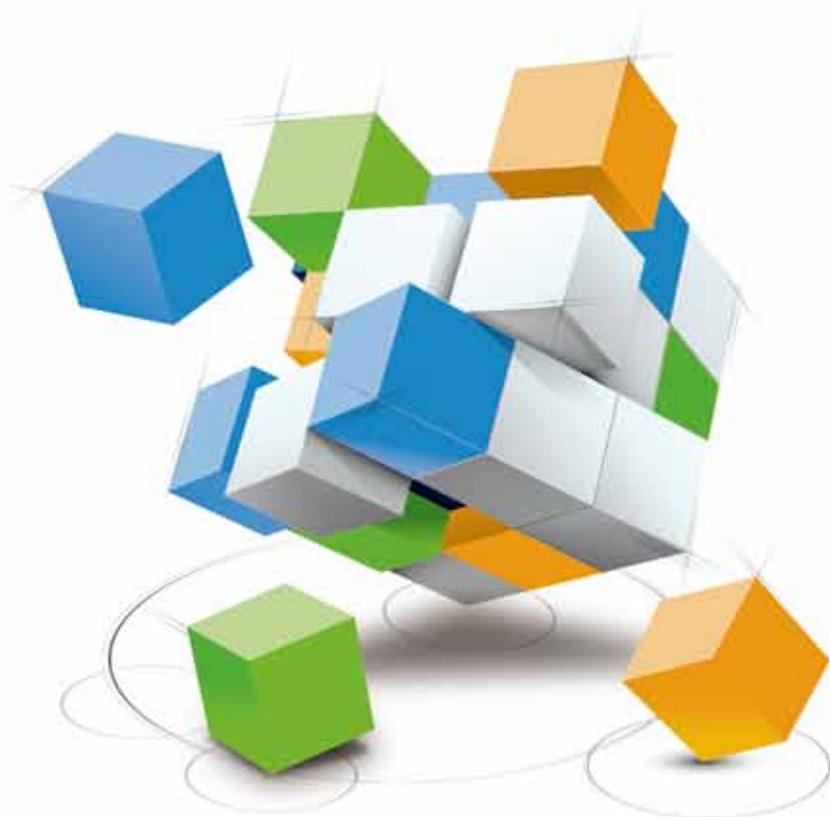


策略與管理

Strategy and Management

九十九年中華電信企業社會責任報告書
2010 Corporate Social Responsibility Report



中華電信
Chunghwa Telecom

編輯方針

這是中華電信第四本企業社會責任報告書。本報告書同時發行中文、英文版本，並且設有企業社會責任專屬網站。我們期望結合紙本與網路的優點來呈現我們在2010年實踐CSR的各項努力與成果，讓關心我們的各界利害關係人，能對我們更加了解與信任。

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

報告時間

本報告書揭露2010年度(2010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2010年1月1日以前，及2010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總公司與分公司(不包含轉投資子公司)，以及中華電信基金會；簡稱為「中華電信」。報告書資訊數據的範疇，涵蓋了財務、環境和社會面的表現，惟財務資訊涵蓋中華電信及合資公司。

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。

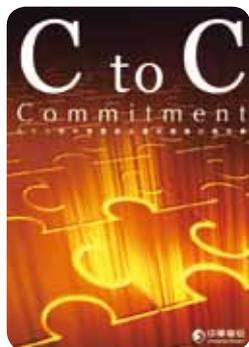
確保公開資訊的可靠性

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。

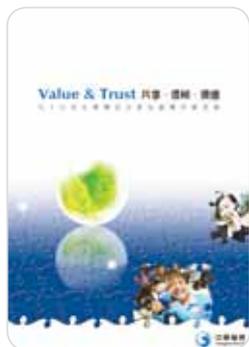
意見回覆

如果您對於我們的《九十九年中華電信企業社會責任報告書》有任何指教，我們非常歡迎您將寶貴的意見傳達讓我們知道，您可以跟我們聯絡：

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



九十六年企業社會責任報告書
2008年5月出版



九十七年企業社會責任報告書
2009年9月出版



九十八年企業社會責任報告書
2010年8月出版



九十九年企業社會責任報告書
2012年1月出版



攜手愛護環境

中華電信CSR報告書使用環保大豆油墨、再生紙印製

董事長的話

2010年是電信業數位匯流趨勢發展的一年。一方面，在智慧型手機和平板電腦的商品熱潮下，消費者對增值服務的需求增強，使我們更加深入民眾生活；另一方面，基於創新前瞻的研發實力，我們成功跨足資通訊產業，我也有幸被推選為「台灣雲端運算產業協會」的理事長，為產業鏈邁向增值服務。

2010年也是兩岸交流頻繁、台灣邁入500萬國際觀光客的新時代。我們致力於將ICT科技和觀光、醫療、文創等新興產業結合，以提升國家整體競爭力為目標。也持續拓展海外市場、開發新成長空間，為深耕國際化佈局。

在躍動和發展中，中華電信擁有極佳商譽、值得信賴的品牌力量，是我們最好的後盾；而力行企業社會責任所帶來的公司正面形象，更是品牌資產的重要組成。

過去一年，我們以實現企業社會責任來增加品牌價值。我們已連續七年榮獲讀者文摘電信業信譽品牌白金獎，亞洲知名財經雜誌Finance Asia 也頒給我們台灣地區最佳管理、公司治理、企業社會責任及最注重股利政策承諾等獎，此外我們還獲頒天下雜誌的傑出企業社會責任獎、遠見雜誌99年傑出服務獎、IR雜誌大中華區最佳公司治理及資訊揭露獎，以及IR Global Ranking的亞太地區傑出財務資訊揭露、台灣企業永續報告獎金獎等肯定，在在表彰我們優良企業之積極形象。

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

在2010年證交所通過〈上市上櫃公司企業社會責任實務守則〉後，企業社會責任已經全面融入我們的營運過程。在此和各位利害關係人報告，我們推動企業社會責任的策略、管理模式、措施、回應和目標，請大家惠賜意見與討論。



CONTENTS

Strategy策略

Management管理

企業社會責任管理

核心能力 再造標竿

擴大供應商管理

9

10

公司治理

落實誠信經營

完善風險與危機管理

17

18

客戶服務

迎接雲端時代
加強服務發展

創新品牌管理
強化客戶關係管理
持續客戶滿意度調查

23

25

勞動措施

關懷員工需求

落實人力資源管理
推行績效考核

33

34

環境影響

應對氣候變遷

擴建環境管理系統
建構溫室氣體減量目標

41

42

社會投資

聚焦數位機會

建立LBG社會貢獻評估法

51

52

Address措施

Response回應

Target目標

進行利害關係人溝通
建構企業社會責任管理系統
11

建立國際
CSR夥伴關係
13

企業社會責任關鍵績效指標
實務守則對照表
14

完善行為準則
19

力行誠信企業文化
20

深化揭露與管理
21

營造資訊安全
保障通訊品質
28

建設寬頻網路
30

建構開放文創平台
31

吸引與留用人才
樂在工作幸福生活
36

保障職業健康與安全
38

落實環境教育
39

提昇生態效益
擴大綠色採購
46

創新綠色ICT
48

締造環境永續藍圖
49

縮短數位落差
53

執行調查分析
59

邁向包容性的商業
60

公司概況

中華電信承諾以創新技術及感動服務，帶領台灣產業發展走向新紀元。依循「壯大台灣、連結兩岸、佈局全球」的方向，從管理經營者角色，轉變為促進經濟發展及服務的角色。

績效穩健

2010年，由於智慧型手機風行及經濟復甦刺激了通訊量，進而帶動整體電信產業的成長動能。在全體同仁共同努力下，行動增值、手機銷售及網際網路業務均持續成長。合併總營收達2,024.3億元，歸屬予母公司股東之純益476.1億元，每股稅後盈餘4.91元，合併所得稅費用為91.3億元。我們持續回饋投資人，2010年發放現金股利及因減資返還金額共491億元。

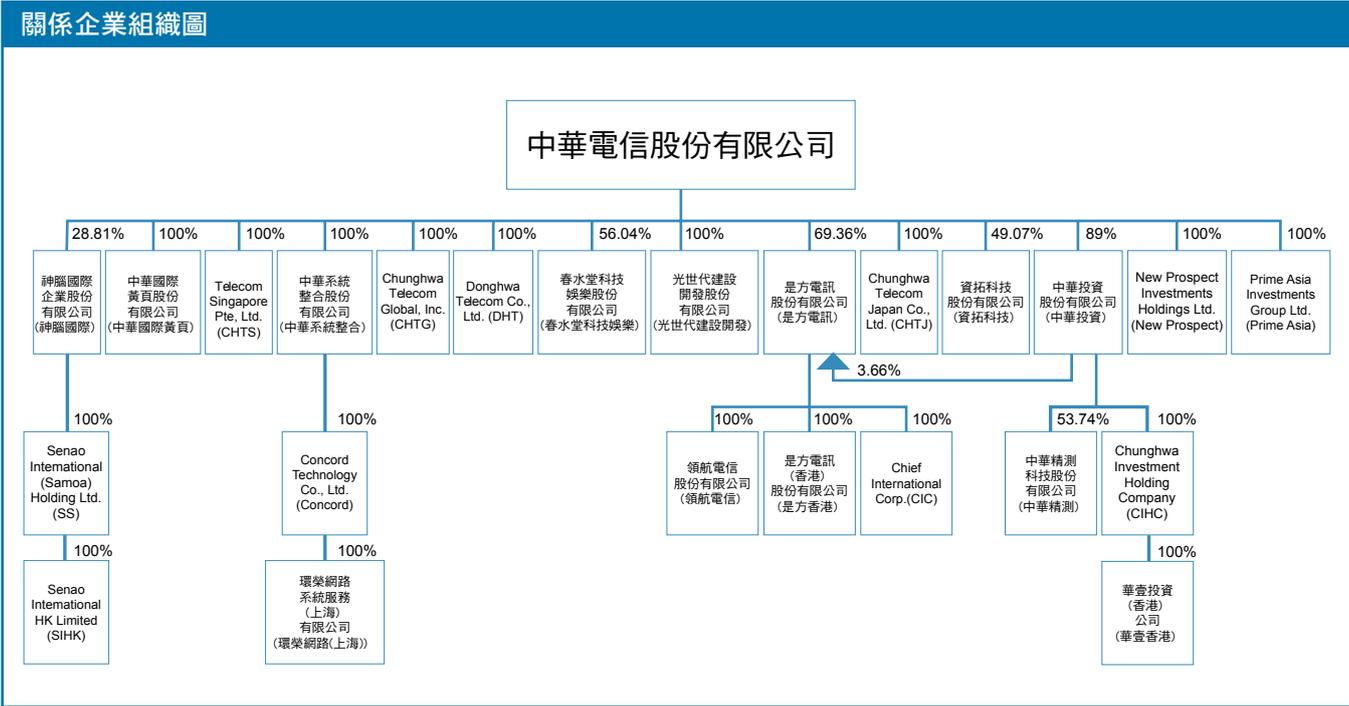
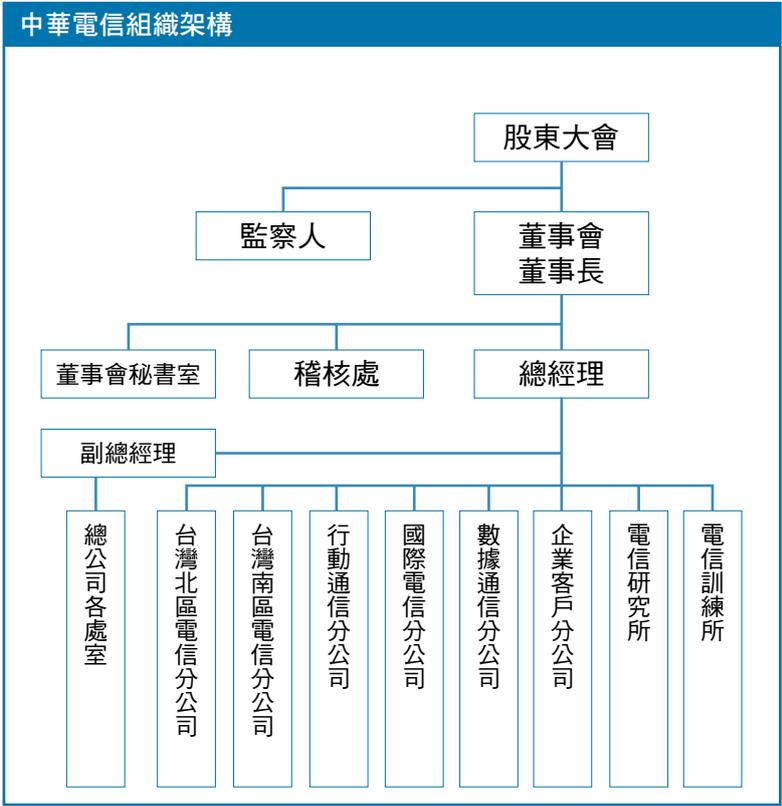
除了傳統電信業務外，我們已成功地推出多項資通訊及數位匯流服務，提供客戶雲端運算及客製化的整體解決方案，持續朝資通訊服務公司轉型。

拓展海外業務

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

為拓展海外市場、開發新成長空間，我們將與子公司合作以ICT整合服務整廠輸出為重點，以大陸與東南亞為優先開發地區。在大陸，我們已合資成立上海立華、廈門碩泰，並與大陸電信三雄合作推展行動增值。在東南亞，與越南Viettel電信合作共同設立越南最大的IDC公司，另也完成海外印尼版衛星計程車營運派遣系統客製化開發建置、整合測試等。

大陸與越南對資通訊服務有大量的需求，由於我們有堅實的專業技術與經驗，資通訊整合服務的海外發展上將大有可為。另外，透過美國、香港、新加坡與日本的子公司，我們將國際固網業務拓展至海外市場，以強化業務競爭力、維持高品質的服務水準，並提供跨國企業客戶國際電路出租、IP-VPN、網路資料轉送服務(IP transit)、語音及數據批售等服務。



中華電信合併業績概況(百萬元)			
	2008年	2009年	2010年
營業收入	201,670	198,361	202,430
營業成本	113,546	112,736	115,332
營業費用	29,556	29,231	29,731
營業利益	58,567	56,394	57,367
每股基本盈餘(元)	4.64	4.51	4.91

中華電信市場地位(用戶數及市占率)						
	2008年		2009年		2010年	
市話	1,273萬	97.3%	1,244.8萬	97.1%	1,230.7萬	96.9%
行動電話	895萬	35.2%	926.9萬	34.4%	967.9萬	34.8%
寬頻網路	431萬	83.8%	430.4萬	83.0%	437.4萬	80.5%
HiNet	410萬	68.1%	406.7萬	71.8%	409.6萬	69.6%

中華電信主要業務概況				
營收項目		說明	營收金額與同期比	比重
行動通信業務		行動上網帶動加值業務營收及手機銷售收入之增加。	890.4億元(+2.9%)	44.0%
網際網路業務		寬頻用戶數的增加及用戶持續由ADSL升速至光纖。	244.8億元(+3.5%)	12.1%
國內 固定 通信 業務	市話	行動電話與網路電話(VOIP)之替代效應。	322.5億元(-2.9%)	34.9%
	國內長途電話	行動電話與網路電話(VOIP)之替代效應及NCC要求降低費率。	66.5億元(-10.2%)	
	寬頻(ADSL與FTTx業務)	光纖營收的成長彌補了ADSL營收之下降。	203.2億元(+2.1%)	
國際固定通信業務		國際電路出租及國際數據交換成長。	153.3億元(+1.9%)	7.7%
其他			26.8億元(+82.0%)	1.3%
總計			2,024.3億元(+2.1%)	100%

有效管理資本支出

2010年合併資本支出共計246.17億元，分別為國內固定通信(含接取網路及寬頻網路)142.60億元、行動通信52.61億元、網際網路18.89億元、國際固定通信17.87億元及其他14.20億元。

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

關係企業管理

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

我們的內部控制涵蓋企業層級之風險管理及作業層級之營運活動，並訂有「對子公司之監督與管理」作業，落實對子公司風險控管機制。同時，針對我們所指派擔(兼)任轉投資事業董事長、總經理及股權代表之管理，亦訂定有管理機制「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。

