行動

台灣大哥大

TAIWAN MOBILE

CSR REPORT

企業社會責任報告

2009-2010

企業有多大　責任就有多大
真心關懷　就是行動的開始

關於本報告

本報告書參照「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」以及台灣大哥大企業社會責任政策，呈現2009－2010二年度期間，在企業經營、公司治理、環境保護與社會參與等面向的具體實踐、各項績效數據與相關規畫，其中部份資訊回溯至2008年之前，以展現該項主題在時序上的變化。

主要報告涵蓋範疇，以台灣大哥大為主體，部分內容涉及台灣大哥大之關係企業，在範疇與量化數據的量測方式上，與前一版報告(2009年12月出版)間，無重大改變。若在範疇或數據量測上與前一版不同，則會於該段落中特別註明。

報告書中所揭露的統計數據皆來自於自行統計與調查結果，惟有關財務數據係經會計師認證後公開發表的資訊，並以一般慣用的數值描述方式呈現。

本報告書參考全球永續報告書協會(Global Reporting Initiative, GRI)之全球永續報告書第三代綱領（GRI/G3 guidelines)所編製，報告主題涵括經營績效、公司治理、環境保護及社會參與等面向，與目前國際對於企業經營資訊揭露的方向相呼應。報告書中公佈的資訊與數據經獨立且具能力的驗證機構，根據AA1000(2008)查證標準進行查證，經確證後，本報告書所揭露之內容已經符合GRI G3.1的應用等級B+，並經第三者驗證機構依AA1000出具獨立查證聲明書，查證聲明書亦納入本報告中。

對於本報告書的任何意見或訊息諮詢，歡迎您以下列聯絡方式與我們連絡：

台灣大哥大股份有限公司 公共事務處
地址：台北市大安區基隆路二段172-1號13F-1
電話：+886 2 66386888
傳真：+886 2 66380098
電子郵件：spokesman2@taiwanmobile.com
網址：www.taiwanmobile.com

高階主管聲明

過去兩年，全球景氣從谷底復甦，國內民間消費也溫和成長。然因主管機關管制行動資費造成營收的衝擊，行動語音市場趨向飽和、競爭激烈，考驗著國內電信業者永續經營的決心與能力。

在變化與挑戰的局勢中，台灣大哥大堅持誠信為本，落實公司治理，以前瞻的策略佈局為經、企業社會責任為緯，持續以堅定穩健的步伐，厚植企業實力。以建立國際級電信服務為目標，積極回應股東、消費者、員工、環境、供應商、社區等各利害關係人的需求。

在經濟面，我們邁向數位匯流、深耕TIME(電信、網路、媒體、娛樂)服務，在穩健的財務管理基礎上積極併購成長，創造最大股東價值，並以國際級的公司治理榮獲《歐元雜誌》(Euromoney)台灣區公司治理第一名以及投資人關係全球評等(IRGR, IR Global Rankings)亞洲區最佳財務揭露等殊榮。

在社會面，我們從核心能力與技術出發，針對社會需求，整合可運用之資源，發揮最高效益。我們長期推動5180手機即時捐款、909手機語音導覽及myfone行動創作獎，創新電信業核心價值，豐富數位內容與數位應用。同時，我們從硬體設備、資訊素養與資訊應用三大方向著手，協助偏鄉與弱勢族群全面提升數位競爭力。近年來屢獲《天下雜誌》企業公民獎、《遠見雜誌》企業社會責任獎肯定。

在環境面，我們深切了解資通訊服務業可創造的減碳效益遠高於其自身碳排放，因此透過電子帳單、視訊會議等服務，積極協助外部組織達成節能減碳的目標，創造與用戶共享的綠色價值。連續兩年榮獲行政院環保署中華民國企業環保獎，為國內服務業表率。

謹以此第三本社會責任報告書，誠信、透明、公開地說明我們的社會責任政策與實績，歡迎各界指教與建議，共同為增進社會與環境的美好而努力。

董事長

目錄

關於本報告 02
聯繫資訊 02
高階主管聲明 03

1 公司概況
1.1 公司簡介 05
1.2 公司治理 08
1.3 風險管理 13

2 企業社會責任架構
2.1 企業社會責任政策與組織 14
2.2 企業社會責任趨勢與關鍵議題 16
2.3 利害關係人溝通 16

3 核心技術資源回應社會需求
3.1 提升數位競爭力 18
3.2 以數位應用創造社會價值 23
3.3 實踐數位低碳社會 27

4 環境保護
4.1 環境管理組織與政策 29
4.2 提升能源效率、因應氣候風險 31
4.3 電子廢棄物回收 34
4.4 綠色辦公室 35
4.5 免付費電磁波量測服務 36
4.6 環境溝通與教育 37

5 客戶服務
5.1 客戶服務機制 38
5.2 客戶滿意度 39
5.3 資訊安全 40
5.4 依族群需求規劃優惠方案 40
5.5 創新服務 41
5.6 資費透明揭露 41
5.7 淨化成人資訊 41

6 人才發展與員工關係
6.1 人員聘雇 42
6.2 員工溝通 44
6.3 教育訓練 45
6.4 福利制度 46
6.5 員工健康與安全工作環境 47

7 供應商管理與採購
7.1 強化供應商管理 48
7.2 公開透明採購機制 48
7.3 綠色採購 49

8 社區參與及社會關懷
8.1 莫拉克風災災後重建與關懷大使 50
8.2 弱勢關懷 51
8.3 藝文素養推廣與運動贊助 52
8.4 企業志工 57

查證聲明書 59
GRI索引及說明 60

公司概況

2011-07	連續第六年獲中華民國證券暨期貨市場發展基金會「上市(櫃)公司資訊揭露評鑑」評為透明度最高之「A+」級企業，且名列上市公司前10名。
2011-06	2007至2011年，連續第五年榮獲亞洲公司治理(Corporate Governance Asia)雜誌「亞洲地區最佳公司治理獎」
2011-01	獲Euromoney台灣地區公司治理第一名，第四度榮獲此殊榮
2010-05	蔡明興董事長入選遠見雜誌「最佳董事長50強」第四名，為服務業唯一入選者。張孝威總經理亦入選「最佳總經理100強」，為電信業第一。
2010-03	獲投資人關係全球評比(IRGR)亞洲區暨大中華區「最佳財務揭露」獎，以及台灣地區「最佳投資人關係網站銅獎」、「投資人票選」之「最佳投資人關係計畫」、「最佳投資人關係經理人」等五大獎，為首度參選即獲最多獎項之台灣企業。
2010-02	獲得Euromoney台灣地區「最佳公司治理」及「最令人信服及一致的經營策略」二項評比第三名
2009-06	獲《數位時代》「台灣科技100強」第六名，創下該獎項有史以來電信業最佳成績。

1.1 公司簡介

1.1.1 現況與發展

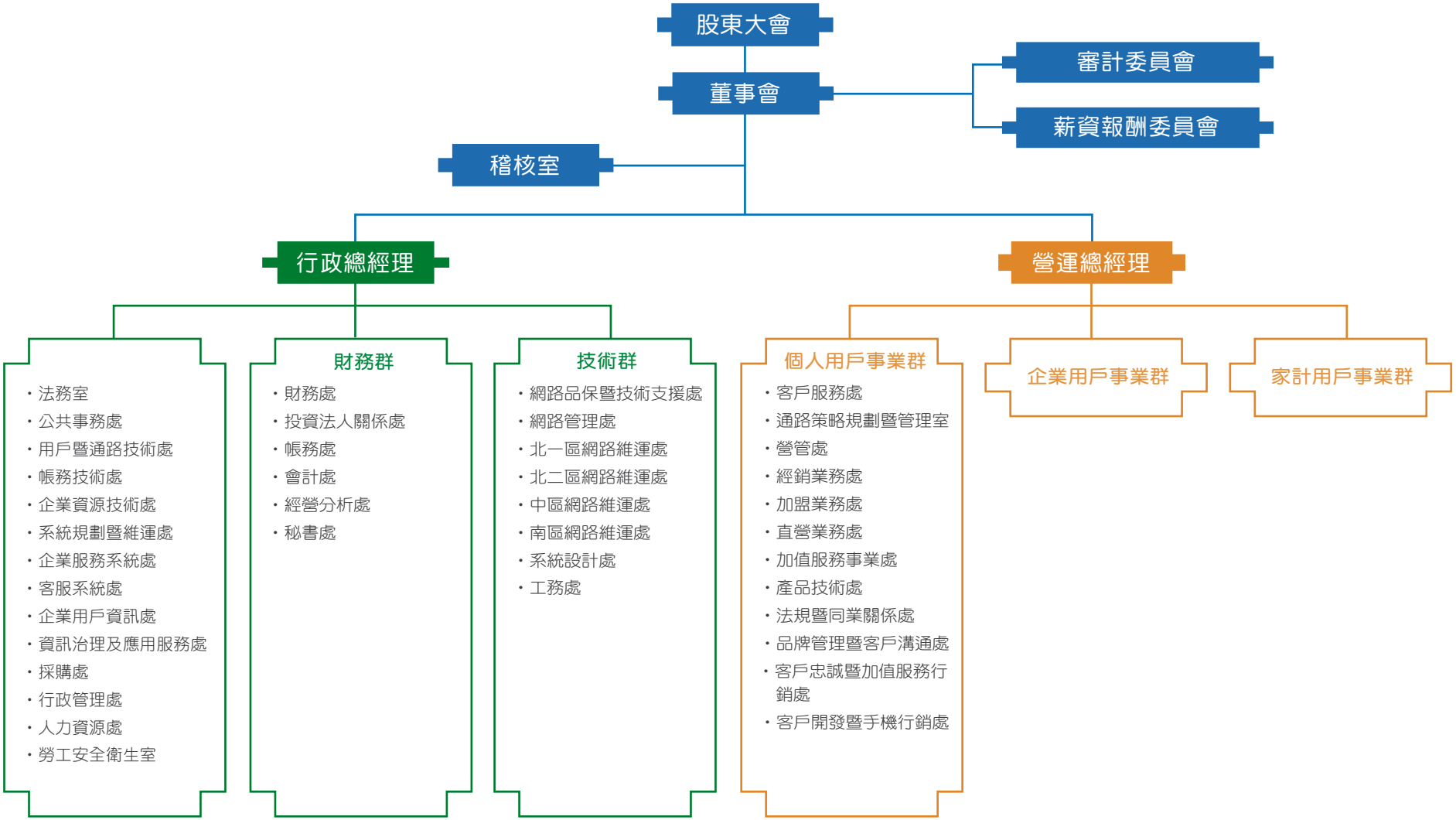
台灣大哥大成立於1997年2月，是第一家於台灣證券交易所上市交易之民營電信公司，於2002年納入台灣50指數，並獲納入摩根士丹利資本國際（MSCI)投資指數成分股。

為提升營運規模、提供整合性的服務，在2007至2008年間陸續完成收購與合併台灣固網、台灣電訊、泛亞電信及東信電訊等公司，架構橫跨行動通訊、固網、寬頻上網及有線電視「四合一」平台。並於2008年正式推出「台灣大哥大」、「台灣大寬頻」、「台灣大電訊」三大新品牌，針對個人、家庭、企業用戶，提供數位匯流整合通信服務。

展望未來，我們仍將繼續秉持「誠信、創新、熱忱、化繁為簡」的品牌價值，落實誠信為本，持續以健全的公司體質強化市場競爭力，並積極打造最值得信賴的電信與媒體服務事業典範，成為國內數位匯流服務的領航者。

- 公司合併營收破 700 億
- 連續第6年資訊揭露評鑑 A+ 級企業
- 約 650 萬行動用戶
- 逾 57 萬有線電視用戶

組織圖


股東大會
董事會
審計委員會
薪資報酬委員會
稽核室
行政總經理
營運總經理
・法務室
・公共事務處
・用戶暨通路技術處
・帳務技術處
・企業資源技術處
・系統規劃暨維運處
・企業服務系統處
・客服系統處
・企業用戶資訊處
・資訊治理及應用服務處
・採購處
・行政管理處
・人力資源處
・勞工安全衛生室
財務群
・財務處
・投資法人關係處
・帳務處
・會計處
・經營分析處
・秘書處
技術群
・網路品保暨技術支援處
・網路管理處
・北一區網路維運處
・北二區網路維運處
・中區網路維運處
・南區網路維運處
・系統設計處
・工務處
個人用戶事業群
・客戶服務處
・通路策略規劃暨管理室
・營管處
・經銷業務處
・加盟業務處
・直營業務處
・加值服務事業處
・產品技術處
・法規暨同業關係處
・品牌管理暨客戶溝通處
・客戶忠誠暨加值服務行銷處
・客戶開發暨手機行銷處
企業用戶事業群
家計用戶事業群

1.1.2 經營環境總覽

隨著景氣復甦、智慧型手持裝置逐漸普及以及民眾對於行動連網服務的需求提升，包括行動商務、影音、遊戲、購物與社群互動等應用，都將會創造出另一波的產業與生活革命，因為電信業者掌握龐大用戶需求、廣布的優質銷售通路與消費金流等優勢，所以在此變革中有著極關鍵的角色。除此之外，台灣大哥大更掌握數位匯流與全方位產品服務等利基，這都將使得我們在國內電信三強的激烈競爭中，持續穩定成長。

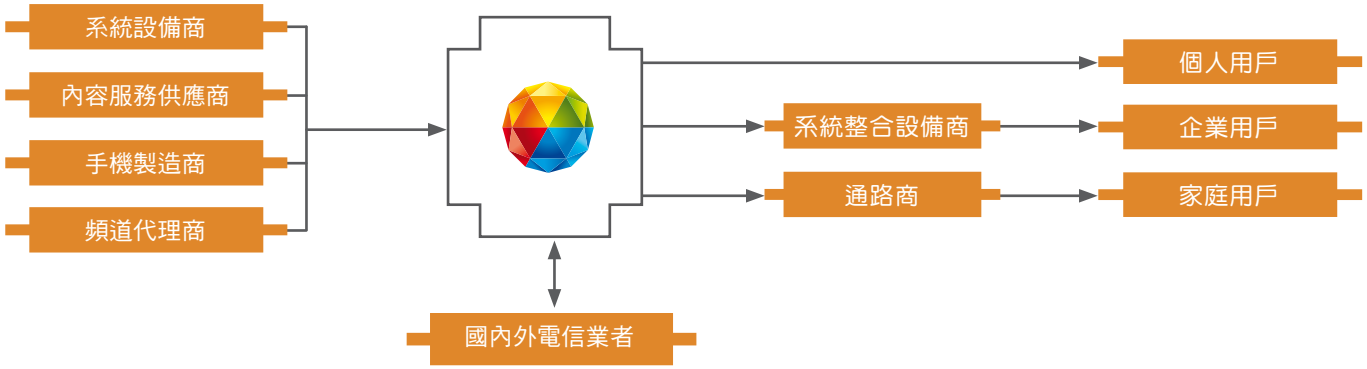
近年來，已陸續推出newTV數位電視服務，自有品牌小筆電、手機及平板電腦，引進平台最多、產品線最完整之智慧型手機，並推出智慧型手機入口網站match，建置軟體市集match　market、行動影音頻道mofun、myBook電子書及手機保鑣等貼心加值服務，提供用戶輕鬆享受影音數位生活。

在2010年，我們更領先業界，完成數位匯流的平台建置，結合雲端技術及聯網電視服務，推出整合手機、電腦、平板電腦及電視的「四螢一雲」數位匯流服務。用戶透過單一帳號即可在四種不同平台上登錄，隨時隨地透過雲端取得照片、影像、音樂等數位內容服務，享受到無縫感 (seamless) 的全匯流體驗。

三大事業群及其主要服務與規模

事業別	個人用戶	家計用戶	企業用戶
品牌名稱	台灣大哥大	台灣大寬頻	台灣大電訊
主要服務內容	個人用戶之行動電信服務，包含月租型、預付型、加值服務	家計用戶之視訊(CATV / DTV)、光纖寬頻上網(Cable Modem / FTTx)、或整合性創新數位匯流服務	企業用戶之資通訊整合服務，含固網(語音/數據/網際網路)、企業行動、系統整合
用戶規模	約650萬行動用戶	逾57萬有線電視用戶、逾13萬寬頻上網用戶	約17萬ADSL/FTTx上網用戶

產業結構圖



1.1.3 經營績效

由於三大事業群的營收皆成長，2010年度公司整體合併營收較2009年增加2%；網路營運成本及管理費用較去年下降，惟在2010年，策略增加智慧型手機補貼金額，使得稅前息前折舊攤銷前營業淨利(EBITDA)較去年下滑6%。此外，也由於政府調降營利事業所得稅，故稅後淨利呈現持平的結果。

2009-2010年，三大主要事業群營收及EBITDA

百萬元 事業別 營運績效	個人用戶事業		家計用戶事業		企業用戶事業	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
營業收入	53,931	55,025	5,336	5,699	9,282	9,495
EBITDA	24,646	22,289	2,487	2,795	2,061	2,332

2010年個人用戶事業群營收較前一年度上升2%，主要是智慧型手機熱銷，以及行動上網業務帶動加值服務營收年成長率達26%。

家計用戶事業群受惠於用戶數規模擴大、數位電視開發額外營收、頻道出租業務增加以及高頻寬用戶佔比上升，2010年度營收較前一年增加7%。

企業用戶事業群因景氣回溫，企業用戶的行動電信營收增加，以及其固網話務、專線及上網業務用量回穩，使得營收亦較前一年成長2%。

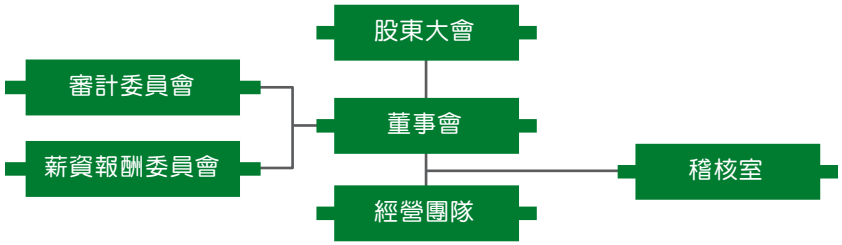
1.2 公司治理

以國際標竿級的公司治理自我要求，是我們對投資人、員工與往來商務夥伴負責的具體實踐，我們落實企業社會責任，以誠信、透明的治理為基礎。至今已經連續多年獲得國內外各項肯定，包括:國際專業財經媒體歐元雜誌(Euromoney) 評選為「亞洲區最佳公司治理」與「台灣區最佳公司治理」；獲投資人關係全球評等(IRGR, IR Global Rankings)「亞洲區最佳財務揭露」及「台灣區最佳投資人關係」等大獎；連續5年獲亞洲公司治理(Corporate Governance Asia)雜誌「亞洲地區最佳公司治理獎」；連續6年獲證券暨期貨市場發展基金會「資訊揭露評鑑」最高等級A+的殊榮。

1.2.1 公司治理架構與原則

本公司遵守「上市上櫃公司治理實務守則」之精神，選任4席獨立董事，優於上市公司應設2席獨立董事之法令規定，並由全體獨立董事組成審計委員會替代監察人職務，制訂一系列的作業辦法與規章，確保制度健全與有效運作；在股利政策方面，皆採取高盈餘分配比例之現金股利政策，並以現金方式發放員工分紅，以保障股東權益。

公司治理架構圖



1.2.2 治理與高階薪酬

公司支付董事、獨立董事、總經理及副總經理酬金，除按「公司章程」與「董事薪酬給付辦法」等規定外，總經理及副總經理的薪酬，由獨立董事所組成之薪資報酬委員會定期審視其合理性。

1.2.3 內控稽核機制

設有稽核室並由專人稽核本公司及子公司所有財務、業務等營運及管理功能。除依年度計畫執行之例行稽核，另視需要執行專案稽核，以期能適時發現內部控制制度之可能缺失，並提出改善建議。其結果皆定期於審計委員會中報告執行狀況及結果。

1.2.4 財務資訊揭露制度

為確保股東取得公司最新、最正確的訊息作為投資依據，以正確詳實、公平揭露為原則，即時提供各項有關於營運、財務、董事會重大決議、總經理之經營理念及方針等資訊，優於主管機關要。每季編制合併財務報表，按月公告營運成果，每季對國內外投資人舉辦法人說明會，積極參加國內外大型投資說明會。

1.2.5 道德行為準則

長期以來，嚴謹的落實公司治理，員工道德行為是各項考核中重要的一環，2010年7月我們更將此落實成明文規範，訂立「道德行為準則」，包括誠實信用原則、防止利益衝突、不得圖己私利、保密責任、公平交易及妥善保護與使用公司資產等規範，公司員工皆以誠信的態度，追求高標準之道德行為。全體同仁均須完成「道德行為準則」訓練，讓所有員工了解日常工作應謹守之道德規範。此外，定期排定公司治理相關法律講座，提升員工守法意識，避免工作中誤觸法律。

道德行為準則

中華民國99年7月27日董事會訂定

第一條（訂定目的及依據）
為導引本公司董事、經理人及其他員工之行為使符合道德標準，並使公司之利害關係人更加瞭解公司道德標準，爰訂定本準則，以資遵循。

第二條（適用對象）
本準則適用於本公司董事、經理人及其他員工。前述適用對象以下簡稱為「本公司人員」。

第三條（誠實信用原則）
本公司人員執行職務應遵守法令及本準則之規定，並應秉持積極進取、認真負責之態度，摒棄本位主義、注重團隊精神，並恪遵誠實信用原則，追求高度之道德行為標準。

