

2014
中華電信企業社會責任報告書



Smart CSR
Leads Smart City



編輯方針

G4-28,G4-31,G4-33

歡迎閱讀中華電信股份有限公司(以下簡稱中華電信)第八本企業社會責任(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2014年實踐企業社會責任(Corporate Social Responsibility，內文簡稱CSR)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CSR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2014年度(2014年1月1日至12月31日)，內容涵蓋我們各項CSR管理方針、關鍵議題及考量面、專案績效等資訊，為求完整性，部份內容回溯2014年1月1日以前，及2014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，涵蓋了中華電信合併報表的中華電信總公司、分公司及中華電信基金會，不包含轉投資子公司；資訊則包含經濟、環境和社會面的政策與表現。財務資訊部份，為與公司年報及財報數字一致，以母子公司的合併資料呈現。此外，報告書所鑑別出的部分重大性議題因涉及子公司，故會依照議題揭露相關子公司的資訊，以期更全面地揭露中華電信在價值鏈上的企業社會責任影響力及成果。

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尚未出版電信業補充指引，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

本報告書經台灣檢驗科技(股)公司(SGS Taiwan Ltd.)，按G4版「全面」依循選項，針對內容與數據進行重大性審查及保證作業。本報告書符合G4版全面揭露與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

 GRI 指標

 延伸閱讀

 中華電信自有指標



中華電信

編輯方針	1	2014中華電信CSR大事紀	14
經營者聲明	4	重大性議題與利害關係人判別	20
公司簡介	6	G4 Index	116



企業社會責任管理 16



智慧城市 - 永續產品與服務	43
持續創新研發	47
引領產業轉型發展	50

領航 智慧服務

42



誠信 公司治理

26

誠信透明管理	27
確實掌握營運風險	29
重視道德廉潔	31
透明的資訊揭露	33
品牌管理	35
負責任的供應鏈管理	37





傾聽 客戶聲音

52

- 客服與資安管理 52
- 確保服務品質 55
- 行銷服務與訓練 58
- 確保消費者滿意 60



建立 安心職場

66

- 保障員工權益 67
- 中華電信人力結構 68
- 重視訓練發展 72
- 培育專業人才 76
- 健康安全管埋 77
- 營造幸福企業 80

推動 社會共融

100



- 數位包容 101
- 社會投資管理 102
- 數位好厝邊，雲端新視野 104
- 創造數位機會 108

打造 綠色企業

84

- 氣候變遷風險與機會 85
- 環境永續管理 87
- 碳管理 90
- 用電管理 92
- 深耕綠色企業 95
- 共創美麗家園 98



經營者聲明

G4-1

2014年，中華電信成為台灣首家提供4G高速上網服務的電信業者，在前瞻、創新、財務與科技等重大指標上，我們表現得可圈可點。在競爭加劇的新時代，中華電信除了兢兢業業持續引領資通訊產業躍進與創新突破外，我們同樣重視企業經營對於社會及環境長遠的影響，將永續發展視為中華電信的重要經營策略之一。

中華電信連續兩年入選道瓊永續世界指數、名列全球前八大的永續電信企業，是因為我們很早就意識到企業永續發展的重要，自2006年起，率先建立企業社會責任管理機制，全方位推動公司治理、環境保護與社會共融三方面的行動，本著「價值之所在即責任之所在」的精神，利用本業長才、獨特的資源及技術，持續打造從內到外的企業永續文化。

透明誠信、穩健經營是中華電信對利害關係人的承諾。我們連續九年獲得上市櫃公司資訊揭露評鑑的最高殊榮；良好的經營績效亦獲標準普爾長期信用「AA」及中華信評長／短期信用「twAAA/twA-1+」的優良評等。2014年，我們更領先同業，成為首家實施供應商企業社會責任二者稽核的電信服務業者，強化與供應商的溝通與價值鏈管理，充分發揮中華電信對於產業鏈的正向影響力。

「綠色企業」是中華電信身為資通訊產業的使命感。聯合國全球電子永續倡議組織(GeSI)在Smarter2020的報告中指出，資通訊產業2020年的排碳量估計為13億t-CO₂e，僅佔全球總排碳量的2.3%，但協助其他產業減碳的潛力卻高達91億t-CO₂e。2014年，中華電信除了是台灣首家推動範疇三碳盤查認證的電信業者，我們更秉持著前述的產業價值，持續擴大「iEN智慧節能服務」的運用，及發展其他綠色產品與服務，協助政府與企業提高能源使用效率。無論是對內或對外，我們都積極採取實際行動，響應低碳經濟。

「縮短數位落差，創造數位機會」是中華電信的社會投入理念。我們深諳網路普及是促進知識共享與社會轉型的關鍵，所以，每年投入約新台幣八億元的成本推動全台與離島偏鄉的電信普及服務；2014年，更完成上帝的部落「司馬庫斯」的無線上網及電信基礎建設，間接協助部落提升觀光、農業銷售等經濟效益。

推動多年的「數位好厝邊」，也於全台拓展72個據點，透過中華電信提供的軟硬體資源，與非政府組織、學校乃至文創單位的合作，我們豐富了社區的生活，更藉由「蹲點·台灣」等系列活動，串起青年與社區的情感，累計超過2,000分鐘的影像紀錄，也讓資通訊科技傳遞許多人與人相處的溫暖。

4G為台灣注入新的活力，物聯網及數位匯流為產業帶來更多的機會與挑戰，中華電信將以專業技術為後盾，著重跨平台整合服務，透過產業鏈與異業的合縱連橫，為生活打造更多可能。我們期許自己成為民眾生活的密切夥伴，善用資通訊科技提供大家更多的智慧增值服務，並處處埋下永續發展的精神，盼能讓「永續」在各地開枝散葉！

中華電信股份有限公司
董事長

蔡力行



一起

中

迎向

中華電信

China Telecom

公司簡介

G4-4-G4-8

中華電信的前身是原交通部電信總局的公務機關，1996年，依據「電信三法」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。

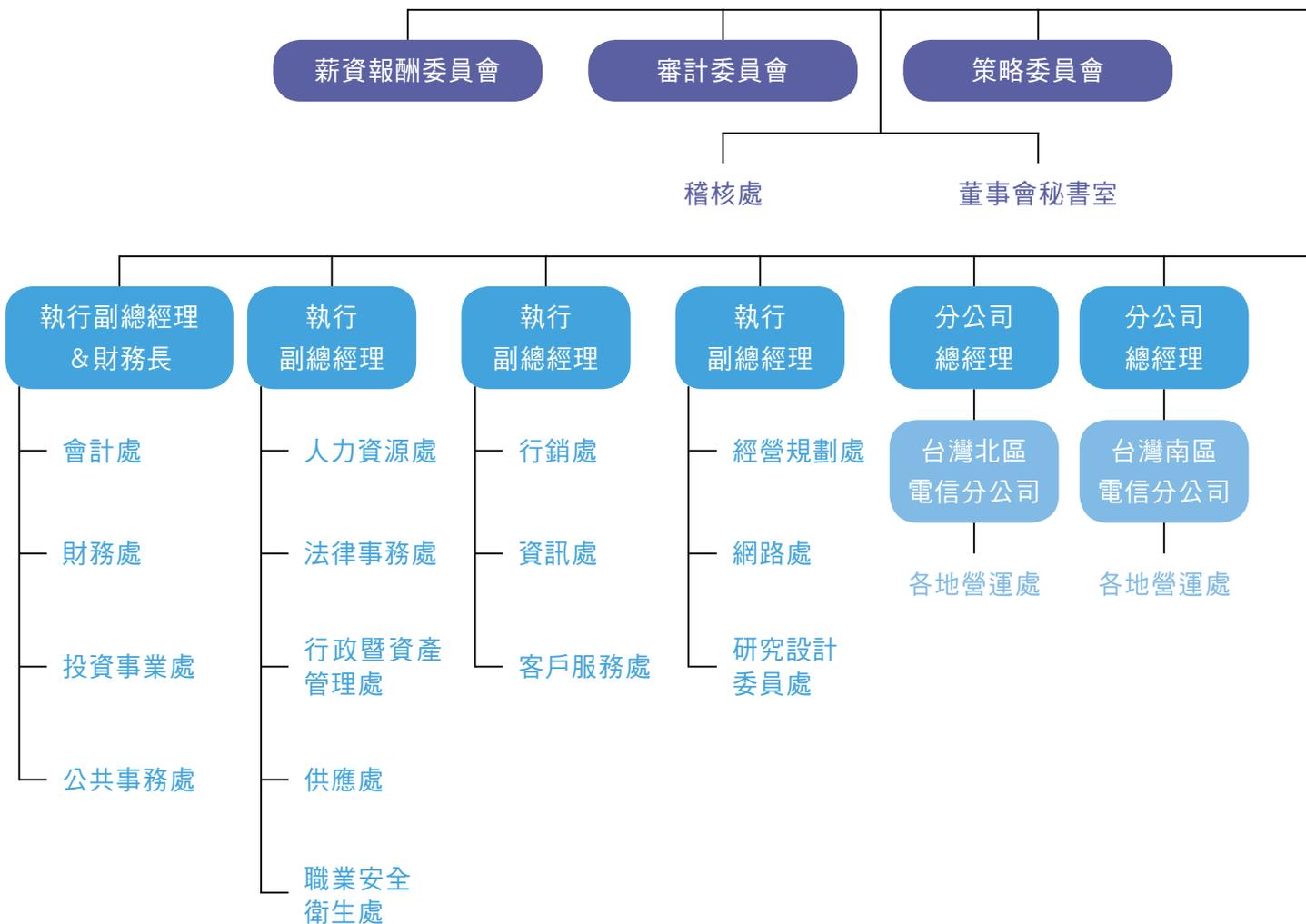
我們主要的營運據點在台灣，總公司位於台北市信義路一段21-3號。我們提供固網、行動、數據等電信服務，是台灣最大的綜合型電信服務企業，以最佳的網路及服務品質為後盾，提供消費者最優質的服務。

經營理念

為迎合行動通訊與網際網路廣泛運用所掀起的個人數位生活、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，以及廣大企業的经营夥伴。

中華電信善盡企業社會責任，從核心競爭力出發，藉由創造數位機會、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。

組織與營運架構 G4-9



我們努力

- 讓企業因我們的服務而有效提高營運效率
- 讓大眾因我們的服務而更能享受數位生活
- 讓產業規模因我們的努力而持續良性擴張
- 讓投資人在廣大消費者讚賞中分享經營利益



股東大會

董事會
董事長

總經理

分公司
總經理

分公司
總經理

分公司
總經理

分公司
總經理

院長

院長

行動通信
分公司

國際電信
分公司

數據通信
分公司

企業客戶
分公司

電信研究院

電信學院

台北、台中、
高雄營運處

海外辦事處

高雄所
台中所

台灣第一家4G開台業者

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，中華電信已率先達成提供「4G」行動通信網路服務的目標。

我們在2013年以新台幣390.75億元，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、1,800MHz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1,800MHz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，中華電信率先在C5頻段建置4G，於2014年5月29日開放我國第一家4G服務，同時規劃加速建設4G高速基地臺，2015年電波涵蓋範圍將達人口涵概率99%以上，提供品質第一的4G行動通信系統服務。

創造股東價值

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。

2014年，中華電信合併總營收為新台幣2,266億元，較2013年度減少0.6%，達成全年財務預測99.3%。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；歸屬於母公司的淨利為新台幣386億元、每股盈餘4.98元，均達成全年財務預測的107.7%。

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。儘管我國電信經營環境充滿挑戰，但我們仍持續專注本業，為股東創造最大價值。

2014年，中華電信所得稅有效稅率約15.66%，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；另依促進產業升級條例第6條及產業創新條例第10條，申請投資抵減的租稅優惠。

為了你，一直走在最前面

2014年5月29日，中華電信率先宣布4G服務正式開台，成為台灣首家提供4G高速上網服務的電信業者，引領台灣進入4G高速上網的時代，為台灣行動通信及數位匯流產業的發展奠定了重大里程碑。

除了4G行動服務的劃時代進展外，我們整體行動客戶數也持續成長，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。

「為了你，一直走在最前面」，中華電信仍將致力於增進自身的永續競爭力，透過研發創新，持續提供快速便捷的產品與服務，協助產業及社會實現智慧、低碳永續之發展願景。

風險與機會

4G的下載速度大約是3G的四至七倍，上傳約為3G的十倍以上，具備高速、大頻寬、低延遲的技術特性，解決了過去行動應用受限於頻寬傳輸速度之問題。

然而，在4G突破既有的頻寬與速度限制後，更快的上網速度，勢必帶動更多的應用服務之競爭，相對為我們帶來風險及機會。2014年，中華電信4G客戶數已達133萬戶，因應快速且多變的競爭市場，中華電信藉由創新研發(每年投入費用皆佔整體營收1%以上)，持續運用4G的大頻寬特性，打造優質4G行動寬頻及數位匯流生活。

風險

台灣共有六家業者提供4G服務，4G寬頻服務進入百家爭鳴的時代，4G行動業務競爭因而加劇，對未來中華電信的營運形成威脅。

機會

智慧城市及物聯網商機(如車聯網、遠端教育、醫院監控、智慧家庭、智慧節能、智慧城市等)，進一步發展各類大型數據商品，有助中華電信開發及提供相關應用產品與服務。

目標

以年成長3%為目標，發展加值應用服務。

三大市場



家庭市場

- 國內固定通信服務
- 國內電路出租業務
- 網際網路與增值服務
- MOD(IPTV)服務
- 國際固定通信服務



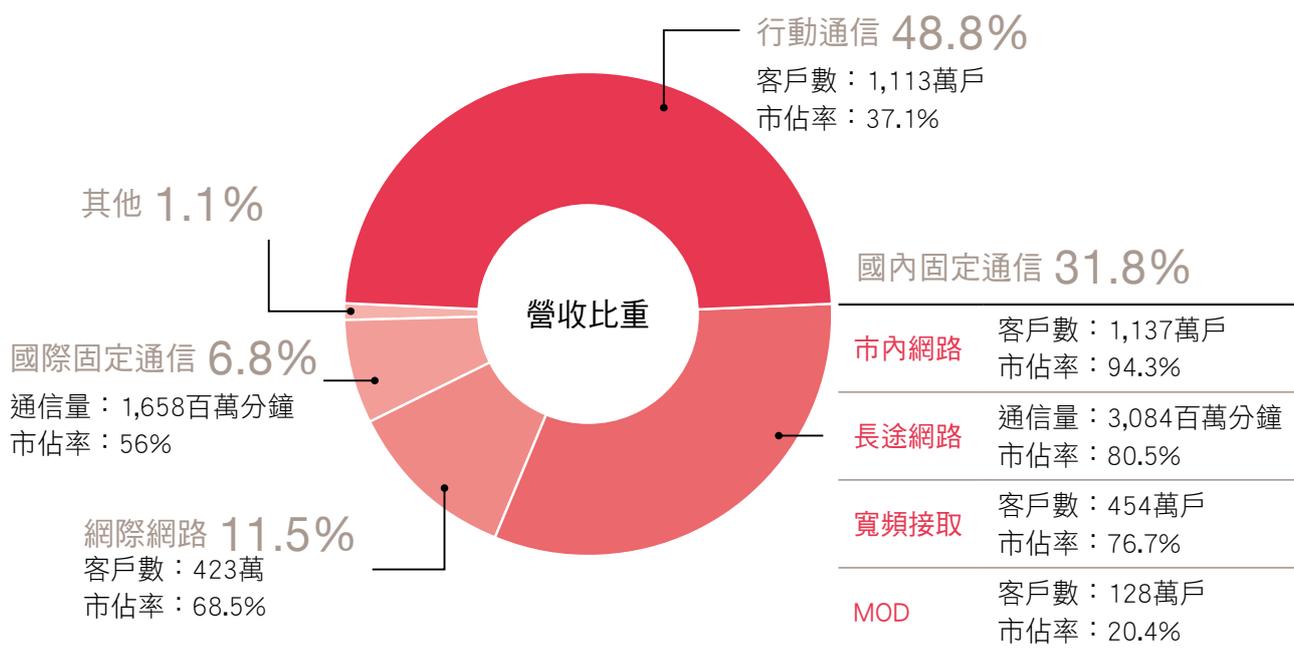
個人市場

- 行動通信服務
- Wi-Fi服務
- 國際固定通信服務



企客市場

- 企業客戶整合服務
- 企業客戶資安服務
- 行動企業客戶服務
- 數據企業客戶服務
- 國際企業客戶服務
- 多元整合支付服務



產品與服務



行動通信

客戶數：1,113萬
經營成果：
年成長率達4.4%



客戶數：312萬
經營成果：
年成長率達5.6%



行動上網

客戶數：516萬
經營成果：
年成長率達31.0%



客戶數：87萬
經營成果：
年成長率達132%



客戶數：133萬
經營成果：
市佔率38.6%



客戶數：379萬
經營成果：
年成長率達0.2%

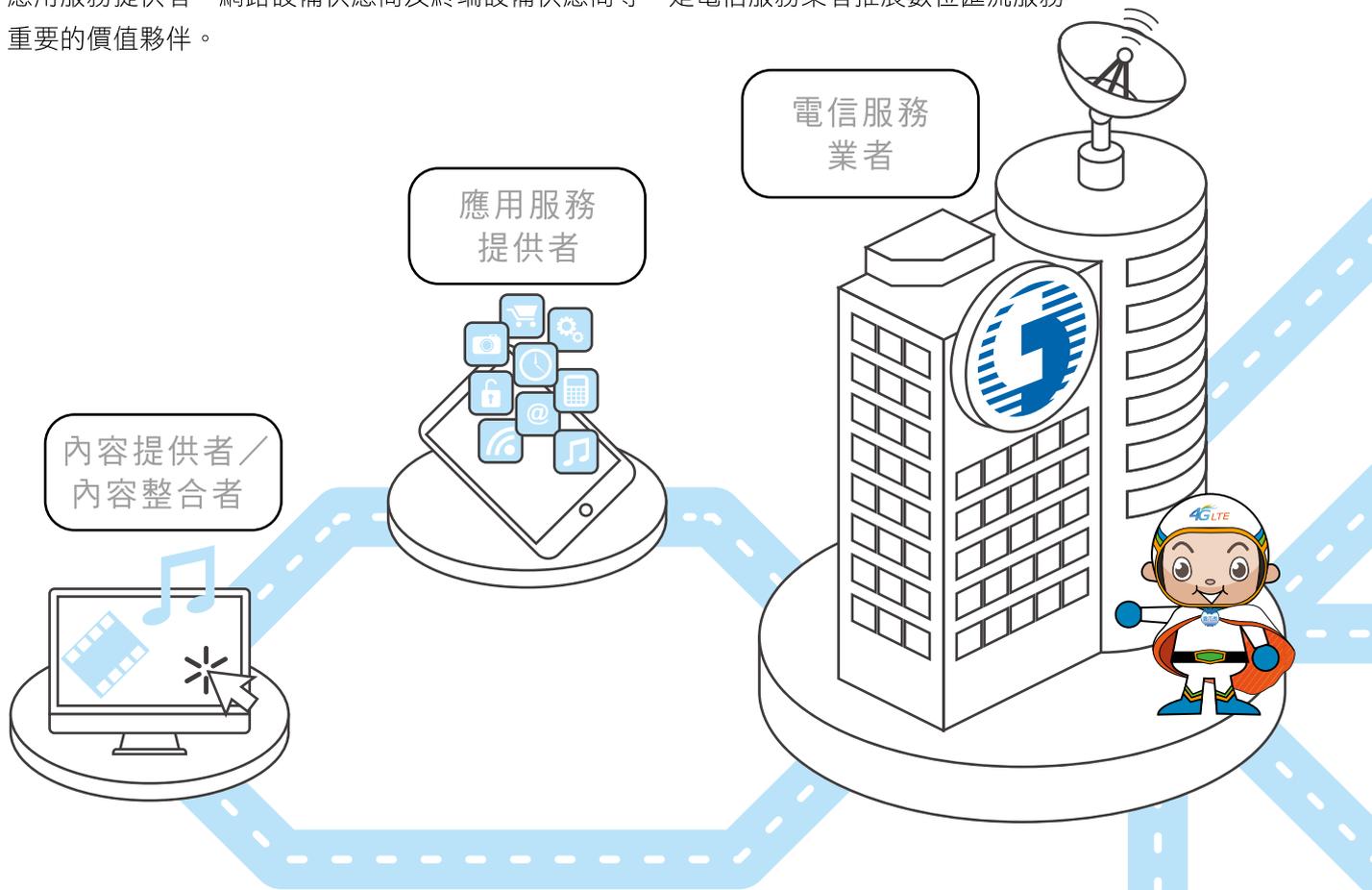
經濟面績效成果

單位：新台幣百萬元

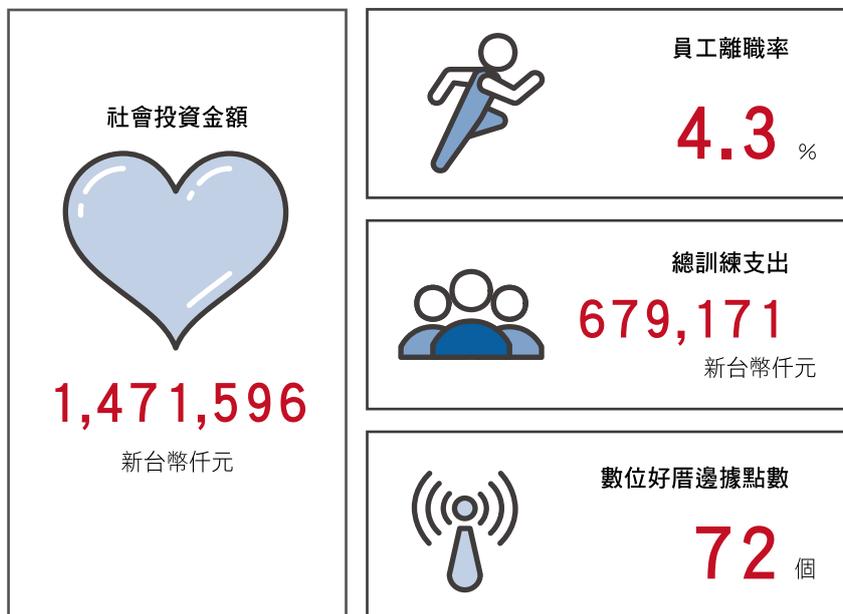
收 入	營業收入	226,609
	營業成本及費用	148,379
分 配	員工薪資福利	46,622
	支付股東的股利	18,526
	支付政府稅金	7,393
	社會投資/捐贈費用	1,472
留 存	留存的經濟價值	4,217

