



行銷服務



● 品牌管理

中華電信以專業、便捷與多元的資通訊服務及行銷創意，傳達穩健、創新及貼近消費者的品牌形象，在百家爭鳴的品牌行銷年代，累積企業「為了你，一直走在最前面」的品牌資產及核心價值，增加消費者品牌好感度與市佔率，為提供最佳數位生活持續努力。

中華電信採用集中式品牌架構兼顧獨立式品牌呈現，由總經理負責品牌的創設、管理及修正的指導，並與各分公司總經理溝通，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，操作地域型專屬品牌。

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

S trategy

策略

以多元化的服務管道，提供消費者全方位、高品質具效率的服務

M anagement

管理

- 服務中心導入SGS Qualicert國際服務驗證
- 設置內部顧問講師及輔導師，推動全區精緻化服務輔導
- 設立感動服務專區
- 完善且嚴謹的人員控管機制

A ction

行動

- 執行服務中心客服品質三級檢定、查核與輔導機制
- 推動個資管理與查核人員認證制度
- 推動406間服務中心轉型為綠色商店

R esponse

回應

基地臺蓋與不蓋的難題

T arget

目標

讓客戶在中華電信，都能找到最適合的高品質產品與服務

I ndicator

指標

- GRI** 一般消費者滿意度7.45分
- GRI** 無違反健康安全、產品標示之法規事件
- GRI** 無違法個資事件
- CHT** 每百萬客戶客訴195件

● 實體通路服務

中華電信重視消費者聲音，在行銷推廣上，除了傳遞產品服務之技術特色，更從消費者角度出發，訂定嚴謹的行銷及服務標準，及多元化的服務管道，提供消費者全方位、高品質且具效率的服務。

為了因應都市化人口大量聚集趨勢，2016年我們在全區服務據點達到742家，並持續改造既有服務中心及深耕社區，擴大服務範圍及品質，提供消費者更便捷、貼心的服務。

中華電信的產品與服務皆有提供說明使用規範，主動告知產品特性和應用資訊，並於設計時考量對消費者過度使用的影響，於行銷時提供善意的提醒。此外，為了讓各服務據點的輔銷物陳列及作業管理能保有一致性，我們也訂定《通路輔銷物管理作業要點》與《通路輔銷物管理作業細則》，讓所有營運據點能提供消費者更良好的服務環境，維持企業專業優質形象及服務品質。2016年無違反健康安全、產品標示等相關法規的事件。

實體通路轉型與升級

為強化服務品質，我們推動門市通路轉型升級計畫，期望讓消費者得到更快速便捷的服務，相關措施包括：

- 持續建置增設門市，擴充通路服務能量：截至2016年12月止，全台實體通路服務直營門市計有463家，特約門市計有279家，共計已達742家。
- 設置專職「區輔導」：負責增設門市店務經營管理、行政績效等輔導，強化門市客服品質與經營管理效能。
- 建立門市客服品質三級自檢、查核與輔導機制：門市自行檢驗、營運處輔導及抽檢，提升臨櫃客服品質。
- 強調節能環保理念，積極配合行政院環保署「綠色消費」活動：2016年，全台節能產品銷售超過5,900萬元；預計於2017年完成406家服務中心「綠色商店」之申請，販售超過3種以上具環保標章的商品，並將透過「中華電信綠色門市」鼓勵消費者優先採購綠色商品。



Hami Wallet 輕鬆消費

我們持續推廣與深化行動支付服務。為使更多客戶享受輕鬆消費，自2016年起，門市陸續提供客戶申請或更換4G NFC SIM卡，只要持有具NFC功能手機，並下載「Hami Wallet手機錢包」App，即可線上申請記名悠遊電信卡或NFC一卡通，待完成開通及下載，客戶即可開始使用手機行動支付。手機就是悠遊卡或一卡通，多樣選擇、輕鬆消費。