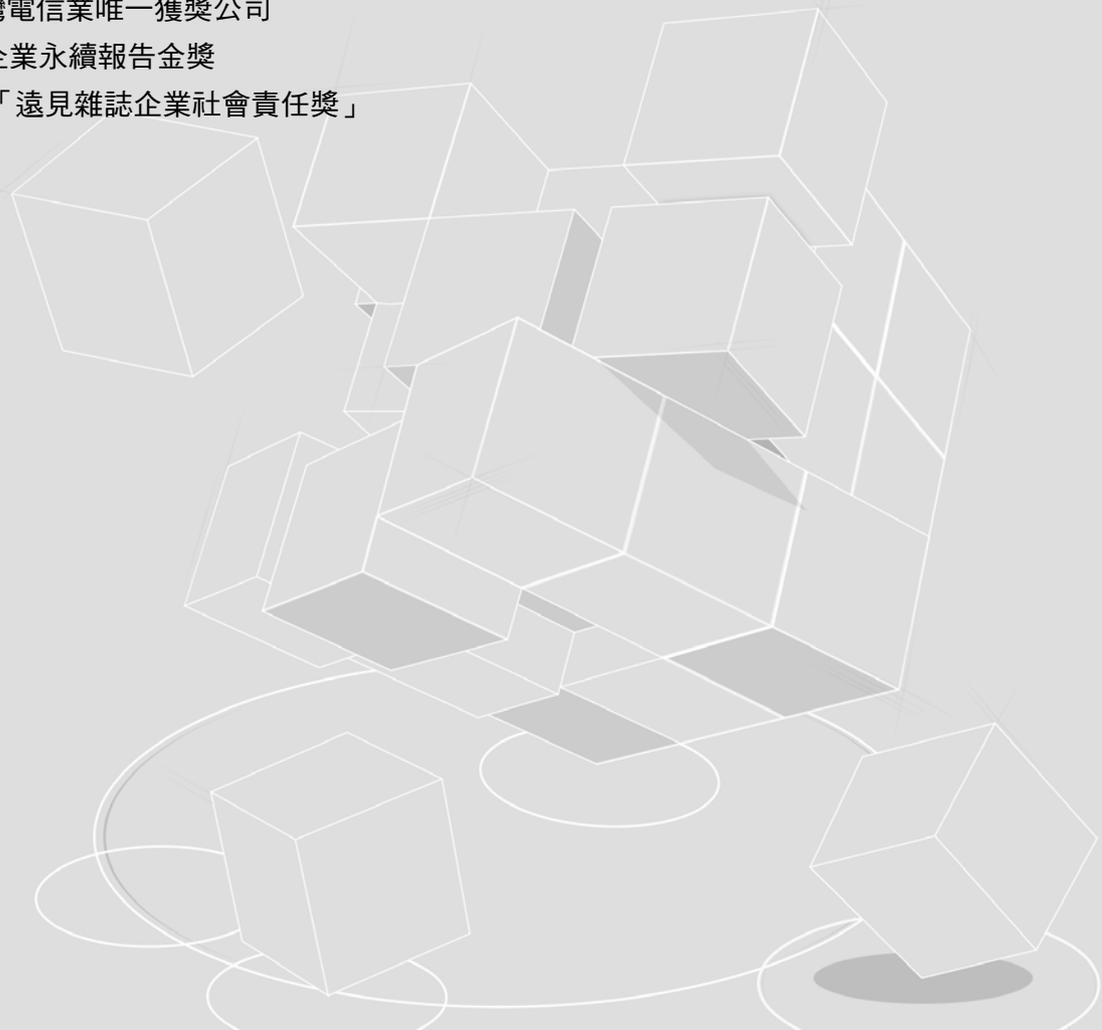
重大資本支出		
	2010年(實際值)	2011年(預估值)
國內固定通信	14,259,706	17,614,610
行動通信	5,237,274	5,754,160
網際網路	1,794,855	4,599,000
國際固定通信	1,654,047	2,217,485
其他	1,357,596	949,500
合計	24,303,478	31,134,755

註：上表數據為非合併資訊。

- S**策略 核心能力 再造標竿
- M**管理 擴大供應商管理
- A**措施 進行利害關係人溝通
建構企業社會責任管理系統
- R**回應 建立國際CSR夥伴關係
- T**目標 企業社會責任關鍵績效指標
實務守則對照表



- Finance Asia 2010年亞洲最佳企業評選，榮獲「最佳管理之企業」、「最佳公司治理」、「最佳企業社會責任典範」及「最信守股利政策承諾」四項肯定，是台灣電信業唯一獲獎公司
- 三度榮獲台灣企業永續報告金獎
- 2010年第六屆「遠見雜誌企業社會責任獎」



核心能力 再造標竿

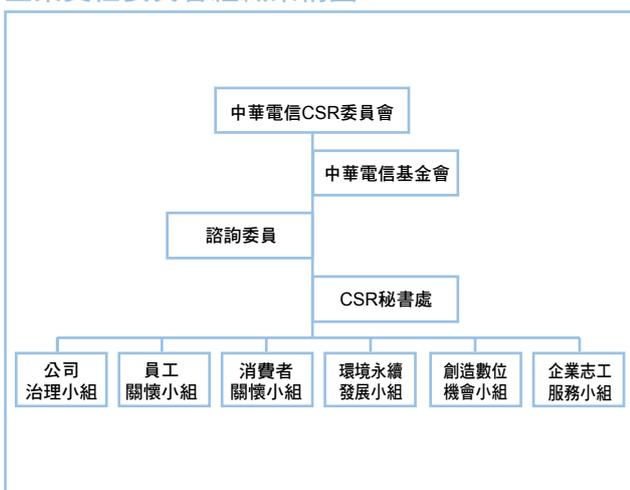
身為一個有價值的企業，如何對我們核心業務領域所影響到的各個利害關係人，採取更負責任的行動，一向是我們在注重專業之餘，從未忽視的課題。我們相信利用企業獨特的資源和專長，重點投入相關的公益議題，來改善公司的競爭環境，可以讓社會和企業同時受益；而成熟的企業社會責任，必須要能夠融入企業的核心活動中，成為凝聚組織、激勵創新的企業文化基因。

台灣CSR標竿

中華電信企業社會責任的驅動力，來自全球化時代對於企業的要求：包含企業的全球化布局、企業形象聲譽的風險與機會、非財務績效資訊的揭露要求、競爭優秀人才等等。

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

企業責任委員會組織架構圖



CSR雙主軸

我們企業社會責任策略的主軸，來自從企業資源轉化為實踐企業社會責任的核心能力，一方面運用資、通訊本業的特質，延伸企業社會責任的力量，把資源用在最有效的地方；另一方面，我們在偏鄉野嶺都有服務單位及員工，不僅可以投入物資資源，也可以鼓勵企業志工一起推動企業社會責任。



行政院長吳敦義代表天下雜誌頒發企業公民獎，由呂董事長代表領獎。



遠見雜誌企業社會責任獎頒獎典禮，行政院長吳敦義與呂董事長合影。

擴大供應商管理

我們是台灣第一家制定供應商管理政策的電信業者。2009年，完成「中華電信供應商企業社會責任基本狀況調查」問卷。2010年，針對採購量大、影響性高的供應商，寄發問卷並召開供應商大會。「中華電信供應商社會責任準則」與「促進供應商落實社會責任作業要點」將於2011年起陸續制定、執行。

創造雙贏合作關係

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

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



我們將持續召開供應商CSR交流分享會議，深化與供應商的夥伴關係。

首次供應商CSR狀況調查

我們是台灣第一家制定供應商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」。2009年，參酌電子工業行為準則（EICC）與全球電子永續發展倡議組織（GeSI）供應商評估問卷，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2010年針對採購量大、影響性高的供應商，寄發問卷並召開供應商大會。

在前200大供應商中，2010年底我們共收到99份有效問卷。問卷內容完整涵蓋：CSR政策與執行現況、管理組織、勞動與商業道德、環境安全衛生、綠色思維與倡議行動。根據調查結果與供應商的意見回饋，我們已初步掌握今後輔導供應商落實CSR的工作重點，並且對調查問卷做進行修正。

制定供應商社會責任準則

為了讓供應商管理更加制度化，我們於2010年開始起草「中華電信供應商社會責任準則」。待董事長通過後，有關部門隨即預備制定「促進供應商落實社會責任作業要點」，預計將於2012年起實施。

依規劃，未來得標在一定金額以上之供應商，都必須填寫供應商企業社會責任現況調查問卷。而我們也將視實際需要針對重要供應商進行現場訪視，確認其企業社會責任執行現況。對於社會責任表現良好之供應商，我們也會給予公開之表揚。

進行利害關係人溝通

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

多重溝通管道

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

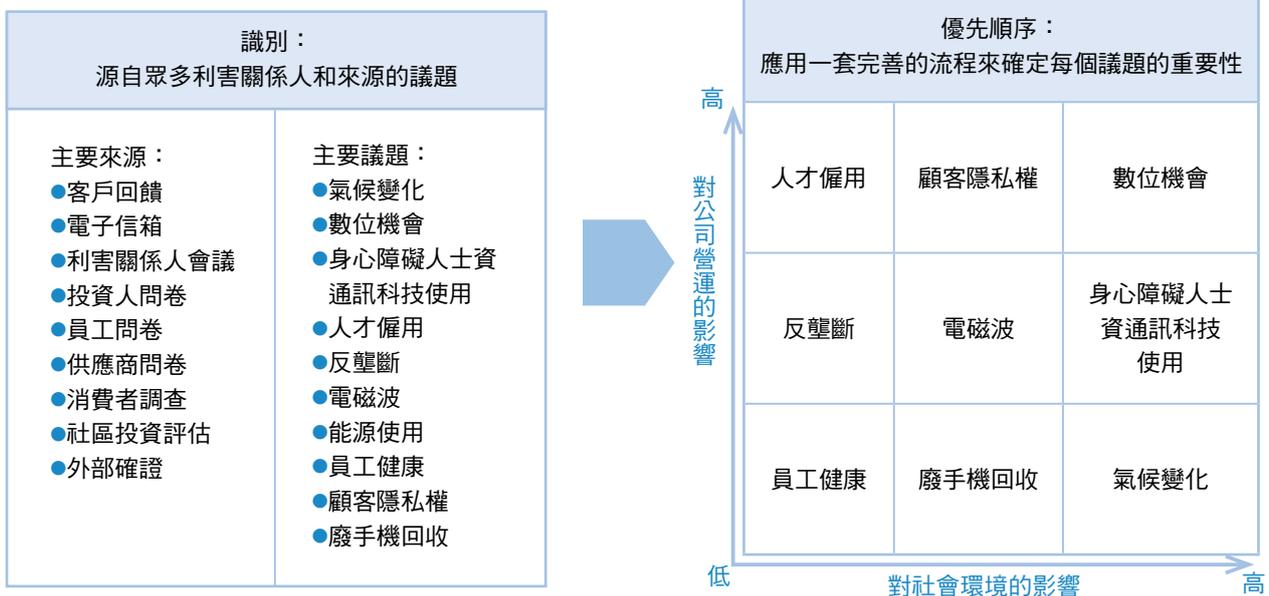
我們進行利害關係人的溝通，執行方式說明如下：

- 1.利害關係人邀約：由公共事務處邀約。
- 2.意見調查問卷設計：將年度報告書內容整理成問卷，作為座談會討論之基礎。
- 3.座談會：邀請與會利害關係人發言並適時請各部門主管進行回應。

關鍵性議題分析

針對各類利害關係人關心的不同議題，我們再分別從「對公司營運的影響」以及「對社會環境的影響」兩個面向進行優先順序的判斷。一如既往，創造數位機會是我們CSR工作最應著重的項目。其次兩項「顧客隱私權保障」與「身心障礙人士資通訊科技使用」同樣與我們的核心業務密切相關。科技的飛快進展，一方面我們需要保障使用者的權益不受侵犯；另一方面，針對不同族群客製化特定需求產品，是社會對我們的期待，也可能是未來的商機。

關鍵性議題矩陣



建構企業社會責任管理系統

中華電信已成為台灣電信業的CSR標竿，我們會逐步將企業社會責任由公司策略，發展到競爭策略，再發展到組織運作策略，在投入、產出、管理等各階段，融入企業社會責任與環境永續的經營理念並落實執行。

SMART企業社會責任管理系統

我們自2007年推行企業社會責任以來，經過不斷討論與深化，在2010年證交所通過「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」後，已經全面融入營運過程。

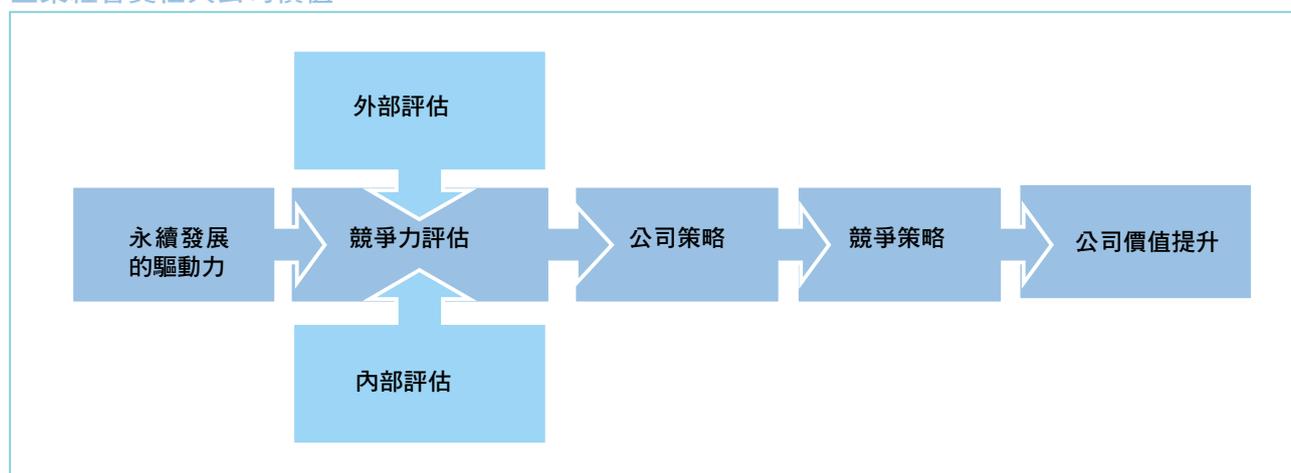
融入營運過程不單只是口號，我們已經有清楚的管理模式。在企業社會責任的六個面向，包括公司治理、員工關懷、消費者關懷、環境永續、創造數位機會、企業志工服務，我們發展出獨特的策略(Strategy)、管理(Management)、措施(Address)、回應(Response)和目標(Target)五階段的SMART企業社會責任管理系統，並帶入營運計畫。透過外部問卷及內部評估程序，在每年年底請各小組研擬制定未來一年的新目標，並評估在該小組的策略、管理、措施、回應上是否有需要增補；我們相信，對企業社會責任進行策略與管理，將有效推動企業社會責任的永續經營。

公司價值提升

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

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

企業社會責任與公司價值



建立國際CSR夥伴關係

我們積極與海外各領先企業與國際組織深化交流，同時分享我們推動CSR的績效與成果，我們藉著這些互相學習的機會，開啟更多在企業社會責任和永續發展方面的想法，並促進彼此之間的連結與合作，使我們的承諾產生無遠弗屆，更廣更深的影響力。

CSR交流學習

面對未來「環境永續」及「節能減碳」這個不確定性高，但又跟CSR環境面發展有正相關的重要議題，我們透過與國際一流標竿的企業學習，吸收國外CSR標竿企業的經驗，讓我們持續研擬及規劃更適切、更具成本效率的策略與行動，保持進步的能量。

2010年我們與英國社區事業協會(Business in the Community, BITC)、沃達豐電信公司(Vodafone)，及英國碳信託公司(Carbon Trust Company)進行了CSR經驗分享與交流，除吸收標竿企業建構及推動CSR行動經驗外，亦分享了中華電信推動CSR的績效成果，達到跨國CSR交流與學習效益。

朝全球CSR標竿電信公司邁進

Vodafone是全球知名的CSR標竿電信企業，相當重視營運過程對環境及社會的影響，以及商業策略與CSR的整合。中華電信多年來主動回覆「道瓊永續群組指數(DJSI)」問卷，以CSR卓越企業為師，針對環境永續、供應鏈管理、氣候變遷，以及道瓊永續群組指數(DJSI)問卷實務等議題，與Vodafone有深入的討論與交流。

我們加入了由BITC所發起的氣候變遷網絡(Mayday Network)，擴展國際CSR夥伴關係，並與國際企業夥伴合作，致力尋求最有效率的方式面對氣候變遷並採取行動，響應於「2012年降低10%的溫室氣體排放量，回到2008年基準」的Mayday Network減碳目標，宣誓中華電信與國際企業共同對抗全球暖化的決心。加入Mayday