第四條（防止利益衝突）
本公司人員應以客觀及有效率之方式處理公務，且不得以其在公司擔任之職務而使其自身、配偶、父母、子女或三親等以內之親屬獲致不當利益。

前項人員所屬之關係企業與本公司為資金貸與或為其提供保證、重大資產交易、進(銷)貨往來之情事時，相關之本公司人員應主動向公司說明其與公司有無潛在利益衝突，並依公司核決權限表之上一階主管核決後辦理，以防止利益衝突。

第五條（不得圖己私利）
當公司有獲利機會時，本公司人員有責任增加公司所能獲取之正當合法利益。
本公司人員不得為下列事項：
1. 透過使用公司財產、資訊或藉由職務之便而有圖私利之機會或獲取私利。
2. 與公司競爭。

接下頁

承前頁

第六條（保密責任）

1. 本公司人員對於公司本身或其進(銷)貨客戶之資訊，除經授權或法律規定公開外，應負保密義務。應保密之資訊包括所有可能被競爭對手利用或洩漏之後，對本公司或客戶有損害之未公開資訊。
2. 本公司人員所知悉或取得有關公司及/或關係企業之用戶、關係企業及/或任何其他第三者之機密資訊、技術資料、個人資料或任何其他不為公眾所知之資訊、商情等（以上均不論口頭、書面、是否標有「機密性」字樣），皆應嚴守保密義務，除為履行工作所必須，不得任意查詢或使用之。非經公司事前書面同意，不得複製機密資訊或就機密資訊製作備份，且不得以任何方式將該等資訊以任何方式洩漏、告知、交付或轉移予他人或以任何其他形式對外發表出版。

第七條（公平交易）

1. 本公司人員應公平對待公司進(銷)貨客戶、競爭對手及員工，不得透過操縱、隱匿、濫用其基於職務所獲悉之資訊、對重要事項做不實陳述或其他不公平之交易方式而獲取不當利益。

2. 本公司人員在從事日常工作及執行業務時，應遵守公司要求之道德標準及公平交易原則。於接受與本公司有關之廠商餽贈或招待時應注意下列事項：
   (1) 不得利用職務關係對廠商要求或期約收受賄賂、回扣、餽贈或其他不正當利益。
   (2) 接受廠商之餽贈或招待，如發現顯有違社會禮儀或習俗者，應當場予以婉拒，並嚴禁收受現金或有價證券之餽贈。
   (3) 如因不可抗力或事後始發現所收受之廠商餽贈或招待，有違社會禮儀或習俗者，應於事發後向其直屬主管報告，並同時知會稽核最高主管，以利後續處理。

第八條（公司資產之妥善保護及使用）

本公司人員均有保護公司資產之責任，並應確保其能有效合法地使用於公務上，以避免被偷竊、疏忽或浪費。

第九條（法令遵循）

本公司人員應遵守所有規範公司活動之法令規章及公司政策，並應遵守證券交易法有關防止內線交易法令，掌握公司重要未公開資訊時，不得從事相關證券交易。

第十條（鼓勵呈報任何非法或違反道德行為準則之行為）

員工於懷疑或發現有違反法令規章或道德行為準則之情事時，應主動向審計委員會、經理人、內部稽核主管或其他適當主管呈報，並提供足夠資訊使公司得以適當處理後續事宜。公司將以保密方式處理呈報案件，並將盡全力保護呈報者的安全。

第十一條（懲處及救濟）

董事及經理人有涉嫌違反道德行為準則之情事時，公司應依相關規定處理。公司並設有申訴制度，以提供違反道德行為準則者，得依相關規定救濟之途徑。

第十二條（揭露方式）

本公司應於年報、公開說明書及公開資訊觀測站揭露本道德行為準則，修正時亦同。

第十三條（施行）

本道德行為準則經本公司董事會通過後施行，並送審計委員會備查及提報股東會，修正時亦同。

1.2.6 誠信經營守則

誠信是我們的核心價值，也是公司永續經營最重要的基礎，這樣的理念透過內控制度、教育訓練、內部溝通以及日常的工作中，讓誠信內化在企業文化中，同時制定台灣大哥大誠信經營守則，適用範圍包括子公司、直接或間接捐助基金累計超過50%之財團法人及其他具有實質控制能力之機構或法人等組織。

誠信經營守則

中華民國100年01月27日董事會訂定
中華民國100年10月27日第一次修正

第一條（訂定目的及適用範圍）
為建立誠信經營之企業文化及健全發展，以建立良好商業運作模式，特訂定本守則。

本守則適用範圍及於子公司、直接或間接捐助基金累計超過百分之五十之財團法人及其他具有實質控制能力之機構或法人等集團企業與組織。

第二條（禁止不誠信行為）
本公司之董事、經理人、員工或具有實質控制能力者（以下簡稱實質控制者），於從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，或做出其他違反誠信、不法或違背受託義務等不誠信行為，以求獲得或維持利益（以下簡稱不誠信行為）。

前項行為之對象，包括公職人員、參政候選人、政黨或黨職人員，以及任何公、民營企業或機構及其董事（理事）、監察人（監事）、經理人、受僱人、實質控制者或其他利害關係人。

第三條（利益之態樣）
本守則所稱利益，其利益係指任何有價值之事物，包括任何形式或名義之金錢、餽贈、佣金、職位、服務、優待、回扣等。但屬正常社交禮俗，且係偶發而無影響特定權利義務之虞時，不在此限。

第四條（法令遵循）
本公司遵守公司法、證券交易法、商業會計法、政治獻金法、貪污治罪條例、政府採購法、公職人員利益衝突迴避法、上市上櫃相關規章或其他商業行為有關法令，以作為落實誠信經營之基本前提。

第五條（政策）
本公司本於廉潔、透明及負責之經營理念，制定以誠信為基礎之政策，並建立良好之公司治理與風險控管機制，以創造永續發展之經營環境。

第六條（承諾與執行）
本公司於管理規章及對外文件中明示誠信經營之政策，董事會與管理階層承諾積極落實，並於內部管理及外部商業活動中確實執行。

第七條（誠信經營商業活動）
本公司以公平與透明之方式進行商業活動。

本公司於商業往來之前，將考量代理商、供應商、客戶或其他商業往來交易對象之合法性及是否有不誠信行為紀錄，並避免與有不誠信行為紀錄者進行交易。

本公司與他人簽訂契約，內容包含遵守誠信經營政策及交易相對人如涉及不誠信行為，得隨時終止或解除契約之條款。

第八條（禁止行賄及收賄）
本公司及董事、經理人、員工與實質控制者，於執行業務時，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益，包括回扣、佣金、疏通費或透過其他途徑向客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供或收受不正當利益。但符合營運所在地法律者，不在此限。

第九條（禁止提供非法政治獻金）
本公司及董事、經理人、員工與實質控制者，對政黨或參與政治活動之組織或個人直接或間接提供捐獻，應符合政治獻金法及公司內部相關作業程序，不得藉以謀取商業利益或交易優勢。

接下頁

承前頁

第十條（禁止不當慈善捐贈或贊助）
本公司及董事、經理人、員工與實質控制者，對於慈善捐贈或贊助，應符合相關法令及內部作業程序，不得為變相行賄。

第十一條（禁止不合理禮物、款待或其他不正當利益）
本公司及董事、經理人、員工與實質控制者，不得直接或間接提供或接受任何不合理禮物、款待或其他不正當利益，藉以建立商業關係或影響商業交易行為。

第十二條（組織與責任）
本公司之董事會應盡善良管理人之注意義務，督促公司防止不誠信行為，並隨時檢討其實施成效及持續改進，確保誠信經營政策之落實。

本公司為健全誠信經營之管理，由稽核室負責誠信經營政策與防範方案之制定及監督執行，並定期向董事會報告。

第十三條（業務執行之法令遵循）
本公司之董事、經理人、員工與實質控制者於執行業務時，應遵守法令規定及防範方案。

第十四條（董事及經理人之利益迴避）
本公司制定防止利益衝突之政策，並提供適當管道供董事與經理人主動說明其與公司有無潛在之利益衝突。

本公司董事應秉持高度自律，對董事會所列議案，與其自身或其代表之法人有利害關係，致有害於公司利益之虞者，得陳述意見及答詢，不得加入表決，且表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。董事間亦應自律，不得不當相互支援。

本公司董事及經理人不得藉其在公司擔任之職位，使其自身、配偶、父母、子女或任何他人獲得不正當利益。

第十五條（會計與內部控制）
本公司就具較高不誠信行為風險之營業活動，建立有效之會計制度及內部控制制度，無外帳或保留秘密帳戶，並隨時檢討，俾確保制度之設計及執行持續有效。

本公司內部稽核人員定期查核前項制度遵循情形，並作成稽核報告提報董事會。

第十六條（作業程序及行為指南）
本公司訂定防範不誠信行為方案之作業程序及行為指南，具體規範董事、經理人、員工及實質控制者執行業務應注意事項，其內容涵蓋下列事項：
一、提供或接受不正當利益之認定標準。
二、提供合法政治獻金之處理程序。
三、提供正當慈善捐贈或贊助之處理程序及金額標準。
四、避免與職務相關利益衝突之規定，及其申報與處理程序。
五、對業務上獲得之機密及商業敏感資料之保密規定。
六、對涉有不誠信行為之供應商、客戶及業務往來交易對象之規範及處理程序。
七、發現違反企業誠信經營守則之處理程序。
八、對違反者採取之紀律處分。

第十七條（教育訓練及考核）
本公司定期對董事、經理人、員工及實質控制者舉辦教育訓練與宣導，各業務承辦單位應對與公司從事商業行為之相對人進行宣導，使其充分瞭解公司誠信經營之決心、政策、防範方案及違反不誠信行為之後果。

本公司將誠信經營政策與員工績效考核及人力資源政策結合，設立明確有效之獎懲制度。

第十八條（檢舉與懲戒）
本公司董事、經理人、員工與實質控制者發現有違反誠信經營規定之情事，應主動向審計委員會、經理人、內部稽核主管或其他適當主管檢舉。公司對於檢舉人身分及檢舉內容將確實保密，並積極查證與處理。確有違反誠信經營規定者，將視情節輕重予以懲處。

第十九條（資訊揭露）
本公司於網站、年報及公開說明書揭露其誠信經營守則執行情形。

第二十條（誠信經營守則之檢討修正）
本公司隨時注意國內外誠信經營相關規範之發展，並鼓勵董事、經理人及員工提出建議，據以檢討改進公司訂定之誠信經營守則，以提昇公司誠信經營之成效。

第二十一條（實施）
本公司之誠信經營守則經審計委員會審議後，送董事會通過後實施，並提報股東會，修正時亦同。

1.3 風險管理

1.3.1 風險管理政策4大原則

(1) 持續推動以風險管理為導向之經營模式。
(2) 建立及早辨識、準確衡量、有效監督及嚴格控管之風險管理機制。
(3) 架構全公司整體之風險管理體系，將風險控制於可以接受或管制範圍之內。
(4) 引進最佳風險管理實務並達到持續改善。

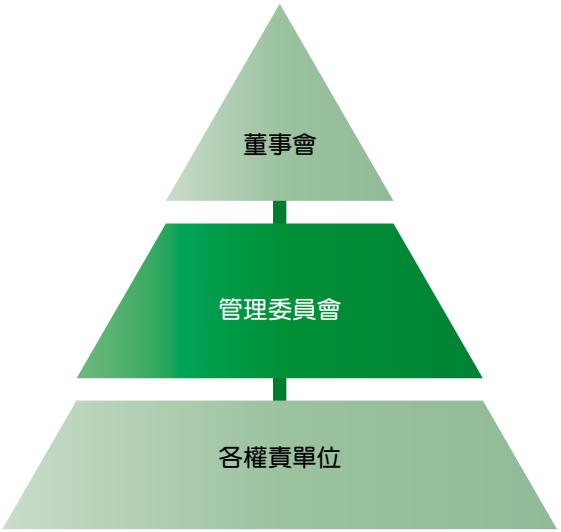
1.3.2 風險管理架構

風險管理委員會由總經理擔任召集人，並依主要風險類別，由三大委員會負責督導與管理相關事宜，茲說明如下：

(1) 經營管理會議：定期檢討公司營運目標、電信業務管理及未來發展規劃、預算執行狀況及財務資金控管情形等。
(2) 安全衛生委員會：針對與勞工安全衛生相關業務風險進行控管，以確保員工安全與健康。
(3) 資訊安全委員會：對於資訊資產之機密性、完整性、可用性與不符合相關法規要求所可能面臨之風險進行控管，以有效及合理地降低企業營運風險。

1.3.3風險管理運作機制

在機制運作上，分為三個層級來進行，第一級由各權責單位於日常營運隨時注意，並於風險變更或新增時通報；第二級由各單位最高主管組成之管理委員會負責，針對重大風險進行審議並採取必要措施；第三級則是董事會，重大風險項目評估、控制措施均須經董事會決議後確認，並追蹤後續執行情形及成效。除董事會外，稽核室於日常作業時負責監督及確認風險事項被妥為控管，並於發現異常時立即通報相關權責主管，以及時因應處理。



風險管理運作機制

1.3.4 社會與環境風險評估與因應

目前各項具重大性的社會與環境風險項目中，皆已納入風險管理系統與各權責部門的日常維運之中（參閱公司2010年報），並透過內部機制予以控管，並採取預防管理原則，針對潛在風險，如氣候變遷造成的可能損失，及因溫室氣體管制衍生的環保相關法令等，均密切關注其發展，以為因應。

企業社會責任架構

2011-08 連續第五年榮獲《天下雜誌》「天下企業公民獎」

2011-05 榮獲《遠見雜誌》企業社會責任獎「教育推廣類」首獎

2010-03 獲「第六屆遠見企業社會責任獎」，善用核心能力成為企業社會責任標竿

2009-12 發行國內電信業第一本通過AA1000、GRI G3雙重國際標準查證之社會責任報告書(2007-2008年)

榮耀

2.1企業社會責任政策與組織

2.1.1 企業社會責任政策

台灣大哥大堅持誠信為本，落實企業社會責任，為利害關係人，包括員工、股東、客戶、政府機關、在地社區、非營利組織與環境，創造最大價值，打造國際級一流企業。

企業社會責任雖早已融入於營運策略發展以及各管理系統與部門的日常營運活動之中，在2011年1月更進一步，由公司治理委員會與董事會通過台灣大哥大企業社會責任政策，做為公司長期推動企業社會責任的指導原則，也是對社會承諾的具體實踐。

本政策全文共6條，從企業根本精神與核心價值為基礎，強調完善治理、重視利害關係人與詳實揭露，並以本業核心技術與服務作為策略取向，具體實踐於環境保護與社會公益等領域。

2007-2011
連續五年獲得天下雜誌「企業公民獎」

• 獲得第7屆遠見雜誌「企業社會責任獎」教育推廣類首獎

• 制定6條企業社會責任政策

企業社會責任政策

中華民國100年1月27日董事會訂定

第一條
以誠信為本，堅決反對任何形式貪腐與賄賂，所有人員均需遵守本公司「道德行為準則」與「誠信經營守則」，確保基本社會責任之履行。

第二條
透過完善的公司治理架構，回應利害關係人(包括員工、股東、客戶、政府機關、在地社區、非營利組織與環境等)的期待，積極提升公司永續價值。

第三條
運用核心技術能力以及電信、網路與數位匯流資源，針對社會需求，具體實踐企業責任並創造更大社會效益。

第四條
採用節能設備與各項環境管理措施，持續改進、創新，降低營運對環境所造成之衝擊，並提高生態效益。協助建構智慧低碳社會，發揮通訊業的關鍵功能，透過各項電子化與行動化之服務，為其他產業與部門降低其碳排放量。

第五條
持續關懷弱勢團體以及在地社區之永續發展，以普及電信通訊與數位資源，提升社會整體數位競爭力與資訊素養。

第六條
以正確詳實與公平揭露之原則，與利害關係人進行溝通，確保營運資訊透明度之落實。

2.1.2 企業社會責任組織

2007年，在公共事務處下設置社會責任部，並結合基金會資源，以專人推動社會責任各項公益專案，社會責任部對內，充分整合集團內資源，發揮更大效益，並隨時掌握國內、外企業社會責任趨勢發展，扮演研判、分析、擬訂策略與執行的角色，對外也是與利害關係人溝通的重要橋樑，整合利害關係人的意見提供高階主管與相關部門參考。

此外，對於國內主管機關的相關政策規劃，如行政院金融監督管理委員會(簡稱金管會)、行政院環境保護署(簡稱環保署)等，提供企業界務實性的建言，亦協助國內整體企業社會責任的發展。

其他與企業社會責任相關之議題，如客戶資訊安全、環境保護等，就議題之屬性回歸公司內部運作機制中，以各功能部門或專案小組形式予以推動。

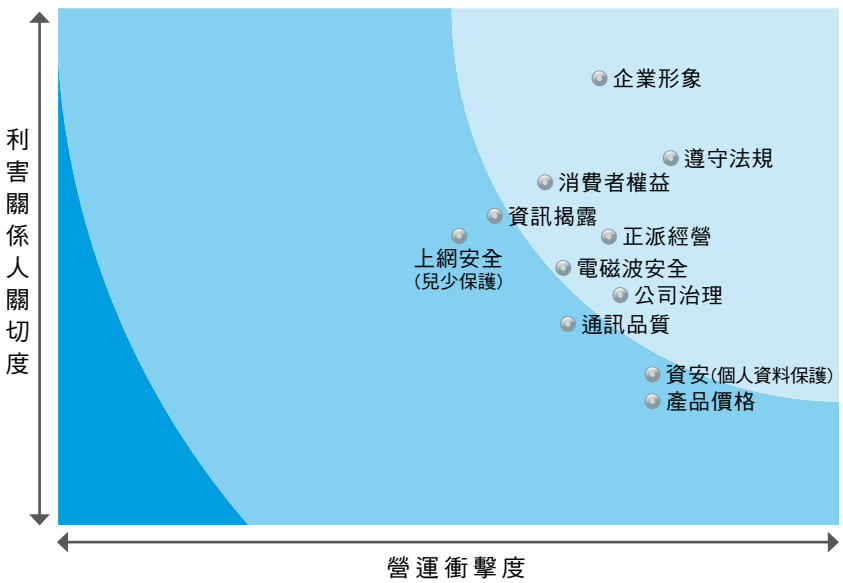
未來，將持續檢視運作機制的有效性與外部情境變化，適時調整做法，以作為長期推動的方向。

2.2 企業社會責任趨勢與關鍵議題

針對產業變化、社會動向及環境變遷提出企業社會責任相關對應策略，如數位文創的風氣帶動、影像教育的強化與環境教育的推廣等。

在關鍵議題的重大性評估上，由社會責任部，收集相關內外部相關資訊後進行評估。我們所運用的程序，以「利害關係人關切度」及「營運衝擊度」為主要向度，目前推動企業社會責任的優先關鍵議題，包括：「企業形象」、「遵守法規」、「正派經營」、「公司治理」、「資訊揭露」、「消費者權益」、「電磁波安全」、「資安(個人資料保護)」、「產品價格」、「上網安全(兒少保護)」、「通訊品質」等。

重大性評估圖



2.3 利害關係人溝通

秉持公開與透明的態度，我們針對以上重大議題，由公司內部的權責部門運用以下各種方式進行溝通：

利害關係人	溝通做法
員工	1. 經營管理層雙向溝通： ・每3個月舉行經理級以上主管與高層溝通會議，對於公司重大決策及關鍵發展進行討論，輔以各專業群內部員工會議，將公司理念、訊息傳達予全體同仁。 ・設置總經理信箱，員工可直接反應對公司任何建議。 2. 內部網路訊息系統：所有訊息皆透過內部網路公告並供查詢，讓員工同步了解公司發布的新聞稿、產品訊息以及管理措施。 3. 意見調查：委託專業外部機構，針對員工滿意度、員工意見及公司經營管理措施等議題進行內部調查；並不定期於年終餐會、健康檢查等活動後進行問卷調查收集意見。 4. 內部刊物：不定期發行台灣大哥大電子報刊物。 5. 設有職工福利委員會。 6. 總經理不定期以電子郵件，與所有員工分享想法及理念
客戶	1. 24小時免費客服專線：接受產品查詢、服務設定諮詢及申訴。 2. 客服網路信箱：提供網站客服，一指之間解決需求。 3. 客戶滿意度調查：規劃各式調查，了解用戶需求，以全面提昇用戶滿意度。 4. 用戶可於門市通路直接反應相關需求。 5. 利用官方網站及電子報，與用戶快速溝通。

