

# 企業社會責任報告

Corporate Social Responsibility Report



智慧 · 節能 · 綠生活

CSRREPORT 2011

實踐社會責任，邁向永續成長



# 關於本報告

本報告書依照「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」及台灣大哥大企業社會責任政策，呈現2011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2010年之前，以展現該項主題在時序上的變化。

報告主要涵蓋範疇，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(2011年11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。2011年報告書與過去版本有一點不同，將報告年度設定從前二年度改為前一年度，即2012年出版之報告書揭露2011年相關資訊。

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A+，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。

## 聯絡資訊

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



# 董事長的話

2011年因歐債危機烏雲籠罩國際，全球經濟成長趨緩，再加上行動語音市場飽和，電信業面臨的經營變化愈見劇烈。

在充滿變化與挑戰的局勢中，唯有體質良好、具產業利基地位且穩健經營的企業，才能通過考驗。台灣大哥大堅持誠信為本，落實公司治理，為企業建立穩健的經營基礎，為市場提供高品質的產品及服務，對股東、消費者、員工、環境、社區等各利害關係人提供最佳回報，以建立國際級電信服務為目標。

在環境責任上，我們建立公司內部的碳盤查系統，及透過節能設備與環境管理，提升自身節能減碳競爭力；同時藉由資通訊服務業創新的雲端服務，協助消費者、企業、政府、非營利組織等外部單位達成節能減碳的目標，創造高槓桿減碳效益，共享綠色服務價值，一起打造智慧低碳社會，同時三度獲得行政院環保署中華民國企業環保獎，為首度獲三連霸之服務業者。

在社會責任上，我們堅持從核心技能與資源出發，以提升數位競爭力、厚植文創軟實力為軸心，針對社會需求，提供硬體的數位學習中心、軟體的數位教材與影像教育推廣，以及媒體素養的相關研究；在數位應用上，我們持續推動5180手機即時捐款、909手機語音導覽；在數位文創人才培育上，舉辦myfone行動創作獎、青少

年手機短片創作營，鼓勵數位創作及內容發展，全方位提升數位競爭力。

此外，我們也獲得國內外一致肯定：《Euromoney》（歐元雜誌）台灣區公司治理第一名、《天下雜誌》天下企業公民獎、《遠見雜誌》遠見企業社會責任獎、《數位時代》「數位服務標竿企業」資訊通路及通訊產業首獎、《亞洲公司治理雜誌》亞洲地區最佳公司治理獎等殊榮。這些肯定將是我們堅持承諾、精益求精的見證與動力。

未來我們將持續以數位匯流為核心策略方向，完成數位匯流的平台建置，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，讓消費者可隨時隨地透過雲端取得想要的數位內容服務；2011年進一步強化頻道內容，包含線上音樂、購物台、親子台，及拓展實體/虛擬通路，深耕T（電信）、I（網路）、M（媒體）、E（娛樂）布局，蓄積新的成長動能。

謹以此第四本社會責任報告書，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

## 0 關於本報告

- 聯絡資訊 02
- 董事長的話 03
- 2011績效總覽 04

## 1 公司概況

- 1.1 公司簡介 05
- 1.2 公司治理 09
- 1.3 風險管理 12

## 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重大議題 15
- 2.3 利害關係人溝通 16

## 3 核心能力回應社會需求

- 3.1 提升數位競爭力 18
- 3.2 以數位應用創造社會效益 24
- 3.3 協助建構數位應用低碳社會 26

## 4 環境保護

- 4.1 環境管理組織與政策 29
- 4.2 提升能源效率與氣候風險因應 31
- 4.3 電子廢棄物處理 34
- 4.4 綠色辦公室 35
- 4.5 免付費電磁波量測服務 36

## 5 客戶服務

- 5.1 客戶服務機制 37
- 5.2 客戶滿意度 38
- 5.3 資訊安全 38
- 5.4 資費與費率 39
- 5.5 創新服務 40
- 5.6 淨化成人資訊 保護青少兒 40

## 6 人才發展與員工關係

- 6.1 人員聘雇 41
- 6.2 教育訓練 43
- 6.3 福利制度 44
- 6.4 員工健康與安全工作環境 45

## 7 供應商關係

- 7.1 強化供應商管理 46
- 7.2 公開透明採購制度 46
- 7.3 綠色採購與綠色手機推廣 47

## 8 在地社區參與及社會關懷

- 8.1 弱勢關懷 48
- 8.2 藝文素養推廣與運動贊助 50
- 8.3 企業志工 53

## 附錄

- 查證聲明書 55
- GRI G3.1 相符性對照表 56
- 電信業補充指標 62
- 其他指標對照 64

面向	2010	2011	單位	註	
經濟	營收	701.46	813.69	億元	
	EBITDA	274.65	270.87	億元	
	稅後淨利	138.22	134.69	億元	
	研發經費(佔營業額)	1.10	0.91	%	
環境	直接能源耗用	19,425,251	17,484,274	焦耳	
	間接能源耗用	381,367,733	309,875,082	電力度數	
	溫室氣體排放	2,743.1	2,608.2	二氧化碳當量噸	直接排放
		233,397.1	196,220.8	二氧化碳當量噸	間接排放
	辦公區資源回收	36.07	28.93	Kg/每人	
	水資源耗用	17	15	度/每人	
電子帳單	44	46	萬	累計用戶數	
綠色採購金額	441.07	398.64	百萬元		
社會	整體客戶滿意度	3.7	3.7		5等第量表評估，5代表非常滿意，1代表非常不滿意
	員工平均教育訓練時數	24.33	20.72	小時	
	志工服務人次	180	198	人次	



## 1.1 公司簡介

### 1.1.1 公司沿革與組織

台灣大哥大成立於1997年2月，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，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

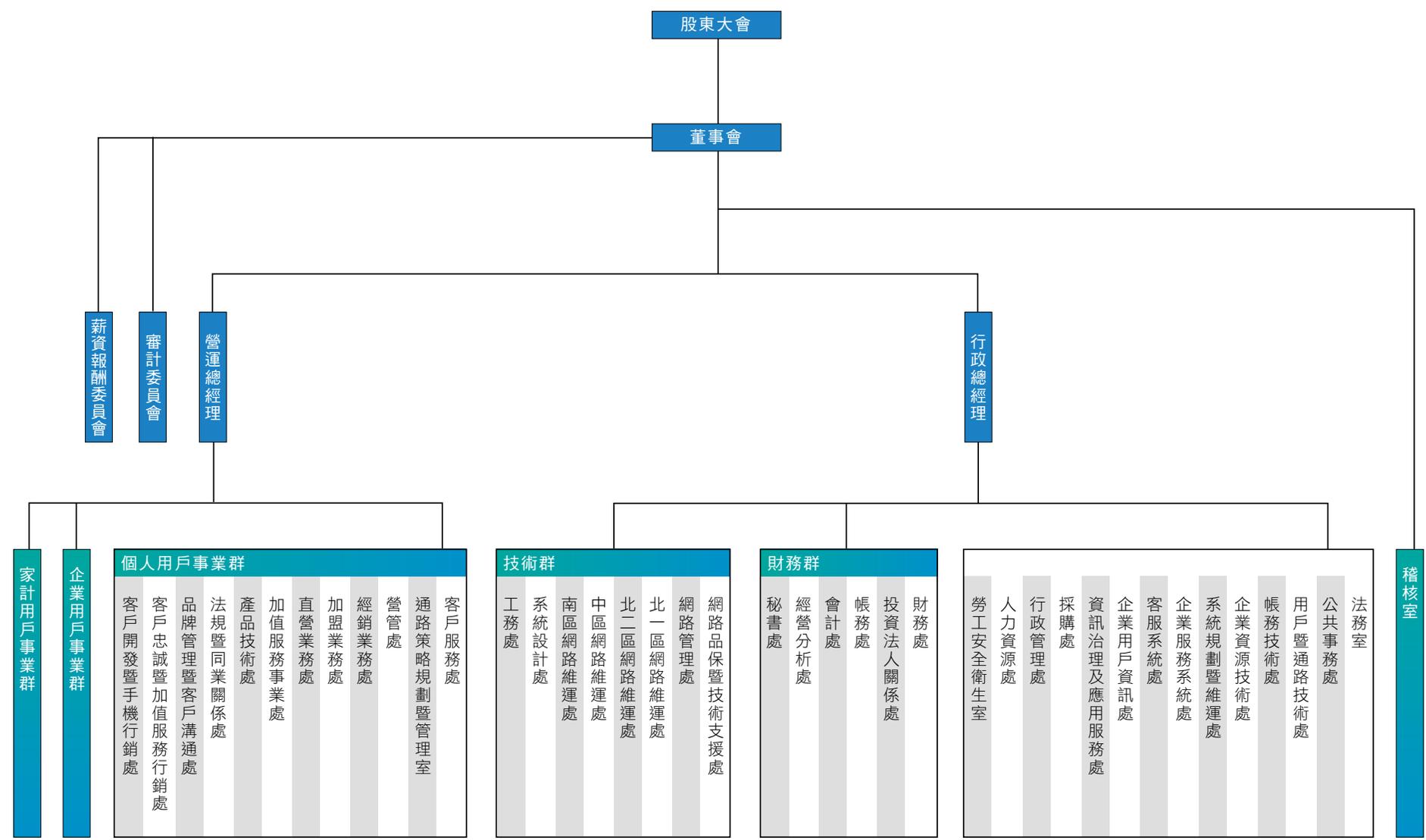
推出「台灣大哥大」、「台灣大寬頻」、「台灣大電訊」三大新品牌，針對個人、家庭、企業用戶，提供數位匯流整合通信服務。為全台佈局T(電信)、I(網路)、M(媒體)、E(娛樂)領域最完整的電信與媒體服務業者。

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。

# 1 公司概況

- 2011-11 入選經濟部工業局首度徵選出版的《台灣企業誠信經營故事專輯》，為9家最具代表性誠信企業之一。
- 2011-11 榮獲中華公司治理協會「CG6006進階版公司治理制度評量」認證。
- 2011-11 蔡明興董事長獲頒CNBC第十屆「亞洲最佳企業領袖」(ABLA)的「亞洲最佳創新領袖獎」，是唯一獲此榮耀肯定的台灣企業家。
- 2011-09 正式通過「ISO/IEC 27001國際資訊安全管理系統」及「NCC ISO/IEC 27011增項稽核」驗證，驗證範圍之廣度與流程之全面性為國內電信業之最。
- 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 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」
- 2011-06 榮獲《數位時代》台灣科技百強第六名，並同時入選亞洲科技百強。
- 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 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。
- 2011-03 榮獲亞洲公司治理雜誌(Corporate Governance Asia)首屆Asian Excellence Recognition Awards之「台灣區最佳投資人關係獎」。
- 2011-01 榮獲Euromoney台灣地區公司治理第一名。

### 公司組織圖



### 1.1.2 經營環境總覽

消費者對通訊與傳播相關服務的支出，與整體經濟狀況息息相關。行政院主計處指出，2011年下半年因歐洲主權債務烏雲籠罩國際經濟，影響企業獲利與人力僱用，因此，2011年民間消費成長率自2010年的3.67%小幅降至3.10%。

2011年，主管機關國家通訊傳播委員會（簡稱通傳會，NCC）持續管制行動資費，明顯衝擊行動業者的語音服務營收，但由於智慧型行動裝置日益普及，民眾對行動上網的需求提升，包括行動購物、社群互動、遊戲、影音娛樂等應用，帶動數據營收的成長。台灣大哥大以優異的網路效能、搭配多元的數據資費和行動裝置選擇，拉大與同業的差異，行動數據營收較2010年成長47%，為業界之冠！

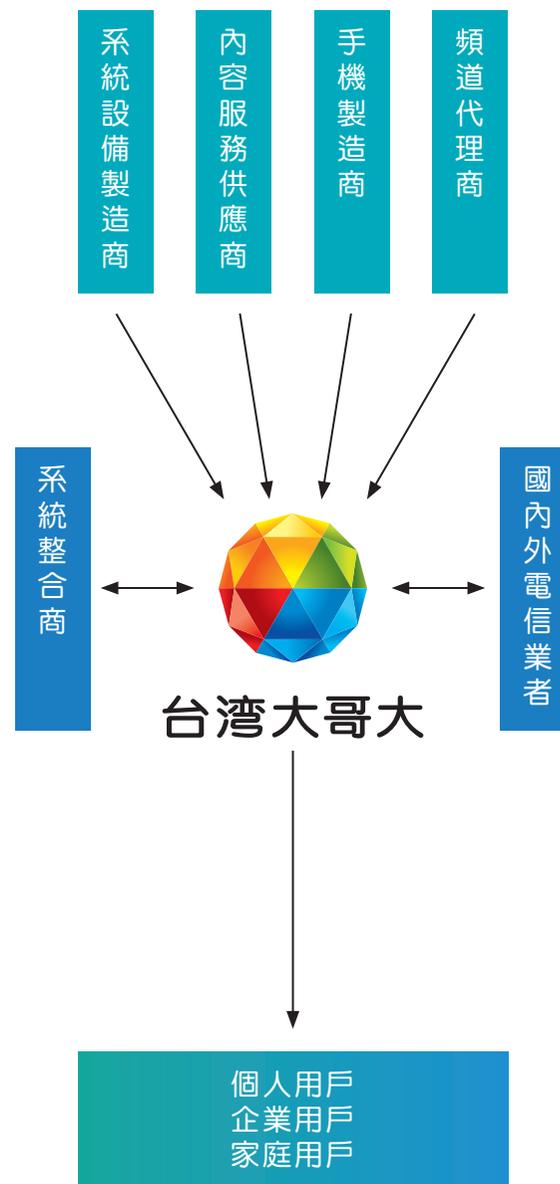
台灣大哥大持續發展數位匯流，推出整合手機、電腦、平板電腦及電視的「四螢一雲」服務，提供創新且廣受市場歡迎的加值服務和數位內容，例如專為智慧型手機打造的「matchApps軟體商店」，用戶能輕鬆體驗行動上網的樂趣；線上書城「myBook書城」首開先例進軍線上實體書城，滿足用戶對實體書和電子書的不同需求，2011年進一步強化頻道內容，包含線上音樂、購物台、親子台，及拓展實體/虛擬通路等，提升客戶使用經驗，以擴大市場持續成長。