中華電信產業價值鏈與2014年關鍵績效

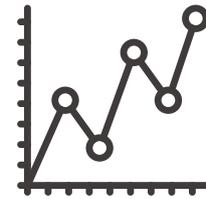
由於高科技功能的發揮，原來各種專有市場界線逐漸推移，市場發生混合現象，使得產業界線愈趨模糊，國際分析機構IDC將ICT、e-Commerce、Electronics及Entertainment合併成新的eICT領域與合作已逐漸普遍。在數位匯流衝擊下，電信產業價值鏈因而更為擴大，業者無不以創新的eICT服務，提供更貼近用戶需求以爭取市場，近年來，內容提供者／整合者、應用服務提供者、網路設備供應商及終端設備供應商等，是電信服務業者推展數位匯流服務重要的價值夥伴。



社會面關鍵績效



經濟面關鍵績效



合併營業收入
226,609

新台幣百萬元

每百萬用戶客訴量



182 件

消費者滿意度

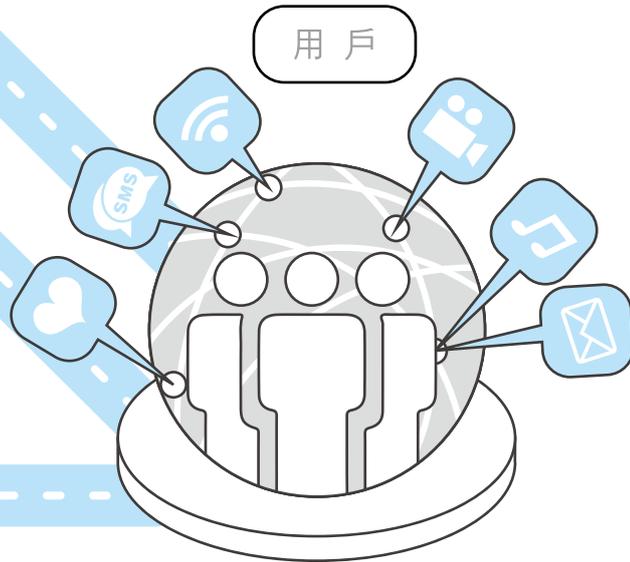
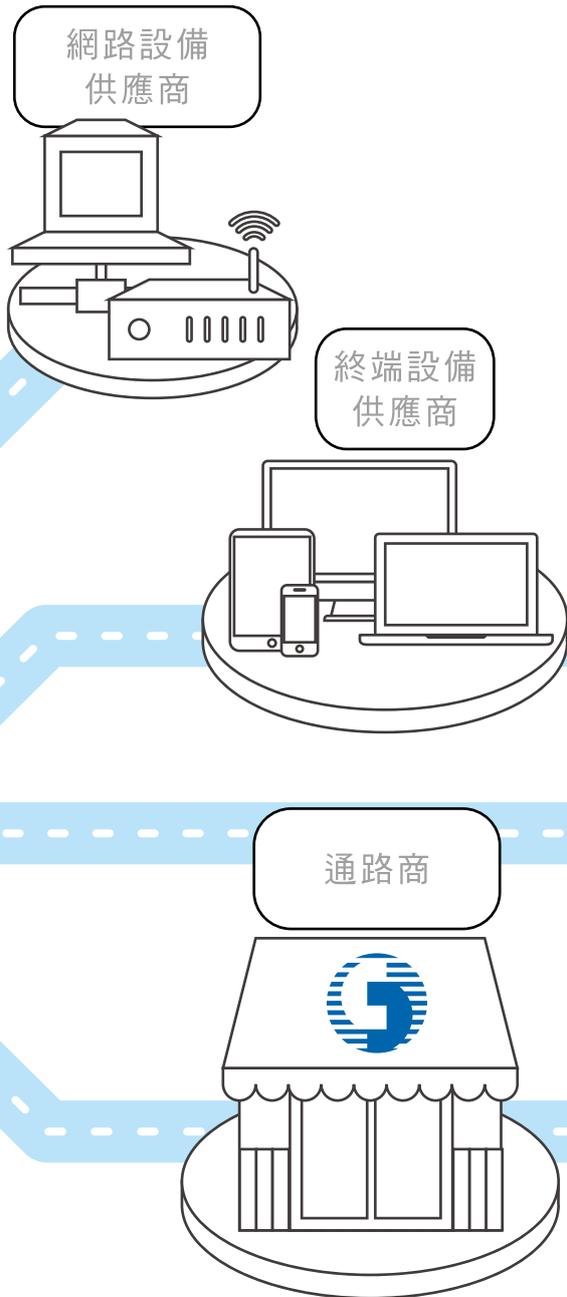


7.3 分
十分制

員工滿意度



78 分
百分制



環境面關鍵績效



用電量

1,422 百萬度



碳排放量

83.92 萬t-CO_{2e}



用水量

2,567 公秉



廢棄物

9,142 噸





2014 中華電信 CSR 大事紀

- 行動通信分公司減碳永續經營成效彰顯，正式獲頒ISO 50001 認證
- RobecoSAM企業永續年鑑銅級獎
- 標準普爾長期信用「AA」及中華信評長／短期信用「twAAA/twA-1+」之評等



- 全球500大品牌，中華電信是唯一晉身排行榜的台灣企業，排名384
- 榮獲國家通訊傳播委員會頒發「推動偏鄉寬頻升速建設獎」

- 「EARTH環境永續發展管理服務」榮獲「EPIF2014國際綠色典範獎 - 榮譽獎」



- 蟬連天下雜誌《天下金牌服務大賞》金賞
- 蟬連《30雜誌》、《經理人月刊》品牌大賞首獎

- 獲頒資訊揭露評鑑A++級最高殊榮
- 蟬聯《讀者文摘》「信譽品牌」首獎
- 《數位時代》「數位服務標竿企業」年度總冠軍、「資訊通路及通訊產業類」三度蟬聯首獎



- 入榜天下企業公民獎前十名的電信服務業者

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM

- 資安專家連獲ISLA、全球駭客競賽大獎，實力獲國際肯定
- 入選道瓊永續世界及新興市場指數成分股

- 以【多元店端電子發票服務解決方案】、【環境永續發展管理服務】、【巨量資安日誌分析系統】及【智慧通信服務】分別獲得2014台北國際電子產業科技展雲端物聯網領域及寬頻通訊領域「優選獎」產品殊榮
- iEN智慧節能服務，獲經濟部能源局頒發「能源技術服務業績優廠商」
- 2014天下雜誌最佳聲望標竿企業並獲選「標竿企業20週年」電信服務業標竿龍頭



- 獲2014第十二屆遠見五星服務獎電信業首獎
- 獲《今周刊》「商務人士理想品牌大賞」
- 「2014台灣企業永續獎」4大企業社會責任獎項

- 石木標總經理榮獲第十五屆科技管理學會「院士(Fellow)」，研究院榮獲「第十六屆科技管理獎」

企業社會責任管理

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。



企業永續發展策略 - 創造永續價值

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年開始陸續導入企業社會責任管理機制，用系統化、組織化的機制，包括設置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，由上而下來落實，而不僅只是停留在活動及口號的層次。

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ICT產品與服務、綠色品牌管理、節能減碳」等永續議題。

也因此，訂定與落實企業的社會責任策略與管理，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，為利害關係人帶來更多價值。

中華電信持續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。

全球八大永續電信企業 - 道瓊永續(DJSI)指數雙料成份股

中華電信2014年再度同時入選道瓊永續指數(Dow Jones Sustainability Index, DJSI)「世界指數(DJSI-World)」及「新興市場指數(DJSI-Emerging Markets)」成份股，成為台灣唯一獲DJSI雙料肯定的電信業，與英國電信BT、葡萄牙電信PT、南韓電信SK等企業，一同名列為全球前八大永續電信企業。

2014年台灣總共有10家企業入選DJSI-Emerging Markets指數，7家企業入選DJSI-World指數，而中華電信則是台灣唯一，再次雙料入選DJSI世界指數的電信公司，證明中華電信積極將企業社會責任內化於公司文化，在公司治理、環境保護以及社會共融等各面向，全方位落實企業社會責任，並具體反應在營運績效上，獲得全球國際投資人的認可。

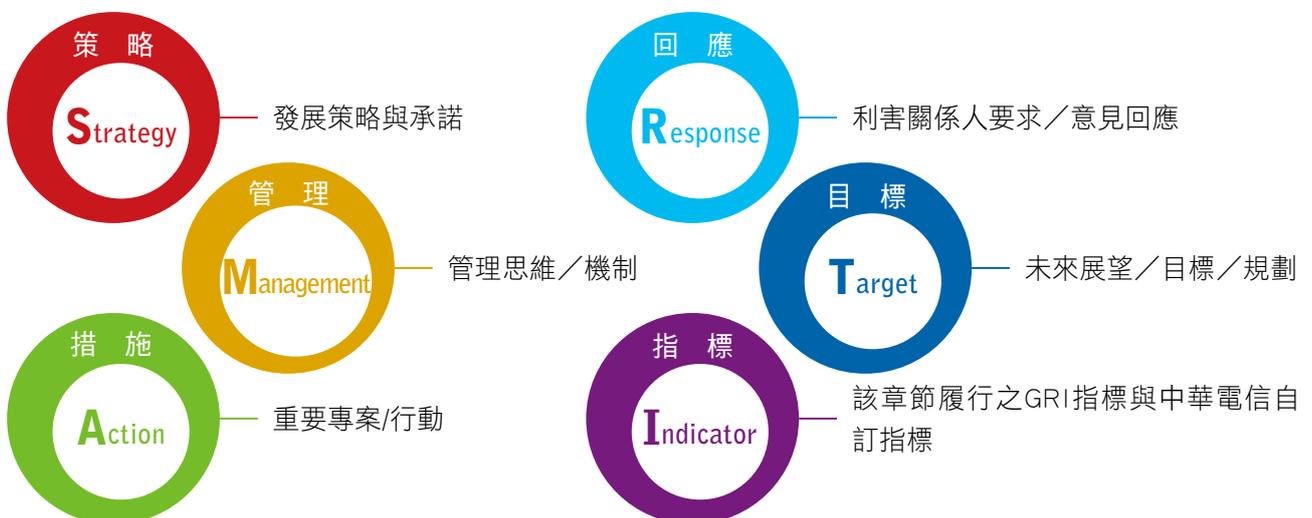
另外，中華電信在「隱私權保護」、「環境策略與管理系統」2個題組均獲得滿分；在「企業公民與慈善」、「人才吸引與留用」2個題組，亦以高分領先產業，說明中華電信在經濟、環境及社會面向上的表現，已達到國際電信業最佳水準。

SMART-I管理架構

中華電信獨特的Strategy-Management-Action-Response-Target(SMART)的企業社會責任管理機制，系統化管理並彙整、揭露相關社會責任作為，而為回應GRI G4版綱領之精神，2014年我們新增Indicator項目，具體呈現該章節所對應之指標，也代表我們接軌國際規範之承諾。

SMART-I代表中華電信回應CSR議題之績效成果，未來，我們會更專注於對中華電信影響較為重大的考量面與議題，與利害關係人進行溝通與揭露。

我們透過意見回饋、外部調查問卷及內部評估程序，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。



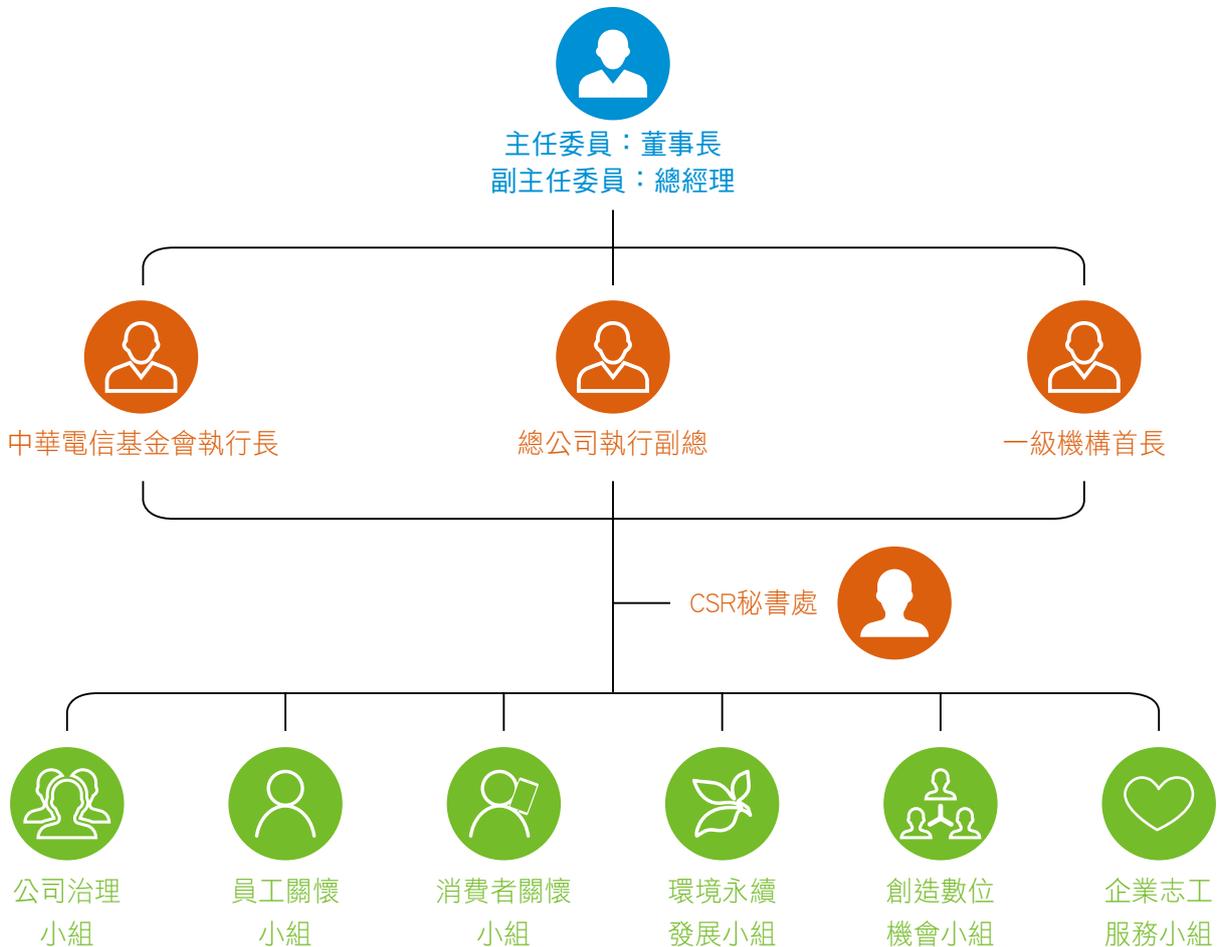
CSR委員會管理架構

我們在2007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、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。

中華電信的企業社會責任管理，是由董事會核定政策，再交由企業社會責任委員會負責協調與監督進度，定期向董事會報告重要議題及利害關係人溝通結果，由董事會負責每年最終的績效評核。

管理代表	蔡力行 董事長
政策核定	董事會
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
開會頻率	每季一次
報告簽核	總公司副總級主管審核後，交由董事長簽核

企業社會責任委員會組織架構圖



企業社會責任的內化行動

中華電信員工遍及全台灣，為了確保每一位員工都能理解企業社會責任的精神，切實執行並適時提供回饋建議，我們在公司內部建構多元溝通管道，宣導相關議題，並結合績效考核，將企業社會責任觀念化為行動，具體落實於日常作業之中。

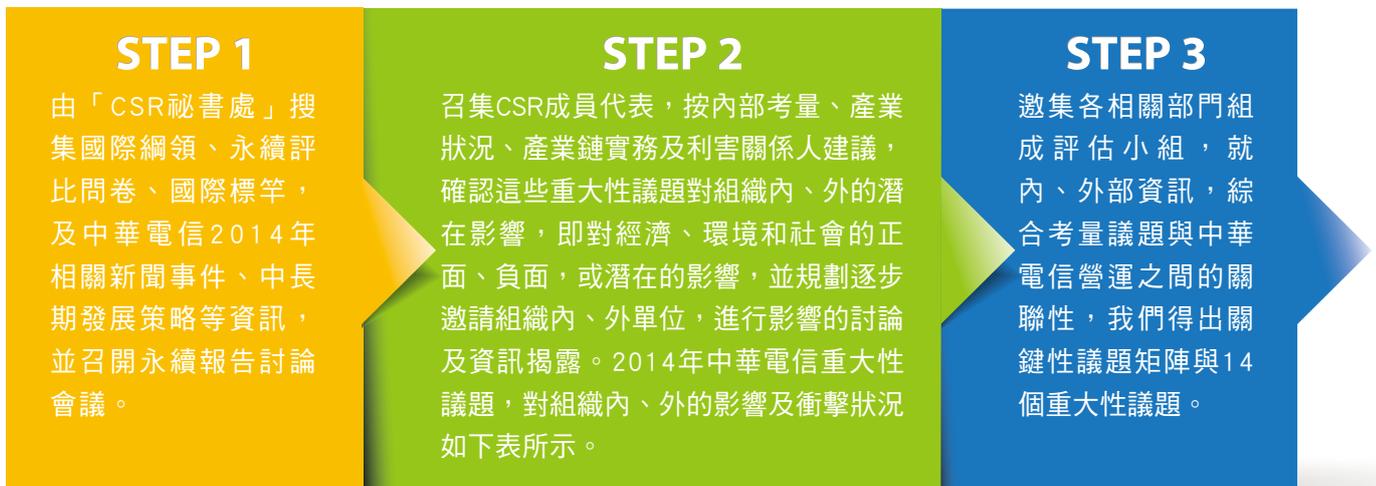
	溝通管道	內 容
高層溝通	高階主管會議	每年會將相關面向的重大議題，提報高階主管會議做為討論議題，並由高階主管進一步決定未來努力的方向及目標。
	員工論壇	設有內部的員工意見交流網站，讓員工能夠匿名在上面抒發心情、交換意見，並針對討論量較大的內容，看是否有公司可以進行回應或改善之處。
員工訓練	環境教育訓練	每年進行至少4小時的環境教育訓練，並且透過各種生態旅遊，寓教於樂將環境保護的概念透過生活傳遞出去。
	CSR基礎訓練	每年會提供有關CSR的基礎教育課程，並針對主要趨勢請外部顧問進一步上課。
	新進人員訓練	<ul style="list-style-type: none"> ● 針對新進人員辦理三天職前訓練，如人事制度介紹、工作規則、勞資關係等課程。 ● 每年派員參加相關教育訓練，如勞動基準法、勞資協調及爭議處理等內容。
	e-Learning學習	我們將相關課程、新知，及宣導事項等等，透過內部的e-Learning系統，供員工可隨時上去瀏覽、充實自己。
年度考核	行政管理永續績效	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。
	道德規範線上測驗	「行為準則、誠信經營守則及防範內線交易」等規範的宣導及測驗。
	檢舉與申訴	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	不定期針對最新的報告書撰寫趨勢，進行內部訓練。
	官網CSR影片專區	配合現代利害關係人溝通習慣，在官網創新設置「CSR影片專區」，進行員工及外部溝通。

重大性議題與利害關係人判別

我們期望讓所有關注電信業、關注中華電信邁向永續發展的利害關係人，更能聚焦在有興趣、中華電信積極投入，且具產業影響力的CSR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。

首先，我們以各種國際永續規約、綱領、指引(全球盟約、GRI G4及ISO 26000)所建議的議題、原則，及國際主要永續評比機構的問卷調查(DJSI道瓊永續評比問卷、CDP碳揭露問卷)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CSR報告書會議進行判斷。

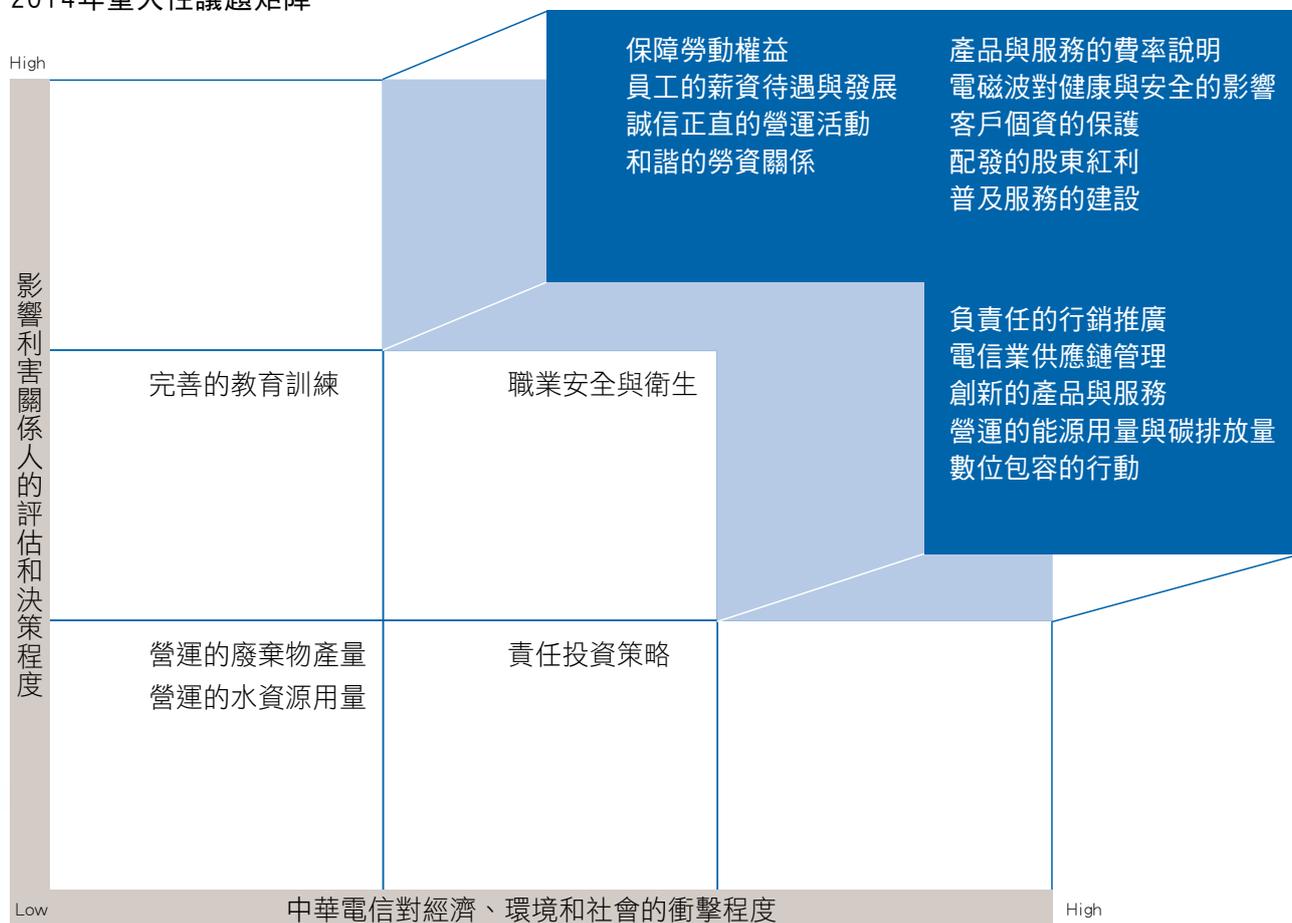
中華電信重大性議題判別流程



重大性議題邊界判別

重大性議題	組織內				組織外			
	CHT	宏華子公司	消費者	供應商	同業	社區	股東	
產品與服務的費率說明	▼		▼					
電磁波對健康與安全的影響	▼		▼					
客戶個資的保護	▼		▼					
配發的股東紅利	▼						▼	
普及服務的建設	▼					▼		
保障勞動權益	▼	▼						
員工的薪資待遇與發展	▼	▼						
誠信正直的營運活動	▼							
和諧的勞資關係	▼	▼					▼	
負責任的行銷推廣	▼		▼		▼			
電信業供應鏈管理	▼			▼				
創新的產品與服務	▼		▼		▼			
營運的能源用量與碳排放量	▼					▼		
數位包容的行動	▼		▼			▼		

