

	關於我們的報告書	4	2.4 利害關係人與重大性分析	26
目錄	2 6	<u>17</u>		32

1 企業穩健治理

致利害關係人

正未惊性// 生		3 創造亮點價值
.1 公司概況	7	
.2 治理架構	7	3.1.1 營運績效
.3 監督機制	13	
.4 風險管理	14	

2 展望整合策略

2.1 永續願景與策略

2.3 風險機會分析

2.2 商業模式

18

24

25

3.1.4 供應商管理

33

34

37

39

42

3.2 環境永續 3.2.1 環境暨能源管理策略 49 3.2.2 碳排放風險管理 52 3.2.3 綠能應用 60 3.2.4 產品與服務責任 64

3.4 社會關懷

3.4.1	社曾共 觀	94
3.4.2	人才開發與留用	120
3.4.3	社會急難救助	137

附錄

CSR有限確信報告	155
GRI G4對照表	156
台灣大哥大參與的公/協會	163
聯合國永續發展目標對照表	163

3.3 數位創新	3.3	數	位創	新
----------	-----	---	----	---

3.3.1	數位信任
3.3.2	最佳客戶體驗
3.3.3	科技創新應用

3.5 卓越品牌

3.5.1	市場品牌形象	14
3.5.2	溝通機制	15

致利害關係人

各位利害關係人:

2015年台灣大哥大持續以4G最大連續頻寬的頻譜優勢領先同業, 提供用戶絕佳網路涵蓋及業界最高下載速度的飆網服務,搭配低 中高階多款4G全頻手機及親民的吃到飽上網資費設計,截至 2015年底,在4G短短開台一年半的時間,我們即迅速累積了三 百萬4G用戶,4G月租型用戶滲透率更已高達43%!本公司致力提 升4G頻譜及網路的使用效益,以加速4G投資的回收,並在短期內 網路容量仍有餘裕、中長期政府將釋出更多其他頻段頻譜的策略 考量下,選擇退出已超出市場合理價格的2.6GHz頻譜競標,都顯 示了我們維護股東權益極大化不遺於力的一致立場!

除了追求核心業務的穩健發展外,本公司亦以提昇公司整體價值 為職志,獲得多項肯定:

-、世界級公司治理標竿

台灣大哥大堅持以誠信為本、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:證交所與櫃買中心主辦第一屆「公司治理評鑑」,台灣大即取得名列上市公司中前百分之五的佳績;連續四年獲道瓊永續指數DJSI (Dow Jones Sustainability Indices) 評選為新興市場指數成分股。

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:第十度榮獲《遠見雜誌》頒發企業社會責任獎;第八年榮獲《天下雜誌》頒發「天下企業公民獎」;連續第二年榮獲台灣永續能源研究基金會頒發「台灣企業永續獎」最高榮耀,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;台灣大已連續兩年通過企業社會責任報告書 ISAE 3000 (International Standards on Assurance Engagements)認證,為國內第一家也是唯一通過認證的電信業者。

三、優質服務與客戶滿意

我們秉持「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四年榮獲SGS Qualicert認證殊榮;第十二年蟬聯《讀者文摘》雜誌Trusted Brand「信譽品牌」;台灣大在《蘋果日報》及《壹週刊》全台4G 網速實測中皆為下載速度最快的業者;國家通訊傳播委員會 (NCC)公布2014年第二階段3G行動上網速率量測結果,在全台22 縣市中,台灣大哥大取得12個縣市下載速度的領先,表現最為優異;2015年創市際市場研究顧問全台行動網路大調查,台灣大於行動網路評比項目(含3G、4G)的滿意度最高。

展望2016年,我們期待整體電信市場能朝公平使用原則、使用者付費的良性產業環境發展,網路資源的妥善利用以及分級健全的資費結構才能確保整體產業的永續經營。除了致力提升營收成長動能,亦審慎撙節各項成本費用如手機佣補相關的營運開銷,並將原先計畫用於2.6GHz頻譜標金及相關資本支出及費用的節省靈活運用在其他行銷資源上,期能較其他同業更快速達成回收4G投資的目標。我們有信心在消費者需求與股東期待之間取得最佳的平衡點,以營運實績實踐股東利潤最大化的目標。

重動物物岩



關於我們的報告書

歡迎您閱覽台灣大哥大發行的第8本企業社會責任(Corporate Social Responsibility, CSR)報告。我們每年持續發行此報告,並出版中文及英文兩種版本,今年更首次參照國際整合性報導 (Integrated Reporting, IR)架構編撰第1本整合性報告。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

本報告書資訊揭露期間為2015年度(2015年1月1日至2015年12月31日),內容涵蓋我們的永續願景及策略、重大性議題回應,和經濟、環境及社會等層面的具體實踐與績效數據;為銜接各項主題在時序上的變化及資訊揭露完整性,部分績效內容回溯至2014年12月31日以前。

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,包含台灣 大哥大股份有限公司、台灣大哥大基金會、以及台灣固網股份有 限公司、台灣大數位服務股份有限公司、台灣客服科技股份有限 公司、台灣大寬頻(包含台固媒體股份有限公司、其子公司及優 視傳播股份有限公司)等重要子公司。經營績效之財務數據係經 勤業眾信聯合會計師事務所(Deloitte)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。

編制標準與確保公開資訊可靠度

依國際整合性報導委員會(International Integrated Reporting Council, IIRC)之整合性報導架構及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)依據中華民國確信準則公報第一號準則進行有限確信。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。

Taiwan Mobile 台湾大哥大

●台湾大哥大

TWM Broadband 台湾大寬頻

🞑 台湾大哥大基金會

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 公關暨品牌管理處一社會責任部

地址:台灣台北市信義區菸廠路88號11樓

電子郵件:spokesman2@taiwanmobile.com

電話: +886 2 66386888 #16949

傳真: +886 2 66361133

聯絡資訊

歷年報告書



2015



2012



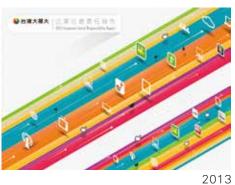
2007-2008



2014









2009-2010



1.1 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(位於台北市信義區菸廠路88號12樓)、分公司及相關業務場所,其中實體通路服務門市遍佈全台,截至2015年12月止,直營門市約480家、加盟門市約370家。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,2012~2015連續獲選道瓊永續指數(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。2014年6月正式提供4G服務,邁 入全新的里程碑。

1.2 治理架構

經營團隊

台灣大哥大的經營團隊包括董事長蔡明興、總經理鄭俊卿、 財務長俞若奚、資深副總經理暨技術長揭朝華、資深副總暨 商務長谷元宏等人。經營團隊積極創造最佳客戶使用經驗, 落實公司治理,簡化轉投資架構,增加資訊透明度,並致力 於社會公益,以追求股東、客戶與員工價值之極大化。









總經理 鄭俊卿



執行副總暨財務長 俞若奚



資深副總暨代理商務長 谷元宏



資深副總暨技術長 揭朝華



副總經理暨法務長 黃雅惠

財務暨行政事務群群 組織架構 會計處 帳務處 經營分析處 股東大會 投資法人關係處 財務處 秘書處 人力資源處 採購處 董事會 董事長/副董事長 總經理 行政管理處 勞工安全衛生室 審計委員會 風險管理委員會 薪資報酬委員會 企業社會責任委員會 詳見2015年度年報P.9 公司本部 稽核室 總經理室 法務室 1.董事會 最高治理機構 法規暨同業關係處 公關暨品牌管理處 職稱 姓名 性別 進修情況 董事長 蔡明興 本公司持續鼓勵董事會成員參與 男 副董事長 蔡明忠 內外部永續議題之教育訓練課程, 資訊群 董事 鄭俊卿 男 2015年過半數之董事接受永續議 電子服務技術處 董事 林福星 題相關之教育訓練,包含「2015綠 男 涌路暨金流技術處 董事 許婉美 女 色經濟與企業低碳創新的全球趨 資源分析技術處 勢與商機」、「全球企業永續發展 獨立董事 黃日燦 男 帳務技術處 客服系統處 獨立董事 鍾聰明 男 的宏觀視野-從願景2050到行動

2020」、「企業社會責任報告書-展

現永續經營價值研討會」等課程。

宋學仁

楊谷章

男

獨立董事

獨立董事

董事之學經歷及進修情形詳見2015年度年報

P.13、P.14 及P.27

技術群

系統設計處

無線網路規劃暨管理處

產品系統架構處

網路管理處

工務處

網路技術支援處

北一區網路維運處

北二區網路維運處

中區網路維運處

南區網路維運處

個人用戶事業群

客戶開發暨維繫處

廣宣暨客戶溝通處

數位媒體處

行動商務處

行動行銷暨物聯網產品處

產品技術處

客戶服務處

加盟業務處

經銷業務處

通路策略規劃暨管理室

營管處

資源服務技術處

資訊系統架構處

直營北區業務處

直營中區業務處

直營南區業務處

企業用戶事業群

家計用戶事業群

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,以確保企業運作之獨立性。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,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」、「申請暫停及恢復交易作業程序」、「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。

我們於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「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,應於當次董事會説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。2015年度並無相關利害迴避案進入董事會議程中。(相關資訊請詳參本公司年報公司治理篇章P.23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。依照CSR委員會決議,總經理及副總經理之年度目標設定納入與職務相關之CSR指標,包含:外界觀感指標(如:客戶滿意度、客訴量)、環境指標(如:節能減碳績效、再生能源使用、環境友善產品之營收)、社會指標(如:員工離職率、企業志工、貢獻社會解決方案之營收)。

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。

本公司經理人2015年薪酬結構佔比如下表:

職稱	姓名	薪資/退職 退休金占比	獎金及 特支費占比	員工酬勞 占比
總經理	鄭俊卿	49.5%	28.0%	22.5%
執行副總暨財務長	俞若奚	46.1%	25.4%	28.5%
資深副總暨技術長	揭朝華	51.7%	26.8%	21.5%
資深副總暨代理商務長	谷元宏	52.6%	25.5%	21.9%
副總經理暨法務長	黃雅惠	48.5%	25.4%	26.1%
副總經理	洪昌哲	49.5%	23.9%	26.6%
副總經理	劉麗惠	48.1%	26.4%	25.5%
副總經理	李南玫	49.5%	25.8%	24.7%
副總經理	張幼褀	47.5%	27.0%	25.5%
副總經理	陳王奇	55.0%	24.2%	20.8%
副總經理	陳 健	49.9%	23.2%	26.9%
副總經理	郭宇泰	54.4%	24.9%	20.7%
副總經理	周震平	48.7%	24.5%	26.8%
副總經理	李芃君	50.0%	25.2%	24.8%
副總經理	楊据煌*	74.4%	25.6%	0.0%
副總經理	謝樹恩*	82.7%	17.3%	0.0%
副總經理	黃文祥*	82.5%	17.5%	0.0%

*係指經理人已離職

1.3 監督機制

內控專責單位

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 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。2015年度董事會績效評 估已於2016年1月29日經第7屆第9次董事會由董事會成員以自評 方式辦理之,評估結果皆為滿意。另為強化公司治理並提高資訊 透明度,我們自2015年年報起揭露總經理及副總等高階經理人之 薪資結構佔比。

2015年度至2016年第一季董事會CSR相關議案及決議情形彙整如下:

開會日期	屆次	案由	決議情形
2015/1/29	7-5	「風險管理委員會」設立案 訂定「公司治理實務守則」及 「企業社會責任實務守則」案	洽悉 經主席徵詢出席董事, 全體無異議照案通過
2015/4/30	7-6	修訂「誠信經營守則」及增訂 「誠信經營守則作業細則」案	經主席徵詢出席董事, 全體無異議照案通過
2015/7/30	7-7	溫室氣體減量策略與目標制訂報告	洽悉
2015/10/29	7-8	CSR報告書升級為整合性報告書	洽悉
2016/1/29	7-9	精進企業社會責任管理建議方案	治悉

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。

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)仟及獨立性與績效。
- (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。

2015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推行報告。

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。

1.4 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。

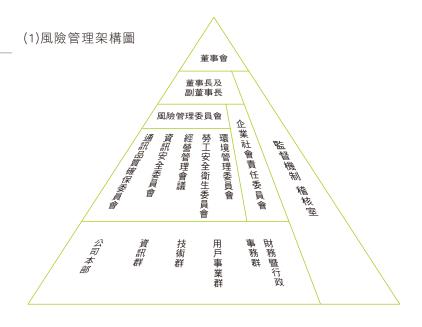
我們針對風險評鑑之流程,於2011年正式訂立風險管理政策,係經董事會通過,後續修訂亦同。為整合現行風險管理架構及控管機制,我們更於2015年調整風險管理架構,經由董事會通過成立「風險管理委員會」,由蔡明興董事長擔任主任委員,鄭俊卿總經理擔任副主任委員,不定期向董事會報告,以強化組織風險管理機制。

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。2015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17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64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。

風險管理政策

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

風險管理委員會



(2)風險管理分級控管機制

	權責單位	主要職能
第一級控管機制	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。
第二級控管機制	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, 執行風險管理決策並檢視成效。
	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。

(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、通訊 品質確保委員會及環境管理委員會五大風控 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。

	資訊安全委員會	控管資訊資產潛在威脅,有效降低 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。
	通訊品質確保委員會	確保及管理網路通訊品質。
	環境管理委員會	制訂並管理公司對環境及能源之政 策與目標。
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。
監督機制	稽核室	評估各項業務之風險高低,以作為 排定年度稽核計畫之重要依據。執 行稽核業務,呈報稽核結果並追蹤 缺失。

風險管理運作

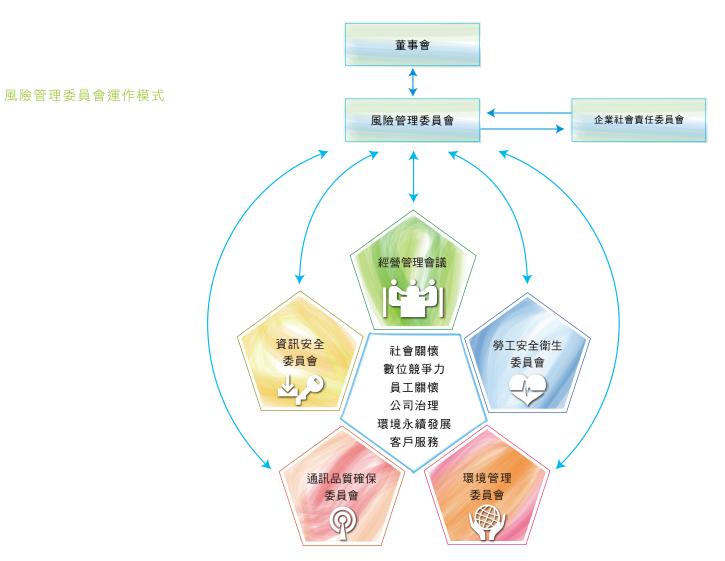
為落實公司風險管理政策,由風險管理委員會整合相關管控機制,其運作情形如下:

(1)委員配置

- •主任委員:由董事長或指定之代理人擔任。
- ·委員:主任委員就各風險管理面,協調由其最高主管或 其指定之代理人擔任。
- •執行秘書:由主任委員遴選任命。

(2)會議召開頻率

- •定期:每半年至少開會一次。
- ・不定期:遇風險管理相關議題時,由風險管理委員會成員、執行秘書提出,經主任委員同意後召開。



- (3)與企業社會責任委員會之溝通機制:
 - 風險管理委員會將攸關CSR議題,於企業社會責任委員 會做提報。

本年度提報一項:優化電信乙太網路維運流程及部署設計,以降低網路障礙,影響服務品質之風險。

•企業社會責任委員會將攸關經營風險議題,於風險管理 委員會做提報

本年度提報一項:因應政府溫室氣體法令公布,預警氣候變遷議題,於碳排放最大來源-基站及機房設備,規劃減碳改善。



Telecommunication. 永續願景 永續數位匯流的領航者 Internet. Media. Entertainment 核心價值 To Community To Customer 永續思維 誠信踏實 創造客戶最佳使用經驗 六大資本投入 策略主軸 回饋利害關係人 5C核心策略 財務資本 營運成本 79,785,135,000 元 客戶 覆蓋率 製造資本 員工 (Coverage) 電信建設成本 11.503.271.245 元 數位匯流 媒體 智慧資本 (Convergence) 研發經費 764,669,000 元 供應商 通路整合 人力資本 (Channel) 股東/投資人 員工薪資與福利 6,945,797,000 元 數位內容 計區 (Content) 社會關係資本 社會投資 152,289,298 元 評比機構 雲端服務 (Cloud) 主管機關 自然資本 綠色採購 214,091,061 元 創造價值 碳排放 ↓ 2,176噸co2e 合併總營收 3% 1,600萬元 網路速度**No.1** 近20種新創服務 誠信治理 卓越品牌 環境永續 數位創新 社會共融

2.1 永續願景與策略

台灣大哥大目標成為「永續數位匯流的領航者」,除透過「創 造最佳客戶使用經驗」的核心理念,提供全方位通訊與媒體服 務,更以「永續思維、誠信踏實」為根基,全面落實企業社會 責任。我們結合 5C 核心策略,從公司治理、環境永續、社會 參與等三個面向,展開永續策略,為股東、員工、社會大眾創 造最大價值。永續願景地圖與 2015 年重要成果如上: 台灣大哥大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,董事會於 2011 年 1 月通過我們企業社會責任政策,做為公司長期推動企業社會責任的指導原則。

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,所有人員均需遵守我們「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。

2011年1月27日董事會訂定



實踐CSR六大原則

此外,我們更於 2015 年 1 月進一步通過我們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。

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,更緊密結合營運與核心資源,制定永續策略。2014年度並以各功能部門或成立專案小組的方式進行推動,以六大原則實踐企業社會責任,擴大我們高階管理層之當責參與並展現治理高度,創造回流循環績效。

企業社會責任委員會每季定期開會並向董事會報告,2015年至2016年第一季止,共召開6次企業社會責任委員會議,並於董事會議中通過多項議案,更於2015年度股東會提報我們制定的「企業社會責任實務守則」。我們未來將持續向董事會呈報企業社會責任相關執行成果,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説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。

CSR 委員會



企業社會責任決議
重要事項

1. 企業社會責任實務守則
2. 溫室氣體減量策略與目標
3. 綠能倡議計畫
4. 發行整合性報告
5. 成立環境管理委員會
6. CSR持續精進方案
治理
高階薪酬與CSR績效連結
永續與品牌價值

