

誠信公司治理



以最高倫理標準從事營運作為，確保各項營運風險都能夠被辨識並加以管控，讓營運不中斷。

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。

推動供應商CSR二者稽核。

預計於**2015**年規劃提供給供應商CSR課程，期望能帶動供應商一同落實CSR。

短期 持續向供應商溝通永續發展的重要性。

中長期 **2020**年關鍵供應商CSR二者稽核比例達到**90%**。

CHT 獨立董事比例 **38%**

GRI 在地採購比例 **76%**

CHT 供應商稽核: 問卷**211**家；現場訪視**63**家；二者稽核**10**家



董事會成員經歷與能力：<http://goo.gl/1qBlh7> (p14-17)
董監事進修：<http://goo.gl/1qBlh7> (p63-64)

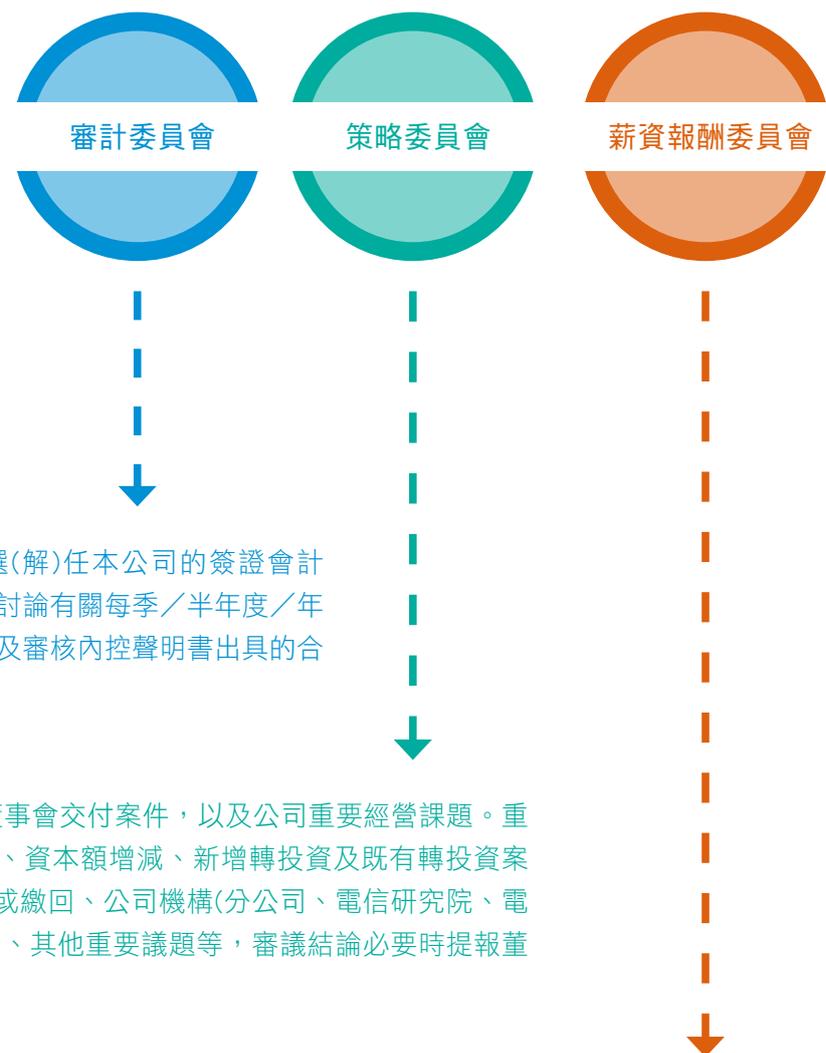
G4-34,G4-38-G4-40,G4-51

誠信透明管理

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9名，女性4名)，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。而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。

中華電信董事會下分設3個功能性委員會，健全監督功能及強化管理機能：



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5-7位董事組成，負責審查董事會交付案件，以及公司重要經營課題。重要經營課題包括：預算編修訂、資本額增減、新增轉投資及既有轉投資案增減資或撤資、經營執照取得或繳回、公司機構(分公司、電信研究院、電信學院)調整、中長期發展計畫、其他重要議題等，審議結論必要時提報董事會議決。

