



永

續

Think Sustainable Act Responsible

Change 4 the Better

永續思維 誠信踏實

 台灣大哥大

2014 企業社會責任報告

目錄

關於我們的報告書	4	1.經營治理	15
報告期間	4	1.1 公司治理	16
報告邊界與範疇	4	1.2 風險管理	22
編製標準與確保公開資訊可靠度	4	1.3 市場產銷概況、風險及機會	24
聯絡資訊	4	2.員工關懷	28
歷年報告書	5	2.1 員工結構	29
永續經營與願景	6	2.2 員工薪資與福利	30
公司概況	6	2.3 員工職涯發展	32
經營理念	6	2.4 樂活職場	35
組織架構	7	3.環境保護	38
企業責任治理與永續願景	7	3.1 環境保護策略	39
績效彙整表(2012~2014)	8	3.2 綠色營運與碳風險管理	41
榮耀與肯定	10	3.3 低碳智慧解決方案	49
與利害關係人溝通及鑑別	12		
利害關係人溝通管道及我們的回應	12		
重大性評估流程	13		

4.客戶關係	52
4.1重視顧客聲音，確保服務品質	53
4.2多元繳費管道及帳務管理	53
4.3透明申訴管道	54
4.4透明資費與多元優惠	55
4.5確保客戶個資安全	56
4.6免付費電磁波量測服務	57
5.社會參與	58
5.1數位應用 創造新價值	59
5.2促進數位共融	62
5.3關懷在地文化	67
5.4核心職能回饋社會	72
5.5培育文創人才	74
5.6企業志工	79

6.供應鏈管理	80
6.1落實供應商管理	81
6.2公開透明採購機制	82
6.3綠色採購	82
全球永續性報告指標GRI (Global Reporting Initiative)對照表	84

董事長的話

2014年台灣電信市場正式進入4G時代，台灣大哥大傾全力以最快速度布建全國LTE (Long Term Evolution)高速網路涵蓋，並以最先進的載波聚合(Carrier Aggregation)技術，整合串連高低頻最佳頻譜組合，使4G網路不只涵蓋廣、室內穿透深，更增加4G容量，讓4G用戶享受絕佳的網路品質及飆網樂趣。此外，本公司為全台在700MHz頻段中，唯一擁有20MHz最大連續頻寬的業者，亦成為持有總4G頻寬最大(共35MHz)的電信公司之一，頻譜投資成本比同頻寬的同業低了約新台幣66億元，充分展現維護股東權益極大化的承諾，更加鞏固本公司在這場4G競賽中的領先地位！

台灣大哥大除了追求核心業務的穩健發展外，更以國際評比檢視永續藍圖，自藍圖展開CSR願景2020計畫，期緊密結合營運與核心資源，創造回流循環績效。本公司亦以提昇公司整體價值為職志，今年元月通過「台灣大哥大企業社會責任實務守則」，做為長期推動企業永續的指導原則，積極落實企業精神與核心價值，近年來屢獲國內外多項肯定：

一、世界級公司治理標竿

本公司堅持以誠信為本、貫徹公司治理精神，以世界級的標準不斷自我鞭策，在過去一年成績斐然：《亞洲金融》雜誌(FinanceAsia)舉辦「2015年亞洲最佳公司」評比中一舉囊括台灣「最佳管理公司」、「最佳公司治理」、「最佳投資人關係」及「最信守配發高股利承諾企業」等四項大獎；連續三年獲道瓊永續指數DJSI (Dow Jones Sustainability Indices) 評選為新興市場指數成分股；連續第八年榮獲《亞洲公司治理雜誌》(Corporate Governance Asia)頒發公司治理獎項，持續的優異表現使本公司蟬連最高榮耀「公司治理最佳楷模企業」大獎，成績傲視國內電信同業；連續第九年獲「上市(櫃)公司資訊揭露評鑑」透明度最高之肯定，膺選為「A++」級企業，且名列上市公司前五名。

二、企業社會責任表率

多年來我們有策略、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，落實企業永續經營的理念，獲得各界認同：八年獲得《遠見雜誌》頒發九座企業社會責任獎；獲台灣永續能源研究基金會頒發「2014台灣企業永續獎」，一舉囊括「台灣十大永續典範公司獎」、「誠信透明獎」、「社會共融獎」以及「台灣Top 50企業永續報告獎-電信業金獎」四大獎項；在溫室氣體盤查及能源管理方面分別獲得ISO14064-1及ISO50001雙認證；積極響應政府縮短城鄉數位差距的政策，獲NCC頒發「推動偏鄉寬頻升速建設獎」。

三、優質服務與客戶滿意

本公司秉持「真心關懷客戶」的核心理念，提供卓越的客戶服務贏得消費者認同：myfone門市及客服

中心連續第二年榮獲SGS Qualicert認證殊榮；第十一年蟬聯《讀者文摘》雜誌Trusted Brand「信譽品牌」；台灣大IDC雲端機房樹立節能新典範，榮獲全球機房管理機構權威Uptime Institute頒發「Brill Awards for Efficient IT」為台灣第一、也是唯一獲獎的資料中心。

展望2015年，由於在700MHz頻段取得額外的頻譜，並預期1800MHz頻段將釋出更多4G可用頻寬，我們有信心在絕佳的頻譜戰略位置上提供最優質的4G行動寬頻上網服務，為消費者帶來耳目一新的高速上網體驗、豐富多樣的手機選擇及創新的資費設計，以持續推展4G業務。未來在積極發展電信、有線電視、數位內容以及文創產業等數位匯流的工作，也將繼續堅持對環境以及其他利害關係人負責的理念，自許成為世界資通訊產業之永續標竿、企業公民的表率。

董事長

蔡明興



關於我們的報告書

歡迎您閱覽台灣大哥大股份有限公司(本公司)第7本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書。我們每年持續發行此報告書，並出版中文及英文兩種版本，您可至我們的企業社會責任專屬網站了解更多台灣大哥大致力於企業社會責任的成果與成長。

報告期間

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，並銜接2013年度CSR報告書(2013年1月1日及12月31日)的經濟、環境及社會管理績效內容，呈現本公司2014年度(2014年1月1日至12月31日)在CSR管理策略、環境管理政策、社會正向回饋及回應重大議題等層面的具體實踐與績效數據。其中部份資訊將回溯至2014年之前，及2015年的內容與績效，以展現該項主題在時序上的變化及完整性。

報告邊界與範疇

本報告書邊界篩選原則係考量業務性質及產業關聯性，故以本公司及台灣大哥大基金會為主體，部分資訊係兼及台灣固網(股)公司、台灣大數位服務公司、台灣客服(股)公司、台固媒體(股)公司及台灣酷樂時代(股)公司。經營績效之財務數據係經安侯建業聯合會計師事務所 (KPMG) 查核後之資訊；溫室氣體盤查章節涵蓋範疇係依照第三方驗證機構出具之聲明書邊界為主。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。若在範疇或數據量測上與前一版不同，則會於該段落中特別註明。報告書中所揭露的統計數據皆來自於自行統計與調查結果，並以一般慣用的數值描述方式呈現。

編製標準與確保公開資訊可靠度

依全球永續性報告書協會(Global Reporting Initiative, GRI)第4代永續性報告指南(G4 guidelines)進行編製，且內容委託獨立且具公信力之安侯建業聯合會計師事務所 (KPMG) 依據ISAE3000準則進行有限確信。經確信後，本報告書所揭露之內容符合G4的「全面Comprehensive」依循選項，並經KPMG出具獨立有限確信報告，該獨立有限確信報告書亦納入本報告中。

聯絡資訊

對於本報告書的任何意見或訊息諮詢，歡迎您與我們連絡：

台灣大哥大股份有限公司 公關暨品牌管理處-社會責任部

地址：台灣台北市信義區菸廠路88號8樓

電子郵件：spokesman2@taiwanmobile.com

電話：+886 2 66386888 #16949 傳真：+886 2 66361133

2013



2009~2010



2012



2007~2008



2011



2006



永續經營與願景

公司概況

台灣大哥大股份有限公司成立於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，於台灣地區設立總部、分公司及相關業務場所，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，2014年更蟬連獲選道瓊永續指數(DJSI)新興市場成分股，與英國Vodafone、美國AT&T等全球電信龍頭業者，一起進入道瓊永續指數成分股行列。

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產業，以跨平台之整合能力，提供用戶「無縫感」的多螢一雲數位匯流服務。擁有優良的產品與服務品質，創新的研發能力與世界級的資訊安全保障，創造最佳客戶使用經驗。是全台佈局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。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。2014年6月正式提供4G服務，邁入全新的里程碑。



經營理念

我們從「人性」出發，將複雜的科技轉化為簡單、實用、友善的行動服務；用熱情提供客戶最滿意的數位生活；深入在地，堅持以世界級的品質服務在台灣的每一個客戶，我們用心讓行動生活更貼心！台灣大哥大與你生活在一起。

在迎向4G高速網路時代，台灣大哥大不斷追求創新，將更以數位匯流為核心策略，整合集團旗下電信、媒體、雲端服務、虛實通路等資源，提供跨平台、無縫感的影音及上網應用服務，無論針對個人，加強myVideo雲端影音、myMusic線上音樂、myBook線上書城、myPlay1手機遊戲myfone購物、行動支付服務、個人健康mySports；或是以家庭為核心單位的自動化保全與監控系統、家庭影音；或是企業，如IaaS服務、行動辦公雲等服務，都將提供符合客戶所需的多元雲端應用服務，帶來前所未有的品牌新體驗。

組織架構



企業責任治理與永續願景

企業社會責任策略

台灣大哥大堅持以誠信為本，落實企業社會責任，並為利害關係人創造作大價值，並成為世界資通訊產業之永續標竿企業。我們早已將企業社會責任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，董事會已於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，此外，我們更於2015年1月進一步通過本公司企業社會責任實務守則，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

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。

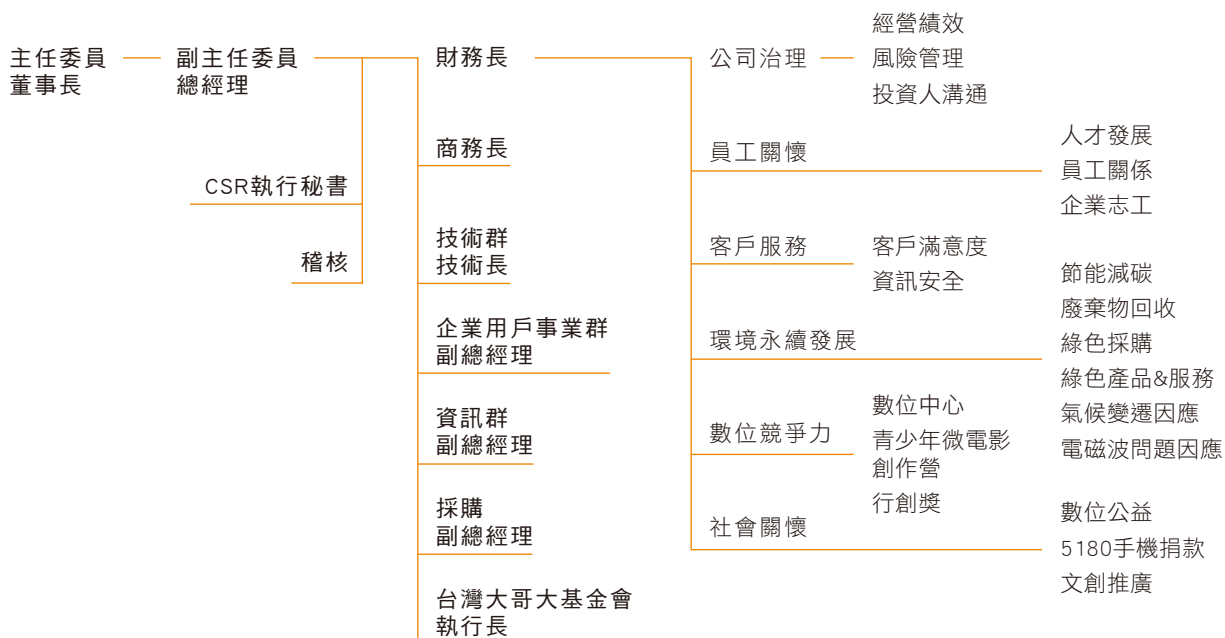
第六條 以正確詳實與公平揭露之原則，與利害關係人進行溝通，確保營運資訊透明度之落實。

中華民國100年1月27日董事會訂定

企業社會責任組織架構及功能運作

我們於2007年於公關暨品牌管理處下成立社會責任部，設有專人與獨立預算，負責規劃、執行企業社會責任之策略和專案，協調跨部門相關業務。為了落實最高治理機構對於企業社會責任的參與，2014年於董事會下正式成立由董事長擔任主任委員，及總經理擔任副主任委員之企業社會責任委員會，召集各事業群的高階管理層擔任委員，就經濟、環境、社會三面向相關議題屬性，辨識風險與機會，以制訂永續策略及願景藍圖，循序漸進規劃具體行動，緊密結合營運與核心資源，並以各功能部門或成立專案小組的方式進行推動，創造回流循環績效。

台灣大哥大企業社會責任委員會 CSR Committee



企業社會責任委員會每季定期開會並向董事會報告，截至2015年第一季止，共召開3次企業社會責任委員會議，並於董事會議中通過「企業社會責任實務守則」等三個議案，擴大大公司高階管理層之當責參與並展現治理高度，以六大原則實踐企業社會責任：

1. 落實公司治理。
2. 發展永續環境。
3. 重視人權與員工承諾。
4. 確保產品責任。
5. 推廣社會公益。
6. 加強企業社會責任資訊揭露。

我們未來將持續將企業社會責任相關執行成果向董事會呈報，包含每年利害關係人議合結果、策略規劃及其他相關新提案等。

此外，我們更於每年定期舉辦教育訓練，與高階主管及各部門代表說明企業社會責任年度策略及執行重點，積極推動公司治理、社會公益、落實環境永續，並將其納入公司營運策略與管理目標，促使全體員工共同貫徹企業永續經營願景。

永續願景策略

台灣大哥大以成為資通訊產業之永續標竿企業為使命，在持續面臨氣候變遷因應、溫室氣體控制、品牌形象維護、供應鏈管理等挑戰，積極落實風險管理，以因應危機並開發潛力商機。我們整合旗下電信、媒體、雲端服務、虛實通路等核心資源，回應經濟、環境、社會三面向的重大性議題，並規劃永續策略藍圖，自藍圖展開2020願景計畫。在願景計畫元年，我們制定短中長期三階段之永續策略目標，後續執行成果和績效將定期回報企業社會責任委員會，並再向上呈報董事會，以循序漸進的方式，落實台灣大哥大成為企業社會責任領航者的品牌形象。

2015~2016

準備 階段

CSR委員會召開
入圍國際級評比
外部利害關係人溝通
供應商CSR治理
碳排放風險管理

2017~2018

策略 階段

CSR推動策略整合
前進國際級指標企業
規劃CSR Forum
規劃供應商大會
評估再生能源應用

2019~2020

價值創造 階段

整合性報告規劃
目標國際性獎評領袖
CSR品牌形象建立
規劃供應商CSR評比
價值鏈氣候變遷管理

Change 4 the Better

績效彙整表(2012~2014)

經濟與治理面

項目	2012	2013	2014	GRI G4指標	報告書頁數
合併營收(仟元)	99,740,256	108,407,931	112,623,879	G4-EC1	P16
營業成本(仟元)	61,625,644	69,571,020	75,098,238	G4-EC1	年報P94
稅後淨利(仟元)	16,550,199	15,817,781	15,553,105	G4-EC1	年報P94
每股盈餘	6.07	5.79	5.56	G4-EC1	年報P87
資產總額(仟元)	100,390,225	138,352,379	153,537,252	G4-9	年報P92
負債總額(仟元)	42,746,932	79,831,738	87,025,002	G4-9	年報P92
權益總額(仟元)	57,643,293	58,520,641	66,512,250	G4-9	年報P92

環境面

項目	2012	2013	2014	GRI G4 指標	報告書 頁數
溫室氣體排放量 (噸 -CO ₂ e)	161,623	174,124.14	208,571.45	G4-EN15-16	P42
用電度數 (億度)	2.99	3.28	3.9	G4-EN3	P42
用水度數 (度)	34,707	37,691	46,146	主動揭露	P47
資源回收量 (公斤)	86,538	97,748	110,811	主動揭露	P48
廢電線電纜回收量 (公斤)	397,720	311,895	288,310	主動揭露	P48
廢手機回收量 (支)	11,479	7,860	7,662	主動揭露	P48
違反環保法令罰款與次數	0	0	0	G4-EN29	GRI 對照表

社會面

項目	2012	2013	2014	GRI G4 指標	報告書 頁數
員工人數 (人)	2,959	2,379	2,311	G4-9	P29
工傷率 (%)	0.035	0.076	0	G4-LA6	P37
損失日數比例 (%)	0.14	0.52	0	G4-LA6	P37
員工受訓時數 (小時)	15.7	21.1	23.5	G4-LA9	P32
客戶滿意度調查	3.8	3.7	3.7	G4-PR5	P53
企業志工時數	2,440	3,249	4,515	G4-EC8	P79
5180 捐款金額 (仟元)	7,452	8,615	9,555	G4-EC8	P65
社區投入 (仟元)	82,631	115,600	125,198	G4-EC8	--

2015-05 榮獲第 11 屆《遠見雜誌》企業社會責任獎「CSR 年度大調查 - 服務與金融組」楷模獎，為 11 年內獲得之第 9 座獎項

2015-03 榮獲《亞洲金融》雜誌「2015 年亞洲最佳公司」之「最佳管理公司」/「最佳公司治理」 /「最佳投資人關係」/「最信守配發高股利承諾企業」為台灣電信業之首，且台灣大哥大執行副總暨財務長俞若奚更獲得台灣地區「最佳財務長」(Best CFO) 的肯定。

2015-03 榮獲《經理人月刊》「2015 影響力品牌大調查」之電信服務特優殊榮



- 2014-11 榮獲第7屆「台灣企業永續獎」之「台灣十大永續典範公司獎」/「誠信透明獎」/「社會共融獎」/「台灣 Top 50 企業永續報告獎 - 電信業金獎」
- 2014-11 取得「ISO 50001 能源管理系統」外部查證證書
- 2014-10 「八連莊」榮獲《亞洲公司治理》雜誌第10屆 Asian Excellence Recognition Awards 之「亞洲區最佳楷模企業 (Icon on Corporate Governance)」大獎
- 2014-09 台灣大哥大運算雲服務通過歐盟雲端服務星級驗證 (EuroCloud Star Audit, ECSA)
- 2014-09 連續3年獲選「道瓊永續指數 (DJSI) 新興市場」成份股
- 2014-07 「九連莊」勇奪第11屆「上市(櫃)公司資訊揭露評鑑」透明度最高「A++」級企業殊榮
- 2014-06 連續11年《讀者文摘》「信譽品牌」電話服務(固網或行動)金獎肯定
- 2014-05 榮獲第10屆《遠見雜誌》企業社會責任獎之「公益推動組」首獎
- 2014-04 IDC 雲端機房獲頒 Uptime Institute 第一屆「Uptime Institute Brill Award IT Efficiency」成為台灣唯一獲獎資料中心

- 2013-12 榮獲頒台北市衛生局「台北市健康體重管理活動 - 團體成效績優獎」
- 2013-11 連續三年榮獲「CG6006 進階版公司治理制度評量」之認證
- 2013-11 榮獲「台灣企業永續獎 - 優等獎」、「社會共融類-楷模獎」
- 2013-10 蟬聯 2013「台灣最佳聲望標竿企業」電信服務業龍頭
- 2013-09 取得「ISO 14064-1 溫室氣體盤查」外部查證證書
- 2013-08 第7度蟬聯《天下雜誌》「天下企業公民獎」



與利害關係人溝通及鑑別

台灣大哥大為了掌握各方利害關係人關注的議題，我們 2014 年除延用前一年度，依據 AA1000 原則及組織內部鑑別程序，所鑑別出六類重要利害關係人外，今年首次對外部利害關係人進行 CSR 意見調查，發送問卷予 4 類利害關係人，回覆率 100%；更於年底召開實體座談會與利害關係人討論經濟、社會、環境面向相關議題。最後整合內外部意見，新鑑別出媒體及評比機構兩類利害關係人，所以本年度共鑑別出八類，包含員工、供應商、主管機關、社區 / NGO、客戶、股東 / 投資人、媒體、及評比機構。

針對不同的利害關係人，台灣大哥大皆設有專門的溝通管道，接受並回應利害關係人的需求。有關利害關係人的溝通管道、回應方式。台灣大哥大更舉辦實體利害關係人議合會議，與客戶、NGO、及供應商面對面溝通，具體回應其對我們之期待。

作為實踐經濟、社會、環境三重底線之依循，奠定台灣大哥大永續發展之根基。

利害關係人溝通管道及我們的回應

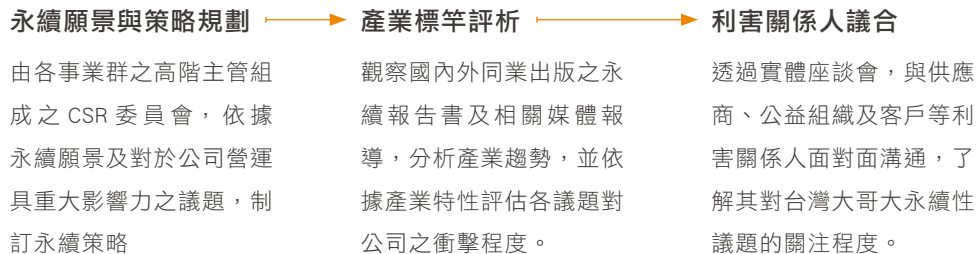
關鍵利害關係人	溝通管道	溝通頻率	關注議題 - 我們的回應
員工	績效考核、績效面談及職涯發展討論	每年 2 次	員工薪資福利與職涯發展 - CH2 公司治理與營運績效 - CH1 申訴 - CH2
	內部溝通機制	不定期	
	內部教育訓練	不定期	
	員工滿意度調查	每二至三年 1 次	
	職福會 / 委員會	不定期	
	內外部網站	不定期	
	勞資會議	每季 1 次	
	總經理信箱、申訴信箱	不定期	
供應商	廠商溝通機制	不定期	供應商管理 - CH6 申訴 - CH6
	規範宣導會	不定期	
	郵件	每月	
	申訴專線	不定期	
	問卷 / 實體座談會	不定期	
主管機關	會議、拜訪	不定期	合法性 / 法規遵循 - GRI 對照表；1.1.2
	公文函	不定期	
社區 / NGO	電磁波檢測專線	不定期	創造社會價值 - CH5 誠信經營 - CH1 產品與服務的安全 - CH4
	公益活動	不定期	
	基金會網站	24 小時	
	問卷 / 實體座談會	不定期	
客戶	客戶服務專線及信箱	24 小時	產品與服務的安全 - CH4 個人資料安全 - CH4 低碳智慧產品和服務 - CH3 客戶服務 / 網路品質 - CH4 申訴 - CH4
	行銷活動	不定期	
	客戶滿意度調查	24 小時	
	公開資訊	不定期	
	溝通簡訊	不定期	
	公文函	不定期	
	官方網站及客服 app	24 小時	
	問卷 / 實體座談會	不定期	
股東 / 投資人	股東常會、法說會、Roadshow、投資人會議等	2014 年共 19 場次	公司治理與營運績效 - CH1 市場 / 品牌形象 - CH1 誠信經營 - CH1
	網站投資人專區	24 小時	
	問卷	不定期	
媒體	新聞稿	平均每週 5-8 則	產品與服務的安全 - CH4 市場 / 品牌形象 - CH1 個人資料安全 - CH4
	記者會	不定期	
評比機構	國內重要獎項參獎	每年 2-3 次	公司治理與營運績效 - CH1 創造社會價值 - CH5 低碳智慧產品和服務 - CH3
	國際問卷回應 - CDP & DJSI	每年各 1 次	

重大性評估流程

台灣大哥大藉由多元管道與利害關係人溝通，彙整其所關注之議題，以永續性脈絡、重大性、完整性及利害關係人包容性為基礎，並透過 3 種管道進行重大性議題鑑別，其一依循「CSR 委員會」所制定的永續策略並制訂願景藍圖；其二分析產業趨勢，並依據產業特性評估；其三透過實體座談會，與供應商、公益組織及客戶等利害關係人面對面溝通，了解其對台灣大哥大永續性議題的關注程度。完整之重大性評估流程如下：



STEP 1 鑑別

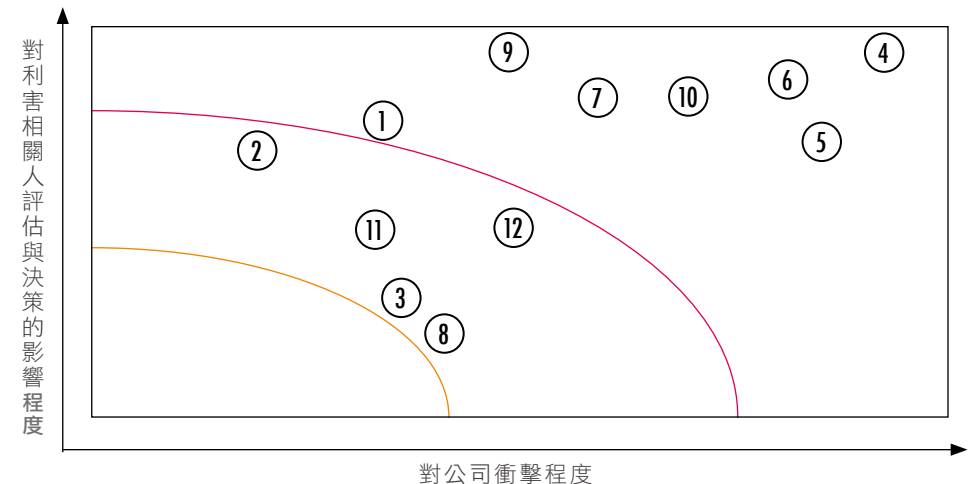


STEP 2 排序

我們透過上述三種方式，整理出可能在報告書中揭露的相關議題的清單之後，由 CSR 委員會鑑別出重大議題及對應之考量面，再根據「利害關係人關注程度」及「對公司衝擊程度」兩個軸線進行評估，據以分析重大性排序，並繪製重大性議題矩陣。

1 供應商管理	2 產品與服務的安全	3 申訴機制
4 公司治理與營運績效	5 低碳智慧產品和服務	6 個人資料安全
7 創造社會價值	8 客戶服務 / 網路品質	9 合法性 / 法規遵循
10 員工薪資福利與職涯發展	11 市場 / 品牌形象	12 誠信經營