接下頁

承前頁

利害關係人		溝通做法
投資人	一般股東	1. 每年依法召開股東大會，並依規定編製財務年報作為會議參考資料。 2. 於企業網站內設立投資人專區，股東可點閱營運、財務、借款等相關資訊，並有股東專欄揭露股利、股價、股務等資料。 3. 可從網路自行訂閱投資人訊息。 4. 設置一般股東聯絡窗口。
	法人股東	1. 每月定期公佈營運概況資訊。 2. 每季定期舉辦法說會；不定期舉辦面對面之法人說明會及一對一會議。 3. 參加海內外投資機構投資論壇與投資人面對面溝通。 4. 設有發言人及法人股東聯絡窗口。 5. 回覆國際企業社會責任相關問卷，如道瓊永續指數等。
供應商		1. 官網建置電子採購招標系統，資訊透明公開。 2. 由權責人員針對採購案件之執行進度，隨時與供應商進行溝通協調。 3. 不定期由主管人員召開大會，與供應商討論合作上之困難點與意見交流。 4. 如供應商對於採購案之進行程序有任何損害其權利或利益者，得以書面方式提出至本公司「廠商申訴處理小組」申訴或傳真至稽核副總辦公室，傳真號碼：02-66361600。 5. 建立廠商評鑑機制，定期由請購人員就品質、服務等項目評分。
在地社區		1. 視情況拜訪社區及管理委員會進行溝通電磁波及基地台建置之相關議題，聽取其建議；並於重要節日參與社區活動了解當地居民之需求與想法。 2. 與台灣電信產業發展協會共設免付費電磁波檢測專線提供服務；發送基地台電磁波宣導品至社區、鄰里。 3. 有線電視系統台設置節目部採訪社區活動，凝聚社區向心力與參與度。 4. 有線電視系統台節目部門設專人負責與社區居民溝通安排居民與學生參訪電視台。 5. 舉辦藝文活動，邀請社區居民共同參與。

利害關係人	溝通做法
政府機關	1. 與主管機關國家通訊傳播委員會維持良好互動並積極參與主管機關舉辦之公聽會。 2. 配合其對於電信事業之行政查核及行政指導等監理業務。 3. 配合其對於資費、網路建設之管理。 4. 參與經濟部能源局、行政院環保署發起之節能減碳與廢手機回收等倡議行動，與電信同業一同落實環境保護之目標。
同業	參與國內外同業各協會組織以維持良好互動，並建立協商平台，協調業者間合作與爭議，以維持公平競爭環境，包括： 1. 台灣電信產業發展協會 2. 台北市電腦商業同業公會 3. 台灣網路資訊中心 4. 台灣網際網路協會 5. 台灣有線寬頻產業協會 6. Bridge Mobile Alliance 7. GSM Association(簡稱GSMA)
非營利組織	經由各式產官學研討活動與5180即時捐公益平台，與非營利團體溝通、交換意見。
其他	除同業相關協會外，積極參與下列公協會，以貼近產業脈動，為台灣資通訊產業與相關發展，貢獻力量及經驗： 1. 亞太工商總會 2. 中華民國企業永續發展協會 3. 台灣數位出版聯盟 4. 中華民國資訊經理人協會 5. 中華民國資訊長協進會 6. 玉山科技協會 7. 財團法人公共關係基金會 8. 台灣企業重建協會 9. 財團法人台灣網站分級推廣基金會

核心技術資源，回應社會需求

• 2010年myfone行動創作獎投稿件數達
39,921件，
締造藝文創作徵件記錄

• 至2010年底，共**49**家
優質社福團體，加入5180即時捐平台，共
同推動手機捐款，總捐款人次超過**7**萬

• **16,424**位學童，
參與網路安全教育

• 致贈**8千5百**份
優質數位教材到偏鄉中小學

在台灣，行動電話用戶普及率已超過百分之百，行動上網的使用者也有著突破性的成長，人們的生活已和行動通訊有著密不可分的關係，再加上智慧型手機與行動通訊裝置已逐漸被國內消費者所接納，甚至已成為生活中不可或缺的一項”日常用品”，在這樣的脈絡下，我們將運用電信服務業的核心資源與技術，為建構永續型的社會，扮演驅動者的角色。

在企業社會責任的策略規劃以及實踐上，以經營企業的精神，找出社會的需求與缺口，思索如何結合電信、網路以及數位匯流的核心資源，創造出明確且具社會效益的方案，同時確立我們在企業社會責任上的定位與方向，為企業帶來永續的價值。

3.1 提升數位競爭力

在提升數位競爭力的策略上，我們從資訊近用、資訊素養延伸至資訊應用，並規劃不同方案，以確保在整體數位競爭力主軸上能發揮相對應的功能。

隨著經濟發展、產業變化，數位落差的產生已不是單純在於城鄉落差或者硬體資源的缺乏，更顯著的落差在於數位能力。因此我們透過改善硬體設備，強化軟實力，培養數位能力、資訊素養與影像教育，進而提升弱勢的數位競爭力！

提升數位競爭力策略

數位問題	策略與作法
資訊近用— 設備、網路	**數位學習中心：** 提供電腦、寬頻、電腦維修課程及教學訓練
資訊素養— 技術、安全	**網路安全防護的教案及研究：** 運用有趣生動的影片與教案進行校園宣導
資訊應用— 教育、生活、WEB2.0	**數位教材：** 整合主辦藝文、環保等活動資源，製作CD/DVD，供偏鄉學校使用 **數位營：** 透過多媒體影像教育營隊，提升孩子影像表達的數位能力

硬體 ＋ 軟實力 ＋ 網路安全 ＝ 提升數位競爭力

3.1.1 資訊近用

(1) 普及服務

2009及2010年，子公司台灣固網和台灣大哥大基金會，持續配合國家通訊傳播委員會「村村有寬頻」、「部落有寬頻」政策，提供南投縣仁愛鄉精英村與新竹縣尖石鄉義興村寬頻數據服務，讓地處偏遠的社區部落，能透過網際網路和世界接軌，得到第一手的資訊、從事電子商務等。

考量當地易受天候不良、地形障礙影響，採光纖和超高速數位用戶迴路（VDSL）方式，建設完成約3.3公里的光纖，並能確保傳輸品質穩定，提供優質服務，以達改善該地區民眾對外通訊環境，提升寬頻普及率為目標，在硬體建設完成後，基金會更進一步補助村民第一年的上網費和電路費，減輕村民寬頻上網的負擔。

此外，為了協助原住民能更善用網路資源，以促銷當地的農產品及民宿觀光，我們特地為其設計模組化的程式，簡化上架機制，並且由企業志工上山教學，以期促進偏遠地區農業經濟、觀光旅遊及農產品產銷之發展，不僅可創造經濟商機，且可改善其生活品質。

(2) 數位學習中心

根據行政院研究發展考核委員會(簡稱研考會)公佈的最新數位落差統計報告(2010)，居住在高偏遠地區與非偏遠地區民眾曾使用電腦的比率相差為14.6%，而身心障礙民眾的使用率仍低於五成，明顯偏低。為改善此一現象，我們投入電信核心技術，整合行動、固網及有線電視資源，針對偏遠地區、弱勢族群建置數位學習中心。

除參考研考會的統計報告外，透過書面資料、實地訪查與前置課程規劃，以完整了解實際需求，並避免資源浪費與閒置。我們依據社區需求，提供電腦硬體設備與維護、網路頻寬、種子師資培訓課程等，並結合當地非營利組織，規劃切合社區居民需求的課程與活動，讓雙方資源發揮在刀口上，真正增進社區居民的數位機會。

數位落差問題不僅是硬體設備不足，更缺乏授課教師，而人口外流現象，也讓部分偏遠地區流失種子師資。為解決師資

問題，我們協助輔導在地組織運用e-learning資源，同時培訓社區婦女、國高中學子成為種子師資，鼓勵受助者成為助人者。除此之外，運用IP-camera，促進我們與在地組織間的聯繫，精確掌握使用狀況，以及時提供協助；也讓數位中心之間得以互相觀摩，汲取寶貴經驗。

自2007年於嘉義縣阿里山成立第一座數位學習中心迄今，已成立11所數位學習中心，包括2009年、2010年由台灣大哥大旗下的宜蘭聯禾有線電視與高雄鳳信有線電視，分別贊助當地的宜蘭家扶中心與財團法人天主教善牧基金會的高雄鳳山中心及林園鄉魔法屋愛鄉協會，共成立3間數位中心，共計136席，對象包括弱勢學童與新住民，課程內容涵蓋基本電腦技能、影像與海報製作等多媒體課程，同時，延續長期協助桃園脊髓損傷潛能發展中心的專業客服訓練，再增設數位中心，提供網路資源。

3.1.2 資訊素養

隨著網路使用者的年齡逐年下降，青少兒因缺乏正確的資訊素養，而引起各式成癮、霸凌與網路犯罪等各式問題。

提供用戶安心、淨化的通訊服務內容，為青少兒把關，提供一個安心使用的通訊環境，是我們堅持的使命，除於自身加值服務持續堅守三點不露原則，並與白絲帶關懷協會(國立政治大學數位文化行動研究室)共同合作，探討當代青少年網路行為及問題(援交、色情網站、網路成癮、網路霸凌等)，共同製作網路安全防護影片，強化青少兒數位安全的認知與自我保護的能力，例如網路著作權、個人資料保護與散佈網路謠言涉及的法律問題等。

並且結合台灣大企業志工、家長、教師等力量，運用有趣生動的教案與影片，至校園推廣，藉由影片與互動討論，讓青少年釐清許多似是而非的網路迷思。2009-10年，已累積超過百間學校，約1萬6千人次的學童參與課程。

2009-2010 網路安全宣導實施校園數與參與學童人數

年份	校園(所)	學童(人)
2009	41	7,249
2010	66	9,175

3.1.3 資訊應用

(1) 製作優質數位教材

台灣位於偏遠地區的中小學超過千所，雖然2009年教育部推動e化教室計畫，讓偏鄉學校擁有完善的硬體設備，卻因地區、距離、經濟等限制，享有較少專業師資與軟體資源，學童們也鮮少有親近藝文活動的機會。

台灣大哥大每年主辦多場精緻古典音樂會，贊助各項環境及人文教育的大型計畫，為了讓這些資源能夠進一步延伸，落地紮根；也為了讓偏鄉學童不受上述限制影響，仍能享有多元豐富的教育資源、文化刺激，與身歷其境的感動。我們積極說服專案合作夥伴與音樂家提供影片公益授權，將這些極具教育意義的優質演出和影片，製作成數位教材，提供給鄉鎮市圖書館與上千所的偏鄉中小學。

除了由專業團隊於演出現場進行多軌收音、後製，讓孩子們透過數位教材也能欣賞優質美好的演出；同時為了讓老師更方便運用它，特別邀請專家撰寫深入淺出的解說，搭配活潑的單元，針對各項主題循序漸進的探討。

至2010年年底，已出版10套教材，內容涵蓋台灣大哥大戶外音樂會演出實況、網路安全教育、手機影像創作、環境教育與人文關懷，總致贈份數超過8,500份，獲各界肯定。

未來將深入環境教育，並拓展如文學、藝術等面向，增加教案或學習單元形式，以更貼近授課與學習需求。

2009-2010發行數位教材表

編號	名稱
001	Taiwan Connection音樂節 — 古典音樂CD
002	女媧補天 — 環保兒童劇DVD
003	熱古典 — 音樂會實況DVD
004	李泰祥與樂興之時交響夜 — 音樂會實況DVD
005	響焰雙十 — 音樂會實況DVD
006	林昭亮與國台交 — 音樂會實況DVD
007	星空獵人 — 兒少網路安全防護DVD
008	我的手機SHOW台灣 — 數位創作教材DVD
009	美聲女伶 — 音樂會實況DVD
010	新台灣之光100 — 人文關懷DVD

(2) 影像教育與應用

部落格、微網誌及線上影音已逐漸成為生活的一部份，因拍攝器材取得容易、發表平台眾多，讓影像產製門檻降低，相對卻也造成資訊垃圾堆積，而未來「手機」將成為普羅大眾影像紀錄及行動媒體最重要的媒介，台灣大哥大在邁向數位匯流的同時，也期待以更多元化且具意義的「內容」，豐富閱聽人的生活。

因此，基金會與公共電視以「培養未來多媒體人才」作為出發點，持續推動「青少年手機創作營」計劃，連續2年於北中南東共舉辦7場2天免費營隊活動，分別以「手機show台灣」和「我的潮語字典」為主題，藉由專業的指導，讓孩子學習用影像表達自己的觀點。

營隊中提供高階攝錄影手機設備，聘請知名導演，指導參與學生初階影像概念、創作技巧及討論拍攝大綱、分鏡腳本，包括林育賢、黃嘉俊、林文龍等得獎導演均親臨監製，輔導創作團隊共同用手機完成2-3分鐘的短片。過程中不僅演練拍攝技術與技巧，更強調智慧財產權的正確法律觀念。共號召逾200位青少年及其老師、家長，累計完成35部2-3分鐘的精采手機短片。

其中2010年由黃嘉俊導演指導的惠林弱勢家庭兒童課後陪讀班，其創作的「淡水新遊記」，更入圍第四屆台灣國際兒童影展「最佳台灣兒童創作」，將學童影像創作成果向全世界播送，展現台灣青少年的多元創意。

未來除了繼續推廣影像教育之外，更將融入媒體素養課程，學員們透過兩天的活動中，學習到的不只是影像創作能力，更重要的是培育媒體素養的價值，成為能夠分享具社會價值影像的創作者。

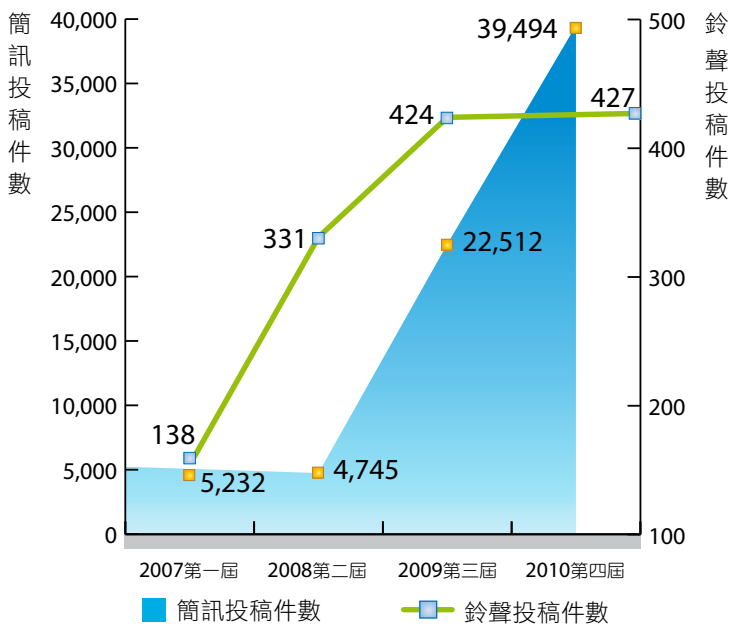
3.2 以數位應用創造社會價值

數位應用不僅可便利人們的生活，提升工作效率，更可以運用在藝文推廣、慈善、醫療與環保等具社會意義的方向。多年來，我們不斷的探索與嘗試，緊密結合核心技術與資源，彌補社會缺口，以數位應用創造更多社會價值。

3.2.1 myfone行動創作獎

2007年台灣大哥大基金會為回應國人國文程度低落、音樂市場萎縮、優質創作人才缺乏等社會問題，並期待提升國人數位創作之風氣，特舉辦「myfone行動創作獎」，鼓勵民眾善用最熟悉的生活必需品—手機，隨時、隨地、隨身創作。舉辦4屆以來，無論是投稿件數、講座參與人數、人氣投票參與人數或Google連結數都持續創新高，締造國內藝文創作史上徵件的新猷。足見《myfone行動創作獎》已在短期內奠定其知名度與地位，成功掀起行動創作風潮。

myfone行動創作獎參賽統計



第4屆《myfone行動創作獎》得獎者年齡分佈從17歲到68歲，而參賽者的年齡分佈則更廣，可說是全民運動，其中16-20歲佔26.71%，為最主力參與族群，30歲以下參賽者更高達61.51%，深受年輕世代的青睞！

由於作品質與量的同時累積，《myfone行動創作獎》代表的意涵不再只是純粹的創作競賽、文學或音樂之美的探討，而是當代人生活與社會的縮影與紀錄。從第三屆《myfone行動創作獎》開始，台灣大哥大發表作品中的社會觀察：包括現代人的不婚/晚婚成為最主要代溝、仰賴父母支援經濟的「尼特族」當道等；到了第四屆，我們看到單親家庭的溝通、同志族群與父母間的溝通等更深層的當代議題與親子關係。

秉持著同樣的理念，贏得許多重量級評審的共鳴，在簡訊文學組與原創歌曲鈴聲組分別邀請到，余光中、張曉風、蔣勳、王文華與黃舒駿、侯志堅、林隆璇、李欣芸等決審評審，評審一致認為參賽作品水準越來越高，反應出生活感、時代感！名作家張曉風即形容，《myfone行動創作獎》猶如當代的《世說新語》，記錄了這個時代的有趣言語！

《myfone行動創作獎》以手機為新興創作工具，反應時代需求、科技變化，前所未見地將簡訊視為新文體、鈴聲視為新音樂格式，提出行動創作競賽構想。不只掀起文藝復興風潮，讓科技與文學、音樂擦撞出奇妙的火花，更是鼓勵大眾以全新的角度看待手機工具所傳遞的內容，讓眾多潛力人才投入創作，並培養優質的文學與音樂內容，進而可以促進數位內容與創作人才的培育，對於核心營運方向形成正向的循環。這也和國家發展文創產業的方向一致，期望藉由持續提供創作者全新的創作空間、發掘優質的文字與音樂內容，進而提升全民軟實力，鼓勵數位內容與文創發展。

一年比一年增加的徵件數，足見《myfone行動創作獎》正以飛快的速度影響行動創作者，以扣緊生活的作品即時傳遞社會百態。

評審大師們與全民參與，開啟創作的新領域，我們期待《myfone行動創作獎》下個里程碑是邁向行動創作最大平台！

3.2.2　909手機導覽

電信服務不只是生硬的訊號傳輸，也可以轉化為美學的符碼，將豐富的訊息傳遞至使用者的心靈之中，我們於2004年利用核心技術，首創909手機語音導覽系統，以行動通訊技術協助藝文推廣，讓手機瞬間成為民眾的專屬隨身導覽員，隨時隨地了解博物館展覽內容，不僅為館方建立最完整之數位資料庫，亦使傳統之藝文展覽達至『形、文、聲』之多重享受。

手機語音導覽對民眾來說，使用流程簡明易懂，且不需租借手續，沒有學習門檻；營運單位也不需額外負擔導覽設備之建設、維運與租借管理等成本，更有效解決導覽人力不足、設備維護的困擾。隨時撥打即聽的特性，可讓民眾在展覽前即試聽，達文化推廣之效。

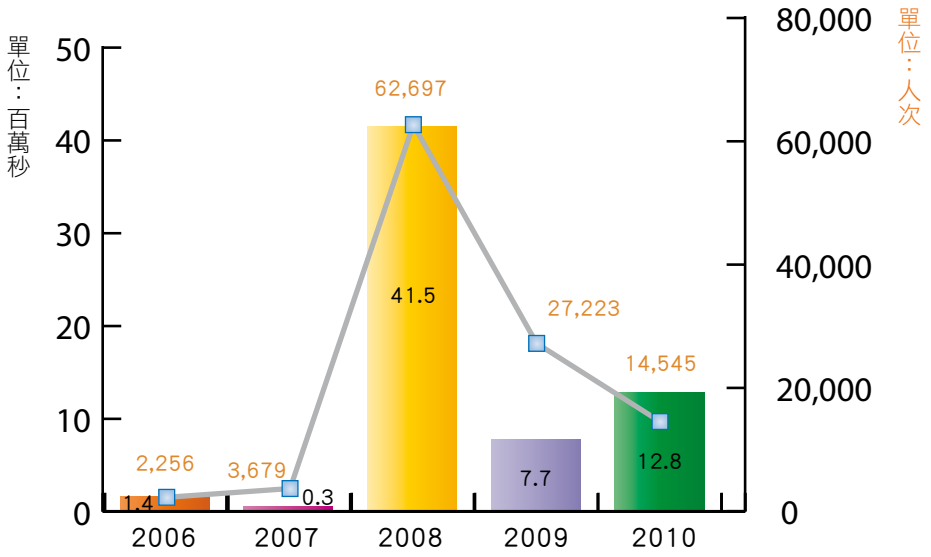
我們與國內各博物館、美術館等單位攜手合作，因應館方常設展、特展等不同展覽屬性，推出藝術、科學、歷史、社區古蹟、生物…等不同語音導覽內容，於2007-2010年間與朱銘美術館、屏東海洋生物博物館、鶯歌陶瓷博物館、臺北市立動物園等館方常設合作，並陸續與多檔重量級藝文特展合作，如：2009年『普普教父－安迪・沃荷世界巡迴展』及2010年『大英博物館珍藏展—古希臘人體之美』…等。每檔展覽都邀請該領域執牛耳的專家，如：蔣勳、余光中、朱銘，親自撰稿、專人錄音，讓民眾跟著美學大師深入了解更多展品『看不見』的奧妙與精髓。

909手機語音導覽，每每成功導引民眾進入藝文展覽。如2010年『大英博物館珍藏展—古希臘人體之美』吸引民眾累積使用超過5,000小時之收聽量。有別於傳統語音導覽機需一次付費且租借設備有限之情況，台灣大哥大提供民眾自主性之消費選擇，不論只想聽取一兩則重點展品、或是想反覆聆聽所有展品，皆可依個人化需求選擇『以秒計費』或『當日100元不限次數聽到飽』，降低藝文欣賞門檻，讓更多民眾願意親近知識、美學的第一步。

