C to C Commitment

九十六年中華電信企業社會責任報告書

中華電信股份有限公司 九十六年中華電信企業社會責任報告書 www.cht.com.tw

中華電信
Chunghwa Telecom

C to C

Connection to Consumption
Consumer to Content
Compassion to Commitment

連結人與人之間的情感，

提供消費者完善的服務，

關心社區與環境，持續付出，勇敢承諾。

這是中華電信第一本企業社會責任年報，

也是一份誠摯的邀請。

邀請您了解，我們一路走來對於企業社會責任的付出，

並檢視我們的作為。

也要邀請您一同承諾，因為創造美好的世界，

我們都擁有一份責任。

董事長的話

關於本公司
- 05 評等與獲獎
- 06 公司組織架構
- 07 中華電信基金會
- 08 我們的服務

制度變遷與員工
- 11 組織變動與財務績效
- 12 公司治理架構
- 12 公司行為準則
- 13 CSR組織架構
- 14 CSR議題
- 15 員工關係
- 15 員工福利
- 16 電信會館
- 17 訓練與發展
- 17 健康與安全
- 18 雇用多樣性
- 19 我們對公司及員工的承諾

我們的客戶服務
- 21 客戶服務管道
- 22 帳單整合及電子帳單
- 23 隱私保護
- 24 防範詐騙措施
- 25 業務行銷自律規範
- 25 消費者滿意度調查
- 26 電磁波議題
- 26 健康上網
- 27 亞卓市知識學習
- 27 黃金門號公益拍賣
- 28 海上救難
- 29 我們對客戶服務的承諾

數位機會
- 31 村村有寬頻
- 32 數位好厝邊
- 34 企業志工服務
- 37 輔助新移民女性
- 38 台灣原住民族網路社群入口網
- 38 低收入戶優惠方案
- 39 身心障礙資訊系統
- 39 身心障礙者優惠方案
- 40 點台灣
- 43 我們對數位機會的承諾

環境永續發展
- 45 環境永續發展思維
- 46 建構碳管理資訊系統
- 56 提升能源效率，減少能源損耗
- 56 供應鏈管理與合作
- 56 員工自主環保
- 56 影響消費者
- 58 中華電信e化作業成效
- 59 數位造林—用e化抗暖化
- 61 我們對環境永續發展的承諾

企業社會責任管理
- 63 2008展望

董事長的話

各位親愛的讀者，歡迎您閱讀中華電信第一本企業社會責任報告書，一起分享我們對企業社會責任的想法及做法。

當大眾對於企業應扮演的社會角色越來越重視時，身為台灣電信服務業的領導公司，中華電信更受到社會大眾的注目。

我們也非常瞭解，各種利害關係人，從消費者、員工、供應商、投資者到政府及社會大眾，都想要知道公司經營除經濟基本面之外，中華電信會如何因應21世紀新環境所帶來的新挑戰。

也因此，我們特別重視與利害關係人的對話，希望藉此導引公司在經濟、社會和環境各方面的績效提升。這本企業社會責任報告書的出版，正標誌著我們在與利害相關人溝通上一個重要的新起點。

台灣本島和離島處處都有中華電信網路的服務，使本公司成為高度在地化的企業，是台灣每一位民眾的「大鄰居」。從以前的電信局，到現在的民營公司，企業的體質雖然改變了，但是公司的特性卻不變，我們透過遍佈台灣各個角落的營運處，在電信使用的普及、台灣產業發展及大眾生活品質的提升上，一直都扮演重要的角色。

我們的員工，在公司穩定的人事制度下，工作上具有安定感，大家願意在公司裡長久服務，有許多員工在同一個地點工作服務達20年以上，在當地購屋，在當地養育子女，徹底融入社區，成為道地的在地人。因此，我們相信，善盡「社區服務員」的企業公民責任，是中華電信維持卓越表現的必要條件，而深入地方的員工，更是我們推展企業社會責任的最大動力和憑藉。

另一方面，電信服務的模式與內容正在快速地演進，過去，我們定位在網路的提供者，往往是建設導向，產品趨向標準化，但是現在，我們是整合性的電信服務提供者，必須改為需求導向，要能針對客戶的需求，創造更貼近生活和社群的產品。網路可及若沒有配套，並不等同於服務到位，也就沒有真正改善城鄉差距和數位落差，因而，在使用數位通訊逐漸被視為公民基本權利的時代，我們將提供普及服務、縮小數位落差及引發在地機會，視為電信業者的天職，也是我們推動企業社會責任的重要內涵。

因此，為了進一步協助偏遠地區的弱勢族群，我們成立了「中華電信基金會」，積極進行對原住民族及弱勢團體的協助，各地營運處也積極配合政府各項專案進行建設，即使在偏遠山區，電路建設困難重重，我們的同仁仍排除萬難、鍥而不捨的完成使命，例如為新竹司馬庫斯部落的網路架設。

為了讓我們更積極地履行對社會的承諾，我們在2006年設立了「中華電信企業社會責任委員會」，並分成「公司治理」、「環境永續發展」、「消費者關懷」、「創造數位機會」、「員工關懷」及「企業志工服務」等六個工作小組來執行相關活動，同時將「中華電信基金會」納入組織架構。我們深刻瞭解，企業社會責任的挑戰是長期的，只有內部管理機制的建構，才是整合企業經營與企業社會責任、落實持續改進的制度性保證。

做為台灣社會的「大鄰居」，也意味著我們在提升環境生態及協助台灣面對全球氣候變遷的嚴肅挑戰上，有率先承擔積極推廣正確概念的責任。過去幾年，我們一直鼓勵消費大眾「多用網路，少用馬路」的觀念，就是在回應環境保護的議題。2005年，我們成為台灣少數加入「世界企業永續發展協會」（World Business Council for Sustainability and Development）的台灣企業；成為回覆「碳揭露計畫」（Carbon Disclosure Project）問卷的五家台灣企業之一。同時也開始推動「數位造林」計畫，期望透過網際網路的力量，為促進台灣環境永續發展盡一份心力。

在此，我也要再次感謝國內遠見雜誌「2007 台灣企業品德大調查」及天下雜誌「2007 天下企業公民獎」在CSR評選上對我們所做的肯定。前瞻明日的世界，我們承諾將運用核心能力持續創造獲利及成長，也將透過我們的社區投資，對營運處所在的社區做出更大的正面貢獻；把員工的健康、安全和發展放在首位；確保我們的經營活動能符合高規格的道德標準，並在永續發展上做出應有的貢獻。我們熱切期待中華電信的利害關係人，能協助我們把好事做得更好，與我們一起以電信服務做連結，一起打造一個更美好的未來。

董事長

賀陽旦

關於本公司

「我們所思考的，不只是市場的領先地位，還有隨之延伸的社會責任。」

我們的前身是原交通部電信總局的公務機關，於1996年，依據「電信三法」—《電信法》、《交通部電信總局組織條例》、《中華電信股份有限公司條例》進行公司化—轉為國營事業的中華電信股份有限公司，並於1997年起積極推動民營化政策，逐步釋出政府持有股份，直至2005年8月12日政府持股比例降至50%以下，才由國營事業移轉為現今的民營企業。

我們提供固網、行動、數據等電信服務，是台灣最大的綜合型電信服務公司，實收資本額為新台幣95,577,769,140元。由於我們能快速掌握電信產業趨勢，並採取適切的策略因應市場變化，因此即使身處在日漸激烈的競爭環境中，各項業務領域仍能持續保持領先地位。

台灣地區行動電話及寬頻網路普及率，在2007年分別為105.8%（含PHS，以總人口數計）及64%（以家戶數計）。我們以最佳的網路及服務品質為後盾，提供客戶最優質的服務。使我們在2007年的市話、行動電話、寬頻網路與HiNet市場佔有率分別為97.4%、35.8%、87%、68.4%（以上資料來源：NCC），並連續四年獲頒讀者文摘亞洲區品牌大調查「電信服務類別」之白金獎標誌(Trusted Brand)。

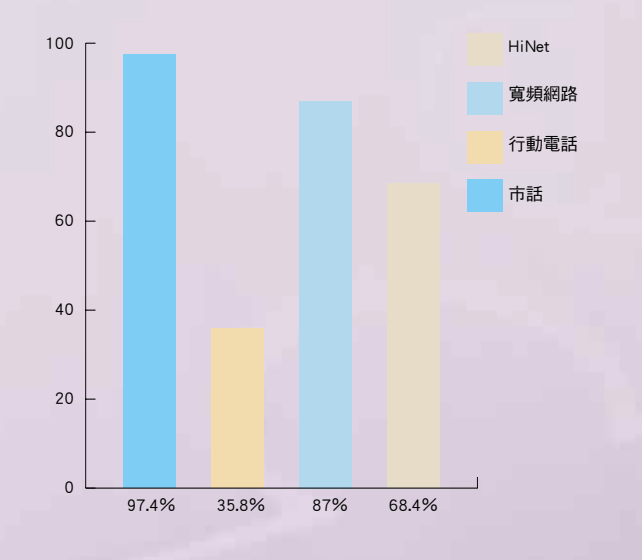
近年來，在全體員工的共同努力之下，儘管市場競爭激烈，我們依然交出了漂亮的營運成績。2007年營收1,863.2億元，稅後盈餘為482.5億元，每股盈餘為4.56元。富比士雜誌(Forbes)於2007年所公佈的全球2000大企業中，我們排名第576，在所有台灣企業中排名第5，在全球電信業中則位居第29名。

評等與獲獎

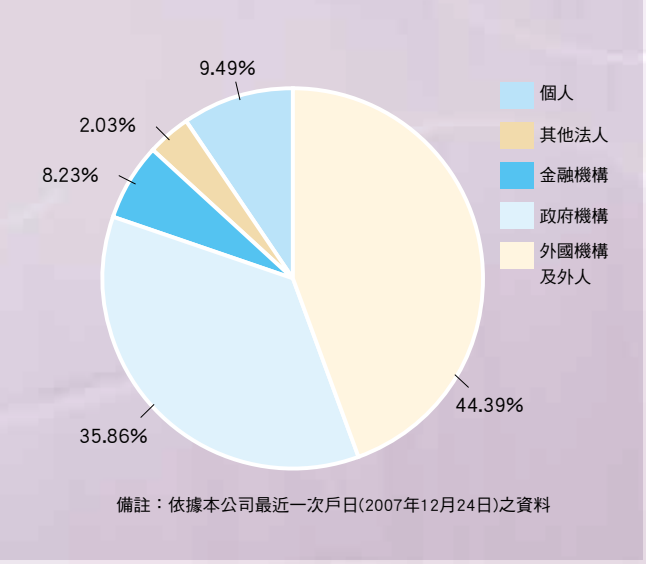
在本公司全體同仁的共同努力下，我們在2007年獲得外界的肯定：

1. 中華信用評等公司：長期發行人信用評等等級twAAA，短期發行人信用評等等級為twA-1+，評等展望為穩定。
2. 美國標準普爾公司：長期發行人信用評等等級為AA，評等展望為穩定。
3. 財團法人中華公司治理協會：獲頒「公司治理評量CG6002認證」。
4. 財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會：資訊揭露評鑑榮獲透明度最高的「A+級」。
5. 2007年全部通過OHSAS國際認證。
6. 2007年全國職場安全週（工安週）系列活動評定為「優良獎」。
7. 遠見雜誌：榮獲2007台灣企業品德大調查 第1名。
8. 天下雜誌：榮獲2007年台灣最佳聲望標竿企業及首屆天下企業公民獎。
9. 讀者文摘雜誌：連續四年榮獲電信服務Trusted Brand獎項。
10. The Asset雜誌：榮獲Asset Corporate Governance Awards 2007獎項。
11. FinanceAsia 雜誌：榮獲投資人票選出Asia's Best Companies 2007 - Most Committed to a Strong Dividend Policy獎項。

市場占有率

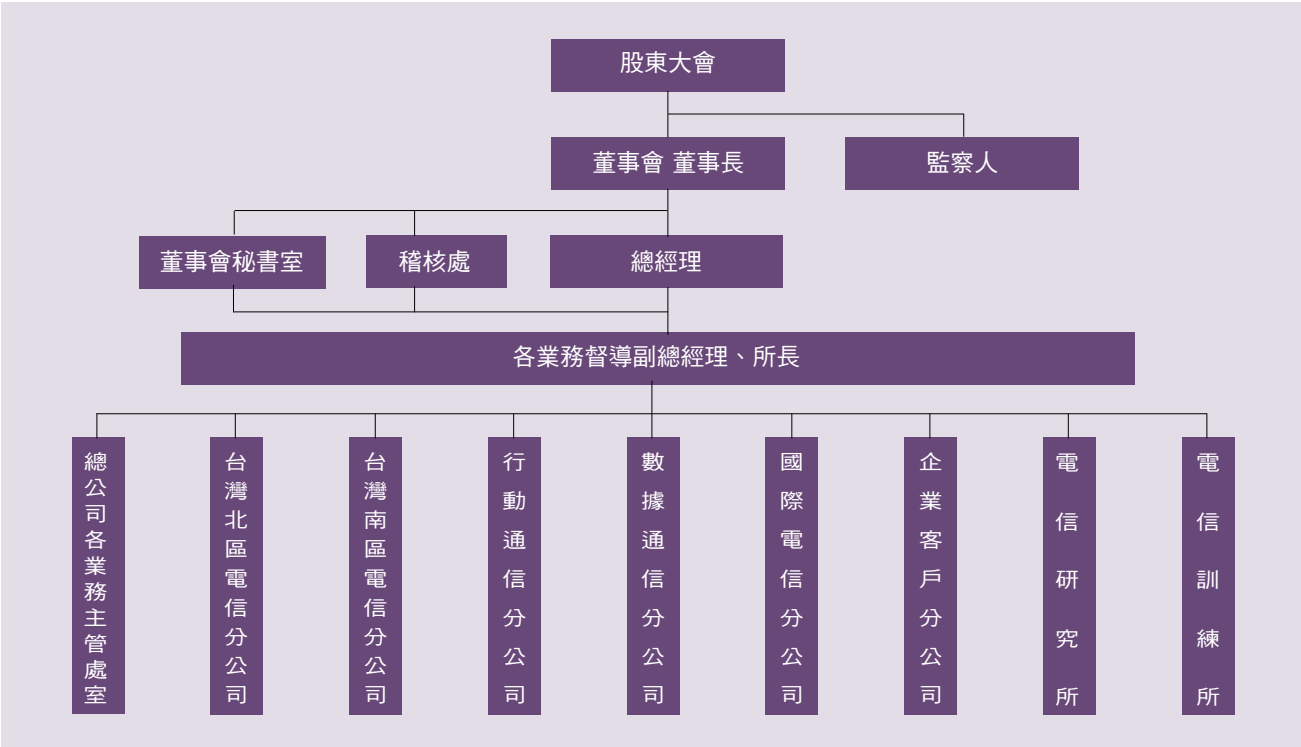


股東結構



公司組織架構

中華電信股份有限公司組織系統圖



1. 台灣北區電信分公司：經營市內、長途電話、公用電話、專線電路、xDSL、智慧型網路、MOD、企業整合服務與行動電話、數據業務之通路。
2. 台灣南區電信分公司：經營市內、長途電話、公用電話、專線電路、xDSL、智慧型網路、MOD、企業整合服務與行動電話、數據業務之通路。
3. 行動通信分公司：經營行動電話、簡訊、語音加值、國際漫遊、行動數據(商務應用、休閒娛樂、金融理財、流行資訊)等加值業務與GPRS系統、虛擬企業網路。
4. 數據通信分公司：經營網際網路數據通信、網路資料中心(IDC)、電信加值、視訊、多媒體、資訊系統、電子商務、政府及企業網路整合服務等。
5. 國際電信分公司：經營國際電話(IDD、Super eCall)、國際話卡(商務卡、預付卡、E-Call卡)、會議電話、視訊會議、網路國際通(TWGATE)、國際數據電路(IPLC)、網路資料中心(IDC)與國際企業虛擬網路業務(IPVPN)等。
6. 企業客戶分公司：提供資訊與通信整體解決方案、代理資訊與通信產品並提供產品之顧問諮詢、管理與執行資訊與通信之專(標)案、提供企業客戶客製化整合服務與固網、行動電話及數據通信等服務。
7. 電信研究所：重點領域之研究發展，包含無線通信技術、寬頻網路技術、多媒體應用技術、網路維運技術、客戶服務資訊技術、前瞻技術、資通安全技術、經營行銷策略、企業客戶服務技術。
8. 電信訓練所：辦理人才培訓、遴選專技人才、辦理經營、管理、技術、業務之訓練諮詢顧問、接受委託訓練、代辦技能檢定以及訓練教材、期刊之製作、出版、著作登記、發行等事項。

中華電信基金會

為了讓中華電信這棵已種植數十年的科技樹，能結成纍纍的人文果，我們在2006年成立了「中華電信基金會」，除了環境議題外，希望能結合公司網路科技的核心技能，以及社會上的各項資源，共同協助社區文化產業發展、耕耘社區生活、縮短數位落差，為台灣社區的發展貢獻一份心力：

1. 以協助社區文化產業、耕耘社區生活、縮短數位落差為主要宗旨，所執行的工作以在地的人文內涵做為核心價值，以社區參與為起點。
2. 協助在地文化產業：建置「點・台灣」網站，提供社區產業一個交流的平台，透過文字、圖像及影音，一起記錄在地文化產業的努力及社區故事。
3. 縮短數位落差：在各偏鄉設置「數位好厝邊」，除了建置數位設備與提供寬頻外，也針對社區在生活面、學習面及產業面，導入中華電信企業志工與社會資源。
4. 耕耘社區生活：持續關懷參與社區，透過中華電信企業志工的導入，協助社區永續發展。

我們的承諾

- 以社區為基礎，利用我們的企業志工，在地深耕、在地陪伴。
- 協助社區維持既有的在地特色，並藉由我們的寬頻及網際網路，進而拓展社區文化發展及在地產業的數位機會。
- 利用我們的企業核心技術，建置社區與社會大眾之間的互動交流平台，讓社區居民的努力可以被看見，同時也縮短城鄉之間的文化差距。

我們的服務

固網通信服務：

●市內電話：含市內通話服務及話中插接、指定轉接、加密碼指定轉接、三方通話、簡速撥號、按時叫醒、勿干擾、來電答鈴、來話過濾、直通電話、自動尋線、通用訊息、小額付款及1288資訊查詢等加值服務。

●長途電話：含人工長途電話、長途直接撥號(STD)及長途熱線服務。

●國際電話：包括國際直撥電話009、超值型國際經濟電話019、國際語音單純轉售(ISR)、熱線009、009 Happy Hour、國際電話預付卡、國際經濟電話卡、中華電信商務卡、受話方付費電話及會議電話等服務。

●智慧型網路(IN)：含0800多功能受話方付費電話、0203大量播放、099隨身碼、0204付費語音資訊等服務。

●整體服務數位網路(ISDN)：以數位元通信方式同時傳送語音、數據、文字及影像等資訊。

行動通信服務：

●GSM行動通信服務：利用行動電話終端設備，經由數位式行動電話網路系統，不論出差、旅遊或開車上路時，都能隨時與國內外電話用戶保持聯繫。

●3G行動通信服務：可提供高達2Mbps的資料傳輸速率，除提供語音服務外，可提供豐富及多元化的數據(含多媒體)服務及即時影像之應用。另本公司亦積極佈建HSDPA，最高速率可達14.4Mbps。

●行動加值服務：包含文字/多媒體簡訊、行動上網、來電答鈴、加值語音、mPro、mCool等，其他尚有行動交友、行動商務、行動資訊、音樂遊戲下載、影音串流(Video Streaming)、影像電話、定位資訊服務、行動郵件、行動同步及Mobile-VOD等多媒體服務。

網際網路與數據通信服務

●網際網路(ISP)服務：HiNet為本公司ISP服務的品牌。除提供上網服務外，另提供遊戲、學習、音樂、影視、防毒防駭、理財及命理等加值業務，以及Xuite會員整合服務。

