



2013年中華電信企業社會責任報告書
Smart CSR Leads Smart City

CONTENT

 CSR管理

 公司治理

 創新研發

 行銷服務

 員工關懷

 綠色企業

 社會共融

S Strategy 策 略

企業永續發展策略 17

誠信透明 31

累積研發能量 41

感動服務 51

尊重員工 61

氣候變遷風險與機會 77

數位包容 95

M Management 管 理

企業社會責任管理 19

穩健經營 33

創新與品牌管理 42

客服與資安管理 52

訓練發展 65

環境永續管理 79

社會投資管理 96

編輯方針	2	重大性議題DMA	6	公司概況	10
如何閱讀本報告	3	經營者聲明	8	G4 Index	106

A Action 措 施

利害關係人共融 21

道德廉潔 35

發展雲端服務 44

確保服務品質 54

健康安全管理 68

環境永續行動 81

數位好厝邊，
雲端新視野 98

R Response 回 應

供應鏈管理 24

資訊揭露 36

領航智慧城市 46

重視消費者聲音 56

吸引與留用人才 71

深耕綠色企業 87

以核心職能回饋社會 100

T Target 目 標

CSR績效管理 28

永續經營 39

引領產業轉型發展 48

確保消費者滿意 59

營造幸福企業 73

共創美麗家園 92

用科技連結希望 102

編輯方針

歡迎閱讀中華電信股份有限公司(以下稱中華電信)第七本企業社會責任(Corporate Social Responsibility, 亦簡稱CSR)報告書。本報告書同時發行中文、英文版本，並可於我們「企業社會責任專屬網站」中下載。我們期望結合紙本與網路的優點，呈現我們在2013年實踐企業社會責任的努力與成果，讓關心我們的各界利害關係人，能對我們投入於企業社會責任的績效成果更加瞭解與信任。

報告期間

本報告書資訊揭露期間為2013年度(2013年1月1日至12月31日)，內容涵蓋我們各項CSR管理程序、關鍵議題(考量面)、專案績效資訊，為求相關專案及活動成果的完整性，部份專案可能回溯2013年1月1日以前，及2013年12月31日之後的內容與績效。

報告邊界與範疇

本報告書的組織邊界，涵蓋了中華電信總公司、分公司(不包含轉投資子公司)、營運處，及中華電信基金會資訊，涵蓋了財務、環境和社會面的政策與表現，在財務資訊部份，為與財報數字一致，呈現了中華電信及合資公司的合併資料。另外，因今年改採G4報告書綱領，故本報告書的組織邊界與往年不同，涵蓋了所鑑別出重大性議題的內外組織，也加入了相關子公司資訊。未來我們會陸續納入子公司重要資訊，更全面性揭露中華電信在價值鏈上的CSR影響力及成果。

撰寫依據

本報告書依循全球永續性報告協會(The Global Reporting Initiative, GRI) G4報告書綱領撰寫，部份涉及了電信產業特定議題的指標，由於G4尚未有電信業補充指引，故參照G3.1版電信業補充指標(Telecommunications Sector Supplement)來進行揭露。

確保公開資訊的可靠性

本報告經台灣檢驗科技(股)公司(SGS - Taiwan)，按G4版「全面Comprehensive」依循選項，針對本報告書中的內容、數據進行實質性審查及保證作業，本報告書符合G4全面揭露與AA1000 AS(2008)第二類型高度保證等級。

意見回饋

如果您對於《中華電信企業社會責任報告書》有任何建議及意見，我們非常歡迎您將寶貴的意見傳達讓我們知道：

中華電信股份有限公司／公共事務處／企業社會責任科／曾志明科長

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

歷年報告書

報告書下載網址：<http://www.cht.com.tw/csr/download.html>



如何閱讀本報告

今年中華電信CSR報告，按GRI G4版指南的建議，著重於G4重大性議題(或稱考量面)的揭露，主要針對所判斷出的「重大性(或稱實質性)議題」，進行相關行動、績效及成果的揭露。

我們期望讓所有關注電信業及中華電信邁向永續發展的利害關係人，更能聚焦在中華電信積極投入且具產業影響力的議題上，這也有助於中華電信更能專注深化行動內容，及提升報告揭露的品質。

SMART管理架構

每一章各主要段落的標題前，我們都會以一個英文字，標示該段落於中華電信SMART CSR管理架構下所代表的意義：S代表策略，M代表管理，A代表措施，R代表回應，T代表目標。期望藉由此編排，增加中華電信CSR報告書的溝通性，讓利害關係人更容易理解中華電信的相關企業社會責任作為。

重大性議題判別

我們首先以各種國際永續規約、綱領、指引(全球盟約、GRI G4及ISO 26000)所建議議題、原則，及國際主要永續評比機構的問卷調查(如道瓊永續評比問卷DJSI、碳揭露問卷CDP)等，作為議題辨識的基礎，然後加入中華電信核心業務運作考量，及外部利害關係人的建議，召開永續報告書會議來進行判斷。

重大性議題判別流程

Step 1

搜集資訊

由「CSR祕書處」搜集國際綱領、永續評比問卷、國際標竿，及中華電信2013年相關新聞事件、中長期發展策略等資訊，並召開永續報告討論會議。

Step 2

重大性議題在組織內、外的相關性

我們召集CSR成員代表，按內部考量、產業狀況、產業鏈實務及利害關係人建議，確認這些重大性議題對組織內、外的潛在影響，即對經濟、環境和社會的正面、負面，或潛在的影響，並規劃逐步邀請組織內、外單位，進行影響的討論及資訊揭露。2013年中華電信重大性議題，對組織內、外的影響及衝擊狀況如下表所示。

重大性議題	重大考量面	組織內	組織外	重大性議題	重大考量面	組織內	組織外
CSR管理 公司治理	供應商勞動條件評估	A	D	行銷服務	顧客關係	A	E
	衝突礦產	A	D		遵守產品相關法規	A C	D
	經濟績效	A B C			產品與服務標示	A	D E
	市場地位	A B C			顧客隱私	A B C	D E
	採購實務	A	D		客訴處理流程	A	E
	反競爭行為	A	E		顧客健康與安全	A	D E
	產品與服務內容管理	A	E		行銷傳播規範	A	D E
員工關懷	勞雇關係	A C	D	綠色企業	排 放	A	D
	勞資關係	A C	D		產品與服務的 環境影響	A	D
	職業安全健康	A C	D		遵守環境相關法規	A	D
	教育訓練	A			手機回收	A	E
創新研發	資源使用效率	A		社會共融	當地社區	A	E
	教育訓練	A	D E		基礎建設投資	A	E
					社會投資	A	E
					基礎建設	A	E
					縮短數位落差	A	E
					健康與安全 防護措施	A	E
					推動公共建設	A	E

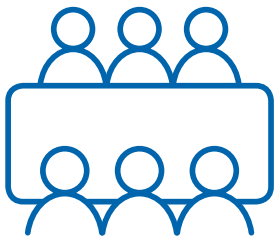
- A 中華電信
- B 中華國際黃頁
- C 宏華國際
- D 供應商
- E 消費者



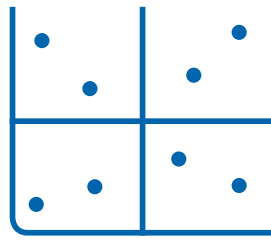
Step 3

重大性議題排序及確認流程

在確認完重大性考量面及衝擊的範圍後，我們邀集各相關部門組成評估小組，就內、外部資訊，綜合考量議題與中華電信營運之間的關聯性，確定重大性議題矩陣，我們得出關鍵性議題矩陣與17個重大性議題。



討論



議題排序



利害關係人

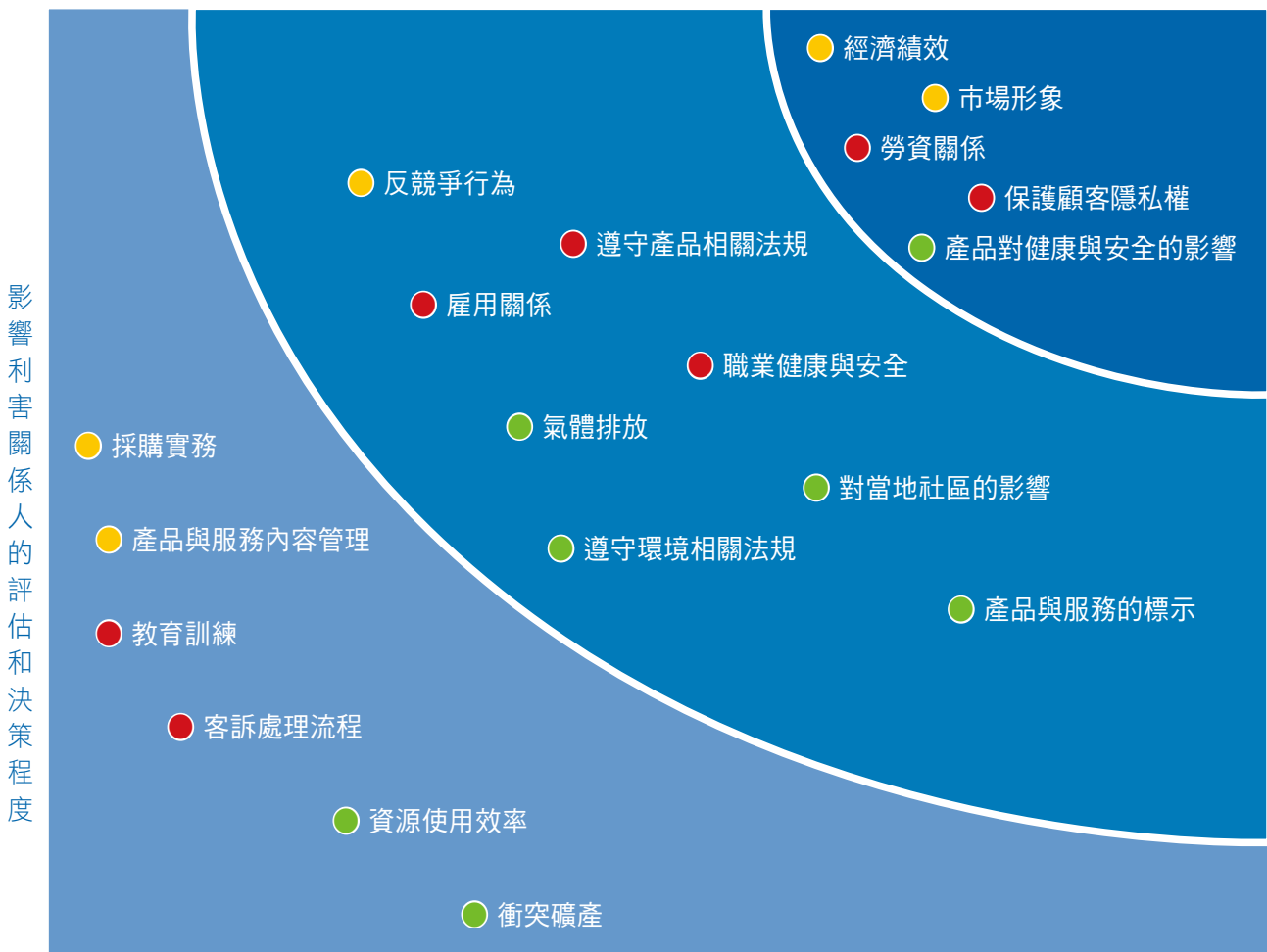
對CHT影響性

產業重要議題

確認



2013年重大性議題矩陣



中華電信對經濟、環境社會的影響程度

● 經濟面 ● 社會面 ● 環境面

重大性議題管理方針揭露

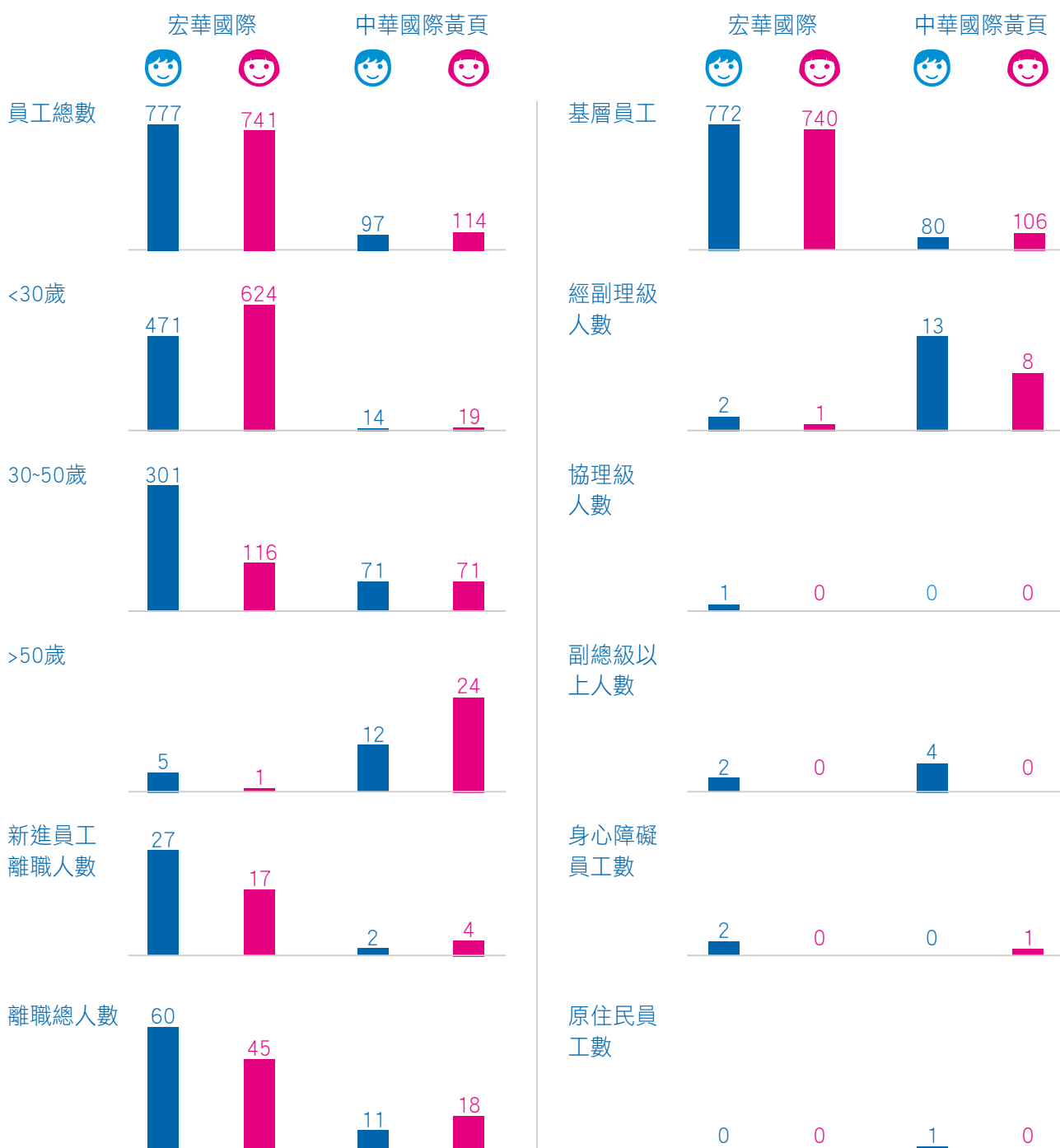
管理方針揭露(Disclosure on Management Approach, DMA)為組織說明自身如何管理與重大性議題相關之經濟、環境和社會衝擊，本頁彙整中華電信各主要利害關係人所關心的重大性議題與其對應的管理方針揭露索引，以便於讀者閱讀。

關鍵利害關係人	關注議題(GRI考量面)	管理方針揭露頁碼
 股東／投資人	經濟績效	第13頁
	市場形象	第61頁
	勞資關係	第64頁
 政府／監管單位	遵守產品相關法規	第36頁
	經濟績效	第13頁
 員 工	雇用關係	第64頁
	勞資關係	第64頁
	職業健康與安全	第68頁
 社區居民	氣體排放	第79-80頁
	產品與服務的環境影響	第77-78頁
	對當地社區的影響	第57，95頁
 消費者	保護顧客隱私權	第52頁
	產品對健康與安全的影響	第57，58頁
 評等／評比機構	市場形象	第61頁
	經濟績效	第13頁
	保護顧客隱私權	第52頁
	供應商管理	第26頁
 競爭對手	經濟績效	第13頁
	行銷傳播規範	第36頁
	反競爭行為	第36頁
	市場形象	第61頁
 供應商／承包商	採購實務	第24頁
	供應商勞動條件評估	第26頁
	產品對健康與安全的影響	第57，58頁
 媒 體	市場形象	第61頁
	保護顧客隱私權	第52頁
	產品與服務的標示	第57頁

2013年組織邊界 - 子公司基本資訊

公司基本資訊	宏華國際	中華國際黃頁
成立日期	2013年1月28日	2007年1月2日
主要產品或服務	人力調解管理	平面黃頁、網路黃頁
2013年營收(新台幣仟元)	622,358	339,898
2013年成本(新台幣仟元)	585,282	320,297
2013年稅後淨利(新台幣仟元)	11,428	17,314

子公司人力結構



經營者聲明

2013年，中華電信在企業社會責任上創造了新的里程碑，成為兩岸三地首家同時入選「道瓊永續指數」(Dow Jones Sustainability Index, DJSI) 世界指數成分股及新興市場指數成分股的電信業者，這代表我們長期在企業社會責任的耕耘，已受到國際評鑑機構的認可，能夠與其他國際級永續企業並駕齊驅！

中華電信自2006年起率先推動兼顧公司治理、環境保護與社會共融三方面的企業社會責任作為。在公司治理方面，除了一貫的穩健經營與透明的資訊揭露，並已連續九年榮獲國內資訊揭露評鑑A++級的肯定。因應國際趨勢與國內脈動，近年也率先推動供應商的企業社會責任表現調查與二者稽核，注重企業整體價值鏈的管理，以充分發揮中華電信的影響力。

在環境保護方面，我們將持續擴增自主研發的「環境永續發展管理系統」的功能，訂定每年公司內部節能減碳的目標與計畫，並將「iEN智慧節能服務」擴大運用，協助其他企業更有效率地管理資源之使用，進而達到節能之目的。未來，我們也會推出更多具有「綠色環保概念」的產品與服務，利用雲端技術，為消費者與企業客戶省下更多時間與能源。

在社會共融方面，「縮短數位落差、創造數位機會」是我們秉持不變的理念。過去十餘年，我們每年投入約新台幣八億元的成本以提供偏鄉的電信普及服務，讓更多偏鄉居民享受基本的通訊權利，未來也將持續下去。透過中華電信基金會與其他非政府組織、學校乃至於文創單位的合作，我們期盼中華電信的資通訊科技可為民眾搭建數位橋梁，連結各地資源與創造數位機會。

展望未來，物聯網將成為電信產業新的發展機會。中華電信擁有寬頻網路、雲端運算等專業技術，希望透過跨領域、跨產業的合作機制，發展出各式各樣緊密的物聯網服務，為個人、家庭與企業，打造出一個充滿活力的智慧城市。

「世界越快，心則慢」，是進入4G時代後中華電信想要傳達給大家的訊息。身為民眾日常生活中的密切伙伴，中華電信期望能夠透過不斷精進的產品與服務，讓大家在這快速變遷的數位世界中活得自信而從容，創造一個更有質感且充實的慢活人生！

中華電信股份有限公司

董事長

蔡力行



公司概況

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

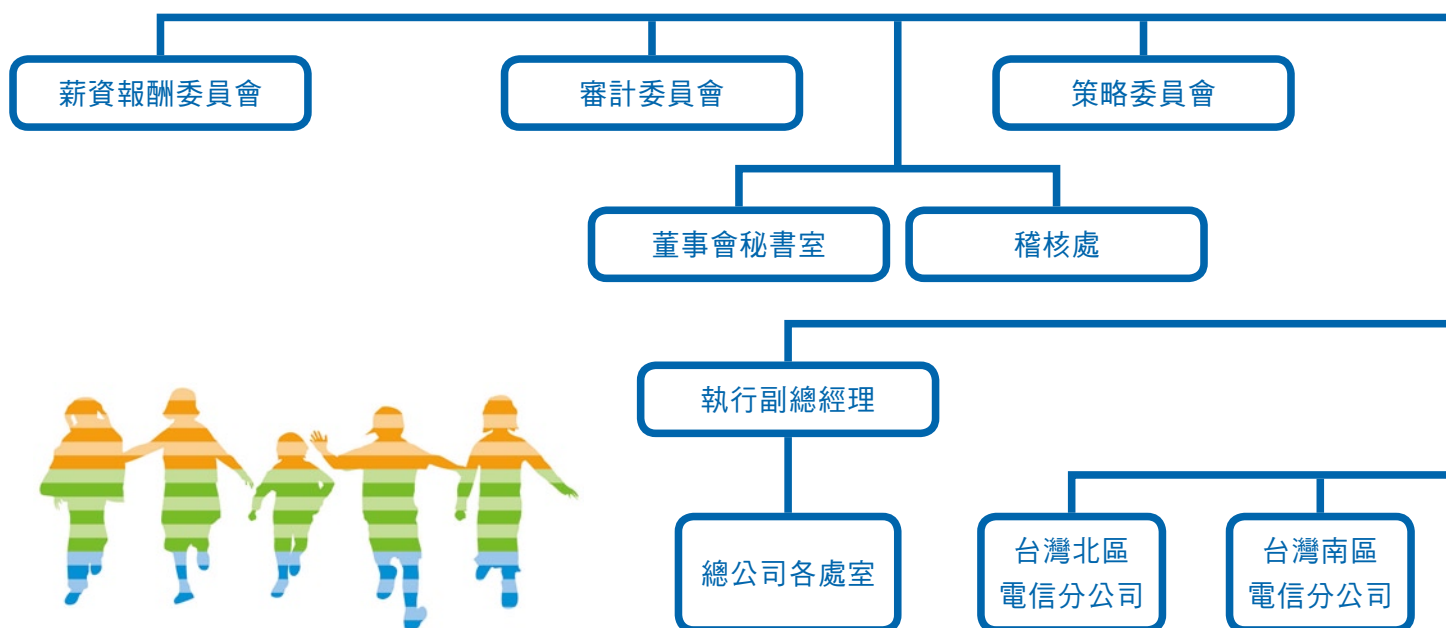
我們提供固網通信、行動通信、寬頻接取及網際網路等電信服務，是台灣最大的綜合型電信服務公司。我們以最佳的網路及服務品質為後盾，提供消費者最優質的服務。

經營理念

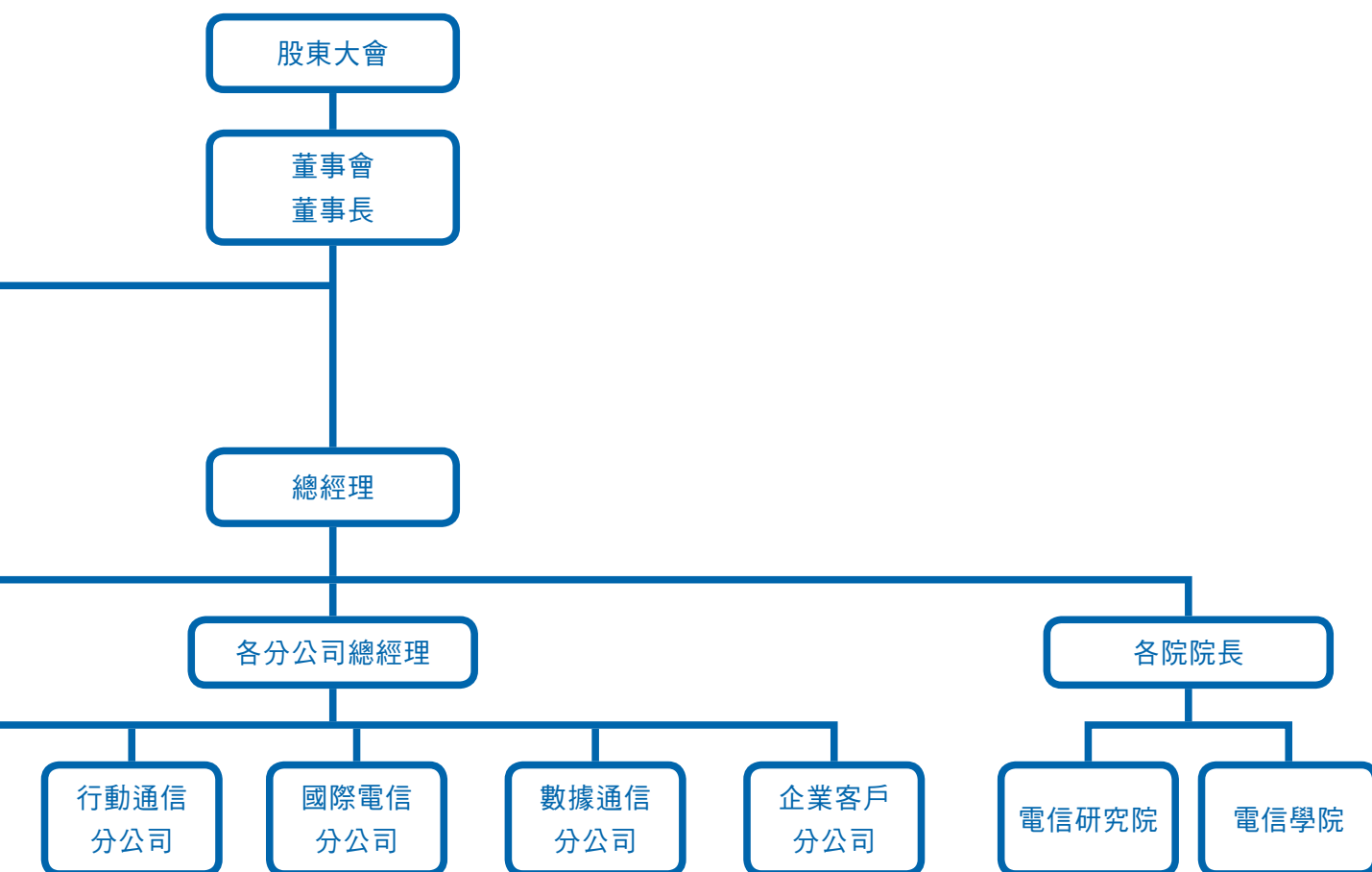
為迎合行動通訊與網際網路廣泛運用所掀起的數位生活精彩、企業營運升級的風潮，我們持續強化核心能力，並透過結盟、合作，積極開發行動商務、網路應用，以及寬頻影音多媒體等新穎服務，擴大電信網路與資訊科技整合運用效果，使我們提供的服務成為社會大眾的生活幫手，以及廣大企業的經營伙伴。

中華電信善盡企業社會責任，從核心競爭力出發，創造數位機會、環境永續發展、消費者關懷、員工關懷等層面，展現超越法規要求的企業公民行為。此外，為了增加產業橫向連結的廣度及縱向整合的深度，2006年我們開始推動轉投資業務，向外延伸觸角。有關中華電信其它轉投資公司資訊，請參閱中華電信2013年年報。

組織與營運架構

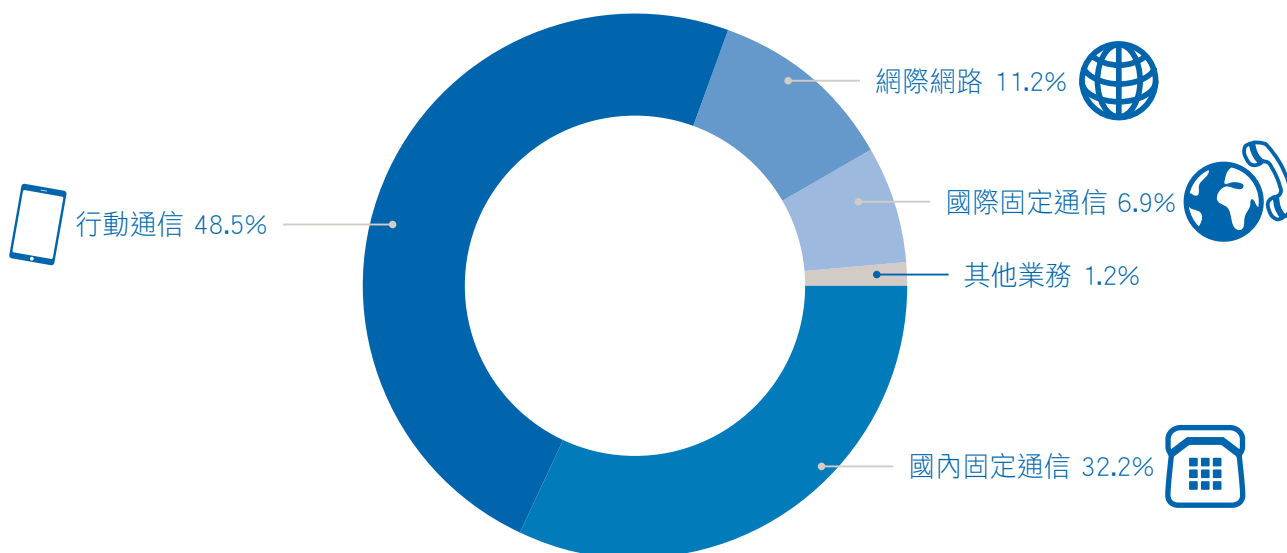


我們努力



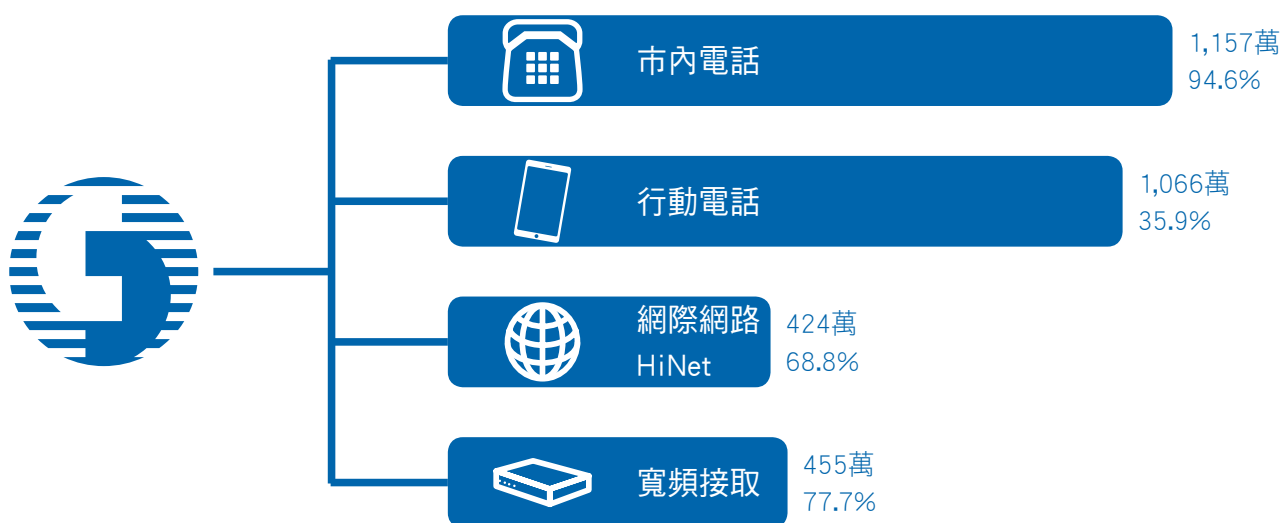
2013年中華電信的營運重點在衝刺行動增值業務並持續推動寬頻消費者速率之升級，國內固定通信營收佔整體營收32.2%，行動通信佔48.5%，網際網路佔11.2%，國際固定通信佔6.9%，其他業務佔1.2%。