回顧 2015

經濟與治理面

項目	2013	2014(註)	2015	G4 指標	頁數
合併營收(仟元)	108,407,931	112,623,879	116,144,205	G4-EC1	年報 P83
營業成本(仟元)	69,571,020	75,097,542	79,785,135	G4-EC1	年報 P95
税後淨利(仟元)	15,817,781	15,554,014	16,168,029	G4-EC1	年報 P83
每股盈餘(元)	5.79	5.56	5.76	G4-EC1	年報 P83
資產總額(仟元)	138,352,379	153,539,693	156,085,673	G4-9	年報 P79
負債總額(仟元)	79,831,738	87,039,361	90,793,949	G4-9	年報 P79
權益總額(仟元)	58,520,641	66,500,332	65,291,724	G4-9	年報 P79
綠色採購(仟元)	179,133	185,842	214,091	G4-EN33	P44
供應商 CSR 績 效評比問卷(仟 元)	-	104	210	G4-EN33	P45

註:2014年度係以追溯適用國際財務報導準則 之財務資料揭露

環境面

項目	2013	2014	2015	G4 指標	頁數
溫室氣體排放量 (噸 -CO2e)	174,124.14	208,571.45	244,223.35	G4-EN15-16	P53
範疇三排放量	-	-	6162.28	G4-EN17	P54
用電度數(億度)	3.28	3.9	4.55	G4-EN3	P53
用水度數(度)	37,691	46,146	36,709	主動揭露	P58
資源回收量 (公噸)	97.7	110.8	75.3	主動揭露	P58
辦公室用紙(張)	7,848,500	7,842,500	7,479,000	主動揭露	P58
廢電線電纜回收 量(公噸)	311.90	288.31	441.87	主動揭露	P64
廢手機回收量 (千支)	7.860	7.662	7.180	主動揭露	P64
無紙化帳單(千張)	65,463	75,255	83,877	G4-EN7	P65

社會面

項目	2013	2014	2015	G4 指標	頁數
員工人數(人)	2,379	2,311	5,524	G4-9 \ G	P120
工傷率 (%)	0.076	0	0.029/0.521	G4-LA6	P132
損失日數比例 (%)	0.52	0	2.38/3.99	G4-LA6	P132
員工受訓時數 (小時)	21.1	23.5	22.6	G4-LA9	P125
客戶滿意度調查	3.7	3.7	3.7	G4-PR5	P151
企業志工時數	3,249	4,515	3,379	G4-EC8	P116
5180 捐款金額 (仟元)	8,615	9,555	10,811	G4-EC8	P106
社會投資(仟元)	115,600	125,198	152,289	G4-EC8	P93

3 **A** 終端用戶 Can . my ⊚ B**≜**lk my ▶ Vide⊛ P myfone購物 台湾大客服 雲端數據 服務 電信建設 通路商 數位影音串流 節目/頻道供應者 系統設備製造商 Î 內容服務供應商 終端設備供應商

數位匯流服務提供者

註:自 2015 年起,員工人數納入重要子公司, 包含台灣固網、台灣客服及台灣大寬頻

展望未來

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、供應鍵管理等挑戰,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。

CSR 2020 願景計畫





2.2 商業模式

台灣大哥大從「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

核心競爭力

我們運用「5C」核心資源(覆蓋率 Coverage/匯流 Convergence/內容 Content/通路 Channel/雲端 Cloud),整合虛擬與實體通路、電信、媒體、數位匯流,打造跨平台、無縫感的〇 to 〇(Online to Offline)新雙向消費模式及生活型態,並推廣新創服務及行動網路微商務,針對社會需求創造更大的數位效益。以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.I.M.E,Telecom(電信)、Internet(網路)、Media(媒體)、Entertainment(娛樂)領域最完整的電信與媒體服務業者。

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、mySports 個人健康管理、行動支付 WALI 智慧錢包;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 laaS 服務 (Infrastructure as a Service)、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。

2.3	風險機會分析

個人用戶

企業用戶

家計用戶

服務內容

以個人之行動電信服務為主,提供門號予用 戶收發話,並使用我們各項語音、數據、加 **值服務。**

定位為企業「通訊與雲端整合」的重要供應 商,為企業客戶量身訂作完整的行動、雲端、 固網整合服務。

結合集團行動、固網事業資源與創新 雲端技術,提供家庭用戶「四螢一雲」 的數位匯流家庭應用服務。

風險

隨著 4G 快速發展、行動載具快速演進,行 動寬頻用戶及相關加值服務需求與日俱增, 吸引業者競相加入,市場呈現蓬勃發展。

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。 企業客戶對於電信業者的要求已經不是只提 供基礎電信服務,而是期待雙方能夠成為行 動、物聯網、大數據應用的合作夥伴。

有線電視普及率呈現穩定狀態,但地 方政府及國家通訊傳播委員會相關政 策將可能造成營運成本增加,以及使 市場經營更為競爭。

- 1. 隨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。
- 1. 具有行動 4G 頻譜資源及雲端基礎設施的優 勢,在各方致力發展行動與雲端服務之際, 可帶動相關營收成長。
- 2. 市場對於傳輸頻寬之需求持續增加,數據 服務為客戶所不可或缺。
- 3. 我們長期耕耘企業客戶,瞭解企業客戶需 求,可確實協助客戶整合固網、行動、資 訊與雲端平台資源。
- 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
- 2. 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,高頻寬上網規格之服務已成市 場主流。

1. 全力鋪設 4G 網路,以滿足客戶高速上網

的需求。

因應對策

- 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。

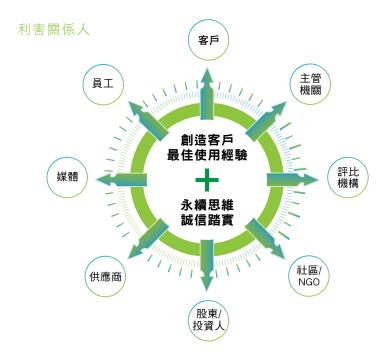
我們將持續進行轉型推動,持續開發更多元 的行動與雲端商務應用服務,以提高服務價 值,提高客戶黏著度。

- 1. 積極推廣高速光纖寬頻上網服務。
- 2. 透過高畫質數位電視平台培植本土 文創。
- 3. 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。
- 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,預先規劃因 應計畫及措施。

2.4 利害關係人與重大性分析

鑑別利害關係人

台灣大哥大依據 AA1000 原則、內部鑑別程序、外部問卷調查以及實體座談會,整合內外部意見鑑別出八類利害關係人,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,並針對不同的利害關係人皆設有專門的溝通管道,接受並回應利害關係人的需求。我們更定期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

利害關係人	溝通管道	溝通頻率	關注議題 - 我們的 回應
	績效考核、多面向回饋機制、 績效面談及職涯發展討論	每年2次	
	內部溝通機制	不定期	3.1.3 誠信經營 (多
	內部教育訓練	不定期	面向評核制度)
員工	員工意見調查	每二至三年1次	-3.4.2 人才開發與留
	職福會 / 委員會	不定期	- _円 - 3.5.2 溝通機制 - 透
	內外部網站	不定期	- 3.5.2
	勞資會議	每季1次	- 47 TH BY E ZE
	總經理信箱、申訴信箱	不定期	-
	廠商溝通機制	不定期	
	規範宣導會	不定期	3.1.4 供應商管理
供應商	郵件	每月	3.5.2 溝通機制 - 透
	申訴專線	日子	明申訴管道
	問卷/實體座談會	不定期	-
	會議、拜訪	不定期	3.1.2 法規遵循
主管機關	公文函	再週報学 回應	GRI 對照表
	電磁波檢測專線	不定期	2.4 利害關係人與重
社區 /NGO	公益活動	不定期	- 大性分析 3.3.1 數位信任 - 免
	基金會網站	24 小時	費電磁波量測及觀念 - 官遵
	問卷/實體座談會	不不每不下年1次不不每不下每下不不每不不不每不不不不不不不不不不不不不不不不不不不不不不不不	3.4.1 社會共融
	客戶服務專線及信箱	24 小時	_
	行銷活動	不定期	_3.3.1 數位信任
	客戶滿意度調查	24 小時	3.3.2 最佳客戶體驗
客戶	公開資訊	不定期	3.3.3 科技創新應用
合厂	溝通簡訊	不定期	3.5.2 溝通機制 - 透
	公文函	不定期	明申訴管道
	官方網站及客服 app	24 小時	3.5.1 市場品牌形象
	問卷/實體座談會		_
	股東常會、法説會、		
股東/投資人	Roadshow、投資人會議等		3.1.1 營運績效
放果 / 投具八	網站投資人專區		3.1.3 誠信經營
	問卷	不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 3.1.2 不定期 3.3.3 24 小時 不定期 3.4.1 24 小時 不定期 3.3.3 不定期 3.3.3 不定期 3.3.3 不定期 3.3.5 不定期 3.5.5 不定期 24 小時 3.5.6 不定期 2015 年共 19 場 次 3.1.7 24 小時 3.1.7 24 小時 3.1.7 25 円 男	
	新聞稿	平均每週 5-8 則	2.4 利害關係人與重
媒體	記者會	不定期 24 小時 不定期 24 小時 不定期 24 小時 不定期 24 小時 不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 不定期 24 小時 不定期 2015 年共 19 場 次 24 小時 不定期 平均每週 5-8 則 平均每週 5-8 則 不定期	大性分析 3.5.1 市場品牌形象
評比機構	國內重要獎項參獎	每年 2-3 次	2.1 永續願景與策略 - 榮耀與肯定
H 1 201/X/1 17	國際問卷回應 - CDP & DJSI	每年各1次	3.5.1 市場品牌形象 - 品牌獲獎事跡

全台無預警斷訊事件

事件起因:

2015/3/27、4/7及6/28台灣大4G為提高4G品質,進行數據核心網路系統設備擴充,部份地區出現暫時系統不穩導致部分客戶使用服務受到影響,分別影響37、48及95分鐘。

處理情形:

- 1. 從優補償: 斷網雖未達到法規規定要賠償的 120 分鐘,台灣大仍針對受影響用戶提出 5% 月和優惠減免措施。
- 2. 改善對策:優化電信乙太網路(Carrier Ethernet)維運流程及部署設計,擬訂短、中、長期改善方案,以降低網路障礙,影響服務品質之風險,並定期於內部風險管理委員會及企業社會責任委員會提報改善進度。
 - (1) 電信乙太網路為電信網路的基礎傳輸,提供行動網路核 心至基地台之通訊服務骨幹,及企業用戶(尤以金融服 務業對於低時延服務的要求),其重要性頗高。
 - (2) 隨著智慧型手機的興起,行動網路上的數據話務也大量 成長,為因應此數據話務之成長,台灣大哥大採用電 信乙太網路來提供傳輸容量的擴充。
 - (3) 為降低網路複雜度、快速回應網路障礙、提升網路障礙 處理效率,並保證網路的安全性、可靠性,擬分三期 (短、中、長期)來改善電信乙太網路:

短期:加強網路設定檢核及障礙偵測機制,落實於維運人

員的教育訓練及 SOP(已完成)。

中期:開啟/優化限制廣播風暴流量功能、優化企業用戶電路架構(2015年底已完成)。

長期:變更現有網路架構,將個人用戶/企業用戶分網以單純化網路架構、避免相互影響(預計 2016 年底完成新網 L3 基礎平台建置,後續逐步將個人用戶改接到新網)。

要求 ICT 產業 100% 用再生能源

事件起因:

2014年底,國際環保組織針對台灣資通訊產業(ICT,Information and Communication Technology)以「臺灣資通訊產業使用再生能源現況」問卷展開調查,從再生能源承諾、能源效率與減碳、能源資訊透明度、以及再生能源使用與倡議等四個面向,評比各家企業其能源使用政策的表現。並於 2015年初公布調查結果,其中提升再生能源使用比例或相關政策倡議上都缺乏積極作為,故評比結果大多不理想。

處理情形:

台灣大哥大以具體行動展現企業影響力,於2015年推出「你買手機我捐一元一塊推動綠能源」綠能環保倡議活動本活動含五項任務項目:

- (1)支持政府綠能政策
- (2) 綠能倡議活動媒體宣傳策略



- (3) 電信設備導入再生能源應用
- (4) 串連供應鏈共同參與
- (5)參與國際永續倡議行動與評比。

「本專案介紹,請詳參第3.2.3節再生綠能應用]

重大性議題鑑別

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, 並诱過以下程序推行重大性議題鑑別, 並定期檢 視其滴切性。其一,觀察國內外標竿企業出版之永續報告書 及相關媒體報導,分析產業趨勢蒐集相關永續議題;其二, 透過線上利害關係人問卷,以及召開實體座談會,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;其三,由「CSR委員會」評估 各永續議題對公司營運衝擊程度,並依循5C策略及永續願景 藍圖決定重大性議題矩陣,以及對應之 GRI G4 重大考量面。 完整評估流程如下:

Step 1. 蒐集永續性議題

比較 5 家標竿產業 蒐集 51 項永續議題

Step2. 調查利害關係人 關注程度

179 份線上問卷(圖一)

1 場實體座談會

分析議題對公司 營運衝擊

調整 7 項議題名稱 新增2項永續議題

Step4. 決定重大性議題

Step5.

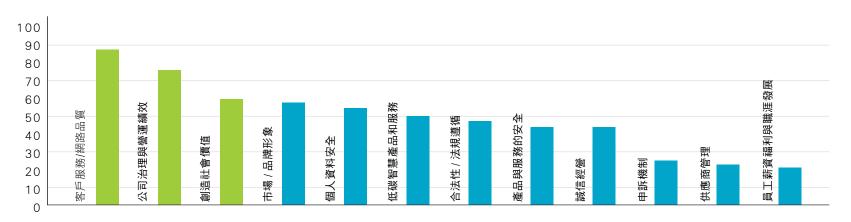
經 CSR 委員會決議

14 項重大性議題(圖二)

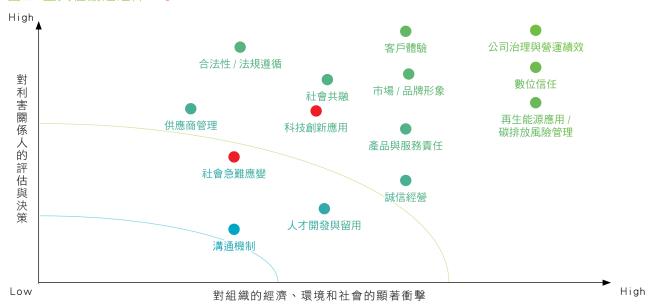
選定重大考量面

33項重大考量面(表一)

圖一 線上問券結果分析



圖二 重大性議題矩陣(●新增議題)



表一 重大考量面及邊界對照表

重大性議題		GRI G4 重大考量面	對應章節			邊界		
			_	組織內	供應商	客戶	股東/投資人	社區/社會
公司治理與 營運績效	EC1-4	經濟績效		•			•	
	EN29	環境法規遵循	_	•	•			
合法性 / 法規遵循	PR9	產品責任法規遵循		•		•		
	SO8	社會面法規遵循		•	•			•
- 	SO3-5	反貪腐		•	•		•	
誠信經營	SO7	反競爭行為	誠信治理	•	•		•	
_	EN32-33	供應商環境評估		•	•			
	EC9	採購實務		•	•			
共應商管理	LA14-15	供應商勞工實務評估		•	•			
	HR10-11	供應商人權評估		•	•			•
	SO9-10	供應商社會衝擊評估		•	•			•
	EN15-21	排放		•				•
耳生能源應用 / 炭排放風險管理	EN27-28	產品與服務		•		•		•
	EN3-7	能源	環境永續	•				•
產品與服務責任	PR1-2	顧客健康與安全		•		•		•
	EN27-28	產品與服務		•		•		•
數位信任	PR8	顧客隱私		•		•		
是佳客戶體驗	PR3-5	產品及服務標示	數位創新	•		•		
斗技創新應用	EC7-8	間接經濟衝擊		•		•		•

重大性議題		GRI G4 重大考量面	對應章節			邊界		
			_	組織內	供應商	客戶	股東/投資人	社區/社會
社會共融	EC7-8	間接經濟衝擊		•		•		•
	EC5-6	市場形象		•				
	LA1-3	勞僱關係	_	•				
	LA4	勞 / 資關係		•				
	LA9-11	訓練與教育	_	•				
	LA12	員工多元化與平等機會		•				
人才開發與留用	才開發與留用 HR3	不歧視	社會關懷	•				
	LA13	女男同酬		•				
	HR4	結社自由與集體協商		•				
	HR5	童工		•				
	HR6	強迫與強制勞動		•				
	LA5-8	職業健康與安全		•				
社會急難救助	EC7-8	間接經濟衝擊		•		•		•
市場品牌形象	PR3-5	產品及服務標示		•		•		
	LA16	勞工實務問題申訴機制	_	•				
港涌燃料	EN34	環境問題申訴機制	卓越品牌	•		•		•
溝通機制	HR12	人權實務申訴機制		•		•		•
	SO11	社會衝擊問題申訴機制		•		•		•



3.1 誠信治理

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 2015 年因而得到了豐碩的成果。



成果與績效

- 2015 年營運成本 79,785,135,000 元
- 2015 年合併總營收 116,144,205,000 元
- 導入採購輪調及多面向績效評核制度
- ●榮獲「公司治理評鑑」排名前5%
- 榮獲台灣企業永續獎之「誠信透明獎」
 - ●獲《亞洲金融》雜誌「2015年亞洲最佳公司」四項及台灣地區「最佳財務長」 (Best CFO)的肯定

評比 機構

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 參於國際評比(DJSI及CDP),以檢核執行績 效及激勵策略目標,提升國際競爭力。

3.1.1 營運績效

財務成果與展望

台灣大哥大集團主要事業體系規劃為:個人用戶事業群、企業 用戶事業群、家計用戶事業群及零售業務,各事業群服務範圍 及績效表現如下。

事業體系總覽

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	零售業務
品牌名稱	台灣大哥大	台灣大哥大商務服務(台灣固網)	台灣大寬頻	momo
主要服務內容		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、系統整合及雲端服務	(CATV / DTV) 及寬頻上網 (Cable Modem /	物、電視購物、型



業務別	電信業務		有線電視業務	零售業務	
	行動業務	固網業務	•		
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 1.3%;若加計 20 萬之有線 電視寬頻上網用戶,則佔國內寬頻市場約 4.5%, 為國內前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	約 745 萬行動用戶	約 6 萬 ADSL/FTTx 上網用戶	近 59 萬有線電視用戶、約 20 萬寬頻上網用戶	不適用	
2015 年營收 (註) (新臺幣百萬元)		83,781	6,555	25,640	
營收佔比		72%	6%	22%	
2015 年 EBITDA(註) (新臺幣百萬元)		27,229	3,564	1,191	
EBITDA 佔比		84%	11%	4%	