重大性議題矩陣



重大性議題	對應重大考量面		意涵	邊界				
				組織內	供應商	客戶	股東 / 投資人	社區 / 社會
供應商管理	EN32-EN33	供應商環境評估	帶領供應商一同落實企業社會責任的 CSR 管理作為	●	●			
	EC9	採購實務		●	●			
	LA14-LA15	供應商勞工實務評估		●	●			
	HR10-HR11	供應商人權評估		●	●			●
	SO9-SO10	供應商社會衝擊評估		●	●			●
產品與服務的安全	PR1-PR2	顧客的健康與安全	重視顧客健康與安全，提升服務品質的信賴感電磁波的處理方式			●		●
申訴	LA16	勞工實務問題申訴機制	提供員工透明且公平的申訴管道	●				
	EN34	環境問題申訴機制	提供申訴管道降低爭議					●
	HR12	人權實務申訴機制		●				●
	SO11	社會衝擊問題申訴機制						●
公司治理與營運績效	EC1-EC4	經濟績效	經營績效經濟價值的產生和分配，反應如何為利害關係人創造最大利益	●			●	
低碳智慧產品和服務	EN15-EN21	排放	積極制訂溫室氣體管理現況與策略，以展現回應氣候變遷議題的領導力	●				
	EN27-EN28	產品與服務	新創產品與服務的低碳應用，有助於降低環境衝擊，並帶來新市場契機	●		●		
	EN3-EN7	能源	完善的能源管理制度，減少營運成本且促進環境永續現況與策略	●				
個人資料安全	PR8	顧客隱私	落實嚴謹的個資管理，保護客戶個資，以提升客戶忠誠度及滿意度			●		
創造社會價值	EC7-EC8	間接經濟衝擊	公益活動、新創產品及服務創造社會的正向影響力	●		●		●
客戶服務 / 網路品質	PR3-PR5	產品及服務標示	提供詳盡產品與服務資訊，對客戶負責			●		
合法性 / 法規遵循	EN29	環境法規遵循	維護品牌聲譽	●				
	PR9	產品責任法規遵循		●		●		
	SO8	社會面法規遵循		●				●
員工薪資福利與職涯發展	LA1-LA3	勞僱關係	完善的薪資福利制度，健全的員工結構，吸引更多人才，並促進職訓制度，鼓勵員工與公司一起成長	●				
	LA9-LA11	訓練與教育		●				
	LA12	員工多元化與平等機會		●				
	LA5-LA8	職業健康與安全	勞工職場安全積極促進健康與安全的職場環境提供完善的訓練計畫	●				
市場 / 品牌形象	EC5-EC6	市場形象	提供優渥薪資，增加在地社會認同，重視人權及職場平等	●		●		●
	HR3	不歧視		●				
	LA13	女男同酬		●				
	HR5	童工		●	●			
	HR6	強迫與強制勞動		●				
誠信經營	SO3-SO5	反貪腐	維護公司品牌聲譽	●	●		●	
	SO7	反競爭行為		●	●		●	

1. 經營治理

核心理念

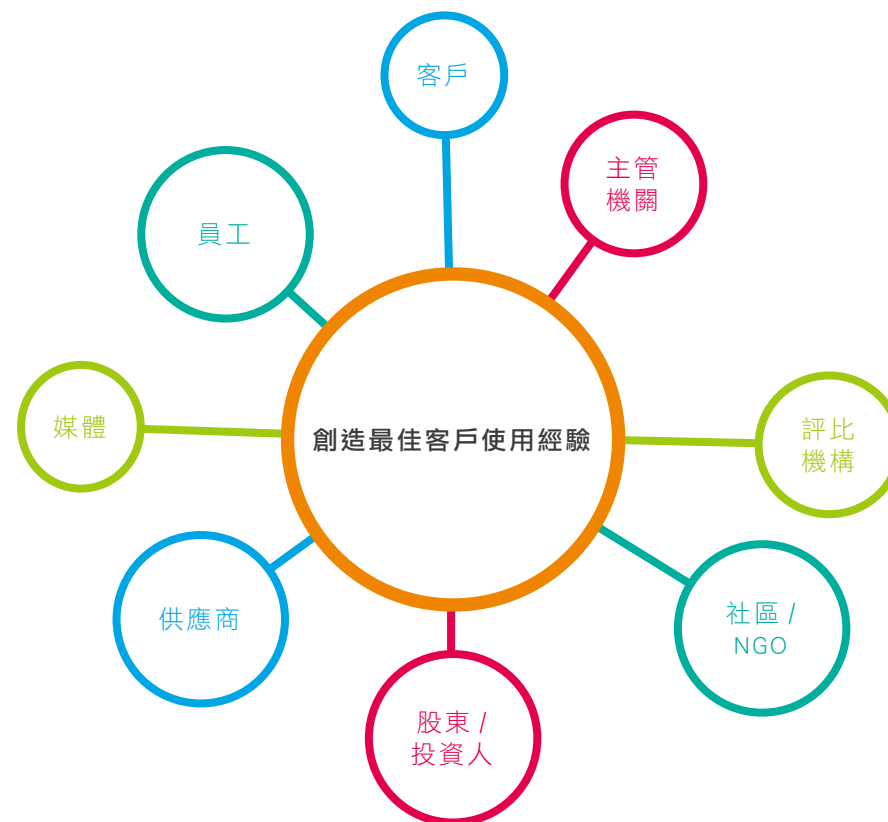
台灣大哥大以「創造最佳客戶使用經驗」為核心理念，提供全方位通訊與媒體服務，成為資通訊產業的標竿企業。堅持以誠信為本，落實企業社會責任，為員工、供應商、主管機關、社區 / NGO、客戶、股東 / 投資人、媒體、及評比機構等利害關係人創造最大價值。

承諾與行動

我們以國際級標竿的公司治理自我要求，透明誠信為營運基礎、提供客戶最優質通訊及數位匯流服務、積極制訂永續經營策略及以數位資源打造數位公益新科技，是對利害關係人負責的具體實踐。由於我們持續的努力，在 2014 年因而得到了豐碩的成果。

成果與績效

- 榮獲《亞洲金融》雜誌「2015 年亞洲最佳公司」之「最佳管理公司」/「最佳公司治理」/「最佳投資人關係」/「最信守配發高股利承諾企業」為台灣電信業之首，且台灣大哥大執行副總暨財務長俞若奚更獲得台灣地區「最佳財務長」(Best CFO) 的肯定
- 「八連莊」榮獲《亞洲公司治理》雜誌第 10 屆 Asian Excellence Recognition Awards 之「亞洲區最佳楷模企業 (Icon on Corporate Governance)」大獎
- 連續 9 年榮獲「上市 (櫃) 公司資訊揭露評鑑」評為透明度最高之「A++」級



展望與規劃

持續提升電信業務營運效率及促進 EBITDA 成長，另亦致力於有線電視及電子商務零售等其他業務使其盈利增加，期為股東增進最大利益。此外，將企業社會責任守則落實於公司整體經營治理策略中。積極參與國際評比 (DJSI 及 CDP)，以檢核執行績效及激勵策略目標，提升國際競爭力。

1.1 公司治理

1.1.1 經營績效

台灣大哥大集團主要事業體系分為：個人用戶事業群、家計用戶事業群、企業用戶事業群及電商零售業務，各事業群服務總覽及營收情況如下。

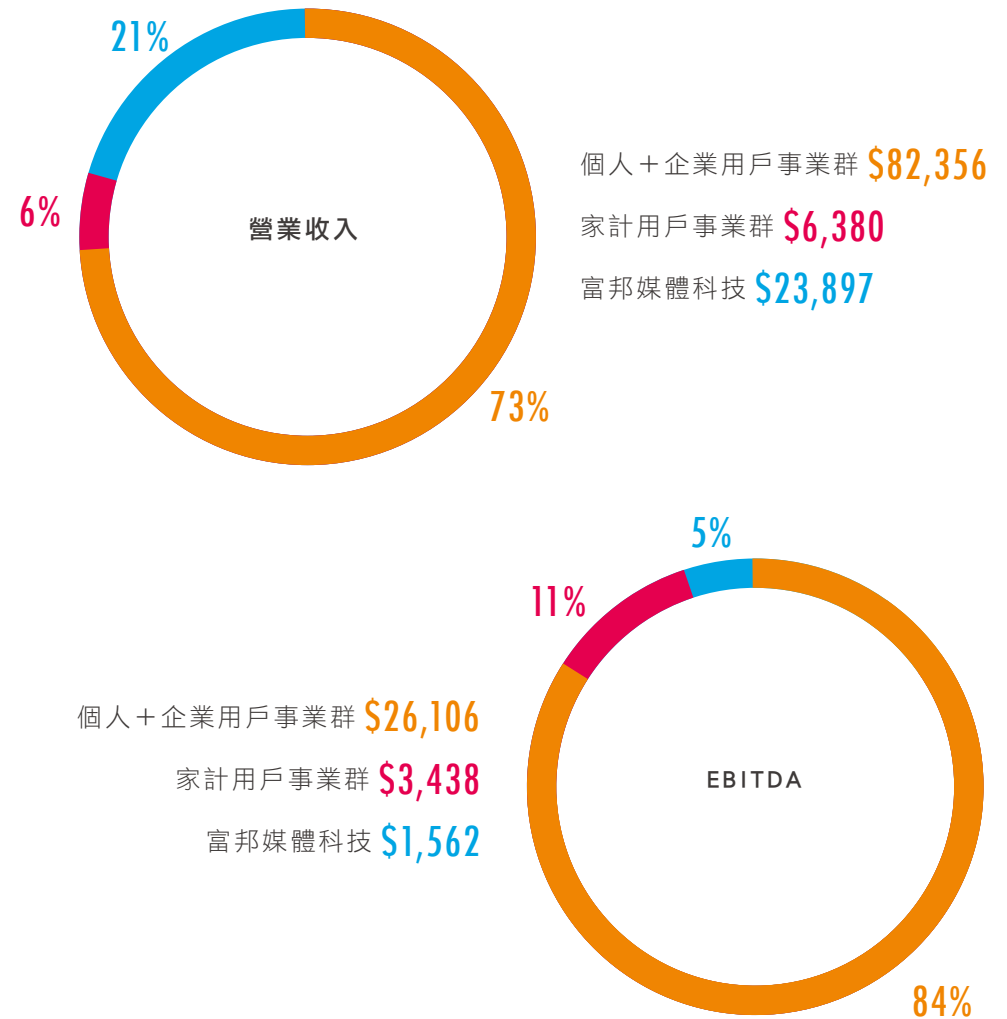
本公司事業群服務總覽

事業體系	個人用戶事業群	企業用戶事業群	家計用戶事業群	電商零售業務
品牌名稱	台灣大哥大	台灣大哥大商務服務	台灣大寬頻	momo (富邦媒體科技)
業務別	電信業務		有線電視業務	電商零售業務
	行動業務	固網業務		
主要服務內容	個人用戶之行動電信服務為主，包含月租型、預付型、加值服務	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	家計用戶之視訊（CATV / DTV）及寬頻上網（Cable Modem / FTTx）服務	電視購物、網路購物、型錄郵購
市場地位 / 佔有率	行動電信營收佔總市場（5家行動業者）約 29%，為國內第二大	ADSL/FTTx 市佔率約 2%；若加計 19 萬之有線電視寬頻上網用戶，則佔國內寬頻市場約 3.5%，為國內第三大網路服務供應商（ISP）	國內第四大 MSO，涵蓋台灣 11% 家戶市場	電視購物及網路購物業務皆為國內前三大
用戶規模	逾 743 萬行動用戶	約 7 萬 ADSL/FTTx 上網用戶	逾 59 萬有線電視用戶、約 19 萬寬頻上網用戶	不適用

電信業務（個人及企業用戶事業群）

持續促銷智慧型手機搭售行動上網資費，月租型用戶中訂購行動數據資費的用戶比重從 2013 年底的 54% 上升到 2014 年底的 62%，使得 2014 年度行動上網服務營收較去年增加 24%，帶動行動數據佔整體行動服務營收比例上升至 51%。加計手機銷售金額，電信業務的總營收較去年上升 1%。

2014 年事業群營業績效表現（單位：新台幣百萬元）



* 資料來源係財務報告中部門別財務資訊，加總數與合併數差異係部門間沖銷及調整（依「國際財務報導準則」計算）

有線電視業務（家計用戶事業群）

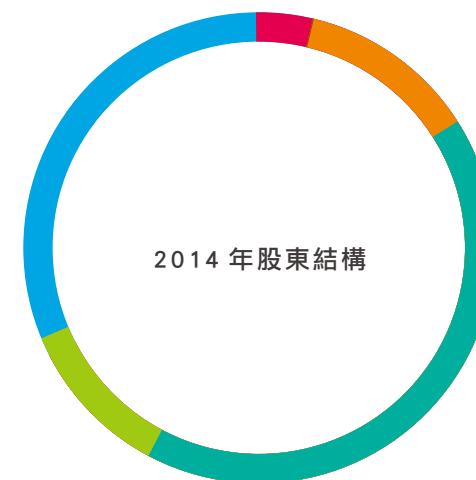
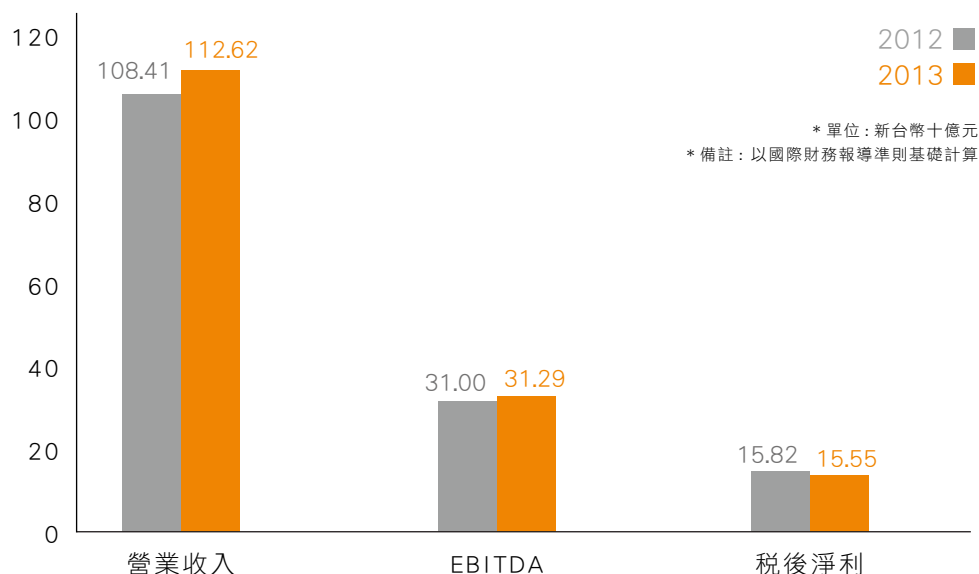
2014 年度家計用戶事業群的總營收較前一年度增加 2%，受惠於數位電視及寬頻上網用戶滲透率雙雙提升，亦即我們的搭售行銷策略奏效，除了基本有線電視服務，家計用戶額外訂購數位電視及寬頻服務的比例逐漸增加。穩健的營收成長也帶動有線電視業務的 EBITDA 較前一年度增加 5%。

電商零售業務（富邦媒體科技）

主要成長動能來自網路購物業務規模持續擴大，2014 年度網路購物營收較前一年度成長 30%，此外，公司亦於 2014 年出售藥妝店通路及減少電視購物的播放頻道數以撙節支出，使得全年 EBITDA 較前一年大幅成長 50%。

整體而言，2014 年度，整體合併營收較去年成長 4%，主要受惠於 4G 開台、

2013-2014 年整體合併營運績效



政府機構 4.00% 金融機構 12.45% 外國機構及外人 31.49%
個人 11.22% 其他法人 40.84%

* 註：資料日期：2014.07.05，本公司 2014 年股本結構穩定並無重大改變。

3G/4G 智慧型手機持續熱銷，帶動電信業務營收成長，有線電視寬頻上網收入較去年上升 5%，以及子公司的網路購物業務收入年增率達三成。獲利方面，雖然開台首年 4G 服務收入的增加尚不足以抵銷佈建 LTE 網路及提升 4G 滲透率所增加的維運支出及行銷費用，但受惠於有線電視業務及零售業務的獲利成長，本公司的合併稅前息前折舊攤銷前營業淨利 (EBITDA) 仍較前一年度增加 1%，且各季的營業淨利及稅後純益表現皆能超越當季的財測目標。

股利政策與股東權利

台灣大哥大在股利政策方面，依公司章程及現行法令規定進行盈餘分配，員工分紅亦以現金方式發放，以保障股東之權益；更於股東會對各項議案逐案進行投票表決，並得採電子投票行使表決權，以落實股東權利之行使，2014 年股東結構如上。(分配之股利請另詳參年報)

賦稅政策與政府補助

本公司核心業務持續發展獲利，遵循中華民國實施的各項賦稅規定，誠實申報及完納所得稅，並支持政府推動重大公共建設、設備投資及研究發展的各項措施，依法申請相關之租稅優惠。

本公司繳納稅率與法定稅率 17% 約當，差異主係投資國內其他營利事業所獲配之股利或盈餘淨額免徵所得稅及依產業創新條例等法令申請之投資抵減租稅優惠。2014 年來自政府的重大財務援助詳如下表：

2014 年度	單位：新台幣仟元
現金支付所得稅	3,040,263
租稅優惠（投資抵減）	48,001
政府補助收入	37,151

資料來源：台灣大哥大母子公司合併財務報告、2014 年度不經濟地區數據通信接取普及服務淨成本彙總表及會計師查核報告（台灣固網）

1.1.2 治理架構與運作機制

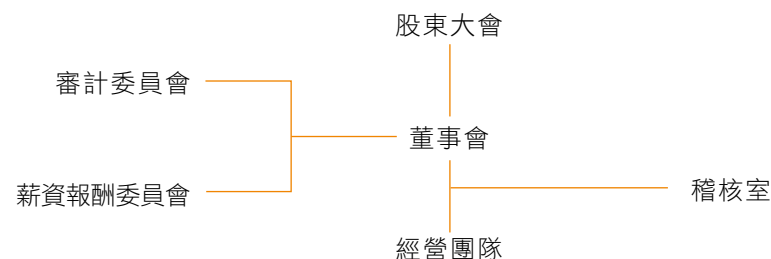
最高治理機構運作

1. 董事會

職稱	名字	性別	進修情況
董事長	蔡明興	男	本公司持續鼓勵董事會成員參與內外部永續議題之教育訓練課程，2014 年過半數之董事接受永續議題相關之教育訓練，包含「永續思維與實踐」、
副董事長	蔡明忠	男	
董事	鄭俊卿	男	
董事	林福星	男	

董事	許婉美	女	「全球永續發展概況 - 以電信產業為例」、「大勢所趨的 CSR 與永續治理」等課程。
獨立董事	黃日燦	男	
獨立董事	鍾聰明	男	
獨立董事	宋學仁	男	
獨立董事	楊谷章	男	
董事之學經歷及進修情形詳見 2014 年度年報 P.13、P.22 及 P.26			

治理結構



以董事長為首的董事會為本公司最高治理機構，各董事成員任期 3 年（自 2014 年 6 月 12 日至 2017 年 6 月 11 日），且董事長未兼任行政職位。董事會功能主係督促公司守法、即時揭露重要訊息及誠信經營；其次，與經營團隊維持良好的溝通管道及良性互動，指導公司業務之執行及重大決策之決議，以確保公司發展及保障股東權益。設置 4 席獨立董事，優於法令規定席次，分別跨足法律、會計、金融業務及電信產業之專長，具備執行職務所須之知識、技能及素養。並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，強化制度之健全與有效運作。

董事會秉持「上市上櫃公司治理實務守則」之精神，陸續訂定（修訂）「公司治理實務守則」、「審計委員會組織規程」、「薪資報酬委員會組織規程」、

「董事會議事規則」、「股東會議事規則」、「內部重大資訊處理作業程序」、「道德行為準則」、「誠信經營守則」、「企業社會責任政策」、「企業社會責任實務守則」及「集團企業、特定公司及關係人交易作業程序」等相關規章，確實落實公司治理。

本公司於 2013 年修訂「董事選舉辦法」，規範全體董事選舉採候選人提名制度，由董事會或符合法令持股比例之股東提名，依法令程序辦理董事提名、審查及公告作業，就任之董事均須簽屬願任同意書及保密協定，盡善良管理人之注意及忠實義務，本誠實信用原則執行業務；本公司並為董事購買責任險，相對降低其執行業務時的責任風險，並根據本公司「董事會議事規則」第 15 條規定：董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。2014 年度並無相關利害迴避案進入董事會議程中。（相關資訊請詳閱本公司年報公司治理篇章 P.22 起）

2. 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（總經理及副總經理酬金中變動薪資約佔個人年薪 50%），均由獨立董事所組成之薪資報酬委員會定期審視其對公司營運貢獻度，包含企業未來經營風險及企業社會責任事務涉入程度，作為其給付酬金之合理性。每年由人力資源處提供總經理及副總經理當年度報酬，向薪資報酬委員會報告，定期審視薪資報酬合理性。

此外，董事會亦訂定「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，由薪資報酬委員會彙總分析後，向董事會提出評估報告及具體改

善建議方案。2014 年度董事會績效評估已於 2015 年 1 月 29 日經第 7 屆第 5 次董事會由董事會成員以自評方式辦理之。

監督機制

1. 內控專責部門

我們成立稽核室，以建立公司自我監督機制，其直接隸屬董事會。負責稽核本公司及各子公司所有財務、業務等營運及管理功能，並依法令規定分為十大循環執行稽核。稽核方式主要為依年度稽核計畫執行之例行稽核，另視需要執行專案稽核，以適時發現內部控制制度可能缺失、提出改善建議。稽核室於稽核完成後，出具稽核報告提報董事長，並由稽核主管定期於審計委員會及董事會中報告執行狀況及結果，以落實公司治理之精神。

2. 審計委員會

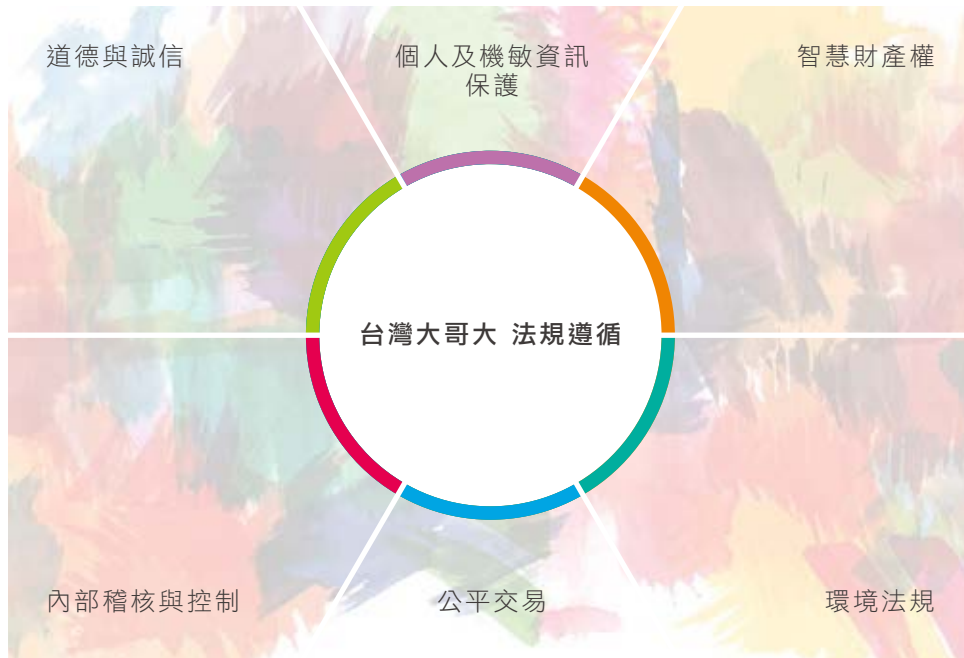
為落實公司治理精神，台灣大哥大自 2008 年 6 月起依證券交易法成立審計委員會替代監察人，其監督功能如下。

- （一）公司財務報表之允當表達。
- （二）簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效。
- （三）公司內部控制之有效實施。
- （四）公司遵循相關法令及規則。
- （五）公司存在或潛在風險之管控。

2014 年由 4 位獨立董事擔任審計委員，並依「審計委員會組織規程」，由稽核部門直接對審計委員會負責，每季於審計委員會中，向獨立董事報告本公司及子公司之重要業務。而簽證會計師亦於每季審計委員會中，針對財務報表查核結果及發現向獨立董事進行報告。

3. 薪資報酬委員會

委員會由全體 4 位獨立董事組成，依「薪資報酬委員會組織規程」辦理，主責制定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構；定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬。



道德誠信與法規遵循

誠信是我們的核心價值之一，也是公司永續經營最重要的基礎，長期以來我們嚴謹落實公司治理，恪遵公司法、證券交易法、商業會計法、政治獻金法、貪汙治罪條例、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，並透過嚴謹內控制度、教育訓練、內部溝通以及日常的工作守則，讓誠信內化在企業文化中。

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。

於新人訓練課程時宣導員工行為準則，說明包括誠信的企業文化、反貪腐、員工申訴制度等，同時全體員工均完成「道德行為準則」訓練，瞭解日常工作應謹守之道德規範，其中 2014 年參與此訓練的新增人數總計為 681 人，2014 年底前到職同仁均已完成該訓練，並通過課後之考試。

公司設立員工申訴制度，以嚴謹安全的舉報機制，讓員工可以在安全保密的情況下傳遞意見。

員工道德行為準則

第一條 (訂定目的及依據)

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

第二條 (適用對象)

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

第三條 (誠實信用原則)

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

第四條 (防止利益衝突)

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

前項人員所屬之關係企業與本公司為資金貸與或為其提供保證、重大資產交易、進(銷)貨往來之情事時，相關之本公司人員應主動向公司說明其與公司有無潛在利益衝突，並依公司核決權限表之上二階主管核決後辦理，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/或其他任何第三人之機密資訊、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。

我們亦於 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。

本公司誠信經營守則明確規範禁止行賄及收賄、禁止提供非法政治獻金、禁止不當慈善捐贈或贊助，及禁止不合理禮物、款待或其他不正當利益防範方案及處理程序，並每年定期向員工、經理人及董事辦理相關規定之公告及通知，為提升誠信及自律觀念，自 2014 年 1 月 1 日起，全體同仁每年簽署廉潔聲明書。在各項機制有效宣導及控管下，2014 年並無因賄賂情事，被解僱或受懲處的員工。未來我們仍會持續進行宣導，期使員工了解誠信業務行為的重要及必要。

誠信經營守則

1.2 風險管理

台灣大哥大積極規劃風險管理政策、組織架構與風險管理系統，將公司營運可能會面臨到之風險，事先予以因應，以達預防之效益。我們針對風險評鑑之流程，於 2011 年正式訂立風險管理政策，係經董事會通過，後續修訂亦同。為整合現行風險管理架構及控管機制，我們更於 2015 年調整風險管理架構，經由董事會通過成立「風險管理委員會」，由蔡明興董事長擔任主任委員，鄭俊卿總經理擔任副主任委員，不定期向董事會報告，以強化組織風險管理機制。

第一條（訂定目的及適用範圍）

本公司本於廉潔、透明及負責之經營理念，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與風險控管機制，創造永續發展之經營環境，特訂定本守則，以資遵循。

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、受僱人、受任人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（防範方案）

本公司為落實誠信經營理念，另訂「誠信經營守則作業細則」，並符合公司及其集團企業與組織營運所在地之相關法令。

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守則，以及董事會與管理階層積極落實誠信經營之承諾，並於內部管理及商業活動中確實執行。

第七條（誠信經營商業活動）

本公司本於誠信經營原則，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涉有不誠信行為，並避免與涉有不誠信行為者進行交易。

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有不誠信行為，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、受僱人、受任人與實質控制者，於執行業務時，不得直接或間接向客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益。

第九條（禁止提供非法政治獻金）

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

第十二條（禁止侵害智慧財產權）

本公司及其董事、經理人、受僱人、受任人與實質控制者，應遵守智慧財產相關法規、公司內部作業程序及契約規定；未經智慧財產權所有人同意，不得使用、洩漏、處分、毀損或有其他侵害智慧財產權之行為。

第十三條（禁止從事不公平競爭之行為）

本公司依相關競爭法規從事營業活動，不得固定價格、操縱投標、限制產量與配額，或以分配顧客、供應商、營運區域或商業種類等方式，分享或分割市場。

第十四條（防範產品或服務損害利害關係人）

本公司及其董事、經理人、受僱人、受任人與實質控制者，於產品與服務之研發、採購、製造、提供或銷

售過程，應遵循相關法規與國際準則，確保產品及服務之資訊透明性及安全性，制定且公開其消費者或其他利害關係人權益保護政策，並落實於營運活動，以防止產品或服務直接或間接損害消費者或其他利害關係人之權益、健康與安全。有事實足認其商品、服務有危害消費者或其他利害關係人安全與健康之虞時，原則上應即回收該批產品或停止其服務。