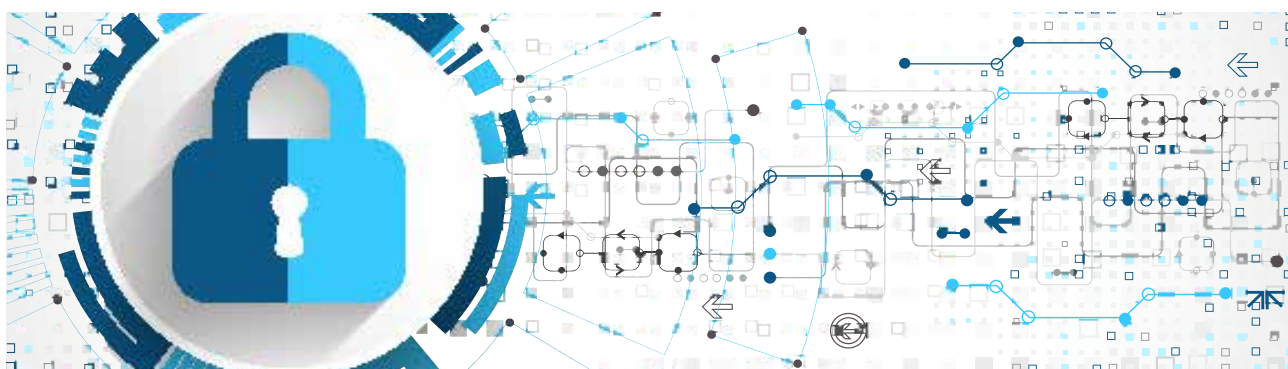
產品服務數量	約2,873件
產品資訊平台－ 客服資訊站	為業務及工務訊息之「收納專區」。專責人員接獲業務及工務資訊新增或異動通知時，依SOP進行驗證流程，並編輯相關FAQ後上傳至客服資訊站，供中華電信客服人員（包括服務中心及客服中心）與網路櫃台查詢使用。
消費者進線	完整告知消費者產品特性與相關優惠活動資訊。

嚴謹的個資管理

中華電信對個人資料的蒐集、處理或利用，都嚴守個資法相關規定，以嚴謹的組織、管理系統及控管機制，確保消費者個資安全。我們於資訊策略委員會下設置個資保護工作小組，並依循國家通訊傳播委員會管理辦法，制定各項個資保護政策、辦理資安專業職能訓練、推動風險管理及執行各項措施與建立績效指標。針對內部人員，我們也積極推動個資管理與查核人員認證制度，持續培訓個資管理師與內評師。

2016年受處理客戶透過各種管道投訴「疑似洩密申訴案件」共計35件，較2015年增加8件，占全年客服專線受理量0.0001%，經調查後皆無洩漏個資之事實。

為激勵各單位落實個人資料保護制度，我們每半年舉辦一次競賽活動，前三名的績優單位，將獲頒獎盃及獎品。評選項目含括電腦主機病毒通知處理、電子郵件社交工程測試、第三方外部驗證、IRMAS（Windows修補、病毒碼更新）及個資事件等。



<p>政策與程序</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2016年修訂與個資相關規範：《資訊安全管理規範與實施細則》、《個人資料保護管理規範》、《資訊安全與個人資料風險管理規範》、《資安與個資文件及紀錄管理規範》、《個人資料事故預防、通報及應變程序》。 • 配合個資法，新增《消費者個人資料蒐集告知條款》、《消費者個人資料申請暨處理回覆單》等文件，提供消費者查閱其個人資料及製作複製本、停止行銷訊息之利用、退租及刪除其個人資料等保護功能。
<p>管理系統</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 取得ISO 27001資安認證，並通過「ISO 27001國際資訊安全管理系統」暨NCC「ISO 27011電信增項稽核」驗證作業，是國內第一家達到NCC標準的行動電信業者。 • 客服專線已全數取得BS 10012國際驗證。 • 客服系統亦導入ISO 27001，並通過「ISO 27001國際資訊安全管理系統」國際驗證。
<p>人員控管機制</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者基本資料列為「極機密」文件，所有申請書均存放專櫃並上鎖。 • 從業人員100%須簽訂《維護營業秘密契約書》，直屬主管負連帶責任。 • 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。 • 員工透過資訊系統查詢客戶個人資料，留存查詢紀錄並由主管定期稽查。
<p>客服控管機制</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 依照《客服處個人資料保護管理手冊》執行客服作業。管制區管理作業，定期進行業務宣導。2016年全員宣導，並留存紀錄備查。 • 建立個資事件處理流程，若發生個資洩漏事件時，客服中心須依《客服處個人資料事件管理作業程序書》妥善處理。

