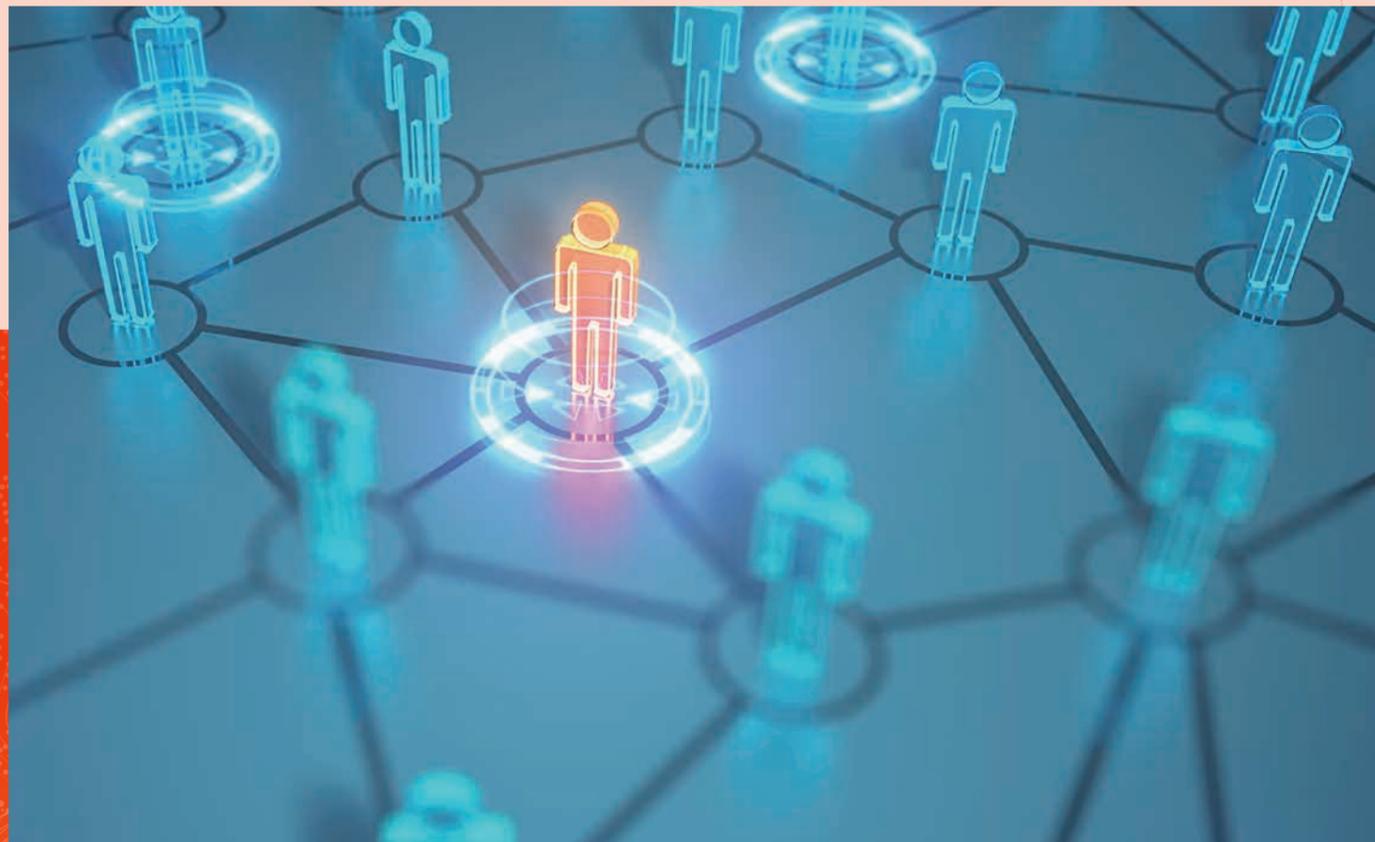


本章回應之 SDGs

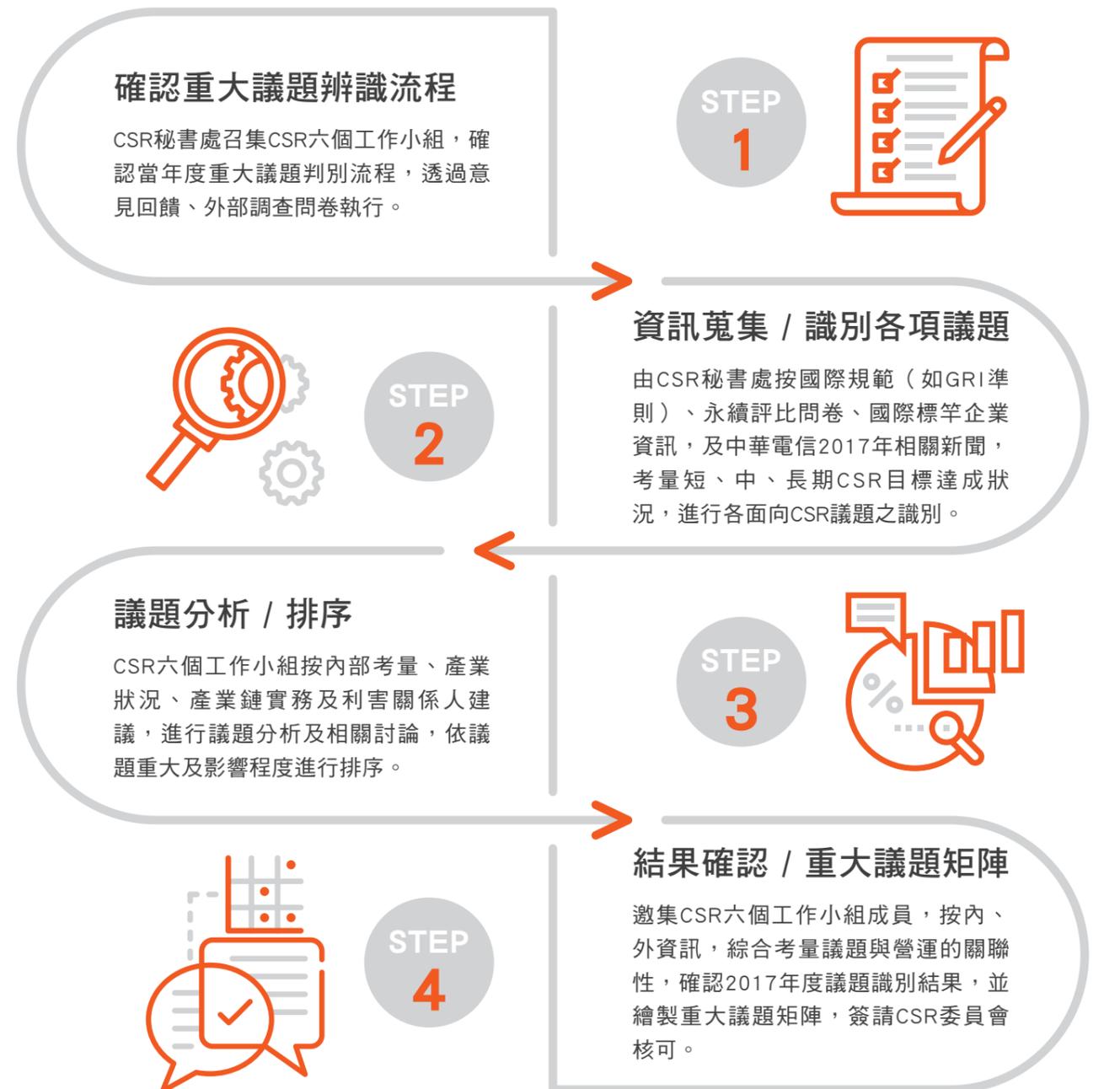


重大議題與衝擊



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專注深化行動內容，及提升資訊揭露的品質。

重大議題判別流程



2017年重大議題與衝擊

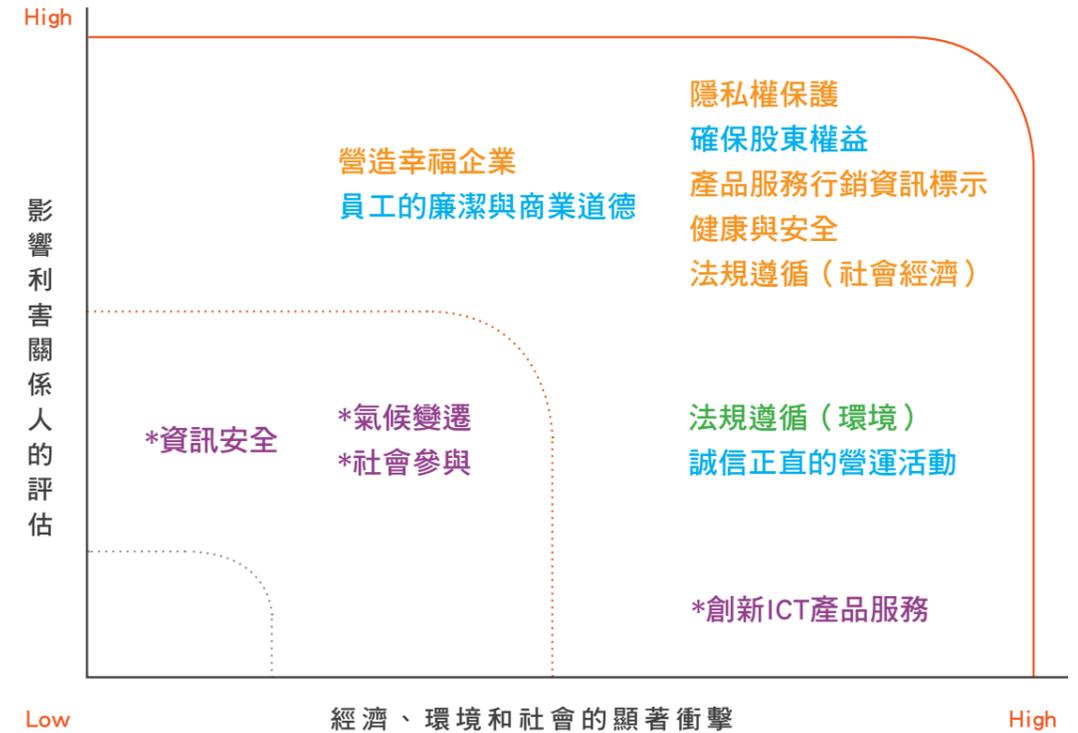
中華電信為綜合電信服務業，除了營運據點及機房、數據中心因業務使用電力外，相關服務流程及機制，並不會對環境及社會造成重大負面衝擊。但我們明白，中華電信遍佈全台的營運據點、超過2萬名的員工、價值鏈採購與供應能力，及各項ICT產品及服務，對台灣產業、經濟發展及社會大眾生活，可帶來正面的轉型契機及商機，因此，我們更積極掌握機會，致力降低重大CSR議題可能帶來的風險。

重大議題	組織內 《衝擊範圍》 組織外				
	CHT	宏華子公司	資安子公司	工程類供應商	設備類供應商
確保股東權益	○	□	□	□	□
營造幸福企業	○	□	□		
員工的廉潔與商業道德	○	□	□		
健康與安全	○	□	□	△	△
誠信正直的營運活動	○	□			
隱私權保護	○	□			
產品服務行銷資訊標示	○	□			
法規遵循（社會經濟）	○	□			
法規遵循（環境）	○	□			
*創新ICT產品服務	○		△		□
*社會參與	○	□			
*氣候變遷	○			□	□
*資訊安全	○	□	□		

