

傾聽客戶聲音



多元化的服務管道，提供消費者全方位、高品質且具效率的服務。

- 成立專業的技術服務團隊
- 營業櫃台導入SGS Qualicert國際服務品驗證
- 設置專職內部顧問師及輔導師，推動全區精緻化服務輔導
- 設立感動服務區
- 門市通路轉型升級計畫
- 取得個人資訊管理系統驗證

回應基地臺蓋與不蓋的難題。

讓客戶在中華電信都能找到最適合自己高品質的產品與服務。

GRI 一般消費者滿意度 **7.3**分
CHT 每百萬客戶客訴 **182**件



中華電信重視消費者聲音，在行銷推廣上，除了傳遞產品服務之技術特色，更從消費者角度出發，訂定嚴謹的行銷及服務標準，及多元化的服務管道，提供消費者全方位、高品質且具效率的服務。

為了因應都市化人口大量聚集趨勢，2014年，我們在六大都會區，再建置48個服務據點，服務據點達到744個，並持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。

通路轉型與升級

為強化服務品質，我們推動了門市通路轉型升級計畫，期望讓消費者得到更快速便捷的服務，相關措施包括了：

- 持續建置增設門市，擴充通路服務能量：截至2014年12月止，已成立165個增設服務中心，全台灣實體通路服務直營門市469個，特約門市275個，共計已達744個。
- 設置專職「區輔導」：主要負責增設門市店務經營管理、行銷績效等輔導，強化門市客服品質及經營管理效能。
- 建立門市客服品質三級自檢、查核與輔導機制：門市自行查檢、營運處輔導、抽檢門市，與分公司輔導、抽檢營運處門市，提升臨櫃客服品質。

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。2014年並無違反健康安全、產品標示等相關法規的事件。

產品服務數量

約3,500件

產品資訊平台 - 客服資訊站

內網建置「訊息收納專區」，專人審核訊息內容上傳資訊站，供所有客服中心與服務中心查詢

消費者進線

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。

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，以嚴謹的組織、管理系統及控管機制，確保消費者個資安全。2014年客服進線疑似洩密申訴案件共計44件，較2013年57件下降23%。該類申訴案件約佔全年客服專線受理量0.0001%。客戶透過外部組織投訴，經調查皆無洩漏個資之事實。

組 織	「資訊策略委員會」下增設「個資保護工作小組」
政策與程序	(1) 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 (2) 配合個資法，新增「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
管理系統	(1) 2007年取得ISO 27001資安認證 (2) 2010年擴大ISO 27001國際資安標準認證專案 (3) 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
人員控管 機制	(1) 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 (2) 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 (3) 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
客服控管 機制	(1) 風險：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 (2) 因應： <ul style="list-style-type: none">● 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。萬一有個資外流狀況發生，客服中心會按ISO 9001「疑似洩密案件處理作業程序書」進行妥善處理



澄清「消費者門號遭不當使用」案件

2014年底，中華電信接獲NCC告知，有消費者反應門號遭不當使用。對此，我們立即進行調查，經確認在客服內部的使用紀錄，皆為客戶服務使用之合理範圍內，為提供服務客戶而進行之正當查詢。將相關查證報告與佐證資料交付NCC後，確認中華電信並無任何違法情事，已存檔結案。



率先取得個人資訊管理系統驗證

中華電信行動客服專線於2013年率先取得BS10012國際驗證，為國內第一家通過驗證之電信業者。2014年，通過數據、寬頻、國際、企客、部分固網等專線認證，預計2016年，查號、固網專線通過驗證後，屆時所有客服專線均完成驗證，中華電信將成為個資保護標竿企業。

確保服務品質

為提供更「廣」的無線電波涵蓋、更「優」的行動通信品質，中華電信近年繼續辦理4G行動通信系統「量」的擴充與「質」的提升，並持續引進新技術(如Carrier Aggregation、Voice over LTE等)，搭配1,800/900MHz高低頻段基地臺，由點、線、面構成綿密的網路涵蓋，以提供更廣泛、更優質的行動寬頻網路服務。