2014年重大性議題矩陣



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，確保資訊可靠與正確。

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。

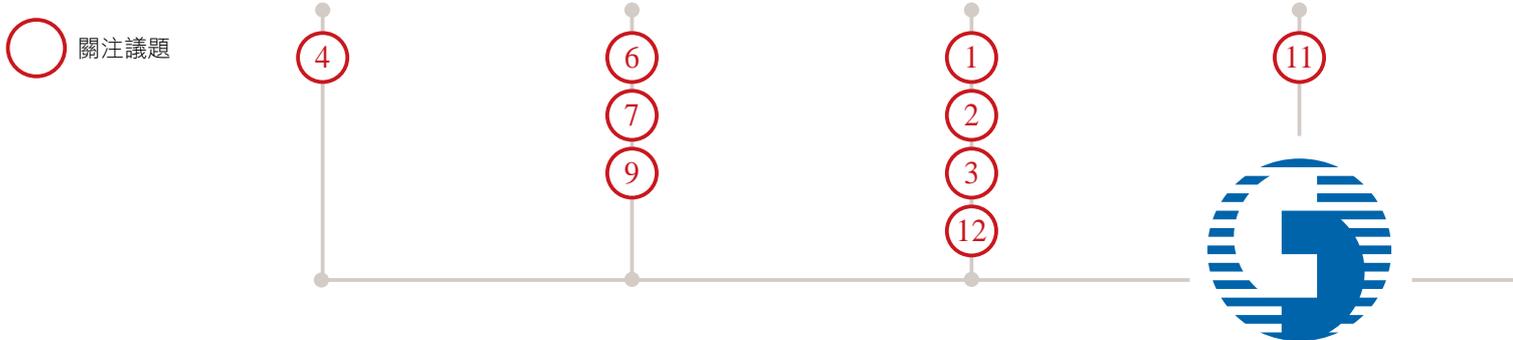
在推動CSR活動或資訊揭露時，皆會徵詢內、外部利害關係人之意見及建議，特別重要的機制包括：

- 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「中華電信CSR供應商夥伴交流會」
- 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

2014年重大性議題說明



對中華電信的重要性	股東／投資人是中華電信的持有者，我們必須對其負責。	員工是中華電信能夠永續經營的關鍵，也是我們持續成長的驅動力。	客戶喜歡中華電信提供的產品與服務，我們的存在才有價值，是永續經營的另一個關鍵。	中華電信龐大的產品與服務鏈，仰賴眾多供應商穩定的支持。
溝通管道	股東專線、IR網站、定期舉辦法說會及Roadshow	e-mail、電話專線、異言堂網站、勞資協商會議	客服專線、服務中心	e-mail、電話專線、CSR 供應商夥伴交流會
溝通頻率	即時	即時	即時	每月4-5次



關注議題	對中華電信的重要性	對應考量面	管理方針
① 產品與服務的費率說明	我們認為提供良好的服務環境，正確傳達產品與服務的相關資訊，讓客戶可以正確而快速地找到解決需求的方案，是維持企業專業優質形象及服務品質的關鍵。	<ul style="list-style-type: none"> 行銷傳播規範 產品與服務標示 	p.53
② 電磁波對健康與安全的影響	雖然並無明確科學證據顯示電磁波會對健康造成影響，但考量到大眾的擔憂，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，進行相關通信系統的建置。	<ul style="list-style-type: none"> 顧客健康與安全 產品與服務標示 	p.67
③ 客戶個資的保護	因應新《個人資料保護法》，且隨著大眾對於隱私的重視，我們持續透過各種流程及制度的設計，強化消費者資料保護，杜絕資訊外洩或客服人員不當查閱資訊系統及消費者資料。	<ul style="list-style-type: none"> 顧客隱私 行銷傳播規範 	p.54
④ 配發的股東紅利	每年中華電信的經營績效，最直接也最實際傳達給利害關係人知道的方式，就是配發給股東的紅利，這也是我們持續維繫股東及投資人對中華電信營運信心、長期持有中華電信股票的要素。	<ul style="list-style-type: none"> 經濟績效 	p.10
⑤ 普及服務的建設	偏遠地區因為業務有限，所以基礎建設開發也較為不足，但中華電信希望所有國民都能享受到基本的通訊權利，所以我們不計成本深入偏遠地區，盡力提供數據通信服務。	<ul style="list-style-type: none"> 當地社區 	p.108
⑥ 保障勞動權益	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。中華電信也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。	<ul style="list-style-type: none"> 不歧視 教育訓練 結社自由與集體協商 市場形象 	p.70
⑦ 員工的新資待遇與發展	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，確保員工基本及工作人權不受侵犯，讓每位員工都能充分發揮才能。	<ul style="list-style-type: none"> 市場形象 勞雇關係 	p.67



身為台灣的大鄰居，中華電信期望能透過電信本業長才回饋社會，打造一個更美好的未來。

媒體與評比機構對中華電信的指教，是砥礪中華電信持續進步的良師益友。

電信產業受主管機關監督，我們推出的產品與服務以及相關營銷行為皆受主管機關的檢核。

中華電信身為台灣電信產業的領導品牌，期望能與同業良性競爭，共創整體產業發展。

e-mail、電話專線、利害關係人座談會

e-mail、電話專線、新聞稿、記者會

e-mail、公文、會議、電話、專程拜訪

公文、會議

即時

即時

即時

每年1-2次



關注議題	對中華電信的重要性	對應考量面	管理方針
8 誠信正直的營運活動	中華電信認為誠信正直是企業社會責任的基石，我們矢志以最高倫理標準從事營運作為，要求所有員工在從事商業行為時應具備道德倫理與責任，除了符合法律規範，並以更高的道德標準反求諸己。	<ul style="list-style-type: none"> ● 遵守產品相關法規 ● 反競爭行為 	p.33
9 和諧的勞資關係	員工是企业永續發展關鍵，和諧的勞資關係，代表員工擁有良好的工作環境，也有利於中華電信的營運及發展，因為員工是提供優質產品與服務的最重要推手。	<ul style="list-style-type: none"> ● 勞資關係 	p.70
10 負責任的行銷推廣	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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 反競爭行為 ● 行銷傳播規範 ● 遵守產品相關法規 	p.34
11 電信業供應鏈管理	中華電信每年向供應商的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，去影響供應商共同履行社會責任，創造更多的社會價值。	<ul style="list-style-type: none"> ● 採購實務 	p.38
12 創新的產品與服務	為了達成「把簡單的交給客戶，複雜的留在中華電信」的目標，我們聚焦創新服務、基礎核心技術及前瞻研究，積極研發便利及實用的產品與服務。	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客健康與安全 ● 產品與服務的環境影響 	p.47
13 營運的能源用量與碳排放量	中華電信以成為永續發展的「綠色企業」為己任，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，引領低碳產業的發展。	<ul style="list-style-type: none"> ● 能源 ● 排放 	p.90
14 數位包容的行動	中華電信期望透過通信技術，營造一個沒有科技及資訊障礙的環境，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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 當地社區 ● 產品與服務的環境影響 	p.103

永續經營目標

因應4G正式開台，電信服務劃時代進展及環境快速變化的挑戰，中華電信將以「深耕行動增值、建構物聯網數位雨林並推廣資安服務、提供OTT匯流服務、打造IDC機房為國際金融資訊與亞太轉訊中心、提供全方位資通訊服務、鞏固語音服務」這六大主軸為發展依循，並以提供有感服務、提升企業營運績效、增加股東與企業永續價值為目標，催化產業動能、增強台灣的資通訊產業競爭力，帶領全民邁向數位生活！

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。

以行動、寬頻、增值、ICT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ICT整合服務創造競爭優勢。

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。

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。

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。
- 推動非營運資產之活化與運用，增益資產價值。

拓展ICT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。

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。

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ICT應用創新。
- 運用專業協助縮減數位落差與保護環境，拉近城鄉差距與增益社會福祉。

2014年關鍵議題回應

議題1：基地臺蓋與不蓋的難題

隨著行動服務的普及，社會大眾皆期望在服務端，業者能提供通話品質佳、行動上網快的服務，但對於基地臺電磁波之認知有資訊上之理解落差。亦即就算與屋主或業主溝通同意裝設，但後續卻常可能因「電磁波可能會危害人體健康」因素要求拆除。資訊落差的部份在於：

- 基地臺所發射的電磁波屬於非游離性輻射，電磁波粒子的能量太低，所以不會產生溫度，更不會破壞生物細胞分子，對人體無害。基地臺電磁波與X光的游離輻射完全不一樣：X光的游離輻射屬於極高頻率區段，電磁粒子的能量足以打斷化學鍵、破壞細胞分子，因此有害人體。
- 對於環境電磁波之量測，符合國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)之標準「非職業場所之一般民眾於環境中暴露各頻段非游離輻射之建議值」，即900MHz頻段須小於0.45毫瓦/平方公分，1,800MHz頻段須小於0.9毫瓦/平方公分。
- 以現在民眾使用手機的習性，其實「民眾暴露於手機的射頻，通常比基地臺高出千倍以上」。

綜上所述，只要對基地臺電磁波有既定之理解，國內、外亦有專業網站資料供查找，但若對住家附近的電磁波有疑慮，民眾可撥打0800-580-010，申請免費基地臺電磁波量測服務。

議題2：ICT機房之再生能源應用

近年，國際投資機構及相關NPO團體開始關注台灣企業應用「再生能源」之狀況，中華電信自2008年實施減碳政策開始，即持續關注台灣的再生能源政策，亦嘗試建置風力與太陽能發電設備，然在政府相關法規通過之前，目前，中華電信係以提高能源使用效率、節約能源為策略來推動碳管理作為。

近幾年，在業務持續增長的情況下，中華電信仍致力於控制相關能源使用量，讓溫室氣體排放量儘可能維持不增長狀況；針對新建置之IDC機房，我們也訂定了資料中心節能省電標準，即PUE值達1.5以下的目標，就是希望在營運與環境之間盡量取得平衡；未來，若大環境有比較明確的再生能源計畫與配套措施，我們也願意積極響應。

此外，最重要的是，中華電信持續善用ICT技術協助其他企業與產業達到節能減碳，例如，之前成立「低碳管理雲聯盟」，透過我們研發的iEN智慧節能服務，與新北市500家企業合作，預估每年節能減碳效益可減少2.8億度用電。

*註：PUE值是用來計算資料中心節能省電的標準，PUE值越低，代表機房的空調冷卻所需電力就會更少。

議題3：回應委外員工抗爭事件

宏華國際股份有限公司(以下簡稱宏華)為中華電信子公司，願景為“創造客戶價值及不可或缺的專業服務公司”，除承攬中華電信門市、客服、客網一線作業人力外，並對外承攬業務。目前，所有宏華員工都是正職人員，以本薪加獎金設計薪酬，績效好、獎金高，由該公司自主管理，主管逐步由員工晉升，員工職涯會有很好的發展。

除了陸續將原委外客服人員，擇優納為宏華的正職員工，我們也於2014年再函各相關承包廠商，重申承攬中華電信客服委外業務，悉依勞務契約內容，遵守勞動基準法、職業安全衛生法、性別工作平等法等相關法令規定，對所僱用勞工之勞動調建應予保障，以維護勞工權益。

- 中華電信招標委託宏華招募人力派駐中華電信，與中華電信員工人力管理方式不同。宏華朝自主管理方向，自員工中培育門市店長、客網隊長、客服主任等主管，讓員工成長良性發展，並以提升競爭力，提升綜合產值。
- 宏華已與宏華工會召開協商團體協約事宜，當團體協約訂立後，對員工權利與福利更有保障，可避免發生爭議，並促進勞資雙方合作，穩定勞資關係。

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)

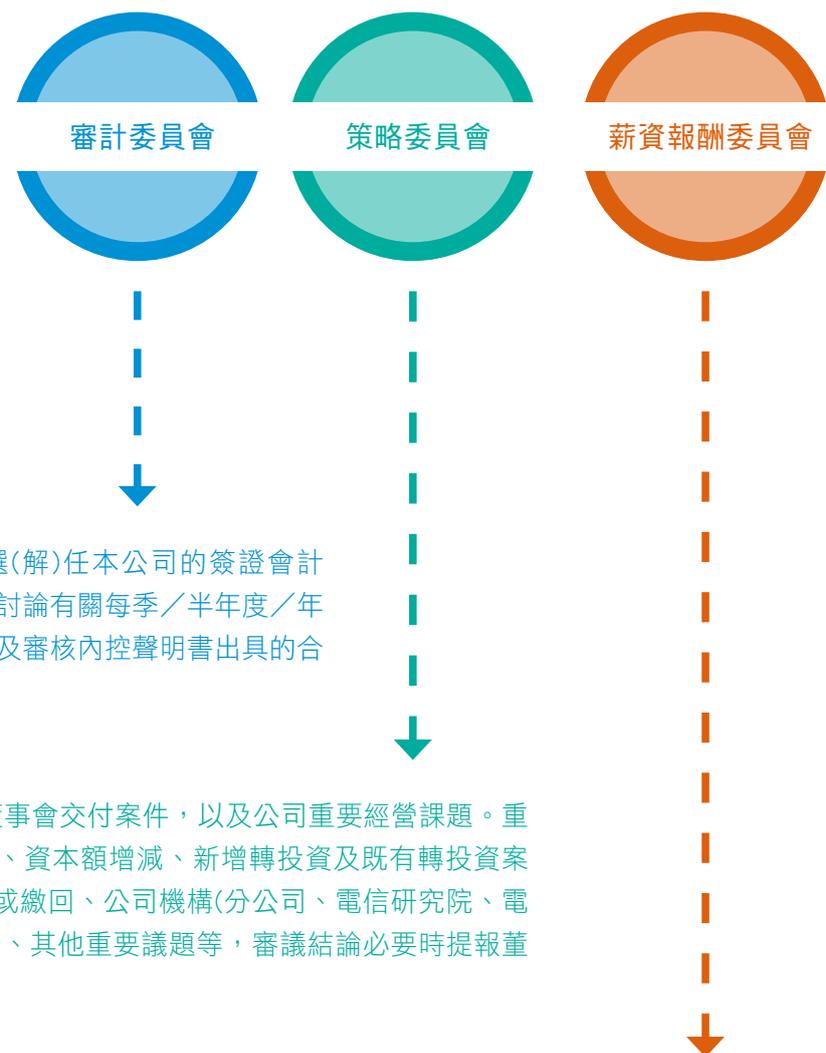
G4-34,G4-38-G4-40,G4-51

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：

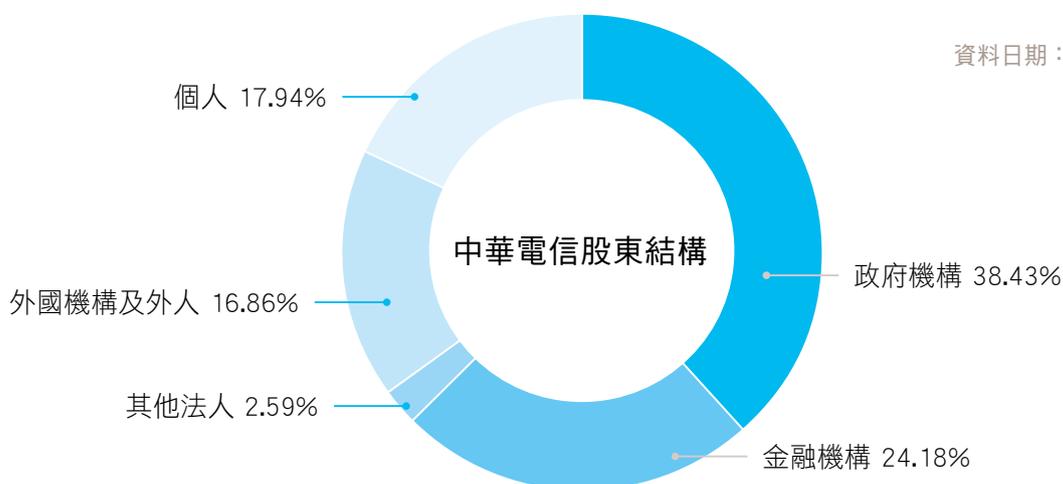
- 新任董事均須簽署願任同意書，遵守公司法第23條的規定，忠實執行業務及盡善良管理人的注意義務。
- 所有董事均須簽署聲明書，聲明已確知公司法第206條有關表決權行使的迴避內容及其違反的法律效果。
- 董事會議事規範第17條已明定董事應自行迴避事項。
- 在董事的高道德自律標準，及完整機制的運作下，中華電信董事會成立迄今並未有任何利益衝突事件發生。

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

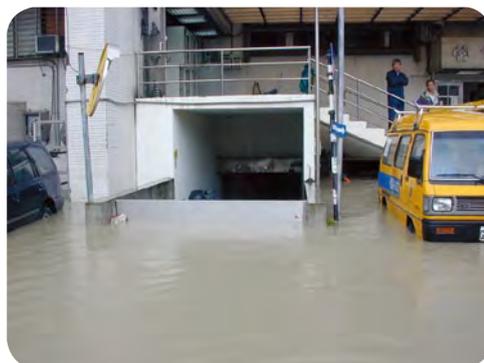
為了有效因應氣候變遷所產生的營運風險，我們以「中華電信公司環保節能減碳策略行動」為基礎，分別擬定及執行重點或相關改善計畫，提升營運抗災、避災能力，確保通信暢通及整體通信網路的安全性。

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。

G4-15

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，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

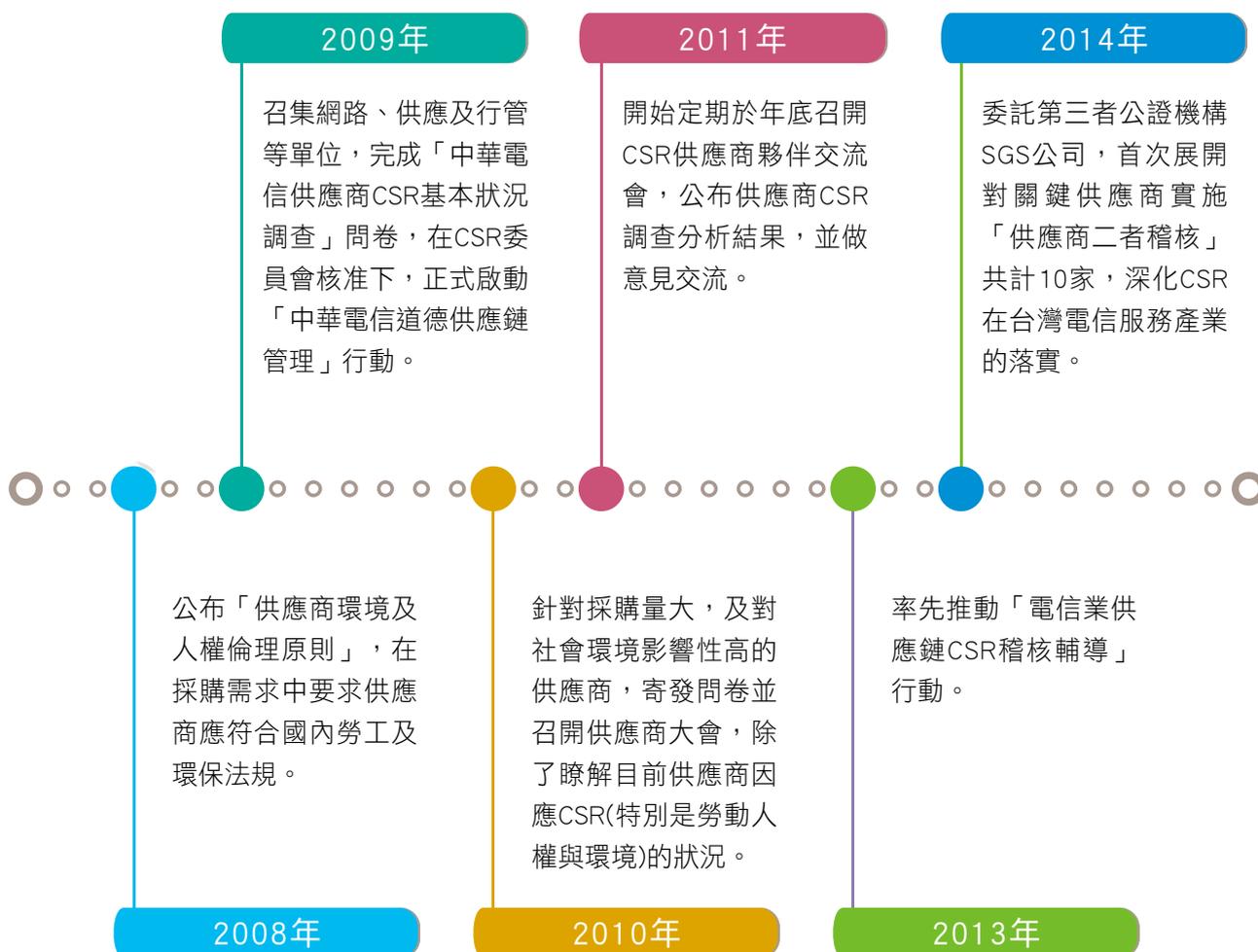
我們與供應商存在著密不可分的關係，為提供廣大消費者優質服務，中華電信秉持著互利共榮理念，在「中華電信行為準則」明訂：「必須以公平的方式對待供應商，不以隱匿、濫用優勢或其他實質上的誤導，取得不公平的利益並嚴禁自供應商取得不當的利益；也不會與競爭對手聯合杯葛或拒絕與供應商的交易，甚至是市場的壟斷行為」，與供應商夥伴共創雙贏。

