



# 公司簡介

102-3,102-4



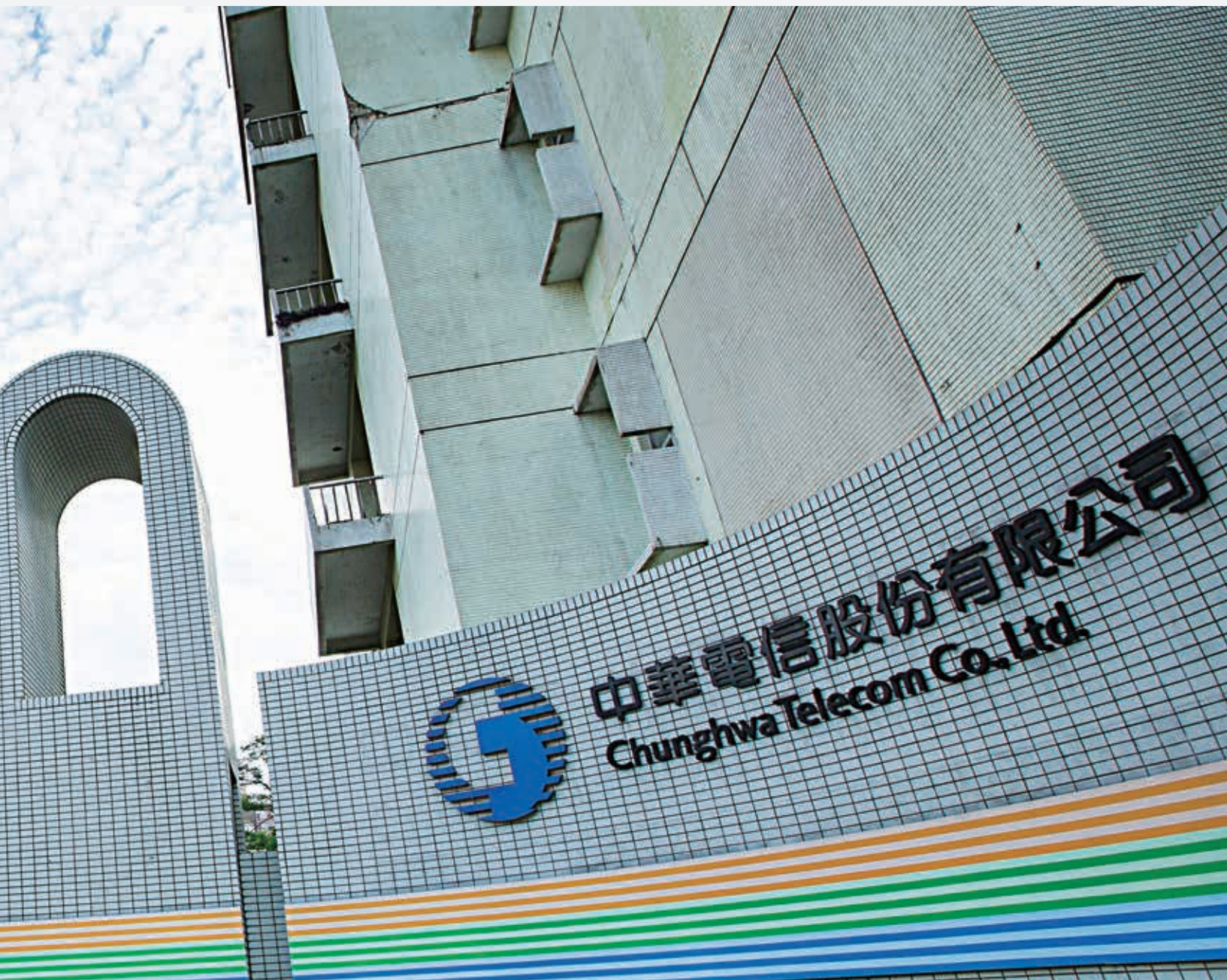
中華電信(2412)是台灣最大的綜合電信業者，總公司位於台北市信義路一段21-3號，於2005年8月12日政府持有中華電信股權降至50%以下，經營體制正式由國營事業轉為民營企業。