●寬頻上網服務：

ADSL服務—

在市內電話線或用戶迴路兩端加裝設備，以非對稱式數位用戶迴路(ADSL)技術，提供客戶上網、虛擬私有網路(VPN)及MOD等多媒體服務。

光世代服務—

利用各式光纖網路設備，搭配乙太網路(Ethernet)或高速數位用戶迴路(VDSL)等技術，提供客戶高速寬頻上網、虛擬私有網路(VPN)、MOD等多媒體及數據傳輸服務。

無線上網WLAN服務—

在各公共場所（或稱為熱點，Hotspot包括機場、飯店、賣場、旅遊景點、工業局示範區…等等）建置公眾區域無線上網WLAN軟、硬體設備，供客戶以寬頻無線方式連接HiNet。只要您到中華電信公眾WLAN的無線上網服務據點，使用有無線網路卡配備的筆記型電腦或PDA，透過HiNet帳號或中華電信行動電話號碼，即可享受無線寬頻上網。

- MOD(IPTV)服務：MOD係以經營多媒體內容傳輸平臺服務，提供本公司及其他電信事業之用戶，使用本平臺上由營運商所提供之頻道節目內容、隨選視訊內容及應用服務內容等服務（如電視頻道、HD高畫質內容、隨選視訊VOD、家庭銀行及歡唱坊…等）。

- 專線電路服務：提供約定傳輸速率之電路供客戶作點對點傳輸之市內、長途、國際間語音及數據傳輸之服務。

企業客戶服務

本公司提供企業客戶先進的資訊與通信客製化整合性服務，以滿足國內企業客戶積極追求提升競爭力與獲利之需求，協助企業達成其經營目標與策略。

- 企業客戶整合性服務：IP-PBX與IP Centrex語音加值服務、企業語音及數據整合服務、企業e化一網通、人事差勤管理系統、IPCC客服平臺服務、路口監控、智慧型運輸系統服務、飯店隨身分機、整合管理服務(IMO)。

- 國際企業客戶服務：會議電話與國際IVR服務、IPLC國際專線、MPLS VPN網路服務。

- 行動企業客戶服務：企業MVPN服務、企業簡訊服務、MDVPN行動辦公室、企業M化、mPro商務服務、商旅通服務、GPRS通信等企業數據服務。

- 數據企業客戶服務：光世代企業上網、企業資安服務、電子商務、政府採購、地政業務、企業網路架站、智慧型設施管理服務、直播平臺、視訊會議、HiNet旅遊網等數據加值服務。

其他服務

- 衛星通信服務：包括轉頻器出租、衛星上鏈、越洋衛星轉播、國際數據電路小型衛星地面站(VSAT)服務。

制度變遷與員工

「面對大環境的改變，我們與員工一起創造中華電信新的企業文化。」

我們在2005年從國營事業移轉為民營公司，在體制與公司經營體質上都面臨重大改變。一方面政府的預算限制變小，但市場競爭的績效壓力變大了；另一方面國家政策負擔減輕了，但公司對社會責任的自我期許增加了。為此，企業的組織、文化也必須有所調整，2007年的我們仍處於這個制度變革時期。

我們深知企業不僅是資本的聚合，也是人的組合。從企業是人的組合的角度來看，當企業面對環境變遷與市場競爭而不得不變時，在理性上也許我們同仁都清楚改變是必然的，但在情感上卻容易對改變存有疑慮或抗拒；針對公司的制度變革，工會發起一些集體行動以表達會員的意見。

我們進行公司組織與員工績效考核制度改革的同時，從未間斷與工會的協商，我們更以Web 2.0的開放精神，在公司內部建構網路互動平臺，讓同仁們可以暢所欲言；在強調績效考核以改變過去國營事業「齊頭平等」的舊文化時，我們並未縮減員工的福利與改變對員工的關懷。

面對大環境的改變，我們選擇以CSR作為公司成長、形塑企業新文化的策略，讓公司體制變革展現更生動的意涵。公司體制的變革，涉及新、舊企業文化的調適與磨合，選擇誠實的資訊揭露，讓我們更加踏實而堅定的邁向企業永續發展的旅程。

本章報告以公司治理的概念為主軸，內容包括組織變動與財務績效、公司治理架構、公司行為準則、CSR組織架構、CSR議題、員工關係、員工福利、訓練和發展、健康與安全、僱用多樣性等。

組織變動與財務績效

2005年8月我們完成股權移轉而成為民營企業，同時開始積極發展轉投資事業，目前有中華投資、中華國際黃頁、是方電訊、神腦國際、春水堂、中華系統整合、光世代開發建設等子公司。民營後以市場導向及績效導向，持續推動組織變革，如中區分公司與南區分公司整合、成立客服處、企業客戶分公司等，是以客戶為中心來因應市場競爭的組織變革。

創造良好的公司治理體制，是企業永續發展的基礎工程，我們確實執行公司治理制度，用最高標準來要求在資訊揭露的品質以提升企業透明度，期望能以有效率、負責任的態度來管理公司，為公司創造更高價值與競爭優勢。

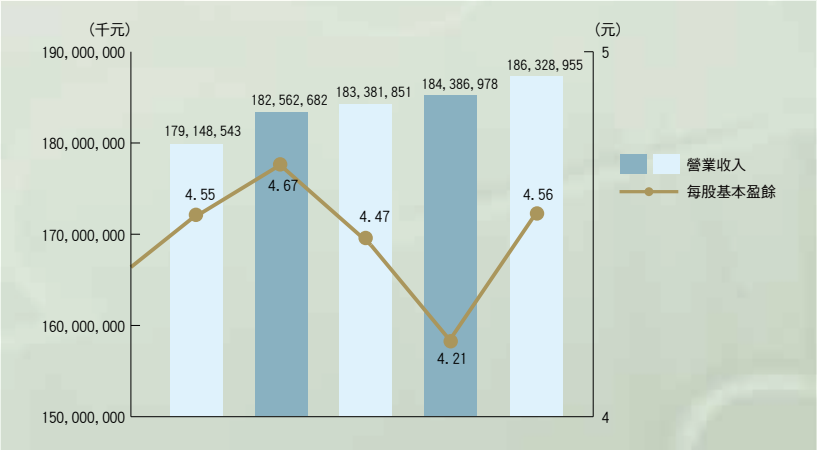
在2007年，我們的努力漸有成果，公司營收為新台幣1,863.2億元，超越原來預定目標新台幣1,822.2億元，員工的人均營業額更由2001年國營時代的每人579萬元提高近200萬元，達到2007年的771萬元。

我們的實收資本額95,577,769,140元，即使公司已經民營化，政府仍是我們最大的股東，截至2007年底，交通部的持股數是3,407,782,984股，持股數比例為35.25%。

2007年我們配發了每股新台幣3.58元的現金股利及資本公積轉增資每股1元的股票股利，計轉增資共發行新股966,784,509股，接著又辦理與轉增資金額相等之現金減資，每股退還現金約0.909元給股東。展望未來，在這個充滿挑戰的環境，我們將還是秉持著專注的經營態度，在全員努力和客戶的支持下，持續為股東創造最大價值。

歷年財務績效指標

	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
營業收入（千元）	179,148,543	182,562,682	183,381,851	184,386,978	186,328,955
營業成本（千元）	90,720,133	92,959,810	93,941,491	94,268,549	94,316,104
員工報酬（千元）	35,281,159	37,921,373	38,169,578	39,128,211	37,051,022
每股基本盈餘（元）	4.55	4.67	4.47	4.21	4.56
所得稅（千元）	10,377,914	10,889,233	11,949,967	12,751,979	12,847,151



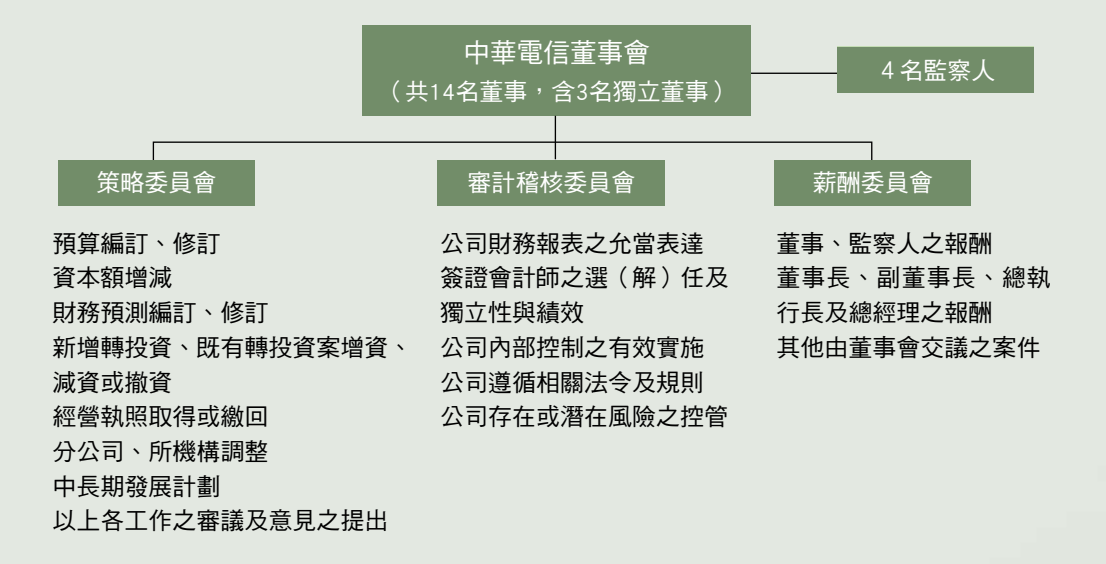
公司治理架構

落實公司治理是我們要邁向世界級電信公司的重要基礎，也是全球化浪潮中的趨勢。在公司上市之後，我們參照台灣證券交易所及財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心所制定的「上市上櫃公司治理實務守則」，結合倫理與法律規範，於2004年8月制定「中華電信股份有限公司治理守則」，做為我們在營運決策及行動上的依循準則。

我們的公司治理架構，在董事會設置了11名董事、3名獨立董事、4名監察人，以及「策略」、「審計稽核」、「薪酬」3個委員會，各委員會運行機制及其職掌介紹如下。

有關董事會重大的決議，我們都有詳實的紀錄與適時揭露，完整的資訊可參閱本公司之財務年報。

董事會組織架構圖



公司行為準則

「中華電信股份有限公司行為準則」定義了我們從事商業行為應有的責任，包括員工個人責任、群體責任、中華電信對公眾及其他利害關係人的責任規範，涵蓋範圍包括我們的董事、監察人、經理人以及2萬4千多名員工。

行為準則為所有中華電信員工的倫理行為綱領，所有員工都有責任遵循，並通報任何違反的行為。我們要求員工在全球各地執行商業活動時都要確實遵循此一準則，以確保全公司的工作業務都能嚴格遵守法律、社會倫理規範，並防制不當行為發生。

行為準則也是員工新進訓練課程之一，為了確保所有員工都能瞭解倫理守則，所有員工每年都必須接受行為準則測驗。我們以公司內部資訊網路要求員工上網作答，2007年全體員工之答題率接近100%。

「中華電信股份有限公司行為準則」之完整資料可於http://www.cht.com.tw/CompanyCat.php?CatID=911下載。

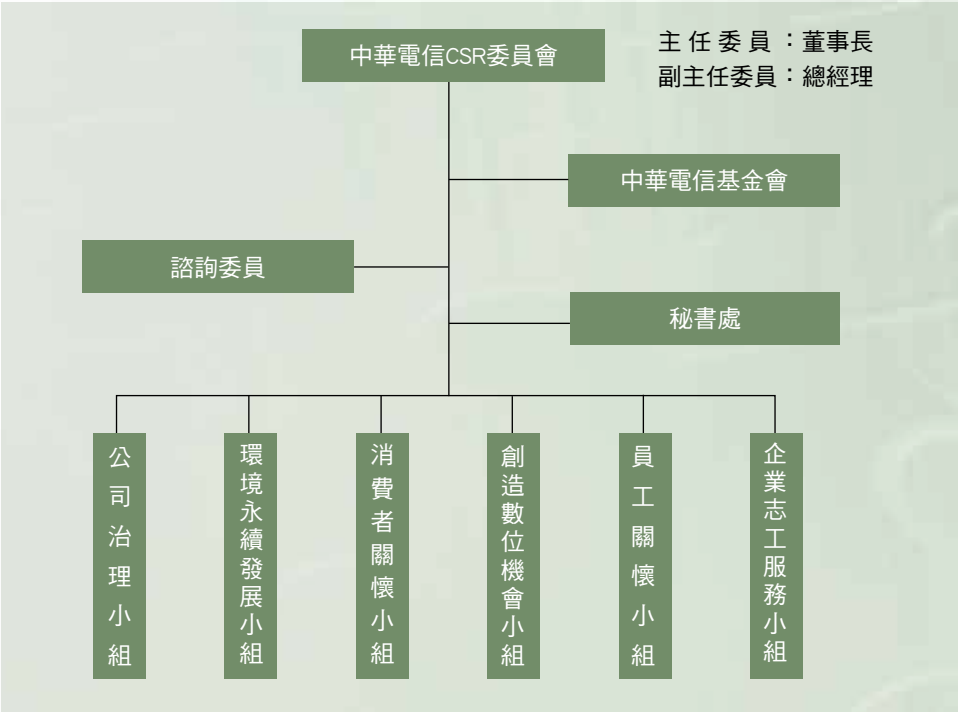
CSR組織架構

我們認為公司治理發展的趨勢，不僅要強調財務績效資訊透明，更重視企業社會責任，並充份揭露企業之非財務績效資訊。良好的CSR管理，是展現具體績效及強化利害相關人關係的最佳方式，與達到經濟與財務目標一樣重要。

為了將CSR做為我們創造新企業文化的策略性工具，並具體呈現在領導與管理架構中，在2006年6月成立了跨部門高階主管的「企業社會責任委員會」，由CSR委員會協調各事業單位推動工作；2007年初，透過CSR組織的建構，結合內部管理機制，具體的推展CSR相關策略行動。

CSR委員會由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員，及各部門最高主管擔任委員，每季定期召開CSR委員會議。並於委員會下設置CSR祕書處，以及六個工作小組，負責統籌及執行相關CSR活動及專案。

CSR委員會組織架構圖



CSR議題

我們認為推動企業社會責任必須針對企業所提供的產品、服務和對社會環境的影響，全面展開評估，不僅需要與顧客和商業夥伴合作，更需要全體員工力行參與才會成功；此外，善用企業本身的核心能力去推動企業社會責任，更能達到事半功倍的效果。

我們推動企業社會責任的思考哲學是：「價值之所在，即責任之所在」。根據公司的企業活動及目前的社會環境，2007年我們勾勒出下列和我們息息相關的企業社會責任議題，訂定工作目標持續推動。

類　別	相關的企業社會責任議題
公司治理	公司治理制度 / 利害關係人權益 / 資訊揭露透明度
對員工的關懷	員工福利 / 員工溝通及諮詢 / 健康安全的工作環境 / 勞資關係 / 弱勢族群的工作機會 / 退休同仁關懷與照護
對消費者的關懷	電磁波與健康 / 產品的可取得性(Availability) / 垃圾郵件(Spam) / 詐騙電話 / 隱私權 / 駭客及病毒 /色情網頁 / 手機所帶來的社經衝擊 / 負責任的行銷與廣告 / 清楚且易於瞭解的收費模式 / 法規
對環境永續發展的作為	節約能源 / 資源回收 / 地球暖化 / 噪音 / 馬路挖掘 / 污染 / 供應鏈
企業志工的服務與推動	社區公益活動 / 維護生態文史景觀
協助社區產業並創造數位機會	數位落差 / 社區文化 / 協助新移民女性 / 弱勢族群

員工關係

我們相信，以開放的態度面對員工，建立制度性的溝通協商與員工參與（Engage）機制，有助於凝聚員工向心力及提升公司經營績效。員工是企業最重要的利害關係人，對員工的關懷與勞資關係的處理，也是公司治理的重要課題。

我們對員工的關懷，是以具體、健全、制度性的勞資協商機制來實踐。我們有符合國際勞工公約與國內法規的工會組織，我們也是台灣電信業唯一與工會簽訂團體協約的公司。

我們定期召開各級勞資會議；並建立工會代表參加業務會報、人評會、考核會，董事會有一席由工會推選代表政府公股的勞工董事，還有員工申訴、提案等等的員工參與制度。

2007年8月，為了進一步擴大員工參與，我們採用Web 2.0的概念，架設企業內部員工互動平臺「中華異言堂」，提供員工自由、開放的論壇、部落格等溝通管道，讓員工可以利用公司的網路資源充分表達意見。

2007年員工人數與流動率

僱用人數	24,138人（此為2007年底之員工數，年初為25864人）
流 動 率	4.39%

員工進入率：係指某一期間實際進入作業之受雇員工人數占該期間期初受雇員工人員之比率。
員工退出率：係指某一期間實際退出作業之受雇員工人數占該期間期初受雇員工人員之比率。
流動率＝（進入率＋退出率）／2（參考主計處之定義）

員工福利

我們對於福利制度的規劃，係以客觀、公平、公正的原則，務期在不影響公司競爭力、生產力前提下，儘量照顧到員工的需求，以提升員工工作效率及生活品質；並強調精神與物質並重，以促進公司永續經營發展及善盡對員工照顧之社會責任。民營化後，為了進一步照顧員工，除了公司原有的福利項目外，我們增加了員工持股信託獎勵金、留職停薪期間育嬰津貼、企業化特別獎金、員工現金及股票分紅等福利措施。

對於員工關懷，除了相關法令規定之員工休假、退休、勞健保、女性員工生理假、育嬰假、留職停薪期間得請領育嬰津貼、托兒安親措施、生育補助、幼嬰哺乳設備外，我們還有法令之外的員工子女教育補助、員工休假旅遊補助、喪亡補助、團體保險等福利措施。

電信會館

我們重視員工各項休閒活動，鼓勵員工多利用休假走向大自然，增進家庭美滿生活，以創造豐富人生，各地電信會館乃沿用先前已有之閒置備勤宿舍整修而成，目前共有25處會館275個房間分佈全省各地，是提供員工心靈交誼、休憩、親近自然的最佳場所。

電信會館目前以提供員工使用為主，員工可經由中華電信環島旅遊網，網址http://resort.cht.com.tw/進入，自行選擇旅遊景點訂房，會館除了提供優質的環境以外，特別重視環保節能，除自備盥洗用品外，員工均有半自助式的體認，進住都能有「電信情、環保心」的感受。

電信會館分佈全省各處，更有在地的主題風情，不但小而美小而巧，又多蘊藏在風景名勝之中，更符合目前放慢腳步，品味生活的優質渡假時代潮流，員工均樂於進住一遊，深度體驗各地不同的風情特色，由96年度平均住房率約40%，三萬餘人次進住之熱烈可見一般。

中華電信因應時勢所趨，適時利用備勤宿舍整修成會館嘉惠員工，希望員工經由「健康、分享、在地、環保」使身心得到適時的調合，並從新學習、自我肯定、紓解壓力、蘊育智慧，經由休息後重新再出發。

訓練和發展

員工是公司重要資產，我們對員工教育訓練的投資，有一般本職學能訓練、菁英培育訓練及員工進修補助方案。一般教育訓練的人力資源投資，由北、中、南三個電信訓練所每年開辦八大職能核心專業課程及管理才能相關課程，透過實際上課與遠距視訊教學，2007年員工訓練總時數2,023,112小時，投入總金額新台幣667,248,871元。

為因應未來組織永續發展，並做好電信科技人才世代交替之需要，透過遴選公司內卓越的中高階人員，派赴國內大學研究所在職進修，2007年我們制訂了「中華電信股份有限公司菁英培育計畫」，預計派員赴國內大學研究所進修，強化中高階主管人員遼闊的宏觀視野，以做為培育關鍵職位接班人；並藉由與國內各企業菁英的學術交流，育成本公司中高階人員專業理論與經驗，持續邁向公司永續發展的能量及次世代領導人才。

