中華電信
Chunghwa Telecom

責任與創新
Responsibility and Innovation

九十八年
# 中華電信企業社會責任報告書
2009 Corporate Social Responsibility Report

# 編輯方針

非常歡迎您閱覽中華電信的第三本企業社會責任報告書。本報告書同時發行中文、英文版本，並且設置了企業社會責任專屬網站。我們期望結合紙本與網路的優點，讓關心我們的各界利害關係人，能夠更加了解我們在2009年實踐CSR的各項努力與成果。

企業社會責任專屬網站http://www.cht.com.tw/ou_web/csr/

## 報告時間

本報告書揭露2009年度(2009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。但是，為了敘述的完整，部份內容也涵蓋2009年1月1日以前，及2009年12月31日之後的行動內容與績效。

## 報告邊界與範疇

本報告書的邊界涵蓋中華電信股份有限公司以及中華電信基金會；簡稱為「中華電信」。報告書資訊數據的範疇，涵蓋了中華電信財務、環境和社會面的表現，惟財務資訊尚涵蓋其合併子公司。

## 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報告書綱領，以及電信業補充指標(Telecommunications Sector Supplement)撰寫。

GRI REPORT 3rd PARTY CHECKED

## 確保公開資訊的可靠性

我們委託台灣檢驗科技(股)公司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+應用等級與AA1000 AS 2008的標準。

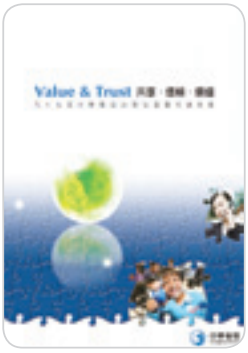
AA1000 Licensed Assurance Provider 000-8

## 意見回覆

如果您對於我們的《九十八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23日出版




九十七年企業社會責任報告書
2009年9月6日出版

九十八年企業社會責任報告書
2010年8月出版

PRINTED WITH SOY INK

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

我們非常高興能藉著中華電信第三本「企業社會責任報告書」的發行，與大家分享 2009 年本公司在企業社會責任各主要面向的理念與努力成果。

在執行企業社會責任上，我們最重要的就是把本業做好。「專注本業，注重專業」，一直是我們企業的核心理念。長期以來，中華電信專心、用心的致力於本業的經營，結合電信網路及資訊技術，提供客戶及合作夥伴優質的溝通平台，進而協助客戶及合作夥伴業務的開發和拓展。

優良的公司治理是企業永續發展的根本，本公司十分重視。對正派經營、資訊透明的堅持，促使我們當仁不讓成為最值得信賴的標竿企業，並屢獲相關獎項的肯定。

隨著氣候變遷和生化能源耗竭等風險的不斷攀升，我們持續透過資通訊技術的創新整合，開發對環境更為友善的綠色節能產品與服務，以便在綠經濟 (Green economy) 的發展領域上盡一份心力。

中華電信在智慧節能服務 (Intelligent Energy Network ,iEN) 上，結合了電信網路和資訊技術，研發出兼具節能診斷、控制管理及改善方案全方位解決功能 (total solution) 的客製化節能省電產品，以協助企業集中監控內部用電設備，並透過電腦數據資料的整理分析，提供企業優化的運作環境管理，真正落實節能管理。以署立苗栗醫院為例：其使用此 iEN 智慧節能服務後，預估一年可節省能源費用 200 萬元，節費率 49.27%，並減少 400 公噸的碳排放量；其它企業客戶使用該系統的成果也顯示，在導入該系統後其能源使用效率，至少可以提升高達 20% 以上。本公司也已全面在電信機房及業務大樓內建置該系統，亦因此榮獲 2009 年環保署第 18 屆中華民國企業環保獎的殊榮。

此外，中華電信也藉由綠色採購來具體實踐我們對環保的承諾。2009 年本公司以總金額超過 2 億元的綠色採購，躍身為台灣服務業之冠，並獲得台北市政府民間企業與團體綠色採購的表揚。我們同時也致力於廢行動通訊產品回收的工作，以逐步落實責任消費。

過去一年，我們成功的回收了近 4 萬支汰換手機及 2 萬公斤包括電池等廢棄手機配件，成為台灣廢手機回收最有成效的企業。

多年來，中華電信陪伴台灣社會一起成長，與社區民眾有深厚的感情連結，對於社會公益、弱勢照顧我們更是責無旁貸。透過中華電信基金會及在地企業志工服務，我們深入偏遠鄉鎮建置「數位好厝邊」據點，提供電腦軟硬體設備、教學課程及維修服務，讓偏鄉學童、新移民媽媽等弱勢族群，也能擁有無遠弗屆的數位學習機會。面對八八水災的浩劫，我們同仁除了在第一時間冒險挺進災區、達成「通訊無孤島」的搶修使命，並同步發動賑災勸募活動及產銷市集外，我們更善用偏鄉學童遠距課輔的合作經驗，再次與輔仁大學產、學合作，共同策劃網路課輔服務三年計畫，精緻打造災區學童課後輔導的優質學習環境。

身為 ADOC 2.0( 註 ) 計畫的民間發起人之一，我們結合淡江大學盲生資源中心，共同推動「以 ICT 協助視障者遠距工作專案」，攜手創立以視障同胞為主要成員的呼叫服務中心 (Call Center)，為國內視障者開創更多的工作機會。我們也將此成功經驗，以整套輸出營運模式，分享予菲律賓、北京等地區，協助「ADOC 2.0 視障數位機會中心」的成立。

在這個充滿挑戰的環境裡，中華電信在全體同仁的努力及客戶的支持鼓勵下，將更加強與各界人士、社區居民及公益合作夥伴們的對話，持續追求卓越與成長，共創多贏的局面。

董事長

呂學錦

註：ADOC 2.0即APEC Digital Opportunity Center 2.0之縮寫，這是我國在APEC提出並主辦的數位機會中心第二階段計畫。

# CONTENTS


| | | Stakeholder 利害關係人 | Management 管理 |
|---|---|---|---|
| 責任管理 | 誠信 Integrity | 投資人/股東、員工、政府 07 | 企業社會責任管理方針<br>強化中的企業社會責任規範 08 |
| 價值整合 | | 投資人/股東、員工、政府、同業 15 | 公司治理<br>法規遵循與資訊透明<br>風險管理 16 |
| 前瞻創新 | 創新 Innovation | 投資人/股東、政府、商業夥伴、全球環境 23 | 提昇創新效率<br>擴大創新參與 24 |
| 環境永續 | | 員工、商業夥伴 31 | 溫室氣體盤查與用電管理<br>環境永續管理系統 32 |
| 員工關懷 | 貼心 Inside | 員工、員工眷屬 41 | 雇用多樣化<br>人權保障與勞資關係<br>人才吸引與培訓 42 |
| 感動服務 | | 客戶、民間團體 48 | 品牌管理與產品使用推廣<br>客戶服務<br>意見回饋 49 |
| 數位機會 | 包容 Inclusivity | 地方社區、民間團體 59 | 中華電信基金會 60 |
| 社會公益 | | 員工、地方社區、弱勢團體 64 | 社會貢獻管理 65 |

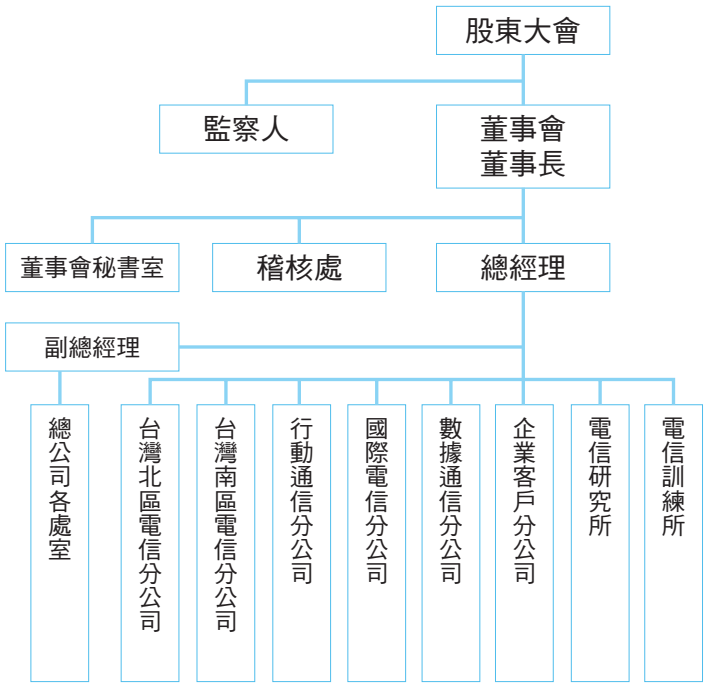
| Address 重點 | Response 回應 | Target 目標 |
| --- | --- | --- |
| 利害關係人CSR調查<br>關鍵議題矩陣 10 | 利害關係人溝通與交流 12 | 企業社會責任重點資訊揭露<br>企業社會責任關鍵績效指標 13 |
| 碳揭露與氣候變遷風險 19 | 公平競爭的產業環境 20 | 社會責任投資 21 |
| eICT創新<br>ADOC 2.0計畫 26 | 產業鏈效果 29 | 研發成果國際化 30 |
| 電信綠建築行動<br>綠色採購與再生能源 36 | 環保行動與責任消費 38 | 電信業供應鏈管理 39 |
| 平衡職場與生活 45 | 健康安全與退休保障 46 | 企業志工服務 47 |
| 救災與責任通信 52 | 保障隱私權與對抗詐騙電話<br>健康的使用環境<br>電磁波決策機制與宣導 54 | 創新加值服務 57 |
| 數位好厝邊 61 | 電信普及服務 62 | 提昇數位素養 63 |
| 八八災後重建<br>災區學童網路課輔服務計畫 66 | 公益電信服務 68 | 開發特殊需求產品 69 |

# 公司概況

2009年儘管挑戰重重，在全體同仁力抗困境的努力下，我們的營運成果令人感到欣慰。公司整體的營運績效表現如下：合併營收1,983.6億元，歸屬予母公司股東稅後盈餘437.6億元，每股稅後盈餘4.51元，合併納稅總額達127.4億元。

配合公司中期發展策略，我們持續加強推動國內及海外市場轉投資作業，以鞏固核心業務及強化新興業務與海外市場拓展能量，促進公司營收成長。透過定期召開的關係企業經營會議，加強我們與轉投資事業之交流，檢討與建立轉投資事業發展目標與策略，進而訂定轉投資事業年度營運目標與實施計畫。轉投資事業之年度營運績效檢討，也列入我們董事會業務報告，以落實對轉投資事業之監督與管理。

**中華電信組織架構** 2.3

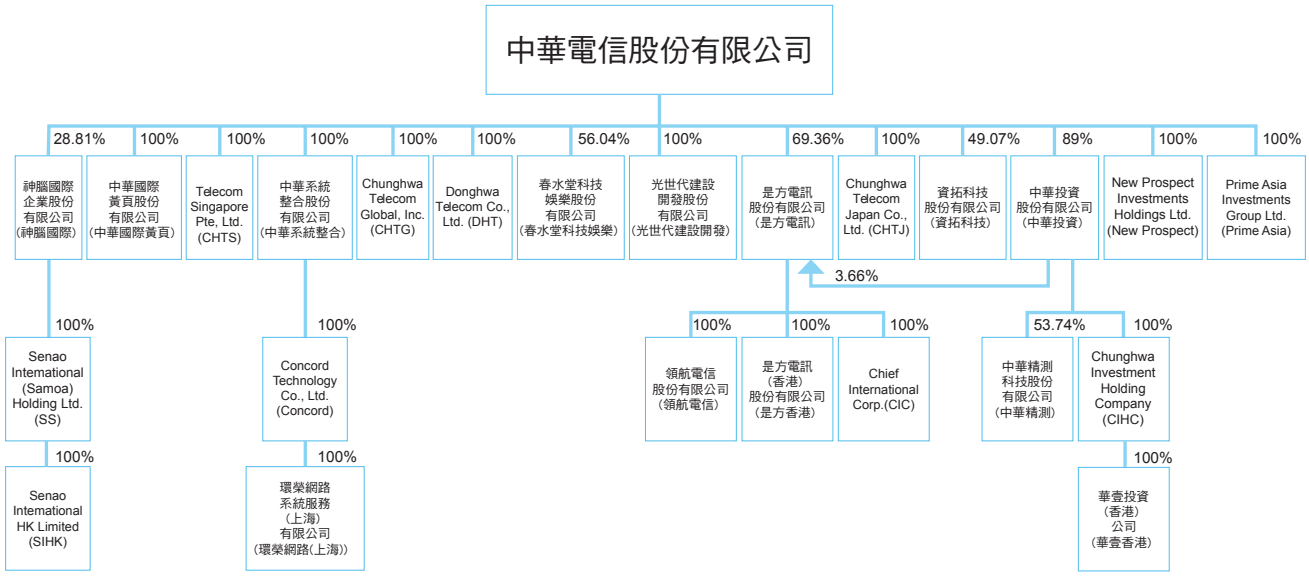



**中華電信合併業績概況(千元)** EC1

| | 2008年 | 2009年 |
|---|---|---|
| 營業收入 | 201,669,521 | 198,361,220 |
| 營業成本 | 113,546,289 | 112,735,948 |
| 營業費用 | 29,556,241 | 29,231,194 |
| 營業利益 | 58,566,911 | 56,394,078 |
| 每股基本盈餘(元) | 4.64 | 4.51 |

註：本報告書標示( )的表格，代表揭露GRI G3指標的揭露項目(見P73-76)

## 關係企業組織圖 2.5




## 中華電信市場地位(用戶數及市占率) 2.7

| | 2007年 | | 2008年 | | 2009年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 市話 | 1,295萬 | 97.4% | 1,273萬 | 97.3% | 1,244.8萬 | 97.1% |
| 行動電話 | 870萬 | 35.8% | 895萬 | 35.2% | 926.9萬 | 34.4% |
| 寬頻網路 | 425萬 | 87.0% | 431萬 | 83.8% | 430.4萬 | 83.0% |
| HiNet | 408萬 | 68.3% | 410萬 | 68.1% | 406.7萬 | 71.8% |

## 中華電信主要業務概況 2.2

| 營收項目 | | 說明 | 營收金額與同期比 | 比重 |
|---|---|---|---|---|
| 行動通信業務 | | 由於市場競爭及經濟環境不佳導致ARPU下滑；再者手機銷售量亦受到景氣影響而減少。 | 865.2億元(-2.6%) | 43.6% |
| 網際網路業務 | | 資訊安全及線上音樂等網路加值服務及專標案營收成長是推升網際網路營收的主要原因。 | 236.5億元(+2.7%) | 11.9% |
| 國內固定通信業務 | 市話 | 景氣不佳及被行動電話與網路電話(VOIP)替代所致。 | 332.1億元(-3.9%) | 36.0% |
| | 國內長途電話 | 主要是受到NCC要求降低網路接續費及景氣不佳致通話量減少的影響。 | 74.0億元(-12.7%) | |
| | 寬頻(ADSL與FTTx業務) | FTTx營收隨著ADSL用戶升級至光纖寬頻而有所成長，但ADSL營收因升級光世代、寬頻業者的競爭及NCC要求調降ADSL費率而下滑。 | 199.0億元(-0.3%) | |
| 國際固定通信業務 | | 經濟不景氣使得VOIP及其他節費服務取代傳統國際語音業務之情況加劇。 | 152.4億元(-4.3%) | 7.7% |
| 其他 | | | 14.7億元(+74.3%) | 0.80% |
| 總計 | | | 1,983.6億元(-1.6%) | 100% |

# 誠信 Integrity

近來企業社會責任受到關注，台灣證交所及櫃買中心也以《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》，規範上市（櫃）公司落實保護環境、維護人權及保障勞工之責任。對中華電信而言，這標示著企業社會責任從自願性揭露，走向符合政府規範的開始。

另一方面，國際投資人已經開始以企業的社會責任，作為評估潛在獲利能力、控管營運風險的重要指標。因此，中華電信將持續加強對相關議題的管理，妥善與各界利害關係人溝通，以達到提升企業價值的最終目的。

# 責任管理

S Stakeholder 利害關係人

## 投資人/股東、員工、政府

**聲音** 外界期待的聲音很多元，我們專心傾聽。

**承諾** 首家宣示符合《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》的公司。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 合規指標 | 首家進行員工CSR調查的電信業 | 需執行 | 已執行 ✓ | 持續執行 | P10 |

得獎紀錄

- 行政院「國家永續發展獎」
- 天下雜誌「企業公民獎」
- 遠見雜誌「企業社會責任獎」
- 台灣永續能源研究基金會「台灣企業永續報告獎—金獎」
- FinanceAsia「Best Corporate Social Responsibility」


投資人/股東、員工、政府 07
企業社會責任管理方針 強化中的企業社會責任規範 08
利害關係人CSR調查 關鍵議題矩陣 10
利害關係人溝通與交流 12
企業社會責任重點資訊揭露 企業社會責任關鍵績效指標 13

# Management 企業社會責任管理

## 管理

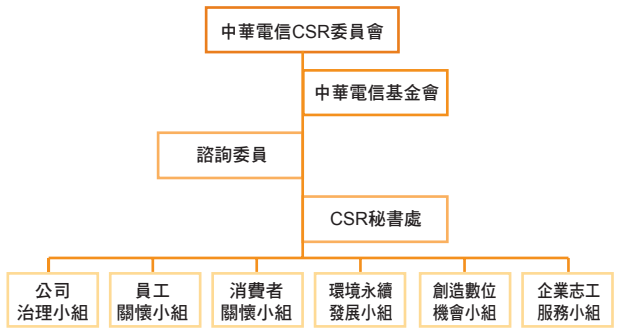
2006年6月，為了使利害關係人的溝通對話成為常態，將企業社會責任融入日常營運，我們聯合跨部門的高階主管組成「企業社會責任委員會」，規劃策略、設定目標，分由六個小組推動落實。



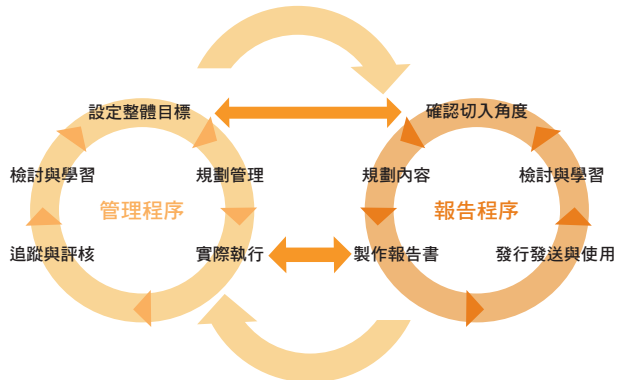
## 企業社會責任管理組織

「中華電信企業社會責任委員會」由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員，並設有「CSR祕書處」為專責單位。委員會分設：公司治理、員工關懷、消費者關懷、環境永續發展、創造數位機會與企業志工服務小組。同時，結合「中華電信基金會」，推動各項行動方案。

### 企業社會責任委員會組織架構圖




### 企業社會責任推動策略




### 公司治理守則

- 《公司治理守則》第54條：「本公司在保持正常經營發展以及實現股東權益最大化之同時，應關注消費者權益，並透過行銷包裝積極參與各類型活動以提昇公司公益形象及善盡本公司之社會責任。」

## 企業社會責任願景：4個i

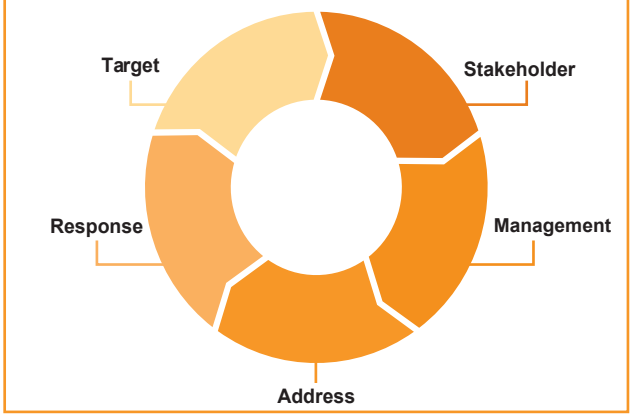
根植於「專注本業、注重專業、提高效率、感動服務」的企業理念，我們希望成為最有價值和最受信賴的資通訊公司，並經過多年企業社會責任管理的實踐，凝聚了獨有的企業社會責任願景，充分涵蓋了各項永續性議題。

- 誠信(Integrity)：以誠信為本的管理，達到提升企業價值的最終目的。
- 創新(Innovation)：以創新面對競爭環境和氣候變遷，達到企業永續經營的使命。
- 貼心(Inside)：關注員工和消費者的內在需求，持續進行溝通和關懷行動。
- 包容(Inclusivity)：結合科技、軟體和志工的力量，創造沒有資訊隔閡的社會。

## 企業社會責任管理模式：SMART模式

我們學習傾聽、了解利害關係人的聲音及需求，進而掌握資訊與評估企業社會責任之績效。延續系統化的資訊揭露，我們進一步發展出「SMART」管理模式，讓報告書的層次更加分明，並且做為日後企業社會責任工作推動的參考依據。每一章皆包含五大要素：利害關係人(Stakeholder)、管理方針(Management)、重點(Address)、回應(Response)，與目標(Target)。

### SMART管理模式



# Management 強化中的企業社會責任規範

## 管理

2009年台灣的企業社會責任發展有了明確的成果，臺灣證券交易所股份有限公司及證券櫃檯買賣中心研擬制定《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》，成為我們企業社會責任的基本規範。

## 現況分析與回應

《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》與 GRI G3 互為表裡，前者從管理程序著手，而後者則從報告程序出發。也由於我們《九十七年企業社會責任報告書》已經達到應用等級 A，因此能滿足《實務守則》大多數的規範。其中我們較為不足之處有：

第 6 條：「上市上櫃公司之董事會應盡善良管理人之注意義務，以督促企業實踐社會責任，並隨時檢討其實施成效及持續改進，確保企業社會責任政策之落實。」及第 7 條：「上市上櫃公司為健全企業社會責任之管理，宜設置推動企業社會責任之專（兼）職單位，負責企業社會責任政策或制度之提出及執行，並定期向董事會報告。」

中華電信已設有企業社會責任委員會及專責單位，今後將進一步建立正式機制，由企業社會責任委員會秘書處定期向董事會報告企業社會責任工作之執行進度與發展方向。

**上市上櫃公司企業社會責任實務守則**

- 《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》共分六章31條，其宗旨為：「協助上市上櫃公司實踐企業社會責任，並促進經濟、社會與環境生態之平衡及永續發展」。

## 永續發展教育課程

《環境教育法》於2010年5月經立法院三讀通過，使我國成為世界上少數將環境教育立法推動的國家。其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當環境教育執行成果。」這項規定，與《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」恰好彼此呼應。對此，我們正規劃：