業務佔比



在全體員工的努力下，2013年底行動上網消費者數達394萬，市佔率逐季提升至34.8%，領先同業；光世代寬頻消費者數達296萬，其中60Mbps以上達114萬。在完備的網路建設基礎下，資通訊與雲端等創新業務也穩定發展，相關企業與政府資通訊專案之取得代表中華電信於此領域極具競爭力。

客戶市佔率



從各類電信服務的市佔率，可看出我們對國內經濟發展的重要性。加上資訊與通訊產業透過改善營運效率與提高生產力兩方面，對國家整體產業與經濟發展具有極大的影響；因此，我們致力於增進自身的永續競爭力，並與相關產業及消費者共同創造新而有前瞻性的產品與服務，進而達成多贏的局面。

創造股東價值

2013年在全球智慧型行動裝置普及率快速成長，各式應用推陳出新，消費者對上網速率與品質之期待日益殷切，因而創造產業的激烈競爭。面對充滿機會與挑戰的產業環境，中華電信全力加強行動及固網寬頻網路建設，持續推出消費者滿意之產品與服務，不但穩固了市場領先地位，更展現亮麗的營運成果。

2013年，中華電信母子公司員工共32,187人，實收資本額為775.7億元，合併營收為新台幣2,279.8億元，較2012年度成長3.0%，達成全年財務預測104.7%。由於智慧型行動裝置風行，加值營收與銷貨收入雙雙成長，加上資通訊專案收入增加，抵銷了語音服務收入衰退的影響；歸屬於母公司業主的淨益為新台幣397.2億元、每股盈餘5.12元，均達成全年財務預測的105.6%。

未來我們將持續佈局國內新興業務、加值服務及海外資通訊服務市場，2013年底轉投資總金額為新台幣172.3億元，相關收益為新台幣11.0億元，其中納入合併報表的子公司對合併營業收入的貢獻達338.1億元，較2012年成長13%。

租稅優惠

多年來我們穩定經營，除了持續獲利及財務健全外，我們也依法誠實納稅，為國家做出實質且重大的貢獻。雖然未來的經營環境充滿挑戰，但我們仍將持續專注本業，為股東創造最大價值。

我們一向秉持誠實納稅原則，2013年，中華電信所得稅有效稅率約16.45%，與法定稅率17%的差異主要為：依所得稅法第4條，營利事業投資國內其他營利事業，所獲配的股利淨額或盈餘淨額免徵所得稅；另依產業創新條例第10條申請投資抵減的租稅優惠。



2013 CSR大事紀

- 捐助淡江大學興學基金，獲頒感謝狀
- 六度蟬聯今周刊「商務人士理想品牌大賞」電信類第一
- 中華電信與教育部攜手致力於偏鄉數位關懷「伴你好讀」遠距課輔獲頒感謝狀
- 榮獲2013年「台灣Top 50企業永續報告獎」及3項「企業永續發展績效」大獎

Nov



Dow Jones
Sustainability Indexes
Member 2013/2014

- 入選DJSI-World及 DJSI-Emerging Markets成份股

Sep

- 中華徵信所「TOP 5000大型企業」電信業第1名獎座
- 資訊揭露評鑑A++級最高殊榮

Jul

- 「讀者文摘信譽品牌」電信服務類白金獎

May



- 獲標準普爾長期信用「AA」及中華信評長／短期信用「twAAA/twA-1+」的評等
- 榮獲「台北市績優健康職場卓越獎」

Jan

Dec

- 2013行銷傳播傑出貢獻獎 - 獲「年度傑出品牌獎」及「年度傑出策略達陣獎」雙料第一
- 榮獲文化部頒發文馨獎感謝狀

Oct

- 「車訊快遞行車影像服務」、「賦稅再造國稅平台系統」贏得「2013台灣國際寬頻通訊展」科技創新獎金牌與優選
- 「2013台北國際發明暨技術交易展」發明競賽三件金牌、三件銀牌及三件銅牌獎
- 榮獲經濟部產業創新成果表揚『產品／系統／服務創新獎』
- 『EARTH環境永續發展管理服務』 榮獲『第三屆台灣綠色典範獎』

Aug

- 七度蟬聯「天下企業公民獎」電信業第一

Jun

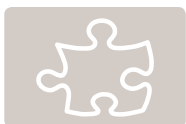
- 2012年「亞太傑出顧客關係服務獎」的「最佳客戶聯絡中心」
- 數位時代「數位服務標竿企業」第二名、蟬聯「資訊通路及通訊產業類」第一名

Apr

- 《30雜誌》雜誌2013Young世代品牌大調查 - 最愛品牌
- 《經理人月刊》2013影響力品牌調查電信類 - 品牌大賞



企業社會責任管理



**SMART
CSR**
管理系統



DJSI 2013/2014
**World
Index
Member**



第1家
進行供應商管理
的電信服務業者



在地採購比：
71.1%



S 企業永續發展策略

中華電信以成為「最有價值與最值得信賴的資通訊公司」為願景，除了在本業上不斷創新突破，更重視永續發展議題對企業經營的長遠影響。我們推動企業社會責任的關鍵，在於創造一種思考CSR、討論CSR，以及實踐CSR的組織文化。



為了達成「活水沃土、綠能永續、繁榮創新、多元共生、與各界互利共榮」的理念，我們從2006年開始導入永續／企業社會責任管理機制，用系統化、組織化的機制，包括設置董事會層級的CSR委員會、訂定各項永續政策，並以六大組別來推動各項永續行動，由上而下落實，而不僅只是停留在活動及口號的層次。

因為我們明白，要成為永續企業的關鍵因素，在於理解及觀察社會、產業趨勢，利用核心業務專長，採取更負責任、創新的行動，來影響營運所及的利害關係人。也因此，中華電信的企業永續發展策略，在於利用企業獨特的資源和專長，投入「創造社會共融、數位包容、綠色資通訊產品與服務、綠色品牌管理、節能減碳」等永續議題。

我們與國際永續標準規範接軌、用高標準的誠信道德理念自我要求，透過完整機制的建議，讓每位中華電信員工具備正確的企業社會責任觀念，將理念與行動落實企業社會責任於日常營運業務中，並內化為公司企業文化的基因之中，為所有利害關係人創造永續價值。

全球永續電信領先企業

中華電信2013年成為兩岸三地，唯一一家同時入選道瓊永續指數(DJSI)*「世界指數(DJSI-World)」及「新興市場指數(DJSI-Emerging Markets)」成份股的電信業。

2013年台灣總共有7家企業入選DJSI-World指數(包括中華電信、台積電、聯電、友達、台達電、光寶、中鋼)，而中華電信則是唯一，同時也是我國有史以來首家入選DJSI-World的服務業，證明中華電信在永續領域的投入，已經可完整融合環境面及社會面的運作，並具體反應在營運績效上，獲得全球國際投資人的認可。

今年全球入選DJSI-World電信業總共有10家，中華電信以總成績86分，大幅超出產業平均得分(59分)，與英國BT、西班牙Telefonica、南韓電信SK...等企業，一同名列為全球前十大永續電信企業之一。

在2013年的評比中，中華電信在「風險與危機管理」、「環境策略／管理系統」、「人力資源發展」等3項題組獲得滿分(100分)，此外，在電信業中特別被關注的「數位包容Digital Inclusion」與「企業公民與慈善Corporate Citizenship and Philanthropy」2項指標，中華電信亦以80分、90分的得分，大幅領先產業平均(50分，54分)，說明中華電信在經濟、環境及社會面向上的表現，已達到國際電信業最佳水準。

關於道瓊永續指數

DJSI(Dow Jones Sustainability Indexes)是美國道瓊公司與瑞士SAM永續集團(SAM Sustainability Group)於1999年9月8日所共同推出，以經濟、社會及環境3面向準則來進行全球企業永續性商機與風險評比，篩選出永續性績效前10%的永續績優公司，是全球最具有公信力也最被重視的社會責任投資的參考指標。



M 企業社會責任管理

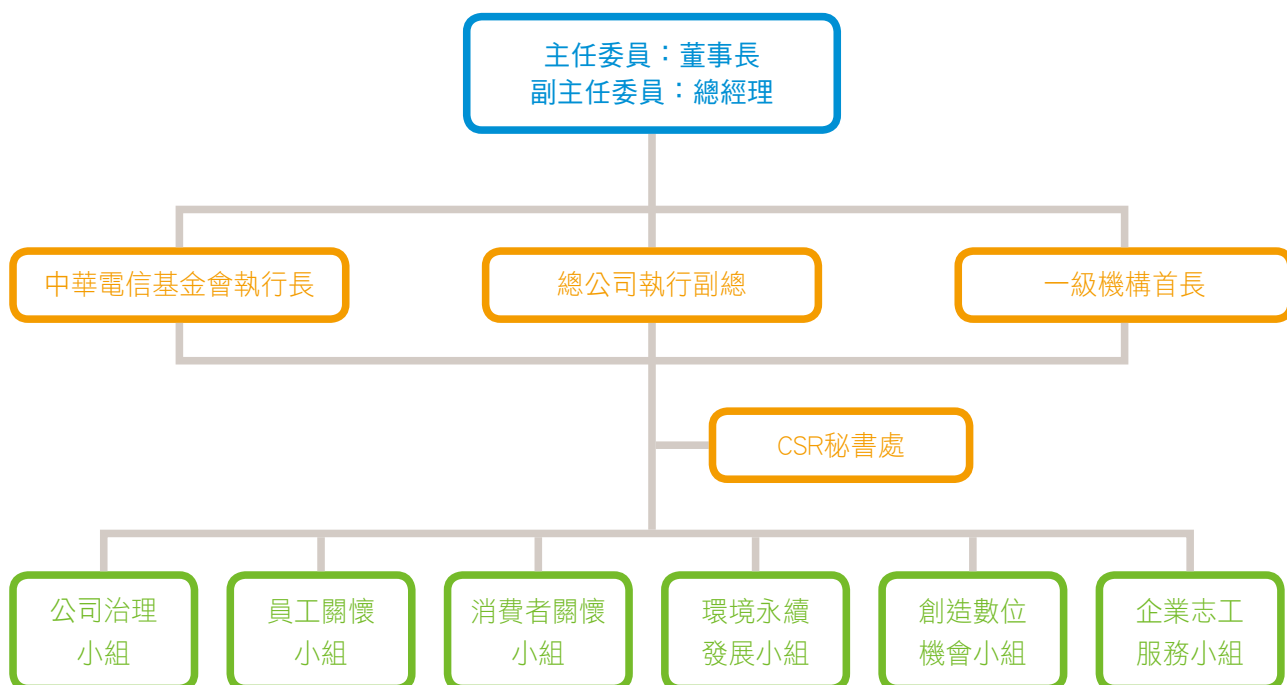
我們在2006年成立「企業社會責任委員會」，就是期望以更敏銳、更前瞻的視野，系統化地推動企業社會責任及環境永續發展的工作，我們以追求公司的生態效益為出發點，提供對環境更友善、對能源使用更有效率的電信服務給消費者，以企業公民的角色，為台灣的環境永續發展做出更多的貢獻。

CSR委員會管理機制

中華電信的CSR政策，是由董事會核定，再交由CSR委員會負責協調與監督進度、定期向董事會報告重要CSR議題及利害關係人溝通結果，且董事會負責每年最終的CSR績效評核。

管理代表	石木標
政 策	董事會核定企業社會責任相關政策與策略
開會頻率	每季一次
執 行	CSR秘書處負責規劃相關政策、行動；公共事務處訂定執行方案及編列預算，並辦理相關教育訓練、成果展示、管考追蹤及獎勵措施，分公司及所屬機構，配合推動及落實相關執行方案
CSR報告簽核	總公司各級主管(副總級)審核後，交由董事長簽核

企業社會責任委員會組織架構圖



中華電信獨特的Strategy-Management-Action-Response-Target(SMART)的企業社會責任管理系統，系統化管理並彙整相關社會責任作為，而因應G4的發行，以及國際對企業落實社會責任的趨勢要求，我們在2013年融入了最新報告書撰寫綱領的要求，更專注於對中華電信影響較為重大的考量面與議題，進行溝通與揭露。

SMART CSR

中華電信將企業社會責任依照「環境、社會和公司治理原則」(Environmental, Social and Corporate Governance, ESG)歸類為三大面向，並發展出獨特的五階段SMART企業社會責任管理系統以帶入營運計畫，進而編制企業社會責任的組織架構。



透過意見回饋、外部調查問卷及內部評估程序，我們在每年年底啟動檢核機制，重新評估短、中、長期的目標，並檢視相關策略、管理、措施、回應與目標是否有需要增補改善；加入外部利害關係人建議及回應，我們相信，對企業社會責任進行策略與管理，將有助推動企業社會責任的永續經營。

創造永續價值

我們認為，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，為包含股東在內的利害關係人帶來更多價值，也能藉由多元的溝通管道，拉近與各界利害關係人的距離。

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：「成為最有價值與最值得信賴的資通訊公司」。

遵循全球盟約 (Global Compact)

我們自願遵循聯合國《全球盟約》。在人權方面，我們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，我們維護結社自由，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。

我們支持國際認可的人權公約包含：聯合國《世界人權宣言》、《國際勞動組織公約》的核心精神，禁止任何形式的歧視、禁止強迫勞動與使用童工。呼應聯合國《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，我們加強人權意識提昇，讓利害關係人都能受到尊重與公平的對待。我們也支持聯合國《保護、尊重和補救：商業與人權框架》及其《指導原則》。我們將依據這兩份文件，評估人權盡職調查的進行。

A 利害關係人共融

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對話；並且將企業社會責任報告書提交第三方查證，確保資訊可靠、正確。

利害關係人溝通

關鍵利害關係人及議題的辨識，是落實CSR的核心工作。中華電信在每一年編製CSR報告書的啟動會議，我們都會邀請各部門人員，針對目前關鍵利害關係人及其重視的議題做討論與交流，並取得共識，進而繪製成圖表，做為報告書揭露內容的重要參考依據。

在推動CSR活動或資訊揭露時，皆會徵詢內、外部利害關係人之意見及建議，特別重要的機制包括：

- CSR報告書「外部專家諮詢會議」
- 不定期邀請外部專家，進行「CSR議題研討會」，及舉辦相關論壇
- 每年定期舉辦「供應商CSR大會」
- 首創「CSR影片專區」，定期紀錄各項CSR行動執行成果，並搜集內、外部回饋資訊
- 設置CSR、基金會專責人員

其它溝通及意見回饋管道如下表所示：

利害關係人溝通管道與頻率

類別	溝通管道	溝通頻率
 員工 (現職員工、員工眷屬)	e-mail、電話專線、異言堂網站、勞資協商會議	即時
 消費者 (一般消費者、企業消費者)	客服專線、服務中心	即時
 監管機關 (NCC、立法院交通委員會)	e-mail、公文、會議、電話、專程拜訪	每月4-6次
 媒體	e-mail、電話專線、新聞稿、記者會	每月4-5次
 社區／NGOs／NPOs	e-mail、電話專線、利害關係人座談會	每年3-4次
 投資人 (股東、機構投資人)	股東專線、IR網站、定期舉辦法說會及Roadshow	2013年共召開13場(包含股東常會、法說會等)
 合作夥伴 (供應商、承包商)	e-mail、電話專線、供應商大會	每年至少1次
 同業	公文、會議	每年1-2次

註：NCC係國家通訊傳播委員會之簡稱，亦可簡稱通傳會。

CSR內部溝通與廣宣

中華電信員工遍及全省，為了確保每一位員工都能理解、執行及適時提供CSR回饋建議，我們建構多元溝通管道，在公司內部宣導CSR相關議題，並結合績效考核，將CSR觀念化為行動，具體落實於日常作業之中。

管 道	名 稱	內 容
員工內網	中華電信異言堂	我們設有中華電信內部的員工意見交流網站，讓員工能夠即時在上面抒發心情、交換意見(可匿名)，並會針對討論量較大的內容，看是否有公司可以進行回應或改善之處。
管理階層	高階主管會議	每年會將相關面向的重大議題，提報高階主管會議做為討論議題，並由高階主管進一步決定未來應該努力或改善的方向及目標。
員工訓練	環境教育會議	每年我們都會進行至少4小時的環境教育訓練，並且透過各種生態旅遊，寓教於樂將環境保護的概念透過生活傳遞出去。
	CSR訓練	每年會提供總公司各部門有關CSR的基礎教育課程，並針對主要趨勢請外部顧問進一步上課。
	新進人員訓練	針對新進人員辦理三天職前訓練，包含人事制度介紹、工作規則、勞資關係等課程；每年並派員參加如勞基法、勞資協調及爭議處理等相關教育訓練。
	E-learning	我們將相關課程以及新知、宣導事項等等，透過內部的E-learning系統，供員工可隨時上去瀏覽，充實自己。
納入年度考績	行政管理永續績效考核	每年都會將各能源使用的減量目標列入管理績效考評，並以此做為個人或單位節能獎勵的依據。
	線上測驗	定期進行「行為準則、誠信經營守則及防範內線交易」等之宣導及測驗。
	檢舉申訴機制	一旦查證員工違反「行為準則」及「誠信經營守則」，而受懲處者，均列入年度考核。
其 它	CSR報告書研討會	每年會針對CSR報告書最新趨勢進行研習。
	CSR供應商大會	中華電信每年定期舉辦「供應商CSR」交流會，邀請供應商夥伴分享CSR議題與經驗。
	官網CSR影片專區	中華電信配合現代利害關係人溝通習慣，在官網創新設置「CSR影片區」，進行員工及外部溝通。

與合作夥伴共創雙贏

我們與供應商存在著密不可分的關係，為提供廣大消費者優質服務，中華電信秉持著互利共榮理念，在「中華電信行為準則」明訂：「必須以公平的方式對待供應商，不以隱匿、濫用優勢或其他實質上的誤導，取得不公平的利益並嚴禁自供應商取得不當的利益；也不會與競爭對手聯合杯葛或拒絕與供應商的交易，甚至是市場的壟斷行為」，與供應商夥伴共創雙贏。

我們將自身的資源與供應商分享，藉此提升供應商的研發能力，除了掌握未來技術，也致力於友善環境的創新。我們推動了各種機制，例如與供應商共同研發並提供獎勵；平等的移轉取得的技術專利權；硬體部分，我們持續支援電信設施與測試環境的發展；至於在軟體方面，我們透過擴充、開放式合作平台，與供應商達到利益共享的目標。

- 與國泰世華、台新、玉山、中國信託等四家銀行合作，率先在大中華區推出NFC手機信用卡空中下載 - Over the Air服務，把信用卡消費與行動支付帶入嶄新里程碑。此外，我們也跟高雄捷運合作，將高捷卡發卡系統與CHT TSM系統介接，推動國內首次OTA空中下載發行NFC手機交通票證卡行動。
- 2013年完成五項基本內容遞送網路(Content Delivery Network, CDN)服務，包括了：網站加速、大檔案下載、多螢服務Live、多螢服務VoD，以及影音服務加速，目前已有遊戲業、影音業、製造業、報紙業等產業共七家業者開始試用，將可有效提升國內內容服務業者的服務品質。
- 由於網際網路使用量成長快速，預估IPv4位址即將枯竭，網路相關產業需開始採用IPv6位址以提供服務，否則將面臨成本增加，及部分使用者無法使用服務的危機。有鑑於此，中華電信持續進行IPv4/IPv6上網服務商業運轉的準備作業，也加強公眾Wi-Fi、行動網路、CHTNet、雲端及IDC以及主要對外服務網站的IPv6功能準備度及佈署。
- 目前HiNet國際連網IPv6互連ISP、ICP數目為42家，包括日本、美國、香港等地區主要業者及Google、YAHOO、Facebook、微軟等內容業者；HiNet國內互連業者共14家，有5家業者完成IPv6界接(TANET、TWAREN、Sinica、TWGATE、萬宙商信)。TWIX互連業者共21家，其中已有9家業者於2013年完成IPv6互連(HiNet、網達國際、是方電訊、香港商第一線、全球光網、中華電信國際分公司、神坊資訊、台灣固網、亞太線上)。
- 除了持續將雲端作業系統、雲端應用服務標準化外，中華電信亦致力於自動化測試技術，提供完善的雲端產品驗證測試服務。2013年除完成自主研发的雲端產品Cloud BOSS與Virtuoso共17次的驗證測試，把關產品品質，對外亦提供第三方雲端產品驗證測試服務，並接受工研院ITRI Cloud OS委託驗測，協助國內雲端產業升級。

火金姑專案

除了與供應商分享既有的資源與技術，我們也配合政府扶植產業發展政策，與財團法人中小企業信用保證基金合作，推動了「火金姑(相對保證)專案信用保證」，只要是經中華電信推薦的優良廠商，都可申請本專案信用保證，協助產、銷供應鏈之中小企業取得資金融通，藉此鼓勵企業投入創新研發，強化企業競爭力。

「中華電信火金姑專案信用保證」專案自成立後持續推動至2013年底止，累計共推薦廠商20案，累計核准資金融通總額約2.78億元。

供應商夥伴專業技能培訓

我們期望供應商夥伴能與我們共榮互利，對此中華電信學院也會針對相關業務需求，提供供應商夥伴專業進修、認證等課程協助，包括纜線作業承商技能檢定、電信線路工程品管員認證或光纜接續承商訓練等訓練。2013年共開課67班，合計供應商上課家數61家、參與人數2,528人，並協助1,245人取得相關認證。

R 供應鏈管理

領先業界的供應鏈CSR管理行動



中華電信每年向國、內外供應商購買財務、勞務及工程，舉凡網路設備、資訊設備、纜線、行銷設計與廢棄處理服務，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，去影響供應商共同來履行社會責任。我們認為：

- CSR領先企業具有示範及引導的角色及責任，我們有義務引導及帶領供應鏈夥伴，透過經驗分享及合作，以實現CSR最佳實務為追求目標。
- CSR供應鏈是目前外資及利害關係人關注的議題，但我們認為關鍵不在於管理，而是在與供應鏈夥伴的交流與互動合作，期望跟供應鏈夥伴，一起建立邁向永續經營的基礎能力，對整體社會及環境帶來更大的正面影響。

因此，中華電信每年都會藉由召開「CSR供應鏈夥伴交流會」，和我們生意上的夥伴共同探討及分享CSR實務，一同促進我國社會及產業環境的永續發展。

而為了瞭解商業夥伴在CSR的執行狀況，我們將在2014年正式啟動供應商ESG的二者稽核，透過我們的影響力，深化CSR在台灣電信服務產業的落實。

當地供應商採購比例

供應商地區	2011年	2012年	2013年
國 內	77.0%	74.8%	71.1%
國 外	23.0%	25.2%	28.9%

註：國外供應商範圍包含「國外廠商、國外廠商在台之分公司或代理商」。



台灣第一家制定「供應商CSR準則」的電信業者

中華電信是台灣第一家制定供應商CSR管理政策的電信業者，我們從2009年開始推行供應商CSR管理，除了不斷完善相關制度，我們更將在2014年，將成為台灣第一家推動供應商企業社會責任管理的服務業者，期盼透過與供應商的互利共生、共同成長，能提供更多優質的產品與服務給各界利害關係人。

為了讓所有供應商夥伴有一致性的遵循標準，我們訂定了「中華電信供應商企業社會責任準則」，明白宣誓了我們在「企業道德標準、勞工、環境，以及安全與衛生」等面向的期望，期望供商夥伴能與我們一起承諾，透過更永續的作為，共同邁向更永續的經營生態圈。2013年我們也同時修訂了「中華電信公司電信器材合格供應商供料管理要點」，將供應商執行CSR、誠信經營的狀況，納入規範管理。

中華電信公司電信器材合格供應商供料管理要點，投標廠商資格限定規範

投標廠商應具備之資格證件如下：

- 投標廠商如有本一般條款第十五條被停權處分者，或政府採購法103條規定之情形(略)
- 投標廠商須無不誠信行為之紀錄。
- 投標廠商不使用來自剛果民主共和國及周邊國家衝突礦產製造的物料，必要時，願意提供礦產來源證明或第三方認證之無使用衝突礦產聲明書或接受稽核。
- 投標廠商如需使用所屬員工專業證照等個人資料投標，該相關人員應簽署(略)

衝突礦產

衝突礦產是指在武裝衝突和侵犯人權的情況下所開採的礦物，特別是指在剛果民主共和國東部省份，由剛國政府軍和其他許多武裝叛亂集團所控制的礦場所開採的資源。常見的礦藏包括錫石、黑鎢、鈳鉬鐵礦和黃金，這些礦物原料是日常生活所使用的設備不可或缺的要件，例如手機、手提電腦和MP3播放器都含有這類礦物。

「中華電信供應商企業社會責任準則」適用所有向中華電信、子公司暨合資公司提供商品與服務的供應商，並且擴及與供應商直接或間接關聯的供應鏈廠商。規範內容則包括下列永續發展五個面向：



此外，我們每年亦透過「問卷調查」方式，深入瞭解供應商落實企業社會責任的狀況與風險，作為日後提供輔導訓練、選商或進行實地查核的依據。自2009年起到2013年，屬於協助供應商瞭解、響應中華電信CSR承諾階段，我們僅針對CSR風險進行評估，並未將CSR表現列入選商標準，故並無按CSR條款來進行廠商評比、或因CSR而解除合約的狀況。

2013年我們總回收了311份問卷，進行整體CSR建置狀況評估，並進行分級。對於CSR程度處於剛起步階段的供應商，我們則採取鼓勵原則，宣導並教育其瞭解CSR內容，及規劃相關介面協助其改善，同時我們也會在每年舉辦的「供應商交流大會」上，針對最新的CSR發展狀況、議題及趨勢，邀請請專家進行分享，藉此提升供應商夥伴對CSR的認知與瞭解，更加明白中華電推動供應鏈管理的承諾與努力，與我們共創雙贏。

供應商管理

中華電信確實管理供應商夥伴，根據「投標須知一般條款」與「廠商基本資料暨審查表」，上面明訂供應商須遵循的事情，若有發違規或不當時，即可依規範不予投標、停權、終止或解除合約等處罰。

2013年我們客服委外作業，供應商因資遣不適任的委外人員，致引發勞資爭議及供應商給付資遣費用問題，本案經協調後，供應商依雙方簽訂合要點，承擔應負責任，以維護雙方誠信經營原則及善盡社會責任。2013年共發現12家供應商違規，罰款金額共計新台幣1,072仟元。

供應商CSR調查與稽核

我們自2012年起開始要求採購金額500萬元以上的供應商，必須遵循「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」，要求供應商在得標後填覆「供應商CSR現況調查問卷」，以便進行CSR及永續體系建置狀況的評估與管理。

2013年共執行93家廠商的稽核工作(書審30家，現場稽核63家)，針對線路工程類的供應商，透過實地觀察、管理階層與員工訪談，藉以掌握施工品質，稽核次數共計為427次。

2014年我們將正式要求，所有採購金額500萬以上的供應商，都必須需填覆「CSR現況調查問卷」，並正式委託外部驗證單位，進行「供應商二者稽核」行動，透過「瞭解分析」、「實地查訪」雙管齊下策略，建構完整的供應鏈管理機制，未來我們會針對CSR建置程度較低的供應商夥伴，推動適當的訓練及輔導，提升其CSR認知及行為。

供應商CSR交流會議

2013年我們舉辦了第三屆「中華電信CSR供應商交流大會」，由總經理石木標擔任主持人，總計有43家廠商，共67位代表與會。

交流會議提供了介面及平台，讓我們跟供應商夥伴面對面，透過雙向交流，讓供應商們了解中華電信對社會責任的想法與作法；此外，2013年我們也公開表揚7家年度CSR績優供應商，除了鼓勵其在企業社會責任的投入，也期望帶動跟進仿效風氣，與夥伴們共同營造永續經營發展的好環境，發揚CSR的精神與優秀作為。

公益合作

我們重視與供應商的交流與互動，除了每年定期召開供應商交流大會，亦透過各種介面，邀請及號召供應商、合作夥伴一起合作推動社會參與行動。2013年我們與宏達電、淡江大學盲生資源中心以及中國信託、國泰世華等數家銀行一起合作，分別響應流浪動物、盲用以及公益行動捐款等三項社會參與、回饋活動，期望透過企業的影響力還有民眾的消費行為，能喚起大眾對社會議題的重視。



T CSR績效管理

2011年 2012年 2013年

財務

合併營業收入
(新台幣百萬元)

217,493 220,131 227,981

發放股利
(新台幣元)

2011年 2012年 2013年

5.45 5.35 4.53

員工

女性主管比例
(%)

23.71 24.35 24.71

身障員工僱用
人數(人)