主要業務涵蓋固網通信、行動通信，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、企業整合資通訊服務以及各類增值服務，以最佳的網路及服務品質為後盾，為用戶創造優質的通訊環境與精彩便利的數位生活，全區服務據點達到742家，也是國際間電信業者重要的合作夥伴。自2006年起，中華電信積極投入「企業社會責任」各項作為，屢獲國內外專業機構的肯定。

\*電信三法：<http://goo.gl/678ya>

\*分公司與轉投資公司主要業務：<https://goo.gl/xAfPO3> (p.117-129)





## 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



## 為了你， 一直走在最前面

中華電信2016年4G用戶累積達**671**萬戶，為台灣行動通信及數位匯流產業的發展奠立重大里程碑。

2016年，中華電信合併總營收為新台幣2,300億元，較2015年度減少0.8%，達成全年財務預測98.5%。由於智慧型行動裝置、資通安全及智慧聯網風行，加值營收與資通訊專案收入雙雙成長，抵銷語音服務收入及銷貨收入衰退的影響；歸屬於母公司的淨利為新台幣400.7億元、每股盈餘(EPS)5.16元，均達成全年財務預測之100.2%。

多年來，我們穩定經營，除了持續獲利及財務健全外我們也依法誠實納稅，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，但我們仍持續專注本業，為股東創造最大價值。

2016年，中華電信合併所得稅有效稅率約16.51%，與法定稅率17%的差異主要為：依所得稅法第4條，營利事業投資國內其他營利事業，所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。

### ● 國內固定通信 31.6%

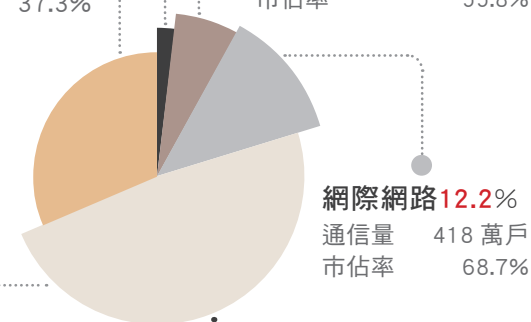
	客戶數/通信量	市佔率
市內網路	1,094萬戶	93.5%
長途網路	2,657百萬分鐘	83.0%
寬頻接取	448萬戶	75.0%
MOD	133萬戶	20.4%

● 行動通信 48.2%  
客戶數 1,079 萬戶  
市佔率 37.3%

● 其他 1.7%

● 國際固定通信 6.3%  
通信量 1,022 百萬分鐘  
市佔率 55.8%

● 網際網路 12.2%  
通信量 418 萬戶  
市佔率 68.7%



母子公司員工總數	32,856 人
實收資本額	77,574
營業收入	229,991
營業成本	147,552
營業費用	33,838
員工薪資福利 *	47,750
現金股利	42,551
支付所得稅	9,023
社會投資 / 捐贈費用 *	1,038
留存的經濟價值	(2,973)