- 註：1. ○：直接造成衝擊；△：間接造成衝擊；□：因商業關係而產生的衝擊。
 2. 除CHT組織內（包含2家子公司）衝擊外，外部衝擊係以「供應商類型」辨識其所造成之衝擊。
 3. CHT亦已推動相對應管理方針及行動，詳細議題資訊，請參考其所對應之章節頁碼。
 4. 標示「*」為2017年判別出之新興議題，由於涉及利害關係人關注及公司中長期發展具實質影響力，故儘管非本年度所判別之重大議題，我們仍以專章揭露其資訊及未來目標。

重大議題矩陣

中華電信員工遍及全台灣，為確保所有員工都理解企業社會責任的精神，確實執行並適時提供回饋建議，我們於公司內部建置多元溝通管道，宣導相關議題，並結合績效考核機制，將CSR觀念化為行動，具體落實於日常作業之中。



- 註：1. 重大議題門檻值設定：X軸與Y軸排序皆達2.5分以上（滿分3分）。
 2. 標示「*」為2017年中華電信所判定之新興議題，由於涉及利害關係人關注及公司中長期發展具實質影響力，故儘管非本年度所判別之重大議題，中華電信仍以專章揭露其資訊及未來目標。
 3. 中華電信亦自願揭露非2017年鑑別之重大主題，詳GRI索引表標示「*」之主題。

新興議題	議題	對 CHT 實質影響面向			中、長期目標	2017 年進度	達成度
		成本	營收	風險			
新興議題說明	創新ICT產品服務		○		<ul style="list-style-type: none"> 2018年，MOD 客戶數突破 200 萬 2020年，IoT 相關營收達 150 億元 2020年，AI 相關營收超過 30 億元 2025年，行動支付用戶普及率達 90 % 	<ul style="list-style-type: none"> 行動支付普及率達 50 % IoT 大平台使用家數達 500 家 研發出多款 AI 應用產品，如人臉驗證、大數據交通狀況分析 榮任「行動支付應用服務聯盟」會長 	符合預期
	社會參與	○			<ul style="list-style-type: none"> 2020年，社會投資金額達營收 1 % 	<ul style="list-style-type: none"> 社會投入金額 1,164,080 仟元，佔總營收 0.51 % 	符合預期
	氣候變遷			○	<ul style="list-style-type: none"> IDC 機房節電量 5 年達 10 % 太陽光電裝置容量 > 1,000 kWp 	<ul style="list-style-type: none"> 再生能源裝置容量達 527 kWp 	符合預期
	資訊安全	○			<ul style="list-style-type: none"> 2020年，防偽雲端產品營收達 5 億元 2022年，營收達 30 億 	<ul style="list-style-type: none"> 成立中華資安國際（股）公司，提供更優化、整合的資安解決方案 	符合預期

2017年重大議題說明

永續面向	重大議題	對 CHT 的意義	對應之 GRI 準則主題	管理方針 (頁碼)	UN SDGs
 經濟	確保股東權益	配發股東紅利，是維繫股東及投資人持續對公司營運有信心、提高長期持有公司股票意願的要素。	經濟績效	16	 
	員工的廉潔與商業道德	以最高倫理標準從事營運活動，除符合法律規範，也要求所有員工從事商業行為時，以最高道德標準反求諸己。	反貪腐	17	
	誠信正直的營運活動	誠信治理、正派經營是營運的根基，透過作業程序與行為指南，嚴謹防範不誠信的行為發生。	反競爭行為	17	
 環境	法規遵循 (環境)	以永續發展的綠色企業為己任，除符合環境法規外，更求加速 ICT 產業的綠化，以帶動整體社會綠化。	有關環境保護的法規遵循	40	  
 社會	營造幸福企業	制定優於法規的完善福利，增進員工福祉，以行動讓員工安心致力於工作，共享經營成果。	勞/資關係	55	 
	健康與安全	遵守相關法規，並主動提供說明使用規範，確保消費者清楚產品與服務過度使用之影響。	顧客健康與安全	72	 
	產品服務行銷資訊標示	正確傳達產品與服務資訊，並主動提供說明使用規範，確保消費者清楚產品與服務過度使用之影響。	行銷與標示	17	 
	隱私權保護	持續透過多元流程與制度規範，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料系統。	客戶隱私	74	 
	法規遵循 (社會經濟)	正派經營是CHT堅持的核心價值，以各項政策與宣導，促使所有員工恪遵法律規範。	社會經濟法規遵循	17	 
 新興議題	創新 ICT 產品服務	受到全球產業鏈的影響，原有的電信產值不足以因應匯流時代，因此積極強化既有的核心業務，更透過創新 ICT 產品與服務，為公司帶來營收動能。			
	社會參與	期望透過通訊核心本業，營造沒有科技與資訊障礙的環境。			
	氣候變遷	氣候變遷議題與企業營運息息相關，積極訂定相關計畫與目標，力求降低價值鏈中與氣候變遷相關的成本與風險。			
	資訊安全	身為國內最大的綜合電信服務提供者，隨著外部資安環境威脅與法遵調整，不斷精進資訊安全系統及管理策略。			