未來，我們將掌握電信技術發展的有利環境，凸顯手機語音導覽隨時、隨地、隨身，不須租借管理的優勢，策略性開發戶外公共場域之公共藝術、社區古蹟導覽、生態解說與旅遊資訊等，並透過電信定位系統技術與各方合作手機語音導覽服務，以雲端技術為導覽活動帶來更多新的可能。

909手機語音導覽服務，自2004年開辦此服務，近5年累積超過11萬人次使用，共計63,423,589秒，超過1萬7千小時。

2006-2010年 909手機語音導覽服務歷年使用量



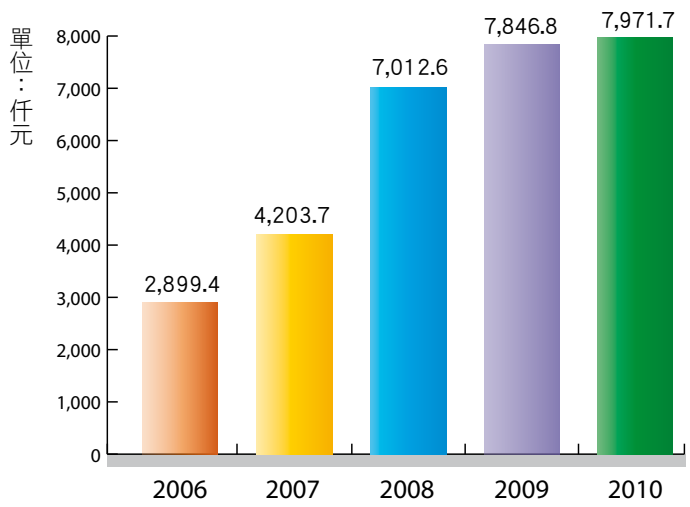
3.2.3 5180即時捐

隨著智慧型手機逐漸普及，行動上網的使用者大幅成長，印證5年前，我們首先推動手機捐款，是具前瞻性的做法。「5180即時捐」小額捐款平台充分發揮「便利性」的特點，讓忙碌的現代人，不受時空限制，讓愛化為行動，更為社福團體建立長期募款管道。

此服務充分結合電信業的核心技術IVR(Interactive Voice Response)與後端服務，捐款金額從100,200,500,1000,2000到3000元，讓用戶有不同的捐款額度可供選擇。結合後端金流及資訊流系統，讓捐款的民眾可以伴隨電信帳單繳納捐款，用戶捐款時也可選擇線上索取收據，既安全又便利。

此外，我們更投入企業資源，透過各種企業活動、宣傳管道協助公益團體提升能見度與募款效益。針對公益團體的需求不定期舉辦年度講座等教育訓練，如：「如何在景氣冰河期提升募款」、「網路行銷：NPO逆境求生的必備利器」等，提供公益團體溝通交流的平台。

歷年捐款金額

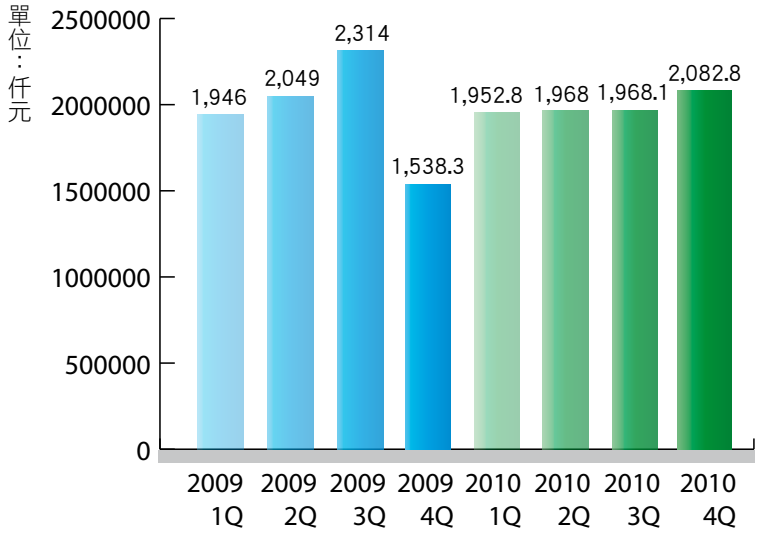


在人力投入上，我們除確保系統運作穩定，更鼓勵員工支持「5180即時捐」的合作社團，每年規劃數場志工活動，讓員工親身接觸合作社團，進而產生認同與增進捐款意願。

自設立以來，我們慎選優質且財務透明度高的社福團體，如在成效面，需具備主管機關評鑑甲等以上或通過聯合勸募協會補助；在財務責信面，需為公益團體自律聯盟的成員或其年度財務報告已由會計師簽證等。至2010年底，已有49家社福團體在本系統上進行募款，募款金額也逐步成長，截至2011年1月底止，募款金額超過3千萬元，重覆捐款比例近6成，累積捐款人次超過7萬人，涓滴細流，匯成江海，更代表了台灣公民社會中穩定持續的良善力量。其中，在2008年四川地震與2009年莫拉克風災時，募款金額皆大幅超越平時，可見手機捐款在重大災難時，發揮即時募款功能是超過其他募款介面。

未來，我們將持續進行系統優化與拓展服務的社團與用戶，並不定期配合社團計畫提供資源協助、擴大捐款效益，期待手機捐款能成為社福團體的主要捐款管道之一。

2009-2010每季捐款金額變化



3.2.4 行動醫療

多年來持續支持「高高屏行動急救醫療網」、「台北市社會局獨居老人緊急照護」與「台東基督教醫院」偏遠地區行動醫療車行動上網傳輸與網卡設備等費用，以電信技術為核心，讓緊急需求可以即時被溝通與傳達，為需要的弱勢族群，提供必要的協助。

3.3 實踐數位低碳社會

根據研究機構Gartner的調查，全球資通訊產業的溫室氣體排放量佔全球排放總量的2-3%，電信業又僅佔其中的1/4。全球電子業永續倡議組織(Global Sustainability Initiative, GeSI)與McKinsey & Company的研究更指出，到了2020年，ICT產業所創造的減碳效果，將達其自身產業排放量5倍！就是因為這樣的槓桿效果，ICT產業對低碳社會的實踐，具有相當的影響力，將可為社會及投資人創造出更大的價值。

協助建構智慧低碳社會，發揮通訊業的關鍵功能，透過各項電子化與行動化之服務，為其他產業與部門降低其碳排放量，是我們在企業社會責任政策中所確立的實踐方向。在推動方案上，我們藉由電子帳單、無紙化服務、視訊會議等虛擬化服務，是目前數位低碳應用的主要成果。

3.3.1 智慧減碳的實踐：全方位視訊會議服務

碳揭露專案(Carbon Disclosure Project)於2010年所發表的一項研究顯示，虛擬化服務將可有效降低二氧化碳排放並且帶來可觀的財務效益，該研究推估，其以英、美兩國為例，若採用1萬個單位的視訊會議，自2010到2020年，將可減少550萬噸二氧化碳的排放，同時產生190億美元的效益。

有鑑於此，我們從企業內部及產品面均大力推行，自2009年底起，總公司和海外的同仁進行會議多使用視訊系統，包括北京、廈門等地，不只具經濟效益，也降低間接碳排放。

在外部推廣上，子公司台灣固網於2010年9月推出自有視訊會議的服務，未來我們將持續推廣此項產品，並具體將其減碳成果予以量化，做為推廣此綠色低碳服務的有力佐證。

3.3.2 拓展綠色加值服務

我們也發現許多手機軟體的應用服務，可協助用戶，發揮節能減碳的效果，如交通類的即時大眾運輸交通資訊，讓使用者更能掌握班次，提高搭乘意願；我們也提供myBook電子書服務，用戶可在線上直接閱讀存在雲端的數千本書籍以及雜誌，直接減少紙張的使用與紙本運輸的碳排放。

在2011年，我們在match Market軟體商店成立「環保專區」，收錄環保相關的智慧手機應用程式(App)，包含環保資訊類、節能工具類以及相關遊戲類，讓使用者以輕鬆、直接的方式了解環保概念、環保資訊取得以及以生活中落實環保。

3.3.3 電子帳單佔比逐年成長

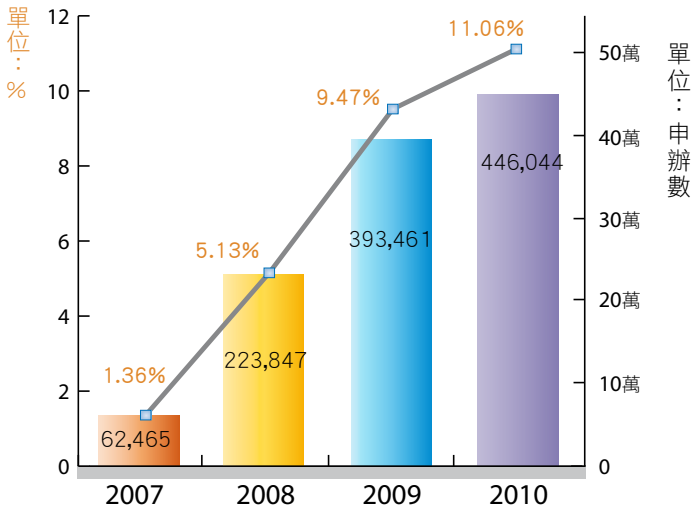
自2008年5月起，我們即正式對外推廣電子帳單的服務，利用電子郵件檔案形式，取代實體紙本寄送，每份帳單約可減少2.4張A4用紙，其中包括信封1張與

帳單平均1.4張，自2008年5月推廣至2010年底，共減少1,030萬份帳單，約可減少2,472萬張A4紙列印。

至2010年底，電子帳單之帳單數已達44萬，佔列印帳單數之11.06%，申辦數亦逐年成長。

未來，將延續贈品推廣、回饋既有用戶參與公司舉辦之各式活動等誘因機制，並優化電子帳單使用的便利性，期能持續提升電子帳單用戶數，持續發揮節能減碳之效果。

2009-2010電子帳單佔比逐年成長

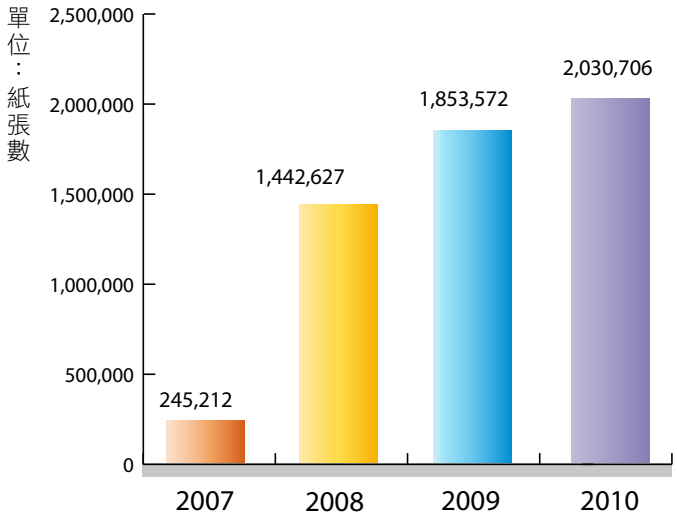


3.3.4 門市無紙化作業成效斐然

無紙化除了以電子郵件取代實體紙本的電子帳單外，我們也多方落實於企業內部及銷售流程，門市的無紙化作業就是在價值鏈中綠色實踐的最佳案例。

以往用戶至門市需填寫多份紙本表單，以完成申辦的程序，我們為推動無紙化作業，投資軟、硬體設備，讓用戶直接於系統上簽名、過程中亦無須影印證件，繳費時亦可以簡訊取代紙本收據，也降低收據遭隨意棄置導致用戶個人資料外洩之疑慮。

無紙化作業，不僅節省表單、紙張之印刷費用、也降低運送、掃描、儲存、銷毀等耗材成本外，同時減少表單倉儲成本。至2009-2010年年底，無紙化措施已省下近4百萬張用紙，詳如下圖。



環境保護

2011-10 行政院環境保護署頒發第20屆「中華民國企業環保獎」，為第一且唯一連三年獲獎，獲得榮譽獎的服務業。

2010-11 財團法人台灣永續能源研究基金會頒發台灣企業永續報告獎大型服務業組佳作

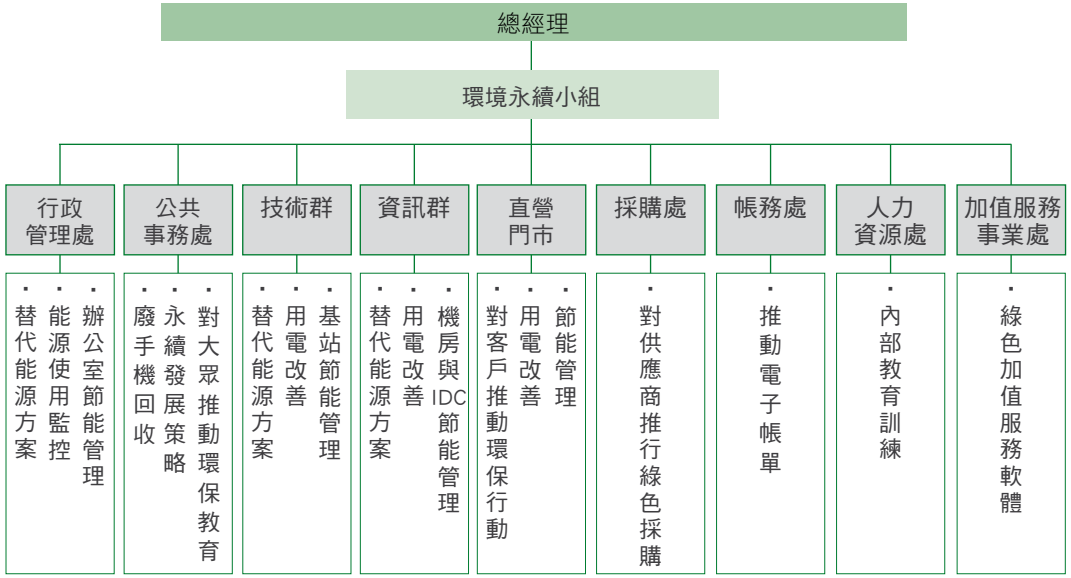
1 榮耀

・服務業唯2009-2011連續三年獲企業環保獎

在環保行動上，不僅止於消極地符合法規或降低污染，更積極發揮資通訊服務業的關鍵功能，協助建構智慧低碳社會。透過各項電子化與行動化之服務，為其他產業與部門降低其碳排放量，並期待藉由接觸廣大用戶與消費者的機會，宣導環境保護的概念，進而扮演「啟動者」的角色，是我們的長期目標。

4.1 環境管理組織與政策

在組織上，內部設置環境永續小組，直接向行政總經理報告，負責規劃、推動並整合公司內環境保護相關業務。



在政策上，我們將環境保護策略與未來執行方向，整合至公司企業社會責任政策中，於2011年1月經公司治理委員會及董事會通過並實施。

4.1.1 分階段策略推動，展現環保價值

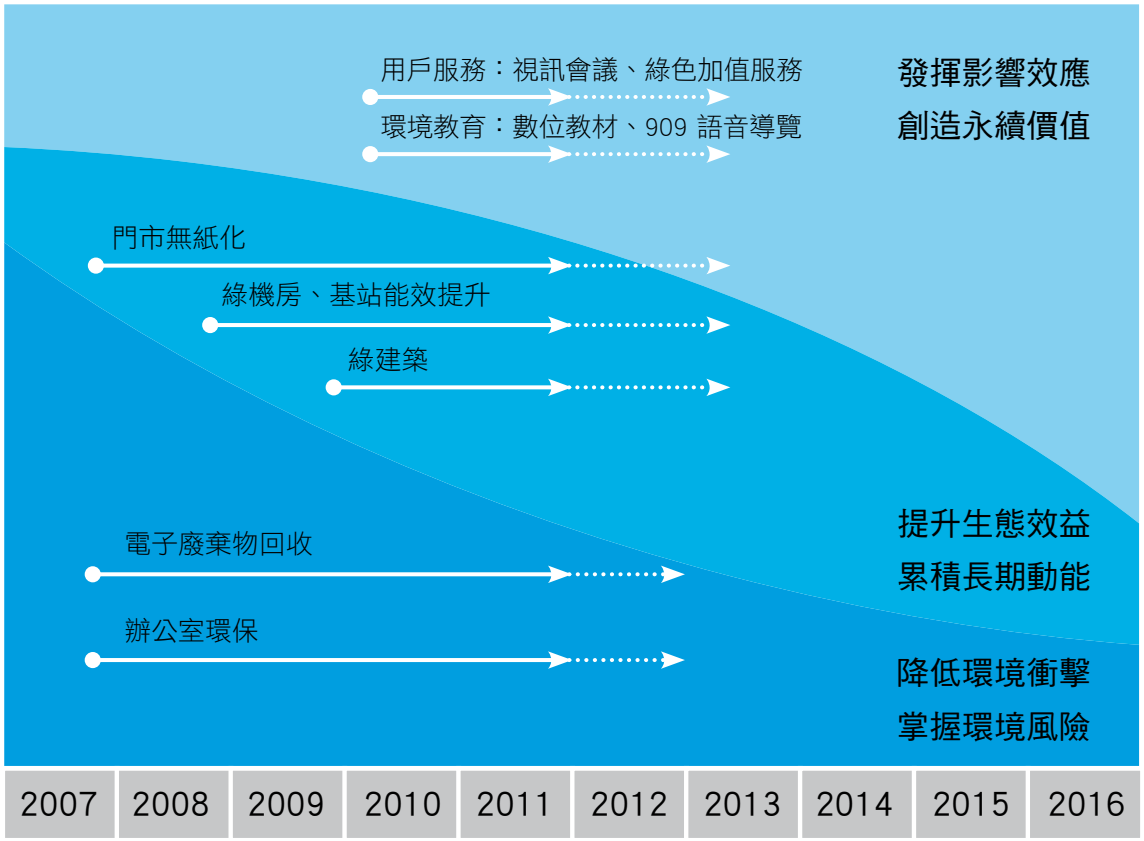
我們依各項環境保護措施對於自身營運發展的關聯性，分短、中、長期予以推動。

初期，著重在降低營運面向的環境衝擊與風險，如回收基站廢電池組、電纜與手機等。

中期，以提升能資源的生態效益為核心，如以電子帳單取代實體帳單，減少對紙張的消耗。

長期，運用電信服務業的核心服務，如視訊會議等虛擬化服務，可協助其他單位節能減碳，並藉由手機、網路與電視等媒體，傳達環境保護概念，以提升民眾的環境素養與促進各項環保行為。

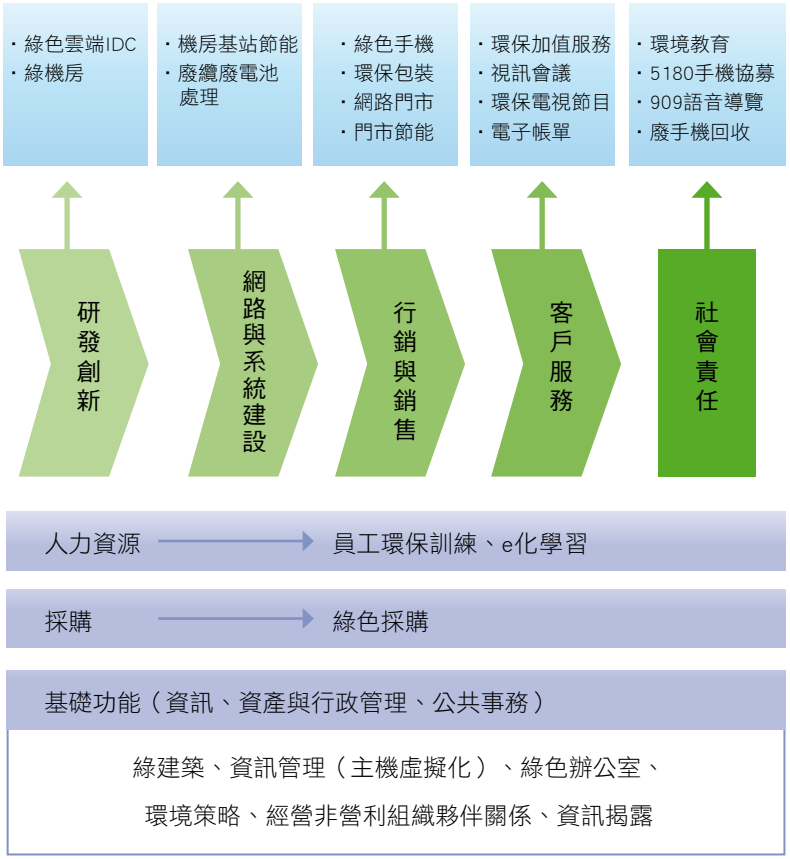
短中長期推動關鍵議題



4.1.2 從價值鏈分項落實環保計畫

從價值鏈的角度，自上游至下游，從公司內各個功能單位，辨識出推動環境保護計畫的機會點，列為我們展開環境保護行動的考量。

價值鏈中各項環保計畫



4.2 提升能源效率、因應氣候風險

4.2.1 碳管理及盤查

電信業主要耗能，以電力為主，在溫室氣體排放中，以範疇二(間接排放)為主要的排放，我們在2010年展開規劃與初步盤查，以溫室氣體盤查議定書—企業會計與報告標準第二版(The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard Revised Edition)為依據，以2009與2010年的能源耗用資料進行評估，以範疇一與範疇二為主，涵蓋京都議定書所規定之6項溫室氣體，使用之計算基礎，以政府公告資訊以及實際營運資料為依據，如電力係數、用電度數與汽柴油耗用等，初步結果顯示如下表：

