

企業有多大 責任就有多大  
真心關懷 就是行動的開始

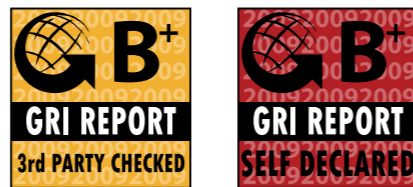


# 關於報告書

本報告書遵照ESG原則，主要呈現2007-2008二年度期間公司在環境保護、社會參與及公司治理之做法與各項績效數據，如有超出此範圍者皆於報告書中特別註明。報告書內容主要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，則於報告書中特別註明。

報告書中所揭露的統計數據皆來自於台灣大哥大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。

本報告書參考全球報告書協會(Global Reporting Initiative, GRI)之全球永續性報告書第三代綱領(GRI/G3 guidelines)所編撰，內容架構為經營績效、環境永續發展及企業社會責任三大主題，與國際永續經營的揭露標準相呼應，報告書公佈的所有資訊與數據皆經信譽卓著的國際認證機構，根據AA1000查證標準進行查證，經確證後，本報告書所揭露的重大議題已經符合GRI G3的應用等級B<sup>+</sup>，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



# 目錄

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 董事長與總經理的話                | 4  |
| 企業社會責任承諾                 | 6  |
| 利害關係人之溝通                 | 7  |
| 經營績效                     | 9  |
| 一、公司概況                   | 9  |
| 二、公司治理                   | 13 |
| 環境永續發展                   | 20 |
| 一、環保管理方針及策略              | 22 |
| 二、環保組織架構                 | 22 |
| 三、環保整體規劃作為               | 22 |
| 四、電子帳單與無紙化行動             | 23 |
| 五、手機回收計畫                 | 24 |
| 六、節能基地台                  | 26 |
| 七、電磁波溝通                  | 27 |
| 八、廢電纜回收                  | 27 |
| 九、節能與回收                  | 28 |
| 十、綠色採購                   | 31 |
| 十一、節能減碳服務                | 32 |
| 十二、環保教育                  | 32 |
| 企業社會責任                   | 34 |
| 一、員工關係                   | 36 |
| 二、客戶服務—真心關懷<br>提供安心的通訊環境 | 41 |
| 三、供應商關係                  | 46 |
| 四、社區回饋                   | 47 |
| 五、縮減數位落差                 | 55 |
| 六、弱勢關懷                   | 61 |
| 附錄                       | 64 |
| 查證聲明書                    | 64 |
| GRI指標補充說明                | 66 |
| GRI指標索引                  | 66 |







## 董事長的話

2008下半年，由美國次級房貸危機所引發的金融海嘯爆發，全球經濟陷入風暴，百年知名企業如雷曼兄弟一夕破產倒閉，原本光鮮亮麗的華爾街投資家變成眾矢之的，人心惶惶、信心潰散。但危機往往即是轉機，當金融海嘯、經濟衰退的警鐘響起，正是企業重新反思社會責任價值，邁向永續發展的契機。

本公司堅守的核心價值：堅持誠信為本，落實企業社會責任，為股東、員工、社會大眾創造最大價值，打造世界級一流企業。

這本企業社會責任報告書的出版，正是我們以誠信的態度，依循國際標準，透明而公開地充分回應股東、員工、消費者、供應商、環境、社區等各利害關係人所關切的重要議題。

我們堅持以誠信的態度，為股東創造最大利益，在逆勢中提供股東穩健而豐厚的報酬，2008年更首開國內上市公司先例，子公司放棄所持母公司股票的股利分派權利，具體實現股東權益最大化。

我們更進一步預見數位匯流的趨勢，於2007年完成收購台灣固網及台灣電訊，事業版圖由行動拓展至固網及有線電視，奠定發展數位匯流整合服務的先機。

展望未來，我們會以誠信的企業精神、前瞻而穩健的經營步伐持續前進，共創企業與社會的雙贏。

董事長

楊明興

## 總經理的話

近年來，我們堅持有策略、有系統地投入企業社會責任：從社會真實需求出發，結合企業核心資源，協助非營利組織團體，將社會效益最大化。

在實踐上，充分善用電信業核心技術與能力，推動5180即時捐款平台、909手機語音導覽、myfone行動創作獎，創新企業投入社會公益模式。

2007及2008年起，我們則進一步聚焦於兩大主軸：環境保護以及縮短數位落差。

全球氣候變遷的威脅不斷升高，導致國內外各地天災日趨頻繁與劇烈，嚴重的災情時有所聞，大自然的警訊在在提醒著我們，應當反省自身的生活型態與能源、資源的使用方式。

身為國內電信服務業的領導品牌之一，我們深切體認到自身的責任與影響力，近年來除了內部力行節能減碳，更積極推動廢手機回收、電子帳單，使台灣大哥大成為用戶、員工及社會大眾共同參與環保的平台。

另一方面，我國貧富及城鄉差距漸增，加上資訊社會的發展，使得數位落差問題日益嚴重。我們認為，縮減數位落差是電信業者別無旁貸的責任，並從三大層次具體實踐：資訊近用、資訊素養、資訊應用逐步著手，目標是從硬體到軟實力的養成，全面協助偏鄉地區以及弱勢族群提升數位競爭力。

單一企業的力量，或許還是有限。但希望藉由這本報告書的呈現，與所有關心社會責任的企業與大眾，分享我們的理念與做法，期盼各界予以指教與意見回饋，作為我們持續精進的動力。

總經理

張孝威





# 企業社會責任承諾

台灣大哥大以「創造最佳客戶使用經驗」為核心理念，提供全方位通訊與媒體服務，成為數位匯流時代的領導者。並堅持誠信為本，落實企業社會責任，為股東、員工、社會大眾創造最大價值，打造國際級一流企業。

金危海嘯發生以來，全球各界均更重視CSR是否將成為企業經營的行為準則，台灣大哥大認為CSR是企業文化與核心價值的具體實踐。因此我們設定策略，以企業核心價值為本，針對社會真正的需求，運用核心能力並整合所有可用之資源，實現企業社會責任，發揮最大社會效益。

台灣大哥大於2007年首度出版電信業第一本「企業社會責任報告」，誠信的將我們在CSR上的信念與實踐，對外溝通。今年要更進一步，推出一本與世界接軌的CSR報告，涵蓋公司治理、環境永續及企業社會責任三大面向，承諾持續提昇公司治理績效、建構友善的綠色實業體系、善盡企業公民責任，具體實踐企業對社會的承諾，並將每兩年出版一次CSR報告書訂為本公司政策。

## 企業社會責任組織

台灣大哥大除了每年投入幾千萬回饋社會，我們也引領風潮率先於2007年設置專人負責社會責任部門。

社會責任部門專責統籌規畫公司CSR各項相關業務之策略、規畫與執行，每年定期向台灣大哥大基金會董事會及台灣大哥大公司治理委員會報告經濟、環保及社會責任議題，提擬相關策略，董事會及委員會必須審查預算規劃及執行成效，以定期檢視CSR策略進展及社會影響性，必要時敦促團隊進行調整修正，以確保策略執行的可能性。

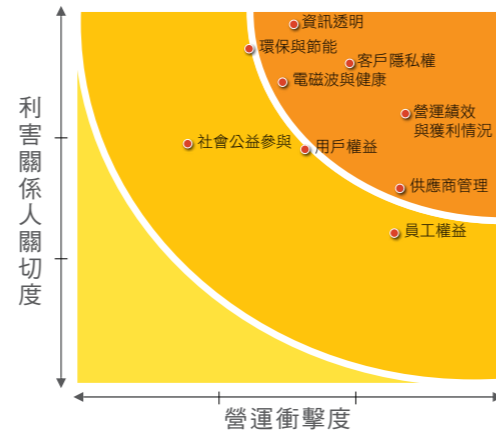
2007-2008年台灣大哥大共投入約7,640萬元推動社會公益活動，各項預算執行佔比分別為：縮減數位落差及通訊急難救助25%、關懷偏遠弱勢25%、藝術推廣與社區營造22%、環境保護17%、關懷青少兒11%。

## CSR關鍵議題

本報告書針對股東、主管機關、員工、客戶、供應商、環境、社區和社會等為溝通面向，並採取實質性評估程序釐清議題的優先順序。由社會責任部門成員透過評估會議，以討論方式，將本公司利害關係人及其關心CSR議題列表，再透過表單填寫、彙整，收集相關部門所評估回覆意見，釐清重要利害關係人，並將各種溝通方式得到的利害關係人意見回饋歸納，以「利害關係人關切度」及「營運衝擊度」為主要向度做為工具進一步分析。

透過實質性評估程序，我們辨識出推動企業社會責任的優先關鍵議題包括了：「營運績效與獲利情形」、「資訊透明」、「環保與節能」、「電磁波溝通」、「員工權益」、「客戶隱私權」、「用戶權益」、「供應商關係」及「社會公益參與」。

利害關係人所關心之議題隨社會變化而持續改變，本報告書優先揭露公司針對以上關鍵議題之因應與績效外，一般經常性活動及回應則另揭露於公司網頁。



# 利害關係人之溝通

列舉本公司與利害關係人溝通做法：

| 對象   | 溝通做法   |  |
|------|--|--|
| 員工   | <ol style="list-style-type: none"> <li>員工與總經理對話：                             <ol style="list-style-type: none"> <li>每3個月舉行經理級以上主管與高層溝通會議，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。</li> <li>設置總經理信箱，員工可直接反應對公司任何建議。</li> <li>總經理不定期以電子郵件，與所有員工分享想法及理念。</li> </ol> </li> <li>訊息公告系統—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。</li> <li>員工意見調查—每2年委託專業外部機構，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收集意見。</li> <li>不定期發行台灣大哥大電子報刊物。</li> <li>設有職工福利委員會。</li> </ol> |  |
| 客戶   | <ol style="list-style-type: none"> <li>24小時免費客服專線：接受產品查詢、服務設定諮詢及申訴。</li> <li>客服網路信箱：提供網路客服，一指之間解決需求。</li> <li>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。</li> <li>定期帳單夾寄刊物：隨帳單寄送重要訊息、優惠與活動資訊。</li> <li>門市通路。</li> <li>利用官方網站及電子報，與用戶快速溝通。</li> <li>不定期舉辦之用戶專屬活動。</li> </ol>   |  |
| 投資者  | 一般股東   | <ol style="list-style-type: none"> <li>每年定期召開股東大會，並依規定發行財務年報於會中發送。</li> <li>於企業網站內設立股東專區，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。</li> <li>可從網路自行訂閱投資人訊息。</li> <li>設置一般股東聯絡窗口。</li> </ol> |
|      | 法人股東   | <ol style="list-style-type: none"> <li>每月定期佈營運概況資訊。</li> <li>每季定期舉辦法人說明之電話會議；不定期舉辦面對面之法人說明會及一對一會議。</li> <li>參加海內外投資機構研討會。</li> <li>設置法人股東聯絡窗口。</li> </ol>                                |
| 供應商  | <ol style="list-style-type: none"> <li>建置電子採購招標系統，資訊透明公開。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>建立廠商評鑑機制，定期由採購人員就品質、服務等項目評分。</li> </ol>  |  |
| 社區居民 | <ol style="list-style-type: none"> <li>視情況拜訪社區及管委會進行溝通健康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。</li> <li>與電信協會共設免費電磁波檢測專線提供服務；發送基地臺電磁波宣導品至社區、鄰里。</li> <li>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。</li> <li>有線電視系統台節目部設專人負責與社區居民溝通安排居民與學生參訪電視台，藉此更瞭解產業。</li> <li>舉辦藝文活動邀請社區居民共同參與。</li> </ol>  |  |

| 政府機關                                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>3. 配合其對於資費、網路建設之管理。</li> </ol>   |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
|---|--|------|------|-------------------|----------|---|---------------------|-------------------------------------|---------------------|-----------|--------|-------------------|-----------|---------------------------|-----------------|
| 同業                                      | <p>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：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 台灣電信產業發展協會</li> <li>2. 台北市電腦商業同業公會</li> <li>3. 台灣網路資訊中心</li> <li>4. 台灣網際網路協會</li> <li>5. CBIT台灣有線寬頻產業協會</li> <li>6. Bridge Mobile Alliance</li> <li>7. GSA Association(簡稱GSMA)</li> </ol>  |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| 學者專家                                    | <p>本公司與政府部門、大專院校及社團法人顧問研究機構均有緊密之產學研合作計畫或研討，領域擴及電信研究、環保領域、社會責任、青少年輔導、兒少上網安全…等。</p> <p>2007-2008年之相關學術計畫及研討會列舉如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>計畫名稱</th> <th>合作單位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>無線寬頻網路頻譜量測數據分析與探討</td> <td>國立台北科技大學</td> </tr> <tr> <td>IP Based SIP Video/Voice Softphone 軟體研發</td> <td>財團法人工業技術研究院資訊與通訊研究所</td> </tr> <tr> <td>Go Go Together Trial system技術服務研發計畫</td> <td>財團法人工業技術研究院資訊與通訊研究所</td> </tr> <tr> <td>行動技術國際研討會</td> <td>國立宜蘭大學</td> </tr> <tr> <td>實體帳單電子化減碳效益之本土化研究</td> <td>環境品質文教基金會</td> </tr> <tr> <td>台灣地區國中青少年面臨道德困境時之認知、因應和感受</td> <td>社團法人中華民國得勝者教育協會</td> </tr> </tbody> </table> | 計畫名稱 | 合作單位 | 無線寬頻網路頻譜量測數據分析與探討 | 國立台北科技大學 | IP Based SIP Video/Voice Softphone 軟體研發 | 財團法人工業技術研究院資訊與通訊研究所 | Go Go Together Trial system技術服務研發計畫 | 財團法人工業技術研究院資訊與通訊研究所 | 行動技術國際研討會 | 國立宜蘭大學 | 實體帳單電子化減碳效益之本土化研究 | 環境品質文教基金會 | 台灣地區國中青少年面臨道德困境時之認知、因應和感受 | 社團法人中華民國得勝者教育協會 |
| 計畫名稱                                    | 合作單位   |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| 無線寬頻網路頻譜量測數據分析與探討                       | 國立台北科技大學   |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| IP Based SIP Video/Voice Softphone 軟體研發 | 財團法人工業技術研究院資訊與通訊研究所  |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| Go Go Together Trial system技術服務研發計畫     | 財團法人工業技術研究院資訊與通訊研究所  |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| 行動技術國際研討會                               | 國立宜蘭大學   |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| 實體帳單電子化減碳效益之本土化研究                       | 環境品質文教基金會  |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| 台灣地區國中青少年面臨道德困境時之認知、因應和感受               | 社團法人中華民國得勝者教育協會  |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| 非營利組織                                   | <p>經由各式產官學研討活動與非營利團體溝通、交換意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 環境保護－ <ol style="list-style-type: none"> <li>① 經由參與社團法人中華民國企業永續發展協會，積極參與永續議題討論，與環保團體及多方利害關係人溝通，並因應國際趨勢與政府進行政策倡議，並參與國內各項相關研討會。</li> </ol> </li> <li>2. 其他－ <ol style="list-style-type: none"> <li>① 迅速且透明地回應中華民國消費者文教基金會之諮詢及申訴，以維持消費者權益。</li> <li>② 參與終止童妓協會主辦之「兒少上網安全策略國際研討會」，分享企業之社會責任。</li> <li>③ 參與喜馬拉雅基金會、中華民國基督教女青年協會等舉辦之研討會，分享企業之社會責任。</li> </ol> </li> </ol>   |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |
| 其他                                      | <p>除同業相關協會外其他參與外部協會，積極參與下列公協會各委員會之運作，以貼近產業脈動，為台灣資通信產業應用發展，貢獻力量及經驗：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 亞太工商總會</li> <li>2. 社團法人中華民國企業永續發展協會</li> <li>3. 台灣數位出版聯盟</li> <li>4. 中華民國資訊經理人協會</li> <li>5. 中華民國資訊長協進會</li> <li>6. 玉山科技協會</li> <li>7. 財團法人公共關係基金會</li> </ol>   |      |      |                   |          |   |                     |                                     |                     |           |        |                   |           |                           |                 |

## 經營績效

### 一、公司概况

台灣大哥大股份有限公司於1997年2月25日設立，同年取得政府核發第一類電信事業特許營運執照，是第一家於台灣證券交易所上市交易之民營電信公司，也是國內第一家推出WCDMA系統之第三代(3G)行動通訊服務業者。

台灣大哥大於2000年掛牌上櫃，為台灣第一家上櫃的行動電話業者；2002年正式上櫃轉上市（台灣證券交易所交易代碼：3045），同年納入台灣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，台灣大哥大於2001年7月收購台灣南區行動電信業者泛亞電信；2004年8月完成收購中區之東信電訊，以約30%之電信營收市佔率，居國內行動電信業的領導品牌之一。2008年9月，正式完成合併泛亞電信及東信電訊。

2007年陸續收購台灣固網、台灣電訊及台固媒體，成為台灣第二大網路服務供應商，架構橫跨行動通訊、固網、寬頻上網及有線電視「四合一」平台。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，提供涵蓋行動通訊、有線電視、固網的整合通信服務，成為通訊及內容產業的領導業者。

台灣大哥大十餘年來在資訊安全管理、客戶服務、公司治理、企業社會責任等各項指標表現傑出，頻獲國內外評鑑肯定，是最受尊崇、信賴的台灣企業之一。

展望未來，台灣大哥大將繼續秉持讓客戶「盡情溝通、無限輕鬆」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服務事業典範，成為國內數位匯流服務的領航者。

總部位置：台北市基隆路二段172-1號13樓之一

營運國家：中華民國

組織規模

|          | 2007  | 2008  |
|----------|-------|-------|
| 員工人數(人)  | 4,586 | 4,552 |
| 合併營收(億元) | 661   | 693   |
| 營業淨利(億元) | 213   | 218   |
| 總資產(億元)  | 980   | 919   |
| 股東權益(億元) | 324   | 509   |
| 負債(億元)   | 656   | 410   |

(註：母、子公司合併)

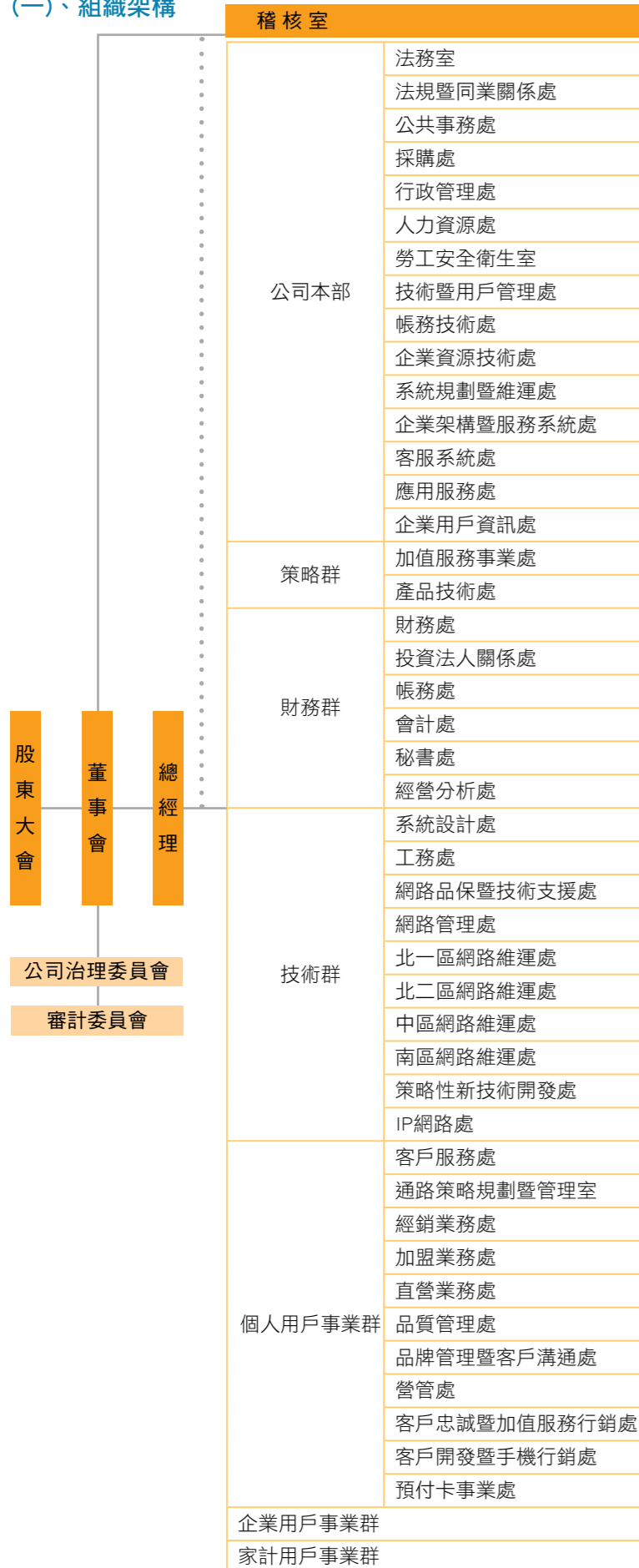
### 榮耀紀事—2009年

|     |  |
|-----|--|
| 11月 | 總經理張孝威榮獲安永創業家大獎 2009台灣「標竿創業家獎」   |
| 11月 | 獲行政院環境保護署頒發第十八屆「中華民國企業環保獎」，為首家獲此殊榮的服務業企業   |
| 10月 | 企業用戶事業群李尚修榮獲商業週刊「超級業務員大獎」金獎，本公司連續第二年包辦科技業組大獎                                       |
| 10月 | 榮獲《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         |
| 7月  | 連續第四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                               |
| 06月 | 連續第三年榮獲Corporate Governance Asia雜誌亞洲地區最佳公司治理獎                                      |
| 06月 | 榮獲《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   |
| 04月 | 榮獲《讀者文摘》「信譽品牌」行動電話網路供應商、電信公司兩項金獎，連續第六年獲消費者票選為最值得信賴的行動電信公司                          |
| 03月 | 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 |
| 03月 | 連續第三年榮獲《天下雜誌》「天下企業公民獎」，並三度蟬聯公司治理指標第一   |
| 02月 | 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  |