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。



G4-40,G4-41

避免利益衝突

中華電信董事長身兼執行長，董事的選任，係依證交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：

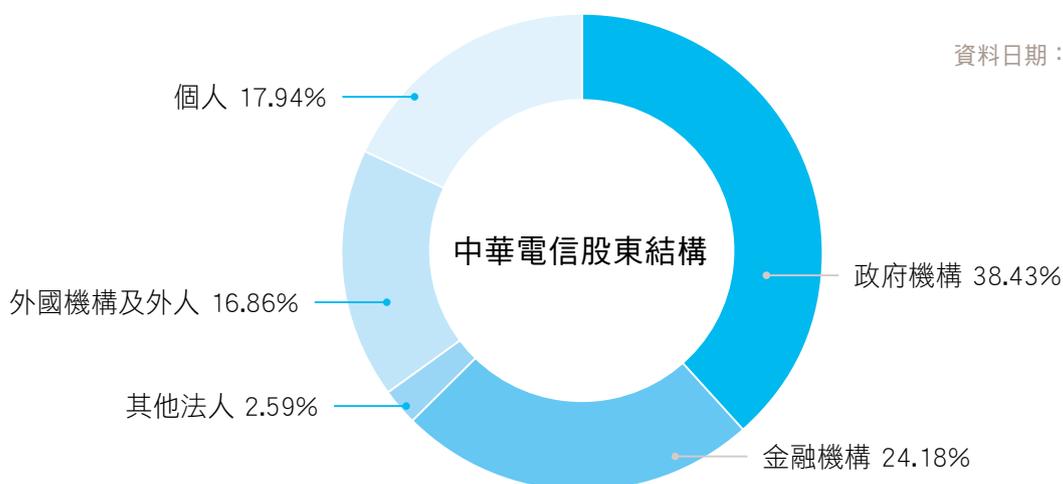
- 新任董事均須簽署願任同意書，遵守公司法第23條的規定，忠實執行業務及盡善良管理人的注意義務。
- 所有董事均須簽署聲明書，聲明已確知公司法第206條有關表決權行使的迴避內容及其違反的法律效果。
- 董事會議事規範第17條已明定董事應自行迴避事項。
- 在董事的高道德自律標準，及完整機制的運作下，中華電信董事會成立迄今並未有任何利益衝突事件發生。

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。

G4-7

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。



G4-15

遵循全球盟約的精神

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不當勞動行為，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升，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《商業與人權框架》及其《指導原則》，不定期依據這兩份文件，進行人權盡職調查。

G4-2,G4-14

確實掌握營運風險

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，執行董事會風險管理決策，以確保各項營運風險都能夠被辨識並加以管控，使營運不中斷，保障股東、投資人及所有消費者的權益。

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。

中華電信於2006年由董事會核定「中華電信股份有限公司風險管理規則」，明確規範公司風險管理政策、運作機制及管理程序，以為全體員工執行業務之依據。就營運目標、財務報導正確性及高影響性風險事件加以分析與因應，並設有企業風險管理(ERM)系統，管控各項業務之風險，各單位風險經理人按月對其所提之風險目標及風險事件確實填報最新訊息，並檢討及調整風險應變措施，重估風險影響值，發揮系統化記錄、管理、與追蹤之功能。

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：新台幣百萬元

2012年	3,206
2013年	3,384
2014年	3,441

氣候變遷風險管理

全球氣候變遷是21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，中華電信員工超過2萬人，營運範圍遍及全國。如因氣候變遷所引發之傳染疾病，將影響工作人員日常維運及服務。

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ICT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ICT產業的營運風險，並借此擴大中華電信對社會大眾的影響力。

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，備援電池可維持至少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(SMR)容量。