第十五條（組織與責任）

本公司之董事、經理人、受僱人、受任人及實質控制者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。

本公司為健全誠信經營之管理，由稽核單位將誠信經營遵循情形納入查核，主要掌理下列事項，並定期向董事會報告：

一、訂定「誠信經營守則作業細則」。

二、誠信政策宣導訓練之推動及協調。

三、規劃檢舉制度，確保執行之有效性。

四、協助董事會及管理階層查核及評估誠信經營是否有效運作，並定期就相關業務流程進行評估遵循情形，作成報告。

第十六條（業務執行之法令遵循）

本公司之董事、經理人、受僱人、受任人與實質控制者於執行業務時，應遵守法令規定及公司內部規範。

第十七條（利益迴避）

本公司制定防止利益衝突之規範，據以鑑別、監督並管理利益衝突所可能導致不誠信行為之風險，並提供適當管道供董事、經理人及其他出席或列席董事會之利害關係人主動說明其與公司有無潛在之利益衝突。

本公司董事、經理人及其他出席或列席董事會之利害關係人對董事會所列議案，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。董事間亦應自律，不得互為相互支援。

本公司董事、經理人、受僱人、受任人與實質控制者不得藉其在公司擔任之職位或影響力，使其自身、配偶、父母、子女或任何他人獲得不正當利益。

第十八條（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，並應隨時檢討，俾確保制度之設計及執行持續有效。

本公司內部稽核單位定期查核前項制度遵循情形，並作成稽核報告提報董事會，且得委任會計師執行查核，必要時，得委請專業人士協助。

第十九條（作業程序及行為指南）

本公司訂定防範不誠信行為方案之守則及作業細則，具體規範董事、經理人、受僱人及實質控制者執行業務應注意事項。

第二十條（教育訓練及考核）

本公司之董事長、總經理或高階管理階層定期向董事、受僱人及受任人傳達誠信之重要性。

本公司定期對董事、經理人、受僱人、受任人及實質控制者舉辦教育訓練或宣導，各業務承辦單位應對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。

第二十一條（檢舉、懲戒、申訴制度）

本公司董事、經理人、受僱人、受任人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管道檢舉。公司對於檢舉人身分及檢舉內容將確實保密，並積極查證與處理。確有違反誠信經營規定者，將視情節輕重予以懲處。

第二十二條（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。

第二十三條（誠信經營政策與措施之檢討修正）

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、經理人及受僱人提出建議，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。

第二十四條（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。

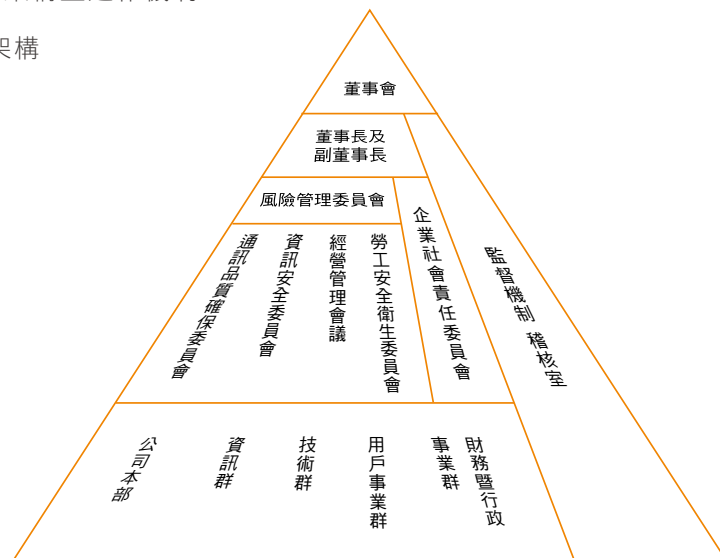
稽核室每年底進行風險評量，對於各項風險的重要性及發生機率給予評分，並以此評分結果計算風險值。風險值之高低將做為次年度安排查核計畫之依據。2014 年查核結果並未發現內部控制缺失及異常事項，僅提出給各部門應改善事項共 6 項，經評估其風險，尚不致對公司造成重大影響；另針對各作業流程提出具體建議事項共 72 項，以做為各部門提升管理品質之參考。針對應改善及建議事項，我們每季持續追蹤至改善完畢。

(1) 風險管理政策

- ・持續推動以風險管理為導向之經營模式。
- ・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。
- ・架構全公司整體之風險管理體系，將風險控制於可接受或管制範圍之內。
- ・引進最佳風險管理實務，並達到持續改善。

(2) 風險管理架構暨運作機制

- ・風險管理架構



- ・風險管理運作機制，分級控管，落實風險監督

	權責單位	主要職能
第一級控管	公司本部、資訊群、技術群、用戶事業群、財務暨行政事務群	・各風險項目皆指定權責單位負責管理，以確保及時察覺及有效管理風險。 ・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，並於風險狀況異動時及時提報，以利公司採行因應措施。
第二級控管	企業社會責任委員會	實現企業社會責任及落實公司永續經營理念。
	風險管理委員會（註）	・整合公司風險管理架構及控管機制。 ・執行董事會風險管理決策，並定期檢視公司整體風險管理機制之發展、建置及執行效能。
	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。
	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。
	勞工安全衛生委員會	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。
最高決策機制	董事會	・依營運策略及經營環境，核定整體之風險管理政策。 ・持續監督風險管理機制之有效運作。
	稽核室	・日常查核時，即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。

（註）風險管理委員會下轄經營管理會議、資訊安全委員會、勞工安全衛生委員會及通訊品質確保委員會四大風控機制，遇重大事項或議案時，各權責單位應向經營管理會議或各管理委員會提報，以決議需採行之必要措施。

1.3 市場產銷概況、風險及機會

個人用戶事業群

1. 產業之現況與發展

2014 年各家電信業者已陸續開始提供 4G 服務，小業者仍囿於 4G 頻譜資源或基礎網路建設不足，短期內難以撼動三強鼎立的局面。4G 新進業者尋求整併或與既有業者結盟，亦有利於市場競爭不至升高。

2. 產品之各種發展趨勢及競爭情形

4G 開台後，各業者積極發展行動寬頻市場，陸續推出各式加值服務，刺激月租型用戶使用，將為未來營收成長主要動能。預付型市場因既有業者持續以低價促銷而競爭加劇。

3. 風險

- (1) 國家通訊傳播委員會自 102 年度起逐年調降行動接續費至 105 年止，對未來語音營收產生壓力。
- (2) 行動數據服務普及，IP messaging app 服務取代語音，影響語音營收。

4. 因應對策

- (1) 全力鋪設 4G 網路，以滿足客戶高速上網的需求。
- (2) 針對相關政策及法令修訂方向，預先規劃因應方案。
- (3) 積極推出智慧型手機的創新加值服務，衝刺數據營收以因應語音營收的流失。

5. 機會

- (1) 隨著 4G 開台、行動上網載具的價格及費率平民化，加上各式應用服務蓬勃發展，行動上網已不再是商務人士的專利，而更普及至一般用戶，驅動非語音營收的快速成長。
- (2) 數位時代促使資訊、通訊及媒體等三大產業匯流整合，行動電信業者在多媒體內容服務無線傳輸之供應鏈上，扮演關鍵角色。

企業用戶事業群

1. 產業之現況與發展

根據國家通訊傳播委員會統計，台灣地區第一類電信事業經營者（以下簡稱一類業者）總計 80 家，主要包括 4 家固網業者，6 家行動電話業務經營者及其他電路出租業者；第二類電信事業經營者（包括網際網路接取、語音單純轉售、網路電話及其他加值服務）總計有 433 家。電信服務市場競爭激烈，且在數位匯流趨勢下，電話、電視、及電腦界線趨於模糊，加速跨產業間的競合。

2. 產品之各種發展趨勢及競爭情形

在固定通信服務部分，據國家通訊傳播委員會發布之統計資料顯示，中華電信在市內網路營收佔有率高達九成以上，在長途網路營收方面亦佔有七成五，幾乎為獨占狀態，僅在國際網路營收部分，其餘三家業者達到相對較高的五成；寬頻有線上網服務部份，台灣寬頻接取趨勢為光纖上網，並逐漸移向高速率服務，而中華電信具有 ADSL 及 FTTx 電路的最後一哩優勢，除有線電視提供之 cable internet 服務外，傳統固網業者無法有效與其競爭。

在電信服務 IP 化、行動化趨勢下，加以智慧型行動裝置使用習慣、網路建設成熟，政府單位亦積極投資與輔導產業轉型進入雲端運算產業，台灣資通訊業

者持續推動企業客戶行動應用方案，並打造雲端中心、提供各種雲端應用服務，故未來雲端服務、M 化應用 APP、行動數據整合服務將為營收成長主要動能。

3. 風險

市場領導業者中華電信「最後一哩」的競爭優勢持續存在，用戶迴路建設之瓶頸仍為拓展業務之最大阻礙。

4. 因應對策

面對網路通訊技術革新、電信服務費率下降、多元化平台雲端服務與行動化使用趨勢下，本公司以企業行動整合方案、新時代 IDC 雲端機房及雲端服務為核心，提供優質創新通訊整合服務，與客戶建立長期策略夥伴關係。協助客戶簡化網路管理及降低

5. 機會

(1) 4G 行動網路傳輸能力與品質居同業領先地位，而行動化是企業在雲端時代必備的競爭力，企業對雲與端的整合需求大幅提高，可帶動行動數據營收成長。

(2) 當企業內部資料、物聯網數據透過行動網路傳輸，資安、實體線路備援機制等安全機制成為必然考量。

(3) 本公司具備完整的行動、雲端、固網資源及專業電信整合能力，在企業 M 化潮流中扮演著關鍵角色。

家計用戶事業群

1. 產業之現況與發展

有線電視服務已成為台灣家庭最不可或缺的收視平台，隨著數位匯流市場需求

漸增及其他視訊平台如電信公司之 IPTV(MOD)、無線數位電視以及新興媒體如網路、手機等，前仆後繼加入產業競爭，有線電視產業正面臨轉型數位化的關鍵時期。

2. 產品之各種發展趨勢及競爭情形

台灣寬頻服務市場雖為一家獨大，但其已面臨市場逐步飽和、成長率下滑之壓力，家計用戶事業群，參考全球主要寬頻服務營運商包括香港 PCCW、美國第一大電信業者 AT&T、第一大有線電視服務業者 Comcast 之整合式推廣模式 (Triple Play)，以經營區內 59 萬有線電視用戶為寬頻服務潛力市場的推廣基礎，以高速光纖寬頻上網服務搭配高畫質數位電視，及隨選影音的綑綁銷售策略，在寬頻服務市場佔有率以一枝獨秀之姿快速擴展；同時透過強化光纖寬頻上網品質、增加高畫質數位節目內容、開發多元收視方式及創新數位電視服務，提供更符合家庭用戶需求的數位家庭應用，搶佔數位匯流浪潮的廣大商機。

3. 風險

(1) 地方政府每年審議有線電視資費上限，有調降的潛在風險。

(2) 國家通訊傳播委員會有意扶植中華電信 MOD，讓現有的有線電視頻道於 MOD 平台上架。

(3) 國家通訊傳播委員會數位化政策希冀有線電視系統業者須免費借用客戶至少兩台機上盒，將造成營運成本增加。

(4) 國家通訊傳播委員會開放有線電視跨區經營，新進業者為爭取客戶，將造成既有市場經營更為競爭。

4. 因應對策

- (1) 藉由本公司豐厚的技術、行銷、業務、通路等資源，積極推廣高速光纖寬頻上網服務，並交叉銷售集團電信、資訊、媒體內容等數位匯流服務，滿足家庭用戶一次購足的需求，持續提升有線電視、高速光纖寬頻上網及高畫質數位電視用戶數與營收貢獻度。
- (2) 持續觀察目前台灣數位內容產業發展現況及全球產業發展前景，透過高畫質數位電視平台培植本土文創，豐富數位頻道及聯網電視內容，帶動本土數位內容及創新聯網電視服務發展。
- (3) 持續維繫與地方政府、社區居民之友好關係，結合集團內如台灣大哥大金會的資源，持續贊助舉辦地方藝文公益活動、補助偏遠地區網路建設，降低城鄉數位落差，善盡企業社會責任，落實「取自地方，回饋鄉里」。
- (4) 密切注意主管機關數位化相關政策更新及法規修訂方向，即時進行溝通，並預先規劃因應計畫及措施。

5. 機會

- (1) 政府加速推廣電視數位化政策，將有助於高畫質數位電視服務的推展
- 在政府希望加速國內電視數位化普及率的政策下，加上台灣大寬頻「SuperMOD」隨選影音、「HomePlay」多螢分享與「HomeSecurity」居家防護服務的推出，有助於家計用戶事業群將有線電視用戶轉換為高畫質數位電視服務用戶的推廣，提升數位電視用戶數及滲透率，同時，台灣大寬頻也可透過提供用戶更多的數位電視增值服務，以增加數位電視營收來源。

(2) 高頻寬規格成需求主流

隨著消費者對高畫質影音娛樂服務的下載、上傳及分享等需求與日俱增，60M以上的高頻寬規格已成寬頻上網主流。台灣大寬頻積極推動高頻寬上網服務，不僅投入基礎光纖網路的升級優化，並採用世界最先進的 Docsis 3.0 光纖寬頻上網技術，提供與世界同級的 200M 光纖寬頻上網服務，透過高速穩定的網路，將高畫質數位電視、聯網電視及隨選影音等數位匯流服務送到每個家庭，讓用戶在家輕鬆享受電腦及電視聯網的高質感數位影音娛樂服務，並提升用戶的黏著度與營收貢獻。

電商零售服務

3. 產業之現況與發展

現今環境變遷「宅經濟」消費模式孕育而生，並隨著有線及數位電視、智慧型手機等行動裝置普及，消費者可透過電話或虛擬平台下單，其便捷的結帳方式及快速的物流系統，使商品能夠在限定時間內送到消費者手中，得充分滿足即時購物之樂趣。

4. 產品之各種發展趨勢及競爭情形

- ・網路購物：主要競爭對手為 Yahoo 購物中心、PChome 網路家庭，雖然 momo 購物網為後起之綜合型 B2C 線上購物平台，但在擁有集團的電視購物經營 know-how 下成長快速。

- ・電視購物：主要競爭對手為東森得易購，森森百貨與 viva，近年來受新型態虛擬購物平台（電子商務與行動商務）的崛起，瓜分了電視購物的市場，但隨著數位訊號的普及，增加電視購物節目與消費者之接觸時間，將因應電視傳播技術的進步，於適當時間點提供更貼近消費者的內容為電視購物未來發展趨勢。
- ・型錄郵購：台灣型錄郵購市場主要由電視購物型錄（momo、東森、森森、viva）、直銷體系（安麗、雅芳、賀寶芙、如新等）、日系美保通信販售（DHC、ORBIS 等）與其它郵購公司所瓜分，momo 型錄主要競爭者為直銷體系與日系美保通信販售。

4. 風險

- (1) 部分電視購物商品易涉廣告誇大而受主管機關裁罰。
- (2) 競爭者替代性高，市場競爭激烈。
- (3) 商品同質性高，價格競爭激烈，壓縮商品毛利空間。
- (4) 食品安全風險。

5. 因應對策

- (1) 由於 momo 是以電視購物起家，所以具有電視購物供應商體系及專業電視購物商品開發團隊，能不斷將電視購物商品轉移至網路銷售，除可延續商品銷售期間及提高商品銷售量外，亦能與同業做出商品差異化區隔。

- (2) 推出行動購物 APP 增加消費者黏著度，搶佔行動購物市場，透過「揪團」與「限時特賣」獨特功能，化被動為主動，提供優惠訊息給顧客。藉由行動購物平台提供消費者隨時隨地方便迅速於 momo 購物的環境，以提升消費者之購買頻率。
- (3) 設有專職品管團隊，並對新進供應商進行訪廠，了解供應商之生產環境及設備是否符合規範，並採行委外檢驗方式來保證銷售產品之內容成份、標示無違法之處，期以降低所販賣食品安全之風險並提供消費者安心消費的管道。
- (4) 因應消費者的消費行為新趨勢，強化 APP、遙控器購物、數位電視互動購物等新平台。
- (5) 過濾銷售商品爭議性較高之商品，並與廠商切割責任歸屬。

6. 機會

- (1) 行動裝置普及率提高，行動購物市場迅速成長。
- (2) 政府政策推動光纖及 4G 無線寬頻網路建設，有利於電子商務發展。
- (3) 高齡化及少子化社會，有利切入經營分眾市場。

2. 員工關懷

核心理念

人才是維繫核心競爭力的關鍵，台灣大哥大將員工視為永續共同成長的夥伴，並堅持為其打造幸福職場，不僅提供員工完善穩定發展的職場環境，兩性平等的工作機會和教育訓練制度，亦鼓勵員工自我實現，滿足自我成長，開創永續發展的未來價值。

承諾與行動

完善薪酬及人性出勤管理

公司落實以績效為依歸的薪酬獎勵措施，提供具競爭力之薪資、年終獎金及分紅制度。並每年進行薪資調查，瞭解業界情形，強化市場競爭力，2014 年度本公司獲選列入臺灣證交所「臺灣高薪 100 指數」成份股名單。首創電信業員工持股信託方案，由員工及公司定額相對提撥購買公司股票，提供優於勞基法之休假制度、每年六日不扣薪普通傷病假。懷孕與哺乳期之女性不安排夜間工作。

食衣住行育樂全面性的福利照護

妥善規劃各項福利補助，包含自選式福利，可依個人需求申請個人或子女教育、家庭旅遊及保險等補助。提供年節禮金、定期健康檢查、社團活動、親子日、特約商店 / 簽約飯店優惠、每月定額通話費補助、員工急難救助、資深員工獎勵等。

學習與發展

完善的教育訓練及職涯發展機會，包括：新進同仁教育訓練、共同職能訓練、管理階層別訓練、電腦 / 電信專業技能訓練；國內外進修機會（獎助學金補助）；每年定額員工個人進修補助。

尊重平等多元並重視安全

支持職場性別平等，並促進身心障礙人士就業機會，建構勞資溝通機制。落實職場安全管理，並定期舉辦職安教育訓練。

成果與績效

福利照護

- 每週五天提供免費抒壓肩頸按摩服務
- 育嬰留職停薪同仁留任率超過 7 成
- 身心障礙專業職員工，平均年資 11 年
- 台北市政府衛生局「台北市健康體重管理活動」- 團體成效績優獎

學習與發展

- 2014 年每個員工教育訓練平均 23.5 小時
- 2014 年共 9 位員工獲進修補助
- 2014 年建置 10 門「愛地球」線上課程
- 規劃 CSR 人文電影院課程

平等多元 / 職業安全

- 0 歧視 / 童工 / 性騷擾個案
- 0 工傷率 (IR)
- 0 職業疾病率 (ODR)

展望與規劃

持續推動多元且平等的職場環境，舉辦各項活動支持員工追求自我實現，並規劃各式 CSR 線上課程及教育推廣，未來員工之績效考核制度酌審與企業社會責任政策結合，依本公司績效制度辦理，鼓勵同仁一同落實企業社會責任，從下而上實現企業永續發展。

2.1 員工結構

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，且為求能提供更完善之服務，我們亦僱用派遣員工，以協助公司內部相關業務執行。

截至 2014 年底，台灣大哥大員工人數為 2,311 人，男女比率為 67：33，平均年資約 8.19 年，其中又以 31-50 歲的男性佔多數，除 3 位外國員工外，主要以聘雇當地員工為主。本公司遵循法令足額進用身心障礙員工，亦有進用原住民員工。員工組成的基本概況、性別、年齡分布如右表所示。

2014 年由於新競業加入，造成電信產業人員異動率提升，進而影響公司出現成立以來離職人員數超過新進人員數的情形，2014 年新進與離職人員數，其性別、年齡分布狀況，詳如下頁表：

2012-2014 年度員工職級、年齡與性別人數表

分類	年齡	2012 年			2013 年			2014 年		
		人數		比例	人數		比例	人數		比例
		男	女		男	女		男	女	
高階經理人 (副總經理 含以上)	30 歲 以下	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	0	0.00%
	31-50 歲	4	1	25.00%	2	1	17.65%	1	3	22.22%
	51 歲 以上	13	2	75.00%	13	1	82.35%	13	1	77.78%
	合計	17	3	100.00%	15	2	100.00%	14	4	100.00%
員工	30 歲 以下	334	419	25.62%	217	158	15.88%	203	142	15.05%
	31-50 歲	1,343	816	73.46%	1,322	628	82.56%	1,271	615	82.25%
	51 歲 以上	22	5	0.92%	31	6	1.56%	52	10	2.70%
	合計	1,699	1,240	100.00%	1,570	792	100.00%	1,526	767	100.00%
總人數		2,959			2,379			2,311		
雇用狀況	全職	2,957			2,372			2,301		
	兼職	2			7			10		
平均年資		6.78			7.7			8.19		
學歷分布 比例	博士	0.24%			0.30%			0.26%		
	碩士	20.71%			31.86%			31.59%		
	大學	53.09%			51.83%			52.57%		
	大專	20.99%			15.13%			14.71%		
	高中 以下	4.97%			0.88%			0.87%		

註：全部員工工作地點皆在台灣。

年度	2014							
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	77	49	3.33%	2.12%	50	39	2.17%	1.68%
31-50 歲	106	62	4.59%	2.68%	196	107	8.48%	4.63%
51 歲以上	2	0	0.09%	0.00%	7	2	0.30%	0.09%
合計	185	111	8.01%	4.80%	253	148	10.95%	6.40%

註：全部員工工作地點皆在台灣（不含關係企業轉調人員）；* 以員工總人數為分母

年度	2013							
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	165	110	6.93%	4.62%	59	69	2.48%	2.90%
31-50 歲	204	101	8.58%	4.25%	124	102	5.21%	4.29%
51 歲以上	3	0	0.13%	0.00%	7	1	0.30%	0.04%
合計	372	211	15.64%	8.87%	190	172	7.99%	7.23%

註：全部員工工作地點皆在台灣（不含關係企業轉調人員）；* 以員工總人數為分母

年度	2012							
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	199	196	6.73%	6.62%	50	65	1.69%	2.20%
31-50 歲	135	87	4.56%	2.94%	132	95	4.46%	3.21%
51 歲以上	0	0	0.00%	0.00%	12	6	0.41%	0.20%
合計	334	283	11.29%	9.56%	194	166	6.56%	5.61%

註：全部員工工作地點皆在台灣（不含關係企業轉調人員）；* 以員工總人數為分母

2.2 員工薪資與福利

台灣大哥大標準起薪較政府所公告之基本工資高且具競爭力，2014 年度本公司獲選列入臺灣證交所「臺灣高薪 100 指數」成分股名單。我們訂有合理之薪資報酬政策，依員工績效進行獎酬差異化。年度結束前主管會與同仁共同討論當年度工作表現，並訂定次年度工作目標，業務範疇與企業社會責任相關人員，其工作目標之訂定包含企業社會責任之落實，績效考核時目標達成率高者考績佳；考績佳人員，可得到較高之年終獎金、紅利與調薪。

本公司在人員招募部分，同一類別的基層專業進用人員待遇皆相同，具工作經驗的人員，則依錄取者的學經歷、專長及證照等核定薪酬，不因性別，而在薪酬、福利、升遷、調薪、任期、教育訓練、工作條件及就業權益等予以差別待遇。女男基本薪資比例為 1:1。

2014 年度平均年薪（含績效報酬）依性別比例，女性為 1，以下為男性比值結果

- ・ 副理（含）以上主管 1.01
- ・ 副理以下人員 1.03

2014 年度台灣大哥大標準起薪與台灣最低薪資之比率 1.7~1.9：1

2014 年度最高個人之年度收入相較於其他員工當年度收入中位數比例為 14:1。*

2014 年度最高個人之年度收入增加之百分比相較於其他員工當年度收入增加率中位數比例為 1.23 :1。*

* 僅比較基本薪資

「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（2014 年度員工薪資與福利彙總費用計 7,069,312 千元）：

- (1) 自到職日起，員工即享有公司全額負擔費用之團體保險，包含定期壽險、傷害險、傷害醫療險、住院醫療險及癌症健康保險，且配偶亦享有公司全額負擔之住院醫療險及癌症健康保險。另提供員工個人、配偶、父母及子女優惠自費團險計畫。
- (2) 實施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) 本公司依法制定員工退休辦法外，亦成立勞工退休準備金監督委員會，其每年委請精算師提出精算評估報告，計算適用之每位員工之相關退休支付，提撥至勞工退休準備金專戶。確定提撥計畫請詳參 2014 年第 4 季財報第 44 頁。
- (4) 每兩年定期實施員工健康檢查，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，並提供員工眷屬健檢優惠方案。也舉辦各式健康促進活動，如戒菸、減重等活動，及乳癌 / 口腔癌篩檢、子宮頸抹片、流感疫苗注射、骨質密度檢查等，另備置體重 / 體脂計及血壓計，同仁可隨時關注身體狀況，並有專職護理師提供專業諮詢與協助。
- (5) 實行彈性上下班制度，且員工享有優於法令規定之特休假（到職當年度即依比例享有，且申請具彈性，可以小時為單位請休）、病假、產假及喪假。

2014 年度，共 18 位同仁申請育嬰留職停薪，回任同仁留任率超過 7 成。

- (6) 台灣大哥大整合各子公司職工福利事業，成立聯合職工福利委員會，負責規劃與執行各項福利方案，提供結婚、生育、喪殯、住院、生日禮金等一般福利補助外，並提供自選式福利方案，讓員工可依個人需要規劃申請子女教育、旅遊、進修、保險補助、購物補助等。同時，每年舉辦集團員工家庭日活動，以平衡員工工作與生活，凝聚公司、員工及其家庭關係。
- (7) 補助員工成立各式藝文或運動社團，例如：攝影社、羽球社、壘球社、瑜珈社等，辦理社團活動，促進員工交流及身心發展。
- (8) 訂有「志工假」制度，也提供員工捐贈物資予弱勢或公益團體之管道，鼓勵員工參與公益活動。
- (9) 積極與運動中心、遊樂園、渡假飯店、旅行社簽約，提供同仁於閒暇之餘，以優惠價格健身、旅遊。
- (10) 打造優美舒適之辦公環境。公司致力於提供友善、幸福職場，每一辦公樓層都規畫擺置畫作及裝置藝術品，除培養藝術氣息，也能增加員工創意發想，同時紓解工作壓力。
- (11) 每月定期話費補貼、不定期推出員購優惠方案。

2014 年度育嬰留職停薪相關統計表

分類	男	女
有權利申請育嬰留職停薪人數	231	97
申請育嬰留職停薪人數	2	16
育嬰留職停薪原應復職人數 (A)	4	23
育嬰留職停薪原應復職且復職人數 (B)	2	7
2013 育嬰留職停薪復職人數 (C)	4	27
2013 育嬰留職停薪復職後工作超過 1 年 (D)	3	20
復職率 (B/A)	50%	30.43%
留任率 (D/C)	75%	74.07%

2.3 員工職涯發展

公司在培養人力資本與提升企業競爭力方面，藉由結合發展策略與員工年度訓練需求來擬訂人才培訓計劃，並依照訓練管理辦法進行預算編列與執行。

我們定期進行全員績效評核，每年底主管針對員工工作表現，給予適當鼓勵、回饋及協助時，亦會依據每位員工個人發展需求與其共同討論下一階段職涯規劃想法，以有效協助員工自我成長並量身打造「最佳學習課程組合」，建立年度個人訓練計畫 (Individual Training Plan)，讓員工有目標、有計畫地充實工作中或下一階段職務需要的知識技能，使其對個人職涯有更明確之認識，協助為其未來發展做準備，達成提昇績效與發展能力之目標。

除量身訂作打造年度個人訓練計畫外，我們提供同仁多元職涯發展機會，集團內職缺皆上網公告，同仁可透過內部招募程序應徵，進行部門轉調或跨公司轉調。

在訓練成果上，2014 年平均每人受訓時數為 23.5 小時，詳如下述。為提升員工專業能力以創造用戶最佳使用經驗，並提供最佳網路及語音通話品質，公司提供大量電信技術與資訊科技類課程，其訓練時數占 2014 年課程總訓練時數約六成，而技術資訊單位又以男性同仁居多，且全公司員工男女比率為 67:33，故男性平均受訓時數較女性多。