能源耗用狀況

		2009	2010
直接能源消耗（公升）	汽油	609,666	579,827
	柴油	14,066	14,826
間接能源消耗(電力度數）		361,750,249	381,367,733

溫室氣體排放表

單位：噸-二氧化碳當量（Tonnes CO2-e）

排放屬性	2009	2010
範疇一（直接排放）	2,808.8	2,743.1
範疇二（間接排放）	222,838.2	233,397.1
合　計	225,647.0	236,140.2

電力消耗所造成的排放，初步估計將達98%以上，其中又以基站與機房用電為主，我們採取以下各項措施，持續提升能源效率，也將有助於減少溫室氣體的排放。2011將年召集相關部門組成碳盤查小組，建立公司內部的盤查系統，以準備日後的外部查證。

4.2.2 持續建構節能基地台

(1) 提高共站與共構比

本公司在2003年主管機關修訂管理規則後，隨即朝2G網路建設共構共站之方向努力，舉凡台北、高雄兩市捷運路網隧道、中山高及國道3號沿線隧道、雪山隧道、中正機場一、二期航廈、台鐵隧道、高鐵隧道等重大交通建設，皆以共構方式建設。目前，本公司2G基地台之共站比例為75.40%，共構比例為22.80%，遠超過主管機關對共站/共構比例分別為20%與10%之要求。

(2) 以共站共用方式，減設新站點及天線

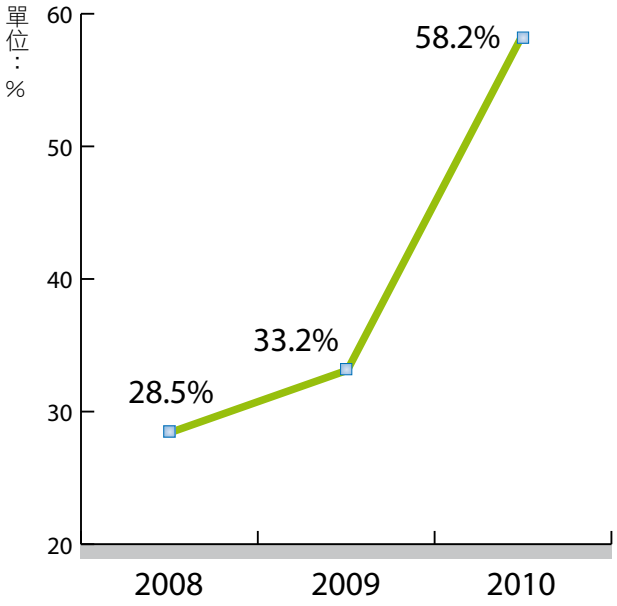
在進行3G基地台之建設時，其中有86.02%裝設在原有2G基地台上（共站），減少新設站點。另採用2G/3G共用之多頻天線，即使新增3G基地台於原有2G基地台上，亦不增加天線數量。此外亦有14.83%之3G基地台，除與原有2G基地台共站外，亦與其他3G業者共構與共用天線，提升天線減量成效。

(3) 提升基站節能效率

除持續以調整空調設備與溫度設定外，以提升能源效率外，2010年所採購之3G基地台設備，其設備供應廠商已通過ISO14001認證，較以往採購之設備節能效率提升50%外，在終止運轉淘汰後，95%之零組件皆可再回收重複使用，此類高能源效率設備，已配置於58.2%之3G基站，採取變頻式空調設備與調控溫度等方式，提升能源效率。

執行方案	效益	2008採用基站佔比	2009採用基站佔比	2010採用基站佔比
改採變頻式空調(2007年起)	約可節電40%	12.5%	15.2%	18.5%
空調溫度調升至28℃(2007年起)	較26 ℃約可節電6%	28.0%	28.0%	28.0%

採高能效設備之3G基站比例



我們預計在2011年導入高能效的整流模組，降低運行時的熱能耗散，進一步提升基站的能源效率。

4.2.3 打造高能源效率機房

自2008年底起，於電信機房及網路資料中心機房規劃各項節能措施，包括採用空調循環溫溼度控制及冷熱通道分離配置設計，以得到較好的冷房效率，並持續各項能源效率提升方案，包括換裝T5燈管、更新節能不斷電系統與新式空調設備等，逐步提升能源效率。

機房節電措施成效表

節電措施	估計節約度數（度/每年）	較原系統之效益比較
2010年更換節能型不斷電系統	600,000度	節省15%
冷熱通道設計	75,814度	節省30%
冬季使用較少噸數的蒸發式空調取代傳統水冷式空調	53,070度	節省40%
使用環保變壓器	64,386度	節省57%
採用T5燈管及紅外線感應裝置	14,567度	節省46%
註：節能效益計算採設備更換前後用電負載量測換算而得		

另外，我們也透過系統規劃方式與資源集中管理，將多個服務整合於一個主機，節省能資源使用，以2010年為例，即可節約近150萬度的電力使用。預計在2011年汰換新節能冰水主機，每月約可減少40,000度，較原設備節省10%耗電量。

4.2.4 辦公區與門市能源效率提升

在辦公區域與直營門市，透過電力耗用調查與各項節能措施，包括照明、空調與事務設備等面向，改善不必要的電力耗用，並提升能源效率。如針對高耗能用電場所進行細部盤查，並提出具體節能改善方案，並調整電力契約容量至合理值。

在照明設備上，除裝置省電T5燈泡、聚光燈罩外亦隨季節調整大樓及營業據點招牌亮燈時間；在辦公區域，採分區控制開關與座位整合，以降低非必要空間之照明用電，並調整電梯運轉模式，減少停靠樓層，降低啟動運轉次數，以降低電梯設備耗電。

4.2.5 加強因應氣候風險

(1) 法規風險

我們密切關注政府相關法規的制定狀況，包括溫室氣體減量法與能源稅相關法令草案。

電信服務業溫室氣體排放量較石化業、鋼鐵業等高能源密集產業等相對較少，預計在法規執行初期將不會納入管制範疇中；能源稅法目前的課稅標的仍以化石能源，如汽油、天然氣等，預計對公司營運造成的影響也相當有限，但其間接對民眾生活習慣造成改變，將有可能對相關虛擬化或行動化服務或產品產生正面的效果。

(2) 實體風險

由於風災或水災及電力中斷等各類的突發狀況，將可能對電信機房或基地台運作之穩定與安全造成顯著影響，在網路建置的事前規劃中，進行完善之規劃考量，以降低災害發生時之損失及最短時間的復原，並在機房的選擇及建置時，訂定下列基本規範，以提升機房的安全性。

- 機房之建設以符合建築技術規則之建築強度設計及適當之風力及地震強度之規劃。
- 地面型基地台之選點規劃須符合水土保持法並做適當之水土保持。
- 評估災害發生所需適當之電力系統及穩定的電力備援系統。
- 評估災害發生所需適當之傳輸架構及穩定之備用路由。

4.2.6 建設高抗災基地台

在2009年莫拉克風災之後，我們也響應當時高雄縣政府(現已合併為高雄市)的政策，於當年10月起於各山地鄉鎮建設救災型基站，在電力及電信遭沖毀中斷時，此類型基站仍必須發揮對外聯絡救災的功效。

我們於桃源區、六龜區、茂林區、杉林區、鳳山區等處共建置5處高抗災基地台，增設備援發電機，傳輸部分增加了穩定的微波及衛星路由設備，以便於天災發生時能維持穩定之電信服務，提供聯絡急救災使用。

4.3 電子廢棄物回收

4.3.1 有效回收處理廢電纜

在布建或修整電信基礎建設的同時，均有許多廢舊光銅纜線須汰除，而這些纜線若處理不當，對環境也將造成嚴重影響。為避免破壞環境，我們自2000年起，委由環保署審查合格之廢纜處理廠商，以光纜折抵銅纜方式統包回收處理，以同時兼顧環保及節費之雙重目的。2009及2010年二年度已完成之廢電纜回收總重約達998,758公斤。

廢電纜回收成果

單位：公斤

年度	2009	2010	合計
銅纜	199,498	61,190	260,688
光纜	401,070	337,000	738,070
合計	600,568	398,190	998,758

4.3.2 廢舊電池組回收利用

在主機房及基地台能源供應上，均使用電池組作為緊急備援電力，由於電池組屬於耗材，需定期執行量測汰換，為避免堪用資源浪費，我們訂定電池回收標準分類，針對拆回後可再用之電池重新投入使用，並將報廢電池組委託專業廠商處理，以符合環保及節省成本之雙重目的。2009及2010年廢電池回收之重量已達560,295公斤，也避免電池廢液對環境的污染。

4.3.3 持續推動手機回收

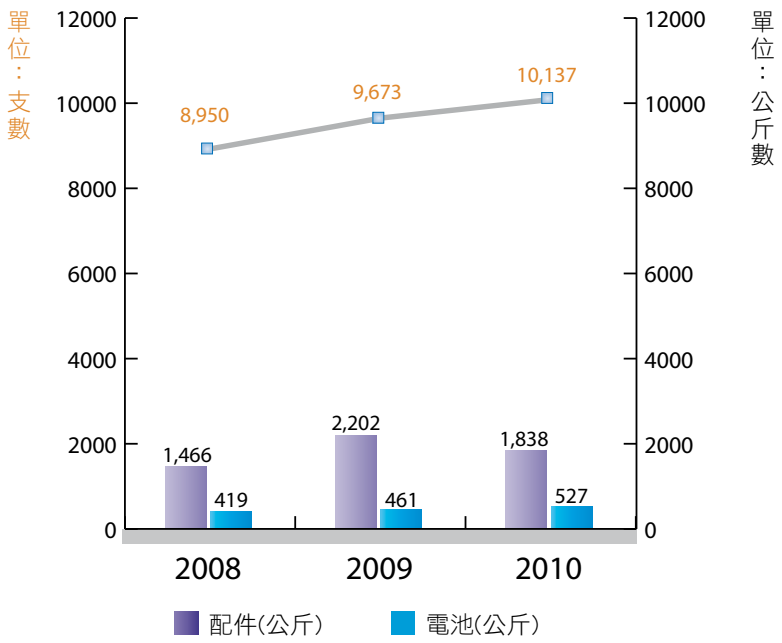
於2008年4月率先推出「回收行動　珍愛地球」計畫，這是全台第一套完整的廢手機回收計畫，全面回收電池、手機、旅充／座充／耳機／傳輸線等行動通訊相關組件，降低廢棄組件內含的鉛、鎘、鈷等重金屬污染地球環境，讓回收金、銅、塑料等資源得以再生與再利用，減少開發與浪費，手機回收箱採壓克力材質製作，可防電池液洩漏，避免造成二次污染。

截至2010年底，已回收近三萬支手機，手機回收量亦逐年提升，並成功引領風潮，讓同業、手機品牌業者、3C家電通路與國內零售連鎖業等，一起投入，努力讓台灣成為手機回收點最密集的國家。

以2009至2010年，廢手機回收10,137支，配件回收1837.84公斤，電池回收527.27公斤。廢手機回收成果逐年提升，2010年較2009年成長5%。

廢手機、配件與電池回收成果統計

	手機回收支數	配件(公斤)	電池(公斤)
2008	8,950	1,465.95	418.58
2009	9,673	2,202.3	461.05
2010	10,137	1,837.84	527.27
總 計	28,760	5,506.09	1,406.9



4.4 綠色辦公室

我們持續提升各項能資源的生態效益，以打造綠色辦公室為目標。在水資源運用效率上，我們定期檢修各項可能給水與排水設備，並調降廁所與茶水間的出水量。

此外，我們回收逆透飲水機的廢水，將其做為廁所與洗車之用，每天約可節省2至3噸的用水。

2010年平均每人水資源耗用量較2009年減少5.86%，已達成原訂減量1%之目標，未來將持續進行各項節水措施，預計2011年將較2010年減量1%。

水資源耗用狀況列表

單位(度數)

辦公區域	2009	2010	年度差異	
	用水度數	用水度數	用水度數	用水度數成長率(%)
小計	46,205	44,555	-1,650	-3.57%
度數／平均每人	8.80	8.28	-0.52	-5.86%

在資源回收上，我們亦在各辦公樓層設置回收設施，請同仁進行各項資源分類與回收，2010年資源回收成果91,917公斤，亦較2009年78,731公斤提升16.6%，平均每人提升約14%。

在具體落實各項方案後，2010年均達成原設定環境績效目標，包括辦公電力耗用較2009年減量2%；水資源減量1%；用紙減量1%。未來我們將持續提升各項主要能、資源的使用效率，預計2011年辦公電力耗用較2010減量2%；用水減量1%；用紙減量1%等。

4.5 免付費電磁波量測服務

為能降低民眾對基地台電磁波影響健康之疑慮，我們協同其他行動通信業者，設立基地台電磁波免付費量測申請專線0800-580010（我幫您、量一量），除了接受一般民眾申請住家附近免費電磁波量測服務外，亦提供有關電信服務之諮詢及申訴，並免費安排第三公正量測單位至現場實地量測並給予專業解說。2009至2010年，執行量測服務已超過5百件。

並與台灣電信產業發展協會會員於2009及2010年共同舉辦電磁波巡迴量測，委託第三公正單位至北、中、南、東各巡迴量測，作為相關電磁波宣導活動及製作相關宣導品之參考；協助臺灣大學電信研究中心舉辦研討會，邀請國際專家、學者針對電磁波相關研究、安全標準、法規現況等議題進行討論，作為政府訂定相關法規及施政之參考。

我們將持續在各縣市相關單位及團體，宣導正確電磁波觀念，並與同業共同委託台灣電信產業發展協會統一製作各項電磁波宣導品，並於全台各地廣為發送。

「電磁波與公眾健康」

自1996年起，重要國際組織及研究機構如世界衛生組織(WHO)、國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP) 、電機電子工程師協會(IEEE)等針對電磁場進行專案研究，並發表相關報告及聲明：

IEEE：於2000年報告「基地台射頻功率遠低於標準量，對於包括老人、孕婦、孩童在內的民眾均是安全的」。

ICNIRP：於2004年聲明「並無一致性的或使人信服的證據顯現無線設頻導致任何健康效應」。

WHO：2011年6月第193號文件(Fact sheet)指出，「過去二十年來，針對行動電話是否造成潛在的健康風險的大量研究中，皆顯示迄今為止尚未證實行動電話的使用，會對健康造成任何不良後果。

本公司行動電話基地台依照相關法令規範建置，並經由國家通訊傳播委員會基地台電磁波把關完全符合ICNIRP標準。

4.6 環境溝通與教育

2010年6月，我國正式通過環境教育法後，響應政府政策，逐漸將環境保護概念整合至教育訓練系統中，並利用企業資源，對社會大眾推廣環境保護的概念，主要可分三大面向與做法：

4.6.1 內外部同步推動環境教育

針對內部及外部規畫不同的環境保護相關課程與講座，如2010年7月邀請交大朱博湧教授，為中高主管級同仁講授全球暖化與當前財經環境對電信業發展的影響；另也邀請清華大學教授，同時也是台灣環保聯盟會長王俊秀先生與環保樂活作家褚士瑩先生，針對本公司內同仁、社會大眾與大專院校相關科系學生，解析最新的環保發展趨勢。

深感生物多樣性對於全球生態系統穩定以及經濟系統之重要，在2010年親子日，與臺北市立動物園合作，共同推廣生態保育的概念，設計兼具保育與教育意義的活動與導覽解說，讓員工及員眷對於生物多樣性的保育有更深刻的體驗。

4.6.2 鼓勵製作在地優質環境教育教案

天下雜誌針對高屏溪，製作長達15年的追蹤記錄「看河」，觀察河川風貌以及周遭人文的發展與變遷過程，為更全面推展環境教育，我們與天下雜誌合作，以「看河」出發，舉辦全國環境教育教案甄選與教師研習會，並將優選教案出版成數位教材，推廣至全國4千多所中小學校，鼓勵教師發掘其社區及學校周遭環境的特色與議題，將其轉化為生活化且具在地性的教學課程，讓學生們從在地關懷開始，成為具環境素養的現代公民。

4.6.3 製播在地環保電視節目

台灣大寬頻永佳樂有線電視，規畫製作多元環保節目，如「町造心感動」與公共論壇之「打造低碳社區」等，報導在地社區志工的參與及社區推動節能減碳有成的案例，並期待藉由公眾討論的方式，提升在地居民對於低碳環保社會之認同與了解，並將在地環境議題融入在地新聞報導中，積極向收視戶推廣環境保護的概念。

客戶服務

2011-05	榮獲《讀者文摘》「信譽品牌」電話服務(固網或行動)金獎，為連續第八年獲消費者票選肯定
2011-05	台灣大哥大於《數位時代》雜誌全國第一個「數位服務力大調查」中，勇奪「2011數位服務標竿企業」資訊通路及通訊產業首獎殊榮，電信業第一
2010-12	「台灣大哥大match行動生活中心」榮獲99資訊月傑出資訊應用暨產品獎
2010-10	《壹週刊》第七屆「服務第壹大獎」行動電話&固網通訊第一名暨3C賣場通訊第一名，唯一奪得雙料冠軍的最大贏家
2010-03	資策會「ICT Best Choice資訊精品票選活動」MVPN行動分機第二名殊榮
2009-10	《壹周刊》第六屆「服務第壹大獎」行動電話/固網通訊第二名、3C賣場通訊第三名，再度以電信業者之姿勇奪3C通路賣場大獎，也是唯一囊括兩類大獎的企業
2009-09	台灣大電訊獲財團法人資訊工業策進會「2009年企業上網滿意度大調查」整體滿意度最高肯定
2009-03	台灣大哥大、台灣大電訊獲得資訊工業策進會「IT Best Choice」之企業行動加值服務Push、mail、MVPN行動分機及MPLS VPN建置與服務三獎項肯定

榮耀

台灣大哥大全方位滿足行動生活需求，不斷推陳出新提供多樣化資費選擇及加值服務，更精心推出省錢專案，透過系統輔助篩選特定名單，在用戶進線時，人員可適時推廣特惠方案，讓用戶以輕鬆費用，自在享受精質服務。

5.1 客戶服務機制

「真心關懷客戶」是台灣大哥大的核心理念，提供最佳的服務使用經驗，支持客戶追求想要的生活方式。我們致力於提供卓越服務、國際級的資訊安全保護、優質的通訊品質、創新的產品與服務。並定期以不同的市調形式，追蹤了解客戶的需求及對我們的建議，並提供全年無休之優質客服專線。

- 掌握客戶進線關鍵 **30** 秒，提供最佳服務經驗
- 完整資訊安全防護，遍及 **200** 多個流程 **80** 多個系統

5.1.1 導入新措施，具體提升服務品質

(1) 智慧型服務平台、提升時效

2009年導入智慧型服務平台，透過系統分析客戶行為及使用經驗，預測可能進線原因，串連內部平台資源迅速提示人員，全面提昇服務效能，快速解決客戶問題。

(2) 行動達人、智慧指南

為使用戶享受優質及便利的行動生活，在實體門市設置行動達人，與客戶面對面講解操作流程，此外服務專線設立行動網小組，全年無休提供服務，另官方網站上備有多款智慧型手機操作指南，讓喜愛DIY的用戶透過自助式服務界面取得相關訊息。

(3) 建立透明化申訴管道

為提升客戶滿意度並落實服務至上理念，結合全台門市及服務專線與網站服務，以完整及標準化的客訴處理流程提供專人專責服務。我們將客戶回饋的意見轉送相關單位尋求因應及改善之道，由權責單位訂定標準及處理時效，定期監督執行效率及成果，落實產品改善及強化服務流程。

5.2 客戶滿意度

持續運用各種市場調查工具（例如：電話訪問、網路調查、焦點群體座談會等），以追蹤檢討改進客戶滿意度，每年詳細規劃各式調查專案，調查對象從全市場到特定用戶，定期了解顧客的需求與想法，並根據調查結果擬定改善計畫或經營策略，以期全面性提升用戶的滿意度。其中針對整體消費者滿意度的調查每年舉辦兩次，充分凸顯對消費者意見及滿意度之重視。

我們透過內部專責單位與委託外部單位等方式進行滿意度調查，調查主題包含通話品質、費率、帳單、門市服務、電話客服、加值服務、網站等七大面向，除可充份了解整體電信市場用戶對各電信業者的整體及各項滿意度外，亦可得知自身相較於其他業者之表現，除內部檢討評估外，同時做為公司持續成長之動力。台灣大哥大2010年整體滿意度的平均分數為3.7分，略高於2009年3.6分。

2009-2010年客戶滿意度調查結果

	2009	2010
客戶滿意度重要指標	3.6	3.7
通話品質滿意度	3.7	3.7
電話客服滿意度	4.2	4.3
門市服務滿意度	4.0	4.1

註：滿意度評分採五分法：非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意，分別以滿意度分數5、4、3、2、1 表示，各項滿意度數據為該年度最新調查結果。