單位：佰萬元

\* 包含在營業成本及費用中

營運績效

營收比重





### 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



## 商業模式



## 產品服務成果



### 行動電話

客戶數 **1,079**萬戶  
年成長率 **-3.5%**



### 行動上網

客戶數 **685**萬戶  
年成長率 **14.8%**



### 100Mbps

客戶數 **117**萬戶  
年成長率 **11.1%**



### 4G

客戶數 **671**萬戶  
年成長率 **52%**



### 光世代

客戶數 **348**萬戶  
佔寬頻客戶數之 **77.8%**



### HiNet寬頻

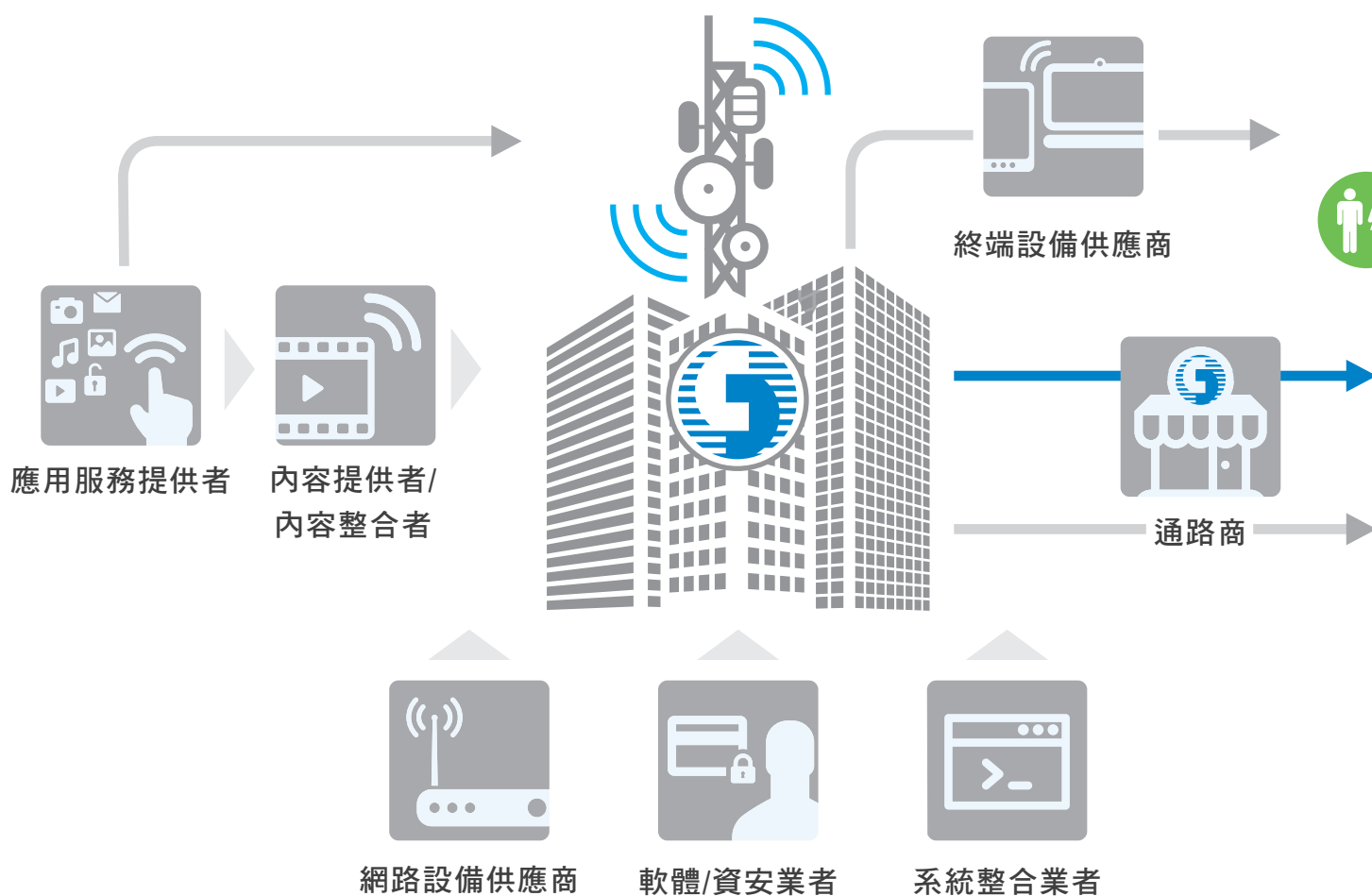
客戶數 **376**萬戶  
市佔率 **第一**

## ● 產業價值鏈與2016年關鍵績效

102-9

由於高科技功能的發揮，原來各種專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，國際分析機構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、網路設備供應商及終端設備供應商等是電信服務業者推展數位匯流服務重要的價值夥伴。