2014 年度員工訓練學習時數統計表

類別	時數
內部訓練	44,442
外派訓練	3,914
線上課程	5,111.3
學習資源與學習社群閱讀	945.5

2014 年度員工訓練學習時數統計表

分類	男	女
副理 (含) 以上主管	21.6	16.3
副理以下人員	27.9	16.9
性別平均	26.9	16.8
平均每人受訓時數	23.5	

公司整體訓練與職能別訓練

為提升員工專業能力並協助個人及公司成長，讓訓練課程契合同仁工作需求及發

展，每年底均會藉由訓練需求調查與訪談來規劃次年度之訓練課程，並透過實體課程、數位課程、線上學習社群、學習電影院、大型講座、讀書分享會、行動學習等方式有效協助同仁在工作中持續成長。

台灣大哥大從新進人員的訓練到高階主管發展皆有完整多元的學習途徑，因應 4G 市場競爭與未來人才發展需求，2014 年更藉由領導潛能評鑑建立公司內部之人才庫，同時定義關鍵職位與具備潛力之主管，後續據此持續給予潛力人才培養與個人發展協助。

台灣大哥大教育訓練共包含：

(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，並特別重視職場工作平等、申訴相關規章制度，幫助新進人員迅速熟悉公司環境及產業特性，以順利投入工作崗位。提供包括公司簡介、文化、品牌、組織、電信市場、新創服務、內部網路系統介紹、勞工安全衛生、資訊安全訓練、學習發展途徑介紹等內容，並藉由線上新人社群，提供新人隨時提問、討論、彼此交流並凝聚向心力；同時每半年為到職六至十二個月之同仁舉辦座談會，除邀請高階主管談話外，進一步傾聽同仁意見，進行雙向溝通，提供關懷與協助。

(2) 共同職能發展

以員工共同職能為主軸，提升工作效率與自我成長，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，如自我管理與工作管理、問題分析與解決技巧、創意思考、溝通與互動表達、專案管理、電信相關法律知識、道德行為準則、服務技能課程訓練、產業趨勢及名人講座等。

因應 4G 元年，2014 年邀請公司高階主管擔任講師，舉辦 4G 主題之產業趨勢講

座，透過實體與數位課程傳遞最新電信相關知識訊息，讓全體同仁瞭解 4G 的產業趨勢、技術演化與市場發展等重要議題。此外，每年都會提供員工消防演練、交通安全、急救人員等訓練課程，並於辦公樓層增加設置自動體外心臟電擊去顫器 (AED, Automated External Defibrillator)，且安排同仁參與 CPR 與 AED 訓練，提供員工更安全的工作環境。

(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、教練技巧、策略規劃、組織發展能力等課程及公司治理講座為主。

由於電信技術快速發展、產業營運模式的改變，所需之人才能力亦有所不同，因此 2013 年底針對經 / 副理級主管，進行全面之管理職能項目重新確認、盤點、發出個人學習發展建議報告，並據此作為 2014 年訓練課程之規劃，同時採客製化方式，提醒主管針對差距較大的職能缺口進行學習。高階主管課程主要則透過管理個案的閱讀與討論，剖析產業實務作法及策略，培養高階主管具備全方位管理思維，並持續精鍊其管理知能與實務應用結合，此外我們更定期替高階主管舉辦公司治理講座，以持續強化企業競爭力。

(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、IP 訓練課程及證照考試補助、資訊課程、稽核、人資、行銷、管理論壇，以及顧問公司或廠商之訓練，藉此提升公司技術層次、開發新產品、引進創新概念、提升管理技術等。



(5) 數位學習平台、線上學習社群、學習資源文件、Mobile-Learning、閱讀角落
近幾年台哥大在訓練方式與途徑持續進行多元化的努力，除期盼提升學習成效，更希望藉此滿足同仁不同的學習發展需求。因此除以往常見傳統教室課程，我們也開發數位教材、線上學習社群、Mobile-Learning、管理電影院與學習資源文件等，以提高學習效率及彈性。

在傳統教室學習課程中，課前均針對當梯次學員需求進行調查、課中安排角色扮演、練習、個案討論等演練方式搭配講師授課，課後藉由延伸學習規劃、學習資源文件閱讀，協助員工將課堂所學連結工作實務，提升學習效能；其中也舉辦學習成長讀書會，透過閱讀與引導師帶領同仁討論學習，營造公司內部自主學習氛圍，提供同仁在工作中能透過多元化的途徑學習及成長，並能藉由小組間的互動，協同仁拓展人脈社群與促進交流。

數位教材課程主題則涵蓋主管管理、工作管理、電信技術、產品行銷、道德規範、環境保護、員工健康促進、創造最佳顧客使用經驗等，截至 2014 年底，共計有 101 門數位課程；2014 年特別邀請高階主管，自製「主管給您的管理建議」短片，讓全體同仁均能了解高階主管對於管理職務的期許與鼓勵；此外為提升同仁環境保護意識，2014 年共建置 10 門「愛地球」系列線上課程，並舉辦「愛地球，e 起學習集點大作戰」學習推廣活動，鼓勵同仁參與學習。線上學習社群則包括新人社群、專案管理、電信技術、工作效能、業務、讀書會等實務討論社群，每一社群均有各領域專家，員工可隨時分享及交流工作心得，方便尋求跨領域的專業建議。

此外，亦於 2012 年建立 Mobile-Learning 學習模式，運用 M+ Messenger 每週提供「法規報你知」、「電信小百科」、「英語輕鬆學」、「管理小辭典」、「手機達人必備 APP」、「服務充電站」等主題之短篇學習內容，讓員工可以透過行動裝置隨時隨地充電，在工作中持續為自己加值。

並於 2014 年成立「哈書小棧」閱讀角落，鼓勵員工能在哈書小棧中透過自主式的借書、換書、捐贈二手書等方式來學習、分享及知識交流，目前書籍與雜誌類別包括商管、財經、心理勵志、小說、健康、教養等。



鼓勵進修與終身學習

除上述訓練外，我們也鼓勵員工持續進修與終身學習，至 2014 年累計共 27 名員工獲獎助學金補助，2014 年共有 9 名員工申請並獲得進修補助。

(1) 獎助學金申請辦法

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

(2) 進修補助

台灣大哥大聯合職工福利委員會每年提供定額補助，鼓勵員工公餘時間進行工作技能進修，包括各公私立院校開辦之學、碩、博士班學分課程，或至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。

2.4 樂活職場

本公司職缺係透過公開招聘，不因性別而在薪酬、福利、升遷、調薪、任期、教育訓練、工作條件及就業權益等予以差別待遇。此原則亦明訂於工作規則中，對公司員工不得以性別、性傾向、婚姻等為由，予以歧視。公司確實遵循國家現行相關法



總經理面對面 - 贏在職場講座

令，包括勞動基準法、就業服務法與性別工作平等法等，並制訂工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒作業準則，公告全體同仁周知，並設置性騷擾申訴專線及信箱。此外，亦將性騷擾防治及申訴信箱列入新人訓練教材及內部網站進行宣導。

本公司鼓勵員工婚育，建構員工安心幸福職場，從結婚、懷孕至生子提供一連串福利措施。除提供結婚、生育福利補助及托兒補助外，員工每年可依個人需求自由選擇申請子女教育、家庭旅遊或家庭保險補助。

同仁配偶免費享有公司全額負擔費用之住院醫療險及癌症健康保險，此外，同仁個人可依自身需求，幫個人、配偶、子女或父母加保優惠自費團險。對於懷孕與哺乳期女性同仁，班別重新調整避免夜間工作；公司並提供優於法令之產假。本公司並於「員工績效管理辦法」特別規範，考核期間如有申請產假或留職停薪者，仍應依實際服勤期間工作表現進行考核，不得因此影響考績。

公司聘任專職護理師，定期舉辦母嬰講座，提供新手父母照養新生兒知識；設置哺乳室並配置相關設備（如電動擠乳機、消毒用具、冰箱），方便同仁哺育母乳。護理師除提供同仁育嬰諮詢服務外，亦教導新手媽媽擠乳正確方法及衛教知識。公司主動與教育機構簽約合作，讓同仁子女就學享有特約優惠價格。

我們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。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或歧視等情形，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。同時公司提供搬遷、租屋等必要協助。

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。此外，若遇有性騷擾情事，可向人力資源處投訴，此申訴管道並於新人訓練及內部網站佈達，本公司 2014 年度並無性騷擾申訴案件。

本公司重視勞資協商機制，員工直接選舉勞方代表，並定期舉辦勞資會議，確保勞資溝通管道暢通。

促進身心障礙人士就業機會

為增加身心障礙人士就業機會，本公司經由職務再設計，提供身心障礙人士工作，進用人員障別包含重度視障、重器障、肢障及聲語障。另積極與台北市政府勞動力重建運用處及伊甸攜手合作，進用視障按摩師，目前每週一到五的下午，都有視障朋友在特別規劃的「按摩小棧」裡，為本公司及關係企業的同仁們提供免費紓壓按摩服務，而且是北中南三地辦公室皆提供，此一福利措施得到同仁很大迴響。

除了視障按摩師外，台灣大哥大善用身心障礙員工長才，提供多元化、高專業度之職務，包含基站建設工程管理、電子商務網頁開發、帳務系統新技術引進及系統開發測試維運、行動網路維運支援、專案技術窗口及 IT 系統維運作業、無線網路優化等。

截至 2014 年底，現有身障專業職員工平均年資約 11 年，最資深的員工年資則有 18 年之久。這些同仁工作表現也相當傑出，其中有二位副理級及一位主任級，且有多位同仁的年薪達百萬以上。

校園人才培育，縮短學用落差

本公司積極與大專院校合作，安排主管對學生進行專業技能、職涯規劃等主題演講，亦提供各校系學生寒暑假與平日之實習機會。

本公司於 2014 年度與臺北城市大學合作，提供工程學院大四學生產學合作實習計畫，實習期間為一年（兩學期），計有 5 位同學參與本計畫。我們除給予同學工資外，也提供完整的培訓課程，實習期滿由學校教授與單位主管共同依學習成果評鑑並授予實習學分，表現優秀的同學亦為我們優先聘用的人才。透過本計畫，期能讓同學將所學與實務結合，並和我們一同成長。

健康及安全的工作環境

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。辦理交通安全教育訓練，以維護同仁上下班路途安全。

於辦公處所設置公眾自動體外心臟電擊去顫器 (AED) 並實施全員 CPR 訓練，以提供同仁健康、安全的工作環境，提昇緊急救護能力降低傷病嚴重度。設置全職的職業護理專業人員，進行員工健康管理及健康促進事項，每兩年舉辦員工健康檢查，針對健檢異常者進行追蹤管理，並優惠眷屬享有同等優惠進行健檢，提供健康諮詢及辦理員工健康促進活動。設置哺集室及專業醫療級集乳設備，提供產後同仁持續哺餵母乳，2014 年獲得台北市政府衛生局『優良哺集室認證』。

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以落實健康生活化。除員工參與外亦開放員工家屬或社區民眾居民參加。每月辦理不同主題之健康促進活動，例如：遠離新陳代謝症候群、疼愛自己女性健康講座、戒菸班、體重控制班等活動。針對辦公室作業的舒壓活動有：上班時間提供員工免費肩頸舒壓按摩服務，並辦理脊樂舒壓講座，教導正確的坐姿作業姿勢，預防肌肉骨骼傷害；辦理舒眠舒壓活動，協助克服睡眠障礙。

在強化管理職災上，電信產業較易發生的職業災害可能是在電信基地台維護等業務上，我們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：

2014 年度職災統計表



$$= \frac{\text{工傷總數} \times 200,000}{\text{總工作時數}}$$



$$= \frac{\text{職業病總數} \times 200,000}{\text{總工作時數}}$$



$$= \frac{\text{損失總天數} \times 200,000}{\text{總工作時數}}$$



$$= \frac{\text{總缺勤天數} \times 200,000}{\text{總工作天數}}$$

3. 環境保護

核心理念

台灣大哥大深知氣候變遷所帶來的風險對環境及生態會造成極大的衝擊，對長遠的經濟發展，更是會有極大的傷害。我們以身作則，致力於降低本身營運活動的碳排放，積極推動環境保護，建立制度有效率地管理及使用能資源。同時發揮資通訊服務業的核心能力，在產品及服務的設計階段將環境考量之關聯性納入，提供綠色產品及服務，善盡環境責任。

承諾與行動

環境永續小組功能運作

整合公司內環境保護相關業務，並制定環境保護策略與未來執行方向至公司企業社會責任政策中，定期向企業社會責任委員會及董事會報告。

節約資源及廢棄物回收

提升各項資源使用效率，包括用紙、用水、用電等皆進行有效運用，且針對可以資源回收之項目進行回收。機房基站部分，妥善處理事業廢棄物、並將堪用廢品進行活化再利用，促進資源循環使用。

碳風險管理

定期檢視能源績效、執行機房節能措施、基站設備改善、辦公大樓與門市能源管理，以降低營運對環境衝擊。每年進行溫室氣體盤查，並持續推動能源管理系統，透過第三方認證機構查證，提升數具品質及可信度。2014 年更制訂溫室氣體減量目標，由各部門規劃具體節能減碳行動方案，業務成長的同時兼顧環境永續。

綠色服務

結合自身的營運管理及各項通訊技術、新創產品等，執行方案包括視訊會議服務、綠色加值服務、e 化 / M 化服務，以建構智慧低碳社會。

成果與成效

- 通過 ISO 14064-1、ISO 50001 查證
- 2014 年辦公室用紙 2013 年減量 24%
- 2014 年資源回收較 2013 年增加 13%
- 2014 年回收廢電纜、基站機房廢電池近 693 公噸
- 至 2014 年無紙化表單累計節省紙張 2,326 萬張。
- 2014 年度共減少帳單 739 萬份，節省紙張列印 1,775 萬張

展望與規劃

持續致力於碳風險管理，控制業務成長所產生的溫室氣體排放，設定減量目標為每年較預估值減少 1%。此外，試建及評估再生能源如太陽能、風力發電及燃料電池的可行性，發展替代能源達到節電及環保之效果。積極參與國際評比，檢核公司相關管理制度執行績效、激勵策略目標，以持續精進永續競爭力。



總經理 — 環境永續小組

3.1 環境保護策略

3.1.1 環境管理架構及政策

我們積極回應內外部利害關係人的需求，在組織上，設置環境永續小組，直接向總經理報告，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。

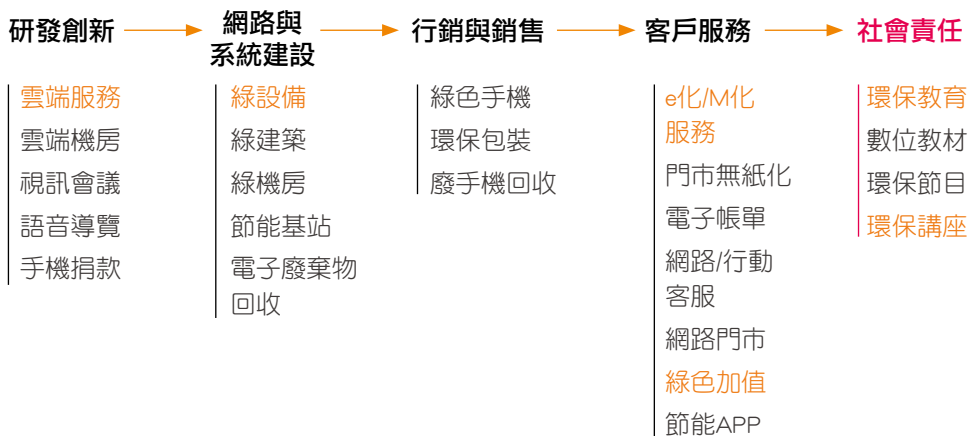
環境永續小組每年至少召開2次會議，與各單位討論年度節能行動方案，擬定相關環境保護策略，並追蹤行動方案執行成效。2014年針對節能行動方案，先後召開能源審查會議及溫室氣體管理策略會議，以確實掌握能源管理現況及後續管理策略。

3.1.2 環境永續發展策略

自企業核心出發，設置節能設備與環管措施，遵守環保相關法規，節能減碳以提升企業永續競爭力，並從價值鏈的角度，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，列為我們展開環境保護行動的考量，努力改善能源績效、降低營運對環境衝擊，透過電子化與行動化服務發揮通訊業的關鍵功能，建構智慧低碳社會。



價值鏈中各項環保計畫



環境管理：辦公室環保、電子廢棄物回收、e化系統

綠色採購

3.1.3 氣候風險因應

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。

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。

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。

2012 年 8 月，3 輛高抗災行動基地台車加入後，更能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。

3.1.4 短中長期環境目標

自 2007 年起，我們辨識各項環境保護措施對於自身營運發展的關聯性，規劃出短程（3~5 年）、中程（5~7 年）以及長程（7~10 年）三階段予以推動。

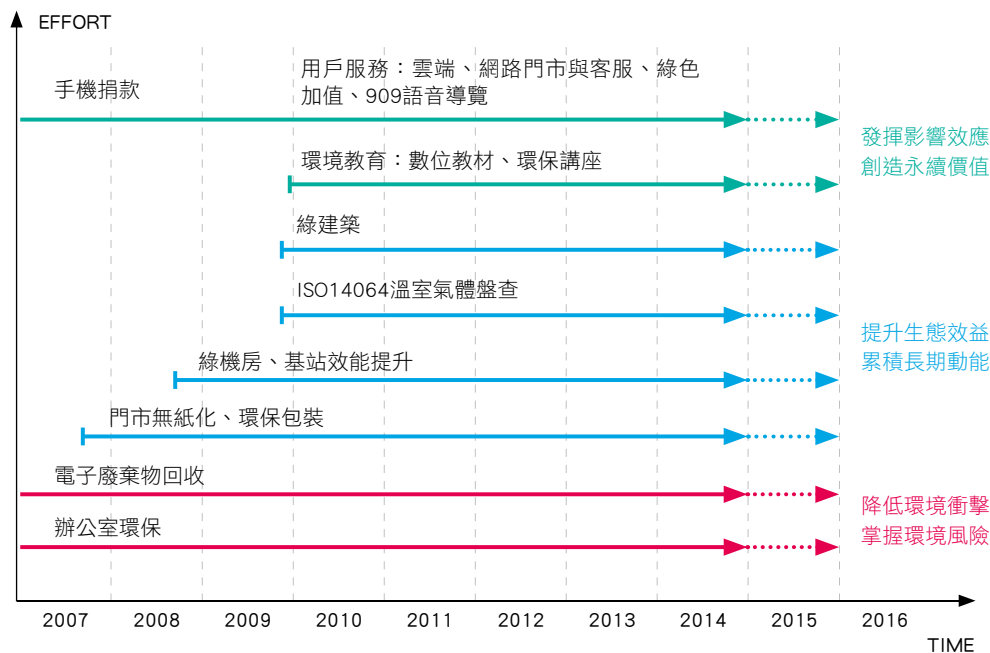
短程：著重在降低營運面向的環境衝擊與風險，鼓勵回收再利用，如基站廢電

池、電纜與手機回收、辦公大樓各類資源回收等，減少因營運對環境所造成的影響。

中程：以提升能源的生態效益為核心，如運用電子帳單取代實體帳單，在全省門市推行無紙化作業，將表單 e 化歸檔，減少紙張印製的消耗。

長程：在硬體建置上，建構節能基地台、綠色雲端機房，從採購到營運都以環境永續原則進行；在軟體應用上，運用電信核心服務，如視訊會議、網路 / 行動等雲端服務，協助其他企業及消費者在節能減碳，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



回顧 2007 年至 2014 年底，我們已陸續執行基站廢電池、電纜與手機回收、辦公大樓各類資源回收、無紙化作業、建構節能基地台、綠色雲端機房等，目標執行皆已達標。故我們再進而以永續願景藍圖 2020 計畫為基礎，制訂環境策略管理規劃，如下圖：



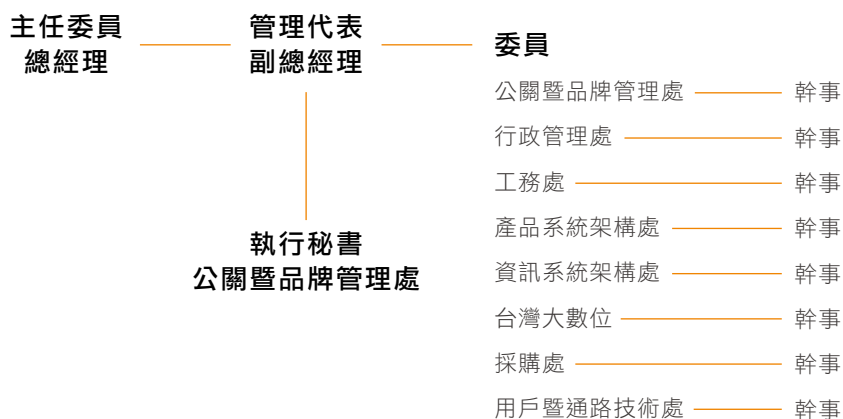
3.2 綠色營運與碳風險管理

在環保行動上我們積極發揮資通訊服務業的關鍵角色，協助建構智慧低碳社會。透過各項電子化與行動化之服務，為跨產業與部門降低其碳排放量，並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，達成我們長期目標。

3.2.1 溫室氣體盤查與管理

由「能源管理系統委員會」（以下簡稱委員會）推動溫室氣體資訊管理之運作，由總經理擔任主任委員，副總經理擔任管理代表，委員由各相關單位選派代表擔任，並由公關暨品牌管理處任執行秘書。

台灣大哥大能源管理系統委員會組織圖



我們於 2012 年即導入 ISO14064-1 溫室氣體盤查，每年持續以營運控制權方法，設定盤查邊界為台灣大哥大（股）公司、台信聯合數位（股）公司、台灣大數位服務公司、台灣客服（股）公司、台灣固網（股）公司、台固媒體（股）公司、優視傳播（股）公司及台灣酷樂時代（股）公司。類型包含上述公司之辦公室大樓、機房、基站及直營門市。溫室氣體排放計算以當年度實際營運活動數據資料為依據，佐以環保署 2013 年 12 月公告之溫室氣體排放係數管理表 6.0.1 版、經濟部能源局 2010 年出版能源產品單位熱值表及 2013 年其公告之全國電力排放係數計算。

2014 年度因應總部搬遷及納入旗下有線電視系統台造成盤查邊界調整，且範疇排放量將導致溫室氣體排放量變動 6.06%，故我們調整基準年為今年，而

當年溫室氣體總碳排放量為 208,571.45 公噸二氧化碳當量，包含六種溫室氣體：CO₂、CH₄、N₂O、HFCs、PFCs 與 SF₆。並經由英國標準協會進行外部查證確證，以確保數據品質。我們的業務綜合電信通訊及媒體產業，主要營運能源使用為電力，在溫室氣體排放屬範疇二的能源間接排放（即外購電力），排放

溫室氣體排放情況

單位：公噸二氧化碳當量

項目	2013	2014
直接溫室氣體排放源（範疇一）	3,146.50	7117.86
間接溫室氣體排放源（範疇二）	170,977.64	201453.59
總排放當量（範疇一 + 範疇二）	174,124.14	208571.45
排放強度 (t-CO ₂ e/NTD million)	1.61	1.85

能源耗用及能源密集度情況

耗用	公升 / 焦耳	2013	2014
直接能源耗用	汽油（公升）	545,380.48	864,180.56
	百萬焦耳	17,811,362.94	28,222,927.37
	柴油（公升）	36,803.97	33,445.50
	百萬焦耳	1,356,064.36	1,232,319.57
間接能源耗用	電力度數	327,543,376.6	385,926,420.85
	百萬焦耳	1,179,156,155.78	1,389,335,115.07
總能源耗用	百萬焦耳	1,198,323,582.86	1,418,790,362.01
能源密集度	（百萬焦耳 / NTD million）	11,053.83	12,597.70

註：1. 參考經濟部能源局公告熱值（2010 年）及電力係數（2013 年）。

2. 能源密集度為當年度能源總耗用（直接 + 間接）除以當年度合併總營收。

3. 上述皆為內部能源耗用，未來我們將規畫揭露外部能源耗用。

占總量 96.59%，其餘為冷媒、滅火器、化糞池、工務用車等直接排放或逸散的溫室氣體排放，屬範疇一。另範疇三排放源因實質性不易掌控其活動及溫室氣體排放量，我們僅作定性分析，但有鑑於國際對於溫室氣體管理趨嚴，我們正評估納入員工差勤的溫室氣體排放量計算，以利掌握範疇三溫室氣體排放情形，長遠目標為逐步影響至組織外部如客戶、消費者等，期以更完善溫室氣體排放管理範疇。

溫室氣體排放量增加分析

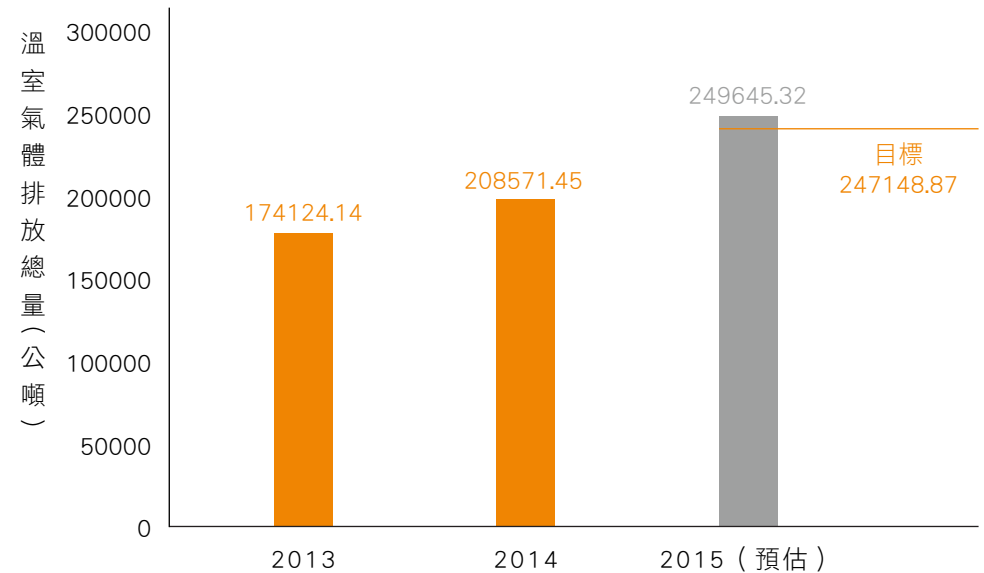
2014 年正式進入 4G 時代，台灣大哥大全力衝刺布建全國 LTE 高速網路設備，以提供消費者最優質的 4G 通訊服務。此外，拓展盤查邊界納入公司旗下有線電視系統台，以利掌握控管組織內溫室氣體排放情況，另一方面因應大數據雲端服務的蓬勃發展，IDC 雲端機房進駐率逐漸提升。有建於此，我們預期行動通訊及雲端服務業務將持續成長，導致每年溫室氣體排放量成長，故我們於 2014 年開始制訂溫室氣體管理目標。

目標 因應業務成長，每年溫室氣體排放量較預估值減少 1%

首先估算 2015 年業務成長所增加的溫室氣體排放量為 249,645.32 公噸二氧化碳當量，所以設定 2015 年溫室氣體管理以不超過 247,148.87 公噸二氧化碳當量為目標。

3.2.2 溫室氣體減量與管理策略

經由上述分析，電力使用所產生的溫室氣體為主要排放源，其中又以基站與機房用電為主，故我們的溫室氣體減量與管理策略著重於提升電力使用效率，並執行節能減碳措施，以減少溫室氣體的排放。相關具體行動包含：



1. 機房主要耗電舊冰機汰換
2. 基站空調系統設備汰換 / 加裝排風扇 / 自然通風
3. 照明設備汰換高效能燈具
4. 辦公室空調溫控 26 度
5. 事務機設定節電模式，長時間未使用時，自動進入節電模式
6. 租賃公務車更換為電動車或油電車
7. 推動電子化作業降低能資源消耗
8. 隨季節調整大樓及營業據點招牌亮燈時間