「中華電信行為準則」：<http://goo.gl/bLTJIH>

「中華電信誠信經營守則」：<http://goo.gl/Q2yB4R>

G4-56

重視道德廉潔

為確保所有員工均能以最高倫理標準從事營運活動，我們訂有「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。

該行為準則除了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，並內化於個人行為道德的DNA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。
- 為利董事、經理人與員工於執行業務遵循辦理，以落實誠信經營，制定誠信經營守則、誠信經營作業程序及行為指南。
- 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、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、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，我們訂立了「誠信經營守則」、「行為準則」、「誠信經營作業程序及行為指南」，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，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。2014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。

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。中華電信員工資訊入口網站／員工園地中，設有受理員工申訴檢舉專線等資料。

2014年共受理申訴案85件，結案85件，處理中0件，其中檢舉洩漏客戶資料案47案，其他違紀案38件。查證結果計有違反保密規定案1件、其他違反行為準則、紀律案8件，共計15人。對於受理的案件，均依據中華電信相關作業規定及處理原則辦理調查，查證結果如確屬違規，則視情節予以適當議處，包括口頭告誡、申誡、記過、記小過並調離原工作單位、記大過並調降職務一級等處分，製成案例並加強宣導，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。

遵守國際電信規則並恪守人權義務

G4-15

中華電信是國際電信世界大會的會員，該會訂定《國際電信規則》規範，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。

誠實納稅的原則

中華電信承諾作為誠實的納稅義務人，高品質的稅務遵循是我們的核心理念：

- 遵循現行稅務法規，正確地計算稅賦並即時繳納。
- 面對攸關的稅務法規變化能快速的評估影響並應變。
- 定期在年報揭露稅賦資訊予利害關係人知悉，確保資訊透明性。
- 和稅捐稽徵機關保持開放且誠實溝通的關係。



透明的資訊揭露



連續九年獲得資訊揭露評鑑A++級前十名

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。

為了達到資訊即時傳遞，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。

中華電信在資訊揭露的努力及投入，獲得了2014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，中華電信已連續九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，持續爭取利害關係人的信任與支持。

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ICT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，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，中華電信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的中間價格。NCC已自2013年起分4年逐年降低行動電話接續費率，包括2G、3G與通訊系統用戶，從原接續費率2.15元降到2016年的1.15元，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、民眾對基地臺有疑慮、「吃到飽」費率(Flat Rate)，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「基地臺建設」及「行動通信資源」無法有效分配，而不利於行動寬頻產業發展。對此，我們將持續與利害關係人溝通，建立有利於行動寬頻發展的健康環境。

*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。

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，2014年，中華電信並無受到稅務、不當勞動行為、違反公平交易法之裁罰，但總計有85件、共計新台幣3,339萬元之罰款項目，主要源於基地臺申裝的裁罰，茲將主要原因，及後續改善方式說明如下：

基地臺申裝

中華電信長期在消費者「抱怨收訊不良」，及消費者在「基地臺可能影響健康」因素拉扯下，在營運過程中常因基地臺問題而遭受裁罰或行政處分等情事。

在考量保障消費者的通信權益，及基地臺站點難尋之情況下，設置基地臺時我們依據「中華電信行動通信分公司行動電話基地臺房地租賃作業要點」辦理，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臺建設及調整事項
- 持續與主管機關溝通，適度放寬基地臺設置規範
- 持續努力，讓基地臺管理法規更明確、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

回應2014年12月未落實電信機房門禁管理事件

針對去年因機房門禁管制不當、遭受NCC裁罰的事件，我們後續即刻進行相關改善措施，以避免類似事件再次發生：

一、加強門禁管理措施、機制

為強化員工對通信機房安全之重視，我們特將原門禁管理辦法內之相關條款，補強各項安全管理機制，另訂「通信機房安全管理要點」：

- 通信機房入口處應建置進出存取權限之管制系統，設定允入白名單，並設置「機房進出登記單」，記錄非允入人員進出資料，及由專人全程陪同。
- 機房主管單位應指派專人擔任機房安全管理員，負責門禁刷卡機之管制管理。
- 機房安全管理員每月檢視機房允入名單及進出紀錄至少1次，並將檢視結果送權責主管覆核。