● 精緻貼心服務

中華電信客服心守則-「傾聽、關懷、體驗」

我們提供客戶熱忱溫暖、親切專業服務，並持續精進，永不間斷地追求更卓越的服務品質

為致力於服務品質精進與提升，客服專線歷年來獲得多項國際認證。2016年底開始，以創造客戶美好體驗為努力標竿，於客戶直接或間接的接觸點上，發展與設計客戶體驗指標及客服品質管理指標。透過與客戶接觸的節點，傾聽與蒐集客戶的聲音，並藉由大數據分析發現問題癥結，進而使現有流程得以優化。同時，透過大數據分析了解客戶真正的需求，主動關懷客戶並提供體貼且客製化的服務及產品。中華電信落實顧客導向的品牌承諾，推動全渠道客戶體驗管理，榮獲「2016年APCCAL卓越大獎-台灣區最佳客戶體驗管理獎」殊榮。

我們為提供「以客為尊」、「視客如親」的精緻化服務，極重視人員各項職能訓練與發展，設置內部專職教育訓練講師及教練輔導師，有效引導服務人員掌握與客戶接觸的關鍵時刻，提供「用心、真心、耐心、貼心、同理心」之「五心級」服務。

客服規模	全台設有15個客服中心，客服人員全年平均約3,400人			
多元服務管道	<ul style="list-style-type: none"> 文字線上客服 網路社群-「中華電信Q博士粉絲團」 網路客服中心 手機版網路客服中心 客服App 簡訊客服 			
訓練及成果	<ul style="list-style-type: none"> 投入相當之訓練資源，針對業務、資訊防護、服務及溝通技巧等面向，以完善的訓練帶給消費者穩定可靠的優質服務。 為保護消費者與第一線從業人員安全，我們的營業及空中櫃檯皆建置相關緊急應變機制，若發生事故、天然災害或遭遇威脅時，可使現場服務人員於第一時間掌握狀況，以利相關單位支援處理。 			
客服控管機制	<ul style="list-style-type: none"> 依照《客服處個人資料保護管理手冊》執行客服作業管制區管理作業，定期進行業務宣導。2016年全員宣導，並留存紀錄備查。 建立個資事件處理流程，若發生個資洩漏事件時，客服中心須依照《客服處個人資料事件管理作業程序書》所訂辦法妥善處理。 			
	年度	受訓總人次	受訓總時數(小時)	平均受訓時數(小時)
	2016	7,487	171,355	22.9
	2015	7,838	166,960	21.3
	2014	9,834	213,650	21.7

📎 精緻客服訓練

為強化「以客為尊」的精緻化服務，2016年於北、中、南三區辦理六場「魅力客服贏得顧客心研習班」，以激發客服人員服務熱忱，強化服務理念。課程除了在中華電信板橋學院、臺中學院及高雄學院面授外，亦有遠距連線課程。2016年總計349人參與訓練。

智慧客服創新

在行動世代，手機已成為與世界接軌的關鍵渠道，行動電話話務量因為4G的推廣而大幅增加。為提供廣大消費者更優質的服務品質，完善的客戶服務更是維繫關係及取得信任最重要的一環。對此，2016年我們開始整合語音應用搭配客服平台，開發與延伸相關技術，以利快速理解客戶問題並提供解決辦法，並可節省人力成本。

- 客服IVR智慧語音導航：為提供客戶全新進線體驗，讓客戶用語音即能找到需要的服務，縮短客戶在語音應答(IVR)選項的時間。目前已完成第一階段功能及壓力測試，預計2017年底可正式上線。
- 客服App語音識別：App為與客戶溝通的重要管道之一，為強化客戶使用經驗，目前已完成語音辨識系統架構規劃，並進行功能開發。未來，App只需以語音即能呈現客戶的需求資訊。
- VOC與智能質檢：為了解客戶最真實的聲音，中華電信進行客戶進線錄音檔分析，初期包括音轉字、詞及句子的判定，期望將完整掌握客戶心聲，達成客戶的期待。
- 文字/簡訊客服機器人：隨著行動網路普及，文字客服為近年來新興客服管道。文字機器人可協助客戶快速取得所需資訊，且不需擔心資訊洩密。