註:資料來源係財務報告中部門別財務資訊,其 加總與合併數的差異係部門間沖銷及調整數。



電信業務

4G 月租型用戶滲透率從 2014 年底的 16% 增加到 2015 年底的 43%,由於 4G 用戶每月平均營收貢獻度 (ARPU) 較 2G 及 3G 用戶為高,4G 用戶數規模擴大帶動 2015 年度月租型用戶 ARPU 較前一年度成長 3%,提升整體電信服務營收。加計手機銷售金額,電信業務的總營收較去年上升 2%。由於衝刺 4G 策略成功、經營效益提升,使得電信業務的 EBITDA 轉為較前一年度成長 4%。

有線電視業務

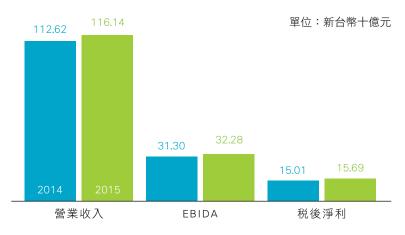
2015年度家計用戶事業群的總營收較前一年度增加 3%,受惠於數位電視及寬頻上網用戶滲透率雙雙提升,亦即我們的搭售行銷策略奏效,除了基本有線電視服務,家計用戶額外訂購數位電視及寬頻服務的比例逐漸增加。穩健的營收成長也帶動有線電視業務的 EBITDA 較前一年度增加 4%。

合併營運績效

整體而言,2015年度我們整體合併營收較去年成長3%,主要來自4G普及率快速提升、帶動電信業務營收成長,有線電視寬頻上網及數位有線電視收入年成長率分別達5%及19%,以及子公司的網路購物收入較前一年度增加15%。獲利方面,受惠於4G業務規模經濟擴大、經營效益提升,加上有線電視業務獲利穩定成長,我們的合併稅前息前折舊攤銷前營業淨利(EBITDA)較前一年度增加3%。雖然為提供消費者最優質的行

動上網服務,密集投入 4G 網路建設及增加 4G 服務使用頻寬 使得 2015 年度折舊攤銷費用持續攀升,但因業外費用支出下 降及其他一次性利益,2015 年度稅後淨利仍較前一年度成長 5%,每股盈餘達 5.76 元,穩居電信業之冠。

2014 - 2015 年度合併營運績效



總體經濟環境

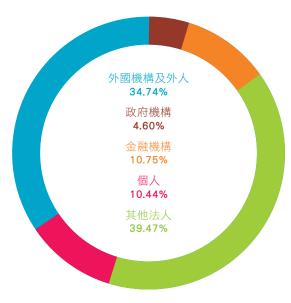
消費者對通訊與傳播相關服務的支出與總體經濟息息相關。據 行政院主計處指出,雖然全球經濟成長乏力導致外需成長力 道持續疲弱,但政府於第四季提出短期消費提振措施刺激內需 成長,使得 2015 年民間消費成長率仍可持穩於 2.28%。展望 2016 年,由於全球金融市場波動及非經濟風險升高,景氣降 溫影響將遞延至今年,民間消費動能有限,預估 2016 年成長 率將降至 1.36%。

2016 年營運展望

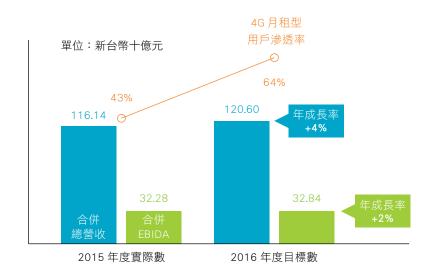
我們期待整體電信市場能朝公平使用原則、使用者付費的良性產業環境發展,網路資源的妥善利用以及分級健全的資費結構才能確保整體產業的永續經營。除了致力提升營收成長動能,我們也將審慎撙節各項成本費用如手機佣補相關的營運開銷,並將原先計畫用於 2.6 GHz 頻譜標金及相關資本支出及費用的節省靈活運用在其他行銷資源上,期能較其他同業更快速達成回收 4G 投資的目標。我們有信心在消費者需求與股東期待之間取得最佳的平衡點,以營運實績實踐股東利潤最大化的目標。

股利政策與股東權利

台灣大哥大股東結構



資料日期:2015/07/04



台灣大哥大在股利政策方面,係採剩餘股利政策及高盈餘分配率之股利政策,每年均依公司章程及現行法令規定進行盈餘分配。(分配之股利請另詳參公開資訊觀測站)

此外,我們股東會自 2012 年起採行逐案表決及電子投票制度, 且於議事錄、公司網站及公開資訊觀測站揭露全部議案之表決 結果,提供股東多元的議事表決管道,充分讓股東行使其權利, 2015 年以電子方式行使表決權佔出席權數 95.05%,足見公司 治理執行之成效。

税務政策與政府補助

我們核心業務持續發展獲利,遵循中華民國實施的各項税務規定,誠實申報及完納所得税,並支持政府推動促進企業創新、研究發展及經濟成長的各項措施,依法申請相關之租稅優惠,相關稅務資訊亦按法令與準則之要求於財務報告揭露。

我們繳納税率與法定税率 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税及依促進民間參 與公共建設法等法令申請之投資抵減租税優惠等。2015年與 政府相關的支出及收入詳如下表*:

2015 年度	(1	:	新台幣仟元
---------	----------------	---	-------

現金支付所得税	3,080,538
租税優惠(投資抵減)	39,920
政府補助收入	188,700

* 資料來源:台灣大哥大母子公司合併財務報告

3.1.2 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。

除道德規範外,亦就其他領域之法規遵循訂定相關政策及辦法,包括個人資料保護、文件資料保存及銷毀、機敏資訊保護、公平交易保護、環境法規遵循、內部稽核與控制、反貪腐、智慧財產權保護…等。為使全體員工了解各項法規遵循議題,我們不定期安排公司治理講座,同時透過行動學習方式定期宣導法律個案,並於公司內部網站公告最新的公司內規,提升員工守法意識,避免工作中誤觸法律。



我們嚴謹恪遵主管機關之行政指導及相關法規。在 2015 年, 於社會面向,並無重大違規事項;於產品服務面向,因產品 與服務的提供與使用而違反法律和規定被處罰款的件數共 26 件,較 2014 年的 73 件,共減少了 47 件;被處罰款的金額為 1475 萬元,較 2014 年的 3592 萬元,共減少了 2117 萬元。 其違規態樣及改善對策詳如下表:

違規類型	事件概述	改善對策	裁罰金額 / 案件數
基地台相關	未經許可設置第三代 行動通信業務基地臺。	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。重新檢討基地台 建置機制,並取爭取公有建 地建置基地台,以提升網路 品質。	1100 萬 / 22 案
網路相關	系統核心網路合併設 備共用與借網予亞太 電信事件,因未先報 請 NCC 核准,且與經 核定之事業計畫書 符,故遭裁罰。	我們已遵照主管機關規定進 行改善,以符合主管機關要 求。	
客訴相關	用戶申訴門號攜出至 中華電信退租後回流 再銷售的期間多久之 疑義。	我們已將攜碼移出之門號保 留期改依電信法規定以返還 日起算3個月計,IT單位也 已於104/1/14完成程式修正。	
個資相關	受友邦人壽委託發送 優惠權益簡訊予TWM 用戶,並將回傳司司 簡訊之用戶行動人壽 號碼提供予友邦人壽 以聯繫後續訊等事宜, 費 NCC 認 定 TWM 違 反個資法。	我們已停止委託發送簡訊合 作專案,並嚴格檢討各個服 務作業機制應符合個人資料 保護法之規定。	35萬/ 1案

另,我們自行開發的 M+ 因提供顯示門號所屬電信業者之功能, 2015 年共有 3 名使用者對台灣大哥大及酷樂提起違反個資法 訴訟。經法院審理後,2 件勝訴確定;1 件敗訴確定。

至於環境面向,2015年3月5日遭桃園市政府以違反水土保持法第8條第1項第5款規定,於山坡地範圍土地內,未經申請核准擅自開挖整地,舖設水泥地坪,裁罰6萬元。

龜山舊路坑基地台爭議案件

事件起因:

龜山舊路坑基地台鐵塔遷移位置工程,遭桃園市政府以違反水土保持法第8條 第1項第5款規定,於山坡地範圍土地內,未經申請核准擅自開挖整地,舖設 水泥地坪,裁罰6萬元。

處理情形:

- 1. 桃園市政府説明,基地台鐵塔建置工程,於原地重建無需提出申請;遷移位置,需向主管機關重新提出申請,需經申請核准。
- 依據「桃園市都市計畫保護區、農業區土地使用審查要點」向桃園市政府提出土地使用申請,待桃園市政府核准土地使用。
- 3. 為防範再次發生違反水土保持法,避免未知悉相關法令遭主管機關裁罰罰金,已於內部基站工程月會中進行佈達及宣導,關於基地台建置於土地上,施作前需確認相關法令及備齊相關核准文件。

競業頻率爭議案件

事件起因:

台哥大與競業簽訂協議於 105 年 6 月底「同日共同」繳回 2G 服務使用的 C4、C1 頻率,並約定確定之申請繳回日應由雙方再協商後確定。然而競業卻於未與台哥大協商之情況下,提前於 104/3/23 繳回 C1 頻率。

處理情形:

競業就 C1、C4 頻譜爭議提起訴訟,法院訂於 105/5/23 宣判。(詳細案件説明,請參考 2015 年度年報 P102)

3.1.3 誠信經營

道德行為準則

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,説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2015年參與此訓練的新增人數總計為1,600人(包含台灣大哥大、台灣固網及台灣客服),2015年底前到職同仁均已完成該訓練,並通過課後之考試。台灣大寬頻於2016年4月董事會通過「道德行為準則」並已公告完成,後續列入新人訓練教材推行宣導。

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 決權限表之上一階主管核決後辦理,以防止利益衝突。

第五條 (不得圖己私利)

當公司有獲利機會時,本公司人員有責任增加公司所能獲取之正當合法利益。

本公司人員不得為下列事項:

- 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)

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

第十條 (公平交易)

- 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。
- 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魄 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、 饒贈或其他不正當利益。
 - (2)接受廠商之饑贈或招待,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饞贈或招待, 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、公開説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。

採購輪調制度

為強化內控,2015年起全面盤點集團請購及驗收業務,針對一定金額以上之持續性大量請購、驗收及採購職務進行列管並定期強制人員輪調。人力資源處造冊控管前述列管職務之經辦人及其直屬主管,定期檢視其任職年資,達到規範之任職年資上限即強制安排輪調。

員工貪腐訴訟事件

案例一、客服員工偽造帳單溢領業績獎金

內部管制措施:

- 1. 不接受傳真帳單(黑白)資料
- 2. 用戶可發圖檔帳單, 但僅能由組長接收並需電話與用戶確認
- 3. 新訓時會加強個資關念及 USB 管理辦法宣導

此案因因案件情節重大,該員工已依違法/違規提報解職。

誠信經營守則

為建立誠信經營之企業文化,以創造永續發展之經營環境,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。

後續參酌法令暨公司實務運作,於 2015 年 4 月 30 日進行修訂,並增訂作業細則供同仁遵循,簡述相關內容如下:

制定不誠信行為之防範方案

· 誠信經營守則針對行賄收賄、非法政治獻金、不當慈善捐贈或 贊助、提供或接受不合理禮物、侵害智慧財產權、從事不公平 競爭行為,及產品或服務損害利害關係人等不誠信商業行為進

員工貪腐訴訟事件

案例二、直營門市員工盜賣手機

內部管制措施:

- 1. 重申佈達宣導門市:透由 mail、銷通網、店點會議及教育訓練等管道,發佈 宣導偏差警示宣導函公告(內容包括嚴禁 I6S 空機、賒銷與通訊行配合…等 不法行為),並要求回傳門市人員簽名以落實知曉度。
- 修訂偏差管理辦法:凡涉案者一律提報大過以上並連坐主管,如情節重大者轉請法務提告。
- 3. 例行性的手機、配件盤點:
 - a. 規範門市每日落實盤點庫存,並列入督導訪店必查項目。
 - b. 後端不定期啟動門市商品抽盤機制,以檢視督導及門市盤點落實度。
 - c. 系統每日自動偵測庫存商品有使用記錄, 並要求督導查證回覆。

註:依據公司訂定之「直營偏差行為管理辦法」規範同仁應遵循事項,2015年 因偏差案件受到違紀處分共計32人次。

行規範。2015 年度我們未提供政治獻金。

- ·公司之董事及受任人於就任時,依公司要求簽署『保密承諾書』,承諾將以善良管理人之注意及忠實義務,本誠實信用原則執行公司業務並保密。
- ·公司人資單位編制『廉潔聲明』文件,宣導員工須遵守廉潔相關規範,強調不誠信行為之禁止及違反時之處置方式,員工每年皆須線上閱讀此『廉潔聲明』並親自簽署。

與具誠信行為者進行交易

·於商業往來之前,考量代理商、供應商、客戶或其他商業往來交 易對象之合法性及是否有不誠信行為紀錄,避免與涉有不誠信行 為者進行交易;與他人簽訂契約,內容包含應遵守誠信經營政策 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。

·公司已要求有商業往來之交易對象須簽署『誠信經營聲明』,以 落實誠信經營政策。

設置誠信專責單位並定期宣導

- ・本公司董事會下設置審計委員會、薪酬委員會及稽核室等,且下授 設置風險管理委員會及企業社會責任委員會,依其權責制定及善盡 誠信經營之監督責任,並定期向董事會報告各權責單位執行情形, 於董事會監督下,確保本公司落實誠信經營之最高指導原則。
- ·每年定期宣導公司「誠信經營守則」,使董事、經理人及員工 充分瞭解並遵守誠信經營規範。並視需要舉辦相關教育訓練課 程,以強化同仁遵循意識。

制定檢舉及懲戒申訴制度

- ·訂定「員工投訴辦法」及「廠商申訴辦法」之具體檢舉及懲戒 申訴制度。
- ·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。

我們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、禁止侵害智慧財產權、禁止從事不公平競爭之行為、防範產品或服務損害利害關係人等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,全體同仁每年定期簽署廉潔聲明書。 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

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,以資療循。

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 有實控制能力之機構或法人等集團企業與組 續。

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事物,包括任何形式或名義之金錢、餽贈、佣金、職位、服務、優待、回扣等。但屬正常社交禮俗,且係偶發而無影響特定權利義務之虞時,不在此限。

第四條(法令遵循)

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

第五條(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、亲諾、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、撥損或有 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,應變循相關法規與國 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 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。 健康與安全的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説明其與 公司有無曆在之利益衝突。

本公司董事、經理人及其他出席或列席董事會 之利書關係人對董事會所列議案,與其自身或 其代表之法人有利書關係者,應於當次董事會 說明其利書關係之重要內容,如有書於公司利 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,不得不當相互支援。 本公司董事、經理人、受僱人、受任人與實質

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 辦單位應對與公司從事商業行為之相對人進行 宣導,使其充分瞭解公司誠信經營之決心及違 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、年報及公開説明書揭露其誠信 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。

多面向評核制度

為能更全面性評核員工,2015年起於績效評核作業導入多面 向評核回饋系統,員工進行多向互評(包含下屬、主管及同 儕),主管可就同仁所得到之多面向回饋意見,與同仁共同討 論當年度績效總評,並訂定次年度工作目標及個人年度訓練 計畫。詳請參考 3.4.2「人才開發與留用」章節(註)。

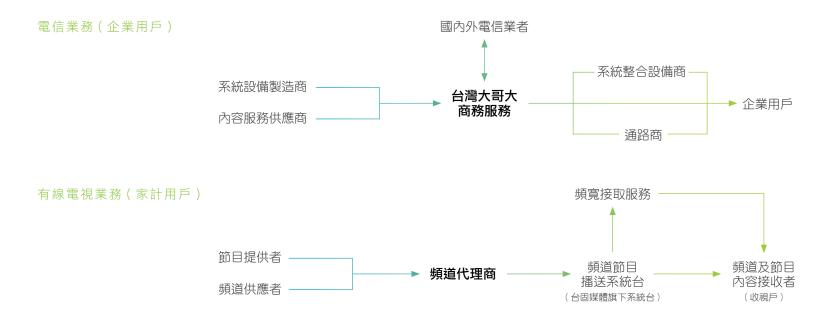
註:導入「多面向評核」制度公司包含 台灣大哥大、台灣固網及台灣客服。

3.1.4 供應商管理

產業鏈概況

電信業務(個人用戶)





供應商管理規範

供應商管理規範:從台灣大哥大做起

台灣大哥大年採購金額多達 400 億以上,獲取訂單的供應商 達 500 多家,惟有落實供應商管理規範作為,才能擴大及深 化台灣大哥大的企業社會責任。台灣大哥大堅信落實經濟、環境、社會責任是企業永續經營的重要關鍵。

2015 年多達 200 家新供應商加入我們的行列,新供應商均 需通過基本公司治理、信用財務審查外,我們亦依採購設備 屬性,進行工廠實地勘查及其上中下供應鏈瞭解,最後,才 能成為我們的合格廠商。

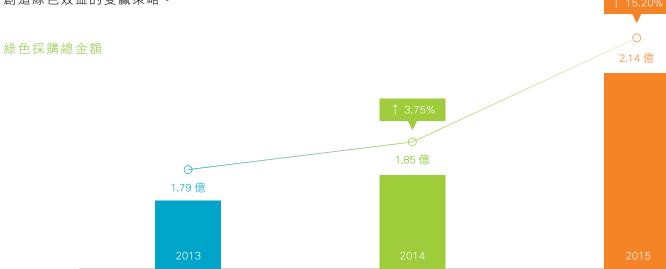
2011年我們公佈「台灣大哥大供應商企業社會責任守則」, 期許所有合作供應商皆能就企業社會責任盡一份心力,並於 2015年1月更新「誠信經營聲明」為線上簽署,做為有效 防弊的管制措施並將供應商夥伴執行 CSR 及誠信經營狀況, 納入規範管理。

我們亦於所有採購招標文件及合約中,納入 ESG 相關規範, 例如:環境面,應遵守「廢棄物清理法」、「空氣污染防治 法」、「噪音管制法」等環境保護相關法令;社會面,供應 商於得標後皆應詳閱「台灣大哥大承攬商安全衛生環保規章」 並簽署「承攬商安全衛生環保切結書」,且於進場施工前台 灣大哥大善盡告知工作危害因素,以確保施工人員的作業安全,於2015年並無因違反此規章而停止合作之廠商。

綠色採購

我們持續推動綠色採購,2015 年綠色採購總金額較 2014 年成長 15.20%,每年針對基地台機房及辦公室、帳單列印、直營門市裝修等各項設備及勞務採購,優先考量「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,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。

我們於 2016 年 2 月成立環境管理委員會,分別設置綠色採購及能源相關小組,做為環境政策制定單位,要求各請購單位於制定請購規範時得優先考量節能或對環境效能較佳之設備。同時訂定年度綠色採購目標,並定期彙總追踪,進行成果差異分析,以利做為提升綠色採購及改善參考。