1. 全體員工每年接受4小時永續發展課程之方式。
2. 各地區經理人應特別就外部利害關係人溝通參與方式及其成效評估，接受專門課程。

**環境教育法**

- 《環境教育法》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。

# Address 利害關係人CSR調查

**重點** 利害關係人的辨識與溝通，是企業社會責任的基礎。2009年，我們開始主動與利害關係人溝通，透過問卷調查、專家訪談等方式，收集來自內部和外部不同管道的意見。我們首先選擇的利害關係人的類別是：員工、消費者、機構投資人，藉以綜合性地了解不同屬性的利害關係人對中華電信執行CSR之感受與期望，做為日後研擬行動方案之參考。

## 員工

我們透過內部網路線上調查的方式，了解員工對於各項CSR議題的看法。整體的結果相當令人感到欣慰：

- 當員工對企業社會責任的成果愈滿意，其對公司的認同感就愈深。
- 當員工對資訊揭露愈滿意，其對公司認同的程度就會愈高。
- 企業社會責任有助於提升公司品牌形象時，員工對公司也就愈認同。

員工對於企業社會責任的看法(%)

| | 認同 | 非常認同 |
|---|---|---|
| 您對公司推動企業社會責任的成果感到滿意 | 37.49 | 56.82 |
| 您對於公司在企業社會責任各方面資訊內容的呈現感到滿意 | 39.50 | 54.23 |
| 中華電信在企業社會責任上的表現有助於公司品牌形象 | 30.67 | 65.54 |
| 您對於「我以身為中華電信的員工為榮」的說法 | 33.41 | 59.85 |

資料來源：2009年員工CSR認知調查

最受員工肯定的三項CSR相關議題

| 項目 | 百分比 |
|---|---|
| 公司治理 | 20.13 |
| 促進經濟發展 | 15.86 |
| 公益慈善活動 | 15.61 |

最受員工肯定的三項員工相關議題

| 項目 | 百分比 |
|---|---|
| 健康與安全 | 31.98 |
| 教育訓練 | 21.22 |
| 勞資和諧 | 20.57 |

## 消費者

全球金融海嘯與企業醜聞等，讓社會大眾對於企業品牌的可信度產生質疑。我們委請外部的財務專家，針對中華電信執行CSR的努力，如何反應於品牌價值，進行了研究。

結果發現，綜合獲利能力指標、市場價值指標、風險衡量指標，顯示我們的股價較不易受到大盤指數與景氣波動的影響。將企業社會責任融入日常營運的我們，在各方面都有良好表現，故導入企業社會責任對於穩固企業的財務績效是有所幫助的。

# Address 關鍵議題矩陣

**重點** 2009年，我們持續進行實質性評估程序(Materiality Assessment Process)，透過「社會關切度」與「營運衝擊度」這兩個主要向度，做為評估各種CSR議題選擇的工具，釐清關鍵性CSR議題的優先順序。

此外，我們藉由分析媒體報導、國際標準，以及全球電信產業標竿，並徵詢外部和學界專家的意見，來增加我們在評估上的客觀性，再綜合這些議題對於我們在財務、風險，以及聲譽的影響之後，具體收斂出最後結果，揭露於CSR報告書之中。

**關鍵議題矩陣** GRI 4.15

社會關切度：高

- 企業社會責任重點資訊揭露( →P.13)
- 企業社會責任關鍵績效指標( →P.14)
- 社會責任型投資( →P.21)
- 研發成果國際化( →P.30)
- 電信供應鏈管理( →P.39)
- 企業志工服務( →P.47)
- 創新加值服務( →P.57)
- 提昇數位素養( →P.64)
- 開發特殊需求產品( →P.69)

- 利害關係人CSR調查 ( →P.10)
- 碳揭露與氣候變遷風險 ( →P.19)
- eICT創新 ( →P.26)
- ADOC 2.0計畫( →P.28)
- 電信綠建築行動 ( →P.36)
- 綠色採購與再生能源( →P.37)
- 平衡職場與生活 ( →P.45)
- 救災與責任通信 ( →P.52)
- 數位好厝邊 (→P.61)
- 八八災後重建 (→P.66)
- 災區學童網路課輔服務計畫(→P.67)

- 企業社會責任管理方針( →P.8)
- 強化中的社會責任規範( →P.9)
- 公司治理( →P.16)
- 法規遵循與資訊透明( →P.17)
- 風險管理( →P.18)
- 提昇創新效率( →P.24)
- 擴大創新參與( →P.25)
- 溫室氣體盤查與用電管理( →P.32)
- 環境永續管理系統( →P.34)
- 人權保障與勞資關係( →P.43)
- 人才吸引與培訓( →P.44)
- 品牌管理與產品使用推廣( →P.49)
- 客戶服務( →P.50)
- 意見回饋( →P.51)
- 中華電信基金會( →P.60)
- 社會貢獻管理( →P.66)

- 利害關係人溝通與交流 (→P.12)
- 公平競爭的產業環境 (→P.20)
- 產業鏈效果 (→P.29)
- 環保行動與責任消費 (→P.38)
- 健康安全與退休保障 (→P.46)
- 保障隱私權與對抗詐騙電話 (→P.54)
- 健康的使用環境(→P.55)
- 電磁波決策機制與宣導(→P.56)
- 電信普及服務 (→P.62)
- 公益電信服務 (→P.68)

低 ——— 營運衝擊度 ——— 高

# Response 利害關係人溝通與交流

## 回應

中華電信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。另外我們也與國際先進組織深化交流，開啟我們更多在企業社會責任和永續發展方面的想法，進而促進合作，讓我們的承諾產生更大的影響力。

利害關係人之溝通參與 4.16

| | 溝通議題 | 溝通管道 |
|---|---|---|
| 監管機構（NCC、立法院） | 公平競爭<br>溝通管理 | 專責部門／單一窗口 |
| 投資人（股東、機構投資人） | 財務狀況及業務發展 | 中華電信官方網站<br>公司年報<br>定期或不定期報告 |
| 客戶（一般消費者、企業客戶） | 服務品質<br>費率 | 客戶服務專線／專案經理 |
| 合作夥伴（供應商、承包商） | 社會責任政策溝通 | 定期或不定期資訊調查<br>供應商大會 |
| 員工（現職員工、員工眷屬） | 福利／薪資<br>績效管理制度<br>人才發展議題<br>教育訓練 | 內部網路：中華電信異言堂 |
| 社區／非營利組織／非政府組織 | 公益活動<br>弱勢關懷 | 社區溝通 |
| 媒體／社會大眾 | 品牌形象<br>弱勢關懷<br>費率<br>電磁波 | 專責部門 |
| 同業 | 產業發展<br>公平競爭 | 台灣電信產業發展協會 |

## 世界企業永續發展協會

2006 年，我們加入世界企業永續發展協會 (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD)，這是目前全球最具影響力的企業聯盟組織，在企業永續發展及企業社會責任議題上，有許多發展經驗值得我們借鏡。2009 年我們也簽署了該協會發起的建築物能源效率宣言。

世界企業永續發展協會
http://www.wbcsd.org

## 國際環保組織交流

我們於2009年9月前往英國進行國際環保組織交流訪問，吸收領先企業及國際組織之經驗，同時分享我們推動CSR的績效與成果。

- 英國碳信託 (Carbon Trust)：由英國政府設立之獨立機構，其使命在於創造低碳經濟。我們向該機構學習目前國際最先進節能減碳的規格標準，並共同探討未來節能減碳的長期策略。
- 英國社區事業協會 (Business in the Community, BITC)：該機構致力於企業參與公益計劃的推動，此次參訪讓我們與 BITC 成員進行多樣化交流，並且思考如何以核心能力促進社會發展。

  我們並受 BITC 邀請加入「The Prince's May Day Network」，這是英國最大對抗氣候變遷的企業組織，共有約 1,100 家英國企業加入。我們正式取得 2010 May Day logo，承諾減少碳排放、記錄並回應氣候變遷歷程、參與產業倡議，與英國大型企業共同展現在「氣候變遷」議題的企業影響力。

# Target 企業社會責任重點資訊揭露

## 目標

為了讓外界更能了解我們在企業社會責任的管理實績，我們在本報告書中強化了組織、管理方針和案例的揭露，組織指標（ ）代表我們在企業社會責任工作的相關組織，方針指標（ ）代表各項企業社會責任工作的指導方針，案例指標（ ）代表我們創造出的典型案例。

### 組織指標


企業社會責任委員會 P08
中華電信董事會組織圖 P16
風險管理組織架構 P18
品牌管理架構 P49


### 方針指標


企業社會責任推動策略 P08
SMART管理模式 P08
CSR資訊回應機制流程圖 P21
創新提案比賽流程圖 P24
供應鏈管理途徑 P39
電信網路搶修原則 P52
減少電信服務負面衝擊原則 P55


### 案例指標


衛星行動電話系統 P26
SaaS CRM客戶關係管理服務 P26
雲端運算hiCloud CaaS 服務 P26
經濟部工商憑證智慧卡暨發卡系統 P27
再生能源通信應用系統 P27
智慧型行動化的國民健康自我照護 P27
雨水回收 P34
節能禮堂 P36
生態工法機房 P36
退休員工終身學習 P46
行動上網色情守門員 P55
Hami書城 P57
hifree P57
i顧家 P57
Smart Phone Mobil Office 行動商務辦事台 P57
新住民電腦課程 P61
先閱讀 後上網 P63
部落工藝教室 P66
網路課業輔導環境與設備架構 P67
無限夢想 國際爭光 P69
蹲點台灣 P70
胖卡行動 P70

# Target 企業社會責任關鍵績效指標

## 目標

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，管理指標（）代表我們持續進行績效管理的工作項目。另以（）代表我們在相關領域的得獎紀錄。

### 合規指標


公司治理守則 P08
環境教育法 P09
行為準則相關規範 P17
氣候變遷法規的相關風險與機會 P19
WBCSD建築物能源效益宣言 P36
身心障礙者權益保障法 P42
聯合國全球盟約 P43
兩公約國內法化 P43
工會法 P43
教育訓練相關規範 P44
志願服務法 P47
NCC普及服務政策 P62


### 標竿指標


首家進行員工CSR調查的電信業 P10
首家進行機構投資人CSR調查的電信業 P21
研發金額最高的電信業32億 P24
首家進行節能目標設定的電信業下降12% P33
綠色採購金額最高的服務業 2.06 億元 P35
手機回收數量最高的電信業 39,807 支 P37
首家進行供應鏈管理行動的電信業 P38
唯一設有工會且與員工簽訂團體協約的電信業 P43
行動通信救災車隊 P52


### 管理指標

| | 2007 | 2008 | 2009 | 說明 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 女性主管比例(%) | 21.51 | 22.11 | 22.48 | ⬆ | P42 |
| 身心障礙雇用人數 | 656 | 695 | 709 | ⬆ | P42 |
| 育嬰留職停薪申請（人） | ---- | 52 | 55 | ⬆ | P45 |
| 企業志工服務時數 | ---- | ---- | 41,979 | 首度列為指標 | P47 |
| 客戶滿意度：一般消費客戶（滿分為5分） | 3.81 | 3.66 | 3.73 | ⬆ | P51 |
| 偏遠地區開設電腦相關課程（小時） | ---- | ---- | 1,023 | 首度列為指標 | P61 |
| 偏遠民眾通過TQC電腦認證（人） | ---- | ---- | 100 | 首度列為指標 | P61 |
| 社會公益貢獻金額（千元） | ---- | 247,516 | 1,556,467 | ⬆ | P65 |

# 價值整合

## S 投資人/股東、員工、政府、同業

Stakeholder 利害關係人

**聲音** 現今的世界裡，只有透明可以得到信賴。

**承諾** 成為國內外社會責任投資的企業標的。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 合規指標 | 行為準則相關規範 | 需符合 | 已執行 ✓ | 持續符合 | P16 |
| 合規指標 | 氣候變遷法規的相關風險與機會 | 需評估 | 已執行 ✓ | 持續評估 | P19 |
| 標竿指標 | 首家進行機構投資人CSR調查的電信業 | 需執行 | 已執行 ✓ | 持續執行 | P21 |

得獎紀錄

- 證券暨期貨市場發展基金會第六屆上市櫃公司資訊揭露評鑑 A+級獎勵
- 中華信評長/短期信用「 twAAA/twA-1」評等
- 內部稽核協會「內部稽核品質評核認證證書」
- 讀者文摘雜誌「信譽品牌電信服務類一白金獎」
- IR Global Rankings「最佳財務揭露獎」
- FinanceAsia「Most Committed to a Strong Dividend Policy」、「Asia's Best Companies」、「Best Managed Company」、「Best Corporate Governance」
- Standard & Poor's標準普爾長期信用「AA」評等

# Management 公司治理

## 管理

中華電信認為完善的公司治理是我們滿足消費者與社會期待、通往永續發展的基石。《中華電信股份有限公司治理守則》為正式之公司治理政策，完整涵蓋下列項目：建置有效的公司治理架構、保障股東權益、強化董事會職能、發揮監察人功能、尊重利害關係人權益，以及提昇資訊透明度。

## 董事會運作與績效評估

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。董事會由13席董事組成，其中包含3席獨立董事、2席執行業務董事，及8席外部董事。為確保董事會之多樣性，目前董事會有1名女性董事、1名女性監察人，並且明定設有勞工董事1席。

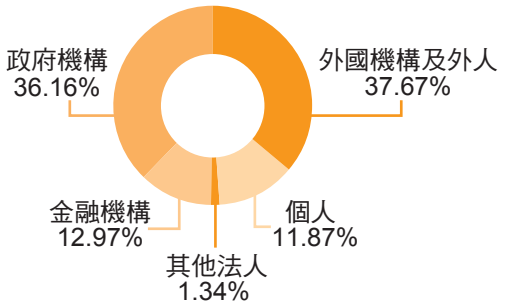
公司董事會為健全監督功能及強化管理機能，分設「策略」、「審計稽核」、「薪酬」3個委員會。

獨立董事就其不同專業領域提供專業客觀之意見，協助董事會做出對公司股東最有利的決策。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，戮力執行政策與善盡社會責任，並依《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。

針對中華電信所指派擔（兼）任轉投資事業董事長、總經理及股權代表之管理，亦訂定有管理機制《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、善盡管理人之職。

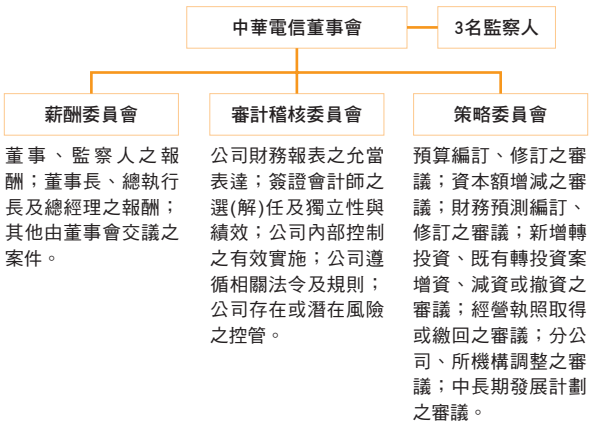
**股東結構** 2.6




## 內部稽核

內部稽核是公司內部控制及公司治理之核心，為了證明我們內部稽核單位確實能夠符合國際內部稽核協會所訂定的內部稽核執業準則以及內部稽核定義之作業標準，2009年，我們委請內部稽核協會實施本公司稽核品質之評核。歷經一個多月的資料準備與書面審查，加上2個星期的實地查核與訪談，由國際內部稽核協會美國總會資深品質評核專家所率領的品質評核團隊，認定我們的內部稽核單位普遍遵循準則及職業道德規範，因此給予最佳的評核等級。

**中華電信董事會組織圖**



# Management 法規遵循與資訊透明

## 管理

中華電信致力於遵守國內外相關法規，提升資訊揭露的透明度及準確性。此舉不僅可以強化投資人對公司之信心、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的目標。因此，我們制定了《中華電信股份有限公司行為準則》，做為全體員工日常執行業務運作的基本準則，並且適用於所有服務供應商。

## 資訊揭露

我們為國內上市公司，同時發行美國存託憑證於紐約證券交易所上市，有關資訊揭露事宜必須遵守國內外相關法規規定，包括建立發言人制度、依規定即時發布重大訊息資訊及充實公司網站資訊內容等，所有投資人關心之議題皆以中、英文同步在國內、外揭露，提供投資人完整即時之財務與業務資訊，不僅可提升資訊揭露的透明度及準確性，做為投資人決策之參考，並可強化投資人對本公司之信心，增加企業價值，創造公司及投資人雙贏局面。

## 業務行銷規範

為提升業務行銷之品質，建立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。

**業務行銷違法案件與罰款** PR7

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|
| 罰款總額(萬元) | 430 | 184 | 268 |
| 違法案(件) | 11 | 5 | 9 |

## 行為準則

我們在《行為準則》中明訂董事、監察人、經理人及全體員工從事商業行為時應有的倫理與責任，範圍涵蓋員工個人、群體及公司對公眾、其他利害關係人等。並且設有員工申訴檢舉專線，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。

我們要求員工確實遵循《行為準則》，且不得為達特定目的而有所妥協，以確保執行業務符合法令及社會倫理規範，防制不當行為發生。我們除了將該《行為準則》納入新進員工的訓練課程，同時每年對所有員工進行複測，並與員工績效連結。

2009年仍發生12件、13人次違紀案件，我們除明確發佈懲處令，提出檢討分析報告，也持續加強相關教育宣導。

**行為準則相關規範** 4.8

- 《中華電信股份有限公司行為準則》
- 《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》

# Management 風險管理

## 管理

風險管理是企業經營的核心課題。為強化負責的營運作為，辦識風險事件並加以管控，我們訂有《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。並明訂總經理為風險與危機管理的最高負責人，向董事會報告。

## 風險分析與因應機制

《風險管理規則》主要在規範包含風險管理運作架構、管理流程及各單位的權責，針對本公司及所屬各機構的中長期發展規劃、年度營運計畫、重大應變、新增執行案及業務執行報告等事項，視實務需要進行風險分析，系統化記錄及追蹤管理。

目前我們採取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，我們執行全公司各層級的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。

**風險管理組織架構**

| 組織名稱 | 權責範圍 |
| --- | --- |
| 董事會<br>(含審計稽核及策略委員會) | 1. 訂定風險管理政策、架構及文化。<br>2. 確保風險管理機制之有效性，進行資源配置。 |
| 高階管理階層<br>(總執行長、總經理、副總經理) | 1. 執行董事會風險管理決策。<br>2. 協調跨部門之風險管理互動與溝通。 |
| 總公司各主管處<br>(經營規劃處為執行秘書處) | 1. 彙整風險管理活動執行結果。<br>2. 協助與監督所屬分支機構進行風險管理活動。<br>3. 視環境改變決定風險類別並建議承擔方式。<br>4. 進行風險調整後之績效衡量與協調。 |
| 所屬分支機構 | 1. 執行日常風險管理活動。<br>2. 進行風險控管活動的自我評估。 |

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。

# Address 碳揭露與氣候變遷風險

## 重點

為回應2009年碳揭露(Carbon Disclosure Project,CDP)問卷，5月時我們首次於公司內部以「世界咖啡館」(註)的討論方式，邀請跨部門同仁一起研判氣候變遷對中華電信將產生的風險和機會。(註：世界咖啡館是一套近年來在世界暢行的討論流程，可以帶動同步對話、分享共同知識、甚至找到新的行動契機。)

## 實質風險

當時各部門同仁在分組討論時，提出氣候變遷對中華電信的實質性風險包括：「溫室氣體將使氣溫升高，提升機房成本」、「氣候變遷導致氣候異常時，天災造成機房損失」、「通訊中斷造成的營收損失」與「進行風險移轉時的保費支出」等四項風險，而莫拉克颱風似已印證了上述討論。

- 台灣氣候變異現象，最嚴重的是短時間持續豪雨，有可能對電信機房及設施造成危害，我們需編列大量預算，執行防災計畫及救災行動。
- 中華電信員工超過2萬人，營運範圍遍及全國。如因氣候變遷所引發之傳染疾病，將影響工作人員日常維運及服務。
- 長期而言，氣溫升高、海平面上升，將可能顯著影響電信機房的運作及人力調度。不論搶修所須增加的人力及物力、斷電所增加的備用電力，以及消費者補償費等，都可能大幅增加公司的營運成本。

## 法規風險

在討論實質風險同時，我們持續密切追蹤氣候變遷相關法規制定進度及評估可能風險，必要時納入風險評估系統管理。提前因應法規變動，除了減少營運風險，也可形塑綠色標竿企業之形象。

**氣候變遷相關法規之風險與機會** EC2

| 法規名稱 | 風險 | 機會 |
|---|---|---|
| 再生能源發展條例 | 隨電費徵收發展再生能源的基金，電力使用成本增加 | 可提供本公司評估未使用之非都市土地可供造林或再生能源設備建置使用。 |
| 能源管理法 | 政府會針對企業的用電效率進行稽核，可能增加設備改善及維護成本 | 以資通訊核心能力協助企業節能減碳。 |
| 溫室氣體減量法（立法中） | 規範電信產業排放額度限制，增加未來執行產業碳排放總量管制及交易(cap and trade)的成本 | 發展再生能源大容量發電，可自用或轉售。<br>有利智慧型運輸系統（ITS/Telematics）之發展。<br>因應低碳社區及城市的發展，有利智慧節能服務推廣及銷售。<br>因應節能家電的需求，有利我們發展節能LED照明燈具。 |
| 能源稅（立法中） | | 以資通訊核心能力與電力業者共同合作建構智慧電網。 |

# Response 公平競爭的產業環境

## 回應

金融風暴持續影響下，2009年國內的景氣依舊不佳，加上傳統電信市場飽和與監理機關持續以行政手段管制資費，使得整體產業經營環境面臨很大的考驗。在保障客戶與股東權益的前提下，我們將持續與監理機關與同業進行溝通。

## 監理機關

任何政策或法規的變動，都可能影響我們的營運結果。我們的主管機關是國家通訊傳播委員會( National Communications Commission, NCC)。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，但仍認為相關費率應該尊重市場機制。

因應上述營運衝擊，我們除了持續發展整合性加值服務、提升營收之外，也密切注意下列法規與政策變動：

- 積極參與《電信法》及廣電三法修訂作業，並提供相關修法意見。
- GSM 900／1800 執照將於2012年／2013年到期，我們將積極爭取GSM執照延期。
- NCC預計將於2011年釋出7張數位無線電視第二單頻網之執照。
- 國內WiMAX業者將於2010年陸續開台商轉，我們除積極提升行動網路之涵蓋率與品質，並將加速推廣光世代網路。

## 同業關係

在高度競爭市場裡，各業者獲利受限，「最後一哩」議題因而受到同業與社會大眾的質疑。最後一哩早已於2004年開放，2006年公告為瓶頸設施後，規定按歷史成本法以全迴路提供予其他固網業者，並以芯線數作為成本攤分基礎。在此計價規定下，我們提供的最後一哩資費已屬世界最低(126元/月)，僅約日本之3至5成，顯見我們已提供最低價格予其他固網業者租用。