台灣大哥大營運範疇劃分為個人用戶事業群、家計用戶事業群及企業用戶事業群三大體系，主要產品與服務內容如下表：

#### 三大事業群及其主要服務

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	逾660萬行動用戶	逾57萬有線電視用戶、逾15萬寬頻上網用戶	約15萬ADSL/FTTx上網用戶

#### 上下游產業結構圖



### 1.1.3 經營績效

台灣大哥大業務分為三大部分：個人用戶事業群、家計用戶事業群及企業用戶事業群，2011年營收及EBITDA如右表。

#### 個人用戶事業群

2011年由於通傳會管制行動資費，帶來行動語音營收下滑的壓力，然由於積極促銷智慧型手機搭售行動上網資費，行動數據佔行動服務營收比例至2011年底達到26%，且較去年大幅成長47%，帶動行動服務營收較去年增加1%。加計手機銷售金額，個人用戶事業群的總營收較去年上升5%。

#### 家計用戶事業群

受惠於有線電視（類比及數位）收視及寬頻上網業務的營收成長，2011年家計用戶事業群的總營收較去年增加4%，主要由於用戶數規模擴大、數位電視貢獻額外營收、頻道出租業務增加以及寬頻上網的高速用戶佔比上升。由於達到規模經濟，家計用戶事業群EBITDA較去年成長9%。

#### 企業用戶事業群

2011年企業用戶事業群的總營收較去年上升4%，主係企業用戶的行動電信營收較去年增加2%，

### 2011年三大主要事業群營收及EBITDA

新台幣：百萬元

	個人用戶	家計用戶	企業用戶
營業收入	58,109	5,914	9,861
EBITDA	20,494	3,038	2,688

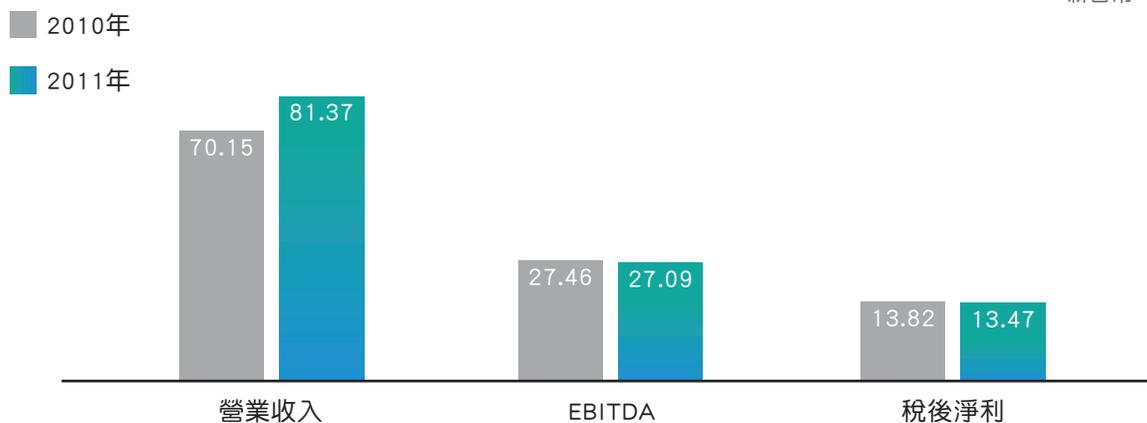
以及企業用戶的網際網路接取服務（IP Transit）與網路資料中心（IDC, Internet Data Center）等業務成長所致。此外，由於營收上升、嚴格控管成本費用，企業用戶事業群EBITDA的年成長率達15%。

整體而言，雖然主管機關持續管制行動資費，衝擊行動業者的語音服務營收，但由於本公司全力拓展行動數據、寬頻上網及其他具成長潛力的業

務，使得本公司2011年整體合併營收仍較前一年增加16%。獲利方面，雖然衝刺智慧型手機滲透率使補貼金額增加，但受惠於營收上升、網路營運成本及管理費用經嚴格控管而較去年下降，加上於2011年7月13日取得富邦媒體科技51%股權，將其損益併入合併報表之盈利貢獻（其對2011年全年度公司整體EBITDA的貢獻約為2%），使得本公司2011年度獲利仍維持平穩。

### 2010—2011年營運績效

新台幣：十億元



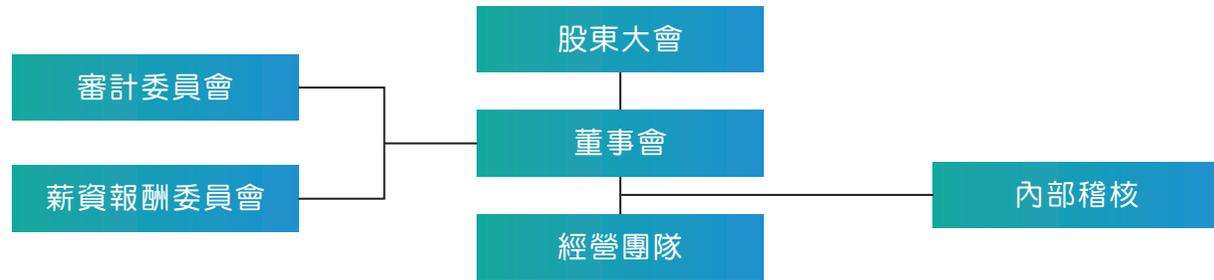
## 1.2 公司治理

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，我們相信企業社會責任的落實，必須以誠信、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(Euro-money)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，且名列上市公司前10名。

### 1.2.1 公司治理架構與原則

本公司設有董事9席(1席女性，平均年齡58歲)，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，超越上市公司應設2席獨立董事之法令規定，由全體獨立董事組成審計委員會及薪資報酬委員會，制訂一系列的作業辦法與規章，確保制度之健全與有效運作；在股利政策方面，皆採取高盈餘分配比例之現金股利政策，員工分紅亦以現金方式發放，以保障股東之權益；更於股東大會對各項議案逐案進行投票表決，以落實股東權利之行使。相關資訊請詳閱本公司年報公司治理篇章。

### 公司治理架構圖



### 1.2.2 治理與高階薪酬

公司支付董事、獨立董事酬金，除按「公司章程」與「董事薪酬給付辦法」等規定外，另董事、獨立董事、總經理及副總經理的薪酬，均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。其執行狀況及結果皆定期於審計委員會中報告。

### 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、董事會重大決議等資訊，優於主管機關要求，揭露每月營運損益外，亦早於法規時限公佈每季合併財報，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

2010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。

### 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

誠信是我們的核心理念之一，也是公司永續經營最重要的基礎，這樣的理念透過嚴謹內控制度、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，同時於2011年1月制定「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

2011年01月27日董事會訂定  
2011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。

### 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。

接下頁

承前頁

### 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，不得互相關照。

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。公司對於檢舉人身份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

在風險管理上，我們規劃完整政策、組織架構與一般管理系統，將公司營運可能會面臨到之風險，均先予以因應，已達事先預防之效益。

### 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。

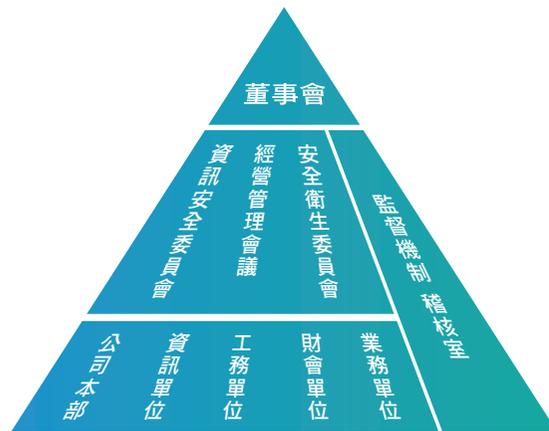
### 1.3.2 風險管理架構

本公司風險管理架構共包含三級運作機制及監督機制，茲說明如下：

- (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。

- (2) 第二級控管機制：由經營管理會議、安全衛生委員會及資訊安全委員會負責，分別由總經理及各委員會指定主管負責召集，並由各相關單位最高主管或督導副總組成。
- (3) 最高決策機制：董事會。
- (4) 監督機制：稽核室。

### 風險管理架構與職掌



#### 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時隨時注意，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。

本公司風險管理運作機制說明如下：

- (1) 第一級控管機制：各權責單位於日常維運時，即需將各風險項目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：遇重大事項或議案時，各權責單位應提報經營管理會議或各管理委員會，由經營管理會議及各管理委員會審議風險內容，並決議採行之必要措施。茲分別說明經營管理會議及各管理委員會職能如下：

#### ■ 經營管理會議

定期檢討公司營運目標、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。

#### ■ 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。

#### ■ 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。

- (3) 最高決策機制：董事會為本公司風險管理之最高決策單位，應依整體營運策略及經營環

境，核定整體之風險管理政策，並持續監督風險管理機制之有效運作。

- (4) 監督機制：

■ 稽核室於日常查核時，即應考慮各項業務可能面臨之風險高低，以做為排定年度稽核計畫時之重要依據。

■ 平時於發現異常時立即通報相關權責主管，並需追蹤其後續之處理情形，以確保異常事項已落實處理完成。

#### 1.3.4 社會與環境風險評估與因應

本公司針對風險評鑑之流程，於2011年正式訂立風險管理政策，並於10月27日提報董事會通過。稽核室於每年底進行風險評量，對於各項風險的重要性及發生機率給予評分，並以此評分結果計算風險值。風險值之高低將做為次年度安排查核計畫之依據。經2011年之查核，稽核室提出給各部門做為改善依據之事項共25項，另並提出45項建議事項做為各部門管理上之參考。

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(相關資訊詳閱本公司2011年報風險事項及評估篇章)，並透過內部機制予以控管，並採取預防管理原則，針對潛在的風險，如氣候變遷造成的可能損失，乃至於因溫室氣體管制衍生的環保相關法令等，我們均密切關注其發展，以為因應。



# 企業社會責任 架構

2012-05 榮獲《遠見雜誌》企業社會責任獎「社區關懷組」、「整體績效組」兩項楷模獎，是唯一獲獎的電信業者

2012-03 榮獲亞洲公司治理雜誌(CGA)第二屆 Asian Excellence Recognition Awards之「台灣區最佳投資人關係獎」及「最佳企業社會責任」

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

## 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，為配合台灣證券交易所(簡稱證交所)公布之「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」，董事會於

2011年1月通過本公司企業社會責任政策，做為公司長期推動企業社會責任的指導原則，更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。

### 企業社會責任政策

2011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，並結合台灣大哥大基金會資源，以專人推動企業內外的社會責任與各項社會公益專案，社會責任部對內，可充分整合集團內資源，發揮更大效益，並隨時掌握國內、外企業社會責任發展趨勢，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。

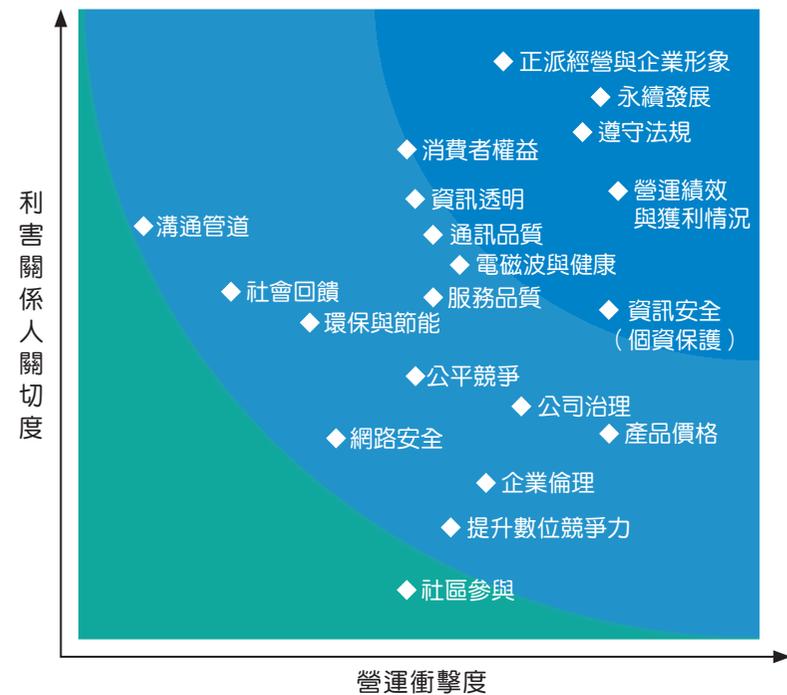
## 2.2 企業社會責任趨勢與重大議題

就整體內外部產業、社會與環境等，當前電信產業重大的趨勢將是數位匯流相關法令的鬆綁、智慧型手機的生態系統與應用與行動上網的普及等，對我們的影響將是在於經濟情勢的穩定程度、技術的演進、購買力的提升以及人口結構的改變；在環境面向，極端氣候變遷造成的各種巨災使得基礎建設的損失，將會比溫室氣體管制相關法令之影響來的更加明顯；在社會面向，由於人口結構的改變，如少子化與高齡化的趨勢，我們將密切關注其發展，並推出相關服務做為因應。

在利害關係人關切議題的重大性評估上，由社會責任部透過評估會議，以討論方式將本公司利害關係人及其關心企業社會責任議題列表，再透過表單填寫、彙整，收集相關部門所評估的回覆意見，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，找出目前推動企業社會責任的重大關切議題，包括：「正派經營與企業形象」、「永續發展」、「

「遵守法規」、「營運績效與獲利情況」、「消費者權益」、「資訊透明」、「通訊品質」、「電磁波與健康」、「資訊安全(個人資料保護)」、「溝通管道」、「社會回饋」、「環保節能」、「公平競爭」、「網路安全」、「公司治理」、「產品價格」、「企業倫理」、「提升數位競爭力」、「社會公益參與」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以下各種方式進行溝通：

利害關係人	溝通做法
員工	<ol style="list-style-type: none"> <li>經營管理層雙向溝通：                             <ul 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，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。</li> <li>設置總經理信箱，員工可直接反應對公司任何建議。</li> </ul> </li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>內部刊物：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：提供網站客服，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，以全面提升用戶滿意度。</li> <li>用戶可於門市通路直接反應相關需求。</li> <li>利用官方網站及電子報，與用戶快速溝通。</li> <li>行動客服APP：提供客戶便捷的手機自助服務管道。</li> </ol>