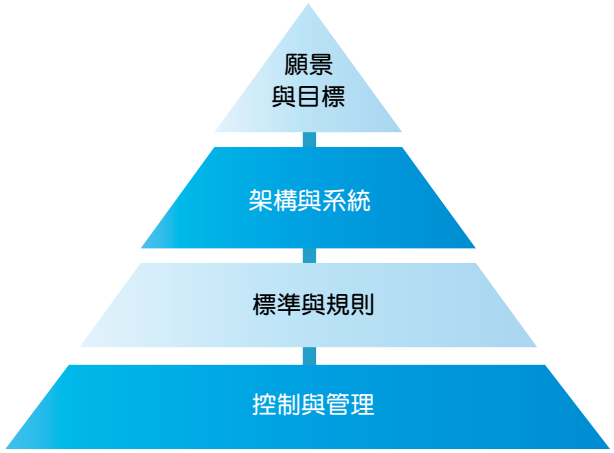
5.3 資訊安全

從用戶踏入全省myfone門市辦理各項行動電話業務開始，至每個月收到的行動電話帳單，或撥打免費客服專線從事資費變動、出國漫遊設定等項目，每一個牽涉到用戶個人資料的環結，都在專業的資訊安全相關管理系統及服務人員保護之下，得到最安全、嚴密的保障，用戶均能放心使用我們的各項服務。

我們於2004年推動資訊安全管理制度，並於2006年取得全球第一張ISO 27001資訊安全管理系統驗證；同時於2007年獲頒台灣第一屆「資安貢獻獎」，是電信業者中唯一得獎的企業；並於2008及2011年通過ISO 27001資訊安全管理系統三年全面重審驗證，在保障用戶資訊安全的努力及成效上備受肯定。

為保障用戶的權益，強化用戶個人資料之保護，本公司資安認證範圍從資訊技術（IT）單位擴及整個客戶資訊服務流程，舉凡門號申裝、開通與異動、帳務處理、詐欺防制、客戶服務等各項環節，多達200多項流程、80多個系統，個人資料都受到妥善的保護，從每個「顧客接觸點」，確實履行對客戶的資訊安全承諾，且不自限於目前成就，仍持續視資訊安全防護需要逐步擴充既有範圍。

在決定資安管理系統範圍時，我們以下圖標示的策略層次，由上往下，逐層評估討論，以確保資安管理範圍，符合公司關懷客戶之願景與承諾。



資安管理系統評估策略圖

在建立資訊安全管理系統架構後，為收持續改善之效，設有資訊安全小組，各單位配置有資安委員、維護負責人員，透過緊急通報的組織架構，迅速鑑別資安危害與事故，並採取當矯正與預防措施。

此外，每半年定期進行內部稽核作業，以獨立及客觀的評估確保作業確實遵守資訊安全政策。為持續維持資安控制點的有效性，並避免內部稽核流於形式，於每次內稽均加入不同手法以及因應資安發展趨勢，新增稽核重點，並集合各領域稽核員專業背景，期使資安內稽作業更加活化。

為使資安作業能有標準化衡量指標，以為定期檢討、持續改善機制運作需要，本公司內部制定資安KPI（關鍵績效指標）定期衡量作業成效，並透過客戶資料隱碼、資訊傳遞加密或密碼保護等措施，預防資安事件發生，另再經由系統

5.4 弱勢族群優惠方案

針對身心障礙者、年長者等有別於一般用戶之特殊族群需求，特別規劃優惠方案，以妥善照顧其需求，如2009年6月提出「新身心障礙與聽語障用戶專屬優惠方案」，內容除延續固定則數的網內外免費簡訊外，每月再加贈30分鐘的影像通話，增進其溝通便利性。

針對銀髮族，於2008年起提供多種月租費半價之方案，更規畫在2011年3月起，搭配前述方案的「銀髮安心機」，其配有超大鍵盤、超大鈴聲、超大字幕、超長待機時間且兼顧老人安全考量的功能設計，如手機頂端有手電筒按鍵，長輩可用於暗處照明，避免跌倒等意外發生；萬一發生緊急事故，按下背面的SOS緊急求救鍵3秒，可即時聯絡上家人。

高齡化已是台灣社會不可避免的趨勢，未來我們也將持續運用核心技術與服務，為長輩提供更友善的通訊環境。

5.5 資費透明揭露

詳盡揭露產品及服務訊息，代表公司對於「信譽品牌」的重視。台灣大哥大推出創新型產品與服務時，資費內容均經主管機關核准，並依法於實施日前公告之，在媒體、公司網站及各營業據點所銷售的物品充分揭露費率內容。

此外，消費者申辦服務時，門市同仁均會詳細解說資費內容，並依消費者需要推薦合適的資費方案；申辦成功後亦會提供方案同意書及資費簡介等書面資料供用戶備查。另外，在每月寄送給用戶的對帳單中，各項收費均依類別，清楚列示服務名稱、月租費、計費方式與使用期間。力求詳盡確實地將方案內容傳達給用戶。

5.6 創新服務

針對市場主流之智慧型手機等相關手持行動裝置，持續開發多元化服務及豐富軟體商店，包括整合智慧型手機多家作業系統的軟體商店match Market；提供全方位圖文並茂的生活潮流影音資訊，創造手機上網新視野的MoFun頻道；整合線上書櫃、劃線註記、群組功能、獨家有聲書及閱讀金回饋等多樣功能的myBook；遺失手機協尋與資料備份的「手機保鑣」軟體與通話來電管理的「來電管家」等智慧應用軟體。

在數位匯流與雲端服務上，我們推出聯網電視服務、「myPhoto大相簿」、「ezPeer」等產品，用戶透過單一帳號即可登錄到手機、電腦、平板電腦與電視四個螢幕，隨時隨地取得想要的照片、影像、音樂等內容，這是國內雲端技術首度應用在家庭（home）中，不同於目前電信業雲端技術以企業應用為主。

另針對企業用戶，我們提供全球資安預警通報、即時監控、弱點掃瞄等資安管理服務，整合客戶端的資安設備，協助企業主輕鬆打造完整資安防護網以及提供用戶監控、自動報修等服務之主動網管系統。

未來，持續開發滿足用戶需求的多樣化數位匯流服務，包括橫跨行動通訊、固網、寬頻上網及有線電視「四合一」平台、雲端服務、聯網數位電視與物聯網（Machine to Machine,M2M）等，期待帶給家庭及個人用戶無縫感的使用體驗，並引領用戶邁向數位智慧生活，成為數位電信的領航企業。

5.7 淨化成人資訊，保護青少兒

除持續與白絲帶關懷協會共同推動青少兒資訊素養與網路安全教育外，我們於2004年率先呼籲6家電信業者，共同發起淨化成人資訊加值服務內容聲明行動，並公告台灣大哥大「成人服務自律規範」，禁止各種色情裸露、暴力之圖片、影音、卡通，服務上線前皆經審核，並予以管理與稽核，若發現違反規範之內容提供商，將要求立即改善，情節嚴重者，將終止合作關係。

此外，我們同時推出管理機制與色情防護功能，在2009年提供父母可主動關閉成人服務、避免兒少接觸不當訊息的管理機制，讓門號擁有人為家中孩童申辦手機門號時，禁止使用與購買成人服務。

人才發展與員工關係

2009-12 連續第五年獲得健康職場殊榮，榮獲行政院衛生署國民健康局「健康領航獎」以及台北市政府「健康卓越獎」

・數位學習平台累積使用時數達

1,968 小時，

超過 **8,000** 次使用。

人才是維繫核心競爭力的關鍵，我們不僅打造一個可以讓員工能穩定發展的職場環境，更重視培養「誠信」的價值觀，我們相信惟有全體人員皆以誠信為本，方能建構一個對社會負責的永續企業。

6.1人員聘雇

我們依據不同專業屬性，延攬適合於台灣大哥大發展職涯的夥伴，並提供極具競爭力的薪資福利與教育訓練機會，讓員工和公司一同成長。

公司依循國家現行相關法令，包括勞動基準法與就業服務法等，從未發生雇用童工或發生歧視與侵害人權等情事，進行員工任用時，亦預先將本公司勞動契約寄給員工審閱，於到職時全部人員皆需繳交已簽署之勞動契約，以維護勞資雙方權益。

若需進行單位、工作地點及職務等變動，皆會事前溝通，獲得員工同意後才進行。最短於三天前徵詢當事人意見；若工作地點跨區調動，則至少於2週前與員工協商，使其有充足準備時間，同時公司提供搬遷、租屋等必要協助。

截至2010年底，台灣大哥大員工人數為2,548人，員工組成的基本概況、性別、年齡分布如下表所示，男女比率為58：42，平均年資超過7年，其中又以31-50歲的男性占多數。

職級、年齡與性別人數表

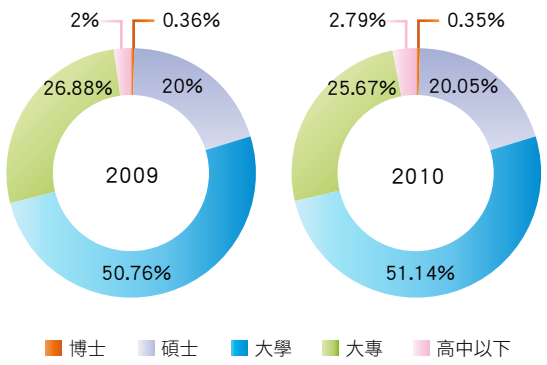
分類	年度	2009		2010	
		人數		人數	
	年齡	男	女	男	女
高階經理人	30歲以下	0	0	0	0
	31-50歲	8	2	6	3
	51歲以上	10	2	11	2
	合計	18	4	17	5
員工	30歲以下	73	194	100	229
	31-50歲	1,342	832	1,334	825
	51歲以上	25	8	30	8
	合計	1,440	1,034	1,464	1,062
總人數		2,496		2,548	
雇用狀態	全職	2,493		2,544	
	部份工時	3		4	
平均服務年資		6.8		7	

在人員異動上，2010年新進人員數超過離職人員數，女性比例皆超過男性，2009-2010年，新進與離職人員數，其性別、年齡分布狀況，詳如下表：

年度	2009				2010			
	新進		離職		新進		離職	
年齡	男	女	男	女	男	女	男	女
30歲以下	32	58	10	39	81	152	18	57
31-50歲	39	34	80	82	62	59	93	116
51歲以上	1	0	3	1	0	0	5	2
合計	72	92	93	122	143	211	116	175

註：全部員工工作地點皆在台灣（不含轉調至關係企業人員）。

▼ 員工學歷分布比例

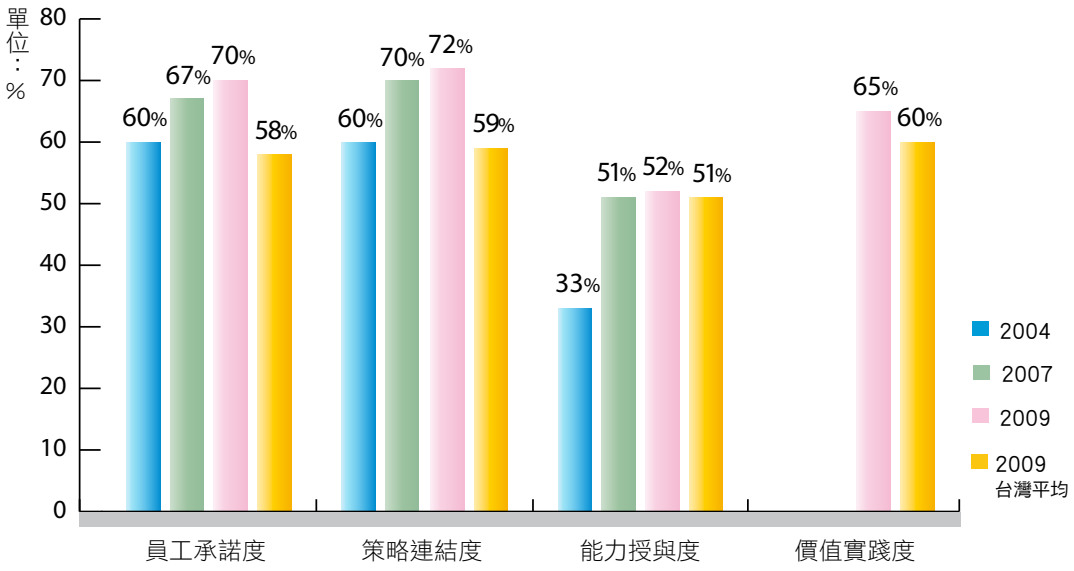


6.2 員工溝通與勞資關係

我們本著勞資一體，合作雙贏的信念，遵照勞基法及相關法令，尊重員工，重視員工福利及待遇，在勞資共同參與及充分溝通與協調原則下，建立極為和諧的勞資關係，公司每季召開一次總經理與員工座談會，促進勞資雙方意見溝通。

此外，我們也不定期舉行員工意見調查，瞭解同仁對工作及經營管理措施的看法，做為未來提升與改善之參考依據；2004年、2007年及2009年皆參加專業調查公司「韜睿惠悅」舉辦之員工意見調查，調查結果顯示，各項構面包括員工承諾、策略連結、能力授與及價值實踐等，皆持續成長，且2009年各構面皆高於調查平均值。

員工意見調查



註：價值實踐為2009新增項目。

根據分析結果，我們將持續加強員工溝通、提升教育訓練與職涯發展效能以及檢視績效指標設定等，藉由方案的執行，提升整體滿意度與同仁的向心力。

改善項目	實施要點
加強員工溝通	・加強中層主管溝通能力，說明公司相關制度與議題，包含：獎酬原則、績效考核、職涯發展等，協助公司傳達重要政策與訊息。
	・傾聽員工心聲，讓公司主管多接觸同仁，適時溝通公司相關政策或了解客戶需求。
提升教育訓練與職涯發展效能	・檢視新進人員訓練成效，深入瞭解員工意見以及所需的知識與技能，以提升新進人員專業職能。 ・主管與員工溝通其職涯發展、檢視其能力，並建議所需的相關培訓。 ・檢視職涯發展的機制及管道，以培育更多優秀的專業人才。
檢視績效指標(KPI)設定	・檢視績效指標設定是否過於繁複、目標過多或過高。 ・與員工溝通績效指標設定原則，及目標達成情況，如有變動需與員工說明原因。 ・加強輔導績效不佳的員工。

6.3 教育訓練

在培養人力資本與提升企業競爭力方面，結合發展策略及依年度訓練需求規劃人才培訓，並依照訓練管理辦法進行預算編列與執行。

6.3.1 公司整體訓練與職能別訓練

我們訓練體系分為公司整體訓練與職能別訓練兩大類，公司整體訓練由人力資源處規劃階層別訓練課程及發展共同性訓練課程，包括新進員工職前訓練、經營理念、企業文化、品管、IT技能訓練、安全環保訓練、一般管理能力發展／工作效率提升訓練等。

職能別訓練，則以各專業群（Group）或處／室為主體，發展專業課程及在職訓練，訓練體系概要說明如下：

(1) 新進人員職前訓練

讓新進人員加速了解工作環境及自身權益，同時給予其適切的關懷與照顧，凝聚向心力，塑造快樂的工作環境。在訓練中也特別重視職場工作平等相關規章制度，包括內部申訴機制。

(2) 共同職能發展

以員工共同職能為主軸，提升工作效率，提供日常工作所需知識與技能，並符合政府法令及資訊安全認證規定等，如問題分析與解決技巧、溝通技巧、專案管理、電信相關法律知識、服務技能課程訓練等。

(3) 主管人員階層別訓練

分為基層主管、中階主管及高階主管訓練。以績效管理、領導統馭、激勵技巧、管理論壇、策略規劃、專案管理、組織發展能力及大師講座為主。基層及中階主管依職能評鑑結果，建立一套客觀的管理工作所需能力衡量指標，並配合訓練課程提升相關管理能力，以做為主管個人訓練發展之基礎。

(4) 專業知識提升

每年依專業需求讓員工參與國內外專業電信技術課程、管理論壇，以及顧問公司或廠商之訓練，提升公司技術層次、開發新產品、引進創新概念、提升管理技術等。

在訓練成果上，2009年平均每人受訓時數為22.75小時，2010年則為24.33小時，其中男性受訓時數較女性為多，詳如下表所示：

人員訓練時數表

單位：小時

年度	2009		2010	
分類	男	女	男	女
副理(含)以上主管	29.94	28.3	21.93	19.89
副理以下人員	21.68	13.7	22.81	16.55
性別平均	23.45	15.17	22.63	16.88
平均每人受訓時數	22.75		24.33	

自2008年開始規劃並建立數位學習平台，並於2009年逐步開放同仁使用，截至2010年底，累計使用時數已達1,968小時。

6.3.2 鼓勵進修與終身學習

(1) 獎助學金申請辦法

自2006年起實施「獎助學金申請辦法」，全額補助指定之國內外大學企管或電信工程研究所2-3年學雜費；並提供國外知名學府商學或電信工程之相關碩士學位獎學金補助，讓員工可依照個人的生涯規劃，配合公司中、長期人力資源需求，取得專業學位。

(2) 進修補助

台灣大哥大聯合職工福利委員會每年提供定額補助，鼓勵員工公餘時間進行工作技能進修，包括各公私立院校開辦之學、碩、博士班學分課程或各公私立院校參加與工作職務、電腦技能、英文相關之進修推廣教育課程，皆可提出進修補助。

我們定期進行績效評核，主管針對員工工作表現，給予適當回饋及協助，並共同討論建立個人訓練發展計畫，規劃員工未來發展，使其對個人職涯有更明確的了解與認識，達成提昇績效與發展能力之目標。

6.4 福利制度

「福利與獎勵」為激勵同仁工作士氣與吸引優質人才的重要措施，台灣大哥大聯合職工福利委員會，負責規劃與執行各項福利方案，並整合各子公司職工福利事業，具體福利包括：

(1) 自到職日起，即享有勞工保險、全民健康保險、勞工退休金提撥及團體保險。

(2) 實施庫藏股認股、年終獎金及分紅制度，並首創電信業持股信託方案，由員工及公司以定額相對提撥之方式辦理。

(3) 可依個人狀況申請各項福利項目，包含：結婚、生育、喪殯、住院、子女教育、旅遊及社團活動等。

(4) 每兩年定期實施健康檢查，並依檢查結果進行分級健康管理，實施追蹤複檢及健康衛教。

(5) 在休假福利上，亦優於法規，如到職後即享有當年度特別休假，依到職日至當年年底之日數占全年比例計算，此外也特別重視育嬰留職停薪等福利，在2009-2010年度，有近60位同仁申請育嬰留職停薪，回任率皆超過7成以上。

育嬰留職停薪相關統計表

年　度		2009	2010
有權利申請育嬰留職停薪人數	男	285	244
	女	179	150
	合計	464	394
申請育嬰留職停薪人數	男	0	4
	女	22	33
	合計	22	37
育嬰留職停薪原應復職人數(A)	男	0	1
	女	9	26
	合計	9	27

接下頁

承前頁

年　度		2009	2010
育嬰留職停薪原應復職且復職人數(B)	男	0	1
	女	7	19
	合計	7	20
育嬰留職停薪復職人數(C)	男	0	1
	女	7	20
	合計	7	21
育嬰留職停薪復職後工作超過1年人數(D)	男	0	1
	女	3	11
	合計	3	12*
回任率(B/A)	男	-	100.00%
	女	77.78%	73.08%
留存率(D/C)	男	-	100.00%
	女	42.86%	55.00%

註*：2010回任，至2011年7月底仍在職者

6.5 員工健康與安全工作環境

結合相關單位一級主管，設立勞工安全衛生委員會，其中勞工代表比例為三分之一，每三個月定期召開會議，進行全公司員工安全健康相關辦法規定審議並定期追蹤決議改善情形，由專責勞工安全衛生室統籌執行。另有關勞工安全衛生相關之規範及文件，均公開於內部網站，提供每位員工隨時參閱。

針對網路維運作業訂定網路維運手冊，明訂相關標準作業程序，並提供適當之個人防護具供員工使用。另制定承攬商安全衛生環保規章，供網路維運外包廠商遵循，並督導廠商確實執行，確保維運作業安全。並定期舉辦消防訓練及急救訓練，提升員工災害因應及救災之基本技能。

我們以「安全環境、預防疾病、健康促進及心靈舒壓」四大主軸，設計多元化的健康活動供員工參與，亦不定期舉辦健康講座，除員工參與外亦開放社區民眾居民參加。

2007-2010年獲得中央單位行政院衛生署的肯定，得到國民健康局之健康職場自主認證「健康樂活獎」、「樂群健康獎」、「健康領航獎」及台北市政府衛生局優良哺集乳室認證。

在強化管理職災上，訂有職業災害處理辦法，進行職業災害之處理、統計、調查、擬定對策避免再發生，並按月向勞動檢查機關申報職災資料，歷年統計資料如下：

職災統計表

年度	2009	2010
失能災害件數	1	1
失能災害頻率(FR)註1	0.34	0.19
失能傷害嚴重率(SR)註2	2	4

註1：失能傷害頻率(FR) = $\frac{\text{失能傷害次數(人次)} \times 10^6}{\text{總經歷工時}}$

註2：失能傷害嚴重率(SR) = $\frac{\text{總損失日數} \times 10^6}{\text{總經歷工時}}$

供應商管理與採購

2010-12 台北市環境保護局頒發「績優綠色採購企業」

• 2009-2010，綠色採購金額合計

近 5 億 4 千萬元

7.1強化供應商管理

以國內勞動基準法、環境保護法及勞工安全衛生法及其施行細則等相關法令為基礎，制定「承攬商安全衛生環保規章」，公佈於採購招標網站中的勞工法令單元，供外界下載，所有承攬商皆須簽署，若有違反者將停止與其合作，希望以有效的管理方式，貫徹政府法令、督導廠商確實執行以確保維運作業安全、保障勞工安全與健康及防治污染危害，以降低供應鏈中可能發生的風險。

