officer  
Taipei, Taiwan  
25 June, 2012  
WWW.SGS.COM

# 實務守則對照表

上市上櫃公司企業社會責任實務守則規定	頁碼
一、落實推動公司治理	
（一）公司訂定企業社會責任政策或制度，以及檢討實施成效之情形。	10-11
（二）公司設置推動企業社會責任專（兼）職單位之運作情形。	10
（三）公司定期舉辦董事、監察人與員工之企業倫理教育訓練及宣導事項，並將其與員工績效考核系統結合，設立明確有效之獎勵及懲戒制度之情形。	20-21
二、發展永續環境	
（一）公司致力於提升各項資源之利用效率，並使用對環境負荷衝擊低之再生物料之情形。	49-57
（二）公司依其產業特性建立合適之環境管理制度之情形。	49-57
（三）設立環境管理專責單位或人員，以維護環境之情形。	49
（四）公司注意氣候變遷對營運活動之影響，制定公司節能減碳及溫室氣體減量策略之情形。	51-52
三、維護社會公益	
（一）公司遵守相關勞動法規，保障員工之合法權益，建立適當之管理方法與程序之情形。	38-39
（二）公司提供員工安全與健康之工作環境，並對員工定期實施安全與健康教育之情形。	43-44
（三）公司制定並公開其消費者權益政策，以及對其產品與服務提供透明且有效之消費者申訴程序之情形。	29-31
（四）公司與供應商合作，共同致力提升企業社會責任之情形。	13-14
（五）公司藉由商業活動、實物捐贈、企業志工服務或其他免費專業服務，參與社區發展及慈善公益團體相關活動之情形。	45, 62-63
四、加強資訊揭露	
（一）公司揭露具攸關性及可靠性之企業社會責任相關資訊之方式。	22
（二）公司編製企業社會責任報告書，揭露推動企業社會責任之情形。	all
五、公司如依據「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」訂有本身之企業社會責任守則者，請敘明其運作與所訂守則之差異情形：	all
六、其他有助於瞭解企業社會責任運作情形之重要資訊（如公司對環保、社區參與、社會貢獻、社會服務、社會公益、消費者權益、人權、安全衛生與其他社會責任活動所採行之制度與措施及履行情形）：	all
七、公司產品或企業社會責任報告書如有通過相關驗證機構之查證標準，應加以敘明：	68-69