### 產業價值鏈管理策略

#### 策略一

##### 鞏固及強化電信核心業務

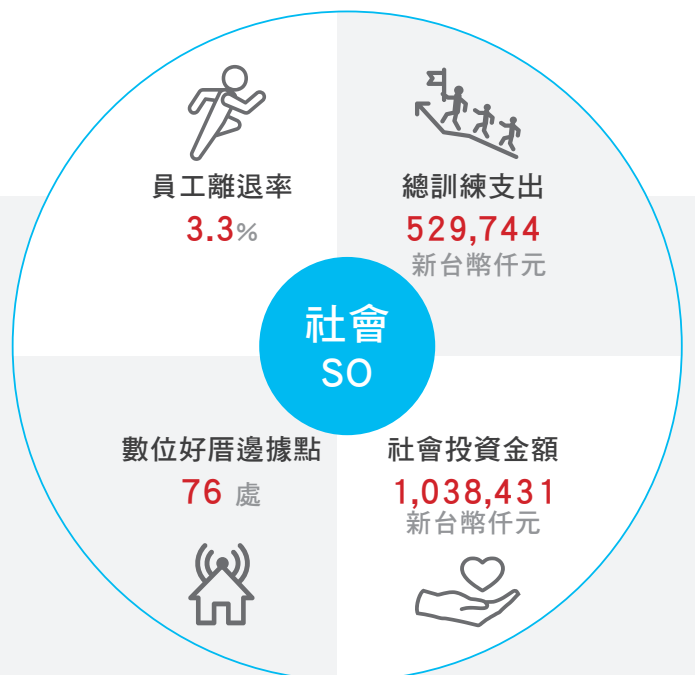
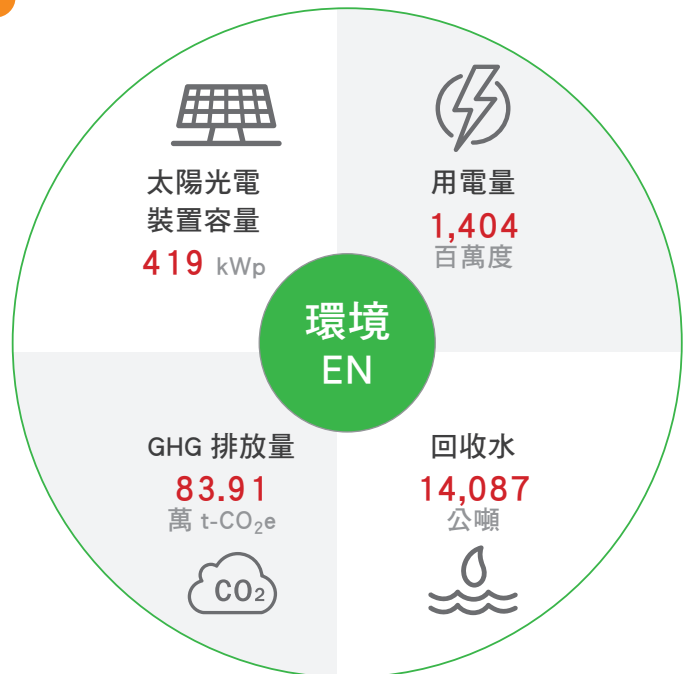
- 提供個人、家庭、企業三大市場之各種數位匯流服務
- 光世代寬頻上網、行動增值、物聯網、資安、企業M化、巨量資料應用與雲端/IDC

#### 策略二

##### 結盟、合作、投資相關產業擴展企業經營伙伴

- 二類電信：是方電訊股份有限公司
- 通路：神腦國際企業股份有限公司
- 系統整合：中華系統整合股份有限公司、中華碩銓科技股份有限公司
- 數位內容：春水堂科技娛樂股份有限公司、中華國際黃頁股份有限公司、智趣王數位科技股份有限公司

未來中華電信將持續於固網、行動、數據及 eICT 等業務上進行投資，加強與上、中、下游供應商合作，推出更多優質服務，屆時產業上、中、下游合作更形密切，將給予用戶更加優質的服務體驗。





# 資本與價值創造

為了讓廣大利害關係人了解中華電信如何創造價值，在今年的CSR報告書，我們延續去年「國際整合性報告」思維，將中華電信在營運上的投入及管理作為，透過整合性報告框架揭露予利害關係人了解。

## 資本投入

## 資本對價值創造的影響

## 確保持續創造價值之資源配置



### 財務資本

- 確保維持營運資格（如取得4G頻譜）
- 確保獲取足夠財務資源，維持創造價值能力
- 有效執行商業活動
- 產生、配置其他形式資本。包括發放股東權益，投資及資本支出