757 758 792

失能傷害頻率

0.92 0.53 0.70

失能傷害嚴重率

148 17 21

員工離職率
(%)

1.49 2.78 2.18

育嬰留停復職
留任率(%)

100 100 100 90

男
女

註: 2011年無統計資料

總訓練支出
(新台幣仟元)

733,221 752,157 747,833

人均訓練時數
(hr)

65 76 58

消費者

消費者滿意度
(十分制)

6.86 6.86 7.23

客服專線
服務滿意度
(五分制)

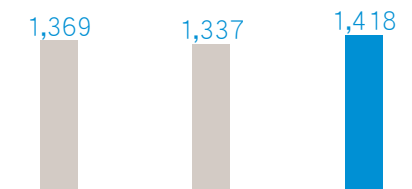
4.57 4.58 4.59

2011年 2012年 2013年

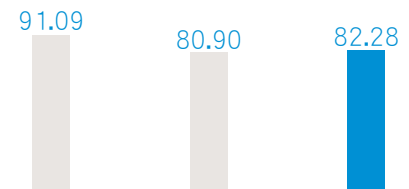
2011年 2012年 2013年

環境

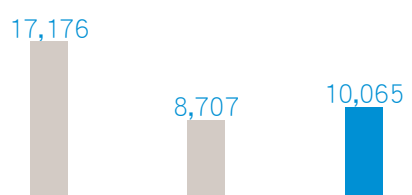
用電量
(百萬度)



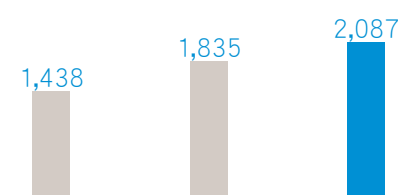
碳排放量
(萬噸)



手機回收量
(支)

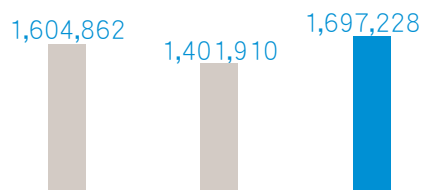


綠色採購量
(百萬元)

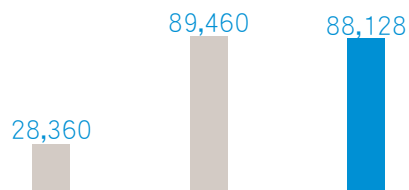


社會貢獻

社會投資金額
(新台幣仟元)



企業志工服務
時數(hr)





公司治理



風險管理支出

391,146

仟元



資訊揭露評鑑

A++



員工

100%

接受行為準則測驗



取得

**最大4G
頻譜**

35MHz的業者



S 誠信透明

中華電信董事會為公司最高治理機構，具選任與提名高階管理者的職責，並負責制定及審核企業社會責任及永續發展策略。第7屆董事共設置董事13人(男性8名，女性5名，兼顧性別平衡)，董事任期為3年(自2013年6月25日起至2016年6月24日止)，同時為確保治理的獨立並兼具利害關係人觀點，包含了5名獨立董事，並設置審計委員會取代監察人。

中華電信獨立董事及外部董事就其不同專業領域提供專業客觀的意見，有助於董事會做出對公司及股東最有利的決策。為了保障董事免於因執行職務，而遭受第三人訴訟所引發的個人責任及財務損失，我們亦為董事購買責任險。

為健全監督功能及強化管理機能，中華電信董事會下分設3個功能性委員會：

審計委員會

策略委員會

薪資報酬委員會

由5位獨立董事組成，主要職責為選(解)任本公司的簽證會計師、決定簽證會計師的報酬、審核並討論有關每季／半年度／年度財務報告、審核內控制度，及修正及審核內控聲明書出具的合宜性等。

由6位董事組成，其中包含2位獨立董事，負責：預算編修、資本額增減、新增轉投資及既有轉投資案增減貸或撤資、經營執照取得或繳回、公司機構調整、中長期發展計畫、其他重要議題等。皆先由本組織召開審議會議，再將結論提報董事會議決。

由3位獨立董事組成，負責定期訂定並檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬的政策、制度、標準與結構。

註：關於董事會成員經歷與能力介紹，請參照2013年公司年報p14-17；關於董監事進修項目，敬請參照p65-66。

中華電信董事長身兼執行長，董事的選任，係依證交所相關法令及章程規定，採候選人提名制度，由董事會及符合法定持股比例要求的股東提名，依法定程序辦理董事提名公告及審查作業，為避免最高治理機構的利益衝突，我們用下列程序來進行嚴謹的控管，包括：

- 新任董事均須簽署願任同意書，遵守公司法第23條的規定，忠實執行業務及盡善良管理人的注意義務。
- 所有董事均須簽署聲明書，聲明已確知公司法第206條有關表決權行使的迴避內容及其違反的法律效果。
- 董事會議事規範第17條已明定董事應自行迴避事項。

在董事的高道德自律標準，及完整機制的運作下，中華電信董事會成立迄今並未有任何利益衝突事件發生。

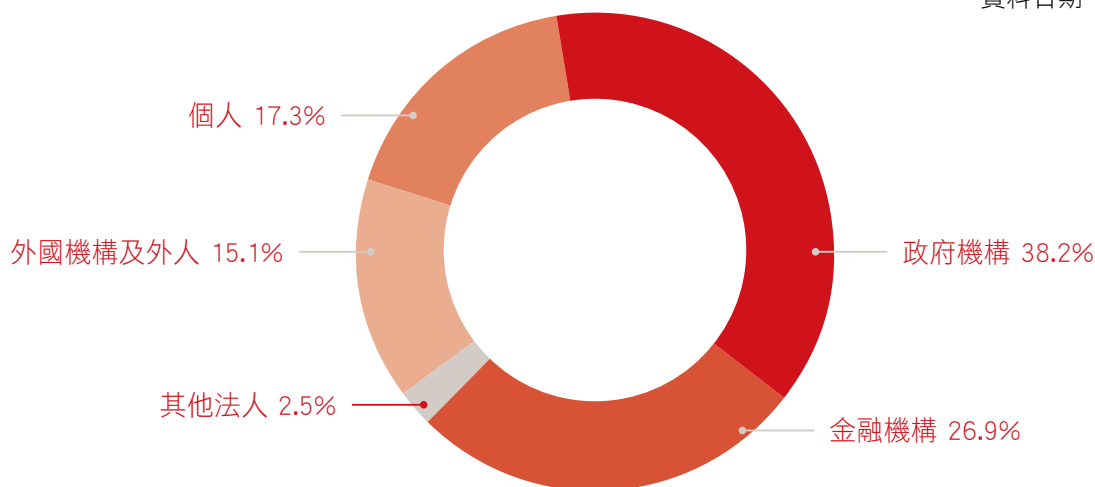
此外，中華電信董事會通過「中華電信股份有限公司治理守則」共五十條，除將該守則函送各單位確實執行外，並由董事會秘書室定期追蹤評估。

鼓勵股東參與公司治理

這兩年來，中華電信遵循公司治理的精神進行許多制度與措施的變革及修正，包括：實施電子投票制度、股東會議案採逐案表決，在官方網站中揭露全部議案的表決結果等，提供股東多元的議事表決管道，充分讓股東行使其權利，具體提升公司治理成效。

中華電信股東結構

資料日期：2013.07.18



遵守國際電信規則並恪守人權義務

中華電信是國際電信世界大會的會員，2012年底於杜拜舉行的國際電信世界大會，修訂了《國際電信規則》，確保全球資訊自由流通設定了通用原則，並特別納入了增加國際移動漫遊資費和競爭的透明度、支援發展中國家電信發展、為殘疾人獲取電信服務提供便利、保護公眾在電信網路中的言論自由等多項新內容。我們承諾，會遵守其規範，並以實質行動致力推廣其所提倡的行為準則。

董事會通過CSR實務守則

2013年中華電信已就「中華電信CSR實務守則」與CSR相關政策，與董事長及內部高層做多次討論與修正，並送呈董事會進行報告，規劃於本次董事會任期內通過，從最高治理單位開始，從上而下具體落實企業社會責任理念及行動。

M 穩健經營

為了確保公司的穩健經營，不因外部環境及內部作業而影響營運，中華電信特別重視企業營運風險的管控，訂有「風險管理規則」，做為全體員工執行各項業務的依據，並以總經理為風險與危機管理的最高負責人，定期向董事會報告，確保各項營運風險都能夠被辨識並加以管控，確保營運不中斷，保障股東、投資人及所有消費者的權益。

中華電信「風險管理規則」明確規範了風險管理運作架構、管理流程及各單位權責，針對公司及各機構的中、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，除了視需要進行風險管理外，更藉由風險管理平台，系統化記錄及追蹤管理，確保事件風險保持在可控的範圍。

中華電信風險管理規則涵蓋作業範圍



我們以「風險地圖」為評估工具，進行法規風險、網路維運風險、市場競爭風險，以及財務操作風險的評估，並針對重點營運項目，加強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，將可能產生的損失降至最低程度。

風險管理支出

單位：新台幣仟元



註：包含保險費、人力、系統維護、訓練費用等支出項目

氣候變遷風險管理

全球氣候變遷是本世紀人類必須面對的重大挑戰。對台灣來說，氣候變異現象，最嚴重的是短時間持續豪雨，除了會對電信設施造成危害外，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。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，都可能大幅增加我們的營運成本。此外，中華電信含子公司員工超過3萬人，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。

對此，中華電信正式將「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，列入集團年度營運計畫中，每年編列預算執行防災、避災行動，並進行目標管理及績效考核，持續進行驗證及回饋。

此外，我們也針對資通訊產業的營運模式，推動因應氣候變遷的風險調適策略，加強碳管理措施，積極推動相關節能減碳行動及環境保護措施，來減少溫室氣體的排放，減少對資通訊產業的營運風險，並藉此擴大對社會大眾的影響力，發揮中華電信大鄰居的特色。



氣候變遷調適行動方案

為了有效因應氣候變遷所產生的營運風險，我們以「中華電信公司環保節能減碳策略行動」為基礎，分別擬定及執行重點或相關改善計畫，提升營運抗災、避災能力，確保通信暢通及整體通信網路的安全性。

機房調適：主要為強化防汛措施

- 裝設封閉式防水檔板。
- 設備裝設防水閘門。
- 地下室通氣孔及門窗升高或封閉。
- 排放管線、洞道纜線進口、高壓電纜進口、車道…等建置相關防治措施。

電信網路設備：

- 地下室機電設備遷移：配合機房汰換計畫，儘可能將柴油發電機、交流受配電等設備遷至一樓以上、直流設備裝設於機房二樓以上。
- 預備大型移動式發電機及小型發電機、抽水機。
- 強化偏遠機房發電機配置、蓄電池及增加儲油槽容量。
- 擴增蓄電池電源容量：天災來襲台電停電時，易形成孤島的偏遠地區重要機房，備援電池可維持高至72小時以上(一般機房3小時)，並適度放大交換式直流供電設備的容量。

A 道德廉潔

中華電信矢志以最高倫理標準從事營運作為，訂定了「中華電信行為準則」規範所有員工在從事商業行為時應具備的倫理與責任。同時設有員工申訴檢舉專線，以嚴謹安全的舉報機制，讓員工可以在安全保密的情況下傳達意見，該行為準則除納入新進員工的訓練課程，每年針對所有員工進行複測，並與員工績效連結，確保所有員工都能確實的理解，並融入個人行為道德的基因之中。中華電信道德廉潔的共識與原則包括：

- 為強化對誠信經營的決心與承諾，明訂應於公司規章及對外文件等，明示誠信經營的政策並確實執行。
- 為期能以公平與透明的方式進行商業活動，明訂公司避免與不誠信行為紀錄者進行交易。
- 明訂禁止行賄及收賄、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。
- 明訂董事會應督促防止不誠信行為及確保政策的落實，並由專責單位負責。
- 為落實誠信經營，明訂公司董事、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。
- 明訂應訂定董事、監察人及經理人的利益衝突迴避政策。
- 為確保誠信經營的落實，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。
- 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，明訂應訂定相關作業程序及行為指南。
- 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。
- 明訂應強化履行誠信經營資訊的揭露。

防範貪腐

為建立誠信經營之企業文化，我們也訂立了「誠信經營守則」，健全公司經營，並制定了中華電信「誠信經營作業程序及行為指南」，防範相關不誠信行為，落實道德廉潔政策之執行。此外，我們也訂立了「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」來考核員工，讓員工明確知道行為規範，員工遇有足資鼓勵的事蹟或應懲戒行為時，亦依規定即時辦理獎懲。

中華電信「行為準則」與「誠信經營守則」除了公佈於公司內、外部網站外，全體員工每年都要定期上網重新宣讀後，進行「行為準則與誠信經營守則」測驗，力求企業道德廉潔價值觀、誠信企業文化得以廣泛宣導及持續深化。2013年除了施測期間因故不在的員工以外，其他全體員工皆有參與測驗。

R 資訊揭露

中華電信秉持誠信、負責及值得信賴的公司治理精神，致力於降低營運管理與外部利害關係人之間的資訊不對稱，建構多元化的資訊透明管道，加強與利害關係人的溝通，提升資訊揭露的速度、資訊品質、平衡度及可信度等措施。

為了到達資訊即時傳遞，與營運相關的資訊，我們都會透過官網、公開資訊觀測站、公司年報、企業社會責任年報，以及各式記者會、法說會等管道，讓利害關係人能以多元的方式了解中華電信的最新現況。

也因此，中華電信在資訊揭露的努力及投入，獲得了2013年第十屆資訊揭露評鑑A++級前十名的肯定。自證券暨期貨市場發展基金會頒佈評比結果以來，中華電信已連續八年獲得資訊揭露評鑑的最高殊榮！未來我們仍會繼續秉持展現公司誠信經營的最高原則，持續爭取消費者、股東及投資人的信任與支持。

強化業務管理

為提升業務執行行銷的品質，建立消費者對公司的信任，我們訂有「業務行銷規範」來確保業務的執行，都能符合主管機關的規範與要求，並將規範的符合狀況列入高階主管人員的考評項目之中。在相關機制控管下，2013年中華電信雖然並無受到稅務、不當勞動行為之裁罰，但總計有59件，罰鍰金額新台幣1,998萬元之罰款項目。根據2013年罰款項目，茲將主要原因，及後續改善方式說明如下：

基地台申裝

- (1)中華電信長期在消費者「抱怨收訊不良」，及消費者在「基地台可能影響健康」因素拉扯下，在營運過程中常因基地台問題而遭受裁罰或行政處分等情事。
- (2)在考量保障消費者的通信權益，及基地台站點難尋之情況下，未來我們將持續採取下列措施，包括：
 - 積極與民眾溝通協調基地台建設及調整事項
 - 持續與主管機關溝通，適度放寬基地台設置規範
 - 持續努力，讓基地台管理法規更明確、便捷且更有保障
 - 加強宣導，讓民眾對電磁波議題更加了解，並提供免費檢測服務。

2013年2件公平會裁罰事件

經確認，2案都屬於「應申報結合而未申報」。中華電信日後在面對與其他企業的合作程序上會更加謹慎。

案 名	Sonet社區超網合作案	中華碩銓及智趣王案
原 因	公平會認定本案屬公平法第6條第1項第4款之結合類型，應申報結合而未申報，違反同法第11條第1項規定，裁罰60萬元。	公平會認定本案屬公平法第6條第1項第2、5款之結合類型，應申報結合而未申報，違反同法第11條第1項規定，共裁罰120萬元。
解決方式	已終止與Sonet之社區超網合作案	已向公平會補行結合申報程序

員工行為管理

在員工管理部份，2013年有20件，共計25人違反「行為準則與誠信經營守則」，但並無因賄賂情事，導致被解僱或受紀律處分的員工，亦無因此而產生的訴訟案件。除了進行懲處，未來我們也會持續加強相關教育宣導，讓員工能了解誠信業務行為的重要及必要。

員工違反「行為準則與誠信經營守則」狀況：

- 違反保密規定：3件4人。
- 其他言行失檢或違反公司規定：17件21人。

關注數位匯流發展

任何政策或法規的變動，都可能影響中華電信的營運及未來發展，對此，中華電信除了與政府及主管機關保持溝通外，也隨時關注及掌握相關法規發展動態。其中，攸關國家競爭力及提升與資通訊產業發展的「數位匯流發展方案」，是我們密切注意的重點。

行政院於2010年核定「數位匯流發展方案」，根據該方案將推動兩階段修、立法工作，第一階段就廣電及電信產業分別修法，檢視各產業目前的問題，對有急迫性的條文進行法制調整作業，目前廣電三法修正草案已於立法院審議，電信法的修法通傳會則決議逕行進入第二階段修法；第二階段係以水平層級架構，進行匯流法制調整作業。目前通傳會正針對第二階段的修法議題進行意見諮詢，本公司也積極提供意見供通傳會做為修法之參考。

我們除了持續關注修法進度與方向，也將適時與主管機關溝通及積極建設光纖網路，提高光纖寬頻競爭力，積極開拓創新加值服務業務，持續引領高速寬頻市場發展。

調降行動電話接續費率

為趕上歐美等國家電信市場自由化的監理趨勢，NCC決定調整現行資費管制政策，2013年起不再管制服務費率，改為管制電信業者彼此間的中間價格，降低電信業者間行動電話接續費率，促使電信市場良性競爭。

行動電話接續費率，指的是兩家行動電信用戶彼此通話，兩家公司依照受話網路時間的拆帳費率。2013年起將分4年逐年降低行動電話接續費率，包括2G與3G通訊系統用戶，從現在接續費率的2.15元降到2016年的1.15元，相當於4年後接續費率調降約46.5%。

中華電信致力於縮短城鄉數位落差，但由於目前在台灣無線頻譜規劃不明、民眾對基地台有疑慮、3G「吃到飽」(Flat Rate)費率，及少數高用量用戶使用大部分頻寬資源等因素影響下，導致「基地台建設」及「網路資源」無法有效分配，而不利於行動寬頻產業發展。對此，我們將持續與主管機關溝通，建立有利於行動寬頻發展的健康環境。

率先邁入4G行動通訊

智慧型終端設備所開發的各項豐富的行動應用，正在改變人們的行為習慣，行動用戶需求已由語音服務朝向多媒體的影音服務。為了提升行動通信網路通訊品質與傳輸速率，中華電信將率先達成提供「4G」行動通信網路服務的目標。

我們在2013年以新台幣390.7億元，取得總計35MHz頻寬的4G頻譜，是取得最大頻寬35MHz的電信業者。其中900MHz的B2頻段、1800MHz的C2頻段為我們既有2G系統所使用頻段，可以平順延續既有2G與未來4G系統的頻率發展，而1800MHz的C5頻段4G網路設備及終端裝置生態系統最為健全和普及。

對此，中華電信將率先在C5頻段建置4G，預計2014年第二季前率先開放4G服務，同時規劃在5年內建設7,000台以上的4G高速基地台，電波涵蓋範圍將達人口涵概率96%以上，提供品質第一的4G行動通信系統服務。

「4G」- 第四代行動通信網路

指的是用戶在移動時其資料傳輸峰值速率可達100Mbps、在靜止狀態下峰值速率則須達到1Gbps以上。其中長期演進技術升級版LTE-Advanced是第一批被承認的「4G」標準，而LTE則為其前身，也是目前台灣各行動通信業者所建置最新的行動通信網路，因其在靜止狀態時資料傳輸峰值速率僅達150Mbps，只能稱為BEYOND 3G或PRE 4G網路技術。



T 永續經營

面對電信服務經營及環境快速變化的挑戰，中華電信將以「創新、寬頻、加值、整合、固本、感動」為發展策略主題，作為各項營運工作推展的主要依循，以提升企業營運績效、增加股東權益及企業永續價值為追求目標。

我們將持續恪守公司治理原則，加強社會關懷與環境保護，實踐企業社會責任，並善用科技與管理，提升員工專業水準與公司經營績效。相信經由這些努力，我們將具備因應多變的產業環境的能力，持續創造價值來回報消費者、股東、員工一路以來的支持，達成永續經營的目標。

1 以行動、寬頻、加值、資通訊整合服務促進業務良性演進。

- 積極推出寬頻新產品、拓展企客重點業務，加大業務演進能量。
- 以資通訊整合服務創造競爭優勢。

2 開發雲端、智慧聯網等新興服務商機，結合夥伴先登策略高點。

- 積極整合雲端、智慧聯網產業生態能量，激發市場需求風潮。
- 新興服務價值，以開創新應用領域、節省成本、提高營運效率為依歸。

3 持續強化網路設施與資訊技術運用，支持業務轉型與成長。

- 網路升級與整合運用。
- 運用資訊技術提升營運效率、支援新業務，並加強資安防護。

4 加強資源運用與管理機制，提高資源使用效率。

- 資源集中規劃、運用與管理，管控營運成本與費用。
- 推動非營運用資產之活化與運用，增益資產價值。

5 拓展資通訊業務海外市場，探索新發展空間。

- 評估目標市場發展條件，篩選適合海外推廣產品。
- 規劃營運模式，以利穩健拓展市場。

6 精進子公司獨特優勢，提升集團營運競爭力。

- 加強集團企業協同合作，提升集團營運優勢。
- 深化子公司重點專業，增強獨特競爭優勢。

7 以電信專業投入企業社會責任課題，實踐企業公民承諾。

- 推動數位雨林專案，以業務深度合作促進資通訊應用創新。
- 運用專業協助縮減數位與保護環境，拉近城鄉差距與落差增益社會福祉。



創新研發



研發費用

37.2 億元



累計專利

1,071 件



18 萬人

參與創新應用大賽



S 累積研發能量

研發與創新能力是企業得以不斷成長的引擎，隨著科技與消費趨勢的快速演進，數位生活服務進入數位匯流時代，中華電信身為電信產業龍頭，持續秉持著前瞻、創新的精神，在數位雨林活水沃土上實踐多螢互動分享、產業繁榮共生的理念。

善用資通訊核心技術、整合帶動智慧生活

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。

中華電信依據本身的資源條件與核心能力，把產品研發、生產銷售及人力資源管理等研發政策，納入策略性的CSR規劃，同時考慮內部條件與外部需求，思考在什麼樣的社會議題上可以提供真正實質的幫助及產生最大的正面積極影響力，擬定出系統規劃、目標明確的CSR策略，透過績效資訊的蒐集分析，持續改善相關CSR計畫之後續執行效率和績效。

為奠定資通訊產業核心競爭力，我們將持續投入相當資源於研究與發展工作，藉由創新研發、國內外技術引進及產官學研合作，掌握網路效能、營運管理與業務創新相關領域之關鍵技術，研發重點包括八個主題：

- | | |
|-----------------|------------------|
| (1) 寬頻網路 | (5) 巨量資料分析 |
| (2) 智能網路 | (6) 數位生活服務及技術 |
| (3) 匯流業務營運管理系統 | (7) 政府與企業資通訊解決方案 |
| (4) 企業資安防護產品與技術 | (8) 雲端運算產品與技術 |

中華電信研究院2013年獲獎紀錄

頒贈單位	獎項名稱
交通部運研所	「觀光遊憩區導入智慧型運輸系統-i3 Travel愛上旅遊」計畫優良獎
經濟部	台北國際發明暨技術交易展，本院榮獲三金三銀三銅
經濟部技術處	「商用車隊管理系統與應用服務平台」榮獲『102年經濟部技術處產業創新成果 - 產品／系統／服務創新獎』
經濟部國貿局	「EARTH環境永續發展管理服務」獲選「第3屆台灣綠色典範獎」
TS協會	「路側設施即時交通資料庫系統」、「Real-time Urban Traffic Sensing with GPS Equipped Probe Vehicles」參加2013年「智慧運輸應用獎」及「智慧運輸論文獎」競賽，並分別獲獎



M 創新與品牌管理

為提供網路效能、營運管理與業務創新能量，中華電信在2012年7月將中華電信研究所更名為中華電信研究院，專注創新及累積深厚及紮實的研發能量，協助中華電信成為資通訊服務的領導者，促進產業升級，提升國家整體競爭力。2013年度總計投入研發經費合計為37.2億元，約佔合併營業收入之1.63%。

鼓勵內部創新

為了鼓勵員工創新，中華電信設置了「中華電信創新網」內部平台，提供獨有的策略，鼓勵員工盡情貢獻點子，並獎勵通過評選的提案。當提案通過驗證、發展上市後，提案人還可依實質營運狀況，分享最高達3,000萬元的高額獎金。

人才奠定創新基石

中華電信研究院擁有超過1,600名員工(佔公司人數近6.5%)，其中約90%為研發人員。除研發中華電信集團拓展業務所需的技術外，更聚焦創新服務、基礎核心技術及前瞻研究，持續從消費者需求的角度，積極研發提供消費者便利及實用的服務，處理龐雜的跨界整合工作，讓消費者「一指搞定」，期望達成「把簡單的交給消費者，複雜的留在中華電信」的目標。

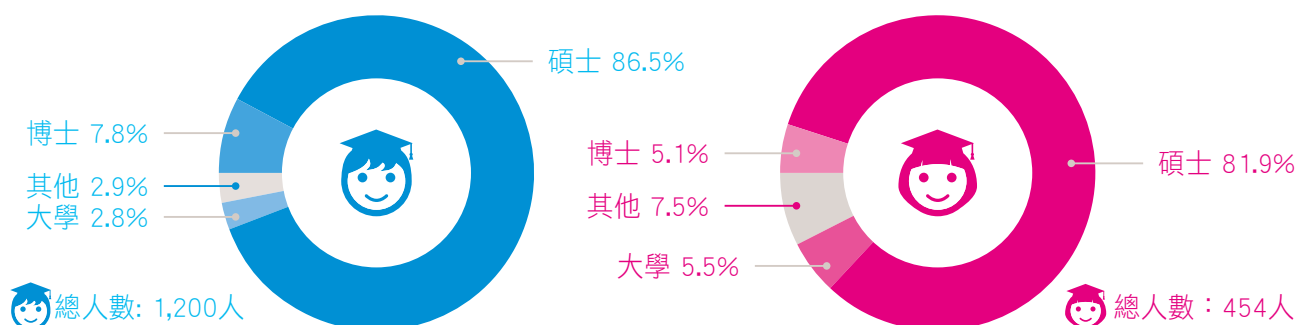
研發團隊

無線通信 研究所	經營策略 研究所	寬頻網路 研究所	匯流服務 研究所	寬頻網路 研究所	資通安全 研究所
客服資訊 研究所	智慧聯網 研究所	帳務資訊 研究所	雲端運算 研究所	網路管理 研究所	企客方案 研究所

為培養創新企業文化，除了在電信研究院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、能力成熟度整合模式、專案管理及系統研發作業流程之導入，及成立「中華電信創新網」，鼓勵員工發想創新提案。

近年來中華電信研究院也致力於取得產品服務專利權，2013年共獲得國內、外139件專利，同時截至2013年底，累計專利已達1,071件(國內965件、國外106件)，其中有效專利592件(國內506件、國外86件)。

中華電信研究院人才一覽



品牌管理

中華電信以多元化行銷創意與管道，傳達專業、便捷與貼近消費者的品牌形象，在品牌百家爭鳴的行銷年代，以「數位盛世」電視形象廣告宣告數位生活領導品牌的全新定位，並成功建立及落實民眾對全新數位生活的體現，確認我們在數位匯流時代中的領導地位。在品牌管理機制有效推動下，中華電信2013年在「全球五百最有價值品牌^{*}」中，以品牌價值約1,150億元，排三百八十四名，同時也是台灣企業中唯一上榜的公司。

註：「全球五百最有價值品牌」是英國Brand Finance公司，以品牌影響力、品牌忠誠度與品牌營收三大類別計算而得。

2013年品牌肯定

- 連續六度蟬聯今周刊「商務人士理想品牌大賞」電信類首獎
- 連續10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
- 《天下雜誌》2013「金牌服務大賞」
- 《30雜誌》2013 Young世代品牌大調查「最愛使用」及「最想擁有」品牌第一名
- 《數位時代》「數位服務標竿企業」第二名 及「資訊通路及通訊產業類」第一名

我們採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的創設、管理及修正的指導，各分公司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。

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

我們規劃在2014年，邀集各業務執行層高階主管，進行「中華電信及分公司品牌定位及傳播運用」專題研究，透過共識的建立，釐清中華電信重點業務定位，提升決策效率及品質，同時也將藉由專業市調，瞭解消費者對於品牌的認知、形象及調性，讓中華電信更清楚有效傳遞企業整體及重要業務理想形象，並做為後續產品及行銷規劃上的參考依據，強化品牌形象與企業價值。

為了你，一直走在最前面

中華電信長期秉持「為了你，一直走在最前面」的品牌精神，繼 2011 年與 2012 年連續獲得「傑出策略達陣」及「年度傑出創新精神獎」首獎後，再次獲得 2013 年「行銷傳播傑出貢獻獎」廣告主「年度傑出品牌獎」及「年度傑出策略達陣獎」雙料首獎，證明中華電信近年來持續重視及傾聽消費者聲音，在提升服務品質的同時，不斷強化數位匯流的創新軟實力，持續為了提供消費者更美好及便利的資通訊生活，誓言持續前瞻、不斷創新，為了客戶，一直走在最前面！



A 發展雲端服務

為迎接數位匯流時代來臨，中華電信透過雲端技術，發展雲端運算新興業務(SaaS CRM、ERP、POS等)，提供雲端運算服務及解決方案；並持續推展各項Hami 加值服務，提供消費者個人雲、影視、音樂、書城、新聞、氣象、旅遊、繳費等多螢內容與服務。此外，我們也透過持續整合內部資源與強化多螢服務內容，推出更多個人化、適地性、跨服務應用之差異化數位匯流多螢整合服務，帶給消費者數位生活新體驗。

Hami+個人雲

中華電信Hami+個人雲提供消費者多螢、儲存、分享及交換等服務，結合HiNet、emome、MOD三平台加值應用服務提供消費者個人數位匯流新體驗，並以開放精神與數位內容及軟體業者合作，如：與春水堂齊力帶動電子書發展、與KKBOX合作提供多螢雲端音樂服務，皆讓消費者享受到多螢一雲帶來的多元且便利的數位生活。