至於補助員工從事終身學習方案，凡員工符合「本公司從業人員就讀大專院校（含研究所）處理要點」者，得申請補助進修費用，每學期最高20,000元；2007年員工參與進修補助有1,479人次，投入的總金額為14,752,898元。對鼓舞員工積極追求知識、完成進階專業學程的成效卓著。

2007年員工訓練

總訓練經費	667,248,871元	每人平均訓練經費	27,643元
總訓練時數	2,023,112小時	每人平均訓練時數	84小時

健康與安全

提供一個健康與安全的工作環境，是我們對員工及其眷屬的責任。我們每年編列員工健康檢查預算，2007年員工接受健康檢查的比例雖已達到96.85%，但我們仍會朝著百分之百的員工健康檢查的目標前進，並依據員工健康檢查的資料分析，規劃、推動員工健康促進的相關措施。

2007年，我們的職災事故發生47件，損失的工作日有7,716天。其中，上下班的交通意外事故（通勤職災）15件，占了職災事故件數近三分之一。整體而言，2007年我們的職災發生率較往年略有降低，事故發生率約為0.195%，我們會持續加強員工作業安全改善與安全意識的提昇、強化勞工安全衛生等相關措施，持續朝向零職災的目標前進。

展望未來，我們除了加強推廣員工作業安全與安全意識，維持現有的各項保險之外；做為一個強調科技創新與服務品質的電信公司，在面對激烈的市場競爭與績效壓力，我們會持續進行員工協助方案(EAP)，強化對員工知識技能的培養，協助員工面對現在科技快速變遷的挑戰。

2007年員工健康與安全推動

員工健康檢查人數	23,378人	員工接受健康檢查比例	96.85%
員工健康檢查總費用	37,404,800元	事故發生率	0.195%

僱用多樣性

對員工的進用，我們以公開考試為原則，各職類科別均無性別之限制。但基於提供弱勢族群之就業機會，於人員招考時，我們會對身心障礙者與原住民身分者給予特別優惠加分。

員工進用後，採同工同酬原則，我們的薪酬制度沒有性別的差異。2007年我們有1,996名員工離職，新招募員工273人，員工的流動率是4.39%。

女性就業

2007年我們的員工總數有24,138人，女性員工有6,774人，佔全體員工數的28.06%；其中女性擔任基層主管有2,184人，是基層主管的23.05%；中層的女性主管有380人，約為16.24%；高層女性主管有52人，人數雖與2006年相同，但因整體員工的變動與公司組織的調整，高層女性主管的人數比例卻從14.6%上升到15.0%。

2007年員工僱用多樣性

女性員工比	28.06%
女性主管比	21.51%
殘障僱用人數	656人

我們公司訂有性騷擾防治措施及申訴處理要點，設有處理性騷擾申訴電話、傳真及電子信箱，以及申訴調查評議委員會處理性騷擾申訴案件，但2007年我們沒接到任何申訴案件。

身心障礙者就業

依「身心障礙者保護法」第31條第2項規定「民營事業機構進用具有工作能力之身心障礙者人數，不得低於員工總人數1%」。我們至2007年12月底的員工人數24,138人，已進用之身心障礙的員工高達656人，進用人數超過法律規定的2.7倍。

我們對公司治理和員工的承諾

隨著行動通訊與網路科技的發展，我們也從國營事業，變成面對通信市場開放、自由競爭的民營事業。這個章節，我們從外在大環境與公司體質的轉變，說明我們公司制度變遷的必然性。

儘管在這個制度變革過程中，我們的員工透過工會採取不少的集體抗爭行動，但我們深信，對立是形成共識的必要過程，身處市場競爭的企業體，獲利是企業永續經營的必要前題，我們2007年的營運表現，正是勞資共識形成的證明。

我們認為，公司治理不止是財務績效的表現而已，對企業社會責任的承擔與員工的關懷，也是公司治理的重要課題。因此，在「制度變遷與員工」這章的報告中，我們以「組織變動與財務績效」的連結，間接的說明我們制度變革的成果。

有關公司治理方面，除了介紹我們董事會的運作機制與公司行為準則之外，更重要的是，我們把企業社會責任納入整個公司治理的架構，在公司內部設立「CSR委員會」，規劃我們的CSR議題。

至於員工關懷方面，主要呈現我們的勞資關係與員工參與制度、員工福利、員工訓練、員工健康檢查與職災發生率、女性擔任主管比例及對身心障礙者的僱用情形。

我們深知，善盡企業社會責任是一種不斷持續的工作，雖然還不能說我們已經做到最好，但未來我們會持續努力推動；企業社會責任最重要的精神是強調利害關係人的參與、對話(Engage)，而員工是我們最重要的利害關係人，也是我們推動各項企業社會責任議題的最佳夥伴。因此，我們承諾未來會更尊重勞資協商機制、強化與工會的溝通及對話。

我們的客戶服務

「從關懷消費者出發，我們立志成為客戶現代科技生活的最佳夥伴。」

過去，我們一直配合經濟與社會發展的需要，提供民眾普及的電信服務，在時代的變遷中，「民眾」成為我們心中最寶貴的「客戶」，而我們更加自覺成為服務的提供者。基於此因緣背景，客戶對於我們的期許與信任，我們對客戶的感情與責任，是督促我們在客戶服務上不斷革新的動力。

值此電信網路、廣電網路、網際網路之間的數位匯流趨勢，我們了解到，電信業對客戶的影響較過去更深、更廣、更休戚與共，電信業的功能也從連接人與人之間，到協助客戶創造理想的生活內容與事業。我們必須不斷前進，才能跟得上客戶的腳步，另一方面，我們的視野，也將帶動客戶生活與事業的創新。

因此，我們未來除不斷強化客戶服務，提供快速、便捷、高效率、高品質、即時且經濟的、創新的電信服務，因應時代的趨勢，我們也將積極思考如何協助客戶利用網路節能減碳、提供客戶降低碳排放的低碳商品。我們相信，廣大客戶在碳意識上的提升，將是我們的社會早日邁向碳文明的重要力量。

在過去，我們由於提供民眾普及服務而得到社會的信任；期許未來，我們能因為對於客戶服務理念及企業社會責任的思考與作為，發展為受人尊敬的公民品牌，成為台灣民眾生活中驕傲的一部份。

本章主要介紹我們的客戶服務管道、帳單整合及電子帳單、隱私保護、防範詐騙措施、業務行銷自律規範、消費者滿意度調查、電磁波議題、健康上網、亞卓市知識學習、海上救難、黃金門號公益拍賣等內容。

客戶服務管道

為落實「以客為尊」的服務理念，近年來我們對於消費者關懷所努力的方向，除提供消費者24小時全年無休免付費客服專線，網路櫃檯及專人即時處理、限時回覆多樣化申訴管道外，並持續增闢新服務據點及非上班時段服務據點，以快速、便捷、高效率、高品質不斷強化客戶服務，來滿足客戶通信服務需求為目標。

我們的營業櫃檯服務，除直營服務中心提供全業務單一櫃檯服務外，並積極與神腦子公司或代理商結盟，繼續增設服務據點，連成綿密的服務網，方便客戶申辦電信業務。截至2007年12月計有467個服務據點（含319個直營服務中心及148個特約服務中心），在都會區人潮密集地點之服務中心，提供夜間及假日服務，其中直營服務中心夜間服務有37處、週六服務有67處、週日服務有7處；另148處特約服務中心均提供夜間及假日服務。未來，我們將視各地營運狀況配合民眾作息調整服務時間，俾提供客戶最便利的服務。

空中櫃檯服務部分，整合各項業務的客服中心(Call Center)，提供空中單一櫃檯，達到「一通電話、萬事OK」的全程服務目標。以高品質（Quality）、高效率（Quickly）和高EQ的3Q服務精神，提供消費者包含申裝、異動、帳務作業、業務諮詢、障礙、抱怨、停話復話、客戶關懷等整體性二十四小時全年無休、最親切周到的服務。隨著客服專線撥通率的改善，顯著提升消費者滿意度。

網路櫃檯服務部分，客戶可透過網際網路由本公司全球資訊網（http://www.cht.com.tw）申辦、查詢我們的各項電信業務，並於網站上提供各服務據點、業務訊息等相關資料給客戶參考。諸如費率變更、更改帳單地址、通話明細查詢、電信費查詢及繳費、申請書下載、各項規章查詢等服務。

繳費管道多元化方面，我們不斷增加客戶繳費管道，客戶可透過每月帳單背面、電話號碼簿、我們的全球資訊網站及客服專線查詢各種繳費管道。客戶除了到我們公司直營服務中心或特約服務中心臨櫃繳費外，也可使用本公司網頁及行動電話emome網頁、金融機構存款及信用卡轉帳、客服專線電話及412-6666語音轉帳、自動櫃員機(ATM)轉帳，或由金融機構、便利商店代收電信費。

申訴管道多樣化方面，客戶可經由服務中心、各業務客服專線（固網業務123、行動業務0800-080090、寬頻業務0800-080412、國際業務0800-080100）及員工違規檢舉專線(0800-080998)、電子郵件或書信等多樣化管道提出申訴。我們的「客戶意見處理系統」會將客戶申訴資料派送權責單位，並由專人負責全程服務，限時回覆客戶。

帳單整合及電子帳單

我們意識到環境保護的重要，也為了方便客戶的帳單管理，選擇從用紙量最大的電信費帳單開始，進行帳單合併的規劃以推動減少帳單用紙。我們全面改造相關業務制度與作業流程，研發新的帳務資訊系統；首先將租用2號以上市內電話帳單予以合併，接著，在各分公司、研究所全面動員配合下，又陸續將數據業務、行動電話等帳單納入，終於2001年完成全公司業務的帳單整合系統的建置。歷經多年努力，截至2007年12月底符合併帳條件者，已有82%客戶接受帳單整合，每年節省帳單用紙約18,000萬張。

為更進一步達到帳單減紙、環保、方便又安全的目標，我們於2005年8月推出電子帳單服務，經由我們的電子帳單服務網頁，提供消費者線上查詢應繳帳單、線上繳費及帳單分析等多項貼心服務，滿足上網族e化帳單的服務需求，充分達到安全、便利、無紙化之環保效果，截至2007年12月底，已有約118萬門號採用電子帳單，每年節省紙張約2,220萬張。

多用網路 少用馬路

在CO_2每人年平均排放量12萬噸，高於世界平均值3倍的台灣，「多用網路．少用馬路」不只是我們行銷的口號，而是真的可以達到節能減碳與節省用紙的行動方案。

除了帳單整合和電子化帳單之外，我們從企業本身的辦公室e化、利用網路傳送電子公文，以及協助警政e化、e化報稅、高雄港e化作業及地政系統網路申領地籍資料電子謄本等實際的經驗，證明網路的運用，不但快速便捷，減少的交通成本和紙張數量也非常驚人。

因此，我們未來的客戶服務，將朝著為客戶提供可以利用網路節能減碳、或可以幫助客戶降低碳排放的低碳商品為創新服務的方向前進，我們除了提供通信網路的服務，也將致力於提昇消費者的碳意識，讓我們的社會早日邁向碳文明的國度。

隱私保護

為強化客戶資料保護，防杜客服人員（含自有、外包）不當查閱資訊系統客戶資料，我們依下列層面推動相關保護措施：

在法令規章方面，我們將客戶基本資料列為「極機密」文件保護；從業人員須簽訂「維護營業秘密契約書」，凡違反規定查詢或洩露客戶資料者，均依相關規章議處，直屬主管如有督導不週，一併追究連帶責任。委外業務涉及營業秘密者，受託機構及其工作人員也須簽署相關保密協議，規範受託機構及其工作人員之保密義務。

我們對客戶資料的處理，制訂了作業程式權限的管制。作業人員依工作職掌，由單位主管賦予適當的系統使用權限。資料之使用與查詢，均完整記錄並保存。

為了防止客戶資料被複製、外流，限制一線作業人員的電腦設備不得使用可攜式儲存媒體、限制發送e-mail及僅開放實際作業需要之網站，客服人員值班時間內不得以手機發、受話，以確保客戶資料安全。我們也建置了客戶資料管理系統，規定主管每日查核作業人員查詢記錄，藉以勾稽使用者每日工作量及工作內容是否正常。另外，所有員工之離退、異動均以系統管控，並及時調整權限，以防止離退員工洩漏客戶資料；客戶資料保護也列為我們資訊安全稽核定期及不定期查核要項。

在內控方面，各分公司每半年陳報個人資料保護執行情形，並將個人資料保護納入資訊安全查核範圍。客戶申請書不使用或下班後，均存放專櫃並上鎖，總公司、各分公司不定期至各營運處服務中心稽核個人資料保護辦理情形。

我們更不定期向員工宣導個人資料安全之重要性及洩漏應負之各項法律責任，並於辦公場所明顯位置貼示相關警語，時時刻刻提醒員工注意。

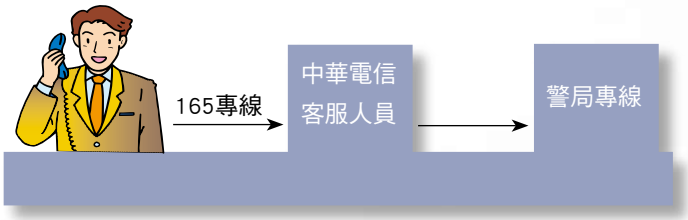
防範詐騙措施

為提昇客戶關懷及防止冒名申裝，我們寄發「客戶關懷函」予新申辦市內電話及行動電話之消費者進行確認。為保護消費者資料安全，避免有心人士透過帳單竊知電話號碼從事不法行為，已全面實施自然人客戶帳單隱藏電話號碼的部分碼數，並配合消費者需要提供「用戶號碼不隱碼」服務。

此外，若察覺電話有被盜接、冒用之虞，有疑義之通信費，若經查證屬實，則減收被盜打的話費。為避免消費者證件遺失遭冒用，經客戶向本公司任一服務中心通報，隨即將資料建立於風險通報系統，客戶於不同地點申辦各業務時均會加強查核。

有鑑於詐騙電話猖獗，造成民眾相當大的傷害，我們率先遵照NCC指示，與內政部警政署刑事警察局合作建立「聯合服務平臺」。從2007年年底開始，率先投入客服人員協助165反詐騙專線服務工作，平均每月可處理60,000 通民眾諮詢電話，年支出估約2千多萬。

當民眾在尖峰時段（非假日8時至20時）撥打165專線電話時，會先以語音提供選擇服務人員或緊急報案；一般諮詢由公司的客服人員在第一線接聽電話，若民眾只是詢問與查證是否詐騙，則由電信服務人員直接受理答覆，而遇有民眾要檢舉詐騙或是必須報案時，電話將轉為三方通話，亦即第一線的電信客服人員，會將電話撥接給165專線的受理員警，使受理員警迅速瞭解民眾的陳述內容，避免無謂的重覆敘述，並爭取後續報案後的攔截匯款時效。



業務行銷自律規範

我們為提升行銷業務之品質、減少客訴及爭議案件，2007年底訂定業務行銷規範，督導所屬員工確實遵守。主要規範各項業務行銷廣告、文宣、促銷方案等必須遵照主管機關之法令規範外，不得有虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵；不得為競爭之目的而陳述或散佈足以損害他人營業信譽之不實情事；不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為；須有證明資料以確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。

實施電話行銷(Call Out)，應切實遵守「行政院公平交易委員會對於電話行銷案件之處理原則」之規範；行銷贈品、贈獎之價值上限，應切實遵守「行政院公平交易委員會對於贈品贈獎促銷額度案件之處理原則」之規範。各機構不得以擅自調改核定之費率、調減帳務、違規沖抵或補貼業務裝租費用等方式行銷業務；嚴禁以員工推薦可享較優惠為由，招攬不確定身分之客戶，以不當手法虛列行銷業績。確實即時傳遞行銷方案、業務訊息、主管機關法令等予其所屬之各相關部門，俾利相關部門人員提供最新內容資訊服務客戶。

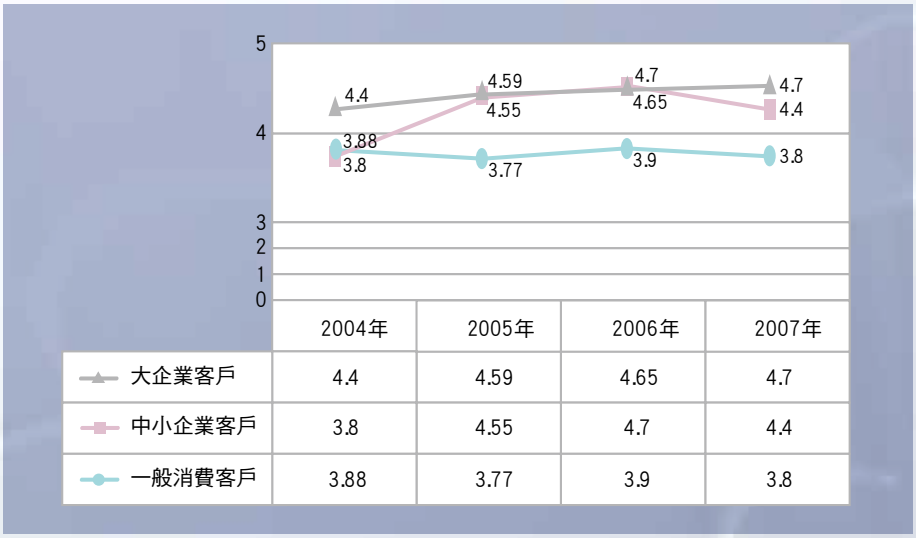
消費者滿意度調查

為瞭解客戶對各項服務指標的滿意程度，我們每年分別就一般消費客戶、大企業客戶及中小型客戶進行客戶服務滿意度調查，找出客戶最關心的問題，做為改善服務品質和努力的方向。

透過調查結果，有關整體服務滿意度持正面、肯定的評價項目，建立目標區間與學習標竿，作為各營運處的學習領導指標，鼓勵各營運處朝此目標邁進，並連結當年度績效評估。對於滿意度下降或偏低之項目，我們都進一步探討與分析，積極檢討謀求改善。

為提升客服品質及客戶滿意度，我們透過國際SGS Quality 服務驗證，建立櫃檯作業標準化，2007年南區分公司彰化營運處及北區分公司基隆營運處先行示範通過SGS Qualicert 國際服務品質驗證。預定2008、2009年度分兩階段完成全區驗證。

消費者滿意度



	2004年	2005年	2006年	2007年
大企業客戶	4.4	4.59	4.65	4.7
中小企業客戶	3.8	4.55	4.7	4.4
一般消費客戶	3.88	3.77	3.9	3.8

本公司客戶滿意度市場調查報告各年度皆委由外部市調公司進行，每一項服務的滿意度指標採五分法：非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意，並以滿意度分數5、4、3、2、1表示。

電磁波議題

我們的行動電話基地台是遵循電信主管機關-國家通訊傳播委員會(NCC)的規範建置；基地台運轉所產生的電磁波，也經過環保署全區嚴格的電磁波普查，符合電信主管機關及環保署訂頒之電磁波輻射安全標準。

為了使民眾有正確的電磁波概念，我們與台灣大學及經濟部合作，邀請WHO、國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)、美國FCC、IEEE等國際專家學者，來台發表國際電磁波與健康議題最新的研究結果，並重申WHO電磁場專案(EMF Project)第304號文件結論：根據極低的暴露值水準以及至今收集的科學研究資料，沒有可靠的科學證據顯示，基地台和無線網路產生的微弱射頻訊號會導致不良的健康影響。

此外，我們利用電子媒體、平面媒體、電磁波宣導手冊、電磁波宣導網站、電磁波涵蓋圖網站等，進行基地台電磁波安全宣導，並辦理巡迴講座，致力於推動電磁波輻射相關訊息活動。我們並聯合各行動通信業者設立基地台電磁波申訴專線，對於基地台附近居民提出之電磁波疑慮，給予專業解說輔導或安排實地電磁波量測。