註:2013-2015 年統計來源僅包含台灣大哥大 及台灣固網

扶植在地供應商

扶植在地供應商:在地採購比例達9成以上

註一:國外供應商定義:在台灣無營業統編者

屬之 獻,也將持續 註二:2014年統計來源僅包含台灣大哥大及 台灣固網 國內就業機會

台灣大哥大透過在地採購行為,為在地社會經濟發展做出貢獻,也將持續強化在地採購比例,帶動在地產業發展並增加 國內就業機會。

供應商 CSR 績效評比

供應商 CSR 自評問卷調查:回覆率成長高於一倍

為了解供應商是否持續關注經濟、環境、社會責任,台灣大哥大於 2014 年導入供應商 CSR 自評問卷,自評問卷回覆率年年成長,2014 年 104 家供應商回覆,2015 年 210 家供應商回覆,此代表台灣大哥大已發揮影響力促使供應商正視企業應負之社會責任。

年度	CSR 問券回收份數	成長幅度
2014	104	
2015	210	101.92%

2014年及2015年皆參與CSR 自評的供應商共計75家,自 評分數提升的供應商,共計20家,總得分提昇14.2分。由 上可見,供應商的社會責任參與度是可經由要求、管理、輔 導進而逐步推動及落實。

經分析 2015 年供應商 CSR 自評問卷調查結果,供應商於經濟面向及社會面向議題回復較為成熟,約有 80%的供應商

供應商分類	2014	2015
國內	99.57%	93.85%
國外	0.43%	6.15%
合計	100.00%	100.00%

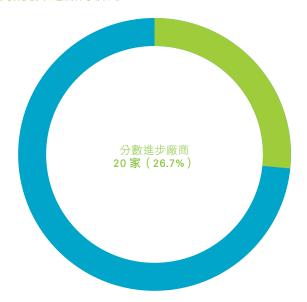
自評分數提升之廠商得分狀況



於誠信經營、環保法規、勞工安全要求、員工職涯發展、勞 資協商、二性平權及弱勢關懷上較為重視,亦有進行計畫、 管理及改善的行動,而於環保面向則回覆較為薄弱,僅有約 32%的廠商推動環保政策、產品節能標章認證、節水措施等, 這亦提醒我們要更加強供應商在環境面的善及加強。

註:2014-2015 年統計來源僅包含台灣大哥大 及台灣固網 台灣大哥大將依據供應商 CSR 自評問卷的結果,進一步於未來分年設計管理規範、輔導策略、教育訓練、稽查等措施,以落實並強化推動供應商企業社會責任,2016 年 4 月台灣大哥大首次召開供應商大會,直接佈達供應商應遵守的企業社會責任準則、理念及規劃,另 2016 年亦規劃較 2015 年增加 19% 參與供應商 CSR 自評問卷數量,計 250 家,與所有供應商共同逐步實踐企業社會責任。

自評分數提升之廠商佔比(2014-2015皆參與CSR自評廠商75家)



註:2014-2015 年統計來源僅包含台灣大哥大 及台灣固網







3.2 環境永續



核心理念

面臨全球氣候變遷的挑戰,台灣大哥大以身作則,致力於降 低營運活動的碳排放、制定環境策略、提昇能資源使用效 益。同時發揮資通訊產業的核心能力,提供綠色產品及服 務,善盡環境責任。

成果與績效

- ●綠色採購 214,091,061 元
- ●組織節能方案減少的碳排量 2,176 ton-CO2e
- 員工通勤差旅碳排量 6,162.27 ton-CO2e
- ●規劃興建8站綠能基地台/認購100萬度綠電
- ●響應 CDP「Commit to Action」減碳承諾
- ●加入國際 GeSI 全球永續議題 e 化倡議組織

承諾與行動

環境永續小組負責整合公司環境相關業務,定期回報企業社會 責任委員會:

●環境管理委員會:2016年由小組擴編成立,制定環境政策與

目標,推動ISO國際認證,發展智慧節能

- 碳風險管理:定期檢核節能減碳績效、盤查溫室氣體、推動 能源管理系統。
- 節約資源及廢棄物回收:持續強化資源使用效率,妥善處理 事業廢棄物。
- 再生能源應用:2015 年成立綠能推動小組,發起綠能倡議 系列活動。
- 綠色服務:結合通訊技術及新創產品核心業務,執行視訊會 議服務、綠色加值服務、e 化 /M 化服務。

展望與規劃

以永續願景 2020 計畫為基礎,制定環境管理目標:

準備 階段

- 制定減量目標
- 建構綠能基地台
- 參與國際評比
- 導入 ISO14001(新增)
- 範疇三碳排量化(新增)

2015~2016

策略 階段

- 目標績效檢核與修正
- 綠能擴建規劃(新增)
- 成為國際級指標企業
- ISO14001 100% 導入(新增)

2017~2018

價值創造 階段

- 建構完整碳風險管理
- 綠能總建置容量至少 200KW(新增)
- 成為國際評比領袖

2019~2020

3.2.1 環境暨能源管理 策略

環境政策

台灣大哥大緊扣「永續思維、誠信踏實」的核心理念,於 2015年開始導入 ISO14001 環境管理系統,訂定 4 大環境永 續政策,承諾建立制度有效率地管理及使用能/資源;除了符 合環保法規要求,更要做到真正的污染預防,同時發揮資通訊 核心業務,考量因提供產品與服務在生命週期各階段可能產生 之風險與機會,持續進行改善整體環境的績效指標。

四大環境永續政策



環境保護循法規

遵循環境保護法規之要求,並持續進行教育 訓練與自主檢視,做到環境保護之預防、改 善與發展管理。



節能減碳用智慧

定期檢視能源績效,執行節能措施、設備改善等 能源管理,結合自身的營運管理及各項資/通訊 技術,降低營運對環境衝擊。每年規劃具體智慧 節能減碳行動方案,業務成長的同時兼顧建構智 慧低碳的社會。



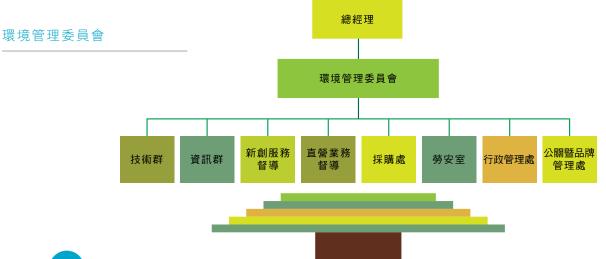
綠色採購護生態

優先採購符合低污染、可回收、省資源之環保 產品,期帶動綠色消費風氣,達到生態效益最 大化。

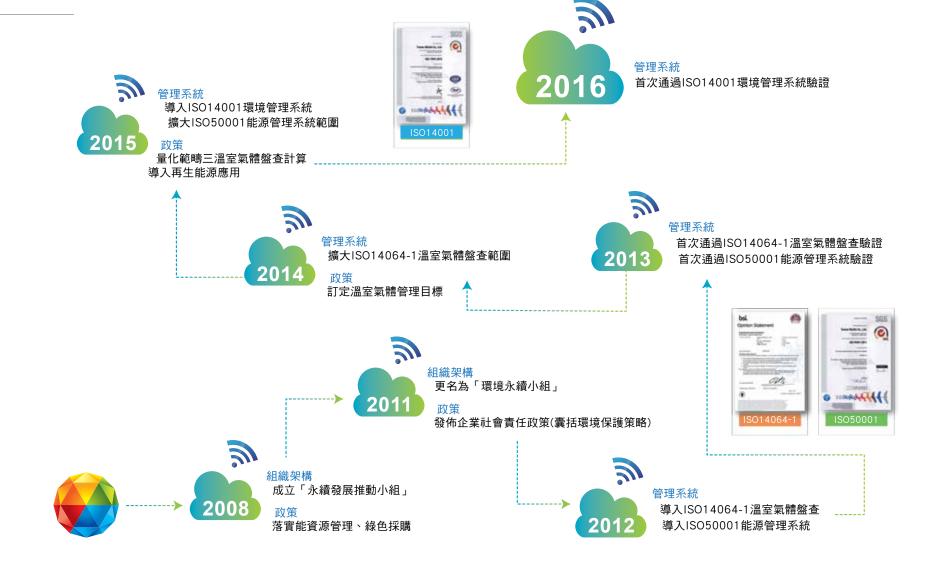


資源循環倡永續

提升各項資源使用效率,針對可以資源回收之項目進行回收,包括用紙、用水、用電等皆進行有效運用。妥善處理事業廢棄物、並將堪用廢品進行活化再利用,促進資源循環使用與倡導環境的永續發展。



我們於 2008 年成立環境永續小組,由總經理領軍,負責規劃、整合公司內環境保護相關業務,每年至少召開 2 次會議,擬定環境保護策略、檢核年度節能行動方案成效。為提升執行成效並擴大推動智慧節能,2016 年 2 月於 CSR 委員會決議通過,將環境永續小組擴編正式成立環境管理委員會。此委員會隸屬於風險管理委員會,由技術長擔任主任委員,權責單位高階主管擔任委員,明確制定環境政策與目標,整合 ISO14001(環境管理)、ISO14064-1(溫室氣體盤查)及 ISO50001(能源管理)的管理及推動智慧節能策略等 4 大任務。各項任務由各推動小組分別執行,並將執行成果回報至環境管理委員會。



3.2.2 碳排放風險管理

氣候風險與機會

法規風險

我們密切關注政府相關法規的制定狀況,2015年7月1日環保署公布施行「溫室氣體減量及管理法」明訂2050年溫室氣體排放量要降至2005年的50%之長期減量目標。電信服務業溫室氣體排放量雖較石化業、鋼鐵業等高能源密集產業等相對較少,且該法執行初期尚未將電信服務業納入應盤查登錄溫室氣體排放量之排放源管制範疇中。另該法目前的規劃課税標的仍以化石能源,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。機房建設以符合建築技術規則的建築強度、適當風力及地震強度為設計原則。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。

台灣大哥大的基地台,每年進行二次巡修,2015年採用555套高耐候性供電設備(SMR),2016年規劃增購504套高耐候

性供電設備 (SMR)、220 顆耐高溫低衰退率的鋰鐵電池,增加備援電力可靠度。

機房的部分,2015 年採用 83 套高耐候性供電設備 (SMR) 及 170 套高耐候性傳輸設備,以利斷電時無空調環境穩定電力品質。2016 年除增購 33 套 SMR 外,更規劃進行內湖光電機房與中和中正機房建築結構評估。

氣候變遷產學研究

2015~2016 年委託台北科技大學就多媒體線上服務 (myVideo 雲端影音、myMusic 線上音樂、myBook 線上書城)計算碳排 放並以取得碳標籤為目標。

2015年與國立台北科技大學進行專案產學合作研究,以台灣大哥大的新創多媒體雲端加值服務 (myVideo, myMusic, myBook) 為研究對象,建立標準化之產品類別規則 (PCR),從生命週期的角度探究服務提供過程可能產生之碳足跡,讓消費者了解傳統消費模式與創新雲端消費模式對環境衝擊的差異性,期對未來國內外電信業降低環境衝擊提供正面影響力。

溫室氣體管理

溫室氣體盤杳

由溫室氣體盤查小組推動溫室氣體資訊管理,每年依循ISO14064-1 國際標準進行盤查作業並通過第三方驗證,盤查範圍包含台灣大哥大(股)公司(含台灣大哥大基金會)、台灣大數位服務公司、台灣客服(股)公司、台灣固網(股)公司、台灣國媒體(股)公司及旗下系統台、優視傳播(股)公司及台灣酷樂時代(股)公司、台信聯合數位(股)公司。盤查類型包含辦公室大樓、機房、基站及直營門市,溫室氣體種類包含CO2、CH4、N2O、HFCs、PFCs與SF6。台灣大哥大業務跨足電信通訊及媒體產業,營運的能源使用主要為電力(即範疇二間接排放),占排放總量97.04%,其餘排放為冷媒、滅火器、化糞池、工務用車等((即範疇一直接排放)。

近三年溫室氣體排放量統計表 註1 單位:公噸二氧化碳當量

項目	2013	2014	2015
Scope1 (直接排放)	3,146.50	7,117.86	7,262.70
Scope2 (間接排放)	170,977.64	201,453.59	236,960.64
碳排放總量 (Scope1+2)	174,124.14	208,571.45	244,223.35
排放強度 (t-CO2e/NTD million)	1.61	1.85	2.10

註 1:1.2014 年起盤查範圍擴至台固媒體旗 下有線電視系統台。

2. 排放強度為單位產值耗能,以當年度排 放總量除以當年度合併總營收。

註 2: 1. 參考經濟部能源局公告熱值(2010年) 及電力係數(2014年)。

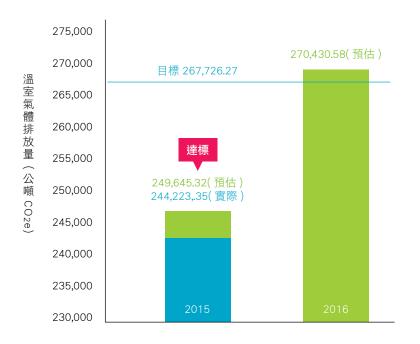
及电刀除數(2014年)。
2. 能源密集度為當年度能源總耗用(直接+間接)除以當年度合併總營收。.
3. 上述皆為內部能源耗用,未來我們將規畫揭露外部能源耗用。

近三年能源耗用及能源密集度統計表 註2

項目	公升/焦耳	2013	2014	2015
	汽油(公升)	545,380.48	864,180.56	864,846.03
直接	百萬焦耳	17,811,362.94	28,222,927.37	28,244,660.56
能源耗用	柴油(公升)	36,803.97	33,445.50	58,368.78
	百萬焦耳	1,356,064.36	1,232,319.57	2,150,632.72
間接	電力度數	327,543,376.6	385,926,420.85	454,818,894.69
能源耗用	百萬焦耳	1,179,156,155.78	1,389,335,115.07	1,637,348,020.88
總能源耗用	百萬焦耳	1,198,323,582.86	1,418,790,362.01	1,667,743,314.16
能源密集度	百萬焦耳 / NTD million	11,053.83	12,597.70	14,357.17

減量目標

台灣大哥大致力於建全國 4G LTE 高速網路設備,以提供消費者最優質的 4G 通訊服務。此外,大數據雲端服務的蓬勃發展,IDC 雲端機房進駐率逐漸提升。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,故自 2014 年起制訂溫室氣體管理目標:「因應業務成長,每年溫室氣體排放量較預估值減少 1%」,執行成效及 2016 年預估目標如下圖。2015 年經 CSR 委員會決議通過訂定中長期溫室氣體減量目標:「溫室氣體排放總量於 2025 年回歸 2016 年之排放水準」。



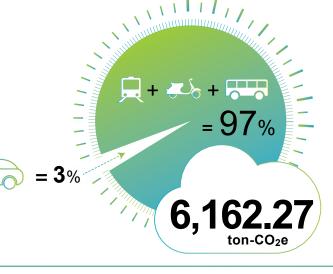
台灣大哥大除致力組織碳排管理,更希望將節能減碳內化至員工日常業務。故 2015 年首度量化員工通勤及差旅碳足跡,按世界永續發展委員會 (WBCSD) 的溫室氣體盤查議定書範疇三 (The Green House Gas Protocol Scope 3),設定盤查邊界並按里程計算。

員工通勤 (5,719.25ton-CO2e)

- 盤查範圍:台灣大哥大、台灣固網、台灣酷樂、台灣客服、 台灣大數位、優視、台固媒體及旗下系統台等公司,包含正 職及派遣同仁
- ●盤查工具:透過線上問卷普查(填答率 100%)
- ●交通工具:捷運、機車及公車佔總量97%,其餘為火車、汽車、高鐵、計程車
- ●未來規劃:盤杳系統化

員工差旅 (443.03ton-CO2e)

- ●盤查範圍:台灣大哥大、台灣固網、台灣酷樂
- 盤杳工具:利用員工線上差旅系統計算
- ●交通工具:高鐵、計程車、車輛油料補助
- ●未來規劃:盤杳系統化,並擴大盤杳範疇及交通工具









能資源管理與策略

電力使用為台灣大哥大的主要排放源,故我們針對基地台、機 房、辦公室、直營門市等不同類型營業據點,實施節能減碳策 略,包含 9 大重點:

- ●機房冰水主機 汰舊換新
- 基站空調 汰換 / 加排風扇
- 照明設備 更換高效能燈具
- ●辦公室 / 門市 溫控不低於 26 度 C 事務機設節電
- ●ISO 管理系統 導入
- ●電子化作業 減少能資源消耗
- ●直營門市 招牌燈調節 / 店格設計調整
- 基地台 導入綠能基地台
- ●能資源整合平台 數據有效監控

能資源整合平台

為有效執行能資源管理,台灣大哥大於 2014 年完成能資源 IT 監控系統,供線上即時查詢及資料匯出,並設有數據異常通報 機制。2015 年再整合現行系統推出智慧節能監控專案,其成 果及規劃如下:

策略	2015 成果	規劃
能源管理系統	用水:管理約873個水號, 15,000筆費用資料 用電:管理約14,462個電號,300,000筆費用資料	擴充現行系統,增加用油、 用紙、資源回收等數據管理,強化數據監控即時性及 管理效率。
員工通勤問卷	問卷調查同仁通勤,問卷回 收率 100%	設計專用通勤線上問卷,產 出碳排分析。
設置環境專區	ISO14001 及 ISO50001 管理 文件電子化	公告相關教育訓練教材供下 載。

取得國際標準認證

自 2012 年起導入 ISO50001 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。2015 年再導 入 ISO14001 環境管理系統,以電信服務生命週期概念,評估 環境考量面,並制定政策、目標及行動方案,檢核環境績效並 持續改善,以減輕環境衝擊。相關成果如下:



範疇

文創總部、雲端機房,包含資/通信、網路、多媒體、娛樂相關服務與辦公室活動等作業。

目標

- 電信帳單無紙化:2016 年減少 3,221 萬份 帳單交寄
- 綠色採購:2016年綠色採購年比例成長 10%
- ●環保教育訓練:2016年課程至少30堂

成果

預計 2016 年 5 月取得認證

ISO14001



範疇

光電大樓、雲端機房、1家直營門市為示範點,2015年增納2家門市

目標

- ●光電大樓/門市:以基線起始年,每年減少 各據點 EUI/PUE 1%
- 雲端機房:Ω1/Ω2機房使用量達8成時,PUE維持1.5

績效指標

●辦公室及門市: 耗電量(EUI) ●機房: 能源使用效率(PUE)