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。

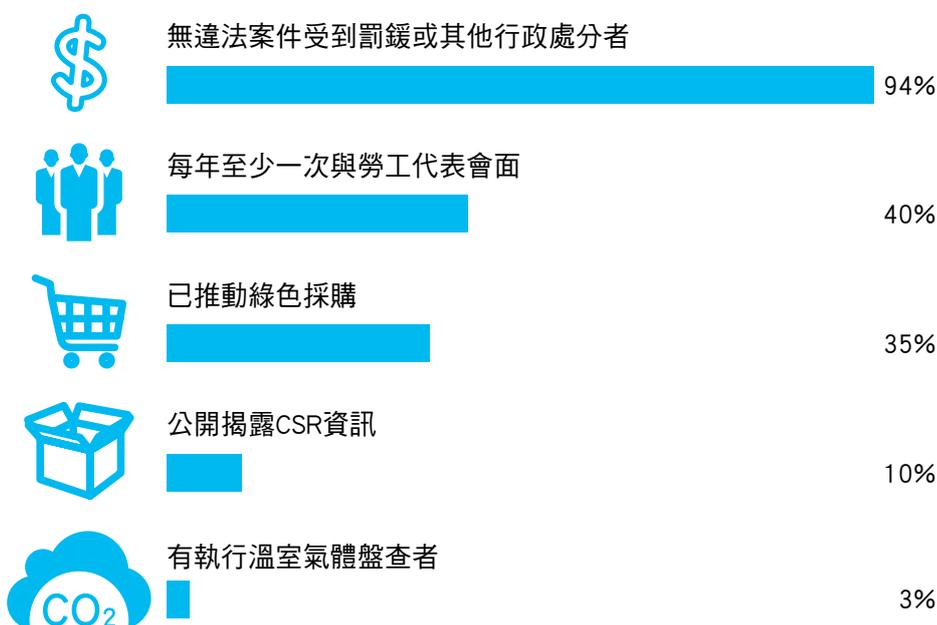
供應商管理與獎勵機制

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。

領航智慧服務



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。

成立品質推廣工作小組、品保中心、工程流程小組外，導入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。

持續推出創新研發的產品與服務，佈局智慧城市，包含ITS智慧交通、智慧家庭。

詳第51頁的「研究成果回顧與未來展望」。

短期 持續累積研發能量、推出創新智慧城市商品。

中長期 **2015~2018**年，取得60萬4G智慧城市付費用戶，協助各縣市打造特色智慧城市。

CHT 研發投入**35**億元

CHT 研究院人才**1,528**位



智慧城市 - 永續產品與服務

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。

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，持續提升大家的生活品質，從企業的永續發展，帶動社會的永續發展。台灣各縣、市應有各自的特色，中華電信可以配合各縣、市城市發展需求，提供客製化整合方案，建構「具特色、創新融合」的智慧城市，並有利於產業升級，持續提升城市居民的生活品質。

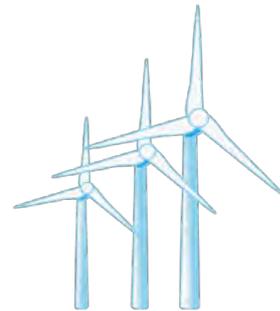
智慧城市建設是一個持續的進程，沒有終點。我們相信城市本身就是一個有機體，會隨著時代的變化、居民的需求，及城市領導者的願景而不斷蛻變。每一個城市所面臨的挑戰都不一樣，因此，城市本身也必須持續進化，逐漸賦予智慧，才能解決隨之而來的各種問題與挑戰。從4G到物聯網、從技術到應用、從願景到實踐，中華電信將協助您擘畫智慧城市建設藍圖，開拓智慧服務產業商機。



智慧城市基礎



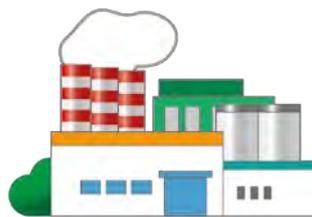
安全健康型



永續綠能型



科技創新型



產業發展型



文化觀光型

4G 領航智慧城市

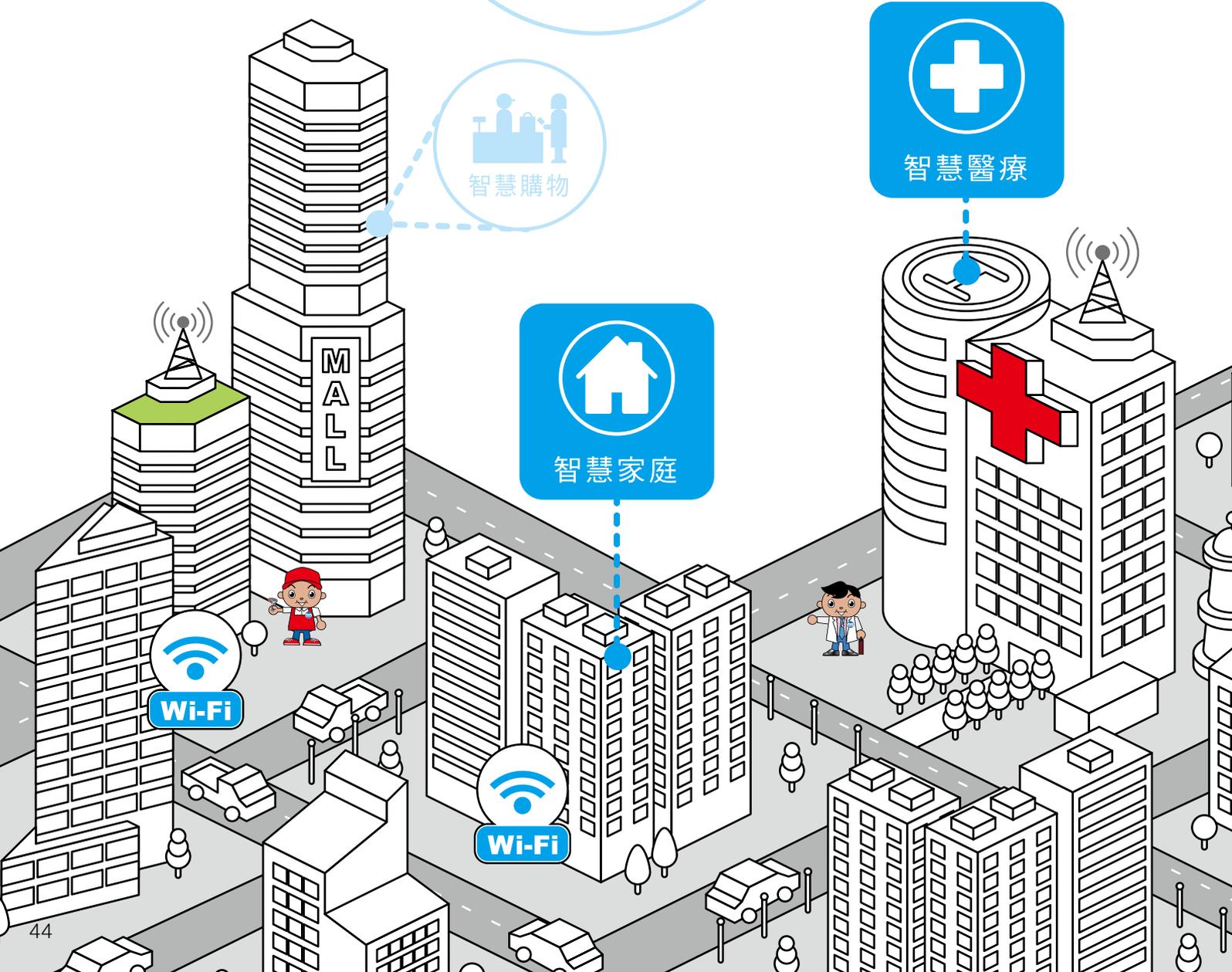
hicloud
企業雲

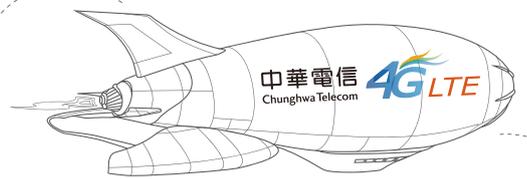
iEN
智慧節能服務

智慧安防 IVS

CHT ITS eFMS
e - Fleet Management System
商用車隊管理系統

CHT Virtuoso
虛擬化管控平台





資安服務

行動支付

智慧家庭
eHome

電子發票
服務

Big Data

智慧建築

智慧交通



智慧防災

2014年產品服務回顧

iEN智慧節能服務，提供企業全面性節能技術服務

iEN智慧節能服務，提供企業全面性節能技術服務，建置一個最佳化能源管理環境，有效提升系統運作效率與降低企業營運成本。提供WEB化管理系統來蒐集與分析能源數據，為客戶提供優化的節能計畫與運作環境建議。自服務推出以來，已成功運用於醫院、學校、政府機構、養殖 漁業、大型賣場等產業場域，榮獲多次獎項肯定，連續二年榮獲經濟部能源局頒發能源技術服務業績優廠商。2014年營收約新台幣10億元。

以桃園市為例，2014年度已完成「桃園大圳水門遠端遙測案」，運用物聯網的概念，結合網頁及行動App偵測功能，提供水位計、告警水位、酸鹼值、導電度、虛擬水流量、虛擬雨量計等更完善的用水管理、防災、自動監測與水門遙控功能。

商用車隊管理系統，綠色交通新選擇

「車訊快遞」服務結合3G/4G LTE行動雙向通訊、GPS車載智慧終端、精確地址門牌圖資定位技術、油耗管理及人性化界面雲端集中監控管理平台等技術，能有效降低車隊管理營運成本，協助企業提升整體營運效率。

企業在導入服務一年後，車輛平均油耗降低6.6%、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，等同於減少306.6公噸(註一)碳排放量。截至2014年底，已能支援每日5萬次叫車服務量，全台共有12家車隊採用，為超過3,500台計程車提供派遣服務。各車隊導入一年後，平均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%，等於每日每車因空車率降低可減少碳排放量7.7公斤(註二)。

*註一：以2014年中油公司柴油每公升約當均價新台幣30元計算， $(4,000,000/30)*2.3=306.6$ 公噸。

*註二：以每車每日平均節省3.35公升油耗計算。

結合傳統科技，引領霹靂上雲端

中華電信「hicloud Render雲算圖」服務，為台灣數位內容產業提供全新雲端科技與創作流程，讓台灣文創影音業者能以更低成本、更快效率打造優質內容，進軍國際市場。3D偶動漫電影「奇人密碼：古羅布之謎」是台灣業界首次導入商用雲端算圖服務，將大量且繁重的算圖工作，藉由雲端分散式處理的特性，顯著降低大畫電影自有算圖設備的負擔。

傳統

全片採3D+4K畫質拍攝製作，製作期特效運算總時數高達170萬小時，如果以單一電腦運算，將耗時194年才能完成。

中華電信貢獻

有效減少大畫電影高達50%以上工作量，讓影片在四個月內，就完成原本預計10個月才能完成的運算任務。

中華電信自2012年協助奧斯卡最佳導演李安，共同完成「少年Pi的奇幻漂流」金獎特效畫面後，更陸續接下多部電影的後製特效運算任務。

此外，我們也發展出獨立知識產權的「雲端電影專案管理系統」、「雲端動畫師」等高科技雲端電影製作工具。未來，更將結合高效能雲端儲存設備，配合可轉播HD高畫質的OTT收視平台，為台灣數位內容業，提供從製作、後製到發行的一條龍完整服務，推動製作流程及概念的典範移轉，將高品質內容帶進國際市場，讓世界看見台灣文創的出色實力。

持續創新研發

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，我們持續投入相當資源於研究與發展工作上，期望藉由創新研發、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。

對此，中華電信在2012年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。2014年度，總計投入研發經費合計約35億元，約佔合併營業收入之1.55%；向經濟部智慧局提出申請件數共178件，自智慧局獲證件數共162件。

鼓勵內部創新

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，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。

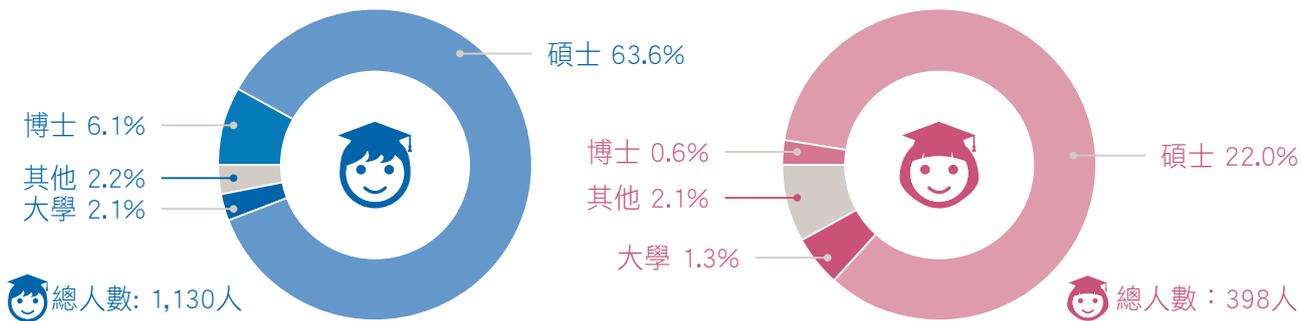
人才奠定創新基石

中華電信研究院擁有超過1,500名員工(佔公司人數近6.4%)，其中，約90%為研發人員，我們每年持續對外招募研發人才，2015年預計徵召30位正職員工。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



中華電信研究院人才一覽



中華電信研究院獲獎紀錄

頒贈單位	獎項名稱
經濟部	「EARTH環境永續發展管理服務」榮獲「EPIF2014國際綠色典範獎 - 榮譽獎」
經濟部	台北國際發明暨技術交易展競賽，榮獲三金五銀一銅
經濟部	三項產品榮獲「2014台北國際電子產業科技展(TAITRONICS) - 科技創新獎」 1.雲端物聯網領域優選產品獎：EARTH環境永續發展管理服務 2.雲端物聯網領域優選產品獎：巨量資安日誌分析系統 3.寬頻通訊領域優選產品獎：智慧通信服務
中華智慧型運輸系統協會	<ul style="list-style-type: none"> ● 2014智慧運輸應用獎：「智慧型車輛共享服務管理系統」 ● 2014智慧運輸論文獎：「Scaling the Real-time Traffic Sensing with GPS Equipped Probe Vehicles論文」及「基於蜂巢網路資料之交通資訊估計方法論文」
資訊月活動委員會	「路況快易通 - 智慧交通資訊服務」榮獲「2014年資訊月百大創新產品獎」
中華民國科技管理學會	中華電信研究院匯流服務研究所榮獲「第16屆科技管理獎 - 企業團隊獎」



研究成果回顧與未來展望

2014年

- 致力於毫米波通道特性研究，在網路佈建前先透過電腦模擬評估，分析佈建可能性並掌握實際系統效能，縮減時間與成本，提供用戶最高品質的無線寬頻服務。
- 以SDN(Software Defined Network)技術優化Wi-Fi QoE(Quality of Experience)架構上線：已納管全區Wi-Fi Gateway設備，可減省硬體成本，並大幅縮減監測建置點及維運成本。
- 大數據(Big Data)收集功能：與傳統分散建置相較，採用SDN/NFV(NFV:Network Function Virtualization；網路功能虛擬化)集中化架構，可減少機房佈建數量、機櫃空間、電力、維運複雜度。除可減少硬體設備建置成本，更可提升資源使用效益、降低能耗及碳排放。
- 資安加值服務上線：透過SDN優化架構，降低資安加值服務建設成本，並提升資安服務項目的擴充性。
- 中華電信與國網中心共同參與美國紐奧良Super Computing 2014，展示SDN資安加值隨選服務；參與APNOMS 2014展覽並加入ONF國際組織會員，大幅提升國際能見度。
- APT先進攻擊偵測目前仍處於發展之初，市場上較無成熟之產品，以惡意活動偵測為切入點，研發EyeQuila巨量資料自動分析、LiveDump惡意主機快速篩選系統，能快速發掘企業內部惡意活動並進行自動化鑑識，降低公司內部資安風險所造成損失，可節省94%的巨量資料分析時間、96%的巨量資料搜尋時間。
- 在終端防護上，提升IRMAS與iServer在終端安全防護的能力，落實資安政策執行，每年節省維護費用約1,500萬元。IP管理(IPAM)系統納管本公司6,769個網段，節降對外購置費用至少1億元與每年維護費用1,500萬元。
- 基於中華電信研究院(TL)在APT的專業領域，以及精誠的SBox及海外行銷經驗，共同合作APT防禦EyeQuila Appliance產品。

2015年

- 致力於下一代行動通信(5G)技術的研究，毫米波可以利用更大的傳輸頻寬及更多的天線做到超高速且更精準的傳輸，同時可帶來更多的可能性，除用戶接取的傳輸，也可作為基地臺的後端網路。
- 將來偏鄉及離島地區的基地臺建設將可不必拉實體網路線，減少建設時間及建設成本。
- Wi-Fi Gateway虛擬化PoS(Proof of Service)研發。期能使Wi-Fi Gateway依需求彈性建置與動態部署，無須事先採購硬體，大幅縮短建置期。本項研發在中華電信經濟面可有效減少硬體設備；在社會面可提升使用者體驗(UX, User Experience)、滿足消費者需求及社會期待、強化消費者對品牌的認同；在環境面亦有利於提升資源效益、降低溫室氣體排放效應，進一步減緩氣候變遷風險，善盡世界公民的綠色環保與永續責任。
- 展開中小企業vCPE(Virtual Customer Premise Equipment)與SDN VPN(Virtual Private Network)服務PoS(Proof of Service)研發。
- 2015年將持續強化EyeQuila系統功能，從端點掌握主機內部活動行為，提供資安事件處理所需之鑑識工具，從端點揭露威脅與反應，掌握企業內部擴散狀況回饋強化資安防禦。

引領產業轉型發展

中華電信具有網路基礎架構、電信增值服務、與軟硬體技術整合的優勢，整合帶動國內資通訊產業的轉型與升級，並提供消費者完整的客製化雲端與增值服務解決方案。

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，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，亦積極與不同領域的夥伴合作，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」打造金斗雲

中華電信在雲端運算的佈局是依循「四中心一平台一市集」打造金斗雲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。

在「新北市中小企業雲端服務應用」金斗雲專案計畫中，中華電信提供大容量「雲端服務創作平台」並打造「中華雲市集」，同時串聯台灣所有的雲端產業供應鏈，幫企業省成本「日進斗金」，並提供雲端架站、SaaS CRM行銷高手、雲端行動商機王、雲端伺服器、雲端資料櫃與企業e化通等優惠方案。

「金斗雲」自2014年起跑以來，已輔導5,200多家中小企業上雲端，並使新北市成為企業使用雲端服務最密集、全台績效最好的城市。

創新、創意、創業 催生「台灣雲谷」計畫

雲端協會為鼓勵產業開發雲端創新應用服務，2013年4月正式啟動「台灣雲谷雲豹育成計畫」(簡稱雲豹育成)，結合雲端協會重量級會員企業的能量，募集雲端服務開發平台，並組成企業導師團；透過選秀機制，投入技術、企業導師、資金輔導新創團隊，發掘台灣雲端產業的明日之星／創業團隊，期將台灣雲谷發展為雲端產業示範聚落。

2013年，中華電信參與「第一屆台灣雲谷雲豹育成計畫」，由數據分公司雲端處陳錦洲處長擔任企業導師。經複選媒合輔導三家新創團隊，其中，Meworks經決選後獲得該屆冠軍，且獲得百萬獎金。

2014年，我們繼續參與「第二屆台灣雲谷雲豹育成計畫」活動，由數據分公司經規處饒吉森處長擔任企業導師代表，輔導4家新創企業參加決賽，其中，所輔導之「眾社企」獲得第四名，為歷屆賽事首度出線之社會企業。

創新應用大賽 - 培育創新種子

中華電信為鼓勵網路應用及數位學習，與校園學生開發創新電信服務，已舉辦13年的數位創新應用系列賽，不但從多螢應用、雲端服務及文化創意等多方面尋找數位好點子，致力提供完善的創作環境，更透過競賽發掘頂尖創新人才，讓創意獲得實踐，提升台灣創新軟實力。共有五大主題賽事「Hami Apps軟體開發暨供應商大賞」、「MOD微電影創作大賽」、「hicloud雲端創作大賽」、「FunPark創意說故事大賽」及「HiNet數位學習大賽」。

其中，「MOD微電影創作大賽」廣受好評，吸引各界名人與創作好手踴躍參加，參賽件數為國內同類型賽事之冠；「Hami Apps軟體創作暨供應商大賞」更是唯一提供新創作品在華文最大App商城 - Hami軟體商店上架，優秀隊伍更可接受商轉輔導的賽事；「FunPark創意說故事數位繪本創作大賽」首創兒童數位繪本創作平台，打造小小童書作家，每個孩子皆能夠發揮想像力及創意自製繪本報名人數達3,500人、並有153所學校參與。



加入「台灣智慧航空城產業聯盟」(TIAA)

為配合政府落實「桃園航空城國家型計畫」，中華電信主動邀集智慧航空城產業生態鏈(Ecosystem)具代表性之國內外領導業者，在短短2個月期間，凝聚共識並招募近70家業者共同成立台灣智慧航空城產業聯盟(TIAA)，以「打造國門智慧運籌之都，建設產業科技智慧之城」為目標，對桃園航空城發展政策提出具前瞻性創新智慧化應用服務建言。

該聯盟於2013年12月10日正式成立，由中華電信董事長擔任首屆會長，透過聯盟組織的運作，展現本公司在「智慧航空城」及「智慧城市」等領域具領導地位，並提升公司前瞻創新形象。