(一)、組織架構

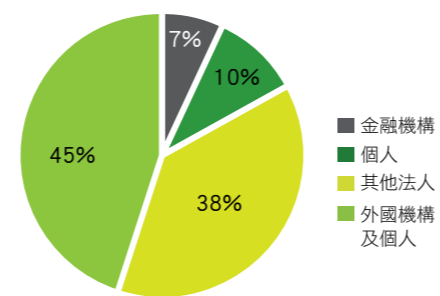
2008.12.31



(二)、股權結構

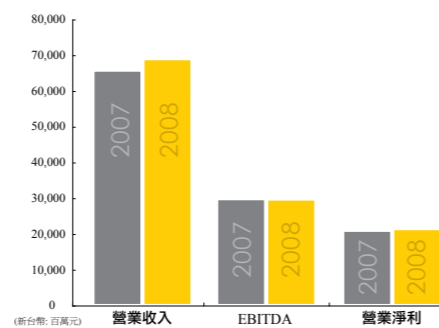
本公司主要股東包括國內外法人及個人，其中外國機構及個人占股權比例45%。前十大股東為：台灣固網(股)公司、台固投資(股)公司、明東實業(股)公司、道盈實業(股)公司、匯豐銀行託管DLK控股公司投資專戶、富邦綜合證券(股)公司、富邦人壽保險(股)公司、蔡明忠、蔡明興、匯豐銀行託管麥格理銀行股份有限公司專戶。(資料來源：2008年7月7日集保公司提供之股東名冊)

▼ 台灣大哥大股東結構



(三)、營運績效

台灣大哥大在2007年整併了台灣固網、台灣電訊及台固媒體，在優質的語音服務之外，利用先進的寬頻技術，亦提供影音多媒體內容的傳輸與應用，奠定台灣大哥大全方位電信與媒體服務業者的地位。2008年國際經濟情勢嚴峻，台灣大哥大仍秉持全力以赴的精神，持續強化核心競爭力及市場領導地位，整體業務表現合乎預期，在經濟風暴中穩定前航。2008全年度合併營收較2007年成長5%，主要來自固網及有線電視的營收貢獻，加上折舊費用減少，使得營業淨利較2007年增加2%。



1. 納稅金額及租稅優惠

單位：仟元/新台幣

|         |      | 2007      | 2008      |
|---------|------|-----------|-----------|
| 現金支付所得稅 |      | 4,708,894 | 3,259,187 |
| 租稅優惠    | 投資抵減 | 283,705   | 316,878   |
|         | 虧損扣抵 | 52,856    | 39,901    |

資料來源：台灣大哥大母、子公司合併財務報告

2. 來自政府的財務援助

台灣大哥大參與由宏碁公司主辦之「M-Taiwan行動新世代計畫」，於合作之大專院校內，利用Cellular/WiFi雙網提供加值服務。台灣大哥大獲得政府補助款總計為1,200萬元，2007-2008期間已領取補助款960萬元。

(四)、品牌精神

1. 承諾與願景

「生活有台灣大哥大，隨時隨地輕鬆體驗簡單、人性化的行動生活」是我們一直以來秉持的承諾。台灣大哥大致力於創造最佳行動通訊的使用經驗，以輕鬆人性化的創新思維，將科技的力量轉化為簡單、實用、友善的方案。

2. 價值與理念

我們相信唯有不斷的追求更好，才能造就創新。從整體企業到各層員工，徹底實踐「化繁為簡」、「創新思維」、「熱情追求」、「誠信處世」的四大品牌價值。

3. 考量客戶需求 提供多樣化的服務

為了能研發出更精準符合客戶需求的產品，台灣大哥大將客戶分成三大消費群：家庭連繫族、朋友哈啦族、工作打拼族；依據不同的需要與使用經驗，發展各種資費、行動網卡、整合平台與多種加值體驗，透過門市、廣告、網路、或是手機及行動裝置等等介面，讓客戶全面性體驗到我們所提供的各式服務。

4. 順應潮流，引領客戶邁向數位時代

為了支持客戶邁向數位匯流時代，讓每一位客戶能切身感受到台灣大哥大與你生活在一起；我們依據個人用戶、家庭用戶、企業用戶，整合集團資源建立並管理「台灣大哥大」、「台灣大寬頻」、「台灣大電訊」三大品牌，讓消費者可透過此三個品牌享受行動、寬頻、以及數位化服務。

(五)、產品與服務

本公司服務對象包含個人、企業、家庭三大客戶群。服務區域遍及台灣地區全區，同時提供國際電話達256個國家，以及國際漫遊：GSM 139 國 240 網、3G 31 國 65 網及 GPRS 82 國 160 網。

榮耀紀事—2008年

|     |  |
|-----|--|
| 12月 | 副總經理張幼祺榮獲財團法人中華民國企業經理協進會頒發第二十六屆「國家傑出經理獎」資訊經理         |
| 11月 | 總經理張孝威獲得台灣金融分析專業人員協會(CFA Taiwan)頒發「卓越貢獻獎」，為台灣第一人獲此殊榮 |
| 11月 | myfone網路門市榮獲經濟部商業司頒發之「e-21金網獎」大金網優質獎                 |
| 11月 | 獲《壹週刊》第五屆「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              |
| 11月 | 與台灣大哥大基金會雙雙獲得行政院文化建設委員會頒發第九屆文馨獎金獎                    |
| 10月 | 企業用戶事業群陳駿銘、個人用戶事業群李心瑜榮獲商業週刊「超級業務員大獎」金獎與優勝            |
| 07月 | 連續第三年獲中華民國證期會「上市(櫃)公司資訊揭露評鑑」評為透明度最高A+級企業             |
| 06月 | 消費者文教基金會調查為國內顧客滿意度最高的行動電信公司                          |
| 04月 | 五度蟬聯《讀者文摘》讀者票選「信譽品牌」行動電話網路供應商金獎，電信業唯一                |
| 03月 | 《華爾街日報》評選為台灣前十大「最受尊崇企業」，並於創新項目名列第四                   |
| 03月 | 連續第二年榮獲《天下雜誌》「天下企業公民獎」，並於公司治理指標名列第一                  |

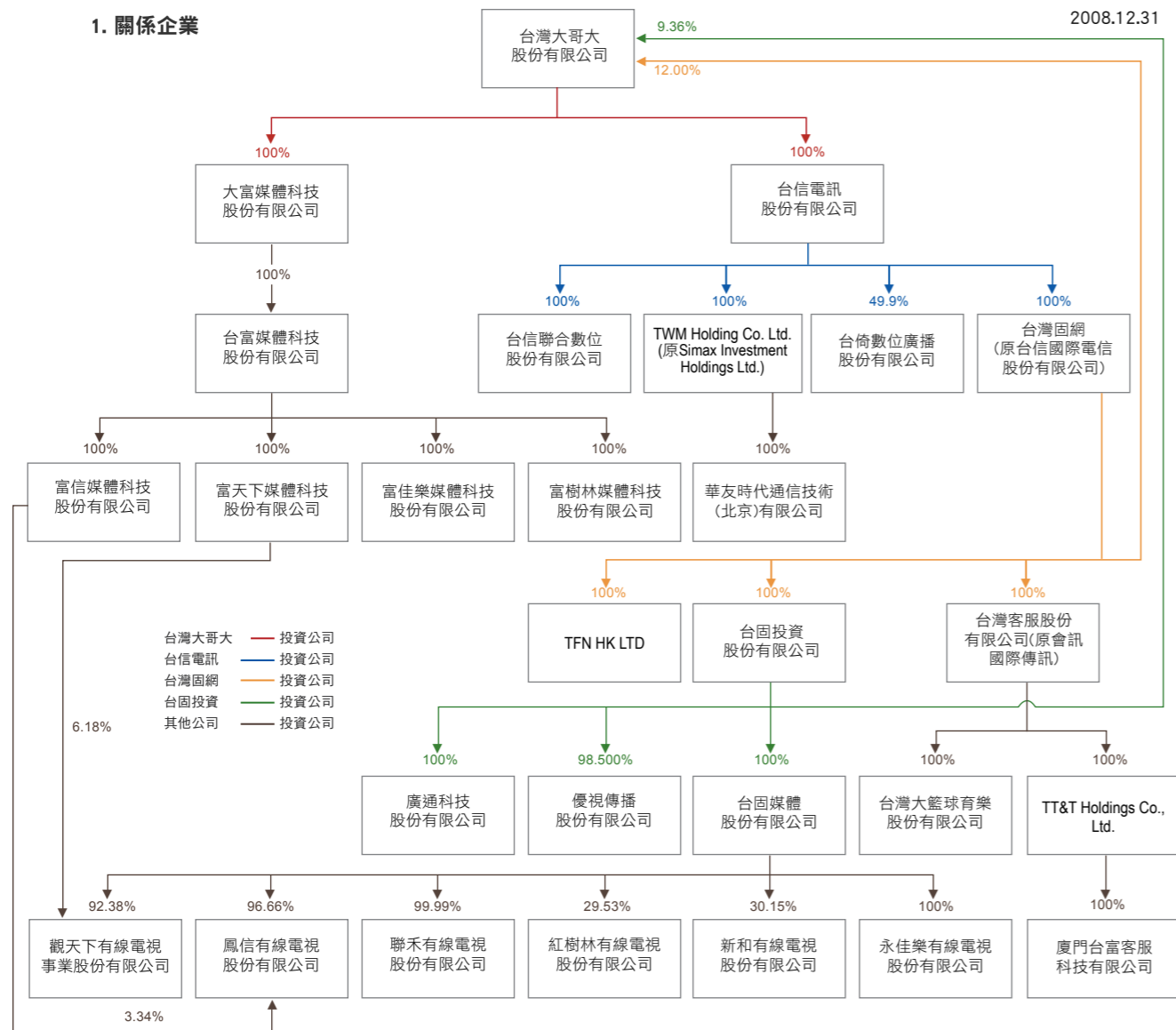
榮耀紀事—2007年

|     |  |
|-----|--|
| 08月 | 獲《Cheers雜誌》第二屆快樂工作人大獎「最佳企業雇主獎」         |
| 07月 | 連續第二年獲中華民國證期會「上市(櫃)公司資訊揭露評鑑」透明度最高A+級企業 |
| 05月 | 獲頒2007第三屆《遠見雜誌》企業社會責任獎服務業組楷模獎          |
| 04月 | 連續第四年獲《讀者文摘》「信譽品牌」行動電話網路供應商金獎          |
| 04月 | 獲《資安人雜誌》主辦、行政院研考會指導的「2007資安貢獻獎」        |
| 03月 | 獲《天下雜誌》第一屆「天下企業公民獎」，並於「公司治理」指標名列第一     |
| 03月 | 獲中華公司治理協會「CG6002公司治理評量認證制度」認證          |

台灣大哥大業務規劃為三大主要營運體系：個人用戶事業群、企業用戶事業群及家計用戶事業群，主要產品與服務內容如下：

|        |  |
|--------|--|
| 個人用戶業務 | <b>基本服務：</b> 語音服務、特碼服務、附加服務<br><b>增值服務：</b> 數據增值、語音增值、簡訊增值、一般簡訊、代收代付、簡碼租賃  |
| 企業用戶業務 | <b>語音服務：</b> 市內電話、長途電話、國際直撥電話、會議電話、集中式數位交換機(Centrex)、企業E phone、總機E phone、國內受話方付費電話(080)、國際受話方付費電話、國內付費語音資訊服務 (0209)<br><b>數據服務：</b> 國際數據電路出租、國際乙太專線、國際IP虛擬專用網路(IP VPN)、數據電路出租、國內乙太專線、國內IP虛擬專用網路(IP VPN)、國內ADSL 虛擬專用網路<br><b>網際網路服務：</b> 固接專線上網、乙太專線上網、非對稱式數位用戶迴路上網 (ADSL)、撥接上網、網際網路接取服務、光纖寬頻上網(FTTx)、主機代管、網站代管、郵件整合代管、網域名稱代管<br><b>行動服務：</b> 企業虛擬網路服務 (MVPN)、車速配(ITS)、黑莓即時郵( BlackBerry)、商務簡訊、廣告簡訊、國際漫遊、行動數據網路服務<br><b>資通整合服務：</b> 網路設備、語音設備、設備監控服務、設備維護、網路大管家 |
| 家計用戶業務 | <b>視訊服務：</b> 有線電視<br><b>寬頻上網服務：</b> Cable Modem上網、光纖上網   |

### 1. 關係企業



### 2. 最近兩年度用戶數市佔率

單位：千人

|                              | 2007   | 2008   |
|------------------------------|--------|--------|
| 台灣大哥大行動用戶數                   | 6,235  | 6,270  |
| 主要三大業者行動用戶數(中華電信+台灣大哥大+遠傳電信) | 21,149 | 21,463 |
| 台灣大哥大市佔率                     | 29.5%  | 29.2%  |
| 台灣大寬頻有線電視用戶數(註)              | 406    | 482    |
| 市場有線電視用戶數                    | 4,693  | 4,885  |
| 台灣大寬頻有線電視市佔率                 | 8.66%  | 9.87%  |

註：含新和、永佳樂、觀天下、聯禾及鳳信等有線電視系統台。

## 二、公司治理

### (一)、施行原則

本公司極為重視公司治理並依下述原則辦理，以符合公司治理之規範。

- 重要資訊之即時揭露。
- 董事會與經營團隊之良性互動與制衡。
- 設立審計委員會，確保會計師之獨立性與公平性。
- 維持一定比例之獨立董事席次。
- 設立公司治理委員會，以確保公司治理組織與制度之健全及有效運作。
- 採納高盈餘分配比例之現金股利政策。
- 員工分紅以全數發放現金方式為原則。

### (二)、公司治理運作情形

為利於公司治理之執行，本公司陸續修訂「股東會議事規則」、「集團企業、特定公司及關係人交易作業辦法」、「公司治理委員會組織規章」、「審計委員會組織規章」、「董事會議事規則」以及「內部重大資訊處理作業程序」，並將各相關規章之內容，揭露於本公司網站。

本公司公司治理架構及運作情形，已涵蓋「上市上櫃公司治理實務守則」之精神，並追求以國際最高標準之模式進行，詳見下表：

| 項目                      | 本公司運作情形  |
|-------------------------|--|
| 公司股權結構及股東權益             | 公司處理股東建議或糾紛等問題之方式<br>由發言人或秘書處處理相關股東問題，若涉法律問題，移請法務室處理<br>公司掌握實際控制公司之主要股東及主要股東之最終控制者名單之情形<br>隨時掌握董事、經理人及持股10%之大股東之持有股份<br>公司建立與關係企業風險控管機制及防火牆之方式<br>已訂定「集團企業、特定公司及關係人交易作業辦法」及「對子公司之監控作業辦法」，以建立防火牆及風險控管機制 |
| 董事會之組成及職責               | 公司設置獨立董事之情形<br>設有四席獨立董事<br>定期評估簽證會計師獨立性之情形<br>由審計委員會定期評估簽證會計師之獨立性  |
| 建立與利害關係人溝通管道之情形         | 設有發言人及發言人信箱，以建立與利害關係人之溝通管道   |
| 資訊公開                    | 公司架設網站，揭露財務業務及公司治理資訊之情形<br>已架設企業網站，即時揭露財務業務及公司治理相關資訊<br>公司採行其他資訊揭露之方式（如架設英文網站、指定專人負責公司資訊之蒐集及揭露、落實發言人制度、法人說明會過程放置公司網站等）<br>已架設英文網站，設有專責人員負責公司資訊蒐集及即時揭露工作，包括法說會資訊等，並依規定設有發言人                             |
| 公司設置提名或薪酬委員會等功能委員會之運作情形 | 本公司設置之公司治理委員會，其職責範圍涵蓋提名及薪酬委員會之功能   |

### (三)、落實公司治理具體做法

台灣大哥大為國內公司治理之標竿企業，具體做法如下：



### 1. 設立公司治理委員會與審計委員會

於2003年起設立公司治理委員會及稽核委員會，由股東會選任之全體獨立董事組成，替代監察人監督公司業務之執行，朝世界級公司治理標準邁進。2008年股東會改選董事及獨立董事，然2008年獨立董事當選名單與前一屆同，並無重大組織改變。同年股東會決議稽核委員會更名為審計委員會。

▼ 台灣大哥大公司治理架構



### 2. 強化公司董事會獨立性與功能

設立獨立董事四席，占董事會席次十一分之一，並與經營團隊維持良好之互動關係。

獨立董事皆為具有專業能力、學養、夙富清望之社會賢達，對於公司各項重要經營議題提供獨立及客觀之建言，以確保董事會良好決策品質。

2007-2008年獨立董事為黃日燦、鍾聰明、葉文立、許濬。同時，為加強董事會職能及專業之執行流程如下：

- (1) 董事會績效評估：訂定「董事會績效評估辦法」，於每年度終了前，就董事會績效予以評估，提出意見，並由公司治理委員會彙總分析後向董事會提出評估報告及具體改善建議方案。
- (2) 董事進修：於2008年度起定期安排講師到府授課，以符合董事進修時數之要求，並達成佳之互動效益。
- (3) 提昇資訊透明度：本公司秉持營運

透明、注重股東之權益，於每次董事會召開後，即時將董事會之重要決議辦理公告。

- (4) 避免利益衝突：均依公司法206條適用178條利益迴避之規定不能加入表決。

### 3. 簡化轉投資架構

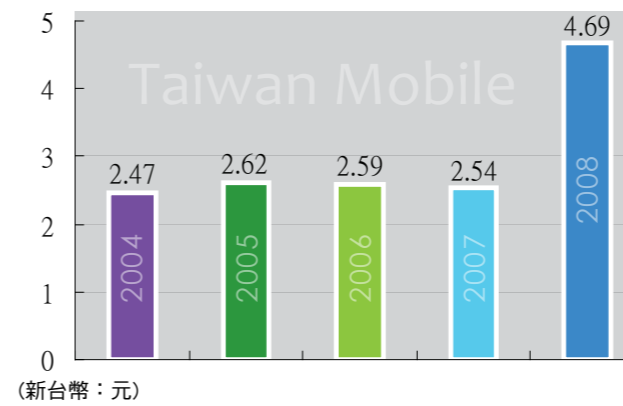
2004年起台灣大哥大為簡化複雜如電路圖之交易投資關係，提升透明度，已陸續整併或清算台灣店訊工商黃頁、台灣精碩、弘運科技、台灣電店、台弘、台福、台碩、台灣電訊、泛亞電信、東信電訊等轉投資公司。

使投資架構更清楚簡單，並逐步匯整成台灣大哥大、台灣大電訊、台灣大寬頻三大品牌，以符合行動通信、固網服務及數位媒體匯流之趨勢。

### 4. 提升股東權益

2007年為提升軟硬體設備，汰換2G設備，認列資產報廢損失124億元，台灣大哥大為因應資產報廢減少年度餘分配能力，現金減資120億，退還股東現金每股約2.4元；2008年每股盈餘達到5.18元，成為台灣電信股獲利王。

2007、2008年子公司台灣固網及台固投資開國內上市公司先例，連續兩年放棄其所持有母公司股票之股利分派權利，推升台灣大哥大2008年每股配發股東現金股利至4.69元，在金融海嘯中提供股東穩定且豐厚報酬。



◀ 近五年台灣大哥大股利

每年提供股東穩定豐厚的報酬，更首開上市公司先例，子公司放棄股利分派權利，具體展現最大化股東價值的用心。

### 5. 完善的資訊揭露制度

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，並以超越主管機關要求的標準，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。

### 6. 高層酬金與機構連結

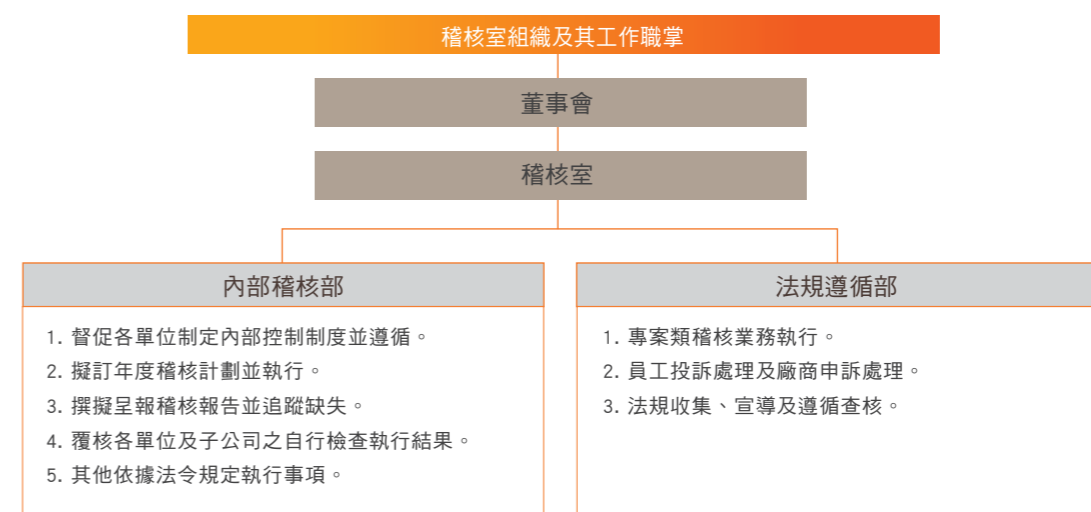
本公司給付總經理及副總經理酬金之政策、標準與組合、訂定酬金之程序及與經營績效之關聯性如下：