利害關係人共融

「中華電信，不只是中華電信」，除了產業發展及競爭，身為台灣電信業領導品牌，除了好的產品、服務及獲利，更重視如何藉由影響力來回饋社會，我們重視內、外部利害關係人聲音，用心傾聽並回應社會需求。

關鍵利害關係人及議題的辨識，是落實企業社會責任的核心工作。我們按AA 1000利害關係人議合標準AA 1000SES(2015)，建立利害關係人辨識及議合流程，並透過多元管道，與利害關係人互動及溝通。

中華電信在每一年編製CSR報告書的啟動會議，都邀請各部門人員，針對目前關鍵利害關係人及其重視的議題進行討論與交流，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。在推動企業社會責任活動或資訊揭露時，全面徵詢內、外部利害關係人之意見及建議，機制包括：

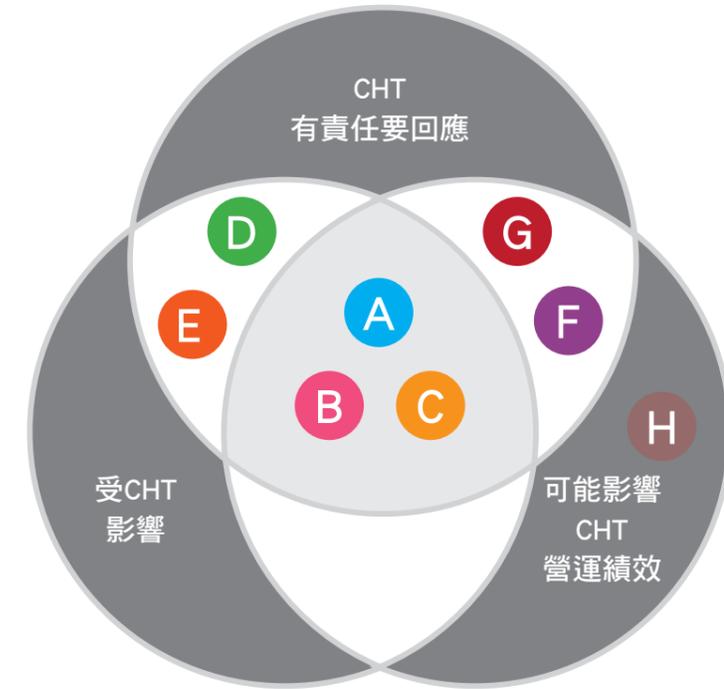
- 企業社會責任報告書「外部專家諮詢會議」
- 不定期邀請外部專家，進行「企業社會責任議題研討會」及相關論壇
- 每年定期舉辦「中華電信CSR供應商夥伴交流會」

首創「企業社會責任影片專區」及中華電信官方Youtube CSR頻道，不定期記錄各項企業社會責任行動成果，並蒐集內、外部回饋資訊，專區網址：<https://www.cht.com.tw/zh-tw/home/cht/about-cht/brand-and-service/advert/csr>