- 貢獻稅金予政府
- 支持網路基礎建設之發展
- 提升電信服務品質



### 人力資本

- 員工所具備的電信專業知識及能力
- 人力資本是我們營運主要成本之一

- 建置報酬和獎勵機制，吸引和留住人才
- 鼓勵高價值的服務精神及創新作為
- 培訓和人才發展計畫



### 智慧資本

- 執照取得支出、研究院及其它研發支出、產業技術取得與研究
- 投資及維護品牌經營

- 持續投入研發、建設及服務，維持服務品質與客戶滿意度
- 持續投資新技術研發及參與新技術規範之制定



### 製造資本

- 配置財務資本，建置及維護基礎設施
- 網路資料中心(IDC)維運，無線設施之建置和應用軟體之開發

- 持續建設、維運及操作各種網路設備
- 透過採購控管機制，使用更具成本及能源效益之網路設備
- 閒置空間整併、廢棄設備之回收及處理



### 社會資本

- 隨時與政府主管機關溝通，有助營運合法性及確保產業競爭合法
- 消費者及社會大眾回饋及肯定，賦予較高之品牌信任度，降低財務資本之支出

- 與利害關係人的互動溝通，確保理解與合法
- 投入社會參與與社會共融領域，發揮核心能力，縮短數位落差



### 自然資本

- 我們需要自然資本，如基礎建設原物料和能源，以推動營運及配置人力資本
- 透過推動具能源效率之節能行動及整併機制，有效降低自然資本之耗用

- 採購具環境效益之產品，減少自然資源損耗，推動能源效率行動
- 確實執行碳管理行動，管理能源耗用及提升再生能源應用
- 自建及代建太陽光電系統，聚焦再生能源發展

中華電信按資本類別，整理出六大資本對中華電信價值創造之影響，並說明為了確保持續創造價值，我們所必須投入之資源、關係，及投入產出的結果。

## 投入金額

## 永續績效產出

- 資本額 77,574,465
- 資本支出 23,516,783

### 經濟

每股盈餘(EPS)	5.16元
合併營業收入	2,300億元
資訊透明度	二度獲得臺灣證交所公司治理評鑑前5%
道瓊永續指數評比	四度入選道瓊永續指數(DJSI)世界及新興市場指數成分股
4G市佔率	客戶數達671萬戶

- 薪資福利費用 47,749,908
- 教育訓練費用 529,744

### 員工：

員工薪資福利	47,750佰萬元
平均調薪幅度	0.81% (最高調幅約1.68%)
人均訓練時數	46小時
總訓練支出	529,744仟元
企業志工服務時數	13,436小時
職業災害千人率	男性0.86/女性1.71 (全國1.39)
多元化	795名身心障礙員工 (法定212名) ; 41名原住民員工
員工滿意度	80分 (百分制)

### 社會

- 研發費用 3,784,905
- 行銷費用 25,515,844

### 顧客及社區：

照顧的弱勢團體通信用戶	共計7,808戶，補助金額達33,435仟元
電信普及服務	12Mbps寬頻服務涵蓋率超過96%
無線熱點	超過55,000個公眾Wi-Fi無線上網熱點
消費者滿意度	7.45 (十分制)
客服專線服務滿意度	4.64 (五分制)
盲用語音隨身助理App	下載達15,373次
數位好厝邊據點	截至2016年底已有76處

- 通訊網路設備維運費用 14,345,387
- 基地臺建置支出 5,022,710
- IDC設備建置支出 282,605

- 社會投資 586,972
- 普及服務 451,459

### 環境

用電量	140,438萬度，2016年累計節電3.05億度
綠色產品營收	63.6億元
碳排放量	839,172.07t-CO <sub>2</sub> e
用水量	2,479,100m <sup>3</sup>
綠色機房	LEED黃金級
廢棄物量	4,706噸