Network我們承諾將：

- 轉型朝更為永續的方向，確保長久的企業價值
- 管理碳排放、發展碳行動方案，並設立減量目標
- 員工/客戶/供應商參與行動
- 採取實質行動降低碳排放量

未來我們將持續與BITC保持聯繫，除了擴大氣候變遷網絡(Mayday Network)會員影響力外，亦將規劃針對營運場所、市場、環境和社區等4個層面，透過與國際領先企業的共享與交流，激盪創新解決方案，逐步強化我們在環境永續面向上的成效。

關注低碳產品與服務

為全面考量與落實內部的碳管理行動，我們也開始重視低碳產品與服務的發展，我們與Carbon Trust的資通訊(ICT)產業代表見面，就未來中華電信推動產品或服務碳足跡時之基礎、歷程與方向，進行了深入的交流學習。未來我們將透過節能產品，以及節能志工服務，加強宣導消費者、企業及行銷服務據點認識產品的碳足跡及碳標示，並逐步推動產品與服務的標示，作為日後減量的基礎。

展望2011年，我們將針對1.環境資訊揭露；2.能源效率提升；3.建設再生能源；4.推動自主環保；5.產品加值與服務等五項CSR議題，思考推動策略與規劃行動方案，展現中華電信在環境永續的決心與能量，朝全球企業社會責任標竿電信公司邁進。

企業社會責任關鍵 績效指標

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



行為準則相關規範	P.19
誠信經營守則之制定	P.20
因應氣候變遷之風險與機會	P.18
工會法	P.33
身心障礙者權益保護法	P.33
NCC普及服務政策	P.53

標竿指標



首家制定供應商CSR政策的電信業	P.10
唯一設有工會且與員工簽訂團體協約的電信業者	P.33
首家達成減碳目標的電信業者	P.43

管理指標



	2008	2009	2010	說明	頁碼
客戶滿意度：消費者客戶 (滿分為5分)	3.66	3.73	3.81	↑	P. 27
女性主管比例 (%)	22.11	22.48	23.04	↑	P. 33
身心障礙雇用 (人)	695	709	721	↑	P. 33
育嬰留職停薪申請 (人)	52	55	54	持平	P. 36
綠色採購金額最高的服務業者 (億元)	--	2.06	4.1	↑	P. 47
企業志工服務時數	--	41,979	147,083	↑	P. 52
偏遠地區開設電腦相關課程 (小時)	--	1,023	1,240	↑	P. 53
社會貢獻金額 (千元)	247,516	1,556,467	1,875,187	↑	P. 52

實務守則對照表

上市上櫃公司企業社會責任實務守則規定	頁次
一、落實推動公司治理	
（一）公司訂定企業社會責任政策或制度，以及檢討實施成效之情形。	9
（二）公司設置推動企業社會責任專（兼）職單位之運作情形。	9
（三）公司定期舉辦董事、監察人與員工之企業倫理教育訓練及宣導事項，並將其與員工績效考核系統結合，設立明確有效之獎勵及懲戒制度之情形。	19-20
二、發展永續環境	
（一）公司致力於提升各項資源之利用效率，並使用對環境負荷衝擊低之再生物料之情形。	44-45
（二）公司依其產業特性建立合適之環境管理制度之情形。	42-43
（三）設立環境管理專責單位或人員，以維護環境之情形。	42
（四）公司注意氣候變遷對營運活動之影響，制定公司節能減碳及溫室氣體減量策略之情形。	43
三、維護社會公益	
（一）公司遵守相關勞動法規，保障員工之合法權益，建立適當之管理方法與程序之情形。	34-35
（二）公司提供員工安全與健康之工作環境，並對員工定期實施安全與健康教育之情形。	38
（三）公司制定並公開其消費者權益政策，以及對其產品與服務提供透明且有效之消費者申訴程序之情形。	26-27
（四）公司與供應商合作，共同致力提升企業社會責任之情形。	10
（五）公司藉由商業活動、實物捐贈、企業志工服務或其他免費專業服務，參與社區發展及慈善公益團體相關活動之情形。	52
四、加強資訊揭露	
（一）公司揭露具攸關性及可靠性之企業社會責任相關資訊之方式。	21
（二）公司編製企業社會責任報告書，揭露推動企業社會責任之情形。	all
五、公司如依據「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」訂有本身之企業社會責任守則者，請敘明其運作與所訂守則之差異情形：	all
六、其他有助於瞭解企業社會責任運作情形之重要資訊（如公司對環保、社區參與、社會貢獻、社會服務、社會公益、消費者權益、人權、安全衛生與其他社會責任活動所採行之制度與措施及履行情形）：	all
七、公司產品或企業社會責任報告書如有通過相關驗證機構之查證標準，應加以敘明：	62-63

S 策略 落實誠信經營

M 管理 完善風險與危機管理

A 措施 完善行為準則

R 回應 力行誠信企業文化

T 目標 深化揭露與管理



- 獲頒中華徵信所「經典獎」，唯一一家連續20年經營績效排名前500大的服務業
- 連續五年榮獲證券暨期貨市場發展基金會所舉辦之上市（櫃）公司資訊揭露評鑑A+之最高殊榮且名列A+級前十家上市櫃公司
- 連續五年榮獲證券暨期貨市場發展基金會資訊揭露評鑑A+之最高獎項
- Finance Asia 2010年亞洲最佳公司評比
- IR Global Rankings 最佳財務揭露獎、亞太區最佳財務披露獎
- IR Magazine 「台灣最佳公司治理及資訊揭露」獎
- 標準普爾長期信用「AA」及中華信評長/短期信用「twAAA/twA-1+」評等

落實誠信經營

要將「中華電信」打造成為最有價值及最值得信賴的資通訊公司，除業務拓展，更強調信賴價值以及正派經營。「中華電信股份有限公司治理守則」為正式之公司治理政策，內容涵蓋：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。

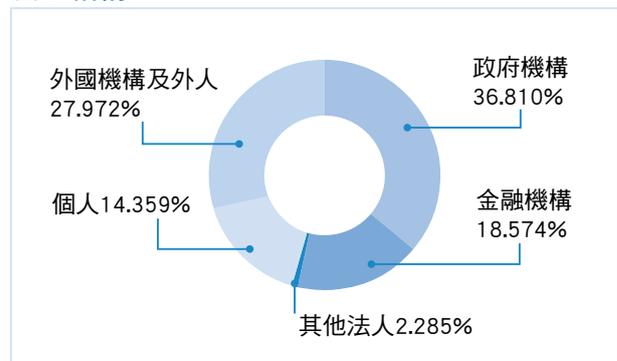
董事會運作與績效評估

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。董事會具有高階管理者的選任與提名之職責，並負責制定公司企業社會責任、企業公民、及永續發展策略。董事會設置13席董事（含3席獨立董事），另設3席監察人；目前13席董事中有3席為女性董事（含1席獨立董事），3席監察人亦均為女性。同時，明定設有勞工董事1席，確保董事會之多樣性。2010年，董事會共召開10次會議，所有董事的平均出席率超過九成。

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

交通部為中華電信的最大股東，公司董事長及總經理做為政府股權代表，戮力經營公司並善盡社會責任，依「交通部派任公民營事業及財團法人機關代表遴選、管理及考核要點」，於每年年終接受交通部考核。2010年，公司董事、監察人、總經理及副總經理酬金總額占純益比例為0.29%，而2009年為0.32%。

股東結構



註：依2011年1月15日，本公司減資換股基準日。

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，有關資訊揭露事宜皆遵守國內外相關法規規定，所有投資人關心之議題皆以中英文同步在國內外揭露，提供即時之財務與業務資訊。在2006年到2011年連續六年，我們皆獲得上市（櫃）公司資訊揭露評鑑A⁺之最高殊榮且名列A⁺級前十家上市櫃公司。

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

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。

完善風險與危機管理

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

風險分析與因應

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

風險管理組織架構

組織名稱	權責範圍
董事會 (含審計稽核及策略委員會)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訂定風險管理政策、架構及文化。 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 (總執行長、總經理、副總經理)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 執行董事會風險管理決策。 2. 協調跨部門之風險管理互動與溝通。
總公司各主管處 (經營規劃處為執行秘書處)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 彙整風險管理活動執行結果。 2. 協助與監督所屬分支機構進行風險管理活動。 3. 視環境改變決定風險類別並建議承擔方式。 4. 進行風險調整後之績效衡量與協調。
所屬分支機構	<ol style="list-style-type: none"> 1. 執行日常風險管理活動。 2. 進行風險控管活動的自我評估。

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

我們架構完整之風險管理政策與制度，輔以資訊系統做紀錄與追蹤，多年來均有效發揮風險控管績效，降低經營層面之風險。2011年計畫新增了一項管控機制，即針對影響重大之即時風險資訊，請主辦單位填具「風險粗估」及「因應措施」，以利追蹤及控管，俾降低其影響程度。

氣候變遷風險

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

完善行為準則

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

行為準則的增修

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

「行為準則」明定董事、監察人、經理人以及員工應遵循及維護之準繩，內容包含個人責任、群體責任，以及對中華電信、公眾，及其他利害關係人之責任規範，強調員工應有之誠實及道德行為、避免個人之利益衝突、維護營業秘密、公司資產之保護及正當使用、禁止內線交易等，並對違反公司規範之員工訂有應負之責任。

因應時事變化，「行為準則」將朝以下方向增修：

1. 增列關懷員工、不貪腐、不賄賂及落實環保與建立健康、安全之工作環境，藉以強化公司治理及加強內部控制。
2. 全集團適用：本公司關係企業與組織應依據本行為準則之精神從事營運活動，並亦得依據其營運需要修訂相關之規定。

員工行為倫理評鑑

「行為準則」除於公司內外部網站公告週知外，每年並辦理行為準則網路測驗，強化員工操守及價值觀，以期共同遵守。此外，另訂「中華電信股份有限公司從業人員考核要點」及「中華電信股份有限公司從業人員獎懲標準」考核員工。各項規定均週知員工遵守，讓員工明確知道行為規範。員工遇有足資鼓勵之事蹟或應做誠行為時，亦依上開規定即時辦理獎懲。

2010年違反行為準則事項共發生8件15人，其中違反資安規定1件3人、違反保密規定2件2人、違反電信法規1件3人、侵占公司財務1件4人、言行失檢3件3人。違紀案件較2009年的12件減少，我們除明確發佈懲處令，也持續加強相關教育宣導。

力行誠信企業文化

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

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

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

- 1.本守則訂定目的。（第1條）
- 2.明定禁止不誠信行為及利益之態樣。（第2、3條）
- 3.明定公司應遵守有關法令，落實誠信經營。（第4條）
- 4.為創造永續發展之經營環境，明定公司應訂定以誠信為基礎之政策，並建立良好之公司治理與風險控管機制。（第5條）
- 5.為落實政策，規範公司應訂定防範不誠信行為要點。（第6條）
- 6.明定防範不誠信行為要點之範圍。（第7條）
- 7.為強化公司對誠信經營之決心與承諾，明定公司應於公司規章及對外文件等明示誠信經營之政策並確實執行。（第8條）
- 8.為期公司能以公平與透明之方式進行商業活動，明定公司避免與不誠信行為紀錄者進行交易。（第9條）

- 9.明定禁止行賄及收賄、提供非法政治獻金、不當慈善捐贈或贊助及提供不合理禮物、款待或其他不正當利益。（第10條至第13條）
- 10.明定董事會應督促公司防止不誠信行為及確保政策之落實，並由專責單位負責。（第14條）
- 11.為落實公司誠信經營，明定公司董事、監察人、經理人與員工執行業務應遵守法令規定及防範不誠信行為要點。（第15條）
- 12.明定公司應訂定董事、監察人及經理人之利益衝突迴避政策。（第16條）
- 13.為確保誠信經營之落實，公司應建立有效會計制度及內部控制制度，內部稽核人員亦應定期查核其遵循情形。（第17條）
- 14.為利董事、監察人、經理人與員工於執行業務遵循辦理，以落實誠信經營，明定公司應訂定相關作業程序及行為指南。（第18條）
- 15.為落實推動誠信經營，明訂公司應定期舉辦教育訓練及宣導，並建立合宜檢舉及懲戒制度。（第19、20條）
- 16.明定公司應強化履行誠信經營資訊之揭露。（第21條）

我們設立了防弊業務推動及執行單位，還有檢舉違規舞弊管道，維護公司營業秘密，防範違規、舞弊及內線交易等。

深化揭露與管理

2010年我們第三度獲得台灣永續能源發展基金會「台灣企業永續報告獎」服務業組金獎的肯定，這代表我們致力於企業社會責任資訊揭露的方向與目標，得到了社會各界利害關係人的肯定。未來我們將持續走在主管機關之前，持續成為台灣企業資訊揭露的標竿。

確立GRI架構為最重要之準則

繼《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》推出後，證交所對加強上市公司之企業社會責任資訊揭露，也有進一步的發展方向，證交所將以目前全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative，簡稱GRI）所提出之永續性報告書第三代綱領（the third generation of GRI's Sustainability Reporting Guidelines，簡稱GRI G3 Guidelines），作為國內上市公司在資訊揭露時最重要之依據及架構。我們將持續重視企業社會責任議題及報告書之編製。



我們的公司資訊揭露連續五年獲金管會評鑑為最高之A+級。



蕭副總統與呂董事長合影留念。

定期公布溫室氣體排放及減量資訊

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

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

以AA 1000為報告書查證標準

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

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



- 2010讀者文摘亞洲區台灣「信譽品牌」電信服務類白金獎
- 天下雜誌2010台灣最佳聲望標竿企業獎
- 2010年第八屆遠見雜誌傑出服務獎
- 連續第九年蟬連管理雜誌「2010消費者心目中理想品牌調查」行動電話系統及數據網路服務兩項第一名
- 連續三年榮獲今周刊「商務人士理想品牌」電信業第一名
- 2009年亞太傑出顧客關係服務獎，「最佳客戶聯絡中心」、「最佳委外服務隊伍」、「最佳科技運用」以及「傑出行政總裁」等四項大獎
- LBS擴增實境應用－行動生活搜尋家「hiPage搜go!」榮獲「99年度資訊月傑出資訊應用暨產品-數位內容類獎」
- 「iEN智慧型節能服務系統」榮獲「99年度資訊月傑出資訊應用暨產品-綠能產品類獎」
- 「Hami書城電子書創新服務平台」榮獲99年度經濟部技術處產業創新成果表揚－產品 / 系統創新獎
- 榮獲交通部「IPv6網路先鋒獎」及「IPv6 推動貢獻獎」
- 榮獲交通部「車載機之整合應用服務及建立交通資訊通信加值鏈之研究」獎狀

迎接雲端時代

我們具有網路基礎架構、電信增值服務、與軟硬體技術整合的優勢，整合帶動國內資通訊產業的轉型與升級，並提供客戶完整的CRM雲端與增值服務的解決方案。我們的願景有三：成為國內雲端運算服務領導者、扮演雲端運算產業推動者、攜手策略合作夥伴共創雲端運算新服務。

領導帶動雲端運算服務

根據Gartner Group的分析報告，雲端運算是2011年最具影響力十大策略性科技的第一位。經建會亦表示，雲端運算將成為臺灣下一個兆元產業。

所謂雲端運算，一言以蔽之，就是雲伺服器、終端、網路與服務。其中，「網路」與「服務」就是中華電信的本業與優勢，串起「雲」與「端」，提供民眾及企業便利的雲端運算服務。

我們具有深厚技術實力，整合帶動國內資通訊產業的轉型與升級，積極耕耘，提出三大願景：成為國內雲端運算服務領導者、扮演雲端運算產業推動者、攜手策略合作夥伴共創雲端運算新服務。

為了推動雲端服務，我們於2010年1月成立雲端運算服務推動任務小組，擬訂發展策略，預計在五年內斥資約新台幣兩百億元，投入雲端運算發展計畫。目前，除了已經推出hicloud雲端運算服務、客戶關係管理服務、Hami電子書城等服務之外，並打造雲端服務營運、雲端運算研發、雲端運算測試、雲端服務體驗等四大中心。我們更針對雲端軟體開發者，發展建置「雲端服務創作平台」，提供完備的雲端服務創作環境與應用軟體開發工具，推出「中華雲市集」，提供企業客戶一站購足、改買為租、隨選即用、安全穩定的雲端應用服務，藉此擴大雲端應用，打造台灣最大雲端聚落。