能源使用效益管理

2014 年完成統合性的能源管理及監控 IT 系統，統合全公司上萬筆電費資料，進行有效的能源管理，其監控範圍包含用電異常、用電超約等。目前已進入測試階段，上線後將節省人工統計所耗費之人力。另外，能源管理系統委員會亦召集各委員討論並擬訂能源管理行動計畫評估表，針對照明用電、空調用電等進行盤點與擬訂減碳目標，其 2014 年具體成效如下：

1. 機房空調運轉效率提升

(1) 減碳：21.45 公噸二氧化碳當量

(2) 節能率：8.7%

2. 機房冰水主機汰換

(1) 減碳：398 公噸二氧化碳當量

(2) 節能率：33%

此外，我們自 2012 年積極導入 ISO 50001 能源管理系統，盤點包括空調、照明、機房、電腦資訊等超過 450 項設備資產，以 2012 年作為基線，訂定 3 年預計減少 3% 能源使用的具體目標。因應總公司搬遷，2013 年調整能源管理系統範疇，且整併 IDC 雲端機房，執行成果如下。

能源績效指標

1. 辦公室、門市：耗電量指標 EUI (Energy Usage Intensity)

$$EUI = \frac{\text{年度總用電量 (kWh)}}{\text{設施總面積 (m}^2\text{)}}$$

2. 機房：能源使用效率指標 PUE (Power Usage Effectiveness)

$$PUE = \frac{\text{年度總用電量 (kWh)}}{\text{IT 設備用電 (kWh)}}$$

3. 能源基線

- 雲端機房 2013 年基線 PUE 1.5
- 光電大樓 2012 年辦公室基線 EUI 34.35
- 光電大樓 2013 年機房基線 PUE 1.78/ PUE 2.72
- 館前門市 2013 年基線 EUI 78

能源管理目標

1. 光電大樓及門市：以基線起始年為用電量基準，1 年減少各據點 EUI/PUE 1%，3 年累計 3%。

2. IDC 雲端機房：Ω 1 及 Ω 2 機房使用量達 8 成時，PUE 維持在 1.5 以下

(2014 年光電及門市皆已達標，雲端機房因 2014 年機房進駐率僅 3 成，後續將持續追蹤其進駐率與 PUE 能源績效指標之變化)

基地台的節能措施

(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、5 號沿線隧道、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 82.6%，共構比例為 36.3%。

(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 94.8% 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 28.6% 之 3G 基地台，除與原有 2G 基地台共構外，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 ISO14000 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 99.8% 之 3G 基站；另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。

(5) 綠能發電

2014 年已規劃設置零碳排綠色發電設備，預計於 2015 年設置 28kw 太陽能及風力發電等再生能源機組，預估完成後每年可減少碳排 16 噸二氧化碳當量，本次綠電施作經驗，為未來綠電發電裝置配置最佳化作準備。

執行方案	效益	2011	2012	2013	2014
空調溫度調升至 28℃ (2007 年起)	較 26℃ 約可節電 6%	28.0%	28.0%	28.0%	28.0%
改採變頻式空調 (2007 年起)	約可節電 40%	26.4%	58.8%	67.8%	73.6%
採用低耗電、高效率基站設備	耗電僅為傳統基 50%	佔 3G 基站 67.4%	佔 3G 基站 88.2%	佔 3G 基站 97.3%	佔 3G 基站 99.8%

3.2.3 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。

1. 更換節能燈具，如 T5 燈管等
2. 調整室內溫度設定，節省空調用電
3. 電梯分層管制停靠，鼓勵員工多走樓梯
4. 午休時間關閉不必要之基礎照明及事務機器
5. 下班時間關閉電腦、影印機等事務機器及照明設備

2014 年度辦公室因總部搬遷，致新增一個據點，用電度數總計 15,053,304 度，較 2013 年度辦公室用電總計 14,386,838 度微幅增加。

* 上述辦公室以台灣大哥大自有為主

辦公室用電度數統計

	2013	2014	年度差異	成長率(%)
用電度數	14,386,838	15,053,304	666,466	4.6%

辦公室的節能成果

1. 電信大樓空調冰水主機

依綠基會出具之「2013 年度節能診斷報告書」研究結果，經實測計算，電信大樓空調冰水主機進水之冷卻水溫每降低 1℃，可提升冰水主機運轉效率 4.4%，調降進水之冷卻水溫至適當值，每年節省空調用電約 4 萬度。

2. 更換節能燈具

2014 年度三重湯城、台中采固大樓，汰換共 3043 盞 T8 燈具，使用較為省能之 T5 燈具，節能效率達約 50%，每年節省照明用電度數逾 134 萬度。

3. 更換節能冰箱：內容積公升數以 500L 等級進行比較，效能提升約 130%

冰箱	能源因數值
Old	8.6 公升 / 度 / 月
New	19.8 公升 / 度 / 月

回覆碳揭露專案 (Carbon Disclosure Project)

因應國際機構投資人 (95 兆美元的投資者) 檢視環境相關因素對台灣大哥大造成的影響以及風險和機會，以檢視溫室氣體排放管理及制訂永續環境管理策略

的執行成效，有鑒於此，我們 2014 年首次主動回覆 changes in the climate system 的資訊 (即 Carbon Disclosure Project, CDP)。讓國際機構投資人正視公司永續經營的企圖與決心，亦能順應國際制訂氣候政策不斷增長的趨勢。

導入再生能源

為降低因業務成長所造成的環境衝擊，台灣大哥大自 2014 年起規劃設置零碳排綠色發電設備，並預計於 2015 年開始設置再生能源等設備。同時支持政府綠色能源政策，預計推動「買手機捐一元，一塊推動綠能源」計畫，向大眾倡議環境永續理念。

智慧減碳的實踐

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，台灣固網於 2010 年 9 月推出自有視訊會議的服務，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，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，目前全公司大型 (移動式) 共 5 套、小型 (固定式) 共 10 套、門市型共 451 套，總計共設有 466 套。

對外，由於公益團體服務對象於全省各地，過去社工經常需舟車勞頓，教育訓練、溝通會議等交通費用驚人，台灣大哥大基金會 2014 年共為 13 家公益團體，82 個據點提供視訊會議服務與教育訓練，已協助社團節省超過新臺幣 375 萬元交通費、節碳超過 105 公噸、視訊教育訓練超過 18,000 人次。

3.2.4 辦公室節水成效

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。

電信大樓設置回收逆滲透飲水機的廢水，將其作為噴花苗、清掃及洗車之用，每天約可節省 2 至 3 公噸的用水。全年度回收約 500 噸用水，約占總用水量之 3%。

**R.O. 逆滲透設備排水管單日累計最大量為 86 公升 2 桶，每日約為 135-175 公升不等，以 2F 至 18F 共 15 個樓層，每年 250 個工作日計算，估計一年可回收 $135 \times 15 \times 250 = 506.25$ 公噸

2014 年度辦公室因總部搬遷，致新增一個據點，用水度數總計 46,146 度，較 2013 年度辦公室用水度數總計 37,691 度增加。

辦公區域水資源耗用狀況列表

	2013	2014	年度差異	成長率 (%)
用水度數	37,691	46,146	8,455	22.43%

3.2.5 辦公室資源回收及用紙減量

2014 年度辦公室資源回收數量共計 110.8 噸，較 2013 年度 97.7 噸成長約 13%，辦公室資源回收分為紙類、塑膠類、寶特瓶、鐵鋁罐等，由大樓清潔人員整理收集後，委由合格之廢棄物清理廠商回收處理，另 2014 年生活垃圾總重量為 279 噸。

辦公室廢棄物（垃圾）及資源回收數量統計

	2013	2014	年度差異	成長率 (%)
廢棄物 (kg)	192,705	279,756	87,051	45%
回收量 (kg)	97,748	110,811	13,063	13%

辦公室用紙數量統計

	2013	2014	年度差異	成長率 (%)
用紙量 (張數 / 月)	2,158,626	1,640,626	-518,000	-24%

3.2.6 電子廢棄物處理

有效處理廢電纜

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 4,160,420 公斤；2014 年在銅纜上為佈建總重為 9,870 公斤，光纜則為 1,379,760 公斤，合計為 1,389,630 公斤。

纜線佈建與維護工程總重量

年度	2012	2013	2014
光纜 (Kg)	1,246,680	1,452,560	1,379,760
銅纜 (Kg)	62,400	9,150	9,870
合計	1,309,080	1,461,710	1,389,630

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。2014 年合計處理廢纜總重量約 288,310 公斤，累計過去三年處理廢電纜總重達 997,925 公斤。

廢電纜回收

年度	2012	2013	2014	合計
光纜 (Kg)	299,500	233,890	269,755	803,145
銅纜 (Kg)	98,220	78,005	18,555	194,780
合計	397,720	311,895	288,310	997,925

** 光纜與銅纜以當年度採購量之長度乘以重量換算之。

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，以符合環保及節省成本之雙重目的。廢舊電池委託專業廠商處理，處理方式有二：使用年限大於（含）7 年，因使用年限限制，採直接報廢；使用年限小於 7 年，交由電池活化廠商進行電池再生，經再生後蓄電容量達 80%（含）以上者，再投入使用。2014 年度報廢電池 12,773 顆，經電池回收標準分類後，其中 700 顆可供回收再使用，送交 700 顆予電池活化廠商進行電池再生，其餘交由廠商直接報廢。

廢電池自 2008 年開始即交由廠商妥善處理，2014 年處理（扣除已回收再利用者）總重量約 404,526 公斤，累計 3 年處理廢電池重量達 1,272,531 公斤，也避免電池廢液對環境的污染。

基站、機房廢電池回收成果

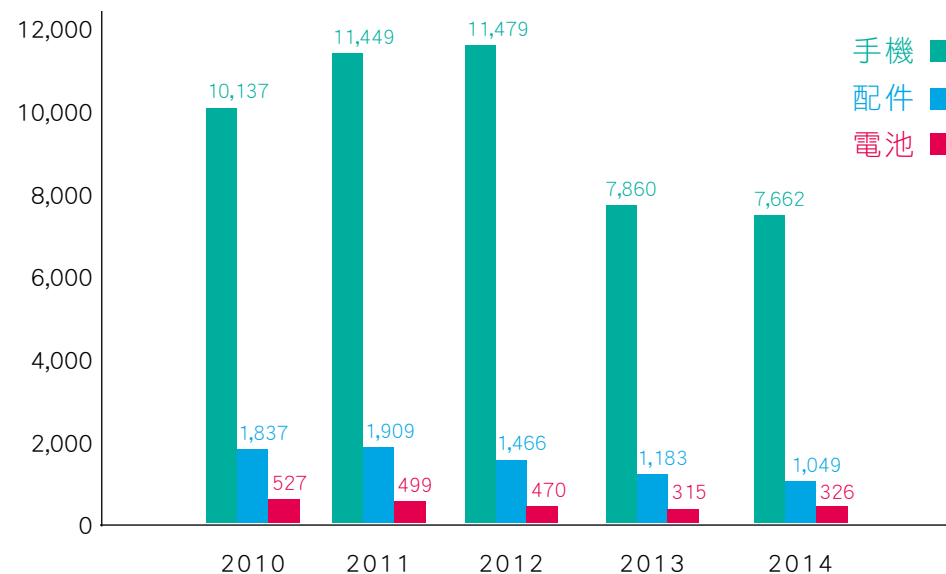
年度	2012	2013	2014	合計
電池 (kg)	496,215	371,790	404,526	1,272,531

** 報廢電池總重量 = Σ 報廢電池數 x 電池重量

廢手機回收計畫

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，於全國門市推動回收電池、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。

廢手機、配件與電池回收成果統計





我們在 2008 年參與行政院環保署「廢行動通訊產品回收」計畫，截至 2014 年底，已累計回收超過 6.7 萬支手機，並積極參與經驗分享等座談，協助同業、手機品牌業者、3C 家電通路與國內零

售連鎖業一起投入，努力讓台灣成為手機回收點最密集的國家。以 2014 年為例，廢手機回收 7,662 支，配件回收 1,049 公斤，電池回收 326.8 公斤。

3.2.7 無紙化表單作業

無紙化除了以電子郵件取代實體紙本帳單外，我們也多方落實於企業內部及銷售流程，門市的無紙化作業就是在價值鏈中綠色實踐案例，以往用戶至門市需填寫多份紙本表單，以完成申辦程序，我們為推動無紙化作業，投資軟、硬體設備，讓用戶可於電子面板簽名並以掃描方式檢附證件，過程中無須影印證件，降低紙張使用量並確保用戶個人資料無外洩之虞。

無紙化作業，不僅節省表單、紙張之印刷費用，也降低運送、銷毀及表單倉儲成本，自 2007 年至 2014 年年底，無紙化的成效已累計達 15,189,674 份，累計節省紙張超過 2,326 萬張。

無紙化表單使用量

年度	2010	2011	2012	2013	2014
文件(份)	1,610,387	1,737,215	2,205,900	2,969,644	3,946,710
紙張(量)	2,030,706	2,135,404	3,420,261	4,629,949	7,506,488

3.3 低碳智慧解決方案

3.3.1 六星級 IDC 雲端機房

台灣大哥大的 IDC 雲端機房是全台第一座獲得國際機房權威管理機構 Uptime Institute Tier III 雙認證 (Internet Data Center) 的殊榮。總面積近 8 千坪、斥資 50 億新台幣的 IDC 雲端機房位於台北市內湖科技園區，採最新國際標準，以 6 星級的設計規劃，提供金融、國際電信以及電子商務等業者穩定且不中斷的機房服務。

2014 年 5 月再次取得全台第一座獲得國際機房權威管理機構 Uptime Institute Brill Award IT Efficiency 獎項。Brill Award 是針對全世界機房節能效率，透過 Uptime Institute 專業人士組成評選委員，從眾多機房選出當年度在機房節能方面表現最佳的機房，以目前全世界只有 18 座機房有此獎項，台哥大雲端機房就是其中之一，由此可以看出雲端機房在機房節能的貢獻。

五大系統雙迴路 穩定不中斷

要達到 Uptime Institute Tier III 的規格，除了機電設備要有 N+1 備援機制外，更重要的是電力、空調、消防、安全及環控等五大系統都必須以雙迴路進行設計，具「可同時維修性」(concurrently maintainable)，讓機房在維修或意外發生時，能切換管線使服務不中斷。這不但是 Tier III 和 Tier II 等級機房最大差異之處，更是企業選擇 IDC 的關鍵條件之一。

高節能機房 PUE 僅 1.5 減碳達 24 座大安森林公園

我們了解在大數據雲端服務的時代，雲端機房的溫室氣體排放風險將提升，故

雲端機房結構設計採冷熱通道分離、自然冷卻（Free Cooling）等作法，搭配專用空調設備（如冰水主機、冷卻水塔、換氣風扇等）、正確照明控制系統等，整體能源效率目標依循「The Green Grid」聯盟銀級機房量測基準，達到 PUE(Power Usage Effectiveness) 1.5 的能源效率。相較於一般機房 PUE 2.0 的用電效率，台灣大哥大 IDC 雲端機房約可減少 25% 用電，未來正式運轉後，預估將可減碳達 24 座大安森林公園，有效降低碳排放，堪稱業界首間綠色雲端機房。

** 減低之排碳量係由所節省之電力回推計算而得

** 大安森林公園一年可吸收 705 公噸碳，計算資料來源：農委會林務局

根據農委會林務局資料顯示，1 公頃植有 1500 株十年生的水黃皮樹（行道樹）的林地，約可固定 27 公噸的二氧化碳，而大安森林公園面積為 25.9293 公頃，二氧化碳吸附量為 25.9293X27=707.869 公噸，台灣電力排放係數 98 年度為每度電排放 0.623 公斤的二氧化碳

3.3.2 行動生活 低碳應用



myBook 書城

myBook 閱讀平台致力於推廣數位閱讀，主要服務為提供電子書、電子雜誌，以及有聲學習等數位內容，透過行動裝置，讓讀者可隨處、隨時、隨心享受閱讀，滿足從大人到小孩每一階段的閱讀需求而不佔實體空間。

在出版文化層面，為了拋磚引玉，吸引更多好書的電子版權以豐富數位出版的可讀性，myBook 已購買並出版 64 本電子書，內容涵蓋 3C、商管、時尚、勵志



行動線上遊戲服務 myPlay1

myPlay1 主要為手機遊戲發行，讓玩家可以透過隨身的智慧型裝置連上網路來玩遊戲，相較於過去電腦遊戲而言，手機較電腦在能源上的消耗較低，且內建的直接支付功能，也讓玩家可以直接透過手機購買遊戲點數，不需像過往電腦遊戲玩家至便利商店購買實體點卡來消費。



M+ Messenger

M+ Messenger 提供官方帳號，開放給全台 2,645 間小學、739 間中學免費申請，提供學校老師及家長之間更方便、更即時的溝通平台，目前共有 12 間中小學享有此一服務，遍及臺北、臺中、臺南、金門等全國各地。（截至 2014 年底）

M+ Messenger 與「全球定位股份有限公司」合作，成立「行動村里」專案，提供全台灣所有村里免費開設官方帳號。全台七千多個村里，在 M+ Messenger 開設官方帳號的村 / 里長高達九成。藉由數位溝通管道的建立，村里長可以在智慧手機上隨時為村 / 里民服務，深耕服務台灣社區的每個角落。





mySports 讓手機化身健康管理師

透過智慧型手機的普及化，讓民眾可以輕鬆運動又能兼顧個人健康管理。本產品可記錄跑步、自行車、步行、健走等 23 種運動項目，並支援多品牌 GPS 運動穿戴裝置資料匯入，統一管理所有數據與資料。並推出一系列在地化運動路線推薦，讓民眾可隨選經常騎自行車、登山健行與散步的路線。除了沿途欣賞台灣風景之美，即能兼顧節能減碳。自 2013 年 9 月上市以來截至 2014 年底止，會員數已達 16.9 萬，累積上傳的運動紀錄超過 115 萬筆，為國內最佳運動社群平台之一！



3.3.3 推廣電子帳單服務

自 2008 年 5 月起，我們即正式對外推廣電子帳單，利用電子郵件檔案形式，取代實體紙本寄送，2012 年 8 月起增加可依照客戶個人需求列印必要之通話明細，其餘至官網瀏覽的服務，另，2013 年 7 月起增加簡訊帳單、2014 年更推動無需列印帳單即可至超商繳款的手機條碼服務，每份帳單以 2.4 張 A4 用

紙計算，推廣起至 2014 年底，累計共減少 8,534 萬張 A4 紙列印，相當於減少實體帳單寄送時排放之二氧化碳量計 224.74 公噸。

推廣方式以利用帳單、信封、官網、門市及公司活動等自有通路露出推廣訊息，例如 2014 年配合兩場免費戶外音樂會活動，現場進行電子帳單推廣。並採用帳單金額回饋、e 化贈品或購買具環保材質認證商品以吸引客戶申辦，期達真正落實低碳生活最大效果。

年月	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	累計
e 帳單節省單數	1,431,609	4,008,820	5,122,304	5,510,339	5,776,667	6,312,773	7,397,703	35,560,215
減少 A4 紙張列印數	3,435,862	9,621,168	12,293,530	13,224,814	13,864,001	15,150,655	17,754,487	85,344,516
節省 CO ₂ e(公噸)	9.0477689	25.335742	32.3729613	34.8253425	36.5085354	39.8967254	46.753483	224.74

備註：一份節省 6.32gCO₂e

4. 客戶關係

核心理念

「真心關懷客戶」是台灣大哥大的核心理念，一直以來我們以提升客服品質為最高標竿，致力提供客戶最佳的電信服務使用經驗及安心的通訊環境。為了全方位滿足客戶的行動需求，我們努力串連行動溝通與行動上網的每個環節，透過商品、價格、服務、形象、感受及經驗的總合，提供客戶「輕鬆、簡單、人性化」的行動體驗。

承諾與行動

優質網路：專業團隊遍布全台，全年無休的網路優化工程

專業門市：超過 900 間 myfone 門市遍佈全台，提供專業、親切的服務品質

貼心客服：關心顧客感受，24 小時專業解決任何行動生活相關需求

多樣資費：滿足不同客戶需求，不論語音或上網皆有多樣資費選擇，讓客戶盡情溝通，享受生活

加值服務：不斷推陳出新，myMusic、myVideo、mySports、myBook、myPlay1 等創新服務，從生活資訊到影音娛樂，行動服務再升級。

成果與績效

- ・第十一年蟬聯《讀者文摘》雜誌 Trusted Brand「信譽品牌」
- ・myfone 門市及客服中心連續第二年榮獲 SGS Qualicert 認證殊榮
- ・榮獲刑事警察局頒發「165 反詐騙專線卓越貢獻獎」
- ・IDC 雲端機房樹立節能新典範，榮獲全球機房管理機構權威 Uptime Institute 頒發「Brill Awards for Efficient IT」，為台灣第一、也是唯一獲獎的資料中心

展望與規劃

2014 年全台正式邁入 4G 時代，傳播通訊型態的改變亦大幅影響人們的生活，台灣大哥大將持續追求卓越的客戶服務經驗，並展現數位匯流領導品牌的生命力，藉由集團豐富的資源和完整的策略佈局，在順暢的網路條件下提供更多、更好的內容服務，讓顧客在影音娛樂、行動購物、行動支付等不同面向，都能更完整的享受 4G 所帶來的便利與改變。

4.1 重視顧客聲音，確保服務品質

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 2014 年整體滿意度表現平穩，平均分數為 3.7 分，在細部分項滿意度又以電話客服滿意度 4.3 分表現最優。

客戶滿意度重要指標	2012 年	2013 年	2014 年
整體滿意度	3.8	3.7	3.7
通話品質滿意度	3.7	3.7	3.7
電話客服滿意度	4.5	4.4	4.3
門市服務滿意度	4.1	4.2	4.1

註：滿意度評分採五分法：凡非常滿意、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。

4.2 多元繳費管道及帳務管理

myfone 門市臨櫃繳費	網路門市線上繳費
便利商店	自動櫃員機 (ATM) 繳費
手機直撥 579 語音繳款	定期轉帳代繳

行動客服 APP

截至 2014 年年底，行動客服 APP 累計下載量達 1,804,442 人次，已推出高達 96 項服務項目。

行動客服 APP 自 2014 年起，服務開發依舊秉持切合用戶自身服務需求為主，為同時迎接 4G 世代的來臨，行動客服 APP 首頁更是以全新面貌亮相，加入「本期帳單」及「查傳輸量」快捷功能，提供用戶更直覺簡單的操作介面，隨時掌握門號用量管理！並新增「4G 專區」，帶領用戶快速熟悉及瞭解 4G 相關資訊，以做好隨時體驗的準備。

2014 年新增服務項目：

1. 線上信用卡轉帳代繳申請，不用花時間填寫紙本表單，申辦手續簡便又快速。
2. 漫遊上網提醒服務，立即享有每日定額簡訊通知及用量查詢的貼心服務，方便掌握漫遊上網費用，出國更安心！
3. VIP 門市預約服務，VIP 貴賓前往特定直營門市辦理業務時，免等候即享專業服務。
4. 近六期傳輸量查詢，查詢過往的傳輸量資訊。
5. 用量推播通知，新增非吃到飽用戶的用量提醒推播通知，由用戶自行設定方便接收的時段，迅速掌握上網用量資訊。
6. 4G 未出帳查詢，圖示呈現，清楚解讀更容易。
7. 4G 加價購，快速補充上網流量。
8. 4G 資費立即變更，免等新帳單週期、免撥 188 客服，立即設定馬上生效。



4.3 透明申訴管道

進入 4G 通訊新時代，電信產品與服務更趨多元、複雜，台灣大哥大持續提升客戶最佳服務經驗，堅持提供客戶專業、效率、親切、關懷、滿意的高服務品質，除了 24 小時免費客服專線外（手機直撥 188 或市話 0809-000852），民眾也可經由網站服務、客服信箱或門市提出申訴，我們受理申訴案件後，依案件類型由專責人員追蹤妥善處理。2014 年並無重大環境、社會或人權面之申訴情事。

2013 年 1 月積極導入外部評鑑之驗證制度，由國際知名瑞士 SGS (Societe Generale Surveillance) 公司所認可之 Qualicert 國際服務品質驗證及 ISO

10002:2004（品質管理 - 顧客滿意 - 組織處理客訴指南）國際標準驗證，全心建立方便及透明的申訴管道。2014 年 7 月份再度複驗通過 SGS Qualicert 及 SGS ISO 10002 服務 2 項驗證，在專業神秘客情境式檢視下獲得「專業、貼心」的優良評價。台灣大客大秉持「誠信、創新、熱忱、化繁為簡」的品牌價值，落實全方位的服務承諾：用心傾聽顧客需求、積極處理客戶問題、合理維護客戶權益、尊重顧客特質需求、全心圓滿解決問題，以創造客戶更佳行動生活經驗做為目標。



客訴案件妥善處理案例

1. 台灣大哥大委任統一速達公司進行商品之物流配送，如因人員疏失導致配送過程商品及客戶申請資訊毀損或遺失，由台灣大哥大立即進行商品及委託需求補發；且定期與統一速達召開例行性會議，進行流程檢視、案件檢討，以優化服務品質，2014 年共 26 件通報案件，皆已妥善處理。
2. 台灣大哥大及台灣酷樂發行之 M+ 通訊軟體於 2014 年有 1 件涉及隱私權的訴訟爭議，經台北地方法院簡易庭判決本公司賠償 500 元。為妥善回應及處理，已完成 M+ 改版，僅標示用戶電話簿聯絡人的電話屬於網內 / 網外，不顯示屬於特定業者別。

4.4 透明資費與多元優惠

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國家通訊傳播委員會 (NCC) 核准，並依法於實施日前公告之，在媒體、公司網站及各營業據點所銷售的物品充分揭露費率內容。

此外，消費者申辦服務時，門市同仁均會詳細解說資費內容與申退租方式，並依消費者需要推薦合適的資費方案；申辦成功後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，維護消費者權益，落實本公司對於「信譽品牌」及「產品責任」的重視。

針對有別於一般用戶之特定族群，特別量身訂做規劃優惠方案，以妥善照顧其需求，並促進數位包容。

銀髮樂活迎接數位浪潮

高齡化已是台灣社會不可避免的趨勢，我們也運用核心技術與服務為長輩提供友善的通訊環境。針對銀髮族 (60 歲含以上，偏鄉地區顧及老年人口較多，特將優惠開放至 50 歲以上)，於 2008 年起提供多種月租費半價之方案並於 2014 規劃月租僅要 \$129 再加贈熱線方案及月僅要 \$99 門號案，至 2014 年底享有以上銀髮優惠者已達 33 萬用戶。

為鼓勵長輩使用行動上網，2013 年特加入品牌可通話平板電腦可適用銀髮族專案 (語音月租半價)，免除長輩對於使用智慧型手機銀幕太小的不方便，也

為了讓長輩使用上網不用擔心費用，特提供其上網 \$489 吃到飽優惠，故僅針對銀髮長輩推出的方案月付僅需 \$689，即可享有隨時大銀幕上網的便利與樂趣，至 2014 年底享有低月付 \$489 上網吃到飽的用戶也達 5 萬餘人。

學生及偏遠地區資費補助 保障通訊權益

自 4G 開台後，為了讓年輕學生享有高科技帶來的新行動生活樂趣，於 2014 年 10 月推出了 4G 學生案提供低月付高傳輸量優惠 (\$598 資費起，享有 5GB/7GB/9GB)，至 2014 年底受惠人數已達 9,358 學生，另 4G 開台後，為保障偏遠地區用戶仍以通話需求為主，台灣大哥大不厚此薄彼同時照顧該地區語音需求，於 2014 年 11 月推出 179 月租網內免費網外熱線優惠專案，推出至年底受惠人數近千人。

外籍旅客及新移民友善方案

台灣大哥大針對全省 55 萬名外籍勞工，推出預付卡打國際電話回家鄉，天天都有優惠時段 (提供 4~5 折優惠費率) 來照顧這些離鄉背井的經濟弱勢族群，使他們能在工作之餘排解思鄉之苦而不會有太大壓力。