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。

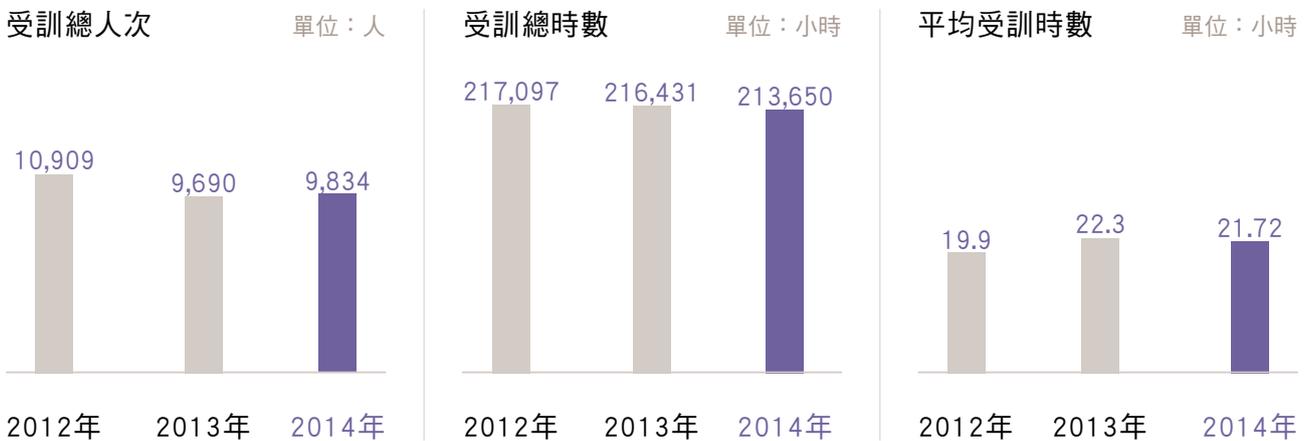


行銷服務與訓練

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

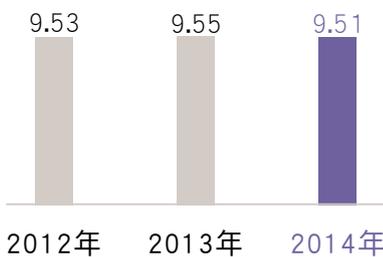
為了確保所有消費者需求都能夠儘量被滿足，中華電信服務中心、消費者服務專線及裝機查修服務，每年都會辦理消費者滿意度調查，力求即時改善服務品質。

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。

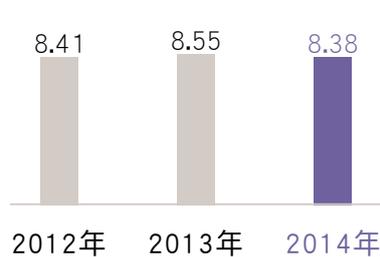
項目	目標	實績
市話接續完成率	≥ 95.6%	99.89%
行動電話通話中斷率	≤ 3%	2G：0.57% 3G：0.35%
數據通信存取服務封包遺失率 <small>*以2014/10/01~12/31用戶端之HGW執行量測</small>	≤ 3%	0.0129%

「企業消費者」及「一般消費者」滿意度調查

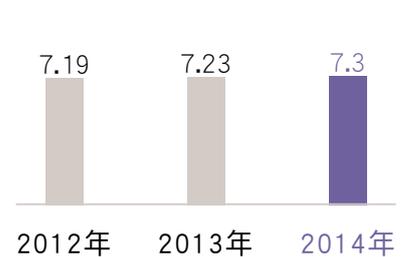
大企業消費者



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

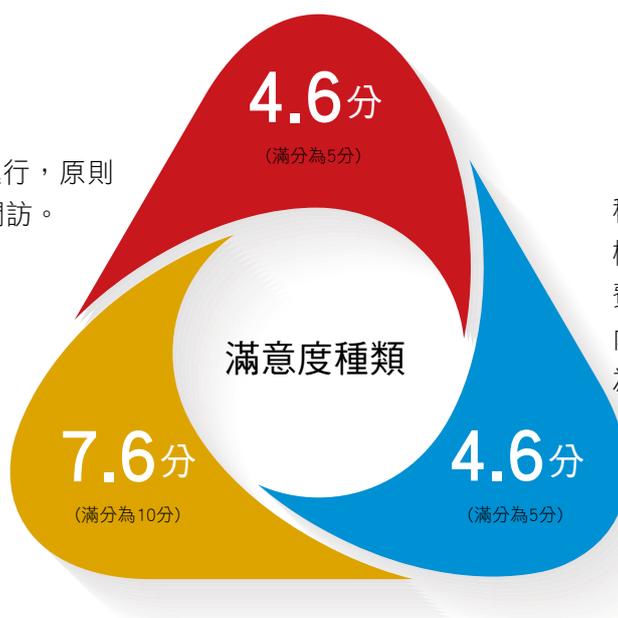
我們藉由內部及委託方式，進行三種類型空中櫃台客戶服務滿意度調查，確保進線消費者之需求能得到妥善的回應及服務。

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

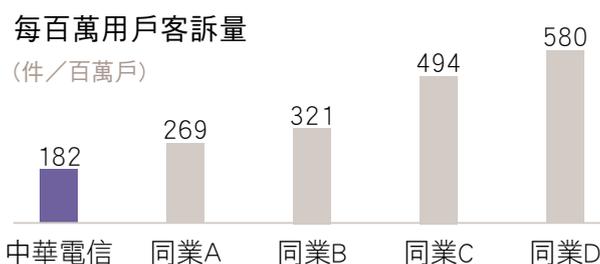
項目	2012年	2013年	2014年
固網(件)	0.81	0.61	0.53
行動(件)	1.95	1.55	1.20
數據(件)	1.27	0.88	0.45

*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



建立安心職場



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，持續強化與員工之間的溝通與對話機制。

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；定期召開勞資會議。

- 中華電信學院專職負責員工訓練
- 推動中華電信工作幸福感調查

回應委外員工抗爭事件。

扶持人才，讓員工能共享企業經營成果，落實幸福企業的真諦。

- GRI 中華電信基本薪資為台灣最低工資的**1.5**倍
- GRI 中華電信工作幸福感調查**78**分
- GRI 人均訓練時數**48**小時



保障員工權益

中華電視員工為最重要的合作夥伴，除了致力建構完善薪資福利機制，並確保員工基本及工作人權不受侵犯外，亦持續創造安全優質的職場環境，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，持續強化與員工之間的溝通與對話機制。

G4-54

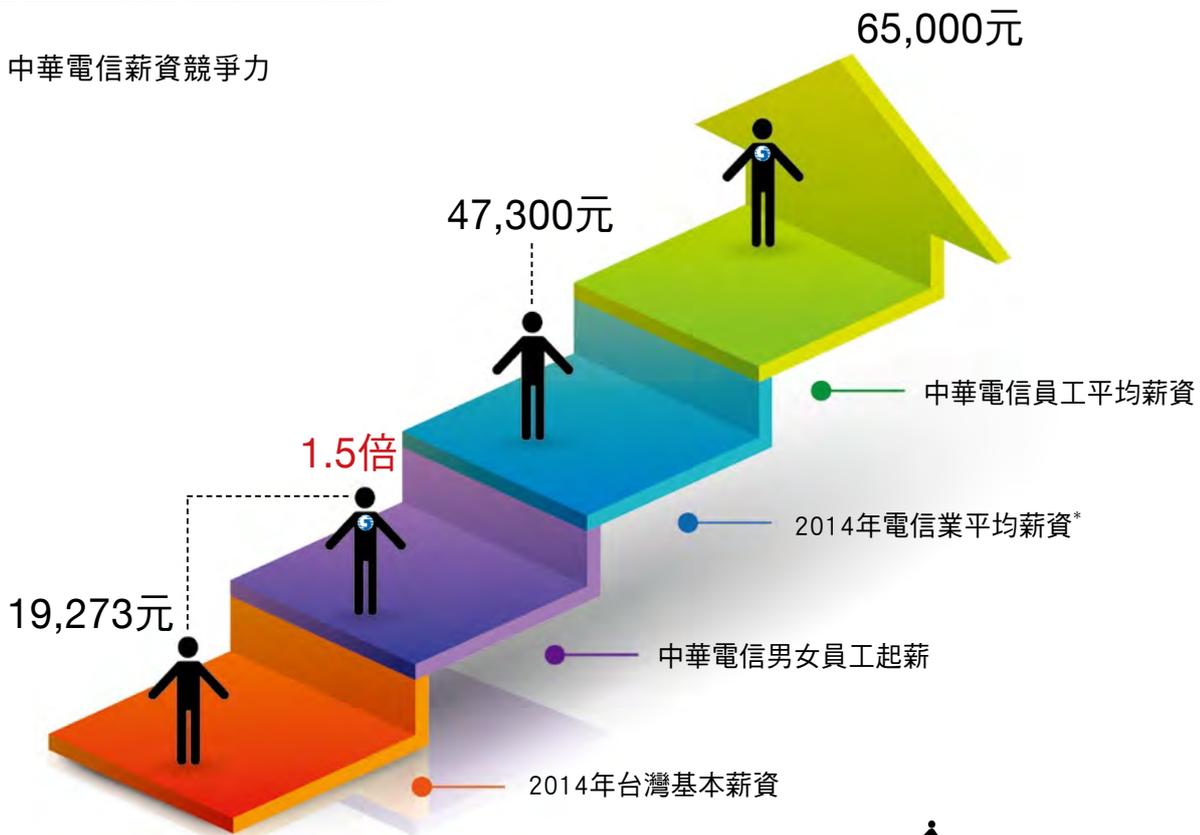
具競爭力薪酬制度

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。

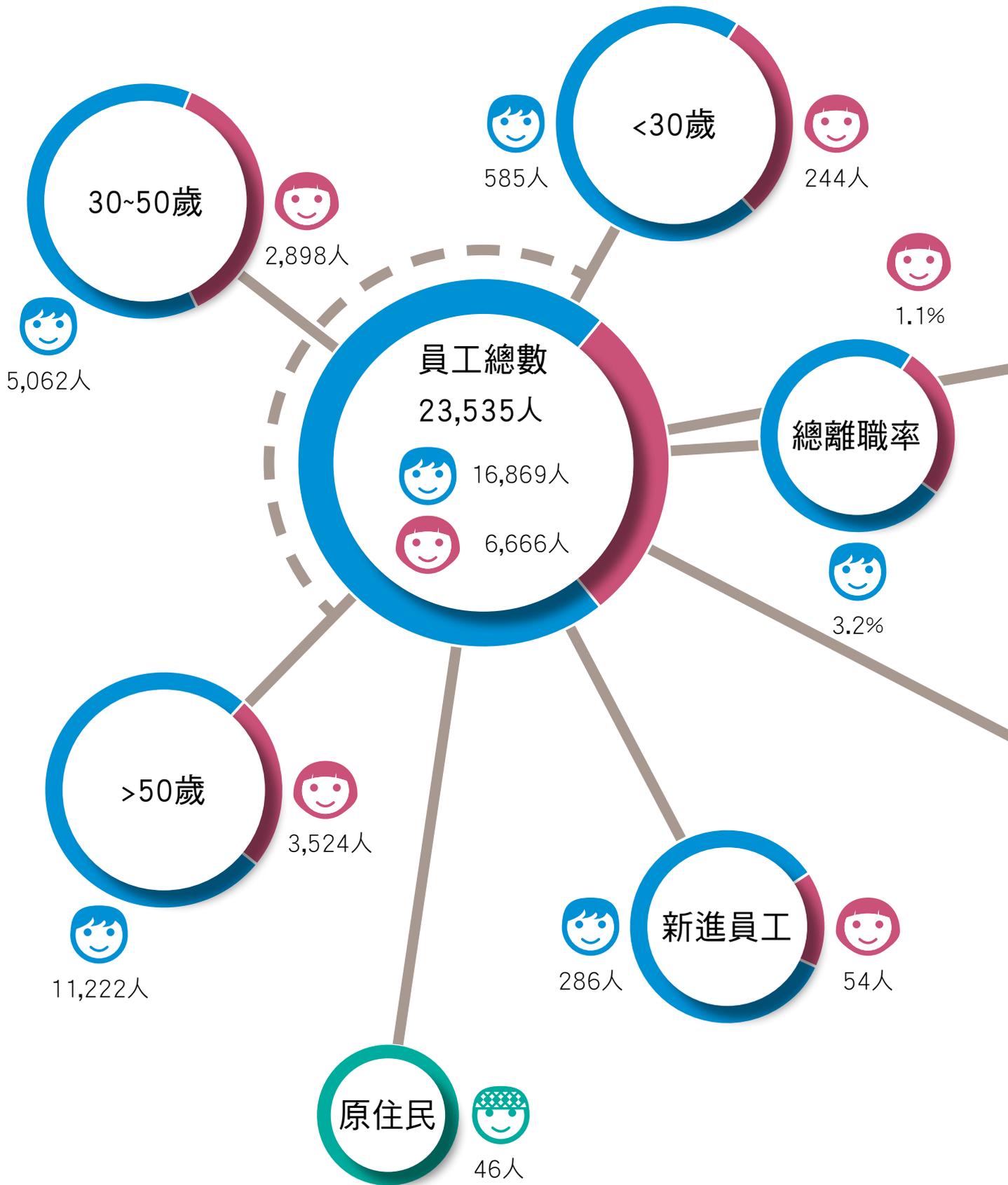
除了維護股東權益，我們亦藉由透明化的薪酬政策，將企業營運績效回饋給中華電信員工，2014年，中華電信最高薪酬與薪酬中位數比例為5.68比1。

中華電信薪資競爭力

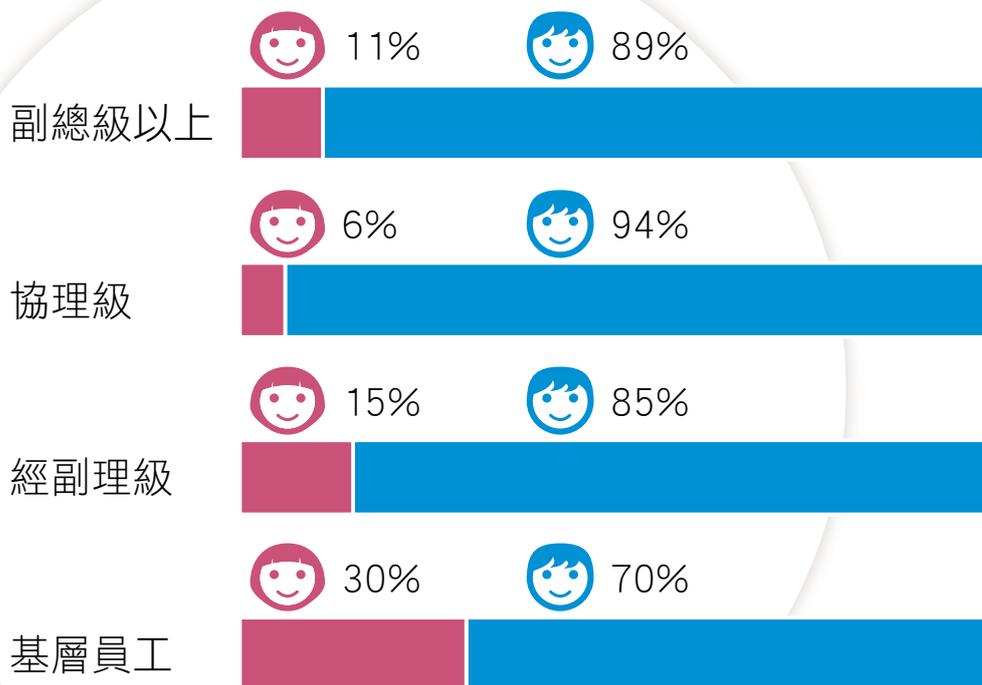


註：電信業平均薪資來源為主計處

中華電信人力結構



註：所有員工均為本國籍。



身心障礙

763人



2014年宏華子公司人力結構

員工總數：3,402人

組成	精神障礙 (藍)	身心障礙 (紅)
>50歲	11	4
30~50歲	739	628
<30歲	740	1,280
身心障礙雇用人數	6	6
原住民	24	2



性別平等及多元化

中華電信重視工作人權，對於各項人力資源制度、措施或活動，都依法令並按內部嚴謹規章辦理。為落實性別工作平等法男女平等精神，亦訂定了性騷擾防治及處理機制。

我們設有「申訴調查評議委員會」，專責處理員工受歧視為不當行為之投訴，委員會共有委員5人(3名女性委員)，女性委員占比達二分之一以上，在機制的有效控管下，2014年並無相關歧視事件發生。

我們按《身心障礙者權益保障法》第38條之規定，2014年，進用超額身心障礙人員，大幅超過法規規定的3.47倍(法定220名，實際僱用763名)。

對於2014年在職之46名原住民員工，我們亦尊重其文化習俗，並無違反其工作權及人權之相關案件發生。

設置工會 法制化保障員工權益

G4-11

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，協約內容涵蓋資遣、獎懲升遷、健康與安全等議題、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。2014年，員工加入工會的比例達99.86%，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、行動通信分公司、企業客戶分公司、數據通信分公司、高雄營運處、彰化營運處、關係企業等8家企業工會。2014年，工會討論的重要議題有為全體勞工全面調薪等議題，資方亦以開放透明之精神與工會進行溝通互動，確保勞資關係和諧。

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。

2014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1,022人，離退率為4.3%，人力結構仍呈現穩定狀態。但為加速寬頻網路建設、強化ICT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，2014年，我們也陸續延攬新血共計340人，持續培育新世代人才。

G4-57,G4-58

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，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。2014年，中華電信內部並無與人權有關的申訴案件。

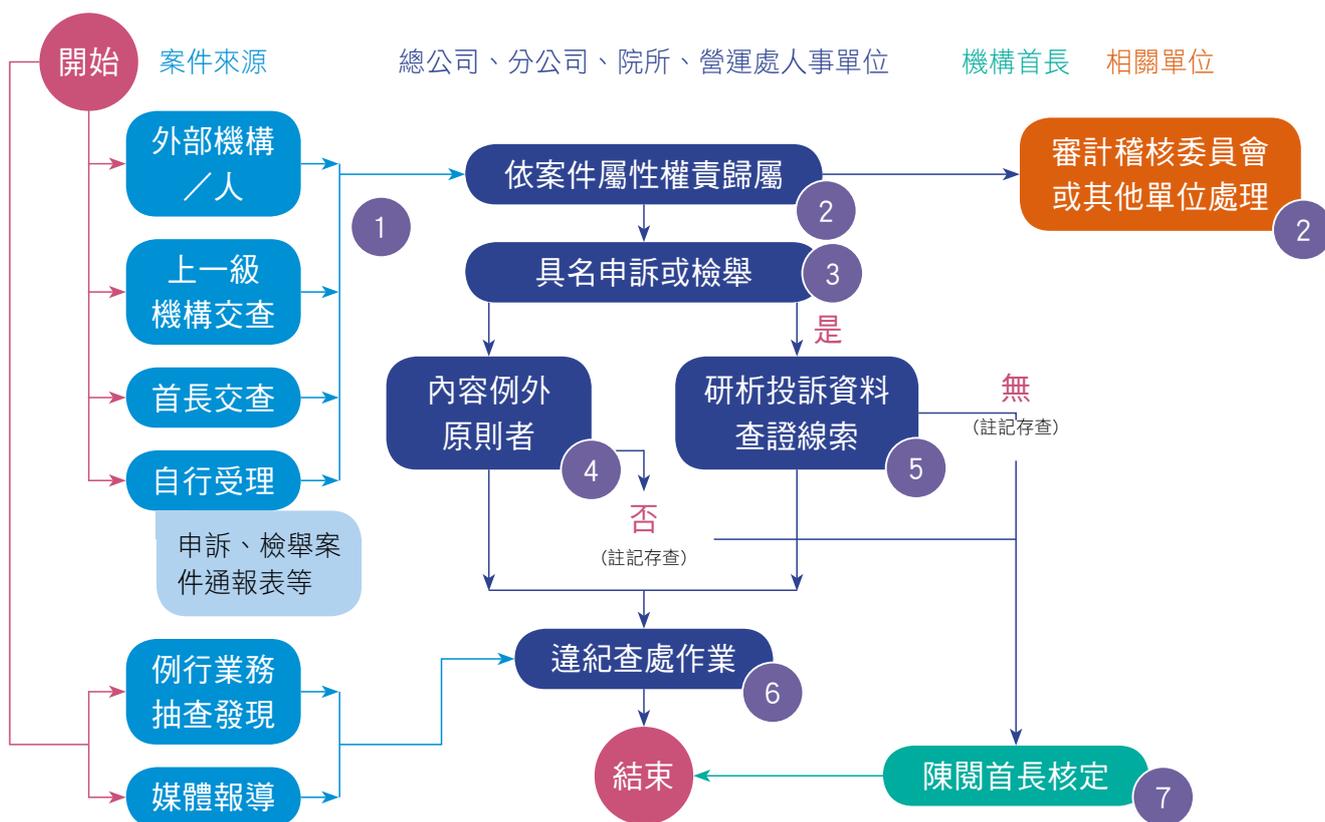
我們定期召開勞資會議，勞、資雙方代表各9人，會議主席輪流擔任。中華電信董事長、總經理不定期與工會理事長、理監事等工會代表座談或電話溝通，確保勞資溝通管道暢通。此外，中華電信工會理事長可受邀出席人評會，列席考核會、業務會報等，確保勞方瞭解各項營運訊息。2014年，共計召開6次全區勞資會議，並加開1次臨時會，針對相關議題達成多項共識。此外，也召開5次與勞動條件有關的協調會商會議，協商議題包含修訂公司意外事故處理要點等。

申訴管道

在中華電信員工資訊入口網站(<http://eip.cht.com.tw>)/員工園地中，設有受理員工申訴檢舉專線等資料。

- 受理單位：總公司人力資源處
- 通信地址：100台北市信義路一段21-3號
總公司大樓503室
- 受理申訴檢舉專線：0800-080998
- 申訴檢舉傳真專線：(02)23570007
- 電子郵件帳號：chthr@cht.com.tw

申訴檢舉受理作業



重視訓練發展

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。

我們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。

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力培訓小組，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

中華電信成立「電信學院」專責培育電信技術及經營管理人才，將訓練課程與公司業務發展緊密結合，持續累積及創造企業核心競爭優勢。

我們已建置完成網路、行銷等19體系約870項專業職能項目及培育各職層主管的管理職能項目，以增進員工專業知能，改善服務態度及整體工作績效，並培養主管經營管理能力。2014年，專業職能培訓計96,251人天，管理職能培訓計4,635人次。



多元訓練學習管道

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。我們共提供八種類型的學習管道：課堂教學、遠距教學、假日班、夜間班、數位學習、公司外訓練、到府教學及數位圖書館。

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。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

為使新進員工瞭解企業願景、理念價值、企業文化，並加速適應職場規範與環境。我們在2014年訂定「本公司暨所屬機構新進人員輔導培育作業說明」，建立新進人員輔導員制度，並順應數位學習時代，為新進員工安排e-Learning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，加速新進員工步入軌道。

受訓成效評估機制

為瞭解員工對受訓教學品質之滿意度，使課程更符合員工需求，電信學院於課後皆會進行教學滿意度調查及彙整學員意見反應內容，送各相關單位處理，確實追蹤改善進度。

另外，每月從學員訓後3個月訓練班中抽選約9%之訓練班，針對學員與其直屬主管發送問卷調查，並依回饋建議，改善課程規劃，確保訓練課程品質，以評定訓練是否有效。

公平考核機制

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」，適用所有的員工。針對工作績效不佳的員工，按照規定的程序輔導、改善與追蹤。