客服之星表揚大會

為鼓勵客服人員發揮熱誠的服務精神與良好的專業能力，爭取客戶的滿意與讚許，進而鞏固忠誠客戶，建立中華電信優良服務之企業形象，針對客服人員獲得客戶讚許之案例，依內容情節給予不同等級之獎勵，並列入績效評核成績，另再藉由感動服務優良案例之表揚激勵與提升同仁服務品質。

此外，亦於內部網站成立「感動服務區」，記錄優良服務案例供服務人員分享與學習，達成見賢思齊的學習網絡。



影音紀錄



謝謝妳，幫我找回美好的記憶

客戶周小姐的手機因為當機必須重置處理，但若重置，手機內的所有資料皆會自動刪除，為此周小姐感到十分苦惱，因為裡面有對她來說意義非凡的照片。

周小姐為了保存照片，來回詢問過許多的維修管道仍無法解決，最後抱著一絲希望撥打中華電信客服專線，客服人員羅文婷前後服務近5小時、並歷經6次回電，在羅文婷耐心引導及鼓勵打氣，手機版本升級成功，終於解決了周小姐的難題。

事後客服人員羅文婷接受周小姐的表揚後表示，「視客如親」即是客服人員應具備的專業態度，能夠成功解決客戶的問題，對她來說是最大的鼓勵與最美好的經驗。

● 確保服務品質

為提供更廣的無線電波涵蓋、更優的行動通信品質，中華電信近年來致力於辦理4G行動通信系統「量」的擴充與「質」的提升，並持續引進新技術（如Carrier Aggregation、Voice over LTE等），搭配900/1800/2600MHz高低頻段基地臺，由點、線、面構成綿密的網路涵蓋，以提供更廣泛、更優質的行動寬頻網路服務。

為因應數位匯流與智慧數位新生活之需求，中華電信亦推出300Mbps光纖高速上網服務，滿足用戶各種高速上網及寬頻應用服務快速發展需求，引領台灣正式由M時代進入G時代。中華電信響應政府「數位匯流發展方案」，設定投入一仟億元，已於2015年達成光纖用戶720萬戶、無線寬頻用戶達1,100萬戶之目標；另響應行政院「數位國家·創新經濟發展方案(DIGI+2025)」，預計於2020年達成1Gbps涵蓋率72%。

多元大眾運輸 享受無限上網

中華電信整合4G行動網路及Wi-Fi無線網路，提供大眾運輸Wi-Fi無線上網服務，讓民眾搭乘大眾交通工具時能享有上網服務，增加搭乘大眾交通工具的誘因，降低汽機車的使用率，不但節能減碳，亦改善交通壅塞問題。

公車應用

與新竹市政府合作建置公車免費上網服務「搭公車颯免費4G Wi-Fi」，在新竹客運一路及金牌客運五十到五十三路等路線共20部公車，裝設中華電信Mobile Wi-Fi設備並整合iHsinchu免費無線上網認證服務；與桃園市政府合作推動經濟部「4G智慧寬頻應用城市補助計畫」，亦已選定8條公車路線及95輛公車，提供「4G Wi-Fi」免費無線上網，只要登入「iTaoyuan」或「iTaiwan」即可免費上網。

台北捷運應用

為提升上網服務品質（公話裝設Wi-Fi），我們於台北捷運117站裝設公用電話共計870具，其中附加Wi-Fi AP計279座。2016年捷運公話Wi-Fi使用人數達1,855萬人、使用次數達2,879萬次、使用資料量達102TB。



桃園捷運應用

我們將提供搭乘桃園捷運民眾免費Wi-Fi服務。目前已完成捷運列車車廂Mobile Wi-Fi建置，包含31列車（20列普通車及11列直達車）共計84套，未來桃園捷運通車後將可提供民眾免費Wi-Fi服務。