利害關係人	溝通做法
一般股東	<ol style="list-style-type: none"> <li>每年依法召開股東大會，並依規定編製公司年報作為會議參考資料。</li> <li>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，設有股東專欄揭露股利、股價、股務等資料，並可從網路自行訂閱投資人訊息。</li> <li>於每次董事會召開後，即時公告董事會之重要決議。</li> <li>設有發言人信箱及審計委員會信箱之溝通管道。</li> </ol>
投資人	<ol style="list-style-type: none"> <li>每月定期公佈營運概況資訊。</li> <li>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。</li> <li>參加海內外投資機構投資論壇與投資人面對面溝通。</li> <li>設有發言人及法人股東聯絡窗口。</li> <li>回覆國際企業社會責任評比相關問卷，如道瓊永續指數等。</li> </ol>
法人股東	<ol style="list-style-type: none"> <li>官網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>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。</li> <li>如供應商對於採購案之進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經理辦公室，傳真號碼：02-66361600。</li> <li>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。</li> </ol>
供應商	<ol style="list-style-type: none"> <li>官網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>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。</li> <li>如供應商對於採購案之進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經理辦公室，傳真號碼：02-66361600。</li> <li>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。</li> </ol>

利害關係人	溝通做法
在地社區	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</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。</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>與主管機關通傳會維持良好互動並積極參與其舉辦之公聽會。</li> <li>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>配合其對於資費、網路建設之管理。</li> <li>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。</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>台灣電信產業發展協會</li> <li>台北市電腦商業同業公會</li> <li>台灣網路資訊中心</li> <li>台灣網際網路協會</li> <li>台灣有線寬頻產業協會</li> <li>Bridge Alliance</li> <li>GSM Association(簡稱GSMA)</li> </ol>

利害關係人	溝通做法
非營利組織	<p>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。</p>
其他	<p>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：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>亞太工商總會</li> <li>中華民國企業永續發展協會</li> <li>台灣數位出版聯盟</li> <li>中華民國資訊經理人協會</li> <li>中華民國資訊長協進會</li> <li>玉山科技協會</li> <li>財團法人公共關係基金會</li> <li>台灣企業重建協會</li> <li>財團法人台灣網站分級推廣基金會</li> </ol>

# 3

## 核心能力 回應社會需求

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」，在這樣的趨勢下，我們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，我們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，創造出明確且具社會效益的方案，具體實踐企業社會責任並創造更大的社會效益，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、資訊應用並延伸至數位文創人才培育，且規劃不同方案，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！

#### 3.1.1 資訊近用

##### (1) 普及服務

2009年起子公司台灣固網和台灣大哥大基金會在通傳會指導下，持續配合「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，基金會更進一步提供村民的上網費和電路費第一年免費及第二年半價的補助，減輕村民寬頻上網的負擔。2011年度阿



里山山美、茶山、十字村及南投縣仁愛鄉精英村及新竹縣尖石鄉義興村普及服務的維運費用合計4,223,471元。

## (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(2011)，居住在偏遠地區與非偏遠地區民眾曾使用電腦的比率相差約20%，而身心障礙民眾的使用率仍僅32.1%，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，並避免資源重複與閒置。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，讓雙方資源發揮在關鍵缺口上，真正增進社區居民的數位機會。



2011年7月，台灣大哥大高雄林園數位中心開幕。

## 2007年~2011年台灣大哥大數位學習中心一覽

項次	學習中心	服務對象	席位
01	阿里山山美數位學習中心	部落居民	20席
02	南投竹山數位學習中心	陪讀班學童與社區居民	15席
03	台中大甲數位學習中心	陪讀班學童與社區居民	15席
04	高雄鳥松數位學習中心	陪讀班學童與社區居民	12席
05	花蓮萬榮數位學習中心	陪讀班學童與社區居民	15席
06	屏東東港數位學習中心	陪讀班學童與社區居民	15席
07	嘉義民雄數位學習中心	陪讀班學童與社區居民	15席
08	宜蘭數位學習中心	家扶中心學童	16席
09	高雄鳳山數位學習中心	新住民	5席
10	高雄林園數位學習中心	新住民	8席
11	桃園脊損數位學習中心	脊髓損傷病友	---*
12	中壢木匠的家數位學習中心	新住民	14席
13	台北第一社福數位學習中心(台北第一社福第一發展中心、愛智發展中心、恆愛發展中心)	特殊身心障礙學童	21席
小計			171席

\*註：提供網路寬頻

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資源及當地教師師資訓練，培養其管理與授課能力，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。

2011年贊助桃園木匠的家關懷協會、高雄鳥松及台北第一社會福利基金會，共成立3間數位中心，提供合計44席電腦及網路資源，強化在地回饋。自2007迄今，已於阿里山山美、南投竹山、台中大甲、花蓮萬榮、屏東東港、嘉義民雄、宜蘭



家扶、高雄鳳山、林園、烏松、桃園脊損、中壢木匠、台北第一社會福利基金會(台北第一社福第一發展中心、愛智發展中心、恆愛發展中心)等地，結合當地非營利組織共成立13間數位學習中心，累計171席次電腦及網路資源。透過企業與社區的共同努力，期能讓貧困兒童、外籍配偶、多重障礙兒童及成人等弱勢族群，也能有機會透過電腦、網路的學習，增進技能，與世界接軌。

### 3.1.2 資訊素養

提供用戶安心、淨化的通訊服務環境，為青少年兒把關，是我們一向堅持的使命，除於自身加值服務持續堅守三點不露原則，有鑑於網路使

用者的年齡逐年下降，青少年因缺乏正確的資訊素養，而引起網路成癮、霸凌與犯罪等各式問題，我們自2009年起與白絲帶關懷協會(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、網路身份與自我認同等)，共同製作網路安全防護影片，強化青少年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。

此外，我們結合台灣大哥大企業志工、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。自2009至2011年，累積已超過213所學校，31,570位學童參與課程。

台灣大哥大基金會與中華白絲帶關懷協會發表國內第一份針對青少年及家長參與網路社群的全國性問卷調查，呼籲親子多傾聽、陪伴、同樂，要鼓勵、同理、尊重，拉近數位認知代溝。

用者的年齡逐年下降，青少年因缺乏正確的資訊素養，而引起網路成癮、霸凌與犯罪等各式問題，我們自2009年起與白絲帶關懷協會(國立

### 網路安全宣導歷年成效

年份	2009	2010	2011
校園(所)	41	66	106
學童(位)	7,249	9,175	15,146

### 3.1.3 資訊應用

#### (1) 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，影像產製門檻降低，相對卻也造成資訊垃圾氾濫，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，台灣大哥大認為發展數位內容與文創產業是國家提倡的重點政策，也是電信業者的社會責任。期望培養年輕學子的影像能力，進而提升全民軟實力，鼓勵數位內容與文創發展。

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3年於北中南東共舉辦11場2

天免費營隊活動，分別以「手機show台灣」、「我的潮語字典」和「行動報馬仔」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机完成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，並融入媒體素養課程，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。

2011年舉辦第3屆手機短片創作數位營，擴及



青少年手機創作營，名導演親自教導中學生用影像說故事，發揮影響力。

## 2011年度發行數位教材一覽表

編號	名稱	內容	類別
011	2009-2011 胡乃元與Taiwan Connection音樂節	音樂CD	藝文
012	小米的部落格	劇情片	網路安全
013	看山·看河	紀錄片	環境保護
014	台灣大哥大日月潭花火音樂會 禮讚普契尼	音樂會實況錄影	藝文
015	探戈巴黎	音樂舞蹈實況錄影	藝文



台北、台中、高雄及宜蘭，共有130位國高中生參與，完成20部影片。從2009至2011年止，全台參與學校累計超過92所，共號召逾365位學生參與，完成55部2-3分鐘的精采手機短片。

歷屆學員們不只在營隊中拍出令人驚豔的作品，還不斷創作，以團隊合作方式將影像力發揮在生活各層面。例如：台北北投國小團隊持續拍攝「大樹腳73號」，榮獲國際影展肯定；而台中龍港國小於營對結束後繼續創作、再接再厲完成10分鐘版的「小螃蟹上高塔」；學員中甚至有位北市康橋國中的徐韜同學升上高中後還創立電影社，2011年日本311震災時號召同學製作「Infinity無限一愛 勇氣 希望」公益

短片，以中、日、英文三種版本上傳Youtube，觀賞人次破萬，並於校園募款達400多萬元，正是「影像力=影響力」的最佳寫照。

### (2) 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大型戶外古典音樂會，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，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，讓老師更方便運用教學。

至2011年年底，已出版15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，致贈超過19,668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。

### 3.1.4 數位文創人才培育— 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」。舉辦5屆以來，



件數 組別	屆次年度	第一屆 2007	第二屆 2008	第三屆 2009	第四屆 2010	第五屆 2011
簡訊文學		5,232	4,745	22,512	39,494	48,279
原創歌曲鈴聲		138	331	424	427	660
總件數		5,370	5,076	22,936	39,921	48,939

無論是投稿件數、講座參與人數、人氣投票參與人數都持續創新高，締造國內藝文創作徵件的新猷。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。第5屆《myfone行動創作獎》得獎者年齡分佈從17歲到69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29.01%，為最主力參與族群，30歲以下參賽者更高達65.63%，

## 2011年第五屆myfone行動創意講座一覽

場次	日期	學校	講師	題目	人數
台中場	2011/4/15	台中一中	黃舒駿	創作，I Do!	1,162
新竹場	2011/5/11	新竹中學	鄭愁予	詩人從游世到濟世，從藝術到仁術	800
台南場	2011/6/8	家齊女中	方文山	創意如果沒有徹底去執行，就只是朋友間的聊天而已	1,508
台北場	2011/6/24	建國中學	鄭愁予	背包裡的天涯	1,422
合計					4,892

深受年輕世代的青睞！此外得獎者來自各行各業，以其精緻思維表達小市民心聲，作品中可微觀台灣社會現況，反映當下最真實的意涵！歷屆得獎作品可參閱網站 [www.myfone.org.tw](http://www.myfone.org.tw) 「歷屆回顧」。

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、張大春、王文華與黃舒駿、侯志堅、雷光夏等決審評審，評審一致認為參賽作品水準逐年攀高，簡訊犀利切中時事，鈴聲不僅製作品質提升，甚至吸引美國好萊塢和馬來西亞的海外投稿，鼓勵數位創作的影響力無遠弗屆。名作家張大春鼓勵大家享受追求純粹創作的樂趣：「不要衝著獎項而來，而要以一種輕鬆、從容的態度面對競爭會更有趣。」音樂

才子黃舒駿則鼓勵：「鈴聲是非常”未來式”的創作格式，這個舞台值得所有音樂人投注心血！」

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，而是當代人的生活與社會的縮影與紀錄。《myfone行動創作獎》充滿了豐富多元的創作內容、社會意涵，第五屆適逢建國100年，藉由作品觀察到建國百年、選舉政客、物價漲壓力高、全民瘋臉書、先「有」後婚、鼓勵父母第二春、犀利人妻抗小三等社會脈動。詩人余光中形容，簡訊文學用簡短巧妙的方式表達全民心聲，好似「詩經採十五國風」相當值得當政者、研究社會問題、和父母老師的人們參考。

此外，本著鼓勵年輕世代參與創作、發現文學與音樂之美的初衷，台灣大哥大規劃多場行動創意講座，前進高中、大學院校，邀請名家與學子面對面暢談行動創作，藉由年輕人熟悉的手機工具，引發隨時、隨地、隨身創作的興趣，教育學子們認識新文體與新音樂格式。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，進而促進數位內容與創作人才的培育。



## 3.2 以數位應用創造更多社會效益

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 5180即時捐

2005年12月，我們首先推動手機小額捐款平台，「5180即時捐」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。

此服務也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, 500, 1000, 1500, 2000到3000元，讓用戶有不同的捐款額度可選擇。結合後端金流及資訊流系統，用戶可以伴隨電信帳單繳納捐款，捐款時也可選擇線上索取收據，既安全又便利。

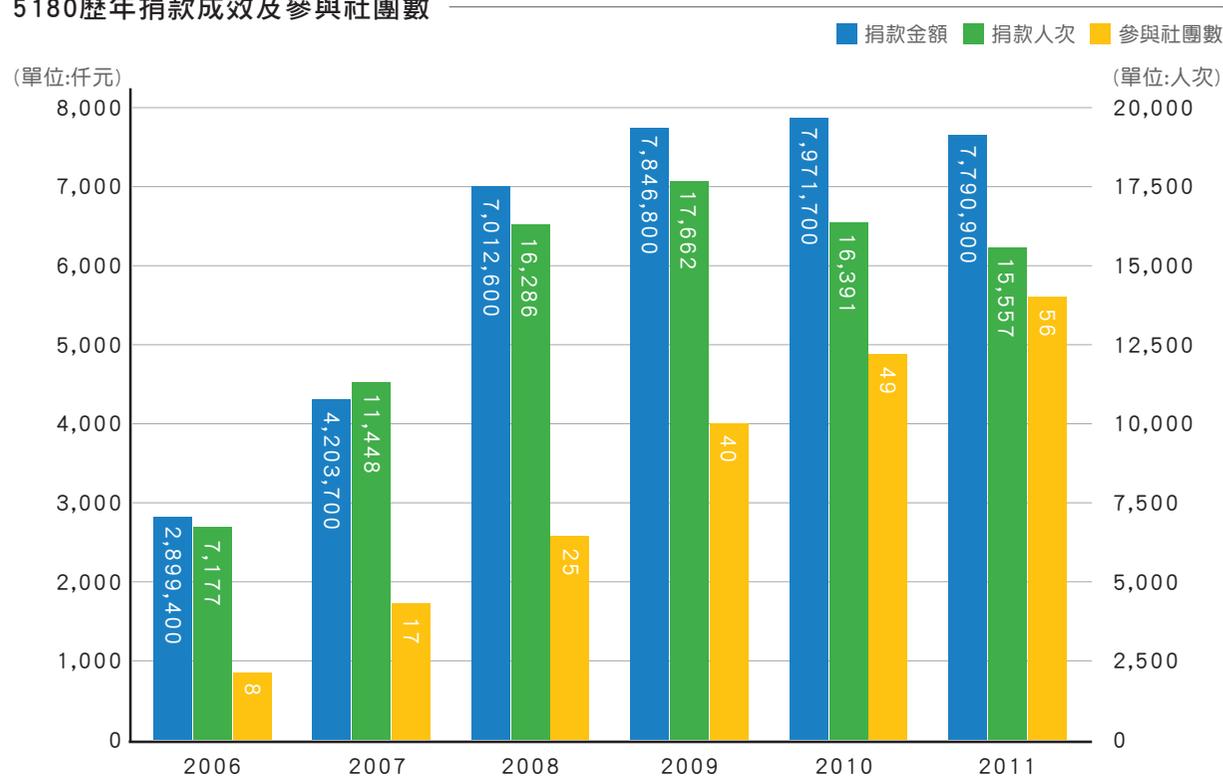
我們慎選優質且財務透明度高的社福團體，如在成效面，需具備主管機關評鑑甲等以上或通過聯合勸募協會補助；在財務責任面，需為公益團體自律聯盟的成員或其年度財務報告取得會計師簽證等。