健康上網

在網路世界中有太多的有害資訊、網頁內容取得相當容易，但是並不適合每一個人瀏覽，鑑於不適當的網頁內容，很容易對兒童及青少年身心造成不良影響。我們透過「鞋子不見了」短片播放，探討兒少沈迷線上遊戲引發的網路成癮現象。

為了打造最乾淨的網路使用環境，幫助孩子們遠離不良資訊，讓家長可以安心讓孩子暢遊網路世界。我們推出HiNet色情守門員的服務，客戶不必安裝任何軟體或設備，也不必做任何設定，就能遠離色情、暴力、自殺、違禁藥物、成人網站等有害兒童及青少年身心健康之網站；過濾有害網站、不當網頁內容的防堵率超過99%。2007年我們捐贈偏遠學校共1,000所、兒童福利聯盟、聖道兒童之家等公益團體HiNet色情守門員免費1年，以幫助弱勢族群善盡企業社會責任。

此外，我們的HiNet上網時間管理服務，讓家長可以設定孩童上網的時段，避免孩童沉迷上網、預防網路成癮。未來我們將繼續推廣HiNet健康上網觀念，讓學校及家長重視孩童上網正確使用習慣，讓孩童上網更健康，家長及父母更安心。並繼續與公益團體共同合作，協助弱勢團體建構健康上網的環境。

亞卓市知識學習

我們的「亞卓市」虛擬城市網站，扮演從真實世界到網路虛擬環境的橋樑角色，提供教育的活動與學習的內容，它以實體世界的城市組織架構，對應網路上的虛擬社群，增強使用者在網路上學習的真實感。亞卓市平臺為教育與公益性質，希望小學生經由班級網路經營活動，讓實體的學習延伸到網路互動，師生製作分享作品，也將許多優質的數位內容讓中小學師生更深入認識。

全球第一個網路教育城市

亞卓市（亞洲卓越城市之意，讀音接近EduCities）是全球第一個網路教育城市。它是網路學習社會的雛型，是一個以教育為宗旨、以城市為架構、以市民為參與者的虛擬城市。亞卓市是國科會與教育部指導，由中央大學與我們共同經營與合作推廣公益之教育平臺。也是大學學術追求卓越計劃「學習科技 – 主動社會學習及其應用，從台灣到全世界」的研究平臺。

目前的亞卓市致力於服務國中、國小學校師生與各縣市教育局，並辦理網路學習活動、公益演講、教師研習等相關網路活動推廣，鼓勵市民積極參與公益活動。

黃金門號公益拍賣

0988-888-888的超級黃金門號，以新台幣630萬元高價成交，刷新國內門號拍賣紀錄！

2007年11月底我們舉行的「黃金門號公益拍賣會」，共推出10組「0988」字頭的吉利數字行動電話門號，原來預計目標500萬元的公益拍賣會，最後共募得新台幣1049.9萬元。

我們將拍賣所得捐給新竹縣尖石鄉泰崗部落、台中縣私立聲暉綜合智慧發展中心、嘉義縣聖心教養院、台東縣天主教私立聖十字架療養院各100萬元。剩餘款項則與華碩共同捐贈1,000台Eee PC給全台偏遠地區學校，為降低台灣教育環境的數位落差而努力。

透過拍賣公益金的捐贈，象徵著我們將參與者的愛心與溫暖，傳遞到台灣的每個角落，希望透過中華電信「公益行銷」一小步，成就台灣社會關懷弱勢族群的一大步；未來，我們將持續致力於公益活動，善盡企業社會責任，分享希望分享愛。

海上救難

我們的海岸電台配合國家政策及依循國際組織規定，受交通部委託辦理執行「全球海上遇險及安全系統(Global Maritime Distress and Safety System; GMDSS)」通信服務，免費提供航行於我國海域之中、外籍船舶遇險及安全通信服務、船舶與陸地間遇險通信、航行安全資訊、搜救協調及國際間資訊通報等服務，還兼負著全台附近海域船舶遇險、遇難的連絡工作，扮演著海上保護者角色。

2007年海岸電台處理遇險及安全通信統計，船舶遇險通信99件，其中重大船難事件32件，其他34件，因而獲救人數200餘人。另提供安全通信有數位選擇呼叫(DSC)68,378件、航行警告電傳（NAVTEX）171,416件，全年總計通信239,893件。

我們的海岸電台代表我國加入國際衛星輔助搜救組織(Cospas-Sarsat)參與國際事務執行、處理轄區海上救難業務、飛機船隻危難事件或協助鄰國搜救工作，其績效深獲鄰國及其他國家之肯定，已提升了我國之國際社會形象。我們雖已民營化，仍本著企業肩負社會責任及善盡國際義務，持續提供服務。

我們對客戶服務的承諾

在客戶服務這個章節，主要介紹我們所提供的傳統服務據點及可以讓客戶節省時間及減少碳足跡的空中櫃檯、網路櫃檯等各種客戶服務管道；可以節省大量紙張的帳單整合及電子帳單；對客戶個人資料使用嚴格控管的隱私保護；自己出錢出力協助警方防範詐騙的「165防詐騙專線」。

還有我們的業務行銷規範、消費者滿意度調查；結合電信業者推動對電磁波議題的主動關注；讓家長可以放心的讓小孩健康上網；網路虛擬城市的亞卓市知識學習平臺；協助海上救難的海岸電台，以及拍賣黃金門號做公益等內容。

身為台灣電信業的龍頭企業，提供快速便捷、高效率、高品質及創新的電信服務，以提昇社會大眾生活品質、為客戶創造更多的價值是我們的使命。因此，我們並不以現有的客戶服務為滿足，未來我們將以ICT產業易於推動「創造性需求」的特性，強化可以利用網路科技的創新服務達到節能減碳的行銷策略，以影響我們的客戶，共同來關心氣候變遷、地球暖化的議題。

我們希望，經由公司內部的碳盤查，進行CO_2排放資訊的管理與分析，未來我們能幫助客戶瞭解每一通信服務可能產生的碳足跡，使「多用網路．少用馬路」素樸的減碳概念，能有更精確的數字根據，並藉此研發可以進行碳抵減(Carbon Offsetting)的創新服務商品，讓低碳經濟、低碳生活成為客戶可能的選擇。

數位機會

「我們承諾利用網路及技術能力，創造文化、產業、教育等多元化數位機會，讓社區成為台灣社會永續經營的基礎。」

科技的進步，正以空前的速度刺激經濟成長，「全球村」的新時代風貌也已然成型。然而，隨著經濟的成長，貧富差距也急劇地拉大。在數位的新世紀，「數位落差」帶來了另一種教育及就業機會的不公平性。

但面對數位落差的議題，並不只是提供寬頻網路和硬體設備或是提供資訊能力的訓練而已，更重要的是要讓偏鄉或低收入的居民應用這些數位能力，去發展個人的就業機會及社區所自主規劃的永續發展特性。

自2003年以來，國際上亦都開始以「創造數位機會」的積極目標，取代了消極的縮短數位落差。數位機會的選擇是多元性的，可以是經濟性的、文化性的、教育性的，但此目標的核心價值，應是立足於各種社區，依其特色和需求而衍生的「數位機會」。

當我們在決定協助社區創造數位機會時，一直在思考如何將此企業承諾與企業的核心能力連結起來，因為如果能善用企業本身所具有的核心專長，將會事半功倍而且能長久延續，深耕落實。

而我們最獨特的核心能力，就是無所不在的通信網路與平台，以及遍佈全省各地的營運處和在地員工。因此，結合我們本身的網路平台，以及二萬多個員工力量，在全省各地協助當地的社區產業並耕耘社區生活，是我們最能發揮的優勢。

本章描述我們為偏遠地區與弱勢族群縮短數位落差、創造數位機會的一些努力，內容包括「村村有寬頻」、「數位好厝邊」、「企業志工」、「點．台灣」，以及我們對新移民女性、原住民族、低收入戶及身心障礙者的關懷行動。

村村有寬頻

為達成具有社會責任龍頭公司的企業願景，我們運用自有專業與設施，配合「國家通訊傳播委員會」(NCC)的計畫，提供數據通信接取普及服務，並達成縮減城鄉數位落差之政策目標。

至2006年底，全國7,833個村里中，我們已經提供7,787個村里寬頻接取服務；2007年，NCC持續要求繼續完成其餘46個村落的寬頻接取服務，我們即負責其中的43個村里，這些村里位處偏僻，是最不容易佈線施工的地區，但我們排除萬難，總算在2008年2月完成「村村有寬頻」的計畫。

這項挑戰不可能的計畫實現後，讓台灣成為世界上第一個「村村有寬頻」的國家。NCC對於我們配合「村村有寬頻」建設政策的努力，賦予高度肯定及感謝。未來，我們亦將持續觀察寬頻用戶使用狀況，致力提升服務品質，讓用戶可以很愉快使用我們的寬頻產品。

年份	2004年	2005年	2006年	2007年
「村村有寬頻」計畫寬頻覆蓋率	99%	99.35%	99.68%	99.99%

「村村有寬頻」計畫寬頻覆蓋率已在2008年2月達100%

用創新克服困難

為達成此項艱鉅任務，我們動員龐大人力，克服地形、路況及天候的挑戰，召集了無線通信、寬頻網路及網路維運專家，利用無線寬頻、光纖等技術，先在電信研究所建構一套模擬部落環境的實驗網路系統，經過反覆勘查、實驗與模擬，最後研發出「整合式無線市話及寬頻上網」方案，並設計太陽能板作為備援電力，以因應山區易受天災影響，供電不穩定的困境。

我們盡力在不破壞自然生態環境前提下，克服偏遠地區的通信建設困境，以最先進的無線寬頻技術，提供偏遠地區之市話與上網服務，落實NCC照顧弱勢族群、普及電信服務的政策，亦達成政府縮短城鄉數位落差的目標。

數位好厝邊

我們有2萬4千多名員工及無所不在的營運處，因此，我們自我期許為在地的「好厝邊」。為實踐創造數位機會的企業承諾，我們自2006年開始「數位好厝邊」計畫，至2007年底，一共建置了16個資訊教室。

此一計畫，除了在「數位好厝邊」地點建置硬體數位設備、成立數位教室外，更重要的是針對社區特色及地方需求，導入各項軟體資源、提供優惠上網方案，同時也導入中華電信企業志工服務及社會資源，透過數位化的學習環境，一方面幫助弱勢族群縮短數位落差，同時也創造數位機會，提供社區居民將數位能力運用在生活或產業技能，甚至社區的永續發展上。

台南縣後壁鄉菁寮村—新移民媽媽的電腦課

2007年7月3日，新移民媽媽的電腦課程在數位好厝邊正式開課，每到上課時間，媽媽們就會騎著腳踏車，車前籃子放個小的、後座坐個大的，背上還背個小小的來到好厝邊，因為上課時間是晚上，所以很多媽媽帶著家裡的小孩一起來，除了上課，也可以就近照顧。

中華電信18名取得國家認證的企業志工，每週三天，下班後來到台南後壁鄉菁寮村的「數位好厝邊」，幫新移民媽媽們上課，一個多月下來，媽媽們已經陸續完成初階及中階的電腦課程，學會使用Word、Excel等基礎功能。有位越南籍的媽媽梅氏賢還用電腦打了一封中文情書，以「老鼠愛大米」的純真表達對先生的愛意。

新移民媽媽們的學習之路仍將持續進行，我們也將繼續陪伴她們。

「先生，你知道嗎，我愛你一萬年，你要記得！可是你不要喝酒好嗎…台灣有你幫我也鼓勵我…我感謝有你…愛的你好像老鼠愛大米」這是越南籍的梅氏賢在電腦習作中打給老公的情書，老公接到這意外的情書，滿臉的笑溢寫在臉龐。

台東縣金峰鄉新興國小—「我的爸媽會用電腦了」

新興國小是唯一將「數位好厝邊」設置在個人家庭中的一個特例，鄭漢文校長在學校的6年級學童中，挑出19位學生，將電腦放在學生家中，由學生教家長們使用，並且約定在6個月後參加電腦初級檢定，如果家長們通過檢定測驗，就可以繼續使用電腦，繼續他們的家庭學習。

2007年年底，學校還幫19個家庭的家長報名，參加原民會委託北淞電腦辦理的TQC檢定。金峰鄉共19人報名，有9個人通過檢定，是所有參與檢定通過率最高的鄉。

我們的「數位好厝邊」透過台東金峰鄉新興國小走進部落家庭，由學童擔任父母的「小小資訊老師」，除了增加部落成人的就業能力，同時也創造親子共同學習的機會。

南投縣魚池鄉森林紅茶—網路也能種紅茶

2006年，中華電信企業志工幫忙仙楂腳社區修復土埆厝，2006年底更在仙楂腳社區建置「數位好厝邊」，由產銷班及中華電信企業志工合作架設了森林紅茶專屬的網站。消費者可以直接上網向茶農訂購紅茶，而茶農也不必再為了店舖或百貨公司等「通路」的高額上架費而煩惱，售貨的收入直接到茶農的手上。

http://www.forestblacktea.tw/ec99/shop1396/default_1.asp

南投縣中寮鄉溪底遙學習農園——農友打電腦

在溪底遙農園，你能買到完全沒有農藥、以有機耕作收成的柑橘類作物、龍眼、荔枝、竹筍等農產品，或是由這些有機農作物天然加工製成的產品，如柳丁醋、桂圓濃縮薑湯等。2007年，溪底遙租了一個三合院農舍，成立了社區學園，有一間就是中華電信的「數位好厝邊」。皮膚黝黑的農友們在資訊志工的協助下，已能開始做農事紀錄。

企業志工服務

我們的營運據點遍及全國各地，擁有廣大人力資源，深入社會各階層，基於企業為社區公民之意識，我們常常在思考，除了提供客戶便利及優質的服務外，我們還可以為這個社會多做些什麼?如何開創員工參與社區之機會？如何激發員工建立志願服務的善念，結合公司既有的核心技術資源，轉化成知識、體能、勞力、經驗、技術及時間，貢獻給我們服務的社區居民？於是企業志工服務小組因應而生。

我們承諾以縝密、慎重的態度，策劃一個具管理意識及行動力的「企業志工服務」計畫，在公司現有的通訊技術、人力資源和管理能力的基礎上，鼓勵企業員工參與有效率、有組織的志願服務活動。

我們持續藉由企業志工服務的推廣及社區服務的落實兩項策略，來達成「縮短通信及數位落差、落實環境保護、照顧弱勢族群」之長遠目標。

為了有效整合資源，我們採取制度化（企業志工服務運用計畫、招募、訓練、管理、考核、獎勵）、系統化（建置企業志工銀行）及標準化（結合核心業務，普及企業志工服務、長期規劃）的策略，積極鼓勵員工參與相關志願服務，支援社區發展及弱勢扶持。

事實上，過去20、30年來，我們散居在台灣各個角落的電信員工，早已經以具體的行動，主動積極投入社區的公益活動，深耕社區生活品質的提升，默默實踐「行動公民」的時代責任。例如線路維修工為無家的孩子打造充滿愛與庇護的「寄養家庭」；以照顧獨居老人、贊助家扶中心為行動核心的「中華電信燭光隊」；還有深入社區生活關懷電信好厝邊的「彰化小炭隊」；以及已邁入第21個年頭、贊助原住民學童就學的「希望工程」。

雖然，我們制度化的企業志工服務才剛起步，服務績效尚待社會大眾的檢視，我們仍將秉持創意發揮及永續經營的態度，向下紮根的落實，鼓勵員工自動自發規劃長遠、多元的企業志工服務計畫，並將成功的運作模式複製至每個營運處，讓我們的企業志工服務普及到全國各地弱勢族群。我們希望藉此建立企業志工服務的典範，激勵更多志同道合的企業加入社會投資，共同建構志願服務的社會風氣。

服務主軸

- 縮短通信及數位落差：善用公司核心專業技能，建置偏鄉電腦教室、開創數位運用機會，縮短城鄉、性別、年齡、行業、新移民、身障等不同族群間之通信及數位落差。
- 社區服務：以企業整體資源主動辦理、參與在地社區公益活動，或提供有助生活品質提升之利他服務。
- 社會人文關懷：協助社群保存在地文化歷史、提振觀光及經濟產業、落實弱勢族群生活照護。
- 環境保護：配合企業永續發展策略，推動「數位造林。光世代」系列活動，為減緩地球暖化計畫貢獻企業心力。

明盲家庭 同心樂活

為協助視障朋友跨越通訊e化的鴻溝，自1986年起，我們即投入無障礙通訊科技的研發，包括視障手機聽簡訊、視障無線生活運用、無障礙網頁瀏覽、視障者電腦程式設計、網路即時通訊、無障礙語音閱讀、無線行動有聲圖書館等，為視障朋友創造新的可能與契機。對於社會的責任，除了以企業核心專業技術，縮短身障朋友的通信落差外，我們希望賦予冰冷的通訊科技新的關懷熱情與生活意義。

2007年，我們結合淡江大學盲生資源中心等社會資源，舉辦「觸摸世界另一端，三方匯流電信服務新視界」活動。邀請視障朋友及其家人參訪陽明山國際通訊衛星地面電台，共同見證涵蓋生活、工作、通訊、交友及閱讀的電信應用技術，親手觸摸衛星模型、衛星接收站等設備。在企業志工的協助下，我們與「明盲家庭」一起走訪淡水老街吃美食，揚帆到八里左岸騎協力車，並引領視障朋友體驗動力彈跳、攀岩及漆彈對打的震撼。

台灣第一 紫斑蝶道

台灣與墨西哥是世界唯二的越冬型蝴蝶谷，為了記錄這群珍貴的客人，全國各地的營運處同仁義務教導大小朋友使用Xuite，交流自然觀察日誌，由點而線，由線成面，漸漸的編織出紫斑蝶完整的神祕遷徙路徑圖。未來，我們將更彈性運用既有電信網路資源，集結遍及全國的企業志工及客戶的能量，以更積極的行動實質回饋社會，關懷本土文化與自然生態。

2005年的初秋，一群來自台灣各地、長期處理電信業務的同仁，第一次參與了紫斑蝶遷徙的美麗感動。第一次，接觸紫斑蝶在手上細微的顫抖；第一次，試著為紫斑蝶測量、上標及整個標放做紀錄。2006年底，藉著熱心參與民眾的資訊回應，台灣蝴蝶保育學會研究人員證實：除了在台東大武標放的紫斑蝶經蝶道北返東北角及木柵外；並在屏東縣春日鄉發現台灣現存最大的另一紫蝶幽谷。

樂在分享—企業志工感動物語

「有機會為人群盡一點心力，將讓自己的生活更有意義。勇敢地走出象牙塔吧！不要永遠活在別人的框架中…。」（資訊志工：阿蘭）

「在自己有能力、環境允許時，把握機會貢獻自己，是一件很快樂的事情；何況在志工奉獻之餘，還能為自己安身立命的公司，在所謂的企業社會責任上盡一份棉薄之力，何樂而不為呢!」（資訊志工：國興）

「…整間教室就像聯合國的會議室一樣，空氣中瀰漫著各國快樂的語言，也像森林裡揮動翅膀的小精靈…」「我很愛她們，真的！我真的很愛這群愛台灣的新移民媽媽。」（資訊志工：家淇）