同時，為確保民眾搭乘桃園捷運的安全，可透過中華電信4G技術將車廂內影像回傳行控中心，以利即時了解車廂內狀況；若發生緊急意外，也能快速告警，即時救援。

高鐵應用

目前與高鐵公司進行PoC測試，於一列高鐵的兩個車廂中提供Mobile Wi-Fi試用服務，預計2017年可於所有高鐵列車上正式服務。

擴建無線熱點

我們積極配合政府政策，推動全民免費無線上網服務，以合理的租用Wi-Fi收費方案及強固的用戶認證平台，配合全台無休的維運監控系統，讓政府經營免費無線上網服務熱點遍布全國。截至2016年底，總計建置超過55,000個公眾Wi-Fi無線上網熱點(HotSpot)，提供民眾品質穩定、頻寬綿密的無障礙Wi-Fi無線上網服務。

我們也積極投入社會參與，配合各縣市政府活動及特定節日擴建熱點，提供民眾上網服務，如元旦跨年建置約120個熱點、燈會活動建置約53個熱點，全年投入節慶活動計9項、投入金額超過新台幣217萬。

確保消費者滿意

為了確保所有消費者需求都能夠儘量被滿足，中華電信服務中心、消費者服務專線及裝機查修服務每年都會辦理消費者滿意度調查，力求即時改善服務品質。除了固定委託市調公司進行消費者滿意度調查外，我們也固定接受 NCC 的通信業務服務品質調查，各項實績值均明顯優於 NCC 規範的標準。

項目	目標	實績
市話接續完成率	≥95.6%	98.18%
行動電話通話中斷率	≤3%	2G : 1.66% 3G : 0.35%
數據通信接取服務封包遺失率	≤3%	0.1888%

註：統計期間 2016 年 1 月至 2016 年 12 月。

消費者服務滿意度調查

我們透過不同類型的滿意度調查，按各項業務內容，找出消費者最關心的問題與期待，做為未來改善之參考依據。調查後透過消費者意見處理系統，將消費者意見及建議，即時傳達給產品或業務單位，包括風險管理及公關部門。同時每月定期由產品單位高層，與客服單位召開檢討會議，務求滿足消費者期待。

消費者種類	調查方式	調查結果
 空中櫃檯	服務滿意度問訪	4.64
 大企業客戶 中小企業客戶 一般消費者	委託外部市調機構執行	9.34 8.17 7.45

我們每年都會針對各項調查結果，將「重要度-表現度分析(Importance-Performance Analysis, IPA)」落於「需加強改善區(第IV象限：高重要度與低滿意度)」之項目，交由各相關單位進一步分析原因、研提具體改善措施，並於一季後追蹤各改善措施辦理情形。

■ 客服專線關鍵績效指標

中華電信空中櫃檯各專線於2011年通過「ISO 10002:2004客訴管理系統」認證，為國內首家取得相關認證之電信業者。我們將顧客投訴視為企業持續改善的契機，以顧客的反應為基礎，對於客戶的申訴意見，設定於3個工作日內必須處理完畢，持續提升服務品質。

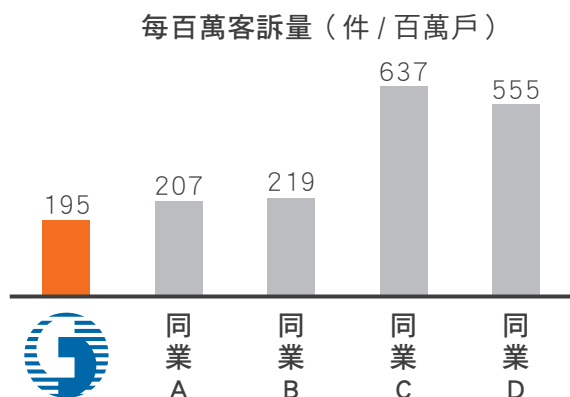
除了客服專線外，消費者也可經由公司官網，或經獲董事長授權的中華電信總機(02-2344-6789)直接向首長室助理人員申訴。另為加強消費者的滿意度，我們與相關單位合作，建立有效的潛在客訴偵測及相關改善措施。在有效機制控管下，2016年國家通訊傳播委員會(National Communication Commission, NCC)所發布的「通訊消費申訴監理報告」，中華電信客戶申訴比率為最低。