我們規劃2012年-2016年，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。

同時，為因應數位匯流與智慧數位新生活之需求，中華電信亦推出300Mbps光纖高速上網服務，滿足用戶各種高速上網及寬頻應用服務快速發展需求，引領台灣正式由M時代進入G時代。

2014年底，100Mbps家戶涵蓋率已達87.2%，再加計有線電視業者、台灣智慧光網等固網業者，初估全國100Mbps涵蓋率可達90%以上，已達到政府本項原訂之階段性政策目標。

產品與服務	2014年	2015年服務目標
 寬頻網路	453.8萬戶(100Mbps以上的寬頻用戶數達86.7萬戶，較2013年成長132.0%。)	100Mbps以上的寬頻用戶數增加54萬
 光世代	312萬用戶(較2013年成長5.6%)	光世代用戶數淨增17萬戶
 MOD	128萬用戶(較2013年成長3.6%)	140萬用戶
 4G	2014年5月29日開台，用戶133萬	市占率40%

此外，中華電信亦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。

鄉鄉有4G 偏遠不再遠

截至2014年底止，4G基地臺建設已遍及全國全部22個縣市及368個鄉鎮，包含澎湖、金門、馬祖、小琉球、綠島、蘭嶼等離島，以及玉山、合歡山等高山地區或偏鄉區域，均已提供4G訊號服務。

甚至連最偏遠的烏坵鄉離島地區也克服萬難於中華電信亦於2014年12月28日電信節當天完成4G之服務，領先各業者，實現「鄉鄉有4G」、「鄉鎮數涵蓋100%」的最廣涵蓋範圍目標。

註：1. 100Mbps寬頻涵蓋率定義：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。

擴建無線熱點

累計至2014年底，我們打造超過50,000個公眾Wi-Fi無線上網熱點(Hot Spot)，亦承接各地方政府及公家機關申請之熱點建置，已協助建置超過7,200個熱點。

為提供民眾品質穩定、頻寬大且便捷的無線上網服務，我們建構了強固的用戶認證平台與全區無休的維運監控系統，及Wi-Fi無線上網障礙查修服務體系，提供消費者綿密無障礙的Wi-Fi無線上網服務，服務品質亦廣獲民眾的肯定。

此外，中華電信也善盡大鄰居責任，響應各縣市政府活動及特定節日，擴建熱點提供民眾上網服務，如元旦跨年建置約136個熱點、台灣南投燈會257個熱點等活動，全年投入擴建支出超過885萬元。

針對綁約型的iPhone行動裝置客戶，我們也啟動Wi-Fi自動認證功能(EAP-SIM)，iPhone客戶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行動裝置客戶則可免費下載「CHT Wi-Fi」App，客戶只要透過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，可提供客戶更流暢、便利的行動上網體驗。

*2014年新增加Wi-Fi AP 開發自動監控功能，全年約可節省人工設定時間10,000工時。

連續16年贊助台灣燈會

2014年，南投的台灣燈會，主燈是中華電信持續第16年的贊助。此外，中華電信透過MOD、HiNet、Hami三平台作實況轉播點燈儀式，並配合南投縣政府在燈區增設行動基地臺及廣佈無線Wi-Fi網路，提供即時行動或無線上網服務，且現場兩處服務區也提供數位滙流產品展示體驗，電信服務再升級。讓不能到燈會現場的民眾，也可以透過電視、網路、平板或手機都可以收看到精彩的主燈開燈儀式及豐富的表演節目。

同時，本著關懷弱勢團體理念，我們也特別聘請「南投縣肢體障礙福祉協會」氣球達人，於特定時段在主展區現場即時製作創意氣球，分送現場體驗客戶；為協助南投偏鄉地區發揚在地民俗技藝，特邀請親愛國小大鼓隊於現場固定時段表演大鼓敲擊，廣受參觀民眾喜愛，現場充滿人潮，並贏得熱烈掌聲。為撫慰離鄉背井新住民思鄉情懷，也提供國際電話卡250份，贈送給外籍配偶、勞工，讓他們能與家人溫情對話、疏解鄉愁。