台灣雲端運算產業協會

2010年10月，我們與國內資通訊領導業者共同成立「臺灣雲端運算產業協會」，並推舉董事長呂學錦擔任首任會長。目前已超過100家業者成為會員，分別加入雲端系統、雲端服務、法規標準、合作推廣等委員會，致力於開發雲端運算解決方案和雲端運算應用服務。此協會已成為臺灣雲端運算產業鏈提升價值的觸媒，讓產學研界有開發、整合、驗證、商用、輸出的媒合平台，朝成為台灣下一個兆元產業的目標前進。



台灣雲端運算產業協會成立，加速雲端運算的發展。

加強服務發展

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

雲端到家－i顧家智慧話機

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

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

智慧醫療

為提供病患更優質即時的醫療照護服務，提升醫療院所的服務品質與經營效率，秀傳醫療體系繼2010年與我們合作將行動科技導入電子病歷管理後，更進一步將雲端科技導入醫療應用服務，包括雲端電子病歷、雲端護理資訊系統、雲端醫療資訊系統及秀傳各院區全面導入醫療私有雲計畫之合作發展，打造全國第一朵醫療私有雲，啟動醫療雲新紀元。

以雲端護理資訊系統為例，秀傳醫療體系護理長擔任病患的「健康經紀人」，隨時隨地透過iPad展現雲端的應用及移動力，掌控病患的健康狀況並進行管理，是國內首家推出雲端醫療iPad應用服務的醫療院所，此舉也讓秀傳醫療體系朝健康經濟更向前邁進一大步。



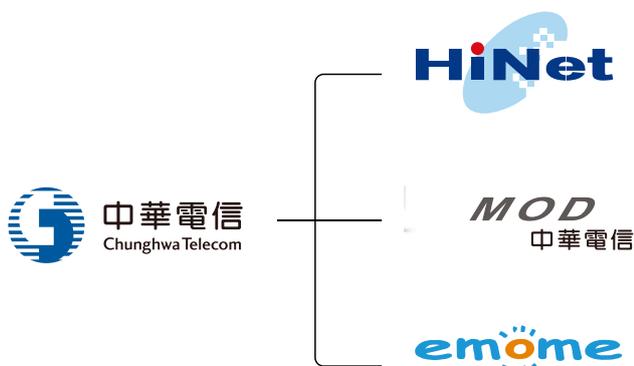
呂學錦董事長和秀傳醫療體系總裁黃明和，宣布攜手打造台灣第一個健康醫療雲，同時結合醫療影像及健康資訊傳輸，打造iPad醫療新應用首例。

創新品牌管理

中華電信在臺灣社會擁有獨特的品牌資產，我們持續進行品牌管理與加值。2010年，中華電信連續第七年榮獲讀者文摘亞洲區「信譽品牌Trusted Brand」電信服務類白金獎，是台灣唯一獲得該項殊榮的電信公司。

品牌組織與品牌架構

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



品牌策略

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

新色彩新感動

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

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

中華電信CI新輔助圖案及色彩及象徵意義

-  橘色：熱情、活力
-  綠色：成長、關懷
-  藍色：科技、創新

強化客戶關係管理

為提供客戶完整的服務，我們除了加強營業櫃檯與空中櫃檯的協同作業，更逐步加強網路客戶服務工作。我們通過香港亞太顧客服務協會舉辦之「2010亞太傑出顧客關係服務獎」評選，榮獲「最佳顧客滿意品管系統」及「最佳知識管理」兩項殊榮。

多重服務管道

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

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

推動精緻服務

我們的服務中心櫃台、客戶服務專線及裝機查修服務，均辦理客戶滿意度自訪調查，即時改善服務品質。在營業櫃台部分，特延聘顧問公司協助推動精緻化服務，及神秘客自我查核客服品質機制，持續檢討改善服務品質弱項，獲得客戶的信任與滿意，榮獲遠見雜誌「2010年第一線服務品質大調查——電信業第一名」。

2010年推出的新措施有：

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

持續客戶滿意度調查

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

國際認證及獲獎

繼2008年取得ISO 9001品質認證後，客服專線再進一步挑戰ISO 10002：2004（品質管理—顧客滿意—組織處理客訴指南）的國際標準驗證，不僅是國內電信業界第一、更是唯一。

我們積極推動系統整合與功能提昇，香港亞太顧客服務協會舉辦之「2010亞太傑出顧客關係服務獎」，頒與我們「最佳顧客滿意品管系統」及「最佳知識管理」兩項殊榮。今後我們將持續參加國際顧客關係服務相關獎項競賽，不斷精進內部作業流程、優化客戶關係，更積極學習國際客服營運管理、標竿經營模式。

客服專線關鍵績效指標

	2008	2009	2010	
	實績值	實績值	目標值	實績值
20秒內人員 應答率	87.1%	82.61%	81.5%	82.9%
客戶滿意度	4.71	4.74	4.32	4.59
首通電話 結案率	96.7%	86.17%	74.25%	79.6%

電信服務業關鍵績效指標

項目	指標值	中華電信實績值
市話接續完成率	≥ 95.6%	99.99%
行動電話 通話中斷率	≤ 3%	2G 0.74% 3G 0.24%
數據通信接取 服務封包遺失率	≤ 3%	0.00698%

客戶滿意度調查

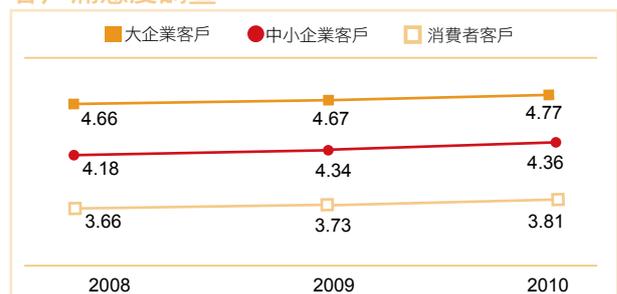
為瞭解客戶對各項服務的滿意程度及對我們企業形象、品牌價值與服務品質的認知，我們每年委由外部市調公司，就一般消費客戶、中小企業客戶及大企業客戶進行客戶服務滿意度調查，分別就各項業務找出客戶最關心的問題與期待，做為企業成長努力的方向。

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

2008年1月始新增「首通電話結案率」績效指標，於客戶來電3日後由客服人員外撥訪問，以了解客服人員是否於該通電話完成服務。

2009年3月起為客觀了解客戶感受及對本公司之服務流程是否認同，新增問訪題目以確認是否「只撥一通電話」，以符合國際標準，並於2009年10月起克服系統限制，於客戶來電後由系統自動語音外撥問訪，以更貼近傾聽客戶聲音，藉以精進服務流程提升服務品質。

客戶滿意度調查



註：每一項服務滿意度指標採五分法。

營造資訊安全

我們致力於提供美好的數位生活，摒除電信服務可能的負面影響，讓客戶使用我們的服務沒有後顧之憂。我們建立完善的客戶個人資料保護管理制度，維護客戶的隱私與權益。我們建置「防制詐騙停斷話作業處理系統」，配合警政機關防制詐騙。此外，我們也持續關注《濫發商業電子郵件管理條例》草案中責付網際網路服務提供者（ISP）管理義務。

符合法律規範

隱私權是現代社會生活秩序所必須，原用以保障隱私權的《電腦處理個人資料保護法》2010年4月修正更名為《個人資料保護法》。修正重點包括：擴大保護客體為所有個人資料，並打破行業別限制。

資訊安全是客戶服務的重要環節。除了維持走動管理、線上權限管控、禁帶個人物品進入客服席位等既有措施外，因應新法及施行細則規定，我們重新檢討建立完善客戶個人資料保護管理制度，加強對員工之教育。

《濫發商業電子郵件管理條例》草案中責付網際網路服務提供者（ISP）管理義務，並擬建立民眾受害補償機制，相關條文我們適時與相關單位反應溝通。

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。

防制詐騙

我們協助政府自2007年11月成立165通報專線，2010年平均每月投入約15名客服人力，協同刑事警察局承接週間尖峰時段的第一線業務。並建置「防制詐騙停斷話作業處理系統」，提供疑似詐騙電話資料予警方偵辦，平均每月投入3名客服人力，配合警政機關即時停斷話。

降低負面衝擊

摒除電信服務可能的負面影響，才能讓客戶使用我們的服務沒有後顧之憂。

- 垃圾信件：使用HiNet信箱的客戶可免費使用webmail服務，經由簡單的一次性選擇設定，決定往後是否將疑似垃圾郵件予以直接刪除。
- 色情資訊：提供K12信箱強制隔離、HiNet色情守門員、行動上網色情警衛，讓兒童及青少年遠離有害身心健康之網站。
- 使用時間控制：「HiNet上網時間管理服務」及手機「3G放心講」方案，讓父母親能有效掌握孩童使用手機及上網情形。
- 電磁波：我們架設的基地台與販售的手機，均符合主管機關訂定的管制標準。並且目前仍無明確科學證據顯示電磁波對健康造成影響。我們持續落實兩階段溝通：平時進行基地台美化與宣導，遇有爭議則委請第三方公正單位量測。

保障通訊品質

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

因應氣候變遷行動方案

台灣位處天然災害頻繁發生地區，加上氣候變遷導致的天候異常，各種通信網路設施極易遭受損害，一旦災區內、外通信遭受較大規模之損壞時，將造成客戶通信及災情通報中斷，甚至形成孤島，嚴重影響災害搶救、生命財產安全及公司營收損失。

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

通報系統創新

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

通信無孤島

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

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

2010年10月梅姬颱風造成蘇澳地區嚴重淹水及蘇花公路道路中斷，我們立即出動4部重型衛星越野車及2套可攜式衛星設備，積極搶通蘇花公路基地台，及時提供災區通信服務。

同時，配合交通部指示，針對蘇花、南迴、阿里山公路等單一出入口重要交通幹道研擬改善計畫，除確保沿線均能有「3格」以上信號強度及複式涵蓋外，並針對沿線通信進行強化，確保防災的強韌性，也是企業社會責任的最佳實現。

我們業已檢視並改善離島地區（如金門、澎湖、馬祖、蘭嶼、綠島、小琉球等）之骨幹傳輸網路及備援系統，強化網路可靠度。另定期辦理系統測試、備援演練、以及相關設備維運訓練，俾能提升維運人員技術能力，確保網路服務品質。

建設寬頻網路

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

光纖網路建設

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

我們承諾未來每年將持續投入300億元，十年將投入超過3,000億元，快速提升寬頻上網的速率，帶動台灣傳輸速度從50Mbps、100Mbps進入1Gbps，達到十倍數的成長。

升速不加價

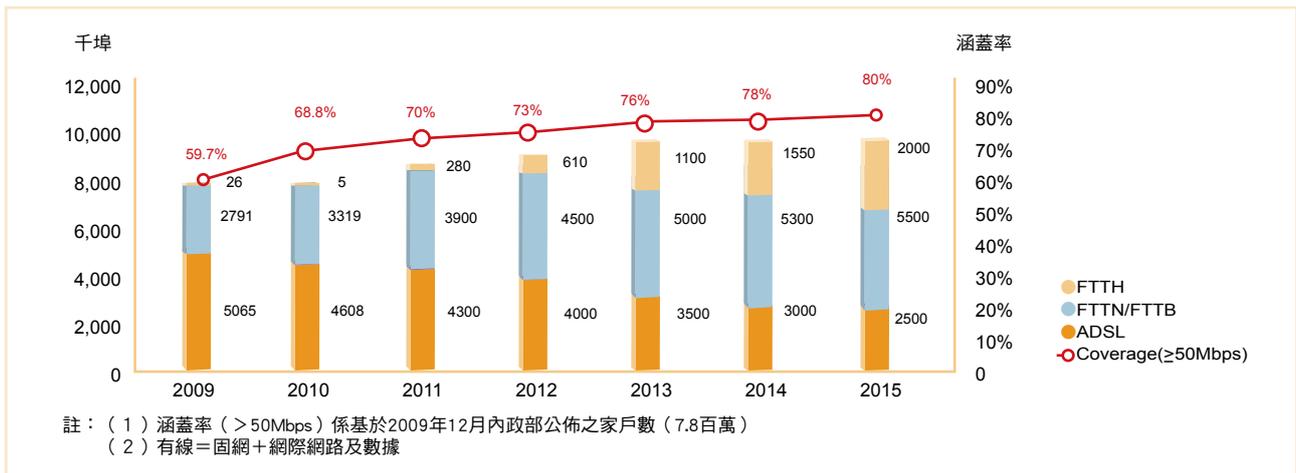
針對民眾所在意的頻寬與價格問題，在不增加用戶負擔原則下，2010年我們執行了升速不加價方案，將ADSL寬頻入門門檻256Kbps/64Kbps辦理免費升速至512Kbps/64Kbps、1Mbps/64Kbps免費升速至2Mbps/128Kbps及ADSL主要客戶群2Mbps/256Kbps免費升速至3Mbps/384Kbps，受惠客戶近200餘萬戶。

擴建無線熱點

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

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

光纖佈建計畫



建構開放文創平台

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

數位亞馬遜

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

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

發展觀光ICT服務

2010年是首次國際觀光客來台超過500萬的一年，帶動台灣相關產業投入研發創新，提升觀光品質，尤其在吸引大陸觀光客方面有了大幅成長。

在頻繁的兩岸交流中，台灣優勢如基礎建設、創新研發、技術整備及教育訓練能力，與大陸的總體經濟穩定度及市場規模，若能互補，就可創造雙贏。

各項ICT產業中，我們將持續深化文創、節能減碳、醫療、教育訓練與觀光產業的結合，衍生出更多令人感動的服務。



2010大甲媽祖遶境與中華電信Show Taiwan合作，民眾可以隨時連線看到大甲媽祖目前變轎位置。

勞動措施

S策略 關懷員工需求

M管理 落實人力資源管理
推行績效考核

A措施 吸引與留用人才
樂在工作幸福生活

R回應 保障職業健康與安全

T目標 落實環境教育



- 中華電信研究所所屬台中分所及高雄分所，雙獲行政院勞工委員會「2010年訓練品質評核系統(TTQS) 評核」金牌，且膺選為標竿單位
- 榮獲行政院勞工委員會頒發98年推行勞工安全衛生優良單位優良獎
- 榮獲台北市政府勞動安全獎
- 榮獲行政院衛生署國民健康局健康職場自主認證之健康啟動標章、健康促進標章與菸害防制標章

關懷員工需求

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

員工概況

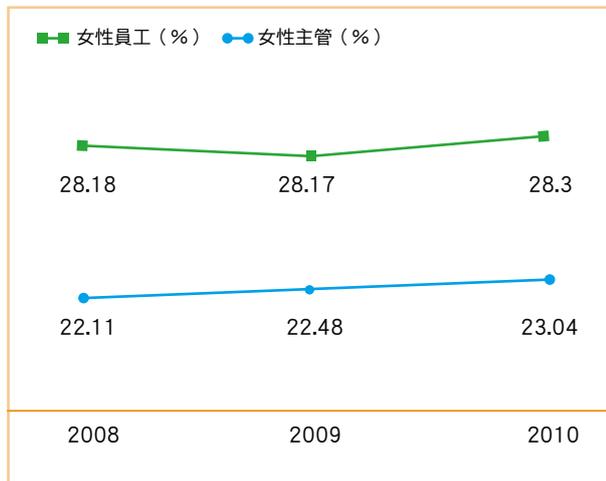
2010年，中華電信員工總數為24,474人，其中有566名員工離職，新招募員工398人，員工流動率為2.31%。女性員工總數為6,927人，占全體員工數的28.30%；女性員工近三年幾乎維持相同，但女性主管比例則緩步上升，2010年為23.04%。

依《性別工作平等法》之規定，我們明訂「性騷擾防治措施及申訴處理要點」，2010年我們並未收到任何相關申訴。

優良企業公民的表徵之一，是超越法律的要求。依《身心障礙者權益保障法》第38條所訂標準，2010年應進用身心障礙人員法定名額為228名，已僱用721名，為法律規定的3.16倍。

原住民族豐富了台灣文化的多樣性，2010年我們進用之原住民族員工有49位，我們也確實尊重他們不同的文化習俗。

女性員工比與女性主管比



勞資和諧

我們尊重員工的權益與溝通。員工除了享有提案、申訴、加入工會之權利外，依團體協約總公司及各分、支機構的勞資代表，每3個月至少召開一次勞資會議，必要時得召開臨時勞資會議；勞方代表可受邀出席人評會，列席考核會、業務會報等；同時，董事會設置勞工董事一席。2010年，員工加入工會之比例達99.80%。

中華電信董事長、總經理不定期與工會理事長、監事等工會代表座談或電話溝通，確保勞資溝通管道暢通。2010年共計召開6次全區勞資會議，並加開1次臨時會，針對相關議題達成多項共識。此外，也召開18次與勞動條件（績效考核、績效獎金核發、考核委員任期、非上班時段緊急聯絡人力調度及五都營運處組織整併年終考核評定原則等）有關之協調會商會議並做成結論，增進勞資和諧。