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，不僅提供溝通交流的平台，更希望幫助社團面對知識經濟的浪潮衝擊時，能夠在管理本質上精進。2011年舉辦「彼得 杜拉克 NPO管理七大心法」講座，以量身打造每人價值萬元的人才管理、組織效能等實用經營管理精華，期待未來能為社會發揮超過百萬元的價值。

並支持公益團體各項協募活動，例如：鼓勵用戶捐款給陽光基金會，滿額即贈送《上蒼選了你：全民女孩Selina的地獄90天》這本書，深度了解燒燙傷復建的心路歷程；此外，弘道老人基金會「2011全國阿公阿嬤健康活力秀－全國總決賽」當時尚需100萬經費，我們協力宣廣尋找一萬個100元，鼓勵萬人捐百元挺阿公阿嬤挺進小巨蛋，用捐款幫助阿公阿嬤圓一個站上舞台的不老夢想！

5180歷年捐款成效及參與社團數



在人力投入上，我們除確保系統運作，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、增進捐款意願。

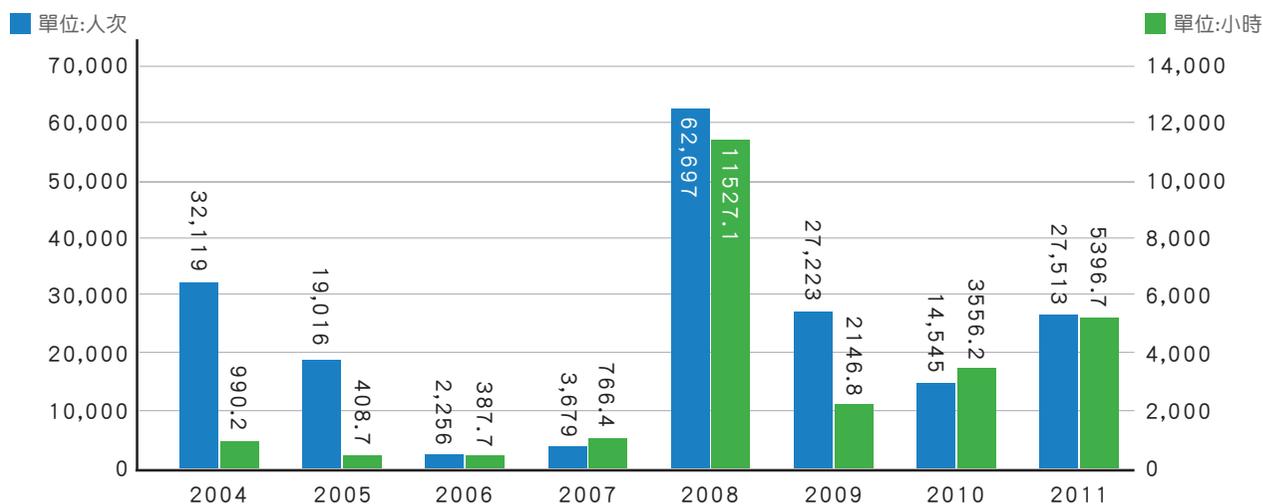
自2005年12月啟用至2011年底，已有56家社福團體在本系統上進行募款，協募成效也逐步成長，累計募款金額已超過3千7百餘萬元，累積捐款人次也超過8萬4千人，涓滴細流，匯成江海，更代表了台灣公民社會中穩定持續的良善力量。2008年四川地震與2009年莫拉克風災時，皆能即時快速的募集到各界的愛心捐款，可見手機捐款在重大災難時，即時募款功能超越其他管道。

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。

### 3.2.2 909手機語音導覽

台灣大哥大以自身優異的電信核心技術，自2004年起首創手機語音導覽服務，以行動通訊協助藝文推廣。透過手機語音導覽系統的建置，我們為展覽建立了完整的數位資料庫，讓看展的民眾不必受到時間、地點的限制，手機成為專屬隨身導覽員，隨時隨地了解精彩的展覽內容。

909手機語音導覽服務歷年使用量



我們陸續與國內各大展覽場館合作，推出了藝術、文化、社區、歷史、古蹟、生物等多元的語音導覽服務。除了於朱銘美術館、屏東海洋生物博物館、鶯歌陶瓷博物館等場館設置常態性的展覽之外，我們也不斷與各國際性大型特展合作，陸續建置了米勒展、普普教父安迪·沃荷、大英博物館珍藏等重量級展覽的手機導覽服務。每場導覽並邀請原作者或美學大師，如蔣勳、朱銘等人親自撰稿、錄音，讓民眾能透過專家的角度及聲音，與各種藝術作品更加的接近。

隨著電信科技的進步，未來我們也將利用雲端技術、寬頻服務、多媒體內容建置等各種面向及可能性，提供新的導覽服務內容，繼續為推廣優質藝文活動而努力。

909手機語音導覽服務在2011年持續朱銘美術館、鶯歌陶瓷博物館、海洋生物博物館等三個常設展，以及大英博物館珍藏展、康熙大帝與太陽王路易十四兩個特展合作，有27,513人次使用。自2004年起至今已累積近19萬人次、聆聽超過2萬5千小時。

### 3.2.3 行動醫療

台灣大哥大基金會多年來持續支持「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 協助建構數位應用低碳社會

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。近年更隨行動科技普及，推出行動客服、網路門市、並打造符合世界級標準的綠色雲端機房。

#### 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月推出自有高效能視訊會議的服務，我們持續推廣此項產品，不僅提供企業客戶低碳服務，更以此綠色方案贊助公益社團，如：荒野保護協會總會暨全台分會，總計10處設有視訊會議系統，以2011年為例，約減碳12,341公斤，節省交通成本242,640元，大幅降低人員交通往返之碳排放；而此套視訊會議更提升志工教育訓練效率，發揮綠色槓桿力量。

台灣大哥大在內湖打造新一代雲端綠色機房。





### 3.3.2 拓展綠色加值服務

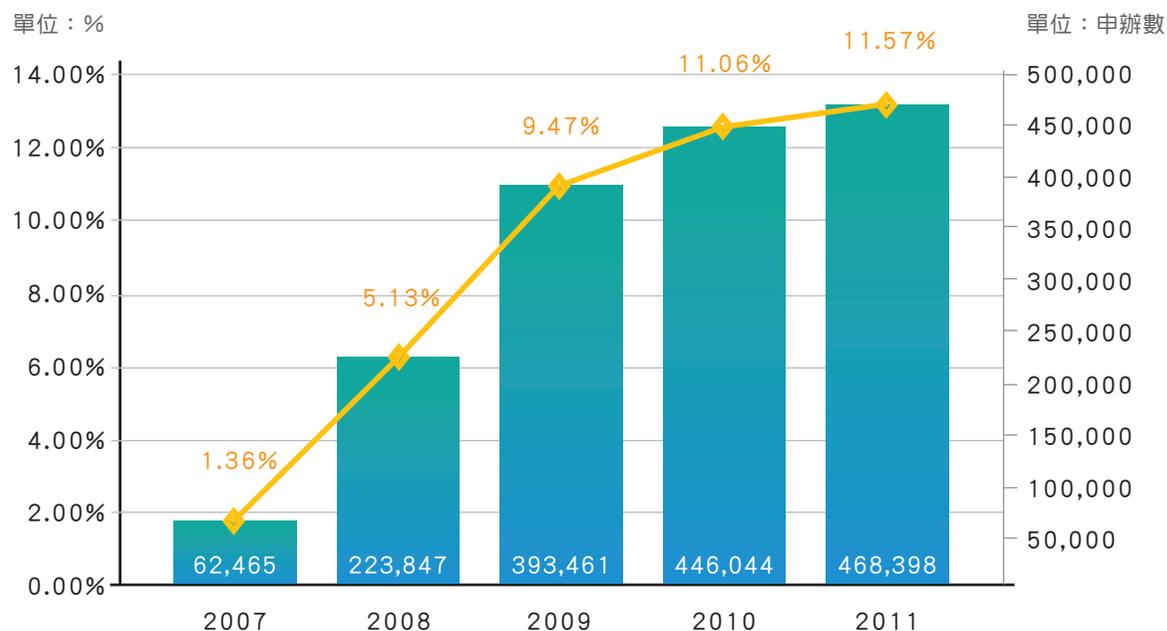
隨著智慧手機與平板電腦日趨普及，許多應用服務可協助用戶發揮節能減碳的效果，如交通類的即時大眾運輸交通應用服務，讓使用者更能掌握班次，提高搭乘意願，進而節能減碳；我們也提供myBook電子書服務，用戶可在線上直接閱讀存在雲端的數千本書籍以及雜誌，直接減少紙張的使用與紙本運輸的碳排放。在

2011年，我們在matchApps軟體商店成立「環保專區」，持續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，取得環保資訊並得以在生活中落實環保。

### 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2011年底，共減少1,581萬份帳單，

電子帳單歷年申辦數及佔比統計





約可減少3,794萬張A4紙列印。2011年度，電子帳單之帳單數已達46萬，佔列印帳單數之11.57%，推廣至今申辦數共增加40萬，仍持續逐年成長。

未來，除將延續贈品推廣、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外，目前正依不同客戶需求規劃簡訊帳單服務，期持續發揮節能減碳之效果。

### 3.3.4 門市無紙化作業成效斐然

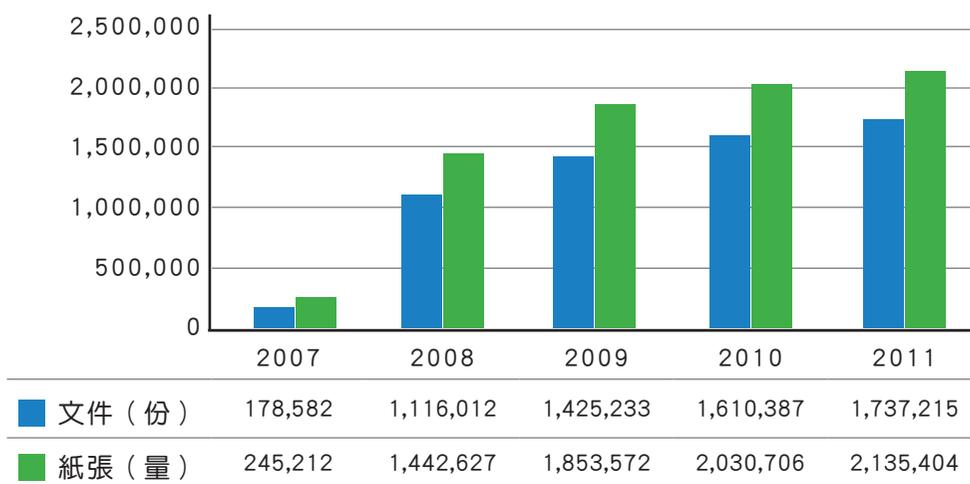
無紙化除了以電子郵件取代實體紙本的電子帳單外，我們也多方落實於企業內部及銷售流程，門市的無紙化作業就是在價值鏈中的綠色實踐案例。以往用戶至門市需填寫多份紙本表單，以完成申辦的程序，我們為推動無紙化作業，投資軟、硬體設備，各項申辦內容及服務條款均讓用戶在螢幕上閱讀，同時讓用戶直接於系統上簽名、過程中亦無須影印證件，繳費時亦可以簡訊取代紙本收據，也降低收據遭隨意棄置導致用戶個人資料外洩之疑慮。

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，同時減少表單倉儲成本。2011年當年度，無紙化表單已達173萬份，累積節省用紙超過700萬張，詳如下表。

無紙化表單歷年節省使用量統計



# 環境保護

2011-10 榮獲行政院環境保護署頒發第20屆「中華民國企業環保獎」，為第一家連續三年獲獎的服務業

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「推動者」的角色，是我們的長期目標。2011年10月，我們獲得行政院環保署所頒發的中華民國企業環保獎，為2009年新增服務業組以來，首家獲獎三連霸企業。