災害通信無孤島

我們吸取過去救災經驗，加強建置偏遠地區中繼傳輸多路由、無線備援路由、備用電力增加容量，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臺制定妥善備援計畫，即基地臺採分散收容，當任一系統基地臺的電路、電力中斷或設備故障時，鄰近的基地臺仍能維持運作，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、衛星或移動型基地臺，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，則提供複式基地臺服務區涵蓋，即使某一基地臺因天災發生損毀，其配對的基地臺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」，2014年，總共發布40萬餘則災害示警簡訊，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。

新北市政府災害防救演習

中華電信配合經濟部水利署於進行「主動式民眾淹水預警系統」啟動作業、配合NCC辦理「2014年國軍災害防救示範觀摩演練」及各縣市政府辦理年度災害防救演習，對於企業社會責任不遺餘力。

核安第20號演習

我們亦協助台電公司辦理「核安第20號演習」，利用「災害緊急應變訊息通報系統」對核二廠半徑3公里內市話進行語音廣播達4,800通，並在半徑8公里內之新北市、基隆市及台北市的鄉鎮發布行動簡訊通知約83,000餘則。其他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，一旦發生警戒示警狀況時，可立即發布特定區域告警簡訊，迅速的通知民眾即早準備、保障人民身命財產安全。

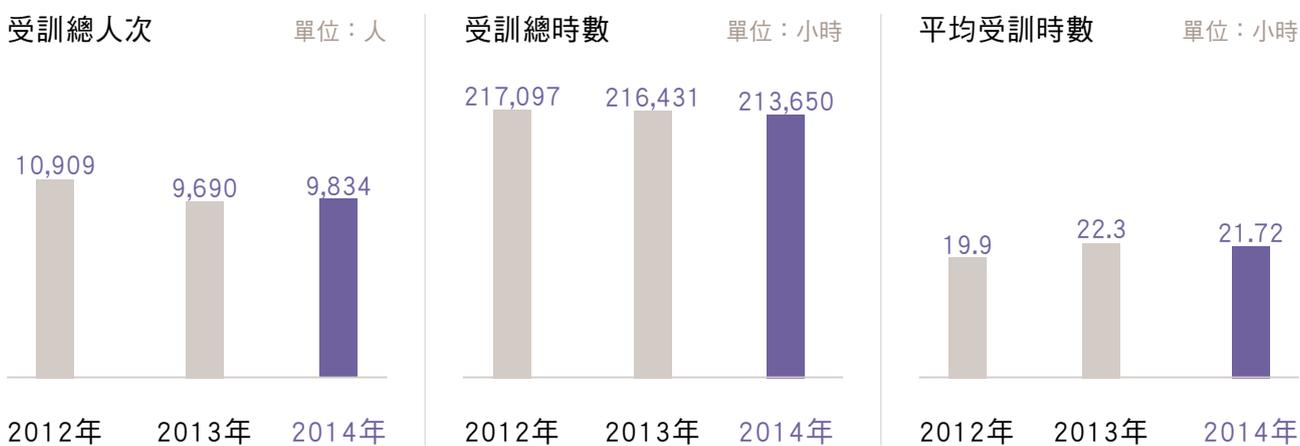


行銷服務與訓練

中華電信致力於服務品質精進與提升，建構「學習型組織」，以全方位的客戶服務價值網路，配合整合性客服資訊系統及訓練，創造更優質的服務品質與客戶價值。2014年，榮獲「遠見雜誌」第一線服務品質大調查之「五星服務獎」電信類第一名肯定。

此外，中華電信客服人員賴毓珍小姐傾聽客戶需求，將客戶視為家人，提供貼心與優異服務，更榮獲「遠見雜誌」評選為年度金牌服務人員殊榮。

我們在全台設有15個客服中心，負責網路櫃檯及Call center的消費者服務，客服人員總數約3,900人。為了能即時解答消費者的疑問，並提供穩定可靠的優質服務，每年我們均投入相當之訓練資源，針對業務、資訊防護、服務及溝通技巧等面向，以完善的訓練帶給消費者最好的服務。