2009年4月間，我們與台灣固網 (TFN) 等其他固網業者，因網路互連費用無法取得共識，而引發社會大眾的關注。我們僅對台灣固網限縮部分頻寬，而且是在充分考量客戶權益不受影響的前提下執行。

針對這項爭議已久的問題，NCC於同年8月做出裁定：網路互連費新牌價每Mbps為1,480元，以後網路互連費將每年檢討一次，同時各ISP業者也需配合降價。

為提供客戶良好的通信品質及更好的服務，在大部分電信設施均逾齡且汰舊換新的情況下，我們每年仍持續對最後一哩投入數百億建設及維護資金。我們期盼與其他業者共同創造良性健康的競爭環境，提供消費者更多樣且高品質的服務。

# Target 社會責任投資 目標

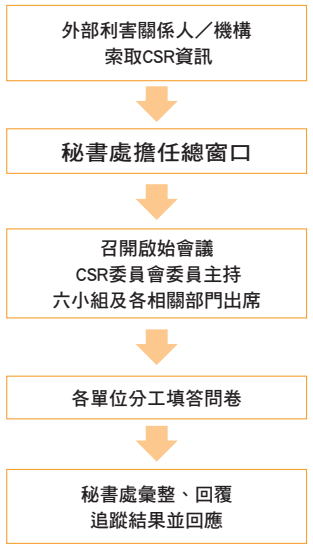
2009 年勞退基金、勞保基金等四大政府基金，決定將公司的 CSR 表現納入基金投資決策考量，與國際間社會責任投資 (Social Responsible Investment,SRI) 的趨勢吻合。我們將持續加強與投資人和股東溝通，以達到提升企業價值的最終目的。

## 國際重要問卷

國際間兩份重要的社會責任投資(SRI)問卷：道瓊永續性指數(Dow Jones Sustainability Indexes，DJSI)與碳揭露專案(Carbon Disclosure Project, CDP)，我們分別自2008年與2009年開始填覆。我們相信，透過權威機構的問卷填覆，可提升公司資訊揭露透明度，同時亦可帶動公司內部的企業社會責任管理。

另一方面，儘管台灣的社會責任投資仍在萌芽階段，我們也開始著手對全球機構投資人進行CSR資訊問卷調查，了解機構投資人對公司的期待。

**CSR資訊回應機制流程圖**




## 投資人關係活動

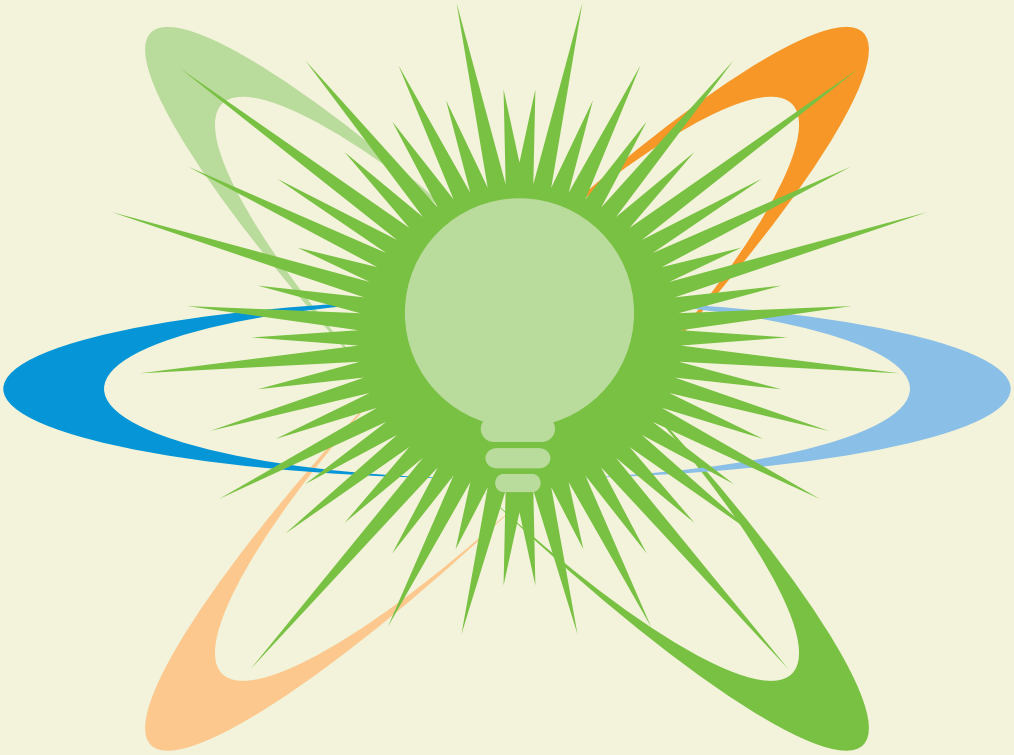
為了協助投資人了解我們的經營策略與營運成果，我們每季定期召開法人說明會，並安排公司高層透過海外投資人巡迴說明會（Non-deal roadshow）與機構投資人面對面溝通。此外，亦即時更新公司網站上包括財務、業務等各項資訊，並針對公司重大發展發佈新聞稿與重大訊息，提高資訊透明度。

## 機構投資人CSR溝通

我們主動向國內外機構投資人寄發線上問卷，以了解他們對於企業社會責任與SRI的看法，並傳達落實企業社會責任的決心與成效。我們寄發了上百份問卷，但回覆率偏低。在有限的回覆中，歸納整理出一些SRI趨勢。

**首家進行機構投資人CSR調查的電信業者**

- 部分機構投資人在進行投資決策時，會將公司是否落實企業社會責任納入考量。
- 部分受訪者認同「公司治理」與「人力資源發展」為評估公司績效時之重要指標，也有受訪者已將新興的「碳管理」納入考量。
- 部分機構投資人了解中華電信在企業社會責任上的努力並表示贊許。



# 創新 Innovation

在競爭激烈的電信經營環境中，企業是否適時展開創新行動，不但會影響員工向心力、影響消費者對於企業的觀感，也會影響企業的長期價值。

為了因應前瞻創新的長遠發展，中華電信提高了企業研發資源的使用效率，也提升了與外部研發機構的協力，積極進行有利於社會與環境的流程改造和產品創新。

因應氣候變遷也是公司創新的外在動力，中華電信近年來以技術的創新能力，開展新的市場定位，並且降低經營風險與營運成本，以遵循法規的作法提升商譽和合法性，為企業增加了新市場機會、擴大產品差異性、提高品牌價值和聲譽。

S Stakeholder 利害關係人

# 前瞻創新

## 投資人/股東、政府、商業夥伴、全球環境

**聲音** 努力創新，人類的未來可以改變。

**承諾** 成為國內前瞻創新的標竿企業。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 標竿指標 | 研發金額和營收佔比最高的電信業 | 需達成 | 32億 | 繼續領先 | P24 |

得獎紀錄

- 經濟部「產業科技發展獎—傑出創新企業獎 」
- 經濟部「國家發明創作獎—貢獻獎」
- 經濟部標準檢驗局「第10屆全國標準化獎—公司標準化獎」
- 警政e化勤務指管系統榮獲第7屆金圖獎最佳應用系統獎
- 城邦文化「十大科技金獎」之「年度產品創新金獎」、「行動通訊類金獎」
- 開放式Telematics服務平台-InfoQ榮獲2009年資訊月傑出資訊應用暨產品獎及2009年第7屆Linux黃金企鵝產品獎
- NGOSS 演進計畫榮獲國際電信管理論壇2009年最佳實務應用—電信服務運營商卓越獎

# Management 提昇創新效率

# 管理

掌握產業趨勢、積極創新研發是我們持續茁壯的原動力。2009 年雖面臨全球金融風暴的嚴峻環境挑戰，我們仍然投入近 32 億的研發經費，並且持續改善創新流程，不僅研發金額投入與 2008 年相當，更佔公司年營業收入 1.71%，研發規模為台灣電信業之最。

## 提高研發資源效率

我們致力於持續提升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、CMMI(Capability Maturity Model Integration ，能力成熟度整合模式 ) 工作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。

此外為更加有效、機動緊密結合電信研究所與營運單位之資源以掌握商機，電信研究所分別於台北及高雄成立服務據點，以達到研發與市場行銷一體之整合功效。

## 提升外部協力創新

我們領先國內電信業者，跨足「長期演進技術」（Long Term Evolution, LTE）之先進 4G 技術。透過與易利信合作發展「LTE 實驗網」，有助於台灣 ICT 產業在邁向下一個行動寬頻世代的過程中，保持全球競爭力。

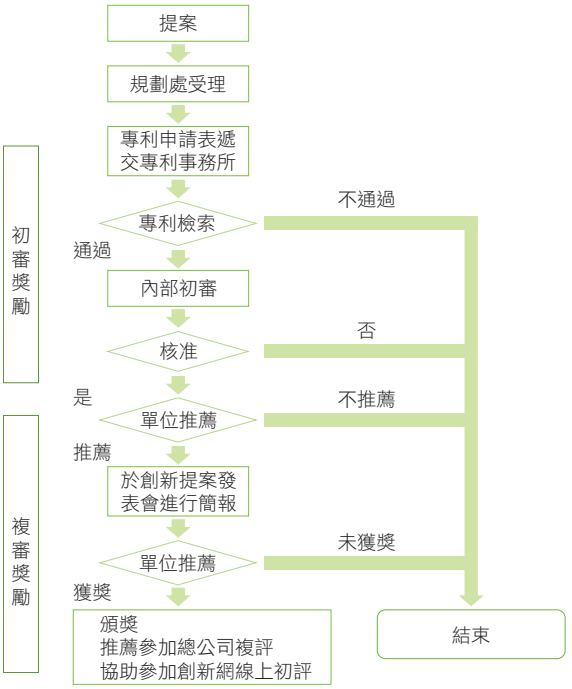
2009 年 11 月，我們與微軟 (Microsoft) 簽訂了雲端運算 (Cloud Computing) 策略聯盟合作備忘錄，將針對用戶端設備軟體應用服務和雲端服務等進行合作，以新的營運模式攜手開創雲端服務商機。

在智慧電網技術發展領域，根據台電公司的規劃，2012 年之前，台灣 2.3 萬使用 11000 伏特的工業級高壓用戶，用電量將占全台 50%，屆時將完成智慧電表換裝。因此，我們正與大同公司合作開發智慧電表，由大同公司負責硬體開發，我們負責數據無線網路傳輸。目前已在某些小區域進行測試。未來，我們將積極發展成為台灣智慧電網的先趨與領導者。`

## 有利於社會與環境的創新

環境保護與社會議題改善的創新產品與服務將是未來全球企業競爭力的重要核心，身為肩負企業社會責任使命的電信業龍頭，我們已將環境與社會創新列為未來研發策略之核心，計劃性投入研發資源，以期創造社會、環境、與企業三贏的共好局面。

**創新提案比賽流程圖**



# Management 擴大創新參與

## 管理

面對日新月異的電信應用，多元的生活經驗是創新的重要源頭。除了內部專責研發單位和外部技術夥伴，我們也廣邀大專院校同學與全體員工加入研發行列，並提供研發職位和內部創業機制，讓研發成果能發揚光大。

## 電信應用大賽

我們自2003年開始針對大專院校同學舉辦的「電信應用大賽」，素有「電信奧斯卡」美譽，每年皆吸引超過2千人組隊參加，至2009年第七屆為止，累計已超過17,000人參加比賽。

2009年電信加值應用大賽共分為五個組別：「寬頻加值應用組」、「3G行動數位生活應用組」、「3G行動校園網應用組」、「固網加值應用組」與「資通訊技術(ICT)應用組」，歷屆參賽隊伍中的優秀人才，也紛紛網羅至我們旗下的數據分公司、行動分公司及電信研究所相關單位擔任重要的研發工作。

今後比賽規劃方向將與我們的業務更加緊密結合，並且持續擴大參賽邀約對象，預定2010年新增「整合行銷組」，邀請商管相關系所學生一同參與盛會。

## 員工內部創業

除了教育訓練的培育途徑，我們亦鼓勵員工內部創業。目前，中華立鼎光電團隊是經過內部評估，獲准於電信研究所進行創業育成的團隊。

該團隊係利用電信研究所已有之光通訊模組製程設備，開發新一代短波紅外影像模組，並致力於提昇國內產業技術。目前產品試銷至歐洲各國，並和歐洲設備商合作，進行環保相關應用開發，如太陽能面板裂痕檢測、垃圾分類檢測等；目前正積極尋求相關產業的投資合作，期能活化公司研發成果，落實技術與服務之加值應用。

# Address eICT創新

## 重點

eICT 之創新理念是我們前瞻創新眼光的具體呈現。展望未來的 ICT 產業發展，將不再侷限於資通訊技術之深入研發與應用，所有的技術與研發預期都將和永續經營與社會責任緊密相連，因此我們重新檢視創新研發的使命，以通訊技術（CT：Communication Technology）為根基，資訊科技（I：Information & Information Technology）為發展骨幹，並具體落實三個「e」，這三個「e」分別是：

1. energy 能源：使用再生能源、降低能源消耗。
2. environment 環境：減少資源使用、監測環境變動。
3. empower 培力：關懷弱勢群體、助益社會發展。

## CT－通訊技術領域

近年來，我們於通訊技術領域之研發成果包括三大類：

1.完成整合式無線市話及寬頻上網系統研發，以達到村村有寬頻之目標。

2.有線／無線通訊系統服務品質之改善。

3.引進並架設衛星行動電話系統。

### 衛星行動電話系統

為配合內政部防救災衛星行動電話系統之政策需求，並確實解決以往偏遠地區、海上、山區、災區無法通信或通信不良問題，我們特別自國外引進全球知名的Thuraya衛星電話系統，透過衛星通信、定位等技術，以無所不在的網路，使我們的各項服務可以延伸至偏遠地區及海上、山區。

## I－資訊科技領域

### 雲端運算

我們做為台灣雲端運算產業聯盟之領導者，已在雲運服務領域陸續推出創新之服務內容。

### SaaS CRM 客戶關係管理服務

以 SaaS（Software as a Service，軟體即服務）的方式，協助中小企業在有限的預算下，能利用雲端技術進行客戶關係管理，為企業創造更多營運價值。除提供企業客戶完整 CRM 應用外，亦可搭配加選簡訊、eDM、傳真等加值服務，以強化企業更完整的 CRM 應用服務，協助中小企業降低 IT 成本並提升經營效率。

### 雲端運算 hiCloud CaaS 服務

hiCloud CaaS(Computing as a Service，運算即服務 ) 是我們採用雲端技術所開發之全新雲端產品。此服務提供虛擬的運算環境，可以在多種作業系統上使用 (Windows、Linux 等作業系統 )，提供用戶最穩定、最安全、最可靠的網路服務環境。此外，使用者亦可以載入自訂的應用設定及程式，執行自己所要的服務。

## Environment－環境領域

我們積極投入通訊網路之創新研發領域，運用本公司優異之研發創新能力，結合本公司無遠弗界的通訊與網路，開發出多項節省資源之產品，愛護我們所居住的環境。

### 經濟部工商憑證智慧卡暨發卡系統

配合資通訊ICT業務的推動，我們研發之新一代Hi-COS 2048 bits智慧卡技術系統，已於2009年12月通過經濟部之行政驗收，並於2010年1月完成經濟部工商憑證分散式發卡機制建置及上線工作。2009年我們工商憑證市佔率100%。2010年底，工商憑證累積核發將達100萬張，節省大量紙張之使用，預估應用服務之交易次數達1億3千萬次以上。

經濟部工商憑證管理中心
http://moeaca.nat.gov.tw/news.html

## Empower－培力領域

身為台灣的資深公民，我們深知社會回饋工作責無旁貸。因此除了積極投入遍遠地區電信網路設施之建置外，並持續針對社會各階層及弱勢團體需求，開發出多項創新產品，促進社會公益價值的實現。

### 智慧型行動化的國民健康自我照護

我們跨足進入家庭預防健診市場的創新，將資通訊技術應用於健康、醫療與照護之相關服務。使用者可快速測量雙手及雙腳各指定偵查點(經絡)後，將資料傳送到遠端後台的電腦資料庫進行智慧分析比對，即可從分析資料中獲取充分的個人健康訊息，以做為個人自主健康管理的資訊來源，並可節省民眾來往醫院之交通能源和醫療資源的浪費。

## Energy－節能領域

我們持續運用電信技術核心專業，開發出多項節能減碳創新產品，除有效節省公司內部能源之耗用外，對外可提供客戶完整的節能服務與產品。

# Address ADOC 2.0計畫

**重點** 2007年澳洲雪梨APEC會議中，台灣代表提出ADOC 2.0計畫，廣邀APEC會員體之民間企業與非政府組織加入，共同建立跨國的公私部門合作平台。中華電信於2008年8月1日簽署「參與ADOC 2.0計畫合作意向書」，正式成為ADOC 2.0計畫的民間發起人之一。

## 與視障者的長期夥伴關係

我們於1988年加入教育部「盲用電腦小組」，與淡江大學盲生資源中心共同進行「中文視障資訊應用系統」的研發。希望提供視障者使用多功能整合性的智慧型電信新服務，真正滿足視障同胞無障礙通訊環境的需求，享有網路各種資源，增加學習及就業機會。

經過多年的努力，我們將研究與實務結合，並獲致豐碩的成果。自主研發的語音合成技術，應用於「中英文盲用資訊系統」，搭配「無障礙行動電腦教室」全省巡迴教學，使視障者也能共同分享數位發展的碩果。

## 以ICT協助視障者遠距工作

2009年6月2日，淡江大學「ADOC 2.0視障者數位機會中心」正式成立運作，開啟視障者從事客服滿意度調查服務之先河，提供政府及企業雇用人力的新選擇，創造視障者的數位就業機會。先期提供6位視障者參與中華電信客戶服務的工作機會，未來將會持續擴充客服座席。

我們以「整套輸出營運模式」之方式，分享我們建置的經驗與模式。2009年10月，首座海外的「ADOC 2.0視障者數位機會中心」於菲律賓奎松市（Quezon）正式啟用，從軟硬體設備、能力培訓到人才雇用一次到位，普獲國內外媒體好評。「北京視障數位機會中心」預計於2010年9月完成建置。

**視障資訊發展關鍵指標**

| 項目 | 2009 |
|---|---|
| 技術成就 | ● 視障電話客服系統。<br>● 視障「聽打快手」服務系統。<br>● 盲用電影播放系統。<br>● 盲用KTV播放系統、無障礙語音閱讀方案及其他弱視輔具。 |
| 視障資訊電腦教育訓練 | 337人/年，共服務454人次 |
| 視障學生學習輔具(人次) | 407 |
| 無障礙網路及華文視障電子圖書館瀏覽(人次) | 13,787,249 |

ADOC 2.0計畫 http://www.apecdoc.org/

淡江大學盲生資源中心 http://www.batol.net/

# Response 產業鏈效果

## 回應

2009年11月，行政院長吳敦義於行政院第29次科技顧問會議中表示，政府將積極推動六大新興產業，自此「六大新興產業」成為政府最重要的產業發展政策。中華電信長期致力於技術創新，亦重視與台灣產業發展密切結合，積極於六大新興產業建立良好的夥伴鏈結，發揮綜效，共同探索新市場與新商機，開創共生共榮之新局。

## IPv6測試套件獲國際標準

電信研究所研發的第六版網際網路協定 (IPv6) 網路管理測試標準及工具，已正式成為國際 IPv6 Ready Logo 測試標準。

自 2003 年起承接政府委託的 IPv6 標準測試分項計畫，積極協助國內相關科技之推動。歷年來不但輔導國內廠商取得國際 IPv6 認證標章數量居全球第三位之外，亦積極參與國際 IPv6 標準測試相關活動，成為 IPv6 Ready Logo 委員會之創始會員，我們的 IPv6 標準測試實驗室是國際認可之五大 IPv6 認證實驗室之一。積極進行相關測試標準套件之研究與開發，確保掌握下一代網路基礎建設關鍵技術，以為未來國家發展網路相關技術之測試支援。

## GPON互連測試大會

自 2008 年起連續兩年，我們都舉辦「Gigabit 被動式光纖網路」(Gigabit-capable Passive Optical Network, GPON) 測試大會，加速國內 GPON 廠商相關產品的完整性及成熟度，進而帶動光纖寬頻通訊產業的商機，為光世代網路建設創造雙贏效益。

## 資通訊科技(ICT)合作

我們與工研院全面性展開資通訊科技 (ICT) 的合作，12項領域包括：雲端運算、電子書、節能、遠端醫療、數據影音三合一技術 (Triple Play Services/IPTV)、家用即時通訊系統 (Home Messenger)、車用資通訊系統 (Telematics)、無線定位系統、智慧型監控技術、智慧化高解析行動巡查與分享服務平台、3D 影像系統技術平台及辨識系統 (RFID Reader)。

透過雙方的技術合作，預期將能激盪出新的火花，開發出更多電信加值應用服務，進而將生活需求與網路及通訊科技完美整合，不僅擴大我們在資通訊領域的產業基礎，進而帶動台灣資通訊產業的世界競爭力。

# Target 目標

## 研發成果國際化

我們歷年研究成果豐碩，並持續與國際接軌，2009年我們總計獲得我國專利26項，英國專利1項、法國專利1項、德國專利1項、日本專利1項、韓國專利1項、中國大陸專利2項；獲得我國商標權10項；登記著作權99項。除此之外，我們更運用多項國際論壇之參與機會，強化研發成果的國際交流。

### 台日IT商務推動委員會

「台日電子商務推動委員會」成立 8 年以來，已在電子數據交換 (EDI)、無線射頻辨識系統 (RFID) 等領域獲得具體成果。目前台方會長一職由我們的董事長呂學錦擔任。2009 年 6 月召開的「台日電子商務合作官民 6 方會議」，呂董事長及日方會長 NEC 公司川村敏郎特別顧問，分別代表雙方簽署合作備忘錄，除持續電子商務之合作外，將更進一步「創造新商機」及進行「IT 政策交流」。初期，前者將以內容 (Content) 產業為主，而後者則以綠色 IT 為重點。

2009 年 11 月，呂董事長與富士通集團代表間塚道義分別代表「台日 IT 商務對話推動委員會」之台日雙方會長，召開「第一屆台日 IT 商務對話會議」。會中確認將在「電子商務」、「數位內容」與「Green IT」三大領域分別成立工作小組，並推舉業界傑出專家擔任召集人，預計 2010 年於東京舉辦「第二屆台日 IT 商務對話會議」提報成果。