行動支付

我們自2007年起即投入行動支付服務研發，率先與國際及國內產業進行多起試商用服務，共同推動智慧便捷的行動支付服務。在NFC行動支付服務方面，2012年已與悠遊卡及同業等共六家公司合資成立TSM公司，2013年初開始提供服務。為進一步推展多元行動支付服務，我們並於2013年率先業界獲得QR Code行動支付的專利，為全台用戶與店家打造更為便利的數位生活環境。

HiNet物聯網

HiNet物聯網，是未來智慧生活的基礎，透過寬頻連網整合感知設備及數位監控服務，包含iEN、千里眼及智慧家庭三大服務，實現智慧家庭及綠色企業的願景。

身負安全監控大任的「千里眼」，2012年與新北市警局建構「雲端道路影像租賃服務」，有效提供關鍵影像記錄，節省警局管理維護人力負擔；「iEN智慧節能服務」則已完成「桃園大圳水門遠端遙測案」，運用物聯網的概念提供更完善的用水管理、防災、自動監測與水門遙控功能；而整合三能一雲(智能、綠色、性能、雲端)的「智慧家庭」，提供整合式門禁對講、情境控制、能源管理、環境監控服務。

hicloud

中華電信hicloud雲端服務，推出「CaaS雲運算」、「VPC虛擬私雲」、「Box°資料櫃」及「Mail雲市集」，提供雲到端的優質服務，全方位滿足企業不同的雲端應用需求。如證交所「WebPro證券暨期貨市場影音傳播網」採用VPC虛擬私有雲，能快速部署且彈性支援其頻寬擴充的需求，提升營運效率與競爭力。2013年則以台灣資通訊產業及中小企業為推廣重點，帶領台灣雲端產業成為雲端出口國。

企業雲

中華電信的企業雲服務(hicloud VPC/ Box°/ S3)，提供動態擴充與彈性的雲端運算資源，可快速建構企業所需的專屬雲端資料中心，並提供企業總部統一控管運算資源、儲存服務、網路服務與資安服務的完整解決方案，打造出快速、彈性、安全、低成本四大特性，大幅提升企業的營運效率與競爭力。為加速推動國內雲端軟、硬體的產業生態鏈建立，我們更積極與雲端硬體商策略合作，共同打造的國產Virtuoso Appliance一體機方案，並於2013年正式推出整合產品，創造數位雨林蓬勃商機。

中華電信本於「百年樹人，發展雲端新未來」願景，2013年捐贈3套Virtuoso Appliance雲主機給教育部，支持教育部『資訊軟體人才培育計劃』，讓學生學習掌握雲端應用核心技術外，更可以有效培植資訊創新應用研發能量，並期望未來落實各層次商業運用，帶動及提升台灣整體雲端產業發展。

SaaS

中華電信SaaS雲服務採用雲端架構設計，以整合性服務優勢切入市場，主要產品為雲端CRM、雲端POS及雲端ERP，目標在提供企業客戶一站購足所需的各項資通訊與雲端服務。

秉持雲端服務數位雨林發展策略與精神，結合國內各商業軟體領域優質的資訊軟體廠商，根據企業客戶需求，發展企業應用雲與流通雲服務，滿足企業資通訊營運的需求，期望成為國內SaaS 雲服務的龍頭。更於2012年獲得台北國際電子產業展TAITRONICS科技創新獎，及台灣雲端運算產業協會雲端創新獎應用組競賽冠軍。

HiNet旅遊雲

提供民眾國內旅遊所需的各項服務，只要登入網站即可依景點、交通、食宿等資訊規劃私房行程。旅遊雲是產業與消費者中間的平台，希望能藉由平台的整合打造豐富的數位旅遊生活。

HiNet旅遊雲目前與旅遊的六大產業業者合作－旅行社、旅宿業、餐飲業、伴手禮業、交通運輸業及物流服務業，提供線上套裝行程訂購、飯店訂房資訊與餐廳訂位服務。此外，旅遊雲還會根據交通工具推算所需時間，方便民眾規劃更詳細的行程。

隨著行動裝置的興起，結合資通訊技術的旅遊服務將讓民眾更便於規劃行程，例如掃描QR Code可下載行程，或者結合本地圖資，根據不同交通工具推算所需時間。旅遊雲可以創造的營收效益目前難以具體估算，中華電信扮演的是平台角色，期望媒合本地旅遊業者，一同朝旅遊電子商務的方向發展，並幫助合作夥伴整合更多支付平台。



R 領航智慧城市

中華電信認為，城市發展是不是一成不變，台灣各縣市應該各自的特色，中華電信擁有完整的網路基礎架構，加上4G、雲端等軟硬體技術整合的優勢，有助台灣各縣、市城市發展及轉型，建構「具特色、創新融合」的智慧城市，並有利於產業升級及持續提升城市居民的生活品質。



不同城市發展階段，中華電信一直與你在一起！

當城市還在陸續建設階段，城市居民需要的是產業及生活基礎設施。



傳統城市



提供基礎網路設施建置

- 基礎設備規劃和設計
- 建置基礎資料管理

當城市由成長邁向成熟，城市居民開始要求更好的居住環境及生活品質，希望城市有助提升生活。



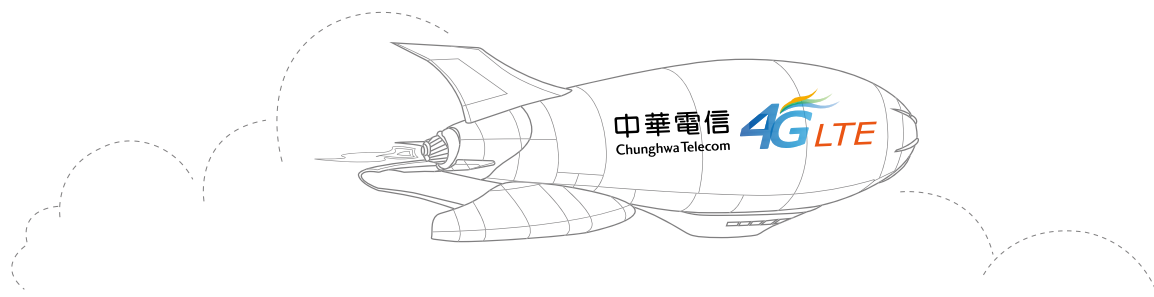
Wi-Fi

數位城市



提供快速網路、語音、資訊傳輸服

- 建構電腦技術、多媒體技術和大術為基礎
- 運用寬頻網路，協助城市資訊數
- 運用感測、全球定位系統、地理資訊技術，讓城市運行數位化



在維持當前城市機能的同時，城市開始發展出自己的特色，對於產業、科技、社會及居民需求變的更為多元，需要用更智慧方式，讓城市居民獲得高品質的生活。



運用資通訊技術，提供客製化智慧城市方案

- 數位城市 + 物聯網 + 雲端運算
- 把感測器佈設至城市各項設施之中，形成物聯網
- 透過雲端運算，實現物聯網的整合，提供城市智慧分析與管理功能

務
規模儲存技

位化
資訊系統等



T 引領產業轉型發展

中華電信具有網路基礎架構、電信加值服務、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，並提供消費者完整的客製化雲端與加值服務解決方案。

我們期望藉此引領及帶動國內產業轉型與發展，達到下列三大目標：1.成為國內雲端運算服務領導者；2.雲端運算產業推動者；3.攜手策略合作夥伴共創雲端運算新服務。

領導雲端運算發展

所謂雲端運算，就是雲伺服器、終端、網路與服務。其中，「網路」與「服務」是中華電信的本業與優勢。在嚴謹的基礎下，目前，中華電信除了提供消費者關係管理服務、運算雲、雲端掃毒除駭、雲端儲存等服務外，更與來自不同產業的合作夥伴共同推廣個人雲、儲存雲、企業雲、觀光雲、流通雲、健康雲等雲端服務。我們積極與微軟、英特爾、富士通、趨勢、廣達、秀傳等雲端策略夥伴合作，強化雲端基礎建設，帶動台灣雲端運算產業的發展。

四中心一平台一市集

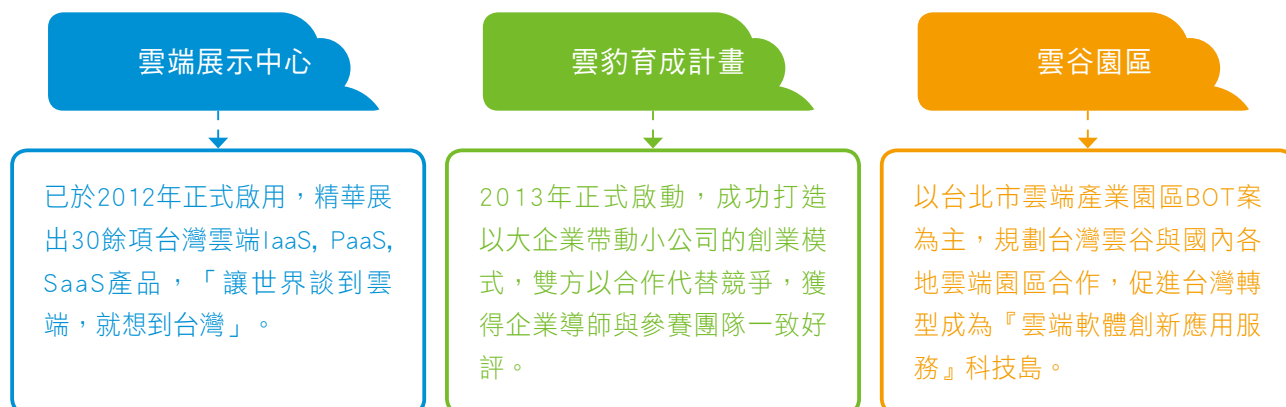
中華電信在雲端運算的佈局是依循「四中心一平台一市集」的策略框架逐步邁進，四中心是指研發中心、測試中心、營運中心及體驗中心。再來，中華電信更針對雲端軟體開發者，建置大容量「雲端服務創作平台」，以及打造「中華雲市集」，提供企業客戶一站購足、改買為租、隨選即用、安全穩定的雲端應用服務，藉此擴大雲端應用，打造台灣最大雲端聚落。

催生台灣雲谷

中華電信在2010年，號召電信、軟體開發、產業研究、運算系統設計製造等業者共64家業者組成「台灣雲端運算產業聯盟」及成立「台灣雲端運算產業協會」、由中華電信董事長擔任第一屆會長，鎖定全球雲端運算市場商機，在軟硬體高度整合、輔助國內產業轉型下，推動IaaS、PaaS、SaaS三類雲端服務產業發展。

台灣雲端運算產業協會目前會員已超過110家，已成為台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。此外，中華電信也透過參與協會，積極擘劃並催生「台灣雲谷」，讓台灣雲端運算產業邁入另一嶄新“跨雲”互接的國際舞台。

台灣雲谷三部曲



台灣雲端運算產業協會2013年舉辦第1屆「台灣雲谷雲豹育成計畫」總決賽，有10家雲端新創公司入圍角逐，由創投公會理事長林坤銘領軍的10位創投業高階經理人進行現場評選，最後由中華電信企業導師所協助，以強調台灣設計軟實力與企業型雲端設計解決方案為服務的米沃工場股份有限公司脫穎而出，贏得百萬獎金。

產學合作共創價值

中華電信致力於發展未來網路、網路節能、網路安全、巨量資料、特效雲端、智慧查號、車載資通訊、健康管理、近場通信及大型資訊系統等十項技術。對此，我們藉由委託國內大學進行技術研究、策略合作，及參與國際標準組織/國內公協會，來擴大技術研發的深度與交流介面。

我們與台灣大學智慧生活科技整合與創新研究中心(iNSIGHT)合作，進行價值共創的產學研究。中華電信MOD APP遙控器的再設計，便是由iNSIGHT設計使用者介面，中華電信負責程式開發，整合機上盒的功能而成。此外，我們也致力於研究大數據議題 - 「交通雲巨量資料業務」，透過實戰案例來累積實務經驗。

創新應用大賽 - 培育創新種子

2011年起中華電信整併「網路擂台」與「電信軟體加值大賽」兩大賽事，推動了「電信創新應用大賽」，參賽對象包含國中小、高中、大專及社會人士，為全國規模最大的創新及數位學習競賽，優秀的作品及表現也都在Hami、MOD、HiNet、FunPark等平台露出。

2013年電信創新應用大賽新增了「MOD互動微電影」創作與「旅遊報導」兩個新項目，而本屆學生組及社會組所創作的Apps也同樣具可看性，一般民眾也已經可在Hami Apps上下載。本屆共有超過6,000件作品報名，全國超過90%以上的大專院校參加，計119所大專院校學生、共688件作品共襄盛舉，參與人次超過18萬。

中華電信雲創沙龍 灌溉數位雨林

中華電信有感雲端產業發展，需要更多具創新思維，及創業精神的人才投入，而產業的創新，則應該跳脫原有框架，透過不同領域專業連結，才能激盪出不同創意，創造新的產業價值。對此，推動「內部+外部創新人才培育行動」，因應時代變化，深入經營新興產業社群，持續提供消費者創新的產品與服務，展現中華電信積極引領未來產業發展的領袖氣勢。

我們在2013年提出了「Think beyond - i上雲」倡議，藉由4個I(愛)，即「i連結、i發展、i交流、i支持」，提倡跨界創新、創業等思維與文化。而為了聚集跨界創新能量，我們推動了「雲創沙龍」柔性平台，提供跨產業、跨領域的創新領袖，與未來有志從事雲端創新、創業的朋友，進行多樣性的議題討論與交流，期望提升台灣雲端人才的創意，及雲端產業應用的國際影響力。2013年雲創沙龍參與人次超過700人、社群點閱率超過2,000人次、跨產業20名嘉賓參與，並與「上海雲基地」合作「兩岸雲平台交流論壇」，深化合作與交流！





行銷服務



704個
服務據點



42,000個
無線上網熱點



100Mbps
寬頻涵蓋率
86%



2012 年
**最佳客戶
聯絡中心**



S 感動服務

中華電信重視對消費者的意見與服務品質，我們改變以往技術優勢心態，從消費者的角度出發，透過嚴謹的消費者服務標準，讓不論是直接面對消費者的服務門市、空中櫃檯、或是協助解決各項問題的客服專線、網站與企業互動的網路櫃檯及社群互動專區等，都能夠提供消費者全方位、高品質且具效率的服務。我們在全台設有704個服務據點，為了因應都市化人口大量聚集趨勢，2014年我們規劃將在六大都會區，再建置99個服務據點，並繼續改造既有服務中心及深耕社區，擴大服務範圍及能量，提供消費者更快速、便捷、貼心的服務。

中華電信服務中心及客服專線均通過國際標準驗證，在營業櫃台、空中櫃台及網路消費者服務三面一體的運作下，2013年中華電信參與由香港亞太顧客服務協會所舉辦的「亞太傑出顧客關係服務獎」，榮獲「2012年最佳客戶聯絡中心」的肯定，未來我們將持續精進內部作業流程、優化消費者關係，更積極學習國際客服營運管理、標竿經營模式。

實體通路的轉型與升級

- 持續建置增設門市，擴充通路服務能量：截至2013年底，全台灣直營門市有431家，特約門市有273家，共計已達704家。
- 設置專職「區輔導」：負責輔導店務行銷、經營管理等，並將門市營運績效納入評核，以加強門市營運效能。
- 建立門市客服品質自檢、查核與輔導機制：為提升臨櫃客服品質，門市會定期自行查核，並由地方營運處與分公司負責抽檢與輔導。

多元服務管道

項 目	說 明
文字 線上客服	基於即時通訊(Instant Message, IM)的普及，且能兼及服務聽語障人士，我們推出Web Chat方式的文字線上客服，目前服務範圍已涵蓋公司全部的業務。
網路社群	「中華電信Q博士粉絲團」，即時回應網友提問，主動提供FAQ、優惠方案等訊息，並蒐集消費者建議，提供相關單位參考。
網路 客服中心	為降低消費者親臨櫃台的交通往返不便，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。
手機版網路 客服中心	為日益增加的智慧型手機用戶，2013年6月提供手機版網路客服中心，將網路客服中心常用功能的操作介面優化成適合手機操作，手機用戶進入網路客服中心時，自助引導至手機版網路客服中心。
客服APP	2013年11月開始，我們在iOS及Android系統提供客服APP免費下載，讓消費者能隨時隨地使用APP進行自助服務。截至2013年底為止，已近6萬人下載，受理的服務量超過30萬件。

M 客服與資安管理

中華電信的產品與服務皆有提供說明使用規範，主動告知產品特性和應用資訊，並於設計時考量對消費者過度使用的影響、於行銷時提供善意的提醒。2013年並無相關違法健康安全、產品標示等相關法規的事件。

客服專線為求正確傳達約3,500件的相關產品資訊，在內部網頁中設置了「訊息收納專區」，做為產品訊息提供的共同管道，並設置專人審核訊息內容及時效，同步上傳客服資訊站，供所有客服中心與服務中心查詢，在消費者進線客服中心時，能完整告知消費者產品特性與相關優惠活動資訊。

此外，為了讓各服務據點的輔銷物陳列及作業管理能保有一致性，我們也訂定了「中華電信通路輔銷物管理作業要點」，與「中華電信通路輔銷物管理作業細則」，讓所有營運據點能提供消費者更良好的服務環境，維持企業專業優質形象及服務品質。

多元繳費管道與帳務管理

為方便消費者繳納費用，我們提供多元且方便的繳費方式，包括了：

1	櫃檯繳費(營業窗口、特約服務中心、便利商店、金融機構)	5	中華電信語音轉帳繳費【可繳納逾期帳單】
2	定期轉帳代繳	6	中華電信手機繳費【可繳納逾期帳單】
3	中華電信網際網路繳費【可繳納逾期帳單】	7	中華電信MOD繳費【可繳納逾期帳單】
4	金融機構電話語音系統轉帳繳費	8	自動櫃員機(ATM)繳費

我們重視消費者對於付費時的意見或異議，當發生爭議事件，在未查明責任歸屬前，除了暫緩執行催費及暫停通信外，我們也在客服專線成立話查小組，讓消費者隨時可進線諮詢案件處理進度。

我們秉持收費透明原則，如因出帳錯誤或因障礙衍生費用的問題，除了主動通知受影響的消費者外，並透過公司內部訊息通報平台將事件發生的緣由和處理方式發布給各客服專線，讓各專線服務人員了解，方能於消費者進線諮詢時可立即正確回答，降低客訴。

消費者個資保密

中華電信對個人資料的蒐集、處理或利用，都嚴守個資法規定，同時新增了「消費者個人資料蒐集告知條款」、「消費者個人資料申請暨處理回覆單」等文件，提供消費者查詢、閱覽其個人資料及製作複製本，停止行銷訊息之利用、退租及刪除其個人資料等保護功能。

因應新《個人資料保護法》，我們於既有「資訊策略委員會」下增設「個資保護工作小組」，訂定個資保護政策、管理規範、安全訓練與宣導計畫、流程分析與盤點計畫、風險評鑑計畫等等，並列為內部績效考核的項目。

為強化消費者資料保護，防杜資訊外洩或客服人員不當查閱資訊系統消費者資料，我們將消費者基本資料列為「極機密」文件，消費者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。同時，為防止客服利用攜帶式資訊儲存設備，於作業區內儲存消費者資料，我們於2013年制訂「客服處作業中心攜帶式資訊儲存設備使用規範」，並列入作業中心業務宣導範圍，每半年全員宣導一次，留存紀錄備查。

為迅速受理及處理消費者申訴洩密案件，客服中心會按ISO 9001「疑似洩密案件處理作業程序書」來進行妥善處理。2013年受處理並已結案之疑似個資洩密申訴案件共計57件，較2012年下降21%，佔全年客服專線受理量0.0015%，但並未有經主管機關確認及裁罰的個資洩密情事發生。

領先業界的資訊安全管理認證

中華電信每年持續投資於強化資訊防護與管理，包括2007年取得ISO 27001資安認證；2010年啟動「擴大ISO 27001國際資安標準認證專案」；2011年通過「ISO 27001國際資訊安全管理系統」暨「NCC ISO 27011電信增項稽核」驗證作業，為國內第一家達到NCC標準的行動電信業者。

率先取得個人資訊管理系統驗證

中華電信行動專線客戶服務，已於2013年率先取得個人資訊管理系統(BS10012:2009 PIMS)驗證，為國內第一家通過驗證的電信業者，預計兩年內將擴及其他專線認證，成為個資保護標竿企業。

我們並針對全體4千多位客服人員，辦理8梯次的個資宣導及個資事故緊急應變教育訓練，讓大家了解個資的重要性以及如何進行防護。



A 確保服務品質

我們自2012年起，規劃5年內投資新台幣1,000億元，積極建設寬頻網路，創造數位匯流及創新服務發展利基，以行動具體響應政府「數位匯流發展方案」所設定，即「2015年光纖用戶達720萬戶、無線寬頻用戶達1,100萬戶」目標。

中華電信致力電信基礎設施及寬頻網路等建置，同時支持政府縮短數位落差策略，讓偏鄉民眾享受無差別醫療服務與教育資源。2013年順利超越目標，總共在190個偏遠地區積極建設寬頻網路，平均涵蓋率達84.4%，優於預期，於2014年初獲NCC頒發「推動偏鄉寬頻升速建設」獎。

2013年底，中華電信100Mbps寬頻家戶涵蓋率為86.42%，預估2014年中華電信100Mbps寬頻家戶涵蓋率將達90%。

註：1. 100Mbps寬頻家戶涵蓋率定義：以光纖或無線方式投落點涵蓋半徑400公尺，其設備均建設完成且備妥，若消費者申請可於1個月內提供服務的戶數／台灣家庭總戶數。

2. 寬頻家戶涵蓋率旨在反應業者的服務供給面，在一定範圍內得以高於Ethernet或VDSL等技術的速率提供寬頻服務者均得計入，與現有用戶實際使用或潛在消費者可能使用的速率無關。

產品與服務	2013年服務績效	2014年服務目標
 HiNet 寬頻網路	455萬戶(60Mbps以上的寬頻用戶數達114萬戶，較2012年成長25.6%。)	60Mbps以上的寬頻用戶數增加60萬
 光世代	296萬用戶(較2012年成長8.7%)	300萬用戶
 MOD	124萬用戶(較2012年成長3.8%)	140萬用戶
 4G LTE 4G	規劃2014年開台	市佔率40%
 3G 行動上網	438萬用戶	500萬

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，隨著智慧型手機與平板電腦用戶快速成長，行動寬頻上網數據量呈倍數成長，我們於2012至2013年間，積極擴建行動網路基礎建設，2013年即採購超過數千座3G與4G基地台於全台各地區佈建，已有效擴大行動寬頻網路容量、傳輸速度以及覆蓋率。

另為提供更綿密的行動上網服務，累計至2013年底，我們打造42,000個Wi-Fi Hot Spot無線上網熱點、100處Wi-Fi Hot Zone無線上網熱區，預計至2014年底，無線上網熱點將擴充至50,000個。

我們的3G用戶數已超過817萬，為提供消費者更方便地暢遊3G及Wi-Fi網路，自2013年起，我們針對綁約型的iPhone行動裝置消費者正式啟動Wi-Fi自動認證功能(EAP-SIM)，毋須再輸入帳號與密碼即可自動登入中華電信Wi-Fi網路；而Android行動裝置消費者則可免費下載「CHT Wi-Fi」APP，消費者只要透過APP一次性帳號與密碼設定後，即可自動登入中華電信Wi-Fi網路，提供消費者更流暢、便利的行動上網體驗。

為使民眾能有更便利，2013年我們更配合特定節日擴建熱點，例如：元旦各縣市跨年建置約150個熱點、新竹國慶煙火建置67個熱點等，全年投入擴建支出超過四百萬元。

災害通信無孤島

我們汲取過去救災經驗，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，將備援電池效能提升至72小時以上，讓偏遠地區不會因天災停電時，失去與外界的聯繫。

為了強化災害應變，我們每年均辦理網路及設備的調度及搶修演練，增加防災搶救的嫻熟度，並針對行動電話基地台制定妥善備援計畫，即基地台採分散收容，當任一系統基地台的電路、電力中斷或設備故障時，鄰近的基地台仍能維持運作，讓服務不中斷。

當不幸發生天然災害而導致通信中斷時，我們會視受災區環境狀況，提供小型微波、衛星或移動型基地台，保持災區與外界的通信。在蘇花公路等單一進出的特殊封閉地形，則提供複式基地台服務區涵蓋，即使某一基地台因天災發生損毀，其配對的基地台仍能使服務區維持正常通信，成功在近兩年的重大意外事件中發揮極大功效，確保災區通信不致中斷。

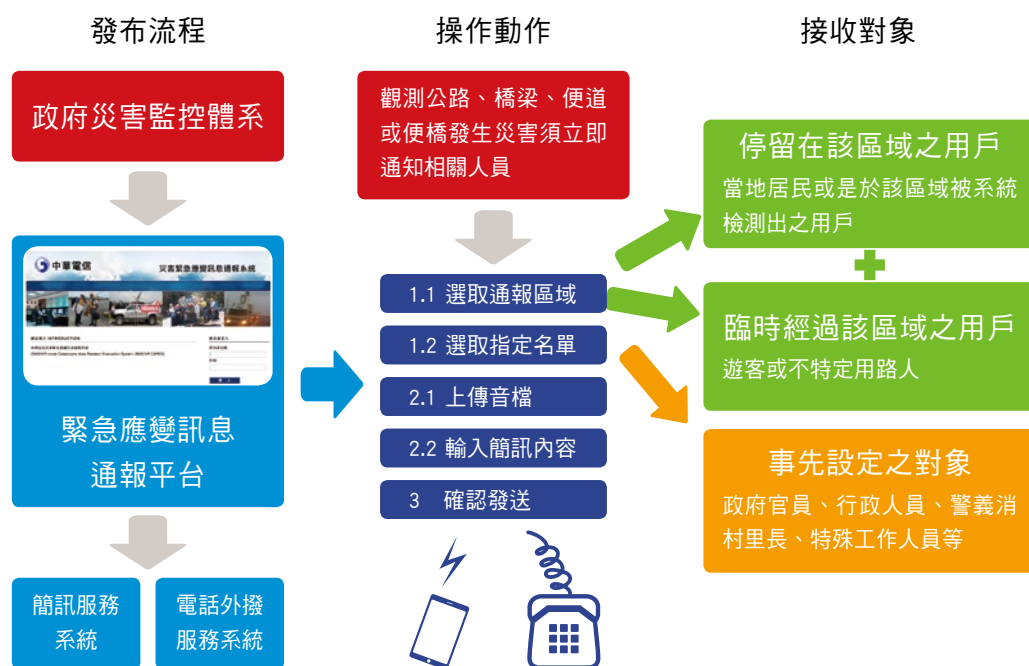
災害通報系統升級

由中華電信自行研發的「災害緊急應變訊息通報系統」，2013年總共發布65萬餘則災害示警簡訊，成功扮演災害資訊預防及通報者的角色，力求將災害的影響降到最低程度。

中華電信協助公路總局，在道路坍方、土石流、積雪、意外等公路災害的發生前、後，針對特定區域道路，用發送簡訊方式，主動通知用路人行車安全及交通資訊，受到政府與民眾高度的肯定。

2013年我們亦協助台電公司，針對全台核能電廠周圍，依照村里、不同半徑，規劃市話語音通報的服務。萬一核電廠發生事故，除了可以立即以簡訊通知民眾外，周邊住家的市話也會同時收到語音的通知。相關政府單位亦針對水庫下游、土石流區域、低窪易淹水地區，規劃了數百個特定災害潛勢區域，一旦發生警戒告警狀況時，可立即發布特定區域告警簡訊，迅速地通知民眾及早準備、保障人民生命財產安全。

此外，新創的「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。



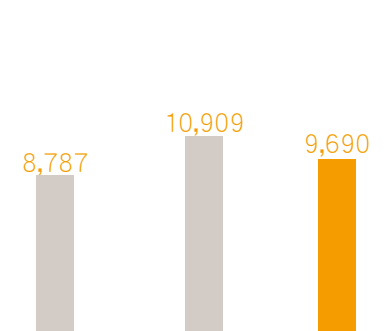
R 重視消費者聲音

我們長期致力於服務品質精進與提升，運用「學習型組織」學理為核心，規劃全方位的客戶服務價值網路，並建置整合性客服資訊系統，透過團隊學習相互激勵，建立共同的服務理念，鼓勵員工創新思維，創造更優質的服務品質與客戶價值。

中華電信全台有15個客服中心，負責網路櫃檯及Call center的消費者服務，客服人員總數將近3,900人。為了能即時解答消費者的疑問，並提供優質的服務，每年我們均投入相當多的資源開課，針對中華電信業務、職涯及溝通技巧等各面向做完善的訓練，以期給消費者最好的體驗。

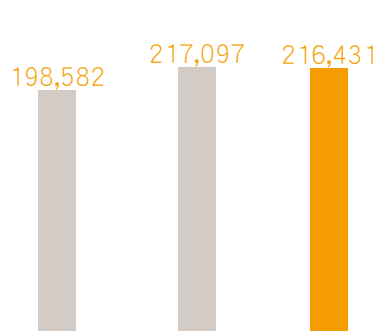
受訓總人次

2011年 2012年 2013年



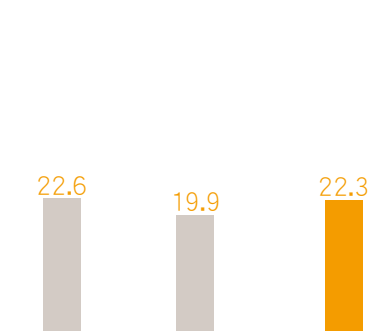
受訓總時數

2011年 2012年 2013年



平均受訓時數

2011年 2012年 2013年



推動精緻服務

中華電信積極挑戰自我、追求卓越，就是要提供客戶更高效率、便捷的精緻服務，朝著「最有價值與最值得信賴的資通訊公司」目標邁進！我們秉持以客為尊、視客如親的服務理念，修練各項電信業務專業智能，提供客戶「誠心、用心、真心、耐心、貼心」的五心服務。包括：