成果

- 光電及門市皆已達標
- 雲端機房因 2015 年進駐率僅 5 成致 PUE 未達標。已參考 2015 PUE 調整能源基線,並定期檢視調整,以確實反映能源績效。

ISO50001

機房及基地台節能成效

台灣大哥大的電力使用主要以機房及基地台為主,我 們定期汰換老舊耗能設備及提高基地台共站共構比。 2015 年度更導入智能通風系統、照明汰換成 LED 燈 及安裝紅外線感應開關,提升基地台及機房能源使用 效率。

未來規劃:

- 機房部分: 2016 年將持續汰換老舊空調冰機、施行冷熱隔離智 慧節能工程、更換省電照明設備。
- ●基地台部分:2016年持續更新變頻式空調、調升空調溫度,導 入空調智慧節能控制、自然散熱節電工法,增建太陽能綠能基 地台,預計設置容量為 50Kw。



機房/基地台減碳:

2.090公噸CO2e



辦公室節水:

9,437度



辦公室減廢:

辦公室省紙:

363,500_張

門市無紙化:

10,517,974張



能資源整合平台

照明設備

基地台/基站空調

直營門市

電子化作業

辦公室/門市

ISO管理系統

機房冰水主機

綠色辦公室

綠色辦公室係指本報告書揭露範疇的辦公區域(不含機房及 台固媒體辦公區域),相關節能、用水、資源及廢棄物管理如 下:

節能成果

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,以及調整電力契約容量至合理值。

註 1:1.2015 年因電信大樓閒置中,總用水 度數較 2014 年降低。 2.辦公據點三重湯城及高雄博愛大樓,水費含 在大樓管理費用中,故未計算

此外,我們積極打造綠色辦公室,除採取各項節能措施外, 更積極採用設置再生能源設施之綠建築,我們承租的辦公據 點之一-敦南大樓,即設置太陽能 8.6kW 及風力 9kW 綠能發 電設施,作為公區用電使用,不僅可降低電費的支出,更可 降低對環境的衝擊。

2015 年度台灣大哥大辦公室更換成 LED 節能照明設備共計 248 盞,相當於減少約 10.4 公噸碳排量。

鑒於 2014 及 2015 年度燈具汰換之節能成果顯著,2016 年度台灣大哥大預計再汰換計 1,195 盞,相當於減少約 179 噸碳排量。台固媒體旗下系統台辦公室亦規劃更換成節能照明設備。

註 2:1.2014 年因總部辦公室搬遷,產生較 多之廢棄物及資源回收,2015 年辦公室廢棄 物及資源回收均較2014 年度降低。 2.自 2015 年起,用紙統計以年度計算。

用水管理

我們在水資源運用效率上,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。主要用水來源為臺北自 來水事業處及台灣自來水公司。

在總部大樓所承租之臺北文創及敦南大樓,分別獲得綠建築黃金級及鑽石級標章,並符合綠建築之水資源評估指標,其廁所選用之器具,均具有省水標章,並且大樓均設有雨水回收系統,將回收之雨水經處理後,作為景觀植栽澆灌或廁所沖洗使用,大幅節省水資源之耗用及浪費。近3年辦公室用水統計如下(註1):

	2013	2014	2015	年度差異	成長率 (%)
用水度數	37,691	46,146	36,709	-9,437	-20%

辦公室資源及廢棄物管理

我們鼓勵做好辦公室垃圾分類,並力行資源回收,將辦公室資源回收分為紙類、塑膠類、寶特瓶、鐵鋁罐等類別,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。此外,我們鼓勵使用電子文件,並推廣雙面列印及廢紙回收,減少及影印紙浪費與廢紙產生。近3年辦公室資源及廢棄物統計如下(註2):

	2013	2014年	2015	年度差異	成長率 (%)
廢棄物(噸)	192.7	279.8	244.3	-35.5	-13%
資源回收(噸)	97.7	110.8	75.3	-35.5	-32%
用紙量(張數)	7,848,500	7,842,500	7,479,000	-363,500	-5%

視訊會議系統推廣

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,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448套,總計共設有463套。

台灣固網於2010年9月推出自有視訊會議的服務,我們持

門市節能成效

台灣大哥大門市透過能源調查與施行節能方案,包含老舊空調汰換;照明汰換及招牌燈點亮時間調節;室內溫控 26 度 C 等具體措施,提升能源效率。2015 年度門市照明汰換及空調控制成果共減碳 18.4 公噸碳排量。

此外,我們持續優化申辦作業流程與系統,自 2015 年 11 月 起,擴充系統檢核及證件設備,增納未成年人用戶(未滿 15 歲)證件掃描功能,故使未成年用戶亦可無紙化申辦。同時 引導門市同仁使用無紙化作業申裝,大幅減少申請書紙本的 使用量,近三年無紙化成效詳下表。

年度	文件(份)	紙張(量)
2013年	2,969,644	4,629,949
2014年	3,946,701	7,506,488
2015 年	4,155,799	10,517,974

續推廣此項產品,以提供企業客戶低碳服務。

2016年目為了持續改善用戶使用線上服務的體驗,除了線上服務平台(品牌網站、官網、網路門市)持續優化外,將進行品牌網站行動版改版。未來將持續優化線上服務平台、推廣用戶使用線上服務的方便性及獨家優惠,為地球環保節能減碳持續努力



myfone 門市七代店

因應數位趨勢及民眾數位服務需求的改變,台灣大哥大以客 戶導向、永續經營的理念設計規劃,朝向節能減碳、環境友 善的改造方向前進,此專案經總經理核准,廣宣暨客戶溝通

* 2014 年數據與 2014 報告書不同係因 2014 報告書數誤植。 處規劃設計、通路策略規劃暨管理室執行、採購處協助,跨部門合作共同打造符合 4G 應用發展的年輕店格,讓整體服務品質全面大躍進,提供民眾更新穎、更環保、更便利的服務場域。2016年規劃將部分舊店格更新為七代新店格,後續配合營運狀態逐漸更新全省店格設計。

3.2.3 綠能應用

綠能倡議活動

面對氣候變遷、全球暖化對於營運風險的不確定性,加上 4G 時代來臨,廣布基地台及雲端服務需求日益迫切,將導致雲端運算中心與電信機房的電力需求不斷攀升,除積極致力於能源管理、善用核心技術研發低碳智慧產品及服務、參與國際評比、加入國際倡議組織外,台灣大哥大亦深知必須擔負起綠能推展及倡議,推廣再生能源應用的社會責任。

台灣大哥大於 2015 年推出綠能整合專案,本專案包含「你買手機我捐一元 一塊推動綠能源」倡議活動,為全台首家推動綠能倡議系列活動的電信業。透過本活動串聯產業鏈一同響應政府綠色能源政策,透過舉辦記者會宣示認購綠電、建置綠能基地台之行動,並透過綠能形象影片及海報宣傳、門市綠能倡議等行動,呼籲全民共襄盛舉,一塊推動綠能源。

2015年門市節能設計效益

內容	效益
天花照明使用 LED 平板燈	節能減碳、綠能照明、低瓦數、高流明。 符合綠色環保、減少二氧化碳排放,無汞無紫外線 傷害。
門市輔銷文宣品電子化	減少店內紙本輔銷文宣品數量,減少廢棄物產生 降低印刷、運送成本,避免浪費
提高色彩及材質計劃的白 色佔比	大量採用明亮色系配色,提升照明效能 表面材質使用亮面美耐板、亮面人造石、玻璃材質 等,加強反射係數,提升照明效能

此外,本專案也充分運用企業內部核心職能,積極整合外部 資源,持續落實各項節能減碳措施、加入國際永續倡議行動 和評比。

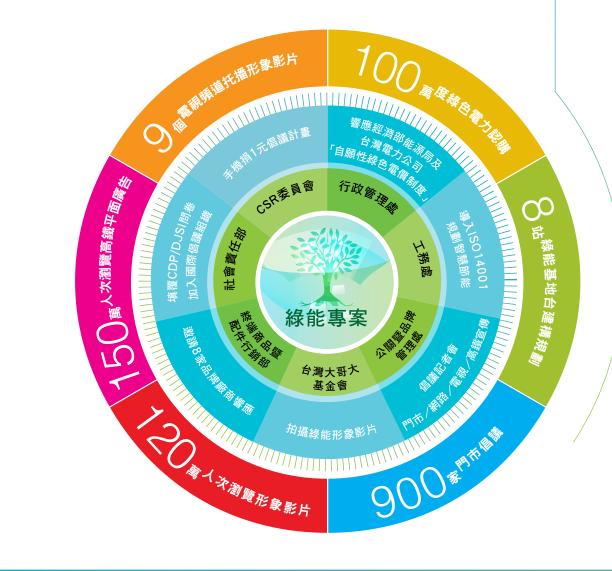
本專案活動多面相的回應各方利害關係人,從不同角度所關注的氣候變遷節能減碳議題:

- 全台首家百萬認購綠色電力的電信業帶動同業跟進響應政府綠能政策
- 帶領供應商響應綠能政策和綠能基地台建構
- ●回應環保 NGO 關注的企業節能議題
- 內部資源整合積極推動節能管理策略
- ●以國際評比問卷自我檢核執行成效
- 加入國際倡議組織實現環境永續承諾



內部行動

外部回應





購買100萬度綠電

國際環保團體

回應「ICT產業再生能源 使用現況」調查



填覆問卷及入選新興市場成份股



首次填覆問卷,公開支持「Commit to Action」2項倡議



全台首家加入「全球永續 議題e化倡議組織」的企業



綠能形象影片



氣候變遷承諾行動

我們共邀請國內外八大智慧型裝置(手機或平板)品牌供應商響應活動(包含Amazing、ASUS、HTC、Benten、Huawei、LG、Samsung、Sony等8家),拍攝綠能形象影片及平面海報,並利用多元行銷管道擴大倡議效益,更獲得經濟部能源局頒發的綠電認購標章。

此外,我們積極參與國際評比機構包含:碳揭露問卷(Carbon Disclosure Project, CDP)和道瓊永續指數(Dow Jones Sustainablility Indices, DJSI)評比。更於2015年12月成為全台首家支持CDP氣候變遷承諾行動(Commit to Action)的電信業者,我們承諾的行動如下:









未來規劃

- 設定綠能基地台建置目標: 累積至 2020 年總建置容量至少 200KW。
- ●規劃智慧節能策略,2016年度目標將節省800萬度用電。
- 2016 年 3 月更成為全台第一家加入全球永續議提 e 化倡

議組織(Global e-Sustainability Initiative, GeSI)的公司,藉由與國際ICT產業龍頭交流氣候變遷、產業責任、人權及供應鏈管理等永續議題,持續精進我們的永續管理策略。

3.2.4 產品與服務責任

電子廢棄物處理

有效處理廢電纜

台灣大哥大定期佈建纜線與維運工程,以擴大電信服務範圍 與維持服務品質。

在佈建或修整同時,需汰除許多廢舊光銅纜線,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。2015 年合計處理廢纜總重量約 441.87 公噸,近 3 年處理廢電纜總重達 1042.075 公噸。(自 2015 年起增納台灣大寬頻)

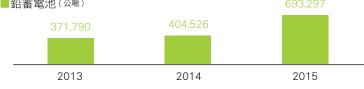
廢舊電池組處理

廢舊電池委託專業廠商處理,電池使用年限大於(含)10年 則直接報廢,並交由廠商妥善處理,2015年處理總重量約 693.297公噸(自2015年起增納台灣大寬頻,其2015年 尚無廢電池處理量),累計3年處理廢電池重量達1,469.613 公噸,避免電池廢液對環境的污染。(報廢電池重量=報廢電 池數*電池重量)

廢手機回收計畫

我們自 2008 年起參與行政院環保署「廢行動通訊產品回收」計畫,於全國門市設置手機回收專區,回收電池、手機、旅

光纜 (公噸) 動纜 (公噸) 269.755 78.005 18.555 2013 2014 2015





充 / 座充 / 耳機 / 傳輸線等行動通訊相關組件,並交由環保署審查合格之回收處理廠商,回收有價金屬等資源得循環再利用,降低廢棄組件內含的鉛、鎘、鈷等重金屬對環境衝擊。2015年我們參與環保署訂定經驗分享等座談,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,近3年回收成果。

舊機換新機

台灣大哥大追求更高顧客滿意度的腳步永不停歇,2015年5月推出「全民舊機換新機」專案,與日本電訊領導品牌SoftBank的子公司、全球最大的無線服務經銷商Brightstar獨家合作,提供消費者「價錢最透明」、「服務最便利」、「折抵方式超划算」及「選擇超彈性」等四大特色的全新服務。所有消費者只要到台灣大哥大全台逾500家直營門市,便可輕鬆完成手機更新、資費選定、舊機鑑價、折抵等繁複的手續,提供消費者既方便又有效率的一站式服務。

無紙化帳單服務

減少實體帳單寄送方面,自 2008 年 5 月起,即正式對外推 廣電子帳單,利用電子郵件及簡訊通知於官網進行線上帳單 瀏覽,取代實體紙本寄送。於此同時,在兼具客戶服務原則 下,亦推廣通話明細於線上瀏覽與合併帳單之服務;在客戶 同意合併帳單狀況下,已達近 6 成帳單減量成效。減少碳足 跡方面,除了持續推動約定自動扣繳外,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,這些措施同時便 利並提升電子化帳單客戶的使用。總結, 截至 2015 年底, 響應客戶已達 32%,2015 年度共減少 8,388 萬張 A4 紙列



印,相當於減少實體帳單印製與寄送過程排放之二氧化碳量 177 公噸。

持續傾聽客戶建議並提供創新優化服務,善用自有通路推廣節能減碳訊息、使用 e 化贈品吸引用戶採用電子帳單及合併帳單,並定期舉辦抽獎活動回饋既有用戶,鼓勵持續使用,至 2020 年度,達到每年可減少 1.2 億張 A4 紙列印目標,相當於減少實體帳單印製與寄送過程排放之二氧化碳量 254 公噸,期達成低碳生活最大效益,成果如下表:

項目	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
e 帳單客戶比例	24%	27%	32%	38%	42%	45%	48%	50%
減少 A4 紙張列印數 (千張)(註2)	65,463	75,255	83,877	95,556	104,346	110,124	115,236	120,348
減少碳排放量(噸)(註1)	138	159	177	201	220	232	243	254

註:1.節省碳排放量以每份帳單6.32g計算2.計算基準與2014年不同,2015年以電子帳單(含簡訊通知)與合併帳單共同減少紙張量與碳排放量為計算依據

六星級 IDC 雲端資料中心

全球資料中心權威管理機構 Uptime Institute 於 2016 年 2 月 宣布,台灣大哥大 IDC 雲端資料中心榮獲高階資料中心 TCOS 金 級 維 運 認 證 (Tier III Gold Certification of Operational Sustainability),成為亞洲第一家、台灣唯一取得 Tier III 設計規劃認證、Tier III 建置認證、及 Tier III 維運認證三階段完整認證的資料中心。TCOS 金級維運認證也是台灣大 IDC 雲端資料中心繼 2014 年入圍「Datacenter Dynamics Awards」之後,再次獲得國際級專業驗證機構肯定。

Uptime Institute 是一個聚焦於透過創新與合作,提升雲端資料中心基礎建設表現、效能以及可靠度的顧問組織,和獨立驗證機構,隸屬於國際資料中心技術與產業分析權威 451 GROUP。其專門針對資料中心之設計、建構、營運建立了全



球統一的認證標準,在資訊業界佔有極重要地位。全球目前 共有71個國家的資料中心取得Uptime Institute 認證,其 中包含富士通(Fujitsu Services, London)、美國電力公司 (American Electric Power)等國際知名業者。台灣大哥大雲 端資料中心取得Uptime Institute Tier III 三項認證,代表 台灣大 IDC 雲端資料中心在地理條件、可靠的硬體設備、即 時的應變能力、以及專業的維運人力等評量指標獲得專業認 證單位肯定,也是台灣大哥大向企業用戶承諾提供優質、不 中斷服務的最佳保證。

2013年底落成的台灣大IDC雲端資料中心,除在設計、建置與運作方面領先同業外,亦提供跨國電信業者、金融、網際網路內容服務(Internet Content Provider, ICP)、電子商務等企業最佳用戶體驗。台灣大用心打造專業的資料中心,同時不遺餘力地持續提供具彈性、有效率的雲端服務,與雲端供應鏈夥伴一同走在台灣數位時代的最前端!