## 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月經董事會通過並實施。

#### 4.1.1 分階段策略推動，展現環保價值

自2007年起，我們依各項環境保護措施對於自身營運發展的關聯性，分成短程(3-5年)、中程(5-7年)以及長程(7-10年)三階段予以推動。

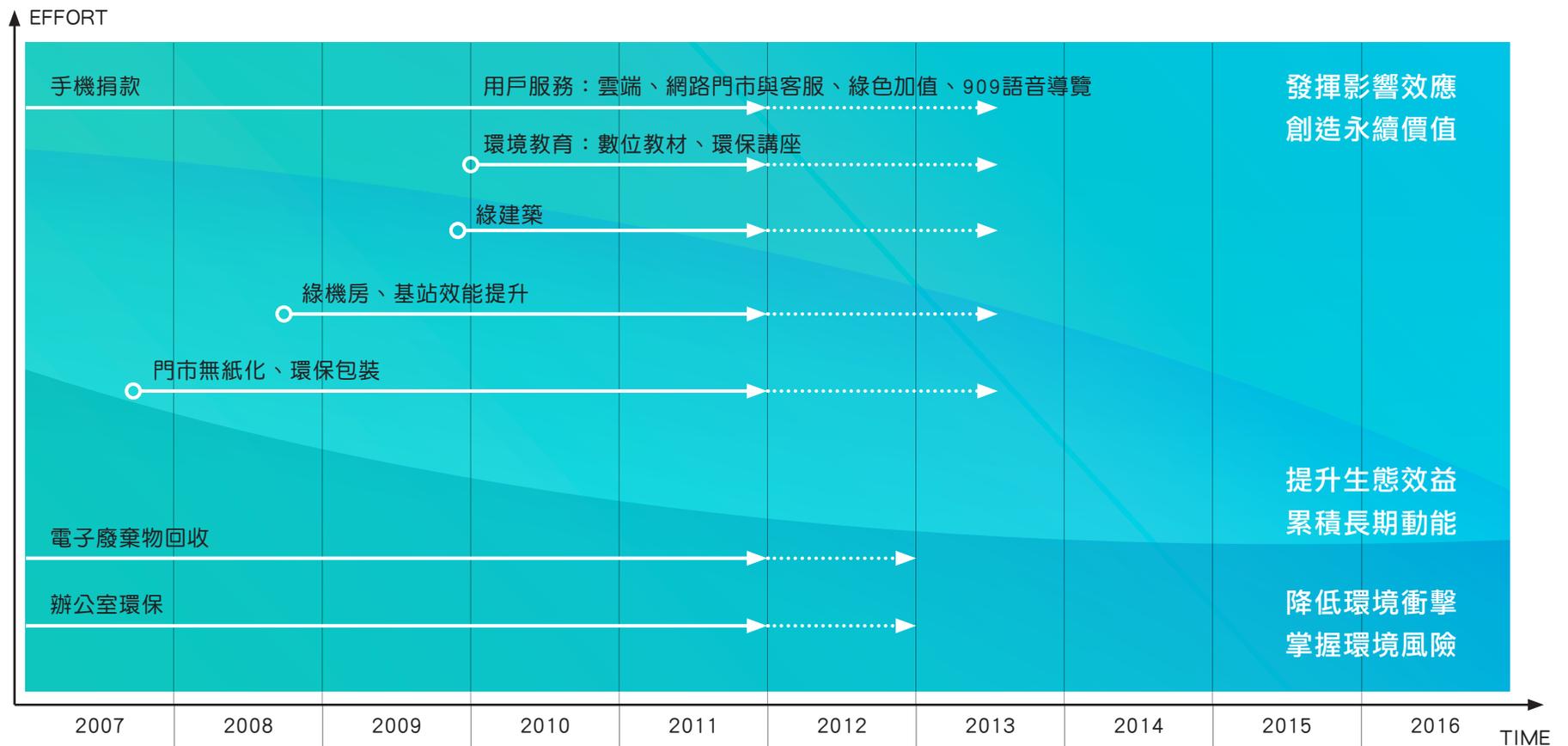
短程，著重在降低營運面向的環境衝擊與風險，

鼓勵回收在營運過程中，會對環境造成影響的電子廢棄物，如基站廢電池組、電纜與手機等。

中程，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，減少紙張的消耗。

長程，運用電信服務業的核心服務，如視訊會議等虛擬化服務，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。

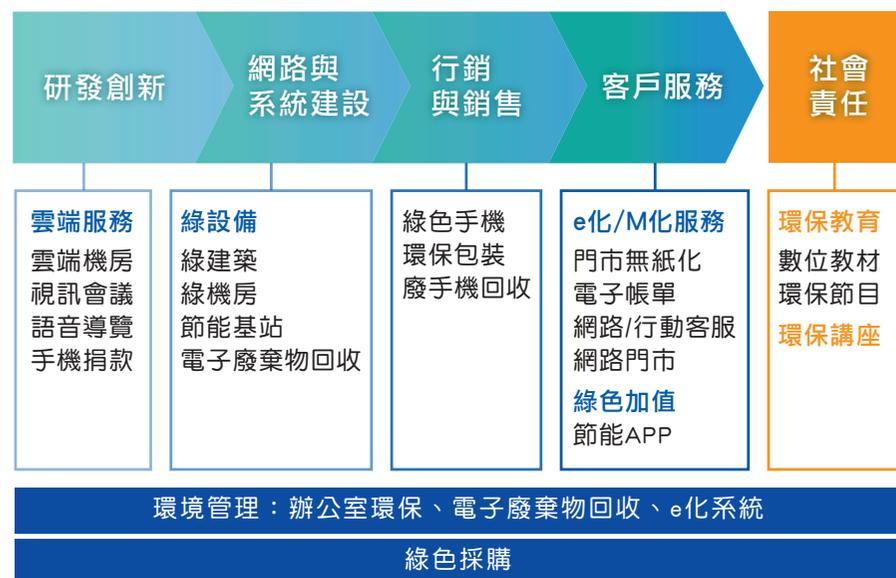
#### 短中長期推動關鍵議題



### 4.1.2 從價值鏈分項落實環保計畫

我們從價值鏈的角度，自上游至下游，從公司內各部門，彙整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



為擴大電信服務範圍與品質，我們定期做纜線佈建與維運工程，過去三年累計在銅纜與光纜之總重量為3,527,180公斤；2011年在銅纜上為佈建總重為47,115公斤，光纜則為977,290公斤，合計為1,024,405公斤。

單位：公斤

年度	2009	2010	2011
銅纜	165,915	146,480	47,115
光纜	1,007,140	1,183,240	977,290
合計	1,173,055	1,329,720	1,024,405

## 4.2 提升能源效率與氣候風險因應

### 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(能源間接排放)為主要的排放，我們在2010年展開初步盤查，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，彙整2011年能源耗用資料，以範疇一與範疇二為主，涵蓋京都議定書所管制之6項溫室氣體，使用之計算基礎，以政府公告排放係數以及實際營運活動數據資料為依據，初步結果顯示如下表：

能源耗用統計表

年度	直接能源消耗			間接能源消耗	
	汽油 (公升)	焦耳	柴油 (公升)	焦耳	電力度數
2010	579,827	18,904,680	14,826	520,571	381,367,733
2011	519,289	16,930,911	15,760	553,363	309,875,082

能源耗用與溫室氣體排放表

單位：二氧化碳當量噸

年度	2010	2011
直接排放 (範疇一)	2,743.1	2,608.2
間接排放 (範疇二)	233,397.1	196,220.8
合計	236,140.2	198,829

能源耗用以電力消耗為主，統計範圍包含全省辦公大樓、全省直營門市、基站與機房等；經過追蹤統計，碳排放以基站與機房用電為主，約占八成；而在其他間接排放上(範疇三)，如：員工差旅之碳排放則未列入計算當中。因此，我們持續以提升電力能源效率，做為節能減碳的主要方向。並有效減少溫室氣體的排放。預計於2012-2013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79.6%，共構比例為30.1%，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98.3%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。

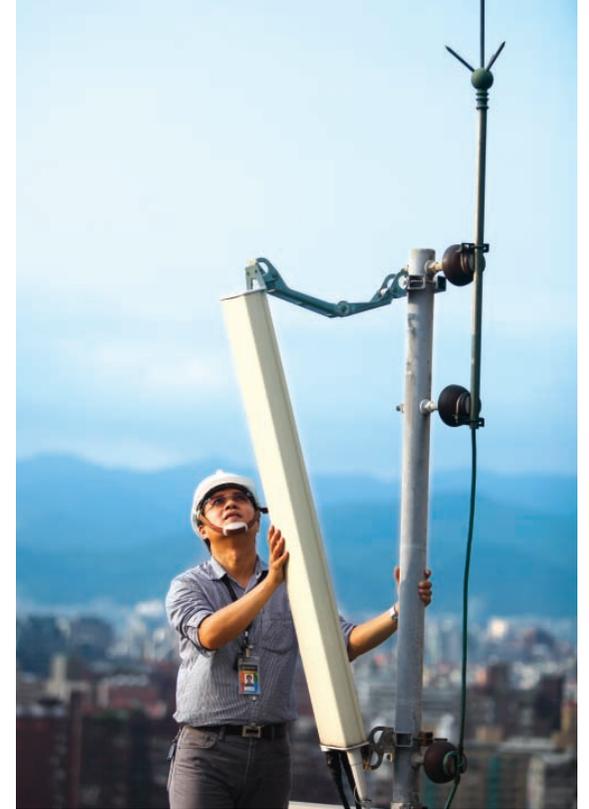
此外亦有21.01%之3G基地台，除與原有2G基地台共站外，亦與其他3G業者共構與共用天線，提升天線減量成效。

##### (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，2011年所採購之3G基地台設備，其設備供應廠商已通過ISO14001驗證，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67.4%之3G基地台，採取變頻式空調設備與調控溫度等方式，提升能源效率。

##### (4) 配合景觀美化環境

為加強基地台景觀美化，以維護整體環境，依



基站建設力求融入周遭環境，降低視覺衝擊。

「基地台景觀美化及施工工作法則」進行基站綠美化，以融入當地環境的設計減少視覺衝擊，以降低民眾對基地台電磁波的疑慮。

執行方案	效益	2009 採用基站佔比	2010 採用基站佔比	2011 採用基站佔比
空調溫度調升至28°C (2007年起)	較26°C約可節電6%	28.0%	28.0%	28.0%
改採變頻式空調 (2007年起)	約可節電40%	15.2%	18.5%	26.4%
採用低耗電、高效率 基站設備	耗電僅為傳統基站 50%	佔3G 基站 33.2%	佔3G 基站 58.2%	佔3G 基站 67.4%

### 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LED燈管、更新節能不斷電系統與新式空調設備等，並進行離尖峰照明控管等，逐步提升能源效率。

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。於2011年年底打造的綠色雲端機房是國內首座獲得國際機房管理權威機構Uptime Institute Tier III認證的雲端機房，預計將於2013年第一季完工營運。此結構設計採冷熱通道分離、專用空調設備（如冰水主機、冷卻水塔、換氣風扇等）、精算電力消耗、正確照明控制系統等，整體能源效率目標則依循「The Green Grid」聯盟銀級機房量測基準，達到PUE 1.5以下的能源效率，並獲得ISO 50001能源管理驗證，2013年雲端綠機房正式運轉後，預估每年將可降低碳排放達17,444公噸，若以大安森林公園一年可吸收370公噸碳來計算<sup>1</sup>，相當於47座大安森林公園一年碳吸收量，有效降低碳排放。

### 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。

在空調使用上，我們一年約使用280.8公斤的R22冷媒，以辦公大樓中的冰水主機與分離式冷氣使用為主，未來將隨著台灣及國際環保法規的規定，逐步替換成R134a及R410a之環保冷媒。

### 4.2.5 氣候風險因應

#### (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。

<sup>1</sup> 按工業局2011年11月29日發布之新聞 <http://www.moeaidb.gov.tw/external/ctlr?PRO=news.NewsView&id=1239> 大安森林公園一年碳吸收量為370公噸。

#### 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。

2011年我們啟動建於桃源區、六龜區、茂林區、杉林區、鳳山區等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 電子廢棄物處理

#### 4.3.1 有效處理廢電纜

在佈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處理，以同時兼顧環保及節費之雙重目的。2011年合計處理廢纜總重量約349,230公斤，累計過去三年處理廢電纜總重達1,347,988公斤。

#### 廢電纜回收成果

單位：公斤

年度	2009	2010	2011	合計
銅纜	199,498	61,190	43,310	303,998
光纜	401,070	337,000	305,920	1,043,990
合計	600,568	398,190	349,230	1,347,988

#### 4.3.2 堪用廢舊電池組處理利用

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。2011年廢電池處理重量約338,490公斤，累計過去三年處理廢電池重量達898,785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

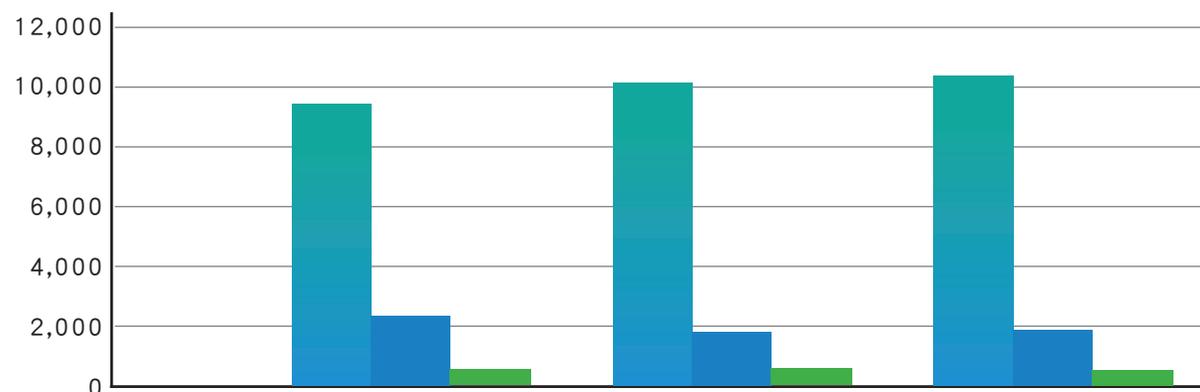
於2008年4月率先推出「回收行動 珍愛地球」計畫，這是全台第一套完整的廢手機回收計畫，全面回收電池、手機、旅充/座充/耳機/傳

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2011年底，已累計回收近4萬支手機，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2011年為例，廢手機回收11,449支，配件回收1909.1公斤，電池回收499.4公斤。廢手機回收成果逐年提升，2011年較2010年成長12.9%。

## 廢手機、配件與電池回收成果統計



類別 \ 年度	2009	2010	2011
■ 手機 (支)	9,673	10,137	11,449
■ 配件 (公斤)	2,202.3	1,837.84	1,909.1
■ 電池 (公斤)	461.05	527.27	499.4

## 辦公區域水資源耗用狀況列表

單位：度數

	2010	2011	年度差異	成長率(%)
用水度數	40,196	36,748	-3,448	-8.58
度數/人	17	15	-2	-11.97

\*註：高雄辦公室於2010年底搬遷至土地銀行博愛辦公大樓，該大樓管理費內含水費，無法單獨計算，因此以上二年度數據排除高雄辦公室。

## 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。主要用水來源為台灣自來水公司。

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。

2011年平均每人水資源耗用量較2010年減少8.58%，已達成原訂減量之目標，未來將持續進行各項節水措施。

在垃圾減量及資源回收上，我們持續宣導垃圾減量並在各辦公樓層設置資源及廚餘類回收設施，請同仁自備餐具並進行各項資源分類與回收，持續減量結果2011年資源回收76,696公斤，較2010年91,917公斤減少17.6%。