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進行自助服務。截至2014年底為止，已近79.2萬人下載，受理的服務量超過1,755萬件。

精緻貼心服務

中華電信積極挑戰自我、追求卓越，目的就是要提供給客戶更高效率、便捷的精緻服務，我們秉持「以客為尊、視客如親」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：營業櫃台除了導入SGS Qualicert國際服務品質驗證，更延聘外部顧問公司協助推動精緻化服務，加上神秘客之查核機制，持續檢討及改善服務品質弱項。
- 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。



為失去愛子的母親完成心願

一位痛失獨子的黃媽媽，致電中華電信客服尋求幫助，希望可以保留獨子的門號並轉成孩子的名字作為20歲的冥誕禮物。

全家的行動門號，爸爸門號最後兩碼是11，媽媽是22，孩子是33，原先都掛在爸爸名字下，獨子很期待滿20歲後，可將門號改為自己的名字。獨子過世後，黃媽媽不捨得退掉號碼，希望在思念的時候，依舊可以撥孩子的電話，就像孩子還在。黃媽媽焦急又迫切的語氣字字句句傳到當天支援服務的蔡淑儀耳中。

聽完黃媽媽的傾訴後，客服人員蔡淑儀除了安撫她的情緒外，也不斷地尋求服務中心協助配合，以同理心安撫客戶受傷的心靈，逢年過節，更總不忘傳簡訊或打電話問候黃媽媽，多方努力半年後圓滿完成黃媽媽的心願。

黃媽媽懷著感恩的心，即使身體不適，還是帶著親筆的感謝函及禮品到台南成功服務中心致謝，而蔡淑儀卻認為「視客如親」原本就是身為客服人員的應有的態度，更希望自己能夠陪伴黃媽媽走過這段艱辛的過程。

確保消費者滿意

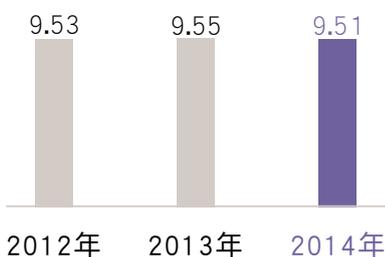
為了確保所有消費者需求都能夠儘量被滿足，中華電信服務中心、消費者服務專線及裝機查修服務，每年都會辦理消費者滿意度調查，力求即時改善服務品質。

除了固定委託第三方獨立機構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。

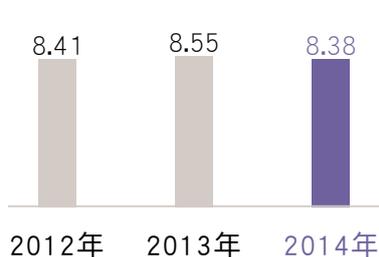
項 目	目 標	實 績
市話接續完成率	≥ 95.6%	99.89%
行動電話通話中斷率	≤ 3%	2G：0.57% 3G：0.35%
數據通信存取服務封包遺失率 <small>*以2014/10/01~12/31用戶端之HGW執行量測</small>	≤ 3%	0.0129%

「企業消費者」及「一般消費者」滿意度調查

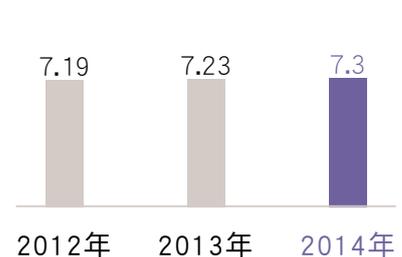
大企業消費者



中小企業消費者



一般消費者



*滿分為十分。中華電信每年均針對各項服務品質調查結果及「重要度 - 表現度分析」落於「需加強改善區」之項目，請各相關單位進一步分析原因、研提具體改善措施，並於一季後追蹤各改善措施辦理情形。

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機構，針對「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。