Uptime Institute 認證公告



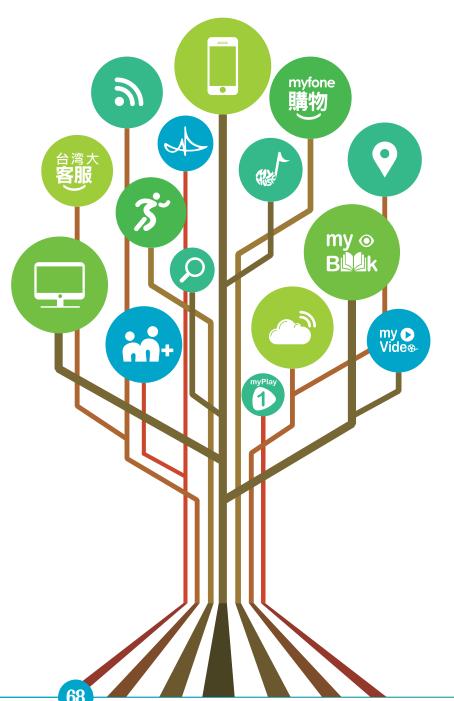
雨水回收系統

台灣大哥大 IDC 雲端資料中心為與環境友善結合,於建築基 地有大量的綠地,並建置的雨水回收系統,以雨水回收系統 回收的雨水對於綠色植栽再進行澆灌。台灣大哥大 IDC 雲端

資料中心雨水回收系統設計有,11.58 立方公尺的雨水沉砂 池、25.74 立方公尺的雨水中間池、27.46 立方公尺的雨水 儲存池等設施,2015年共計回收有效雨水量計567.7立方 公尺,共計節省碳排放 117.5 公斤 /CO2e。

虛擬化服務的推廣





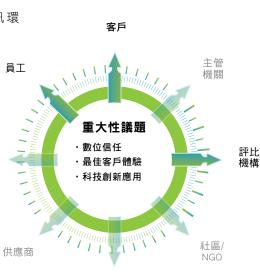
3.3 數位創新

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

我們積極打造讓用戶有感的 4G 服務, 聚 焦發展「智慧影音」與「智慧微商務」兩項 服務,攜手各縣市政府及產業夥伴,透過高品 質的影音直播功能,讓用戶具感受 4G 服務的優 勢。近期也透過 myfone 購物及 Wali 手機悠遊卡 兩大商業服務走入商圈, 透過行動技術與行動平 台,提供完整的行動商業服務,打造未來智慧城。



股東/ 投資人

成果與績效

- 電信建設成本 11,503,271,245 元
- ●研發資源投入 764,669,000 元
- 4G 涵蓋率 99%(700MHz) 及 93%(1800MHz)
- ●開發行動支付「Wali 智慧錢包」
- ●推出「時空訊息 App」
- ●響應政府推 4G 智慧寬頻應用城市計劃
- ●雲端服務榮獲雲端安全聯盟 CSA STAR 最高等級驗證

3.3.1 數位信任

為客戶的安全提供防護

個資及隱私保護

註:資訊安全管理機制涵蓋範疇包含台灣大哥 大股份有限公司、以及台灣固網股份有限公司、 台灣大數位服務股份有限公司、台灣客服科技

台灣大哥大(註)於 2004 年成立資訊安全委員會,負責推動與 改善資訊安全作業,除進行內部稽核,以確保遵守資訊安全政



策,另經由定期外部稽核,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,每年度均順 利通過主管機關之資訊安全管理作業評 估,以及相關行政檢查。於資訊安全委員 會內,籌組緊急處理小組,以快速因應資 安相關事件,降低衝擊、防止問題再次發生,有效提升資安管理水準,成為用戶最 安心信賴的電信公司。

展望與規劃

行動,是創新的核心。台灣大哥大下一階段將持續佈局「M Service 行動服務」、「IOT物聯網」、「iCloud」、「大 數據」、「OTT」等創新服務。未來所有產業都會繞著行動 發展,而不再是純電信服務的提供,尤其雲端與創新服務的 結合,讓電信核心網路朝向雲端化發展,更已蔚為趨勢。











防駭客



系統維運/監控

為落實資訊安全政策,提供用戶更全面與優質的安全保障,公司以保護用戶個人資料與內部機敏資料為核心,規劃四大構面一對外防駭客、對內防洩漏、系統規劃建置納入安全評估、系統維運與監控防範資訊安全事件(如上圖),使公司資訊安全於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,讓用戶安心地使用我們的各項服務。

因應雲端安全、網路詐騙等新增威脅,並強化資訊安全,除持續推動多項專案,以切合組織需求外,並將作業在地化及生活化,以落實管理規範。2015年針對六項安全議題,完成對應保護措施如下表,定期於資安委員會提報作業成果與效益。

安全議題	保護措施	效益
內部不當對外傳 送機敏資料	參考主管機關 -NCC 之違 反個資保護罰則新規定, 調整相關懲處標準	調整「對外傳送機敏資料罰則」, 並持續宣導保護客戶個資與公司機 敏資料,降低內部不當洩漏之風險。
含客戶個資報表遭不當利用	定期清查含客戶個資之明 碼報表,新增檔案加密, 或刪除機敏欄位	主動保護客戶個人資料,於資料產 生時,即加密或刪除機敏欄位,以 降低個資遭不當利用風險
雲端服務遭外部 駭客攻擊	加強雲端安全,請外部驗 證公司檢查並改善,以充 分且持續的提供客戶更安 全的雲端服務	全球唯一同時擁有 ECSA 及 CSA 雙認證的雲端服務業者







EuroCloud Star

CSA STA

安全議題 保護措施 效益 對外服務網站或 優化滲透測試藉由模擬駭 檢核網站與 APP 防護強度,驗證系 APP 遭駭客入侵 客行為,測試可利用的弱 統安全性。 點,提出改善建議 修訂開發安全指引,導入檢查表, 降低弱點再發生之風險。 內部網路可能遭 管控與監測電腦存取網路 管控和監測進入企業內部網路的電 廠商等外部主機 安全 腦主機,避免非授權電腦,不當存 非授權存取 取公司內部網路。 阳斷電腦同時跨接內部與外部網路, 防止駭客利用跨接設備對內攻擊, 或內部人員未授權對外傳送機敏資 料。 資訊安全持續監 建置各項量化指標(如: 各項資安指標均有逐步提昇之趨 控與改善 病毒、USB 檔案存取數量 勢。

全球唯一取得雙資安認證的雲端服務

檢視安全水準

追蹤統計等),持續追蹤

台灣大哥大「運算雲」服務 2014 年 9 月獲得 (EuroCloud Star Audit) 歐盟雲端服務星級驗證,2015 年 11 月再取得雲端安全聯盟 CSA STAR (Cloud Security Alliance,Security, Trust& Assurance Registry)的最高等級認證,成為全球唯一同時擁有 ECSA 及 CSA 雙認證的雲端服務業者,提供客戶一個安全、可靠的雲端服務平台,達到客戶對資料保護零風險的要求,具體回應對客戶的承諾。



CSA 認證強化了原本 ISO/IEC 27001 的資安管理標準,透過專屬雲端安全控制矩陣 (Cloud Controls Matrix, CCM),更精準的稽核雲端安全的細節,驗證過程特別強調業者需達到法規要求、降低安全漏洞或資料遺失的風險、提高對客戶雲端安全的服務等要求。ECSA 驗證則是從使用者的角度出發,除了審查合約內容,同時也著重資訊安全、資料隱私、法規遵循、機房硬體設施與流程管理等規範。

為了展現對資安管理的重視,台灣大哥大將持續投入大量資源,致力優化資訊服務管理流程,並嚴格執行資訊安全控管事項,提供客戶一個安全、可靠的雲端服務平台。

色情警衛 青少年網路安全服務

鑒於行動上網日漸普及,為防護未成年 用戶使用行動上網時接觸不當資訊,台 灣大哥大 2014/12/30 推出上網安全防 護服務「色情警衛加值服務」,本服務 自動阻檔含有色情、裸露煽情情色文章 及照片等不適合兒童及青少年存取的網



站。申辦此服務後,將主動過濾上網資訊,保護用戶遠離色情 與暴力等不良資訊,以健全用戶的身心發展。至 2015 年底, 申辦人數累計為 626 人。

Home Security 居家防護服務

配合數位電視推展和頻寬利用,結合雲端服務機制,台灣大寬頻自 2014 年推出 HomeSecurity 居家防護服務,結合「多螢監看」、「簡易操作模式」、「異常告警」與「遠端控制」四大特色,使用者可透過手機、平板、電腦、電視…等多螢進行操作,即時以手機 APP 推播訊息和電子郵件通知用戶,即時掌握居家安全狀況,隨時關心家中成員動態。2015 年更開發「全時錄影」功能,提供更全面的安全監控服務。

免費電磁波量測及觀念官導

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)把關確認完全符合國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)標準。

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 解説,2015 年台灣大哥大接受民眾申請量測服務達 174 件, 近四年合計達 497 件,量測結果全數符合 NCC 規範的電磁波 標準值。

2016年除延續上述相關服務,另規劃委託學術單位(台北科技大學)研究評估綠能通訊為基礎之基地臺對人體的影響。



電磁波安全小常識

1. 電磁波研究

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

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

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

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

2. 綠能涌訊

指以低耗電的小型基地台取代現有的大型基地台,因其發射功率大幅下降,所以可節省用電,以達到綠能的目標。

3.3.2 最佳客戶體驗

顧客服務承諾

台灣大客大秉持「誠信、創新、熱忱、化繁為簡」的品牌價值, 以創造客戶最佳行動智慧生活經驗為目標,持續落實全方位服 務的五大承諾。

用心傾聽顧客需求,展現專業效能有感服務

積極處理客訴問題,即時提供有效解決方案

合理維護顧客權益,建立信賴和諧友善關係

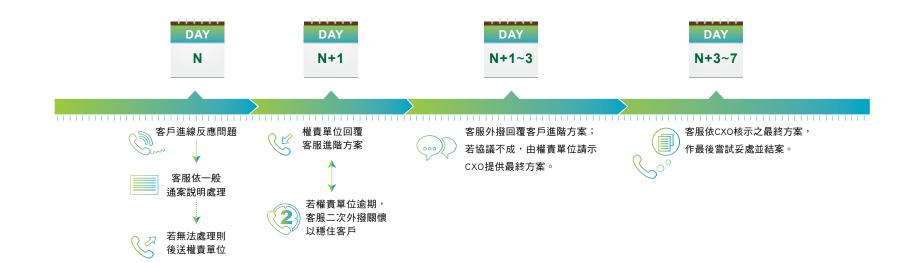
尊重顧客特質需求,思考精緻貼心優質服務

全心圓滿解決客訴,營造客戶滿意雙贏氛圍

進入 4G 智慧生活新世代,服務更趨多元、複雜,台灣大哥大 設置多項便捷的服務管道,持續以專業、效率、親切、關懷、 滿意的高服務品質,提供客戶透明、有系統的服務處理機制。

我們擁有完整的客訴爭議反映機制,無論用戶透過客服專線或至門市透過前線人員反映,都會即時將用戶意見登錄於系統,並限定時間回覆完畢。當用戶進線反映相關客訴,客服人員將即時登錄於客服系統,行銷單位將根據個案提供協助,並需隨時更新案件進度,每次聯絡皆有詳細紀錄,方便客服與行銷同時跟進案件處理狀態,以即時解決客戶疑慮。若用戶進門市反應,門市也將藉由門市日報系統即時向行銷單位尋求協助,行銷單位需於當日回覆完畢,並由門市回寫客戶對問題的解決滿意度,若回覆不滿意亦需重新提供協助。

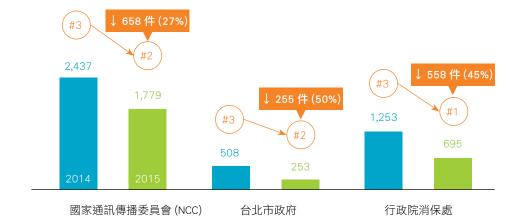




服務處理與客訴通報

受理服務案件後,依案件類型由專責人員追蹤,並以日報、週報進行全面檢視處理績效,適時透過內部組織協調,迅速回應、妥善處理抱怨案件。

為了持續提升服務品質,針對重大客訴案件、跨部門重要改善議題,均由總經理親自督軍,定期召開跨部門會議,研擬提升服務品質的工作項目,2015年在國家通訊傳播委員會(NCC)、台北市政府、行政院消保處統計公佈的客訴統計量,均持續下降表現優異。



服務品質保證

2013年1月積極導入外部評鑑之驗證制度,SGS 是全球在檢驗、查證、測試和驗證服務的領導者,我們取得 SGS 核發『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)』等二項國際標準驗證。2015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。連續四年均獲此殊榮,説明台灣大哥大的服務標準與品質年年提升。





C-2 智庫系統

專責單位評估分析

提案分級:

- P-1 避免客戶產生疑慮
- P-2 提升客戶使用自助服務
- P-3 降低作業疏失
- P-4 提高作業效率





Qualicert 國際服務品質驗證



ISO 10002:2004

服務提升計劃

以便捷化、專業化、人性化三大服務核心價值,客服人員藉由系統即時提供詳細服務內容與產品特性説明,讓客戶充分了解自己的權利與義務;客服透過服務處理過程尋求內部改善契機,成為客戶與企業最佳溝通橋梁。2015年進行系統機制強化,一線人員可透過系統即時回饋客戶的聲音與需求,有效蒐集多方訊息及結合各部門經驗、想法,由專人規劃、執行相關行動方案改善調整,提案者與主管均可透過系統介面即時掌握案件處理進度,持續流程改善、系統優化,以提升客戶最佳服務經驗。

4G 服務涵蓋率

自 4G 開台以來,台灣大哥大持續佈建優質的網路基礎設施,至 2016 年 3 月底,700MHz 頻段的人口涵蓋率已達 99%,1800MHz 頻段的人口涵蓋率亦達到 93% 以上,包含澎湖、金門、馬祖、小琉球、綠島及蘭嶼等離島,以及墾丁與阿里山等風景區或偏鄉區域。

HD 高音質通話服務

台灣大哥大自 2016 年 1 月推出 VoLTE (Voice over LTE)高音質通話服務,利用 4G 網路傳送語音和影像等服務,具備聲音更立體、話質更清晰的特色,且語音與視訊通話可隨時切換,也不會因為語音通話而降低上網速度,還兼具可在 1 秒內快速接通等優勢,目前包括美國、日本及韓國的電信商已提供VoLTE 服務。

透明資費

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説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,落實我們對於 「信譽品牌」及「產品責任」的重視。

Google 電信帳單支付服務

根據調查報告顯示,約七成智慧型手機使用者會下載 APP 或進行消費。但是由於在 Google Play 上消費必須使用信用卡或金融卡交易,且需先輸入卡號等個人資料,許多消費者因此卻步,為提供用戶更便利、更多元的付款方式,故台灣大哥大於2015年2月推出 Google 電信帳單支付服務,將 Google Play消費整合於電信帳單一併支付。

當用戶於 Google Play商店購買付費 APP、音樂、電子書、電影,或是是嚴大。 電子書、電影,或是上服務時,可以多一項選擇, 將費用併入台灣大只要將電信帳單。用戶人,要將 付款方式設定為「透過 我的 Taiwan Mobile Co. Ltd 帳戶付款」,並輸入



Google 帳號、密碼完成認證,該筆交易即可透過台灣大哥大電信帳單代收,用戶在收到帳單後再行繳費即可。服務自推出後,已吸引約一成用戶開始使用,銜接台灣大積極推廣的「電子帳單」,將紙本導入電子,不僅支付多一分保障,更加落實了電子帳單的整合支付功能。

未來將以優化服務為主要目標,持續提供用戶安全的付款方式,並持續強化使用過程中,個人資料安全防護,且可由網路、APP等等虛擬通路查詢使用歷程,讓既有用戶可可以安心使用,再進一步推廣吸引更多用戶加入「Google 電信帳單支付服務」的行列。

Super MOD 聯網電視

因應網際網路與電視媒介匯流,整合網路影音、網路電視…等多種平台,台灣大寬頻推出聯網電視 SuperMOD 服務,提供數位機上盒內建網路相關軟體,可收視線上影音,隨選視訊、數位學習、卡拉 OK、生活資訊,用戶可透過遙控器依人性化的電視操作介面,輕鬆連上網際網路,享受網際網路與電視整合的便利性,並可協助家長管理學童看電視上網時間,有更多樣化的創新與便利的聯網電視使用經驗。

Win TV 高畫質數位頻道

除引進國外優質數位頻道外,也積極扶植更多本土高畫質頻道,



台灣優視媒體科技 (Win TV) 即為第一個強調「高畫質」為營運目標的數位有線頻道,包含「台灣 HD 綜合台」、「台灣 HD 戲劇台」、「台灣 HD 兒童台」。自製「高畫質」休閒娛樂兒童幼教、體育財經、世界新聞……等節目內容,Win TV 響應數位化目標,發展台灣本土數位文創與高畫質數位影音內容。

3.3.3 科技創新應用

用戶網路使用體驗管理平台

為了能提供台灣大哥大用戶更好的 4G 用戶網路體驗,自 2015 年 起 開 始 建 置 CEM (Customer Experience Management) 用戶網路使用體驗管理平台。過往用戶進線到客服單位反映行動網路的使用問題時,客服人員只能從客戶所提供的障礙情境,進行問題的釐清與解決。但由於客服人員能取得的資訊完整度與清晰度不足,許多問題必須後送到後端的技術客服人員做進一步的查找,才能作問題的改善解決,解決的時效性不好,造成客戶感受不佳。

CEM 系統透過收集 4G 網路設備提供的用戶訊號強度、用戶上網流量、使用的應用程式,彙整既有系統的用戶 Profile 資料、工務客訴記錄等資料,CEM 系統保存有客戶網路體驗歷程,作完整的紀錄。當客戶進線反映問題時,一線的客服人員可以從 CEM 系統得到清楚的問題發生時點的相關網路系統記錄資料,可於第一時間就處理的問題比例增高;對於需要後送處理的案件,因為取得的客訴問題情境更具體且清晰,系統的進階分析功能也能協助技術人員作更有效的障礙點發掘,縮短問題解決時效。NQA(Network Quality Assurance)單位與網路技術單位從 CEM 系統上作分析,透過地理圖資系統的畫面,比對各項網路 KPI 與客訴發生地點、基站建設與設備調整的關聯量化分析,作為網路品質優化的依據。在網路品質優化下,用戶的網路使用經驗將更為提升。



CEM 平台所記錄的用戶網路使用經驗資料,能透過大數據進階分析的技術,分析用戶上網行為偏好、使用的 APP 應用程式、移動特徵等。台灣大哥大行銷單位可對於網路經驗使用不佳的用戶,進行關懷與維繫;也可幫助新創服務的產品開發、用戶行為分析、潛在客群發掘、服務跨售等應用,以增加公司營收。

CEM 系統自 2015 年初規劃,並著手進專案建置,預期在 2016 年,分階段性上線,透過各階段的功能,幫助用戶體驗經驗的提升。

特殊佣金彈性化

在電信業競爭激烈的時代,原始電信傳統語音產品已不足以做 為市場競爭利器,隨著公司開始發展多元化產品及集團合作 (例如:行動上網/加值服務/3C/配件/家電/創新服務、富邦 產險、復原者保險..等)多元化產品行銷以因應市場需求,而 佣金支付則是台哥大與通路合作的利器,除門號上線之基本佣 金外,特殊佣金能彈性運用資源,更具激勵推動店點提升業績 功效。特殊佣金系統自早期幾個辦法演變至今已有上百種辦法 需要高達上百個核算模組處理,模組間各自獨立,缺乏彈性, 為因應市場激烈競爭與即時反應公司策略的變化,故 2015 年 起開始建置特殊佣金彈性化系統。

管理 業績設定 佣金規劃 通路策略管理 加盟 經銷 異業合作 創造營收

藉由本專案設計之集中管理、資源共享、邏輯規則整合及可彈性化設定等以達到系統可收納與因應各種特殊佣金辦法之變化。透過新系統自動化核算取代人工作業,讓系統設定資訊透明化,方便使用單位查找,也增加了佣金作業安全及穩定性。

2015年進行專案 Phase1,並於 2015年底 Phase1系統上線,預估年省 20%預算成本,新增或異動辦法可以透過系統快速導入,未來更可提供通路策略管理單位進行提前評估各種佣金辦法之可行性與效益分析。透過有效率的系統管理協助,使用單位進行每月通路佣金核算及發放,以達到通路業績的提升與台哥大營收提升之雙贏局面。2016年將進行專案 Phase2,系統完工上線後,預估年省 50%預算成本。