KPI	2014年	2015年	2016年
20秒內人員應答率	74.0%	78.5%	77.4%
服務滿意度(滿分5分)	4.6	4.61	4.64

中華電信平均客訴量最低

根據國家通訊傳播委員會2016年行動通訊客訴量統計資料，若以每百萬名用戶的客訴量計算，中華電信的客訴案件數為同業最低！

未來我們將持續強化服務品質，思考簡化業務受理流程，提供消費者便利性，讓所有消費者皆能在中華電信獲得專業、便利有品質的服務。



● 通訊無孤島

中華電信不斷強化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，將備援電池效能提升至72小時以上，讓偏遠地區不會因天災停電時，失去與外界的聯繫。

應變機制	每年執行網路及設備的調度及搶修演練，並針對行動電話基地臺制定妥善備援計畫，即基地臺採分散收容，當任一系統基地臺的電路、電力中斷或設備故障時，鄰近的基地臺仍能維持運作，讓服務不中斷。
災害發生	若不幸發生天災導致通信中斷，將視受災區環境狀況，提供小型微波、衛星或移動型基地臺，讓災區能夠持續保持與外界的通信。
特殊案例	針對蘇花公路等單一進出的特殊封閉地形，則提供複式基地臺服務區涵蓋，即使某一基地臺因天災發生損毀，其配對的基地臺仍能使服務區維持正常通信，確保災區通信不致中斷。

■ 災害通報 安全升級

由中華電信自行研發的「災害緊急應變訊息通報系統」，2016年總共發布32萬餘則災害示警簡訊，成功扮演災害情資預防及通報者的角色，期望透過即時資訊傳播，將災害的影響降到最低程度；另配合國家政策建設「PWS細胞廣播系統」，統計2016年9月至12月資料，共配合啟動4,367次，針對全台各地發布土石流、地震、封路等PWS訊息。

2016年我們配合國防部及南投縣政府辦理「全民防衛動員暨災害防救（民安2號）演習」；台北市、新北市、桃園市及基隆市政府辦理「北北基桃聯合災害防救聯合演習」；台灣電力公司核三廠辦理「核安第22號演習」。

📎 基地臺綠化

1.綠色基地臺：

基地臺除有小部分裝置太陽能再生能源外，有些環境適合之基地臺改裝軸流風扇，設定27度以下以外氣(Free Cooling)自然通風降溫，儘量減少冷氣運轉，達到省電節能目的，自2008年至2016年共有551處基地臺使用外氣自然降溫，累計節省用電187萬度。

2.再生能源基地臺：

中華電信領先跨足綠色節能領域，於2008年率先於6處基地臺，引進2~3kW太陽能光電發電系統，進行太陽能供應基地臺電力試驗。截至2016年底，已於偏遠地區建設十台1~2kW太陽能模組光電板輔助之基地臺，其系統於正常時期可提供無污染潔淨能源，減少能源消耗降低排碳量，遇天災供電中斷時亦可供給基地臺緊急聯絡通信所需電力。



● 降低對電磁波的疑慮

目前包括WHO等世界組織在內，相關研究報告均無明確科學證據顯示，電磁波會對人體健康造成影響。但基於預警原則及回應客戶之疑慮，中華電信仍嚴格地遵循主管機關訂定之安全標準進行行動通信系統建置。

中華電信2016年間與基地臺相關之裁罰或行政處分共計13件，罰款達新台幣650萬元。原因亦產生於消費者要求「良好的收訊品質」，然又易產生「基地臺可能影響健康」之疑慮。對此，我們所採購的行動通訊產品，電磁波能量比吸收率(Specific Absorption Rate, SAR)均符合國家通訊傳播委員會(NCC)所訂定之限制，為求保障消費者通訊權益，另在基地臺設置點難尋之情況下，針對基地臺不同設置階段，設置不同對應措施，力求符合法規之規範。