# GRI G3.1 相符性對照表

	描述	我們的回應	頁碼
<b>概況</b>			
1.1	報告最高決策者就永續發展與報告貴公司及其策略關係的聲明	董事長的話	1
1.2	主要影響、風險及機會的描述	完善風險與危機管理	19
2.1	報告貴公司名稱	中華電信股份有限公司	--
2.2	主要品牌、產品及(或)服務	公司概況、創新品牌管理	4, 26
2.3	機構的運營架構，包括主要部門、運營公司、附屬及合資企業	中華電信組織架構	5
2.4	報告貴公司總部的地址	台北市信義路一段21-3號	--
2.5	機構在多少個國家營運及其有哪些主要業務，或哪些國家與報告所述的永續發展事宜相關	拓展海外業務	4
2.6	所有權的性質及法律形式	股東結構	18
2.7	報告貴公司所服務的市場	台灣	--
2.8	報告貴公司的規模	市場地位	6
2.9	報告期間內貴公司規模、架構或所有權方面的重大改變	(無重大改變)	--
2.10	報告期間內所獲得的獎項	得獎記錄	8, 16, 22, 36,46,60
3.1	報告期間	2011年1月1日~12月31日	--
3.2	上一份報告的日期	2012年2月	--
3.3	報告的發行週期	每年	--
3.4	查詢報告或報告內容的聯絡人/方式	編輯方針	封面裡
3.5	界定報告內容的過程	關鍵議題矩陣	12
3.6	報告的邊界	編輯方針	封面裡
3.7	指出任何有關報告範疇及界限的限制	編輯方針	封面裡
3.8	根據什麼基礎，報告合營機構、分支機構、外包及其他可能嚴重影響不同報告	編輯方針	封面裡
3.9	資料量度技巧及計算基準，包括用以編制指標及其它資訊的各種估計所依據的假設及技巧	(依各項指標說明)	--
3.10	解釋重整舊報告所載資訊的效果及原因	(依各項指標說明)	--
3.11	報告的範疇、界限或所用的計算方法與以往的報告的重大分別	(無重大改變)	--
3.12	表列各類標準揭露在報告中的位置	GRI G3.1相符性對照表	71-73
3.13	為報告尋求外部認證的政策及現行措施	AA1000確證聲明書	68-69
4.1	報告貴公司的治理架構，包括最高治理機關轄下專責特定事務的各個委員會	強化董監事職能	18
4.2	指出最高治理機關的主席有否兼任行政職位	(否)	--
4.3	指出最高治理機關中獨立及(或)非執行成員的人數	強化董監事職能	18
4.4	股東及雇員向最高治理機關提出建議或經營方向的機制	資訊揭露規範	18
4.5	對最高治理機關成員、高階經理及行政人員的賠償，與報告貴公司績效間的關係	強化董監事職能	18
4.6	避免最高治理機關出現利益衝突的程序	強化董監事職能	18
4.7	決定最高治理機關成員之永續性專業的流程	強化董監事職能	18
4.8	報告貴公司內部訂定的使命與價值聲明，以及其實施現況	深化行為守則、力行誠信企業文化	20-21
4.9	董事會管理經濟、環境與社會績效，及報告貴公司有否遵守國際公認之標準和原則的流程	強化董監事職能	18
4.10	評估最高治理機關本身績效的方式，特別是有關經濟、環境及社會的績效	強化董監事職能	18
4.11	解釋報告貴公司有否及如何按預警原則行事	完善風險與危機管理	19
4.12	報告貴公司對外界發起的經濟、環境及社會約章、原則或其他計畫的參與或支持	加入GreenTouch	48
4.13	報告貴公司加入的一些聯會及(或)全國/國際倡議	加入GreenTouch	48
4.14	貴公司與利害相關團體互動清單	進行利害關係人溝通	12
4.15	界定及挑選與引入的利害相關人的根據	進行利害關係人溝通	12
4.16	引入利害相關人的方針，包括按不同形式及組別引入利害相關人的頻密程度	進行利害關係人溝通	12
4.17	引入利害相關人參與的過程中提出的主要專案及關注點，以及報告組織如何回應	進行利害關係人溝通	12
<b>經濟</b>			
	管理方針揭露	落實誠信經營	18
EC1	報告貴公司產出及分發的直接經濟價值	合併業績概況	6
EC2	貴公司營運活動因氣候轉變而引起的財務負擔及其它風險、機會	氣候變遷風險	19
EC3	貴公司退休福利計畫的賠償界限	退休保障	42
EC4	政府給與貴公司的重大財務援助	(無來自於政府的財務援助)	--
EC5	貴公司在各主要營運地點工資的標準起薪點與當地最低工資的比率	(標準薪資均高於當地最低工資)	--
EC6	貴公司在各主要營運地點對當地供應商的政策、措施及支出比例	深化供應商合作、擴大供應商管理	13-14
EC7	貴公司在各主要營運地點聘用當地人員的狀況，以及在當地社區聘用高層管理人員的比例	人權保障	38
EC8	為大眾利益而提供的基建投資及服務的發展及影響	產品或服務捐贈	63