員工平均年齡與服務年資

年度	2008	2009	2010
員工人數	24,551	24,668	24,474
平均年齡	47.08	47.66	48.21
平均服務年資	22.80	23.31	23.81

落實人力資源管理

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

以職能為導向之訓練發展新體系

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

員工教育訓練及進修

我們致力於提供員工一個開放多元的學習環境，並透過工作輪調、專案指派及海外派任，使同仁生涯與職涯相互結合，共同享受知能成長的喜悅，開創美好的未來。

我們辦理員工培訓，設立專職員工教育訓練的電信訓練所暨台中、高雄分所，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。為培育公司未來高階主管人才，我們辦理「高階主管儲備研習班」，以培訓公司未來高階領導人應具備之經營、創新管理、領導等能力。各機構設有人才培訓小組，以推動人才培訓之規劃與執行，負責同仁生涯規劃與訓練發展，並循計畫、執行及考核機制，落實辦理同仁培育訓練工作。以增進同仁專業知能，改善服務態度及整體工作績效。2010年，員工訓練總時數達198萬小時，投入總金額達7億2,858萬元。

員工教育訓練

	2008	2009	2010
總訓練經費(元)	659,309,528	661,362,885	728,577,757
人均訓練經費(元)	26,855	26,819	29,769
總訓練時數(小時)	2,190,419	1,927,751	1,979,407
人均訓練時數(小時)	89	78	81

推行績效考核

為了吸引人才、激勵士氣，我們訂有「從業人員績效考核要點」辦理員工年終考核，做為同仁升遷、晉(降)薪、獎懲、培育、工作調整及核發獎金、紅利之依據。

產學合作

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

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

同時我們也鼓勵一般員工從事終身學習，提供每學期最高3萬元的進修補助。2010年，員工申請進修補助者有1,135人次，投入的總金額為1,765萬元。



中華電信與台灣大學合作之第一屆電信網路菁英人才培育課程順利完成。

強化績效考核程序

我們對於公司各職級員工的績效評估作業，有一定的作業規範與作業流程，以期達到公道考核，獎優輔劣目的。為確保公司CSR策略與營運策略相結合，我們對於高階主管人員績效之評估，更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。

我們在2010年11月頒布新制「從業人員考核要點」，「考核面談須知」也隨之公告、實施。考核主管對工作績效有待加強或提升之屬員應當面告知，給予必要之協助與輔導。經由管理程序的改善，使績效表現不佳之員工隨時、適時地透過主管的輔導與建議，獲得改善的機會，也真正發揮績效考核功能。

員工滿意度調查

為了解員工對於在中華電信工作之滿意與認同情況，我們自2010年起將持續展開員工滿意度調查，針對員工對在工作環境、福利、薪酬等面向的滿意情況進行測量，藉以綜合性地了解不同屬性的員工對於工作滿意度的感受與期望。根據2010年員工滿意度調查，對於在中華電信工作感到滿意的員工佔82%。另外，覺得以身為中華電信的員工為榮的員工所佔比率則為82.4%。

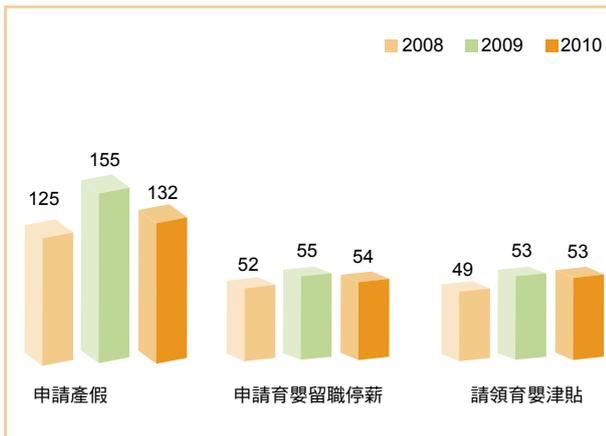
吸引與留用人才

我們很重視人才，為了能協助其平衡職涯發展與家庭生活，除了率先實施育嬰留職停薪制度，提供優於法令的健康預防照護，而2010年相關員工健康照顧之支出，約佔全年營收的0.14%。此外，為增進員工福祉，讓員工能共享企業經營成果，設有員工持股信託制度。

平衡職場與家庭

為了協助員工兼顧事業與家庭，自2006年7月起，我們率先開始實施育嬰留職停薪制度，為體恤女性員工，留職期間發給勞保投保薪資一半的育嬰留職停薪津貼，最長可請領2年。員工請領政府給付津貼月數屆滿後，女性員工再依勞保投保薪資半數發給育嬰留職停薪津貼。此外，也提供家庭照顧假、男性陪產假、女性生理假及提供哺乳室等。2010年，申請產假有132人；申請育嬰留職停薪則有54人；請領育嬰津貼者共計53人。

申請育嬰留職停薪津貼員工數



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

員工福利措施

我們依據職工福利金條例提撥福利金，並成立職工福利委員會辦理職工結婚、生育、子女教育、退休、喪亡、眷屬喪亡補助、團體保險及康樂與慶生會活動等福利措施。

員工健康預防方面，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，2010年，並調高檢查費用25%，以加強重點項目檢查，並提高檢查之準確度。員工健康促進方面，設置健康會館，提供各類健身、休閒設施，如籃球場、羽球場、網球場、桌球場、游泳池、跑步機等；成立休閒性社團，如舞蹈、歌唱、瑜珈、國樂、空手道等社團；2010年，我們共舉辦健康專題講座208場次、體能競賽25場次、知性之旅99場次。另外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，2010年合計接受服務360人次。

員工健康生活方面，2010年，全省設置28個電信會館，鼓勵員工休假，提供休閒住宿，每人每年並提供旅遊補助8,000元，相關員工健康照顧之支出，約佔全年營收的0.14%。

樂在工作幸福人生

有幸福的員工，才能將感動服務傳達給消費者。我們在2010年舉辦集團結婚，鼓勵員工組成家庭、開創人生新局面，健全的退休保障更是員工家庭最大的後盾與支持力量。

退休保障

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

我們依據「中華電信股份有限公司從業人員退休撫卹及資遣要點」以及《勞動基準法》、《勞工退休金條例》等相關規定辦理員工退休事項。每月依規定提撥勞工退休準備金上限15%至指定帳戶。

2010年持續捐助退休同人協進會450萬元辦理會務相關活動，加強退休同仁之照護，並設有中華電信退休同人協進會全球資訊網專屬網站，鼓勵退休同仁照顧健康與終身學習。



中華電信集團結婚由呂董事長證婚，30對新人完成終身大事。

員工健康檢查

	2008	2009	2010
員工健康檢查人數(人)	24,018	23,924	23,782
員工接受健康檢查比例(%)	98.09	98.03	98.35
員工健康檢查總費用(元)	39,851,601	67,978,876	67,874,199

保障職業健康與安全

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

職業安全衛生管理系統及其驗證

我們主動提供工作場所相關安全衛生設備及措施，以建立安全、衛生、舒適工作環境，並定期追蹤安全衛生績效，確認安全衛生管理之有效性。推動以plan-do-check-act為架構職業安全衛生管理系統，至2010年底止，全區34分機構中有33分機構通過職業安全衛生管理系統OHSAS18001國際驗證、23分機構通過行政院勞委會TOSHMS管理系統驗證。因此，縱使我們提供的服務與各項作業持續成長，安全衛生績效仍相當顯著，2010年，職業災害千人率遠低於全產業平均值。

加強作業安全管理

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

職業災害統計

職災指標	年度		
	2008	2009	2010
失能傷害頻率	0.89	0.56	0.83
失能傷害嚴重率	282	136	514
職業災害千人率	1.06	1.09	1.26
職業災害千人率(全產業)	2.09	1.92	1.96

註：
 失能傷害頻率 = 失能傷害人次數*10⁶ / 總經歷工時
 失能傷害嚴重率 = 總計傷害損失日數*10⁶ / 總經歷工時
 職業災害千人率 = 每年平均每千個勞工中發生職業災害人數之比率。資料來源：勞委會網站。

落實環境教育

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

環境教育與營運活動結合

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

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



呂董事長率領同仁前往慈濟參訪資源回收工作，期望以企業志工的力量促進環境保護。

企業志工交流

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

2010年我們在呂學錦董事長率領下，到慈濟人文教育中心關渡園區環保教育區參訪，一起動手做環保，並參與心靈講座，進行全日身心靈環保課程。

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



我們的企業志工加入「台灣節能巡邏隊」，協助更多企業落實節能減碳。

S策略 應對氣候變遷

M管理 擴建環境管理系統

建構溫室氣體減量目標

A措施 提昇生態效益

擴大綠色採購

R回應 創新綠色ICT

T目標 締造環境永續藍圖



- 行動通信分公司為第一家通過ISO14001環境管理系統驗證之國內行動通信業者
- 環保署綠色採購績優企業獎
- 環保署99年度事業廢棄物與再生資源清理及資源減量回收再利用「特優事業獎」
- 環保署99年消費綠大賽企業獎
- 環保署99年廢棄資源物管理績優選拔「通訊傳播組特優獎」
- 環保署99年環保獎項清淨家園第一名
- 連續榮獲台北市政府99年度績優綠色採購標竿企業獎
- 榮獲台北市政府99年度金省能獎



應對氣候變遷

我們承諾以核心能力為基礎，致力因應全球氣候變遷議題，創造節能減碳效益，讓消費者享受低碳的電信服務。

氣候變遷調適策略

全球氣候變遷除了國家會面臨不同程度的衝擊危害外，產業營運也可能因此受到衝擊而停擺。對此，我們把氣候變遷調適，列為未來持續提供電信服務，減少影響的重要課題。目前台灣氣候變異現象，主要以雨量過度區域性集中（即於某小區域降下大雨造成積水）為主，預期氣候變遷對我們的風險，業務上主要是直接會對電信機房及設施造成危害，我們需編列預算，執行防災計畫及救災行動。

風險與績效管理流程

我們是國內電信服務業者的標竿，在維護環境永續發展議題，有著特殊的地位與責任。我們提供對環境更友善、更優質的能源使用效率給消費者，以重視企業社會責任為出發點，追求企業的生態效益。我們在CSR委員會下成立了環境永續發展小組，負責彙整集團因應氣候變遷措施及改善成果，訂定短、中、長期目標，將節能減碳、環保議題納入營運計畫，並交由集團副總經理於董事會中呈報。董事會負責決定相關因應氣候變遷管理策略／成果檢視；高階管理階層執行董事會所決定之策略／跨部門之溝通及協調；公司各管理單位執行監督所屬單位的行動計畫／彙整活動執行成果；分支機構則執行日常管理活動／進行自我評估。

與政策制定者共同探討

我們積極參與政府相關單位（行政院環保署、經濟部能源局）氣候變遷法規公聽會，及COP15後NAMA行動計畫及國際法規研討會；參與我國環境保護署溫室氣體減量政策、碳交易，及節能減碳行動方案說明會。

參與國際組織關心坎昆會議

我們從2007年起就是世界企業永續發展協會(WBCSD)的會員，此組織由200多個國際企業的執行長帶領，專注在商業和永續發展議題。台灣會員包括宏碁、中油與中華電信。多年來我們透過WBCSD的資訊分享與頻繁互動，了解國際最新永續議題與趨勢。2010年11月29日~12月10日，聯合國氣候變化綱要公約(UNFCCC)第16屆締約國大會(COP16)在墨西哥坎昆(Cancun)召開，我們也透過WBCSD在此次會議的深度，深入了解京都議定書之後的國際減碳趨勢。

擴建環境管理系統

我們持續追求「降低環境衝擊」，建立環境管理系統是其中一個重要環節。我們持續積極推動環境管理ISO14001系統認證，預計2012年完成各機構的認證。同時，開始導入能源管理系統標準ISO-50001。

企業內部落實作法

環境永續發展小組制定了企業內部環保行為準則、手冊，並設定綠能標準（溫室氣體減量目標）。我們設有「員工創新提案作業要點」，凡員工提供有效氣候變遷改善措施方案與創新做法，經公司採納後，都會提供獎金獎勵。

為了讓公司所有單位能夠方便存取及管控環境績效，我們建置了集團環境數據資料庫—「環境永續發展管理系統」（EARTH），以系統化的資訊及分析界面，讓各營運單位有足夠的數據基礎，訂定量化的環境改善目標，有效提升環境管理業務執行的效率。此系統完整呈現各機構內部用電、用水管理，水資源管理、照明設備管理、資源回收、樹木栽植等盤查，俾以展現更有效率的管理及環保成果。也透過全省的巡迴宣導，針對系統功能及使用方式，到各營運單位進行教育訓練，讓員工能瞭解系統的應用方式。



「環境永續發展管理系統」登入頁面。

ISO14001環境管理系統認證

2010年為確保環境永續發展環境，我們持續積極推動環境管理ISO14001系統認證，預定2012年完成各機構認證。其中數據通信分公司於2011年推動能源管理系統標準ISO-50001，對環境管理再精進一大步。

中華電信ISO14001單位認證順序

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

建構溫室氣體減量目標

2008年我們領先業界，執行了溫室氣體盤查專案，成為國內第一家取得ISO 14064-1查證聲明書的電信業者。2009年我們成為第一家設定節能減碳目標的電信業者。2010年，溫室氣體排放量已低於2007年水準。未來我們也將響應政府減碳目標，於2020年回到2005年水準。

推動每年溫室氣體盤查

2008年我們領先業界，首度執行溫室氣體（GHG）盤查，由台灣檢驗科技公司（SGS）負責第三方盤查驗證。並使用世界資源協會（WRI）及世界企業永續發展委員會（WBCSD）開發的溫室氣體盤查議定書（GHG Protocol）為盤查工具，進行數據計算，及建立溫室氣體排放清冊，做為未來推動溫室氣體減量及碳管理的基礎。

持續推動節能減碳

目前我們的盤查範圍為範疇1與範疇2。結果顯示，外購電力是我們最主要的溫室氣體排放來源，因此我們具體展開各項節約用電行動。至於範疇3，尚未列入盤查範圍，僅做定性無定量分析。未來，我們將逐步釐清員工差旅等的溫室氣體排放影響。

2010年，我們的溫室氣體總排放量為905,095.14 t-CO₂e，遠低於2009及2008年的排放量，在控管得宜下，做到了大幅降低溫室氣體排放總量。未來，我們仍會以用電管理、減少用電量為主軸，有效具體的行動，落實我們的承諾。

中華電信溫室氣體排放分析（經查證）

範疇	溫室氣體排放源	排放量		
		2008年	2009年	2010年
Scope1	1. 公、工務車的汽、柴油使用 2. 廚房與盥洗設備 3. 化糞池逸散 4. 滅火器及冷媒逸散	31,721.54	39,087.09	30,710.73
Scope2	辦公大樓、電信機房、光世代設備所使用之外購電力	914,298.91	932,562.44	874,384.41
	總排放量	946,020.45	971,649.53	905,095.14

註1：「經查證」，指排放量數據經過公正第三方查證後之數值。

註2：排放量以CO₂當量計算，單位噸（t-CO₂e）。

註3：範疇1和2溫室氣體排放清單所採用的組織邊界涵蓋中華電信總公司，及其轄下6個分公司（北區、企客、行通、南區、國際、數據）、電信研究所及電信訓練所等8個機構，邊界內所涵蓋之所有排放源皆100%為本公司所擁有與控制。