- (1) 總經理及副總經理薪資結構共分為固定薪資與變動薪資兩類，固定薪資為每月所發放薪資；變動薪資則是員工紅利及年終獎金。
- (2) 總經理及副總經理員工紅利及年獎金額多寡，則是考量其對公司營運貢獻度，並且依據員工績效管理辦法針對各副總經理績效評定當年度績效等第以作為發放標準。
- (3) 每年由人力資源處提供總經理及副總經理當年度報酬，向公司治理委員會所有獨立董事報告。

### 7. 落實內控稽核制度

稽核室配置專任稽核人員，稽核本公司及子公司所有財務、業務等營運及管理功能。稽核方式依年度稽核計畫執行之例行稽核，另視需要執行專案稽核，適時發現內部控制制度可能缺失、提出改善建議，並定期於審計委員會中報告執行狀況及結果。

▼ 台灣大哥大稽核室組織架構





#### (四)、重大合併與收購

1. 2007年公開收購並吸收合併台灣固網股份有限公司
2. 2007年收購台灣電訊網路服務股份有限公司
3. 2008年收購華友時代通信技術(北京)有限公司

#### (五)、關鍵風險與機會

##### 1. 無線寬頻接取新技術之發展

無線寬頻接取 (Wireless Broadband Access, WBA) 在等同3G 5MHz的載波頻寬下，可提供高達10 Mbps之下載傳送能力，為下一代行動寬頻通訊之基礎，對以數據傳輸為需求的3G服務有相當之技術威脅。國家通訊傳播委員會 (NCC) 於2007年7月釋出南北各3張、合計6張的無線寬頻接取服務分區執照，國內得標業者均採WiMAX為主要技術，2009年度起預計將陸續開始營運。

因應此一技術變遷，本公司自2007年底開始積極建設3.5G基地台，全力推廣3.5G行動上網服務，並聘請國外先進電信業者及國際顧問公司協同分析產業趨勢，完成無線寬頻與多媒體服務 (Wireless Broadband & Multimedia) 策略評估專案，擬訂長期因應措施與推廣計畫。

##### 2. 數位匯流趨勢之發展

由於數位化的發展，相同的數位內容或服務得以在不同之載具、系統及平台上傳輸，造成無線與有線通信通訊產業、以及媒體傳播產業在產業結構的改變，不但促使通訊傳播服務市場的競爭與整合，甚至進一步造成相關產業之整併。

本公司於2007年收購台灣固網、台灣電訊，即為邁向數位匯流厚植基礎，2008年已進一步整合集團人力，投入數位匯流相關新技術之研發及整合測試，將在最有效益之時間推出服務。

▼ 2009年莫拉克風災，在第一時間無路可通情況下，工程人員背負重型機具挺進台東太麻里搶修基站



##### 3. 法令政策之變動

主管機關國家通訊傳播委員會的政策或法規變動，都將對公司營運產生不確定性。例如，因應數位匯流趨勢，國家通訊傳播委員會於2007年12月提出通訊傳播管理法草案(通傳法草案)構想。

第二屆國家通訊傳播委員會委員上任後則表示，現有廣電三法將優先修法，可能研修的議題包括：外資管制與投資比率等監理政策、有線電視經營區規劃等問題，後續修訂通傳法草案，將打破現行垂直產業類別之管理，改採網路層、服務層及內容層三層水平管制。本公司將持續與國家通訊傳播委員會溝通，並適時提出最利產業發展之修法建議。

##### 4. 天然災害與緊急應變

台灣地區颱風、地震、水旱災等天災頻仍，對於電信服務營運造成考

驗。在緊急災害發生之際，電信服務能否即時搶通、維持正常營運，更成為保障民眾生命安全的關鍵。

本公司定期召開會議檢討災害防救、搶修、應變計劃及相關事項之修訂，並執行年度防災減災演練。平時除了電信機房定期巡修工作，以期達到災害之事先防範。災害發生時，第一時間啟動緊急應變措施，全力搶修，恢復營運品質。

##### 5. 氣候變遷風險與因應

地球暖化及氣候變遷是全球企業面臨的共同危機，如何降低碳排放、減少資源消耗，是企業的責任。本公司設立永續發展推動小組，密切關注國際環保趨勢，積極推動企業內節能減碳措施，並發揮企業影響力，鼓勵用戶與社會大眾共同響應環保。

##### 6. 電磁波之溝通

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)等國際組織及研究機構目前一致認為，並無證據顯示行動通訊的電磁波對人體健康有負面影響，然而部份民眾對基地台電磁波仍有疑慮，以致基地台抗爭行動時有所聞。

▼ 2009年莫拉克風災道路中斷，工程人員徒手搬運發電機及基地台設備步行進災區，以儘速搶通服務





本公司參與「台灣電信產業發展協會」之「基地台議題溝通小組」，密切關注國內外電磁波相關研究結果，並舉行巡迴座談會及提供免費量測服務，與民眾充分溝通以建立共識。

## (六)、風險管理機制

### 1. 風險管理政策

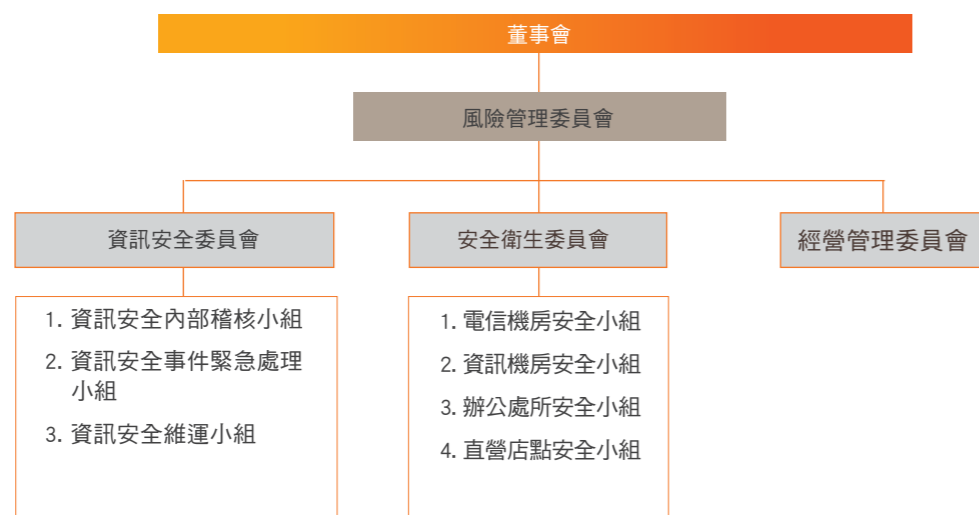
- (1) 持續推動以風險管理為導向之經營模式。
- (2) 建立及早辨識、準確衡量、有效監督及嚴格控管之風險管理機制。
- (3) 架構全公司整體之風險管理體系，將風險控制於可以接受或管制範圍之內。
- (4) 引進最佳風險管理實務並達到持續改善。

### 2. 風險管理架構

本公司之風險管理委員會係以總經理為召集人，由三大委員會組成，茲分別說明各委員會及其職能如下：

- (1) 經營管理委員會：定期檢討公司營運目標及預算之執行狀況、財務資金控管情形及會計帳務處理表達是否允當等。
- (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。

#### ▼ 風險管理委員會組織架構



### 3. 風險管理之運作機制

本公司之風險管理機制運作：

- (1) 第一級控管機制：為確保及時察覺及有效管理風險，各風險項目皆指定權責單位負責管理。各權責單位於日常維運時，即需將風險控制於可接受水準之下，並於風險狀況變更、或有新增風險項目時及時提報，以利公司採行因應措施。
- (2) 第二級控管機制：由各管理委員會或管理會議負責。各委員會係由各單位最高主管或督導副總所組成，在面對重大風險變動時，需審議風險內容，並決議採行之必要措施。

- (3) 最高決策及監督機制：為公司之董事會。對於重大風險項目之評估或控制措施決議需經董事會決策後確認，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即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。

本公司之風險事項及管理架構：

|    | 重要風險項目                                      | 風險管理權責單位            | 風險審議機制             | 決策與監督   |
|----|---|---------------------|--------------------|---|
| 1  | 營運風險：電信設備及資訊系統無法正常運作                        | 工務單位 / IT單位         | 技術長管理會議<br>資訊群管理會議 | 董事會：<br>為各項風險因應及處理之最高決策機構<br><br>稽核室：<br>負責風險事項之檢查、監督、追蹤及報告 |
| 2  | 科技及產業變動                                     | 系統設計處               | 技術長管理會議            |   |
| 3  | 資訊安全風險                                      | 品質管理處               | 資訊安全委員會            |   |
| 4  | 市場風險<br>A. 競爭者的行動<br>B. 新產品開發<br>C. 通路之變動管理 | 行銷單位<br>行銷單位<br>營管處 | 營運長管理會議            |   |
| 5  | 政策及法令遵循                                     | 法規暨同業關係處            |                    |   |
| 6  | 企業形象維護                                      | 品牌管理暨客戶溝通處          |                    |   |
| 7  | 投資、轉投資及購併效益                                 | 總經理室                |                    |   |
| 8  | 人員安全  | 勞工安全衛生室、行政管理處       | 安全衛生委員會            |   |
| 9  | 人員行為、道德及操守                                  | 人力資源處               | 人事評議委員會            |   |
| 10 | 利率、匯率及財務風險                                  | 財務處                 | 審計委員會              |   |
| 11 | 資金貸與他人、背書保證、衍生性商品交易、資金運用管理                  | 財務處                 | 審計委員會              |   |
| 12 | 財務報表表達                                      | 會計處                 | 審計委員會              |   |
| 13 | 訴訟及非訟事項                                     | 法務室                 | 法務、稽核              |   |
| 14 | 董監及大股東股權異動                                  | 秘書處                 | 法務、稽核              |   |
| 15 | 董事會議事管理                                     | 秘書處                 | 法務、稽核              |   |



# 環境永續發展

守護地球環境 邁向永續社會

因應全球暖化，綠色企業已經成為企業社會責任的新指標，本公司擬定具體行動方案，設立永續發展推動小組，持續追求高效率能源使用和維護環境品質，降低溫室氣體排放，以符合國際環保規範及國內法規要求，建構環境友善的綠色實業體系。

2009年11月更獲得企業推動環保的最高榮譽獎項——「第十八屆中華民國企業環保獎」。此獎由行政院環保署主辦，2009年新增「非製造業組」，台灣大哥大首開服務業得獎的先例，也是唯一以全事業體獲獎的大型服務業。





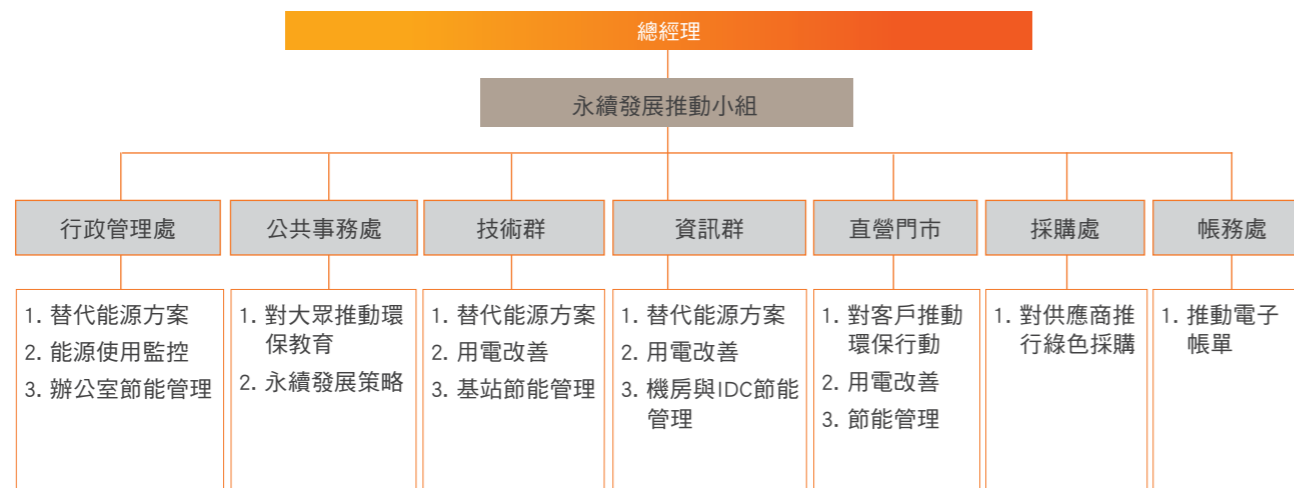
## 一、環保管理方針及策略

- 短期且持續：實行並優化節能管理
- 中長期：制定並推動企業綠色採購
- 長期：為碳盤查作業準備

## 二、環保組織架構

2008年設立永續發展推動小組，隸屬於總經理室之下，直接向總經理報告。專案小組負責專案管理與協調、教育訓練安排。

### ▼ 台灣大哥大環保組織架構



## 三、環保整體規劃作為

本公司環境管理主軸包含：手機回收計畫、電子帳單及無紙化行動、電磁波溝通、綠色採購、節能管理、環保教育。以實際行動落實企業節能節費，並響應政府環保策略，推動綠色採購，善盡企業社會責任。

| 環境保護主要措施   |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
| 營業據點   | 辦公大樓   | 基地房/機房   | 員工環保教育   | 大眾環保教育  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· 廢手機及廢電池回收</li> <li>· 直營門市無紙化</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 節能：節電、省水</li> <li>· 垃圾分類、資源回收、綠美化</li> <li>· 綠色採購</li> <li>· 無紙化</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 節電措施推動</li> <li>· Green IT機房導入及執行</li> <li>· 廢電纜、廢電池回收</li> <li>· 風力基站測試</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 高階主管親率員工投入環保</li> <li>· 企業志工參與生態保育</li> <li>· 企業環保網站</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 贊助電子帳單研究</li> <li>· 鼓勵用戶申辦電子帳單</li> <li>· 推廣廢手機回收</li> <li>· 關懷交換計劃向國小推廣節能減碳</li> <li>· 贊助溪頭、關渡自然公園、動物園生態保育</li> </ul> |

## 四、電子帳單與無紙化行動

本公司力行節能減碳，鼓勵用戶使用電子帳單及申辦各項服務時提供無紙化作業，有效減少紙張用量、減少印製表單的油墨及寄送單據油耗；不但「節能」，還可以減少原木砍伐達到「減碳」目的。

### (一)、推動電子帳單

2004年開始推動電子帳單，投入百萬經費於2008年委託環境品質文教基金會進行「實體帳單電子化減碳效益之本土化研究」，結果指出，運送每件帳單平均約產生6.32克二氧化碳，即呼籲電信、金融、郵政業者一起推動電子帳單，預估全台每年約可少用一萬噸紙，少砍25萬棵樹，同時減少運輸排放5,100噸二氧化碳。

2008年起更投入千萬元播映電視廣告，提供贈品大力鼓勵民眾申辦電子帳單，並率先推出電子帳單同步簡訊通知。截至2008年底，電子帳單用戶達252,695人，相較於2008年4月底的74,512人，大幅成長2.4倍。若以每份實體帳單需使用2.42張A4紙，截至2008年底相當於節省了590萬張A4用紙。

### (二)、落實無紙化表單

2006年起更新全省門市資訊系統，創新試行「門市無紙化」，客戶繳費可選擇採用簡訊收據；2007-2008年共減少720萬張A4用紙，也減少表單倉儲成本約460萬元。

公司內部之公告、公文、會議通知電子化，多功能事務機 fax out等以電子檔取代紙張。員工列印文件需透過個人門禁卡控管，以確保紙張有效利用，降低印量，同時鼓勵員工使用回收紙、輕磅量紙，員工公務門號帳單全面電子化。

自2006年起每年A4總用紙量，從51萬張下降至34萬張，減少33%，近3年平均每人用紙，從130張下降至75張，減少42%。

### ▼ 「實體帳單電子化減碳效益之本土化研究」的結論

| 研究結論 1                           | 研究結論 2                          | 研究結論 3  | 研究結論 4                       |
|----------------------------------|---------------------------------|---|------------------------------|
| 每份實體帳單運送過程產生6.32克CO <sub>2</sub> | 推動電子帳單兼收減碳（減少運送油耗）與固碳（減少砍樹）雙重效益 | 全國平均每月實體帳單總量6,822.6萬封，使用1億6,981萬張A4紙，相當於砍伐13.87公頃森林 | 多數人申請電子帳單最大障礙：電子郵件漏接及申請管道不便利 |



### ▼ 2007-2008電子帳單及無紙化表單合計估算(註1)

|                   |   |                  |   |                             |
|-------------------|---|------------------|---|-----------------------------|
| 減少A4用紙<br>1,327萬張 | = | 相當於少砍<br>1,397棵樹 | = | 減少CO <sub>2</sub><br>52.7公噸 |
|-------------------|---|------------------|---|-----------------------------|

註1：據環境品質發展基金會「實體帳單電子化減碳效益之本土化研究」報告，每製造1公噸80磅A4用紙，需消耗12公尺、直徑15-20公分的樹，一棵樹約生產9,500張A4紙張。  
據環境與發展基金會的資料指出：製造一公噸紙張的製程大約會產生868kg的CO<sub>2</sub>。



## 五、手機回收計畫

根據IDC(國際數據資料)統計，台灣2007年銷售約700萬支手機，堆疊起來的高度約達220座的101大樓，相接的長度更超過兩條中山高速公路，然而回收率卻不到兩成。

台灣大哥大於2008年4月率先推出「回收行動 珍愛地球」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。

### (一)、克服回收三大障礙：

為解決「回收通路缺乏」、「個人資料外洩」及「手機流向不明」，台灣大哥大投入上千萬元，同步於全省近600家myfone門市據點，全面回收，並審慎將回收舊手機交由甲級廢棄物清除、處理業者一萬順顧問開發有限公司處理，並定期提供手機粉碎證明，以確保廢手機的流向。

為消除民眾擔心個人資料外洩的疑慮，除了於回收箱上，標示警語提醒民眾刪除照片、簡訊、通訊錄及電子郵件等個人資料外，特別清運回收的車輛，均安裝GPS定位，可隨時監控、追蹤手機流向，確保回收流程透明。

### (二)、回收成果斐然：

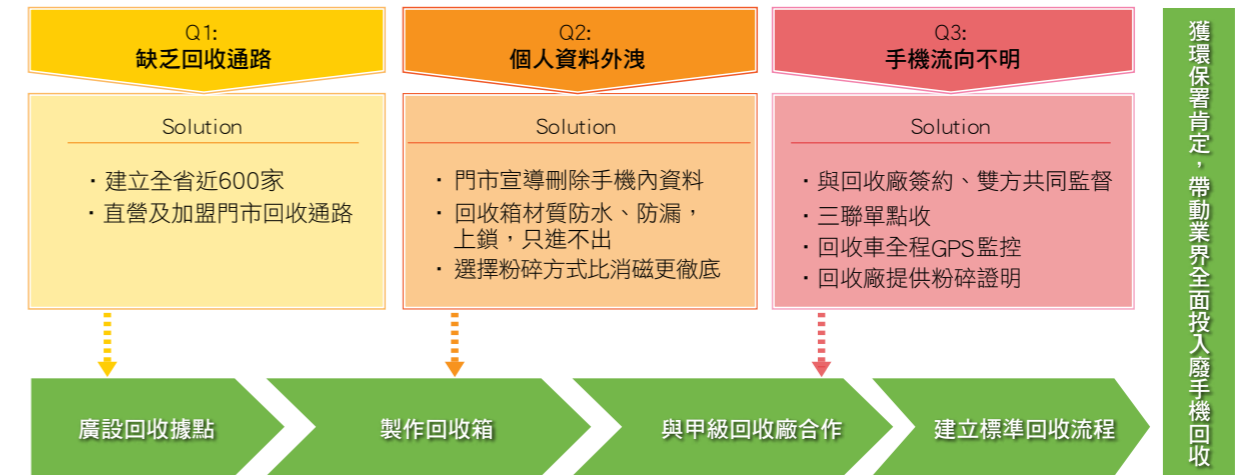
依據日本電子通信事業者協會估計，3萬支手機可以回收1公斤的金，1萬支手機可以回收1公斤的銀。截至2008年12月，共計回收廢手機8,950支，約當於298g的金及895g的銀；而手機回收帶動政策，另回收手機配件1,466公斤、廢電池419公斤，不到一年回收量將近2公噸。

### (三)、獲環保署肯定，帶動業界全面投入廢手機回收：

台灣大哥大成功推出「回收行動 珍愛地球」廢手機回收計畫，不僅引起民眾熱烈迴響，更獲得環保署重視與肯定，於2008年12月30日與15家電信及手機業者聯合簽署「廢行動通訊產品回收合作備忘錄」，成功帶動產業的廢手機回收風氣。

我們持續響應推動報廢行動通訊產品擴大回收，全省myfone門市除了原先在店內循環播放的宣導短片之外，也配合張貼環保署規範的「手機回收」標誌，同時門市服務人員也會協助回收民眾將手機內個人資料先予以刪除或格式化，降低個資外洩風險。