- 專業技術服務：重視新科技設備帶來消費者新的需求，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，提供即時性客製化的優質服務。
- 服務品質驗證：全台的營業櫃台，我們除了推動SGS Qualicert國際服務品質驗證外，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，獲得消費者的信任與滿意，並榮獲2013年<天下雜誌>「金牌服務大賞－電信業第一名」殊榮。
- 營業櫃台服務標準：設置專職內部顧問師及輔導師，推動全區精緻化服務輔導，有效引導服務人員掌握與消費者接觸的關鍵時刻，提供熱忱、親切專業的服務。
- 感動服務區：為激勵服務人員發揮熱誠與專業知能，發自內心誠懇地服務消費者，進而超越消費者的期待，我們於內部網站成立「感動服務區」，以記錄優良服務案例，供服務人員分享、學習及下載。

客服專線每萬客戶客訴量

項 目	2011年	2012年	2013年
固網 (件)	0.97	0.81	0.61
行動 (件)	2.53	1.95	1.55
數據 (件)	1.27	1.27	0.88

客服專線關鍵績效指標

KPI	2011年	2012年	2013年
20秒內人員應答率	77.9%	84.1%	78.4%
服務滿意度(滿分5分)	4.57	4.58	4.59
首通電話結案率	79.0%	78.4%	77.9%

完善客訴處理

中華電信對於客戶的申訴意見，規劃在3個工作日內必須處理完畢，同時為提供消費者完整滿意的客訴處理程序，空中櫃台各專線已於2011年5月通過ISO 10002:2004，有關品質管理—顧客滿意—組織處理客訴指南的國際標準認證，是國內電信業界首家取得認證的電信服務業。

除了客服專線外，消費者也可經由公司官網，或經獲董事長授權的中華電信總機(02-2344-6789)直接向「首長室助理人員」申訴，我們受理客訴案件後，會交由客訴處理小組討論，以急件處理消費者問題，消費者可以隨時進線詢問處理進度，客訴小組也會向消費者回報案件處理進度。

為加強消費者的滿意度，我們與相關單位合作，建立有效的潛在客訴偵測及相關預防措施，並建置「行動通訊不良」與「固網寬頻障礙監管」機制，降低重複性客訴案件。在有效機制控管下，在2013年NCC所發布的「通訊消費申訴監理報告」中，中華電信客訴改善幅度居電信業者之冠。

為消費者保留亡父珍貴照片回憶

某日晚間十點，金融業退休的謝小姐，因為擔憂離世父親存放在無名網站的照片，隨著無名網站而消逝無蹤，焦急萬分地向中華電信客服尋求協助：「照片是過逝父親所留下，我一張都不想要遺失！」

當天擔任第二線支援服務的賴毓珍，在聆聽謝小姐的傾訴後，馬上了解事情的重要性，安撫她的情緒後，才細心地一步一步提供指導。服務的過程中，處處可感受謝小姐對父親滿滿的思念與不捨，令賴毓珍想起從小與她相依為命的奶奶。雖然只是短短的接觸，但內心早已將謝小姐當作是自己家人來看待。

在引導操作時，聽到電話另一頭傳來謝小姐咳嗽的聲音，賴毓珍心想「謝小姐深夜抱著病痛，也想快處理好這個問題，一定是十分焦急。」在完成備份設定後，忍不住關心的向謝小姐說「请您先好好休息，讓感冒的身體快點復原，後續只要等待系統自動完成就可以了。」謝小姐連聲道謝，並感謝的說「妳的聲音很有安定的作用，讓我感覺到很安心，來台北一定要讓我請妳吃飯！」



減輕民眾對電磁波的疑慮

WHO等世界組織的研究報告皆指出，並無明確科學證據顯示電磁波會對健康造成影響，但考量到客戶的擔憂，中華電信仍嚴格地遵循主管機關訂定的安全標準，以符合安全規範的設備進行行動通信系統建置，像是我們採購的行動通訊產品，電磁波能量比吸收率(Specific Absorption Rate, SAR)均符合NCC所訂定之限制；此外，我們每年均提供50萬贊助獨立機構研究電磁波對健康與安全的影響。

中華電信在建置基地台站點時，會評估該區域人口數量、人潮聚集度、電波涵蓋範圍、客訴量及周遭既有基地台容量等因素，並考量當地民情對基地台的接受度、透過管委會或里長取得周遭居民同意；待覓得適合站點後，會將擬裝設基地台之相關資料，呈報NCC辦理證照審驗及會勘，俟審驗完成後才安裝設備；基地台正式開台前，會依規定進行緊急電話測試，並進行路測以驗證設備功能及涵蓋範圍。我們行動電話基地台的電磁波輻射值不但符合且遠低於政府公告之標準。

此外，為減少整體基地台站點數量以及降低對民眾之視覺衝擊，2013年NCC正式通過「行動通信網路業務基地台設置使用管理辦法修正」，將基地台防護設施納入基地台附屬電信設施，使基地台美化設施合法化；同年，立法院也通過「將公有建物或土地釋出設置基地台，納入績效考核並每年公佈」，將有助於增加通訊品質，也能逐步降低基地台設置在民用住宅的比例。

2012年起，我們與其他行動同業委請電信產業發展協會於Facebook成立「通訊讓愛無時差」粉絲專頁，配合產業形象CF、網路宣導等活動同步在線上與粉絲互動，且不定期舉辦線上活動，維持專頁活絡並潛移默化宣導基地台電磁波正確觀念。2013年，中華電信配合電信產業發展協會於台東、花蓮、台中與高雄，巡迴舉辦四場「認識行動通訊電磁波」媒體座談會，由三位教授接力解說電磁波原理。另配合NCC中區監理處，在南投市公所與草屯鎮公所舉辦2場行動通訊電磁波宣導講習活動，深入地方村里宣導正確知識，避免民眾無謂的恐慌。

對於網路系統及業務營運，我們也提供專門的申訴管道，若民眾對電磁波環境有疑慮，可免費申請專業量測，2013年度本公司共完成221件電磁波量測案件。

防制詐騙

中華電信自2007年起協助政府成立165反詐騙諮詢專線，配合警政機關防制詐騙。2013年平均每月投入約8名客服人力，協同刑事警察局承接平日的第一線業務。並建置「防制詐騙停斷話作業處理系統」，配合檢警調偵防作業所需，提供疑似詐騙電話資料與協助即時偵辦作業，平均每月投入約3名客服人力，配合警政機關即時停斷話。

兒少健康上網

中華電信自我要求業務的拓展，是架構在安全健康的社會使命上，兒童青少年隨著成長使用網路接收資訊，在網路世界學習與生活，也是我們關注的重點。為了在資訊接觸愈來愈便利的生活中，讓經常與網路生活在一起的兒童，能夠有安全的上網環境，我們推出時間管理與色情網站把關的機制，讓家長可以藉由科技來管理兒童使用的資訊，讓我們的下一代少一份網路的傷害，多更多網路安全的保護。

2013年4月配合新北市主辦的「一起來新北童Love會－兒童安全動體驗」活動，宣導兒童健康上網，運用網路安全問券、遊戲等互動，為了讓大眾了解兒童安全的重要性，為兒童守護，一起營造讓兒童安全無虞、快樂健康安全成長的天堂。

降低網路負面影響

屏除電信服務可能產生的負面影響，才能讓消費者使用我們的服務沒有後顧之憂，除了確保兒少健康上網行動外，我們亦採取下列降低網路負面影響的措施，包括：

 垃圾信件管理	使用HiNet信箱的消費者可免費使用webmail服務，經由簡單之一次性選擇設定，決定往後是否將疑似垃圾郵件予以直接刪除。我們也持續關注《濫發商業電子郵件管理條例》草案中，責付網際網路服務提供者(ISP)管理義務。
 色情資訊隔離	提供K12信箱強制隔離、HiNet色情守門員、行動上網色情警衛，讓兒童及青少年遠離有害身心健康的網站。
 使用時間控制	「HiNet上網時間管理服務」及手機「3G放心講」方案，讓父母親能有效掌握孩童使用手機及上網情形。

T 確保消費者滿意

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

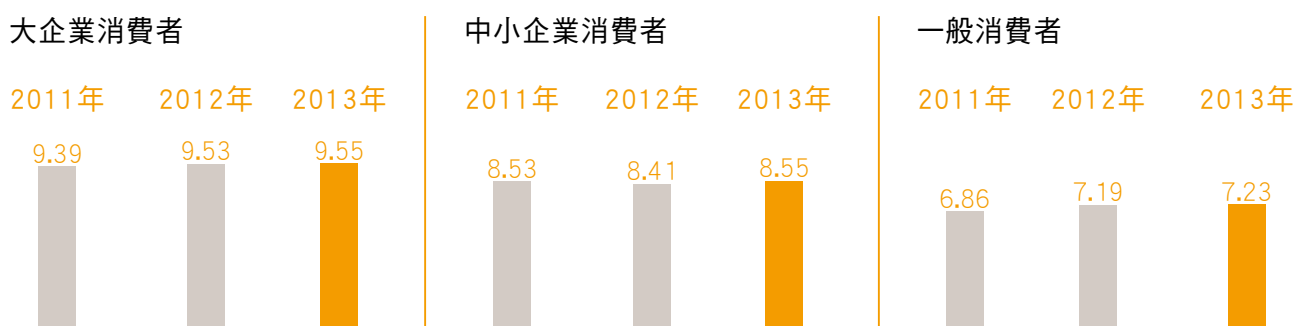
項 目	目 標	實 績
市話接續完成率	≥ 95.6%	99.88%
行動電話通話中斷率	≤ 3%	2G 0.780% 3G 0.372%
數據通信接取服務封包遺失率	≤ 3%	0.004%

「企業消費者」及「一般消費者」滿意度調查

為瞭解各項服務的滿意度，及對中華電信企業形象、品牌價值與服務品質的認知，我們每年委請外部市調公司，就「一般消費者」、「中小企業消費者」及「大企業消費者」進行消費者服務滿意度調查，就各項業務內容，找出消費者最關心的問題與期待，做為未來努力的參考。

我們會透過消費者意見處理系統，將消費者意見及建議，即時傳達給產品或業務單位人員，包括風險管理部門及公關部門，同時每月定期由產品單位高層，與客服單位召開檢討會議，務求滿足消費者期待。2013年各項滿意度調查結果分數均高於2012年，成果備受肯定。

滿意度調查(滿分10分)



空中櫃台消費者服務滿意度調查

我們透過三種方式，進行空中櫃台消費者服務滿意度調查，我們將第一種與第二種方式所得的結果，整合成一項關鍵績效指標(KPI)，滿意度以五分制計算，2013年調查結果為4.59分，滿意度備受消費者肯定。第三種方式則為單獨關鍵績效指標(KPI)，滿意度以十分制計算，2013年為7.2分，未來我們會再推動各項滿意度措施，來強化消費者服務品質。

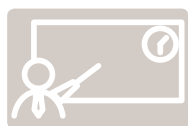
第一種	客服處以人工外撥消費者進行，原則上消費者進線後3-7天進行問訪。
第二種	機器自動問訪，原則上為消費者進線客服中心後30分鐘內進行回撥問訪，全程無人為介入。
第三種	年度調查，則委託中華大學以寄送問卷方式執行。



員工關懷



870項
專業職能項目
及相關課程



員工年均訓練
58小時



員工訓練總支出
7.5億元



員工健康照顧支出
8,300萬元



S 尊重員工

中華電信視員工為最重要的資產與合作夥伴，除了提供平等的工作機會給求職者及每位員工外，我們也致力於建構完善機制，確保員工基本權益及工作人權不受侵犯，並持續創造優良的職場環境，讓每位員工都能充分在所屬職務上發揮才能。

我們以讓「員工安心」為承諾，尊重每一位員工，不會因性別、年齡、族群、宗教而有所差異，主動關懷員工需求、健康與安全、集會結社權益與意見回饋權利，關注員工的需求，持續強化與員工之間的溝通與對話機制。

具競爭力薪酬制度

在人員招募部份，由於中華電信營運範圍主要為台灣，同一類別的基層專員進用人員待遇皆相同，有經驗的人員，則依錄取者的學經歷、專長及證照等核定待遇，在薪資待遇上不會因性別或族群而有所差異。

為了提供潛力人才具競爭力的薪酬，我們設有「薪資報酬委員會」，並訂有高階管理者薪酬的核發辦法，確實履行薪酬制度化，並依法於年報公開資訊揭露。

薪酬比較表

指 標	比 例
中華電信標準起薪：台灣最低薪資	1.79：1
最高薪酬：薪酬中位數	5.6：1

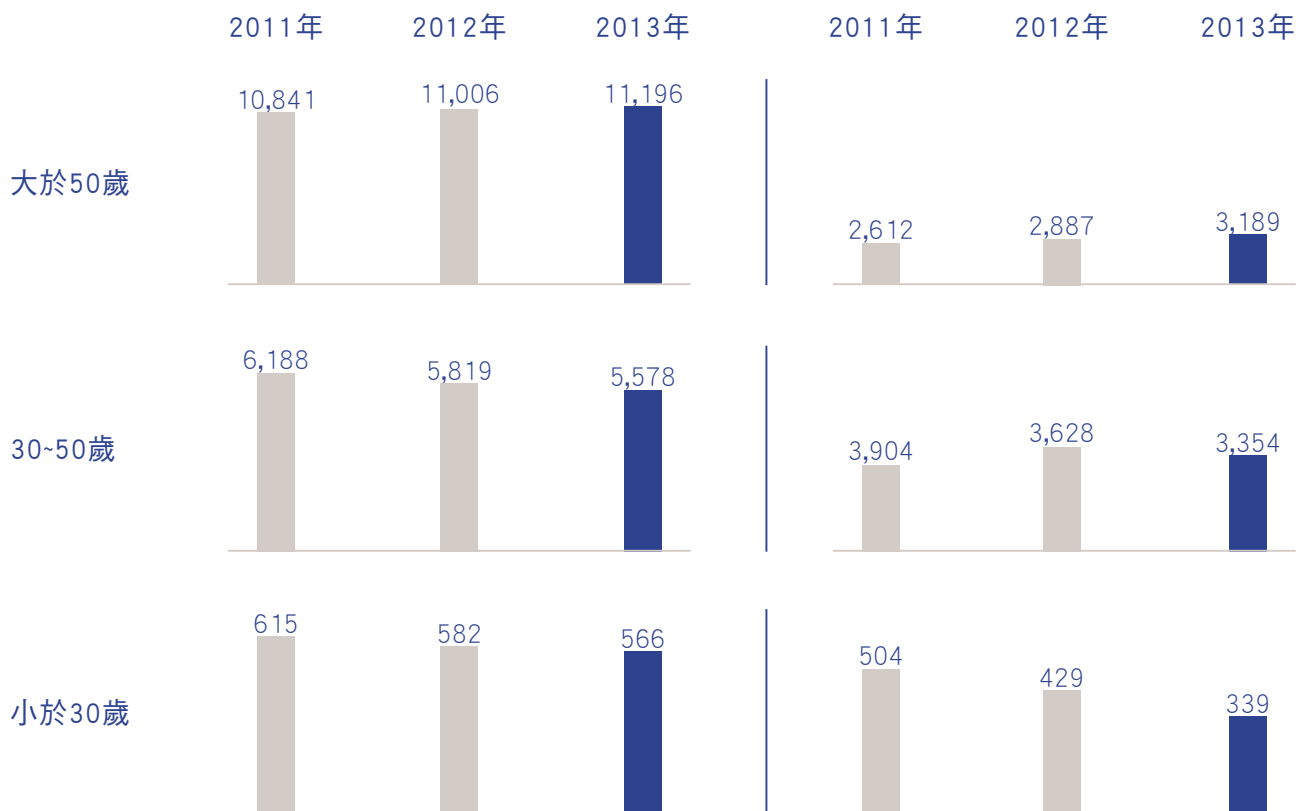
性別平等及多元化

為貫徹憲法保障人權，及性別工作平等法的男女平等精神，中華電信對於各項人力資源制度、措施或活動，都依法令並按內部相關規章辦理。並制定了各項性騷擾防治措施，落實性騷擾防治及處理機制。為了有效處理員工因受到不當行為所產生之影響，中華電信設有「申訴調查評議委員會」，共有委員5人，其中女性委員3人，女性委員占比達二分之一以上，在機制的有效控管下，2013年並無相關歧視事件發生。

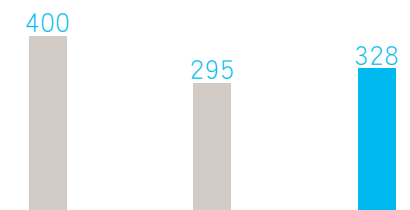
按《身心障礙者權益保障法》第38條之規定，2013年中華電信應進用身心障礙人員法定名額為230名，目前僱用相關人員為792名，大幅超過法規規定的3.44倍。此外，2013年中華電信原住民員工有49位，我們尊重其文化習俗，並無違反原住民權利相關案件發生。

S 中華電信人力結構

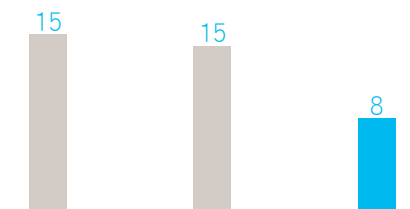
員工總數(人)



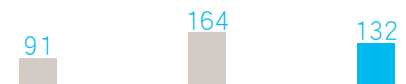
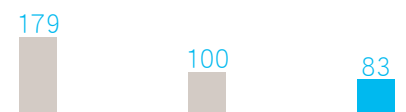
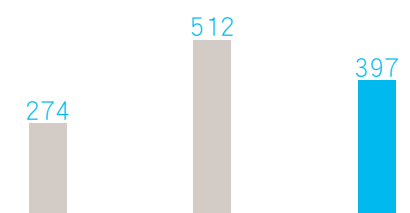
新進員工人數



新進員工
離職人數



總離職人數



依性別與職級區分人力結構

	基層員工		經副理級		協理級		副總級以上	
								
2013年	15,051	6,464	2,216	410	34	2	39	6
2012年	15,123	6,517	2,211	420	32	3	41	4
2011年	15,347	6,580	2,225	432	29	4	43	4

	專業技術人員	身心障礙員工數	原住民員工數
			
2013年	3,903	792	49
2012年	3,837	758	49
2011年	3,332	757	51

註：專業技術人員係指外包人員。

2013年中華電信員工總數為24,222人，其中男性17,340人，女性6,882人，女性員工占全體員工數的比例為28.41%，同時女性主管比例為24.71%。另因應消費者服務及行銷業務需求，另聘有3,903位專業技術人員。



法制化保障員工權益

中華電信是國內唯一設有工會，並與工會簽訂團體協約的電信業者，不只符合國內法規與國際人權公約的要求，也展現我們維護員工權益的決心。2013年員工加入工會的比例達99.8%，同時在企業董事會中，亦設置勞工董事一席，讓員工的心聲更能充分表達。

自2011年「工會法修正案」正式實施後，擴大勞工團結權行使，明定工會類型及其組織範圍，中華電信員工組織的工會，除原有的中華電信企業工會外，另獲准成立的企業工會計有北區分公司、南區分公司、行動分公司、高雄營運處、關係企業等5家企業工會。2013年工會討論的重要議題主要圍繞在加班以及夜間值班這兩部分，而關於後者，我們已提出相關改善方案，詳p69的〈安全健康防護機制〉段落。

勞動權益保障

為確實保障員工工作權益，我們與所有員工都正式簽有「勞動契約」，並遵守勞動基準法相關法令規定，若要終止契約，將會按下列條件提前預告：於公司服務3個月以上1年未滿者，提前10日預告；於公司服務1年以上3年未滿者；提前20日預告；於公司服務3年以上者，提前30日預告。另公司亦會透過說明會、勞資會議協商合作等機制，締造和諧共融營運效益。

2013年在優退措施的推動，及相關員工個人生涯規劃下，離退人數共計529人，離退率為2.18%，人力結構仍呈現穩定狀態。但為加速寬頻網路建設、強化資通訊技術及推展雲端、加值、通路等業務需要，並讓專業技能得以傳承，2013年我們也陸續延攬新血共計411人，持續培育新世代人才。

暢通溝通管道

為了傾聽員工聲音，我們建構了各項暢通的員工溝通管道，確保員工需求及建議，都能得到抒發及滿足。此外，員工如發現單位有違規、不法情事者，均可透過專線電話、傳真機及電子信箱等管道向公司提出申訴、檢舉。

對於受理的案件均依據我們相關規定及程序辦理調查，查證結果如確屬違規，則視情節予以適當議處，以導正從業人員依章行事、維護公司紀律、提升公司形象及維護股東權益。2013年，中華電信內部並無與人權有關的申訴案件。

我們定期召開勞資會議，勞、資雙方代表各9人，會議主席輪流擔任。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。此外，中華電信工會理事長可受邀出席人評會，列席考核會、業務會報等，確保勞方瞭解各項營運訊息。

2013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4次與勞動條件有關的協調會商會議，協商議題包含修訂從業人員特別休假作業處理原則等。

M 訓練發展

中華電信以「專注本業、注重專業、提高效率、感動服務」的企業理念，持續推動「內部＋外部創新人才培育行動」。因應時代變化，深入經營新興產業社群，持續提供消費者創新的產品與服務，展現中華電信積極引領未來產業發展的領袖氣勢。

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，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，此外各機構亦設有人才培訓小組，推動人才培訓的規劃與執行，負責員工生涯規劃與訓練發展。

專責訓練單位－中華電信學院

人才是企業發展重要的資產，為培育專業的電信技術及經營管理人才，中華電信特別成立電信學院專責人才培育工作，將訓練課程與公司業務發展緊密結合，確保經營發展方向，滿足客戶需求，創造中華電信的核心能力與持久競爭優勢。

為使訓練成果與營運政策緊密結合，達成「訓用合一」的目標，我們設有「中華電信訓練發展管理小組」由總經理擔任召集人，一年召開兩次會議，分別進行訓練規劃審議及訓練成果檢討。

我們已建置完成網路、行銷等19體系約870項專業職能項目及相關課程，且在2012年已建置訓練資訊系統(TIS)，供績效面談主管指派員工參加訓練，專業職能績效平均達3天／人。2013年已完成培育各職層主管的管理職能項目，現正續執行辦理調訓，且公司核心職能項目正規劃相關訓練課程，逐步推展以職能為導向的人才培育體制。

多元訓練學習管道

各機構設有人才培訓小組，以推動人才培訓的規劃與執行，負責員工規劃與訓練發展，並循計畫、執行及考核機制，落實辦理員工培育訓練工作，以增進員工專業知能，改善服務態度及整體工作績效。

此外，中華電信學院也提供充實的多元學習管道，配合組織需求與個人志趣及特質，協助員工深耕專業領域或精進管理職能，帶動員工成長並發展職涯。除了可在正常時間到學院上課進修(課堂教學)外，在假日或夜間亦可到學院充電，中華電信學院亦可派老師到事業單位工作場所辦理訓練，此外更利用電信科技可實施遠距教學及網路學習，亦可利用圖書館自我學習，或到公司外學習。

課堂教學

遠距教學

數位學習

假日班

夜間班

到府教學

公司外訓練

數位圖書館

中華電信建置有完整的訓練機制，訓練前進行「需求分析」與「詳細規劃」，按年度計劃開班調訓，事後亦有訓練績效評估與檢討，期望讓員工在機制的引導下，有制度的學習成長，獲得各項知識與技能。

2013年除辦理職能訓練外，並針對核心網路技術、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職能開辦訓練課程，亦辦理「高階主管儲備研習班」，系統性培育未來高階領導人應具備的經營、創新管理、領導等能力。

此外，為了持續提升訓練品質，除一般課程外並有認證課程，認證分為內部認證與外部認證兩種，內部認證係由電信學院開發的認證；外部認證係指由電信學院輔導員工取得公司外部認證機構發給的證照。



新進員工訓練

為使新進員工能夠順利瞭解公司願景理念與價值、企業文化，並加速適應職場規範與環境。我們為新進員工安排為期三天的訓練課程，課程內容以公司簡介、電信產業相關規範、法令規定需知事項、員工行為規範、部門工作指導訓練為主要方向，採用導引訓練、演講法、自我學習法、視聽教學、角色扮演等各種有效訓練方式，加速新進員工步入軌道。

公平考核機制

為了確認培育成果，所有員工依工作屬性分為基層人員、基中層主管級高階主管等分別考核。考核係透過員工與主管面談，於期初確定個人目標，並進行平時、期中考核追蹤及期末年終考評其貢獻度，以達公道考核，進而提升公司經營績效；同時，主管也會與同仁於面談中討論職涯規劃，並提供同仁來年職涯訓練課程的建議。

為有效考核員工績效，創造員工、客戶及股東、公司共贏之企業文化，中華電信訂有「中華電信股份有限公司從業人員績效考核要點」，針對工作績效不佳的同仁，按照規定的程序輔導、改善與追蹤。

保全人員訓練

每年我們都會定期針對公司的保全人員進行訓練，內容涵蓋火災預防、通報、人員及車輛進出管制、資料保密等各種日常生活較容易接觸到的事件，2013年共開辦12場次的課程，時數達24小時，共有620名保全人員參與。

協助企業客戶訓練

除了培育自有人才，中華電信學院提供企業客戶各種培訓課程，主要培訓主軸包括：

- 創意思維訓練班
- 邏輯思考應用訓練班
- 系統思考研習班
- 跨領域知識創新應用：設計、心理與行銷研習班
- 團體創意管理與美感發想研習班
- 發明、專利檢索與分析研習班

核心職能(組織能力：
企業文化、創新能力)

.....■創意思維邏輯思考

管理職能(主管能力)

■執行領導力系列.....

專業職能(個人能力)

■軟體操作程式設計.....