此外，台灣大哥大每年皆會與桃園縣政府及印尼、泰國等在台辦事處，聯合舉辦年度演唱會及潑水節等因應節慶的大型活動，2014 年約有 1.5 萬人共襄盛舉。

為了提供最彈性且多元的服務給用戶，針對外籍旅客也提供預付卡優惠，於桃園國際機場一、二航廈均設置專售預付卡的 myfone 門市，提供多樣化語音及行動上網組合，以滿足外籍旅客來台觀光時的電信服務需求，讓外籍旅客來台可透過彈性且低價的產品組合享受優質的電信服務。

4.5 確保客戶個資安全

台灣大哥大於 2004 年成立資訊安全委員會，當責處理跨單位資訊安全工作協調，輔導及協助各單位推動資訊安全改善，定期進行內部稽核作業，以獨立及客觀的評估確保作業遵守資訊安全政策。每年度均順利通過主管機關實施資訊安全管理作業評估，以及相關行政檢查，且經由定期外部稽核作業，依「ISO/IEC 27001 國際資訊安全管理系統」之控制要求，檢視資安推動落實度。此外，委員會亦成立緊急處理小組，以快速因應資安相關事件，降低衝擊、防止再發。有效提升資安管理水準，致力成為用戶最安心信賴的電信公司。

經由資訊安全政策的落實，便可提供用戶更全面與優質的安全保障，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，另再經由系統資料存取記錄調查，以確保內部未有不當存取客戶資料之行為，使用戶均能放心地使用我們的各項服務。

我們持續強化安全管理作業，陸續推動多項專案，以切合組織需求，並將資訊安全作業在地化及生活化。摘錄 2014 完成專案項目如下表，並已於資安委員會提報作業成果與效益。

項目	內容	效益
因應新攻擊趨勢	建置進階持續性滲透攻擊 (Advanced Persistent Threat, APT) 防護設施，補強既有防毒軟體，因應最新駭客攻擊	達成資安目的，防護駭客之長期、持續性的潛伏攻擊手法，落實管理政策，使公司機敏性資料更增保護機制。
取得雲端認證	導入並取得歐盟雲端服務星級驗證 (EuroCloud Star Audit, ECSA)，成為全球第一個通過 ECSA 最高星級驗證的 IaaS 雲端服務。	公司「運算雲」服務獲得 ECSA 驗證，也通過 ISO27001 及 ISO27011 等國際資安認證，加上 24 小時 365 天全年無休的資訊安全監控中心 (SOC, Security Operation Center) 進行監控與管理，可隨時掌握服務的安全性及穩定性，給予用戶最安心的服務。
啟用行動設備管控	針對員工利用行動裝置 (如手機、平板等)，進行相關管控，如密碼要求、螢幕鎖定、遠端抹除等	利用有效的行動裝置管理，安全存取公司系統資源、防護資料遺失，進而提昇員工作業效率與強化公司競爭力的資訊環境。
滲透測試	藉由外部模擬駭客行為測試，協助了解入侵者可能利用的途徑，提出改善建議	1. 稽核資安防護規劃的強度。 2. 驗證現有系統安全性。
資安作業標準化之衡量指標	建置各項量化指標 (如：風險值、KPI 等)，使資安作業有標準化之衡量指標	彙集各項重要之 KPI，用以定期檢視公司資安體質，自統計以來，各項資安指標均有逐步提昇之趨勢。

4.6 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，並安排免費第三公正量測單位至現場實地量測並給予專業解說，2014 年台灣大哥大接受民眾申請量測服務達 110 件，近三年合計達 323 件，量測結果全數符合 NCC 規範的電磁波標準值。

我們並與台灣電信產業發展協會會員共同舉辦電磁波巡迴量測服務，委託第三公正單位至北、中、南、東各地進行，持續在各縣市相關單位，向機關團體宣導正確電磁波觀念，並發揮產業精神，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，於全台各地廣為發送。

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如右：

台灣大哥大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 (NCC) 把關確認完全符合 ICNIRP 標準。

“

「基地臺射頻功率遠低於標準量，
對於包括老人、孕婦及孩童在內的
民眾均是安全的」

～ IEEE：於 2000 年報告

”

“

「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」

～ ICNIRP：於 2004 聲明

”

“

「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」

～ WHO：2011 年 6 月第 193 號文件 (Factsheet)

”

5. 社會參與

核心理念

「企業有多大，責任就有多大，真心關懷，就是行動的開始！」

台灣大哥大秉持立足台灣、關懷在地的精神，於 1999 年成立台灣大哥大基金會，從社會各種不同的需求中出發，長期投注人力和資源於弱勢族群、身心障礙關懷、青少兒人格發展、預防社會問題等議題，並結合核心資源，促進數位共融及提升國內數位文創軟實力。台灣大哥大持續以服務社會、回饋大眾為己任，與民眾一同建構更和諧、永續的社會。

承諾與行動

我們善用四大核心資源，語音服務、網路頻寬、數位內容及新創服務，以核心職能帶動公益科技化，協助公益團體跨進數位應用、培養影視音人才及媒合公益團體數位行銷人才，並透過各式藝文活動關懷在地文化。更建立完整的企業志工制度，將企業社會責任內化到員工思維中，由上而下推廣社會責任，由下而上落實社會參與。

- 11 年 9 度榮獲遠見 CSR 企業社會責任獎
 - ◇ 2015 「CSR 年度大調查 - 服務與金融組」楷模獎
 - ◇ 2014 「公益推動組」首獎 - i 無限數位公益
 - ◇ 2013 「教育推動組」首獎 - 培育青少兒健康的資訊素養
 - ◇ 2012 「整體績效組」「社區關懷組」楷模獎 - 憂鬱症防治
 - ◇ 2011 「教育推廣類」首獎 - myfone 行動創作獎
- 連續 7 年 (2007-2013) 榮獲《天下雜誌》天下企業公民獎
- 2014 年社會投資成本共計達 125.2 百萬元
- 「i 無限數位公益」專案 2014 年共 181 家 NPO 參與，共發表 8 項成功案例。
- 2014 年共舉辦 14 場企業志工活動，總計 559 志工人次參與，足跡遍佈 6 縣市，共投入經費 99.1 萬元，累計共 53,991 人次受益。

展望與規劃

台灣大哥大一直追求經濟、社會、環境面的平衡發展，身為數位匯流的領航者，我們將持續運用企業核心資源，來關懷及服務社會，不僅是提供贊助，更要協助弱勢團體提升數位能力，並推廣全民社會責任教育，積極促進社會共融、奠定永續基礎。

展望未來，在 4G 時代資訊快速傳達的背景下，我們將特別著重於國內數位內容產製人才的培育，以提升國內文創軟實力，並媒合數位人才與公益團體的跨界合作，帶動公益科技化，使社會效益極大化。

台灣大哥大的各項社會參與專案主要由台灣大哥大基金會推動，每年預算皆於前一年度基金會董事會通過，其預算書均依照「交通部審查交通事務財團法人

設立許可及監督要點」之規定報備主管機關及於基金會官網辦理資訊公開，以落實公開透明與定期監督，各項專案於年底董事會均需報告執行成效與研擬新一年度計畫內容，當年度決算書亦於次年度報備主管機關並辦理資訊公開。各事業群亦積極結合核心業務，依社會需求推動各項解決方案，期能促進社會共融，落實社會責任正向驅動力。

5.1 數位應用 創造新價值

M+ Messenger

M+ Messenger 提供官方帳號，開放給全台 2,645 間小學、739 間中學免費申請，提供學校老師及家長之間更方便、更即時的溝通平台，目前共有 12 間中小學享有此一服務，遍及臺北、臺中、臺南、金門等全國各地。(截至 2014 年底)

M+ Messenger 為全台 7851 個村 / 里長建立溝通管道，在智慧手機上隨時為村 / 里民服務。行動村里服務遍及全國 19 個縣市，深耕台灣社區每個角落。(截至 2014 年底)

台灣大哥大自行開發的 M+ Messenger 積極走入用戶的在地生活，努力為每一村里、每所學校打造即時溝通管道！透過 M+ Messenger，用戶可以收到居住村里的權益通知，得知孩子學校的近期活動，進行即時親師溝通。M+ Messenger 深耕行動生活圈，讓用戶在數位化生活中，利用通訊軟體使得溝通的人際範圍更廣並加強問題解決時效！



行動村里專案，解決社區溝通問題

M+ Messenger 與”全球定位股份有限公司”合作，成立”行動村里”專案，提供全台灣所有村里免費開設官方帳號。全台七千多個村里，在 M+ 開設官方帳號的村 / 里長高達九成。藉由數位溝通管道的建立，村里長可以在智慧手機上隨時為村 / 里民服務，深耕服務台灣社區的每個角落。民眾只要加入自己所在地的村里官方帳號，就會即時收到村里長的公告，例如村里節慶活動、打預防針、垃圾車時間等村里民權益通知，藉由在地方案的推動，里民意見能夠快速反應，提昇村里長案件申辦效率與品質，擴大鄰里訊息流通，強化里長服務效能，M+ Messenger 的多樣化溝通管道讓社區經營也能數位化。

M+ Messenger 平台提供校園家庭聯絡解決方案

M+ Messenger 推出免費官方帳號服務，開放各級學校自由申請，作為學校提供資訊的新管道；像是舉辦運動會前一兩天即可以透過 M+ Messenger 主動提醒家長，讓家長更容易安排參與時間，也方便親師間即時溝通。目前全台已有多所公立小學向 M+ Messenger 提出申請，連外島地區像是金門縣的西口國小、金湖國中也建立了官方帳號，訂閱的家長就可以即時收到學校重要訊息通知。

同時，M+ Messenger 提供了百人群組功能，讓老師們可以建立和管理班級群組。建立群組後，學生、家長可自行搜尋加入，老師不用再費心收集家長的電話後一一邀請，還可設定審核功能，避免不相關的人士加入。

群組內除了資訊佈達的功能之外，還能針對學生事務提出討論，有效的搭起老師、學生、家長間的溝通橋樑，也讓即時通訊軟體發揮社群力量，成為最便利的電子聯絡簿。

社團、營隊、同好，隨時隨地分享活動資訊

除了個人用戶，學校社團、營隊或民間同好會等都可以使用 M+ Messenger 作團體內之溝通渠道。現代人越來注重健康重視健康，也有股運動風氣瀰漫，許多人會利用公餘或課後時間，相約各式運動社團活動。透過申請，M+ Messenger 即可免費為任何運動社團開立官方帳號，除了可以相約一起報名重要賽事外，平日與車友或跑友連繫都可以即時交流。

在 2014 年，M+ Messenger 與臺北市自由車協會 NeverStop 合作，提供官方帳號等溝通工具，參與大小超過 10 場賽事，不論是賽前報名、賽況即時轉播、賽後成績等資訊，都可以透過 M+ Messenger 加速訊息傳遞效率，提升運動服務品質。

2014 年 7 月，由台大資管系學生舉辦的資管營隊，也使用 M+ Messenger 做為營隊溝通工具。不只是營隊工作人員之間的事前準備工作，營隊期間的課程及活動佈達等，都可以透過 M+ Messenger 告知參與營隊的各校高中生，隊輔與隊員更成立群組，將課程內容、時間安排等重要訊息公告在佈告欄，所有成員更可透過 M+ Messenger 討論，有效提升溝通效率，落實數位生活。



企業參訪 - 台大資管營活動

營隊期間，台灣大哥大也提供企業參訪，讓營隊學員了解即時通訊軟體的開發與營運，並參觀台哥大數位生活門市，藉由使用手機、平板、APP 等全面服務，體驗數位匯流與雲端服務。

創新服務推廣

引領全民享受數位匯流、智慧生活新時代，致力推廣免費下載創新生活 APP

科技的進步帶來全新便捷的數位生活，台灣大哥大透過創新服務，讓全民可以將音樂、書籍、影音、運動隨身帶著走，透過創新服務 APP 推廣活動，讓民眾免費體驗及下載，享受數位便利生活。跨平台、跨載具，走到哪都可享受第一手便利，拓展數位生活新視野。同時也節省地球資源的消耗，讓全民享受環保又便利的數位生活。2014 年共計有 54,971 人次進行數位創新服務 APP 體驗，並下載 109,014 個新創服務 APP。

2014 年推廣的創新服務免費體驗及下載活動有：

為共同推展智慧生活新浪潮，台灣大哥大在「智慧城市展」打造雲端數位內容服務體驗區，展出 7 大新創加值服務以及台灣大寬頻 HomePlay 多螢分享服務、台灣大 6 星級 IDC 雲端機房等，為個人、家庭至企業推出完整解決方案，讓民眾隨時、隨地、隨身享受便利的智慧行動生活。

在「國際書展」，台灣大哥大持續推廣「myBook 行動閱讀」，民眾可以「行萬里路」同時「讀萬卷書」，以一個新的閱讀模式創造更多閱讀樂趣。為了增加民眾閱讀動力，myBook 提供豐富的電子書、當期雜誌，提倡數位閱讀的風氣。





TLC 台北野餐日



智慧城市展



國際書展 - mybook 行動閱讀

台灣大哥大於智慧城市展、書展耗資 500 萬，設置體驗攤位推廣數位閱讀及其它新創數位服務，讓民眾親自體驗智慧行動生活

另，台灣大哥大參與「TLC 台北野餐日」，邀請民眾呼朋引伴、攜家帶眷一起走出戶外享受野餐樂趣外，也體驗創新服務為生活帶來的便利。台灣大哥大特別規劃「樂載一起」免費下載 APP 活動，只要下載就送滿天星餅乾，還可以玩轉樂抽野餐用品。

台灣大哥大與台灣文創首屈一指的霹靂國際多媒體策略聯盟，在台北 / 高雄兩地舉辦的「霹靂武俠特展」，本土文創與數位文創交織出新火花，雲端霹靂，民眾 e 指即可擁有。

此次國內兩大本土企業數位與文創破天荒的聯手出擊，霹靂布袋戲中的所有人物，不論是素還真、葉小釵，還是一頁書等人物，統統都將走進台灣大哥大的數位平台。不但開創霹靂走進數位行動的第一哩 (first mile)，同時透過台灣大的新創服務，也串起文創直通用戶端的最後一哩 (last mile)，邁出跨平台、跨載具「文創行動化」的新視野。此次的跨界合作內容台灣大哥大贊助 200 萬，共同推廣「霹靂武俠特展」並且於展覽期間投入 100 萬的經費，設置免費體驗攤位，讓霹靂迷可親自體驗 (mybook、myVideo、myMusic、M+ Messenger) 雲端霹靂的樂趣。

另外，於台北富邦馬拉松、ICRT Battle of the Bands，也積極為不同喜好的族群，提供專屬的數位生活 APP 服務。

5.2 促進數位共融

i 無限數位公益

台灣大哥大基金會為了協助公益團體跨入行動服務與數位潮流，首推匯集數位方案於一身的「i 無限數位公益」計畫，我們整合企業核心能力與資源，將數位應用力培植於公益團體組織中，以數位槓桿力提升社團數位應用力、培養數位人才、加強 NPO 內部組織運作效能與外部募款能力，彌補公私部門無法協助的社會弱勢，擴大台灣社會關注且投身公益議題的目的。

2014 年，總計共 181 家 NPO 參與，共發表 8 項成功案例。除微樂志工與 NFC 防走失智慧手環進行第二期開發外，還包括 3 部公益微電影與 3 支公益主題曲陸續上線，其中，唐氏症基金會由真實個案演出之「天使 21 號」，上線一個月已接近 40 萬人次點閱；全國第一支採用最新技術的「NFC 防走失智慧手環」，造福廣大的失智者、心智障礙者等族群找到回家的路；「無礙自由行 APP」透過群眾外包擴大公民參與的方式累積資料庫，提升全國約 400 萬身障朋友、銀髮族及娃娃車族群的行動力；全國首創早療遊戲 APP「泡泡歷險記」，復健治療進入行動時代，幫助百萬幼兒潛能開發；「微樂志工」全國首創的跨平台志工服務，鼓勵全民利用零散時間輕鬆做志工。

微電影 用影像感動行銷，突破傳統募款瓶頸

為打破公益團體傳統行銷手法，台灣大哥大號召 myfone 行動創作獎微電影得獎團隊，以真實個案改編，在 2012 年度協助肯愛協會、救助協會、得勝者教育協會分別拍攝三部影片。「11 點的秘密」敘述憂鬱症媽媽如何為了孩子走



2014 i 無限成果發表 微樂志工大使詹詠然、詹皓晴與公益社團共同出席

出陰霾；「拜耶穌的阿嬤」以詼諧手法點出隔代教養下，弱勢家庭兒童課後陪讀的重要；「標籤少女」則透過科幻手法強化得勝者的青少年品格教育。3 部微電影於 2013 年上線三個月總共協助社團募到 9 百多萬元，與前一年度同期相較，總共多募得近 6.6 百萬元，大幅紓解公益團體勸募瓶頸，擴大服務對象與範圍。

2013 年度協助第一基金會、台灣癌症基金會、門諾基金會拍攝三部影片，「爺爺的秘密情人」敘述偏鄉銀髮族透過日托站找到生命中第二春；「小華，去哪裡」一位罹癌媽媽的擔心，點出心智障礙者年老後該何去何從；「變身」避開癌症家庭的沉重與悲情，看到突破自我奮鬥後所創造出的更多可能性。其中為第一基金會募款之「小華，去哪裡」，在 2014 年 2 月 5 日上線一個月內，即衝破 20 萬點閱次。



2014 年度協助勵馨基金會、台北市脊髓損傷基金會、唐氏症基金會拍攝的三部影片中，「希望之門」以社工救出的家暴婦女在受到安置後、活出自我為故事題

材，期待透過微電影的行銷募款，讓更多人一起參與籌建計劃，幫助受暴婦幼從創傷中復原，在生命中重新得力，為受暴婦幼開啟一扇「希望之門」。「前進一步」表達出一位因車禍意外導致脊髓損傷的父親，靠著兒女的陪伴，踏出受傷的第一步，這部由台灣藝術大學廣電系與電影系在校生與畢業生組成的劇組，將對影像創作的熱愛注入在創作中，用嚴謹認真的態度處理微電影的各個細節，期待能藉由微電影的行銷宣傳，提升脊髓損傷者的社會參與，創造一個友善社會環境。「天使 21 號」以唐氏症基金會裡的學員案例故事改編拍攝而成，劇組為呈現媽媽的心路歷程，設計多個場景表現出作為唐氏症兒母親心情的轉折。一位唐寶寶，靠著自身能力，交給辛苦帶他長大的媽媽第一份薪水，劇中真實唐寶寶的奮力演出，令人不禁動容，唐氏症基金會希望透過微電影，倡導社會大眾多以耐心與包容心，幫助唐氏症兒走入社會。



每一年度的公益微電影均會搭配網路行銷活動，活動期間內(3 個月)於 Youtube 平台影片點閱每 1 人次，台灣大哥大基金會捐款新台幣 1 元，捐款上限 10 萬元，希望藉此能集結網路年輕族群一同關注弱勢議題、響應公益募款。

主題曲 跨越藩籬，透過歌曲唱出不一樣的公益理念

在 2014 年度，首次邀請「myfone 行動創作獎」原創歌曲鈴聲組得獎團隊，協助得勝者教育協會、台灣希望之芽協會、光仁社會福利基金會量身打造專屬獨一無二的公益主題曲。其中「夢想的時代」以 POP ROCK 音樂風格，鼓勵青少年甩開憂鬱、實踐自己的夢想 Be A Champion；「讓希望發芽」以東語 "我歡迎你 (yea - suwa - gon - n - nya)" 五個音節貫穿整曲，並加入東語兒歌配合東南亞風音樂做為間奏，展現可愛、真誠的東國風味歌曲；「光芒」以輕快明亮的節奏、金色溫度點亮愛，融化民眾與身心障礙者距離。三首歌曲完整展現公益社團精神與特色，用容易傳唱的旋律引起民眾對社團的關注、更提供這群文創人才一個再展光芒的舞台與機會。

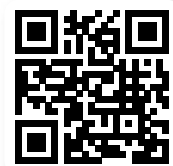


「微樂志工」供需媒合行動數位化

「微樂志工」是全國第一個跨網站與 APP 的免費、公益媒合平台，提供公益團體刊登志工及物資招募、語音捐款、與志工留言互動等功能；民眾可透過行動裝置，利用零散時間檢視附近活動輕鬆報名做志工、捐物資做愛心、透過社群網絡與朋友分享活動、台灣大哥大用戶還可直接撥語音專線捐款，讓忙碌的現代人，能夠善用手机隨手做公益。

微樂志工平台自 2014 年 3 月上線後，已超過 170 家公益社團申請上架，超過 9,000 人下載 APP，超過 600 人成功報名活動，讓志工服務型態產生新的革命，吸引更多年輕學子與專業人士貢獻所長，一起投入公益服務，轉化社會風氣，實踐施比受更有福的價值。

微樂志工網站 www.isharing.tw



「無礙自由行 APP」- 身障朋友及行動不便族群出門在外的好幫手

「無礙自由行 APP」是整合食衣住行娛樂的全國無障礙資訊平台，結合行動裝置，隨時隨地查詢周遭旅遊景點、文化場館、住宿飯店、餐廳及購物商場等地的無障礙設施。幫助全國約 400 萬行動不便的身障朋友、銀髮族及娃娃車族群四處趴趴走。自 2013 年推廣近兩年，截至 2015 年 4 月累計資料近 4,000 多筆，多集中於雙北及花蓮等區域。

經過兩年的育成扶植計畫，無礙自由行 App 不論是資料庫或是平台功能均已成熟，台灣大哥大基金會陪伴公益團體踏出數位第一哩路的階段性任務已完成，為期待公益團體能在數位領域茁壯成長，故將「無礙自由行 App」捐贈給行無礙資源推廣協會，由協會獨立運作，台灣大哥大基金會以輔導的角色持續關懷。



NFC 防走失智慧手環 2.0



「NFC 防走失智慧手環」- 穿戴式科技幫走失者回家
近年台灣人口逐漸老化，失智人數也隨之增加。台灣大哥大結合畢嘉士基金會、老人福利推動聯盟，合作研發內建 NFC (Near Field Communication) 晶片的防走失智慧手環。民眾透過具 NFC 感應功能的行動裝置感應手環資訊，大幅簡化走失者協尋及通報程序，且不必下載 APP 等應用程式，對協尋者來說非常方便。手環自 2014 年初推出後，一方面獲得廣大回響；另一方面我們同時努力收集使用



者回饋，並在同年 12 月推出 2.0 版本，使手環更輕薄，提升配戴舒適。並擴大全國申請，幫助更多失智者、精神障礙族群或幼童等找到回家的路。截至 2015 年 4 月手環申請數量已達 712 條。

「泡泡歷險記 APP」早療復健普及化，延伸至居家治療



「泡泡歷險記 APP」為國內首創針對發展遲緩兒童早期療愈及復健的平板遊戲，其對照復健指標有助於孩子的治療延伸至居家，從遊戲中學習運用肌肉、增強語言理解、訓練表達能力、發展認知學習。供醫生、老師、家長作為觀察孩童復健依據之一，

透過遊戲加強親子溝通，甚至提供學校在身心障礙兒童教育的運用，讓復健治療進入行動時代，造福早療兒及其家庭，減輕家屬前往不同種類治療中心耗時耗力的困擾，同時也有助於提升全國 6 歲以下 140 萬幼兒潛能開發。



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 100，200，300，500，1,000，1,500，2,000，3,000 到 6,000 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。

於 2013 年 2 月在行動客服 App 中新增「我要捐款」之功能，方便用戶隨時隨地能使用 App 進行捐款，省去語音撥打時間，以行動化大幅擴及年輕捐款族群。讓智慧型手機成愛心存摺，個人化的即時查詢，擴大持續性捐款效益。

自 2005 年 12 月啟用至 2014 年底，已有 67 家社福團體在本系統上進行募款，協募成效也逐步成長，累計募款金額近 6 千 3 百餘萬元，累積捐款人次近 14 萬人，涓滴細流，匯成江海，更代表了台灣公民社會中穩定持續的良善力量。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，不僅提供公益團體溝通交流的平台，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。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。

5180 捐款成效

年次	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
捐款金額 (萬元)	289.94	420.37	701.26	784.68	722.00	779.09	745.20	861.50	955.55
捐款筆數	7,177	11,448	16,286	17,662	16,391	15,557	15,605	19,815	20,689

myfone 學堂 免費門市數位課程

myfone 學堂 2014 年於全台 30 家門市進行了將近三百場的消費者課程，服務近千位消費者。

隨著行動數位生活的發展，行動裝置的普及，讓消費者產生了想要更瞭解如何使用智慧型裝置的需求。台灣大哥大也由進店客戶的詢問手機操作問題中，瞭解了客戶需要的服務，於是規劃在門市固定開設免費手機應用、網路服務等課程，來解決客戶各式手機的疑難雜症。

myfone 學堂從基礎的「開始用 iPhone」、「開始用 Android」到進階的生活應用 app 教學（雲端大解密、超活用筆記術、旅行 app 分享等等），還有行動生活必備的加值服務使用教學（myVideo、myMusic、mySports、M+ MESSENGER Messenger）。多元又豐富的 3C 情境課程，滿足更多不同的需求，例如「打造個人微劇院」、「數位生活的音樂饗宴」等，讓用戶們更能體會數位生活的應用。

用戶在 myfone 門市裡不只能購買便利生活的智慧型手機，透過 myfone 學堂還可參與多樣的 3C 教學課程；也讓行動通訊服務不只有語音的溝通，也可以享受眾多新創數位服務，可以線上閱讀、聽歌、看電影，讓生活更加地便利與豐富。

數位教材

台灣大哥大自 2009 年發行數位教材，類別涵蓋音樂會演出實況、培養青少兒健康網路素養、數位影像創作、數位編曲、環境教育與人文關懷等多元內容。我們積極說服合作夥伴、音樂家提供公益版權，甚至努力取得價格昂貴的國外樂譜公司授權，由台灣大哥大將這些極具教育意義的影片，限量發行製成數位教材，免費提供給學校、圖書館及其他文教相關單位等。

教師在做教學準備或製作教材時，常透過網路搜尋引擎找尋相關的教學資源。然而，搜集的資料未必完全適用，內容品質亦參差不齊，更遑論取得公播授權。為彌補教育缺口，有別於市面上一般影音光碟，台灣大哥大以教學為導向製作數位教材，包含專業知能手冊輔以豐富影片，特別邀請專家撰寫深入淺出的解說，設計教案或學習單，更貼近授課與學習需求，針對各項主題循序漸進的引導學習，對於成長中的孩子更是難得可貴的學習教材。

至 2014 年底，已累積出版 27 套教材，致贈超過 30,717 份，獲各界肯定。數位教材免費申請辦法請上「台灣大哥大基金會」網站搜尋。

數位生活台北文創店 - LED 牆公益檔期

松菸文創園區為台北市新興的休閒場所，除了文創產業的進駐，商場及其他園區設施聚集了各個年齡層的群眾，台北數位生活門市外的 LED 牆面是園區內曝光度最大、最有效的數位媒體。提供公益活動廣告時段的輪播，強力推廣當今重要公益議題，喚起大家的重視。

· 成效：

2014 年共提供 7 個檔次，相當於 \$2,240,000 的贊助

檔次	內容	露出時間
1	NFC 防走失智慧手環起跑記者會	包版四小時
2	富邦藝術基金會富邦講堂春季課程推薦	輪播一個月
3	勞保局（打工加勞保）	輪播一個月
4	富邦藝術基金會 2014 粉樂町宣傳 第一波	包版二日 輪播二周
5	富邦藝術基金會 2014 粉樂町宣傳 第二波	包版一日 輪播二周
6	富邦藝術基金會 2014 粉樂町宣傳 第三波	包版一日 輪播三周
7	客委會美食推廣	輪播一個月