在具體落實各項方案後，2011年已達成原設定環境績效目標，包括辦公電力耗用較2010年減量9%；水資源減量8.58%；辦公室用紙減量5.6%。未來我們將持續提升各項主要能、資源的使用效率，預計2012年辦公電力耗用較2011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。2011年接受民眾電磁波量測服務，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數量達207件，近三年合計量測服務總數達545件。



我們並與台灣電信產業發展協會會員於2011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「基地臺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(Factsheet)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，並經由通傳會基地台電磁波把關，完全符合ICNIRP標準。

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，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。並定期以不同的市場調查，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。

### 5.1.1 導入新措施，具體提升服務品質

為提升客戶服務品質，公司不斷推陳出新導入新措施，提供客戶便捷及優質的行動生活。

- (1) 秉持客戶滿意及市場環境潮流首創「行動客服APP」，隨時掌握門號使用狀態及服務最新脈動。
- (2) 為縮短溝通時效迅速解決客戶問題，運用智慧型服務平台串連各系統資源提示服務人員可能進線原因，快速解決客戶問題。

- (3) 提供多元服務管道讓用戶輕鬆操作智慧型手機，於門市設置行動達人面對面講解、客服專線24小時行動網小組以及官方網站備有手機操作指南。

### 5.1.2 建立透明化申訴管道 專人專責處理客戶抱怨 作為產品及服務流程調整之依歸

為提升客戶滿意度並落實ECE(Excel Customer Experience)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。

2011年接獲客戶諮詢及反應以工務收訊、促銷活動、銷售/作業問題、加值服務、服務品質及帳務問題為主要類別。

# 客戶服務

2011-11 榮獲《壹週刊》第八屆「服務第壹大獎」行動固網通訊第二名

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 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

## 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，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，以做為公司持續成

長之動力。台灣大哥大2011年整體滿意度表現平穩，平均分數為3.7分，有57%的用戶給予4分以上(即表示「滿意」及「非常滿意」)，41%用

戶的評價為3分，給予負面評價者的佔比極低。在細部分項滿意度又以電話客服滿意度4.3分表現最優。

### 2009~2011年客戶滿意度調查結果

	2009	2010	2011
整體客戶滿意度	3.6	3.7	3.7
通話品質滿意度	3.7	3.7	3.6
電話客服滿意度	4.2	4.3	4.3
門市服務滿意度	4.0	4.1	4.0

\*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ISO27001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。此外，更在2011年

同時通過「ISO/IEC 27001國際資訊安全管理系統」及「NCC ISO/IEC 27011增項稽核」驗證，驗證範圍之廣度與流程之全面性都創下國內電信業之最，提供用戶更全面的國際級資訊安全保障！

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包含(1)總部及所有直營店

之門號申裝，開通與異動，帳務管理，詐欺防制，客戶服務等關鍵營運流程所牽涉之客戶資訊安全及相關之IT服務包含基礎設施、作業系統、應用系統及相關資產之資訊安全的管理；(2)行動通信服務所使用之通信交換機房、網路監控之維運作業，及相關支援資訊系統的開發及維運。個人資料及相關營運設施都受到妥善的保護，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。

## 5.4 資費與費率

### 5.4.1 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」及「產品責任」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。而現行語音資費每年均根據主管機關國家通訊傳播委員會公告之X值調降費率，以讓廣大用戶均能受惠。

此外，消費者申辦服務時，門市同仁均會詳細解

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

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DM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。

### 5.4.2 依族群需求規劃優惠方案

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

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。

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，更在2011年3月起，規畫搭配前述方案的「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 創新服務

台灣大哥大的核心價值之一就是創新，為因應智慧型手機及平板電腦的普及，我們也開發許多新型態的服務，以滿足用戶各類型的需求。

包括整合智慧型手機多家作業系統的match apps軟體商店、隨時提供最新娛樂與財經訊息的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「手機保鏢」軟體與通話、來電管理的「來電管家」等智慧應用軟體。TV隨身看提供「HD和台灣行動電視館」，提供超過40個行動頻道供用戶選擇，支援3G與Wi-Fi網路，滿足用戶隨時隨地看電視的需求。

未來，我們持續開發數位匯流、雲端服務、數位電視聯網與物聯網，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。

此外持續針對用戶不同的通訊需求推出其他優惠，例如：學生族群提供語音月租半價的優惠、針對親子聯繫族群推出超低月付熱線免費專案

## 5.6 淨化成人資訊，保護青少兒

兒童與青少年正值人格養成階段，隨著手機持有率提升，越來越依賴行動通訊網絡，無論在人際溝通互動、獲取資訊上都佔了相當重要的比重，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。



等。不定期因應市場需求推出各式專案，以更划算的優惠內容減輕用戶的帳單負擔。

我們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，並於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。

在行動上網、寬頻上網、手機簡訊及加值服務等核心服務上，台灣大哥大均嚴格把關，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。



# 人才發展 與員工關係

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

### 6.1.1 人員組成

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。

本公司職缺係透過公開招聘，不因種族、膚色、宗教、性別或國籍，而在薪酬、任期、工作條件或就業權益予以差別待遇。公司依循國家現行相關法令，包括勞動基準法、就業服務法與性別工作平等法等，對於當地員工及原住民並無就業歧視，且從未發生雇用童工或強迫勞動與侵害人權等情事，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。

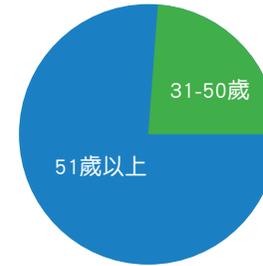
若需進行單位、工作地點及職務等變動，皆會事前溝通，獲得員工同意後才進行。最短於三天前徵詢當事人意見；若工作地點跨區調動，則至少於2週前與員工協商，使其有充足準備時間，同時公司提供搬遷、租屋等必要協助。

截至2011年底，台灣大哥大員工人數為2,651人，男女比率為58：42，平均年資超過7年，其中又以31-50歲的男性佔多數，除2位外國員工外，主要以聘雇當地員工為主。員工組成的基本概況、性別、年齡分布如下表所示。

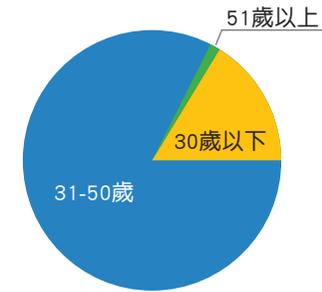
2011年度員工職級、年齡與性別人數表

分類	年齡	人數		比例
		男	女	
高階經理人 (副總經理含以上)	30歲以下	0	0	0.00%
	31-50歲	4	1	23.81%
	51歲以上	13	3	76.19%
	合計	17	4	100.00%
員工	30歲以下	152	276	16.27%
	31-50歲	1,333	836	82.48%
	51歲以上	26	7	1.25%
	合計	1,511	1,119	100.00%
總人數				2,651
雇用狀況	全職			2,648
	兼職			3
平均年資				7.2
學歷分布比例	博士			0.26%
	碩士			20.67%
	大學			50.93%
	大專			23.84%
	高中以下			4.30%

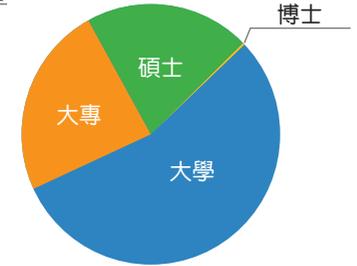
\*註：全部員工工作地點皆在台灣。

高階經理人年齡分布比例  
(副總經理含以上)

員工年齡分布比例



學歷分布比例



在人員異動上，2011年新進人員數超過離職人員數，女性比例皆超過男性，2011年新進與離職人員數，其性別、年齡分布狀況，詳如下表：

分類	新進				離職			
	人數		比例		人數		比例	
年齡	男	女	男	女	男	女	男	女
30歲以下	114	152	4.30%	5.73%	27	72	1.02%	2.72%
31-50歲	51	43	1.92%	1.62%	96	105	3.62%	3.96%
51歲以上	1	0	0.04%	0.00%	11	1	0.41%	0.04%
合計	166	195	6.26%	7.35%	134	178	5.05%	6.72%

\*註：全部員工工作地點皆在台灣(不含關係企業轉調人員)。

## 6.2 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。

### 6.2.1 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，2011年平均每人受訓時數為20.72小時。為提升員工專業能力以提供用戶最佳的網路及語音通話品質，內部自行辦理之技術性課程時數占總教室課程時數約1/3，而技術單位又以男性同仁居多，故非主管部分男性同仁受訓時數較女性同仁為多；而在主管部分則可看出女性主管受訓時數較男性主管多，詳如下表所示：

2011年度人員實體課程訓練時數表

分類	男	女
副理(含)以上主管	21.89	22.32
副理以下人員	27.05	12.66
性別平均	25.98	13.56
平均每人受訓時數	20.72	

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；2011年底閱讀時數總計3,002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。截至目前共25名員工獲准補助。

#### (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。

## 6.3 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2011年度，有27位同仁申請育嬰留職停薪，回任率男性為100%，女性則超過7成以上。

### 2011年度育嬰留職停薪

分類	男	女
有權利申請育嬰留職停薪人數	215	162
申請育嬰留職停薪人數	3	24
育嬰留職停薪原應復職人數(A)	4	29
育嬰留職停薪原應復職且復職人數(B)	4	21
育嬰留職停薪復職人數(C)	4	21
育嬰留職停薪復職後工作超過1年人數(D)	4	13*
回任率(B/A)	100.00%	72.41%
留存率(D/C)	100.00%	61.90%

註\*：2011回任，至2012/5/10仍在職者

## 6.4 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。

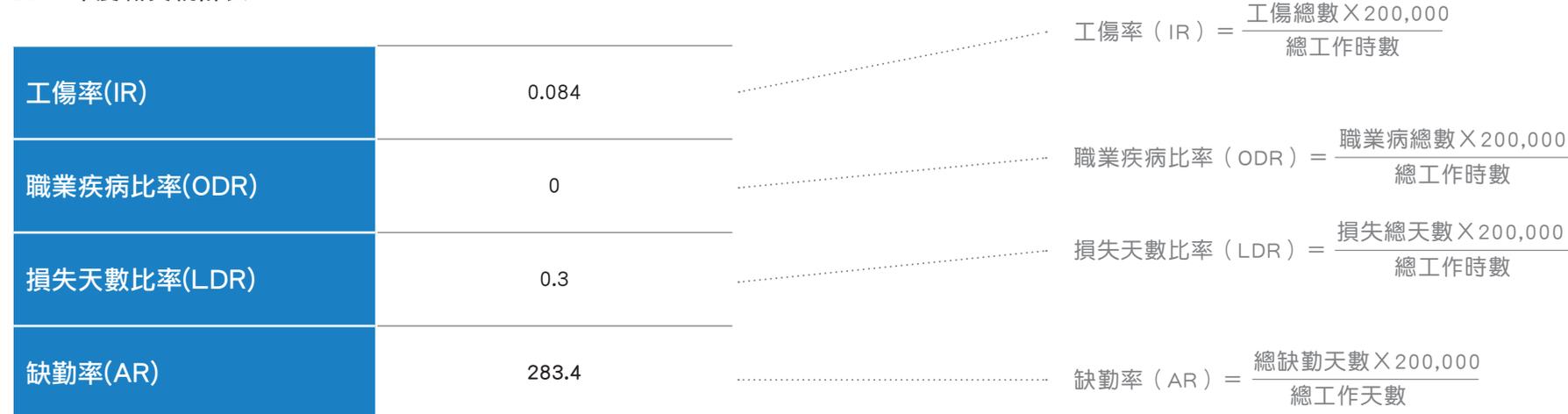
於各辦公處所設置合乎數量之急救人員，並設置全職的職業護理專業人員，規劃員工健康管理事項，實施員工定期健康檢查並同時優惠眷屬享有同等優惠進行健檢，提供健康諮詢及健康講座加強健康教育宣導以落實健康生活化，了解疾病預防疾病的產生。落實健康管理追蹤針對健檢異常者進行追蹤管理。於各辦公處所設置合乎數量之急救人員，並辦理員工健康促進活動。

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及提供健康諮詢，以落實健康生活化，了解疾病預防疾病的產生，除員工參與外亦開放社區民眾居民參加。2011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「減重績優職場」及台北市政府衛生局「優良哺乳室認證」。

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，年度統計資料如下：

2011年度職災統計表



# 供應商管理 與採購



## 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，包括有害物質的禁限用、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 綠色採購與綠色手機推廣

我們持續落實綠色採購，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的雙贏策略。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



2010年12月榮獲台北市環境保護局頒發「績優綠色採購企業」。

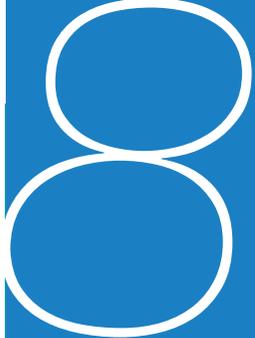
新台幣：元

項目	項目	2011年總金額
第一類：辦公室用設備	回收再利用碳粉匣	115,760
	印表機(租賃)	6,542,410
	電腦設備(租賃)	19,468,696
	冷氣機空調	1,045,400
	飲水機	188,250
	印刷品	81,019,834
第二類：環保產品	手機(SE J10)	280,781,000
	電動摩托車(匯豐)	188,457
綠採總金額		398,639,687

品，更期盼帶動綠色消費風氣，達到生態效益最大化。

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。在2011年，我們在綠色採購金額近4億元，超過7成投入於綠色手機採購上，藉由鼓勵消費者購置環保手機，進而落實綠色消費的最後一哩路。



# 在地社區參與 及社會關懷

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。

2012-05 榮獲《遠見雜誌》企業社會責任獎「社區關懷組」、「整體績效組」兩項楷模獎，是唯一獲獎的電信業者

## 8.1 弱勢關懷

### 8.1.1 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。台灣大哥大從2008年起，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，更重要的是提供長輩們最需要的一對一陪伴，讓他們藉由志工的陪伴感受互動的溫暖。

5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，長輩獲得噓寒問

暖的關懷，年年叮囑自己保持身心健康期到來年再聚，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！

2012年1月，百位企業志工們第五度圍爐不只溫暖獨居長輩們，更特別規劃「老化體驗」活動，讓年輕人戴上老化體驗道具，親自感受年紀變大時，眼睛看不清、關節不靈活、手指不靈敏，為生活造成的不便而更加感恩惜福，關懷長輩及孝順父母，讓志工也有滿滿收穫！