「每次上課，每個學員都帶小孩來，有時還得先泡牛奶餵完小孩再繼續，就像今天一樣熱鬧，可是他們很少缺席的，他們真的很有心要學…」（資訊志工：秋見）

「其實，我們也不是很會教啦！可是看到她們那麼認真，真的不忍心拋下她們不管就回家…」「看到這個課程對她們的生活真的有幫助，我們也覺得很快樂！」（資訊志工：有亮）

「...握著那雙有點膽怯、有點扭曲的蒼白小手，終於種下一棵小樹苗。那一刻我領悟到另一種不凡的生命意義……」（植栽志工：文珍）

輔助新移民女性

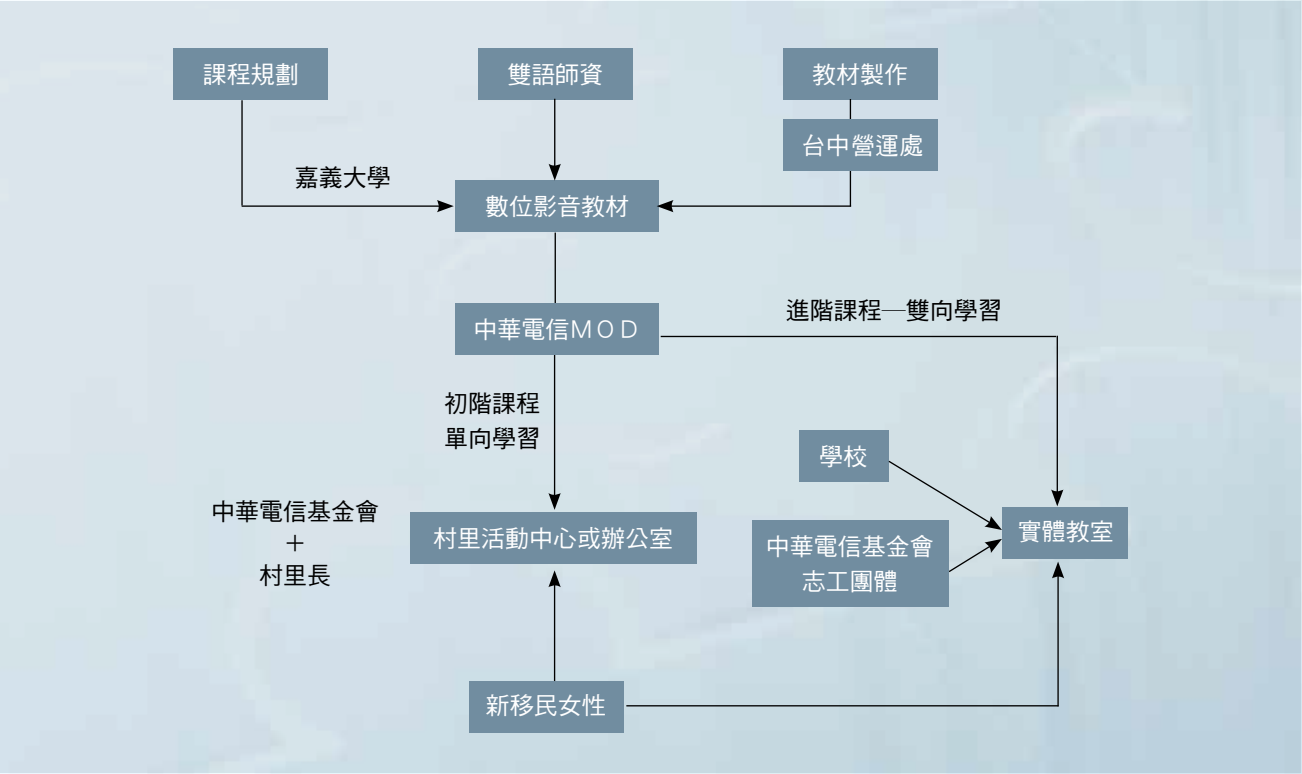
台灣每3.1對結婚登記中就有一對是與外籍或大陸人士結婚，每7.5個出生嬰兒，就有一個為外籍或大陸配偶所生（依據內政部戶政司統計2006年10月資料）；新移民女性已成為台灣社會中重要的族群，她們默默潛身在台灣的家庭裏，操持家務、奉獻青春。但這些新移民女性嫁入異國社會，如何透過教育來強化她們的基本語言、親職教育、社會適應及工作知能，是社會共同面臨的挑戰。

我們體察到此一台灣社會現象，為協助新移民女性克服此困境，取得學習資源並適應台灣生活，培養親職教育能力。我們利用產學合作的機會，結合企業組織、學術機構、公益團體三方參與，協同研發、製作影音教材與推廣應用，免費提供MOD影音服務予各村里活動中心，做為課程載具，並與當地的村里長配合，藉其在地人脈及公信，號召社區的新移民女性至村里活動中心參加學習課程，以消弭家屬的抵制並爭取家人的支持。

我們提供的專業課程，由初階課程到進階課程，從詞彙入門到親職教育，透過MOD影音，藉實體互動引導學習文字讀寫，並加入公益團體的實體專業引導討論，擴大學習成效，課程總單元數約100單元，每單元15分鐘。

經由我們提供的資源，協助新移民女性強化中文聽、說、識字能力，並幫助她們建立人際脈絡、經驗傳承，瞭解本地風土民情等多重目標。

輔助新移民女性MOD影音服務架構



台灣原住民族網路社群入口網

「台灣原住民族網路社群入口」是由德武國小總務主任高志翔先生利用課餘時間，為原住民所架設的原住民社群入口網站，高志翔主任認為應該由每一個部落自己來記錄自己部落的傳統和故事，這樣的原住民入口社群網站才有它的根和生命力。

我們為了協助這個「台灣原住民族網路社群入口」的計劃，召募中華電信各營運處的志工，至全國各部落舉行說明會，讓各部落居民能了解這個計劃的目標，同時也提供了二手電腦及寬頻網路，讓部落的人運用網路資源，建置自己部落的網站，記錄自己部落的故事。至2007年底，我們已經協助偏鄉原住民部落建置44個「部落網路站」。

本計畫的目的：

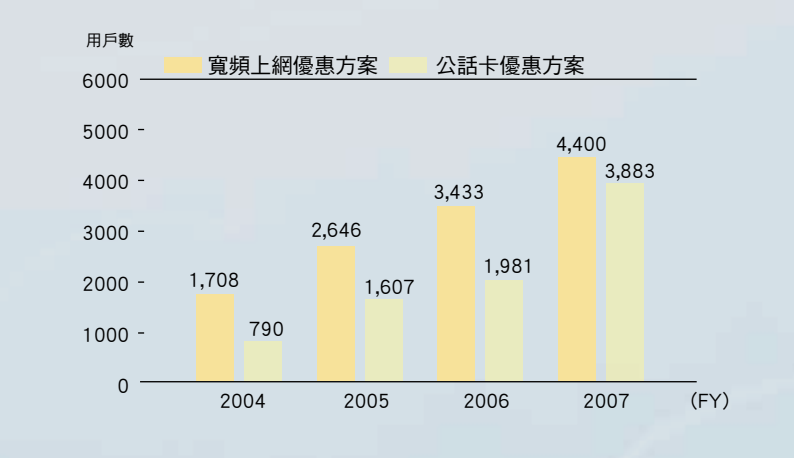
1. 讓在外地就學就業的族人，可藉此網站了解自己部落的訊息。
2. 透過此入口網站，提升各部落居民的數位資訊能力。
3. 建立原住民部落間的溝通互動平台。
4. 讓部落人論述自己部落，真實呈現部落的面向。

屏東縣阿禮部落及佳暮部落因此也解決長期沒有寬頻、無法上網的困境；福音部落為老人、婦女等開辦各式電腦課程，目前部落網路站是由一群小朋友在老師的帶領下，一起學習如何記錄部落的傳統和生活，同時也在網站分享部落的人事物。

低收入戶優惠方案

我們為了照顧低收入戶，讓社會的弱勢族群也能上網擷取資訊及優惠撥打公共電話，特別提供低收入戶低價寬頻上網費率（每月電路及上網費用共199元）及公話卡通信優惠（每年免費提供600元公話卡）。

低收入戶優惠方案



身心障礙資訊系統

為落實服務身心障礙同胞，我們不惜成本投入「身心障礙資訊系統」及「多功能整合性智慧型輸出入系統」的研發，滿足視障同胞無障礙通訊環境的需求， 共享各種網路資源，增加學習及就業機會，改善生活品質，提高自主性。

身心障礙者優惠方案

我們為身心障礙者提供上網優惠（ADSL電路月租費享95折）及為身心障礙朋友量身規劃「關愛系列」方案，除行動電話享原月租抵國內通信費的優惠外，再加送一倍等同月租的抵用金額，共計可享兩倍抵用國內通信費的優惠，提供視障、聽障及聲語障朋友申請，並可選擇2G「88型」或3G「183型」資費，再加送一倍與月租88元或183元相同的抵用金額，也就是包含原月租費抵用金額，共可抵用兩倍國內通信費（即176元或366元），視障、聽障及聲語障朋友可依個人通信使用情況，扣抵國內一般語音或簡訊的通信費，且3G門號還可抵扣國內影像電話、數據服務的通信費。

提供身心障礙者上網優惠從2006開始實施，截至2007年底已經有351人申請。「關愛系列」方案從2007開始實施，截至2007年底已經有844人申請。

單腳舞者

點・台灣

「點・台灣」是中華電信關懷在地的一個點，希望透過這個網站，讓社會，甚至國際發現原來「台灣不只一點點」。台灣在歷史、地理上都處於很優越的位置，滋養出許多養分。特別是有許多社區長年努力維持傳統文化、耕耘在地產業，再加上居民的樸實、善良，在社區中累積了豐厚的能量。但是由於年輕人大量往城市尋求發展，社區空洞化的情形愈來愈嚴重。

如果這個情況持續惡化，原住民也都要搬到城市，達悟族人住國宅，所有地方單一化、商業化，台灣將失去很多寶貴的資產。在全球化的時代，台灣沒有什麼特別的資源或便宜的勞力，一切都要靠人的創意和自信。而透過科技普及，人才若能夠留在社區中繼續接受養分，才能讓城鄉均衡發展，人才也有更大的發展空間。

「點・台灣」網站建置的目的，就是希望能建構一個有活力、多面向的社區網路平臺，每個人都可以在上面找尋資訊、分享訊息、發展商機。希望台灣的養分，尤其是在地社區的養分可以源源不絕。中華電信國際電話希望的是「讓世界聽見台灣的聲音」，未來透過「點・台灣」，也希望世界不但能聽到、看到台灣，還可以讓世界與台灣互動。 「點・台灣」網址：www.clicktaiwan.com.tw

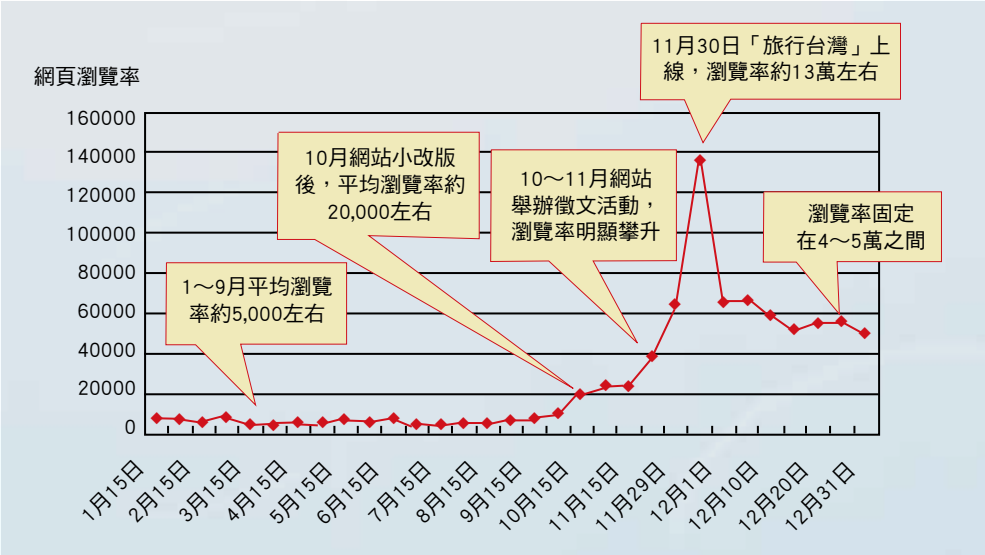
點・台灣網站

「點・台灣」網站就是希望把全國各個有潛力，以及有特色的社區或社區工作者集合在一起，建構一個提供各個社區彼此之間的互動平台，以及社區和社會大眾之間的溝通橋樑，更進而成為協助台灣社區產業的一個行銷宣傳管道。

「點・台灣」網站於2006年10月正式上線，至2007年底止的內容包括了83個社區文化產業、72個特色社區生活故事，總共有155個社區的深度內容。每個社區都包含豐富的文字以及圖片介紹，同時，從中挑選了100個社區拍攝影像故事，這100支社區紀錄影片全部放在「點・台灣」網站上。另外，「點・台灣」網站也建置了影音部落格，希望透過這個平台，可以增加社區和社區彼此間的交流，以及民眾和社區之間的互動。

點・台灣網站瀏覽率分析

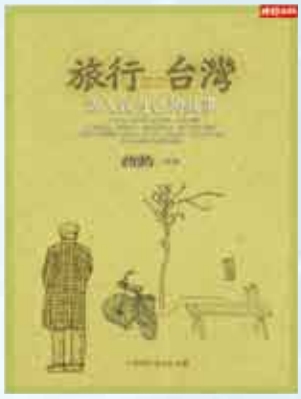
時間：2007年1月11日～12月31日



旅行台灣

延續著「點．台灣」網站紀錄在地生活的理念，2007年11月由中華電信基金會與交通部觀光局共同主辦「旅行台灣，說自己的故事」活動，以「尋找台灣的美麗與感動」為主軸，特別邀請嚴長壽、蔣勳、舒國治、侯文詠、孫大偉、韓良露、何薇玲、詹宏志、吳念真、九把刀、褚士瑩、吳若權、李四端、沈春華、張正傑、郝譽翔、羅智成、吳明益…等50位重量級名人撰寫旅行故事，希望透過他們細膩的觀察與筆觸，觸發更多旅行的感動，鼓勵民眾進行在地社區的深度體驗。

除了名人以外，我們也邀請了150位的旅遊達人，行腳台灣，提供真誠而深入的私房景點故事，進而建置了300個旅行景點的資料庫，讓民眾能以漫遊的心情，有機會先了解在地景點的特色，進行深度的在地旅行體驗。



旅行時觀看風景，步行時領略心情
坐臥中一朵雲起，凝視間剎那芳華

在名人的筆下
歷史沈澱緬懷幽情、慢火熬成繽紛美食
不知名山徑勾勒出輪廓、浪遊伴隨著豪情

透過閱讀名人的旅行故事
我們藉這眼看那眼，藉這心動那心
台灣，於是有了新的面貌

協助社區文化產業

- 福丁原住民發展中心：邀請設計師吳建緯協助「福丁原住民發展中心」部落媽媽及老人，發展具特色的縫紉手創產品，創造一些收入。
- 森林紅茶：邀請三家企業（中華電信、緯創資通、資誠會計師事務所）認養仙楂腳社區「森林紅茶」的茶園，除了協助當地茶農的生活，同時，也做為企業中發展員工「Working Holiday」的園地。另外也與「南村落」合作，於2007年12月29日及30日兩天在師大路南村落舉辦紅茶宴的活動。
- 蘇澳鎮港邊社區：邀請侯文詠先生擔任宜蘭「蘇澳鎮港邊社區發展協會」的「文化列車」駐社區文化講師，以提升社區居民的文化及美學素養。
- 南島採集館：協助「台東縣南島社區大學發展協會」的野菜生態館於臺北舉行小型交流活動，並邀請劉克襄為居民建構台灣野菜的美學。
- 王功蚵藝：邀請藝術家進駐「彰化縣王功蚵藝文化協會」，協助當地弱勢居民發展具有在地特色的手工藝產品。
- 雲林馬蹄蛤主題館：邀請美食家謝春德以及莊月嬌到雲林馬蹄蛤協助美食風味餐的製作，以增加該社區的旅行特色。
- 苗栗苑裡社區：邀請設計師吳建緯到苗栗苑裡社區協助社區居民的藺草編織產品設計。
- 協助社區產業行銷推廣，於2006年在誠品敦南店舉辦了大型的「在地文化、手工細活」企業伴手禮展覽，2007年在臺北市師大路南村落建置迷你小小市集。

我們對數位機會的承諾

我們投入大量的人力及物力去協助政府完成「村村有寬頻」計畫，是我們在推動縮短數位落差工作上很重要的里程碑，而我們成立中華電信基金會的主要目的就是持續推動縮短數位落差及扶植社區文化產業。

「數位好厝邊」是一個以客製化社區方案為主要內容的計畫，從2006年以來中華電信基金會已經在全國16個社區推展了不同的個案。每一個社區在納入計畫以前，我們都進行詳細的研究與多次實地考察，充分與當地居民互動，直到我們確認了社區民眾對於資訊服務的真正需要，我們才擬定具體計畫與實行步驟，結合企業內人力與物力，逐步推行並隨時修正。因為這樣繁複的過程使得計畫進行十分扎實，並且透過持續溝通以掌握成效。

我們很多員工都具有各方面的專業背景，長久以來，對社區服務也都懷抱著熱誠，為了讓我們熱心的員工能夠更積極參與社區活動，因此在2007年我們提倡「企業志工服務」計畫，在有制度、有計畫的推動下，我們的員工都能夠發揮善心與潛力，帶著中華電信的使命深入社區，為民眾創造更多的數位機會。

除了以專案計畫和企業志工服務投入創造數位機會活動之外，從2006年開始，我們打造了一個具社區文化的網站－「點．台灣」。在這個網站中，不只是社區文化產業者因為知名度提升而受益，這些受邀來網站說故事的文學工作者，也在訴說中更加認同台灣的社區。另外，我們提供各式優惠方案給弱勢族群，希望網路能對不同的人們帶來機會，並且捐贈寬頻網路協助原住民部落建置「台灣原住民族網路社群入口」網。

未來，持續以直接或間接的方式，協助社區與弱勢族群進行應用網路科技來改善社區與個人的生活品質、提升社區或部落文化及在地產業的發展，是我們在數位機會上不變的承諾。

環境永續發展

「透過因應氣候變遷議題，我們協助創造一個更乾淨的世界。」

身為台灣地區電信服務的領導業者，我們始終相信在維護台灣環境的永續發展上，有著我們特殊的地位與價值。尤其在氣候變遷議題上，資通訊技術（Information Communication Technology, ICT）一直被視為是對環境友善的科技，因為能減少不必要的差旅，以及減少紙張的使用。但相對的，ICT對於自然資源的使用、能源消耗及廢棄物管理上，也必須負起一定的責任。

隨著京都議定書的生效，「碳」(Carbon)時代到來所帶動的低碳及綠色生活風潮，可以預期的是，未來我們生活上的所有行為都將跟碳有關。也因此，我們體認到可以在這個議題上扮演更積極的角色，用更積極的態度提出實際對策，共同來分擔這個全球性的責任。

對我們來說，為了因應來自行動通訊與網際網路廣泛運用所掀起的生活行動化、寬頻化及數位生活風潮，我們運用營運據點及員工遍佈台灣全島的特色，一方面管理及降低能源及氣候變遷風險可能對我們企業帶來的衝擊，另一方面也展開如何透過減少能源耗用，來降低CO_2排放的具體行動。透過實際的策略與行動，與我們的客戶共同尋找有助環境永續發展的解決方案。