二、懲處機制

- 對於維護設施安全及機房安全管制，績效卓著或有特殊貢獻者，從優獎勵；違反者依情節輕重議處。有關獎懲依「中華電信股份有限公司從業人員獎懲標準」辦理。
- 完成「門禁管理規範」教材，並透過網路教學進行宣導與教育。

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，經營中華電信品牌形象，增加消費者品牌好感度與市佔率。長期經營累積「為了你，一直走在最前面」的品牌資產及核心價值，向消費者溝通提供最佳數位生活的努力。

中華電信採集中式品牌架構兼顧獨立式品牌呈現，由總經理負責品牌的創設、管理及修正的指導，並與各分公司總經理溝通，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，操作地域型專屬品牌。

- 品牌政策：採集中策略、兼顧個別領域發展需求。
- 品牌管理：由總公司負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。

2014年品牌肯定

- 《管理雜誌》「消費者心目中理想品牌調查」行動電信業者第一名、數據網路服務第一名
- 《讀者文摘》十度蟬聯「信譽品牌」白金獎
- 《今周刊》連續七度蟬聯「商務人士理想品牌大賞」電信業首獎
- 《遠見雜誌》「遠見五星服務獎」電信業首獎
- 《天下雜誌》「金牌服務大賞」- 連續2年電信類第一名
- 《天下雜誌》「最佳聲望標竿企業」電信類第一名
- 《30雜誌》五度蟬聯「Young 世代品牌大調查」的「最常使用品牌」、「最想擁有品牌」雙料冠軍
- 《數位時代》「數位服務標竿企業」年度總冠軍&三度蟬聯「資訊通路及通訊產業類」首獎

品牌管理與評估機制

- (1) 由中華電信總公司統一制定及發佈企業識別規範，相關單位及分公司依此遵守使用，累積及提升企業形象。為使全公司員工認識及瞭解企業識別規範並能正確使用，於2014年辦理企業識別宣導教育訓練，遇有企業識別使用疑問或企業識別商標相關問題，統一由總公司釋疑及管理。
- (2) 為使發揮整合及加成綜效，訂定「中華電信關係企業品牌及廣告管理要點」，在不違反關係企業設立目的之前提下，透過企業識別體系(CIS)之妥善運用，展現企業集團之關連性，提升整體形象。
- (3) 為有效運用行銷資源，聚焦品牌經營，提升經營效益，透過品牌帶領產品方式，有效強化客戶溝通效果，訂定「中華電信產品命名原則」。依品牌內涵所定表徵範圍，區分為「企業品牌、業務品牌、產品品牌」。各品牌命名依照有效溝通原則、國際化原則及作業標準化原則，依照服務品牌命名要與子品牌有相關，或使用群化概念，使名稱於所提供服務高度連結，讓消費客戶易於理解服務內容，並累積企業整體形象。

內部員工品牌研究專案

2014年我們推動了「中華電信及分公司品牌定位及傳播運用」研究，我們試著釐清重點業務定位，藉由面訪式的市場調查，瞭解消費者對於中華電信品牌認知。

透過共識的建立，不僅未來可提升決策效率及品質，更能清楚傳遞企業整體及重要業務理想形象。在實質作為上，已將制訂中華電信產品命名原則及修訂CIS規範兩項，做為優先執行項目，未來，並將定期檢視品牌內涵及其生命週期，因應現況及發展需求適時給予調整。

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，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，為了消費者，一直走在最前面！

在母品牌的精神領軍下，展開旗下各品牌，包括行動通信品牌emome長期經營的「Keep in touch 行動觸動真感動」到近期4G LTE的「世界越快，心 則慢」；數據通信HiNet不斷提升光纖寬頻速率，持續操作的「HiNet就是快」；國際電信備受好評感動人心的「每一句話都是思念」，以及「數位電視首選MOD」；加上提供中小、大企業最佳解決方案，與客戶一起打拼的企業客戶服務。各品牌皆廣受客戶認同，也獲獎無數，使中華電信持續朝「成為最有價值與最值得信賴的資通訊公司」的願景邁進。