- 綠電購置 4,240
- 綠色採購 1,379,000
- 環境管理支出 286,734





# 產業風險與營運策略

102-15

## 產業風險

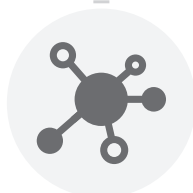
- 行政院「數位國家·創新經濟」發展方案，訂定我國2020年1G涵蓋率達90%、2025年2G涵蓋率達90%政策目標，將對中華電信財務面及寬頻競爭力產生影響
- 未來匯流相關法規將朝放鬆管制方向修法，將特許、許可制修正為登記制，降低市場進入門檻，預期競爭環境將加劇
- 行動寬頻(4G)業務及市場競爭依然激烈
- 傳統純語音服務市場規模持續萎縮
- 有線電視業者與其他固網業者強力運用差價作法，搶奪固網寬頻市場，造成市場波動



電信產業  
Telecom Industry



### 數位匯流



### 智慧聯網



### 資安應用



產業規模

根據Digital TV Research資料指出，2015年全球數位匯流產業(OTT)產值已達新台幣8,723億元，到2020年將逾新台幣1.7兆元。

2025年物聯網經濟產值將達11兆美元，基礎建設約1.7兆美元，醫療約1.6兆美元，零售約1.2兆美元，物流則有0.9兆美元。

在雲端與行動應用的帶動下，台灣資安市場規模從2014年的新台幣312億元，以年複合成長率10.7%的速度成長，預估至2018年可達469億元。



對應之  
產品 & 服務

通訊增值服務、智慧人機互動技術、適地性應用技術及內容匯流服務、電子商務與行動生活應用、影視匯流服務

智慧聯網服務平台、駕駛行為分析解決方案、智慧製造解決方案、健康雲服務

身分識別解決方案、企業資安防衛解決方案

為掌握數位匯流時代的無限商機，中華電信將持續投入各項技術之研究發展，吸納、培養並善用優秀的人才，整合各項網路與行銷資源，並與策略夥伴密切合作，持續推出滿足客戶需求的新服務產品，成為「數位經濟的發動機、創新產業的領航員」，持續為客戶、股東、員工及社會創造價值。



## 因應策略

- 成立相關因應小組妥善布局，以因應法規變革所帶來的競爭環境改變
- 運用品牌、通路、客群和研究院技術等優勢，提供個人、家庭、企業三大市場各種數位匯流服務，開創數位匯流商機
- 開發寬頻增值市場，分析客戶對資通訊服務之需求，推出對應之銷售方案，以契合客戶需要
- 接軌包括智慧城市、智慧製造、車聯網、智慧交通、智慧綠能管理、智慧安防、智慧建築及智慧家庭等市場
- 掌握政府「亞洲·矽谷」等創新產業政策商機，發展成為台灣物聯應用服務領導品牌
- 積極發展IDC/雲端、物聯網(IoT)、資安、企業M化、新創增值服務等新興業務，支持整體業務成長與演進



### 大數據

研究機構IDC預測，全球大數據(Big Data)與分析市場規模將於2019年底達到1,870億美元的規模。

巨量資料運算、儲存、分析解決方案



### 雲端運算

2016年雲端服務規模從450億美元，預估2019年成長至731億美元。

虛擬資料中心服務方案、資通訊設備整合監控方案



### 智慧寬網

據Small Cell Forum資料顯示，截至2016年5月，全球小型基地臺累計總出貨量已達1,400萬台，預估2020年Small Cell市場規模將達60億美元。

LWA(LTE-WLAN Aggregation)雙網融合解決方案、電信雲機房選點與資源配置規劃設計、多頻段載波聚合技術、語音及寬頻服務供裝流程四合一、智能型訊務預測方案

## 風險、機會與目標策略

中華電信 CSR 六小組也針對各項創造價值之關鍵因素，釐清我們所面對的風險與機會，並根據目前、及未來行動可能遭遇到的困難，提出短、中長期的規劃與想法，作為後續推動因應計畫之基礎。