針對各層級員工績效 訂定相關獎勵制度

- 所有員工依工作屬性分為基層人員、中階主管及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，主管也會與員工於面談中討論職涯規劃，並提供員工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員工，按照規定的程序輔導、改善與追蹤。
- 中華電信績效獎金及員工紅利均與員工個人績效考核連動。



保全人員訓練

2014年，保全人員訓練課程，內容涵蓋職業安全法令宣導、擒拿術基本觀念、火災預防通報、人員及車輛進出管制、個資保密、加強對人員進出機房的過濾與管制，等各種日常生活較容易接觸到的事件，預定每月進行一次，全年共開辦12場次，每次課程約2小時，年度總訓練時數達24小時，共約720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：



培育專業人才

中華電信致力於提供員工一個開放多元的學習環境，並透過工作輪調、專案指派及海外派任，使員工生涯與職涯相互結合，共同享受知能成長的喜悅，開創美好的未來。我們於北中南皆設有中華電信學院，有計畫、有系統、有層次的落實培育訓練工作。

2014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、增值服務、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。

2014年，中華電信員工訓練總時數達112萬小時，訓練費總支出近新台幣6.8億元。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，申請公餘進修補助者有740人次，投入的總金額為新台幣1,152萬元。

教育訓練投入資源

	2012年	2013年	2014年
總訓練經費(仟元)	752,157	747,833	679,171
人均訓練經費(元)	30,888	30,877	28,857
總訓練時數(小時)	1,855,255	1,413,923	1,129,809
人均訓練時數(小時)	76	58	48

進修補助

2012年		2013年		2014年	
人數	金額(仟元)	人數	金額(仟元)	人數	金額(仟元)
1,028	16,131	845	13,701	740	11,523

校園人才培育

我們與台大、交大、清大、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。

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。

健康安全管理

提供員工健康安全的工環境，是中華電信的承諾。我們是國內第一家導入職業安全衛生管理系統(OHSAS 18000)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，有效防範任何職業災害的發生。

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，預防傷害及違反員工安全情事發生，保障員工、承攬商勞工及相關第三者生命的健康與安全。我們推動的工作包括：

- 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、督導與推動勞工安全衛生相關業務，並成立「勞工安全衛生委員會」，每三個月開會一次，負責審議、協調及建議勞工安全衛生有關業務。

「勞工安全衛生委員會」共有26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9人，佔委員人數比率為35%。2014年計召開會議4次，勞工代表提案計14件，議題分別為安全衛生設施改善7件、安全衛生管理精進4件、安全衛生教育訓練1件、食安議題1件、職工福利事項1件，經討論後皆能獲得有效解決。

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，但職安衛績效仍不打折扣，2014年，職業災害千人率遠低於全產業平均值，成效卓越。



失能傷害人次數		失能傷害頻率		失能傷害嚴重率		職災千人率	
中華電信	13	中華電信	0.27	中華電信	9	中華電信	0.53
全國(平均)	11,561	全國(平均)	1.65	全國(平均)	118	全國(平均)	3.42

96%機構取得OHSAS18001 國際驗證

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。至2014年底止，全區28分機構中有27分機構通過職業安全衛生管理系統OHSAS18001國際驗證作業，以「系統化」與「制度化」管理機制，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年起，我們正式雇用5名專職護理師、約聘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，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

中華電信於意外事故處理要點第三條第二項訂有職業病評估流程：「從事公司各項業務工作人員，罹患疾病且自認不適從事原有工作，經提出醫療機構診斷證明，向單位主管報告並經本公司特約醫師評估，建議變更其作業場所或更換工作或調整工作量」，另從業人員如疑似罹患職業疾病，亦可協助其依職業災害勞工保護法規定，向直轄市、縣(市)主管機關申請認定。

2014年，職災計26件，其中發生在工作中有7件、上下班交通事故19件；因此，為有效降低上下班交通事故，與中華電信學院合作製作「交通安全宣導-安全防衛駕駛篇」e-Learning網路教學，提供員工上網學習，同時開辦「意外事故案例研習班」專業職能課程，提升員工安全防衛駕駛觀念與技能。

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：

- 禁止勞工於石綿板、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，不得跨越石綿板、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、石綿板、瓦等材料構築的屋頂)的引進纜線，2014年，計9,500件。
- 降地既設電桿引接箱(DJ箱)高度降至距地面2.2米，2014年，計9,600件。

	2012年	2013年	2014年		2012年	2013年	2014年
	傷害率(IR)			職業病率 (ODR)			
	0.07	0.07	0.05		0	0	0
	0.03	0.07	0.05		0	0	0
合 計	0.11	0.14	0.11	合 計	0	0	0
	損工率(LDR)			缺勤率(AR)%			
	2.72	1.94	1.75		0.26%	0.20%	0.22
	0.74	2.19	0.81		0.38%	0.41%	0.49
合 計	3.46	4.12	2.56	合 計	0.29%	0.26%	0.30

- 傷害率 (IR) = (失能傷害人次數 / 工作總時數) × 200,000
- 職業病率 (ODR) = (職業病總數 / 工作總時數) × 200,000
- 損工率 (LDR) = (失能傷害的總損失日數 / 工作總時數) × 200,000
- 缺勤率 (AR) = (總缺勤日數 / 總工作人天數) × 100%

另對高風險作業，如高架作業、局限空間作業等，採取作業許可制並利用本身ICT專業，研發使用手持裝置拍攝作業前現場安全設施及個人防護具佩戴情形之檢點照片，上傳至遠端監控系統，強化墜落及缺氧等危害預防。在提升員工安全衛生知識與技能上，2014年，辦理各類職業安全衛生教育訓練，計200班次、9,290人次參加。

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)	89人	8,121仟元
 體育活動	全區辦理路跑15次、健行89次、球類69次及其他(尾牙、旅遊等)活動108次	44,960人	11,693仟元
 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	20,180人	每人月均約2仟元
 子女教育補助	每年2次(上、下學期)	26,684人	總計每學期補助 118,813仟元
 結婚補助	員工本人結婚符合法律規定者，得申請結婚補助	278人	695仟元
 生育補助	員工本人或配偶生育時，得申請生育補助	563人	1,407仟元
 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	1,377人	6,885仟元

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，2014年，相關員工健康照顧的支出為新台幣84,677仟元，約佔全年營收的0.04%。投入的項目包括：

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，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。2014年，員工共23,332人參加，員工家屬共3,589人參加。

辦理 HRV壓力檢測

為了解員工承受之身心壓力，及克服當事人缺乏主動求助與改變的動機，2014年，跳脫以往被動等待的思維，採取主動至各地營運單位巡迴駐點進行科學儀器壓力檢測，共1,027人參與。

員工協助方案 (Employee Assistance Program, EAP)

中華電信自2007年起推動EAP，為國內早期推動EAP的大型企業之一。主要內容為免費提供員工每人1年5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。2014年，導入個案管理師入廠服務，及建立EAP e-Service平台；年度內接受服務583人次、個案管理師入廠服務5次。

員工健康諮詢採網路或電話預約方式，醫師每月臨廠服務9次，每人次約30分鐘。護理人員使用本公司「員工健康管理系統」分析、評估員工健康檢查紀錄，依風險屬性主動給予關懷及衛教資訊，必要時安排臨廠服務醫師與員工面談，提供健康指導與照護。2014年，健康維護經費約350萬元。

2014年醫護人員服務統計如下：

醫師諮詢服務人次 (每次30分鐘)	醫師臨廠服務次數	護理人員諮詢人次
464	108	1,168

員工健康 促進活動

2014年，舉辦健康專題講座138場次，8,470人參與；體能競賽15場次，612人參與；知性之旅84場次，8,006人參與；健康篩檢35場次，2,956人參與；其他大型及社團活動175場次，27,213人參與。總計辦理447場次，47,257人參與。

平衡 職場生活

2014年，全省設置會館達29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，供員工於下班之休閒使用。

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。2014年，所發放之育嬰津貼共新台幣8,121仟元；申請產假者173人；申請育嬰留職停薪者有70人；請領育嬰津貼者共計89人。

育嬰假申請狀況一覽表

項 目			合 計
2014年符合育嬰留停申請資格人數(A)	1,022	515	1,537
2014年實際申請育嬰留停人數(B)	12	58	70
2014年育嬰留停申請率(B/A)	1.2%	11.3%	4.6%
2014年待復職之育嬰留停人數(C)	7	49	56
2014年申請復職人數(D)	6	35	41
2014年復職率(D/C)	85.7%	71.4%	73.2%
2013年育嬰留停復職總人數(E)	10	34	44
2013年申請復職後服務滿一年人數(F)	9	33	42
2013年育嬰留停復職留任率(F/E)	90.0%	97.1%	95.5%

註1：2014年符合育嬰留停申請資格人數：2012-2014請過產假及陪產假的員工人數計算

註2：實際申請育嬰留停人數：2014年尚在育嬰留停期間總人數

註3：2014年待復職之育嬰留停人數：2012-2014申請育嬰留停總人數-2012&2013已申請復職人數

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。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，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帳戶。目前，退休金準備額為213億，足以支付次年度退休人員退休金。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。

2014年，針對退休人員照護，辦理「退休規劃輔導班」，開辦一期共計55人參與。持續捐助「中華電信退休同仁協進會」450萬元辦理會務相關活動，另捐助119萬元辦理旅遊活動，加強退休員工的照護。另設有中華電信退休同仁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。

屆齡人員轉任與續聘機制

中華電信為資深電信退休人員傳承工作經驗及提供諮詢服務，以促進事業發展，訂定「顧問聘任要點」，顧問區分為有給職與名譽職二類；執行副總經理以上主管及一級機構首長，於退休時得由本公司聘任為有給職顧問。有給職顧問任期以一年為限，自期滿之次日起改聘為名譽職顧問。

發展有薪企業志工

中華電信的企業文化一直都鼓勵員工主動回饋社會，自1985年以來，中華電信各分公司員工就陸續因應各地看到的問題，自發性籌組「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行動。2014年，共有49名受訓企業志工。

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。

2014年，我們委託外部第三方公正單位進行問卷調查，整體滿意度達78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。2015年度將繼續辦理，以充分了解員工心聲，打造一個更舒服的工作環境。



打造綠色企業



加速ICT產業的綠化(Green of ICT)，透過ICT協助社會整體的綠化(Green by ICT)。

透過EARTH環境永續發展管理服務。

- 各項主要能源管理
- 節約能源措施

回應利害關係人對於中華電信使用再生能源的關注。

短期 因應業務成長的能源使用量，增幅不超過**2%**。

中長期 綠色採購比重持續增加；綠色產品與服務每年成長**1%**。

GRI 總能源使用量**5,358,604 GJ**

GRI 碳排放量**839,175 t-CO₂e**

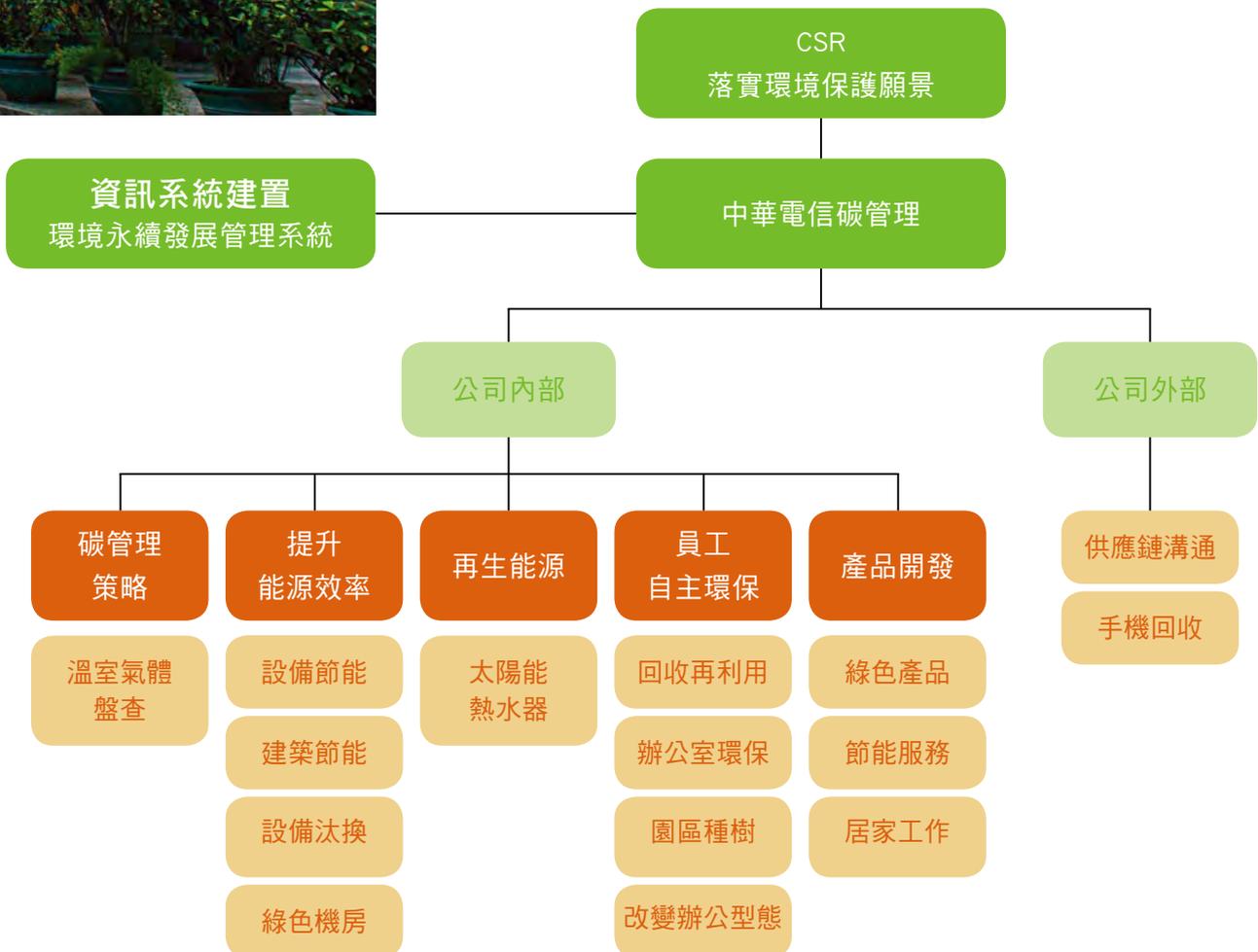


氣候變遷風險與機會

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，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ICT產業的綠化(Green of ICT)，透過ICT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

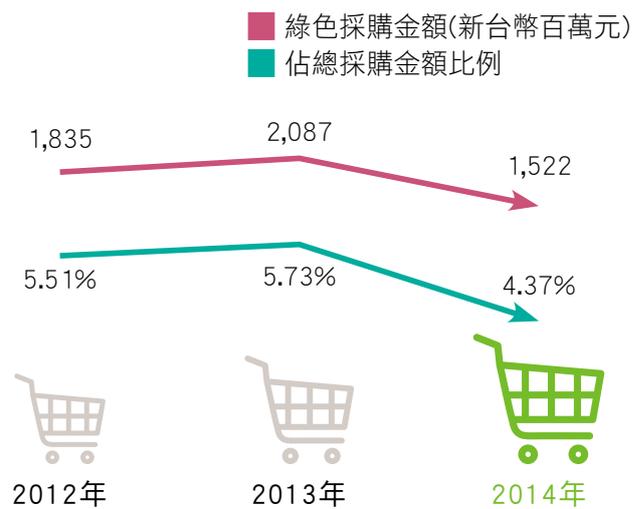


全面展開綠色行動

儘管中華電信為ICT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境友善的產品與服務，相關產品與服務亦獲得多項環境認證，與獎項的肯定。詳細的產品介紹請詳本報告書第44-46頁。

- 「EARTH環境永續發展管理服務系統」獲得EPIF 國際綠色典範獎。
- 榮獲第23屆中華民國企業環保獎評選銅級獎。
- 中華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。
- 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。

綠色採購金額



參與國際節能研究

我們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ICT節能技術盡一份力，具體實踐世界公民的責任。



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年~2016年)，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。



雖然電信業是屬於低污染的產業，但中華電信瞭解，在營運過程中所使用到的能源及資源、廢棄物管理、電力空調維運、基地臺建設及電磁波量測、水汙染及噪音汙染，以及採購業務等，都有可能對環境造成影響。而也唯有徹底瞭解電信營運過程可能對生態環境產生的影響，建立完善的管理程序及環境意識，才能採取對環境有益的行動。

100%營運據點皆已完成ISO14001環境管理系統認證

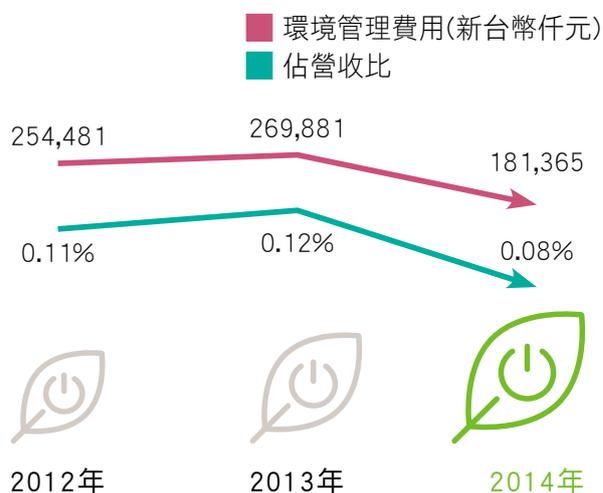
目前，中華電信南區分公司、行動通信分公司、北區分公司、數據通信分公司、國際電信分公司、電信研究院及電信學院等重要營運據點，皆已通過環境管理系統認證。換句話說，「中華電信的營收，100%都來自於取得環境管理系統認證的據點。」

全面導入實施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ISO 50001能源管理系統的公司。2011年，數據通信分公司、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，包含台北、台中、高雄三個營運處的辦公室、機房及基地臺也取得認證，2014年，國際電信分公司、北區電信分公司桃園營運處及南區電信分公司高雄營運處也取得認證。

環境管理支出



環境永續管理組織

為具體履行「落實環境保護」的承諾，中華電信「企業社會責任委員會」下設置了專責環境永續事務的「環境永續發展小組」，負責訂定環境永續短、中、長期發展目標，並具體將節能減碳、環保議題納入營運計畫，制定企業內部環保行為準則、手冊，並且設定相關綠能標準及溫室氣體減量目標。我們也加強了企業內部及上下游供應廠商的溝通，共同執行相關節能措施，再配合員工的自主環保行動，努力在營運範圍內，建構低碳生活的網絡。

環境永續發展管理服務(EARTH系統)

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」資料庫，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。

環境永續發展管理服務，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。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	<ul style="list-style-type: none">● 申請電力帳單集中繳納作業，目前已納管超過55,829個電號、205萬筆電費資料。● 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	<ul style="list-style-type: none">● 申請水公司電子帳單集中繳納作業，目前系統已納管超過1,258個水號、72,304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	因應碳排放實質與法規風險，EARTH提供相關碳查證資訊化表單，完成我們碳盤查及推動碳減量措施，降低營運風險及提升企業標竿形象，全區節省約300人日作業人力與大量旅費費用與交通碳排放，大幅提高ISO14064-1碳查證的效率。
用油管理	2013年，我們也新增用油管理，將日常使用的汽柴油資料納入，並可分析油電混和車及普通車的用油數據，達到節能減碳的效。
企業造林	針對樹木的種類、數量、保管單位及位置進行建檔的工作。記錄管理250類種植在中華電信園區內樹木，包含儲存在EARTH系統資料庫內超過67,982棵樹木資料。
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，14,171,396個資源回收資料。

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。

水資源管理績效

單位：公噸

項 目	2012年	2013年	2014年
民生用水	657,779	691,907	736,276
空調用水	1,849,328	1,891,636	1,830,395
回收水	5,636	4,300	17,158

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。

*2014年起，我們強化內部環境永續發展管理系統，調整民生用水與空調用水之分類及比例更為精準，可更加有效控管水資源。同年，我們因應永續發展，積極推動水資源回收建設及執行。行動方案著重於雨水、空調冷凝水、筏基清水、地下水及客網工作人洗澡用水，過濾回收澆灌花木或作為冷卻水塔用，回收效益顯著提升。

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2%，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環境永續管理系統，同時透過EARTH系統的「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。

為強化水資源回收再利用成效，我們訂定五年計畫，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。

碳管理

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「溫室氣盤查計畫」，迄今，每年都持續進行盤查作業，動員500人次，至少耗時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「溫室氣體盤查推動小組」，盤查範圍涵蓋了台灣北區電信分公司、台灣南區電信分公司、行動通信分公司、企業消費者分公司、國際電信分公司、數據通信分公司、電信研究院及電信學院等機構。

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2%的範圍之內

2014年度，溫室氣體總排放總量共計為839,174.8t-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至範疇二(外購電力)，所佔比例為97.14%；範疇一部份則為辦公室場所普遍性之溫室氣體排放來源，所含比例僅佔總量之2.86 %。

單位：t-CO₂e

項 目	2012年	2013年	2014年
直接排放量(Scope 1)	22,489.1	24,519.2	24036.0
間接排放量(Scope 2)	786,472.2	798,272.3	815,138.8
總排放量(Scope 1+Scope 2)	808,961.3	822,791.5	839,174.8
排放強度 - 單位產值能耗(t-CO ₂ e/NTD million)	3.7	3.6	3.7
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。