G4-12

負責任的供應鏈管理

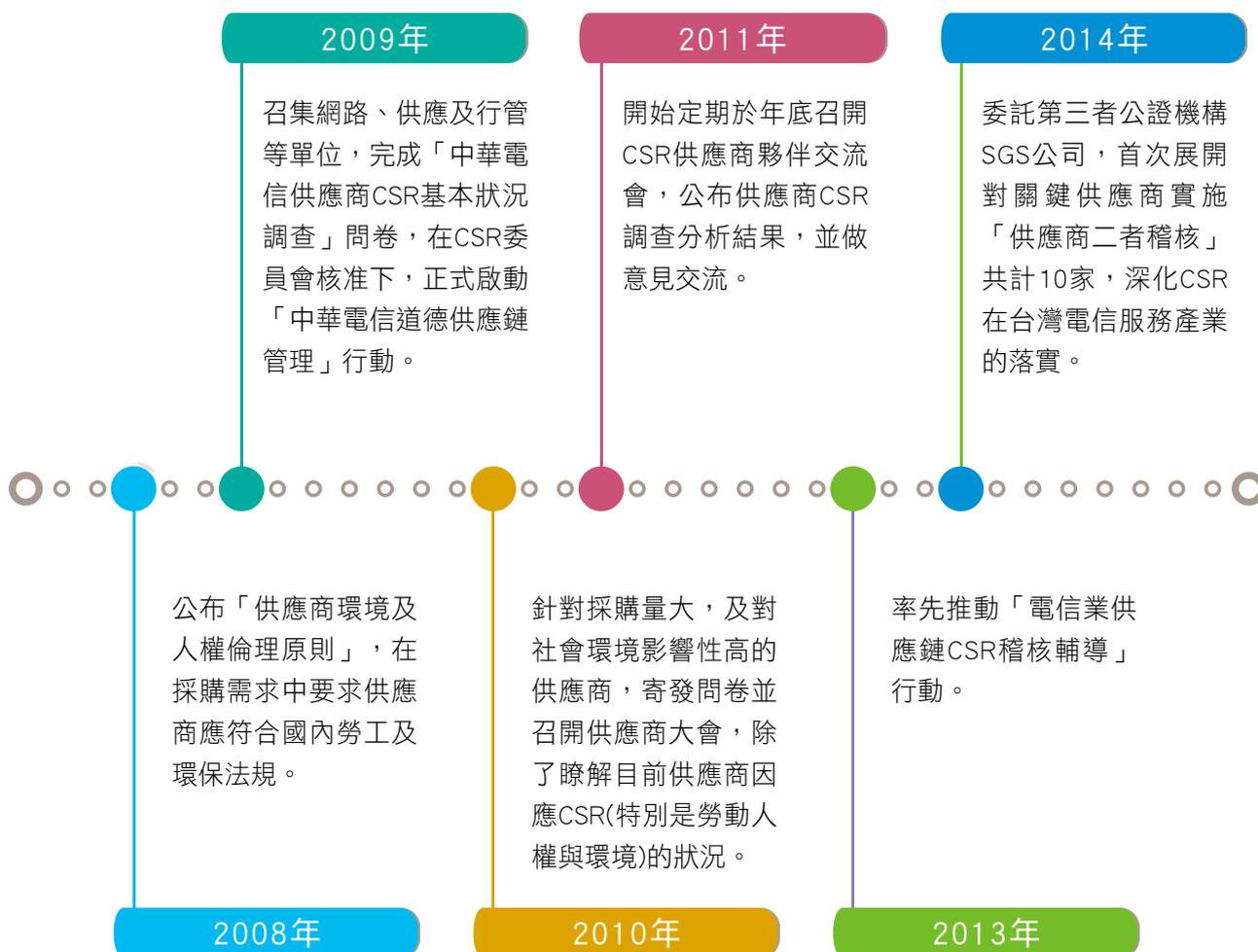
我們與供應商存在著密不可分的關係，為提供廣大消費者優質服務，中華電信秉持著互利共榮理念，在「中華電信行為準則」明訂：「必須以公平的方式對待供應商，不以隱匿、濫用優勢或其他實質上的誤導，取得不公平的利益並嚴禁自供應商取得不當的利益；也不會與競爭對手聯合杯葛或拒絕與供應商的交易，甚至是市場的壟斷行為」，與供應商夥伴共創雙贏。