空中櫃台消費者服務滿意度調查

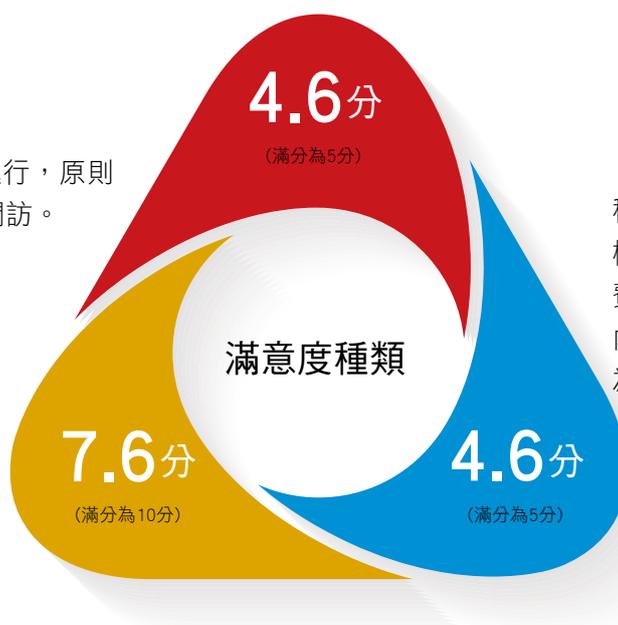
我們藉由內部及委託方式，進行三種類型空中櫃台客戶服務滿意度調查，確保進線消費者之需求能得到妥善的回應及服務。

種類一：

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。

種類三：

年度調查，則委託中華大學以寄送問卷方式執行。



種類二：

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。



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年通過ISO10002:2004，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。

若發生費用爭議事件，在未查明責任歸屬前，除了暫緩執行催費及停斷外，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，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。

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改善措施。在有效機制控管下，2014年NCC所發布的「通訊消費申訴監理報告」報告，中華電信客戶申訴比率為最低。

客服專線關鍵績效指標

KPI	2012年	2013年	2014年
20秒內人員應答率	84.1%	78.4%	74.0%
服務滿意度(滿分5分)	4.58	4.59	4.6
首通電話結案率	78.4%	77.9%	78.5%

客服專線每萬客戶客訴量

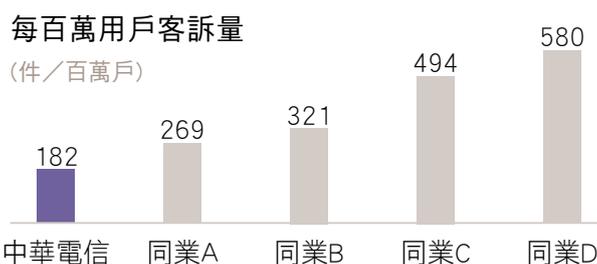
項目	2012年	2013年	2014年
固網(件)	0.81	0.61	0.53
行動(件)	1.95	1.55	1.20
數據(件)	1.27	0.88	0.45

*1. 於5-12月試辦調降部分專線服務水準5-10%。

*2. 因4G開台等因素，1-11月行動話務較去(102)年同期暴增約24%(人力缺口250-300人)，另因委外換約人力流失、外界人力極為短缺補充不及，致部分專線服務水準落後目標。

中華電信平均客訴量最低

根據國家通訊傳播委員會的2014年行動通訊客訴量統計資料，若以每百萬名用戶的客訴量計算，中華電信的客訴案件數是同業之中最低的！由此可見中華電信長期在客戶服務的投入與提升通訊服務品質的成效顯著。我們也會持續強化服務人員的態度與專業訓練，簡化業務受理流程，讓消費者都能在中華電信獲得安心、有品質的服務。



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，我們每年也贊助50萬元給台灣電磁產學聯盟研究電磁波對健康與安全的影響。

基地臺架設程序

階段	進行內容
溝通評估	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臺容量等因素，並考量當地民情對基地臺的接受度、透過管委會或里長取得周遭居民同意
架設	將擬裝設基地臺之相關資料，呈報NCC辦理證照審驗及會勘，俟審驗完成後才安裝設備
開台前	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