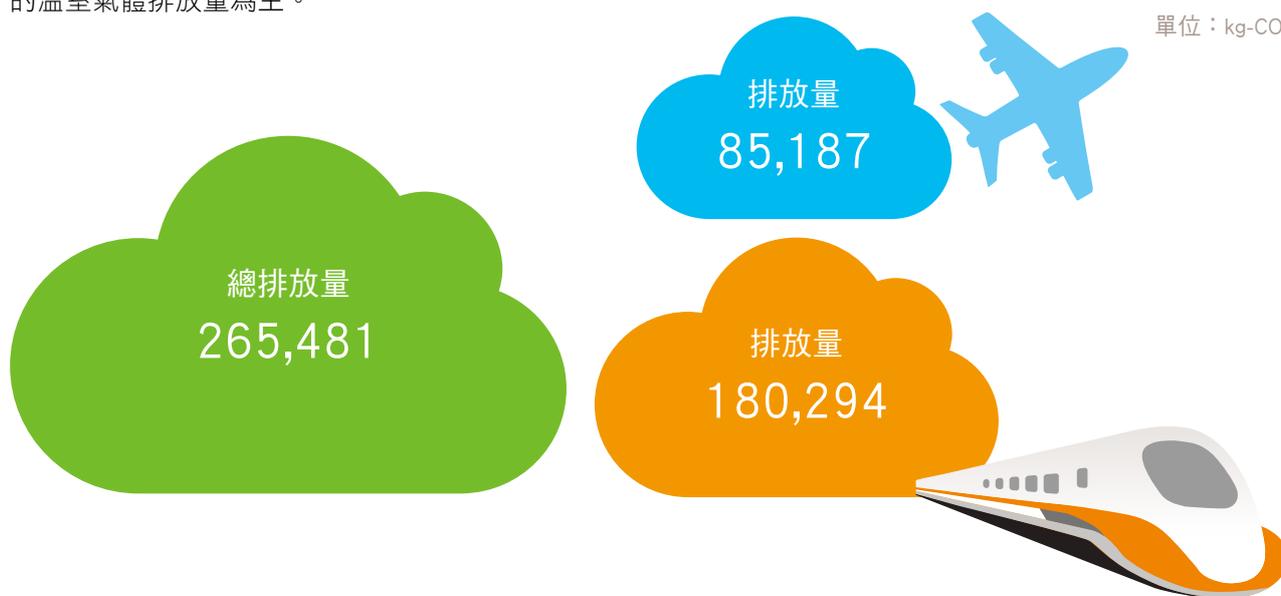
溫室氣體排放量增加分析

2014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。

2014年首推Scope 3盤查

中華電信致力打造員工綠色生活，鼓勵同仁以大眾交通工具進行旅運，逐步擴大節能減碳深入同仁業務乃至生活中。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)，設定盤查之邊界並按里程方式計算。2014年，範疇三總排放量為265,481kg-CO_{2e}，以計算員工差旅主要的交通方式：陸運(高鐵)及空運(飛機)所產生的溫室氣體排放量為主。

單位：kg-CO_{2e}



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，將「低碳差勤，綠色生活」的理念傳達給中華電信所有同仁。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)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，起即採用世界咖啡館模式，是台灣唯一連續多年參與CDP的電信業者，邀請跨處室員工共同研商，積極回覆CDP問卷，除透過問卷內資訊來檢視需要改善之處，也有助我們訂立具體減碳目標，這也是在填寫碳揭露問卷之外，最重要的功能。

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「中華電信節能減碳五年計畫與目標」，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不得超過2%。」並期望在2015年底時，達到累計節電2.97億萬度(22%)。

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°C為宜，並裝設自動溫控設備，以免過冷而浪費能源
- 下班前三十分鐘可先關掉壓縮機(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，自2007年節電基準年累計至2014年底，節電25,772萬度，節電達25.43%，依據最近一年之碳排放係數0.522kg-CO₂e，約減碳134,530t-CO₂e。

2014年起，我們強化內部環境永續發展管理系統，將過去用電管理更精準的分類。一般用電量包含：辦公區域及員工宿舍；業務用電量包含：基地臺、機房、電桿、公用電話等非自有建築物。

用電量分析

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	135,180	9,420	125,151	609	NA	NA
2012	139,272	8,912	124,166	6,194	1,977	1.42%
2013	142,580	8,835	127,023	6,722	3,385	2.37%
2014	142,216	8,873	126,128	7,215	-402	-0.28%

*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

*此表呈現有電號之用電計算，浮動之無電號用電皆納入溫室氣體盤查數據中。

機房節電

在機房節電部份，中華電信新建設的板橋IDC機房，預計於2016年取得綠建築的認證，也有效使用了自行研發的iEN智慧節能系統，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。

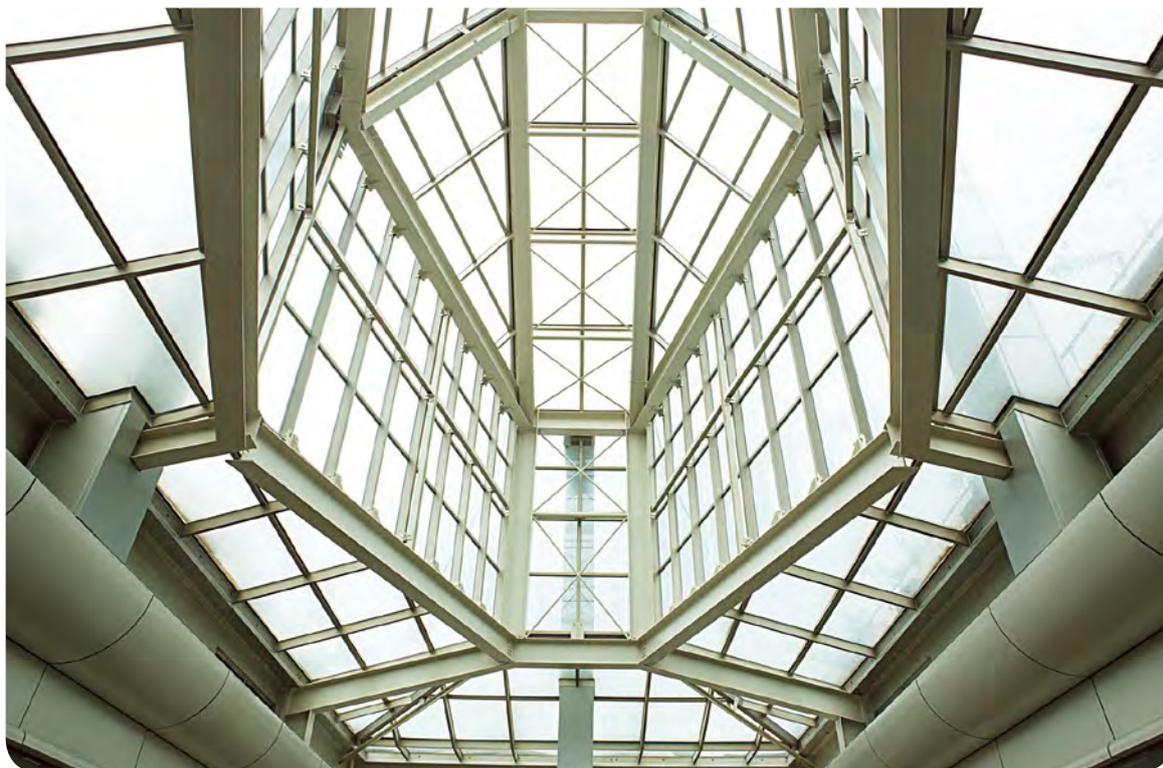
能源管理

- 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°C。
- 冷卻水塔風車依出水水溫變頻卸載。
- 負荷較低之行動基地臺、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

- 將行動基地臺、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年~2016年），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，皆透過自主研发的EARTH系統加以統計分析，進行系統化的管理。



廢棄物管理

中華電信了解資源減量、回收與再利用的重要，故我們訂定前述的環境永續發展5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。

項 目	2012年	2013年	2014年
生活廢棄物重量	5,018	6,465	9,142

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，2014年，共回收處理廢鉛蓄電池21,790顆，總重量1,339,909公斤，標售金額為新台幣27,358仟元，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)		
		2012年	2013年	2014年	2012年	2013年	2014年
充膠電纜	公 噸	462	803	427	368,081	263,129	191,617
一般電纜	公 噸	2,711	3,917	1,851			
五金雜項	公 噸	1,454	3,250	1,781			
蓄電池	PC	88,395	26,436	24,868			

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。

綠色環保會館 - 取得HCFI認證

中華電信會館為提供我們、子公司員工異地出差住宿及其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。由於全區會館力行環保簡約、清潔衛生，成為員眷出差休閒的首選。目前，全區會館計29處，獲得環保旅店認證、綠色生活成果認證。

我們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HCFI 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節能系統，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。

西子灣會館溫室氣體排放趨勢

項目	2012年	2013年	2014年
營收(新台幣百萬元)	8.4	9.1	9.5
碳排量(公噸)	78,405.2	71,869.0	75,798.0
用電量(度)	128,113	117,433	123,853
能源強度(t-CO ₂ e/NTD仟元)	9.3	7.9	7.9



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。

為方便客戶進行帳單管理，同時響應環保愛護地球，我們從2001年起推行帳單合併，2005年起推行電子帳單。經過多年的努力，投入大量設備與成本後，截至2014年底，兩項節能減碳措施，每年約可節省4.15億張的帳單用紙，相當於減少砍伐約37,800棵原木、減少約7,484噸碳排放，不僅滿足客戶需求，對於減緩全球暖化也盡了一份心力。未來，我們將持續推動紙本帳單減量措施，宣導客戶採用帳單合併及電子帳單，持續發揮節能減碳，共同保護我們的生活環境。

電子帳單與合併帳單的節能效益

項 目	2012年	2013年	2014年
申請帳單合併的客戶比	87%	88%	88%
申請電子帳單的客戶比例	17%	17%	18%
節省紙張量(千張)	406,702	412,755	415,765
減少碳排放量(噸)	7,321	7,429	7,484

*與2013年的計算基準不同，2014年起，以電子帳單與合併帳單共同節省的紙張量與碳排放量為計算依據。

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年累計至2014年底，共完成節能變頻模組5,671HP、高顯熱空調機27,779RT、高效率空調機6,028部、全外氣空調機2,198RT，及自然通風為主空調為輔420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196.8kWp，燃料電池設置容量5kW，藉以減少用電需求，降低對環境的影響。

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-CO_{2e}/度電，因此，一公里的碳排放量為0.089kg-CO_{2e}/度電；同類型汽油車油耗8km/L，碳排放量2.361kg-CO_{2e}/L，因此，一公里的碳排放量約為0.295kg-CO_{2e}/度電。

改採電動車後，每公里可減少的碳排放量為0.206kg-CO_{2e}，若每月平均行駛2,000km，每輛車每年則可減少排放4,944kg-CO_{2e}，20輛車等於每年減少排放98,880kg-CO_{2e}，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。2014年，20輛電動車共行駛81,518公里，排碳量為7255.1kg-CO_{2e}，相較同類型汽油車、同樣的里程數，減碳16792.7kg-CO_{2e}。

推廣綠建築

我們宣佈投資總工程費用新台幣5,000萬元以上新建大樓及機房，預計2016年取得具有環保節能的綠建築認證標章，2013年，新店安康機房即取得綠建築合格標章。也將於2015年完成板橋「IDC暨雲端資料中心」建設工程，以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。IDC將通過美國綠建築協會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到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。

大中華區第一座符合Rated 4認證的IDC機房

中華電信為打造國際金融資訊及亞太轉訊中心，於新北市規劃建置板橋IDC機房(Internet Data Center, IDC)，以符合美國電信產業協會TIA-942資料中心最高等級認證標準進行設計，是大中華區第一座符合Rated 4認證的國際級機房。除了建築物具有耐震7級、防洪、防火設計，機電設備可滿足N+N架構，以確保企業服務不中斷外，中華電信也透過結合RFID及生物辨識的五級門禁管控系統，以及ISO27001資訊安全管理系統認證，強固及落實資訊安全防護。

板橋IDC在節能規劃上，除了採用冷熱通道設計外，更透過中華電信自主開發之iEN「智慧能源管理雲端平台」，進行環境自動監控，整體能源效率目標依循「The Green Grid」聯盟機房量測基準，達到PUE 1.5以下的高能源效率，並規劃通過美國綠建築協會LEED黃金級認證及取得台灣綠建築、智慧建築等標章，徹底實踐綠色建築的精神，2014年，中華電信IDC營收約新台幣16.5億元。



共創美麗家園

近年來，全球氣候產生了極大的變化，不僅暴風雨增加、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，中華電信利用各種方法，為了創建美好家園貢獻自己之一份力量。

環境教育與營運活動結合

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之中。

環境教育

項 目	2012年	2013年	2014年
場 次	5	3	9
參與人數	1,555	254	399

環境生態旅遊

項 目	2012年	2013年	2014年
場 次	56	69	79
參與人數	12,818	16,093	14,984

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78名節能志工定期投入。

節能志工

項 目	2012年	2013年	2014年
場 次	12	15	8
巡邏人次	21	27	17

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 Index, 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 智慧節能系統，2014 年協助我們節省用電量約 9.3 百萬 kWh，節省 222.6 百萬元成本，相當於減少 4.9 千公噸的二氧化碳排放。
- 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。

建設 綠色能源

- 太陽光電系統：迄 2014 年底，累計已建置完成 196.84 kWp。
- 風力發電：迄 2014 年底，累計已建置完成 26.6 kW。
- 燃料電池：迄 2014 年底，累計已建置完成 5 kW。

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。

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。
- 電子發票：將發票資料雲端化永久儲存，節省耗材、人力成本及享有政府節稅與免罰優惠。
- iEN 智慧節能服務及行銷八大節能產品。
- 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。

推動社會共融



Strategy 縮短數位落差，創造數位機會。

Management LBG社區投資評估機制。

- 電信普及服務
- 數位好厝邊
- 伴你好讀《社區網路課輔》
- 盲用及銀髮族隨身助理App
- EYE社會創新客服中心

Response 銀髮族4G應用需求調查。

短期 持續投入電信普及服務，並增加數位好厝邊據點。

中長期 社會投資金額於**2020**年可以達營收**1%**。

GRI 社會投資金額**14.7**億元

CHT **72**處數位好厝邊



數位包容

中華電信期望透過通信技術，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。

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，中華電信深入台灣社區，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。



科技連結希望 Connect Hope Technology

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；協助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

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

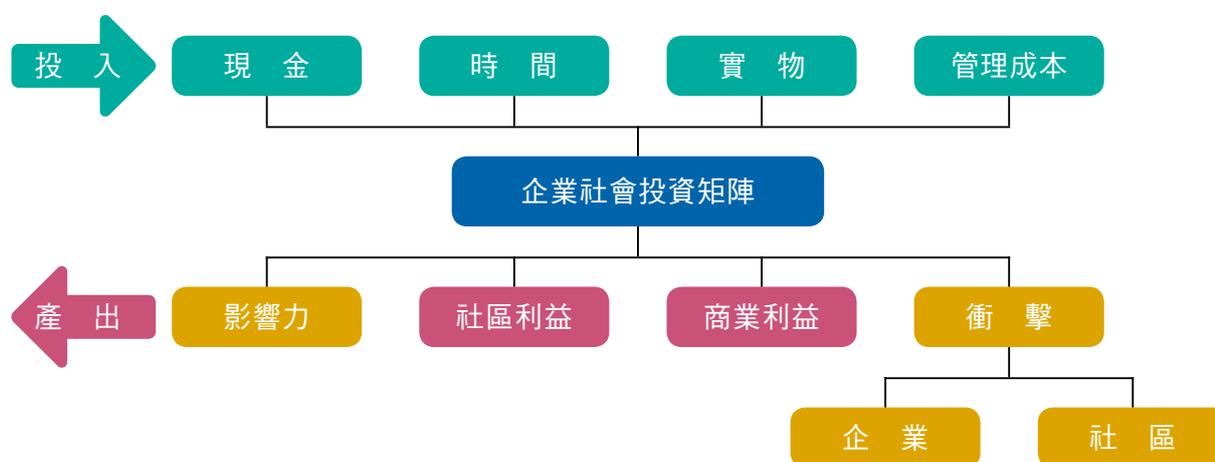
提供充足教育課程提供民眾學習管道，以完整的學習方案，協助民眾透過行動裝置、網站與各服務據點，學習利用各式資通訊服務、智慧型通訊設備與加值服務。

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，能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。



CSR活動成效	投入	產出		
	CSR活動資源	CSR活動所產生的槓桿效應	CSR活動的社會意義	CSR活動對中華電信的效益
與輔仁大學合作「偏鄉學童遠距課後輔導計畫」	<ul style="list-style-type: none"> 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2015年1月底止，累計共投入新台幣2,972萬元，課輔時數達44,154小時。 	<ul style="list-style-type: none"> 全國第一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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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，彌補企業公益的人力缺口。

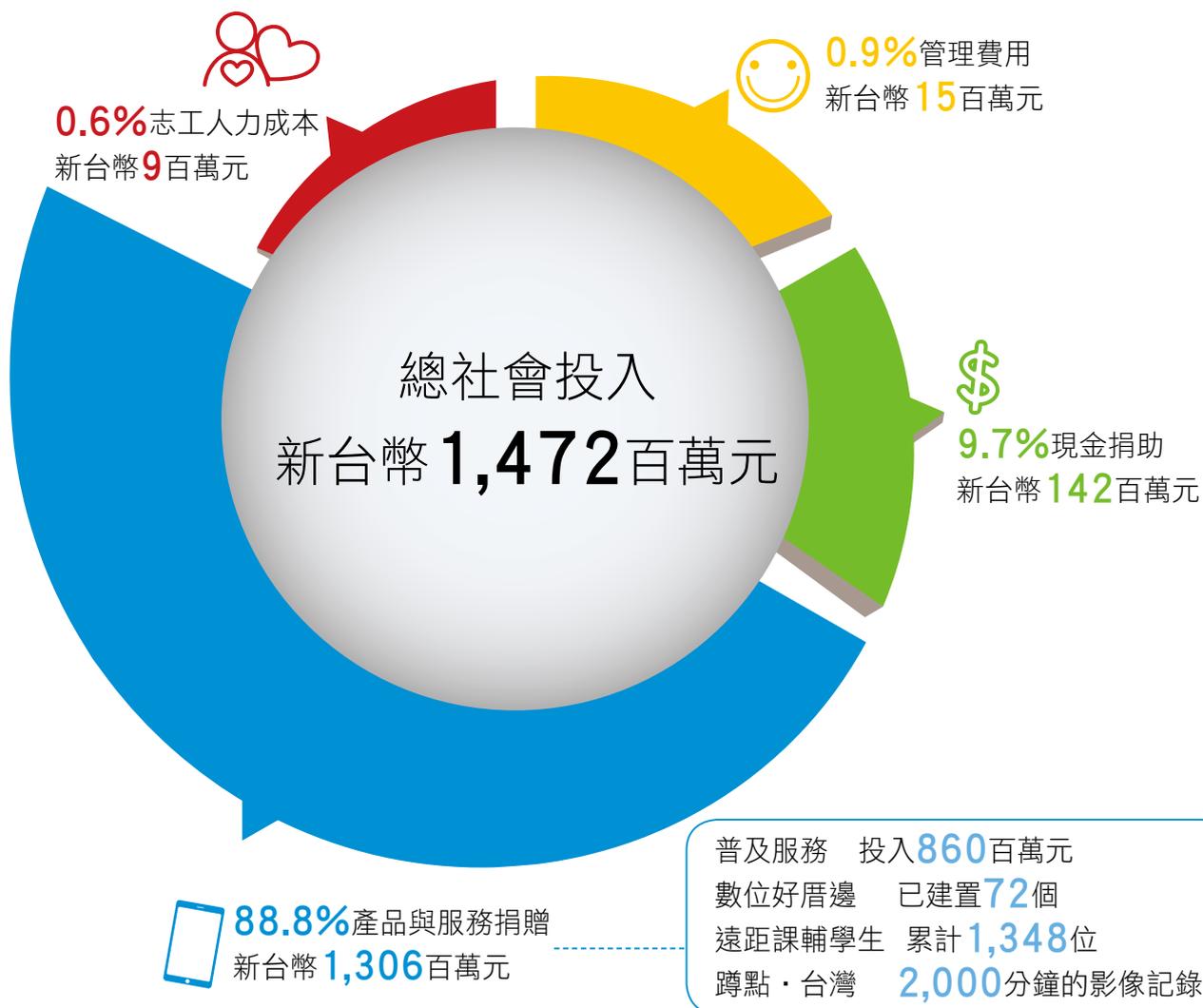
建立全面數位包容行動方案績效評量

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) 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。
- (4) 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。

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。

社會投資統計



數位好厝邊，雲端新視野

中華電信基金會本於「價值之所在，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」、「記錄在地故事」作為四大工作方向，從文化、產業、生活、教育等面向進入社區，陪伴社區共同成長。

評估與策略規劃

中華電信核心專業及基金會耕耘在地的用心，支持各地進行數位學習課程及活動。2006年起，我們在全省及離島地區建置「數位好厝邊」，協助資源缺乏但有學習意願之定點建置社區型電腦教室，提供一個開放、公眾使用的資訊交流空間。

我們以長期陪伴的方式傾聽在地需求，建立良好的雙向互動，建構企業與社區之間互信平等的合作關係，進一步帶動社區自主成長。

特 色	<ul style="list-style-type: none"> ● 不同於單次捐贈的模式。 ● 從前期定點評估、中期設備建置至後端維運作業，皆以長期深耕的角度去思考規劃。
程 序	以「個案」的方式經營，思考社區因文化時空背景、經濟發展、教育程度，反覆的溝通討論進行媒合。
成 果	共已完成72處「數位好厝邊」。
延 伸	積極發掘社區需求，或藝文下鄉、或創意閱讀、或籃球夏令營、或志工服務，結合內外部資源供應社區成長過程所需要的各式養份。

除了企業資源的挹助，我們更鼓勵「數位好厝邊」展開橫向連結，為此，我們每年舉辦為期二天一夜的「數位好厝邊交流會」，邀集全省各地的社區夥伴齊聚一堂，分享、交流，共創更多可能。

課程期間除了安排維運成熟的「數位好厝邊」分享成功心法之外，也邀請外部講師針對專業領域議題進行分享，藉由互動討論、腦力激盪等課程規劃，讓參與者有更多時間認識彼此、磨合的機會，同時也是提供社區自我進修的機會。我們期待透過這樣的形式，協助好厝邊逐步建立在地友善支援系統，累積更豐厚的經驗，並將它實踐於「數位好厝邊」之中。

2014年基金會社會投入

單位：新台幣仟元

項 目	數位學習	數位好厝邊	蹲點台灣	社會行銷	紀錄片 保存專案	中華電信 女籃隊	行政費用
投入資源	2,839	3,975	6,676	3,815	1,000	13,521	10,251



蹲點·台灣

由中華電信基金會和政大廣播電視學系共同主辦的「蹲點·台灣」計畫，持續鼓勵青年從生活中實踐改變，跳脫原本框架，感受不同的人事物，經由參與的過程重新認識自己與這塊土地。

暑假期間，大學生以15~20天的時間到「數位好厝邊」，力行「一手服務，一手紀錄」，將所學所長帶入社區，並拍攝在地故事。第六屆「蹲點·台灣」共25組、50位大學生，至21個「數位好厝邊」進行蹲點服務與拍攝，來自不同地區、學校與科系的大學生，各自發揮專長進行社區服務，包含繪本閱讀、新聞製播、彩繪牆壁、英語教學、趣味科學、銀髮運動、MV拍攝、活動記錄、網站架設、創意美術、戲劇舞蹈等，並用鏡頭記錄在地真摯人情與動人故事。至2014年底，共有44間學校258位學生參與，深入57個社區，記錄超過2,000分鐘的影像紀錄。

為了延續青年服務的熱忱，2014年我們啟動「蹲點·台灣 青年培力計畫」，提供歷屆參與活動的優秀學生進階學習、再次進入社區服務的機會，我們看見年輕一代對這塊土地的使命感與責任感，以及源源不絕的創意與行動力，期待透過青年學子的參與，啟動良善循環，共創美好將來。