中華電信每年向國、內外供應商採購可分為三類：財物、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供應商夥伴交流會」，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。

領先業界的供應鏈CSR管理行動



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2008年開始推行供應商CSR管理，除了不斷完善相關制度，我們更在2014年，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、勞工、環境，以及安全與衛生」等面向的期望，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。期望供應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。我們也於2013年修訂了「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

- (1) 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)
- (2) 投標廠商須無不誠信行為之紀錄。
- (3) 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。
- (4) 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)



承攬人勞工安全衛生管理要點

為強化安全衛生現場稽核，落實現場安全衛生規定，北、南分公司及行通分公司轄下各營運處職安衛人員(不含主管)，平均每週至少實施安全衛生現場巡視三次(每次半天)，2014年共巡視8,313次。若發現缺失事項即通知相關單位追蹤改善。

採購狀況

契約種類	採購地區	2012年		2013年		2014年	
		家數	採購比例	家數	採購比例	家數	採購比例
勞務	國內	2,322	13.7%	2,203	13.6%	2,085	15.8%
	國外	0	0.0%	1	0.0%	32	0.9%
財物	國內	2,975	43.5%	2,859	34.1%	2,483	39.0%
	國外	53	25.2%	44	28.9%	57	22.5%
工程	國內	1,849	17.6%	1,755	23.4%	1,653	21.6%
	國外	0	0.0%	0	0.0%	4	0.1%
總計		7,199	100%	6,862	100%	6,314	100%

率先推動供應商企業社會責任二者稽核

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。2014年，我們回收了211份問卷，進行整體CSR建置狀況評估，並進行分級。

2014年，也執行63家土木線路廠商的稽核工作，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115次。中華電信並正式委託外部驗證單位，選擇10家關鍵供應商執行「供應商CSR二者稽核」，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。

對於CSR程度處於剛起步階段的供應商，我們採取鼓勵原則，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「CSR供應商夥伴交流會」，針對最新的CSR發展狀況、議題及趨勢，邀請專家進行分享，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。