中華電信基地臺架設類型

基地臺系統	獨立基地臺	共享基地臺
4G	5.3%	94.7%
3G	9.2%	90.8%
2G	30.8%	69.2%

*均在既有建物上建置使用

對於租用公有建物土地或大企業私有大樓設置基地臺時，為達環境整體規劃且避免天線雜亂影響美觀，將會同各電信公司以共構方式辦理，以共同設計發包，降低對環境之衝擊且可增進有限空間之使用效益。

此外，為減少整體基地臺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臺設置使用管理辦法修正」，將基地臺防護設施納入基地臺附屬電信設施，使基地臺美化設施合法化，2014年，天線美化率已達70%；立法院也已通過「將公有建物或土地釋出設置基地臺，納入績效考核並每年公佈」，將有助於增加通訊品質，也能逐步降低基地臺設置在民用住宅的比例。

與電信產業發展協會密切合作，宣導正確電磁波觀念

2014年，中華電信配合電信產業發展協會於彰化舉辦3場次「行動通訊電磁波宣導座談會」，引導民眾認識電磁波議題。倘若民眾對電磁波環境有疑慮，可免費申請量測，2014年，共完成232件電磁波量測案件。

- (1) 中華電信與其他行動同業委請電信產業發展協會於北、中、南三區辦理第一線工程人員教育訓練講座，教授溝通技巧，避免工程進行中與民眾產生紛爭。
- (2) 與彰化縣政府及警局共舉辦3場行動通訊電磁波宣導座談會，分別邀請林基興博士、蕭弘清教授、蘇政隆教授擔任講座。
- (3) 因應2014年底九合一選舉，中華電信與其他行動同業透過電信產業發展協會於9月至11月執行基地臺電磁波宣導託播工作，以紓解選舉活動可能升溫之基地臺抗爭事件並加強高抗爭區託播檔次。

防制詐騙

我們在2007年協助政府成立165反詐騙諮詢專線，配合警政機關進行詐騙防制行動，為社會大眾看管財產安全。

中華電信 投入資源

- (1) 2014年平均每月投入約9名客服人力，協同刑事警察局承接週一至週五(10:00-22:00)的第一線業務。
- (2) 「防制詐騙停斷話作業處理系統」，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。

網路/ 行動裝置 詐騙防制

近年在行動通訊普及下，詐騙集團常利用簡訊訊息，讓消費者點選來路不明超連結，或下載來源不明的惡意程式，或冒用客戶親友的Line帳號，讓消費者常無警覺地依對方指示操作，盜取消費者小額付款帳號密碼。

為預防上述詐騙，中華電信自2013年起新增小額付款雙向簡訊認證機制。2014年3月更增加了雙向簡訊內容增加防騙警語，經後續觀察，自2014年中後詐騙案件已明顯減少。

*配合NCC要求，自2014年7月起小額付款功能預設關閉，若您有需求，請攜帶相關證件至櫃檯辦理開通。

數位與您 - 降低網路負面影響

摒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。



兒少健康上網

當「網際網路」已經成為現代人生活不可或缺的要害，豐富生活、資訊取得方便的同時，也同時導致了許多社會問題。中華電信長期以推動「兒少健康上網」為訴求，藉由「服務、教育與文化」元素，傳達正確上網的態度，解決兒少上網及網路成癮問題。

中華電發揮核心能力，推出了「上網時間管理服務」與「色情守門員」服務，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，多一份保護。

2014年底，我們更順應App應用趨勢，提供了「行動健康上網」服務，協助父母管理家中兒少使用行動裝置App的時間，促進居家和諧。

2014年兒少健康上網宣導主要成果

利害關係人	合作單位	作法
原住民青少年	臺灣原住民族文化推廣協會	舉辦4場次活動，宣導色情守門員、上網時間管理及防毒防駭等安全上網觀念，累計參與人次約400人
學校學生	財團法人台灣電信協會	設計全新劇本，由「洪至玄掌中劇團」，到12個學校透過「漫遊光世代的三太子」布袋戲的創新演繹手法，以及寓教於樂的劇本，宣導正確、健康使用網路的觀念，累計參與人次約500人