- IFRSs國際財務報導準則研習班
- 財務管理應用班
- 商業簡報技巧班
- 團隊領導與績效管理
- 溝通與談判技巧
- 危機管理

- 網頁設計
- 資料庫管理
- 程式設計
- 軟體工程
- 雲端運算
- App開發



A 健康安全管理

提供員工健康安全的工作環境，是中華電信的承諾。我們是國內第一家導入OHSAS 18001職業安全衛生管理系統的電信服務業者，以「制度化」與「系統化」機制，落實員工安全衛生的管理，除執行電信作業危害辨識與風險評估外，針對高風險作業，我們採取作業許可等管制措施，強化作業風險管控，有效防範職業災害的發生。

除遵守安全衛生法規及相關規範要求外，我們亦持續改善工作環境的安全衛生設施，預防傷害及危及員工安全情事發生，保障員工、承攬商勞工及相關第三者生命的健康與安全。推動的工作包括：

- 遵守安衛法規，推動自主管理：不僅要符合國內安衛法規，更要以國際相關規範為標竿，使安全衛生工作生活化，並內化為企業優良安衛文化。
- 實施危害辨識，落實風險管控：充分鑑別、評估相關不安全、不健康的危害，落實高風險作業管制。
- 強化健康服務，促進身心健康：提升健檢品質，激發員工受檢意願；辦理健康促進活動，以預防並提升員工身心健康。
- 推動全員參與，提升安衛績效：暢通溝通、諮詢管道，鼓勵員工積極參與安全衛生活動；並與承攬商溝通安衛議題，運用資通相關技術，有效提升安全衛生績效。
- 持續改善設施，營造優質職場：持續改善設備與強化安全衛生措施，並加強交通安全宣導。
- 辦理勞安訓練，提升安全意識：依據勞工安全衛生法令辦理各類人員勞工安全衛生在職教育訓練。

設置專責管理單位

我們設有專責「勞工安全衛生管理單位」，負責規劃與辦理安全衛生的相關業務，並成立「勞工安全衛生委員會」，每三個月開會一次，負責審議、協調及建議安全衛生有關業務。2013年計召開會議4次，討論與勞工健康、安全有關的議題共計25件，主要有關工作與員工餐廳的安全衛生管理及動線設計或維修、員工健康照護的內容與預算分配，以及輪班同仁的調度，經討論後皆能獲得有效解決。

「勞工安全衛生委員會」共有27名委員，除事業單位代表外，尚包括勞工代表、勞工安全衛生人員、與勞工安全衛生有關的工程技術人員、醫護人員等，其中勞工代表有10人，佔委員人數比率為37%。在機制有效控管下，儘管我們提供的服務與各項作業持續成長，但在職安衛績效仍不打折扣，2013年職業災害千人率遠低於全產業平均值，成效卓越。

取得OHSAS 18001國際驗證

為持續改善安全衛生設施、定期追蹤安全衛生績效，確認安全衛生管理的有效性，並符合國際職業安全衛生發展趨勢，我們在各營運機構積極導入「職業安全衛生管理系統」並獲得第三方驗證。截至2013年底止，中華電信全區28分機構中，已有27分機構通過OHSAS 18001國際驗證複評作業，以「系統化」與「制度化」管理機制，具體落實安全衛生管理，提升營運品質與安全水平。

安全健康防護機制

為確保員工健康，在發生狀況時，能得到即時的醫療協助，2013年我們正式雇用5名專職護理師與外聘4位醫生進行駐點勞工健康服務，並分別於信義、愛國、國光園區成立「健康服務中心」，提供下列健康安全服務，包括：

- 健康教育、健康促進與衛生指導
- 職業傷病及一般傷病的防治、健康諮詢與急救及緊急處置
- 預防接種及保健
- 協助選配從事適當的工作
- 體格、健康檢查紀錄的分析、評估、管理與保存及健康管理
- 職業衛生的研究報告及傷害、疾病紀錄的保存
- 協助安全衛生人員實施職業病預防及工作環境的改善

為了體恤夜間出勤工作的員工，針對非輪值人員參與夜間工作者，除了給予加班費外，我們亦會給予適當休息時間。另外針對高架作業人員，我們建置了「六套健康讚(i-med)」系統，分別設於轄屬機構客網中心，提供從事高架作業員工，每日出工前血壓量測，進行血壓監測管理。

發展職場健康管理產品

中華電信為協助企業符合職業安全衛生法之職場健康管理與派工等相關規定，預防過勞與減少工安事故發生，積極研發整合穿戴式行動健康管理裝置、手機APP、雲端保健資料庫，提供無所不在的雲端健康促進及管理服務，協助廣大企業建置健康職場環境，造福產業從業人員，提升企業健康形象。

中華電信「愛保健」職場健康管理系統功能



降低職業災害

我們根據過往發生的職業災害類別進行詳細的統計分析，特別針對墜落災害的預防，採取工法改善等本質改善策略，徹底杜絕墜落職災的發生，相關措施：

- 禁止勞工於石棉板、鐵皮板、瓦、木板、茅草、塑膠等材料構築的屋頂等場所從事作業
- 規定新設纜線施工路由，不得跨越石棉板、鐵皮板、瓦、木板、茅草、塑膠等材料構築的屋頂等場所
- 改善既設跨越棚架〈例如以塑膠板、石棉板、瓦等材料構築的屋頂〉的引進纜線，2013年計10,655件
- 降低既設電桿引接箱(DJ箱)高度至距地面2.2米，2013年計13,620件。

此外，我們亦持續檢討各項電信作業危害辨識與風險評估，並結合我們資、通、訊專業技術，規定從事高風險作業前，需以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，提供遠端即時稽核，強化高風險作業風險管控，在提升員工安全衛生知識與技能上，2013年辦理各類職業安全衛生教育訓練，計283班次、14,905人次參加。

	2011年	2012年	2013年
傷害率(IR) (傷害率(IR) = (失能傷害人次數 / 工作總時數) × 200,000)			
	0.13	0.07	0.07
	0.06	0.03	0.07
合 計	0.18	0.11	0.14
損工率(LDR) (損工率(LDR) = (失能傷害的總損失日數 / 工作總時數) × 200,000)			
	28.73	2.72	1.94
	0.81	0.74	2.19
合 計	29.54	3.46	4.12
缺勤率(AR)% (缺勤率(AR) = (總缺勤日數 / 總工作人天數) × 100%)			
	0.20%	0.26%	0.20%
	0.40%	0.38%	0.41%
合 計	0.26%	0.29%	0.26%

2013年職業災害統計

失能傷害人次數		
中華電信	 16	 18
全國(平均)	11,318	
失能傷害頻率		
中華電信	 0.33	 0.37
全國(平均)	1.66	
失能傷害嚴重率		
中華電信	 10	 11
全國(平均)	118	
職災千人率		
中華電信	 0.66	 0.74
全國(平均)	3.72	

註：近年並無職業病或因公死亡事故

R 吸引與留用人才

對於創新、創意、創業人才的支持，有助中華電信有效掌握環境變化與趨勢，擬訂適當策略與行動進行回應，並藉此將產品、服務、研發創新成果，具體化為「營收及品牌形象」。

因為我們明白，人才及技術的累積，讓我們可以持續從客戶需求的角度，積極研發提供客戶便利及實用的服務，處理龐雜的跨界整合工作，讓客戶「一指搞定」，達到：「把簡單的交給客戶，複雜的留在中華電信」目標。

2013年，中華電信員工訓練總時數達141萬小時，訓練費總支出達新台幣7億4,783萬元。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。2013年，員工申請公餘進修補助者有845人次，投入的總金額為新台幣1,370萬元。

教育訓練投入資源

	2011年	2012年	2013年
總訓練經費(元)	733,221,300	752,157,177	747,833,040
人均訓練經費(元)	29,730	30,888	30,877
總訓練時數(小時)	1,613,248	1,855,255	1,413,923
人均訓練時數(小時)	65	76	58

進修補助

2011年		2012年		2013年	
人 數	金 額(元)	人 數	金 額(元)	人 數	金 額(元)
1,121	17,540,132	1,028	16,131,496	845	13,701,175

校園人才培育

透過中華電信學院自行培訓，我們也與知名學府共同培育電信科技人才，自2008年起與台灣大學合辦「電信網路技術高級學程」，2013年課程內容包含「網路應用服務管理」及「專題研究」；專題研究內容更參考企業未來發展方向，對電信網路理論基礎的紮根成效卓著。

為了強化課程訓練與業務的結合，我們規劃「資通訊科技專業學程」專案培訓，以專題研究成果產出為導向的學習方式，安排「網路規劃」、「智慧聯網」及「雲端運算與應用」三項課程，每班次為期10週，每班學員30人，2013年共有18個專題研究成果發表。

我們與台大、交大、清大及中央4所大學合作，提供暑期實習計畫，計有13個名額，除了給予工資外，也給予完整的培訓課程，讓學生能利用暑假將所學與實務結合，和中華電信一同成長。

為了開拓海外市場，我們也訂定了「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、商管相關學系的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。2013年度，中華電信同時獲得內政部役政署，頒發研發替代役績優用人單位的殊榮。

員工滿意度調查

自2011年以來，我們每年以線上匿名問卷方式，辦理「中華電信工作幸福感調查」，針對員工對於工作環境、福利、薪酬等面向的滿意情況進行測量，藉此傾聽員工的心聲，瞭解員工對於工作滿意度的感受與期望，強化員工與公司的互動關係。

我們委託外部第三方公正單位進行調查，整體滿意度為達77分。針對員工所反應的問題，我們透過具體回應、溝通及推動教育訓練來強化員工的幸福感。為鼓勵員工踴躍填答，以充分了解員工心聲，將於2014度辦理「員工工作幸福感」問卷調查時，規劃抽獎活動的配套。



提升員工家屬認同行動

 健康職場活動	定期舉辦健康職場活動，並邀請家屬參與，全年共辦理路跑5次、健行105次、球類86次及其他活動(如尾牙、旅遊等)171次，計有員眷47,371人次參加。
 中華電信會館	提供全台各地29家中華電信會館，供員工差旅住宿或家族旅遊的好選擇，讓同仁家屬能夠同享中華電信所提供的福利優惠。2013年假日的平均住宿率達7成。
 家屬健檢優惠方案	提供家屬健檢優惠方案，2013年中華電信提供2,935位家眷的健康保障。
 聯合婚禮	自2010年起，已舉辦三次中華電信聯合婚禮，共有超過230對新人接受祝福，透過這個特別且充滿喜氣的活動，增加同仁與家屬對中華電信這個大家庭的認同，並讓大家共享生命中的喜悅。
 績優傑出人員表揚大會	配合公司週年慶時，辦理年度績優傑出人員表揚大會，並規劃員眷一同出席參與，共襄盛舉。

T 營造幸福企業

有幸福的員工，才能將感動服務傳達給消費者。我們鼓勵員工組成家庭、開創人生新局面，健全的員工保障更是最大之後盾與支持力量。為增進員工福祉，讓員工能共享企業經營成果，我們也設有員工持股信託制度。

完善員工福利

中華電信以「永續經營」為目標，制定一連串員工激勵培育措施，透過訓練與發展留住人才。我們選擇以「員工安心」作為對員工的真實承諾，並採取「不裁員不減薪」原則，讓員工能夠安心致力於工作表現。

除原有的福利項目外，中華電信另有員工持股信託獎勵金、留職停薪期間育嬰津貼、企業化特別獎金、員工現金及股票分紅等福利措施。

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

項 目	活動內容與場次說明	參與／受惠人數	投入／補助金額
 生育津貼 (公司)	留職停薪後滿6個月後，公司繼續補助至期滿(最多1.5年)	50人	NT\$6,308仟元
 體育活動	全區辦理路跑5次、健行105次、球類86次及其他(尾牙、旅遊等)活動171次	47,371人	NT\$12,330仟元
 持股信託	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，特成立員工持股會	20,563人	平均每人每月 NT\$2仟元
 子女教育補助	每年2次(上、下學期)	25,902人	平均每學期 NT\$169,430仟元
 結婚補助	員工本人結婚符合法律規定者，得申請結婚補助	288人	NT\$720仟元
 生育補助	員工本人或配偶生育時，得申請生育補助	445人	NT\$1,113仟元
 喪葬補助	員工之父母、養父母、繼父母、配偶、子女死亡時，得申請眷屬喪亡補助	866人	NT\$4,330仟元

關心員工健康

員工的健康是公司的財富，提供安全健康的工作環境也是企業社會責任的基本要求，2013年相關員工健康照顧的支出為新台幣83,464,034元，約佔全年營收的0.04%。中華電信在促進員工健康的投入工作包括：

員工及其眷屬健康檢查	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，2013年每人檢查費用新台幣3,500元，員工眷屬亦得以優惠價格參加檢查，將對員工健康照護擴及員工家人。
員工協助方案 (Employee Assistance Program, EAP)	中華電信自2007年起推動「員工協助方案」(EAP)，為台灣早期推動EAP的大型企業之一。主要內容係免費提供員工每人1年3次的外部專業諮詢服務，如律師、家庭醫師、財務顧問與心理諮商師等，協助員工解決法律、醫療、家庭親子、職場關係、心理壓力等困擾。 2013年起，中華電信更導入了「個案管理師入廠服務」，並建構了「EAP E-Service平台」，總計2013年度共有319人次接受輔導，有效協助員工提升身心靈健康。
員工健康促進活動	2013年舉辦健康專題講座258場次，20,520人參與；體能競賽16場次，759人參與；知性之旅94場次，10,384人參與；健康篩檢16場次，5,036人參與；其他大型及社團活動204場次，19,983人參與。
平衡職場生活	2013年全省設置會館達30處，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。
彈性工時	每日8:00~9:00及17:00~18:00為彈性上、下班時間；另於園區提供各類社團活動場地，如瑜珈、社交舞、羽球、桌球、籃球、網球及游泳等運動，供員工於下班之餘休閒之用。

發展有薪企業志工

中華電信的企業文化一直都鼓勵同仁主動回饋社會，自1985年以來，中華電信各分公司同仁就陸續因應各地看到的問題，自發性籌組「新希望工程」、「愛心社」、「彰化小炭隊」、「杉林大愛村成人電腦班」等社會參與組織及活動，協助在地發展。

中華電信樂見及支持公司員工主動倡議之社會參與活動，故於2007年11月，就遵循《志願服務法》的精神，完成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。

除了提供有薪志工假，並且辦理志工基礎訓練班(含特殊訓練)，協助員工取得內政部頒發之志工服務手冊，確保接受服務者之權益，藉此鼓勵員工自發性提案及參與社會參與行動。2013年共新增49名受訓企業志工。

鼓勵職場與家庭平衡

為了協助員工兼顧事業與家庭，我們自2006年，即率先開始實施育嬰留職停薪制度，女性員工得於留職期間，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。

在2009年《就業保險法》增列育嬰留職停薪津貼後，員工於法令給付津貼六個月期間屆滿後，女性員工可再依公司政策，領取勞保投保薪資半數發給育嬰留職停薪津貼，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措施。2013年，本公司所發放之育嬰津貼共新台幣6,307,842元；申請產假有163人；申請育嬰留職停薪則有97人；請領育嬰津貼者共計83人。

育嬰假申請狀況一覽表

項 目			合 計
2013年符合育嬰留停申請資格人數(A)	1,005	510	1,515
2013年實際申請育嬰留停人數(B)	11	55	66
2013年育嬰留停申請率(B/A)	1.1%	10.8%	-
2013年待復職之育嬰留停人數(C)	11	39	50
2013年申請復職人數(D)	10	34	44
2013年復職率(D/C)	90.9%	87.2%	-
2012年育嬰留停復職總人數(E)	5	30	35
2012年申請復職後服務滿一年人數(F)	5	27	32
2012年育嬰留停復職留存率(F/E)	100.0%	90.0%	-

退休保障

為使員工退休或離職後的生活獲得保障，辦理員工持股信託，按我們與員工持股委員會約定的提撥獎勵金比率，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宜：民營化前已退休支領月退休金人員的月退休金依規定由中央主管機關發給。適用《勞動基準法》退休金規定者，中華電信按月提撥每月薪資總額上限15%的勞工退休準備金，由我們「勞工退休準備金監督委員會」監督的，並以該委員會名義存入負責辦理收支、保管及運用的台灣銀行。

適用《勞工退休金條例》退休金制度者，由我們依《勞工退休金條例》每月負擔不低於6%的勞工退休金提繳率，並按行政院核定的月提繳工資分級表，提繳儲存於該員工在「勞動部勞工保險局」設立的勞工退休金個人專戶。目前退休金準備額為197億元，約涵蓋退休金給付義務的78.5%，充分保障員工權益。

2013年，針對退休人員照護，創設「退休規劃輔導班」，開辦一期，共計55人參與。2013年持續捐助「中華電信退休同人協進會」450萬元辦理會務相關活動，另再捐助150萬元辦理旅遊活動，加強退休員工的照護，並設有中華電信退休同人協進會全球資訊網專屬網站，鼓勵退休員工照顧健康與終身學習。



綠色企業



綠色採購

21 億元



HCMi 認證

綠色環保會館



第三屆

台灣

綠色典範獎



S 氣候變遷風險與機會

身為國內電信服務的領導業者，做為台灣社會的「大鄰居」，中華電信以成為永續發展的「綠色企業」為己任，將環境議題融入企業營運及管理之中。我們期望在能源與氣候變遷議題上，扮演更積極的角色，透過提升能源效率、積極開發對環境友善的產品與服務，從核心職能出發，引領下一代低碳產業的發展。

全球氣候變遷所引發如水災、風災、地震、乾旱等氣候變異災害，尤其是極端氣候，除了造成人民生命財產損害，近年來亦已成為企業持續營運的重要因素，在這充滿挑戰的時代，中華電信承諾以核心能力為基礎，減緩全球氣候變遷問題。除了致力降低自身營運的環境足跡，讓消費者享受更低碳的電信服務外，也要協助社會及產業達成節能減碳的目標。而加速資通訊產業的綠化(Green of ICT)，透過資通訊協助社會整體的綠化(Green by ICT)，則是我們執行環境永續行動的重要行動策略。

中華電信碳管理策略地圖



全面展開綠色行動

儘管中華電信為資通訊服務業，並非製造業，但我們仍重視產品與服務對環境的影響，積極研發及提供對環善友善的產品與服務。2013年相關產品與服務亦獲得多項環境認證，與獎項的肯定。

- 中華電信自行開發的「環境永續發展管理服務 (Environment ARTificer Theurgy, EARTH)」，獲得第3屆台灣綠色典範獎
- 中華電信「iEN智慧節能服務」獲得第一屆優良能源技術服務業(ESCO)績優廠商表揚
- 電信會館取得環保旅店認證、綠色生活成果認證
- 中華電信自行研發之「LED燈泡」，獲得臺灣經濟部標準檢驗局BSMI認證

2013年，中華電信榮獲環保署「綠色採購暨綠色商店推廣綠色消費績優單位」表揚，共有9個機構及1個綠色商店獲獎；我們也參加台北市政府「民間企業與團體綠色採購」計畫，共有6個機構獲頒獎狀，北區電信分公司並榮獲「綠色採購績優單位」第一名，績效卓越。



綠建築在學術上是地球資源永續發展政策之一環，簡單的定義，就是以最少的資源建造，產生最少的廢棄物，也就是環保的建築工程。行政院頒布的「綠建築推動方案」，其中建築部分訂定環境評估七大指標系統：綠化量、基地保水、日常節能、二氯化碳減量、室內環境、水資源及污水垃圾改善。凡建築物需經過內政部建築研究所指定機構，至少審核通過其中「日常節能」、「水資源」兩項指標，才可取得候選綠建築標章，在此，中華電信承諾投資總工程費用五千萬元以上新建大樓及機房，均將取得具有環保節能的綠建築認證標章。

實施環境教育工作

中華電信為推動環境教育，近年來都固定於中華電信學院開辦環境教育課程，促進員工瞭解個人及社會與環境的相互依存關係，增進我們員工環境倫理與責任，進而維護環境生態平衡、尊重生命、促進社會正義，培養環境公民與環境學習社群，以達到環境永續發展。

參與國際節能研究

我們於2011年加入國際節能研究組織Green Touch Consortium，參與該組織技術文件的編訂、技術專題研究等相關活動，並陸續於會員大會、研討會等場合，分享我們於相關節能技術研究成果，為資通訊節能技術盡一份力，具體實踐世界公民的責任。

2013年我們與法國電信、貝爾實驗室等會員合作行動網路能源效益分析，於IEEE 2013 WCNC研討會發表成果論文；與中國移動、法國電信等合作，於會員大會發表2020年Small Cell Backhaul耗能模型研發成果；另外，也與交大合作執行GreenTouch計畫－研發雲型網路架構綠能技術，並於APRASC 2013研討會發表成果論文。

M 環境永續管理

為實現邁向綠色企業的承諾，因應能源與氣候變遷，透過產品與服務的發展，掌握綠色商機，中華電信針對「環境保護、節能減碳、綠色產品服務、綠色採購」等實質性環境議題，按作業屬性，分別訂定了「環境永續發展策略與目標五年計畫」（2011年~2015年），及「電信機房五年節能減碳計劃（2012~2017）」，每年編列預算，積極推動各項行動方案。

中華電信環境永續政策

- 遵循環保法規，推動自主環保。
- 提升能源效率，落實節能減碳。
- 採用綠色能源，實施綠色採購。
- 研發綠色產品，發展綠色經濟。
- 強化生態環境，營造綠智建築。
- 運用回收減量，建構環境永續。



環境永續發展管理服務

為更有效率的掌握所有環境資源及環保節能成效，2008年我們研發出「環境永續發展管理服務」，簡稱「EARTH」系統，進行機構內部用電、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，展現更有效率的環境管理及呈現完整的環保成果。EARTH系統功能包括：

節能創新	供各單位上傳節能創新作為，讓其他單位下載學習。
績效評核	以系統量化方式進行績效評比，激勵全體員工為環境永續貢獻心力。
用電管理	● 申請電力帳單集中繳納作業，目前已納管超過53,858個電號、169萬筆電費資料。 ● 台電繳費通知以電子檔代替紙本，大幅減少公司行政人力。 ● 提供各式電力彙整、分析功能，提高電力管控效率。
用水管理	● 申請自來水電子帳單集中繳納作業，目前已納管1,161個水號、共計50,348筆水費資料。 ● 針對水資源回收種類、方式、保管單位及位置進行建檔工作。 ● 提供各式水資源彙整、分析功能，提高水資源管控效率。
碳盤查作業	提供碳查證相關資訊化表單，有助於推動碳盤查及碳減量措施，幫助中華電信節省約300人天的作業人力、川旅費用與交通碳排放量，大幅提高ISO 14064-1碳查證的效率。
用油管理	將日常使用的汽、柴油資料納入管理，並分析油電混和車及普通車的用油數據，達到節能減碳之效。
企業造林	針對中華電信園區內樹木的種類、數量、保管單位及位置進行建檔，目前已紀錄248類、共計67,371棵樹木的資料。
資源回收管理	針對各種回收的種類、數量及負責單位進行建檔。記錄有22種資源回收項目，1,458,024筆資源回收資料。

所有機構皆已完成ISO14001環境管理系統認證

目前中華電信的重要機構，如各分公司及研究院等，皆已完成ISO14001的環境管理系統認證，換句話說，「中華電信的營收，100%都來自於取得環境管理系統認證的據點。」

ISO50001能源管理系統認證

ISO50001能源管理系統就是提供企業程序與架構，讓企業在不影響現有運作下，提升自身的能源使用效率，再輔以PDCA(Plan-Do-Check-Action)機制，持續改善能源使用方式，達成企業永續經營目標。

中華電信為電信業界唯一全面實施ISO50001能源管理系統的電信公司。2011年數據公司、2012年研究院已經取得認證，2013年行動通信分公司所轄各單位，包含了台北、台中、高雄三個營運處的辦公室、機房及基地台也取得認證。

環境管理支出

單位：新台幣仟元



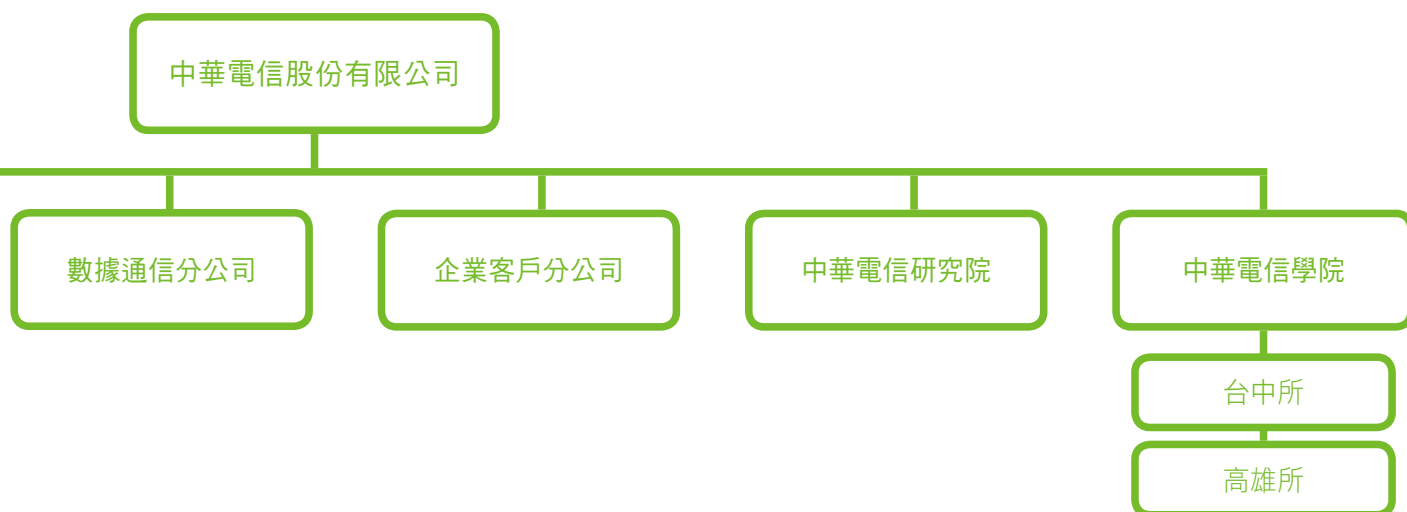
A 環境永續行動

氣候變遷議題的因應策略，與公司的長期經營佈局息息相關，為有效降低價值鏈中與氣候變遷有關的成本與風險，及評量自願性減碳節能措施的成效。對此，中華電信早於2008年，率先啟動電信業界「溫室氣體盤查計畫」，動員500人次，耗時2個月，針對電信設備及汽、機車燃料等重點排放源，進行了詳實的現場查證作業。

完整的溫室氣體盤查

我們將公司所有組織納入盤查範圍，為業界最完整的溫室氣體盤查，未來仍會持續在「溫室氣體盤查推動小組」主導下，每年定期執行全省「溫室氣體盤查與查證作業」。

中華電信的溫室氣體盤查作業，係由執行副總經理，以專案方式召集組成「溫室氣體盤查盤查推動小組」，盤查範圍涵蓋了台灣北區電信分公司(含轄下8個營運處)、台灣南區電信分公司(含轄下9個營運處)、行動通信分公司(含轄下3個營運處)、企業客戶分公司、國際電信分公司、數據通信分公司、電信研究院及電信學院(含轄下2個分所)等機構。



溫室氣體排放狀況

我們碳管理目標，原是規劃「溫室氣體排放量在2012年回歸到2007年基準排放量」，在控管得宜下大幅降低溫室氣體排放總量，已於2011年提前達成目標。

為因應4G及行動通信每年約2%的業務增長量，必須增加通信設備的建置，預期將會影響用電量，導致溫室氣體排放量上升。對此，我們在2013年提出新的溫室氣體管理目標，即：



以2012年排碳量為基準，每年因業務成長所增加的排碳量，控制在不超過2%範圍

2013年度溫室氣體總排放總量共計為822,791.5 t-CO₂e，包含六種溫室氣體：CO₂、CH₄、N₂O、HFCs、PFCs與SF₆，由於中華電信為綜合電信服務業者，主要營運使用能源為電力，因此溫室氣體主要排放來自範疇二(外購電力)，排放占總量達97.02%；範疇一部份則為辦公室場所普遍性之溫室氣體排放來源，因此所含比例僅佔總量之2.98%。

單位：：t-CO₂e

項 目	2011年	2012年	2013年
直接排放量 (Scope 1)	25,322.4	22,489.1	24,519.2
間接排放量 (Scope 2)	885,556.1	786,472.2	798,272.3
總排放量 (Scope1+Scope2)	910,878.5	808,961.3	822,791.5
排放強度 - 單位產值能耗 (t-CO ₂ e/NTD million)	4.2	3.7	3.6
涵蓋範圍占營收比例	100%	100%	100%

註：盤查及查證依據ISO 14064-1標準，全球暖化潛勢值GWP來源為IPCC第四次評估報告(2007)，所有數據均經SGS-Taiwan查證通過。

溫室氣體排放量增加分析

2013年主要是為因應電信服務需求持續成長，持續引進下一代通信網路設備，導致各通信服務點的用電量成長，使得溫室氣體總量呈現小幅上升的趨勢。

根據盤查及查證的結果顯示，外購電力是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，減少用電量為核心來展開具體行動。

推動員工旅運(範疇三)盤查

因應國際盤查員工通勤碳排放量趨勢，我們在2013年開始進行員工出差排放量的討論。按世界永續發展委員會(WBCSD)所訂定的「範疇3標準」(Scope 3)，規劃在2014年結合「員工差旅系統」，以里程計算方式，計算員工差旅所產生的溫室氣體排放。

除了藉此瞭解Scope 3溫室氣體排放狀況外，也期望傳達低碳差勤的理念給員工，結合環境教育宣傳，讓員工瞭解每一次差旅對環境造成的影響。長遠來看，也希望將來能把消費者的影響納入範疇三的盤查範圍，盡量完善整個溫室氣體盤查系統考量面。

回覆碳揭露(Carbon Disclosure Project)計畫問卷

由國際主流法人投資機構發起的碳揭露計畫(CDP)從2003年開始邀請全球企業回覆CDP問卷，藉此機會了解企業對於碳議題的風險管理及因應方式，回覆該問卷不只彰顯公司碳管理的績效，更代表了企業未來的投資價值。

為回應國際投資機構對中華電信碳資訊及減量作為的關注，我們從2010年起邀請跨處室員工共同研商CDP問卷回覆內容，至今成為台灣唯一連續5年回覆CDP的電信業者。我們透過問卷檢視自身不足之處，並進而訂立具體減碳目標，這也是填寫CDP問卷對企業很有幫助的部分。

用電管理

中華電信已經將節能減碳、環境保護、生態關懷、綠智建築等相關發展融入，訂有「環境永續發展策略與目標五年計畫」(2011年-2015年)，確立相關議題發展策略與行動方案。此外，我們亦每年定期檢討、修正各項節能方案，配合預算逐年實施，並將節能成效列入「行政管理績效評核辦法」及「電力空調設備維護作業績效評鑑」考核項目中。

在完成前一期用電管理目標後，我們修正用電目標為：「以2012年用電量為基準，每年因業務成長所增加的用電量，控制在不超過2%範圍。」

由於業務增長因素，儘管不易控制因電信設備增長而增加的電量，但我們仍致力於從自有建築物的節能監控做起，推動各項節能措施，包括：

- 採責任分區管理，隨時控制辦公室、會議室及教室等空間溫度設定適溫。
- 冷氣溫度設定範圍以26-28℃為宜，並裝設自動溫控設備，以免過冷而浪費能源。
- 下班前三十分鐘先關掉壓縮機(由冷氣改為送風)，以減少耗電。
- 冰水及冷氣送風系統加裝變頻器控制空調量，以節約空調耗電。
- 裝設熱感應開關在會議室、會客室、走道、樓梯、廁所…等場所，有人時自動開燈。
- 採用省電燈型燈管(泡)，較傳統白熾燈省電約60%以上。
- 事務機設定節電模式，設定持續15分鐘未使用時，自動進入省電狀態。
- 進行辦公室綠美化，租賃盆栽或鼓勵自行栽培小盆栽。
- 新設或汰換電梯時，採用變頻式省電型電梯。
- 推動電子化作業(電子帳單、電子公文、電子採購、電子會議)，降低資源消耗。

在各項節能措施推動，及有效績效控管下，2013年自有建築物用電量比2012年減少了2,464萬度，節電達2.58%，減碳13,158 t-CO₂e；自2007年節電基準年累計至2013年底，節電23,227萬度，節電達22.92%，減碳138,886 t-CO₂e。

用電量管理績效

單位：萬度

年 度	總用電量 A	一般用電量 B	業務用電量 - 表燈 C	業務用電量 - 包燈 D	業務增加用電量 E	業務增加用電 比例 F
2007	135,181	118,012	16,559	609	NA	NA
2011	137,567	115,387	16,528	5,652	557	0.40%
2012	139,954	115,835	17,925	6,194	1,940	1.39%
2013	141,773	117,072	17,981	6,721	582	0.41%

註：2007年為基準年

A=B+C+D，一般用電量來自自有辦公大樓，業務成長用電量含包燈及表燈。

E=今年業務用電量-去年業務用電量

F=E/A

在機房節電部份，中華電信新建設的板橋IDC機房，除了取得綠建築的認證，也有效使用了自行研發的iEN智慧節能服務，充分透過科技發揮節能減碳、環境保護之效。我們在資通信機房推動的措施包括：

空調改善	● 配合設備變更出風口風量或風管配置拆除或停用小型空調。 ● 配合年度汰換計劃，空調設備汰換時改採高顯熱主機。 ● 依用途差異，隔離空調區間或空調配置，避免未裝機區間及非24小時有空調需求之區間浪費機房空調資源。
能源管理	● 將空調溫度設定納入既有監控系統，由電力維護人員管控各區間溫度於標準範圍內。 ● 經一年測試觀察後，全面將機房標準溫度上修調升1℃。 ● 冷卻水塔風車依出水水溫變頻卸載。 ● 負荷較低之行動基地台、電信室、配電設備改採通風散熱。 ● 引進再生能源供電系統如太陽電池發電系統。
設備整併	● 將行動基地台、數位交換設備、傳輸設備、寬頻設備、電源供應設備集中整併後，停用設備斷電，並汰換不良耗能設備。 ● 整併裝機空間，並進行隔離，以減少空調能源消耗。

除了採用節能省電器材、自動斷電設備、推行能源監控系統等；也持續執行「電信機房五年節能減碳計劃(2012-2017)」，如適當調升機房溫度、改用高效能設備、直流負載整併等。我們所有能源使用的相關數據，皆透過自主研發的EARTH系統加以統計分析，進行系統化的管理。