5.3 關懷在地文化

媽祖運算雲服務 全民參與文化盛事

台灣大哥大身為在地數位生活的領導品牌，秉持在地出發、關懷在地的精神，善盡企業社會責任，積極與在地文化連結。透過大甲媽祖乘「運算雲服務」出巡專案，台灣大哥大讓媽祖信眾隨時掌握大甲媽祖鑾駕即時位置與實況轉播，解決老年人與行動不便民眾無法參與在地文化的困擾。由台灣大哥大開發與營運的雲端服務「運算雲」，與大甲鎮瀾宮獨家合作，在每年吸引國內外百萬人共襄盛舉、總路程超過 300 公里的大甲媽祖祈福遶境中，將遶境即時衛星定位服務搬上「運算雲」服務平台，讓無法參與遶境活動的民眾也能透過電腦、智慧型手機 APP 掌握大甲媽祖的即時動態；而參與遶境的隨行信眾，也可透過此一網站隨時掌握即時氣象、周邊用餐、盥洗位置等最即時、最便利的大甲媽祖遶境資訊。統計在 2014 年的大甲媽祖遶境活動，透過活動網站瀏覽的頁次超過 55 萬，APP 下載超過 5 萬次。

909 手機語音導覽

台灣大哥大自 2004 年起首創手機語音導覽服務，利用行動通訊資源建置手機語音導覽，扶植藝文推廣。透過建立展覽數位資料庫，讓手機成為專屬隨身導覽員，民眾可隨時隨地了解精彩的展覽內容。

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。包含朱銘美術館、屏東海洋生物博物館、鶯歌陶瓷博物館等場館及北投環境博物園區手機語音導覽等常態性語音導覽服務。此外，因應北投當地國際觀光遊客多，2013 年 9 月底更特別精選 41 處重要景點，推出「英、日文語音導覽服務」，讓外籍遊客也能輕鬆暢遊北投。

我們也不斷與各國際性大型特展合作，至目前已與國內 19 個展館合作 39 檔展覽，推出藝術、文化、社區、歷史、古蹟、生物等多元的語音導覽服務。每場導覽並邀請原作者或美學大師，如蔣勳、朱銘、文學 / 畫家雷驤、金曲 / 金馬音樂製作人雷光夏父女檔等人親自撰稿、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。手機語音導覽系統，自 2004 年起至 2014 年已累積超過 27 萬人次、聆聽超過 3.2 萬小時。

909 手機語音導覽服務歷年使用量

年度	人次	小時數
2004	32,119	990.2
2005	19,016	408.7
2006	2,256	387.7
2007	3,679	766.4
2008	62,697	11,527.1
2009	27,223	2,146.8
2010	14,545	3,556.2
2011	27,513	5,396.7
2012	23,110	5,323.8
2013	23,317	964.5
2014	37,671	1051.5
總計	273,146	32,519.6



董事長蔡明興贊助網球黃金女雙詹詠然、詹皓晴姊妹



2014 年贊助 LPGA 台灣錦標賽



台灣大哥大日月潭音樂會「我們的未來不是夢」

支持台灣體育

台灣大哥大致力於提供消費者輕鬆簡單、愉悅、人性化的行動生活，也透過運動行銷實踐「與你生活在一起」的品牌精神，力挺國內運動盛事不遺餘力，自 2003 年起贊助經費累積超過 4.5 億。2014 年開始贊助網壇黃金女雙詹詠然、詹皓晴兩姊妹、多年贊助高爾夫球國手曾雅妮並肩負行銷台灣的使命感，要讓世界看見台灣！

台灣大哥大亦為「2014 富邦 LPGA 台灣錦標賽」頂級贊助商，為近年來蓬勃發展的台灣女子高爾夫運動，注入更多正向的力量，同時也希望透過國際體壇賽事的舉辦，提升台灣的高球環境，將台灣選手推向國際舞台，展現實力，分享榮耀！

除高爾夫球運動外，我們連續 6 年贊助「台北富邦馬拉松」，帶動城市的朝氣與活力。未來，台灣大哥大仍將持續支持體育活動，扶植選手及鼓勵國人培養運動愛好，帶動全民健康風氣。

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。



「台灣大哥大音樂會」粉絲團

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募款管道，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。自 2011 年起結合藝文與公益，已幫助 15 家 NPO，募得 2,029,769 元！

我們在 2014 年間共舉辦 3 場主題式音樂會：挑戰高海拔、極低溫的「阿里山日出印象音樂會」、風光明媚配合華麗煙火的「我們的未來不是夢」日月潭花火音樂會、在新落成且被譽為世界新九大地標之一的臺中國家歌劇院舉辦首場音樂會「致偉大」，以多元化的面向提供民眾新的視野與體驗。2005 年迄今已於全省各地舉辦過 41 場大型戶外音樂會，超過 55 萬人次蒞臨欣賞！



台灣大哥大胡乃元音樂會「致偉大」為台中國家歌劇院首場古典音樂會

2014 音樂會場次列表

日期	主題	地點	表演團體	公益團體
2014.1.1	阿里山日出印象 台灣大哥大音樂會	嘉義縣阿里山對 高岳觀日坪	樂興之時管絃樂團 指揮 / 江靖波 女高音 / 詹怡嘉 舞工廠踢踏舞團 樂興之時女聲合唱團	
2014.10.25	台灣大哥大日月潭 音樂會「我們的未 來不是夢」	日月潭水社中興 停車場	樂興之時管絃樂團 指揮 / 江靖波 男高音 / 王典 女高音 / 林玲慧 台大合唱團	靖娟兒童安全 文教基金會
2014.12.7	台灣大哥大音樂會 「致偉大」	台中國家歌劇院	胡乃元與 Taiwan Connection 室內樂團	天使心家族 社會福利基金會

無牆美術館

數位生活台北文創店

處處充滿美感與驚喜是「台灣大哥大 數位生活」最大特色，以文創的氛圍包裝數位科技的內容，超過 4 米的大牆面，透過與富邦藝術基金會合作，放置國內外頂尖藝術家作品，落實無牆美術館，讓藝術無所不在！

2014 年共計有 3 檔，含藝術家 Tim Budden、CANLOVE、曾偉豪個別展出不同藝術創作，讓民眾更親近了解藝術品。於展覽期間投入 100 萬以上的經費，共計有 24,000 人次進行參觀。



藝術家	展覽簡介
Tim Budden	喜歡葉子與蝴蝶的 Tim Budden，覺得葉子的形狀和顏色非常有趣，而蝴蝶則是一種美麗而脆弱、卻又極富生命力的生物。他為「台灣大哥大數位生活」量身打造的全新作品，利用創新的手法改造傳統剪紙，讓剪紙不再只是平面的藝術，而是透過壓克力顏料的渲染和光影的立體投射，使剪紙的視覺效果更加飽滿豐富。隨著光影變動、刻意的留白以及壓克力的立體效果，這六片翻飛的葉子，彷彿真實飄落在松菸歷史新舊並存的歷史空間中，而悄悄藏在作品之中的蝴蝶，不僅串起四季的更替，也串起 Tim Budden 對於台灣及中國剪紙的新影響，讓這項傳統藝術跳脫既有的框架。
CANLOVE	「每一個罐子內都藏著驚奇，我們想要向世人證明只要以愛相待，任何事物都有美麗的一面。」 噴漆罐可以是揮灑創意的材料、也可能是破壞作廢的工具，由兩位美國藝術家 DJ Neff 與 Paul Ramirez 共同創立的 CANLOVE，在廢棄噴漆罐中看見繽紛的無限可能。CANLOVE 來臺的故事是這樣開始的：國際藝術組織「POW! WOW!」邀請了四十位海內外藝術家在臺北進行壁畫創作，也因此留下了一千個噴漆空罐，自然成為 CANLOVE 大展身手的好機會。他們將生硬的鐵罐轉化為有機元素，花朵、雨水、與各種美麗顏色，展現藝術家對於創作的熱情與大自然的關懷。
曾偉豪	或許我們不曾特別留心，但在環境中的每段對話、每個聲音都有其獨特的頻率，在人與人交談或人與環境互動的同時也被這些獨特的頻率穿透，而藝術家希望放大這樣的經驗，讓觀眾親身感受到這樣的穿透。 作品中黑色區塊像是城市裡建築物的剪影，但其實是藝術家錄下一段自己說話聲音的頻率圖；換個角度，建築剪影其實可以想像成是城市所發出的聲音，如長條圖高低錯落、自有其節奏變化，而在城市中生活、移動的我們，既是共同創作城市音景的人、也同是靜心聆聽的人。 藝術家利用人體也會導電的特性，將聲音藉由身體的連接播放出來，同時以視覺、聽覺加上觸覺的互動方式，就像一座由聲音所構成的城市風景進入了身體。



外籍族群嘉年華



關懷陪伴在地外籍族群

外勞嘉年華齊聚一堂，大解思鄉之情

為了讓在台工作的外籍勞工朋友，可以有正當的休閒娛樂並且可以跟同鄉聚會，歡度節慶。因此 2014 年台灣大哥大特別提撥 300 萬元的經費，在中秋節舉辦中秋越團圓演唱會，在印尼開齋日後舉辦 2014 Winter Festival 印尼演唱會，兩場大型演唱會邀請外勞國家當紅巨星來台演唱，多組歌星輪番上陣，將現場演出帶到高潮，並與外勞朋友齊聲高歌合唱，不僅讓外籍朋友一解鄉愁，歡渡節慶，進而更開心地在台工作。

・2014 年成效：

- ◇ 4000 人次參與越南演唱會（越南演唱會 2014 年為首次舉辦）。
- ◇ 15000 人次參與印尼演唱會（印尼演唱會連三年以上舉行，每年增加 1000-2000 人次。）

5.4 核心職能回饋社會

普及服務

2009 年起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，持續配合「村村有寬頻」、「部落有寬頻」政策，提供阿里山山美、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 15.5 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。

此外，2013 年推動偏鄉寬頻升速建設，積極響應政府縮短城鄉數位差距的政策，為了讓偏鄉民眾享受更穩定、更快速的寬頻上網服務，提升阿里山鄉山美村、茶山村及新竹縣尖石鄉義興村的寬頻上網速度。配合升速作業，抽換並重新佈放芯數不足光纜，更換設備及卡板，上網速度再由 12Mbps 一舉升到 100Mbps，2014 年度普及服務的維運費用合計 2,003,572 元。

視訊系統

公益團體服務對象於全省各地，過去社工經常需舟車勞頓，教育訓練、溝通會議等交通費用驚人，台灣大哥大基金會截至 2014 年 12 月 31 日止共為 13 家公益團體，82 個據點提供視訊會議服務與教育訓練，已協助社團節省超過新臺幣 357 萬元交通費、節碳超過 105 公噸、視訊教育訓練超過 18,000 人次。

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。

獨居老人關懷

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，每年率領百餘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。

7 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盼來年再聚，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！

2014 年 1 月，百位企業志工們第七度圍爐不只溫暖獨居長輩們，特別規劃當年最熱門的節目「群星會」邀請模仿藝人表演鳳飛飛、鄧麗君與費玉清的經典名曲與長輩一同唱開懷，讓長輩們快樂憶當年。2015 年 1 月，更仿照火紅的電視節目「搖滾玉玲瓏」活動，請來恰恰舞王等藝人現場開跳，老人家不僅被逗得樂開懷，更從活潑的曲目中重溫年輕歲月。

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。根據臺灣憂鬱症防治協會所發佈之「正視憂鬱症所造成的社會經濟負擔」(2009)，全世界憂鬱症人口約占總人口數的 3%。其中提及依衛生署的調查，台灣地區 15 歲以上民眾具有中度憂鬱的人約占總人口數的 8.9%。此外，該文亦指出自殺死亡者生前達憂鬱症診斷者高達 87%。由此可見，憂鬱症在現代社會中已經成為了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 年起贊助肯愛協會，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。2014 年期間台灣大哥大協助肯愛協會服務了近 42,000 人次的憂鬱症患者，抗憂好醫生票選活動則是進入第 5 屆，有 39,476 人次的網友參加票選活動。

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)(註 1)公佈的「103 年臺灣各區域數位機會發展現況」報告，全國上網率已達 78%，其中數位發展 1 級區域 5 級區域之上網率相差達 24.5%；根據研考會「50 歲以上民眾數位機會調查」

（2013.12），50 歲以上民眾上網率 43%：根據「101 年身心障礙者數位機會發展現況」（註 2），身心障礙民眾的上網率仍僅 26.3%。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。

為完整了解實際需求，我們透過書面資料、實地訪查與前置課程規劃，提供電腦硬體設備與維護、網路頻寬等，避免資源浪費與重複，並結合當地非營利組織，規劃切合社區居民需求的課程與活動，讓雙方資源發揮在刀口上，真正增進社區居民的數位機會。

數位落差問題不僅是硬體設備不足，更缺乏教育資源，我們協助輔導在地組織運用 e-learning 資源，賦予其自主管理與數位應用能力，鼓勵受助者成為助人者。除此之外，運用 IP-camera，促進我們與在地組織間的聯繫，精確掌握使用狀況，以及時提供協助；也讓數位中心之間得以互相觀摩，汲取寶貴經驗。

自 2007 迄今，目前持續營運中包括宜蘭蘇澳、台北淡水、萬華、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）、心路社福基金會、桃園脊損、中壢木匠、南投埔里、嘉義東石、高雄鳳山、林園、烏松、大樹、花蓮壽豐、玉里及台東達仁和太麻里等地，結合當地非營利組織共有 17 間數位學習中心持續營運中。透過企業與社區的共同努力，提供網路寬頻、電腦設備及線上影音教學資源，包括基礎電腦課程、網路應用、社群應

用、多媒體製作、文書及影像處理、線上影音教學、電子商務等課程，期能讓貧困兒童、外籍配偶、銀髮族、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。

（註 1）已於 2014 年 1 月整合改組納入行政院國家發展委員會下。

（註 2）行政院研究發展考核委員會：身心障礙者數位機會報告最新版本為 101 年 12 月。

5.5 培育文創人才

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」，以 70 字簡訊和 45 秒鈴聲之特殊格式鼓勵民眾善用最熟悉的生活必需品—手機，隨時、隨地、隨身創作。舉辦 8 屆以來，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。《myfone 行動創作獎》期望藉由持續提供創作者全新的創作平台，發掘優質文字、音樂、圖像及影像內容及人才，進而提升全民軟實力，鼓勵數位內容與文創發展。

隨著行動工具愈來愈普及，行動創作也愈來愈流行，《myfone 行動創作獎》總是隨著科技工具的演進調整比賽項目，即時呼應當代新興工具。近幾年影音平台的蓬勃發展，行動影音創作多元化的趨勢明朗，為因應 影音體驗和電影復興的浪潮，2012 年新增「微電影」組，以「感動」為題，首獎 30 萬元，2013 年，以「改變」為題，鼓勵大家走出自我侷限，改變從自我做起！2014 年提高首獎至 100 萬元並增設「最佳行動影片」獎金高達 50 萬元，鼓勵大眾



2014 myfone 行動創作獎頒獎典禮



第八屆首獎合照

以行動裝置進行創作、參與競賽，更提供作品發表的舞台。三年來，「微電影」組作品共累積達 516 部。另為鼓勵年輕學生加入創作行列，特別設立學生保障名額，透過 myfone 行動創作獎的微電影徵件活動，大量栽培文創影音人才。2015 年將「微電影」更名為「微影展」，並延續影音創作及鼓勵行動影音，設立微電影及行動影片兩組，並為使創作者更多聚焦，將設立主題。

再者，M+ Messenger、line 等風行，各式各樣的貼圖成為潮流，無論是表情符號，還是各式人物、動物、卡通等，小小一只貼圖常超越文字表達、打中人

心，也能跨越種族文化。2014 年第八屆新增「對話簡訊組」及「原創貼圖組」，提供全民新的創作形式及新思維，首度舉辦的「對話簡訊組」共 4,578 件，「原創貼圖組」則造成巨大迴響，首度舉辦徵得 1,168 件。貼圖得獎作品將在 M+ Messenger 上架，讓作品在行動世界中穿梭，隨著即時通訊軟體散布到全世界，展現台灣的文化軟實力。

同樣的理念贏得許多重量級評審的共鳴，簡訊組由大師級的余光中、廖玉蕙、詹宏志、平路、王文華擔綱，鈴聲組由陳子鴻、侯志堅、雷光夏領軍，微電影

組則有小野、戴立忍及楊力州等決審評審，新增的貼圖組則邀請朱德庸、聶永真、輔大猴擔綱。評審一致認為參賽作品水準逐年攀高。

首度參與的音樂製作人陳子鴻肯定作品水準高，2014 的水準普遍來講很不錯，收到進入決選的精彩作品後，一口氣將 100 首鈴聲聽完，相當讚賞參賽者的創意與創作功力。他決定和今年得到前幾名的參賽者簽約成為唱片公司專屬作者，為創作者與業界完美接軌，培養他們在音樂之路走得更深更廣。微電影方面，評審戴立忍表示，今年的作品已經脫離了往年比較集體八股的思維，能呈現主旋律的思考方式，某些作品在完整度與執行面，明顯看出競賽水準已大幅提升。

2014 第八屆 myfone 行動創意講座一覽

日期	講師	講題	地點	人數
4/23 (三)	陳子鴻	音樂創作的理想與現實	中山大學音樂系	80
5/14 (三)	郭彥甫	畫畫帶給我的樂趣！比賺錢還快樂！	復興美工	300
5/22 (四)	楊力州	來自真實的巨大力量	世新大學傳播學院	40
5/28 (四)	輔大猴	「作品能被設計，人生不一定能」－輔大猴的跳 TONE 人生	台師大設計系	40
6/4 (三)	平路	趣味與創意的鏈結	安康高中	750
6/5 (四)	楊力州	來自真實的巨大力量	義守大學影視系	150
6/20 (五)	方文山	創意生活 尋找自我	文華高中	1,200
				合計 2,560

myfone 行動創作獎參賽統計

		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	累計
投稿件數	簡訊	5,232	4,745	22,512	39,494	48,279	44,497	40,562	25,859	231,180
	鈴聲	138	331	424	427	660	470	425	577	3,452
	微電影	-	-	-	-	-	201	100	215	516
	貼圖	-	-	-	-	-	-	-	1,168	1,168
總投稿量		5,370	5,076	22,936	39,921	48,939	45,168	41,087	27,819	236,316
人氣獎票數		-	-	49,674	54,370	65,260	159,399	123,530	147,235	599,468

影響力 1：全民參與、作品質量兼具、影響力倍數成長

- 《myfone 行動創作獎》舉辦八屆以來，無論是投稿件數、講座參與人數、人氣投票參與人數持續創新高，已是全國徵件數量最多的藝文創作競賽。足見《myfone 行動創作獎》已奠定其知名度與地位，成功掀起行動創作風潮。自 2007~2014 年八屆以來，徵件共累計簡訊 231,175 則、鈴聲 3,454 首、微電影 516 部及 1,168 件貼圖作品，總投稿為 236,313 件，為國內藝文比賽重要指標。
- 除了參與人數增加，參與人口廣度也高，第八屆《myfone 行動創作獎》得獎者年齡分佈從 17 歲到 60 歲，而參賽者的年齡分佈則更廣，最小 10 歲，最大 76 歲。青年人主力參與族群，16-20 歲，佔 30.16%，為最主力參與族群，30 歲以下的參與者佔 71.05%。得獎者背景多元：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，反映當下最真實的百年意涵！隨網際網路蓬勃發展，《myfone 行動創作獎》在網路亦造成巨大影響力，每年舉辦入圍作品的人氣票選，更於社群媒體中受到矚目。歷屆得獎作品可參閱網站 www.myfone.org.tw「歷屆回顧」。

影響力 2: 作品反映當代社會意識，成為新時代投影

- 作品貼切反應最夯議題：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、音樂、圖像或影像之美的探討，而是當代人的生活與社會的縮影與紀錄，從每年的作品中，更是反應當年度的時代生活現象。
- 學運、國教、兩代差異、手機上癮症成創作素材：第八屆作品反映 2014 年初讓全台熱血沸騰的太陽花學運，以及從十二年國教、速食愛情、職場生態、兩代差異等生活議題，往年競賽題材多以小三話題為多，2014 年投稿作品無論何種參賽項目，明顯出現以手機使用的五花八門現象作為創作來源，而在網路社群 FB 的行為，也不自覺變成制約大眾的行為模式，橫跨所有組別的作品中都道出了現代人得了『手機上癮症』的趣味現象。詩人余光中曾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。

影響力 3: 孕育人才培育創作平台

《myfone 行動創作獎》以手機為新興創作工具，反應時代需求、科技變化，前所未見地將簡訊視為新文體、鈴聲視為新音樂格式、微電影因應行動影音的需求，貼圖則呼應通訊軟體的新溝通工具，提出行動創作競賽構想。為擴大活動影響力及提供發表舞台、接案及育成機會：

1. 結合台灣大哥大企業商業資源，得獎作品將於集團內相關平台（簡訊達人、來電答鈴、M+ Messenger 通訊軟體）上架，供民眾免費下載。
2. 出資媒合得獎團隊參與公益影音委託製作：結合基金會 i 無限專案 - 委託製作拍攝公益微電影及創作公益主題曲，限定歷屆 myfone 行創獎佳作以上得獎團隊參與比稿，由台灣大哥大基金會出資媒合創作者為 NPO 拍攝募款短片 / 公益主題曲，至 2014 年共拍攝完成 14 部微電影及 3 首主題曲。

3. 舉辦實體影展及線上平台發表：《myfone 行動創作獎》微電影得獎作品，透過「凱擘寬頻數位電視」、「台媒有線電視」及「myVideo」等數位匯流加值服務傳播，提供多元化的發表舞台。2014 年於誠品松菸舉辦免費微電影展，吸引商場附近人潮觀賞。
4. 鈴聲得獎團隊獲得唱片公司簽約及委託製作機會：《myfone 行動創作獎》鈴聲得獎作品，前三名得獎者可與喜歡音樂唱片公司簽約，成為專屬作者，並獲得台灣大哥大基金會公益主題曲委託製作比稿，提供音樂創作者不同形式的產業媒合機會。

為鼓勵評審與創作者的交流，連續三年於頒獎典禮後舉辦「創作面對面」，超過 100 位創作者參與，使 myfone 行動創作獎成為一創作者交流平台，讓創作者和評審針對個人作品提問解答，提供雙向近距離的溝通機會。

台灣大哥大舉辦《myfone 行動創作獎》，以手持裝置為新興創作工具，反應時代需求、科技變化，鼓勵眾多潛力人才投入創作，並培養優質的文創數位內容，進而可以促進數位內容與創作人才的培育，對於核心營運方向形成正向的循環。

青少年行動微電影創作營

網際網路發達與行動裝置使用的普及化，所代表的是一個用影音說故事的競賽時代，亦即『影像力 = 影響力』。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「青少年行動微電影創作營」計劃，自 2009 年起，連續 6 年於北中南東舉辦 2 天免費營隊活動，分別以：2009「手機 show 台灣」、2010「我的潮語字典」、2011「行動報馬仔」、2012「下課

後的天空」、2013「生活中的小確幸」、2014「我的白日夢冒險」、2015「如果今天不用上學」為主題，藉由專業的指導，培養青少年用影音說故事能力，藉以提升青少的影像力與競爭力。

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，結合產業資源邀請頂尖導演如《翻滾吧！阿信》林育賢和《一首搖滾上月球》黃嘉俊導演親自指導親臨監製，輔導創作團隊共同用手機完成 5 分鐘內的短片。2014 年持續邀請陣容堅強的指導老師，如榮獲第 42 屆金馬獎最佳短片的游智煒導演、國際動畫家組織 ASIFA/AWG 兒童動畫工作坊成員張淑滿導演、及多次獲得新聞局優良劇本獎的黃政淵導演等多位國內優秀創作人

過程中不僅透過實際演練拍攝技術與技巧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，技術面，不僅可以提升青少年影像表達能力，價值觀上更將正確的媒體及資訊素養融入課程，且加強智慧財產權觀念。學員們在兩天的活動中，學習到的不只是影像創作能力，更重要的是成為能夠分享社會價值影像的創作者。

隨著科技的演進，網路速度從 3G 到 4G，儲存方式從終端硬碟到雲端，攝影器材從手持走向行動化、穿戴化，台灣大哥大推動影像教育與時俱進，2013 年購置防水功能手機、2014 年引進 GOPRO 穿戴式行動裝置，使數位營隊的課程不斷精益求精。青少年於手機短片創作數位營中所完成之作品，亦藉由不同的管道及平台傳播，或透過參與國內外影展為自己發聲，獲得正面評價，進而帶動青少年投入數位內容創作，使影像教育在此良善的循環下發揮正面影響力與傳播力。



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：由惠林弱勢家庭兒童課後陪讀班團隊拍攝的「淡水新遊記」入圍第四屆台灣國際兒童影展「最佳台灣兒童創作」；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」，校長與老師更進一步將影像課程推廣到全體五、六年級學生；學員中不乏多位升學後參與影像相關社團，或選讀大眾傳播、視覺設計等相關科系繼續學習。

為提升學員多元影像學習目標，自 2012 年起開辦進階班，每年規劃新興媒材課程，使學員的數位編輯力再進化，並邀請歷屆參與營隊的學員擔任營隊隊輔，轉變為未來推廣創作營的種子，及傳承經驗予後輩學弟妹。2014 年與國內最具規模的中影製片廠杜比錄音混音室合作，由重量級配樂與編曲大師鄭旭志、陳飛午，帶領學生體驗操作，為電影「總鋪師」、「痞子英雄全面開戰」、「翻滾吧！阿信」重新為影像配旁白、配音效及混音工程，使數位能力再提升。