### ▼ 克服廢手機回收計畫障礙之解決方案



## 手機回收客訴案件說明

2009年9月手機回收行動受到前所未有的挑戰，接獲用戶投訴加盟服務中心將回收廢手機當作客戶等待維修手機時之代用機的事件，本公司立即採取下列緊急作業，以示台灣大哥大善盡企業社會責任，推動環境永續的決心：

- (一) 先將該加盟店點執行停權及關店處份。
- (二) 並於案發一日內緊急撤回全省450家加盟店點回之收箱鑰匙。
- (三) 全面檢討回收管控流程，從嚴修正門市管理規範。
- (四) 第一時間透過媒體聲明回應社會大眾，表明從未從中圖利，且不容許此類情事，必定嚴辦絕不寬貸。
- (五) 立即協請警政單位調查廢手機外流真相，事後證實為加盟廠商之個人行為。
- (六) 主動向環保署陳明案情，並共同研討更縝密的回收機制，不希望因單一事件，影響整體回收行動。

▼ 近600家myfone直營及加盟門市，廢手機、電池均依統一的標準作業流程，進行回收處理



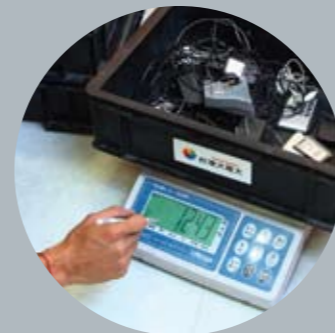
1. 刪除個資後，手機、電池分開回收



2. 確認甲級廠商回收人員身份



3. 店長親自開啟回收箱



4. 廢電池、配件秤重，計算手機支數



5. 簽收三聯單，加蓋店章



6. 單據各由雙方留存歸檔



7. GPS監控之回收車物流

## 六、節能基地台

台灣大哥大為國內主要行動通信業者，同時擁有行動通信業務(2G)及第三代行動通信業務(3G)特許執照，為響應政府節能減碳之政策，我們採取以下策略建置基地台：

### (一)、共站與共構

在2003年主管機關修訂管理規則後，本公司即朝著2G網路建設共站共構之方向努力，舉凡北、高兩市捷運路網隧道、中山高及二高沿線隧道、雪山隧道、桃園國際機場一、二期航廈、台鐵隧道、高鐵隧道等重大交通建設，皆採共構方式。目前，本公司2G基地台之共站比例為49.98%，共構比例為21.54%，遠超過主管機關對共站/共構比例分別為20%與10%之要求。

### (二)、基地台站點及天線減量更環保

#### 1. 基地台減量：

在進行3G基地台之建設時，其中高達86.22%裝設在原有2G基地台上(共站)，減少新設站點。

#### 2. 天線減量：

- (1) 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，亦無需增加天線數量。
- (2) 另有13.67%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(共用天線)，天線減量更有成效。

### (三)、基站節能設備

2009年所採購之3G基地台設備，該供應商已通過ISO14001認證，除較以往採購設備更加節能34%，且於終止運轉汰換時95%之零組件皆可再回收重複使用。

- 採用低用電、高效率基站設備，耗電僅為傳統基站50%
- 已於本公司全省28.5%之3G基站採用

### (四)、基地台天線美化設計

為能減少基地台天線造成附近居民之視覺衝擊，台灣大哥大除了於自建基地台增加天線美化設計外，對於已存在且為數較多的有基站，為加速其美化成效，我們於2006年號召其他行動通信業者，共同制定天線美化工程施工原則，依基地台設置地點及週遭環境採用不同的設計樣式，並將此原則納入與同業合作共構之工程規範，每年度遴選共同承攬廠商，現有天線美化設計樣式計包括有彩繪式、庭園燈式、格柵式、植物藤蔓式、特殊造型...等，2007至今，每年約有150站完成天線美化。



▲ 3G基站改採高效率低用電之精密型空調

## 七、電磁波溝通

### (一)、宣導正確之電磁波觀念

為能讓民眾瞭解正確的電磁波觀念，2007-2008年期間，台灣大哥大與台灣電信產業發展協會會員共同舉辦「認識基地台電磁波媒體巡迴講座座談會」共6個場次，邀請專家、學者至現場解說，以專業儀器進行量測說明及各標準值對照實作。

未來，我們預計將巡迴講座觸角延伸至各縣市相關單位及團體，讓正確的電磁波觀念更為普及。

同時，為了讓正確的電磁波觀念能深入基層民眾，我們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於全台廣為發送。

### (二)、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，台灣大哥大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0800-873888，除了接受一般民眾申請住家附近免付費電磁波量測服務外，亦提供有關電信服務之諮詢及申訴，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。

近三年統計已接受民眾電磁波量測服務531件，由本公司協請第三公正單位電磁波量測服務執行量測服務每年平均約為120件。

## 電磁波溝通

自1996年起，重要國際組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示無線設頻導致任何健康效應」。

WHO：2006第304號文件，「根據目前所有蒐集的證據顯示，基地台產生的射頻信號，不會對人體健康造成短或長期的負面影響」。

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。

## 八、廢電纜回收

### (一)、廢纜回收處理

由於子公司台灣固網每年均需汰換許多廢舊光銅纜線，而這些纜線都是屬於高污染廢棄物，為避免破壞環境，同時兼顧環保及節費之雙重目的，本公司自2000年起即委由行政院環境保護署審查合格之廢纜處理廠商以光纖折抵銅纜方式統包回收處理。2007及2008年二年度已完成拆纜回收處理的光銅纜長度合計達2518.7公里，已清理總重量約達901,137公斤。

#### ▼ 廢電纜回收成果

單位：公斤

| 年度 | 2007    | 2008    | 合計      |
|----|---------|---------|---------|
| 銅纜 | 131,983 | 43,940  | 175,923 |
| 光纜 | 585,044 | 140,170 | 725,214 |
| 合計 | 717,027 | 184,110 | 901,137 |



## (二)、廢舊電池組回收處理

本公司主機房及基地台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，自2008年起即訂定電池回收標準分類，針對拆回後可再利用之電池予以重新投入使用，其他電池則委託專業廠商報廢處理，以符合環保及節省成本之雙重目的。

2007及2008年二年度廢電池回收重量達579,242公斤，2008請專業廠商活化後檢測良品回收1,189顆，重量約45,182公斤，回收佔年度總重量之14.5%。

## 九、節能與回收

### (一)、節電措施

#### 1. 綠機房

本公司於2008年底起於電信機房及IDC新機房規劃綠機房節能措施，機房採用空調循環溫度控制及冷熱通道分離配置設計，以得到較好的冷房效率，將可節能達30%，同時將相近地區及同質性高之機房進行整併節能，以減少電力、空調的重複浪費，估計一年可節電207,837度。

#### ▼ 節電措施效益說明

| 設備項目 | 節電措施                          | 效益說明                  |
|------|-------------------------------|-----------------------|
| 電燈   | 全面採用T5燈管以及紅外線感應裝置             | 每年約可節電14,567度，節省46%電力 |
| 電力設備 | 使用環保變壓器                       | 每年約可節電64,386度，節省57%電力 |
| 空調設備 | 新機房冷熱通道設計                     | 每年約可省電75,814度，節省30%電力 |
|      | 新機房設計：冬季使用較少噸數的蒸發式空調取代傳統水冷式空調 | 每年約可省電53,070度，節省40%電力 |

資料來源：節省電力由設備廠商提供

#### 2. 基地台：

- (1) 統計基地台之電用情形，以評估最適當之契約容量，與台電簽訂「時間電價」契約，以達到最有效用電及最適宜電費的管理目標。
- (2) 採購低用電高效率之基地台設備，達到節電之效果。
- (3) 調高基地台空調設定溫度至28°C，以減少不必要能源浪費。
- (4) 使用高效率的變頻空調設備汰換傳統空調設備。
- (5) 評估採用節電效果更佳的工業型空調。

#### ▼ 基地台採用節電措施之比例

| 執行方案                           | 效益          | 採用基地佔比 |
|--------------------------------|-------------|--------|
| 空調溫度調升至28°C—含基地台、IDC機房(2007年起) | 較26°C約可節電6% | 28.0%  |
| 改採變頻式空調(2007年起)                | 約可節電40%     | 12.5%  |
| 改採精密型空調(2008年底起)               | 約可節電50%     | 0.004% |

#### ▼ 節電措施效益說明

| 項目 | 節電措施               | 效益說明         |
|----|--------------------|--------------|
| 節費 | 基站契約容量             | 全年約可節費20%    |
| 節電 | 低用電高效率基地台          | 耗電較傳統基站減少50% |
|    | 空調溫度調升(含基地台、IDC機房) | 節電6%         |
|    | 變頻式空調              | 節電40%        |

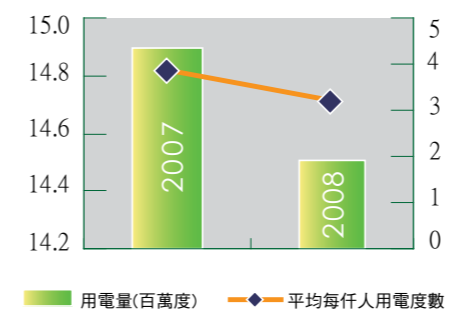
#### 3. 辦公大樓/直營門市：

- (1) 調整各職場電力契約容量至合理值，檢視並減少辦公區域非必要電源措施。
- (2) 汰換老舊燈管，裝置省電燈泡、聚光燈罩。
- (3) 調整電梯運轉模式，減少停靠樓層降低啟動運轉次數，以降低耗電並讓員工多爬樓梯運動健身。
- (4) 宣導午休及下班時段關閉非必要電源，含電燈、電腦…等。
- (5) 同時執行職場座位整合，提高能源有效使用率。
- (6) 採用整合式多功能事務機，並加設刷卡管控機制以降低耗能。
- (7) 針對高耗能用電場所進行用電盤查，並提出具體節能改善方案。
- (8) 隨季節調整大樓及營業據點招牌亮燈時間，依職場使用現況合理調整照明分區控制開關，以降低非必要之照明明用電。

▼ 為了進一步節能，機房採冷熱通道分離配置設計、使用節電T5燈管及紅外線感應裝置



#### ▼ 辦公室節電績效圖



註：統計員工數包括台灣大哥大、台灣固網、台灣客服、台固媒體及派遣人員：2007年3,840人，2008年4,506人

#### ▼ 刷卡管控多功能事務機，以減少不必要用紙



▼ 節電措施行前/後比較表

| 節電措施          | 施行前                    | 施行後                                    |
|---------------|------------------------|--|
| 調整空調冰水主機溫度    | 冰水出水溫度<br>夏季7.5℃，冬季12℃ | 冰水出水溫度<br>夏季8.5-9℃，冬季維持12℃             |
| 減少午休時段空調主機開放  | 夏季2大或1大1小主機<br>冬季1小主機  | 夏季減少為1大主機，冬季維持1小主機                     |
| 調整電梯運轉，減少停靠樓層 | 可停靠各樓層                 | 僅停靠1/3樓層                               |
| 汰換照明設備        | 一般照明                   | 改用省電燈泡、測試聚光燈罩                          |
| 分區控制照明開關      | 無                      | 依職場使用情況分區控制                            |
| 延後大樓/門市招牌亮燈時間 | 夏季18:20亮燈<br>冬季18:00亮燈 | 夏季18:45 亮燈<br>冬季18:15 亮燈               |
| 加強宣導與監督       | 無                      | 專人巡察空調設定於26-28℃<br>午休時段廣播宣導關閉電源(電燈、電腦) |

成效：

2008年總用電14,504,486度，相較於2007年節省389,599度，2008年平均每人用電3,219度，較2007年節省16.99%。

(二)、節水措施

台灣地區水資源有限，本公司之節水策略除了鼓勵同仁共同響應節約能源，另外亦在不影響營運施行以下節水措施：

1. 逆滲透飲水機產生之廢水(1份純水：3份廢水)匯集至本公司地下樓層，提供廁所和洗車使用，每日可節省約2~3噸水量。
2. 調降辦公室及營業據點之廁所與茶水間出水量。
3. 設專人定期巡檢給排水設施，即時排除故障漏水點。
4. 定期於自來水公司網站檢視用水度數，並適時提出用水量異常通知。

成效：

2008年自來水總用水量47,318度，相較2007年雖然增加11.19%，但每人平均用水量減少0.58度，下降5.2%。

▼ 公司大樓之逆滲透飲水機產生之廢水，匯集供員工洗車及清潔環境使用



(三)、同仁響應資源回收

台灣大哥大總公司之各辦公大樓宣導同仁響應資源回收，依據法定回收分類辦法進行日常垃圾分類及資源回收並統計重量。

成效：

2007-2008年資源回收合計171,814公斤，其中2008年共94,217公斤，較2007年成長21.4%。

十、綠色採購

根據財團法人台灣產業服務基金會公布：買一台環保冰箱，等於種18棵大樹；百坪辦公室換裝省電炮，每年可省電費14萬元。

台灣大哥大響應節能減碳推行綠色採購，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」三類對環境衝擊較少之環境保護產品，期盼帶動綠色消費風氣，達到生態效益最大化，此外另針對採購人員，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。

▼ 2007及2008年綠色產品種類與項目：

單位：新台幣/元

| 類別  | 產品種類   | 項目          | 金額          |
|-----|--------|-------------|-------------|
| 第一類 | 辦公室用設備 | 回收再利用碳粉匣    | 377,780     |
|     |        | 列印機         | 1,511,017   |
|     |        | 電腦設備(PC/NB) | 49,289,653  |
|     | 電氣類    | 冷氣機空調       | 24,540,000  |
| 第二類 | 環保產品類  | 印刷品         | 87,020,435  |
| 總金額 |        |             | 162,738,885 |

▼ 於基站進行風力發電測試，研擬替代能源方案



十一、節能減碳服務

為了具體實踐我們對環境永續的承諾，台灣大哥大透過通訊及網路科技的研發，設計相關產品服務，利用e化功能減少能源耗用，提升生活的便利，未來仍將持續秉持永續發展理念，創新相關服務，希望能為環境盡企業最友善的責任。

(一)、3G SIM卡電話簿備份

為台灣第一家推出此服務的3G行動電信業者，並於2007年10月30日推出透過直撥語音簡碼或發送簡訊即可執行3G SIM卡電話簿立即備份或設定自動備份功能，大大提升使用便利性。



## (二)、會議電話

台灣大電訊的會議電話服務，使得位於不同區域或國家的與會者，利用電話舉行跨區域、跨國界的會議，減少耗時費力的交通行程，大大提高開會的效率。若一家三個分點的公司，一周舉行一次會議，每次分點與會者共10人估算，一年即可節省520人次的往返交通時間和差旅支出。

## 十二、環保教育

### (一)、關懷交換計畫

暖化議題全球發燒，台灣大哥大舉辦關懷交換計畫「行動愛地球Be Cool 比Cool」，結合國內重量級環保學者和北中南東積極投入環保的小學，鼓勵孩子從自身落實環保，一起為這塊土地的環保意識，打下長期的基礎，共同為地球撐起一把保護傘。

關懷交換計畫的精神在於鼓勵孩子們以幫助社區、關懷這個地球為出發點，提出環保計畫，而當孩子們願意付出的同時，台灣大哥大以特別規劃的獎勵來交換孩子們的努力與熱情。

本計畫透過全國縣市政府教育局推薦共16所小學入圍，學校由老師帶領小朋友提出他們的環境保護方案，經由專家評審團（包括台大環境工程研究所於幼華教授、前環保署長張祖恩教授、台大全球變遷研究中心柳中明教授、現任環保署主任秘書劉銘龍等人）進行書面及實地勘查兩階段評審，最後台灣大哥大則邀請紙風車劇團專屬量身打造環保劇—「女媧補天」至獲獎的學校演出。

得獎學校分別是台北縣深坑、新竹縣石光、台中縣鹿峰、台南縣大竹、花蓮縣北埔及壽豐六所國小，演出活動除了全校師生共賞之外，也邀請社區參與，共計至少6,400人直接參與此計畫，而後續影響更包括了帶動校園社區的環保意識，例如：鼓勵推行走路學、落實資源回收…等等。

### ▼ 「行動愛地球Be Cool 比Cool」落實環保教育札根，鼓勵孩子們幫助社區、關心地球



| 金獎學校        | 參與人數   | 計畫成效  |
|-------------|--------|---|
| 台北縣深坑國小     | 1,900人 | • 結合社區太陽能板資源<br>• 大專院校望其項背                          |
| 新竹縣石光國小     | 600人   | • 京都議定書融入課程<br>• 環保教學從長計議                           |
| 台中縣鹿峰國小     | 1,000人 | • 全面落實共乘、走路與節電<br>• 利用競賽獎勵既環保又有趣                    |
| 台南縣大竹國小     | 2,000人 | • 閒置空間成為環保體驗教材、植栽隔熱—「綠」兩得                           |
| 花蓮縣北埔國小壽豐國小 | 900人   | • 環保潛能蓄勢待發、仙人掌花園指日可待(北埔)<br>• 綠覆率高達82%、花園小學當之無愧(壽豐) |

## (二)、員工親子日結合環保—「減碳 植樹 森呼吸」

為了鼓勵員工節能減碳，近年來年度親子日均以環保為主題，由企業高階主管親率員工與眷屬共同攜手珍愛地球。

2008年4月19日員工親子日移師到溪頭自然教育園區舉行，由副董事長蔡明忠及總經理張孝威等高層主管親自帶領員工一起植下千棵樹苗，並發表減碳宣言，呼籲大家在日常生活中即能身體力行減碳的理念。

有別於一般企業僅止於贊助認養，超過千人的植樹活動也堪稱溪頭目前為止陣容最龐大的一次。而絕大多數的員工與家人都是搭乘大眾運輸交通工具前來參加，並自備環保餐具、水壺，可以說整個親子日活動就是企業與員工攜手節能減碳、守護生態的具體實踐。

## (三)、環保志工守護大自然

台灣大哥大本著關懷環境的理念，號召企業志工參與環保活動。2008年8月於關渡自然公園園區進行生態保育志工培訓，72名志工協助園區進行綠地養護、水田及水池維管活動，期望透過最切合環境需求的方式，讓參與勞動的志工們都能成為關渡自然公園生態的守護天使及搶救生態環境的保育尖兵。

### ▼ 2008年蔡明忠副董事長及張孝威總經理利用親子日與員工共同守護地球，於溪頭自然教育園區種下千棵樹苗







## 企業社會責任

本章節分別回應員工、客戶、供應商、社區和社會等利害關係人(Stakeholder)所關心的議題。

我們認為員工是企業最重要的資產，人才有助於企業持續發展精進；真心關懷客戶更是我們的核心理念，不斷致力於提供客戶最佳的電信服務使用經驗；而供應商一直是提昇企業永續競爭力的過程中重要的夥伴，他們共同的努力與支持是不可或缺的一環。此外，我們將秉持著「取之於社會，用之於社會」的理念落實各項社會公益計畫。

由於資訊普及城鄉差距日增，縮減數位落差乃電信業者之職責所在，台灣大哥大以企業核心資源全面協助偏鄉與弱勢族群提升數位競爭力；其次，充分善用電信本業核心技術與能力，連續三年舉辦myfone行動創作獎、909手機語音導覽協助藝文推廣、5180即時捐手機捐款平台協助40餘家公益社團募款，創新企業投入社會公益模式。

另外，我們不僅關注弱勢偏遠地區兒童教育、青少年品格及情緒管理、憂鬱症等社會需求，同時也舉辦巡迴全省「免費」在地戶外音樂會，提升民眾音樂鑑賞力，厚植文化素養，全面提升軟實力。





## 一、員工關係

人才是企業發展的基石，台灣大哥大為有效找到合適且能夠長期任職發展的人員，除依據不同專業職務屬性，界定適用於台灣大哥大之核心職能(Core Competency)，並培育內部主管職能選才面談能力，協助主管找到最適人才，更提供極具競爭力之薪資福利及教育訓練機會，讓員工能與公司一起成長，目前除2位外國員工外，主要以聘雇當地員工為主。

本公司從無雇用童工，另依性別工作平等法及就業服務法，對於當地員工及原住民並無就業歧視亦無侵犯當地員工之人權之情事之發生，也無員工曾發生因工作環境所造成傷害。截至2008年底，台灣大哥大員工人數為2,543人，員工組成基本概況、性別、部門別、年齡層及學歷分布如下所示：

### 基本概況

| 年 度    |      | 2007  | 2008  |
|--------|------|-------|-------|
| 雇用型態   | 全職   | 2,526 | 2,541 |
|        | 部份工時 | 2     | 2     |
|        | 合計   | 2,528 | 2,543 |
| 平均年齡   |      | 35    | 36    |
| 平均服務年資 |      | 5.6   | 6.3   |

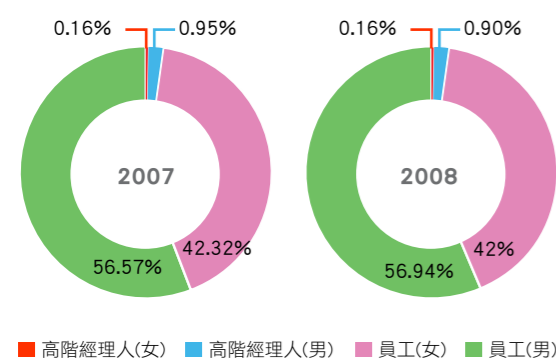
註：全部員工工作地點皆在台灣

### (一)、員工溝通

為促進與員工之間溝通的效率與效果，確保溝通訊息透明化，台灣大哥大提供多元化的溝通措施，除了能對員工及時傳遞重要資訊，更能讓員工透過各種方式表達對公司的建議，以做為各項改善措施之依據。例如定期舉辦總經理與經理以上員工之定期會議，開放總經理信箱，透過內部網站與全公司的員工溝通，同時進行各種活動及員工的滿意度調查。(詳見p.7)