EC9	說明貴公司所創造的間接經濟影響，包括影響的程度	建立LBG社會貢獻評估法	63
<b>環境</b>	<b>管理方針揭露</b>	<b>環境永續發展管理</b>	<b>49</b>
EN1	所用物料的重量或用量	環境影響總覽	57
EN2	透過再生程序製造的原物料百分比	環境影響總覽	57
EN3	按主要來源劃分的直接能源耗用。	環境影響總覽	57
EN4	按主要來源劃分的間接能源耗量	環境影響總覽	57
EN5	經環境保育和提高能源效率而節省的能源	環境永續發展管理	49
EN6	提供具能源效率或以可再生能源為本的產品及服務的計畫，以及計畫的成效	環境永續發展管理	49
EN7	減少間接能源耗量的計畫，以及計畫的成效	環境永續發展管理	49
EN8	按來源劃分的總耗水量	環境影響總覽	57
EN9	因耗水而受嚴重影響的水源	(無)	--
EN10	循環再利用及循環用水的百分比及總用量	水資源管理計畫與目標	55
EN11	在環境保護區、生物豐富多樣地區，或在其比鄰等敏感地區的土地資產	(無)	--
EN12	貴公司的活動、產品及服務，對環境保護區或生物豐富多樣的其他地區的重大影響	(無)	--
EN13	受保護或經修復的棲息地	(無)	--
EN14	監控貴公司對生物多樣性影響的策略、現行行動及未來計畫	(無)	--
EN15	按其瀕臨絕種的風險度，依次列出棲息地受貴公司作業影響的以下物種的數量	(無)	--
EN16	按重量劃分的直接與間接溫室氣體總排放量	環境影響總覽	57
EN17	按重量劃分的其他相關間接溫室氣體排放量	環境影響總覽	57
EN18	減少溫室氣體排放的計畫及其成效	碳管理計畫與目標	52
EN19	按重量劃分的臭氧消耗性物質的排放量	(無)	--
EN20	按種類及重量劃分的氮氧化物(NO)、硫氧化物(SO)及其它重要氣體的排放量	(無)	--
EN21	按品質及目的地劃分的總排水量	(無)	--
EN22	按種類及處理方式來劃分的廢棄物總重量	環境影響總覽	57
EN23	嚴重溢漏的總次數及溢漏量	(無)	--
EN24	有毒廢棄物經運輸、進出口、或處理的重量，以及經國際船運輸送的廢棄物百分比	(無)	--
EN25	受貴公司排水及徑流嚴重影響的水源及相關棲息地	(無)	--
EN26	減低產品及服務的環境影響的計畫及其成效	共創美好家園	59
EN27	按類別劃分，售出產品及回收售出產品包裝物料的百分比	(無)	--
EN28	違反環境法規及規範被處巨額罰款的總額，以及所受金錢以外的制裁的次數	(無)	--
EN29	運輸產品、其他貨物及物料作營運用途，以及運輸雇員所產生的重大環境影響	營運生態效益提升	56
EN30	按總類劃分的總環保開支及投資	創造綠色企業	58
<b>勞工</b>	<b>管理方針揭露</b>	<b>關懷員工需求</b>	<b>38</b>
LA1	按雇用型式、合約及地區劃分的員工總數，並依性別來細分	人權保障	38
LA2	按年齡組別、性別及地區劃分的雇員離職總數及比率，另加計新進員工的總數及離職率	人權保障	38
LA3	按營運據點劃分，只提供予全職雇員（不包括臨時或兼職雇員）的福利	健康促進與管理	41
LA4	受團體協約保障的雇員百分比	暢通溝通管道	39
LA5	有關特定工作更動的最短通知期，包括有否在集體協議中明訂	員工權益保障	39
LA6	在正式健康安全委員會中，協助監察及諮詢職業健康與安全計畫的勞方代表比例	安全衛生管理及系統驗證	44
LA7	按地區與性別劃分的工傷、職業病、損失工作日及缺勤比率，以及和工作有關的死亡人數	職業災害統計	43
LA8	嚴重疾病的教育、培訓、輔導、預防，以及風險監控有關的計畫	健康促進與管理	41
LA9	與工會達成的正式協定中，跟健康安全有關的主題	安全衛生管理及系統驗證	44
LA10	按雇員職級及性別，計算每一個員工的每年平均受訓時數	員工教育訓練及進修	40
LA11	加強員工持續就業能力及協助員工轉職的技能管理及終生學習計畫	以職能為導向之訓練發展	40
LA12	按性別劃分，接受定期績效及職業發展考評的員工的百分比	強化績效考核程序	40
LA13	按性別、年齡、少數族裔成員，以及其它多樣性指標，細分高階人員、各職種員工的狀況	人權保障	38
LA14	按員工類別和主要營運地區劃分，男女基本薪資和報酬比率	人權保障	38
LA15	按性別劃分，產假/陪產假後回到工作和保留工作的比率	平衡職場與家庭	42
<b>人權</b>	<b>管理方針揭露</b>	<b>深化行為準則</b>	<b>20</b>
HR1	含有人權條款或已進行人權審查的重要投資協定和合約的總數及百分比	深化行為準則	20
HR2	已進行人權審查的重要供應商、分包商、其他商業夥伴的百分比，以及採取的行動	擴大供應商管理	14
HR3	就經營相關的人權政策及程序，員工接受培訓的總小時數，以及受培訓員工的百分比	深化行為準則	20
HR4	發生歧視個案的次數，包括機構所採取的矯正行動	(無)	--
HR5	違反或危及結社自由及集體協商的運營點或主要供應商之協商權	(無)	--
HR6	鑑別可能具有嚴重童工事件風險的運營點和主要供應商，以及有助於有效杜絕童工的措施	(無)	--
HR7	鑑別可能導致嚴重強制勞動，或已發現具有嚴重強迫與強制勞動事件風險的運營點和主要供應商，以及有助於消除一切形式的強迫與強制勞動的措施	(無)	--
HR8	保全人員在營運相關的人權政策及程序方面接受培訓的百分比	(全體保全人員每月接受教育訓練)	48