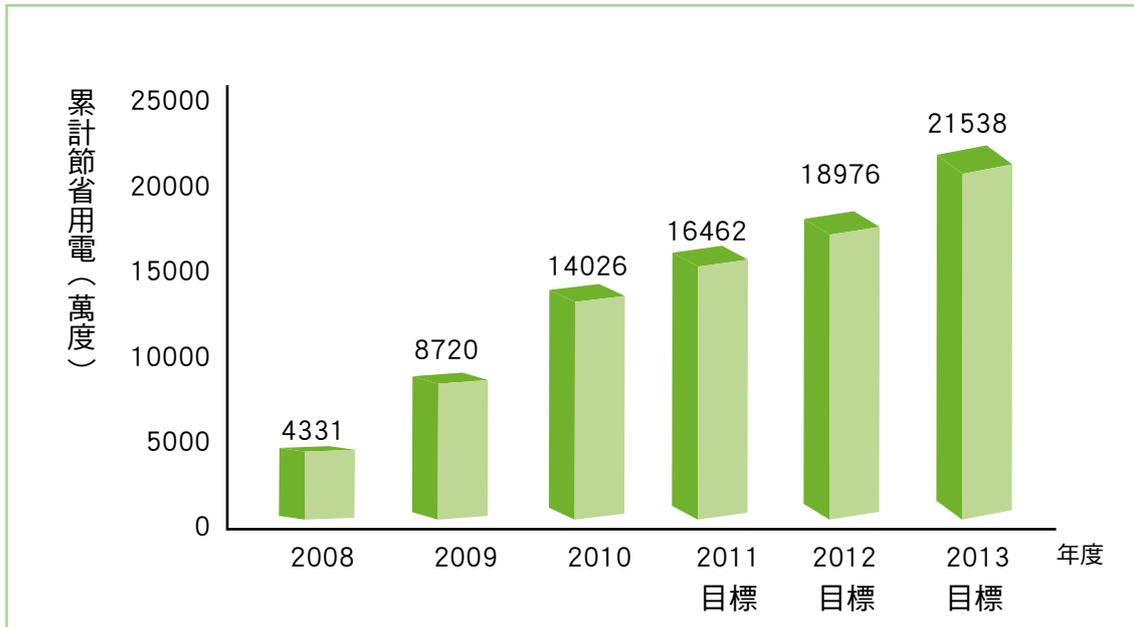
用電管理目標

依據2009年宣布之節能目標，分階段進行資通信機房及辦公大樓節能減碳計畫，預計2012年（業務成長除外）將比2007年之用電量減少1.68億度。

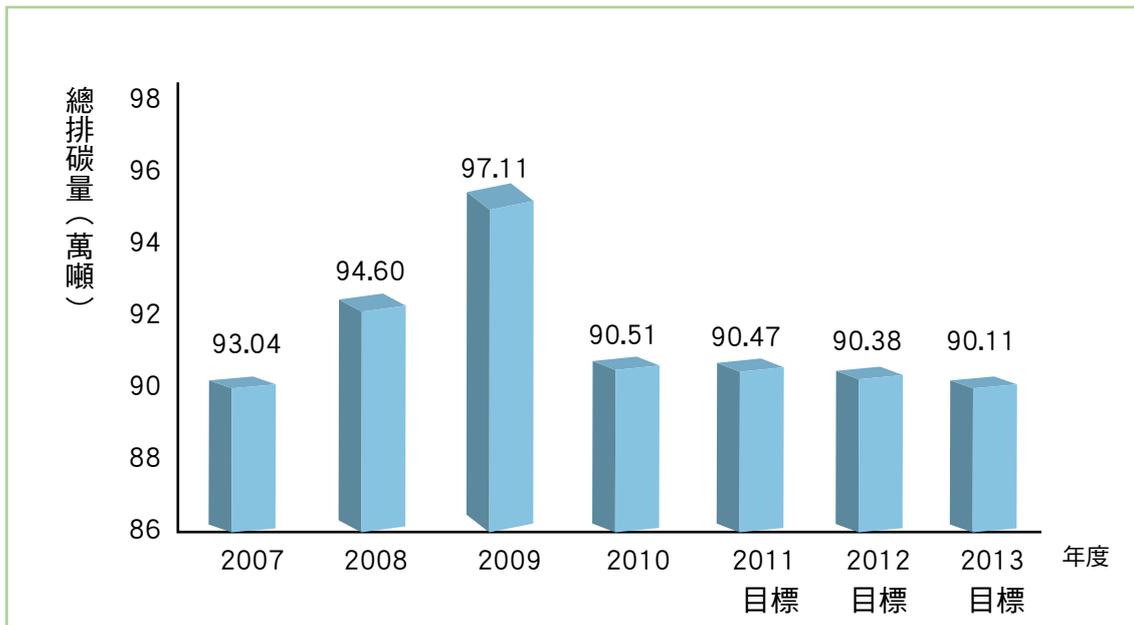
碳管理目標

原訂溫室氣體排放量在2012年回歸到2007年水準的目標。長期的降低碳排放目標，將配合政府的減碳目標，於2020年回到2005年的排放量。

中華電信節能計畫推動目標



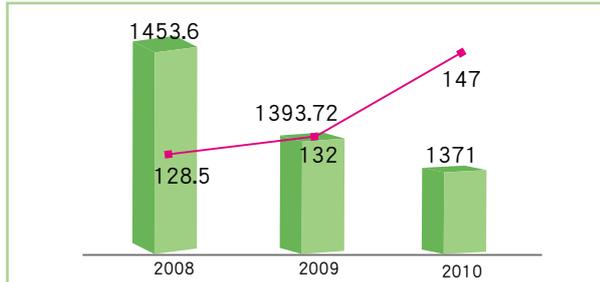
中華電信減碳計畫推動目標



環境影響總覽

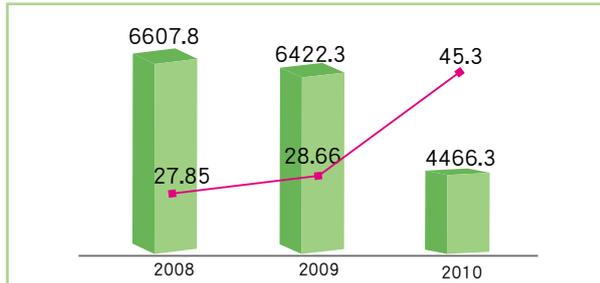
Input

電力 ■ 百萬度 ■ 生態效益比率



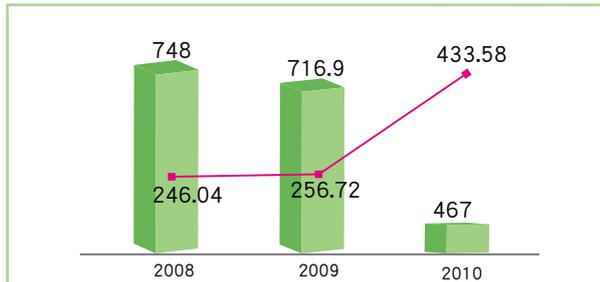
說明1：電力包含引進下一代電信設備之用電量。
說明2：生態效益比率=年度營收/用電量。

汽油 ■ 公秉 ■ 生態效益比率



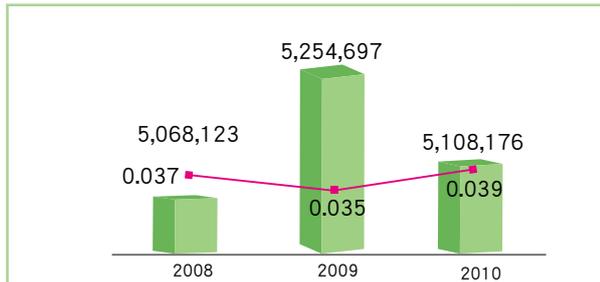
說明：生態效益比率=年度營收/汽油用量。

柴油 ■ 公秉 ■ 生態效益比率



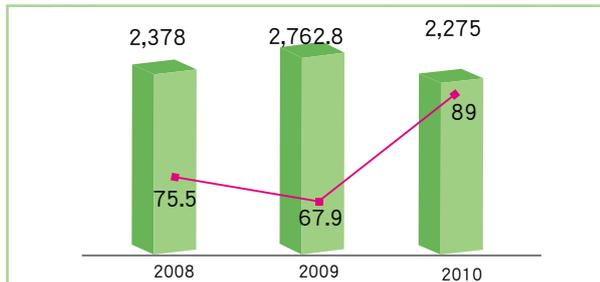
說明：生態效益比率=年度營收/柴油用量。

能源使用 (電力+化石燃料) ■ GJ ■ 生態效益比率



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=年度營收/能源消耗總量熱值 (GJ)。

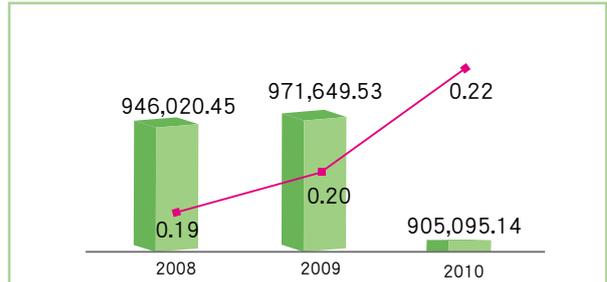
用水量 ■ 1,000m3 ■ 生態效益比率



說明：生態效益比率=年度營收/用水量。

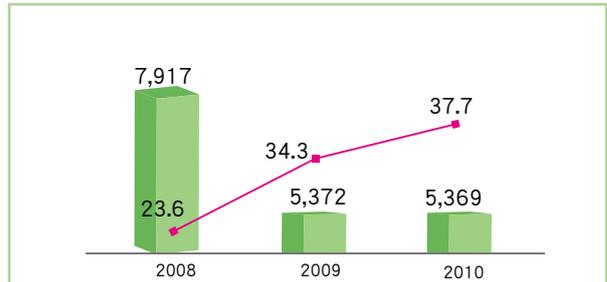
Output

溫室氣體排放 ■ t-CO₂e ■ 生態效益比率



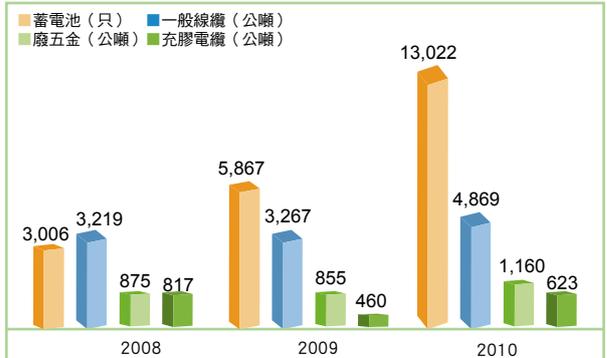
說明：生態效益比率=年度營收/溫室氣體排放量。

廢棄物 ■ 公噸 ■ 生態效益比率



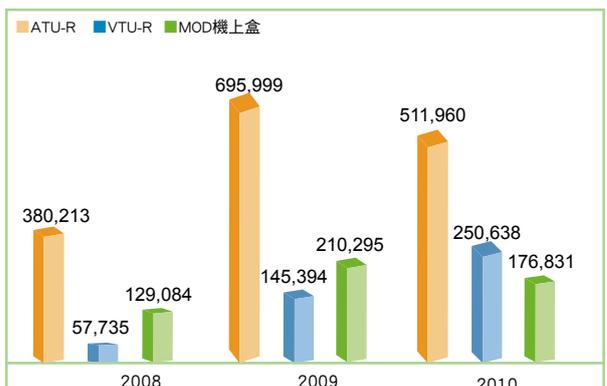
說明：生態效益比率=年度營收/廢棄物產生量。

混合類五金回收數量



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



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

提昇生態效益

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

集團碳減量目標

我們的目標是降低電力使用量、降低化石燃料的使用量，此行動所帶來的價值是降低營運電力成本，降低集團溫室氣體排放量。我們計劃在2012年時回歸2007年930,439.94 t-CO₂e的水準，而我們在2010年時已達成目標，集團用電量較2009年減少了22,000,000度，集團汽油使用量較2009年減少了84,125公升，柴油使用量較2009年減少了29,373公升。2010年的碳排放因而少13,731 t-CO₂e。

2010年，我們投資2仟萬於辦公大樓節能管理。而電信機房的節能計畫，改善措施項目包括：採用外氣空調、高顯熱空調機、提高機房溫度、採用變頻器、機房分區照明，2010年到2014年投資金額估計將達97.9億元。2010年達成之節能金額為5,720萬元。

2009~2010年減碳成效

	2010較2009 減少量	減碳排放量 (tCO ₂ e)
集團用電量(度)	22,000,000	13,464
集團汽油使用量 (公升)	84,125	267
集團柴油使用量 (公升)	29,373	
總計		13,731

持續環保節能工作

我們並不以達成減量目標而自滿，持續加強節能工作的推展，更期望有助於整體產業的綠化。

- 開發環境永續EARTH系統，進行碳揭露、碳盤查、碳管理、碳減量等低碳生活目標。
- 簽署經濟部能源局節能計畫，3年內節電5%。
- 推動政府及世界潮流接軌環保節能活動：供應商環保事務議合機制、供應鏈善盡環境保護與企業社會責任、全力建立綠色產業供應鏈及產品生命週期評估制度、電子廢棄物回收系統規劃、參與台灣環境及生態保育工作、進行綠色消費採購環保節能標章產品。
- 推動綠建築行動方案，凡是工程造價在5仟萬元以上的新建建築物，申請綠建築標章。
- 通信機房自建綠色能源：太陽光電發電、風力發電及汽、機車減量計畫與汰換計畫。

擴大綠色採購

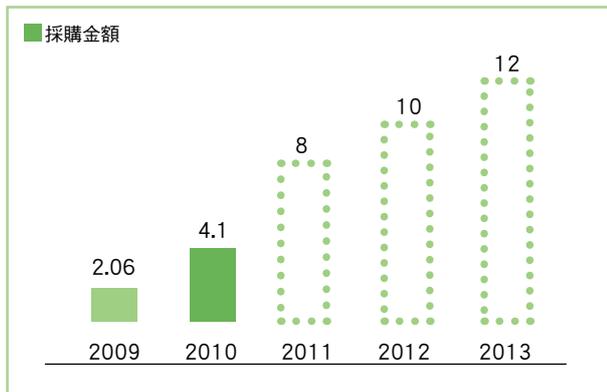
中華電信配合政府政策，善盡社會責任，全力推動全區各機構綠色採購，積極參與行政院環保署所推動的「民間企業與團體實施綠色採購計畫」，並在員工環保節能上不遺餘力。

推動綠色採購、輔導成立綠色商店

我們積極推動綠色採購，採購綠色環保標章、節能標章、節水標章與綠建材、簽署民間企業與團體綠色採購意願書、辦理綠色採購研習會等，每年皆編列預算，並年年增加。

我們輔導北區分公司、南區分公司及行動通信分公司消費合作社，成為綠色商店，是全國第一家以員工消費合作社加入綠色商店的民間企業。

綠色採購金額（億）



註：2009、2010年為實際金額，2011~2013為預算金額。

執行員工環保節能行動方案

我們的員工透過教育宣導，對氣候變遷議題認知更為深刻，有利凝聚共識，推動公司內部減碳行動。

- 落實環教法，實施環境教育行動方案
- 鼓勵員工低碳通勤：無車日／共乘／大眾工具
- 舉辦「通信機房及辦公室環保節能競賽」
- 實施「各營運處節能績效內部評鑑」
- 鼓勵員工自主環保：走樓梯／分類回收／個人電腦節能設定／控制辦公室空調溫度／非尖峰時段電梯管制／雨水及含洗澡水回收澆灌花木
- 環境教育：參與生態保育／冷氣開機一小時／午休關燈一小時／每週環保一素餐／影印紙雙面使用／制訂中華電信環保暨節能生活準則
- 二手電腦轉贈慈善或弱勢團體
- 成立環保、節能及愛心志工大隊



綠色採購能有效擴大企業的經濟、環保及社會效益

創新綠色ICT

「綠色」除了代表環保以外，還代表了高效能、社會責任和低碳生活，它象徵了比世界繁榮更高層次的目標理想。「綠色ICT」被視為達到碳限制目標的重要手段，其中兩個廣被倡議的範疇包括：支持省能生活型態ICT應用科技，以及節能減排高效能ICT產品／系統。

朝綠色ICT邁進

我國政府、產業及消費者開始重視「節能減碳」議題，未來產業結構也將逐步朝低碳產業發展。我們屬於電信產業，有助其它產業提升能源效率及減少能源的耗用（如智慧節能服務及視訊會議），邁向綠色ICT有助我們未來在市場上創造更大的發展及獲利機會。

內部作業綠化

- 全區水／電費集中轉帳代繳作業及建置用電用水管理資訊平台。
- 使用公文ODAS系統，推動公文線上簽核。採購領投標，提供廠商電子領標及線上電子投標，提供機關上傳招標檔及線上電子開標服務。
- 電子採購領投標：提供顧客在電腦及手機的線上查詢機制，包括應繳帳單、線上繳費、帳單分析管理等多項服務。
- 電信帳單管理：進行帳單合併，減少帳單用紙即減少碳排放量。