因為我們瞭解，氣候變遷對企業是個風險，但同時也蘊藏對企業發展、對環境友善、對社區居民有益的發展機會。

未來，我們也將發揮我們的核心技能，研發對環境更友善、碳足跡更少的商品及服務，提升消費者的減碳觀念及意識，讓台灣邁向一個碳文明的社會。

本章內容介紹了我們的「碳管理」策略，以及我們邁向環境永續發展所採行的行動方案及具體成效資訊。

環境永續發展思維

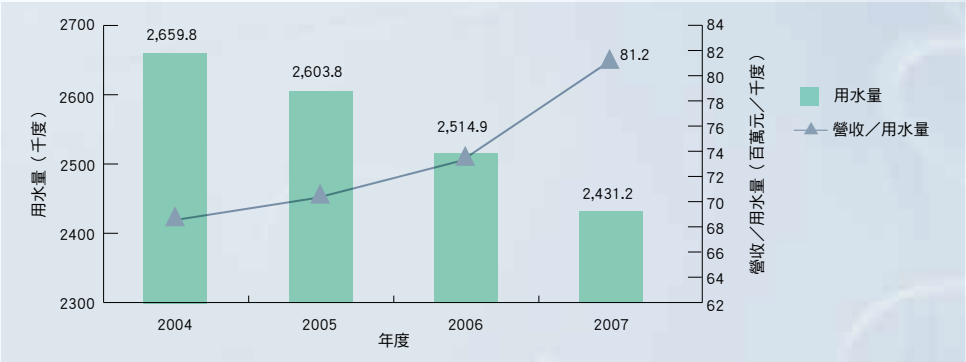
身為電信服務的提供者，我們的營運遍布全台灣，使得我們對於台灣的環境變遷，不論是水資源的欠缺、廢棄物不當處置的危害，以及因全球暖化所造成的天災與物種變異等議題，都有著深刻的體認。我們在2006年成立「企業社會責任委員會」，得以更敏銳、更前瞻的視野，系統化地推動環境永續發展的工作，以追求公司的生態效益為出發點，提供一個對環境更友善、對能源使用更有效率的電信服務給消費者，期能以一個企業公民的角色，為台灣的環境永續發展做出更多的貢獻。

水資源節約

台灣地區平均每年的降雨量有2500公釐左右，為世界平均值的2.6倍，在一般人的印象裡，我們應該是水資源不虞匱乏的國家。但由於地狹人稠、山坡陡峭、雨勢集中，再加上河川短促，所以大部分的雨水都迅速地流入海洋，因此，我們每人每年平均可以分配到的水量，只有全世界平均雨量的七分之一而已，是名符其實的缺水國。

中華電信雖然不是需要大量用水的製造業，但我們認為在這樣一個缺水的環境中，節約用水也是我們的責任，這幾年來，我們在用水上有了逐步改善的成效，也預計在2008年起，推動雨水、生活廢水的再生利用方案，相信對於水資源的節約將有更進一步的貢獻。

2004～2007年用水量分析



廢棄物回收再利用

廢棄物的回收與再利用，是我們努力的方向。以營運來說，最大宗的回收物是混合五金，我們在2007年共清理了500公噸一般線纜及114公噸的廢五金，這些都是屬於可以回收再利用的資源。因此，我們同仁與供應商共同合作，在成本及技術許可的範圍內，儘量讓這些金屬廢棄物能回收再利用。

事實上，消費性電子產品的回收與處理，已經成為全世界必須共同面臨的課題，因為這些產品中所含的金屬與部份有毒物質，皆有回收再處理的必要。歐盟已預見未來可能遭遇到的環境災難，並已在2006年頒布法令，要求消費性電子產品製造商必須透過經銷商，負起回收廢棄電池的責任，同時回收過程也必須公開。

2007年台灣市場的手機銷售量約為700萬支，而回收的手機大約有204萬支，其中有60%的手機收放於家中，而僅有5%會進行回收。由此可見我們的手機回收還有很大的努力空間。

我們自2001年12月起，即與關係企業神腦國際在公司設置的手機櫃檯實施舊機換新機的手機回收專案，回收堪用手機（至少必需附一顆電池）；2006年7月起也要求各機構服務中心及代理商特約服務中心加入回收的行列，除堪用手機外，更設置廢手機及廢電池回收箱，以配合環保舊電池回收政策，善盡企業社會責任。未來我們也將與供應商及經銷商共同合作，規劃出更有誘因與效率的手機回收機制，讓消費者擁有更便利的手機及電池回收管道。

我們主要的事業廢棄物多為混合類五金，為可再生資源，依廢棄物清理法相關規定，基本分為R、D、E等3 類清理，事業廢棄物均交由合格廠商處理。

R類：公告應回收或再利用之廢棄物。2007年共回收3,315只蓄電池。

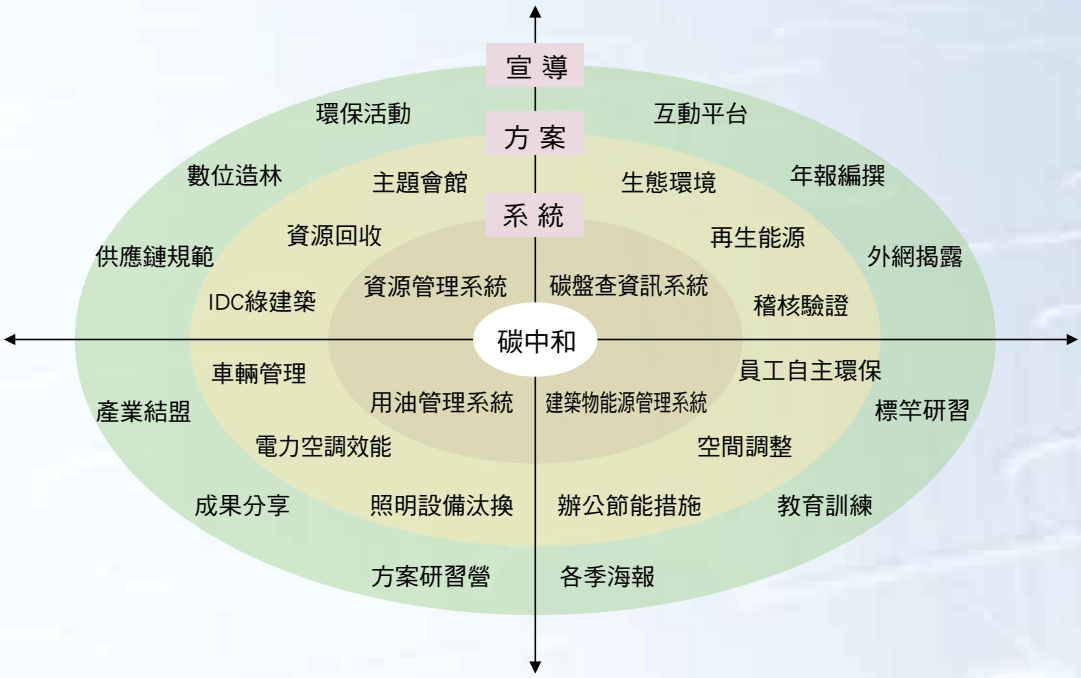
D類：廢棄物之貯存、清除、處理皆依一般事業廢棄物標準規範辦理（一般線纜、混合五金），2007年共清理501公噸一般線纜及114公噸廢五金。

E類：廢棄物之貯存、清除依一般事業廢棄物標準規範辦理，處理則依有害事業廢棄物標準規範辦理（含油脂線纜），2007年處理82.5公噸充膠電纜。

2008年環境永續發展策略地圖

2007年我們召集各分公司主管，組成節約能源專案推動工作小組，擬訂了「環境永續發展策略地圖」，並著手制訂「節約能源績效評鑑要點」、「節約能源措施」及「環保生活暨節約能源行為準則」，並逐步建置相對應的資訊管理系統，作為我們推動碳管理及執行行動方案的依據。

2008年環境永續發展策略地圖



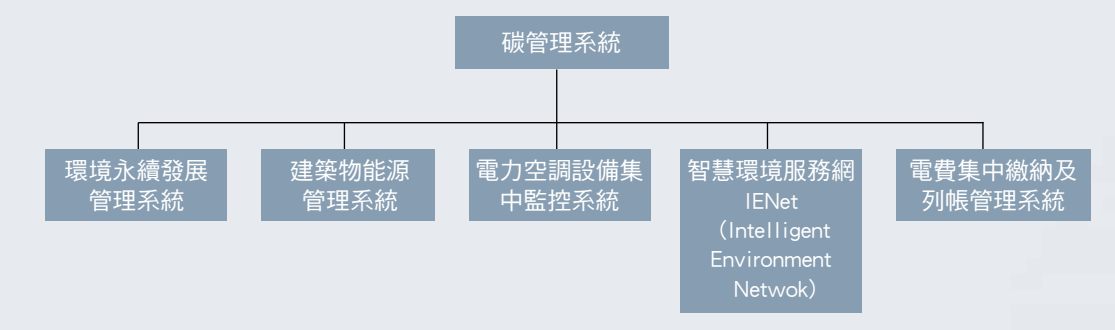
碳管理策略

我們採取了五個面向策略，來實踐對於環境永續承諾，並達成碳管理的目標，主要目標是希望讓營運活動的各個環節，都能貫徹對環境保護及減少能源耗用的要求，達成有效碳管理的目標。

建構碳管理系統

對「碳資訊」進行有效管理及揭露，是企業節能減碳極為重要的基礎。因此企業必須對自身的碳足跡有所瞭解，再對碳資訊進行有效管理，才能訂立明確的節能策略與改善目標。

因此，我們建置了「電力空調設備集中監控系統」，來監控固定機房的用電資訊；用「建築物能源管理系統」來管理辦公大樓的能源使用狀況，並透過「電費集中繳納及列帳管理系統」，讓用電資訊透明化，透過完整的資訊系統管理，為有效的碳管理奠定良好基礎。我們從辦公室節能的實際經驗，結合公司網路科技的核心技能，研發智慧環境服務網「IENet」(Intelligent Environment Netwok)的服務商品，在客戶耗能設備端裝置節能監控設備，定時蒐集相關資訊送回服務管理平臺處理，經邏輯演算後求得最適切的運轉條件，並根據最新的運轉條件，調整耗能設備的運轉模式，達到節能的目的。



環境永續發展管理系統

我們在2007年規劃建置了「環境永續發展管理系統」，作為未來統計各單位環境績效數據管理基礎，相對應子系統的主要功能為：

- 統計資源回收成果
- 統計環保創新工作成果
- 管理水、電及燃料費用量
- 樹木盤查建檔及企業造林
- 水資源回收再利用統計管理
- 照明設備管理
- 碳排放資訊管理

建築物能源管理系統

在完成本系統開發後，我們挑選了電信研究所的建築物來進行用電診斷和效益評估測試，結果建築物因為此系統的配置，有效減少 96,568度電力使用，相當於減少64.7公噸的CO_2排放。有了成功經驗後，我們將這項研發成果應用到企業客戶分公司所執行的「國立屏東科技大學電力監控資料搜集系統(SCAD)」專案，協助屏東科大搜集全校用電資訊，並進行統計分析及即時資訊的上傳，成果顯著。

2008年我們將更進一步尋求8棟公司建物，搭配建置這項系統，在不同用電環境下，進行用電診斷及資訊監測與管控測試，期望能在2009年擴大建置範圍。

電力空調設備集中監控系統

為防止地球持續暖化，降低CO_2排放量與節約能源為世界環保共識，本公司身為地球村之一員，推行節約能源政策已行之多年，回顧1991年起，於所屬各通信機房開始建置「電力空調設備集中監控系統」(POSS)，該系統即含節約能源之控制功能，可達節約能源與節省電費之目的，其具體節能功能如下：

1. 空調溫度自動控制
   利用溫度感知器檢測機房內之溫度並傳回系統，系統根據此數據與設定值加以比較判斷，控制空調設備之運轉狀態，將機房環境溫度保持於(26～30℃)，達到節約能源之目的。
2. 用電需量控制
   利用系統之自動控制功能，配合機房可停之部分電力設備，依設定之負載需量上限值(等於契約容量)與即時實際負載值進行邏輯判斷，隨時進行設備加、卸載之控制，消弭尖峰負載，有效降低台灣電力公司供電之尖峰需求，達到節約能源與解省電費之雙贏目標。

智慧環境服務網IENet (Intelligent Environment Netwok)

IENet服務係以ASP模式提供服務，主要以空調節能為主，在節能過程中，充分考慮各種環境因素之相互關係，並參酌經驗法則，設計一套最佳的系統運作模式，藉此打造「健康、舒適、方便、節能、環保」的優質工作環境：

- 健康：改善室內空氣品質，打造健康的工作環境
- 舒適：掌握天候環境變化因素，提升環境舒適度
- 方便：提供自動化監控管理機制，降低維運成本
- 節能：消除使用人不良使用習性，減少電力浪費
- 環保：減少CO_2排放量，善盡保護地球責任

IENet主要服務分別是「能源使用效率管理」及「維運自動化管理」。提供之功能包括：環境溫度管理、空氣品質管理、運作排程管理、異常告警管理、監控權限管理、設施效能管理、電力需量管理、預測維護管理及系統配置管理。

電費集中繳納及列帳管理系統

為有效掌握全公司1,800棟建築物及14,800筆電號情況，我們研發了電費集中繳納及列帳管理系統，規劃在2008年開始進行電費集中繳納，屆時將有助於用電資訊蒐集與揭露，有效結合後端碳排放資訊系統及用電目標的管理。

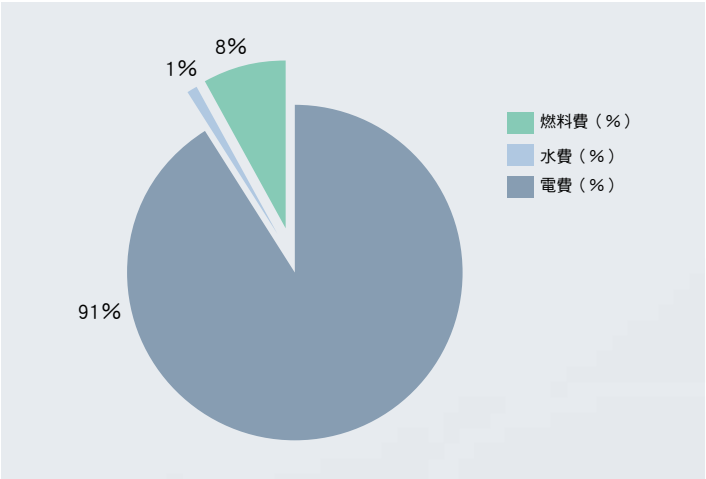
提升能源效率，減少能源損耗

在我們營運活動中所耗用的能源，在電力的使用部份，為有效提升設備及機具的運轉效率，我們採用了一連串的節能措施；在辦公室部份，為了減少用紙量，除了從內部行政管理上推廣e化作業外，改採電子公文、縮小檔、雙面列印等方式外，更針對企業客戶及消費者推出各項網路服務，例如地政業務、電子帳單、網路櫃台等，希望藉此有效達到節約紙張及減少交通旅程，以達成節能減碳的目標。

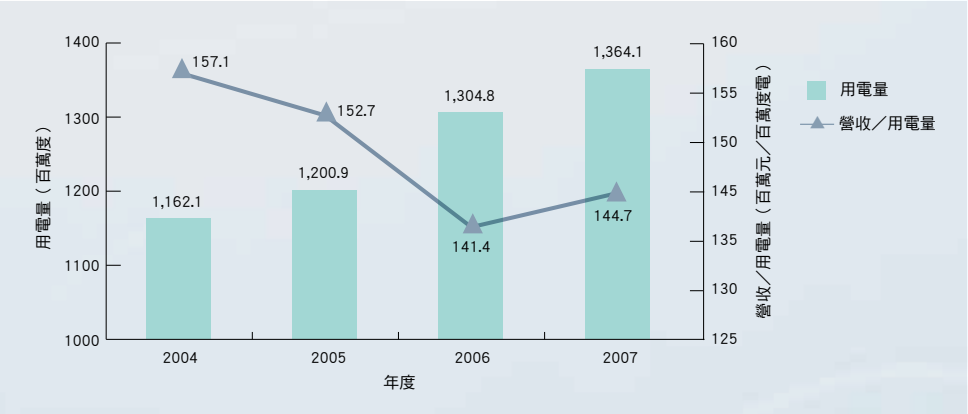
能源耗用分析

在網路的鋪設及用戶數量逐年增加的趨勢下，我們的用電與用油均有逐年成長的趨勢，這也提醒我們對能源使用效率與溫室氣體排放的重視。2007年，我們對自己在能源的消耗上做了初步的全面調查後，發現電力與汽柴油的使用是我們主要的能源耗用項目，從費用支出的比例來看，也可以明顯反應這個現象。

能源耗用分析



2004～2007年用電量分析

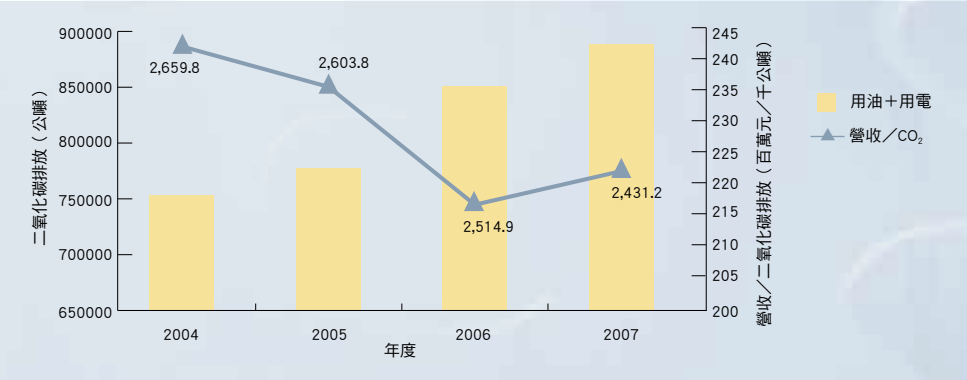


在電力使用上，從2004年的1162.1百萬度上升到2007年的1364.1百萬度，用電增加的主要原因是我們提供的各項服務量在這幾年有明顯的增加。由於相關服務項目的費率不昇反降，使得我們在每百萬度用電所創造的營收上，未能逐年提昇，因此我們在2007年起積極導入節能方案，使得2007年有了一個改善的起點，並預期其績效將逐年顯現。

車輛用油方面，這幾年的趨勢與用電情況相似，在2007年開始導入汽機車削減計畫，所以用油量在2007年有明顯的減少，在相關計畫持續推動之下，相信我們在汽機車用油量及CO_2排放的表現上會愈來愈好。

2004～2007年用油量分析

2004～2007年CO_2分析（用油＋用電）



固定機房節能措施

通信機房耗能主要來自通信設備及空調設備之耗電，為有效減低固定機房電力的使用，2007年我們著手進行了固定機房整體節能方案，從上、中、下游三個不同層次來推動節能方案（圖見第54、55頁）。

我們在2007年採購NGN_CN交換機已具有低耗能、高效率的特性，與傳統TDM交換機相較，約可節省50%的設備空間，電力約可節省14%～80%。

下世代網路設備耗能比較

NGN Equipment	電力需求(W)	TDM Equipment	電力需求(W)	電力節省比率
TMGC/AMGC(CP113E)	900	CP113C	2,520	64%
SG(127 Signal Link)	348	CCNC(46 Signal Link)	630	80%(per link)
TG(378 E1)	1,190	LTGN(64 E1)	640	68%(per E1)
AG(3,968 Lines)	1,554	DLUD(1920 IINES)	874	14%(per Line)
ROADM (Long_Haul,)	1,143W	DWDM (Long_Haul,)	1,665W	31%

減少車輛使用　降低耗油

減少車輛的使用量是降低耗油的基本作法，2007年我們總共刪減了650輛汽車及403輛機車的使用，截至2007年底全區共有汽車6,592輛、機車1,991輛。而為更有效率進行減量，我們也訂定5年計畫，規劃在2012年達成1455輛汽車及539輛機車的減量目標。

汽機車5年減量計畫

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	合計
汽車（輛）	495	524	150	145	141	1,455
機車（輛）	205	180	53	51	50	539

此外，我們將加速汰換老舊較耗油的車輛，規劃在2008年至2012年完成2,842輛汽車及1,158輛機車的汰換。未來在購買及租賃車輛時，我們將在採購的規格或需求書中，規定「最大油耗值（公里/公升）」及車輛廢氣排放標準，必須符合環保署規定，讓汽機車的能源使用率能維持在最佳狀態，減少耗油的損失。