台日 IT 商務對話
http://www.tjbd.org.tw/tw/

### 電信管理論壇

2008 年，我們以 One Stop FMC (Fixed-Mobile Convergence) Service 為主題，拿下當年度「最佳創新計畫管理」卓越獎；2009 年，我們再度以優異的營運系統架構與介面標準化及顯著的營運效益，從包含 AAPT、AT&T、COX、KT、Verizon、Telestra、Telecom ITALIA、Microsoft Online Services 等 20 家主要的國際電信運營領導廠商的激烈競爭中脫穎而出，榮獲年度「最佳實務應用 - 電信服務運營商」卓越獎。

電信管理論壇
http://www.tmforum.org

S 員工、商業夥伴
Stakeholder
利害關係人

# 環境永續

聲音 地球只有一個，應該更愛惜子孫和萬物的生存機會。

承諾 2012的用電量要比2007減少12%，約減少11萬噸$CO_2$排放。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 管理指標 | WBCSD建築物能源效益宣言 | 需符合 | 已符合✓ | 持續符合 | P36 |
| 標竿指標 | 首家進行節能目標設定的電信業者 | 需執行 | 下降12%✓ | 持續執行 | P33 |
| 標竿指標 | 綠色採購金額最高的服務業者 | 需達成 | 2.06億元✓ | 持續領先 | P37 |
| 標竿指標 | 手機回收數量最高的電信業者 | 需達成 | 39,807支✓ | 持續領先 | P37 |
| 標竿指標 | 首家進行供應鏈管理行動的電信業者 | 需執行 | 已達到✓ | 持續執行 | P38 |

得獎紀錄

- 環保署「中華民國企業環保獎」
- 環保署「綠色採購績優企業獎」
- 企業永續發展協會「清淨家園顧厝邊—行動潛力獎 」
- 日立數據系統(Hitachi Data System, HDS)「年度產業獎—最佳資料中心環保策略獎」

# Management 溫室氣體盤查與用電管理

## 管理

延續 2008 年首度推動的「溫室氣體盤查專案」， 2009 年我們持續進行 2008 年排放數據的查證作業，並取得台灣檢驗科技公司 (SGS Taiwan) 所頒發的查證聲明書。

## 盤查結果

經過現場盤查及數據的查證，2008 年我們的溫室氣體總排放總量為 946,020.45 t-$CO_2e$，高於去 (2008) 年報告書中的系統量測值。2009 年系統量測的溫室氣體排放總量為：926,063.03 t-$CO_2e$。

根據盤查及查證的結果顯示，外購電力是我們最主要的溫室氣體排放來源，因此我們具體的減少溫室氣體排放量策略，主要是以用電管理，減少用電量為核心，以此來展開具體的行動。

**2008年中華電信六種溫室氣體排放量(單位:t-$CO_2e$)** EN16

| 溫室氣體 | $CO_2$ | $CH_4$ | $N_2O$ | HFCs | PFCs | $SF_6$ | 六種溫室氣體排放量總計 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 排放量(t-$CO_2e$/年) | 938,837.24 | 2,019.91 | 548.33 | 3,345.79 | 5.52 | 1,263.65 | 946,020.45 |
| 佔總排放量比例 | 99.24% | 0.21% | 0.06% | 0.35% | 0% | 0.13% | 100.00% |

**中華電信溫室氣體排放分析** EN16

| 範疇 | 中華電信溫室氣體排放源 | GHG排放量 | |
|---|---|---|---|
| | | 2008年 (經查證) | 2009年 (系統量測值) |
| Scope1 | 1. 公、工務車的汽、柴油使用<br>2. 廚房與盥洗設備<br>3. 化糞池逸散<br>4. 滅火器及冷媒逸散 | 31,721.54 | 28,679.81 |
| Scope2 | 5.辦公大樓、電信機房、光世代設備所使用之外購電力 | 914,298.91 | 897,383.22 |
| 總排放量 | | 946,020.45 | 926,063.03 |

註：「經查證」，指排放量數據經過公正第三方查證後之數值。「系統量測值」，為中華電信「環境永續發展管理系統」所統計之數值。本報告年度所揭露之溫室氣體排放數據，將於下一個報告年度進行查證，並進行前一報告年度排放量之修正。

## 節能行動目標

2009 年我們宣布了具體的節能目標。我們承諾，在不包含業務成長 ( 即引進下一代網路設備 ) 所增加的用電量下， 2012 年的用電量，要比 2007 年再降 12%。

在機房用電量方面，我們計畫用 iEN 技術全面調控機房的空調；對於電力、交換機、傳輸、行動、接取網路等電信設備，採取了更新、汰換、整併及優化的節能措施；在採購方面，將選擇符合國際綠能標準的設備廠商，具體降低機房的耗電量。藉由以上行動計畫， 實現機房用電 2012 年比 2007 年減量 1.38 億度之目標。

在業務大樓用電量方面，將現有建築優先納入 iEN 計畫，利用智慧型節能系統及企業內部管理平台，預計在 2012 年底節能 0.3 億度。

總計機房用電量和業務大樓用電量，我們的目標是減少 1.68 億度的電力使用，約可減少 11 萬噸的 $CO_2$ 排放量。

## 2009年用電管理成效

在持續推動內部通信機房及業務大樓節能措施，以及全體員工的節能意識提升下，扣除因引進下一代網路設備所新增的用電量後，2009年的總用電度數較2008年減少了12,063,008度，節電成效卓越。

**用電管力成效(不含新增設備)**

| 年度 | 用電度數(Kwh) |
|---|---|
| 2008年 | 1,343,339,812 |
| 2009年 | 1,331,276,804 |
| 差異 | 減少 12,063,008 |

**節能行動目標**

# Management 環境永續管理系統

## 管理

雖然電信業是屬於低污染的產業，但我們認知到在營運過程中所使用到的能源及資源，仍然會對環境造成影響。因此我們建立了完善的管理程序及環境意識，積極採取對環境有益的行動。

## ISO 14001環境管理系統

我們的南區分公司在 2008 年率先成為本公司第 1 個導入 ISO 14001:2004 環境管理系統的單位。有了良好試行經驗後，我們決定每年逐步協助各單位導入管理系統。2009 年行動通信分公司亦已通過認證，取得了 ISO 14001 環境管理系統認證。

在導入系統的同時，我們更強調員工參與和專業培養。以行動通信分公司為例，2009 年在全體員工的積極參與下，總計有超過 200 人次接受 ISO 14001 訓練，共計辦理了 4 場內部宣導會，參與的員工超過 300 人次。此外，共有 138 名員工取得了「環境管理系統建置人員」合格證書，而獲頒「內稽人員」合格證書的員工則有 127 名。我們以完整知識及人力為後盾，讓我們能適時採取正確適當的環境管理行動。

## 水資源管理

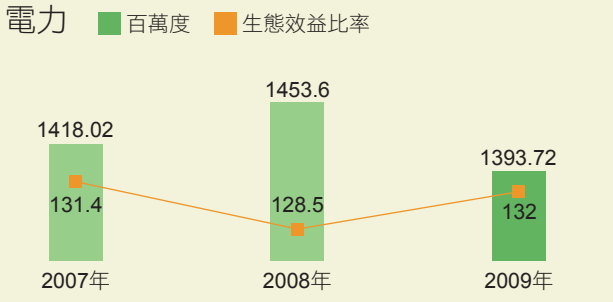
全球氣候變遷與水資源息息相關，有感於全球極端氣候的演變，2009 年我們開始把水資源納入管理的項目，用資訊化界面來管理及分析用水量，並持續推動包括雨水、生活廢水的回收再利用等各項節水措施。

### 雨水回收

為提供海岸線優質通訊品質，我們在花蓮的鶴田山丘上，建置了通信設備。為解決機房空調及日常生活用水問題，我們以最自然的方式收集雨水，在大樓的雨水排水管中設置過濾設備，並開挖地下儲存水槽，做為通信設備維運時的用水，節省水資源的耗用。

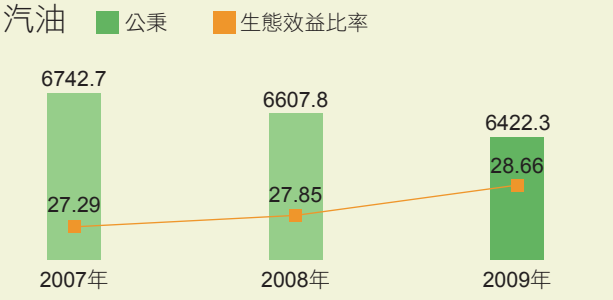
## INPUT

### 電力



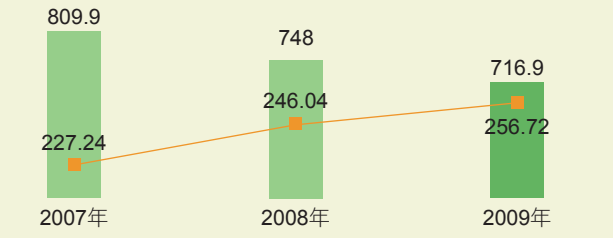

說明1：電力包含引進下一代電信設備之用電量。
說明2：生態效益比率=2009年度營收/用電量

### 汽油



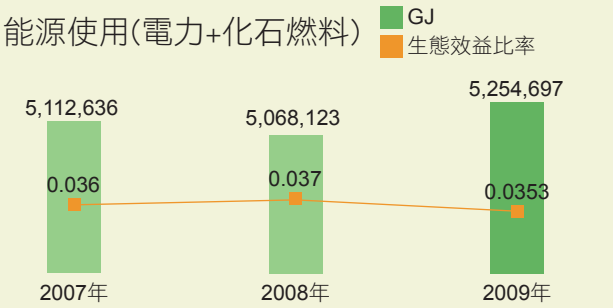

說明： 生態效益比率=2009年度營收/汽油用量

### 柴油



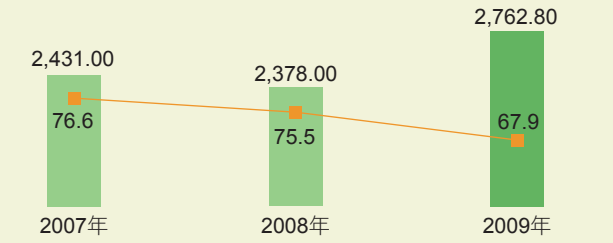

說明： 生態效益比率=2009年度營收/柴油用量

### 能源使用(電力+化石燃料)




說明1：能源消耗總量熱值(GJ)=總用電量熱值(GJ)+總用油量熱值(GJ)
說明2：生態效益比率=2009年度營收/能源消耗總量熱值(GJ)

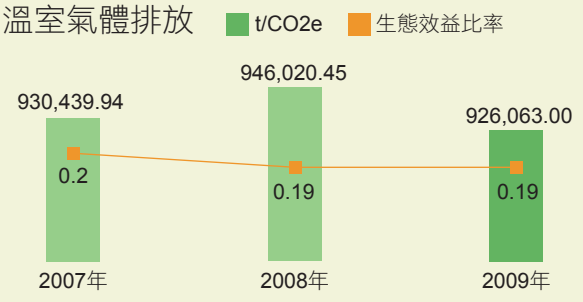
### 用水量




說明：生態效益比率＝2009年度營收／用水量

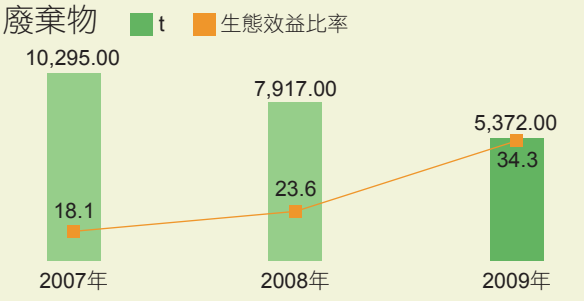
## OUTPUT

### 溫室氣體排放




說明1：2009年溫室氣體排放量，將於2010年進行查證
說明2：生態效益比率＝2009年度營收／溫室氣體排放量

### 廢棄物




說明：生態效益比率＝2009年度營收／廢棄物產生量

### 混合類五金回收數量

| 種類 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|
| 蓄電池(只) | 3,315 | 3,006 | 5,867 |
| 一般線纜(公噸) | 5,018 | 3,219 | 3,267 |
| 廢五金(公噸) | 1,137 | 875 | 855 |
| 充膠電纜(公噸) | 825 | 817 | 460 |

說明：蓄電池的報廢條件為5年以上不堪使用，回收數量與當年度之建設數量有關，並不做為績效指標。

### 客戶端設備回收數量

| 種類 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| ATU-R | 380,213 | 695,999 |
| VTU-R | 57,735 | 145,394 |
| MOD機上盒 | 129,084 | 210,295 |

說明：ATU-R為ADSL Transceiver Unit, Remote terminal end之簡稱；VTU-R為VDSL Transceiver Unit Remote之簡稱。

# Address 電信綠建築行動

## 重點

中華電信全台建築物超過 1800 處，我們希望藉有效提升建築物的能源效益，減少營運成本、增加員工生產力，以達成我們所設定的節能目標。

## 提升建築物能源效益

2009 年，我們開始聚焦在提升辦公大樓等建築物的能源效益 (Energy efficiency)，嘗試多元化的解決方案，並展開提升建築物能源效率行動，以創造最低能源消耗為目標，透過系統改善、建置綠建築，以及創新行為管理模式等方式，來達成耗能及環境影響最小化的目標。

### 節能禮堂

2009年，我們以「環保節能」為主軸，執行了電信研究所禮堂的景觀平台及採光天窗的修繕作業。透過節能設計，白天可透過自然採光，不必開室內電燈，禮堂因此每年約可減少5,760度的耗電量，節省電費約2萬元，減少4,000kg的溫室氣體排放。這項改善方案獲得了環保署的肯定，被選定為2009年「第28屆企業環保獎」觀摩研討會場地。

### 生態工法機房

中華電信南投集集大山機房位於南投縣中寮鄉集集大山，是中部地區的重要通信樞紐。2008年9月，辛樂克颱風夾帶豪雨來襲，造成機房擋土牆崩塌及下邊坡道路中斷，當下除了立即執行緊急處置設施，確保機房安全外，也決定採用生態工法的設計理念來重建邊坡擋土牆。同時把綠化、景觀融合等因素納入，來進行永久性擋土設施的重建工作。本項工程在2009年6月完工，並順利通過了莫拉克颱風超強豪雨的考驗，機房安然無恙。

## 簽署建築物能源效益宣言

2009 年，我們以台灣企業會員的身份，簽署由世界企業永續發展協會 (WBCSD) 所發起的「建築物能源效益（Energy Efficiency in Buildings, EEB）」宣言，將以自發性的管理作為，來履行宣言的具體承諾。

### 回應建築物能源效益宣言

| WBCSD建築物能源效益宣言 | 中華電信的對應行動 |
|---|---|
| ● 設定公司建築物的耗能基線，訂立能源和$CO_2$減量時間表，以符合嶄新的變革 | ● 已於2008年CSR年報中揭露第一階段碳管理目標：「溫室氣體排放量在2013年回歸到2008年水準」，並設定各項耗源減量目標。 |
| ● 透過訂定公司政策來規範建築物的最低能源效益水準 | ● CSR報告-環境永續發展章節中明確揭露碳管理政策，目前正在推動建築物節能效益評估及改善方案。 |
| ● 制定和執行公司內部的稽核計畫，並執行各項有助達成建築物節能目標的策略 | ● 定期進行各分公司及營運處「環保節能績效評鑑」，其中辦公場所用電及節約能源措施，已列入考核項目之中。 |
| ● 在公司每年出版的社會責任報告書或其他報告中，公佈建築物的能源使用狀況、二氧化碳排放量和達到減排目標的進度 | ● 每年定期進行「溫室氣體盤查專案」，同時透過「環境永續發展管理系統」具體掌握及揭露建築物$CO_2$排放狀況。 |
| ● 透過宣傳、行銷活動、研發、教育和培訓，進一步向供應商、員工和其他利害相關人推廣建築物能源效益概念 | ● 定期舉辦「節能訓練」、出版「節能手冊」及建築物節能廣宣海報、標語。<br>● 各項節能措施放置公司互動平台經驗共享。<br>● 鼓勵消費者改用電子帳單及推動各項宣導。<br>● 至各分公司及營運處進行「環保節能績效評鑑」及教育。<br>● 規劃2010年開始針對供應商進行能源效益提升之溝通及宣導。 |

# Address 綠色採購與再生能源

**重點** 中華電信推動環境永續的另一優勢，是我們每年編有固定採購採購預算，以採購的力量推動綠色產業的發展；另外，我們也利用中華電信的建築物優勢，積極開發及利用再生能源，兼顧節能減碳與停電時通信不中斷的效果。

## 綠色採購標竿

2009 年我們的綠色採購金額為 2.06 億元。根據環保署的統計，2009 年全台灣綠色採購金額超過 2,000 萬的企業共有 20 家，合併各分支機構計算，中華電信在台灣所有服務業中排名第一，而總排名則為第三位。我們所有的營運機構，均已簽署了綠色採購意願書，積極參與各縣市政府所推動的綠色消費活動。2009 年採購金額若以縣市來區分，依序為台北市 1.09 億元、桃園縣 2,784 萬，以及高雄市的 2,022 萬元。

我們也積極響應由環保署推動的綠色商店政策，鼓勵員工優先購買綠色產品，因此成為第一家以員工消費合作社加入綠色商店的民間企業。

我們的努力，獲得了台北市政府「民間企業與團體綠色採購」標竿單位，以及「健全環保產品行銷通路及採購資訊」推動綠色商店的獎勵。

## 環保支出

2009 年我們用於環境保護項目的支出費用，總計達 4.685 億元，以具體的行動來促進綠色產業的發展。

**各類環保支出金額(億元)** EN30

| 項 目 | 支出金額 |
|---|---|
| 消毒 | 0.026 |
| 廢紙 | 0.002 |
| 廢棄物 | 0.07 |
| 環保活動 | 0.06 |
| 環境清潔 | 2.46 |
| 綠色採購 | 2.06 |
| 廢水泥電桿打碎清除處理 | 0.007 |
| 總 計 | 4.685 |

## 太陽能光電供電系統

2009年我們建置了國內第一個以太陽能光電提供手機充電、資訊看板，及結合通信電源等應用的太陽能光電供電系統。產生的電力除可提供電信設備使用外，也可作為電力短缺時的支援，真正達到「停電不停話」的服務承諾。

為了提升管理效率，我們的「太陽能光電供電系統」提供了視覺化的界面，讓管理人員可以在線上即時監控日射量、太陽能板溫度、環境溫度、系統輸出電力及電流警告等訊息。國際分公司的枋山機房，以及南區分公司的惠來機房，也因此榮獲了「2009金羿獎-太陽光電優良應用示範系統」優選獎及入圍獎的肯定。

截至2009年底，我們陸續完成了20套，總容量92.7kWp的「太陽能光電供電系統」，並且裝設了128套，受熱模組面積共483.52㎡太陽能熱水器，藉由太陽光電發電系統的設置，配合各項節能設計，達到機房及建築物節能的效益。

# Response 環保行動與責任消費

## 回應

中華電信鼓勵員工參與環境保護活動，全面綠美化辦公區域，與客戶一同減少環境負荷。過去三年，推動帳單整合與電子帳單的努力，已有顯著成效。2008年底我們開始推動手機回收工作，透過與子公司神腦國際的合作，成功回收將近4萬支廢棄手機。

## 世界地球日淨灘活動

2009年世界地球日前夕，中華電信發起由北至南的守護海岸淨灘活動。北部由張總經理曉東帶領總公司及士林營運處員眷250人，在台北縣石門鄉「老梅村石槽海岸」舉辦淨灘活動，桃竹苗地區有電信研究所同仁代表參與行政院海巡署、桃園縣新屋鄉永安雪森林春季擴大淨灘活動，新竹營運處參與守護崎頂海岸淨灘活動；台南營運處則參與台南市環保局「清親海岸、美麗再現」淨灘活動。422當日，全區辦公室午休熄燈1小時，以實際節能行動展現環保的決心。

## 響應清淨家園行動

我們積極參與環保署所推動的「清淨家園顧厝邊」企業行動計畫，齊力為清淨家園、社區環保貢獻心力。2009年1月，我們正式成立環保志工服務隊，期望員工能發揮關懷鄰里社區的能力，自發性維持社區週邊的環境品質，善盡大鄰居的責任。我們以實際行動，促進各個社區的環境衛生及清理效率大幅提升，因此榮獲環保署頒發的「行動潛力獎」獎勵。

## 帳單整合與電子帳單

我們選擇從用紙量最大的電信費帳單開始，著手推動帳單整合計畫，大幅降低對紙張的需求用量。截至2009年底，已有86%客戶接受帳單整合，此舉每年約可節省2.4億張的帳單用紙，相當於減少砍伐約2萬顆原木，減少約4,000噸的$CO_2$排放量。

為更進一步達到無紙化，自2005年8月起我們推出線上電子帳單服務，客戶透過網路可以進行線上查詢、線上繳費，以及帳單分析等服務，截至2009年底，已有283萬門號採用電子帳單，每年約可節省紙張5,000萬張，相當於減少砍伐約4,500顆原木、減少約900噸的$CO_2$排放量。

算式：22萬張A4紙≒20棵原木；A4紙張一張可產生0.018kg $CO_2$

## 廢行動通訊產品回收計畫

行動通訊科技日新月異，加上產品不斷推陳出新，加快了消費者手機汰換的速度。廢手機經回收處理後，可以避免廢手機內的有害物質，在焚燒或掩埋的過程中污染環境，更可以讓手機內的有用物質再生使用，減少地球資源與能源損耗。

2008年12月30日，我們與行政院環境保護署簽訂了「廢行動通訊產品回收合作備忘錄」，全面展開「廢行動通訊產品回收」行動。不分品牌、類型，民眾可將不用的廢棄手機、電池及充電器等配件，攜至319家服務中心及子公司神腦國際公司逾210家門市進行回收。2009年，我們共回收了39,807支廢棄手機與19,120公斤的電池、配件；成為全台灣手機回收計畫執行成效最佳的電信業者。