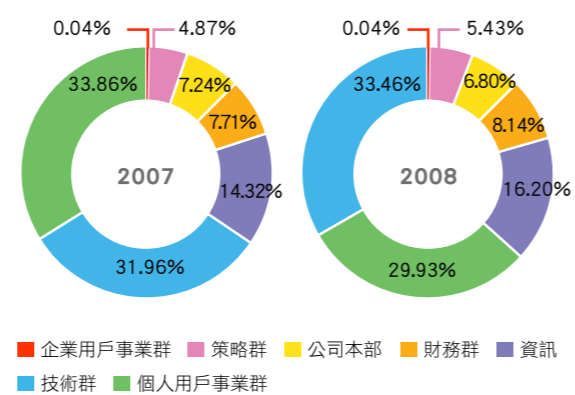
針對離職員工則安排面談瞭解原因及聽取建議，並將其建議回饋予單位主管，作為人員招募及公司制度改善參考。同時制定貼近員工需求之福利政策，以達成留才之成效。自願離職率自2007年6.46%至2008已下降為5.21%。如有相關組織整併或是個人異動，皆會請單位主管通知相關異動人員，以利工作銜接。其中個人異動部份，皆是主管與異動員工溝通達成共識後，才進行人員異動申請。

▼ 高階經理人與員工性別分佈比例



■ 高階經理人(女) ■ 高階經理人(男) ■ 員工(女) ■ 員工(男)  
註：其中一位男性高階經理人為外國籍

▼ 員工部門分布比例



### ▼ 自願離職率性別、年齡分布狀況

| 年度     | 2007 |    |         | 2008 |    |         |
|--------|------|----|---------|------|----|---------|
|        | 人數   |    | 比例      | 人數   |    | 比例      |
| 年齡     | 男    | 女  |         | 男    | 女  |         |
| 30歲以下  | 18   | 18 | 23.84%  | 18   | 29 | 35.61%  |
| 31-50歲 | 58   | 53 | 73.51%  | 46   | 36 | 62.12%  |
| 51歲以上  | 4    | 0  | 2.65%   | 3    | 0  | 2.27%   |
| 合計     | 80   | 71 | 100.00% | 67   | 65 | 100.00% |

### (二)、員工福利

本公司規劃多項福利暨薪酬獎勵措施，以激勵員工士氣。公司於1998年7月成立職工福利委員會，規劃與執行各項福利方案，2006年1月成立台灣大哥大聯合職工福利委員會，完成各子公司職工福利事業之整合，除了於新人訓練課程內介紹福利項目及申請辦法外，亦將相關申請說明公告於內部網路。

茲簡述相關人力資源政策暨措施如下：

#### 1. 福利措施及落實

- (1) 員工自到職日起，即享有勞工保險、全民健康保險及團體保險。
- (2) 實施員工庫藏股認股、年終獎金及員工分紅制度。

- (3) 近年完成泛亞電信、東信電訊、台灣固網、台固媒體等子公司職福會整合，成立「台灣大哥大聯合職工福利委員會」，持續推動員工福利事業，如：社團活動、員工旅遊、親子日，以及員工進修、子女教育、婚喪喜慶等各項補助。

- (4) 每兩年定期為員工實施健康檢查，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。

#### 2. 員工持股信託制度及實施

自2006年1月起，首創電信業實施員工持股信託方案，由員工及公司以定額相對提撥之方式辦理，以發揮延攬及留任優秀人才之效果。

#### 3. 退休制度及實施

- (1) 本公司訂有員工退休辦法。
- (2) 於1998年2月成立勞工退休準備金監督委員會，並經台北市政府核准備查，於1998年5月份開始提撥退休金，並以每月薪資總額2%按月提撥。
- (3) 2005年7月起，依法實施勞工退休金新制。
- (4) 依中華民國財務會計準則第十八號公報之規定，承請精算師對於勞工退休準備金進行評估計算，並提出精算評估報告。

### (三)、員工訓練

為培養人力資本與提升企業競爭力，本公司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。本公司訓練體系分為公司整體訓練及職能別訓練。

#### 1. 公司整體訓練(Corporate Training)：

以人力資源處為主體，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。

#### 2. 職能別訓練(Functional Training)：

以各專業群(Group)或處/室為主體，發展專業課程及在職訓練。



▼ 台灣大哥大訓練體系架構圖

| 訓練策略                                       | 主體              | 訓練類別   | 訓練體系  |            |       |      |       |      |          |      |       |      |
|--|-----------------|--------|---|------------|-------|------|-------|------|----------|------|-------|------|
|  |                 |        | 行銷、業務   |            | 資訊、技術 |      | 財務、會計 |      | 行政、企劃、其它 |      | 品管、稽核 |      |
| 各單位依專業職能需求，擬定年度訓練計畫，透過內訓、外訓、OJT等方式辦理       | 總經理以下各專業群或直屬處/室 | 職能別訓練  | 基礎訓練  | 進階訓練       | 基礎訓練  | 進階訓練 | 基礎訓練  | 進階訓練 | 基礎訓練     | 進階訓練 | 基礎訓練  | 進階訓練 |
|  |                 |        | 在職訓練 (On-Job Training, OJT)                           |            |       |      |       |      |          |      |       |      |
| 結合公司願景和發展，透過需求訪談、實地觀察與職能制度等，擬定共同訓練、主管發展訓練等 | 人力資源處           | 公司整體訓練 | 高階  | 高階主管發展     |       |      |       |      |          |      |       |      |
|  |                 |        | 中階  | 進階管理能力發展   |       |      |       |      |          |      |       |      |
|  |                 |        | 初階  | 基礎主管管理能力發展 |       |      |       |      |          |      |       |      |
|  |                 | 共同性    | 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/工作效率提昇訓練 |            |       |      |       |      |          |      |       |      |

以下概述：

(1) 新進人員職前訓練

讓新進人員加速了解工作環境，並且讓員工到職時即了解自身權益，同時給予新進員工適切的關懷與照顧，凝聚向心力，塑造和樂的工作環境。

(2) 共同職能發展

以員工共同職能為主軸，目的在於提升工作效率，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、團隊共識、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、中階主管及高階經理人訓練。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、團隊發展、組織發展能力及大師講座為主。中階主管依職能評鑑結果，建立一套客觀的中階主管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，據以做為主管人員個人訓練發展之基礎。

(4) 專業知識提升

每年依專業需求指派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。

3. 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等相關碩士學位生活津貼與獎學金補助，讓員工得以依照個人的生涯規劃與時間，更有彈性地配合公司中、長期人力資源需求，取得專業學位。

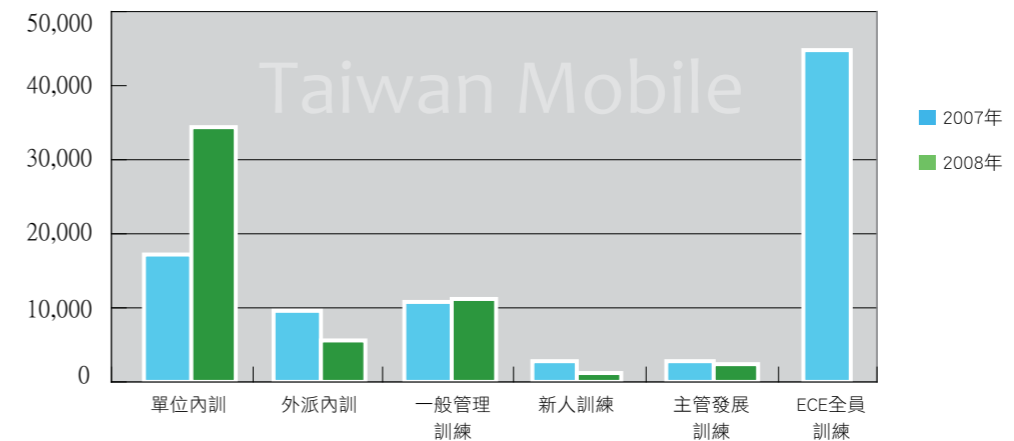
(2) 進修補助

職福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、語文相關之進修推廣教育課程，皆可提出進修補助。

4. 2007-2008年各類別訓練執行成果如下表：

2007年因執行ECE(註1)全員訓練，平均每人受訓時數為34.8小時，2008年則為每人平均21.3小時。

▼ 2007-2008年度訓練人時數統計(按訓練類別)

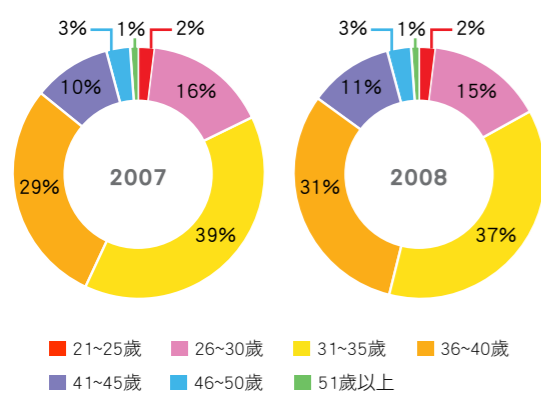


註1：ECE (Excel Customer Experience)把關懷客戶的方式具體化為「創造最佳使用經驗」的行動。

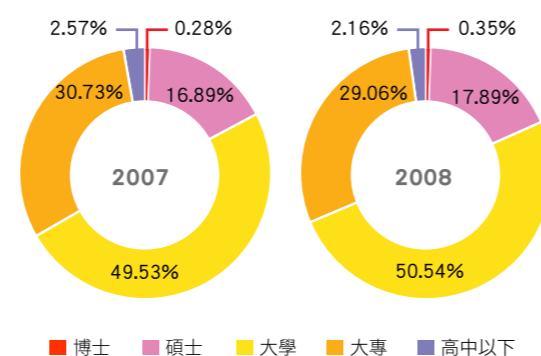
▼ 為將關懷客戶的精神內化並落實於工作中，投下大量人力物力執行全員ECE(Excel Customer Experience)教育訓練



▼ 員工年齡分布比例



▼ 員工學歷分布比例





#### (四)、勞資關係

##### 1. 最佳企業雇主

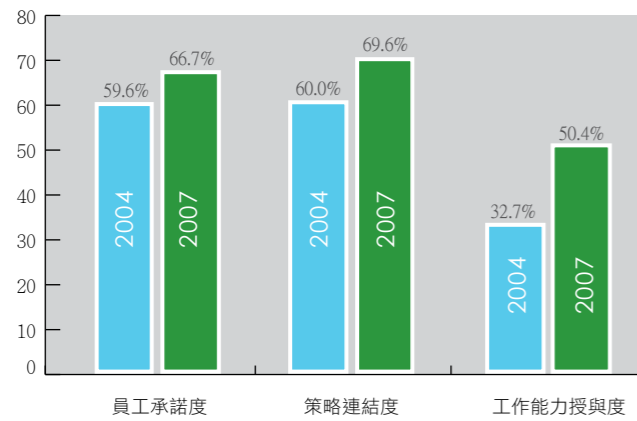
有滿意的員工才有忠誠的客戶，台灣大哥大一向重視和諧的勞資關係，致力於照顧員工權益，創造員工利益。

除開放員工參加持股信託、員工庫藏股認購，並提供優於勞保保障之眷屬團保；2007年參加由Cheers雜誌舉辦之快樂工作人大獎，該獎項以職場關係、工作成就及公平對待為標準，並以員工意見評量為果，在三大指標皆獲得優於台灣整體企業之得分，並獲頒台灣「最佳企業雇主獎」。

##### 2. 員工滿意度調查結果

台灣大哥大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年及2007年皆參加專業調查公司「美商惠悅」舉辦之員工意見調查，相較2004年，員工對公司評價皆有所提昇，尤以工作能力授與度提昇幅度最大。

▼ 員工滿意度調查



#### (五)、勞工安全

##### 1. 勞工安全衛生委員會

本公司設有勞工安全衛生室並結合各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、自動檢查執行狀況、各工作小組工作報告及各項安全衛生事項討論，開放委員提出安全衛生相關之臨時提議，並定期追蹤決議改善情形。

##### 2. 災害防治

為防範災害發生及配合政府災害防救工作，本公司特別針對電信設備維護單位成立災害防救小組，充分掌握災害防救物資及人員，並且每年定期演練。

於本次莫拉克風災發生時更能於第一時間配合政府救災需求，於第一時間內搶救災區行動通訊設備，以維護救災所需之通訊服務。

另外針對公司員工也定期舉辦消防訓練及急救訓練，以提升員工災害及救災之基本技能。

##### 3. 為網維現場人員之安全健康保障措施

對於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。

##### 4. 營造全面性健康職場

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，打造活力、快樂優質化的健康職場。2007-2009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」及「健康領航獎」。

## 二、客戶服務—真心關懷 提供安心的通訊環境

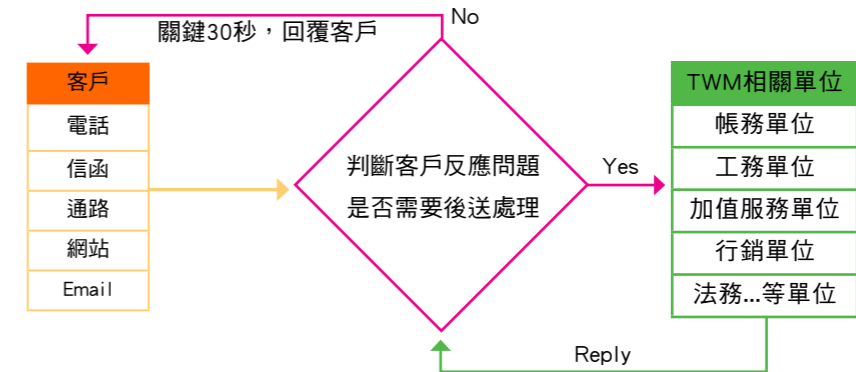
「真心關懷客戶」是台灣大哥大的核心理念，提供客戶最佳的電信服務使用經驗，支持客戶追求想要的生活方式。我們致力於提供給客戶卓越的客戶服務、國際級的資訊安全保護、優質的通訊品質、創新的產品與服務。

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以達到與客戶的順暢溝通。

### (一)、貼心的7x24客戶服務 掌握關鍵30秒

2007年台灣大哥大的用戶已成長至逾623.5萬人，為求迅速確實的滿足客戶同時進線各式各樣的問題，自2007年9月起客服全面導入「關鍵30秒服務流程」(如下圖)，精確掌握客戶進線的黃金30秒，於前15秒展現服務熱忱，傾聽判斷客戶問題；後15秒立刻給予正確的回應及提出最適合的解決方案，以提升服務品質與效率，降低疏失及客戶的抱怨，提供客戶最佳的服務經驗，進而提升客戶忠誠度，並創造源源不絕的銷售佳績。

客戶服務強調迅速提供客戶正確且一致性的資訊，我們針對VIP客戶更提供無IVR(互動式語音應答系統)服務之快速轉專人服務，以增進VIP客戶服務滿意度。



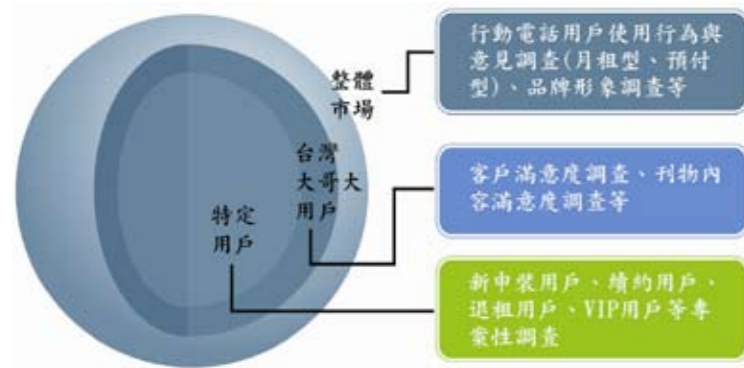
### (二)、定期全面性調查 掌握客戶滿意度

在2008年消基會調查中，台灣大哥大是顧客滿意度最高的電信公司，並且於2004-2009連續六年獲消費者票選《讀者文摘》信譽品牌、2008-2009連續兩年榮獲《壹周刊》服務第壹大獎。

為創造最佳的顧客經驗，我們善用各種市場調查工具(例如：電話訪問、網路調查、焦點團體座談會...等等)，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。



▼ 全面性調查專案規劃示意圖



其中尤其針對整體消費者滿意度的調查更是每年舉辦兩次，充分凸顯台灣大哥大對消費者意見及滿意度之重視。

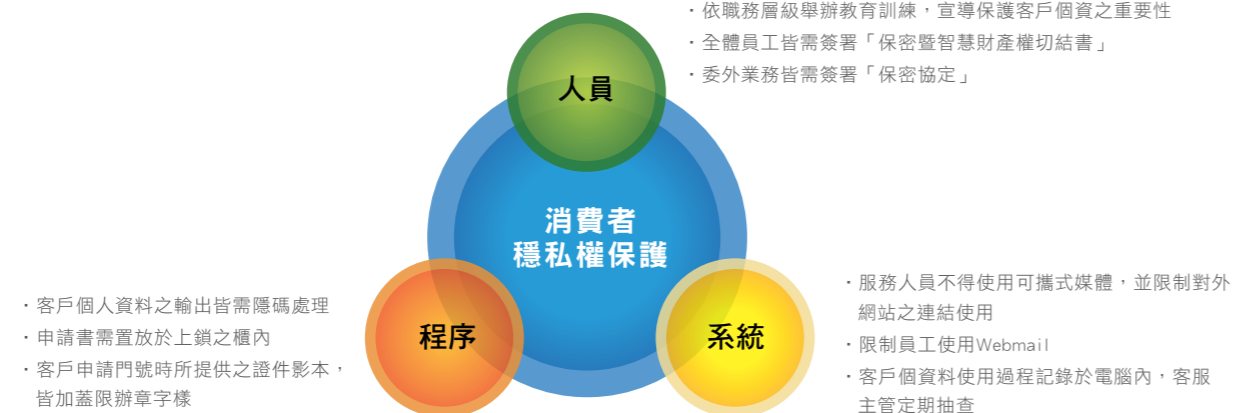
1. 內部專責單位定期市調

- (1) 調查頻度：每年兩次
- (2) 調查主題：包含通話品質、費率、帳單、門市服務、客服、加值服務、網站等七大面向之滿意度調查
- (3) 調查結果應用：此份滿意度調查除了符合國家通訊傳播委員會要求而定期執行之外，亦針對各服務品質項目調查結果一一檢並擬定各項改善計畫。

調查中所涵蓋之七大調查面向是經過多次質化、量化調查，且歷年檢視修改其構成細項的適切性，最終篩選出影響用戶使用品質甚鉅的關鍵項目來進行滿意度評估，如此得到的調查結果經過檢討改善才能具體提升用戶滿意度。

在七大面向中用戶對台灣大哥大在「電話客服方面」的表現最為讚許，滿意度將近九成；特別值得一提的是自2007年9月針對其中的「客服接聽速度」訂定改善措施後，2008年此項滿意度較2007年大幅提升了15%。

▼ 消費者隱私權保護



透過每次調查結果發掘各面向中的重點改善項目為何，並據此採取具體行動如增加門市據點、優化基地台通訊品質等積極回應用戶需求，藉由各細項的改善累積為整體滿意度的提升，因而2008年整體滿意度較2007年躍升將近一成。

此成果更將進一步鞏固客戶的品牌忠誠，以及蓄積台灣大哥大的品牌價值。

2. 委外進行滿意度調查(註2)

同時，台灣大哥大每年亦委託外部市調公司，協助針對台灣行動電話月租型之市場概況、消費者行動電話使用的態度、行為、滿意度及趨勢..等等進行意見調查，除了可充份了解整體電信市場用戶對各電信業者的各項滿意度外，亦可得知台灣大哥大相較於其他業者之表現，以做為內部檢討評估，及公司持續成長之動力。

(三)、世界級的資安系統 保障客戶隱私權

本公司十分重視用戶資料之保護，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」，台灣大哥大是電信業者中唯一得獎的企業；2008年通過ISO 27001資訊安全管

理系統三年全面複評驗證，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，多達兩百多項流程、三十多個系統，個人資料都受到妥善的保護。

為使資安作業有標準化衡量指標，本公司內部制定資安KPI(關鍵績效指標)且定期衡量，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，另再經由系統資料存取紀錄調查，以確保內部未有不當存取客戶資料之行為。

(四)、充分揭露資費內容 落實服務透明化

1. 服務契約之保障

台灣大哥大與用戶簽訂的服務契約，完全依據行政院消費者保護委員會訂定之定型化契約範本訂立，並經過國家通訊傳播委員會審核通過，契約條款皆符合平等互惠原則及消費者保護法規定。

本公司與合作廠商訂定契約，也嚴格規範合作廠商須配合提供消費者保護措施，以維護消費者權益。

2. 資費內容透明

對於產品及服務訊息的詳盡揭露，也是代表公司對於「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、公司網站及各營業場所店面輔銷物品充分揭露費率內容，力求詳盡確實地將方案內容傳達給用戶。

(五)、提供優惠費率 滿足不同客層需求

台灣大哥大針對身心障礙者、年長者以及孩童等族群有別於一般用戶之需求，分別規劃特殊費率如下：

1. 身心障礙優惠方案

台灣大哥大結合台灣固網，2007年率先推出多項身心障友專屬的優惠方案。

身心障礙人士憑身心障礙手冊，申辦台灣大哥大200型以上門號案，可享月租費5折優惠及免費網內簡訊300則、網外100則；申辦台灣固網ADSL上網，也享有資費優惠。此方案推出後確實有益於特定族群溝通之需求，更帶動了其他電信業者跟進。