此外，並密切關注有關手機及週邊產品在生產過程中，對環境衝擊與社會責任的實踐狀況，包括有害物質的限用、手機電磁波吸收比值(Specific Absorption Rate, SAR)與勞工人權等面向，電信服務業雖不是手機等電子產品的直接生產者，但卻是價值鏈中與消費者最密切相關的介面，任何供應夥伴對於企業社會責任的正面實踐與負面事件，都對公司聲譽產生影響，我們已在2011年公告供應商社會責任聲明書，邀請供應夥伴一同實踐社會責任，我們將不僅扮演驅動與訊息傳遞的角色，更期待對整體產業的社會責任實踐產生助益。

7.2 公開透明採購機制

供應商遴選均依相關作業程序進行評比，不允許私下利益交換，並建立透明的招標採購系統，舉凡公開招標的採購訊息一律清楚透明地對外公布，供應商或員工有任何疑慮，都有充分的申訴糾舉管道，有關廠商申訴辦法，可於官網採購專區(https://twmepmall.taiwanmobile.com/esp/)下載。

此採購系統除公開標案內容外，供應商可於網站上完成註冊程序後，進行投標與報價，資訊完全透明。各標案皆依照其計分標準進行開標與選商，透過清楚嚴謹系統流程，使得各供應商的投標皆可在公平的基礎下進行評比，供應商報價亦在公平的機制中互相競爭。

7.3 綠色採購

企業採購綠色產品，不僅可讓綠色消費市場更為成長，也符合公司在價值鏈創造綠色效益。因此，我們優先採購「已取得行政院環境保護署認可之環保標章」、「符合再生材質、低污染、可回收、省資源」及「其他可增加社會利益或減少社會成本，而效能相同或相似」等三類，對環境衝擊較少之環境保護產品，更期盼帶動綠色消費風氣，達到生態效益最大化。另針對採購人員，不定期辦理綠色採購相關作業須知訓練，並彙整提供綠色採購資訊，奉行綠色產品採購指南。

綠色採購項目與金額表

單位：仟元

產品種類	項目	2009年總金額	2010年總金額	總計
辦公室用設備	回收再利用碳粉匣	506.2	229.7	735.9
	影印機(租賃)	6,870	5,859.6	12,729.6
	電腦設備(租賃)	10,194.2	13,518	23,712.3
	冷氣機空調	3,600	17,420	21,020
	飲水機	0	553	553
	燈具	0	164.3	164.3
	印刷品	76,950.5	81,844.4	158,794.8
環保產品類	手機	0	321,481	321,481
綠色採購總金額		98,120.9	441,070	539,190.9

2010年12月榮獲台北市環境保護局頒發「績優綠色採購企業」獎。未來我們更將雲端計畫所建置的機房等設施設置，朝向符合綠色採購精神與原則的方向執行，具體提升永續的效益。

在2010年，我們引進多支綠色手機，採購金額高達3.2億元，其中多具有低耗能、不含有毒物質等環保特色，並鼓勵消費者申辦。

綠色手機型號與特色

手機	產品特色
SonyEricsson Elm J10	・機殼使用循環再生塑膠材質 ・內建電子說明書 ・環保計算機 ・不含有毒物質
SonyEricsson Naite J105	・利用回收塑膠製造機殼 ・內建電子化說明書 ・低耗能的充電器
LG GD510 POP	・具備專用太陽能充電背蓋 ・充電10分鐘或以上，延長通話時間2分鐘15秒，或待機時間高達180分鐘 ・手機本身製造與包裝皆採再生材料

社區參與及社會關懷

2010-08 台灣大哥大與基金會雙雙獲得行政院文化建設委員會頒發第十屆文馨獎金獎

2010-02 於莫拉克颱風救災有功，在「提供救災」與「關懷措施」項目獲國家通訊傳播委員會頒獎表揚

2009-12 榮獲行政院體育委員會首屆「體育推手獎」金質獎表揚

2009-02 推動村村有寬頻普及服務，獲國家通訊傳播委員會頒發七面獎牌，為電信業界獲獎最多之翹楚

榮耀

秉持在地關懷的精神，針對社會重要需求與議題，有效投入核心資源，我們相信，惟有在孕育我們的這塊土地不懈地深耕，成為真正的共同體，彼此協力互助，共同打造一個和諧、永續的樂活社會。

8.1莫拉克風災重建與關懷大使

8.1.1 風災搶救與重建

2009年8月莫拉克颱風重創南台灣，嚴重影響通訊。自災害發生的第一時間起，我們立刻啟動危機應變小組，進行任務編組並全力搶救各地區機房及基站。

巨大災情不僅重創環境亦嚴重影響人民生計，我們發揮人溺己溺之精神，主動提供災民連續六個月帳單金額每月減免300元（共1,800元）、SIM卡掛失免補卡費及多項便民服務；另針對2007年阿里山寬頻普及服務的用戶，再提供一年ADSL免費使用。

- 累積超過2,000小時、近600人次參與企業志工
- 全台各地25場戶外音樂會，超過30萬民眾的現場陶醉與感動
- 溫心880專線，輔導超過90,000人次面對憂鬱症

我們也發動員工捐出一日所得，加上企業捐款，總捐款金額逾千萬元，更鼓勵員工參與志工救災活動，提供志工假及交通津貼，協助災民重建家園。

在深入瞭解各地災情後，我們發現偏鄉居民深受路毀橋斷之苦，尤其阿里山鄉共有23座橋樑毀損，其中山美村、新美村、茶山村最重要的聯外橋樑山美大橋，已被無情惡水所沖毀，以達娜伊谷為中心的觀光發展完全中斷，農產品無法運輸下山，居民生計受到嚴重影響。

因此，決定延續對阿里山推動寬頻普及服務的關懷，回應居民的深切需求，委請具長年造橋專業的嘉邑行善團，共同啟動阿里山山美大橋重建的希望工程。

新山美大橋將是長86公尺、寬8公尺的水泥橋樑，在歷經施工重重困難的狀況下，預計將於2011年第3季前完工，是發揮最高工作效率與社會效益的新公益模式，不僅免除勘災、編列預算、招標、發包、撥款等冗長的行政流程，更使造橋完工時間縮短。

8.1.2 風災關懷大使撫慰人心

延續「台灣大哥大音樂大使」計畫，深入醫院、偏遠地區學校、少年輔育院等資源較為缺乏的地方，推廣藝文，並在2010年與NSO國家交響樂團合作，組成關懷大使，至莫拉克風災災區學校，包括嘉義縣阿里山鄉、屏東縣與台東縣等10所國中小學巡演，共邀請學校師生與社區居民，超過1千1百位參與，期待藉由音樂傳遞關懷，一掃風災陰霾。

8.2 弱勢關懷

8.2.1 獨居老人關懷

隨著台灣高齡化社會來臨、地方人口外移，在花東偏遠地區尤其明顯，許多原住民老人年老失依，長期獨居，無人照料。台灣大每年率領超過百位企業志工遠赴花蓮陪伴關懷長輩，不只是提供物質的資助，更重要的是提供他們最需要的陪伴與溫暖。

四年來成功地跨越地理、年齡界限，牽起花蓮獨居長輩與同仁的緣分，長輩獲得滿滿的溫暖，志工們也擁有一生難得的服務體驗，這正是『老吾老，以及人之老』的具體實踐！」

8.2.2 關懷憂鬱症

根據世界衛生組織研究，到了2020年，全世界有三大疾病會嚴重影響人類健康，憂鬱症就是其中之一，也將會造成社會巨大的經濟負擔，但由於憂鬱症並非一般身體疾病，較難及早預防與治療。

根據衛生署國民健康局所做的調查，在台灣憂鬱症患者已逾百萬，這是我們急需正視的社會現象。

預防憂鬱症，除了輔導，最需要關懷與傾聽，而電信服務業本身即是溝通最重要的橋樑與媒介，自2006年起，我們即與肯愛協會合作「溫心880專案」提供憂鬱症輔導及防治宣導，2009-2010服務即超過9萬人次。

有鑒於國內憂鬱症高盛行率、低就診率的情況，自2009年起，舉辦「十大溫暖我心抗憂好醫生」全民票選活動，鼓勵好的病醫溝通模式與正向的求診心態。

8.2.3 弱兒陪讀計畫

處於社會邊緣的孩子有了希望，這個社會才會有向前邁進的動力。我們秉持這個信念，自2005年起，認養贊助陪讀班，支持中華基督教救助協會的「弱勢家庭兒童課後陪讀計劃」，陪讀班的孩子來自狀況不一的家庭，在生活與學習上，都遇到極大的阻礙，藉由陪讀班長期的陪伴、課業輔導、品格陶冶和生命教育，提升他們學習力，幫助孩子們找回自信與歸屬感，重拾生命的價值。

2009-2010　年台灣大哥大持續認養10所陪讀班，共計410名弱勢家庭兒童之陪讀班經費，包括宜蘭五結、台北新莊、台中大甲、屏東東港與澎湖等地。

8.2.4 青少年情緒管理與生命教育

在變遷迅速的社會中，現今青少年所面對的，不僅是繁重的課業壓力，還有生活中的複雜人際關係以及多元的價值觀，在此時更需要來自學校、家庭以及社會支持。

自2004年起，持續贊助「得勝者教育協會」，每年針對全國數百所中學的國一生提供每學期10週的「問題處理」、「情緒管理」「兩性關係」及「自殺防治」等課程。

在2009年度「問題處理」與「情緒管理」班級輔導活動，共計在全國25個縣市(含外島金門縣、澎湖縣、連江縣)、471所學校，合計3,962個班級中實施，近14萬次學生受益。

為反應青少年社會現象，並提供家長、老師及主管機關施政參考，2010年進行當代校園議題「青少年幸福感」的大樣本量化研究調查，針對全國24縣市參與「得勝者課程」的10,000位國中生分層隨機抽樣，共回收9,073份問卷，回收率高達九成以上。

研究結果發現，青少年愈容易原諒他人，幸福感會愈高，因此在校園中，對學生宣導選擇原諒，提倡心中有愛，並實施「寬恕教育」相關課程，以增進學生之幸福感，將可有效降低校園霸凌事件，進而建立友善校園。

8.3 藝文素養推廣與運動贊助

文化藝術的涵養與體育風氣的養成，對企業來說是一種無形資產的投資，我們透過自身的品牌經營與基金會資源，投入藝文活動與運動賽事的贊助，以期建構一個健康與人文素養的樂活社會。

8.3.1 戶外音樂會

隨著政府大力推動文創產業發展，國內藝文活動發展蓬勃，部分節目製作已達國際水準，但資源仍多集中在都會區，有鑑於此，我們邀請國內外頂尖樂團及大師登台，使民眾在沒有經濟門檻、不受年齡限制的情形下，我們不僅針對不同的地區特色，量身訂作安排曲目，並在節目中規劃樂曲賞析導聆，提供字幕輔助，同時安排互動問答，創造觀眾與音樂的「實體交流」。為了提升在地參與度，除邀請縣市政府共同宣傳，更邀請當地表演團體參與，拉近演出者與當地民眾距離，增加當地團體演出機會。

台灣大哥大是目前國內唯一以主辦大型、免費、戶外音樂會的方式，推廣古典音樂的企業，我們改變了企業於社區藝文推廣的意義與定位，將企業、表演團體、民眾三方以音樂做為串聯，將傳統的贊助者角色轉變為創意發動者及主導者，展現了概念發起的創意與資源整合的專業。

從活動地點選擇、演出團體邀請到整體活動的企劃、行銷宣傳、執行監督，台灣大哥大發揮企業營運專業、資源整合能力以及企業品牌形象，成為地方與藝文團體的橋樑。

讓音樂素養向下紮根，逐步培養文創軟實力；亦促進本土音樂家與表演團體跨區域演出，培養古典音樂觀眾群，與各地民眾的交流也可轉化為團體的創作養分。

2009-2010年間，共舉辦13場主題式音樂會，並加入默劇、動畫等元素，透過不同藝術交集，提供民眾新的視野與體驗。

迄今已於全省各地舉辦過二十五場大型戶外音樂會，超過30萬以上人次蒞臨欣賞！並將精彩場次以電視轉播方式，讓更多電視機前觀眾聆賞，更製作優質數位教材贈予全國一千多所偏鄉中小學校，讓偏鄉學童與民眾亦能受惠。

2009-2010 年 台灣大哥大音樂會列表

時間	名稱
2011.1.1	2011阿里山日出印象
2010.12.4	勇者之歌
2010.11.13	星夜台北 浪漫俄羅斯
2010.10.9.	日月潭花火音樂會禮讚普契尼
2010.4.4	古典音樂72變
2010.1.24	利卡夢梅之宴音樂會
2009.12.26	童話・電影・交響樂
2009.11.28	胡乃元與TC室內樂團
2009.10.10	日月潭花火音樂會美聲女伶
2009.10.3	日月潭花火音樂會向約翰威廉斯致敬
2009.9.9	日月潭花火音樂會林昭亮與國台交
2009.4.11	桃園戶外音樂會李泰祥與樂興之時交響夜
2009.2.22	利卡夢梅之宴音樂會

國際小提琴名家　胡乃元

從2004年Taiwan Connection 音樂節成立以來，台灣大一直是TC最真誠的夥伴。我們歷經世界金融風暴、台灣氣候嚴峻變遷，也常思索音樂家究竟能為社會做些甚麼？台灣大提供我們最好的平台和最優秀的工作團隊，讓我們在戶外音樂會中，接觸到每一個人，撫慰每一個坐在板凳上的聽眾。

這幾年台灣大選擇到各個鄉縣，舉辦戶外音樂會，沒有售票門檻，沒有年齡限制，對藝術家完全尊重，對聽眾細心呵護，大大拉近城鄉文化距離。每次音樂會結束後，總有一群小孩伴著全家，閃著明亮興奮的眼到後台來，我了解到，當企業與藝術結合，我們帶來的不再是音樂，而是集體的記憶與成長。

胡乃元

8.3.2 菁英講座

在資訊更新迅速，新知湧現的社會中，如何即時消化接踵而來的資訊，讓觀念與能力與時並進，是現代人共同面臨的難題。基金會長期舉辦免費「菁英講座」，邀請人文、數位、環保、音樂、NPO等領域的專家達人，與民眾分享他們的專業知識與趨勢觀察，2009-2010年共舉辦21場優質講座，讓近5,000人次民眾分享這些知識菁華。

2009-2010年菁英講座系列

系列	講題	講師
電信/數位	搜尋引擎進化論 - 福爾摩斯與搜尋引擎	詹宏志
	Click另一個人生・網路世界裡的自我與社群	
	網民力與鄉民力：網路使用者行為的演進及其對應	
	雲端運算-了解雲端商機，擁抱科技新金礦	闕志克
	Mobile TV 發展趨勢	陳清河
人文關懷	原聲有夢~點亮孩子的信心魔法	馬彼得
	別讓命運變宿命—不向命運低頭的台灣之光	吳寶春
	如何讓孩子愛上閱讀・快樂學習	李家同
聽藝術在說話	胡乃元談音樂，從堅持理想開始	胡乃元
	胡乃元談莫札特音樂的詮釋	
	蔣勳帶您遊絲路 探傳奇	蔣勳
	身體美學的世界典範—大英收藏古希臘人體藝術展	
創意溝通	設計一定能改變這世界！	蕭青陽
	開啟你創意的DNA・發現你專屬的主打歌	黃介文
	人生不用那麼瞎--創意過生活	郝廣才
非營利組織管理	從逆境中起飛- 善用網路工具・擴展網路影響力	張成秀
環保	生態是筆好生意	王俊秀
	節能・減碳・地球人	褚士瑩

8.3.3 提升運動風氣

秉持「與你生活在一起」的企業品牌精神，我們支持各項大型運動賽事，希望讓大眾接觸更多元精采的運動賽事，以感受生活的美好與活力；歷年來從年齡層最廣的高爾夫球、到國人最熱愛的棒球以及參與人口最多的籃球等，截至2010年底，投入的贊助金額已超過1.6億元，董事長蔡明興先生更榮獲行政院體委會頒贈2009年「體育推手獎」金質獎。

(1) 投資籃球運動 打造新秀舞台

自2007年組成超級籃球聯賽(SBL)台灣大籃球隊，為國內籃球最高殿堂注入清新活力。2010年更向下紮根基層籃壇，贊助高中籃球聯賽(HBL)，為更多傑出的籃球新秀打造更好的成長環境。

(2) 支持熱血「國球」 盼中華健兒國際發光

棒球一直是國人心目中的「國球」，台灣大先後於2006、2010年連續贊助兩屆洲際盃棒球錦標賽、以及2007世界盃棒球錦標賽，幫助兩大國際棒球賽事順利於台灣舉辦，並期望國內選手都能在國際舞台上有卓越的成績表現。

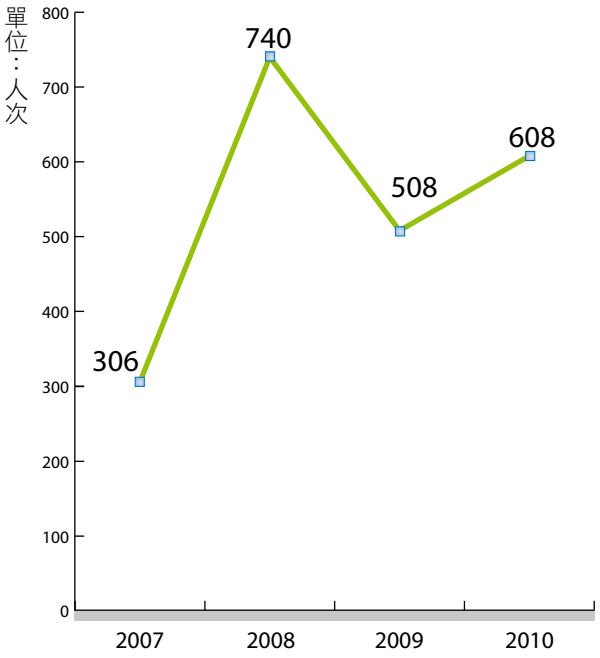
未來將持續支持優質體育活動，不僅是經費的贊助，更本著企業公民精神，結合集團豐沛資源投注人力與心力，讓國人生活更加健康有勁，也希望拋磚引玉，吸引更多人共同關注體壇，鼓勵國內選手不斷精進成為台灣之光。

8.4 企業志工

自2007年起，公司制定並執行「企業志工辦法」，提供每年2天給薪志工服務假、提供志工交通津貼及保險、行前完整的志工訓練、頒發志工證書、志工網站交流與分享，鼓勵員工參與社會服務，用身體力行的方式具體實踐社會責。另外針對不同的公益團體之服務需求，提供企業志工不同的社會服務機會。

自2007年至2010年底，累積志工投入時數，已超過2千小時，許多員工透過這些具體行動，改變他們社會回饋及社會參與的態度，更強化對企業文化的認同與向心力。

歷年企業志工參與人次



2009-2010年企業志工活動列表

活動日期	服勤天數	活動名稱	活動簡介	志工人數
2009/1/9	1	「逗陣疼惜後山的國寶」獨居老人關懷	全球經濟風暴與近四年最冷的寒流肆虐，澆不熄台灣大企業員工的熱情！繼2008年首度號召百位員工參與『在地關懷　傳愛洄瀾』活動後，台灣大哥大百名員工遠赴花蓮，與台東基督教醫院「一粒麥子基金會」攜手陪伴獨居老人圍爐同樂、還貼心捐出大衣、暖被及燉鍋，熱情為長輩們梳妝、攝影，讓長輩們在寒冷的嚴冬中提前歡度新年。	105
2009/7/31	8	「手機SHOW台灣」影像教育推廣營隊輔導員	為了縮減數位落差，讓偏鄉小學與弱勢家庭的孩子也能體驗數位科技與手機創作的魅力，進而提升數位競爭力。2009年暑假，台灣大哥大與公共電視聯手推出「手機SHOW台灣」數位夏令營，融合一般的孩子與弱勢家庭的兒少們攜手走出社區，到城市角落實地觀察，由孩子親自掌鏡呈現台灣的多種面貌。台北、台中、高雄三梯次的影像教育推廣營隊，讓參與的青少年們學習基本的影像創作技巧，並分組由得獎導演擔任監製輔導大家用手機拍攝1-3分鐘短片！	17
2009/9/10	1	「給生命一個支點」愛的相對論 音樂會志工	台灣大哥大與伊甸基金會聯合邀請「台灣視障音樂家－許哲誠」與「韓國四指鋼琴家－李喜芽」同台演奏，在全國舉辦四場「2009給生命一個支點-愛的相對論 音樂會」，串起北、中、南社會大眾的愛，邀請社會大眾一同關懷身障者。企業志工於活動現場協助觀眾進場秩序維護、帶位，讓活動能夠順利進行！	5
2010/2/5	1	「獨居老人圍爐」不能沒有你!志工活動	景氣寒冬尚未回暖，民生物價頻傳漲聲，台灣大哥大、台東基督教醫院一粒麥子基金會長期關懷獨居長輩，熱情不減，連續第三年號召百位企業志工，遠赴花蓮縣陪伴獨居長輩圍爐，直送企業員工個人捐輸上千件的生活用品，並精心安排剪髮、梳妝、拍攝沙龍照服務，及活動筋骨的闖關遊戲，與長輩同樂話家常，提前歡度春節。	101
2010/4/23	1	「阿里山-山美大橋」造橋志工	八八水災企業捐橋，員工造橋！繼捐助阿里山山美大橋重建，台灣大哥大號召近70位員工擔任造橋志工，投入新山美大橋重建工程，堪稱企業志工活動的創舉。這也是嘉邑行善團四十多年來，首度有企業號召員工響應其志工活動，以企業之力讓民間志工精神更加發揚。	38
2010/9/1 - 2010/10/31	3場	白絲帶關懷協會「2010網路安全推廣」輔導志工	幫助青少兒Smart上網不迷惘 中華白絲帶關懷協會多年來探討當代青少年網路行為及問題(援交、色情網站、網路成癮、網路霸凌等)，並製作網路安全防護影片，進入校園宣導。台灣大哥大基金會自2009年起與協會展開合作，企業志工投入網安推廣教育，共同努力讓孩子們在網路的世界裡，快樂的學習成長！	13
2011/1/14	1	「獨居老人圍爐」有你陪伴 不孤單	台灣大哥大125位志工在農曆春節前遠赴花蓮縣鳳林鎮，於兆豐農場陪伴104位獨居長輩圍爐餐敘，全程貼心一對一服務與互動，讓長輩們提前歡度溫暖難忘的春節。	113

