

**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

得獎紀錄



- 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，除贊助電腦及網路、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。