主要節能產品／服務

- 自行研發完成「智慧節能服務」，簡稱iEN（Intelligent Energy Network）協助家庭、公司行號及機關團體進行節能減碳減少耗電工作。
- 行銷節能減碳方案：包括行動影像電話、行動導遊、行動黃頁、電腦節能、會議電話、視訊會議等。
- 推動「計程車派遣服務」：透過衛星精準定位，讓排程系統最佳化，減少車輛耗油，讓消費者享受更快速的叫車服務。
- 開發綠色節能產品，減少照明用電：開發LED-E27-6W-9W等照明（預計2年回收成本）。
- 提供「企業整合通訊服務」（Unified Communications, UC）：提供遠距工作之即時通訊、語音通訊、應用程式共用、檔案分享及個人電腦視訊會議等整合服務。
- 開發遠距醫療照護：透過WiMAX寬頻網路，整合院內資源，進行遠距會診。
- 運用網路科技，整合e管家智慧科技系統、物業管理、遠端遙控家電等ICT建商專案。
- 票據交易所HiNet客戶退票紀錄與辦理清償註記；政府專案研發地政系統，民眾於網路申領地籍資料電子謄本核發。

締造環境永續藍圖

我國政府於2010年推動「國家節能減碳總計畫」，將依方案政策導向，訂定重點標竿型計畫。消費者開始重視企業在節能／綠色產品的開發狀況，而開發有助節能的產品及服務，也有助提昇我們的企業形象。

促進經濟轉型

我們配合我國政府六大新興產業之推動，全力開發產業化應用技術，協助企業綠色轉型發展。為此，我們規劃出符合自身特性的環境永續藍圖，今後將五大方向並進，實現永續家園的目標。

投資綠色未來

我們從供應鏈開始，全面啟動綠色採購計畫。預估未來5年投資400億元於雲端業務，將以採購具備節能減碳及iEN智能系統的雲端設備為主。

環境永續藍圖五大構面

環境揭露	能源效率	再生能源	自主環保	產品與服務
<ol style="list-style-type: none"> 1.持續落實碳盤查 2.持續回應相關碳資訊揭露與環境永續議題問卷及製作報告書 3.持續提高投入環境費用比率 4.進行供應商環境永續宣導與問卷 	<ol style="list-style-type: none"> 1.進行機房整併 2.建築加裝iEN 3.進行空調設備節能 4.使用太陽能熱水器 5.進行水資源的回收再利用 6.建置綠建築：中華電信綠色環保會館 7.環保LED燈開發 	<ol style="list-style-type: none"> 1.建置太陽光電系統 2.建置風力發電系統 3.建置燃料電池發電系統 	<ol style="list-style-type: none"> 1.落實綠色採購 2.使用環保節能車輛 3.公文系統（ODAS）無紙化 4.導入ISO14001管理系統 5.辦公室節能環保 6.機房節能環保 7.健康管理系統 8.響應無車日 9.響應地球日 10.事業廢棄物回收再利用 11.成立節能服務隊 12.推動清淨家園活動 	<ol style="list-style-type: none"> 1.提供電子帳單服務 2.提供建商ICT產品／服務 3.提供空調iEN產品／服務 4.落實環境管理系統 5.持續進行手機回收 6.持續研發節能產品 7.協助供應廠商取得通訊產品環保標章

S策略 聚焦數位機會

M管理 建立LBG社會貢獻評估法

A措施 縮短數位落差

R回應 執行調查分析

T目標 邁向包容性的商業



- NCC四週年慶善盡社會責任頒獎，在「救災及關懷措施有功電信事業」7個獎項中，一舉囊括3項大獎；「搶修公眾通信有功人員」的個人11獎項中，拿下7個大獎，為所有電信業中獲得最多獎項的企業
- 榮獲NCC頒發「參與高雄縣那瑪夏鄉高抗災通信平臺建設感謝狀」
- 榮獲行政院文建會文馨獎
- 榮獲「99年度行政院體育推手金質獎」

聚焦數位機會

科技進步的時代，「數位落差」儼然已帶來另一種教育與就業機會的不公平。基於資通訊本業的特質與核心專業技能，我們的社會投資致力於「縮短數位落差」及「創造數位機會」這兩大面向。我們也投注許多心力推動「企業志工」參與在地化的社區服務，積極協助在地社區創造數位機會。

數位落差六大原因

今天社會的數位落差，主要發生於以下原因：

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

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

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

數位機會五大面向

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

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

創造數位機會示意圖



建立LBG社會貢獻評估法

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

社會投資統計

自2008年起，我們逐步增加社會貢獻的金額。2010年社會貢獻的總金額不僅較2009年增加了20%，社會貢獻佔營業利益的百分比，也首度超過1%，達到與國際一流企業相當的水準。

此外，我們也改進了統計方法：在社會貢獻的類別中新增了「管理費用」一項，讓我們更了解從事社會公益活動時付出的成本。2010年，現金捐助佔14.6%、產品服務捐贈佔78.4%，而管理費用佔7%。今後我們將會控制管理費用的佔比在此水準之下。

社會貢獻金額（單位：千元）

社會貢獻類別	2008	2009	2010
現金捐助	71,380	165,044	273,778
產品或服務捐贈	176,136	1,391,422	1,470,014
管理費用	—	—	131,395
總計	247,516	1,556,467	1,875,187
佔營業收入百分比	0.43%	0.84%	1.01%
企業志工服務時數（小時）	49,355	41,979	147,083

社會貢獻評估

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

根據LBG模式：

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

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

縮短數位落差

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

創造數位多元價值

中華電信基金會成立之宗旨為改善城鄉、族群、貧富，在教育及傳播間之數位落差，並提倡身心健康以平衡資訊科技的過度使用。2010年，我們持續推廣數位學習計劃，並協助社區部落將科技帶入生活、結合產業及文化，企圖讓數位科技得以創造出更多元的價值。

基於深耕在地、長期陪伴的理念，我們持續鼓勵、支持各類型電腦課程計劃，依照學員需求，適才、適性地規劃內容，2010年我們共捐贈了157台電腦主機、125套windows xp、166套office作業系統及其它所需之相關軟硬體設備，並開設了電腦課程時數達1,240小時，課程類型從基礎電腦入門、簡易文書處理到生活化的部落格經營、簡易美工軟體運用，更甚者，開設進階專業美工設計課程，將職場需求轉化成積極的學習力。

莫拉克風災過後，為了協助災區產業開展銷售管道，基金會運用網路商城的概念，免費提供「高雄那瑪夏鄉南沙魯企業社」及「嘉義山美部落有機蔬菜」於HiNet平台開設虛擬店家的機會，著眼的不僅是短暫的行銷利益，還包括輔導部落產業工作者逐步建立電子商務概念、實際將數位科技帶入產業需求及生活等面向，經由課程的訓練獲得專業的素養，進而改變傳統老舊的思考邏輯、銷售方式，將危機轉為商機。

持續回饋，善盡企業社會責任

中華電信在通信及網路的領域中，一直扮演著舉足輕重的角色，但是我們所思考的不只是市場的領先地位，更重要的是如何回饋社會、善盡企業社會責任。中華電信基金會以縮短數位落差、協助在地文化產業、耕耘社區生活為主要宗旨，從社區作為出發點，以關懷陪伴的概念結合中華電信核心專業，持續協助在地文化產業、耕耘社區生活。



位於新北市三重區的耕心蓮苑教育基金會，於2010年9月間建置成為數位好厝邊，基於資源共享的理念，該單位提供免費課程予社區居民進修的機會。

媒合志工下鄉服務

偏鄉社區常見青壯年人口外移情形，對於在地發展造成不小的影響，推動數位的過程亦如是，因此，我們嘗試媒合中華電信企業志工及大專院校志工同學進入社區、部落服務，依據定點需求，量身打造適合的服務內容、解決方案。

台南菁寮村自2006年成為基金會好厝邊以來，迄今已邁入第四年的合作期程，為了落實企業CSR的理念，成立之初即導入中華電信台南及嘉義營運處企業志工，於菁寮教會開設新住民媽媽電腦班，不間斷

的服務精神令學員深受感動，也成為模範；2010年，中華電信企業志工的服務內容更多元，除了課程教授，還參與好厝邊建置的前置作業，包括軟硬體環境建置、設備問題排除，並進而參與計劃，與社區部落人士建立良好互動關係。

除了企業志工，基金會主動接洽大專院校的學生志工至好厝邊服務，服務形式以學習面為主，一方面提供大學

生下鄉服務的機會，更重要的是媒合學習資源到弱勢偏鄉，對於學習資源相對缺乏的社區部落實為一大幫助。



交通大學學生志工到屏東縣獅子鄉楓林教會進行暑期服務，透過活動及課程的設計安排，提供楓林學童不一樣的學習體驗。

吹動數位好厝邊的愛與關懷

在都會地區欣賞一場音樂會或戲劇表演是輕而易舉之事，但對於資源與經濟條件相對貧乏的地區卻是難得的機會。2010年，我們與紙風車劇團合作，於「數位好厝邊」舉辦八場巡迴演出，結合地方風土民情與環保時事議題，規劃「新住民劇場」及「環境教育劇場」，透過活潑生動的演出及互動情境，一方面帶領觀眾體驗東南亞民俗風情，認識來到台灣寶島的新住民媽媽們，另一方面則是教育觀眾應重視山林資源，避免莫拉克災難重蹈覆轍。

紙風車劇團完成巡迴演

出之後，好厝邊反應熱烈，促使我們再次邀請藝文團隊下鄉演出。經驗過劇團形式表演，我們希望嘗試不同類型的演出，因而決定邀請演出資歷豐富的「台灣銅管五重奏團」至好厝邊演出。有別於距離感的純音樂欣賞，在演出過程除了精心安排在地化曲目，團員更以趣味教學的方式告訴大家「什麼是銅管樂器？」將單調枯燥的樂理生活化、趣味化。



台灣銅管五重奏團到數位好厝邊位於台南後壁的菁寮教會進行演出，一首首在地歌謠引起台下觀眾的共鳴。



紙風車劇團到數位好厝邊位於彰化芳苑鄉的路上教會進行表演，大朋友小朋友皆樂在其中。

遠距教學拉近教育資源差距

莫拉克風災後，中華電信基金會與輔仁大學遠距課輔團隊立即展開合作計劃，於屏東縣瑪家鄉成立第一處遠距課輔教室；爾後，為了服務更多弱勢學童，2010年陸續於善牧基金會台北縣跨國婚姻家庭服務中心及屏東縣獅子鄉楓林教會建置遠距課輔定點。

三月間，遠距課輔計劃提供善牧基金會的孩子學習機會，雖然這裡並非所謂的「偏鄉」，但對身處大都會的新住民家庭而言，資源取得卻是相對弱勢，新住民無力自行輔導孩子的課業，更沒有經濟能力

負荷補習費、才藝安親班費用。幾經評估，我們結合中華電信板橋訓練所場地及輔仁大學專業團隊，決定將資源釋放給最需要的人。九月間，屏東縣獅子鄉楓林教會成為遠距課輔的第三個據點，當地多為經濟弱勢家庭，教會牧師及牧師娘為了張羅學習資源，多次與基金會商討遠距教學於楓林實行的可能性，爾後我們結合獅子鄉數位機會中心現有的空間進行遠距課輔計劃。

為彌補教學兩端遠距離課輔的疏離感，基金會與輔仁大學共同籌劃相見歡活動，透

過面對面的近距離接觸，老師與學童都能對彼此有更多的認識，有助於日後課程的進行；此外，考量寒暑假為學習空窗期，輔仁大學團隊針對學習端需求，量身打造「夏日學校」計劃。七月份，在中華電信基金會、中華電信板橋訓練所及輔仁大學遠距課輔團隊的促成下，善牧基金會的學童參與為期二十天的夏日學校計劃，接觸更寬廣的課程、知識，度過充實有意義的暑假。



中華電信板橋訓練所提供專業電腦教室，以便進行遠距課輔計劃，每週二、四，學童就會到這裡與遠端課輔老師展開學習之旅。



暑假期間舉辦的「夏日學校」，透過輔仁大學專業團隊的課程設計，提供善牧的孩子有別於以往的學習內容。

創意閱讀，閱讀創意

數位落差不僅限於硬體設備的缺乏，更多時候是起因於錯誤觀念的深植，透過不斷的教育歷程，我們呼籲使用者「善用電腦」以促使「電腦為善」，同時，也提供各式使用電腦的方式，以期逐步改變使用者的習慣，建立正確的使用方式。2010

年，基金會嘗試將閱讀的概念融入電腦應用，與神腦文教基金會共同舉辦五場創意閱讀營活動，以數位科技做為媒介，將閱讀經驗轉化為影像紀錄，學員們可以在文字閱讀和科技影像之間取得平衡，開展電腦應用的各種面向。

以「閱讀」做為起點，我們延伸閱讀的定義，帶來更寬廣的想像空間，跳脫傳統閱讀文字的方式，帶入肢體律動、古早童玩、戲劇表演等元素，讓學員們從參與活動的過程，實際認識文字中所描述的經驗。



結合彰化縣愛鄰協會行動書車資源，至路上教會進行閱讀活動，串連在地資源，避免資源重覆。



中華電信基金會與神腦文教基金會在台中石岡社區、嘉義仁和國小、台中桐林國小、雲林華南國小及屏東水泉國小共同舉辦五場創意閱讀營，獲得正面評價，學童反應良好。

2010年「創意閱讀營」舉辦場次

	活動時間	活動地點
1	5/29~5/30	台中縣石岡社區
2	7/5~7/7	嘉義縣仁和國小
3	7/19~7/21	台中縣桐林國小
4	8/3~8/6	雲林縣華南國小
5	8/16~8/18	屏東縣水泉國小

中華電信傳愛市集活動

2009年8月，台灣經歷莫拉克風災的侵襲，中華電信第一時間挺進災區，運用核心電信技術，協助修復災區中斷電路、提供安置中心居民暢通無阻的免費電話線路及寬頻，讓鄉民能盡早與親人聯絡；結合輔仁大學遠距課輔計劃提供災區學童不間斷的學習機會，並捐助療癒心靈繪本至安置中心，希望透過圖像和文字，陪伴孩子渡過心靈最低潮的時刻。

2010年1月，中華電信及中華電信基金會規劃一連四場的「中華電信傳愛市集」活動，以「大鄰居」的概念將中華電信鳳山、嘉義、屏東及台東的營業處所打造成「傳愛市集」，提供災區產業免費的銷售空間，讓更多人認識台灣在地產業，並且願意以實際消費行為幫助災

區。一連四場，為期7天的「中華電信傳愛市集」活動，不論產業工作者、中華電信員工或是消費者都對這次的活動持正面的態度。

2010 傳愛市集活動場次

	地點	日期
第一場	鳳山營運處岡山服務中心	1/12~1/13
第二場	嘉義營運處	1/14~1/15
第三場	屏東營運處屏東服務中心	1/17
第四場	台東營運處	1/19~1/20

點·台灣正紅

歷經莫拉克風災，基金會傳承一脈理念，2010年6月與台北市文化基金會、西門紅樓合作「點·台灣正紅」計劃，結合紅樓現有的商場，邀請來自災區、有意願參與展售的產業工作者進駐台北市最熱鬧的精華地段。為推廣在地產業並結合文化創意產業之發展，西門紅樓與中華電信基金會於6/5至9/5三個月的時間，共同合作辦理「點·台灣正紅」系列活動，使文化創意產業能與在地原鄉文化一同蓬勃發展，用更多元的方式讓民眾看見台灣在地產業，也讓跨界合作為文化創意產業帶來新的發想。藉由不同的形式、結合多位創作者與中華電信的共同行銷，透

過位處西門町的地理優勢，擴大在地文創產業的年輕消費族群，並以「點市集」的方式，每週邀集在地原鄉工作者前來擺攤，而與消費者的互動也為創作者帶來更多創作發想新契機；再者，搭配「點工坊」的合作模式，吸引更多喜歡動手玩創意的大朋友、小朋友，不但讓消費者瞭解原創的歷程與價值，也轉化成為創作的種子；此外，輔以「創意主題館」的操作模式接近客群，讓大家能透過更多管道了解點台灣背後的創作故事，讓點台灣不只好玩、創意，也更具有情感的連結性。

展售空間以「點台灣創意主題館」為主軸，搭配「點

市集」及「點工坊」，讓消費大眾經由不同的形態深度認識產業。消費者在購買的當下透過產業故事拉近與產地、生產者的距離，每週一次的市集活動，則是提供創作者向大眾說明創作理念的絕佳機會，另外，工作坊的實作課程則是提供消費者接觸手創產業的難得經驗；每一個環節的設計、每一次的銷售歷程，我們都希望能提供產業工作者反覆檢視自己的作品的機會，藉以提高市場競爭力，對消費者而言，不用上山下海即能接觸台灣最珍貴的文創資源，更是互惠互利。