百名企業志工前往花蓮馬太鞍，陪伴後山獨居老人圍爐。



### 8.1.2 關懷憂鬱症

憂鬱症是一種不容易被發現及醫治的重要疾病。根據統計，全世界憂鬱症人口約占總人口數的3%。行政院衛生署的調查則指出，台灣地區具有憂鬱症狀的人約占總人口數的8.9%。此外，研究指出憂鬱症患者占自殺人數的比例高達87%。由此可見，憂鬱症在現代社會中已經成為不可被忽視的社會現象及健康問題。

自2006年起，台灣大哥大開始與長期關注憂鬱症患者的專業社團—肯愛協會合作，利用本身的核心技術，提供固網、行動等數位資源，協助肯愛協會建立優質的溝通網路，讓憂友們有良好的硬體資源來輔導、關懷憂鬱症患者。為了鼓勵憂鬱症患者就醫，改善國內憂鬱症高盛行率、低就診率的情況，自2009年起，舉辦「遇見十大溫暖我心的抗憂醫師」全民票選活動，建立全國憂鬱症好醫生地圖，鼓勵良好的醫病溝通，讓憂鬱症患者的就診意識及就醫率提升。2011年期間台灣大哥大協助肯愛協會服務了43,500人次的憂鬱症患者，抗憂好醫生票選活動則是進入第3屆，有14,000人次的網友參加票選活動。

### 8.1.3 弱兒陪讀計畫

當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畫」，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。

2010~2011(99學年度)年台灣大哥大持續認養12所陪讀班，共計225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。

### 8.1.4 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。青少年社會問題日益增多，得勝課程作為預防社會問題的防火牆，協助學子度過人生風暴期。自1993年起推動，已超過170萬學生參與輔導，超過85%學生表示給予肯定並喜歡課程。

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」、「自殺防治」及「網路交友與危機處理」等課程。

在2011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)、1,121所學校，合計5,698個班級參與，受惠學生達199,430人次。

「得勝課程」減少學生行為困擾及提昇學習動機等正面影響，可建立學生正確問題解決的態度，使學生在面對個人方面的行為困擾確實較有幫助，並解決或減少其行為困擾。學生對得勝課程回應，顯示「得勝課程」在學生課業上及自我效能感上有正面影響，強化個人因應環境能力，培養良好品格，及預防偏差行為的發生，並有助於學生面對生活中各項問題與挑戰，如：處理問題的能力、正確人生觀與價值觀、人際關係等。

「得勝課程」對增強學生情緒困擾的影響，根據學生回應，得勝課程情緒管理很重要，它關係到我們在情感及人際關係的發展及未來工作的表現。結果顯示「得勝課程」可以使學生明白覺察自己情緒的方法，並接納自己的情緒，以適當的方式清楚地表達個人感受，即使環境無法改變，但依然可以選擇積極的態度，改變心情，並調整焦點在可改變的事情上。

## 8.2 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高人文素養的樂活社會。



### 8.2.1 戶外音樂會

表演藝術一直都是文化創意產業中最能突顯文化價值及創意能力的一環，而古典音樂則是當中直接又具有強大感染力的精緻化表演藝術。台灣近年來由於文化創意產業的推行以及表演藝術的蓬勃發展，培養出許多優秀的音樂團隊。但由於一般大眾對於古典音樂依舊有「高票價」、「殿堂藝術」等難以親近的刻板認知；再加上文化、經濟資源多集中在都會區，精緻的古典音樂會大多只在大都市演出，造成了古典音樂在普及化與推廣上的困難。

為了推廣古典音樂及優質藝文活動，使民眾在沒有經濟、年齡等限制的情況下輕鬆接觸古典音樂之美，台灣大哥大自2005年開始舉辦大型戶外



古典音樂會，邀請國內外的音樂大師及樂團共同參與，在台灣各地進行免費戶外演出。從部落、鄉村、風景名勝到大都市，我們將優秀的音樂家、樂團及精緻的古典音樂帶到各個角落，藉由培養各地民眾的音樂鑑賞力，提升藝文素養，扶植優秀表演團體，厚植全民的軟實力。

此外，我們思考企業在藝文活動推廣中的所扮演的角色及定位後，跳脫了傳統贊助者的被動角色，轉變為創意發想策畫者。從演出地點選擇、演出團隊邀請到節目設計企畫、行銷宣傳，發揮企業的營運專業及整合能力，將企業、表演團隊、民眾及地方以音樂做了最佳的串連。

自2011年起，我們開始探索藝文推廣之外的更多延伸價質及可能性，加入了公益的元素。除了邀請公益團體到現場欣賞演出外，更精心設計與

音樂會主題相契合的公益團體在音樂會的暖場、中場休息及散場等時段進行軟性的推廣及介紹，並結合了台灣大哥大的核心技術所建構的5180手機捐款平台，提供民眾無壓力又便捷的捐款管道，成功的幫助公益團體帶來募款及宣傳效益，成為企業推動公益與藝文活動結合的嶄新示範，讓戶外音樂會對社會的貢獻更加多元。

我們在2011年間共舉辦4場主題式音樂會，從阿里山上接近零度的日出音樂會、風光明媚配合華麗煙火的日月潭花火音樂會，以及指揮大師呂紹嘉帶領的NSO國家交響樂團、國際小提琴大師胡乃元與Taiwan Connection室內樂團，以多元化的面向提供民眾新的視野與體驗。迄今已於全省各地舉辦過28場大型戶外音樂會，超過38萬以上人次蒞臨欣賞！



「台灣大哥大音樂響宴 NSO生日快樂」戶外音樂會，罕見天籟合唱團唱出充滿生命力的歌唱。

## 2011年 台灣大哥大戶外音樂會列表

時間	名稱	演出者	公益團體
2011.01.01	2011阿里山日出印象	樂興之時管絃樂團 指揮/江靖波 琵琶獨奏/王世榮 笛獨奏/陳中申 樂興之時女聲合唱團	
2011.09.17	台灣大哥大音樂饗宴 NSO生日快樂	NSO國家交響樂團 指揮/呂紹嘉 小提琴/吳庭毓 大提琴/熊士蘭 雙簧管/王怡靜 低音管/簡凱玉	罕見疾病基金會
2011.10.09	台灣大哥大日月潭音樂會 生生愛不息	樂興之時管絃樂團 指揮/江靖波 女高音/畢志安Angela Bic 女低音/姚立含	瑪利亞社會福利基金會
2011.12.03	台灣大哥大戶外音樂會 迎向命運	TC室內樂團 小提琴獨奏/胡乃元	桃園縣私立脊髓損傷潛能 發展中心

## 2011年菁英講座系列

系列	講師	講題
數位趨勢	詹宏志	移動的盛宴
非營利組織管理	詹文明	彼得 杜拉克 NPO管理七大心法
生活設計	唐峰正	你不可不懂的通用設計
音樂大師	胡乃元	當命運來敲門
電影藝文	鄭愁予、王文興、林靖傑、 陳懷恩、溫知儀、陳傳興	他們在島嶼寫作—文學大師紀錄片座談
公益樂齡	楊力州	青春啦啦隊紀錄片座談

## 8.2.2 菁英講座

這是個資訊快速流通的時代，人們可輕鬆的透過書籍、電視、網路等各種媒介獲得大量的資訊。即使資訊獲得如此容易，但如何有效的將資訊轉化成可用的知識，是現代人共同的課題。台灣大哥大長期舉辦免費「菁英講座」，邀請人文、數位趨勢、環保、藝術、非營利組織等領域的專家達人，與民眾面對面的分享他們的專業知識與經驗。2011年共舉辦6大系列共12場優質講座，讓近1,600人次民眾分享這些知識菁華。



### 8.2.3 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，希望藉大眾接觸多元化運動比賽的機會，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，自2003年至2011年底，投入的贊助金額已超過2億6800萬元，董事長蔡明興先生更榮獲行政院體育委員會頒贈2009年「體育推手獎」金質獎。

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年起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。2011年度持續贊助超級籃球聯賽(SBL)台灣大籃球隊及100學年度高中籃球聯賽，當年度贊助金額近3666萬元。

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。

### 8.3 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，身體力行具體實踐社會責任。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2006年至2012年初，累積志工投入已超過8,084個小時；在2011年舉辦的兩場志工活動，總計志工服勤時數達1,584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。



近三年志工服務列表

活動日期	服勤天數	活動名稱	活動簡介	志工人數
2010.02.05	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
2010.04.23	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。	66
2010.09.01~ 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
2011.01.14	1	「獨居老人圍爐」 有你陪伴 不孤單	台灣大哥大115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。	115
2011.08.29- 2011.09.07	1	愛心實作月餅志工	台灣大哥大83位志工與伊甸社會福利基金會及第一社會福利基金會合作，從月餅的壓模、脫模、包裝到裝箱，以實際行動助庇護工場的身心障礙孩子們一臂之力！	83
2012.01.06	1	花蓮獨居老人圍爐	2012年1月，近百位企業志工與台灣基督教醫院合力，第五度圍爐陪伴獨居長輩們；更特別規劃「老化體驗」活動，讓年輕人戴上老化體驗道具，親自感受年紀變大時，眼睛看不清、關節不靈活、手指不靈敏，為生活造成的不便而更加感恩惜福，關懷長輩及孝順父母！	98

## 獨立保證意見聲明書

### 2011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 2011 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之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 2011 年台灣大哥大公司總部及其相關企業之營運系統與活動;但不包括溫室氣體排放量之特定永續性績效資訊部份。
2. 依照 AA1000 保證標準(2008)的第 2 應用類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程度。

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 2011 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 GRI 全球永續發展報告協會報告指南係屬公允的。

#### 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,我們並訪談 1 位外部利害關係人
- 訪談 34 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台北地區的 1 個直營店,審查手機回收計畫與節能行動之運作流程
- 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)中所述有關包容性、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、永續性績效資訊與全球永續性報告 G3.1 版指南的詳細審查結果如下:

#### 包容性

2011 年報告書反映出台灣大哥大公司正持續地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:

- 廣納利害關係人多元觀點,並結合公司核心策略,持續地構建並發展公司企業社會責任實務

#### 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:

- 持續未來 CSR 績效創新,多元應用現今分析實務,使重大性結果之呈現更加完善

#### 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並每年報告,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:

- 長期地發展利害關係人參與之相關回應策略,如道德供應鏈的管理實務

#### 績效資訊

基於本聲明書所述的我們之工作,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,報告書揭露的全球永續性報告 G3.1 版指南核心指標及電信業行業補充指標試行版,以我們的觀點,台灣大哥大公司 2011 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全球永續性報告 G3.1 版指南的自我宣告,與相當於 A+ 分級的相關資料。基於審查的結果,我們確認報告中參照 GRI 全球永續發展報告協會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責任與永續性議題。然而,未來的報告可以進一步加強以下的項目:

- 鼓勵持續發展現有節能或碳績效指標內容以適時回應利害關係人

#### 保證等級

依據 AA1000 保證標準(2008)我們審查本聲明書為高度保證等級,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師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  
12 July, 2012



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.

GRI 準則	揭露狀態	頁次	補充說明
1. 策略與分析			
1.1 機構的最高決策者對其組織與策略的永續性之相關聲明	●	3	
1.2 主要影響、風險及機會的說明	●	13,15	
2. 組織概況			
2.1 機構名稱	●	2	
2.2 主要的品牌、產品及/或服務	●	7	
2.3 機構的營運架構	●	6	
2.4 機構的總部位置	●	2	
2.5 機構營運國家	●	5	
2.6 所有權的性質與法律形式	●	5	
2.7 機構供應的市場	●	5	
2.8 報告機構的規模	●	8,41	
2.9 報告期內機構規模、架構或所有權方面的重大改變	●	5	本公司近兩年無重大組織之變革及持股出脫狀況
2.10 報告期間所獲得的獎項	●	5,14,29,37,48	
3. 報告參數			
3.1 資訊報告期間	●	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CSR報告書；2011年改為每年發行
3.4 查詢報告或報告內容的聯絡資訊	●	2	
3.5 界定報告內容的過程	●	2	
3.6 報告的邊界	●	2	
3.7 指出任何有關報告範疇及邊界的限制	●	2	
3.8 匯報可能嚴重影響報告的合資機構、附屬機構、租用設施等	●	56	報告期間無相關情事
3.9 數據量測技巧及計算基準	●	2	
3.10 解釋舊報告所載的資訊重新陳述的效應及原因	●	56	作為不同時點之比較
3.11 報告的範疇、邊界或所用的計算方法與以往報告的重大分別	●	2	
3.12 表列各類型標準揭露在報告中的位置	●	55-63	
4. 治理、承諾及議合			
4.1 機構的治理架構	●	9	

GRI 準則	揭露狀態	頁次	補充說明	
4.2 指出最高治理機構的主席是否兼任行政職位	●	57	董事長未兼任執行長	
4.3 董事會中獨立及/或非執行成員的人數	●	9		
4.4 股東及員工向最高治理機關提出建議或經營方向的機制	●	16		
4.5 對高層人員的補償與機構績效之間的關係	●	9		
4.6 避免最高治理機關出現利益衝突的程序	●	9		
4.7 決定董事會成員之關於永續性專業的流程	●	9		
4.8 機構內部的使命或價值觀、行為守則，以及其實施現況	●	9-13		
4.9 董事會管理經濟、環境及社會績效的監督程序和頻率	●	15		
4.10 董事會評估本身經濟、環境及社會績效的程序	●	9		
4.11 解釋機構有否及如何按預警方針或原則行事	●	13		
4.12 機構對外界發起的約章、原則或其他倡議的參與或支持	●	45		
4.13 機構加入的一些協會或倡議組織	●	17		
4.14 機構議合的利害關係人群體清單	●	16-17		
4.15 辨識及選擇要議合的利害關係人的根據	●	16		
4.16 利害關係人議合的方法，包括議合的頻率	●	16		
4.17 利害相關人議合過程中所提出的關鍵主題，以及機構如何回應	●	16		
<b>經濟績效指標</b>				
經濟面管理方式揭露	●	7-9		
EC1 產出及分配的直接經濟價值(員工薪資福利/社會投資)	●	8, 57	其他資訊請參閱本公司年報	
EC2 因氣候變遷造成的財務影響，及其他的風險與機會	●	26,33		
EC3 機構擬定之退休金計畫是否完全	●	44		
EC4 來自於政府的重大財務援助	●	57	2011年度 單位：新台幣仟元	
			現金支付所得稅	3,370,526
			租稅優惠	7,253
			虧損扣抵 13,771	
資料來源：台灣大哥大母、子公司合併財務報告				
EC5 標準薪資與當地最低工資的比例	●	57	本公司標準起薪較政府所公告之基本工資高	