汽機車5年汰換計畫

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	合計
汽車（輛）	1,160	522	430	429	301	2,842
機車（輛）	333	246	228	197	154	1,158

推動各項節能行動方案

2007年我們在辦公區、機房試辦空間有效隔離，提昇空調系統與電力設備的效能頗有成效，並將於2008年擴大辦理。我們也將陸續推動雨水、廢水回收再生應用設施，改善區域照明迴路及設備節能、換裝T5燈管、LED指示燈建置等措施。

另外，我們還推動辦公室及座席台節能計畫，包括辦公室個人電腦電源配置節能設定等措施，減少電腦因待機而耗費的電源，訂定辦公室電腦電源配置節能可設定率達成95%為目標。

個人辦公電腦進入系統待命或休眠將節省1安培的電，中華電信將近有2萬4千名員工，如果其中10,000台辦公電腦進行節能設定，每個月將節省4萬度電。

算式

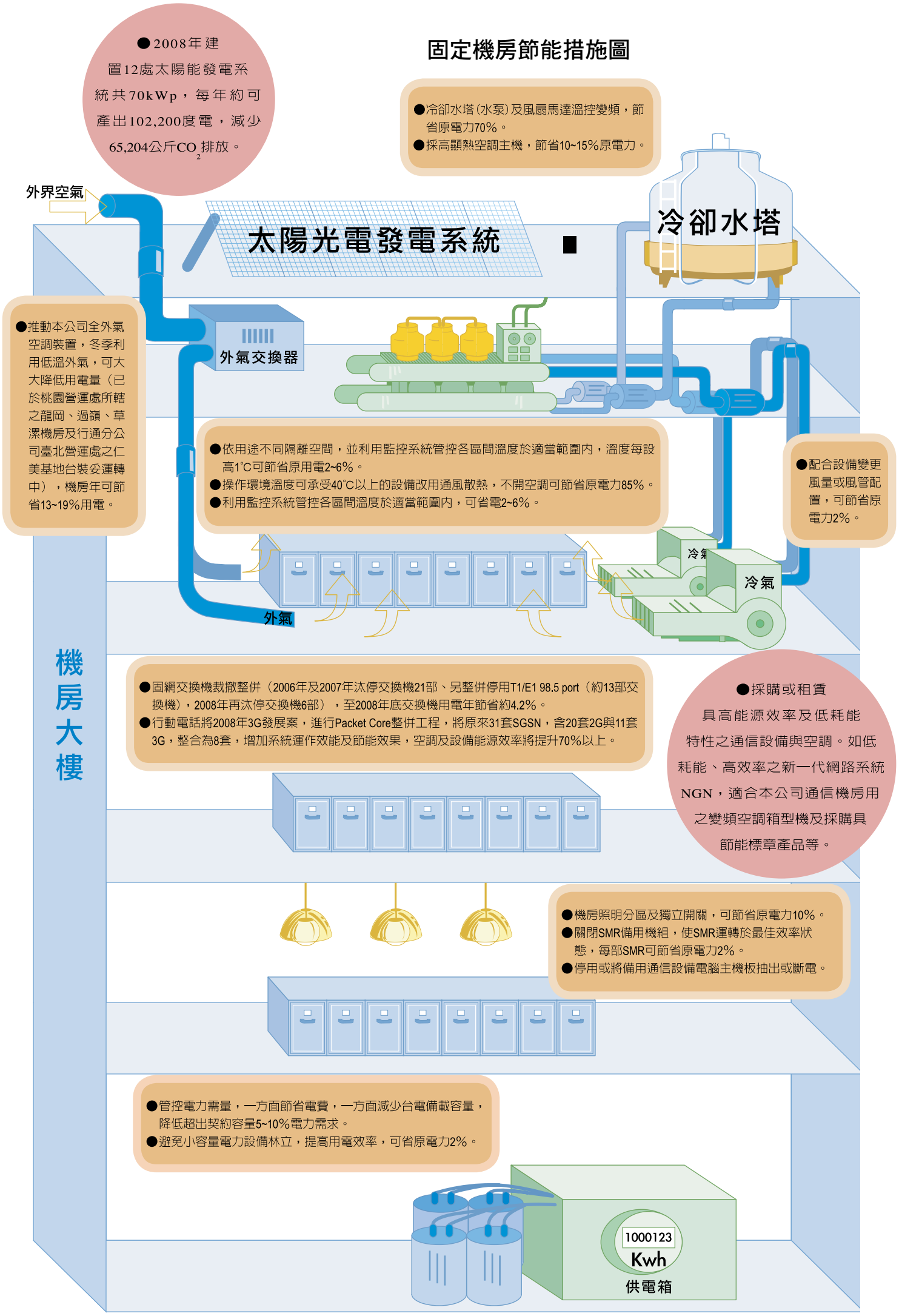
＊ 10,000部電腦1天至少休眠2小時〈午休1小時＋其他不使用電腦時間1小時〉

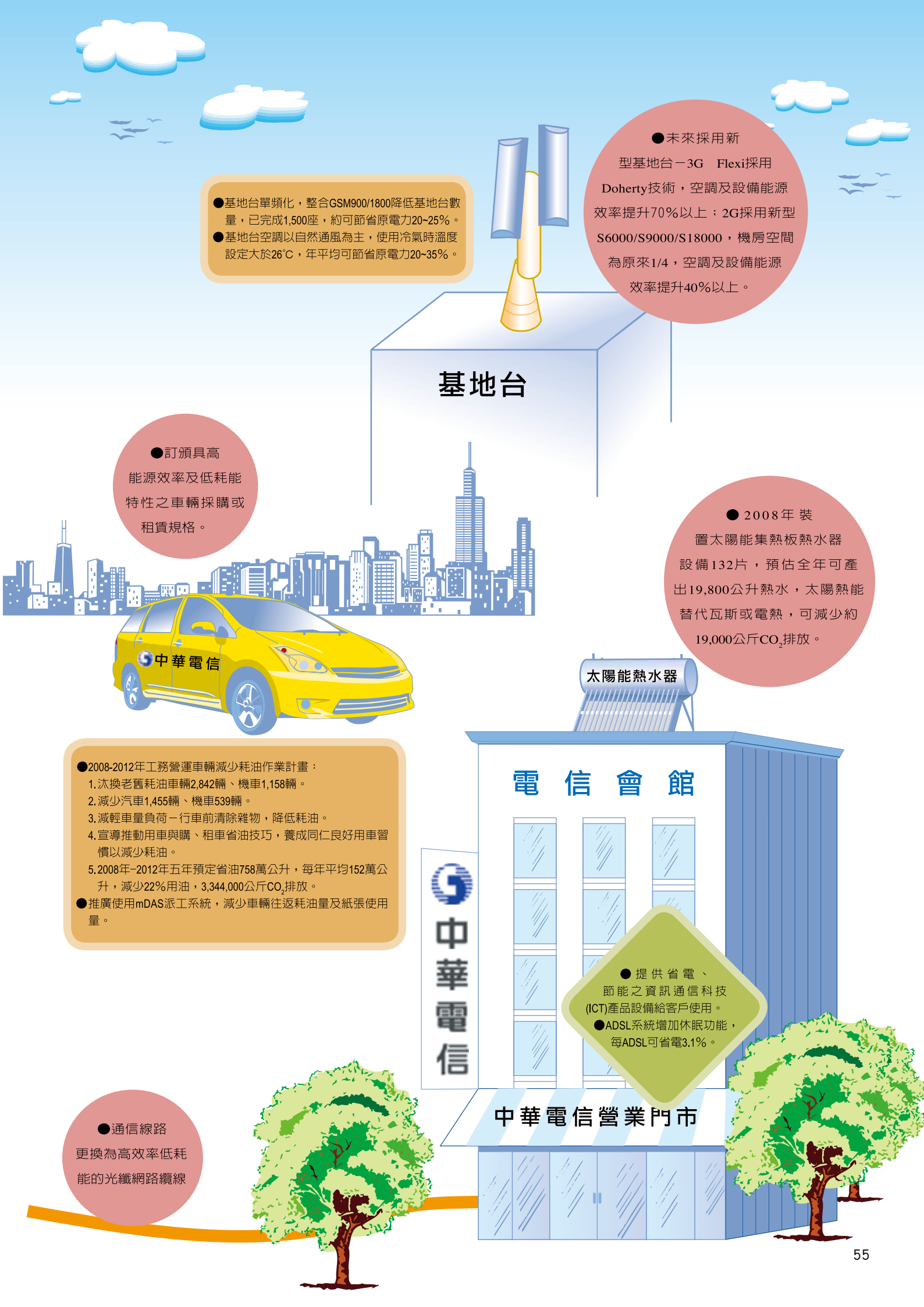
＊ 每天可節約10,000部×2小時×110V×1A＝2,000度電

＊ 每月可節約〈以20天計〉2,000度×20天＝40,000度電

我們製作了一份宣傳海報（可再回收衣服），除了鼓勵更多員工加入電腦節能設定外，同時也向社會傳達這個訊息，藉由社會大眾的小決定，對環境將會有很大的影響。過去，我們的電信通訊系統像是一張傳遞訊息的網，為台灣帶來繁榮與生機。如今，這張網串連了社區、串連了家庭、串連了溫暖與關懷。而展望未來，這張網，更會化身為一張保護的網，守護這塊土地的寸草寸木，與您一同成長，希望我們的努力，能引導更多家庭加入抗暖化行列，共同為氣候變遷盡一份心力。

固定機房節能措施圖


●2008年建置12處太陽能發電系統共70kWp，每年約可產出102,200度電，減少65,204公斤CO_2排放。
●冷卻水塔(水泵)及風扇馬達溫控變頻，節省原電力70%。
●採高顯熱空調主機，節省10~15%原電力。
外界空氣
太陽光電發電系統
冷卻水塔
●推動本公司全外氣空調裝置，冬季利用低溫外氣，可大大降低用電量（已於桃園營運處所轄之龍岡、過嶺、草漯機房及行通分公司臺北營運處之仁美基地台裝妥運轉中），機房年可節省13~19%用電。
外氣交換器
●依用途不同隔離空間，並利用監控系統管控各區間溫度於適當範圍內，溫度每設高1℃可節省原用電2~6%。
●操作環境溫度可承受40℃以上的設備改用通風散熱，不開空調可節省原電力85%。
●利用監控系統管控各區間溫度於適當範圍內，可省電2~6%。
●配合設備變更風量或風管配置，可節省原電力2%。
冷氣
外氣
機房大樓
●固網交換機裁撤整併（2006年及2007年汰停交換機21部、另整併停用T1/E1 98.5 port（約13部交換機），2008年再汰停交換機6部），至2008年底交換機用電年節省約4.2%。
●行動電話將2008年3G發展案，進行Packet Core整併工程，將原來31套SGSN，含20套2G與11套3G，整合為8套，增加系統運作效能及節能效果，空調及設備能源效率將提升70%以上。
●採購或租賃具高能源效率及低耗能特性之通信設備與空調。如低耗能、高效率之新一代網路系統NGN，適合本公司通信機房用之變頻空調箱型機及採購具節能標章產品等。
●機房照明分區及獨立開關，可節省原電力10%。
●關閉SMR備用機組，使SMR運轉於最佳效率狀態，每部SMR可節省原電力2%。
●停用或將備用通信設備電腦主機板抽出或斷電。
●管控電力需量，一方面節省電費，一方面減少台電備載容量，降低超出契約容量5~10%電力需求。
●避免小容量電力設備林立，提高用電效率，可省原電力2%。
1000123
Kwh
供電箱


●基地台單頻化，整合GSM900/1800降低基地台數量，已完成1,500座，約可節省原電力20~25%。
●基地台空調以自然通風為主，使用冷氣時溫度設定大於26℃，年平均可節省原電力20~35%。
●未來採用新型基地台－3G Flexi採用Doherty技術，空調及設備能源效率提升70%以上；2G採用新型S6000/S9000/S18000，機房空間為原來1/4，空調及設備能源效率提升40%以上。
基地台
●訂頒具高能源效率及低耗能特性之車輛採購或租賃規格。
中華電信
●2008年裝置太陽能集熱板熱水器設備132片，預估全年可產出19,800公升熱水，太陽熱能替代瓦斯或電熱，可減少約19,000公斤CO_2排放。
太陽能熱水器
●2008-2012年工務營運車輛減少耗油作業計畫：
1.汰換老舊耗油車輛2,842輛、機車1,158輛。
2.減少汽車1,455輛、機車539輛。
3.減輕車量負荷－行車前清除雜物，降低耗油。
4.宣導推動用車與購、租車省油技巧，養成同仁良好用車習慣以減少耗油。
5.2008年-2012年五年預定省油758萬公升，每年平均152萬公升，減少22%用油，3,344,000公斤CO_2排放。
●推廣使用mDAS派工系統，減少車輛往返耗油量及紙張使用量。
電信會館
中華電信
●提供省電、節能之資訊通信科技(ICT)產品設備給客戶使用。
●ADSL系統增加休眠功能，每ADSL可省電3.1%。
中華電信營業門市
●通信線路更換為高效率低耗能的光纖網路纜線

供應鏈管理與合作

在供應商的管理與合作方面，我們已針對營運廢棄物的回收與再利用，以及手機的回收逐步展開相關方案。對於目前公司內部所使用的設備，以及提供給一般消費者之電信或數據設備，我們也將研擬適當的能源效率規範，帶動供應商從提供更低能耗的產品，讓我們以及消費者都能達到節能減碳的目的。

員工自主環保

員工的參與，是我們推動節能策略不可或缺的重要關鍵。而為了讓員工能夠完整瞭解公司對環保的承諾及作法，我們在2007年制訂頒佈「環保生活暨節約能源行為準則」，並確立了明確的績效指標，讓員工藉由明確目標來落實節能措施。我們的最終目標是期望讓每一位員工，都能由自身做起，透過生活習慣的改變，共同為維護自然環境貢獻一己之力。

為了讓員工更瞭解氣候變遷與節約能源抗暖化的重要性，我們賡續聘請專家學者安排環境永續發展宣導訓練班，課程內容包含：環境永續發展年度重點工作報告（1小時）、做一位全球暖化時代的世界公民（2小時）、CHT Web 2.0互動平台使用（1小時）及節能與綠色科技（2小時）。

此外，也推動辦公室環保運動，透過節能省電、電腦和手機回收、廢紙資源再利用、電子化公文系統及辦公室無紙化、綠美化等措施，不僅為公司省下不少費用，也從同仁相互激發創意間，創造一個更優質的辦公環境。

除了在公司內部辦理環境清潔比賽外，我們也鼓勵員工積極參與社區清淨家園活動，善盡社區公民責任。

影響消費者

我們深刻明白，落實環保及節能概念最大力量，來自於支持我們的消費大眾，我們擁有超過800萬的手機用戶、400萬的上網用戶及市占率超過96%的市話用戶。因此，如何影響我們的客戶，與我們共同來展開節能減碳以對抗全球暖化的行動，是我們推動碳管理策略的核心。

在網路科技發達的今日，用e化實現行動辦公室，已不再是不可能的任務，企業可以輕鬆使用e-mail及簡訊取代書信，用視訊會議取代面對面的溝通會議。身為提供網路及通訊服務的電信業者，我們率先喊出「多用網路．少用馬路」的口號，呼籲消費者多利用網路來減少人車往來的碳足跡，正是我們影響消費者的具體實踐，例如，為深耕客戶服務，除提供467個服務據點供臨櫃櫃檯外，更提供空中及網路單一櫃檯，全年總受理量達13,554萬次，客戶只要用電話或網路即可申辦本公司所提供的快捷服務，無形中省下往來的能源消耗，間接也為社會減少無數的溫室氣體排放量。

我們也推動了全新電子帳單服務，提供消費者線上查詢應繳帳單、線上繳費，以及帳單分析等貼心服務，透過便利的網路服務，充份滿足我們消費者的需求，讓它們能夠共同來響應無紙化的行動。截至2007年12月底，約有118萬客戶採用了電子帳單，取代了印刷版的傳統帳單，同時也減少了因帳單寄送所產生的CO_2排放。

我們也不斷地思考如何透過我們新開發的產品與服務，來協助客戶節能減碳。過去幾年，在本公司的努力研發下，我們開發了幾項新的應用系統，協助公司以及企業客戶達成節能減碳的目標：

1. 公司內部節能系統
   利用IT技術提供員工遠距辦公，以減少車程降低CO_2排放及環境污染，節約能源消耗，幫助地球綠化：

   - 行動M化服務(MIP服務平臺)：
     開放包括行政M化、行動派工mDAS、隨身櫃檯mCSS、行通網路維運等服務群組。2007年約有470,000人次使用本項服務，預估2008年的使用人次有10%成長空間，約510,000人次。
   - 遠距辦公服務(SSL VPN服務平臺)：
     本項服務於2007.11.26正式上線開放服務，目前已開放包括行政M化、帳務系統維運、SPIP移動櫃檯等服務群組。2007年約有100人次使用，預估2008年可大幅成長到3,000人次。

2. 企業節能系列產品

   - 行通mPro業務：
     目前約29,000個用戶，預估2008年將可達120,000個用戶。
   - 數據VPN及加值服務：
     包括千里眼、視訊會議（HiMeeting－PC Base、HiVideo－Room Base）等節能系列產品，在2007年度的營收約為2,800萬元，預估2008年可成長到2,970萬元。
   - 數據智慧型設施上網服務：
     包括智慧環境服務網(IENet)、居家安全(HiVRS)等節能系列新產品，預估2008年可有6,000萬元的營收水準。

2007年客服受理量

	總受理量 （單位：萬）
空中櫃檯	3,365
網路櫃檯	675
查號櫃檯	9,513
合計	13,554

中華電信e化作業成效

e化項目	業務內容說明	A4紙張數量
帳單整合	「以客戶證號歸戶開立帳單」及「以同一戶位址寄送帳單」之「帳單整合」服務。用戶申辦中華電信不同業務，多張帳單整合到一張。	18,000萬張
電子帳單	電子帳單書面帳單改以E MAIL或是用戶上網登入查詢。	2,220萬張
電子領投標系統	提供廠商線上電子領標及線上電子投標，以及提供機關上傳招標檔及線上電子開標服務。	1,077.3萬張
票據信用網路線上查詢	與票據交易所合作提供HiNet客戶線上查詢個人/公司三年退票紀錄及辦理清償註記，減少客戶書面申請及印寄查詢結果。	66萬張
地政系統	地政系統承接政府專案，自2003年起提供民眾於網路申領地籍資料電子謄本，2003年電子謄本核發量約為378萬張，每年約增加500~600萬張，至2006年的核發量約為2,000萬張，約達紙本謄本核發量之七成，大幅降低臨櫃申請之紙本謄本核發量，透過網路快速且環保的傳送，有效達到謄本少紙化的目標。	2千萬張
無紙化作業	公司內部開會通知、開會文件與會議紀錄全以電子檔傳送，不發書面資料。	1千萬張
公文電子化	推動公文線上簽核、電子郵遞取代紙本作業，節省列印封裝等人工作業時間及紙張、郵資等，既收作業效益，又符環保精神。	1億張
合計	平均每年節省31,147.3萬張用紙 ≒ 1,415.8噸紙漿 ≒ 減少砍伐28,316棵原木 ≒ 41座臺北101大樓高度	

算式：22萬張A4紙≒一噸紙漿　一噸紙漿≒20棵原木　一張A4紙=0.0067公分(厚度)　一棟臺北101大樓=508公尺(高度)

數位造林－用e化抗暖化

台灣森林面積佔全島58.53%，碳吸存蓄積量為358.7百萬立方公尺，透過植林對CO_2的減量策略來改善溫室效應，減緩全球暖化有一定的效果。尤其台灣暖化的速度，更是全球平均的兩倍，面對這個全球性的議題，要找到合適的解決方法，過程中需要許多人的共同合作及學習，也唯有起而行，才能因應瞬息萬變的國際發展趨勢，為產業及台灣企業找到更全面的因應策略。