蹲點·台灣「青年培力計畫」展現知識新力量

就讀雲林科技大學視覺傳達系的雅涓和雅甄，在花蓮富里的羅山村展開蹲點計畫，從兩個人兩支刷子開始彩繪原本灰撲撲的牆面，幾天後，越來越多村民一同加入這個行列，共同在蹲點期間完成三面牆的彩繪工作，讓社區環境煥然一新。「我們做了件小事，而這小事帶動了「人」，人與人帶動了所有，而最後，我們大家共享這幾面牆」回憶當時，兩位學生仍感動萬分，而他們的紀錄片《笠仔》則記錄即將失傳的手編斗笠工藝，提醒現代人思考一味追求速度的迷思，傳達在地簡單質樸的美好與溫度。

政治大學的林詩函與高育琴，身為阿美族與賽夏族的原民青年，在排灣族的屏東東源村，發現原住民落葉歸根、遊子返鄉奉獻的故事，透過鏡頭看見原住民文化傳承的挑戰，喚醒沉睡的認同，以及族人拿出源源不絕的動力來維護排灣文化的種種努力。



「點·台灣」公益講座

我們期待有更多人能認識在地生活的特質與美好，自2013年起即以「幸福·共享」為題，舉辦「點·台灣」公益講座，傳遞中華電信基金會「耕耘社區生活、協助在地產業」的理念，共同關懷在地，建立美好生活。

2014年，再次以「幸福有故事」為起點，邀請在各領域努力耕耘、為這塊土地寫故事的達人們，分享他們如何前往屬於自己的幸福夢想之路，而又是如何體悟這段旅程的人生風景。六個場次的公益講座獲得參與者正面的回饋，也讓社會大眾有更多元的管道去認識這塊土地所發生的故事。

聽眾回饋

▶ 謝謝導演，讓我相信影響力是可以漣漪的，因為這些紀錄，記錄片不再是紀錄片，而是
涿涿有力量、生命力。（9/20 場次）

▶ 非常感動，人與土地的對話確實是我這種未種過田的都市小孩難以體驗，透過今天的演
講，讓我了解及尊重農業生產者。（10/12 場次）

▶ 感謝基金會辦了這樣子的活動，透過分享我相信台灣一定能變得更好，今天我得到一句
很棒的話，改變不是一個人做了很多，而是每個人多做了一點。（10/26 場次）



藝文下鄉

有感「數位好厝邊」多位於交通不便之處，要欣賞或參與藝文活動皆需舟車勞頓，故自2010年起，連年邀請優質藝文團隊到社區部落進行演出，頗獲好評。

2014年，我們除持續與「紙風車兒童劇團」合作完成巡演，將外部資源帶到社區；另一方面，我們鼓勵好厝邊將在地文化軟實力向外展現，所以特別規劃一場「數位好厝邊 - 屏東縣獅子鄉楓林教會」，與南投親愛國小「親愛愛樂」管弦樂團的藝文交流。跳脫以往單向欣賞表演的方式，這場藝文交流透過音符、傳唱、在地導覽、DIY等形式，讓泰雅族、賽德克族和排灣族跨越族群的隔閡，山上與海邊的孩子有機會開拓視野，「傳承文化」不再是口號，而是融合生活中，讓更多人得以參與。



數位好厝邊，成就更多可能

台南菁寮教會長期推廣數位學習課程，學童從小五、小六持續學習至國、高中階段，經年累月的訓練讓學員從原本的對前途感到茫然，轉而往資工專業人才的路途邁進。2014年五月間，吳牧師和二位好厝邊培育的同學一起挑戰丙級電腦硬體裝修技術士認證，吳牧師雖非本科，但為了陪伴孩子而共同努力，最後皆順利取得證照，牧師也預告要再挑戰乙級證照，以身作則，鼓勵孩子開創更多可能。

社團法人臺中市婦幼關懷成長協會透過遠距課輔的方式，每週帶領遠端學童進行英語學習，除了學童受益之外，協會也將會內的工作機會開放給弱勢學童家長。目前會內有二位家長，透過協會的幫助及電腦學習，現在一位已成為課輔老師，每週透過遠距系統替孩子們上基礎課程；另一位則是協助處理會內行政文書，原本對電腦一竅不同的二位媽媽，因著數位學習，而能一肩扛起家計。



創造數位機會

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，我們也希望能夠讓民眾，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。

電信普及服務

長期以來，中華電信持續投入企業資源進行電信普及建設，如2014年新建65個數據通信接取普及服務建設案，以具體行動響應及支持政府保障國民基本通信權益。

普及服務受益對象

- 全國82個偏遠鄉鎮
- 21萬多戶電話服務
- 8萬多戶數據通信服務
- 全國22個縣市6萬9千多具公用電話服務
- 3千7百多所中小學校及公立圖書館數據通信接取服務

中華電信投入資源

2012年~2014年平均每年約8.6億元

困難點

- 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

讓司馬庫斯連結全世界

司馬庫斯為泰雅族人居住的部落，總人口只有170多位，總戶數僅28戶，該部位於新竹縣尖石鄉的後山地區，距離最近的竹東鎮開車約需近3小時車程，該部落週圍山景壯觀、風景幽美加上檜木組成的巨木群，吸引不少遊客千里而來，擁有上帝部落的美譽。

因地理位置相當偏遠、交通不便、山路彎曲路面顛簸，電信業者網路建設相當不易，中華電信自2003年起，先克服山區崎嶇道路，投入800萬元建置數位微波系統，提供市話、ADSL上網(1M/256K)服務；2012年，提升骨幹網路頻寬，開始在當地提供MOD服務，光纖寬頻上網速率則提升至20Mbps；2014年6月，建置完成公眾Wi-Fi無線上網熱點計18處，提供Wi-Fi無線上網服務。

我們秉持企業社會責任，不計成本多年投入司馬庫斯的電信建設，已大幅提升該部落之上網速率與品質，透過網路的傳播讓司馬庫斯和全球接軌，現階段，每年觀光人口達5至6萬人次，其中不乏日本、美國、加拿大等各地遊客，進而提升進該部落之觀光、農產銷售經濟效益。



伴你好讀《社區網路課輔》

自2009年莫拉克風災過後，中華電信至今仍持續支持偏鄉教育與關懷。我們將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，將家教式的教育資源，安全送達偏鄉、弱勢族群的手中。

我們冀望藉由深耕、培力的務實做法，許新世代孩子一個「有安全、有尊嚴、有希望」的學習環境！

特色	運用網路教學方式，由大學生輔導偏鄉地區的國中、國小學生，提升偏鄉學生學習成效，促成學習機會均等。
作法	落實利害關係人議合精神，與輔仁大學共同合作，以網路課輔為軸心，號召大學生，以一對一遠距教學模式，照顧偏鄉或災區學童。
參與單位	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、宜蘭頭城天主教堂、蘭嶼中學及馬祖高中……等。
2014年主要成果	除了中小學生，我們招收42名高中生納入本課輔計畫，針對三種不同特質的學習需求，提供更精進的課輔方式，也讓渴望家長陪伴的孩子，多一分關注及助長學習的動力！



小學伴人次	大學伴人次	課輔時數	經費支出(元)
1,348	2,232	44,154	29,716,523

註：本表數據統計自2009.12.01起至2015.01.31止。

盲用及銀髮族隨身助理App

中華電信於2013年首創專為華人設計的「盲用及銀髮族隨身助理App」結合影像、語音、閱讀、生活等四大雲端功能，在食、衣、住、行、育樂各方面協助視障者與銀髮族解決生活上的困擾。截至2014年底止，下載次數達6,282次，已成為視障朋友方便好用的隨身助理。

目前成果

- 2013年Android系統版本，2014年iPhone系統版本，提供繁體中文、簡體中文、英文、日文等四國語言版本
- 鈔票辨識功能：提供視障者辨識五國鈔票種類和面額，包含人民幣、新台幣、美金、歐元、日幣
- 生活物品辨識(由遠端Facebook及Skype雲端志工協助)
- 目前，全台灣總共有200位雲端志工，想要成為雲端志工，只要上FB搜尋「物品辨識」關鍵字，並立即加入成為好友，就可一起為視障朋友的生活添加色彩
- 聽書功能(三萬本)

未來目標

- 由靜態照片到動態視訊的志工協助系統
- 整合多項ICT技術及社群志工，讓視障者能透過更多形式來看事物

4G行動，志在幫盲

雲端志工當「眼睛」、運用4G導引來「幫盲」！為了感謝「雲端志工」長時間的協助視障者進行「生活物品辨識」，以及介紹目前與未來視障者智慧生活隨身助理功能，中華電信研究院與淡江大學視障資源中心，以及中華民國無障礙科技發展協會於2014年12月5日舉辦「4G行動，志在幫盲」分享會。

根據衛生福利部統計處資料顯示，截至2014年底為止，全國視障者約有5.7萬，佔身心障礙者的5%，相較於2001年的4.1萬，增加約39%，有逐年增加之趨勢。中華電信期盼藉由此次與外部專業單位所合作開發之4G視訊導引及Beacon導引，能夠號召更多雲端義工，為視障朋友開啟另一扇窗。

2014年不老環台逗陣行

「2014年不老環台逗陣行」邀請居住在台北市、新北市、基隆市、台中市、彰化縣及高雄市、55歲以上的長輩，體驗操作「不老小幫手App」，針對整體服務評價、介面使用性、功能需求性等面向進行詢問及訪談。截至2014年，下載達868人次，體驗活動共10場次，推廣人數達到1,065人，實測人數達到203人，超過八成的受訪長輩表示對整體服務滿意，以及此App設計的介面與功能適合長輩使用。

Step
3

體驗結束後針對整體服務評價、介面優使性、功能需求性進行詢問與記錄

Step
2

提供長輩進行該款App操作與體驗

Step
1

由研究員先行針對中華電信研究院(TL)所開發之「不老小幫手App」之各項服務內容進行說明與操作

測試回饋如下：銀髮族生活助理App的文字一看就能對應提供的功能，清楚明瞭。配色不刺眼，背景不反光，整體感覺很好。字體大而且清楚，整體看起來很舒適，用的字體跟原本手機相同，有熟悉感。

EYE社會 創造就業機會

我們長期與淡江盲生資源中心合作，並於2011年成立EYE社會客服創新中心，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。

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位視障者進入中華電信與1999等5個單位從事電話客服服務，讓視障者能順利融入社會，並創造更多的視障者數位工作機會。

截至2014年底，「整體性的解決方案」已提供中華電信滿意度調查值機人員9名，及台北市1999客服人員12名，每月處理逾10,097通的話務量，其中，更有1名視障值機人員通過考核，成為電話客服的主管。

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。運用智慧型行動電話也可以做善事！隨心所致，公益捐款將變得更加智慧，《QR扣》App使「照立捐」成為全民舉手之勞運動，將愛傳至全世界。

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。2013年和慈濟基金會及2014年伊甸基金會合作推廣QR扣捐款服務，截至2015年一月底，共計289人次參與，捐款金額達125,800元。



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：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
公話卡補助	<ul style="list-style-type: none"> ● 針對市內電話住宅用戶租用人為低收入戶或視障者，發給面額100元IC公話卡。 ● 視障戶當年度一律發給2張IC公話卡。 	5,007人 NT\$2,565仟元
行動電話關愛系列方案優惠	<ul style="list-style-type: none"> ● 針對視障、聽障及聲語障之身心障礙人士加送一倍國內通信費金額。 ● 針對聽障及聲語障之身心障礙人士提供免費網內簡訊300則及網外簡訊100則，3G客戶提供「網內影像電話」費率比照語音費率之優惠。 	- NT\$21,063仟元
寬頻上網低收入戶優惠	<ul style="list-style-type: none"> ● 光世代6M/2M、20M/5M、60M/20M及100M/40M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。 	2,678人 NT\$11,737仟元
寬頻上網身心障礙者優惠	<ul style="list-style-type: none"> ● 光世代6M/2M、20M/5M及60M/20M及100M/40M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。 	992人 NT\$435仟元
MOD弱勢族群方案	<ul style="list-style-type: none"> ● 平台服務費：自竣工日起前二年(計24個月)，以五折優惠(45元/月)計收。 ● 訂閱家庭豪華餐一年，有效期間內，以九折優惠(243元/月)計收。 ● 家庭精選餐：訂閱家庭精選餐一年，有效期間內，以九折優惠(98元/月)計收。 	2,100人 -
健康上網公益優惠專案	針對低收入戶提供首年免費優惠，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。	540人 NT\$814仟元
福祉公用電話	<ul style="list-style-type: none"> ● 於公共場所裝設距地面高度110公分之公用電話，方便身障者使用。 ● 所有公用電話機按鈕盤「5」字均有凸點設計，方便視障者使用。 ● 大多數公用電話機均有3db-6db音量放大按鈕設計，方便戴有助聽器聽障者使用。 ● IC公用電話卡邊緣均有導盲凹槽設計，方便視障者使用。 	
聽語障者電訊轉接業務	<ul style="list-style-type: none"> ● 聽語障者，可將欲傳遞給受信者之訊息內容，傳真至聽語障服務台0800-080885(諧音幫幫我)，由服務台代為電話口述給受信者，並可將受信者之回話回傳給聽語障者(代傳字數限於80個字以內，回傳內容以30字為限)。 ● 非聽語障者亦可撥打聽語障服務(0800-080880)，代為書面傳真訊息給聽語障者，服務時間每日08:00~21:00。 	

G4-16

參與的重要公協會一覽

中華電信參與將近一百個公協會組織，希望能藉由頻繁的同業、異業的交流與合作，提升中華電信的技術以及帶動整個產業的發展，以下條列幾個主要參與的公協會組織：

協會名稱	說明
中國電機工程學會	透過該會舉辦之電信研討會向政府反應電信政策，並贊助該會的活動，以盡扶植產業之責。
台灣智慧航空城產業聯盟	中華電信帶領該聯盟之整體工作規劃執行，從中發掘新的商機與培養國內產業實力，進而培養能力輸出解決方案至世界各地。
台灣電信產業發展協會	為同業間重要的溝通交流平台，就重要議題之會商討論，並扮演與主管機關之重要溝通橋樑；另設有行動通信建設協商小組，協商基地臺共構、共站或預留天線通信埠等事項。
中華民國國際經濟合作協會	中華電信應邀發表專題演講、協助推動國際交流及業務合作；在台舉辦會議則配合於現場展示產品，促進業務推廣、媒體曝光。
台灣客服中心發展協會	經常舉辦講座，並引進最近客服系統技術、營運管理、服務理念等，對於業務創新，有助於中華電信增進營運管理與客戶服務。
Pacific Telecommunications Council(PTC)	與全球電信公司定期、就近洽商，具有海外業務拓展實質效益，
中華民國企業永續發展協會	有利於企業永續發展策略之探討與相關管理工具之引進、掌握企業社會責任議題之國際發展動態、推動公私部門建立夥伴關係以共同邁向永續發展之目標、非財務績效資訊揭露之推廣。
台灣雲端運算產業協會	可即時掌握政府雲資訊及商機，並透過協會向政府提出雲端產業建言；此外，亦可增加與國際及兩岸交流之機會。
台灣電磁產學聯盟	為國內各大專院校電磁領域專業教授群所組成的研究聯盟，對B4G/5G等無線技術有深厚研發能量，中華電信不定期參與相關研討會、交流參訪等活動。

SGS TAIWAN LTD.'S INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE CHUNGHWA TELECOM CO., LTD.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT OF 2014

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 2014. 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 2014 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 2014.

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 2014 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of CHT sustainability activities in 01/01/2014 to 12/31/2014.

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 eighth 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 these 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 2014, 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

29 June, 2015

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 p114-115
G4-1	提供組織最高決策者的聲明(如CEO、董事長或等同的高階職位者)	4-5		V
G4-2	描述關鍵衝擊、風險及機會	10,29		V
G4-3	組織名稱	中華電信		V
G4-4	主要品牌、產品與服務	11		V
G4-5	組織總部所在位置	7		V
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	7		V
G4-7	所有權的性質與法律形式	7,28		V
G4-8	組織所提供服務的市場	7		V
G4-9	組織規模	8-11		V
G4-10	員工總數	68		V
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	70		V
G4-12	組織的供應鏈	37-39		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	無相關情事		V
G4-14	組織是否具有因應相關之預警方針或原則	29-30		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	28,32		V
G4-16	組織參與的公協會(如產業公協會)和國家或國際性倡議組織的會員資格	113		V
G4-17	組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體	詳中華電信2014 年年報p.107		V
G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程	20-21		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	20-21		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	20-21		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	20-21		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	96		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	無相關情事		V
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	22-23		V
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	22-23		V
G4-26	說明與利害關係人議合的方式，包含依不同利害關係群體及形式的議合頻率，並說明任何的議合程序是否特別為編製此報告而進行	22-23		V
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	22-23		V
G4-28	所提供資訊的報告期間	2014/1/1~ 2014/12/31		V
G4-29	上一次報告的日期	2014/8/31		V
G4-30	報告週期	每年1次		V
G4-31	可回答報告或內容相關問題的聯絡人	1		V
G4-32	組織選擇的「依循」選項	全面		V
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	1		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 p114-115
G4-34	組織的治理結構	27		V
G4-35	最高治理機構對經濟、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	18		V
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	18		V
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	18		V
G4-38	按分類，說明最高治理機構及其委員會的組成	27		V
G4-39	最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	27		V
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	28		V
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	28		V
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	18		V
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2014年 年報p.63-65		V
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。說明此評量流程是否獨立進行且頻率為何。說明此流程是否為自我評估	18	我們有擬定評量流程， 惟尚未通過審核	V
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	18		V
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	18		V
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	18		V
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	18		V
G4-49	與最高治理機構溝通重要關鍵議題的程序	18		V
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	詳中華電信2014 年報		V
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	27		V
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。說明薪酬顧問與組織之間是否存在其他任何關係	-	暫無相關規劃	V
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，包括對薪酬政策和提案之投票結果	-	暫無相關規劃	V
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(不包括該薪酬最高個人)年度總收入之中位數的比率	67		V
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(不包括該薪酬最高個人)平均年度總收入增加百分比之中位數的比率	最高薪酬者2014 年無加薪		V
G4-56	組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	31		V
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，如服務專線或諮詢專線	71		V
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	71		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 p114-115
----	----	-------	------------	------------------

類別：經濟

經濟績效

DMA p.10	EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	10		V
	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	30,85		V
	EC3	組織確定福利計畫義務的範圍	80-83		V
	EC4	自政府取得之財務補助	無相關情事		V

市場形象

DMA p.67	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	67		V
	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		V

採購實務

DMA p.38	EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	38		V
-------------	-----	------------------------	----	--	---

類別：環境

能源

DMA p.90	EN3	組織內部的能源消耗量	84		V
	EN4	組織外部的能源消耗量	91		V
	EN5	能源密集度	92		V
	EN6	減少能源的消耗	96-97		V
	EN7	降低產品和服務的能源需求	95-97		V

排放

DMA p.90	EN15	直接溫室氣體排放(範疇一)	90		V
	EN16	能源間接溫室氣體排放量(範疇二)	90		V
	EN17	其他間接溫室氣體排放量(範疇三)	91		V
	EN18	溫室氣體排放強度	90		V
	EN19	減少溫室氣體的排放量	95-99		V
	EN20	臭氧層破壞物質(ODS)的排放	-	非製造業，不適用	V
	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	V

產品與服務的環境影響

DMA p.47	EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	44-46,95-97		V
DMA p.94	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	94		V

類別：社會

子類別：勞工實務與尊嚴勞動

勞雇關係

DMA p.68	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	68-69		V
	LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	80-83		V
DMA p.82	LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	54		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 p114-115
勞資關係					
DMA p.70	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	70		V
教育訓練					
DMA p.76	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	76	因現有系統的限制，暫時無法依性別類別做分類	V
	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	72-74		V
	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	74		V
子類別：人權					
不歧視					
DMA p.70	HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	70		V
結社自由與集體協商					
DMA p.70	HR4	已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動	無相關情事		V
子類別：社會					
當地社區					
DMA p.104	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	34,104	比例的計算方式尚在討論中	V
	SO2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運據點	暫無發現相關情事		V
反競爭行為					
DMA p.34	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	無相關情事		V
子類別：產品責任					
顧客健康與安全					
DMA p.65	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	63		V
	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	無相關情事		V
產品與服務標示					
DMA p.53	PR3	依組織資訊與標示程序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的重要產品及服務類別的百分比	100%		V
	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	無相關情事		V
	PR5	客戶滿意度調查的結果	61-62		V
行銷傳播規範					
DMA p.34	PR6	禁止或有爭議產品的銷售	無相關情事		V
	PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣(包括廣告、推銷及贊助)的法規及自願性準則的事件總數	34		V
顧客隱私					
DMA p.54	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	32		V

電信業附加指標

指標	描述		頁次與說明	未揭露資訊與原因說明	外部保證 p114-115
子類別：內部管理					
基礎建設投資					
DMA p.108	IO1	在電信網路基礎設施方面的投資	56,57,65		V
	IO2	因「電信普及服務」之義務，提供非營利服務的淨成本	108		V
健康與安全防護措施					
DMA p.63	IO3	建造和維護通信設施時，確保人員健康與安全的措施	77-79		
	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	25,63		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	25,63		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	25,63		V
基礎建設					
DMA p.63	IO7	選擇天線和傳輸站建置地點的政策和措施	63		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	63		V
子類別：提供近用權					
縮短數位落差					
DMA p.108	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	55,56,57,108		V
	PA2	克服取得與使用通信產品和通信之障礙政策與措施	56,57,108		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	60-62		V
	PA4	在有營運的地區，量化通信產品與服務的普及程度	55		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	112		V
	PA6	在緊急狀況與救援時，提供通信產品及服務的方案	57		V
產品與服務內容管理					
DMA p.65	PA7	管理取得和使用電信產品與服務有關之人權議題	63-65		V
顧客關係					
DMA p.63	PA8	推動電磁波相關議題公開溝通的政策與措施	63		V
	PA9	在電磁波研究計畫與活動的資金總投入	63		V
	PA10	確保收費與費率明確的活動	53		V
	PA11	告知顧客產品特性和應用資訊之活動	58-59		V
子類別：技術應用					
資源使用效率					
DMA p.43	TA1	如何在提供通信產品與服務時，提高資源利用效率	53		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	43-46, 110-111		V
	TA3	揭露由於TA2所舉例的通信產品與服務而帶來的變化	43-46, 110-111		V
	TA4	揭露對客戶使用上述產品和服務的間接效果之評估	43-46, 110-111		V
	TA5	描述企業在智慧財產權和開放源頭技術的作為	47		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



中華電信