GRI 準則	揭露狀態	頁次	補充說明
EC6 對當地供應商之政策、措施及支出比例	◎	46	
EC7 在各主要營運地點聘用當地人員的程序	●	41	
EC8 為公共利益而提供之基礎建設投資及服務，其發展與影響	●	19	
EC9 瞭解並說明重大的間接經濟影響和影響程度	●	13	
<b>環境績效指標</b>			
環境面管理方式揭露	●	29-31	
EN1 所用物料的重量或用量	●	31	
EN2 使用再生原料作為生產原料之比例	●	33	
EN3 按主要來源劃分的直接能源耗量	●	31	
EN4 按主要來源劃分的間接能源耗量	●	31	
EN5 經環境保育及提高效益而節省的能源	◎	32-33	
EN6 提供具能源效益或以可再生能源為本的計畫	●	32-33	
EN7 減少間接能源耗用的計畫，以及計畫成效	●	32-33	
EN8 按來源劃分的總排水量	●	35	
EN9 因排水而嚴重影響的水源	●	35,58	依法規處理，無造成水源影響
EN10 循環再用及再用水的總用量	●	35	
EN11 在環境保護區或生物多樣的地區的資產	●	58	無相關情事
EN12 機構活動、產品及服務在生物多樣性方面的重大影響	●	58	無相關情事
EN13 受保護或經修復的棲息地 無任何營運設?	●	58	無相關情事
EN14 對生物多樣性的策略	●	58	無相關情事
EN15 棲息地受機構作業影響的瀕臨絕種物種數量	●	58	無相關情事
EN16 按重量劃分的直接與間接溫室氣體總排放量	●	31	
EN17 其他相關按重量劃分的溫室氣體總排放量	●	31	
EN18 減少溫室氣體排放的計畫及成效	●	31-33	
EN19 臭氧物質排放量	●	33	
EN20 氮氧化物、硫氧化物及其他重要氣體的排放量	●	58	非製造業、不適用

GRI 準則	揭露狀態	頁次	補充說明
EN21 總排水量	●	59	生活廢水經污水下水道且依法規處理
EN22 按種類及處置方法劃分的廢棄物總重量	●	59	一般廢棄物皆按當地既有系統方式處理 事業廢棄物皆按政府規定辦理
EN23 嚴重溢漏的總次數及溢漏量	●	59	無相關情事
EN24 按照《巴賽爾公約》處理的有毒的廢棄物重量	●	59	無相關情事
EN25 受機構排水及徑流嚴重影響的水源及相關棲息地	●	59	無相關情事
EN26 減低產品及服務的環境影響的計畫及其成效	●	26-36	
EN27 包裝材料回收比例	●	59	不適用
EN28 違反環境法律及規則被處罰款的總額和次數	●	59	報告期間，無相關情事
EN29 運輸產品及員工通勤等所產生的重大環境影響	●	59	本公司的運輸產品及員工通勤未有重大環境影響
EN30 按總類劃分的總環保開支及投資	●	33,34,47	
<b>社會績效指標 ( 1 )</b>			
勞動面管理方式的揭露	●	41	
LA1 按雇用型式、合約及地區劃分的員工總數，並依性別來細分	●	41-42	
LA2 按年齡組別、性別及地區劃分的雇員離職總數及比率，另加計新進員工的總數及離職率	●	42	
LA3 按營運據點劃分，只提供予全職雇員（不包括臨時或兼職雇員）的福利	●	44	
LA4 受集體協議（Collective Bargaining Agreement）保障的雇員百分比	●	41,59	100%
LA5 有關特定工作更動的最短通知期，包括有否在集體協議中明訂	●	41	
LA6 在正式健康安全委員會中，協助監察及諮詢職業健康與安全計畫的勞方代表比例。（用百分比表示）	●	45	
LA7 按地區與性別劃分的工傷、職業病、損失工作日及缺勤比率，以及和工作有關的死亡人數	●	45	
LA8 為協助雇員、雇員家屬或社區成員而推行，與嚴重疾病	●	45	
LA9 與工會達成的正式協定中，跟健康安全有關的主題	●	59	本公司於員工手冊及工作規則內皆有提及勞工健康與安全項目，且員工到職即享有公司付費團保。另為保護員工安全增進健康，設置有健康中心；並有勞工安全管理師及專任護理師為全體同仁之安全及健康把關。
LA10 按雇員職級及性別，計算每一個員工的每年平均受訓時數	●	43	
LA11 加強雇員的持續受聘能力，協助雇員轉職的技能管理，以及終生學習的專案或課程	●	43	

GRI 準則	揭露狀態	頁次	補充說明								
LA12 按性別區分，接受定期評比及職業發展檢討的雇員的百分比	●	43,60	本公司定期進行績效評核，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。女:100%，男:100%								
LA13 按性別、年齡、少數族裔成員，以及其它多樣性指標，細分高階人員、各職種員工的狀況	●	42									
LA14 按營運據點、員工職種及職別，區分男性與女性的基本薪資比率和獎金（紅利）比率	●	60	<table border="1"> <tr> <td colspan="2">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</td> </tr> <tr> <td>年度</td> <td>2011</td> </tr> <tr> <td>副理(含)以上主管</td> <td>0.93</td> </tr> <tr> <td>副理以下人員</td> <td>1.14</td> </tr> </table>	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	2011	副理(含)以上主管	0.93	副理以下人員	1.14
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	2011										
副理(含)以上主管	0.93										
副理以下人員	1.14										
LA15 按性別區分，在生產育嬰假後的恢復工作率與留任率	●	44									
<b>社會績效指標（2）</b>											
人權面管理方式的揭露	●	41									
HR1 載有任何關注人權條款，或已通過人權審查的重要投資協定與合約的數量及百分比	●	60	本年度無重大投資								
HR2 已通過人權審查的重要供應商、承包商及其它商業夥伴的百分比	◎	46	全數供應商皆需簽約符合相關人權規範，若有違反將解約停止合作								
HR3 員工的人權訓練	●	60	<ol style="list-style-type: none"> <li>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575小時。</li> <li>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2,676小時。</li> <li>相關訓練時數佔2011年訓練總時數約為6%</li> </ol>								
HR4 歧視個案的總數，以及機構採取的行動	●	41,60	本年度無相關情事								
HR5 危害或違反員工、重要供應商集合結社自由和集體協議作業模式鑑別，及採取的行動	●	60	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 鑑別貴公司與重要供應商，哪些作業模式，可能危害童工，並衡量消除童工的貢獻	●	41,46									
HR7 鑑別作業模式，可能導致公司與重要供應商的強制勞動，並衡量消除所有形式強迫勞動的貢獻	●	41,60	無相關情事								
HR8 保全的人權訓練	○	N.A.									
HR9 涉及侵犯當地員工權利的個案總數	●	41									
HR10 接受人權審查與(或)影響評估的營運活動總數與比例	●	60	全數，本公司依照勞基法及相關法令實施								
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	●	60	<ol style="list-style-type: none"> <li>本公司由稽核室訂立員工及廠商申訴辦法，並於稽核室及廠商採購專區設有申訴電子信箱，亦可直接傳真至稽核室申訴專線。</li> <li>本公司2011年申訴案件內容並無與人權有關者</li> </ol>								

GRI 準則	揭露狀態	頁次	補充說明
社會績效指標 ( 3 )			
社會面管理方式的揭露	●	14	
SO1 執行「議合對話、影響評估及開發計畫」的比率	◎	16,48-54	
SO2 已作賄賂風險分析的業務單位的總數及百分比	◎	9,61	對於防制具貪污高風險人員，公司為其投保高額誠實險
SO3 已接受機構反賄賂政策及程序培訓的員工百分比	●	9	
SO4 回應賄賂個案所採取的行動	●	9-10	
SO5 對公共政策的立場和遊說	●	61	無，配合政府法令
SO6 政治捐獻	●	61	無，依公司政策不參予
SO7 涉及反競爭行為、反壟斷措施訴訟的總數和結果	●	61	無，2011年無發生相關情事
SO8 違反法律及規則被處鉅額罰款的總額	●	61	2011年未發生重大爭議事件，惟遭政府機關處分事項共6件，處罰鍰62.6萬元 勞動基準法: 6,000元 公平交易法:100,000元 電信法:520,000元
SO9 對當地社區具有重大潛在或實際負面影響的營運活動有哪些？	●	61	無，2011年無發生相關情事
SO10 對當地社區具有重大潛在或實際負面影響的營運活動之預防和減緩措施	●	17	
社會績效指標 ( 4 )			
產品責任面管理方式揭露	●	36	
PR1 產品及服務在其生命週期各階段對安全與健康的影響	●	36	
PR2 違反規範產品及服務健康與安全的次數	●	61	無相關情事
PR3 標示產品及服務所需的資訊種類	●	25,39-40	
PR4 違反規範產品及服務資訊標章的次數	●	61	無相關情事
PR5 滿足客戶需求的措施，包括客戶滿意度調查結果	●	38	
PR6 符合行銷推廣相關法律、標準及自願性規約的計畫	●	39	
PR7 違反行銷推廣相關法律、標準及自願性規約的次數	●	61	無相關情事
PR8 侵犯顧客隱私權及遺失顧客資料的實際投訴總次數	●	61	無相關情事
PR9 產品或服務違反法律所處鉅額罰款的總額	●	61	無相關情事

		電信業補充指標	揭露狀態	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	◎	19	
		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	●	45	
		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。	●	32	
		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	●	19	
		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	●	19,39-40	
		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	◎	37	
		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	◎	8	
		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	●	19,39-40	
		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	●	25,33-34	

電信業補充指標		揭露狀態	頁次	補充說明	
提供通訊服務	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：弱勢族群保護如--兒童..等	●	19,39-40	
	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。	●	63	2011年約7百萬
		PA10 確保資費說明之透明度	●	39	
		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。	●	27	
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。	●	26-27	
		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)。	●	26	
		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。	●	26	
		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。	●	18-28	
		TA5 描述公司在智慧財產與開放性原始碼技術方面的措施。	●	63	智財權使用軟體皆經授權

## 全球盟約建議企業應遵循下列10項原則

10項原則		對應章節
人權部份	1. 在企業影響所及的範圍內，支持並尊重國際人權	6.1、7.1
	2. 企業應確保公司內不違反人權	GRI G3.1相符性對照表補充說明
勞工部份	3. 保障勞工集會結社之自由，並有效承認集體談判的權力	
	4. 消弭所有型式之強迫性勞動	6.1、GRI G3.1相符性對照表
	5. 有效廢除童工	補充說明
	6. 消弭雇用及職業上的歧視	
環境部份	7. 支持對環境挑戰採取預防性措施	
	8. 採取善盡更多的企業環境責任之做法	3.3、4.1-4.5
	9. 鼓勵研發及擴散環保化的科技	
反貪腐部分	10. 企業應致力於反貪腐活動，其中包含敲詐及賄賂	1.2、1.3

## 上市上櫃公司企業社會責任實務守則

內容		對應章節
第一章 總則	揭櫫制定之目的、適用之對象、實踐之原則等	第2章
第二章 落實推動公司治理	企業社會責任管理之推動專(兼)職單位、利害關係人辨識與溝通、建置公司治理架構	1.2、2.3
第三章 發展永續環境	企業環境責任、永續生產與消費、環境管理制度與教育	3.3及第4章
第四章 維護社會公益	勞動條件、人權、消費者權益、社區貢獻、社區參與	第5、6、8章
第五章 加強企業社會責任資訊揭露	強化資訊揭露及CSR報告書	關於報告書 附錄
第六章 附則	檢討改進公司所建置之企業社會責任制度	第2章

## ISO 26000社會責任指引國際標準

核心主題與議題		對應章節
組織之管理		
	議題1：守規並避免因人權問題造成之風險的查核	6.1、7.1
	議題2：人權的風險處境	1.3
	議題3：共犯之避免	1.2
人權	議題4：解決牢騷埋怨	GRI G3.1相符性對照表補充說明(HR11)
	議題5：歧視與弱勢族群	5.4.2、5.6、6.1、8.1
	議題6：公民與政治權	6.1
	議題7：經濟、社會及文化的權利	6.1-6.4
	議題8：工作之基本原則與權利	6.1-6.4
勞工實務	議題1：聘僱與聘僱關係	6.1
	議題2：工作條件與社會保護	6.1
	議題3：保持社會對話	2.3、6.1
	議題4：在職之衛生與安全	6.4
	議題5：職場之人力發展與訓練	6.2
環境	議題1：污染預防	4.2、4.3、4.4
	議題2：永續資源使用	4.2、4.3、4.4
	議題3：氣候變遷緩和與適應	4.2
	議題4：環境保護、生物多樣性及自然棲息地修復	4.5
公正營運實務	議題1：反貪腐	1.2、1.3
	議題2：負責任的政治參與	2.3
	議題3：公平競爭	2.3
	議題4：促進價值鏈中之社會責任	7.1
	議題5：尊重智慧財產權	電信業補充指標TA5
消費者議題	議題1：公平市場行銷、資訊與無偏差資訊及公正契約實務	5.4
	議題2：保障消費者健康與安全	4.5
	議題3：永續消費	3.3
	議題4：消費者服務、支援及抱怨與爭議解決	5.1.2
	議題5：消費者資料保護與隱私權	5.3
	議題6：提供必要的資訊	5.4.1
	議題7：教育與認知	5.4、5.5
社區參與及發展	議題1：社會參與	第3及8章
	議題2：教育與文化	3.1、3.2
	議題3：就業創造與技能發展	3.3
	議題4：科技發展與取得	4.2.6
	議題5：財富與所得之創造	1.1.3
	議題6：健康	4.5
	議題7：社會投資	第3及8章



台灣大哥大

[www.taiwanmobile.com](http://www.taiwanmobile.com)

台灣大哥大基金會

[www.twmf.org.tw](http://www.twmf.org.tw)