註2：台灣行動電話月租型用戶A&U暨滿意度調查A&U Survey(Attitude and Usage Survey)即所謂的「意見與消費實態調查」，主要是針對消費者的態度(Attitude)與使用(Usage)二面向進行了解的一種調查。

▼ 連續六年獲得讀者文摘「信譽品牌」肯定





2008年台灣大哥大再擴大推出身心障礙優惠方案，用戶選用大部份的資費方案，皆可享有免費網內外簡訊共計400則。截至2008年底，已有2,127名身心障友受惠。

台灣大哥大另特別提供社福團體包括行動、市話、長途與國際電話的整合優惠方案，幫助非營利組織節省開支。

### 2. 銀髮族專案

考量年長者多半退休或收入減少，視力、聽力也隨著年齡而老化，同時生活多半不需要太複雜的科技功能，台灣大哥大整合以上需求規劃銀髮專案，內容包含最高5折之月租費減免，並且精選螢幕面板較大、顯示字體清晰、提示聲音響亮且畫面亮度較高等規格的搭配手機滿足銀髮族需求之貼心選擇。

### 3. FUN心預付卡系列產品

對於家裡有學齡兒童的家長而言，最關切的議題就是如何掌握小寶貝的行蹤以確保安全，Fun心預付卡系列產品了解此需求，讓父母親能透過隨身攜帶的行動電話即時確認孩子的動態，儲值金額使用情況也讓家長有效管控孩童電話通話費用，而我們也考量國中、國小學童與同伴之間不同的通話需求，在費率上提供區隔選擇，以減少家長的負擔。

## (六)、落實青少兒保護—給孩子一個乾淨的行動天地

隨著手機持有普及，行動上網總用戶數佔行動用戶比例已達54.2%(2009年資策會最新資料)，正值人格養成階段的兒童與青少年越來越依賴行動通訊，因此加強保護兒童與青少年不受成人資訊污染，維持行動網路安全、提供淨化的通訊服務內容是電信業者刻不容緩的社會責任。

在行動上網、寬頻上網、手機簡訊及增值服務等核心服務上，台灣大哥大嚴格把關，期許為下一代青少兒構築健康的通訊環境，主動提供客戶安心美好的行動生活。

▼ 台灣大哥大結合台灣固網於2007年率先推出「身心障礙優惠費率方案」，憑身心障礙手冊申辦，即享有專屬優惠



### 1. 三點不露 淨化成人資訊

從2004年起，台灣大哥大率先自發自律，聯合國內其他行動電信業者，共同發表「三點不露、保護兒少」的聯合聲明，共同淨化行動電話成人資訊加值服務內容，與國際接軌，以高於法規的標準自我要求。

### 2. 色情防護 管制成人服務

(1) 2005年即推出「台灣大寬頻—色情防護」，當家中孩童上網，若不小心誤闖色情網頁等陷阱時，該服務會自動過濾並阻擋不當的頁面，有效防堵所有色情、裸露、煽情的情色文章和照片，並提供檢舉與申訴的管道，鼓勵民眾檢舉任何不適合青少年的網站，以即時更新服務資料庫保護孩子遠離不當資訊。

(2) 台灣大哥大手機加值服務也把關

目前台灣大哥大用戶使用成人服務前，均需經輸入成人密碼驗證身份後方可使用，已完全符合國家通訊傳播委員會規範。2009年7月起，更超越業界做法，推出可選擇關閉成人服務之父母防護機制。

另外為保護未滿18歲的未成年用戶，台灣大哥大更主動檢核用戶年齡，防止未成年用戶進入台哥大catch手機網使用成人服務，以恪盡企業公民維護社會善良風俗之責任。

## (七)、從人性出發 創新產品服務經驗

台灣大哥大以創造客戶最佳使用經驗為使命，總是和客戶站在同一陣線，貼心以使用者角度設想，了解並回應顧客需要，拉近與顧客的距離。

即便在總體經濟下滑，部份業者低價競爭的艱困環境中，仍然致力於新產品或新服務之研發及改善，不斷推陳出新。

2007年

| 創新產品/服務             | 效益說明  |
|---------------------|---|
| 黑莓即時郵<br>BlackBerry | 獨家引進黑莓即時郵，提供用戶整合性的行動及網路服務，利用Push Mail技術整合用戶的公司及個人電子郵件帳號；幫助用戶隨時都能收發電子郵件，管理行事曆。<br><br>BlackBerry Enterprise Solution還支援企業資訊存取需求，將公司客戶資料、產品價格、訂單處理狀態及庫存狀況等訊息，自動push至用戶的BlackBerry手機。<br><br>根據加拿大研究機構Ipsos Reid於2008年的調查顯示，黑莓即時郵提高共事團隊的工作效率達38%，同時每年可幫助用戶增加250小時的工作生產力。 |
| 在地生活資費方案            | 自2006年1月首創推出在地生活268及568獲用戶好評，2007年1月再推出在地生活968資費方案，讓用戶可以自行選定生活區發話，不分網內外，打遍全台通通半價。   |

2008年

| 創新產品/服務  | 效益說明   |
|--|--|
| 簡訊電子報  | 開發完成簡訊電子報發佈暨管理平台，提供內容提供者更簡化的內容上傳及發佈平台，同時讓用戶可以便利地訂閱各種不同的即時訊息，滿足時時掌握資訊的需求。   |
| 新市話299   | 推出新市話299資費專案，首創手機撥打市話，比家用電話撥打市話還便宜。  |
| 同好推薦機制   | 對於音樂、遊戲、行動達鈴、TV等catch加值服務，依據下載排行、用戶同好或內容同質性等，導入資料探勘技術，以統計學理方式協助商業智慧資料分析，將適合的內容主動推薦給用戶，提供更人性化的客戶服務。   |
| 行動漫畫   | 台灣第一個手機漫畫服務！將與華人經典漫畫《老夫子》及各式漫畫搬上手機螢幕，用戶隨時隨地都可以透過手機看漫畫。   |
| 導遊達人   | 台灣大哥大與導航領域領導品的Garmin合作，是電信系統與導航服務產業的創新結合，以雙方的品牌、服務與資源，帶給用戶全新的導遊達人服務。   |
| 網路大管家  | 為自動化網管整合服務平台，提供用戶主動監控/主動告警/自動報修/主動障礙處理/障礙追蹤等完整的主動網管服務機制。<br>當用戶的網路/網路服務發生障礙時，網路大管家會以簡訊或電子郵件通知，台灣大電訊能立刻主動了解狀況並將障礙排除。<br>此外，主動告警通知可即時通知客戶告警發生或告警已解除，讓客戶隨時掌握網路的狀態，節省大量的聯繫時間和提升服務效率。 |
| 「車速配」智慧型運輸系統(ITS, Intelligent Transport Systems) | 台灣大電訊運用GSM/GPRS/3G通訊網路及先進的簡訊服務，結合作業廠商提供可裝載在車上的車機，透過通訊網路及GPS衛星定位系統來提供定位與雙向通訊功能。<br>可應用於個人車輛追蹤/防盜系統及企業車隊派遣與監控管理，無須再經由定時撥接或無線電進行管控回應，節省重複溝通的成本，提升管理的效率與服務的專業形象。                     |



### 三、供應商關係

台灣大哥大堅信，企業永續經營，必須以「誠信」為基本的價值觀與道德要求，因此我們以公平、公正、嚴謹之原則，建立透明的採購招標系統遴選廠商，輔以反貪、反賄之道德行為標準規範全體員工，並制定「承攬商安全衛生環保規章」規範供應商的環境與勞工標準相關原則，發揮企業影響力。

#### (一)、建立透明的採購招標系統

台灣大哥大力求正派經營，與供應商的往來不依靠關係，不允許私下利益交換，因此建立了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，廠商申訴辦法可於<https://twmepmall.taiwanmobile.com>下載。

系統特色：

1. 標案內容透明公開於網路，供應商可於網站上知悉標案，並在完成註冊程序後，進行投標與報價，資訊完全公開。
2. 各標案皆依照其計分標準進行開標與選商，其系統流程清楚嚴謹，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。

#### (二)、反貪、反賄及員工道德行為準則規定

台灣大哥大以「誠信」為本，並深植於企業文化，希望員工由內而外，從價值觀的建立，到具體行為的實踐，都能本著「誠信」原則。台灣大哥大總經理強調「人品比人才重要」，堅信唯有由員工到主管都秉持誠信精神，企業經營才能透明化，真正對投資人、用戶和社會負責。

要求企業員工由內而外落實到工作實踐必須秉持四大行為規範：

| 員工        | 行為規範                              |
|-----------|-----------------------------------|
| 言行如一，說到做到 | 嚴格要求做人誠信原則。                       |
| 組織與團體利益優先 | 凡事的考量皆以團體為主，不允許員工有自私的心態，以團體為優先考量。 |
| 不藏私       | 對於有助於公司發展的方法，鼓勵員工積極表達。            |
| 不隱藏真相     | 知情不報在本公司是不容允許的，並授予員工擁有發言的權利。      |

本公司於企業內部網站設立員工投訴單，舉凡有發現同仁利用執行職務之便，或利用公司設施、資源，圖謀個人或特定他人利益，並危害公司權益者，或發現行各項業務執行或作業流程中有產生弊端之虞者，皆可利用網路進行申訴或檢舉。

並於2006年5月24日發布公告規範公司員工不得利用職務關係對廠商要求或期約收受賄絡、回扣、餽贈或其他不正當利益；公司員工接受廠商之餽贈或招待，如發現顯有違反社會禮儀或習俗者，應當予以婉拒。

落實全體同仁在從事日常工作及執行業務時，皆能遵守公司要求之道德標準。

此外，對於防制具貪污高風險人員，公司為其投保高額誠實險，比例數量如下表：

| 年度    | 2007  |         | 2008  |         |
|-------|-------|---------|-------|---------|
|       | 人數    | 比例      | 人數    | 比例      |
| 高風險人員 | 124   | 4.91%   | 127   | 4.99%   |
| 一般員工  | 2,404 | 95.09%  | 2,416 | 95.01%  |
| 合計    | 2,528 | 100.00% | 2,543 | 100.00% |

#### (三)、承攬商安全衛生環保規章

台灣大哥大為落實外包廠商之照護政策，採取主動且積極的態度，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為基礎，制定「承攬商安全衛生環保規章」，所有承攬商皆須簽署之，若有違反者將不與繼續合作，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安全、保障勞工安全與健康及防治工業汙染危害。

「承攬商安全衛生環保規章」已公佈於採購招標系統之網站，可於<https://twmepmall.taiwanmobile.com>之勞工法令單元下載。摘要內容如下：

1. 承攬商必須設置合格之勞工安全衛生組織及人員，負責其工作人員之安全衛生及環保意識之教育訓練。
2. 不得雇用未滿18歲或超過65歲之員工進入本公司工作。
3. 禁用非法之外籍勞工。

### 四、社區回饋—落實在地關懷 提升藝文素養

台灣大哥大用戶遍及全台，本著在地關懷的精神，不只在都會區，即使是偏鄉小學、原民部落，都可以看見台灣大哥大與全省民眾互動的身影。我們透過環保、課輔、數位、藝文等各項活動，帶動社區的發展與進步，提升社區民眾落實環保、參與藝文及數位學習的意願與機會。

同時鼓勵企業志工投入社會服務，透過為弱勢兒童陪讀、陪伴獨居老人圍爐、戶外音樂會……等活動，不但服務的員工有了親身回饋社會的機會，也邀請知名的團體和音樂家如：紙風車劇團、國家交響樂團、小提琴大師胡乃元、名指揮江靖波等，帶著藝術走出殿堂，近距離的與當地民眾互動。

#### (一)、關懷交換計畫

兒童是國家未來的主人翁，面對人為疏失造成的嚴峻氣候考驗，台灣大哥大除率先響應環保外，更邀請環保界重量級的知名學者，藉著與校園的互動，讓孩子、老師、父母、社區一起身體力行，從觀念到行動，為環保找出新的生活態度和模式。

經由親身的落實，讓環保的種子在地方上落地發芽，而得獎的五所學校，不但獲得由台灣大哥大邀請的紙風車兒童劇團專程到校演出做為獎勵，這齣量身訂作的環保劇，在師生及當地社區共同觀賞戲劇演出的過程，也再次將環保教育扎根，學生深刻體會到不同的藝文體驗、多元的教育意涵。(詳見P.32)

▼ 關懷交換計畫紙風車於花蓮北埔國小演出，小朋友自備座椅，響應環保





## (二)、獨居老人圍爐

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，長期獨自居住，無人照料。

台灣大哥大體恤獨居長者「每逢佳節倍思親」的心情，連續於2008及2009兩年春節前夕與一粒子基金會合作，在花蓮縣光復鄉舉辦「社區獨居老人圍爐活動」，除提供圍爐餐敘，台灣大哥大還致贈每位長者1000元的年節採買金，並由百餘位企業志工做一對一的陪同採購，在活動當天，長者對於志工的陪伴、夾菜餵食、或是按摩、熱敷，都相當感動。

而志工發揮「老吾老以及人之老、幼吾幼以及人之幼」的精神，在親身了解與關懷獨居老人之後，更體會「子欲養而親不待」的重要性。

圍爐活動同時結合當地周邊熱心商店，規劃許多攤位服務，例如：二手衣物、營養品發送、頭髮義剪…等，希望社區能共同重視獨居老人的長期照護問題。

## (三)、弱勢家庭兒童課後陪讀計畫

在全省很多需要幫助的角落，是透過教會組織與社區積極互動下，關照當地的弱勢族群，補全社區服務的缺口，台灣大哥大長期支持基督教救協會的「弱勢家庭兒童課後陪讀計畫」就是一個最具體的例子。

單親、隔代教養、低收入戶及身心障礙家庭子女與外籍新娘產生的新台灣之子，因長期缺乏資源，很多孩子在課後無人問問，甚至連晚餐都沒有，不僅孩子生活適應及學習上的困難，更容易造成累代貧窮與社會問題的惡性循環，因此希望從教育著手及早預防，讓他們透過知識的傳遞和全人教育，養成健全的性格，脫離貧窮，以免未來造成更大的社會成本。

台灣大哥大自2005年起參與中華基督教救協會的「弱勢家庭兒童課後陪讀計畫」，並贊助認養陪讀班。這些孩子來自各種不同的問題家庭，經過陪讀班長期課業輔導和品格教育，不只改善個人學業，更預防了日後的社會問題。

孩子們每天放學後集中到陪讀班，接受老師每週4到5天，每次2小時的課後陪讀，不但提供傍晚的點心餐，還包括課業輔導、英文、電腦教學、生命教育、品格教育及兒童保護課程。



1、2. 真心關懷遠勝於物資援助，台灣大志工幫獨居長輩剪指甲、上妝、圍爐 3. 台灣大哥大基金會秘書長阮淑祥探視因不良於行而未能來參加活動的獨居老人 4. 台灣大志工陪伴後山獨居老人採買年貨，撫慰他們的心靈 5、6. 陪伴偏鄉弱勢家庭兒童遊高雄，台灣大志工扮演大哥哥、大姐姐的角色

陪讀班讓他們有歸屬感，建立自信心，許多孩子由成績低落、缺乏自信，漸漸到成績進步，並建立自我鼓勵學習的心志，不僅學習的意願提升，也逐漸養成良好習慣。

從原本愛說髒話、出手打人、亂丟垃圾，甚至出現偏差行為，逐漸變成開朗、快樂、溫和有禮貌的孩子們。

2007-2008年台灣大哥大持續認養10所陪讀班共計205名弱勢家庭兒童之陪讀班經費，包括：

|     |                      |
|-----|----------------------|
| 北台灣 | 台北縣三重市、宜蘭縣五結鄉、桃園縣中壢市 |
| 中台灣 | 台中縣新社鄉、大甲鎮、南投縣竹山鎮    |
| 南台灣 | 台南市北區、高雄縣鳥松鄉、屏東縣東港鎮  |
| 東台灣 | 花蓮縣新城鄉、花蓮縣萬榮鄉        |
| 外島  | 澎湖縣馬公市               |



(四)、在地戶外音樂會

古典音樂流傳數百年，但多半限於殿堂之中，礙於座位數和票價的門檻，無法廣傳普及。有鑒於此，台灣大哥大本著「在地關懷 音樂傳愛」的精神，邀請不同的國際大師，舉辦多場戶外音樂會，從原鄉部落到風景名勝區，從小社區到大廣場，從孤兒院到老人中心，每一場表演，都成為當地盛事。

2007-2008年間，台灣大哥大音樂大使及戶外音樂會一共到全省各地舉辦共38場大小型戶外音樂會，超過120,000人次蒞臨欣賞。

不論是台東山上的利嘉國小、還是桃園縣拉拉山上原民部落，或是台灣名勝日月潭、太魯閣，處處皆可聽見由台灣大哥大帶動響起的樂聲，隨著古典音樂走入人群、走進社區，撫慰人心。

事實上，舉辦戶外音樂會困難重重，對專業音樂家來說是非常大的冒險，舉凡氣候、溫溼度、音響效果，都讓追求完美的音樂家們擔心。

我們非常感謝這些國際音樂家，願意克服各種困難障礙，幾乎不收取費用地一同為投入推廣古典音樂到鄉間而努力。



1. 衛武營星光音樂會 2. 李泰祥桃園音樂會 3. 林昭亮與國臺交日月潭音樂會 4. 台東利卡夢梅之宴—巴佛傑  
5. 李泰祥感動揮手致意 6. 熱情參與戶外音樂會的民眾

2007-2008年大型戶外音樂會：

|     |  |
|-----|--|
| 北台灣 | <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣大哥大慈湖戶外音樂會 / 2008.04.26 / 桃園慈湖 (超過5,000人)</li> </ul>  |
| 中台灣 | <ul style="list-style-type: none"> <li>克拉茲兄弟們的古典Salsa / 2008.09.15 / 台中圓滿劇場 (超過20,000人)</li> <li>台灣大哥大日月潭火花音樂會 / 2008.10.10 / 日月潭 (超過20,000人)</li> </ul>   |
| 南台灣 | <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣大哥大胡乃元戶外音樂會 / 2008.11.29 / 台南億載金城 (超過15,000人)</li> <li>台灣大哥大衛武營星光音樂會 / 2008.09.20 / 高雄衛武營 (超過20,000人)</li> <li>台灣大哥大胡乃元戶外音樂會 / 2007.12.21 / 屏東縣立體育館前 (超過10,000人)</li> </ul> |
| 東台灣 | <ul style="list-style-type: none"> <li>太魯閣台灣大哥大音樂節 / 2007.11.24 / 花蓮太魯閣台地 (超過20,000人)</li> <li>台東利卡夢梅之宴 / 2008.01.19 / 台東卑南鄉利嘉國小梅園 (超過2,000人)</li> </ul>   |



我對音樂的追求和要求是沒有止境的，一直希望做出更好的音樂分享給更多人。剛開始做戶外的音樂演出，我也猶豫過，擔心品質會受影響，但是透過跟台灣大哥大多次合作戶外演出的經驗，我更了解殿堂之外，有這麼多人對音樂的渴望。於是我帶著音樂家，去山上演奏給孩子聽，到偏鄉拉琴給在地民眾聽，他們扶老攜幼靜候的態度，正如我們用一樣嚴謹的心情，把最好的音樂帶給他們。

胡乃元



## (五)、青少年輔導課程

台灣大哥大自2004年起持續贊助「中華民國得勝者教育協會」，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」課程。五年來共輔導了18,898個班級、將近66萬學生。

有鑑於得勝者每年可接觸到10多萬名國一新生，2007年起新增贊助其針對當代青少年問題進行施測研究，並將結果提供師長、學校及社會政策制定參考，為青年學子打造更好的學習環境。

除了輔導學生之外，並結合學校、家庭、社區、社會大眾資源招募社區義工，積極參與青少年的關懷行動，使他們在愛與真理中學習，提升解決問題與管理情緒的能力，建立良好品格，培養正確的價值觀，拒絕不良的誘惑，面對生活中的各項問題與挑戰。

## (六)、企業志工 愛心行動

### 1. 企業志工假制度

自2007年起，台灣大哥大制定並執行「企業志工辦法」，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任，辦法包括：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，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。

### 2. 豐富多元的志工活動

台灣大哥大從上而下鼓勵員工投入志工活動，不只是為了善盡企業公民責任，也藉由活動中員工「一起付出」、「共同完成」的過程，強化員工向心力及對企業文化的認同。落實企業志工計畫，創造個人、企業、社會及弱勢團體四贏的結果。

企業志工活動深入且多元化，從針對偏遠弱勢兒童照護的「陪讀計畫」及歲末年終「關懷獨居老人」，到用行動重視暖化關懷地球的「種樹」及「生態復育」，和長期推動藝文的「文化志工」。