- 設置企業社會責任、基金會專責人員

中華電信利害關係人參與守則：

<https://www.cht.com.tw/zh-tw/home/cht/sustainability/stakeholder/stakeholder-engagement>



CHT 利害關係人	股東 / 投資人	員工	客戶	供應商	社區 / NPO	媒體 / 評比機構	主管機關	同業
	A	B	C	D	E	F	G	H
對中華電的重要性	股東/投資人是中華電信股票持有者，我們必須對其負責。	員工是中華電信永續經營的關鍵，也是我們持續成長的驅動力。	客戶喜歡我們的產品與服務，是業務發展的關鍵。	我們龐大的產品與服務鏈，仰賴眾多供應商穩定的支持。	身為在地社區的大鄰居，我們期望透過電信本業回饋社會，打造更美好的未來。	媒體與評比機構對中華電信的指教，是砥礪我們持續進步的良師益友。	我們所推出的產品與服務及相關營銷行為，皆受主關機關的檢核與監督。	中華電信身為台灣電信業領導品牌，期望能與同業良性競爭，共創整體產業發展。
關注主題	· 經濟績效	· 勞/資關係 · 反貪腐	· 客戶隱私 · 行銷與標示 · 顧客健康與安全	· 有關環境保護的法規遵循 · 社會經濟法規遵循	· 有關環境保護的法規遵循 · 行銷與標示 · 社會經濟法規遵循	· 反貪腐 · 行銷與標示	· 反競爭行為 · 反貪腐 · 有關環境保護的法規遵循 · 社會經濟法規遵循	· 行銷與標示
溝通管道	· 股東專線 · 法人及投資人說明會	· 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 · 問卷填覆	· 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 · 問卷填覆	· e-mail · 公文 · 會議 · 電話 · 拜訪	· 公文 · 會議
溝通頻率	即時、每季一次	即時	即時	即時	即時	即時	即時	每年 1~2 次

2017年關鍵利害關係人CSR議合成果



議合成果 1 - 員工全面調薪 平均幅度達 3.54%

為營運及拓展業務需求，公開延攬新進人才、留住優秀員工。為激勵全體員工戮力創造更高績效，中華電信於2017年召開臨時董事會，通過全面加薪案，平均調幅3.54%，最高上看5%，並自2018年1月1日正式生效。

本次調薪為民營化12年以來幅度最大的一次，透過調薪方案的設計，多面向、全方位照顧、激勵全體員工，創造更佳士氣、更高績效，使中華電信成為數位經濟的發動機，創新產業的領航員。



議合成果 2 - 數位好厝邊 創造社區資訊平權

中華電信基金會於建置和維運「數位好厝邊」的同時，皆會透過與在地充分互動過程，了解社區樣貌、評估其需求，以利有限資源能夠發揮最大的效用。

1. 評估建置：需求端需先填寫「數位好厝邊申請表」，以供基金會初步了解社區狀況；書面資料審查後，則透過電話及實地訪視，與地方key person進行頻繁的互動訪談，待我們充份理解社區後，再進行內部研議、評估合作的可能性。
2. 維運過程：定期與不定時與key person互動，透過key person的回饋，我們可以更了解地方的需求，並合宜分配資源。

基金會每年專案項目的執行皆從社區需求出發，與好厝邊長期互動的過程，社區部落也會給予基金會回饋，做為來年專案調整的依據，以期符合在地的需求。

議合成果 3 - CSR 供應商夥伴交流會 啟動供應鏈碳管理



中華電信每年對外採購金額超過新台幣400億元，採購項目相當廣泛，包括寬頻、行動、固網等網路設備，以及手機、筆電等用戶終端產品。2017年我們於「供應商夥伴交流會」中，公開宣示加入「CDP 供應鏈專案」會員，正式啟動供應鏈碳管理行動。

初期我們將採取輔導方式、鼓勵供應商逐年降低排碳量，長期方向則朝向將減碳列入招標文件及招標條件，符合一定排碳量才能參與中華電信各項招標工程。



影音紀錄 >