# Target 目標

## 電信業供應鏈管理

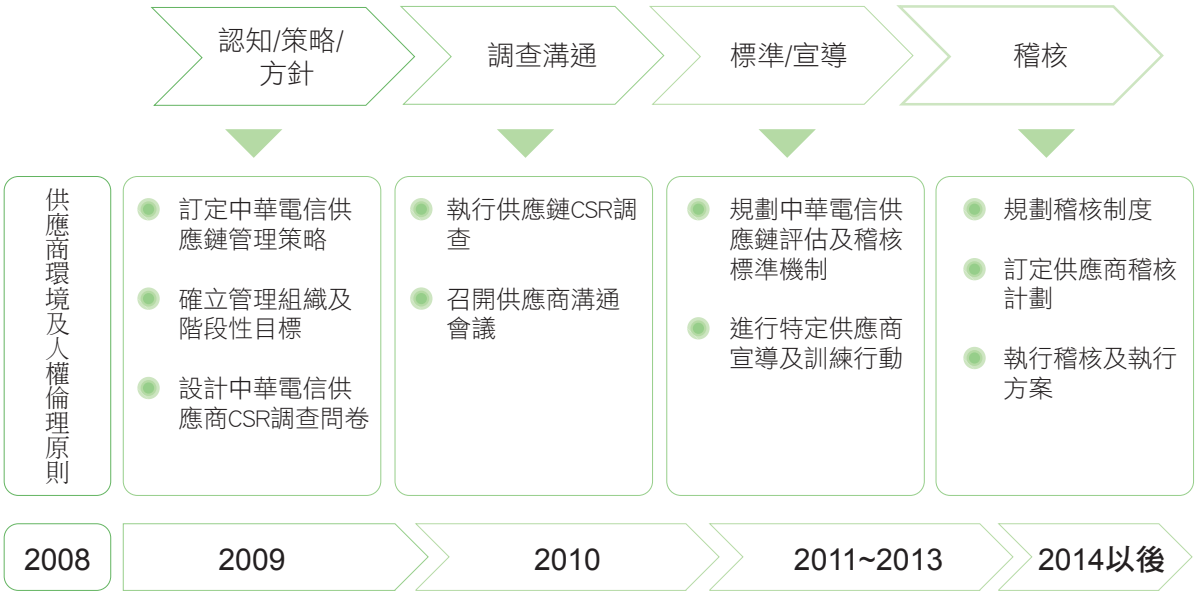
中華電信每年向國、內外供應商購買財物、勞務及工程，舉凡網路設備、資訊工程、纜線、行銷設計與廢棄物處理服務等，採購量及供應商數量甚為龐大。這意味著，我們具備廣大的影響力，去鼓吹供應商共同來履行社會責任。

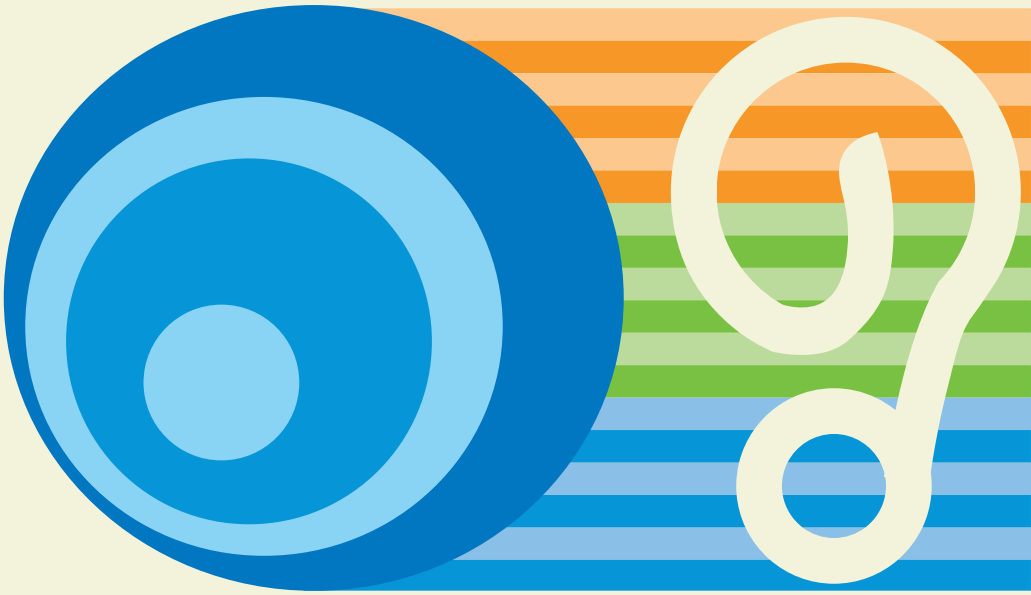
## 供應鏈管理途徑

中華電信是國內首家制定供應鏈管理政策的電信業者。2008年我們正式宣告了「供應商環境及人權倫理原則」，除了在採購需求中明確要求供應商應符合國內勞工及環保法規外，2009年更召集了公司網路、供應及行管等三處室，以全球電子永續發展倡議組織(Global e-Sustainability Initiative, GeSI)所開發的ICT產業供應商自我評估問卷為基礎，完成「中華電信供應商企業社會責任基本狀況調查」問卷，並在企業社會責任委員會核准下，正式啟動「中華電信供應鏈管理」行動。

2010年起我們將針對採購量大，及對社會環境影響性高的供應商，寄發問卷並召開供應商大會，除了瞭解目前供應商因應企業社會責任(特別是勞動人權與環境)的狀況外，並藉由溝通及互動，讓供應商瞭解我們的企業社會責任策略及作為，透過我們的影響力，深化企業社會責任在台灣的落實。

**供應鏈管理途徑** EC6





# 貼心 Inside

2009年中華電信進行了第二次的員工CSR網路調查，以便了解員工對企業社會責任的期望；同時，也對顧客提出多項貼心的加值服務，不僅加深我們服務內容和顧客生活的連繫，也增加更多的新顧客族群。

強調感動服務的企業理念，讓中華電信長期以來一直是消費者心中最為肯定的電信服務理想品牌，也是各界菁英最想進入的夢幻企業之一。由內而外傳達給外界的新形象，是嶄新的橘綠藍企業新標誌。

S 員工、員工眷屬
Stakeholder
利害關係人

# 員工關懷

**聲音** 樂為中華電信人，是因為中華電信得到社會認同的緣故。

**承諾** 持續成為各界人才最想加入的優質企業。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 合規指標 | 身心障礙者權益保障法 | 需符合 | 已符合✓ | 持續符合 | P42 |
| 合規指標 | 聯合國全球盟約 | 需符合 | 已符合✓ | 持續符合 | P43 |
| 合規指標 | 兩公約國內法化 | 需符合 | 已符合✓ | 持續符合 | P43 |
| 合規指標 | 工會法 | 需符合 | 已符合✓ | 持續符合 | P43 |
| 合規指標 | 志願服務法 | 需符合 | 已符合✓ | 持續符合 | P47 |
| 管理指標 | 女性主管比例(%) | 需增加 | 22.48✓ | 持續增加 | P42 |
| 管理指標 | 身心障礙雇用(人) | 需增加 | 709✓ | 持續增加 | P42 |
| 管理指標 | 育嬰留職停薪申請(人) | 需增加 | 55✓ | 持續增加 | P45 |
| 管理指標 | 企業志工服務時數(小時) | 設立指標 | 41,979✓ | 持續增加 | P47 |
| 標竿指標 | 唯一設有工會且與員工簽訂團體協約的電信業者 | 需達到 | 已符合✓ | 持續達到 | P43 |
| 得獎紀錄 | ● 行政院衛生署「健康職場自主認證健康促進標章」<br>● 行政院衛生署國民健康局「健康管理獎」<br>● 台北市政府「健康卓越獎」 | | | | |

# Management 雇用多樣化

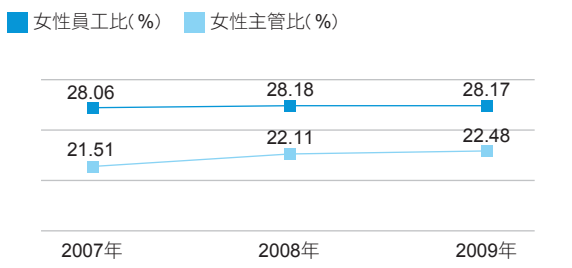
## 管理

我們尊重各種不同差異的員工，並且協助員工平衡職涯發展與家庭生活。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。但為了提供弱勢族群更多的就業機會，人員招考時，我們給予身心障礙者與具原住民身分者特別優惠加分。員工進用後，薪給以同工同酬為原則，沒有性別、年齡、族群、宗教的差異。

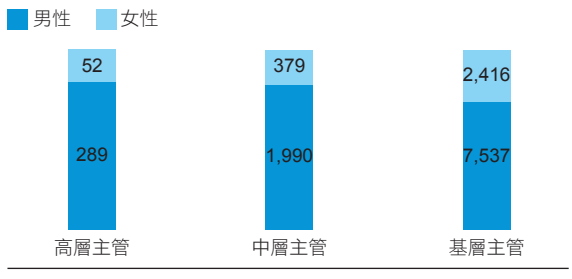
## 落實兩性平權

2009年，中華電信員工總數為24,668人，其中有313名員工離職，新招募員工434人，員工流動率為1.27%。女性員工總數為6,950人，占全體員工數的28.17%。我們確實遵循《性別工作平等法》之規定，明訂「性騷擾防治措施及申訴處理要點」，2009年我們並未收到任何相關申訴。女性員工比例近三年幾乎維持相同，但女性主管比例則緩步上升，2009年為22.48%。

### 兩性平權—年度別 LA2




### 兩性平權—職級別 LA2




## 支持身心障礙者就業

2009年我們進用之身心障礙員工達員工總人數的2.87%，共計709人，為法律規定的3.1倍。充分展現優良企業公民的表徵，超越法律的要求底線。

## 尊重原住民族權益

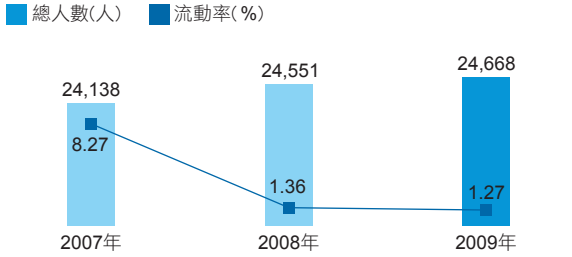
原住民族豐富了台灣文化的多樣性，中華電信進用之原住民族員工有50位，我們也確實尊重他們不同的文化習俗。

### 身心障礙者權益保障法

- 《身心障礙者權益保障法》第38條第2項：「民營事業機構進用具有就業能力之身心障礙者人數，不得低於員工總人數百分之一」。

### 身心障礙僱用人數 LA13

### 員工總人數與流動率 LA1, LA2



# Management 人權保障與勞資關係

## 管理

中華電信致力於勞資合諧的維繫，並遵循國際人權公約的規範，包含：《聯合國世界人權宣言》及《國際勞動組織公約》的核心精神，禁止任何形式之歧視，禁止強迫勞動與使用童工。

## 人權保障與反貪腐

我們與國際各大型企業一致，認同《聯合國全球盟約》的十項普世原則，特別是反對一切形式的貪瀆和賄賂。除確實履行納稅義務外，不進行任何政治捐獻。

呼應2009年12月，聯合國《公民與政治權利國際公約》及《經濟社會文化權利國際公約》的國內法化，我們將加強員工人權意識提昇，讓公司員工、客戶、供應商、投資者和社區都能受到尊重與公平的對待。

### 聯合國全球盟約

- 《聯合國全球盟約》(Global Compact)是2000年在聯合國啟動的企業社會責任宣言，規範了企業在人權、勞工和環境上的行為準則。

  在人權方面，《聯合國全球盟約》希望企業應該尊重和維護國際公認的各項人權，絕不參與任何漠視與踐踏人權的行為；在勞工標準方面，『聯合國全球盟約』希望企業應該維護結社自由，承認勞資集體談判的權利，徹底消除各種形式的強制性勞動，消除童工，並杜絕任何在雇用方面的歧視行為。

### 兩公約國內法化

- 2009年12月10日，政府宣布通過將聯合國《公民與政治權利國際公約》及《經濟社會文化權利國際公約》國內法化。對中華電信的影響是，我們將持續促進企業的營運行為對人權保障可能的正面作用，並同時減少其負面影響。

## 勞資和諧

中華電信是國內唯一設有工會且與員工簽訂團體協約的電信業者，不只符合國內外嚴格規範，也展現出我們維護員工權益的決心。依團體協約內容，員工除了享有提案、申訴、加入工會之權利外，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；勞方代表可出席人評會，列席考核會、業務會報等；同時，我們依2003年6月6日立法院決議，設置勞工董事一席，參與董事會相關事務。2009年，員工加入工會之比例達99.3 %。

本公司董事長、總經理不定期與工會理事長、理監事等工會代表座談或電話溝通，確保勞資溝通管道暢通。2009年共計召開6次全區勞資會議，並加開2次臨時會，針對相關議題達成多項共識。此外，也召開13次與勞動條件(績效考核及績效獎金核發)有關之協商會議並做成結論，有效增進勞資和諧。

我們各類新進人員之起薪標準均高於法令規定之最低工資。各機構組織整併或移轉時，我們也會在實施日期前周知有關單位與人員，配合辦理相關人員職務核派事宜。以上各種措施，均能有效增進勞資和諧。

此外，對於各機構擔任客戶服務或線路維運業務優秀委外人員，我們訂有納編為正職員工之制度，以照顧各營運據點之當地委外人員。

### 工會法

- 第6條，同一區域或同一廠場年滿二十歲之同一產業工人，或同一區域、同一職業之工人，人數在三十人以上時，應依法組織產業工會或職業工會。
- 第12條，凡在工會組織區域內，年滿十六歲之男女工人，均有加入其所從事產業或職業工會為會員之權利與義務；但已加入產業工會者，得不加入職業工會。

# Management 人才吸引與培訓

## 管理

2008年的全球金融風暴仍然影響2009年的景氣，中華電信確實做到「不裁員、不減薪、不休無薪假」的承諾，讓員工能夠安心工作、致力表現。2009年我們用於投資培養人才與員工教育訓練的費用，佔全年營收比重的3.1%，歷經金融風暴，每人平均訓練經費仍維持相當的水準。

## 持續增加就業機會

2009年，中華電信持續增加就業機會，搶救失業。共招考進用新進人員434人。因應未來組織多樣化業務特性需求，並協助政府推動綠能、生技、醫療、照護、精緻農業、觀光及文創等六大新興產業發展，我們採取了積極的員工激勵培育措施，透過訓練與發展留住人才。為電信科技人才的世代交替做最好的準備。

## 績效考核

中華電信已建立完善的績效考核制度，對於公司各職級員工的績效評估作業，都能用標準化方式進行。

我們也確保每位員工都能夠與直屬主管進行績效項目之討論溝通。在各階段考核工作中，各級主管皆須進行面談工作，以協助員工清楚的瞭解工作上應扮演的角色與職責，指引其工作生涯規劃的方向，以提升員工士氣及組織認同感。

## 高階經理人CSR考核

為確保公司CSR策略與營運策略相結合，我們對於高階經理人績效之評估，除傳統之財務指標外，也將回應利害關係人意見、達成環境管理目標、提昇公司公益形象等納入考量。

**教育訓練相關規範**

- 《中華電信股份有限公司從業人員就讀大專院校（含研究所）處理要點》
- 《中華電信股份有限公司培育經營管理人才實施要點》

## 電信訓練所

電信訓練所每年開辦本職學能訓練，有系統的針對核心網路技術、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八大專業領域，擬定計畫開班調訓，辦理同仁培育訓練工作。

為提升經營團隊實力，電信訓練所也定期開辦領導力訓練，及優秀主管擔任轉投資公司經營代表及股權代表人才訓練。

2009年，透過實際的上課與遠距視訊教學，員工訓練總時數達192萬小時，投入總金額達6億6,136萬元。

## 合作培養菁英

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。2009年，員工申請進修補助者有1,142人次，投入的總金額為1,653萬元。

**員工教育訓練** LA10

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|
| 總訓練經費(元) | 616,673,532 | 659,309,528 | 661,362,885 |
| 每人平均訓練經費(元) | 25,549 | 26,855 | 26,819 |
| 總訓練時數(小時) | 2,023,112 | 2,190,419 | 1,927,751 |
| 每人平均訓練時數(小時) | 84 | 89 | 78 |

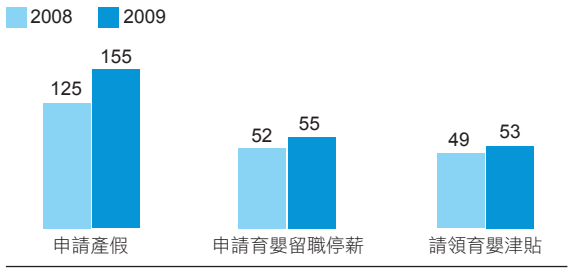
# Address 平衡職場與生活

**重點** 為了協助員工在生活與工作中求得平衡，我們領先業界自2006年起實施育嬰留職停薪制度，並且提供優於法令的健康照護；全台各地的「中華電信會館」是員工出遊的好選擇，會館中多項節能措施也展現出我們對於環保的用心。

## 平衡職場與家庭

人口老化與少子化，對於台灣社會的影響將越來越明顯。為了協助員工兼顧事業與家庭、善盡父母之職，自2006年7月起，我們率先開始實施育嬰留職停薪制度，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。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。2009年，申請產假有155人；申請育嬰留職停薪則有55人；請領育嬰津貼者共計53人。

育嬰留職停薪津貼申請員工數




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

## 關注身心健康

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。2009年，我們共舉辦健康專題講座230場次。另外為增強員工體能及認識鄉土之美，我們共舉辦了體能競賽32場次、知性之旅111場次。我們也持續進行員工協助方案(Employee Assistance Program,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、理財、醫療諮詢及工作、生活服務資訊等問題。相關員工健康照顧之支出，約佔全年營收的0.15%。

## 中華電信會館

本公司也鼓勵員工走出戶外、體驗大自然。利用全台各地閒置的備勤宿舍，整修成「中華電信會館」，會館服務均由員工兼理，採半自助式服務。同時加強了環保節能措施，除各會館備品統一購置、建置太陽能熱水設備、提供環保自行車租借外，也不忘宣導旅遊中應有的環保觀念。目前共有29處、可提供460個房間。

員工健康檢查 LA7, LA8

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|
| 員工健康檢查人數(人) | 23,378 | 24,018 | 23,924 |
| 員工接受健康檢查比例(%) | 97.08 | 98.09 | 98.03 |
| 員工健康檢查總費用(元) | 38,734,376 | 39,851,601 | 67,978,876 |
| 職災發生率(‰) | 1.33 | 1.06 | 1.09 |

# Response 健康安全與退休保障

## 回應

我們強調工作場所的安全，多年來持續推動各項職業安全衛生管理系統；更注重員工退休生活保障，讓員工沒有後顧之憂。

## 職業安全衛生管理系統及其驗證

中華電信定期追蹤勞安績效與工作相關設備的安全，以提供員工一個安全健康的工作場所。2009年，全區總合損傷指數為0.14(註)。

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」及「系統化」機制，落實員工安全衛生的管理，提升營運品質及安全水平。

OHSAS 18001職業安全衛生管理系統驗證是全球企業共通的語言。為符合台灣現況，2007年，行政院勞委會也正式公布了可滿足事業單位「獲取國外驗證」與「符合國內規範」雙重需求之TOSHMS職業安全衛生管理系統。

至2009年底，我們共有33個分支單位通過OHSAS 18001驗證，其中23個單位通過 TOSHMS驗證。

註： 總合損傷指數 = $\sqrt{(\text{失能傷害頻率} * \text{失能傷害嚴重率})/1000}$

**工作傷害** LA7

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|
| 失能傷害頻率 | 0.71 | 0.89 | 0.56 |
| 因公死亡(人) | 6 | 8 | 6 |

註： 失能傷害頻率 = 失能傷害人次數*$10^6$ / 總經歷工時

## 新型流感因應措施

2009年，新型流感(H1N1)在全球各地都引起相當注意。由於新型流感的傳染途徑與感染症狀，都與季節性流感類似，為慎重起見，我們採取了相關管理措施。

## 勞工退休準備金

我們員工的退休事項依據《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。每月依規定提撥勞工退休準備金上限（15%）至指定帳戶，充分發揮企業照顧員工之愛心。

**退休員工終身學習**

2009年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。

# Target 企業志工服務

## 目標

企業志工是企業社會責任的延伸，為了鼓勵我們的同仁積極關懷回饋社會，我們已規劃將志工假納入正式的人事制度，藉由彈性的志工服務選項，以及免費專業的志工訓練，有效提昇企業志工的社會貢獻。

## 遵循《志願服務法》

為了激發同仁投入志願服務的志業，以實際行動共同實現公民社會的理想，2007年11月30日，我們依循《志願服務法》的精神，訂定全國第一本企業志工服務作業要點暨企業志工服務計畫書，做為我們推動企業志工服務的準繩，逐步建置臻至完備的管理制度。

## 志工訓練計畫

為了確保企業志工服務環境的安全與衛生並保障受服務者的權益，除了法定基礎訓練，因應服務計畫的不同，我們提供完善、專業的志願服務特殊訓練課程，藉以促進貢獻效能達到極致，全面提升企業志工服務的水準。2009年，我們總計完成6,692小時的志工(含基礎訓練暨特殊訓練)教育訓練課程。

## 企業志工服務

截至2009年底，我們累計892名(佔員工總人數3.72%)員工完成法定志工教育訓練，並獲頒國家認證之「志願服務紀錄冊」。透過企業與社會資源的結合運用，我們策劃不同形式的公益活動，2009年，總計奉獻了41,979小時的企業志工服務。

**志願服務法**

- 第七條(運用計畫之辦理)
  志願服務運用者應依志願服務計畫運用志願服務人員。

  前項志願服務計畫應包括志願服務人員之召募、訓練、管理、運用、輔導、考核及其服務項目。

- 第九條(志工之教育訓練)
  為提昇志願服務工作品質，保障受服務者之權益，志願服務運用單位應對志工辦理下列教育訓練：
  一、基礎訓練。　二、特殊訓練。

## 志工假全額給薪

根據目前志工假制度的規劃，每一位員工每年都會擁有給薪志工假。

中華電信超過2萬多名員工、遍佈全台各地。如果每位員工都能充分使用志工假，將可以提供各民間團體豐沛的人力資源，有助於台灣公民社會的發展。

## 員工參與志工活動調查

我們鼓勵員工參與公益活動，豐富人生經驗。透過內部網路線上調查的方式，了解員工對於參與志工項目的偏好。調查結果，員工最感興趣的志工參與項目，依次是：

- 協助偏鄉學童數位學習、維護電腦設備（22.94%）
- 參與生態保育工作(20.08%)
- 敦親睦鄰(19.95%)

S 客戶、民間團體
Stakeholder
利害關係人

# 感動服務

聲音 感動服務，就是得到「超越我所期待」的直接感受。

承諾 持續成為消費者心中最為肯定的電信業品牌。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 管理指標 | 客戶滿意度：一般消費客戶（滿分為5分） | 需增加 | 3.73✓ | 持續增加 | P51 |

得獎紀錄

- 交通部「二等交通專業獎章及證書」
- 天下雜誌「2009台灣最佳聲望標竿企業調查—電信服務類第一名」
- 1111人力銀行「台灣良心企業」服務業第一名
- 今周刊「商務人士理想品牌電信業品牌第一名」
- 壹週刊「第6屆服務第壹大獎—行動電話/固網通訊類第一名 (emome)」
- 壹週刊「第6屆服務第壹大獎—行動電話/固網通訊類第三名 (HiNet)」
- 管理雜誌&哈佛企業管理顧問公司「台灣全區消費者心目中理想品牌」之「行動電話系統」類及「數據網路服務 (ADSL)」類第一名
- Frost & Sullivan Asia Pacific ICT Awards「年度固網寬頻服務業者獎 」