創造價值之關鍵因素	風險	機會
 5G 技術的標準制定與發展	5G將提供處處有寬頻、萬物聯網的服務，需投入高額頻譜及網路建設成本，收費模式若無法適當調整，將影響投資回報	通訊世代的交替，需仰賴成熟的技術與穩固的基礎，中華電信已具備競爭優勢
 供應商企業社會責任能力培訓	在CSR風潮引領下，產業領先者被賦予責任，必須提升產業供應鏈夥伴能力，共同履行社會責任，否則將影響品牌及商譽	<ul style="list-style-type: none"> <li>帶動或相互影響電信產業供應鏈企業社會責任水準</li> <li>降低合作夥伴在環境及人權等相關議題之風險</li> </ul>
 與供應商合作 企業社會責任倡議行動	須藉由企業社會責任倡議以創造新的合作介面，否則將影響到未來商機或社群合作力量	<ul style="list-style-type: none"> <li>與供應商夥伴合作CSR倡議</li> <li>與不同產業、領域之供應鏈夥伴合作，提升社會及品牌價值之效益</li> </ul>
 弱勢族群補貼 (低收入戶及身心障礙)	弱勢族群(低收入戶及身心障礙)之寬頻補貼直接影響營收	長期針對弱勢族群提供補助，除協助其享有基本的通訊權利，亦有助企業形象提升
 偏遠地區建置再生能源基地臺	<ul style="list-style-type: none"> <li>曝露基地臺位置恐引起附近居民抗議，遭遇抗爭與拆臺之風險</li> <li>太陽光電或風力等再生能源，無法長時間穩定電源</li> </ul>	偏遠地區道路遭遇天災受損或急難停電時，提供緊急救援聯絡之通信電力，提升企業形象
 氣候變遷影響基地臺通信	隨著氣候變遷加劇，偏遠地區基地臺，常因重大天災導致通信中斷	中華電信完整之網路規劃設計及建設施工能量，可增加基地臺之抗災能力
 人力斷層	年齡結構呈現老化現象，未來十年屆齡退休人員增加，影響技術傳承	<ul style="list-style-type: none"> <li>儘速補足核心人力缺口</li> <li>擬定進用遞補計畫</li> </ul>
 新世代人才的招募	少子化影響整體人力結構，優秀人才及稀有技術人才網羅不易	<ul style="list-style-type: none"> <li>盤點中華電信新興及成長業務之人力，進入校園徵才</li> <li>擬定招募進用人員計畫</li> </ul>
 強化與提升公司內部 與供應商職安衛環境	職業安全衛生管理未能全面落實，導致既有的防護措施無法發揮其功能	<ul style="list-style-type: none"> <li>重新審視及制定、執行與改善職安衛管理系統</li> <li>具體落實職安衛管理策略，採取獎勵措施，以確保提升整體職安衛環境與其績效</li> </ul>



可能遭遇的困難	短期目標	中長期規劃及想法
5G技術標準未定、台灣頻譜尚待盤點與規劃、產品發展時程尚難明確	參與國際標準組織掌握技術趨勢，追蹤政府政策與頻譜規劃研擬，並進行系統模擬、建置實驗網，以先期掌握技術	接軌國際技術，布局頻譜、網路演進Backhaul電路建設，建構5G所需環境
供應商規模、人力及認知程度不一，培訓成本得不到預估成效	邀請供應鏈夥伴參與課程培訓，依據課程回饋，提供多元專題學習	針對具影響性之廠商，以單點式進行CSR溝通及訓練
<ul style="list-style-type: none"> <li>在無雙贏及永續倡議之機制下，容易淪為單點式活動，難以形塑公司企業價值</li> <li>CSR倡議涉及長期溝通及合作基礎，需要彼此之信任</li> </ul>	發展中華電信自有綠色產品標章，鼓勵供應商申請、完善綠色採購機制	盤點申請綠色標章之供應商，藉由逐年成果的紀錄及檢視，找到與供應商最佳合作模式
許多身心障礙者是高收入戶，但一樣享有優惠補貼，恐引發公平性之疑問	更精進規劃補貼計畫，讓真正弱勢族群享有寬頻優惠	研擬對社會與公司皆有利的補貼政策及方案
<ul style="list-style-type: none"> <li>再生能源基地臺建置費用高，發電效率偏低，投資成本效益低</li> <li>偏遠地區設備建設較困難，維修較不易</li> </ul>	耕耘太陽能建設項目，包含自建、代建電廠，預估2017年自設太陽能電廠裝置容量可超過500 kWp	未來視再生能源發電效率提高及政府能源政策，審慎評估於適當地點，逐年酌量增加建設
<ul style="list-style-type: none"> <li>為增加基地臺抗災能力，建設成本提升</li> <li>增加抗災設備（如發電機）後，因定期舉行之保養演練，易遭附近居民住抗議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加備援電力供電效能，有利於電力中斷時，提高基地臺服務時間</li> <li>定期舉辦基地臺演練，強化人員之防、救災能力及確保設備之效能</li> </ul>	持續規劃有線、無線傳輸路由，提升基地臺傳輸網路之可靠度
<ul style="list-style-type: none"> <li>業務繁雜，盤點費時</li> <li>雲端、資安、IoT等重點新興業務人力，市場供不應求</li> <li>管理層級需要長時間培訓</li> </ul>	盤點核心業務關鍵人力退休情況，擬定進用遞補計畫	<ul style="list-style-type: none"> <li>擬定人才發展計畫，加速培育儲備中高層管理人才</li> <li>遞補關鍵職位及重要直線主管屆退職缺</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>雲端、大數據、5G等新興業務人力，市場供不應求</li> <li>針對新興業務之專業人才，提供之薪資較不具吸引力</li> </ul>	依照業務發展需要，補足雲端、大數據、5G等重點新興業務人力	持續深耕校園，網羅優秀青年學子參與中華電信專業運作，擇優進用
因公司人力斷層，無法有效落實管理，造成教育訓練不足或執行效率下降	<ul style="list-style-type: none"> <li>將職業安全衛生管理內化</li> <li>擴大員工參與職安衛管理系統之規劃、提升與激勵作業</li> </ul>	持續投入資源推動職業安全衛生管理系統(OSHMS)，將「危害預防、健康管理」循序漸進加入稽核系統