1、6. 數位營隊以手機為工具，傳授用影像說故事的表達能力訪視病童 4. 員工化身為關渡自然公園搶救生態的保育尖兵 2. 阿里山數位圖書中心募書 3. 企業志工醫院 5. 志工行前訓練

| 活動日期              | 服勤天數 | 活動名稱            | 活動簡介  | 企業志工 | 員眷 | 總人數 |
|-------------------|------|-----------------|---|------|----|-----|
| 2007/6/30         | 1    | 關懷電信展           | 為了讓更多民眾對弱勢團體有更深一層的認識，結合台灣固網、台灣客服舉辦關懷園遊會。現場提供優惠身心障礙者全方位的優惠方案、闖關體驗活動、公益義賣，93位企業志工一起響應用愛關懷弱勢、用行动回饋社會，在烈日下揮汗共同將愛送出去!      | 91   | 2  | 93  |
| 2007/8/7-2007/8/8 | 2    | 竹山陪讀班兒童「喜樂感恩之旅」 | 32位來自南投竹山弱勢家庭的孩子，由於各方熱情贊助，終於一償宿願去木柵動物園以及登上世界最高建築—台北101頂樓觀景台，並參觀圓山大飯店、台北天文館、及誠品兒童探索館等。孩子們的笑聲充滿夏天的回憶，難忘的Fun心寶貝台北喜樂感恩之旅。 | 9    | 0  | 9   |
| 2007小計            | 3    |                 |   | 100  | 2  | 102 |

| 活動日期         | 服勤天數 | 活動名稱               | 活動簡介  | 企業志工 | 員眷 | 總人數 |
|--------------|------|--------------------|---|------|----|-----|
| 2008/1/25    | 1    | 傳愛在洄瀾-台灣大歲末送暖      | 農曆新年是中國人團圓的大日子，但台灣邁向高齡化社會、地方人口外移，卻有許多後山獨居老人無人陪伴。台灣大哥大與一粒麥子基金會合作，發動的百人企業志工團隊遠赴花蓮縣光復鄉，陪百位獨居長輩圍爐、辦年貨，並將溫暖送到獨居長輩家中。 | 99   | 3  | 102 |
| 2008/8/20-21 | 2    | Fun心寶貝港都喜樂感恩之旅(高雄) | 來自竹山的35位小朋友，是台灣大哥大基金會長期贊助的弱勢家庭兒童課後陪讀班學童，今年的暑假，從沒見過海的小朋友們將前往港都，開啟他們生平第一次的海洋之旅。                                   | 12   | 0  | 12  |
| 2008/8/14    | 1    | 關渡自然公園生態守護大使       | 這是一個加入生態保護工作的新生訓練，完整的生態導覽及實地訓練課程，讓志工更了解保育服務之本質、態度與觀念。參與志工都成為關渡自然公園的守護天使，搶救生態環境的保育尖兵!                            | 70   | 1  | 71  |
| 2008小計       | 4    |                    |   | 181  | 4  | 185 |



## (七)、行動醫療— 防災救護、行動無阻

行動電話不只是電話，更是急難時的救命關鍵。台灣大哥大以電信技術為核心，響應政府、NPO組織推動相關社區關懷服務，讓緊急需求即時被溝通、傳達。

### 1. 高高屏行動急救醫療網

有鑑於緊急醫療的高重要性，高高屏三縣市衛生局結合區域內急救責任醫院、衛生局、消防局、緊急醫療協調中心... 等共50個公私立醫療機構，建立起區域聯防的緊急應變指揮中心，透過台灣大哥大的通訊科技，建構一跨縣市的緊急醫療網絡，統合三縣市的緊急醫療資源，讓病患可以在第一時間找到最近、最適合的病床及醫療人員，以免延誤黃金治療時間。

台灣大哥大為這50門急救專線建立專屬群組，透過群組通訊建置、簡碼快速互撥等方式，藉由手機隨身攜帶的特性，讓急救單位增添更迅速便利的聯繫管道，查詢所需的醫療資源，避免重蹈醫療人球事件的覆轍。

2007-2008年，台灣大哥大除持續贊助此急救醫療網，提供互打通免費以及額外600元通話費，讓這個緊急醫療網，隨時執行24小時之「醫療指導及資源清查」工作，讓急重症醫療資源可以達到最佳分享，造福更多病患。

### 2. 獨居老人緊急聯絡電話

高齡化社會來臨，針對台北市獨居長者急救照護需要，台灣大哥大和社會局共同合作，推動「台北市社會局獨居老人緊急照護」，贊助65門預付卡門號及每月300元通話費用，讓獨居老人的聯絡管道更加暢通，社工關懷沒有死角，長者安全更有保障。

### 3. 偏遠山區巡迴醫療

台東基督教醫院長期照顧東部偏遠地區弱勢族群，因應當地特殊環境而產生「行動醫療，由醫護人員驅車前往各鄉村部落看診。

對醫療資源嚴重不足的東部居民來說，行動醫療救助了許多東部偏遠鄉鎮居民的性命，也兼任了照顧東部偏遠地區獨居老人的責任。

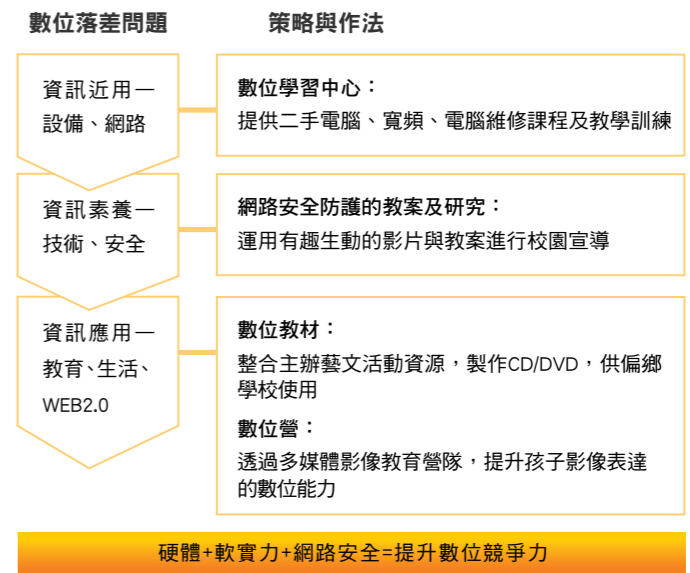
每週幾次的看診，醫護人員不但要事先準備所需醫療藥物，還必須帶齊該部落所有居民的病歷資料，有時候突然來了隔壁村的阿嬤要看病，就苦於無法及時取得病歷，以至於不能給予最好的醫療照顧。

有鑑於此，為了更貼近醫護人員及病患的需求，台灣大哥大贊助行動網卡及行動上網費用，讓醫療車在偏遠山區也能透過無線上網的通訊網路，即時連線，隨時下載病歷及其他所需資料，真正落實行動醫療。醫生於看診現場，也可以透過筆電和網卡，即刻將資料回傳到醫院資料庫，增進醫療效能及效率。

過無障礙的行動電話、寬頻數據、有線電視等數位服務，讓地處偏遠的民眾也能和世界接軌，得到第一手的資訊，提升生活品質。

體認到偏鄉、弱勢族群不只是硬體設備不足，真正缺乏的是資訊素養與學習機會，難以培養數位能力，因此2009年起與國立政治大學合作，製作網路安全影片及教案，進行校園宣導，並多元化規劃優質的藝文演出製成「數位教材」，讓偏鄉孩子也有機會接觸體驗。

此外，2009年規劃舉辦數位營隊，邀請知名導演如林育賢、黃嘉俊、林文龍、王嫻妮、張淑滿、劉志雄、賴衍銘...等用數位相機或手機等日漸普及的工具，傳授用影像說故事的表達能力，以提升孩子的數位競爭力。



## 五、縮減數位落差

台灣大哥大為結合行動、固網及有線電視的數位匯流領航者，以電信技術為核心，長期投入企業資源以符合社會各種面向的需要。

針對偏遠地區、身心障礙等弱勢族群提供寬頻網路設施、通訊費用減免等，並在全省數位落後地區成立「數位學習中心」，希望透

### (一)、響應普及服務推廣—村村有寬頻 部落有寬頻

2007及2008年底，子公司台灣固網和台灣大哥大基金會在國家通訊傳播委員會指導下，連續響應「村村有寬頻」、「部落有寬頻」政策，提供嘉義縣阿里山鄉山美村、十字

▼ 榮獲NCC「普及服務與公民參與」七項大獎，為2008年最大贏家



## 行動通訊救護



全球暖化導致近年來天災頻仍且規模越來越大，因此，各種災害緊急搶修規劃因應而生。

台灣大哥大為降低天然災害對電信網路與設備的損害進而影響對客戶服務的品質，定期召開年度檢討災害防救、災害搶修、應變計劃及相關事項之修訂，並執行年度防災減災演練，以提昇處理能力。平時，除了電信機房執行定期巡修工作，以期達到災害之事先防範。

2009年八月份莫拉克颱風過境台灣本島，重創南台灣，嚴重影響客戶通訊的權利。自災害發生的第一時間起，我們立刻任務編組暨全力搶救各地區機房及基站；工程人員徒步或搭乘直升機進入災區，背負著三、四十公斤以上的小型基地台、發電機和柴油，攀爬斷橋、殘垣斷壁或徒步涉水，挺進災區搶修基地台，率先恢復重災區的台東太麻里、屏東牡丹、屏東佳冬、南投東埔等處通訊。以淹水情況慘重的屏東林邊、東港地區而言，工程人員甚至乘著竹筏、再爬十多層樓，才讓基站恢復運作以提供客戶通訊服務。

「多一次情境演練，多一分應變能力」以新思維、新方法來培養加強各種災害的應變處理能力，唯有不斷的執行定期巡修工作與演練，方能將災害損失減少至最低程度。



村、茶山村寬頻數據服務，讓地處偏遠低凹山谷中的山美村、茶山村，海拔高度達1,550公尺的十字村，都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50公里的光纖，並能確保傳輸品質穩定，提供優質服務。使山美村寬頻普及率在2008年底已逾51%，名列全國第一，樹立電信業參與普及服務之典範。

這項高額の建設成本雖獲得國家通訊傳播委員會「電信事業普及服務基金」經費補助，但台灣大哥大基金會仍進一步補助村民前兩年的上網費和電路費，平均每戶兩年下來獲得補助的金額將達12,000元，減輕村民寬頻上網的負擔。

透過公告、專人或請當地村長通知，共有122戶受到補助，佔三村全體住戶的40.1%，上網總補助金額超過百萬。

此外，台灣大哥大旗下的聯禾有線電視鋪設宜蘭偏遠三星、大同、南澳鄉共9村里的有線電視網路，永佳樂有線電視提供弱勢族群優惠方案、自製在地優質節目，與台灣固網、台灣大哥大基金會均獲國家通訊傳播委員會頒獎表揚，具體落實台灣村村有寬頻世界第一的理想。

績效與對社會之影響：

1. 本公司除了提供有形的寬頻網路建設外，更結合台灣大哥大基金會之資源，在山美村成立寬頻網路圖書館，並捐贈偏鄉所需的軟硬體、維護等相關費用。在實施普及服務後，數位普及率以當地實際住戶數304戶計算，已自實施前的0%提昇至實施後的40.1%，對原民部落網路運用及教學有極大助益。

2. 隨著經濟發展與環境變遷，偏遠鄉鎮人口大量外移至都會區，藉由本公司對偏遠地區提供數據通信接普及服務，使偏遠地區民眾均可與都會區一樣，以合理價格享有e化社會「天涯若比鄰」所帶來的便利與快速。

3. 為了協助原民能更善用網路資源，以促銷偏鄉的農產品及民宿觀光，我們特地為當地量身設計模組化的程式，並簡化上架機制。

另外還由企業志工上山教學，一方面希望促進偏遠地區農業經濟、觀光旅遊及農產品產銷的發展，創造經濟商機，改善部落的生活品質。

再者也期望藉由網路資源提供原住民部落高速教育網路、偏遠地區醫療、教育、居家安全、意外緊急搶救防護等服務需求。

2009年再度參考研考會公佈的數位落差統計報告(2008)於嘉義民雄、屏東東港及花蓮萬榮增建3間數位學習中心，提供合計45台二手電腦及網路資源。

另外，針對七間台灣大哥大數位學習中心，也透過當地教師的師資訓練，培養他們自主管理、授課的能力，透過企業與社區的共同努力，讓貧困兒童、外籍配偶等弱勢族群，也能有機會透過電腦、網路的學習，增進技能，與世界接軌。

### (三)、數位教材

教育部認定偏遠中小學高達近千所，這些教育資源較差的偏鄉學校，學生也多來自經濟弱勢家庭，無法提供如欣賞音樂會、觀看展覽、欣賞戲劇等多元教育資源。

台灣大哥大基金會每年精選數場深獲好評的優質藝文活動，如：胡乃元&TC弦樂團精選、NSO管絃樂團〈衛武營星光音樂會〉、樂興之時管絃樂團〈日月潭花火音樂會〉、紙風車〈女媧補天〉等，製作成數位學習教材。

偏遠地區中小學可以將這些數位教材作為教育學習之用，使當地學子不因地區、經濟等限制，仍能吸取新知，消弭數位落差，提升數位競爭力。

### (二)、數位學習中心

借鏡阿里山數位圖書館的成功經驗，2008年台灣大哥大基金會特別參考研考會公佈的數位落差統計報告(2006)，首先挑選了南投竹山、台中大甲、高縣烏松等地，結合當地NPO組織建置3間數位學習中心，提供合計42台二手電腦、網路等資源。

## 阿里山普及服務推廣



台灣大哥大基金會在阿里山的普及服務推廣不僅是網路的架設和費用的捐助，更深入的幫助山美、茶山和十字等三個村的數位缺口。

2007年底基金會捐贈70組二手電腦給三個村，並協助山美村打造數位網路圖書館，透過捐贈1,500本書籍、電腦設備(包括保固維修服務)、寬頻網路及志工教學等方式，讓這棟閒置空間變身為村民可以免費閱讀、使用電腦的多功能空間，讓山上的阿嬤可以和山下的愛孫視訊、民宿老闆可以推銷住房、果農也可以銷售水果蔬菜，運用e化科技，大大改善居民的生活。

| 出版年度 | 內容  | 教材名稱   |
|------|---|--|
| 2008 | 每份數位教材均精心規劃，包含音樂CD或DVD、專業曲解、教案，透過數位教材帶領偏鄉學子進入藝術的領域。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>古典音樂CD—胡乃元&amp;TC弦樂團精選輯</li> <li>環保兒童劇DVD—紙風車〈女媧補天〉</li> <li>音樂會實況DVD—NSO管絃樂團〈衛武營星光音樂會〉</li> <li>音樂會實況DVD—樂興之時管絃樂團〈日月潭花火音樂會〉</li> </ul> |





(四)、推廣數位應用 提升創作能力

台灣大哥大近年來致力於各項電信服務應用的推廣，不以賺錢與否為考量，本著取之於社會用之於社會的回饋精神，運用民眾隨身攜帶的手機，推動藝文欣賞及創作。透過「myfone行動創作獎」與「909手機語音導覽」，讓手機不只是手機，搖身變為吸取藝文知識、創作文學、音樂的好工具。

1. myfone行動創作獎

簡訊與音樂鈴聲是最受民眾歡迎的電信加值服務，為鼓勵創作以提升數位內容水準，台灣大哥大2007年起舉辦「myfone行動創作獎」，徵求「簡訊文學」與「原創歌曲鈴聲」創作。

2007年首次舉辦即收到5,232件簡訊作品和138件鈴聲作品，2008年收到4,745件簡訊和326首鈴聲作品參賽，到了2009年，投稿件數激增四倍，成功開創手機行動創作風潮。

手機已是現代人溝通的重要平台，透過「myfone行動創作獎」，讓簡訊成為一種新的文體，鈴聲成為反應個人特質的一種新的表徵。這個國內首見的行動創作比賽，雖然創作格式輕薄短小但仍不減其魅力，吸引許多民眾踴躍投稿，甚至包括多位國內知名音樂人、好萊塢電影幕後配樂的國際專業人士參賽，作品質量兼具。

而為樹立良好典範，評審過程分初審、複審、決賽等三關，邀請許多樂壇、文壇之名創作者擔任評審，包括余光中、張曉風、張大春、蔣勳、黃舒駿、方文山、雷光夏等大師都是連續二至三年擔任，奠定myfone行動創作獎的公信力與聲譽。

myfone行動創作獎，結合科技、藝文、生活所匯聚出的新能量，不僅讓民眾可以發揮創意，更充分反映社會現象及當代人所關切的議題，獲得熱烈迴響。



「myfone行動創作獎」結合國內文壇及樂壇重量級評審 1. 詩人余光中 2. 作家張曉風 3. 美學家蔣勳  
4. 整合科技與人文藝術，Web2.0全民創作分享的年代 5. 音樂才子黃舒駿 6. 知名作詞人方文山

myfone行動創作獎獲評審老師們支持與好評：

|     |   |
|-----|---|
| 余光中 | 簡訊文學一方面講文采，另一方面也講到真情，在評審之中感覺到非常有趣，覺得不但有文學的收穫，也有社會的認知。   |
| 張曉風 | 在世說新語裡頭，其實有一個篇章，就是在講言語，那個時代他們說出來的很有趣的話，那有人就有興趣把它記錄下來，其實我們這個時代也有蠻多有趣的語言，那我想藉著行動創作獎把它一一的記錄下來，成為歷史裡頭的一個支流。 |
| 蔣勳  | 簡訊文學是一個非常新的一個文體，也是現代人普遍使用的一個工具，一般人可能也並不會把簡訊跟文學連結在一起，所以簡訊文學來講可以說是一種非常新的一種嘗試，短短的簡訊，展現出我們對一個社會很全面的觀察。      |
| 張大春 | 簡訊有非常準確的對象，而非一般在文學課堂上那種精美的技巧或者是華麗的詞藻，因此必須要言之有物，不是無厘頭耍俏皮。  |

|     |   |
|-----|---|
| 黃舒駿 | 我一直認為說手機鈴聲會是一個領導流行的重要格式，myfone行動創作獎是未來20年最重要的獎項，手機鈴聲將會是未來相當重要的音樂平台和規格。                          |
| 方文山 | 我覺得台灣大哥大舉辦這樣一個活動，對於熱愛音樂的青年朋友們，是一個很大的鼓勵！   |
| 雷光夏 | 看到各種不同多樣性的創作，我希望未來的投稿者要趕快再打破自己想像的框框，再勇敢一點。  |
| 林隆璇 | myfone行動創作獎是要從音樂上來看，還是要從趣味性來看，還是要從創意性來看，對我來說是開發了不同的視野，我覺得收穫很大，看到很多台灣的朋友真的都非常搞笑，也很有創意，所以我自己都很喜歡。 |
| 李欣芸 | 主辦單位很有創意，舉辦myfone行動創作獎讓台灣的年輕人把創意跟音樂跟鈴聲結合，所以我覺得這個比賽真的是非常值得鼓勵的。                                   |



|      |    | 2007第一屆  | 2008第二屆  | 2009第三屆  |
|------|----|----------|----------|----------|
| 投稿件數 | 簡訊 | 5,232 件  | 4,745 件  | 22,612 件 |
|      | 鈴聲 | 138 首    | 331 首    | 436 首    |
| 人氣投票 |    | 40,581人次 | 35,832人次 | 49,674人次 |

## 2. 手機語音導覽

909手機語音導覽是台灣大哥大於2004年底領先業界首創服務，以行動通訊技術協助藝文推廣，讓民眾隨時隨地都能透過手機，聆聽博物館導覽內容，同時亦為藝文界建立最完整的數位資料庫。

2007年-2008年兩年間，除長期維持的台北縣立鶯歌陶瓷博物館、朱銘美術館、臺北市立動物園等常設展外，陸續與多檔重量級的藝文展覽合作，如：華麗巴洛克、羅丹雕塑展、絲路傳奇新疆文物等展覽，以及2008年國內藝文界最盛大的兩場藝術盛宴—『印象畢沙羅』及『驚艷米勒-田園之美畫展』。

每場常設展及特展的語音導覽，我們都邀請該領域執牛耳的專家，親自撰稿，專人錄音，以『印象畢沙羅』及『驚艷米勒-田園之美畫展』來說，就請到美學大師蔣勳親自撰稿錄製，讓大家能不受時空限制，跟著專家的動線，了解藝術的奧妙和精髓。

這兩場展覽不但吸引80多萬人次前往欣賞參觀，透過語音導覽的建置，也讓25,000人次藉此更深入了解世界級大師藝術作品。

### ▼ 手機語音導覽突破時空及人力限制



有別於傳統語音導覽機需一次付費且設備有限的情況，手機語音導覽提供民眾更經濟便利的選擇，不論是只想聽一兩則重點畫作，或者是反覆聆聽所有作品，台灣大哥大手機語音導覽不計成本，利用展板告示、專人說明台灣大哥大手機語音導覽提供民眾兩種計費選擇：每秒最低優惠費率0.05元，適合只聽一兩則重點畫作的民眾；以及當日100元無限次無限時間聽到飽，適合喜歡飽覽畫作反覆收聽的民眾。

讓民眾不再因為博物館語音導覽設備不足或付費門檻，錯過汲取藝文知識的機會。

### 近年909手機語音導覽使用量統計

| 年度   | 人數     | 秒數         |
|------|--------|------------|
| 2004 | 32,119 | 3,564,815  |
| 2005 | 19,016 | 1,471,338  |
| 2006 | 2,256  | 1,395,541  |
| 2007 | 3,679  | 2,759,068  |
| 2008 | 62,697 | 41,497,473 |

## 六、弱勢關懷

### (一)、培訓脊損傷友 重建自主生活

「給魚吃，不如教他釣魚。」培訓弱勢族群的專長結合企業需求，可以說是幫助他們走入社會的最佳方法。

台灣大哥大與子公司台灣客服於2003年7月起，和桃園脊髓損傷潛能發展中心合作發展「遠距服務」(remote site)專案，應用VoIP (Voice Over Internet Protocol)技術，將進線到台北總公司的客戶電話，透過網路專線延伸到遠在桃園縣的無障礙客服值機現場，讓這群行動障礙的客服人員不受「線」制。