水資源管理

中華電信的用水主要為民生用水，除一般盥洗用水外，以冷卻空調用水為主要用量，隨業務成長與人力增加，用水量減少有限，將仰賴雨水與冷卻水回收，將用水進行有效之管控。我們將水資源的列入管理項目，推動水資源管理計畫，除制定推動水資源節約措施外，將輔以水費集中管理與推動各項水資源相關作法，擬定具體管理目標，提升水資源的使用效率。

除了在產品中把漏水納入偵測功能外，我們也將公司用水量納入環境永續管理系統中，用資訊化界面來管理及分析，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。

水資源管理計畫與目標

由於現今中華電信每年的業務成長量約2%，故我們將以2012年用水量為基準，每年因業務成長所增加的用水量不得超過1%，並據此目標來推動推動水資源節約措施，包括：

- 洗手檯裝設噴霧式水龍頭，降低水流。
- 廁所改裝兩段式沖水設備，減少沖水量。
- 辦公大樓內的開水供應每天上午8：00開啟，晚上18：00關閉。
- 用水應堅持節約原則，杜絕出現浪費水源現象。
- 使用雨水回收水進行公司綠化澆灌花。
- 發現供水設備損壞應及時與維修工程人員聯繫，避免長時間流水浪費。
- 推動新建築物中水設置，將生活污水匯集經過處理後，達到規定的水質標準後，可在一定範圍內重複使用於非飲用及非身體接觸用水。



水資源回收

中華電信自2007年起推動節水措施，並將全區水資源管理納入EARTH系統，同時透過「水費管理」功能，便可輕鬆完成申辦台灣省水費集中代繳業務，減少水費帳單的印製。

透過EARTH系統資訊化介面，可供管理人員查詢、產生趨勢圖及統計報表，提供異常訊息報表避免水公司計費或抄錶錯誤，根據趨勢圖或統計分析報表檢討用水情形，減少用水支出，有效增加管理效率，減少人力浪費。

此外，而為強化水資源回收再利用成效，我們已訂定五年計畫，預計新設地下筏基雨水回收系統，收集下雨時機房屋頂及地面乾淨雨水，同時將辦公大樓空調系統進行新設冷凝水回收工程，將回收水充分利用；並推行雨水、沐浴水、空調冷凝水等回收再利用方案，將回收水再利用於樹木澆灌、園區及人行道清洗上。

轄屬機構分別設置較具規模之生態水池，面積合計10,842平方公尺，其中位於電信研究所運用廢棄農業蓄水池約10,000平方公尺加以美化，並處理附近上游廢水再造，形成自然的生態湖，有效維護水資源。

水資源管理績效

單位：公噸

項 目	2011年	2012年	2013年
民生用水	409,500	452,780	462,922
空調用水	1,865,500	2,062,663	2,108,866
回收水	7,873	5,587	4,289

廢棄物管理

中華電信了解資源減量、回收與再利用的重要，故我們訂定環境永續發展策略與目標五年計畫，並搭配自行研發的EARTH環境永續發展管理系統，妥善管理各項資源的使用、即時掌握能源的使用效率，也針對回收與廢棄物處理進行系統化管理，並在各營運據點提倡手機及電池等回收。

一般生活廢棄物

中華電信一般生活廢棄物委託專業清運公司，運交垃圾掩埋場掩埋或焚化爐焚燒處理。而可回收資源廢棄物，則由承包的清潔公司派清潔人員回收分類處理變賣。

單位：公噸

項 目	2011年	2012年	2013年
生活廢棄物重量	5,033	5,018	6,465

事業廢棄物

我們電信機房的廢鉛蓄電池屬環保署公告應回收事業廢棄物，基於減少污染物、有毒物及廢棄物的排放為事業機構共同的社會責任，爰規定回收處理須採訂定共同契約模式公告標售，且處理廠商須為環保署資源回收基管會網站公告的合法處理廠商，不得逕行通知一般回收廠處理，以為有效管理處理的合法性，以及減少對環境的影響。

我們各所屬機構所產生的廢鉛蓄電池，均經由供應單位就地標售，並取得「公告應回收清除、處理的廢鉛蓄電池遞送聯單」留存備查。另因原物料日益上漲，廢鉛蓄電池的回收再生價值提高，2013年共回收處理廢鉛蓄電池30,415顆，總重量1,623,556公斤，標售金額為新台幣38,997,178元，除善盡環保責任，亦附帶增裕公司營收。

其他事業廢棄物，如電纜及五金雜項，則委託經環保機關認許的公民營廢棄物處理機構處理。

廢棄物類別	單位	總量			處理費用(新台幣仟元)		
		2011年	2012年	2013年	2011年	2012年	2013年
充膠電纜	公噸	627	462	803	518,855	368,081	263,129
一般電纜	公噸	2,996	2,711	3,917			
五金雜項	公噸	1,393	1,454	3,250			
蓄電池	PC	17,072	88,395	26,436			



深耕綠色企業

我們以成為綠色企業為目標，中華電信身為高度在地化的電信業者，是社區發展的好鄰居，也是國際間電信業者最重要的合作夥伴。隨著科技的進展，我們已突破傳統電信的框架藩籬，逐步將企業社會責任的理念融入產品服務的研發與應用，整合到公司管理經營策略中。

發展綠色產品與服務

2013年中華電信最重要的提高能源效率作為，是「推己及人」，運用核心技術，提升產業能源效率。中華電信加入「低碳管理雲聯盟」，將提供新北市500家企業裝設智慧電錶，並透過iEN智慧節能服務平台，協助新北市企業進行碳排放量盤點，提升企業出口國際的綠色競爭力。

此舉預估為新北市企業帶來的節能減碳效益，為每年將減少2億8,000萬度用電，相當於減少排放150,000億公噸二氧化碳當量(CO₂e)(約為新北市蘆洲區1年家戶住宅總用電量)。

視訊會議

視訊會議係透過電信網路連接國內外不同地點的會議室，在會議室中，不但使與會人員能從電視螢幕上彼此看見，且能聽到對方聲音，並看到對方的動態、影像、另外圖表、文件及數據等資料也能夠互相傳送，有如面對面的現場開會，免除員工出差舟車勞頓，樽節時間及川旅費，也為環境盡一份心力。2013年營收約新台幣1,300萬元。

千里眼

利用現有網路頻寬結合商家現有攝影機與大型雲端影像即時儲存與管理平台提供商家影像雲端儲存與管理服務讓門市店長、總公司管理人員可以透過PC或是智慧型手機遠端觀看各門市店面即時或歷史影像，現有伺服器數量約3,600部，2013年營收約新台幣4,500萬元。

IaaS雲服務

包含hicloud CaaS雲運算、hicloud Box(e)資料櫃及hicloud VPC虛擬私雲這三項子服務，提供企業或個人消費者，能24小時全天候依照自身的需求，彈性調度雲端運算資源、加掛儲存空間與監控虛擬資源，讓資料共享更方便、穩定且安全。2013年營收約新台幣1億元。

SaaS雲服務

包含「消費者關係維護(CRM)」及「愛報告」兩項子服務，前者提供銷售、行銷、客服三個應用模組，協助企業有效率管理複雜的消費者資料、銷售人員商機記錄、精準辦理行銷活動，以提高消費者服務品質，幫助企業節省成本；後者則提供客訪報告管理，讓員工可以簡易透過雲端紀錄日常跟消費者或同事互動的重要資訊，方便日後查詢與業務追蹤。2013年營收約新台幣3,000萬元。

iEN智慧節能服務

我們充份運用累積多年的電力環境監控與資通訊系統開發經驗，發展出「iEN智慧節能服務」有效整合監控建築物各領域耗能設備，採用雲端平台提供消費者節能績效運算、設備運行狀態以及即時通報，提供企業專業節能解決方案，提供「用電管理、環境管理及空調節能」三大類月租型租賃服務。

iEN智慧節能服務除提供專案建置、代建代維模式外，也推出月租服務模式，協助企業降低節能減碳門檻，已成功的大量運用於醫院、學校、政府機構、養殖漁業、大型賣場等產業，並榮獲多次獎項肯定。2013年營收約新台幣9億元。

商用車隊管理系統(ITS)

「車訊快遞」結合GPRS雙向通訊、人性化車牌定位技術、油耗管理等雲端技術，能有效降低企業訊息傳輸等營運成本，協助企業提升營運效率。企業在導入服務一年後，車輛平均油耗降低6.6%、車輛平均怠速時間降低31%，每年共節省約新台幣400萬元油料費用，等同於282公噸的碳排放量。

「計程車派遣系統」則以服務供應者(ASP)的模式，整合提供車隊管理、營運派遣、消費者服務、安全監控、帳務報表、司機客服等九大類管理功能，與資訊相關服務，協助計程車隊降低成本並提高平均載客率，截至2013年底我們已將系統運作效能提升，能支援每日3萬次叫車服務量，並與全台11家車隊合作，提供3,500台計程車服務，讓叫車服務的派遣處理時間減少56%，日均載客次數成長達28%，並減少日均空車時數48%，等於減少碳排放量7.7公斤。

QR Code報到系統

為提升會議品質及資訊傳遞效率，教育部與中華電信合作，將資通訊技術運用至教育部主辦的全國訓導主任會議。本系統的MMS及SMS傳呼功能，提供即時傳遞會議報到通知、QR Code、座位表、會議地點地圖、緊急通知及關懷、感謝訊息等服務，2013年服務超過437人次，皆對於本系統給予高度評價。

備受肯定的綠色產品與服務

- 中華電信自行開發的「環境永續發展管理服務」，獲得第3屆台灣綠色典範獎

中華電信自主研发使用的「環境永續發展管理服務」，榮獲經濟部國際貿易局『第三屆台灣綠色典範獎』服務類大獎，並於2013年接受公開表揚，為電信業中唯一獲獎的企業。環境永續發展管理服務除了率先在中華電信內部使用外，2012年正式進行商業化，可做為企業碳管理系統，提供節約能源評比與專家診斷分析服務，企業不用額外安裝或變更設備即可導入本服務進行能源與環境資源管理，有效協助企業降低能源費用支出、提升環境管理效率外，更可呈現企業各項環境政策推動成果。

- 中華電信「iEN智慧節能服務」，獲得第一屆優良能源技術服務業(ESCO)績優廠商表揚

能源技術服務產業(ESCO)在政府積極推動各項節能的政策下，已成為創造整合性高附加價值的新興產業，透過ESCO進行專業、有秩序的規劃、設計與技術支援，有助實現永續能源政策，達成節能減碳目標。

能源技術服務屬於重要的綠色產業，有助提升能源使用效率，鼓勵企業用戶節約能源，先進國家已將推動能源服務產業視為解決減少溫室氣體排放的重要方案之一。2012年中華電信「iEN智慧節能服務」獲得了第一屆優良能源技術服務業(ESCO)績優廠商表揚。

導入再生能源

為降低公司營運對自然環境的衝擊，電信機房電力空調積極導入變頻節能、高顯熱節能、外氣節能等空調節能措施，2007年至2013年，累計共完成節能變頻模組5,515HP、高顯熱空調機26,394RT、高效率空調機5,637部、全外氣空調機2,098RT，及自然通風為主空調為輔366部。另為提高再生能源運用，完成風力發電機總設置容量26.6kW、太陽光電發電系統總設置容量157.16kWp，藉以減少用電需求，降低對環境的影響。

推廣綠建築

我們承諾投資總工程費用新台幣5,000萬元以上的新建大樓及機房，將取得具有環保節能的綠建築認證標章，如2013年新店安康機房即取得綠建築合格標章。此外，為提供消費者更高級的資料中心服務，加速台灣雲端邁向國際化，預定於2015年完成的板橋「IDC暨雲端資料中心」，也將申請美國綠建築協會LEED黃金級規範，及台灣綠建築、智慧建築等標章，貫徹綠色建築的精神。於節能方面，我們除採冷熱通道設計外，更結合iEN智慧節能服務進行環境監控，並依循「The Green Grid」聯盟機房測量標準，達到PUE 1.5以下的高能源效率。

此外，中華電信也積極與建設公司合作，如板橋「光點」等綠建築建案，未來也希望能將相關節能服務或產品運用至社會上現存多數的舊大樓，以開創多元的智慧生活應用，為綠色建築盡一份心力。

綠色環保會館 - 取得HCMI認證

中華電信會館為提供公司員工異地出差住宿及員眷休閒旅遊住宿用。為響應地球環保及個人衛生，全區會館不提供一次性消耗用品及毛巾，並執行各項節能措施，如太陽能熱水器、冷氣熱泵系統及更換LED照明等。由於全區會館勵行環保簡約、清潔衛生，成為員眷出差休閒的首選，目前全區會館計30處，2013年訂房數約9萬筆，住客近23萬人，營收約新台幣1.6億元。



2013年我們也響應由世界旅遊理事會(World Travel & Tourism Council, WTTC)和國際旅遊合作夥伴(International Tourism Partnership, ITP)所制定的「旅館業碳測量HCMI 1.0」倡議，推動中華電信西子灣會館進行「房間碳足跡計算」，並結合iEN智慧節能服務，有效管控會館內設備使用情形及用電量，建構完整的電力監控及客房服務管理模式，達最大節能、節水效益。2013年的營收持續增加，但用電及排碳量卻下降，節電率達20.9%，節水率達2.0%，成效顯著。

西子灣會館溫室氣體排放趨勢

項 目	2011年	2012年	2013年
營收(新台幣百萬元)	6.3	8.4	9.1
碳排放量(公噸)	68,054.4	78,405.2	71,869.0
用電量(度)	111,200	128,113	117,433

電子帳單整合

消費者可至中華電信各營業窗口、空櫃及網櫃申請每月寄送電子帳單，以取代傳統紙本帳單，並提供帳單合併及帳單集中彙寄服務，可將多筆電信號碼費用開立於同一張帳單內出帳，或是依消費者要求，彙集多張帳單於同個信封內寄送。

截至2013年底，辦理帳單合併的門號已逾900萬門，佔總消費者比例87.8%，辦理電子帳單的門號高達476萬門。兩項節能減碳措施，每年約可替地球省下7.5億張紙，相當於減少砍伐約3.7萬棵原木，減少13,531噸碳排放。

以電動車取代汽油車

我們於2012年底開始租用20輛納智捷電動車作為公務之用。電動車每度電約可行駛6km，碳排放量0.536kg CO₂e/度電，因此一公里的碳排放量為0.089kg CO₂e/度電；同類型汽油車油耗8km/L，碳排放量2.361kg CO₂e/L，因此一公里的碳排放量約為0.295kg CO₂e/度電。

改採電動車後，每公里可減少的碳排放量為0.206kg CO₂e，若每月平均行駛2,000km，每輛車每年則可減少排放4,944kg CO₂e，20輛車等於每年減少排放98,880kg CO₂e，若各家公司都能逐步推行電動車代步方案，其所減輕的地球負擔不容小覷。我們會仔細記錄並評估首批電動車所帶來的影響，也會考慮在將來持續引進、逐步提高電動車所佔的比重，以更善盡愛護地球的責任。

2013年20輛電動車共行駛17,361公里，排碳量為1,550.92kg CO₂e，相較同類型汽油車、同樣的里程數，減碳3,572.75kg CO₂e。

	電動車	普通車
每公里耗油 (公升)	0	0.125
每公里碳排放量 (kg CO ₂ e)	0.089	0.295
每公里節省碳排放量 (kg CO ₂ e)	0.206	-

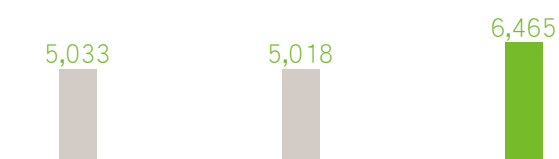


環境影響總覽

營業設備回收

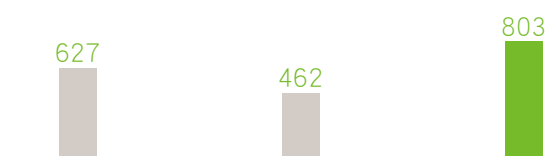
中華電信的營業設備以ATU-R、VTR-R及MOD機上盒這三類為主，所有設備我們都會回收再處理，故回收處理比例高達100%。

2011年 2012年 2013年
一般生活廢棄物重量(公噸)

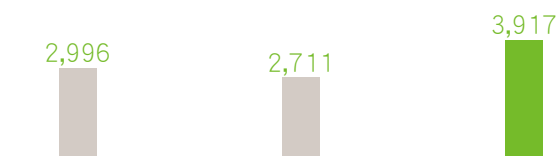


事業廢棄物

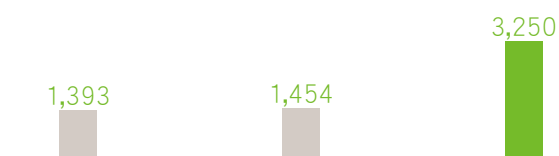
充膠電纜(公噸)



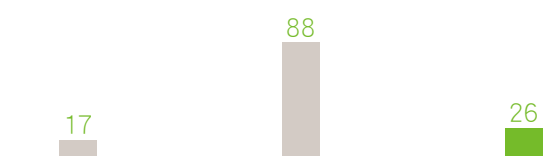
一般電纜(公噸)



五金雜項(公噸)

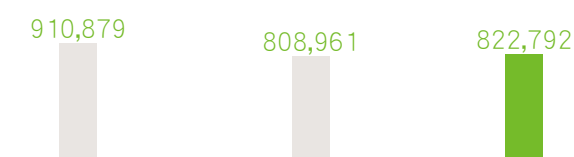


蓄電池(公噸)

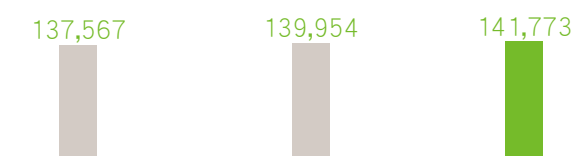


2011年 2012年 2013年
能源使用

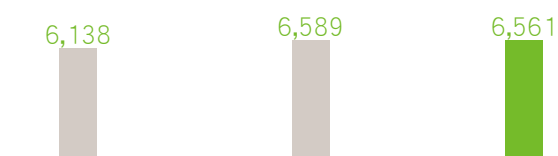
碳排放量(公噸)



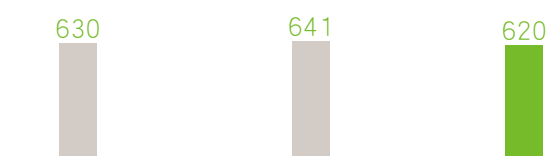
用電量(萬度)



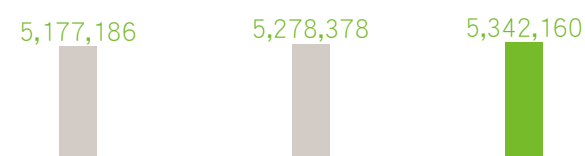
汽油用量(公秉)



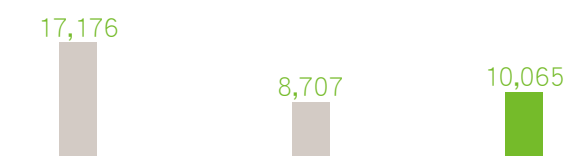
柴油用量(公秉)



總能源使用量(GJ)



手機回收(支)



註：手機回收來源係透過中華電信及神腦

T 共創美麗家園

近年來，全球氣候產生了極大的變化，在極端氣候下，不僅瞬間暴風雨增加、颱風威力增強，甚至夏日氣溫都屢創新高。現在全世界都致力於推動節能減碳活動，為的就是讓日漸消耗殆盡的地球資源，獲得一個喘息的機會。面對目前生態環境惡化和能源危機日益突出的形勢，利用各種方法，為了創建美好家園貢獻自己之一份力量。

環境教育



《環境教育法》與《上市上櫃公司企業社會責任實務守則》都呼籲企業應該對員工進行環境教育，促使國民重視環境，採取行動，以達永續發展的公民教育一環。對此，中華電信盼能建立全體員工「氣候變遷人人有責、永續經營企業有責」的共識，讓員工不僅懂得極端氣候與個人環保有關聯性，在產品設計上也要懂得產品的生命週期，以節能、減材、減廢觀念，營造環境永續成為公司的綠色文化。

我們每年都會提供員工至少4小時的環境教育課程，課程內容多元，包含推廣環境保育、國際環境法趨勢、手工環保肥皂製作等等；我們也會舉辦員工生態旅遊，寓教於樂，將環境教育融入生活中。

環境教育

項 目	2011年	2012年	2013年
場 次	30	5	5
參與人數	2,652	1,626	254

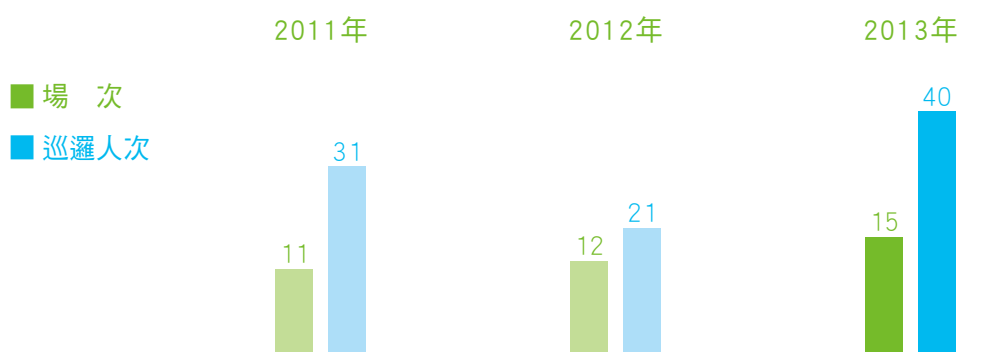
環境生態旅遊

項 目	2011年	2012年	2013年
場 次	25	25	38
參與人數	5,441	6,067	9,304

企業節能 志工



中華電信也參與了由愛普生科技等企業共同發起的台灣節能巡邏隊，從提高企業營運、生產過程中的能源效率下手，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。近三年共舉辦35場次，累計92名節能志工定期投入。



環境資訊 揭露



- 執行每年溫室氣體盤查，通過ISO14064查證，取得查證聲明證書。
- 回應每年碳揭露(Carbon Disclosure Project, CDP)問卷。
- 回應每年道瓊永續指數(Dow Jones Sustainability Indexes, DJSI)問卷環境議題。
- 回應天下雜誌及遠見雜誌問卷。
- 出版CSR報告書：我們溫室氣體排放盤查、用電消耗、用水消耗、用油消耗及廢棄物產生與回收等相關資料。

提升能源 使用效率



- 機房整併：機房空間整併有效利用。
- 建築加裝iEN：配合新建機房工程加裝iEN智慧節能服務。
- 空調設備節能：機房採高效率空調、引進外氣空調、高顯熱空調及冷熱通道空調系統等。
- 綠建築及綠色會館：配合新建機房或會館採用綠色環保建材。
- 太陽能熱水器：電信會館建置太陽能熱水器。
- 水資源的回收再利用：建置雨水、地下水及空調冷凝水回收系統。
- 環保LED燈泡：內部辦公大樓試用計劃。



綠色能源



- 太陽光電系統：迄2013年底，累計已建置完成157.16kWp。
- 風力發電：迄2013年底，累計已建置完成26.6kW。
- 燃料電池：配合工研院試運轉計畫專案，2013年已建置完成30kW。

推動自主 環保



- 車輛節能減碳：汰換舊車採購新式環保節能車，引進試用電動車輛。
- 清淨家園、辦公室節能環保、健康管理系統、無車日、公文系統(ODAS)無紙化。
- 節能服務隊：協助中小企業或弱勢機構進行能源效率改善。
- 事業廢棄物回收再利用：訂定我們事業廢棄物減量及回收再利用目標。
- 環保得獎資訊彙整：包括企業環保獎、金省能獎、經濟部節約能源獎。

產品加值 與服務



- 電子帳單：配合行銷處推動，具有環保及節能減碳的功能。
- 行銷iEN智慧節能服務及其他節能綠色產品。
- 手機回收：配合宣導廢棄物回收再利用，服務中心設置回收箱。
- 協助供應廠商通訊產品環保標章的取得：提供廠商環保標章認證所需的相關資訊。



社會共融



社會投入

17 億元



提供偏鄉

8 萬戶

數據通信服務



弱勢民眾優惠補助

10,757 人



協助 **45** 位
視障者就業



S 數位包容



Connect Hope Technology

中華電信期望利用通信技術，營造一個沒有科技及資訊障礙的環境，讓文化的傳承、教育的延伸、產業的推動，及藝術人文的提升，都可以透過網路進行連結，讓所有人不分年齡、社會地位、地理因素、教育程度，都能因數位科技而受益，創造無限希望。

中華電信基於資通訊本業的特質，本著「價值之所在即責任之所在」的精神，深入台灣社區，以「縮短數位落差，創造數位機會」為宗旨，觀察數位落差發生趨勢，提出各種解決方案，以積極行動促進社會創新與數位包容。

中華電信數位包容策略

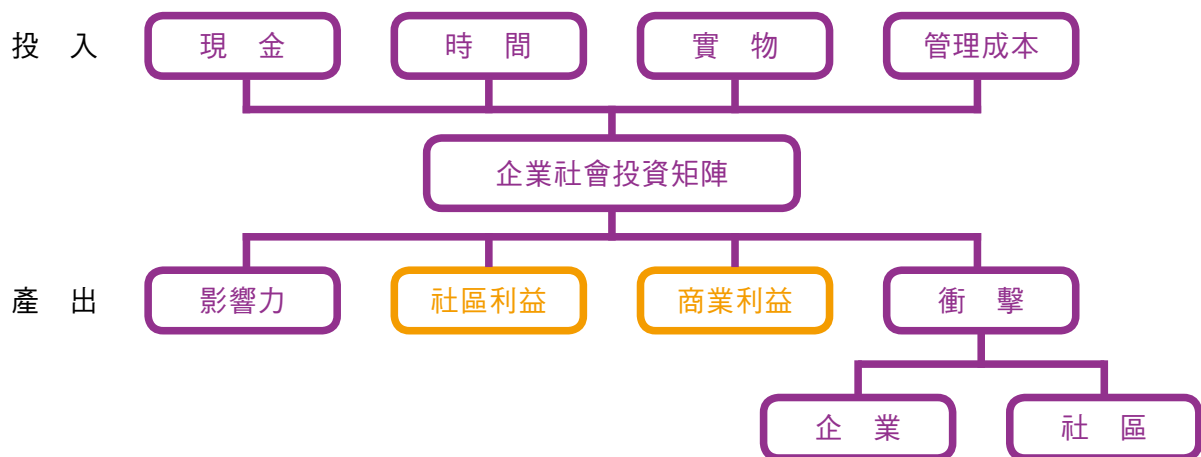
對身心障礙者	利用資通訊科技與資費優惠，化解身心障礙者與經濟弱勢者使用通訊服務的鴻溝；也致力於研發、提供身心障礙者資通訊設備，進而以資通訊科技改善身心障礙者的生活、教育與就業。透過資通訊服務的發展，我們也協助罹患慢性病及需要特別看護的年長者提高生活品質。
對低收入者	提供弱勢族群低資費優惠外，也協助在偏遠、弱勢社區裝設資通訊設備供其使用。
對偏遠地區	資通訊服務不應受到地形、距離或離島而有所差異，中華電信持續加強交通幹線全線行動通訊暢通，在偏遠地區建設雙路由以確保通訊，並藉由衛星改善山區與離島通訊。
對一般民眾	提供充足教育課程提供民眾學習管道，以完整的學習方案，協助民眾透過行動裝置、網站與各服務據點，學習利用各式資通訊服務、智慧型通訊設備與加值服務。

M 社會投資管理

中華電信秉持著「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電信服務業者，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。

量化社會投資貢獻

中華電信參考LBG(London Benchmark Group, 倫敦標竿管理集團)社區投資評估機制，在從事社會公益投資前，先對可能產生的社區價值(Community benefits)及商業價值(Business benefits)預先做評估及設定，將社會投資的貢獻予以量化，協助我們進行合理的資源配置，避免資源重複投入，有助於未來我們在決策及推動公益活動或贊助之判斷參考。



網路課輔服務計畫

投入	CSR活動資源 (現金及非現金資源投入)	- 結合大學優質的學術資源與人力，及本公司專業的通信網路核心技能，產學攜手合作解決偏鄉學童課後輔導問題。 - 自2009年12月底至2014年1月底止，累計共投入新台幣2,152萬元，課輔時數達41,697小時。
產出	CSR活動產生的槓桿效應	- 全國第1家與大專院校正式締結合作關係，結合產、學資源，攜手解決偏鄉學童課後輔導問題之資通訊產業。 - 運用企業專業的通信核心能力，發揮社區「大鄰居」的企業優勢，就近協助偏鄉學校電腦維修、通信電路等問題。
	CSR活動的社會意義	- 運用企業核心能力，落實「縮短數位落差」、「創造數位學習機會」的企業社會承諾。 - 善盡「大鄰居」的職責，透過無遠弗界的通信技術，拉近城市與鄉間的距離，傳達人與人之間的真情關懷。
	對本公司的效益	- 向下紮根的教育關懷，有助於與利害關係人的溝通對話，在公益專案中建構整體的企業形象。 - 結合社會資源，彌合企業公益的人力缺口。

建立全面數位包容行動方案績效評量

我們針對四大面向訂定不同績效評量方式與優先順序：

1. 身心障礙者通訊的進用與生活改善績效評量：通訊進用無障礙、生活質量的改善、身心障礙者就業機會、社區的社會變遷、形象的提升。
2. 提供低收入者通訊的進用績效評量：通訊進用的便利、負擔得起的通訊費用、生活質量的改善、社區的社會變遷、設備使用率、營收、形象的提升。
3. 致力改善偏遠或離島的電信建設績效評量：基礎通訊涵蓋率、高速無線寬頻涵蓋率、確保通訊的暢通、用戶生活質量的改善、設備使用率、營收、形象的提升、社區的社會變遷、社區的環境變化。
4. 教導民眾善用通訊設備與服務績效評量：課程的完整性、消費者關心的服務課程、教育課程使用率、營收、社區的社會變遷、形象的提升。