2007年適逢本公司設立11週年，我們推動了「數位造林・光世代」來關心台灣暖化問題，結合我們在網路通信上的能力及優勢，呼籲大家「用網路・多棵樹」，我們邀集了30家台灣企業共同參與珍古德協會的「綠姆指計畫」，並邀請消費者一起來響應多使用網路商品，為減緩地球暖化盡一份心力。

用網路・多棵樹

「用網路・多棵樹」這句響亮的口號，從2007年7月開始，在網路上迅速延燒，幾乎每個部落格都闢了一塊上網種樹的位置。網友只要上網http://www.hinet.net/tree 下載游標樹，或簽名響應數位造林，每達10,000人次響應，我們就支持一所學校成為珍古德協會的「數位造林・綠拇指」夥伴，短短1週內就衝破100,000人次上網響應，截至活動結束，已超過400,000人次上網種樹；此外，有30家企業也加入認養學校的行列，讓全台灣44家中小學的校園師生，得以在專家的協助下，不但認識台灣本土的原生植物，而且更能栽種具有環境指標意義的原生植物，進而將種樹與環保概念往下紮根。「數位造林」計畫，是我們以實際行動響應抗暖化的企業公民活動。

台灣需面對的真相一人平均每年砍掉1.04棵樹

根據行政院環保署的資料顯示：每製造1公噸的紙張，須消耗20棵高度8公尺、樹徑16公分的原木。而根據主計處的統計，台灣2005全年國內用紙達495.5萬公噸，其中120.3萬公噸為造紙原料-紙漿，相當於須砍伐約2,400萬棵大樹，也就是每位國人平均每年砍掉1.04棵樹，而製造紙張過程所排放的CO_2也是暖化問題之一。

（行政院主計處公佈2006台灣總人口數2,287萬）

目標100所學校

我們除了跟國際珍古德協會合作種植原生樹種外，更在2008年與台灣生態工法發展基金會與中華民國荒野保護協會合作，推動「栽一株原生的小苗，種一顆心靈的大樹」行動，目標是在中南部與東部再協助56所學校，種植原生樹種的工作，達成100所校園種植原生樹種的目標。

除了植樹，我們也結合了企業志工，協助學校師生到數位造林部落格（詳見http://www.hinet.net/tree）去做紀錄，未來再結合校外教學分享，擴展到學校與學校之間的互訪，變成大家關心的事情，也間接強化了環保及抗暖化意涵。我們希望有更多關心生態的企業及團體能共同來響應，結合全台灣的團體一起來做具有社會意義的活動。

我們期望透過這項行動，提升學童對保護地球的使命感，讓學童更深刻體認植樹對環保減碳及生物多樣性的重要性，同時透過實踐的參與，培養學童服務、熱心關懷、尊重生命，及增進對台灣原生植物的瞭解與認同。

中華電信與國際珍古德協會「數位造林・綠拇指」計畫參與企業夥伴

中國信託、HP、Plantynet、仲琦科技、遠雄集團、中華系統整合、國泰世華文化慈善基金會、華電聯網、凱絡媒體、Unique、艾爾達科技、國泰慈善基金會、春水堂科技、李奧貝納、宏達電、LG行動電話、Motorola、Danal、Alcatel-Lucent 、 Nokia、NTT Communications、台灣銀行、中國信託慈善基金會、Samsung Anycall、神腦國際、Sony Erisson、TCA、Verizon Business、玉山文教基金會、玉山銀行等共三十家企業或團體。

綠色森林

除了推動「數位造林」打造台灣生態走廊外，我們也在機構內進行樹木的盤查，我們發現公司內部擁有將近3萬多棵樹，綠化程度相當的高，而為了推廣綠色森林的概念，我們也規劃在陽明山（7公頃）、電信訓練所（7.2公頃）、電信研究所（15公頃）及枋山（36公頃）等地區，與當地社區及綠色團體合作，共同打造綠色生態教育與休閒環境。

我們對環境永續發展的承諾

面對氣候變遷、地球暖化的危機與京都議定書對溫室氣體減量生效的壓力，我們把節能減碳納入企業社會責任的關注議題，期望能以我們網路通信的核心技能，在未來企業營運過程中，為環境永續發展、減緩地球暖化盡一點心力。

本章報告的內容，主要是介紹2007年我們對環境永續發展的議題上所作的一些努力，包括我們的策略、建構碳管理資訊系統、提升能源效率，減少能源損耗、供應鏈管理與合作、影響消費者、員工自主環保、中華電信e化作業成效的報導。

經由我們在推動行政e化、辦公室自主節能的經驗，我們深切的認知，企業要有清楚的節能減碳目標，首先必須要做碳盤查的基礎工程，才有展開「碳管理」的可能。

因此，我們明確的提出我們對環境永續發展的承諾：2008年我們將完成公司的碳盤查的基礎工程，提出CO_2排放的精確數據，以具體展開我們的碳管理策略。

未來，我們除了持續推動辦公室節能與員工自主節能外，也將大力推動設備節能，在通信設備更新的過程中，節能的效率將作為我們綠色採購的基本準則；我們希望從自身嚴謹的碳管理與內部節能減碳的經驗，結合我們網路通信的核心技能，開發對環境更友善的、更確實的節能減碳創新服務，成為幫助客戶打造低碳經濟與低碳生活的最佳夥伴，共同為台灣節能減碳盡一點心力。

企業社會責任管理

「推動企業社會責任的關鍵，在於創造一種思考CSR、討論CSR，以及實踐CSR的組織文化」

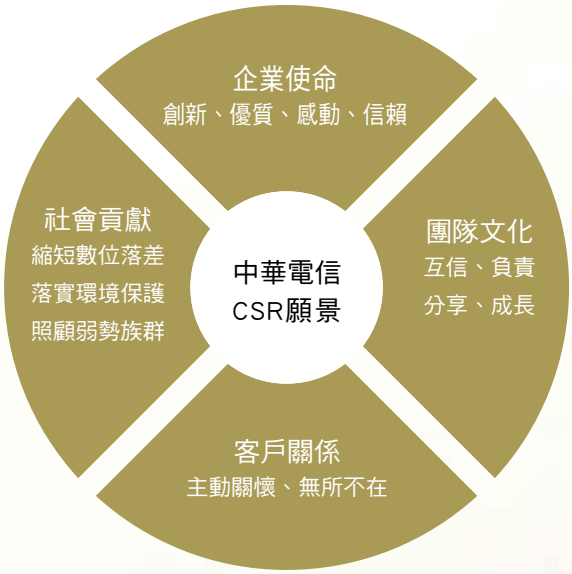
回顧2007年，我們將企業社會責任(CSR)理念及策略，與內部管理機制做有效結合，並落實於日常營運中，透過「CSR願景形塑」、「CSR行動方案」、「CSR標竿學習」等3階段的計畫執行，來達成上述目標。

在CSR願景型塑方面，為了具體展現經營管理階層對CSR的承諾及支持，本公司的高階主管共聚一堂，我們透過群體力量，共同發掘本公司CSR之核心願景及期望，在此願景下，我們將與全體員工及利害關係人，一起討論及實踐我們對CSR的承諾。

在願景型塑之後，我們邀請總公司及其他一、二級機構主管，一起發想策略行動，將CSR的觀念，以及經營高層對於CSR的共識，逐漸導入到各個營運階層中。為了落實CSR相關事務的推動，我們分設6個工作小組負責規劃及執行，並使用CHT Web 2.0互動平台，做為企業內部CSR概念宣導與溝通的另一管道。

在此同時，我們持續進行CSR標竿學習，以國際上CSR表現卓越的公司作為學習對象，來提升自身對CSR議題的了解，並據此擬定適當的行動方案，持續改善及強化公司本身的競爭優勢。

對一家擁有2萬多名員工的企業來說，推動企業社會責任的關鍵挑戰主要在於創造一種思考CSR、討論CSR以及實踐CSR的組織文化。這是我們努力的目標，也是中華電信未來能夠永續經營的關鍵支柱。

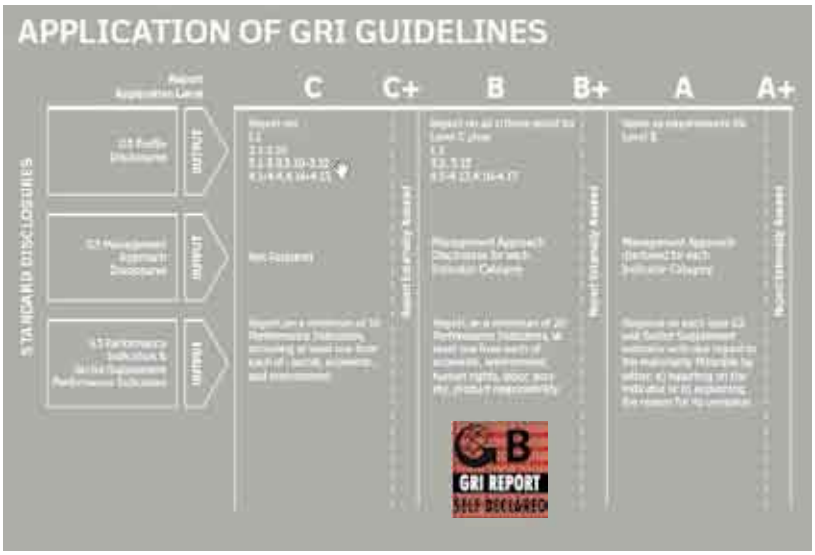


2008展望

展望2008年，為達成CSR與核心業務能力充分結合，創造更高的品牌價值，我們將從強化CSR組織開始，逐步發展為學習型企業，以更具策略性的思考，創造、企劃CSR行動方案，並使CSR成果及相關資訊更透明揭露，以回應國內外利害關係人對我們的期待。具體來說，未來我們將從下列方向來提升CSR的執行績效：

- 強化CSR之組織體系
  於總公司增設統籌CSR相關事務之專責單位－公共事務處，並於一、二級機構指定推動CSR及對應各工作小組之專責窗口，強化CSR之組織體系。
- 建立與利害關係人之溝通及對話平台
  加強與投資人、法人股東、供應鏈、公益合作夥伴、社區居民及各類利害關係人之對話，建立常態溝通平台。
- 訂定企業中長期環保、綠能目標
  將節能減碳、環保議題納入營運計畫，制定企業內部環保行為準則、手冊及綠能標準（CO_2減量目標），加強企業內部及上下游供應廠商的溝通，一起遵循國際環境保護規範。
- 鼓勵員工社會參與
  提供公假、誤餐費補貼及培訓課程等配套誘因，鼓勵並公開表揚員工投入志願服務，協助員工成立在地服務社團，開創公益活動機會，型塑企業志工服務的良善風氣。

GRI G3
相符性對照表



這是中華電信的第一本企業社會責任(CSR)報告。今年的報告主要在跟社會大眾溝通我們如何形成對CSR共識及承諾，及組織化實踐CSR績效成果。

這本報告數據邊界涵蓋中華電信總公司及分公司(不包含轉投資子公司)2007年度的資訊數據，範圍涵蓋中華電信在財務、環境，以及社會面上的各項CSR議題及績效，除了檢視我們目前所面臨的CSR挑戰外，也適度補充了我們在財務年報中沒有揭露到的資訊。

在我們撰寫報告過程，我們主動採用全球永續性報告(GRI)的報告綱領，報告符合GRI B應用等級。

如果對我們的CSR報告有任何指教，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：

讀者意見回覆及聯絡資訊

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：臺北市信義路一段21-3號
- 電　　話：02-2344-4000
- 電子郵件：hctelbd@cht.com.tw

1. Strategy and Analysis 策略與分析	●
1.1 CCEO Statement 高層聲明	●
1.2 Key impacts, risks and opportunities關鍵衝擊、風險與機會	●
2 Organizational Profile組織概況	●
2.1 Name of the reporting organization機構名稱	●
2.2 Products and/or services產品和／或服務	●
2.3 Operational structure營運架構	●
2.4 Headquarter location總部位置	●
2.5 Countries in operation營運國家	●
2.6 Nature of ownership所有權	●
2.7 Markets served服務市場	●
2.8 Scale of the organization組織規模	●
2.9 Significant organizational changes重大組織改變	●
2.10 Awards received所獲獎項	●
3. Report Parameters 報告參數	●
3.1 Reporting period報告期間	●
3.2 Previous report上一份報告的日期	N.A
3.3 Reporting cycle報告週期	●
3.4 Contact point for questions聯絡資訊	●
3.5 Content defin ition內容定義	●
3.6 Boundary of the report報告範圍	●
3.7 Limitations on the report’s scope報告範疇的限制	●
3.8 JVs, subsidiaries, and outsourcing合營資機構、分支機構、外包	●
3.9 Data measurement techniques數據測量技巧	○
3.10 Effects of information re-statement舊報告資訊重述的效益	N.A
3.11 Changes from previous reports與以往報告相較的改變	N.A
3.12 Standard disclosures各列標準揭露在報告中的位置	◑
3.13 External assurance外部保證	○
4. Governance, Commitments, and Engagement治理、承諾及議合	●
4.1 Governance structure治理架構	●
4.2 Indication Whether chairperson is also executive officer指出主席是否兼任行政職位	●
4.3 Independent members at the board董事會中獨立成員	◑
4.4 Mechanisms for Shareholder/ employee participation股東及員工的參與機制	◑
4.5 Executive remuneration and performance高層補償與機構績效間的連結	◑
4.6 Processes to avoid conflict of interest at the board避免利益與董事會衝突的流程	●
4.7 Process to determine board expertise on sustainability決定董事會之永續性專業的流程	●
4.8 Mission and value statements使命與價值聲明	●
4.9 Procedures for board governance on management of economic, environmental, and social performance董事會管理經濟、環境與社會績效的流程	●
4.10 Processes for evaluation of the board’s economic, environmental,and social performance董事會評估本身經濟、環境與社會的流程	●
4.11 Precautionary approach principle處理預警的原則	●
4.12 External charters / principles外部憲章／原則	◑
4.13 Association memberships參加的協會	○
4.14 List of stakeholders利害相關人清單	○

※ N.A 不適用　※ ◑ 部份揭露
※ ● 完全揭露　※ ○ 無揭露

4.15 Stakeholder identification利害相關人定義	◑
4.16 Approaches to stakeholder engagement利害相關人參與方式	◑
4.17 Topics raised by stakeholders利害相關人提出的議題	●
經濟績效指標	
EC1 Direct economic value直接經濟價值	●
EC2 Financial implications due to climate change氣候變遷造成的財務風險與機會	●
EC3 Benefit plan福利計畫	●
EC4 Financial government assistance政府的財務援助	N.A
EC5 ntry level Wage (Add) 標準起薪	N.A
EC6 Local suppliers當地供應商	●
EC7 Local recruitment聘用當地人員	N.A
EC8 Infrastructure investment and services for public benefit為大眾利益投資的基礎建設投資與服務	●
EC9 Indirect economic impacts (Add) Environmental 間接經濟衝擊	◑
環境績效指標	
Disclosure on management approach管理方式揭露	●
EN1 Volume of materials used所用物料的重量或用量	N.A
EN2 Recycled materials回收材料	●
EN3 Direct primary energy consumption直接主要能源耗用	●
EN4 Indirect primary energy consumption間接主要能源耗用	●
EN5 Energy conservation (Add) 節能	●
EN6 Initiatives for energy-efficiency and renewable energy (Add) 能源效率與再生能源的計畫	●
EN7 Initiatives for reducing indirect energy (Add) 減少間接能源的計畫	○
EN8 Water Withdrawal 總耗水量	●
EN9 Effect of Water WithdraWal (Add) 總耗水量的影響	N.A
EN10 Water recycled (Add) 回收水量	○
EN11 Land assets in sensitive areas在敏感地區的土地資產	N.A
EN12 Impacts on biodiversity 對生物多樣性的影響	N.A
EN13 Habitats protected or restored (Add) 受保護或經復育的七第	N.A
EN14 strategies for biodiversity (Add) 對生物多樣性的策略	◑
EN15 Endangered species (Add) 瀕臨絕種的物種	N.A
EN16 Greenhouse gas emissions 溫室氣體排放	◑
EN17 0ther greenhouse gas emissions 其他溫室氣體排放	○
EN18 Initiatives to reduce greenhouse gases (Add) 減少溫室氣體的計畫	●
EN19 0Zone-depleting substance emissions破壞臭氧層的物質排放量	N.A
EN20 NOX, SOX and other air emissions氮氧化物、硫氧化物與其他空氣排放	N.A
EN21 Water discharge總排水量	○
EN22 Waste by disposal method按處置方法劃分的廢棄物總量	●
EN23 Significant spills嚴重溢漏	N.A
EN24 Movements of hazardous Waste (Add)有毒廢棄物的運送	N.A
EN25 Habitats affected by discharge and runoff (Add)受排水與放流影響的棲地	N.A
EN26 Environmental impact mitigation降低環境衝擊的計畫	●
EN27 Packaging materials包裝材料	N.A
EN28 Non-compliance sanctions違反環境法令	N.A
EN29 Environmental impact of transport (Add) 運輸造成的環境衝擊	N.A
EN30 Environmental protection expenditure (Add) 環保支出	○

社會績效指標(1)	
Disclosure on management approach管理方式的揭露	●
LA1 Breakdown of Workforce員工雇用型態與數量	●
LA2 Employee turnover員工流動率	●
LA3 Benefits to full-time employees (Add)全職員工的福利	●
LA4 Employees With collective bargaining agreements團體協約	●
LA5 Minimum notice periods最短通知期	◑
LA6 Workforce in joint health committee (Add)勞工健康委員會	●
LA7 Occupational injuries and absenteeism工傷與缺席	●
LA8 Training on serious diseases嚴重疾病的訓練	◑
LA9 Trade union agreements on health(Add)關於健康，與工會達成的協議	●
LA10 Training per employee每個員工的訓練	●
LA11 Programs for lifelong learning(Add)終生學習的計畫	●
LA12 Career development (Add)職涯發展	●
LA13 Composition of governance bodies各部門成員的組成	●
LA14 Genderpay disparity性別薪資差異	●
社會績效指標(2)	
Disclosure on management approach管理方式的揭露	●
HR1 Human rights clauses in investment載有人權條款的投資	N.A
HR2 supplier screening on human rights對供應商的人權審查	◑
HR3 Training on human rights (Add)人權的訓練	●
HR4 Discrimination歧視	●
HR5 Association and collective bargaining員工結社和集體協商權	●
HR6 Child labour童工	N.A
HR7 Forced labour強迫勞動	N.A
HR8 Training for security personnel (Add)安全人員的訓練	◑
HR9 Violations of rights of indigenous peoples (Add)侵犯原住民人權的次數	N.A
社會績效指標(3)	
Disclosure on management approach管理方式的揭露	●
S01 Impact on communities對社區的影響	●
S02 Corruption risks收賄風險	◑
S03 Anti-corruption training反收賄訓練	●
S04 Actions against corruption反收賄行動	●
S05 Lobbying遊說	N.A
S06 Political donations (Add)政治捐獻	N.A
S07 Anti-competitive behaviour (Add)反競爭行為	N.A
S08 Regulatory non-compliance sanctions違法	●
社會績效指標(4)	
Disclosure on management approach 管理方式揭露	●
PR1 Health and safety impacts along product life cycle產品週期對健康與安全影響	N.A
PR2 Non-compliance With health and safety standards (Add)違反健康與安全標準的次數	N.A
PR3 Product information產品資訊	●
PR4 Non-compliance With product information standards (Add)違反產品資訊標準的次數	N.A
PR5 Customer satisfaction (Add)消費者滿意度	●
PR6 Communication programmes為符合行銷推廣相關法律而設的溝通計畫	●
PR7 Non-compliance in marketing practices (Add)違反市場操作法規的次數	◑
PR8 Complaints regarding customer privacy (Add)違反顧客隱私權的次數	◑
PR9 Product non-compliance產品違法總額	N.A

中華電信