# Management 品牌管理與產品使用推廣

## 管理

長期以來，「中華電信」代表著高品質、穩健、在地的服務。我們積極思考如何透過品牌管理來有效活化現有資源、創造與競爭者的差異，也持續關懷客戶的需求。除了提供高品質的電信產品／服務外，我們也致力於協助客戶更有效率的使用電信產品／服務。

## 品牌管理策略

中華電信總經理為品牌長，負公司全部品牌之創設、管理、修改、督導之責，並透過CSR會議與各業務群副品牌長溝通。業務群副品牌長由分公司副總擔任，遵循企業整體品牌策略，並在授權範圍內靈活獨立運用，操作專屬品牌。

「中華電信」在台灣社會代表無與倫比的信賴感，因此我們採取支持型品牌架構：將公司所有的次品牌都與「中華電信」在意義或視覺支持上做連結。

我們也採用了多樣的績效指標，如市場/產品滲透、客戶忠誠度與滿意度、品牌價值、員工吸引與留用等，來衡量品牌對於公司長期發展的影響。

## 打造CSR品牌

中華電信不僅要打造「綠色」品牌，更要發展成為台灣第一的「電信CSR」品牌。在我們依序展開的不同工作中，CSR的落實是相當重要的策略之一。CSR有助於提高客戶對我們的認同，也有較高的偏好度與忠誠度。CSR也可以提昇員工對企業的向心力，形成良性的循環。為此，總經理(品牌長)與主管CSR策略與發展的高階主管，定期開會並就營運策略與CSR策略的結合，交換意見。

**品牌管理架構**

## 高品質的產品/服務

提供高品質的產品/服務是我們的一貫政策，在產品/服務本身，我們通過2009年NCC第三代行動電話業務服務品質評鑑與調查，並且每月提報本公司數據通信接取服務網路品質測試結果。關鍵績效指標項目詳如下表，我們的實績值均明顯超越NCC規範標準的指標值。

另外，我們也持續強化通路合作夥伴關係，以提供客戶更高品質之服務。

**電信服務業關鍵績效指標** PR5

| 項目 | NCC指標值 | 中華電信實績值 | 統計期間 |
|---|---|---|---|
| 市話接續完成率 | ≥ 95.6% | 99.99% | 2007.7.1-2008.6.30 |
| 行動電話通話中斷率 | ≤ 3% | 0.49% | 2009.2.1-2009.4.30 |
| 數據通信接取服務封包遺失率 | ≤ 3% | 0.0005% | 2008.7.1-2009.6.30 |

註：2009年NCC未進行市話接續完成率之調查

## 免費客戶教育訓練

教育消費者有效率使用電信設備/服務，一直是身為台灣電信龍頭的我們責無旁貸的任務。2009年，為了協助智慧型手機客戶更有效率的使用，發揮手機最大的功能，我們開設了9種Dr.mPro 免費訓練課程，講授手機基本操作與設定、進階與特定功能、mPro行動公事包及Hami服務介紹。合計開設459班次、參加人數7,979人次。

# Management 客戶服務

## 管理

2007年中華電信成立客戶服務處，整合全區客服中心，即積極引進國際客服營運管理的認證訓練，強化客服團隊提升服務品質的共識理念，邁向國際顧客服務的營運標竿。2008年，進行澳洲AQF(Australian Qualifications Framework，澳洲資格認證架構)客戶服務營運管理、AQF客戶接觸溝通技巧及開發能力等專業認證訓練。2009至2010年進行香港APCSC(Asia Pacific Customer Service Consortium，亞太顧客服務協會)顧客服務分析及審查員認證訓練，並致力於作業流程改進，並因此獲得ISO9001認證。另建立神秘客查訪機制，以客戶角度自我稽核提出改善建議，不斷精進，為顧客提供更貼心更精緻的服務。



## 全面精進客戶服務品質

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，加強營業櫃檯與空中櫃檯的協同作業，建立相互支援處理複雜案件之機制，提供客戶完整的服務。同時，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自訪調查，即時改善服務品質。

- 實施「服務中心客服品質實地調查」，全面檢測櫃台服務品質，並驗證客服人員實際服務客戶的行為。
- 辦理「感動服務-再造工程」，建立精緻化服務標準，提升櫃台人員服務品質，進而內化精緻服務成為本公司企業文化。
- 完成全區營業櫃台「SGS Qualicert」國際服務品質認證，維持優質服務水準。
- 實施系統自動預警監控營業櫃台客戶等候時間、人數，針對客戶等候人數逾服務櫃台數倍數時，統一由系統自動告警主管人員，立即調度人力支援改善，並落實現場主管走動式管理。
- 強化各業務受理系統及櫃台e化功能，提高申辦案件處理效率，並簡化各業務申請流程。

## 網路及電話客服中心

為充分發揮便民服務之精神及減少辦理業務所需之交通往返，我們在符合電信相關法規之規範下，增加多項只需透過網路（網路櫃檯）或電話（空中櫃檯）即可完成申請或異動的服務，例如：透過網路客服中心可申請「補寄繳費證明」，透過電話客服中心可申辦「Hinet KOD」等，除了提高客戶申辦業務之便利性，減少交通往返亦達到節能減碳的目的。

## 企業客戶

- 有業務經理服務客戶：針對大客戶及貢獻度高之中小企業客戶，我們指派業務經理做為單一服務窗口，同時提供企業客戶客製化資通信之整合性服務，協助企業客戶降低成本達成經營目標。
- 無業務經理服務客戶：提供套餐優惠包裝，由各營運處不定期電話行銷，舉辦客戶說明會。

## 降低委外人員流動率

我們整合全區客服勞務委外標案，建立勞務委外作業標準與評核機制，採合理之固定價、限制性招標方式。並且於委外合約中明訂承包商與其員工的僱用合約應遵守勞基法及勞工安全衛生法等相關法令。委外人員流動率由原本3.34%大幅降為0.75%。

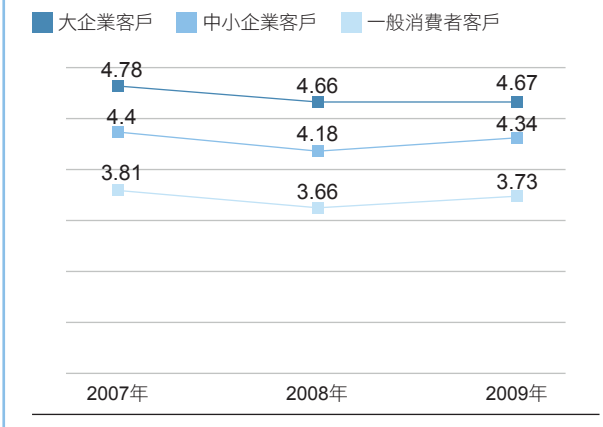
# Management 意見回饋管理

中華電信重視每一位客戶的寶貴意見，設有方便使用且全年無休的客戶意見回饋機制。另外，為了找出客戶最關心的問題與期待，做為企業成長努力的方向，我們每年委由外部市調公司進行客戶服務滿意度調查。

## 客戶意見回饋機制

中華電信重視每一位客戶對我們的指教，設有全年無休、24小時服務窗口，讓客戶可以透過網路、電話或電子郵件反應意見。我們也建立了客戶意見處理系統(Customer Opinion Process System ,CPS)，可將客戶回饋之意見(包括申訴、讚美、改善建議等)即時傳達予產品工/業務單位(如機線維運、產品設計/行銷、帳務等部門)人員，以及風險管理部門和公關部門處理；每月更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** PR5




註：每一項服務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，並分別以滿意度分數5、4、3、2、1表示。

## 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，就一般消費客戶、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。

為了獲得更客觀的客戶滿意度資訊，做為日後服務品質改善之參考，自2009年10月開始，我們增加自動化即時語音回撥方式執行客戶滿意度調查；針對客服中心來電且同意接受滿意度問訪之客戶，在結束該通服務後會接到語音問訪電話，以獲得更即時、客觀的客戶滿意度資訊。

**客服專線關鍵績效指標** PR5

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|
| 客戶滿意度 | 4.41 | 4.71 | 4.74 |
| 20秒內人員應答率 | 79.1% | 87.1% | 82.61% |
| 首通電話結案率 | ----- | 96.7% | 86.17% |

註：「首通電話接案率」是確認客戶是否「只撥一通來電」即獲客服人員提供完整服務。

# Address 救災與責任通信

**重點**

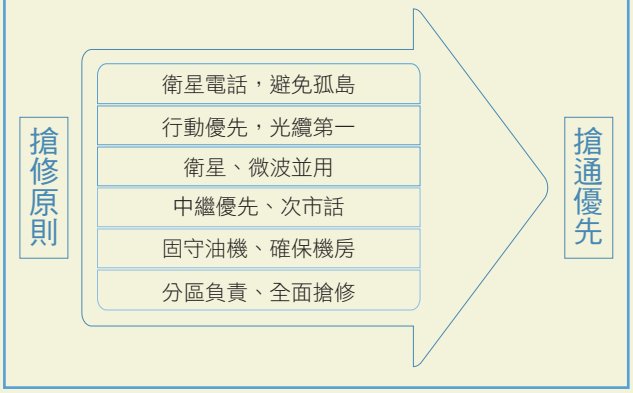
「手機通了，電話兩頭都哭了」，這是我們八八風災通信搶修人員在現場傳出最讓人感動的一句話。風災一發生，我們全力動員快速恢復災區通信，無論是跟著開路怪手挺進災區，還是駕著竹筏載運抽水機赴淹水機房抽水，均抱著「搶通為先」、「使命必達」的精神迅速完成搶修任務，並於搶修期間，達成工安零事故的使命。

## 通訊無孤島

莫拉克颱風造成中南部部分地區市話及行動基地台受損嚴重。為緊急恢復通信，我們即刻動員大量人力、物力投入搶修工作，運用各種管道與軍方協商，申請直昇機運送搶修人員及衛星基地台設備，總計43架次，運送人力102人次，油料9,610公升以上，發電機18部，衛星通信設備8套。

同時，以四輪傳動衛星行動車，搭載可攜式衛星天線、基地台設備、油機、油料及搶修人員，於第一時間挺進屏東縣林邊鄉、台東縣大武鄉、太麻里鄉、高雄縣那瑪夏鄉、甲仙鄉、桃源鄉、茂林鄉、六龜鄉寶來、荖濃等災區最深處，緊急架設衛星基地台，及時搶通故障基地台，提供救災單位與災民緊急救難通信服務，達成「通信無孤島」之搶修目標。

**電信網路搶修原則**




## 災害應變措施

因氣候變遷所導致的天候異常，如海平面上升、旱災暴雨，將會影響電信機房的設置，此外因搶修所須增加的人力及消費者補償費等，將大幅增加電信服務的維護成本。對此，我們在2009年，透過加強教育與宣導，期望促成「由下而上」的創新鏈結，解決各營運地區所遭遇的氣候變遷調適工作難題。

中華電信確實做好日常的防災準備，一旦災害發生便可即刻成立緊急應變小組進行搶救作業，確保災區通信順暢。平日防災準備包括：

- 每年4月作颱風季節前重點項目自我檢查。
- 每年5月辦理防護作業檢查。
- 檢查搶修儲備材料是否充足，並定期換新。
- 專人保養搶修用機具，並定期試用。
- 手提式衛星無線電話機測試，確保可用。
- 搶修人員編組、定期演訓。
- 平時加強設備資料圖之維護，以利災後復舊之迅速展開。
- 交換及傳輸節點採雙路由規劃設計。
- 建構設施集中維運監控系統，自動調度主備援電路。

**行動通信救災車隊**

莫拉克颱風的教訓，中華電信除強化現有防災、救災作業機制，再投入4,500萬元，建置全e化作業平台，及5部具重度越野功能、絞盤、呼吸管等自我維生設備的救災搶修車、衛星通信設備及36套可攜式發電機等，宣示全力投入強化災區通信的決心，確保日後災害發生時通信不中斷，將損失降至最低。

# 救災實錄1

**時間：8月16日23:00　同仁：林作騰助理工程師**

8月16日深夜，嶺口—中洲光纜遭自來水公司挖斷，嚴重影響旗山、美濃、六龜、甲仙等地的市話、行動及寬頻通訊。已經連續八天執行搶修任務的林助工在接到通知後，立即出發與同仁會合，在路基流失大半、滿地泥濘的台21線，僅能憑著車燈，緩步來回尋找障礙斷點。在確定四條光纜均毀損後，緊急通報更改光纜路由，8月17日凌晨3:20，恢復通信。

林作騰助理工程師蒙馬總統召見與公開表揚

# 救災實錄2

**時間：8月10日　同仁：呂學錦董事長**

呂董事長關心屏東災情，親赴林邊現場勘災

8月10日一早，呂董事長率領南分公司謝副總、屏東營運處蘇經理等人，前往林邊現場堪災，並為搶修同仁加油打氣。當時由林邊消防隊到林邊機房仍然水深及腰，一行人只能借助電信工程車緩慢前進。回程途中，遇上一位老婦人受困家中、苦無熱水泡奶餵養小嬰孩。呂董事長見狀即將工程車前座讓給老婦人，與其他同仁一起站立在堆滿料具的車台上。中華電信同仁的愛心，又增添一段鄉里佳話。

# Response 保障隱私權與對抗詐騙電話

## 回應

隱私權為基本人權之一，是現代社會生活秩序所必須的。自《電腦處理個人資料保護法》頒布以來，中華電信持續建立完善的管理體系，並引進各項先進網路技術。我們不僅與政府單位密切配合，更透過國際合作方式阻絕詐騙電話，防範客戶資訊被非法竊取與使用。

## 通訊安全維護

有關網路及通信的資訊安全，我們分別推出「HiNet動態密碼鎖」及「來電黑名單」來保障客戶的權益。「HiNet動態密碼鎖」每60秒隨機產生一組動態密碼(One Time Password)，且每組密碼只能使用一次，可防止駭客盜取帳號或詐騙網站竊取個人資料。

「來電黑名單」則讓客戶將不想接聽的號碼設定為黑名單，系統預設過濾方式將代為拒絕接通；針對發話號碼隱藏或是發話號碼無法帶出之不明來電，系統將來電導入語音信箱，有效的防堵詐騙集團及騷擾電話，維護客戶之通訊安全。

## 網路管理面

我們協助政府自2007年11月成立165通報專線，2009年平均每月投入約15名客服人力，協同刑事警察局承接上班日上午8點至晚上8點尖峰時段的第一線業務。主要管理措施有：

1. 開發自動化調閱通聯紀錄(CRIS系統)。
2. 提供市話交換機指轉加密功能。
3. 阻絕刑警局每日提供30組遭竄改公、私機構之電話。
4. 利用計費資料篩選出疑似被盜轉之市內電話，確認後予以阻絕。
5. 提供受話客戶篩選來話服務。
6. 提供「國際來話主叫號碼保留886國碼」功能。
7. 調整金、馬地區行動電話基地台通信距離，遏止藉行動電話遙控詐騙。
8. 建置電信交接箱熱線監控系統，防制破壞交接箱盜轉電話，以及加強配線箱管理措施。

## 停斷話作業

建置防制詐騙停斷話作業處理系統FDOS，提供疑似詐騙電話資料予警方偵辦，平均每月投入3名客服人力，配合警政機關即時執行停斷話作業，以降低詐騙電話對客戶與民眾的傷害。

## 防制電話詐騙宣導

自2004年至2009年底，各項防制電話詐騙工作，共計動員人力10萬餘人次，帳單防電話詐騙宣導10億7仟8百餘萬張、手機簡訊宣導700餘萬則，應治安機關要求提供疑似電話詐騙資料34萬餘件，總計動支費用超過18億元。

## 隱私權保障措施

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，中華電信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。

### Spoofing簡訊自動偵測系統

Spoofing簡訊係國外不法業者以竄改發訊號碼方式，模擬本網用戶在國外透過本網簡訊中心發送簡訊至世界各地之詐欺行為。本系統進行信號分析，針對境外用戶發送簡訊同時檢查用戶確切位置，確認係Spoofing詐欺行為後，立即通知簡訊中心進行阻擋，並主動對受害用戶進行帳務簽減。

# Response 回應 健康的使用環境

電信服務不斷日新月異，部分產品或服務卻有可能衍生不良的反應。我們一直致力於讓客戶使用我們的服務沒有後顧之憂，享受美好的數位生活。

## 不當內容過濾

針對垃圾信件問題，我們提供給使用HiNet信箱的客戶免費使用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。

我們也提供家長防堵色情垃圾信件的K12信箱，其功能包含：文字內容過濾、圖形過濾、web回饋、網路端強制隔離。

利用「HiNet色情守門員」服務，客戶不需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、毒品、武器、賭博等有害兒童及青少年身心健康之網站；我們黑名單資料庫完整，包含多國語言，且每兩小時就更新一次資料庫，防堵效能極高。

**減少電信服務負面衝擊原則**

| 可能的負面效應 | | 我們的對應之道 |
|---|---|---|
| 不當內容過濾 | 垃圾信件 | webmail過濾垃圾郵件 |
| | 色情 | K12信箱強制隔離<br>HiNet色情守門員<br>行動上網色情守門員 |
| 使用時間過長 | | 網路：「HiNet上網時間管理服務」<br>手機：「3G放心講」方案 |
| 通訊安全疑慮 | | 網路：「HiNet動態密碼鎖」<br>手機：「來電黑名單」 |
| 電子廢棄物 | | 手機回收 |

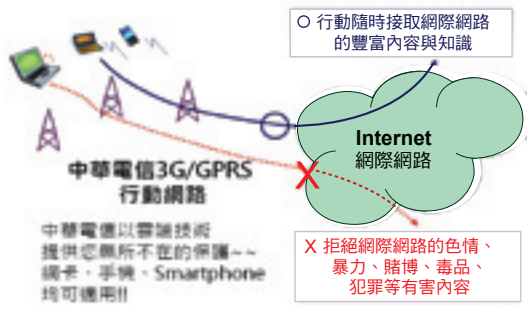
## 使用時間控制

針對自我管控能力尚在培養階段的國中、小學生，家長可選用「HiNet上網時間管理服務」及手機「3G放心講」方案，設定孩童上網的時段及通話額度。我們獨創的進階管理功能，讓父母親能有效掌握孩童使用手機及上網情形，並加上帳單設定，以培養孩子們良好通訊習慣。

**行動上網色情守門員**

中華電信為善盡社會責任，保護所有未成年之行動上網客戶，領先所有行動業者提供行動上網淨土服務。此服務可辨識並阻擋繁/簡中、英、日...等54種語言色情網頁(Web)，email中Web網址點選接取的有害內容，Web上的網路釣魚、各種(不限JAVA)惡意程式、YouTube與動新聞上的有害內容等，符合NCC『電腦網路內容分級處理辦法』相關規定，具完整的黑名單資料庫，為中華電信客戶的網路安全把關。

預估至2010年底，可達2萬名申裝用戶，至2011年底可達5萬名申裝用戶。



# Response 電磁波決策機制與宣導

## 回應

行動電話科技不斷演進，由以往單純的語音發展至現今最流行的行動寬頻。為提供客戶最先進、最優質的行動通信服務，中華電信不間斷的建設、優化行動基地台及核心網路；由於無線傳輸速率不斷提升，使許多無線上網、多媒體應用等需要較大頻寬的服務得以順暢運行，不僅提升客戶的使用滿意度，也使許多民眾娛樂、工商應用得以蓬勃發展。

## 遵循電磁波管制標準

世界衛生組織(WHO)自1996年起歷經10年、花費2億5千萬美元，進行國際電磁波專案研究；WHO於2006年5月公佈第304號文件，其結論為：根據極低的暴露值水平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對健康的不良影響。請民眾安心使用，享受行動通信帶來的經濟效益與生活便利。

在電信專業領域，國內主管機關已訂定基地台電磁波管制標準，所有開放營運之基地台均須先通過主管機關的技術審驗；電磁波之量測需由專業人員操作專業儀器，倘任由非專業人員或以錯誤儀器量測（例如以量測家用電力之低頻器材去量測高頻之無線電磁波），容易引導出錯誤之結果。

基地台電磁波知識服務網：
http://www.emfsite.org.tw/

## 溝通方式

我們分兩階段加強與民眾的溝通。平時，進行基地台美化與安全宣導；遇有爭議則委由第三方公正單位量測。

在內部管理上，我們積極進行基地台美化工作，減少環境景觀上的衝突、降低居民視覺衝擊。我們除了對新建基地台增加天線美化設計以外，對於既有基地台亦進行天線美化工程，依基地台設置地點及周遭環境而有不同的設計樣式，例如：彩繪式、庭園燈式、植物藤蔓式、特殊造型……等，至2009年底基地台天線美化比例已達62%。

為了提供民眾正確的電磁波觀念，我們特地結合台灣電信產業協會建置「基地台電磁波知識服務網」。對於電磁波仍有疑慮的民眾，可透過我們與同業共同成立之基地台電磁波免費量測專線(0800-873888)提出申請，或經由我們與基地台利害相關人溝通協調，倘同意量測電磁波，則由我們委託外部公正的量測公司進行實地量測，並給予利害相關人專業解說。2009年我們共受理158件民眾陳情，較2008年降低6%，顯見基地台抗爭情形已有改善。

# Target 目標

## 創新加值服務

滿足客戶的需求一直是我們競爭力的來源，因此我們持續發揮競爭優勢，提供多樣化的整合與加值服務，除持續規劃推出各式客戶升級方案外，因應數位匯流下消費型態的改變，各種數位生活創新加值服務亦不斷推陳出新，以提升客戶的使用效益。

### Hami書城

我們支持政府推動文創產業資訊服務，2009年推出Hami書城，領先業界提供開放式電子書平台，協助國內外出版業者提升電子化的文創產能。

電子書服務(Hami書城)藉由書本內容電子化功能，可以減少紙張的印製。重覆閱讀利用性高過紙本書籍，不僅達到節能減碳，也能使愛書人不受書本重量的限制，可以彈性選擇自己喜歡的閱讀環境。

### hifree

以基本服務的形式，提供所有中華電信用戶免費、方便、精選、最新、最豐富的線上音樂、影視、生活資訊等內容，凡中華電信用戶免註冊、免登入、免點選，即能在安全的網路環境下，合法、免費收聽、收看影音內容。

預計至2010年底將累計超過100萬用戶，平均每個用戶使用時間約3.5小時。

### i顧家

以安心、舒適、便利及庶民經濟為產品訴求，以客戶「i顧家」需求為服務規劃導向，並以智慧話機為「i顧家」核心，規劃MICE (Monitor / Information / Communication / Entertainment)服務項目，利用智慧話機提供家庭成員各項整合式生活資訊、居家監控、電子消費、健康管理等服務。