獨立保證意見聲明書

2009-2010 年台灣大哥大股份有限公司企業社會責任報告書

英國標準協會與台灣大哥大股份有限公司(簡稱台灣大哥大公司)為相互獨立的公司，英國標準協會除了針對台灣大哥大公司 2009-2010 年企業社會責任報告書進行評估和查證外，並無與台灣大哥大公司有任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書的目的僅作為對下列有關台灣大哥大公司企業社會責任報告書所界定範圍內的相關事項進行查證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外，對於關於其他目的之使用，或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人，英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書係基於台灣大哥大公司提供予英國標準協會之相關資訊審查所作成之結論，因此審查範圍乃基於並僅限在這些提供的資訊內容之內，英國標準協會認為這些資訊內容都是完整且準確的。

對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問，將由台灣大哥大公司一併回覆。

查證範圍

台灣大哥大公司與英國標準協會協議的查證範圍包括:

1. 整份報告書內容及 2009-2010 年台灣大哥大公司總部及其相關企業之營運系統與活動。
2. 依照 AA1000 保證標準(2008)的第 1 應用類型評估台灣大哥大遵循 AA1000 當責性原則標準的本質和程度，不包括對於報告揭露的資訊/數據之可信賴度的查證。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們總結台灣大哥大公司企業社會責任報告書內容，對於台灣大哥大公司的相關運作與績效則提供了一個公平的觀點。我們相信有關台灣大哥大公司 2009-2010 年的經濟、社會及環境等績效指標是被正確無誤地呈現。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準(2008)查證能力之團隊執行，以及策劃和執行這部分的工作，以獲得必要的訊息資料及說明。我們認為就台灣大哥大公司所提供的足夠證據，表明其依據 AA1000 保證標準(2008)的報告方法和他們的自我聲明符合全球報告倡議準則係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關於台灣大哥大公司政策，進行高階管理層的審查，以確認本報告中聲明書的合適性
- 與台灣大哥大公司管理者討論有關利害關係人參與的方式，然而，我們並無直接接觸外部利害關係人
- 訪談 26 位與永續性管理、報告編製及資訊提供有關的員工
- 審查有關組織的關鍵性發展
- 審查財務與非財務報告相關的會計系統之廣度與成熟度
- 審查內部稽核的發現
- 審查報告中所作宣告的支持性證據，及
- 針對公司報告及其相關 AA1000 保證標準(2008)中描述有關包容性、重大性及回應性原則的流程管理進行審查

結論

針對包容性、重大性及回應性之 AA1000 當責性原則、永續性績效資訊與 GRI 3.1 版報告指南的詳細審查結果如下：

包容性

2009-2010 年報告書反映出台哥大公司已開始尋求利害關係人的參與，以發展及達成對企業社會責任具有責任且策略性的回應。報告書中已公正地報告與揭露經濟、社會和環境的訊息，足以支持適當的計畫與目標設定；以我們的專業意見而言，這份報告涵蓋了台哥大公司的包容性議題，然而，未來的報告可以進一步加強下列的項目：

- 持續掌握電信業對於減緩氣候變遷的最新發展，並結合公司核心策略，以協助社會大眾與其他產業共同因應氣候衝擊與節能減碳

重大性

台哥大公司公布永續經營相關資訊使利害關係人得以對公司的管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言，這份報告適切地涵蓋了台哥大公司的重大性議題。然而，未來的報告書可以進一步加強以下的項目：

- 增進長期的溫室氣體盤查資訊與相關績效揭露以及服務與產品生命週期碳足跡資訊，以作為國際 ICT 產業減碳解決方案倡議之回應

回應性

台哥大公司執行來自利害關係人的期待與看法之回應。台哥大公司已發展相關道德政策，作為提供進一步回應利害關係人的機會。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了台哥大公司的回應性議題。然而，未來的報告可以進一步加強以下的項目：

- 持續地發展及更新利害關係人參與之相關回應策略，如增加供應鏈的 CSR 管理要求
- 為能提升提供利害關係人報告書中 CSR 績效資訊之可比較性與時效性，鼓勵增進現有的報告出版頻率為一年一次

GRI 報告指南

台哥大公司提供有關符合 GRI G3.1 版報告指南的自我宣告，與相當於 B+分級的相關資料；再者，台哥大已於此報告中進行電信業特定行業補充指標的揭露。基於審查的結果，我們確認報告中參照 GRI 的社會責任與永續發展的相關指標已被報告、部分報告或省略。以我們的專業意見而言，此自我宣告涵蓋了台哥大公司的社會性與永續性議題。然而，未來的報告可以進一步加強以下的項目:

- 鼓勵整合現有 CSR 數據資訊與 GRI G3.1 版報告指南指標內容以提升未來 CSR 數據蒐集之效能

保證等級

依據 AA1000 保證標準(2008)我們審查本聲明書為中度保證等級，如同本聲明書中所描述的範圍與方法。

責任

這份社會責任報告書所屬責任，如同責任信中所宣稱，為台哥大公司負責人所有。我們的責任為基於所描述的範圍與方法，提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

能力與獨立性

英國標準協會於 1901 年成立，為全球標準與驗證的領導者。本查證團隊係由具工程背景，且接受過如 AA1000AS、ISO14001、OHSAS18001、ISO14064 及 ISO9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練，具有主導稽核員與碳足跡查證員資格之成員組成。本保證係依據 BSI 公平交易準則執行。

For and on behalf of BSI:

Peter Pu
Managing Director BSI Taiwan
19 August, 2011

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-4

GRI G3.1 相符性對照表

●完全揭露△部分揭露○未揭露或不適用

	GRI 準則	揭露狀況	頁次	補充說明
1.	策略與分析			
1.1	高層聲明	●	3	
1.2	關鍵衝擊、風險與機會	●	16	
2.	組織概況			
2.1	機構名稱	●	7	
2.2	產品和(或)服務	●	6	
2.3	營運架構	●	2	
2.4	總部位置	●	2	
2.5	營運國家	●	5	
2.6	所有權	●	5	
2.7	服務市場	●	5	
2.8	組織規模	●	5	
2.9	重大組織改變	●	5	本公司近兩年無重大組織之變革
2.10	所獲獎項	●	5,14,29,38,42,48,50	
3.	報告參數			
3.1	報告期間	●	2	
3.2	上一份報告的日期	●	2	
3.3	報告週期	●	2	2007年至2010年，每兩年發行一版企業社會責任報告書
3.4	聯絡資訊	●	2	
3.5	內容定義	●	2	
3.6	報告範圍	●	2	

	GRI 準則	揭露狀況	頁次	補充說明
3.7	報告範疇的限制	●	2	
3.8	合營資機構、分支機構、外包	●	5	
3.9	數據測量技巧	●	2	
3.10	舊報告資訊重述的效益	●	60	作為不同時點之比較
3.11	與以往報告相較的改變	●	2	
3.12	各列標準揭露在報告中的位置	●	60-67	
3.13	外部查證	●	59	
4.	治理、承諾及議合			
4.1	治理架構(依性別分，以年齡及少數族群等分類，報告最高治理階層之成員比例)	●	8,61	男 / 女 30歲以下 0 / 0 31~50歲 0 / 0 51歲以上 8 / 1
4.2	指出董事長是否兼任執行長	●	61	董事長未兼任總經理或執行長
4.3	獨立董事	●	8	
4.4	股東及員工的參與機制	●	16	
4.5	高階主管薪酬與組織績效間的連結	●	9	
4.6	避免利益與董事會衝突的流程	●	12	
4.7	確認最高治理單位的組成與所需具備的專業之流程及其承諾，包括對性別和其他多樣性指標之任何考量	●	9	
4.8	內部訂定的使命或價值觀、行為守則	●	9-12	
4.9	董事會管理經濟、環境與社會績效的流程	●	14-15	
4.10	董事會評估本身經濟、環境與社會的流程	●	9	
4.11	預警原則	●	13	
4.12	外部憲章或原則	●	61	依循「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」
4.13	參加協會組織	●	17	
4.14	利害相關人清單	●	16-17	

	GRI 準則	揭露狀況	頁次	補充說明
4.15	辨識利害相關人	●	16	
4.16	利害相關人參與方式	●	16	
4.17	利害相關人提出的議題	●	16	
經濟績效指標				
經濟面管理方式揭露		●	7-9	
EC1	直接經濟價值	◑	8	
EC2	氣候變遷造成的財務風險與機會	◑	27,33	
EC3	福利計畫	●	46	
EC4	政府的財務援助	●	62	報告年間無財務援助
EC5	標準起薪（附加指標）	●	62	本公司標準起薪較政府所公告之基本工資高
EC6	當地供應商	◑	48	
EC7	聘用當地人員	◑	42-43	本公司統計至2010年底除2位外國員工外，主要以聘雇當地員工為主
EC8	為大眾利益投資的基礎建設投資與服務		19-20	
EC9	解與描述重大的間接經濟影響，包括影響的範圍（附加指標）	○	N.A.	
環境績效指標				
環境面管理方式揭露		◑	29-31	
EN1	所用物料的重量或用量	◑	35	
EN2	回收材料		34-35	
EN3	直接主要能源耗用	●	31	
EN4	間接主要能源耗用	◑	31	
EN5	由環境保護及效率的改善所節省的能源（附加指標）		32-33	
EN6	企業的自主行動，包括能源使用效率的提升、運用再生能源製作的產品及服務以及由於這些行動降低的能源耗用（附加指標）	◑	32-33	

	GRI 準則	揭露狀況	頁次	補充說明
EN7	為達成間接能源消耗的減量和達成減量成果的自主行動（附加指標）	●	32-33	
EN8	總耗水量	◑	35	
EN9	總耗水量的影響（附加指標）	◑	35	
EN10	回收水量（附加指標）	◑	35	
EN11	在敏感地區的土地資產	●	63	無相關情事
EN12	對生物多樣性的影響	●	63	無相關情事
EN13	受保護或經復育的棲地（附加指標）	●	63	無相關情事
EN14	對生物多樣性的策略（附加指標）	●	63	無相關情事
EN15	瀕臨絕種的物種（附加指標）	●	63	無相關情事
EN16	直接及間接之溫室氣體排放總重量	●	31	
EN17	其他溫室氣體排放	○	N.A.	
EN18	減少溫室氣體的計畫（附加指標）	●	32-33	
EN19	破壞臭氧層的物質排放量	●	63	非製造業、不具重大性
EN20	氮氧化物、硫氧化物與其他空氣污染物排放	●	63	非製造業、不具重大性
EN21	總排水量	●	63	非製造業、不具重大性
EN22	按處置方法劃分的廢棄物總量	●	63	一般廢棄物皆按當地公有系統方式處理 事業廢棄物皆按政府規定辦理
EN23	嚴重溢漏	●	63	無相關情事
EN24	有毒廢棄物的運送（附加指標）	●	63	無相關情事
EN25	受排放水與放流水影響的棲地（附加指標）	●	63	無相關情事
EN26	降低環境衝擊的計畫	●	29-35	
EN27	包裝材料	○	N.A.	
EN28	違反環境法令	●	63	報告期間，無相關情事
EN29	運輸造成的環境衝擊（附加指標）	○	N.A.	
EN30	環保支出（附加指標）	◑	49	

	GRI 準則	揭露狀況	頁次	補充說明
社會績效指標—勞工				
勞工面管理方式的揭露		●	42	
LA1	按地區／國別、雇用類型、以及雇用合約依性別進行總勞動力的細分	●	42	
LA2	按年齡、性別和區域區分計算新進員工人數、比例與員工離職人數和離職率	●	43	
LA3	在營運主要據點對全職、正式員工提供之福利（附加指標）	●	46-47	
LA4	受勞資雙方共同協議保護之員工比例	●	42	
LA5	最短通知期	◑	42	重要變更之最短通知期，本公司均符合通知程序
LA6	描述由勞資雙方代表參加的正式聯合勞工健康安全委員會之勞工比例，藉以監督和指導職業健康安全計劃（附加指標）	◑	47	
LA7	工傷率、職業病率、損失工作日及缺勤比率以及和工作有關的死亡人數	●	47	目前無工作相關性之職業病產生。 2009年與2010年各發生1件職災事件，皆為公司男性員工
LA8	對員工、家屬、及社區等針對重大疾病的教育、訓練、諮詢、預防及風險控制計劃的執行	◑	47	
LA9	關於健康，與工會達成的協議（附加指標）	○	N.A.	
LA10	按雇員類別與性別計算的單一雇員每年接受的訓練時數	●	45	
LA11	員工職能管理和終生學習計劃以協助員工持續受雇之能力及其退休計畫（附加指標）	●	45-46	
LA12	依性別報告員工接受定期的績效及生涯發展審查的比例（附加指標）	●	64	2009:100%，2010:100%
LA13	成員的多元組成	●	42-43	
LA14	性別薪資差異	●	64	女男基本薪資比例為1:1 平均年薪(含績效報酬)依性別比例，女性為1，以下為男性比值結果 年度 / 2009 / 2010 副理(含)以上主管 / 0.97 / 0.95 副理以下人員 / 1.13 / 1.14
LA15	按性別報告育嬰假後恢復工作和留存率	●	46-47	

	GRI 準則	揭露狀況	頁次	補充說明
社會績效指標一人權				
人權面管理方式的揭露		●	42	
HR1	有多少公司重大投資協議與合約，載有關注人權之條款或經過人權篩選之件數及佔總重大投資件數之比率	○	N.A.	
HR2	重要供應商和(或)承包商與其他商業夥伴的選擇，有多少比例經過人權過濾且已採取行動	◑	48	
HR3	人權的訓練(附加指標)	●	65	1.於新進人員職前訓練中介紹包含員工手冊、性別工作平等相關規章制度，總計1,518小時。 2.資訊安全小組自新進人員職前訓練起，安排個人與客戶資料安全/保密相關課程，並規劃定期進階課程，協助同仁強化保護個人資料安全意識，總計1,163小時。 3.相關訓練時數佔2009年~2010年訓練總時數約為2.3%。
HR4	歧視事件發生之總和和已採取的矯正行動	●	42	未發生歧視事件
HR5	可能危害或違反員工結社自由和共同協議的作業及重要供應商和採取了什麼樣的行動	◑	65	本公司尊重員工於法律上所被賦予之權利，從未阻止或妨礙員工結社之自由。
HR6	企業營運活動及重要供應商對童工可能造成之危險已經確認，且衡量消除童工的貢獻	●	42	
HR7	辨認有強迫或強制性勞動風險的營運活動和重要供應商，且能量測消除所有形式的強迫勞動之貢獻	●	65	無相關情事
HR8	保全人員的訓練 (附加指標)	○	N.A.	
HR9	侵犯原住民人權的次數 (附加指標)	●	65	無相關情事
HR10	受到人權的審查和(或)影響評估的營運活動的總數和比例	○	N.A.	
HR11	經由正式申訴機制與人權有關的申訴件數、處理和解決的數量	○	N.A.	

	GRI 準則	揭露狀況	頁次	補充說明
社會績效指標—社區				
社區面管理方式的揭露		●	9-12	
SO1	實施當地社區參與、影響評估和發展方案的營運活動之比例	◑	18,50-58	
SO2	收賄風險分析	◑	11-12	
SO3	反收賄訓練	●	11-12	
SO4	針對賄賂個案所採取的行動	◑	66	對於防制具貪污高風險人員，公司為其投保高額誠實險
SO5	公共政策發展與遊說	●	66	無相關情事
SO6	政治捐獻(附加指標)	●	66	無相關情事
SO7	違反公平競爭行為 (附加指標)	●	66	無相關情事
SO8	違法法律及規則被處鉅額罰款的總額	●	66	無相關情事
SO9	對當地社區具有重大潛在或實際的負面影響的營運活動	○	N.A.	
SO10	對當地社區具有重大潛在或實際的負面影響之預防和減緩措施	○	N.A.	
社會績效指標—產品責任				
產品責任面管理方式揭露		●	38-39	
PR1	產品週期對健康與安全影響	○	N.A.	
PR2	違反健康與安全標準的次數 (附加指標)	●	66	無相關情事
PR3	依程序必要的產品與服務資訊類型及需要這些訊息的重要產品和服務之比例	◑	41	
PR4	違反產品資訊標準的次數 (附加指標)	●	66	無相關情事
PR5	消費者滿意度(附加指標)	●	39	
PR6	有關市場溝通，包括廣告、促銷、贊助等活動，所做遵從法律、標準及自律性的規劃	◑	41	
PR7	違反市場操作法規的次數(附加指標)	●	66	無相關情事
PR8	違反顧客隱私權的次數(附加指標)	●	66	無相關情事
PR9	產品違法所處重大罰款總額	●	66	無相關情事

		電信業補充指標		頁次	補充說明
內部管理	投資	IO1	按國家或區域劃分的企業在電信網路基礎建設之投資額	N.A.	
		IO2	因「電信普及服務」之義務，於特殊地區或低收入群提供非營利服務的淨成本	18-19	
	健康安全	IO3	建造和維護通信設施時，確保人員健康與安全的措施	47	
		IO4	遵守國際非游離輻射防護委員會頒發的手機無線發射防護的規範	36	
		IO5	遵守國際非游離輻射防護委員會頒發的基地台無線發射防護的規範	36	
		IO6	與手機設備電磁波能量吸收比(SAR)相關的政策與措施	36	
	基礎建設	IO7	天線和傳輸設備選址之相關政策與措施，包括與利害關係人協商、共站及主動降低不良視覺影響	36	
		IO8	已設站中，獨立基站、共用站點的數量及比例	32	
提供通訊服務	縮減數位落差	PA1	為偏遠或人口較少地區建設電信基礎建設並提供相關服務的政策與措施，並解釋所應用之商業模式	18	
		PA2	為彌平障礙提供的通訊商品及服務之相關政策與措施，其障礙包括語言、文化、教育程度、收入、殘疾和年齡因素，並說明所應用之商業模式	40	
		PA3	為確保通訊產品及服務有效性和可靠性而採取的政策與措施，如可能，詳盡說明通訊故障所發生之時間地點	39	
		PA4	於營運區域應針對通訊產品及服務有效性進行量化評估。案例包括客戶人數/市佔率、已進入市場、網路覆蓋人口比率、網路覆蓋地區比率	7	
		PA5	為低收入或無收入來源族群提供的通訊產品及服務的數量、類型，並提供所選擇對象的涵義，包括定價	40	
		PA6	在緊急、災害救助情況下提供及維護通訊產品服務的計畫	50	
	內容提供	PA7	與取得與使用通訊產品與服務相關的人權問題的政策與措施。例如：兒童弱勢族群等保護	40-41	
	顧客關係	PA8	公開溝通電磁波等相關問題的政策與措施，包括在銷售資料中提供相關訊息。	36	
		PA9	在電磁研究及活動之投資總額，包括所報告機構贊助及受益的項目說明。	68	2010年約7百萬
		PA10	確保資費說明之透明度	41	
		PA11	主動告知消費者產品特性及能夠提高效率、降低使用成本、更佳環保的使用方式。	39	

		電信業補充指標		頁次	補充說明
技術應用	資源效率	TA1	舉例說明如何藉由所提供之通訊產品和服務提高資源的使用效率。	27-28	
		TA2	舉例說明通訊產品、服務和技術應用最有可能取代的實體產品(例如：使用網路資料庫取代電話本；使用視訊會議取代傳統的會議形式)。	27-28	
		TA3	披露公司在改變消費者使用上述通訊產品、服務以有效利用資源的措施，並提供其比例、市場規模或潛在的費用節省。	27-28	
		TA4	披露對消費者使用上述產品和服務的間接效果評估，以及在未來發展應注意的問題，包括社會與環境面向的影響。	23-28	