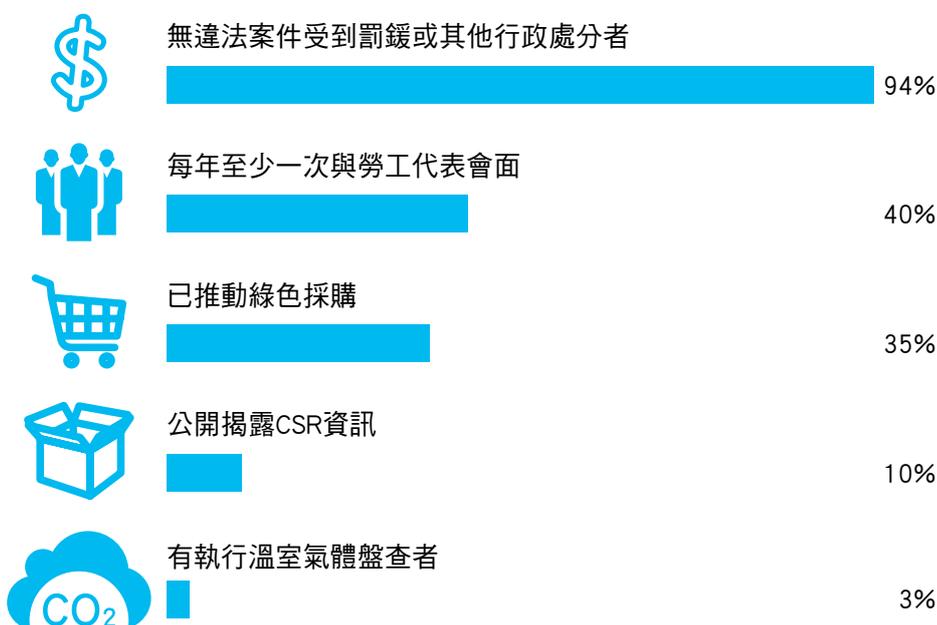
供應商管理與獎勵機制

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。2014年，稽查52家供應商，共違規記點117點，罰款金額共計新台幣1,078仟元。

為獎勵評鑑績優廠商，我們將於2015年於南部地區試行推辦辦理下列之優惠措施，進而評估成效推及全區適用，希望能藉此發揮大企業的影響力，讓更多企業落實企業社會責任。

- 投標免繳納押標金。
- 得標簽約時，繳納履約保證金之額度調降為契約金額5%。
- 公告評選項目中評選5%的計列，未來將逐步探討增加比例可行性之規劃中。

供應商CSR狀況調查重點資訊揭露



響應供應商推動CSR倡議

2014年，我們舉辦了第四屆「中華電信CSR供應商夥伴交流會」，由總經理石木標擔任主持人，總計有58家廠商，共70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，讓供應商了解中華電信對社會責任的想法與做法；此外，我們公開表揚5家「年度CSR績優」供應商，包括二者稽核及資訊揭露績優廠商獎，除了鼓勵其在企業社會責任的投入，也期望帶動仿效風氣，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。

2014年，也邀請到宏達電(HTC)代表，與我們分享Power To Give公益專案，希望透過CSR倡議平台將閒置資源共享予社會、協助國際研究發展的理念，並符合我們以電信科技提升資源使用效率的核心價值，期待透過供應商大會嫁接CSR倡議平台，讓與會者能針對CSR有更多的交流與互惠，達成供應商大會，交流、共同成長的目標。

邀請供應商參與CSR活動

因全球氣候變遷影響所產生的極端性氣候，造成許多複合式災害的產生，影響社會大眾生命財產及產業發展的經濟損害。

對此，2014年中華電信投入經濟部水利署專案，於北、中、南各舉辦一場「水利防災·企業論壇」，並廣發mail邀請全區供應商共襄盛舉，期透過與民間企業、學術單位與政府合作交流，喚起更多企業界支持防災減災工作及落實企業社會責任，擴大社會大眾對防災避災議題之討論及強化防汛抗旱的應變能力。



與合作夥伴互利共生

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。

- 健康管理：與雙和、萬芳、北醫附醫三所醫院合作電子病歷系統；整合成大穿戴式設備，並合作健管師助理服務；與長庚、台塑生醫合作爭取政府「加速行動寬頻服務及產業發展方案」補助計畫，帶動健康產業升級。
- Hami+書城與春水堂科技合作，由中華電信提供平台，春水堂科技負責與出版社洽談電子書內容版權與採購、電子書轉製、書城Portal、Reader App、客服處理、書城整體營運等工作，有利於國內電子出版業之業務推動。
- 與Intel於2014年8月簽訂新合作備忘錄，針對物聯網、雲端運算及SDN進行合作。利用Intel處理器、開源軟體為基礎進行POC概念驗證，測試以Intel方案為基礎的SDN服務，降低企業客戶在網路架構管理上的成本。

「愛.健康雲」聯盟，打造雲端醫療照護

中華電信與華碩、秀傳醫院共同拓展「愛.健康雲」聯盟，整合雲端科技及醫療照護，建構健康雲生態圈，並積極參與政府在邦交國帛琉的醫療計劃，透過華碩提供IT硬體、中華電提供相關軟體的方式，把首次由台灣本土廠商打造的健康雲輸出海外。

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。2014年，共開課58班，合計供應商上課家數63家、參與人數2,673人，並協助1,283人取得相關認證。

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。2014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。