階段	進行內容
溝通評估	評估該區域人口數量、人潮聚集度、電波涵蓋範圍、客訴量及周遭既有基地臺容量等因素，並考量當地民情對基地臺的接受度。在透過管委會或里長取得周遭居民同意後，依據「中華電信行動通信分公司行動電話基地臺房地租賃作業要點」辦理租賃建物土地設置基地臺。
建置架設	將擬裝設基地臺之相關資料，呈報NCC辦理證照審驗及會勘，待審驗完成後才安裝設備。
開臺前	<ul style="list-style-type: none"> 依規定進行緊急電話測試，通過NCC參照國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)規範之站台審驗量測，進行路測驗證設備功能及涵蓋範圍。 中華電信基地臺實測之電磁波功率密度均符合規範標準。
開臺後	<ul style="list-style-type: none"> 為環境整體規劃且避免天線雜亂影響美觀，將會同各電信公司以共構方式辦理、以共同設計發包，降低對環境之衝擊且可增進有限空間之使用效益。 依據《行動通信網路業務基地臺設置使用管理辦法》進行基地臺天線美化，2016年平均完成63%美化作業。 立法院通過「將公有建物或土地釋出設置基地臺納入績效考核並每年公布」，有助於增加通訊品質。

📎 宣導正確電磁波觀念

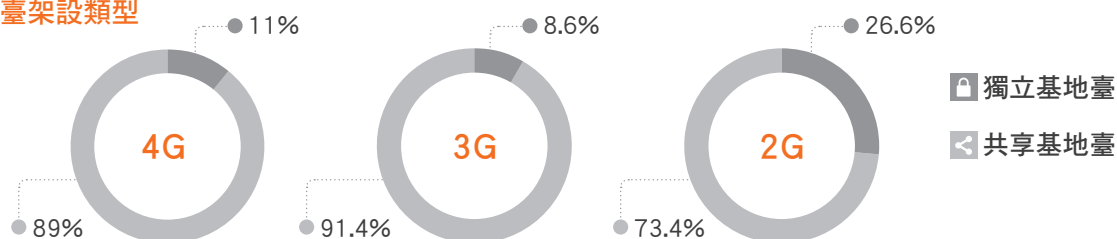
中華電信與台灣電信產業發展協會密切合作，透過辦理座談會及宣導品發放，強化民眾對電磁波的正確觀念。

- 配合國家通訊傳播委員會與全台19個縣市政府辦理電磁波宣導座談會19場，完成168件免費電磁波量測案件。
- 透過地方辦理活動時，發放電磁波宣導品及宣導手冊，引導民眾認識電磁波議題。

*台灣電信產業發展協會：<http://www.ttida.org.tw/>

*基地臺電磁波知識服務網：<http://www.emfsite.org.tw/>

中華電信基地臺架設類型



註：均在既有建物上建置使用。

● 電信服務與推廣

■ 詐騙防制措施

我們於2007年協助政府成立「165反詐騙諮詢專線」，配合警政機關進行詐騙防制行動，為社會大眾確保財產安全。

投入資源	<ul style="list-style-type: none">· 每月投入約11名客服人力，協同刑事警察局承接週一至週五第一線業務。· 「防制詐騙停斷話作業處理系統」提供疑似詐騙電話資料與協助即時偵辦作業，每月投入約3名客服人力。
網路 / 行動裝置 詐騙防制	<ul style="list-style-type: none">· 小額付款雙向簡訊認證機制· 雙向簡訊內容增加防騙警語
2016 年成效	<ul style="list-style-type: none">· 總進線電話量達241,231通，受理轉介民眾詐欺被害案件19,388件。· 協助警政署刑事警察局執行停斷話共1,713門，成功攔截受害案共1,396件。



■ 降低網路負面影響

網際網路作為新時代之主要傳播媒體，其特點為現代人帶來廣大便利性，但負面影響也隨之出現。為了讓消費者使用中華電信的服務沒有後顧之憂，同時配合NCC成立之「iWIN網路內容防護機構」，我們持續推動降低網路負面影響的相關措施，打造健康的網路環境。

防毒防駭管理	使用HiNet信箱的消費者可免費使用webmail服務，透過一次性選擇設定，決定往後是否將疑似垃圾郵件予以直接刪除。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。
色情資訊隔離	提供「K12信箱強制隔離」、「HiNet色情守門員」、「行動上網色情警衛」等服務，守護兒童及青少年遠離有害身心健康的網站。
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。
MOD親子鎖	親子鎖分為「保護級」、「輔導級」，選擇級別後輸入分級密碼，設定將立即生效。透過親子鎖可有效建立管理兒少的防護機制。

*iWIN網路內容防護機構：<https://i.win.org.tw/iWIN/>