# 2016年企業社會責任大事紀

● RobecoSAM永續年鑑銅級獎



1月

● 榮獲第十二屆《遠見雜誌》  
「CSR年度大調查-服務組」  
楷模獎

● 七度獲《30雜誌》「最常使用品  
牌&最想擁有品牌」雙料冠軍

蟬聯《天下雜誌》

- 「金牌服務業調查」冠軍
- 30年百大「長青績優企業」

榮獲亞洲電信獎(Telecom Asia

● Awards)「最佳創新電信專案  
獎(Most Innovative Telecom  
Project)」



5月

4月

● 榮獲《商業周刊》

- 「2015年千禧世代最愛原創品牌」冠軍
- 「2015台灣100大影響力品牌」電信業冠軍

7月

- 榮獲2016卓越電信數  
位產業評比「卓越品  
牌形象獎&最佳網路  
品質獎」

6月

- 勇奪Frost & Sullivan「2016  
亞太最佳實踐獎—台灣區年  
度最佳電訊服務商」
- 連續十二年蟬聯《讀者文  
摘》「信譽品牌白金獎」



- 數據通信分公司連續三年榮獲亞太區資訊安全領導成就「資深資訊安全專家 ISLA 獎」
- 連續十年入榜《天下雜誌》「天下企業公民獎」前十名

8月



9月

MEMBER OF  
**Dow Jones**  
**Sustainability Indices**  
 In Collaboration with RobecoSAM

- 四度入選道瓊永續指數「世界組 & 新興市場組」雙料成分股
- 榮獲第八屆「體育推手獎」二項大獎
- 榮獲 2016-2017 年度世界品牌獎「台灣國家品牌獎」

- 榮獲2016英國標準協會(BSI)
  - IT服務管理啟航獎
  - 資安管理啟航獎
- 連續四年獲The Asset Corporate Awards白金獎
- 榮獲2016年APCCAL卓越大獎「台灣區最佳客戶體驗管理獎」
- 獲台灣企業永續獎五大獎項「台灣十大永續典範企業獎、透明誠信獎、供應鏈管理、社會共融獎及台灣Top 50企業永續報告獎-資訊及通訊傳播業金獎」

11月



12月

- 九度蟬聯《今周刊》「商務人士理想品牌大賞」
- 榮獲經濟部-綠電感恩賞「企業遠見獎」
- MOD廣告影片榮獲第39屆時報華文廣告金像獎「企業形象獎 & 數位商品獎銅獎」