### Smart Phone Mobile Office行動商務辦事台

中華電信為深入迎合商務人士之行動需求，專門精心設計「未來的移動收件夾」，提供安全、高效率的 Push Email 及簽核解決方案，支援 iPhone/Symbian/Windows Mobile 等系列智慧型手機，支援的郵件系統包括：IBM Lotus Notes、微軟 Exchange server 及一般的 POP/IMAP 的郵件系統。自 2009 年 10 月推出以來已有多家企業採用。

# 包容 Inclusivity

在快速變遷的時代，中華電信致力於創造一個數位包容的社會，在這個沒有歧視的資訊社會中，個人不會因為教育程度、性別、年齡、種族以及居住地區之不同，而有不同接觸與使用資訊的機會。

中華電信與中華電信基金會相信：「善用電腦，電腦為善；善用網路，網路為善；善用機會，機會為善」。在解決數位落差、創造數位機會的過程中，我們重視科技、軟體和志工三股力量的結合，同樣的原則也發揮在我們協助八八風災後續重建的行動上。

# 數位機會

S 地方社區、民間團體
Stakeholder
利害關係人

**聲音** 數位落差可以用電腦和網路彌補，但這樣就夠了嗎？

**承諾** 持續創造可評估的數位機會成果。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 合規指標 | NCC普及服務政策 | 需符合 | 已符合✓ | 持續符合 | P62 |
| 管理指標 | 偏遠地區開設電腦相關課程(小時) | 設立指標 | 1,023✓ | 持續增加 | P61 |
| 管理指標 | 偏遠民眾通過TQC電腦認證(人) | 設立指標 | 100✓ | 持續增加 | P61 |
| 得獎紀錄 | ●NCC「電信普及服務最佳志工團隊獎 」<br>●NCC「電信普及服務最佳建設獎」<br>●NCC「電信普及服務最佳優惠近用服務推廣獎」<br>●NCC「電信普及服務最佳關懷獎」 | | | | |

# Management 中華電信基金會

## 管理

中華電信為落實創造數位機會之承諾，於2006年通過基金會章程，正式成立「中華電信基金會」並於CSR委員會下成立「創造數位機會小組」，致力於縮短數位落差相關計畫的推動。

## 基金會的使命與工作

中華電信基金會結合電信本業的核心能力和各項社會資源，共同協助社區文化產業發展、縮短數位落差、耕耘社區生活。我們執行的工作以在地文化為主軸，以社區參與為服務起點，期能為台灣社區的發展貢獻一份心力。主要工作有：

- 協助在地文化產業：建置「點．台灣」網站，提供社區產業一個資訊交流的平台，透過文字、圖像及影音，一起記錄在地文化產業的努力成果及社區生活故事。
- 縮短數位落差：深入偏鄉社區及原鄉部落設置「數位好厝邊」，除了建置數位設備與提供寬頻外，也針對社區的生活面、學習面及產業面，導入社會資源與企業志工服務。
- 耕耘社區生活：持續關懷、參與社區，透過各式企業志工服務，協助社區永續發展。

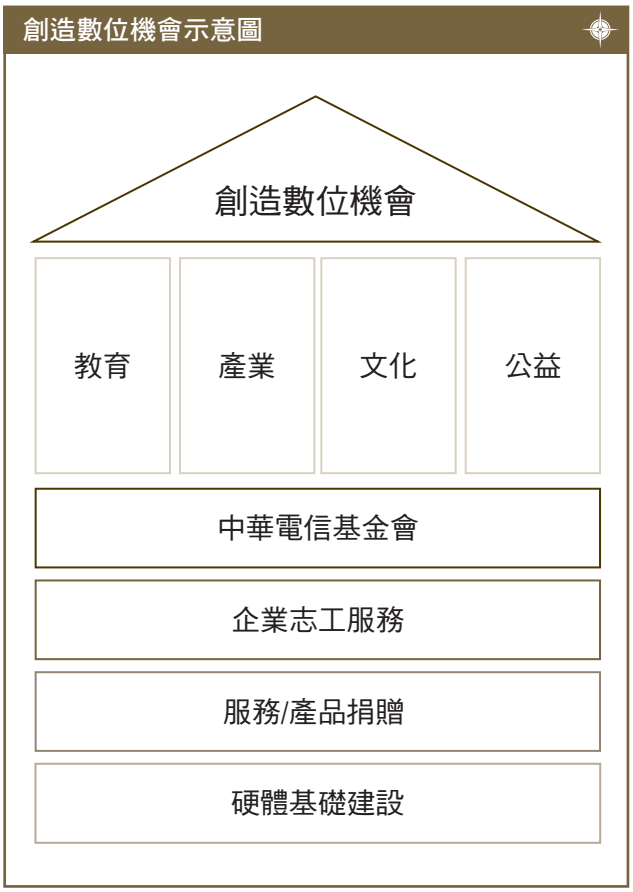
中華電信基金會
http://www.chtf.org.tw/

點．台灣
http://www.clicktaiwan.com.tw

## 創造數位機會之道

數位機會的基礎，是中華電信同仁辛苦地深入偏鄉，承擔絕大部份寬頻網路建設工作的成果。有了硬體基礎建設，我們再進一步提供通訊產品／服務的捐贈或優惠，並且以中華電信基金會與企業志工，投入偏鄉社群的教育工作。除了關心下一代的成長，協助社區文化產業與關懷弱勢族群，也是我們關注的項目。透過由下而上、全方位的努力，我們期望共同建設台灣成為一個數位包容的社會。

創造數位機會示意圖



# Address 數位好厝邊

**重點** 2006年，我們開始執行「數位好厝邊」專案，透過遍佈全省的2萬4千名員工，共同為實踐創造數位機會的企業承諾而努力。2009年底，共已完成43個好厝邊的建置，捐贈658台電腦及627套軟體設備到偏鄉社區及部落。依據不同社區的特性，導入中華電信企業志工服務及其它資源。

## 善用電腦 電腦為善

數位好厝邊的理想是：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」。

這個理想是來自多年的實踐心得，我們發現要縮短數位落差，不能只是單純的發送電腦、配置網路，如果缺乏周邊環境適當的引導，下一代可能因網路的誤用而引發更多的社會問題。

此外，數位落差也不僅存在於城鄉之間，僅新北市就有一百萬民眾，不懂得使用電腦， 都會區的數位落差其實就是台灣數位落差的縮影。

「勿以善小而不為，勿以惡小而為之」，中華電信基金會持續深化培育工作，讓科技發揮的力量能被妥善用於創造社會福祉。

## 協助取得電腦認證

為了具體評估我們推動數位機會的成效，也落實「善用電腦、電腦為善」的理念，2009年我們開始協助偏遠地區民眾取得TQC(Techficiency Quotient Certification，企業人才技能認證)電腦認證課程，以確保學習成效。累計共135人報考，100人通過，合格率74%。

我們也開設電腦相關課程達1,023小時，協助偏遠地區民眾運用數位網路資源。2010年，我們將導入電腦課程學習，加強電腦生活應用課程，並持續推動TQC認證考試。

**新住民電腦課程**

台南縣菁寮村的新住民媽媽每周二、四都會到數位好厝邊學習電腦。

# Response 電信普及服務

## 回應

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。我們不計經濟成本提供全國81個偏遠鄉鎮不經濟地區22萬多戶電話服務與3萬多戶數據通信服務、全區25個縣市1萬9千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。2009年，中華電信為普及服務投入之總金額達9億7,800萬。

## 投資網路建設

配合政府重大公共建設之推動，我們善用自身ICT核心能力，以期帶動產業發展，發揮最大的經濟效益。有關寬頻網路基礎建設，政府預計在2012年寬頻(>30Mbps)涵蓋率達80%，而至2009年底，我們的寬頻涵蓋率已達73%，將可順利達成該項政策目標。2009年，台灣光纖寬頻家庭戶數普及率排名居全球第4名，僅次於韓國、香港與日本。

由於亞太地區寬頻網際網路訊務快速成長，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並參與興建新海纜系統。2009年5月，我們正式宣布與亞太地區主要電信公司共同興建東亞新海纜：「亞太直達光纜」(Asia-Pacific Gateway, APG)，預計在2011年完工啟用。

台灣電信普及率(%) PA4

| | 2007年 | 2008年 | 2009年 |
|---|---|---|---|
| 行動電話 | 105.9 | 110.3 | 116.6 |
| 寬頻網路 | 63.8 | 65.6 | 64 |

## 共星共碟直播衛星系統

自2004年起，我們受行政院原住民族委員會之託，建構共星共碟直播衛星系統，改善原住民地區電視收訊不良的問題。截至2009年底，累計完成安裝71,228戶。

## 部落有寬頻

我們積極配合國家通訊傳播委員會（NCC）普及服務政策，提供偏遠地區居民寬頻通信需求，縮減城鄉數位落差。於2007年完成46個「村村有寬頻」建設案中之43個村里數據寬頻建設案(佔93.5%)，又於2008年完成50個「部落有寬頻」建設案中之42個部落(鄰)數據寬頻建設案(佔84%)。

在NCC成立三週年慶-「普及服務與公民參與」頒獎典禮上，我們共榮獲「電信普及服務最佳建設獎」、「電信普及服務最佳關懷獎」、「電信普及服務最佳優惠近用服務推廣獎」及「電信普及服務最佳志工團隊獎」等四項大獎。

2009年NCC推動51個部落(鄰)寬頻網路建設，我們承襲往日的社會使命感，共負責其中48個部落(鄰)、涵蓋12個縣境、擔負九成以上的建設案。

# Target 目標

## 提昇數位素養

我們體認到創造數位機會的關鍵在於培養下一代的數位素養，面對電腦和網路串連起來的虛擬世界，不只成年人要分辨基本的「善用」與「誤用」，下一代更有學習正確使用網路觀念的機會，因此，我們認為這是中華電信基金會最艱鉅的挑戰，也是我們企業社會責任的核心重點。

## 陪伴受災兒童閱讀

中華電信基金會特別選擇300本兒童心理療癒繪本，送到枋山鄉加祿堂營區、鳳山陸軍官校、燕巢鳳雄營區、燕巢工兵學校金陵營區、高雄大樹鄉仁美營區、佳冬鄉大新國小及屏東恆春基督教醫院等安置中心，讓甫從災區離開的小朋友在閱讀中獲得心靈滋養與平靜。

9月到10月間，中華電信基金會也與屏東縣恆春基督教醫院合作「行動書車」計畫，到加祿堂營區提供孩子們更親切、更便利的閱讀機會，同時搭配一位伴讀志工，細心陪伴災區的孩子。

**先閱讀 後上網**

在南投溪底遙的數位好厝邊，小朋友在使用電腦之前，必須先進行30分鐘的閱讀，因為我們認為，從小培養小朋友的閱讀習慣，有助於他們日後善用科技的力量。

## 從數位機會到雲端服務

推動數位機會工作多年來，我們體認到數位落差不僅是設備的落差，更是使用資訊能力的差異。從個人來說，閱讀能力是使用多樣化網路服務的基礎，就整個社會而言，民眾的資訊應用能力是發展雲端運算等新興產業的根本。所以我們的長期目標，是營造更好的社會基礎土壤，辛勤耕耘每一個數位機會，希望讓台灣成為果實累累的數位之島。

# 社會公益

## 員工、地方社區、弱勢團體

Stakeholder 利害關係人

**聲音** 幫助別人的重點，給最需要幫助的人最好的。

**承諾** 社會貢獻金額逐年提升到國際標竿水準。

| 指標類別 | | 2008年承諾 | 2009年執行情形 | 2010年目標 | 頁數 |
|---|---|---|---|---|---|
| 合規指標 | 企業志工服務時數 | 設立指標 | 41,979 ✓ | 持續增加 | P47 |
| 管理指標 | 社會貢獻金額(千元) | 持續增加 | 1,556,467 ✓ | 持續增加 | P65 |
| 得獎紀錄 | 921賑災基金會「921地震十週年紀念賑災基金會感謝狀」 | | | | |

員工、地方社區、弱勢團體 64
社會貢獻管理 65
八八災後重建 災區學童網路課輔服務計畫 66
公益電信服務 68
開發特殊需求產品 69

# Management 社會貢獻管理

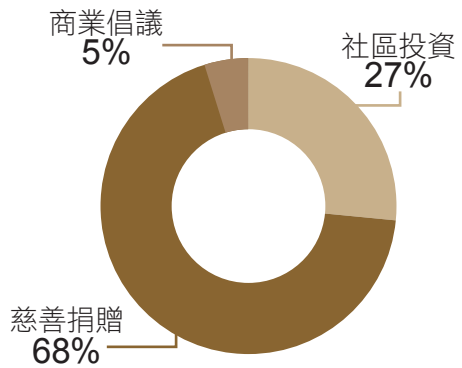
## 管理

2008年，我們估算中華電信社會貢獻的總金額為：2億4,751萬元，2009年的總金額大幅提昇為：15億5,646萬元，其主要原因有三：1.因應莫拉克颱風提供的優惠與援助；2.贊助高雄世運與台北聽奧電信設備；3.強化CSR資訊之會計管理，增列產品與服務捐贈項目。

## 社會貢獻

中華電信認為社會貢獻並非單純的贈與，如何加強量化管理與溝通，更為重要。2009年，我們將社會貢獻分為慈善捐贈、社區投資和商業倡議三類，希望藉由資訊透明加強和內外部利害相關人的溝通。

**社會貢獻活動類別** EC8




## 賑災捐款與員工捐款

莫拉克風災過後，我們即向社會宣佈「企業賑災2000萬」，並邀約全體同仁愛心捐款，內部勸募所得共計45,725,973元，業已全部匯入內政部賑災專戶。

註：員工捐款不列入社會貢獻金額

**社會貢獻總金額(千元)** EC8

| 類別 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| 現金捐助 | 71,380 | 165,044 |
| 產品或服務捐贈 | 176,136 | 1,391,422 |
| 總計 | 247,516 | 1,556,467 |

註：《九十八年企業社會責任報告書》中，採用之衡量方式為：「社會貢獻占營業利益百分比」。為統一與其他數據之比較，故加以修正。

# Address 八八災後重建

## 重點

莫拉克颱風重創台灣東、南部地區，我們除全力配合政府的救災、賑災與中繼安置作業外，更思索如何透過公私部門協力，陪伴災民走過漫長的重建之路。

## 免費通訊設施與企業志工服務

配合政府安置中心的設置與其他民間團體的救災需求，我們提供了90部行動電話、54部衛星電話、253部市內電話、168部公用電話，以及寬頻75路、專線22路、MOD16路。

為了協助南投、嘉義、鳳山、台東等收容中心的鄉民上網，我們提供了108人次的企業志工服務，累計服務時數達633小時。

## 災區民眾電信優惠

為關懷災區客戶，我們提供各項電信資費優惠，包含減收電信月租費、通話費、免費更換行動電話SIM卡、寬頻數據機及機上盒等相關措施。

## 促進就業

為了確保受創地區通訊順暢，同時補貼災民生活，我們提供災民更多的臨時工作機會，僱用原住民青年支援基地台搶修及運補作業，工作區域範圍包括：阿里山鄉來吉、里佳、梅山鄉雲潭、樟樹湖，高雄縣六龜鄉、桃源鄉、甲仙、那瑪夏鄉及屏東縣霧台鄉等。支付薪資48萬元以上，受益的原住民青年逾600人次。

## 配合政府重建作業

我們配合八八水災重建委員會建置永久屋工程，佈設電信管道及網路；鋪設銅纜、光纜，裝設MSAN(Multi-Service Access Network)設備，以提供市話、寬頻及MOD等服務。在杉林鄉月眉農場約投入1,600萬元。瑪家鄉瑪家農場則投入約1,300萬元。

## 災區農產品行銷

我們持續關心災區的產業發展，為提供產業合適的販售空間，從2009年底開始，我們逐步將鳳山、嘉義、屏東及台東營運處的空間打造成「中華電信傳愛市集」，邀請災情最嚴重的高雄縣那瑪夏鄉民族村、甲仙鄉小林村、台東縣金峰鄉等農民，前來販售農產品，也讓我們的員工和顧客有機會以實際的行動支持災區的產業。

### 部落工藝教室

那瑪夏鄉民族村的部落工藝老師，為了讓族人將注意力轉移，到達安置中心之後就四處張羅素材，開班教授部落媽媽編織，鼓勵族人把對逝去家園的愛融入作品，這類作品也可在傳愛市集中看到。

# Address 災區學童網路課輔服務計畫

## 重點

在重建的陪伴過程中，中華電信逐漸摸索出長期支持災區重建的方式。我們認為為雙重弱勢的學童改善教育環境，才是根本之道。2008年5月我們開始與輔大合作的「偏鄉學童遠距課輔服務計畫」，已累積足夠經驗，正式轉化為「災區學童網路課輔服務計畫」。

## 持續性的重建計畫

2009年12月，中華電信基金會在屏東縣瑪家鄉開辦「網路虛擬小學」實驗計畫，正式展開「莫拉克颱風災區學童網路課輔服務計畫」。我們將持續在災區尋找合適的地點與合作夥伴，讓更多的災區學童因此受益。這項計畫所需的經費，將從我們公開認捐的「企業賑災善款2,000萬」中計劃性勻支。

### 網路課業輔導環境與設備架構

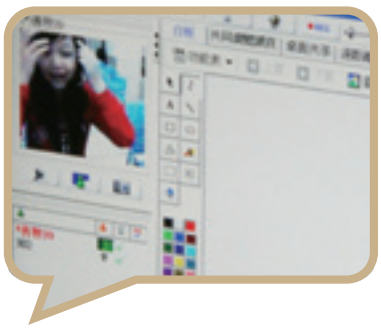
我們的網路課業輔導環境分為教學端與學習端，分別有不同的個人化專屬設備，方便一對一遠距教學。

## 網路課輔的優勢

我們對教育的理念是「給最需要幫助的人最好的」。網路課輔一對一、客製化的教學設計，可以做到因材施教的理想，遠比請老師跋山涉水到當地進行一對多的教學更有效率。

為此，我們一一克服硬體上的困難，如網路不穩定、傳輸速度緩慢等情形。至於網路課輔志工老師的遴選及培訓，則交由經驗豐富的輔大團隊負責。

相較於傳統的課輔，一對一遠距教學，不只教學端與學習端必須添購電腦，為了強化師生之間的線上互動，網路攝影機、耳機麥克風、手寫板等周邊設備更是不可少，平均一組的投資金額高達3萬5,000元。不過看到學童認真學習、與老師專心互動的表情，一切代價都是值得的。



# Response 公益電信服務
# 回應

中華電信以核心專業能力，提供社會多樣的公益電信服務。從最早期的受刑人孝親電話，到最新研發的「全民協尋系統」，同時提昇人民福祉、解決社會問題。

## 全民協尋系統

由電信研究所成功研發的「全民協尋系統」，無償提供予兒童福利聯盟文教基金會及中華民國老人福利推動聯盟失蹤老人協尋中心等社服機構，進行為期1年的試用。我們將透過MOD、HiNet、Hichannel、emome、Xuite、電子帳單、客戶關懷函及來電答訊等路徑，強力放送招募協尋志工的訊息，初期將在全台招募中華電信手機門號客戶加入協尋的行列，希望透過人手一機的多媒體簡訊功能，增加廣播通路，一起關注周遭的失蹤兒少及老人，幫助他們找到平安回家的路。

全民協尋系統網站
https://mfind.echt.com.tw

## 免付費簡碼服務

我們提供的免付費(含市話、行動)服務簡碼有：110(報案台)、113(全國婦幼保護專線)、118(海岸巡防報案專線)、119(火警台)、165(反詐騙諮詢專線)、1922(全國疫情通報專線)、1957(大溫暖求助專線)，共7項；及市話免費之1985(國防部諮詢服務專線)。另外，我們也以公益簡訊，協助政府進行政令宣導。2009年，累計我們為公益而支付的通信費用近9,944萬元。

## 海上救難通信服務

中華電信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，肩負全台附近海域船舶遇險、遇難救助之協調連絡工作，扮演海上安全保護者角色。2009年，交通部為此項救助服務撥付38,950,000元補助金，而我們此項業務實際支出為102,491,957元。

2009年間，中華電信受理海上遇險緊急通信共136件，其中海難有51件，共264人獲得及時救援。另提供DSC數位安全呼叫46,135次，航行警告電傳(NAVTEX)165,378篇／次。

## 低收入戶及弱勢族群通信優惠

對於低收入戶與身心障礙等弱勢族群，我們也提供多種寬頻上網及公話卡優惠方案，協助他們以低負擔享受高效能的通信服務。

**低收入戶及弱勢族群通信優惠**

| 項目 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| 低收入戶每年600元公話卡優惠(戶) | 7,030 | 11,880 |
| 低收入戶寬頻上網優惠(戶) | 5,633 | 6,958 |
| 身心障礙者寬頻上網優惠(戶) | 1,022 | 2,084 |
| 視障者每年200元公話卡優惠(人) | 1,170 | 2,222 |
| 「關愛系列一」(註1)方案優惠(人) | 1,499 | 2,127 |
| 「關愛系列二」(註2)方案優惠(人) | 1,558 | 2,299 |

註1：視障、聽障及聲語障朋友可選擇2G「88型」或3G「183型」資費，再加送一倍與月租費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)。

註2：聽障、聲語障朋友可選擇2G「188型」或3G「183型」資費，可享免費發送網內簡訊300則及網外簡訊100則之優惠。

# Target 開發特殊需求產品

## 目標

體貼的通訊設計能加強特殊族群與社會的溝通方式，帶來更好的生活品質；我們以先進科技贊助大型賽事與運動績優人員，豐富民眾的視野，提供城市生活的未來想像。

## 無障礙溝通在聽奧

中華電信於2007年及2008年協助規劃「世界聽障奧運游泳錦標賽」及「台北國際聽障運動邀請賽」時，就開始演練及模擬聽障者所需的各項電信服務，種種努力在2009年「台北聽障奧林匹克運動會」時已經開花結果。

針對首度於亞洲城市舉辦的2009台北聽奧，我們從服務、技術和業務等面向進行了多項的準備，不只讓聽障朋友在資訊溝通方面更加靈活自如，更量身打造關愛系列專案，推出影像電話等多項優惠服務。

在開幕式的MOD戶外直播活動中，我們增加了手語解說服務，讓所有聽障朋友都能完整掌握比賽相關訊息，感受現場熱烈的氣氛。

## 無線暢行在世運

配合經濟部工業局行動台灣 (M-Taiwan)計劃，2009年我們投資逾3億元，完成25座WiMAX基地台，在世運會期間提供WiMAX無線服務。

除了供市民無線寬頻上網，我們也提供了行動千里眼、行動領航員、寬頻通信加值平台、ITS車訊管理系統等多項無線服務。

因為我們提供多樣化、先進的無線服務，促使高雄世運展現不同於其他賽事的風貌：記者在會場可以隨時發稿、裁判和球員能夠隨時查詢比賽訊息，大會設有資訊派遣平台提供計程車服務，觀眾透過手機、電腦和MOD新媒體三平台，可以觀看比賽內容。