青少年微电影创作营 - 花蓮場

自 2009~2014 年六屆以來，累計 133 部行動短片創作，參與學校全台超過 395 所，共 1,005 位學生，為國內培育行動短片創作的重要搖籃。

5.6 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 2014 年，累積志工投入已超過個 18,350 小時；在 2014 年舉辦的 14 場志工活動，總計 559 志工人次參與，志工服勤時數達 4,515 小時。許多員工透過這些具體行動，改變他們的價值觀，積極工作回饋社會，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	服勤時數	志工人數	活動名稱	活動簡介
2012/1/6	8	98	花蓮獨居老人圍爐	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，為生活造成的不便而更加感恩惜福，關懷長輩及孝順父母！
2012/4/1	8	20	地球日	台灣大哥大響應國際地球日，邀請全民一同行動作環保，回收廢棄手機，珍愛地球資源。
2012/7/13、9/14、11/16	24	75	手做步道 (共三梯次)	為落實環保承諾，台灣大哥大與荒野保護會，共同規劃舉辦「2012 年手作步道志工」系列活動，透過親手實作步道，培育企業環保志工種子，養護郊山步道。
2012/9/10-9/26	8	112	月餅志工	分成 13 梯次前往第一社會福利基金會恆愛發展中心，陪伴庇護工廠的孩子一起製作月餅。
2013/2/1	15	103	花蓮獨居老人圍爐	連續第六年舉辦「2013 年清寒長者歲末關懷活動」活動，前往花蓮光復糖廠陪伴低收入戶獨居老人個案參與歲末圍爐及闖關遊戲，並首度邀請三位資深藝人到場與長輩同歡。
2013/5-9 月	32	11	青少年行動微电影創作營 (四場次)	首度邀請企業志工參與兩天營隊，近距離與 13-18 歲的青少年相處，陪伴參與營隊的學員們共同創作。志工擔任隊輔，貢獻自身在 3C 領域的專業知識，提供諮詢，結束後繼續於社群互動學習，將所學持續回饋。
2013/8-2014/1/1	8	40	台灣大哥大音樂會志工 (共四場次)	協助台灣大哥大系列音樂會的服務工作，更在 2013/12/31 深夜前往阿里山，在零度低溫下協助搬運樂器，讓 2014 年阿里山日出音樂會能夠完美演出。
2013/11/16	8	7	myfone 行動創作獎頒獎典禮志工	協助 myfone 行動創作獎頒獎典禮之服務工作，以優越的服務經驗，接待參與典禮的貴賓。
2013/9-12 月	3	24	兒少健康網路素養志工 (共五場次)	網路世界的崛起，身邊的孩子已漸漸迷失在這種似是而非的虛擬世界中。與白絲帶關懷協會合作，深入校園，搭配影片與教材，透過有趣的問答方式，宣廣網路安全知識。
2013/9/4-9/17	8	81	月餅志工	分梯次前往第一社會福利基金會恆愛發展中心與伊甸基金會台中庇護工場製作月餅。
2013/9/27-2013/10/25	8	30	手作步道 (共兩場次)	落實環保承諾，台灣大哥大與荒野保護會再次合作，共同規劃舉辦「2013 年手作步道志工」系列活動，除 2012 年的大崙尾山步道修護外，2013 年更增加翠山步道與福州山公園。
2013/12/19	4	4	無礙自由 App 志工	企業志工與行無礙資源推廣協會合作，與無礙訪查員一同透過台灣大哥大基金會所開發的無礙自由 App 檢測大台北地區的無障礙設施，為身障伙伴建立無礙家園。
2014/1/17	15	115	花蓮獨居老人圍爐	台灣大哥大、台東基督教醫院與一粒麥子基金會連續第 7 年共同關懷花蓮獨居長輩，率志工遠赴後山獻暖。
2014/4/20	4	23	世界地球日	長期關懷在地環境，響應國際地球日「向地球「城」諾一個未來，呼籲民眾正視地球所面臨的危機，鼓勵大家用聆聽瞭解問題，用行動做出改變，用消費友善地球。
2014/5/30	4	55	端午關懷獨居老人活動	首次與華山基金會合作，關懷訪視【大安區】的獨居清寒長輩，帶著端午的關懷禮與滿滿的愛。讓長輩們的端午節，不再孤單，不再冷清，深刻感受大家炙熱的關愛與祝福。
2014/6/21	4	16	華山老人運動會	與華山基金會合作舉辦，將長輩帶出家中，參加一年一次老人運動會，開心玩一夏！
2014/8/18-9/4	8	95	月餅志工	分梯次前往第一社會福利基金會恆愛發展中心製作月餅。
2014/5-9 月	32	15	青少年行動微电影創作營 (共四場次)	邀請企業志工參與兩天營隊，近距離陪伴 13-18 歲的青少年與營隊學員們共同創作，用手機拍攝、製作優質影片。
2014/9/5	4	4	中秋訪視獨居老人活動	與華山基金會合作，關懷訪視【大安區】的獨居清寒長輩，贈送中秋月餅禮。
2014/10-12 月	8	46	台灣大哥大音樂會志工 (共兩場次)	協助台灣大哥大系列音樂會的服務工作，包含日月潭火音音樂會及台中胡乃元音樂會。
2014/11/22	4	180	V-men 公益路跑	台灣大哥大與勵馨基金會公益合作 2014 邁向無暴力 V-men 公益路跑活動！鼓勵受暴婦女勇敢的以 4G 竄速走出傷痛與陰影。
2014/11/23	7	10	myfone 行動創作獎頒獎典禮志工	協助 myfone 行動創作獎頒獎典禮之服務工作，以優越的服務經驗，接待參與典禮的貴賓。

6. 供應鏈管理

核心理念

台灣大哥大堅信供應鏈管理為企業永續中相當重要的一環，我們每年向國、內外廠商購買網路設備、資通訊設備、基站機房器材、辦公設備等資源，採購量及供應商數量皆甚為龐大，因此除了嚴格要求自身的作為外，更發揮影響力帶領供應商共同關注社會責任及環境保護之議題，藉由推動產業的永續發展，深化企業社會責任的落實，以促使整體環境的改善。

承諾與行動



2014 → 2020 →

成果與績效

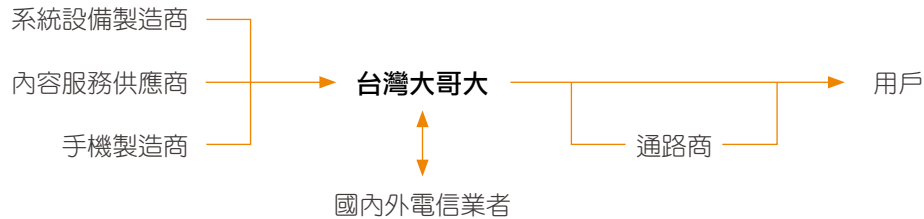
- 2014 年邀請供應商進行 CSR 自評，回收 104 份問卷，做為供應商管理評估及採購程序重要依據。
- 要求供應商配合「台灣大哥大供應商企業社會責任守則」
- 邀請供應商參與利害關係人議合會議，面對面討論永續相關議題。
- 2014 年綠色採購較去年成長 3.7%

展望與規劃

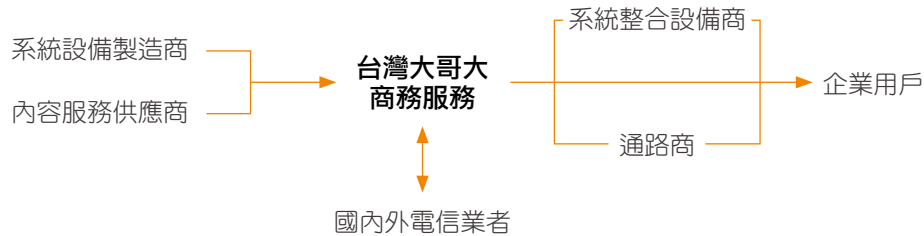
為擴大供應商管理之深度與廣度，台灣大哥大將持續以各項準則篩選供應商，並藉由自評問卷評估其對於 CSR 的了解與承諾。未來我們將擴大邀請供應商填覆自評問卷，並逐步針對 CSR 落實程度較低者提供專業輔導及教育訓練課程，鼓勵其建立經濟、社會、環境三方面的基礎，與台灣大哥大一同營造永續發展之環境。

6.1 落實供應商管理

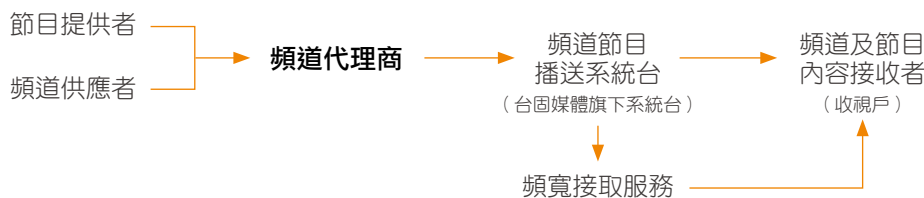
產業鏈概況



企業用戶事業群



家計用戶事業群



當地供應商比例

供應商分類	比例
國內	99.57%
國外	0.43%

國外供應商定義：在台灣無營業統編者屬之

電信服務業雖不是消費產品的直接生產者，但卻是價值鏈中與消費者密切相關的一環，我們一向注重供應鏈夥伴對於企業社會責任的實踐，建立完善制度與規章要求供應商徹底遵行，並密切關注有關各類採購產品在生產過程中，對環境衝擊與社會責任的實踐狀況。結合供應商自評問卷及內部審查機制（如廠商作業規範及記點規則、採購管理辦法），評估供應商對公司營運、環境及社會面所帶來的衝擊，作為合作之篩選準則。

我們於 2011 年公告「供應商企業社會責任守則」(<https://twmepmall.taiwanmobile.com/esp/>)，內容涵蓋勞工權益與人權、健康與安全、環境、道德規範四大面向，每一個供應商於合作前皆須詳閱並承諾遵守公告之守則內容，邀請其一同實踐社會責任，除此之外，新廠商於申請成為合格廠商前，皆須簽訂「誠信經營聲明」，將供應商夥伴執行 CSR、誠信經營的狀況，納入規範管理。



另外，我們以國內勞動基準法、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，所有工程類型承攬商皆須簽署，若有違反者將停止與其合作，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，而 2014 年並無因違反此規章而停止合作之廠商。另針對委外廠商，我們亦制訂「委外廠商資安管理規範」，以降低供應鏈中可能發生的風險。

為有效評估供應商對環境造成的衝擊，包含有害物質的禁限用、手機電磁波吸收比值 (Specific Absorption Rate, SAR) 等，我們亦明確規定與環保相關之採購案於招標時，供應商須取得相關證照，例如：

廢棄物清理投標廠商資格：具有甲級清運或甲級處理執照

除了制定供應商一致性的遵循標準外，我們期待更進一步了解供應商夥伴在 CSR 的執行狀況，2014 年我們將 CSR 自評問卷納入採購流程中，邀請主要供應商填覆問卷，回收共 104 份問卷，並統計結果以做為採購策略的重要依據。未來預計逐步將 CSR 議題導入供應商會議中，並提供教育課程予問卷填答狀況較不理想的廠商，協助其改善及提升各項 CSR 成果。我們期待透過產業的驅動力，影響供應商的 CSR 作為，以促進經濟、社會與環境生態之平衡及永續發展。

加強採購弊案防範措施

2013 年度公司發現採購部員工收回扣情事後自行向司法單位舉發，案件發生後隨即擬定五項未來防範措施，2014 年度均已完成各項作業，包含要求供應商簽立誠信經營聲明、除非特定專業案件，皆採公開招標，且廠商皆需於電子採購系統完成報價、降低購案之主管監標門檻，盡量採取共同監標機制等，並執行採購員不定期職務輪調且重新檢視供應商資格及採購狀況，希冀徹底執行各防範措施以降低公司及供應商之收賄風險，強化公司誠信經營。

6.2 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，投標及報價作業之資訊亦完全透明揭露於此系統上，供應商可於網站上完成註冊程序後，依循進行投標與報價。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。

2014 年 8 月因應提高廠商品質並配合現行作業之變更，修訂【採購作業技術評比辦法】以符合實際情形及業務需要。

6.3 綠色採購

本公司持續落實綠色採購，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品，更期盼帶動綠色消費風氣，達到生態效益最大化。在 2014 年，我們在綠色採購上的總金額近 1.85 億元，較 2013 年綠色採購總金額約 1.79 億元成長 3.7%。

TWM Group			
類別	標章	產品名稱	2014 加總金額
第一類	環保標章、節能標章	基站用空調	16,789,460
第一類	環保標章	影印機（租賃）	12,251,115
其他	環保大豆油墨	印刷品	84,643,213
其他	碳標籤	文具（影印紙、封箱膠帶）	1,734,216
其他		油電車租賃	2,274,000
其他		電腦租賃	68,122,199
其他		環保碳粉匣	27,765
總金額 (NTD)			185,841,968



安侯建業聯合會計師事務所

KPMG

台北市11049信義路5段7號8樓(台北101大樓)
68F, TAIPEI 101 TOWER, No. 7, Sec. 5,
Xinyi Road, Taipei, 11049, Taiwan, R.O.C.

Telephone 電話 +886 (2) 8101 6666
Fax 傳真 +886 (2) 8101 6667
Internet 網址 kpmg.com/tw

獨立有限確信報告

致台灣大哥大股份有限公司

本會計師接受台灣大哥大股份有限公司(以下簡稱「台灣大」)的委託,對台灣大截至2014年12月31日止的2014年企業社會責任報告書(以下簡稱「社會責任報告書」)進行有限確信。

公司的責任

台灣大負責社會責任報告書涵蓋之資訊及聲明的編製與表達,並負責設定台灣大社會責任績效和報導的目標,包括辨識利害關係人及重大性議題,及負責建立和維護適當的社會責任績效管理系統和用於處置社會責任報告書中揭露之績效訊息的內部控制系統。

台灣大採用全球永續性報告倡議組織(Global Reporting Initiative, 以下簡稱「GRI」)發佈之全球永續性報告指南第4版(G4)之全面依循選項,編製社會責任報告書(已於社會責任報告書之「關於我們的報告書」章節說明)。

本會計師的責任

本會計師係依照由國際審計與確信準則委員會(International Auditing and Assurance Standards Board)所發佈之國際確信業務準則第3000號—歷史性財務資訊之查核或核閱以外之確信業務(International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000: Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information)規劃並執行工作,同時遵守該準則要求之職業道德規範及獨立性要求,以對台灣大社會責任報告書是否存在重大不實表達出具獨立有限確信報告。

除下段所述者外,本會計師係基於此確信報告所述之準則執行有限確信工作,以對依照GRI G4編製之社會責任報告書是否存在重大不實表達出具獨立有限確信報告。

社會責任報告書之「環境保護」中,與溫室氣體排洩(範疇一、範疇二及範疇三)及相關之能源耗用與電力耗用等資訊及揭露事項,係由香港商英商標準協會太平洋有限公司台灣分公司負責驗證(或作必要之修正)。因此,本獨立有限確信報告之確信範圍不包括對溫室氣體排洩(範疇一、範疇二及範疇三)及相關之能源耗用與電力耗用等資訊及揭露事項表達意見。

執行的工作

社會責任報告書有限確信工作的內容包括對主要負責社會責任報告書資訊準備及編製的人員進行詢問,並執行分析及其他證據蒐集等確信程序。本會計師執行的工作包括:

- 詢問台灣大管理階層以瞭解台灣大決定關鍵利害關係人所關注之重大性議題的過程;
- 訪談台灣大管理階層及相關之員工,以瞭解與重大性議題有關之永續策略與政策及其執行情形;
- 訪談台灣大負責提供社會責任報告書資訊之相關員工;



- 對用以蒐集及處置資訊的主要機制及方法之設計及執行進行詢問,包括將資料彙總成可於社會責任報告書揭露之資訊;
- 在考量定量和定性風險分析的基礎上,對雲端機房執行實地訪視;
- 對社會責任報告書表達之資訊與相關之資訊來源於抽樣基礎上進行比對,以確認社會責任報告書是否已確實涵蓋有關資訊來源內之相關資訊;
- 閱讀社會責任報告書上表達的資訊,確認其是否與本會計師對台灣大的整體瞭解與社會責任績效一致。

有限確信案件的範圍係明顯低於依照國際確信業務準則(International Standards on Assurance Engagements)執行合理確信或依照國際審計準則(International Standards on Auditing)執行查核的範圍。因此,有限確信案件所執行的證據蒐集程度的範圍係低於合理確信案件,所提供的確信程度亦將低於合理確信,且必然無法使本會計師辨識於執行審計案件或合理確信案件時將被注意到的所有重大事項。

結論

依據所執行之程序及所獲取之證據,除於本會計師的責任第三段所述之項目外,於GRI G4之全面依循選項下,本會計師未發現台灣大截至2014年12月31日止的社會責任報告書在所有重大方面未允當表達之情事。

此獨立有限確信報告係依照台灣大與本會計師之合約條款而出具。本會計師的工作僅限於既約定事項在獨立有限確信報告中向台灣大進行報告,而非其他目的。本會計師無須就所執行的工作,出具的獨立有限確信報告或作出的結論對除台灣大以外的任何第三方承擔任何責任。

安侯建業聯合會計師事務所

會計師: 陳佐光

二零一五年六月三日

台灣·台北

84

全球永續性報告指標 GRI(Global Reporting Initiative) 對照表

一般標準揭露

● 全部揭露
◎ 部分揭露

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信	未揭露資訊 原因說明
策略與分析				
G4-1	提供組織最高決策者的聲明	董事長的話	●	
G4-2	描述關鍵衝擊、風險及機會	1.3	●	
組織概況				
G4-3	組織名稱	永續經營與願景	●	
G4-4	主要品牌、產品與服務	1.1.1	●	
G4-5	組織總部所在位置	永續經營與願景	●	
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	永續經營與願景	●	
G4-7	所有權的性質與法律形式	公司概况	●	
G4-8	組織所提供服務的市場	1.1.1	●	
G4-9	組織規模	1.1.1 / 2.1 績效彙整表	●	
G4-10	員工人數	2.1	●	
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例			無工會組織
G4-12	描述組織的供應鏈	6.1	●	
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化			無重大變化
G4-14	組織是否具有因應之預警方針或原則	1.2 / 3.1.3	●	
G4-15	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	利害關係人溝通及鑑別 / 3.2.3	●	
G4-16	組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	詳見附錄◇	●	
鑑別重大考量面與邊界				
G4-17	a. 列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體。 b. 是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中	a. 詳見 2014 年年報 b. 以本公司及台灣大哥大基金會為主體，餘之子公司未包含在本報告書中	●	
G4-18	a. 界定報告內容和考量面邊界的流程。 b. 組織如何依循「界定報告內容的原則」。	利害關係人溝通及鑑別	●	
G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面。	利害關係人溝通及鑑別	●	
G4-20	針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	利害關係人溝通及鑑別	●	
G4-21	針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	利害關係人溝通及鑑別	●	

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信	未揭露資訊 原因說明
G4-22	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因			無此情形
G4-23	和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	關於我們的報告書	●	
利害關係人議合				
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	利害關係人溝通及鑑別	●	
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	利害關係人溝通及鑑別	●	
G4-26	與利害關係人議合的方式	利害關係人溝通及鑑別	●	
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些關鍵議題與關注事項	利害關係人溝通及鑑別	●	
報告書基本資料				
G4-28	所提供資訊的報告期間	關於我們的報告書	●	
G4-29	上一次報告的日期	關於我們的報告書	●	
G4-30	報告週期	關於我們的報告書	●	
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人	關於我們的報告書	●	
G4-32	a. 組織選擇的「依循」選項 b. 針對所擇選項的 GRI 內容索引 c. 如報告書經過外部保證 / 確信，請引述外部保證 / 確信報告	關於我們的報告書	●	
G4-33	外部保證 / 確信	關於我們的報告書	●	
治理				
G4-34	組織的治理結構	1.1.2	●	
G4-35	最高治理機構針對經濟、環境及社會議題，授權委任給高階管理階層與其他員工的流程	企業社會責任治理與永續願景	●	
G4-36	組織是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，並是否直接向最高治理機構報告	永續經營與願景	●	
G4-37	利害關係人與最高治理機構在經濟、環境和社會議題上諮詢的流程。如果最高治理機構委派代理人進行諮詢，描述代理人為何及任何反饋給最高治理機構的流程。	永續經營與願景	●	
G4-38	按分類說明最高治理機構及其委員會的組成	1.1.2	●	
G4-39	最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	1.1.2	●	
G4-40	最高治理機構及其委員會之提名與遴選流程，以及最高治理機構成員提名和遴選的準則	1.1.2	●	
G4-41	最高治理機構如何確保避免及管理利益衝突之流程	1.1.2	●	

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信  / 	未揭露資訊 原因說明
G4-42	最高治理機構與高階管理階層，在發展、核准與更新該組織之宗旨、價值或願景、策略、政策，以及與經濟、環境、社會衝擊相關之目標上的角色	永續經營與願景		
G4-43	為發展與提升最高治理機構在經濟、環境和社會議題上的整體知識所採取的措施	1.1.2		
G4-44	最高治理機構在經濟、環境和社會議題表現的評量流程，並說明因應最高治理機構於經濟、環境和社會議題之績效評量而採取之措施，至少應包括成員和組織行為的改變	永續經營與願景		
G4-45	最高治理機構於鑑別與管理經濟、環境與社會產生之衝擊、風險和機會所扮演的角色，並說明與利害關係人之諮詢是否用於支持最高治理機構對經濟、環境和社會的衝擊、風險和機會之辨識與管理。	永續經營與願景		
G4-46	最高治理機構在檢視組織針對經濟、環境和社會議題風險管理流程之有效性上的角色	永續經營與願景 1.2		
G4-47	最高治理機構檢視經濟、環境和社會衝擊、風險與機會之頻率	永續經營與願景		
G4-48	最高層級委員會或職位，其職責為正式檢視及核准組織永續性報告書，並確保已涵蓋所有重大考量面	本公司 CSR 報告書經由董事長簽核		
G4-49	與最高治理機構溝通重要關鍵議題的程序	永續經營與願景		
G4-50	與最高治理機構溝通之重要關鍵議題的性質和總數，以及後續所採取的處理和解決機制	永續經營與願景		
G4-51	按類型說明最高治理機構和高階管理階層的薪酬政策，以及有關最高治理機構和高階管理階層在經濟、環境和社會目標的績效標準如何與薪酬政策連結	1.1.2		
G4-52	薪酬決定的流程。說明是否有薪酬顧問參與薪酬的制定，以及他們是否獨立於管理階層	1.1.2		
G4-53	如適用時，說明如何尋求利害關係人意見並將其意見與薪酬結合	透過薪酬委員會及董事會，參與高階管理階層之薪酬制訂		
G4-54	在主要營運據點的每個國家中，組織中薪酬最高個人之年度總收入與組織在該國其他員工年度總收入之中位數的比率	2.2		
G4-55	在主要營運據點的每個國家中，組織中薪酬最高個人年度總收入增加之百分比與組織在該國其他員工平均年度總收入增加百分比之中位數的比率	2.2		
倫理與誠信				
G4-56	組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	1.1.2		

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信  / 	未揭露資訊 原因說明
G4-57	對倫理與合法行為徵詢意見及組織誠信相關事務之內外部機制，如服務專線或諮詢專線	2.4		
G4-58	對於舉報有違倫理或不法行為及組織誠信相關問題的內、外部機制，如透過直屬管理向上報告、舉報機制或是專線	2.4		

特定標準揭露

類別：經濟

考量面：經濟績效

DMA		1.1.1		
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1.1 2.2 績效彙總表		
G4-EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	3.1.3		
G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	2.2		
G4-EC4	自政府取得之財務補助	1.1.1		

考量面：市場形象

DMA		2.2		
G4-EC5	在重要的營運據點，不同性別的基層人員之標準薪資與當地最低薪資的比例	2.2		
G4-EC6	在重要營運據點僱用當地居民為高階管理階層的比例	2.1		

考量面：間接經濟衝擊

DMA		5.1		
G4-EC7	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	5.4		
G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	CH5		

考量面：採購實務

DMA		6.1/6.2		
G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商的比例	6.1		

類別：環境

考量面：能源

DMA		3.1.4/ 3.2.1/ 3.2.2		
G4-EN3	組織內部的能源消耗量	3.2.1		

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信  	未揭露資訊 原因說明
G4-EN4	組織外部的能源消耗量	3.2.1		
G4-EN5	能源密集度	3.2.1		
G4-EN6	減少能源的消耗	3.2.2 / 3.2.3		
G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	3.2.2		
考量面：排放				
DMA		3.1.4/ 3.2.1/ 3.2.2		
G4-EN15	直接溫室氣體排放（範疇一）	3.2.1		
G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	3.2.1		
G4-EN17	其他間接溫室氣體排放量（範疇三）	3.2.1		
G4-EN18	溫室氣體排放強度	3.2.1		
G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	3.2.2		
G4-EN20	臭氧層破壞物質 (ODS) 的排放			非製造業不適用
G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他顯著氣體的排放			非製造業不適用
考量面：產品及服務				
DMA		3.1		
G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	3.2/3.3		
G4-EN28	按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比			本公司所屬之產業特性為提供電信及影視音等虛實服務，並無生產實體產品，故不適用本項指標
考量面：法規遵循				
DMA		1.1.2		
G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數			無重大違規事項
考量面：供應商環境評估				
DMA		6.1		
G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的的比例	6.1		

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信  	未揭露資訊 原因說明
G4-EN33	供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動	6.1 / 6.3		
考量面：環境問題申訴機制				
DMA		4.3		
G4-EN34	經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴之數量	4.3		
類別：勞工實務與尊嚴勞動				
考量面：勞僱關係				
DMA		2.1 / 2.2		
G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	2.1		
G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	2.2		
G4-LA3	按性別劃分，有嬰假後復職和留任的比例	2.2		
考量面：勞 / 資關係				
DMA		2.4		
G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	2.4		無工會組織，若有此情事，依法令規定執行
考量面：職業健康與安全				
DMA		2.4		
G4-LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	2.4		
G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	2.4		
G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工	2.4		
G4-LA8	工會正式協約中納入健康與安全相關議題			無工會組織
考量面：訓練與教育				
DMA		2.3		
G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	2.3		
G4-LA10	強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	2.3		

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信   / 	未揭露資訊 原因說明
G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	2.2 / 2.4		
考量面：員工多元化與平等機會				
DMA		2.1		
G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	2.3		
考量面：女男同酬				
DMA		2.2		
G4-LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	2.2		
考量面：供應商勞工實務評估				
DMA		6.1		
G4-LA14	針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	6.1		
G4-LA15	供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊及採取的行動	6.1		
考量面：勞工實務問題申訴機制				
DMA		2.4		
G4-LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	2.4		報告期間申訴案 1 件，已妥善處理
類別：人權				
考量面：不歧視				
DMA		2.2		
G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	2.2		
考量面：結社自由與集體協商				
DMA		2.4		
G4-HR4	已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動			無此情事
考量面：童工				
DMA		2.4		
G4-HR5	已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點和供應商，以及採取有助於杜絕使用童工的行動			無此情事

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信   / 	未揭露資訊 原因說明
考量面：強迫與強制勞動				
DMA		2.4		
G4-HR6	已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動			無此情事
考量面：供應商人權評估				
DMA		6.1		
G4-HR10	針對新供應商使用人權標準篩選的比例	6.1		
G4-HR11	供應鏈對人權有顯著實際或潛在的負面衝擊及採取的行動	6.1		
考量面：人權實務申訴機制				
DMA		4.3		
G4-HR12	經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴總量	4.3		
類別：社會				
考量面：反貪腐				
DMA		1.1.2		
G4-S03	已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險			無此情事
G4-S04	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.1.2		
G4-S05	已確認的貪腐事件及採取的行動			無此情事
考量面：反競爭行為				
DMA		1.1.2		
G4-S07	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果			無此情事
考量面：法規遵循				
DMA		1.1.2		
G4-S08	違反法規被處鉅額罰款的金額，及罰款以外之制裁次數			無重大違規事項
考量面：供應商社會衝擊評估				
DMA		6.1		
G4-S09	針對新供應商使用社會標準篩選的比例	6.1		

指標	指標描述	頁次與說明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信	未揭露資訊 原因說明
G4-SO10	供應鏈對社會的顯著實際或潛在的負面衝擊及採取的行動	6.1	●	
考量面：社會衝擊問題申訴機制				
DMA		4.3	●	
G4-SO11	經由正式申訴機制立案、處理和解決的社會衝擊申訴之數量	4.3	●	
類別：產品責任				
考量面：顧客的健康與安全				
DMA		4.6	●	
G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	4.6	●	
G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數			無相關情事
考量面：產品及服務標示				
DMA		4.4	●	
G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	100%	●	
G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量			無違規情事
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	4.1	●	
考量面：顧客隱私				
DMA		4.5	●	
G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	4.3	●	
考量面：法規遵循				
DMA		1.1.2		
G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處鉅額罰款的金額			* 說明

*：2014 年度與基地台相關的罰款案件共有 73 件，罰款金額總計新台幣 35,920,000 元，其中 99.72% 的罰款金額為基地台架設相關案件。我們妥善處理罰款案件並檢討過失，未來將持續與利害關係人溝通，以保障消費者通信權益。

◇ 台灣大哥大參與的公 / 協會

Bridge Mobile Pte Ltd
GSM MoU Association
中華民國公開發行公司股務協會
中華民國國際經濟合作協會
中華民國電腦稽核協會
台北市電腦商業同業公會
台北市電腦商業同業公會
台北市電器商業同業公會
台灣科技化服務協會
台灣區電信工程工業同業公會
台灣區電機電子工業同業公會
台灣通訊學會
台灣電信產業發展協會
台灣網路暨電子商務產業發展協會
台灣國際網路協會
台灣數位出版聯盟
兩岸企業家峰會
社團法人中華公司治理協會
社團法人中華民國工商協進會
社團法人中華民國工商協進會
社團法人中華民國工商協進會
社團法人中華民國工商協進會
社團法人中華民國工商協進會
社團法人中華民國內部稽核協會
社團法人中華民國企業永續發展協會
社團法人台灣企業重建協會
社團法人台灣連鎖暨加盟協會
財團法人中華民國商品條碼策進會
財團法人中華民國發行公信會
財團法人台灣網路資訊中心
財團法人台灣網路資訊中心
財團法人資訊工業策進會
臺北市數位行銷經營協會
臺灣客服中心發展協會



永續



台灣大哥大

www.taiwanmobile.com

台灣大哥大基金會

www.twmf.org.tw