通過密集的職前訓練及嚴格的客服品質要求，這些脊損病友平均每天每人服務80到100通電話，個個都是名符其實的「客服超人」，創造客服、工作者與客戶的「三贏」！

累計「客服超人工作室」開辦至今，已提供58位脊損病友工作機會，「客服訓練教室」已有131位接受專業訓練，幫助脊髓損傷潛能發展中心承接各類型客服專案。

### (二)、關懷憂鬱症 預防社會問題

根據世界衛生組織統計憂鬱症目前已是世界排名第4的疾病，聯合國國際勞工組織也公佈憂鬱症為21世紀職場主疾病；行政院衛生署資料顯示：平均2.5小時即有1人自殺，憂鬱症已升為國內十大死因之一。

台灣大哥大自2006年起，與肯愛協會共同合作「溫心880」專案，2007-2008二年度專業服務將近7萬人次，提供憂鬱症輔導及防治宣導工作，包括：

- 溫心熱線：以電話關懷輔導受憂鬱症困擾的病友。
- 溫心支持團體：以團體支持課程幫助病友及家人朋友互相扶持。
- 遠離憂鬱系列講座：針對一般大眾提供憂鬱症相關知識之課程。

▼ 為了讓脊損傷友重返社會，台灣大利用核心技術在桃園設立遠距無障礙值機中心，訓練這群「客服超人」成為專業的客服人員，為用戶服務不受「線」制





### (三)、5180手機捐款 搭建捐款橋樑

2005年12月台灣大哥大首創建置「5180即時捐」小額捐款平台，提供社福團體長期募款管道，用戶只要手機直撥5180，即可依照語音指示完成捐款、語音捐款專線完全不收費、並可線上索取收據，即使是忙碌的現代人，也能不受時空限制，善用手機「隨手作公益，行動最便利」。

#### 1. 為社福團體建立長期捐款來源

多數社福團體缺乏長期穩定的募款來源，透過科技化的捐款方式，5180小額捐款的選擇包括100元、500元、1,000元、1,500元、2,000元、3,000元，也為社福團體建立細水長流的進帳，數位化的募款平台使管理更加有效率。

#### 2. 慎選優質、透明度高的社福團體

台灣大哥大為了對廣大用戶負責，在社團申請5180上架時最首要的條件就是『責信』，也就是要做到『財務透明』，因此要求申請社團需具備：主管機關評鑑達甲等以上、願提供年度計畫、年度結算及簡介資料申請等等審慎之標準，讓「5180即時捐」成為安全可信任的捐款平台代名詞。

#### 3. 人人都能成為募款大使—公益答鈴

台灣大哥大致力於與社福團體一同向用戶協募，2008年起號召多位名人志工如孫越、陳淑麗、詹宏志、黃舒駿、黃韻玲.....等人錄製20多首公益答鈴，讓用戶免費下載，人人都能成為公益宣傳大使。

在發生重大急難時，手機捐款更能最快提供災民最即時的援助。近年，南亞海嘯、四川震災發生時，台灣大哥大即時啟動手機捐款平台，協助民眾即時、便利地捐款。

2008年於四川賑災發生後5至7月共募得1,110,600元；2009年莫拉克風災，5180即時捐亦協助6家深入災區的非營利組織募款近80萬元，發揮聚沙成塔功效，即時協助災區救援。

自2007至2008二年度，22家社福團體從5180捐款平台募款超過1,121萬元、累積捐款人次超過27,734人次，平均每月捐款金額約46.7萬元、捐款人次超過千人，顯示手機捐款已成為現代人即時行善重要的工具。



1. Discovery旅遊生活頻道「瘋台灣」主持人Janet 2. PChome董事長、趨勢專家詹宏志 3. 從事多年公益活動的孫越叔叔、快樂志工陳淑麗和多位公益名人替台灣大哥大免費手機捐款平台「5180即時捐」獻聲錄製公益答鈴  
4. 金曲歌王蕭煌奇 5. 音樂創作人黃韻玲 6. 偶像兼實力派藝人何潤東

| 公益名人5180答鈴   | 內容   |
|--------------|--|
| 愛心零時差篇—Janet | 愛心零時差，行善可以很簡單，拿出你的手機，動動手指頭，任何時候都可以捐款做公益。                                   |
| 安全便利篇—何潤東    | 手機捐款是最方便、安全的捐款方式之一，邀請你跟我一起手機直撥5180幫助需要的弱勢團體。                               |
| 老朋友分享篇—孫越    | 好東西要和好朋友分享，我是你們的老朋友孫越，5180是最便利的一種捐款方式，夜深了，打個電話給5180吧！手機直撥5180，隨手作公益，一指就搞定。 |
| 快樂志工篇—陳淑麗    | 除了接電話、打電話，手機也可以捐款囉！我是快樂志工陳淑麗，快拿起手機直撥5180，好多家社福團體等待您的愛心。                    |
| 最真心的答鈴篇—黃舒駿  | 最真心的來電答鈴是什麼？不是流行音樂，是你現在所聽到的這一段公益答鈴，手機直撥5180，隨手作公益，一指就搞定。                   |

| 公益名人5180答鈴 | 內容  |
|------------|---|
| 生命的陪伴篇—黃韻玲 | 台灣有十萬萬經濟弱勢家庭的孩子，下課後缺乏陪伴與照顧，陪讀是生命的陪伴，能改變這些孩子的未來！台灣大哥大手機直撥，隨手作公益，一指就搞定！ |
| 一根手指頭篇—楊玉欣 | 你知道手機也可以捐款嗎？只要一手指頭，就可以輕鬆捐款給需要幫助的社福團體。                                 |
| 捐款最方便篇—詹宏志 | 你知道手機也可以捐款嗎？不管你在哪裡，拿起手機就可以捐款給數十個公益團體，您的捐款可隨下期帳單繳付，是最方便的捐款方式。          |
| 你是我的眼篇—蕭煌奇 | 你今天5180了嗎？你在哪裡，愛心就在哪裡，拿起手機直撥5180就可以捐款給你支持的公益團體。還可以線上索取收據喔！            |



# 第三者查證聲明書

## 獨立保證意見聲明書

### 2007-2008 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 2007-2008 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,因此查證範圍乃基於並侷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 2007-2008 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 2 應用類型評估台灣大哥大公司遵循 AA1000 當責性原則標準的本質和程度,以及特定永續性績效資訊的可信賴度。

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 2007-2008 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,表明其依舊 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 30 位與永續性管理、報告編製及資訊提供有關的員工
- 拜訪台灣大哥大公司大台北地區的 2 個直營店與 1 個加盟店,審查手機回收計畫、電子帳單與無紙化行動之運作流程
- 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
- 藉由與負責收集資料管理者的會議,查證報告中的績效數據與宣告
- 審查資料收集的流程與確保數據的準確性,數據追溯至最初來源並進行有限抽樣
- 比對財務數據與經會計稽核的財務報告數據之一致性
- 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 報告指南的詳細審查結果如下:

#### 包容性

2008 年報告書反映出台灣大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。此系統正被發展以產生必要的資訊。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,這份報告涵蓋了台灣大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:

- 由最高管理階層支持之明確的永續性願景與策略
- 於現有環保永續發展推動小組機制下建立 CSR 運作及績效管理辦法,以利公司未來能有更全面、系統化及策略地管理與實施 CSR 相關績效。
- 在持續改善永續績效及尋求利害關係人關切與期望事項之過程中納入利害關係人參與的方法

#### 重大性

台灣大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灣大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:

- 建立台灣大哥大公司對重大性議題的鑑別與優先順序的方法
- 依企業策略來決定重大性議題的優先順序
- 增加環境績效議題,如氣候變遷相關的資訊以瞭解公司溫室氣體排放的狀況

#### 回應性

台灣大哥大公司執行來自利害關係人的期待與看法之回應。台灣大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,這份報告適切地涵蓋了台灣大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:

- 經由鼓勵利害關係人的直接參與,完整確保回應性的功能
- 完整鑑別利害關係人與其關切與期望事項,以及相關的重大性議題

#### 績效資訊

基於本聲明書描述的我們之工作,特定績效資訊係在台灣大哥大公司與英國標準協會協議的查證範圍內,報告書揭露的 GRI G3 核心指標。以我們的觀點,台灣大哥大公司 2007-2008 年 CSR 社會責任報告書的數據與績效資訊沒有實質性差異。

#### GRI 報告指南

台灣大哥大公司提供有關符合 GRI G3 報告指南的自我宣告,與相當於 B+ 分級的相關資料。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灣大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:

- 藉由鑑別所有相關的指標並在報告中揭露,以升級 A+ 的保證等級
- 未來的報告可以與同行業之企業進行績效指標的標竿比較

#### 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,為台灣大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,具有主導稽核員與破足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:



Dr. Yi-Min Gao  
Managing Director BSI Taiwan  
17 November, 2009

Taiwan Headquarters: 5th Floor, No. 39, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.  
BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.





# 附錄

## GRI指標補充說明

|      |  |
|------|--|
| 3.10 | 舊報告資訊重述效益：與上一版報告相較，無數據修正或量測方法的改變。  |
| 3.11 | 與以往報告比較的改變：與上一版報告相較，無報告範疇、邊界或數據量測方法的重大改變。  |
| 4.2  | 指出主席是否兼任行政職位：最高治理機構主席並無兼任行政職位。   |
| EC1  | 直接經濟價值：員工獎勵等資訊已於本公司年報合併財務報表中列明。  |
| EN9  | 總耗水量的影響：無相關情事。   |
| EN11 | 在敏感地區的土地資產：無相關情事。  |
| EN12 | 對生物多樣性的策略：無相關情事。   |
| EN13 | 受保護或經復育的棲地：無相關情事。  |
| EN15 | 瀕臨絕種的物種：無相關情事。   |
| EN19 | 破壞臭氧層的物質排放量：本公司非製造業，不適用。   |
| EN20 | 氮氧化物、硫氧化物與其他空氣排放：本公司非製造業，不適用。  |
| EN21 | 總排水量：本公司非製造業，不適用。  |
| EN23 | 嚴重溢漏：無相關情事。  |
| EN24 | 有毒廢棄物的運送：無相關情事。  |
| EN25 | 受排水與放流影響的棲地：無相關情事。   |
| EN28 | 違反環境法令：屏東92201來義樂樂谷車站違反水土保持法，屏東縣政府於2008年間裁罰6萬元。  |
| HR7  | 強迫勞動：無相關情事。  |
| HR8  | 安全人員訓練：無相關情事。  |
| SO5  | 對公共政策的立場以及遊說：無。  |
| SO6  | 政治捐獻的總值：無。   |
| SO8  | 因不符合反托拉斯法等所受處罰：查無案例。   |
| PR2  | 違反健康與安全標準的次數：查無案例。   |
| PR4  | 違反產品資訊標準的次數：查無案例。  |
| PR7  | 違反市場操作法規的次數：1次。(本公司因被檢舉「台灣大哥大網內一族801/401」廣告不實，違反公平交易法規定乙案，經行政院公平交易委員會於2008年1月17日裁罰新台幣300萬元。)   |
| PR9  | 提供產品和服務過程中，違法所處重大罰款的總額：新台幣300萬元(即上述PR7所載情事)。   |
| PA9  | 在電磁研究及活動之投資總額：報告年度在電磁研究及活動之投資總額為新台幣1,400萬元。  |
| TA5  | 智慧財產權與開放性原始碼技術措施：在智慧財產方面，本公司辦公室及產品開發所使用到的版權軟體，都經過合法購買之授權使用程序；對於自行研發之新創技術，公司政策也鼓勵申請專利以保護智慧財產權。<br>在開放性原始碼技術面，本公司辦公室及產品開發所使用到的軟體，都經過合法購買之授權使用；對於自行研發之新創技術，公司政策也鼓勵申請專利以保護智慧財產權。 |

## GRI指標索引(含電信產業補充指標)

下列指標乃參考全球報告書協會(Global Reporting Initiative, GRI) 3.0版本之指導方針對應本報告書內容

| GRI指標 |               | 頁次        |
|-------|---------------|-----------|
| 1     | 策略與分析         |           |
| 1.1   | 最高決策者的聲明      | 4-5       |
| 1.2   | 關鍵衝擊、風險與機會    | 4-5,16-17 |
| 2     | 組織概況          |           |
| 2.1   | 機構名稱          | 2         |
| 2.2   | 主要品牌、產品和/或服務  | 11-12     |
| 2.3   | 營運架構          | 10        |
| 2.4   | 總部位置          | 9         |
| 2.5   | 營運之區域與國家      | 9         |
| 2.6   | 所有權           | 10        |
| 2.7   | 產品或服務供應之市場    | 11        |
| 2.8   | 組織規模          | 9         |
| 2.9   | 重大組織改變        | 14,16     |
| 2.10  | 所獲獎項          | 9,11      |
| 3     | 報告參數          |           |
| 3.1   | 報告期間          | 2         |
| 3.2   | 上一份報告的日期      | 6         |
| 3.3   | 報告週期          | 6         |
| 3.4   | 聯絡資訊          | 2         |
| 3.5   | 內容定義          | 2         |
| 3.6   | 報告範圍          | 2         |
| 3.7   | 報告範疇的限制       | 2         |
| 3.8   | 合營機構、分支機構、外包  | 12        |
| 3.9   | 數據測量技巧        | 2         |
| 3.10  | 舊報告資訊重述的效益    | 66        |
| 3.11  | 與以往報告比較的改變    | 66        |
| 3.12  | 各列標準揭露在報告中的位置 | 66-68     |
| 3.13  | 外部保證          | 64-65     |
| 4     | 治理、承諾及議合      |           |
| 4.1   | 治理架構          | 14        |
| 4.2   | 指出主席是否兼任行政職位  | 66        |
| 4.3   | 董事會中獨立成員      | 14        |

| GRI指標        |                    | 頁次         |
|--------------|--------------------|------------|
| 4.4          | 股東及員工的參與機制         | 7,37       |
| 4.5          | 高層補償與機構績效間的連結      | 15         |
| 4.6          | 避免利益與董事會衝突的流程      | 14-15      |
| 4.7          | 決定董事會之永續性專業流程      | 14         |
| 4.8          | 使命與價值聲明            | 4-6        |
| 4.9          | 董事會管理經濟、環境與社會績效的流程 | 6          |
| 4.10         | 董事會評估本身經濟、環境與社會的流程 | 6          |
| 4.11         | 處理預警的原則            | 18-19      |
| 4.12         | 外部憲章/原則            | 24         |
| 4.13         | 參與的協會              | 8          |
| 4.14         | 利害相關人清單            | 7-8        |
| 4.15         | 利害相關人定義            | 7-8        |
| 4.16         | 利害相關人參與方式          | 6-8        |
| 4.17         | 利害相關人提出的議題         | 6          |
| 經濟面管理方針及績效指標 |                    | 10,15      |
| EC1          | 直接經濟價值             | 6,10,15,66 |
| EC2          | 氣候變遷造成的財務風險與機會     | 17         |
| EC3          | 福利計畫               | 37         |
| EC4          | 政府的財務援助            | 11         |
| EC5          | 標準起薪               | N.A.       |
| EC6          | 當地供應商              | N.A.       |
| EC7          | 聘用當地人員             | 36         |
| EC8          | 為大眾利益投資的基礎建設投資與服務  | 6,26-27    |
| EC9          | 間接經濟衝擊             | 16-17      |
| 環境面管理方針及績效指標 |                    | 22         |
| EN1          | 所用物料的重量或用量         | N.A.       |
| EN2          | 回收材料               | 27-28      |
| EN3          | 直接主要能源耗用           | N.A.       |
| EN4          | 間接主要能源耗用           | 28-31      |

| GRI指標        |                  | 頁次       |
|--------------|------------------|----------|
| EN5          | 節能               | 26,28-31 |
| EN6          | 能源效率與再生能源的計畫     | N.A.     |
| EN7          | 減少間接能源的計畫        | 28-31    |
| EN8          | 總耗水量             | 30       |
| EN9          | 總耗水量的影響          | 66       |
| EN10         | 回收水量             | 30       |
| EN11         | 在敏感地區的土地資產       | 66       |
| EN12         | 對生物多樣性的策略        | 66       |
| EN13         | 受保護或經復育的棲地       | 66       |
| EN14         | 對生物多樣性的策略        | N.A.     |
| EN15         | 瀕臨絕種的物種          | 66       |
| EN16         | 溫室氣體排放           | N.A.     |
| EN17         | 其他溫室氣體排放         | N.A.     |
| EN18         | 減少溫室氣體的計畫        | 23       |
| EN19         | 破壞臭氧層的物質排放量      | 66       |
| EN20         | 氮氧化物、硫氧化物與其他空氣排放 | 66       |
| EN21         | 總排水量             | 66       |
| EN22         | 按處置方法劃分的廢棄物總量    | 28,31    |
| EN23         | 嚴重溢漏             | 66       |
| EN24         | 有毒廢棄物的運送         | 66       |
| EN25         | 受排水與放流影響的棲地      | 66       |
| EN26         | 降低環境衝擊的計畫        | 22       |
| EN27         | 包裝材料             | N.A.     |
| EN28         | 違反環境法令           | 66       |
| EN29         | 運輸造成的環境衝擊        | N.A.     |
| EN30         | 環保支出             | 6        |
| 社會面管理方針及績效指標 |                  |          |
| 社會績效指標-勞工    |                  | 36       |
| LA1          | 員工雇用型態與數量        | 36,38    |
| LA2          | 員工流動率            | 37       |
| LA3          | 全職員工的福利          | 37       |
| LA4          | 團體協約             | N.A.     |
| LA5          | 最短通知期            | N.A.     |
| LA6          | 勞工健康委員會          | 40-41    |
| LA7          | 工傷與缺席            | 36       |
| LA8          | 嚴重疾病的訓練          | N.A.     |
| LA9          | 關於健康、與工會達成的協議    | N.A.     |

註：N.A.表示未揭露



| GRI指標       |                        | 頁次       |
|-------------|------------------------|----------|
| LA10        | 每個員工的訓練                | 37-39    |
| LA11        | 終生學習的計畫                | 39       |
| LA12        | 職涯發展                   | N.A.     |
| LA13        | 各部門成員的組成               | 36       |
| LA14        | 性別薪資差異                 | N.A.     |
| 社會績效指標－人權   |                        | 36       |
| HR1         | 載有人權條款的投資              | N.A.     |
| HR2         | 對供應商的人權審查              | 46-47    |
| HR3         | 人權的訓練                  | N.A.     |
| HR4         | 歧視                     | 36       |
| HR5         | 員工結社與集體協商權             | N.A.     |
| HR6         | 童工                     | 36       |
| HR7         | 強迫勞動                   | 66       |
| HR8         | 安全人員的訓練                | 66       |
| HR9         | 侵犯當地員工(原住民)人權的次數       | 36       |
| 社會績效指標－社區   |                        | 47-55    |
| S01         | 對社區的影響                 | 27,47-55 |
| S02         | 收賄風險                   | 46       |
| S03         | 反收賄訓練                  | N.A.     |
| S04         | 反收賄行動                  | 46       |
| S05         | 遊說                     | 66       |
| S06         | 政治捐獻                   | 66       |
| S07         | 反競爭行為                  | N.A.     |
| S08         | 違法                     | 66       |
| 社會績效指標－產品責任 |                        | 43       |
| 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           | 66       |
| PR3         | 產品資訊                   | N.A.     |
| PR4         | 違反產品資訊標準的次數            | 66       |
| PR5         | 消費者滿意度                 | 41-42    |
| PR6         | 符合行銷推廣法律而設的溝通計畫        | 43       |
| PR7         | 違反市場操作法規的次數            | 66       |
| PR8         | 侵犯顧客隱私權及遺失顧客資料的實際投訴總次數 | N.A.     |
| PR9         | 產品違法所處重大罰款的總額          | 66       |

| 電信業補充指標 |        |                                      | 頁次   |   |       |
|---------|--------|--------------------------------------|--|---|-------|
| 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                                  | 為特殊地區或低收入群提供非營利服務淨支出，並說明相關制度及管理機制。                             | 43-44   |       |
|         | 健康安全   | IO3                                  | 為網維現場施工人員提供的安全健康保障措施，包括工作高度、電擊、與EMF和無線電波的直接接觸。                 | 41  |       |
|         |        | 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。                                  | 27  |       |
|         |        | 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。                                 | 27  |       |
|         |        | IO6                                  | 與手機設備電磁波能量吸收比(SAR)相關的政策與舉措。                                    | 27  |       |
|         | 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。描述協商評估的方法並可能性的量化。   | 7,26-27   |       |
|         |        | IO8                                  | 已設站中獨立基站、共用站點的數量及比例。   | 26  |       |
|         | 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。                    | 54-57 |
|         |        |                                      | 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。 | 43-44 |
| 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。               | 54  |       |
| 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。 | 13  |       |
| 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。                 | 43-44   |       |
| 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。                                     | 54-55   |       |
| 內容提供    |        | PA7                                  | 涉及取得與使用通訊產品與服務的人權問題的政策與措施。例如：弱勢族群保護如--兒童..等。                   | 44-45   |       |
| 顧客關係    |        | PA8                                  | 公開溝通電磁波等相關問題的政策與措施，包括在輔銷資料中提供相關訊息。                             | 27  |       |
|         |        | 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。                               | 27,66   |       |
|         |        | PA10                                 | 確保資費說明之透明度。  | 43  |       |
|         | 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。 | 31-32  |   |       |
| 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。                                  | 31-32, 45   |       |
|         |        | TA2                                  | 舉例說明通訊產品、服務和技術應用最有可能取代的有形產品(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)。  | 31-32, 45   |       |
|         |        | 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。           | 31-32   |       |
|         |        | 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。             | 31-32, 45   |       |
|         |        | TA5                                  | 描述公司在智慧財產與開放性原始碼技術方面的措施。                                       | 66  |       |