### 無限夢想 國際爭光

中華電信自2009年開始贊助網球選手盧彥勳，陪伴優秀體育選手逐夢國際舞台。除網球選手外，包括自由車選手巫帛宏、黃亭茵、中華電信女籃隊等，也是我們固定的贊助對象。

# 聽他們的聲音1

**計畫：數位好厝邊－台南縣菁寮村　敘述人：吳秋安牧師**

「**我最大的夢想**，是希望菁寮村的農民，有一天可以在網路上買賣自己的農作物，不需要受到商人的剝削。」

數年前，中華電信基金會開始推動數位好厝邊計畫，座落在後壁鄉菁寮村的電腦教室，在長老教會吳秋安牧師的積極主持下成績斐然，是新住民心目中的充電站。

由於電腦教室曾經開辦網頁設計、多媒體影音編輯等課程，菁寮課輔班的學童習慣拿著相機，用他們特有的角度記錄身邊大小事。八八風災時，八掌溪溢過河堤淹沒了電腦教室，事後小朋友第一件事，就是拿著相機拍攝風災過後的痕跡，並將照片上傳到中華電信「點．台灣」網頁。吳牧師說：「當這些小朋友日漸長大，我的夢想就不遠了。」

**蹲點台灣**

2009年中華電信基金會提出新嘗試：贊助20位政大學生進入10個數位好厝邊，挑選具有在地特色或文化傳承意涵的社區產業或特色部落，透過影片闡述他們的生活故事，期望拼貼出台灣的在地風貌與人文景觀。更多的故事在「蹲點台灣」

http://www.clicktaiwan.com.tw/twspot/about.htm

# 聽他們的聲音2

**計畫：莫拉克災情網路中心　敘述人：徐挺耀（數位文化協會理事長）**

「在未來的世界發生緊急事件時，網路世界會發揮越來越大的作用，**我們的夢想**是把網路世界和實體世界連起來。」

2008年因「胖卡計畫」與中華電信結下緣份的一群年輕人，2009年8月9日凌晨，開始攜手打造莫拉克災情網路中心。透過推特(twitter)帳號整合各種來源的災情訊息，也經由噗浪將所有風災資訊進行篩檢彙整，希望從中焠鍊出足以協助救災、賑災的資訊。

中華電信基金會在第一時間主動伸出援手，除了協調研考會商借40支3.5G網卡，並無上限提供莫拉克災情網路中心所需的頻寬和設備，使得莫拉克災情網路中心有足夠的能量，在救災形勢最嚴峻的兩星期，成為網路上的災情應變中心。

數位文化協會理事長徐挺耀說：「感謝中華電信的協助，讓宅男也可以轉變成救災英雄。」

**胖卡行動**

2008年由三名年輕男性和一輛二手麵包車所組成的「胖卡計畫」，發揚「將宅男宅配到偏鄉教電腦」的理念，獲得了奧地利電子藝術節頒予「數位社群獎」的肯定，他們的第一筆贊助是來自於中華電信基金會。

數位落差行動車 PUNCAR ACTION

胖卡網址

http://puncar.tw/

# 中華電信AA1000查證聲明書

SGS

## ASSURANCE STATEMENT

### SGS Taiwan's Report on sustainability activities in the Chunghwa Telecom Co., Ltd. Corporate Social Responsibility Report of 2009

**NATURE AND SCOPE THE ASSURANCE/VERIFICATION**

SGS Taiwan was commissioned by Chunghwa Telecom Co., Ltd. to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report of 2009. 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 Corporate Social Responsibility Report of 2009 of Chunghwa Telecom Co., Ltd. and its presentation are the responsibility of the superintendent, vice superintendents, CSR committee and the management of Chunghwa Telecom Co., Ltd.. SGS Taiwan has not been involved in the preparation of any of the material included in the Corporate Social Responsibility Report of 2009.

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 Chunghwa Telecom Co., Ltd.'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 (2006) 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 (2006).

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees at headquarter of Chunghwa Telecom in Taipei city, Taiwan; documentation and record (including financial data) review and validation with external bodies and stakeholders where relevant.

**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 Chunghwa Telecom Co., Ltd., 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 Quality, EMS, SMS, SA 8000 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 Corporate Social Responsibility Report of 2009 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of Chunghwa Telecom Co., Ltd. sustainability activities from 01/01/2009 to 12/31/2009.

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 is the second year of Chunghwa Telecom's Corporate Social Responsibility Report to be assured by an independent assurance team and Chunghwa Telecom Co., Ltd. has taken a bold step by offering the report to evaluation against both GRI's G3 guidelines and the AA1000AS standard. This shows a deserved confidence in their reporting process.

In our opinion, the contents of the report meet the content and quality requirements of the Global Reporting Initiative G3 Version 3.0 Application Level A+.

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

### Inclusivity

Chunghwa Telecom Co., Ltd. has demonstrated a strong commitment to stakeholder inclusivity. A variety of engagement efforts underpin the organisation's understanding of stakeholder concerns, and its ability to integrate them into its decision making processes. This is demonstrated by the surveys of staff, consumers and suppliers, and also by engagements with other stakeholders. For future reporting, Chunghwa Telecom Co., Ltd. may consider to develop a process to proactively identify and manage conflicting views between stakeholders.

### Materiality

Chunghwa Telecom Co., Ltd. has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders. Stakeholders' understanding of sustainability impacts of Chunghwa Telecom Co., Ltd. may be strengthened in future reporting.

### Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback. The report describes the process of stakeholder engagement. Future reporting may refocus on how current stakeholder engagement is managed and the contribution it is making to sustainable development outcomes. In addition, how to reflect the feedback received from stakeholders in future reporting is also a challenge.

## GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES (2006) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

### Performance Information Collection & Verification

The report, CHT Corporate Social Responsibility Report 2009, is adequately line with the GRI Application level A+. Contents of some performance indicators may further addressed in accordance with Indicator Protocols.

**Signed:**

**For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.**
**Dennis Yang, Chief Operating Officer**
**10 August, 2010**

WWW.SGS.COM

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-8

# GRI G3 相符性對照表

| 概況 | | 揭露項目 | 我們的回應 | 頁碼 |
|---|---|---|---|---|
| 策略與分析 | 1.1 | 高層就永續發展與企業策略的聲明 | 董事長的話 | 1 |
| | 1.2 | 主要影響、風險及機會的說明 | 風險管理 | 18, 19 |
| 機構簡介 | 2.1 | 機構名稱 | 中華電信股份有限公司 | - - |
| | 2.2 | 主要的品牌、產品及/或服務 | 公司概況 | 4, 5, 49 |
| | 2.3 | 機構的營運架構 | 公司概況、關係企業 | 4, 5 |
| | 2.4 | 機構的總部位置 | 台北市信義路一段21-3號 | - - |
| | 2.5 | 機構在多少國家營運、在哪些國家有主要業務 | 關係企業 | 5 |
| | 2.6 | 所有權的性質與法律形式 | 股東結構 | 16 |
| | 2.7 | 機構供應的市場 | 市場地位 | 5 |
| | 2.8 | 報告機構的規模 | 市場地位 | 5 |
| | 2.9 | 報告期內機構規模、架構或所有權方面的重大改變 | (無重大改變) | - - |
| | 2.10 | 報告期間所獲得的獎項。 | 得獎記錄 | 7, 15, 23, 31, 41, 48, 59, 64 |
| 報告參數 | 3.1 | 資訊報告期間 | 2009年1月～12月 | - - |
| | 3.2 | 上一份報告的日期 | 2009年9月6日 | - - |
| | 3.3 | 報告週期 | 每年 | - - |
| | 3.4 | 查詢報告或報告內容的聯絡資訊 | 編輯方針 | - - |
| | 3.5 | 界定報告內容的過程 | 關鍵議題矩陣 | 11 |
| | 3.6 | 報告的邊界 | 編輯方針 | - - |
| | 3.7 | 指出任何有關報告範疇及邊界的限制 | 編輯方針 | - - |
| | 3.8 | 匯報可能嚴重影響報告的合資機構、附屬機構、租用設施 | 編輯方針 | - - |
| | 3.9 | 數據量測技巧及計算基準 | (依各項指標說明) | - - |
| | 3.10 | 解釋舊報告所載的資訊重新陳述的效應及原因 | (依各項指標說明) | - - |
| | 3.11 | 報告的範疇、邊界或計算方法與以往報告的重大分別 | (無重大改變) | - - |
| | 3.12 | 表列各類型標準揭露在報告中的位置 | GRI G3相符性對照表 | 73~76 |
| | 3.13 | 外部確證的政策與現行措施 | 確證聲明書 | 71, 72 |
| 治理、承諾與議合 | 4.1 | 機構的治理架構 | 公司治理 | 16 |
| | 4.2 | 指出最高治理機構的主席是否兼任行政職位 | (否) | - - |
| | 4.3 | 董事會中獨立及/或非執行成員的人數 | 公司治理 | 16 |
| | 4.4 | 股東及員工向最高治理機關提出建議或經營方向的機制 | 董事會運作、勞資和諧 | 16, 43 |
| | 4.5 | 對高層的補償與機構績效之間的關係 | 公司治理 | 16 |
| | 4.6 | 避免最高治理機關出現利益衝突的程序 | 公司治理 | 16 |
| | 4.7 | 決定董事會之永續性專業的流程 | 企業社會責任管理方針 | 8 |
| | 4.8 | 機構內部訂定的使命或價值觀、行為守則 | 企業社會責任管理方針 | 8 |
| | 4.9 | 董事會管理經濟、環境及社會績效的監督程序 | 企業社會責任管理方針 | 8 |
| | 4.10 | 董事會評估本身經濟、環境及社會績效的程序 | 企業社會責任管理方針 | 8 |
| | 4.11 | 解釋機構有否及如何按預警方針或原則行事 | 風險管理 | 18, 19 |
| | 4.12 | 機構對外界約章、原則或其他倡議的參與或支持 | 上市上櫃公司企業社會責任實務守則 | 9 |
| | 4.13 | 機構加入的一些協會及/或倡議組織 | 研發成果國際化 | 30 |
| | 4.14 | 機構議合的利害關係人群體清單 | 利害關係人溝通 | 12 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 治理、承諾與議合 | 4.15 | 辨識及選擇要議合的利害關係人的根據 | 利害關係人溝通 | 12 |
| | 4.16 | 利害關係人議合的方法 | 利害關係人CSR調查 | 10 |
| | 4.17 | 利害關係人議合過程中所提出的關鍵主題及關注點 | 關鍵議題距陣 | 11 |
| 經濟 | | 管理方針揭露 | 公司治理 | 16 |
| 經濟績效 | EC1 | 產出及分配的直接經濟價值 | 公司概況 | 4 |
| | EC2 | 因氣候變遷造成的財務影響，及其他的風險與機會 | 氣候變遷相關法規之風險與機會 | 19 |
| | EC3 | 組織擬定之退休金計畫是否完整 | 退休保障 | 46 |
| | EC4 | 來自於政府的重大財務援助 | 無接受政府財務援助 | - - |
| 市場地位 | EC5 | 標準薪資與當地最低工資的比例 | 勞資和諧 | 43 |
| | EC6 | 對當地供應商之政策、措施及支出比例 | 電信業道德供應鏈管理 | 39 |
| | EC7 | 在各主要營運地點聘用當地人員的程序 | 持續增加就業機會 | 44 |
| 間接經濟衝擊 | EC8 | 為公共利益而提供之基礎建設、投資及服務 | 社會貢獻管理 | 65 |
| | EC9 | 瞭解並說明重大的間接經濟影響，包括影響的程度 | 社會貢獻管理 | 65 |
| 環境 | | 管理方針揭露 | 環境永續管理系統 | 34 |
| 物料 | EN1 | 所用的物料或重量 | 環境影響總覽 | 35 |
| | EN2 | 採用經循環再造之物料的百分比 | 環境影響總覽 | 35 |
| 能源 | EN3 | 按主要來源劃分的直接能源耗量 | 環境影響總覽 | 35 |
| | EN4 | 按主要來源劃分的間接能源耗量 | 環境影響總覽 | 35 |
| | EN5 | 經環境保育及提高效益而節省的能源 | 節能行動目標 | 33 |
| | EN6 | 提供具能源效益或以可再生能源為本的計畫 | 太陽能光電供電系統 | 37 |
| | EN7 | 減少間接能源耗用的計畫，以及計畫成效 | 電信綠建築行動 | 36 |
| 水 | EN8 | 按來源劃分的總排水量 | 環境影響總覽 | 35 |
| | EN9 | 因排水而嚴重影響的水源 | 無相關情事 | - - |
| | EN10 | 循環再用及再用水的總用量 | 水資源管理 | 34 |
| 生物多樣性 | EN11 | 在環境保護區或生物豐富多樣地區的資產 | 無位於敏感區的資產 | - - |
| | EN12 | 活動、產品及服務在生物多樣性方面的重大影響 | 無相關情事 | - - |
| | EN13 | 受保護或經修復的棲息地 | 無相關情事 | - - |
| | EN14 | 對生物多樣性影響的策略、現行行動及未來計畫 | 環保行動 | 38 |
| | EN15 | 棲息地受機構作業影響的瀕臨絕種物種數量 | 無相關情事 | - - |
| 排放物、污水及廢棄物 | EN16 | 按重量劃分的直接與間接溫室氣體總排放量 | 溫室氣體盤查與用電管理 | 32 |
| | EN17 | 按重量劃分的其他相關溫室氣體排放量 | 溫室氣體盤查與用電管理 | 32 |
| | EN18 | 減少溫室氣體排放的計畫及成效 | 溫室氣體盤查與用電管理 | 32 |
| | EN19 | 臭氧消耗性物質的排放量 | 本公司非製造業，本指標不適用 | - - |
| | EN20 | 氮氧化物、硫氧化物及其他重要氣體的排放量 | 本公司非製造業，本指標不適用 | - - |
| | EN21 | 按品質及目的地劃分的總排水量 | 本公司非製造業，本指標不適用 | - - |
| | EN22 | 按種類及處置方法劃分的廢棄物總重量 | 環境影響總覽 | 35 |
| | EN23 | 嚴重溢漏的總次數及溢漏量 | 無相關情事 | - - |
| | EN24 | 按照《巴賽爾公約》處理的有毒廢棄物重量 | 無相關情事 | - - |
| | EN25 | 受機構排水及徑流嚴重影響的水源及相關棲息地 | 無相關情事 | - - |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 產品及服務 | EN26 | 減低產品及服務的環境影響的計畫及其成效 | eICT創新、責任消費 | 26, 38 |
| | EN27 | 售出產品及回收產品包裝物料的百分比 | 責任消費 | 38 |
| 遵守法規 | EN28 | 違反環境法律及規則 | 無相關情事 | - - |
| 交通運輸 | EN29 | 運輸產品以及員工通勤所產生的重大環境影響 | 環境影響總覽 | 35 |
| 整體情況 | EN30 | 按總類劃分的總環保開支及投資 | 環保支出金額 | 37 |
| 勞工 | | 管理方針揭露 | 雇用多樣化、人才吸引與培訓 | 42, 44 |
| 雇用 | LA1 | 按雇用類型、雇用合約及地區劃分的員工總數 | 雇用多樣化 | 42 |
| | LA2 | 按年齡組成、性別及地區劃分的員工流動總數及比率 | 雇用多樣化 | 42 |
| | LA3 | 按主要職務劃分,只提供給全職員工的福利 | 平衡職場與生活 | 45 |
| 勞資關係 | LA4 | 受集體協商權保障的員工百分比 | 勞資和諧 | 43 |
| | LA5 | 有關各類作業改變的最短通知期 | 勞資和諧 | 43 |
| 職業健康與安全 | LA6 | 勞資健康與安全委員會中，勞方代表的比重 | 勞資和諧 | 43 |
| | LA7 | 工傷率、職業病率、損失工作日以及工作有關的死亡人數 | 職業安全衛生管理系統 | 46 |
| | LA8 | 關於嚴重疾病的教育、預防與監控計畫 | 新型流感因應措施 | 46 |
| | LA9 | 與工會達成的正式協議中，跟健康與安全有關的主題 | 勞資和諧 | 43 |
| 培訓與教育 | LA10 | 每名員工每年受訓的平均時數 | 人才吸引與培訓 | 44 |
| | LA11 | 協助員工轉職的技能管理及終生學習課程 | 人才吸引與培訓 | 44 |
| | LA12 | 接受定期績效及職業發展檢討的員工的百分比 | 人才吸引與培訓 | 44 |
| 多元化與平等機會 | LA13 | 按多元性指標劃分各治理機關成員和各類員工 | 雇用多樣化 | 42 |
| | LA14 | 按員工類別劃分，男性與女性的基本薪資比率 | 雇用多樣化 | 42 |
| 人權 | | 管理方針揭露 | 人權保障與勞資關係 | 43 |
| 投資及採購措施 | HR1 | 載有人權條款或已通過人權審查的重要投資協議 | 電信業道德供應鏈管理 | 39 |
| | HR2 | 已通過人權審查的重要供應商與承包商 | 電信業道德供應鏈管理 | 39 |
| | HR3 | 員工在作業中，涉及人權範圍的訓練 | 人權保障與勞資關係 | 43 |
| 反歧視 | HR4 | 歧視個案的總數，以及機構採取的行動 | 無相關情事 | - - |
| 結社自由與集體協商權 | HR5 | 已發現可能嚴重危害結社自由及集體協商權的作業 | 無相關情事 | - - |
| 童工 | HR6 | 已發現可能會危害童工的作業 | 無相關情事 | - - |
| 強逼與強迫勞動 | HR7 | 已發現可能會導致嚴重強逼與強迫勞動的作業 | 無相關情事 | - - |
| 保安措施 | HR8 | 保安人員在作業中,涉及人權範圍的訓練 | 無相關情事 | - - |
| 當地員工 | HR9 | 涉及侵犯當地員工權利的個案總數 | 無相關情事 | - - |
| 社會 | | 管理方針揭露 | 中華電信基金會、ADOC 2.0計劃 | 60, 28 |
| 社區 | SO1 | 任何評估及監控機構作業對社區的影響 | 社會貢獻管理 | 65 |
| 賄賂 | SO2 | 已作賄賂風險分析的業務單位的總數及百分比 | 行為準則、人權保障與反貪腐 | 17, 43 |
| | SO3 | 以接受機構的反賄賂政策及程序培訓的員工的百分比 | 行為準則、人權保障與反貪腐 | 17, 43 |
| | SO4 | 回應賄賂個案所採取的行動 | 行為準則、人權保障與反貪腐 | 17, 43 |
| 公共政策 | SO5 | 對公共政策的立場以及遊說 | 監理機關 | 20 |
| | SO6 | 政治捐獻的總值 | 無政治捐獻 | - - |
| 反競爭行為 | SO7 | 回應賄賂個案所採取的行動 | 公平競爭的產業環境 | 20 |
| 遵守法規 | SO8 | 違法法律及規則被處鉅額罰款的總額 | 業務行銷規範 | 17 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 產品 | | 管理方針揭露 | 產品使用推廣、客戶服務、意見回饋 | 49~51 |
| 客戶健康與安全 | PR1 | 產品及服務在其生命週期各階段對安全與健康的影響 | 健康的使用環境 | 55 |
| | PR2 | 違反健康與安全規範的次數 | 健康的使用環境 | 55 |
| 產品及服務標章 | PR3 | 標示產品及服務所需的資訊種類 | 無相關情事 | - - |
| | PR4 | 違反規範產品及服務資訊標示的次數 | 無相關情事 | - - |
| | PR5 | 滿足客戶需求的措施，包括調查客戶滿意度 | 客戶服務、意見回饋 | 50, 51 |
| 行銷推廣溝通 | PR6 | 為符合行銷推廣相關法律、標準及自願性規約而設定的計畫 | 業務行銷規範 | 17 |
| | PR7 | 違反行銷推廣相關法律、標準及自願性規約的次數 | 業務行銷規範 | 17 |
| 客戶隱私權 | PR8 | 關於侵犯顧客隱私權及遺失顧客資料的實際投訴總次數 | 保障隱私權與對抗詐騙電話 | 54 |
| 遵守法規 | PR9 | 產品或服務違反法律和規則被處鉅額罰款的總額 | 業務行銷規範 | 17 |
| 內部管理 | | | | |
| 投資 | IO1 | 在電信網路基礎設施方面的投資 | 電信普及服務 | 62 |
| | IO2 | 因「電信普及服務」之義務，提供非營利服務的淨成本 | 電信普及服務 | 62 |
| | IO3 | 建造和維護通信設施時，確保人員健康與安全的措施 | 職業安全衛生管理系統 | 46 |
| | 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 | 電磁波決策機制與宣導 | 56 |
| | 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 | 電磁波決策機制與宣導 | 56 |
| | IO6 | 與手機電磁波能量特定吸收比率(SAR)有關的政策和措施 | 電磁波決策機制與宣導 | 56 |
| 基礎建設 | IO7 | 選擇天線和傳輸站建置地點的政策和措施 | 電磁波決策機制與宣導 | 56 |
| | 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 | 電磁波決策機制與宣導 | 56 |
| 提供近用權 | | | | |
| 投資 | 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 | 電信普及服務 | 62 |
| | PA2 | 克服取得與使用通信產品和通信之障礙政策與措施 | 數位好厝邊、數位素養 | 61, 63 |
| | 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 | 責任通信 | 52 |
| | PA4 | 在有營運的地區，量化通信產品與服務的普及程度 | 台灣電信普及率 | 62 |
| | 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 | 低收入戶及弱勢族群通信優惠 | 68 |
| | PA6 | 在緊急狀況與救援時,提供通信產品及服務的方案 | 公益電信服務 | 68 |
| 獲取內容 | PA7 | 管理取得和使用電信產品與服務有關之人權議題 | 健康的使用環境 | 55 |
| 客戶關係 | PA8 | 推動電磁波相關議題公開溝通的政策與措施 | 電磁波決策機制與宣導 | 56 |
| | PA9 | 在電磁波研究計畫與活動的資金總投入 | 電磁波決策機制與宣導 | 56 |
| | PA10 | 確保收費與費率明確的活動 | 客戶服務 | 50 |
| | PA11 | 告知顧客產品特性和應用資訊之活動 | 客戶服務 | 50 |
| 技術應用 | | | | |
| 效率 | TA1 | 如何在提供通信產品與服務時，提高資源利用效率 | eICT創新 | 26, 27 |
| | TA2 | 通訊產品、服務與應用，具備哪些可取代有形產品的潛力 | eICT創新 | 26, 27 |
| | TA3 | 揭露由於TA2所舉例的通信產品與服務而帶來的變化 | eICT創新 | 26, 27 |
| | TA4 | 揭露對客戶使用上述產品和服務的間接效果之評估 | eICT創新 | 26, 27 |
| | TA5 | 描述企業在智慧財產權和開放源頭技術的作為 | 擴大創新參與 | 25 |

www.cht.com.tw

中華電信
Chunghwa Telecom