完整使用者介面設計,方便設定、查核、驗證及報表下載 提供完善功能予使用者進行可行性與效益分析

管理單位

降低每月新增/異動需求開發成本 提升佣金產出效益與正確性 資源整合共用,提升系統效能

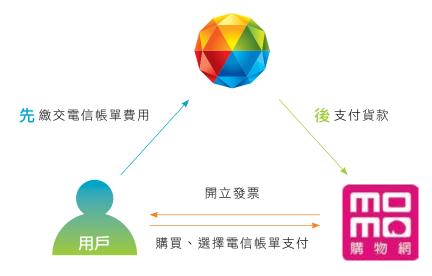
技術單位

2015 年省 20% 系統開發費用

量化效益

電信帳單代收擴大外部商家應用

在網際網路快速發展與行動裝置使用普及化的時代,「手機」已逐漸成為電子商務最重要的戰場。自 2014 年起,當各家行動支付以雨後春筍之姿問世之際,台灣大哥大開始思考行動支付金流付款管道的擴充研究,結合電信本業核心資源(電信門號用戶以及電信帳單代收),與外部電子商務商家合作,提供手機上 EC 網站、APP 除信用卡付費之外,也可使用隨電信帳單代收的付款方式,藉以豐富電子商務商家多元付款方式,擴大電信帳單代收應用及使用者族群,為第三方支付鋪路。



本案旨在以創新的金流應用服務,支援 EC 網站各類型的交易模式,將電信帳單代收服務擴展至外部商家,提供外部商家可使用 TWM 電信帳單代收為付款方式,專案經費 350 萬元。專案自 2014 年起啟動,在務求符合法規的前提下完成與 MOMO電子商務的結盟,於 2015 年 7 月 6 日全面營運。現在台灣大

哥大用戶可於 MOMO 手機版網站與 APP 購物時,使用 TWM 電信帳單代收做為付款選項完成交易後,消費款項將透過台灣大哥大每月電信帳單一起出帳。而也由於不必輸入信用卡資訊,簡化了手機購物的流程複雜性,也間接增加了安全性。

推廣電信帳單代收至生活上各類服務,除了增加使用者付費選 擇以及結合電信帳單管理消費、繳費等便利性之外,最大的影 響將在於促使用戶如同注重信用卡一般的注重電信身分的信用 及電信帳單消費的管理,讓個人信用延伸至電信領域。

自 2015 年 7~12 月,MOMO 導入交易金額約 \$920 萬;一萬筆以上的交易。2016 年 1~2 月,交易金額業已超過 600 萬。預估 2016 年全年交易金額將達 \$4,800 萬;5 萬筆交易。未來更將持續增加合作之外部商家、縮短商家帳齡的方向來努力。

方便快速的交易付款方式,且整合於帳單付款

用戶效益

透過電信帳單代收增加非信用卡用戶交易成單率

商家效益

2015年7-12月交易金額\$920萬;超過1萬筆交易

量化效益

入物聯網應用

「工業物聯網」助企業無痛導 為了迎接物聯網時代來臨,台灣大哥大於 2015 年與研華科技 合作,領先業界跨出發展「工業物聯網」的第一步。該專案擬 诱過 laaS「運算雲」與研華物聯網核心軟體「WebAccess」 做結合,讓企業快速的、無痛的導入「工業物聯網」應用世代, 並大幅提升企業競爭優勢。

> 台灣大「運算雲」提供線上租用與管理雲端主機服務,除了讓 企業不必尋找空間放置硬體設備外,以租代買的服務模式, 更可以用最有經濟效益的建置系統;HA雙備援架構提供高達

99.9%的服務可用性(Service Level Agreement, SLA),並有 專業 SOC 機房監控中心人員 24 小時全年無休的管理與維護, 搭配備份等功能,妥善保存資料。此外,台灣大「運算雲」機 房通過 ISO27001 及 ISO27011 等國際資安認證,服務更是 全球第一個通過 ECSA 歐盟雲端服務星級驗證的 laaS 服務, 維運能力、資訊安全及穩定性受到國際肯定,讓企業用戶能安 心推入全新的雲端世代。

卡行遍世界

免插拔! 免換卡! 嵌入式 SIM 台灣大哥大為 Bridge 電信聯盟的創始會員之一,在 2016 年 世界行動通訊大會(Mobile World Congress, MWC),攜手全 球通訊產業的兩大聯盟 Bridge 及 GMA 聯盟成員的電信夥伴, 共同展示最新物聯網應用,展出 Global eSIM(eUICC)與 SIM 管理平台應用,為全台電信業界第一,展現台灣大哥大發展物 聯網服務的堅強實力!

> 透過 Bridge 聯盟成員所涵蓋的35個電信市場(Leading Operators),同時串聯歐洲最大的電信聯盟 GMA(Global M2M Association) 所涵蓋的 42 個電信市場,在共計 77 個跨國電 信市場中,只要透過 Global eSIM(eUICC),未來任何裝置在 生產製造、物流配送以及通路銷售、終端使用等不同階段,皆 能做到免插拔、免换SIM卡,直接選用裝置所在地的電信業 者,完成聯網服務,大幅降低國際漫遊成本、享受在地費率。



數以萬計的裝置透過 Global eSIM 聯網,如何有效率的管理物聯機制就顯得十分重要,台灣大哥大 SIM 管理平台未來將可提供企業客戶透過單一介面,掌握任一裝置的資費、用量,以及所在位置等資訊,讓企業客戶同步進行連線管理、資費彈性調整、流量監控等作業,有效降低管理成本,增加管理效率,此套平台也即將進入商轉階段。

智慧影音、微商務應用 創造行動新價值

隨著全台 4G 通訊服務展開,台灣大哥大為了讓用戶能迅速地享用資訊娛樂或處理事務,2015 年響應政府推動「4G 智慧寬頻應用城市計畫」,推出「智慧影音」與「智慧微商務」兩項應用服務,整合產業鏈中的夥伴、農特產、觀光業者、以及數位內容業者,著重在「青年創業輔導」、「新農人輔導」、「在地文創輔導」、「創新性直播互動應用」,以大數據(Big Data) 的智慧化科技應用,帶動產業鏈升級,同時提升行動通訊新價值。

台灣大哥大已經與高雄市、屏東縣、台南市、新北市、台北市 等縣市政府簽署合作備忘錄,共同打造「智慧影音」與「智慧 微商務」服務平台,並推動地方產業升級與生態圈繁榮。全面 創造行動新價值,打造未來智慧城! Global eSIM(eUICC)的出現,對於需要跨國流通的代工製造廠商的產品尤其重要,未來所有裝置皆可藉由 Global eSIM(eUICC)協助提升管理效率、縮短物流管理流程,讓用戶享受更彈性化的電信服務。根據麥肯錫 2016 年最新的研究報告指出,eSIM 產值將在 8 年內,有近 100%的成長。台灣大哥大積極與國際製造商洽談合作,預估 2016 年第三季之後,將發展出具體的商業模式。



智慧影音

建構智慧影音平台,提供政府、民間團體合作發展創新應用, 讓消費者以智慧行動裝置享受 4G 影音及 Live 直播,協助政府 機關建立與民眾更直接、即時的互動管道。服務特色包括:

- 隨時隨地提供高品質影片音樂服務或直播表演,讓用戶不再 趕回家去等候電視/電台的播出時段。
- 提供用戶參與即時民調,或以行動裝置發表意見,還能將互動狀況分享至社群網站。從單向訊息溝通,提升為雙向互動。
- ●提供縣市政府主辦的大型活動直播服務,讓政府與民眾的互動更直接、即時。
- ●打造推薦專區,推廣與獎勵最在地的內容產製。
- 擴大推廣銷售層面,降低影音作品發行成本,讓小品及新人作品銷量得以增加、提高營收分潤。

Wali 智慧錢包



手機逐漸成為人們隨身攜帶的通信工具,利用手機來補充甚至替代類似信用卡、錢包等支付功能的概念自然產生。台灣大哥大作為行動通訊與行動加值應用服務的領導者,除了滿足消費者更優質行動生活的需求,也期望透過行動支付的創新商務模式,為商家提供更適時、適地、適性的客戶服務與行銷平台,帶來更多商機。我們於 2016 年 1 月底正式推出 Wali 智慧錢

智慧微商務

以台灣大哥大在行動購物與行動廣告的基礎,開發微定位所帶動的廣告、行銷、消費、支付等完整應用功能,並與地方政府攜手合作,打造創新、在地的行動智慧商圈,使小型商家也可以快速跨入行動商務,帶動地方繁榮。服務特色包括:

- 依據用戶個人行為及所在商圈,以智慧型裝置傳送即時且符合用戶需求的資訊、商品、商家、與服務,讓資訊價值全面升級。
- ●提供用戶結合商品、商家、促銷、地圖、錢包與紅利等所有 購物所需的訊息,讓購物更聰明。
- 大數據分析用戶行為、習慣,啟動廣告、行銷、比較推薦、 交易、支付及紅利管理等功能,提高商家經營效益,帶動地 方商圈繁榮。
- 幫助在地商圈、伴手禮、農漁特產、旅宿餐飲等商家,全面 掌握行動商機。



包 APP,將傳統皮夾完全數位化,實現一機在手,吃住玩樂 Easy Go 的數位生活目標。

Wali 智慧錢包是全台第一個整合悠遊卡、一卡通交通票證與票券收納服務的 App,提供完整的小額支付、購物支付、票券收納等功能,任何電信業者用戶,都可利用手機下載 Wali 智慧錢包,輕鬆「嗶」一下,就能實現手機變錢包的科技生活願景。預估 2016 年底可達 30 萬註冊用戶,並已結合悠遊卡、一卡通、各縣市政府與地方商圈合作,為台北、台中、高雄等多個地方商圈導入行動支付與優惠券導購應用。具體服務內容及成效如下:

• 手機悠遊卡

Wali 智慧錢包 APP 整合手機悠遊卡 / 一卡通服務,讓消費者體驗一機在手輕鬆消費付款,不論搭乘捷運、公車,或到

超商購物消費等皆可使用 Wali智慧錢包 APP 內的悠遊卡 / 一卡通感應付款,輕鬆付款超簡單。自2016年2月1日開放全省門市供民眾申請 NFC SIM 卡並註冊開通手機悠遊卡 / 一卡通服務,截至2106年4月底,每月申辦4G上網專案搭配指定機種的用戶已有30%申請 NFC SIM卡,目標在2016年底以前,達到50%。



•電子票券收納與使用

消費者可透過在 Wali 智慧錢包 APP 優惠推薦區或 myfone 購物購買電子票券後,將電子票券自動收納到 Wali 智慧錢包 APP 內;使用時只要輸入錢包密碼,將 APP 內的電子票券 QR Code 出示給商家掃描即可核銷,再也不需要擔心忘記帶票券出門。

●020 優惠券

為了促進地方商圈經濟,也讓民眾有更多享受行動支付便利性的場所,我們結合縣市政府,拜訪了北部與南部的著名商圈業者,首先在台北市的花博、公館、寧夏、晴光、西門、永康商圈,以及高雄的巨蛋商圈推出 O2O 優惠券導購以及悠遊卡 / 一卡通感應支付應用,未來更將擴大到新北市與其它南、高、屏地方商圈。期透過 Wali 智慧錢包帶給消費者更多生活上的便利與優惠。

Wali不只是支付工具,未來更將配合市場需求與法規政策發展,計劃透過提供消費者高加值的生活便利應用,進一步改變消費者的支付習慣,同時為地方商圈帶來更多商機。目前規劃的應用包括以下幾種,未來將持續增加各種加值生活應用:

- 1. 手機信用卡:沒有悠遊卡的地方,也能輕鬆『嗶』手機完成付款。
- 2. P2P 轉帳:方便快速的拆/轉帳應用,人與人之間越來越不需要使用現金完成收付。
- 帳單繳款:透過手機掃碼和授權自動繳款,消費者可以輕鬆 完成各類帳單、規費與停車費的繳款。

myfone 購物



myfone 購物是台灣大哥大開發的行動購物平台,擁有超過20萬件商品供消費者選擇。除此之外,台灣大哥大也大力輔導在地小農打入線上購物供應鏈,協助拓展市場;其中,台灣大哥大的「新農人」專案團隊從尋找商品、發掘行銷故事及協助產業升級的一條龍專業協助,締造不少小農再生的傳奇。像是響應青年返鄉務農的楊家銘,一直堅持以不用除草劑、不噴農藥栽種黑蕃茄,在台灣大「新農人」團隊介入輔導後,以健康訴求在養生的飲食文化中找到定位。我們於2015年9月推出「食尚台灣專區」,結合台灣在地小農,匯集在地優質美食,提供消費者更豐富、便利的購物體驗。在產銷整合的優勢下,締造在myfone 購物平台90分鐘內完售260盒的驚人紀錄!

商品上架協助:由專人教導合作夥伴熟悉基本的電商知識,包括後台操作、訂單處理、商品頁的製作、文案撰寫、商品上架等;(2)行銷輔導:myfone 購物協助建立各式精準專業的主題行銷活動,提供合作夥伴良好的銷售環境;(3)經營輔導:透過商品顧問協助店家具備產品行銷與訂單數據分析的能力。

myfone 購物與小農的合作關係包括 3 個部分:首先是 (1)

綜合以上三點,myfone 購物以電子商務通路、品牌形塑的策略,打造小農的品牌價值,增加在地產業營收;既把值得推薦的安心農產品推薦給消費者,又使自產自銷的農業個體戶獲得合理利潤,而從土地關懷的精神出發,更對環境永續盡了一份心力。

時空訊息



首創跨電信平台、跨越時空限制, 讓情感, 傳遞到未來

台灣大哥大致力於用科技為人與人之間的關係,帶來更多感動的力量與溫度,讓人們隨時、隨地、隨身,享受更好的溝通便利與樂趣。2015/9/3~2016/03/31 推出電信業首創的「時空訊息 APP」服務,跨時空、跨形式、跨電信的免費預約訊息服務模式,讓溝通不只停留在當下,而且能突破時空,為你我封存紀錄當下情感傳遞到未來,進而成為改變未來的正向力量,上線 3 個月即超過 10 萬人次下載,也帶動體育、音樂、娛樂等各界名人紛紛響應。

「時空訊息 APP」的核心理念,也獲得國際級評審認同,獲得第 38 屆「時報亞太廣告獎:數位類 - 行動行銷獎佳作」,也是此獎項唯一獲獎的作品。台灣大哥大將繼續秉持初衷與信念,與每位消費者生活在一起,用行動科技與創意溝通方式,帶來更美好的社會,一起 Change 4 the better!

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階段的閱讀需求而不佔實體空間。

2015 年 myBook 仍穩定維持 160 刊電子雜誌上架,會員人數亦累積近 10 萬。以活躍會員 (active user) 每月平均下載閱讀 6.2 本雜誌計算,每年約可節省 774 萬本雜誌的印刷、紙張、物流及倉儲等資源。除此以外,「新訓無紙化」專案將門市訓練講義數位化,目前已上架數位講義共 12 冊,將於2016 年開始實際操作,預計年度將可移轉 2,000 人次講義印製及紙張資源。

myBook 為了把閱讀成為一件有趣的事,2016 年將進行更多元的智慧應用與讀者互動,目前已將「智慧書單」及「閱讀

競賽」兩單元納入年度開發計 畫。

- ●智慧書單:依據讀者的購買 書種及閱讀喜好,由系統主動 於書籍介紹頁及結帳頁面向讀 者推薦可能會喜歡的書單。
- ●閱讀競賽:於閱讀 APP 中例 行記錄每位讀者的閱讀時間、 閱讀本數,及分享次數,讀者 可依照個人的閱讀狀態參與閱



讀競賽的遊戲並得到獎賞。遊戲內容則由 myBook 與出版社合作,規劃每月不同競賽主題,由符合競賽條件的讀者中挑出得獎者,以此鼓勵數位閱讀。

myMusic 線上音樂



myMusic 對於線上音樂的推廣持續努力, 至 2015 年底已導入達 300 萬首以上線上歌曲上架,會員人數亦達 30 萬人以上。透過 4G 智慧城市發展,聆聽串流音樂不會再受限檔案大小與 3G 頻寬,透過 4G 頻寬達到順暢品質,myMusic 將提供聆聽者聽到如同在錄音室與演唱會現場般的高音質享受,不再錯過任何樂曲內高低頻的原音細節,提供給民眾無縫的高品質影音生活。

網路時代巨量多元的內容雖可滿足不同興趣的閱聽族群,但隨著線上影音平台崛起,大量的影音內容在選擇和過濾上就形成另一種使用上的困擾,myMusic 啟動大數據 (Big Data) 分析工程提供更貼近用戶聆聽偏好、使用習慣的線上音樂串流服務,針對用戶過去多年累積的使用行為及聽歌慣性,建構四大類別:曲風、語系、年代、情境之個人化音樂頻道,讓樂迷可以自由組合成上萬種音樂選單,充分展現個人化音樂風格。

未來更將透過大量蒐集用戶資料,記錄使用者的年齡、性別 和地點等資訊,精準推薦給每個用戶最適合當下情境或個人 喜好的音樂從使用者的閱聽行為中分析了解現在最多人正在

myVideo 線上影音



4G 行動上網快速成長,國人享受影音娛樂的方式漸趨多元, 對影音的品質要求也越來越高,myVideo 服務上線屆滿三 年,三年來累計超過百萬次 APP 下載數,每月吸引百萬人次 以上用戶,並不惜重金引入國內外高品質內容,不但可在手 機、平板等行動裝置隨時觀看喜愛的影片,更可透過 Google Chromecast 或 Apple TV 等裝置,在家中享受大螢幕影音, 讓 myVideo 成為生活中影音享受的首選平台。

myVideo致力於數位內容推廣,將閱聽者意見反饋給創作端, 以帶動更符合民眾需求的影音內容創作,並透過大數據分析, 推薦民眾更貼近個人需求的影音內容,經大數據分析後的資 料,具有強化決策支援及企業智慧功能,以利提昇智慧影音 行銷業務、營運管理與客戶服務單位,可收事半功倍之效。

2015 年共創造了 350 萬觀看人次,等同節約可觀的影音實體 碟片製作、紙張印刷、物流及倉儲等資源,響應環保,落實 節能減碳之企業社會責任。同時,地方政府或民間單位透過與 myVideo 智慧影音平台合作,以現場直播機制將趨勢論壇等完 整影音內容進行公開公佈,促進民眾認知並參與社會議題。

2015年 myVideo 直播「hito 流行音樂獎頒獎典禮」與「中

聽什麼、在什麼地方、什麼情境聽,打造另類分眾音樂市場, 協助使用者在短時間內可搜尋到最貼近個人喜好的內容,提 供新世代影音閱聽者的最佳的個人服務體驗。



壢搖滾音樂祭」等多場大型活動,更破天荒於三地同步直播:「台北最 HIGH 新年城」、「台南心時代」及「高雄夢時代」三場跨年晚會,提供民眾免費收看。活動期間累計觀看人次達 60 萬,免除大批民眾舟車勞頓親赴現場、事後疏散、環境清理等社會成本;官網、粉絲團、廣告、簡訊、新聞稿等行銷推廣曝光次數超過 100 萬,大幅提昇台灣數位內容與文創產業之能見度。

myVideo 提供功能完整之上架平台,結合平台宣傳提高作品 能見度,且本土作品得與國際級好萊塢電影並列,以鼓勵並 刺激本土微創團隊持續創作更多優質影音內容,立足台灣, 放眼國際。

myPlay1 行動線上遊戲服務



my Play1 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,將可減少許多實體點卡紙張與印刷等資源浪費。以 mycard(台灣最大點卡)為例,myPlay1 於 2015 年透過線上購買點數卡筆數就佔了全年度點卡筆數的 20.5%,未來隨著線上支付發展,虛擬點卡所佔比例將會越來越高。

mySports 隨身健康管理師



善用智慧型手機的各種功能,鼓勵民眾迎向低碳健康的生活!mySports以隨身健康管理師的概念,提供民眾利用手機記錄跑步、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。自2014年11月起與合作廠商(SPORTS BANK)共同推出運動銀行,民眾可將運動記錄轉換為



點數,儲存健康能量進而向合作廠商(SPORTS BANK)兑換運動好禮,截止2015年底止,已累積運動點數近8萬點。此

描準行動手遊商機市場龐大,台灣大哥大於 2015 年 8 月推出 Android 版《天天賺》APP 打造全方位「手遊下載中心」行動平台持續引進超過 200 款暢銷手遊,以兼顧娛樂性質與聰明節費的概念,提供最多元最創新的行動體驗!