HR9	涉及侵犯原住民權利的個案次數，貴公司採取了什麼樣的行動	(無)	--
HR10	接受人權審查與(或)影響評估的營運據點總數與比例	(無)	--
HR11	經由正式申訴機制與人權有關的申訴件數、處理和解決的數量	(無)	--
<b>社會</b>	<b>管理方針揭露</b>	<b>聚焦數位機會</b>	<b>62</b>
SO1	實施了當地社區參與、影響評估和發展計畫的運營點比例	社會投資統計	63
SO2	有做過賄賂風險分析的業務單位總數及百分比	力行誠信企業文化	21
SO3	已接受反賄賂(腐敗)政策及程序培訓的員工的百分比	力行誠信企業文化	21
SO4	貴公司針對賄賂(腐敗)個案所採取的行動	力行誠信企業文化	21
SO5	貴公司對公共政策的立場，以及在發展及遊說公共政策的參與	力行誠信企業文化	21
SO6	按國家劃分，對政黨、政治人物及相關組織作出財務及實物捐獻的總值	(無)	--
SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷措施的法律訴訟的總數及其結果	(無)	--
SO8	違反法律遭到罰款的總額，以及受到金錢以外的制裁次數	業務行銷規範	18
SO9	對當地社區具有重大潛在影響或實際負面影響的營運據點	(無)	--
SO10	對當地社區具有重大潛在或實際負面影響的預防與減緩措施	(無)	--
<b>產品</b>	<b>管理方針揭露</b>	<b>創新品牌管理</b>	<b>27</b>
PR1	在生命週期階段，為改進產品和服務的在健康與安全上的影響而進行的評估，以及須接受這種評估的重要產品及服務類別的百分比	降低負面衝擊	31
PR2	按結果類別說明，違反有關產品及服務健康與安全影響的法規及自願性準則的事件總數	降低負面衝擊	31
PR3	生產過程中所需要的產品或服務的資訊種類，以及需要標明這些資訊的重要產品及服務百分比	(無)	--
PR4	按結果類別劃分，違反有關產品及服務資訊與標示法規及自願性規約的次數	(無)	--
PR5	有關客戶滿意的措施，以及客戶滿意度的調查結果	持續客戶滿意度調查	29
PR6	為遵守有關市場推廣的法律、標準及自願性準則而制定的計畫	業務行銷規範	18
PR7	按結果類別劃分，違反有關市場推廣的法規及自願性準則的事件總數	業務行銷規範	18
PR8	侵犯客戶隱私權及遺失客戶資料的經證實投訴總數	營造資訊安全	30
PR9	如有違反提供及使用產品及服務的法律法規，說明相關重大罰款的總金額	業務行銷規範	18
<b>內部管理</b>			
IO1	在電信網路基礎設施方面的投資	聚焦數位機會	62
IO2	因「電信普及服務」之義務，提供非營利服務的淨成本	聚焦數位機會	62
IO3	建造和維護通信設施時，確保人員健康與安全的措施	加強作業安全管理	44
IO4	遵守國際非離子輻射委員會頒布之手機電磁輻射的規定	降低負面衝擊	31
IO5	遵守國際非離子輻射委員會頒布之基地台電磁輻射的規定	降低負面衝擊	31
IO6	與手機電磁波能量特定吸收比率(SAR)有關的政策和措施	降低負面衝擊	31
IO7	選擇天線和傳輸站建置地點的政策和措施	降低負面衝擊	31
IO8	獨立基地台、共享基地台、既有建物上的基地台數量及比例	降低負面衝擊	31
<b>提供近用權</b>			
PA1	在偏遠地區建設通信基礎設施，以及提供通信產品和服務	縮短數位落差	64
PA2	克服取得與使用通信產品和通信之障礙政策與措施	縮短數位落差	64
PA3	確保通信產品和服務之可取得性與可信賴度的政策及措施	縮短數位落差	64
PA4	在有營運的地區，量化通信產品與服務的普及程度	縮短數位落差	64
PA5	提供低/無收入族群使用的通信產品與服務之數量與種類	縮短數位落差	64
PA6	在緊急狀況與救援時,提供通信產品及服務的方案	保障通訊品質	32
PA7	管理取得和使用電信產品與服務有關之人權議題	縮短數位落差	64
PA8	推動電磁波相關議題公開溝通的政策與措施	降低負面衝擊	31
PA9	在電磁波研究計畫與活動的資金總投入	降低負面衝擊	31
PA10	確保收費與費率明確的活動	強化客戶關係管理	28
PA11	告知顧客產品特性和應用資訊之活動	強化客戶關係管理	28
<b>技術應用</b>			
TA1	如何在提供通信產品與服務時，提高資源利用效率	開放創新	35
TA2	通訊產品、服務與應用，具備哪些可取代有形產品的潛力	開放創新	35
TA3	揭露由於TA2所舉例的通信產品與服務而帶來的變化	開放創新	35
TA4	揭露對客戶使用上述產品和服務的間接效果之評估	開放創新	35
TA5	描述企業在智慧財產權和開放源頭技術的作為	開放創新	35

  
用心傾聽 永續創新



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

一〇〇年中華電信企業社會責任報告書  
2011 Corporate Social Responsibility Report



中華電信  
Chunghwa Telecom