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」兩大主軸。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

- 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。

數位機會

- 「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。
- 「研發創新」協助身心障礙者、弱勢族群及偏遠地區民眾共享通訊的便利。
- 「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」是創造數位機會的先鋒。

社會投資統計

社會貢獻類別	2011年	2012年	2013年
現金捐助 (新台幣仟元)	260,934	231,202	173,560
產品或服務捐贈 (新台幣仟元)	1,324,955	1,150,656	1,466,125
管理費用 (新台幣仟元)	14,110	88,687	35,512
志工人力成本 (新台幣仟元)	4,863	22,365	22,032
總計 (新台幣仟元)	1,604,862	1,492,910	1,697,228
佔營業收入百分比	0.83%	0.68%	0.74%
企業志工服務時數 (小時)	28,360	89,460	88,128

A 數位好厝邊，雲端新視野

我們成立中華電信基金會，本於「價值之所在即責任之所在」精神，以『縮短數位落差』、『協助在地產業』、『耕耘社區生活』、『紀錄在地故事』作為四大工作方向，從文化、產業、生活、教育等面向進入社區，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。

串聯外界資源

2006年，第一處「中華電信數位好厝邊」於台南後壁菁寮村正式成立，結合中華電信核心能量，成為在地的學習中心，在這個有形的空間交流彼此的知識、情誼，同時也能做為與外界資源串聯的平台，帶給社區、部落成長過程所需要的養份和動能，協助逐步穩定自立，開創出每個屬於在地的小確幸。

截至2013年，我們已陸續完成67個定點的建置，67個定點代表67個社區、部落，67種不同的在地樣貌及需求，基金會持續前進的過程亦不忘放慢腳步，與好厝邊夥伴交換彼此的經驗，一同成長。

長期耕耘再回饋

2013年10月，資策會一批待捐贈至高雄那瑪夏區民生國小的再生電腦，透過菁寮村數位好厝邊長期培養的學生，完成維修、重獲新生，原本不堪使用的電腦經過學員們專業的檢測、評估，讓設備得以轉捐至更有需要的單位。



參與本次計劃的學員皆從國小就參與數位好厝邊的電腦課程，打下深厚的專業知能基礎，也奠定他們以資訊工程相關科系做為發展的志向，以「取之社會，用之社會」的良善循環做為出發，讓學習之路不只利己更能利他，惟有透過長時間的累積和持續不間斷地努力，方能獲得這樣的成果，基金會亦在這6至7年的時程扮演最佳的資源媒合平台，成為數位好厝邊的最佳後援。

創造職場新動能

屏東新來義部落、吾拉魯滋部落因莫拉克風災遷徙至平地，為使有限資源創造最佳的效果，我們與紅十字會在地工作團隊一同建置數位好厝邊，依據各自的專業提供社區適切的資源，在多方合力之下，社區開辦了MOS國際認證輔導班，將歷年的學習轉化為工作職場的動能，取得認證後，更有不少學員有心繼續朝進階認證邁進，為自己開創更多可能。

搭建偏鄉藝文橋梁

與數位好厝邊互動的過程我們發現，社區常因地處偏遠或相對弱勢，導致資源不易抵達或不易取得，為了使外部資源得以進入社區，並協助社區建立自己的資源管道，基金會成為一個平台、橋梁，讓需求得以被滿足，「從需求點出發」的作法也讓資源能夠被精準地運用。今年，我們持續導入閱讀、藝文、數位閱讀、大學院校及其它NGO團隊的能量，透過外部單位的合作，讓社區獲得更專業的服務，也能開拓不同的視野。

藝文下鄉零距離 - 兒童劇團演出

有感數位好厝邊多位於交通不便之處，要聆聽一場音樂劇或是觀賞一齣戲劇表演十分困難，所以基金會自2010年起規劃藝文下鄉活動，邀請優質團隊巡迴好厝邊進行演出。2013年我們與「紙風車兒童劇團」、「如果兒童劇團」合作，將寓教於樂的劇碼帶入社區，於九月開學季展開一連八場的巡迴演出，並於12月安排加映場，藝文的種子也在社區發芽，花蓮松浦國小的學童看完演出後興致勃勃地表示，要開始練習寫劇本，設計一齣「如何成為一位負責任學生」的戲碼，親身實踐舞台上的各種想像。

閱讀下鄉樂趣多 - 推廣行動書車

都會地區不乏圖書館、文化中心且書店林立，但在鄉里間的孩子、居民卻難以觸及如此充沛的文化資源，結合「誠品文化藝術基金會」行動書車，我們以推廣閱讀做為共同的目標進入數位好厝邊，書車上的豐富藏書滿足了閱讀者的渴望，也增加了閱讀過程的想像和樂趣，透過其它NGO團隊的參與，活化書車的功能。數位已成趨勢，我們鼓勵社區結合新式數位載具賦予文字新的生命力，2013年透過「新匯流基金會」的參與，數位閱讀和傳統閱讀得以並行，帶給閱讀者不同的火花，同時也帶給大家數位潮流下應具備的正確觀念。

第三屆方賢齊先生獎學金

中華電信為感念方賢齊先生對臺灣電信的貢獻與付出，並為鼓勵學生積極參與社會服務、公益活動、關懷鄉土、扶助弱勢群體，協助縮短數位落差，貢獻所學所能服務社會，促使更多學生從事志工服務，以達到服務學習之目的，於「前電信總局總局長方賢齊百歲誕辰」，特設置中華電信「方賢齊獎學金」。

2013年第三屆中華電信方賢齊先生獎學金，計核發195萬元獎學金，幫助135位學生。

R 以核心職能回饋社會

電信普及服務

為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。長期以來，我們不計成本提供全國82個偏遠鄉鎮不經濟地區21萬多戶電話服務與8萬多戶數據通信服務、全區22個縣市7萬4千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，2013年度普及服務投入淨成本為8.5億元。

此外，為落實行政院數位匯流方案及提供偏遠地區客戶優質服務，配合國家通訊傳播委員會致力於偏遠地區提供12Mbps以上之寬頻服務(原基礎速率為2Mbps)。為達成75%以上涵蓋率目標，中華電信2013年建設190點，投入建設經費4億元以上，且偏遠地區地形差異大，路程遙遠，維護相當困難，若遇天災，電信設施受損機率極高，維運成本不低於建設費用。

伴你好讀《社區網路課輔》

2009年莫拉克風災過後，透過與優質大學的產學攜手，我們持續將偏鄉教育關懷的服務觸角延伸到災區的安置中心及永久村等新興社區，藉由網路視訊科技，排除課輔教師授課往來的交通風險，將家教式的教育資源，安全送達偏鄉、弱勢族群的手中。

伴你好讀為了充分展露課輔師、生間生動活潑的互動交流，強調相伴、融合的特色，課輔老師為「大學伴」；受課輔的中、小學生為「小學伴」。除了傳道授業，大、小學伴也可以談未來、聊夢想，共同實現大手牽小手的相伴理念。

目前參與課輔計畫的學習端計有：台東金崙溫泉部落、台東嘉蘭社區、屏東陽光課輔協會、屏東楓林教會、屏東潮州少年城、高雄六龜天主堂、高雄杉林大愛園區、嘉義輔仁中學、桃園爺亨部落等。秉持「樹德務滋」的服務理念，我們分別在仲夏及寒冬時節，為小學伴舉辦夏日學堂及相見歡活動，除了多元學習、增長見識外，利他服務應有的謙卑及對人承諾的嚴謹，是貼身學習的珍貴收穫！也讓大、小學伴彼此的關懷熱情飆上另一個高點！

2013年9月，針對「菁英型」、「增能型」及「陪伴型」三種不同特質的學習需求，服務團隊提供更精進的課輔方式，將族群中的菁英推上更高一層級；中下程度的孩子有補救課業的機會；也讓渴望家長陪伴的孩子，多一分關注及助長學習的動力；這個轉折意外促發適性教育的理想有一個更優質的揮灑天地！我們冀望藉由深耕、培力的實際做法，許新世代孩子一個「有安全、有尊嚴、有希望」的學習環境！

小學伴人次	大學伴人次	課輔時數	相見歡人次	夏冬日學堂人次	經費支出(元)
1,035	1,604	41,697	1,848	925	21,524,016

註：本表數據統計自2009.12.01起至2014.01.31止。

感動下鄉最深刻 - 《蹲點·台灣》

我們以「縮短數位落差」作為宗旨，在全國四十多個偏鄉社區、部落建置了『數位好厝邊』，提供電腦與寬頻網路，並開設許多電腦相關免費學習課程，提供在地居民的教育學習與產業發展。

2009年7月，中華電信基金會與國立政治大學合作，舉辦了第一屆《蹲點·台灣》計畫，亦即鼓勵在校學生，在暑假期間到中華電信『數位好厝邊』進行『蹲點計畫』，包括拍攝紀錄片、參與社區的志工服務，及擔任電腦課程的助教或講師。

我們希望能夠藉由這樣的機會，讓大學生更深入瞭解自己生長的這塊土地，開拓新的視野。而除了持續在地紀錄，我們也鼓勵參與的青年們，可以結合所學所長與「服務學習」的概念，為社區打造服務計畫，回應社區需求，創造受助與被助之連結。

截至2013年為止，《蹲點·台灣》已正式邁入第五年，目前已累積30所學校共208位學生參加，走過台灣54個鄉鎮，紀錄超過1500分鐘動人影像。

微型產業·點亮經濟

2006年中華電信基金會舉辦企業伴手禮以展售形式推廣在地產業，爾後以虛擬通路搭配實體銷售持續提供協助；近年開始，考量社區產業有著人力、規模的先天限制，因此逐步轉向微型產業概念提供協助方案。

「點·台灣好禮網」於2011年正式成立，做為社區產業展售平台，透過系統化的規劃和經營，建置完整的資料庫，提供消費者認識生產者的機會，同時也提供產業曝光的機會。結合中華電信基金會電子報發刊機制，定期發送予三萬多名會員，透過文字、影音訴說產業故事，並針對重要節日規劃節慶送禮專區，邀集更多人以實際行動支持鼓勵在地產業。

QR Code公益捐款

於2013年推出QR Code行動支付新應用，利用APP能隨「照」QR Code指定捐款，以信用卡「立」刻「捐」出善款。我們也從捐款單位觀點切入，首先透過「照立捐」行動的低成本優勢，使捐款單位不再受限於超商、網路、加油站等特定場所，能利用多元管道募款；另為降低捐款單位的作業負擔，本年度更是於APP中添加了最低捐款額度的限制，使公益捐款變得更加方便、智慧、有效率。本年度為協助推廣服務，我們於捷運市政府站1號出口與提供全球弱勢救助的慈濟合作刊登捐款廣告，讓世界看見台灣愛的力量。



T 用科技連結希望

中華電信希望能夠透過電信科技的本業長才，讓社會變得更好，我們也希望能讓民眾，無論貧富、身分或地域等差異，都能共享科技帶來的進步與便利，進而達到縮短數位落差，創造數位機會的宗旨。為此，除了前述的行動以及提供補貼，有別於其他企業，我們亦長期投入很多資源在開發身心障礙族群的產品與服務，盡可能讓他們也能享有基本的數位學習與生活的權利。

盲用及銀髮族隨身助理APP

為了縮短數位落差，解決視障者及銀髮族操作智慧型手機的障礙，維護弱勢族群享用各種通訊服務的權利，透過整合多項資通訊技術及社群志工的協助，中華電信於2013年中推出了第一套專為華人設計的「盲用及銀髮族隨身助理APP」，提供給需要的人免費下載，讓視障者及銀髮族在志工的協助下，能透過更多方式來看這世界，包含語音辨識、影像辨識、雲端閱讀以及生活幫忙等。

中華電信導入雲端辨識科技，已可輕易辨識美元、歐元、日幣、台幣和人民幣等五種鈔票；一般日常用品的辨識則需經由遠端志工服務系統，使用者將物品拍照，APP自動上傳，交由志工辨識。而透過語音辨識功能，視障者或銀髮族可用「說」的收聽廣播、看報紙、股票；該APP還結合GPS定位系統提供公車的動態資訊，而且只要事先將緊急聯絡人或親友的電話號碼設定進去，視障者或銀髮族就可「一指」發送報平安或求救簡訊。截至2013年底已破千人次下載。

EYE社會創新客服中心

我們長期與淡江盲生資源中心合作，並於2011年成立EYE社會創新客服中心，協助訓練盲生具有語音客服的能力。除了中華電信服務滿意度電話訪查，另有台北市1999服務、桃園縣1999服務、高雄市1999服務及疾管局1922服務，導入視障客服系統，至今已協助45位視障者就業，提供他們多一個工作選擇。

針對視障者從事電話服務工作，我們與淡大盲生資源中心經過近三年的研發與實證，於2011年發表了國內第一套「整體性的解決方案」，包括無障礙的值機系統研發、改良，以及人才培訓與輔導等，培育視障人員擔任電話客服人員的能力。截至2013年底，已提供中華電信滿意度調查值機人員7名，及台北市1999客服人員12名，每月處理逾一萬通的話務量，更有1名視障值機人員通過考核，成為電話客服的主管。

打開視障者另一扇窗 - 視障客服分享

我們常常聽到「給視障者一個機會」但實際上有許多人願意給這個機會，以前在幼稚園實習時，園長不知道我的情況，一切對待都和一般老師一樣，但當園長知道我是視障後，我就被調離教室改做一些雜事，畢業後找工作也遇到一些挫折，但我相信上天關了我一道門一定會為我開啟另一扇窗，而且只要我肯努力一定可以做的和一般人一樣好，甚至更好。

直到我收到了1999市民服務熱線要應徵視障話務員的消息，我馬上就投了履歷表，錄取後經過一段時間的培訓終於可以上機接聽民眾的電話，能為民眾服務真的是一件很快樂的事情，而近期讓我感到最窩心的事情，就是有一位民眾早上打來詢問有關勞基法的事情，而我跟他說明後就結束通話，到了下午又接到這位民眾的電話，她是專程打來道謝的並且還告訴我她有去寫市長信箱誇獎我，我聽了很高興並告訴她，這是我應該做的，沒想到她卻說：「我知道這是你們應該做的，但是我也是工作了很久的，我知道有一些小小的鼓勵對你們來說是很重要的。」我聽了好感動，原來還是有很多人願意給我們機會，給我們肯定！

黃雅琦

無障礙重「心」出發－視障客服分享

我是楊志美，在研究所一年級時，我的視力因為視網膜剝離而瞬間惡化，面對周遭同學同事都是準博士，心理有種痛苦萬分的感覺，甚至會想這件事怎麼會發生在我身上，難以接受命運如此無情的安排。但在基督信仰的支持下，藉著禱告使我明白，每個人都有自己的生命功課，於是，我接受了視力變化的自己，重新出發，開始到無障礙科技發展協會學習盲用電腦的相關操作。

之所以會選擇電話服務為主的工作，是因為週遭朋友一致認為我的聲音適合做電話工作，但剛開始尋找電話客服工作時，會因為每個公司的作業系統和時間上的限制，導致我無法適任電話客服的工作。但很幸運的是中華電信願意將電話客服工作釋放出來，並且願意與淡江大學盲生資源中心合作與研發適合我們的介面，使得我越來越靠近夢想。在培訓的期間，我也學習到許多專業的知識與技能，真是感謝中華電信與淡江大學盲生資源中心給予的許多幫助。期許自己未來可以成為一個具有愛心、耐心、同理心的專業電話客服人員，也能為中華電信和我自己的形象加分。

楊志美

弱勢團體優惠補助

中華電信長期針對弱勢族群，提供在電信服務上的補助，讓他們能享有基本的通訊權利：

優惠方案	優惠內容	受惠人數與金額
低收入戶 寬頻上網優惠	● 光世代6M/2M、20M/5M、60M/15M電路費月租費按月租費訂價5折計收。 ● ADSL 2M/64K及5M/384K電路月租費按月租費訂價5折計收。	 15,833 NT\$3,927仟元
身心障礙者 寬頻上網優惠	● 光世代用20M/5M及60M/15M電路費月租費按月租費訂價9.5折計收。 ● ADSL 5M/384K電路月租費按月租費訂價8.5折計收。 ● 其它速率電路月租費按月租費訂價9.5折計收。	 1,311 NT\$1,674仟元
公話卡補助	● 針對弱勢族群申請者，發給面額100元IC公話卡。	 24,802 NT\$4,992仟元
關愛系列 資費優惠	● 每月加送一倍抵用國內通信費的金額。 ● 免費發送網內簡訊300則及網外簡訊100則。	NT\$22,800仟元
弱勢族群行動 上網服務優惠	● 提供低月租費惠方案的贈送或抵免國內通信費、網內外網簡訊及影像電話優惠措施。	NT\$1,240仟元
健康上網 公益優惠	● 針對低收入戶提供第一年免費優惠，讓孩子上網可受到HiNet色情守門員的保護，遠離色情、暴力、自殺、武器、賭博、毒品等有害網站。	 164



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE CHUNGHWA TELECOM CO., LTD.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT OF 2013

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by CHUNGHWA TELECOM CO., LTD. (hereinafter referred to as CHT) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report (hereinafter referred to as CSR Report) of 2013. The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Communications Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables contained in this report.

The information in the CHT's CSR Report of 2013 and its presentation are the responsibility of the superintendents, CSR committee and the management of CHT. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the CHT's CSR Report of 2013.

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

The SGS Group has developed a set of protocols for the Assurance of Sustainability Communications based on current best practice guidance provided in the Global Reporting Initiative (hereinafter referred to as GRI) 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 Organization.

This report has been assured using our protocols for:

- evaluation of content veracity at a high level of scrutiny for CHT and moderate level of scrutiny for subsidiaries, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report ;
- evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008);
- evaluation of the report against the GRI Sustainability Reporting Guidelines (G4 2013); and
- evaluation of the report against the GRI Telecommunications Sector Supplement (Pilot Version 1.0).

The assurance comprised a combination of pre-assurance research; interviews with relevant superintendents, CSR committee and the management; 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 affirms our independence from CHT, being free from bias and conflicts of interest with the organization, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors experienced in one or more of the following; AA1000, GRI, ISO 26000, ISO 20121, ISO 14001, OHSAS 18001, SA8000, SMETA, EICC, ISO 50001, QMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SGS Integrating Sustainability Communications service provision.

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 CSR Report of 2013 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of CHT sustainability activities in 01/01/2013 to 12/31/2013.

The assurance team is of the opinion that the report can be used by the Reporting Organization's Stakeholders. We believe that the organization has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. The report is the sixth to be assured by an independent assurance team and CHT has taken a bold step by offering the report to evaluation against both GRI G4 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 GRI G4 Comprehensive Option, GRI Telecommunications Sector Supplement (Pilot Version 1.0) and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2, High level assurance.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES 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 surveys and communication to its employees, consumers, investors, authorities, local communities, suppliers, media, and other stakeholders. CHT has established its direct engagement with stakeholders by setting up meetings with stakeholder and having dialogue between CHT's management and stakeholders. For future reporting, CHT might consider continuing the proactively direct engagement with stakeholders.

Materiality

CHT has established appropriate processes for determining issues that are material to the organization implemented appropriate process for determining issues that are material to the organization. Formal review has identified and direct engagement with stakeholders and those issues that are material to each group, moreover the report has addressed theses at an appropriate level to reflect their importance and priority to the identified stakeholders. For future reporting, CHT may consider profiling the sustainability impacts outside of organization in more detail.

Responsiveness

The report cover comprehensive response to the issue and stakeholders concerns relating to CHT's activities. Future reporting would benefit from the results of direct engagement with identified stakeholders.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, CHT's CSR Report of 2013, is adequately in line with the GRI G4 Comprehensive Option and GRI Telecommunications Sector Supplement (Pilot Version 1.0). The material aspects and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material aspects and boundaries, and stakeholder engagement, G4-17 to G4-27, are correctly located in content index and report. More disclosure on subsidiaries, supply chain management and material aspects having boundaries outside of the organization are encouraged in future reporting.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



Dennis Yang, Chief Operating Officer
Taipei, Taiwan
16 July, 2014
WWW.SGS.COM



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-8

G4 Index

一般標準揭露				
指 標	描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p104-105
策略及分析				
G4-1	提供組織最高決策者的聲明	8-9		V
G4-2	描述關鍵衝擊、風險及機會	32,77		V
G4-3	組織名稱	2		V
G4-4	主要品牌、產品與服務	44-45		V
G4-5	組織總部所在位置	2		V
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	台灣		V
G4-7	所有權的性質與法律形式	31, 32		V
G4-8	組織所提供服務的市場	台灣		V
G4-9	組織規模	10-13		V
G4-10	員工總數	13, 61, 62		V
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	64		V
G4-12	組織的供應鏈	24-27		V
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	無		V
G4-14	組織是否具有因應相關之預警方針或原則	33-34		V
G4-15	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	20,32		V
G4-16	組織參與的公協會和國家或國際性倡議組織的會員資格	32, 48, 78		V
G4-17	組織合併財務報表或等同檔中所包含的所有實體	詳中華電信2013 年年報p15-16		V
G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程	4,5		V
G4-19	所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	4,5		V
G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界	4		V
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界	4		V
G4-22	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	無		V
G4-23	和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	2		V
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	21		V
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	21		V

一般標準揭露

指 標	描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p104-105
G4-26	說明與利害關係人議合的方式	21		√
G4-27	說明經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些關鍵議題與關注事項	6		√
G4-28	所提供資訊的報告期間	2		√
G4-29	上一次報告的日期	2013/8/31		√
G4-30	報告週期	每年1次		√
G4-31	可回答報告或內容相關問題的聯絡人	2		√
G4-32	組織選擇的「依循」選項	2		√
G4-33	說明組織為報告尋求外部保證/確信的政策與現行做法	2		√
G4-34	組織的治理結構	31		√
G4-35	最高治理機構針對經濟、環境及社會議題，授權委任給高階管理階層與其他員工的流程	19		√
G4-36	組織是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，並是否直接向最高治理機構報告	19		√
G4-37	利害關係人與最高治理機構在經濟、環境和社會議題上諮詢的流程	19		√
G4-38	按分類，說明最高治理機構及其委員會的組成	31		√
G4-39	最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	是		√
G4-40	最高治理機構及其委員會之提名與遴選流程，以及最高治理機構成員提名和遴選的準則	31		√
G4-41	最高治理機構如何確保避免及管理利益衝突之流程，及是否有向利害關係人揭露利益衝突	19		√
G4-42	最高治理機構與高階管理階層，在發展、核准與更新該組織之宗旨、價值或願景、策略、政策，以及與經濟、環境、社會衝擊相關之目標上的角色	19		√
G4-43	為發展與提升最高治理機構在經濟、環境和社會議題上的整體知識所採取的措施	詳中華電信2013年 年報p65-66		√
G4-44	說明最高治理機構在經濟、環境和社會議題表現的評量流程	19		√
G4-45	說明最高治理機構於鑑別與管理經濟、環境與社會產生之衝擊、風險和機會所扮演的角色	19-20		√
G4-46	最高治理機構在檢視組織針對經濟、環境和社會議題風險管理流程之有效性上的角色	19-20		√
G4-47	最高治理機構檢視經濟、環境和社會衝擊、風險與機會之頻率	19		√

一般標準揭露

指 標	描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p104-105
G4-48	最高層級委員會或職位，其職責為正式檢視及核准組織永續性報告書，並確保已涵蓋所有重大考量面	19-20		✓
G4-49	與最高治理機構溝通重要關鍵議題的程式	19		✓
G4-50	與最高治理機構溝通之重要關鍵議題的性質和總數，以及後續所採取的處理和解決機制	31		✓
G4-51	按類型，說明最高治理機構和高階管理階層的薪酬政策	詳中華電信 2013年年 報p28-33		✓
G4-52	說明薪酬決定的流程。說明是否有薪酬顧問參與薪酬的制定，以及他們是否獨立於管理階層	31		✓
G4-53	如適用時，說明如何尋求利害關係人意見並將其意見與薪酬結合	31		✓
G4-54	在主要營運據點的每個國家中，組織中薪酬最高個人之年度總收入與組織在該國其他員工年度總收入之中位數的比率	61		✓
G4-55	在主要營運據點的每個國家中，組織中薪酬最高個人年度總收入增加之百分比與組織在該國其他員工平均年度總收入增加百分比之中位數的比率	目前無資料	由於近兩任董事長任職皆未滿一年，故無法進行數據之比對	✓
G4-56	組織之價值、原則、標準和行為規範	35		✓
G4-57	對倫理與合法行為徵詢意見及組織誠信相關事務之內外部機制	64		✓
G4-58	對於舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內、外部機制，如透過直屬管理向上報告、舉報機制或是專線。	64		✓

特定標準揭露

指 標	描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部鑒證 p104-105
-----	-----	-------	------------	------------------

類別：經濟

考量面：經濟績效

管理方針 p13	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	13		✓
	G4-EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	77-80, 87-90		✓
	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的範圍	73-75		✓
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	13		✓

考量面：市場形象

管理方針 p61	G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	61		✓
	G4-EC6	在重要營運據點僱用當地居民為高階管理階層的比例	全體員工皆為本國籍		✓

考量面：採購實務

特定標準揭露					
指 標		描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p104-105
管理方針 p24	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	82		√
類別：環境					
考量面：排放					
管理方針 p79-80	G4-EN15	直接溫室氣體排放(範疇一)	82		√
	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量(範疇二)	82		√
	G4-EN17	其他間接溫室氣體排放量(範疇三)	目前無資料	預計未來會計算	√
	G4-EN18	溫室氣體排放強度	82		√
	G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	87-90		√
	G4-EN20	臭氧層破壞物質(ODS)的排放	非製造業， 不適用		√
	G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他顯著氣體的排放	非製造業， 不適用		√
考量面：產品與服務的環境影響					
管理方針 p77, 78	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	87-90		√
	G4-EN28	按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比	81-86		√
考量面：遵守環境相關法規					
管理方針 p36	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數數	無		√
類別：社會					
子類別：勞工實務與尊嚴勞動					
考量面：勞雇關係					
管理方針 p64	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	62-63		√
	G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利	73-75		√
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	75		√
考量面：勞資關係					
管理方針 p64	G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	64		√
考量面：職業安全健康					
管理方針 p68	G4-LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	68		√

特定標準揭露

指 標		描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p104-105
管理方針 p68	G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	70		V
	G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工	無		V
	G4-LA8	工會正式協約中納入健康與安全相關議題	68		V
考量面：教育訓練					
管理方針 p65	G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	71		V
	G4-LA10	強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	65, 66, 71		V
	G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	66		V
考量面：供應商勞動條件評估					
管理方針 p26	G4-LA14	針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	目前無資料	2014年執行	V
	G4-LA15	供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	目前無資料	2014年執行	V
子類別：社會					
考量面：當地社區					
管理方針 p57, 95	G4-SO1	營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	57, 58		V
	G4-SO2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運據點	57, 58		V
考量面：反競爭行為					
管理方針 p36	G4-SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果	36		V
子類別：產品責任					
考量面：顧客健康與安全					
管理方針 p57, 58	G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	57, 58		V
	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	無		V
考量面：產品與服務標示					
管理方針 p57	G4-PR3	依組織資訊與標示程式所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定之重要產品及服務類別之百分比	100%		V

特定標準揭露

指 標		描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p104-105
管理方針 p57	G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量總數	無		V
	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	59		V
考量面：行銷傳播規範					
管理方針 p36	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	無		V
	G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣的法規及自願性準則的事件總數	36		V
考量面：顧客隱私					
管理方針 p52	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	53		V
考量面：遵守產品相關法規					
管理方針 p36	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	無		V
子類別：內部管理					
考量面：基礎建設投資					
管理方針 p54, 55	IO1	在電信網路基礎設施方面的投資	54, 57, 58		V
	IO2	因「電信普及服務」之義務，提供非營利服務的淨成本	100		V
考量面：健康與安全防護措施					
管理方針 p68-70	IO3	建造和維護通信設施時，確保人員健康與安全的措施	68-70		V
	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	57, 58		V
	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	57, 58		V
	IO6	與手機電磁波能量特定吸收比率(SAR)有關的政策和措施	57		V
考量面：基礎建設					
管理方針 p50, 51	IO7	選擇天線和傳輸站建置地點的政策和措施	50, 51		V
	IO8	獨立基地台、共用基地台、既有建物上的基地台數量及比例	75%, 25%, 100%		V
子類別：提供近用權					
考量面：縮短數位落差					
管理方針 p95	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	55, 100		V

特定標準揭露

指 標		描 述	頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p104-105
管理方針 p95	PA2	克服取得與使用通信產品和通信之障礙政策與措施	95, 98, 102, 103		V
	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	95, 98, 102, 103		V
	PA4	在有營運的地區，量化通信產品與服務的普及程度	54		V
	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	103		V
	PA6	在緊急狀況與救援時，提供通信產品及服務的方案	55		V
考量面：產品與服務內容管理					
管理方針	PA7	管理取得和使用電信產品與服務有關之人權議題	58		V
考量面：顧客關係					
管理方針 p56	PA8	推動電磁波相關議題公開溝通的政策與措施	57, 58		V
	PA9	在電磁波研究計畫與活動的資金總投入	57		V
	PA10	確保收費與費率明確的活動	52		V
	PA11	告知顧客產品特性和應用資訊之活動	56, 57		V
子類別：技術應用					
考量面：資源使用效率					
管理方針 p41	TA1	如何在提供通信產品與服務時，提高資源利用效率	22, 23, 42		V
	TA2	通訊產品、服務與應用，具備哪些可取代有形產品的潛力	44, 45, 87, 88		V
	TA3	揭露由於TA2所舉例的通信產品與服務而帶來的變化	44, 45, 87, 88		V
	TA4	揭露對客戶使用上述產品和服務的間接效果之評估	44, 45, 87, 88		V
	TA5	描述企業在智慧財產權和開放源頭技術的作為	42		V



本報告書採用不含重金屬之環保紙張及改善地球生態環境的環保大豆油墨印製



領 航 智 慧 城 市
Smart CSR Leads Smart City