協助部落網路開店

「點·台灣 正紅」提供商家實體銷售店面，但是對於身處災區或是偏鄉的產業工作者而言，如能運用網路開店的模式，一方面可減少進出貨所需花費的運輸成本、增加商品能見度，再者，由生產者直接面對消費者，更能刺激產品的創新及符合市場性，因此，2010年我們結合中華電信網路商城的優勢，提供有意從事網路開店者，專業的課程訓練及開店服務。

「高雄那瑪夏鄉南沙魯企業社」及「嘉義山美部落有機

蔬菜」分別位於莫拉克受災最嚴重的高雄縣那瑪夏鄉及嘉義縣阿里山鄉，風災過後，以農產品為主的阿里山鄉幾乎面臨斷炊，以手工藝品為主的那瑪夏則是面臨銷售無門的困境。

為了重新起步，部落夥伴希望透過網路開店的方式，再次帶動部落經濟，同時，讓族人重新找到成就及生活的原動力。

目前協助

網路開店之計畫內容，除了贊助社區產業網路開店所需的平台租用費用與網路費之外，另提供人力管理費用，藉此鼓勵部落朋友，達到「數位學習應用」之目的。



基金會著手輔導「高雄那瑪夏鄉南沙魯企業社」及「嘉義山美部落有機蔬菜」於HiNet平台開設網路店家，建構新的銷售平台。

高雄縣那瑪夏鄉築夢工坊

莫拉克颱風連夜的豪雨讓高雄縣甲仙鄉小林村成為風災中受災最嚴重的村落之一；位於高雄縣的那瑪夏鄉災情同樣慘重。

中華電信鳳山營運處得知

南沙魯的現況後，於2010年10月開始，主動提供營業處所一隅做為產業銷售的空間，結合中華電信特長，運用先進便利的「i顧家智慧話機」系統，讓消費者能透過話機直接與南

沙魯的賣家進行線上諮詢及購物，不僅可即時解決消費者對產品的疑慮，也增加賣家與消費者的直接聯繫，有助於建立長期的銷售線。

中華電信以行動持續協助社區部落販售在地產品

人與土地和平共處的概念日趨普及，消費者對於「無毒」、「有機」、「在地化」等產品逐漸建立起信賴感及接受度，因此，2010年，我們希望號召更多企業員工以實際消費的方式進一步認識、接觸在

地產業，除了不定期於中華電信總公司舉辦大型市集活動之外，每週一次的比亞外有機蔬菜小型市集販售活動，我們無償提供場地給來自桃園比亞外部落（從5月6日開始，至年底總共舉辦35場）、三重耕心蓮

苑（從9月17日開始，至年底總共13場）的夥伴販售健康蔬果及自製食品，一方面協助部落社區開闢銷售通路，鼓勵在地以自食其力的方式耕耘，同時也鼓勵內部員工以實際行動參與企業推動社會責任的過程。

執行調查分析

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

穩健成長的數位好厝邊

中華電信為幫助居住偏遠地區的民眾克服數位落差的問題，多年來持續推動「數位好厝邊」的專案計畫，除贊助電腦及網絡、通訊設備外，並與在地的公益團體形成長期合作的夥伴關係，自2006年至2010年已在50多個社區和部落設立了「數位好厝邊」。

中華電信基金會為了解各個「數位好厝邊」的運作情形，於2010年進行問卷調查，總計發出30份問卷，回收20份有效問卷，問卷回收率達到70%。

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

根據此次的問卷調查分析，平均每一個「數位好厝邊」的開放時間是657小時/年，平均使用量則為1,447人次/年。每一次所開辦的電腦研習課程，平均為14場次，72人次參與。

顯著的槓桿作用

「數位好厝邊」也發揮了明顯的槓桿作用，讓社區能再連結到政府或企業的資源，回覆問卷的20個執行單位總共又結合了18項資源，獲得517,000元的經費贊助，另還有器材或設備的捐助，以及鄰近的民間單位參與協辦。「數位好厝邊」的運作，也常能帶動地方人士的參與，或貢獻專長，或奉獻時間，而平均每個單位一年有7位志工投入，總服務時數多達388小時。

「數位好厝邊」所累積的多重效益對於社區的永續發展亦產生了很大的作用，其中又以「讓居民彼此更為熟悉」、「容易獲得新的知識」、「生活變得更加便利」、「學習到新的技能」、「更能夠相互溝通和合作」，以及「大家更關心生活環境」這幾項最為凸顯。

在既有的良好基礎下，各個「數位好厝邊」都還有許多成長空間，也展現強烈的企圖，平均每個單位都有3項後續計畫的推動構想，將可為社區居民帶來更為長遠的福祉。

邁向包容性的商業

在這個科技快速變遷的時代，我們致力於創造一個數位包容的資訊社會。在這個沒有歧視的資訊社會中，任何人都不會因為教育程度、性別、年齡、種族以及居住地區之不同，而在接觸與使用資訊的機會上有所差異。

三大工作方向

未來在持續解決數位落差，我們將尋求兼顧商業利益與企業社會責任，並前瞻民眾想要提升生活品質的龐大商機與市場。我們努力的方向如下：

- 1.教育方面：於偏鄉、原住民山區、受風災摧毀校舍之區域提供學童ICT教育服務，使孩子走到哪學到哪，或拍下眼前物品即可上傳至全球資料庫搜尋照片中的資料，及透過創新技術，增進孩童學習的興趣及創造發展力（現有服務為：用愛說故事12512）。
- 2.健康方面：與醫療院所合作，透過ICT服務協助罹患慢性病及年長者的加倍照顧，如早晚定期血壓血糖量測即時回傳至醫院、建議運動量及健康飲食食譜、即時影音諮詢專線等（現有類似產品為：i顧家）。
- 3.身障者：發展符合身障者需求的ICT解決方案及服務。

公部門公益合作

針對目前公部門業務眾多、預算人力有限的情況，我們也提供方案，希望協助公部門照顧每一個民眾。2010年我們提出「新竹縣政宅急便服務規劃」案，並向首長簡報，未來舉凡防災應變、縣政佈告欄、教育服務、工商服務等都可在「MOD縣政宅急便」中輕易點取獲得資訊。

在為民服務的時代趨勢，網路能協助公部門從民眾身家安全為起點，以農產展銷、教育品質、節能家園、在地文化、社福關懷、促進就業，達到便民服務為目的。公部門也可以運用MOD，即時瞭解民眾感受，回應民眾需求，同時提供新興產業舞台，以開發新的就業機會。

全民協尋系統

我們除了與政府合作多項公益簡訊及免付費服務簡碼之外，2010年進行「全民協尋系統」的試用。「全民協尋系統」是中華電信研究所創新研發的成果，透過人手一機的簡訊功能，主動傳送相關訊息予志工，協助兒童福利聯盟文教基金會(簡稱「兒盟」)及中華民國老人福利推動聯盟(簡稱「老盟」)尋找失蹤的兒少及老人。根據系統運作結果顯示，目前失蹤案件尋回比率約為52%，亟需藉助更多協尋志工的力量，共同提升。

專題：創新技術、感動服務

2010年我們用「創新技術」和「感動服務」作為主軸，推出各種創新科技產品服務，並利用各種盛會時機邀請民眾前往體驗。

2010上海世博會

世博會中，台灣館是精彩的亮點。為了讓沒有機會親身與會的民眾也能感受到台灣館的驕傲，我們在hiChannel、emome與MOD三個平台均成立「世博專區」，民眾可以隨選即看，並邀請台灣館十六位親善大使，也在中華電信Xuite部落格即時轉播。另外，我們也在世博期間推出「世博會數據漫遊日租型」方案，方便與會民眾暢遊世博想同步與親友分享心得。

2010南非世足賽

首度在非洲國家舉行的2010南非世足賽，是世人關注的焦點，也是最熱門的國際盛事。我們長期耕耘體育賽事轉播，在這次盛會不只推出MOD高畫質雙語轉播，讓球迷不錯失任何精采鏡頭，HiNet、emome也全程直播，讓民眾可以邊走邊看。



台北市長郝龍斌、呂董事長及小足球員共同出席「台北High世足」開幕直播記者會。

2010台北花博



2010年底的壓軸盛會—台北國際花卉博覽會，中華電信是唯一的電信贊助商，除了整體的基礎網路建設與終端設備之外，更獨家提供整個場館的無線應用、行動導覽服務與行動增值服務，讓民眾從出發前就開始體驗行動花博的魅力。

長達6個月展期的花博，至少有3,300種品種、3,297萬株植栽被展示，更有各式主題展館分布在廣闊的花博展區。我們推出的QR Code / NFC藍芽Dongle服務，只要拍下QR Code，或搜尋到RFID，立即取得相關資訊，讓民眾不再走馬看花。



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE CHUNGHWA TELECOM CO., LTD.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2010

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan was commissioned by Chunghwa Telecom Co., Ltd. (hereinafter referred to as CHT) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report of 2010. The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables, contained in CHT's operational sites in Taiwan of this report.

The information in the CHT's Corporate Social Responsibility Report of 2010 and its presentation are the responsibility of the superintendents, CSR committee and the management of CHT. SGS Taiwan has not been involved in the preparation of any of the material included in the CHT's Corporate Social Responsibility Report of 2010.

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

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

This report has been assured at a high level of scrutiny using our protocols for:

- evaluation of content veracity;
- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008);
- evaluation of the report against the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (G3 2006); and
- evaluation against the AA1000 Stakeholder Engagement Standard (2005).

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

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

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

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

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within CHT's Corporate Social Responsibility Report of 2010 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of CHT sustainability activities in 01/01/2010 to 12/31/2010. Some statements and data within the scope were not assured due to lack of accessible records during the timescale allowed for assurance, and these are clearly marked throughout the text.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. The report is the third to be assured by an independent assurance team and CHT has taken a bold step by offering the report to evaluation against both Global Reporting Initiative's G3 guidelines and the AA1000 Assurance standard. This shows a deserved confidence in their reporting process. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of Global Reporting Initiative G3 Application Level A+ and AA1000 Assurance Standard (2008) type 2, high level.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

CHT has demonstrated a strong commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts underpin the organization's understanding of stakeholder concerns, and its ability to integrate them into its decision making processes. This is demonstrated by the surveys of employees and consumers, by communications with investors, local communities, and suppliers, and also by engagements with NGOs and other stakeholders. For future reporting, CHT may proactively consider having more direct involvement of stakeholders during the engagement.

Materiality

CHT has established appropriate processes for determining issues that are material to the organization. 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. For future reporting, CHT might consider profiling the sustainability impacts and performance of organization's businesses in more detail.

Responsiveness

The report provides a comprehensive response to the issues and stakeholder concerns relating to CHT's activities. The timeliness of response need to be further considered in future reporting.

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

Principles, Standard Disclosures and Indicators

The report is adequately in line with the Global Reporting Initiative G3 Application level A+. The principles of timeliness and stakeholder inclusiveness may be further enhanced by issuing next report no later than nine months after end of reporting period and having higher degree of direct stakeholder involvement during the engagement. Contents of Disclosure on Management Approach may be further addressed in next report.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan



Dennis Yang, Chief Operating Officer
Taipei, Taiwan
8 February, 2012
WWW.SGS.COM



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-8

GRI G3 相符性對照表

	我們的回應	頁碼
概況		
1.1	高層就永續發展與企業策略的聲明	1
1.2	風險管理	18
2.1	中華電信股份有限公司	---
2.2	公司概況	6, 25
2.3	中華電信組織架構	5
2.4	台北市信義路一段21-3號	---
2.5	拓展海外業務、關係企業	4,5
2.6	股東結構	15
2.7	台灣	---
2.8	市場地位	6
2.9	(無重大改變)	---
2.10	得獎記錄	8, 16, 22,40, 50
3.1	2010年1月1日~12月31日	---
3.2	2010年8月	---
3.3	每年	---
3.4	編輯方針	---
3.5	關鍵議題矩陣	11
3.6	編輯方針	---
3.7	編輯方針	---
3.8	編輯方針	---
3.9	(依各項指標說明)	---
3.10	(依各項指標說明)	---
3.11	(無重大改變)	---
3.12	GRI G3相符性對照表	64, 65
3.13	AA1000確證聲明書	62, 63
4.1	董事會運作與績效評估	17
4.2	(否)	---
4.3	董事會運作與績效評估	17
4.4	資訊揭露	17
4.5	董事會運作與績效評估	17
4.6	董事會運作與績效評估	17
4.7	董事會運作與績效評估	17
4.8	行為守則	19
4.9	董事會運作與績效評估	17
4.10	董事會運作與績效評估	17
4.11	風險與危機管理	18
4.12	建立國際CSR夥伴關係	12
4.13	建立國際CSR夥伴關係	12
4.14	利害關係人溝通	11

4.15	利害關係人溝通	11
4.16	利害關係人溝通	11
4.17	利害關係人溝通	11
經濟		
管理方針揭露	落實誠信經營	17
EC1	合併業績概況	6
EC2	氣候變遷風險	18
EC3	退休保障	37
EC4	(無來自於政府的財務援助)	---
EC5	(標準薪資均高於當地最低工資)	---
EC6	擴大供應商管理	10
EC7	員工概況	33
EC8	產品或服務捐贈	52
EC9	LBG社會貢獻評估法	53
環境		
管理方針揭露	應對氣候變遷	41
EN1	環境影響總覽	45
EN2	環境影響總覽	45
EN3	環境影響總覽	45
EN4	環境影響總覽	45
EN5	擴建環境管理系統	42
EN6	擴建環境管理系統	42
EN7	擴建環境管理系統	42
EN8	環境影響總覽	45
EN9	(無)	---
EN10	(無)	---
EN11	(無)	---
EN12	(無)	---
EN13	(無)	---
EN14	(無)	---
EN15	(無)	---
EN16	環境影響總覽	45
EN17	環境影響總覽	45
EN18	用電管理目標	44
EN19	(無)	---
EN20	(無)	---
EN21	(無)	---
EN22	環境影響總覽	45
EN23	(無)	---
EN24	(無)	---
EN25	(無)	---

EN26	創新綠色ICT	48
EN27	(無)	---
EN28	(無)	---
EN29	提昇生態效益	46
EN30	擴大綠色採購	47
勞工		
管理方針揭露	關懷員工需求	33
LA1	員工概況	33
LA2	員工概況	33
LA3	員工福利措施	37
LA4	勞資和諧	33
LA5	勞資和諧	33
LA6	勞資和諧	33
LA7	職業災害統計	38
LA8	員工福利措施	37
LA9	員工福利措施	37
LA10	員工教育訓練及進修	35
LA11	以職能為導向之訓練發展	34
LA12	強化績效考核程序	35
LA13	員工概況	33
LA14	員工概況	33
人權		
管理方針揭露	力行誠信企業文化	20
HR1	力行誠信企業文化	20
HR2	擴大供應商管理	10
HR3	力行誠信企業文化	20
HR4	(無)	---
HR5	(無)	---
HR6	(無)	---
HR7	(無)	---
HR8	(無)	---
HR9	(無)	---
社會		
管理方針揭露	聚焦數位機會	51
SO1	執行調查分析	59
SO2	力行誠信企業文化	20
SO3	力行誠信企業文化	20
SO4	力行誠信企業文化	20
SO5	力行誠信企業文化	20
SO6	(無)	---
SO7	(無)	---

SO8	業務行銷規範	17
產品		
管理方針揭露	迎接雲端時代	23
PR1	降低負面衝擊	28
PR2	降低負面衝擊	28
PR3	(無)	---
PR4	(無)	---
PR5	客戶滿意度調查	37
PR6	業務行銷規範	17
PR7	業務行銷規範	17
PR8	隱私權保障措施	28
PR9	業務行銷規範	17
內部管理		
IO1	聚焦數位機會	51
IO2	聚焦數位機會	51
IO3	保障職業健康與安全	38
IO4	降低負面衝擊	28
IO5	降低負面衝擊	28
IO6	降低負面衝擊	28
IO7	降低負面衝擊	28
IO8	降低負面衝擊	28
提供近用權		
PA1	縮短數位落差	53
PA2	縮短數位落差	53
PA3	縮短數位落差	53
PA4	縮短數位落差	53
PA5	縮短數位落差	53
PA6	保障通訊品質	29
PA7	縮短數位落差	53
PA8	降低負面衝擊	28
PA9	降低負面衝擊	28
PA10	強化客戶關係管理	26
PA11	強化客戶關係管理	26
技術應用		
TA1	創新綠色ICT	48
TA2	創新綠色ICT	48
TA3	創新綠色ICT	48
TA4	創新綠色ICT	48
TA5	創新綠色ICT	48



策略與管理

Strategy and Management

九十九年中華電信企業社會責任報告書
2010 Corporate Social Responsibility Report

www.cht.com.tw



中華電信
Chunghwa Telecom