搭配任務牆、以宅生活所需多元紅利商品兑換及業界最高儲值反饋深受用戶歡迎,更首創紅利直接折抵台灣大哥大電信帳單。2015年底已有55萬下載,累積6萬名活躍會員,預計今年底可達160萬下載、30萬活躍會員。

外,亦同步於網站及APP提供2千筆以上在地運動路線推薦、 1 千筆以上國內外賽事活動資訊,並參與包含台北馬拉松等 20 場以上賽事現場推廣,以多元化的內容服務與實際行動, 鼓勵民眾享受運動生活。自 2013 年 9 月上市以來截至 2015

年底止,會員數已達 27萬以上,累積上傳的運動記錄超過 274萬筆,為國內最佳運動社群平台之一!



M+ 企業版雲端通訊 e 化解决方案





升用戶營運效率及管理績效,為企業提供更安心的職場即時 通訊軟體。截至 2015 年底,全台已有 59 家企業、單位申請 M+企業帳號,其中包含政府機關、公立醫院申請使用,讓使 用者在數位化生活中,利用企業版即時通訊軟體使得工作訊 息傳遞更順暢、溝通更直接,並加強問題解決時效!



採用 https、AES 加密與 session key 等高規格傳輸 通過「行動應用 App 基本資安規範」政府資安認 證的即時通訊軟體



資料存於 ISO 27001 與 ISO 27011 兩項國際資安認證的雲端機房,資料至少保存 3~6 個月,企業用戶資料有另外加密方式。



依雲端機房資料處理流程保護,僅有授權人員得以 調閱資料;企業可依制式流程,調閱所屬所需之通 訊內容。



特定專案/部門僅限特定成員參與,員工僅得知應 知訊息;群組設定提供密碼和審核兩種控管機制, 讓組長得以過濾加入人員身分。

M+公有雲版本提供企業通訊錄,將公司通訊錄內建在M+上, 所有同仁可隨身攜帶查詢,企業內部發布重要訊息時,可透 過 M+的企業帳號,向特定或所有同仁發送訊息,讓重要資 訊即時傳遞到每個人手上。此外,企業可依照組織架構或專



案需求建立群組,成員只要搜尋即可加入,且群組中發訊者可以看到未讀取成員名單,使用便利性大增。企業也可透過應用程序接口 (Application Programming Interface, API) 進行公司通訊錄 (AD) 整合,讓 M+ 資料自動與公司同步,也可將系統告警、客訴案件等訊息自動發送給負責同仁,讓 M+ 成為企業的訊息中樞。針對想要完全掌握整套系統的企業,M+ 也提供私有雲版本,讓企業自行維運伺服器與資料,全盤掌握通訊內容,同時擁有公有雲的企業專屬溝通功能。至於想要嚴格控管資安,但又沒有足夠龐大的 IT 資源可以維運整套系統的企業,M+ 設計一套資料分離儲存的架構,將通訊內容分離儲存並備份於企業內,以利監管稽查,同時所有發訊、通知、貼圖、通訊功能等機制交由 M+ 處理,這種在資安控管與維運成本間的平衡選擇,便是 M+ 特別設計的混合雲方案。



台灣大客服



台灣大客服 APP 於 2015 年起,服務開發依舊秉持切合用戶自身服務需求為主。為了提供更優質的服務體驗流程,我們匯集使用者回饋意見,於 2015 年 4 月推出台灣大客服 APP新版服務。提供全新操作介面亮相,著重於簡潔明亮的風格,將最貼近用戶需求之重要資訊「帳單、未出帳、資費」呈現於首頁,讓用戶可快速查找需要的資訊與功能,提供用戶更直覺友善的操作介面,隨時掌握門號用量與管理!

多數使用者經常很關心自己相關帳務資訊與合約資費,台灣大客服 APP於 2015 年我們新增提供圖像化電子帳單、小額帳單查詢功能,並加強優化線上繳費功能與流程。優惠服務到期通知與資費變更全都記錄的功能,讓使用者不用再擔心自己錯過任何優惠資費資訊。台灣大客服 APP 為了回饋使用者長期以來的支持,於第四季中推出多項好康活動,凡下載或更新台灣大客服 APP,天天登入抽 Sogo 禮券 100 元,

並限量加贈專屬特別版手機醫生 APP, 回饋用戶最超值的好康優惠! 截至 2015 年年底,台灣大客服 APP 累計下載量達 2,319,043 次,單月不重複使用會員數最高達 41 萬人次。

服務特色:

***** 台湾大哥大 4G 上年10:31

★ 台湾大哥大

08130***67

查詢期間: 2016/06/02-2016/06/08 未出熱到標

更多期限

myVides-熱門強權 大發觀義更請彩

新一代 Chromecast "免費用回家

.......

1.9091 GB

N/ mm

快捷頁籤三大常用功能輕鬆查找

@ 885 MILE

=

- · 帳單:查詢當期帳單與過往六期電信帳單 / 小額帳單 / 傳輸 量資訊,線上繳款環保又方便!
- ·未出帳:未出帳金額/傳輸量資訊即時更新,隨時掌握門 號用量,傳輸量不足立即加購超容易。





- · 資費:提供資費介紹與資費組合使用分析,量身推薦最適 合您的資費建議,透過 APP 變更資費滿足使用需求。
- 滑動選單隨身掌握更多貼心服務
- ·用戶服務:提供多項門號服務申請和查詢、各縣市門市位 置及 WiFi 熱點資訊,豐富您的數位新生活。
- ·享優惠:提供個人專屬的優惠好康查詢,以及「 熱門推薦」 最新最夯的 APP、加值服務,立即申請讓生活更精彩。
- ·我的 VIP: VIP 用戶專區,提供 VIP 用戶獨享專屬禮遇。
- · 出國去: 出國前申請國外上網服務及優惠套餐、查詢漫遊 費率,讓您出國上網沒煩惱!
 - ●預付卡用戶專區,快速完成查詢餘額、餘量與線上儲值!

3.4 社會關懷

核心理念

台灣大哥大秉持「企業有多大責任就有多大,真心關懷就是 行動的開始!」理念,以立足台灣、關懷在地的精神,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。





成果與績效

- ●超過20項公益專案推廣
- ●社會投資成本 1.5 億元
- ●協助 NPO 募款 1600 萬元
- ●企業志工參與時數 3,379 小時
- ●每位員工平均教育訓練 22.6 小時
- ●獲 2015 台灣企業永續獎「社會共融獎」
- 道瓊永續指數 (DJSI) 評比「企業公民及公益關懷」獲滿分肯定

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。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。

- ●每年協助 NPO 募款至少 1000 萬元
- ●社會參與人次每年至少 500 萬人次

93

3.4.1 社會共融

青少年行動微電影創作營

累計創作158部短片 培育1,232位行動創作人才

myfone行動創作獎

累計26萬件參賽作品 媒合得獎者拍攝公益微電影

數位學習中心

協助打造15間數位學習中心

myfone學堂

累計近1,400場免費課程 服務近38,000位消費者

i無限數位公益

累計助募款1,550萬 無礙自由行/泡泡歷險記App NFC防走失智慧手環 微樂志工平台

5180手機即時捐

協助76家NPO建立捐款來源 累計募款超過7,340萬元









企業志工

2015服務時數達3,379小時全國商店傑出/優良店長共10位

普及服務

偏鄉寬頻建設 有線電視低收入戶補助3460萬



菸廠88 App

文創結合AR科技互動體驗

戶外音樂會

累計42場次超過58萬人次欣賞 助16家NPO募得超過200萬元

門市公益行銷

LED牆6場次公益檔期 無牆美術館2.2萬人次參觀

猫居老人圍爐

每年遠赴偏鄉一對一陪伴

行動醫療

2015服務超過5,000人次

身心障礙人士就業機會

超額聘用身心障礙人員

多元優惠資費

銀髮族、偏鄉、外籍優惠資費

提升數位競爭力

青少年行動微電影創作營

在網際網路快速發展與行動裝置使用普及化的時代,「手機」 已逐漸成為普羅大眾影像紀錄最重要的媒介。自 2009 年起, 台灣大哥大基金會以「培養未來多媒體人才、提昇數位競爭 力」為出發點,結合電信本業核心資源,與公共電視合作,每 年推出不同主題,於北中南東辦理「手機短片創作營隊」,藉





由專業導演親自指導,培養青少年以行動裝置隨時、隨地、隨 手創作,藉以提升其影像力與競爭力,讓影音創作不再專屬於 專業人士。歷年共推出「用行動·愛地球」、「手機 show 台 灣」、「我的潮語字典」、「行動報馬仔」及「下課後的天空」、 「生活中的小確幸」及「我的白日夢冒險」等影像創作專案。 2015年設定「如果今天不用上學」為拍片主題,希望探索青 少年朋友在學校之外想望的新鮮事,報名人數成長 187%,許 多學員皆表示衝著該主題而來。

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,並激請歷



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。2015年更首度將一天的進階課程改為四天三夜的進階營,並以「練習説再見」為創作主題,特別聘請金鐘獎影后王娟以肢體表演課程,帶領學員分析劇本進而創造角色,再依學員專長及興趣安排選修導演、編劇、攝影及剪輯課程,穩紮穩打學習各專業領

域的知識及技巧,培養全方位媒體製作的概念。課後調查學員滿意度更達 100%。

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

台灣大哥大「青少年行動微電影創作營」自 2009~2015 年七屆以來,累計 158 部行動短片創作,參與學校全台超過 520 所,共 1.232 位學生,除了是國內唯一以行動裝置為拍攝媒介

的創作數位營,同時亦為培育行動創作人才的重要搖籃。

未來更將持續觀察影音產業的演進發展,例如;動漫製作、手機遊戲等,持續舉辦數位營隊,規劃符合科技潮流及人才需求的相關課程,將影像教育向下扎根,全面提升青少年的影像能力,真正落實『影像力=影響力』。

小小主播營

台灣大寬頻各有線電視系統台,持續推動「小小主播營」計劃,邀請學校及社團參訪,帶領小朋友們認識有線電視節目播送及製作,並讓小朋友們擔任新聞小主播體驗新聞製播的實務經驗,2015年度投入合計金額約384,000元並持續舉辦小小主播營活動。





myfone 行動創作獎

2007年台灣大哥大基金會為回應網路火星文盛行、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,創設《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手機,隨時、隨地、隨身創作。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。舉辦 9 屆以來,已成功掀起行動創作風潮並奠定《myfone 行動創作獎》的知名度與地位。

《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及數位內容。2012 年新增「微電影」組;2014 年再增設「對話訊息組」和「原創貼圖組」;2015 年特別為《myfone 行動創作獎》徵求主題曲,首獎「艾伊達尼一我的思念」,就是獲得評審一致好評的作品。另為鼓勵年輕學生加入創作行列,特別設立學生保障名額,透過徵件活動,大量栽培文創影音人才。2016 年邁入第 10 屆,微電影組訂定主題為「十」,期望投稿作品以多元角度詮釋:數字10,可能是數位進化的呈現,也可以是某個菁華的十年,鼓勵創作者「十年初心、拾時隨創」。

與時俱進鼓勵創作的理念獲得許多重量級評審的共鳴,2015年 行動訊息組由大師級的廖玉蕙、詹宏志、平路、郝廣才、方文 山擔綱,鈴聲組由陳子鴻、侯志堅、雷光夏領軍,微電影組則 有小野、戴立忍及楊力州擔任決審,貼圖組則邀請朱德庸、黃 子佼、輔大猴及 HH 先生。評審皆認為參賽作品水準逐年攀高。

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》已是全國徵件數量最多的藝文創作 競賽,自 2007~2015 年九屆以來,徵件共累計簡訊 252,514 則、鈴聲 4,054 首、微電影 826 部及 2,000 件貼圖作品,總 投稿為 259,394 件,為國內藝文比賽重要指標。
- 第九屆得獎者年齡分佈從得獎人年齡分佈:最年輕 16 歲, 年齡最長 61 歲,而參賽者的年齡分佈則更廣,最小 10 歲,



		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	累計
投稿 件數	簡訊	5,232	4,745	22,512	39,494	48,279	44,497	40,562	25,859	21,334	252,514
	鈴聲	138	331	424	427	660	470	425	577	602	4,054
	微電影	-	-	-	-	-	201	100	215	310	826
	貼圖	-	-	-	-	-	-	-	1,168	832	2,000
總投稿量		5,370	5,076	22,936	39,921	48,939	45,168	41,087	27,819	23,077	259,394
人氣獎票數		-	-	49,674	54,370	65,260	159,399	123,530	147,235	-	599,468

最大 78 歲。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「歷屆得獎作品」。

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,從每年 的作品中,更是反應當年度的時代生活現象,可以説是當代 人生活與社會的縮影與紀錄。
- 因應智慧型手機普及,低頭滑手機已成為全民運動,2015 年《myfone 行動創作獎》主題聚焦「低頭」,有感於現在 人際關係多建立在網路中,不低頭很難有社交圈,凸顯現代 人離不開手機,被行動通訊、社群軟體制約,但同時也開啟 快速人脈連結大門的科技生活。

影響力 3: 孕育人才培育創作平台

《myfone 行動創作獎》以數位工具 為新興創作媒材,反應時代需求、科 技變化,為擴大活動影響力及提供發 表舞台、接案及育成機會:

●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(訊息 達 人、myMusic、myVideo、M+ Messenger 通訊軟體)上架,供民 眾免費下載或觀看聆賞。



●出資媒合得獎團隊參與公益影片委託製作:結合基金會 i 無限專案 - 委託製作拍攝公益微電影,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,至 2015 年共拍攝完成 19 部微電影。



●舉辦實體影展並於線上平台發表:《myfone 行動創作獎》 微電影得獎作品,透過「凱擘寬頻數位電視」、「台灣大寬 頻有線電視」及「myVideo」等數位匯流加值服務傳播,提 供多元化的發表舞台展現台灣的文化軟實力。

為鼓勵評審與創作者的交流,連續四年於頒獎典禮後舉辦「創作面對面」,2015年超過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。《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。

數位學習中心

根據國家發展委員會公佈的「2015年個人家戶數位機會調查報告」,家戶連網率已達82%,其中數位發展1級區域5級區域之連網率相差達21.7%;65歲以上民眾上網率21.7%;根據「2015年身心障礙者數位機會與數位生活需求調查」顯示,身心障礙民眾的上網率仍僅35.2%,落後全國平均值40個百分點以上。為改善此現象,我們自2007年逐年觀察調查報告,持續投入電信核心技術,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。

我們透過書面資料、實地訪查與前置課程規劃以完整了解當地的實際需求,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無法連網或硬體設備不足等資訊近用的問題,更缺乏學習活動參與等教育資源,我們協助在地組織運用 e-learning 資源,賦予其自主管理與數位應用能力。此外,運用 IP-camera,促進我們與在地組織間的聯繫,掌握使用狀況,並適時提供協助;也讓數位中心之間得以互相觀摩,汲取寶貴經驗。

自 2007 年迄今,目前持續營運中包括台北淡水、台北第一社福第一發展中心、愛智兒童發展中心、新北板橋恆愛發展中心、桃園脊損、中壢木匠之家、南投埔里、嘉義東石、高雄鳥松、大樹、宜蘭蘇澳、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 15 間數位學習中心持續營運中。

根據報告顯示全台灣家戶電腦持有率已連續兩年走跌,2015 年減少3.2%只剩85.3%家戶擁有電腦,這與民眾大量使用智 慧型上網的時機呼應,但也顯示家戶內有資訊訊設備卻未必人 人可用的狀況。未來我們持續透過企業與社區的共同努力,提 供偏鄉數位學習中心網路寬頻、電腦設備、依據需求增加平板 等行動裝置、實用的線上影音教學資源,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,也增進其透過設備融入 社會的機會,平等的在雲端學習,分享優質網路社會的效益並 世界接軌。

myfone 學堂 免費門市數位教學服務

myfone 學堂 2015 年於全台門市進行 1,376 場免費門市數位 教學服務,服務 37,674 位消費者。2015 年 4G 服務啟動,加速行動數位生活的發展,消費者對智慧型裝置使用需求逐漸普及。台灣大哥大擴大消費者課程,開設免費手機操作、應用程式教學及網路應用服務等課程,來解決客戶各式手機的疑難雜症。

myfone 學堂不僅提供「iPhone 用免驚!基礎入門好好用」、「Android 手機超簡單,只怕你不學!」等基礎智慧裝置課程,降低首次使用智慧裝置民眾進入障礙,也提供日常生活應用app(「旅遊必備軟體,一堂搞定」、「精彩照片,這樣拍就對了」、「省錢大作戰,購物必備app」),更進階的行動辦公app(「雲端筆記,凡事不忘記」、「儲存空間擴充大絕技、隨



身辦公室帶著 GO」),以及行動生活必備的加值服務使用教學(my Video、my Music、my Sports、M+ Messenger)。多元又豐富的 3C 情境課程,滿足更多不同的需求,例如「打造個人專屬微劇院」、「聽歌無受限,零距離的音樂體驗」等,讓用戶們更能體會數位生活的應用。加上如「製作個人化賀卡,雲端傳遞祝福」、「親子數位繪本-給我咬一口」等,利用數位科技與行動網路拉近親人間的距離,讓智慧裝置不僅是冰冷的工具,也能帶給消費者更多的溫度與感動。

台灣大哥大推出的 myfone 學堂服務,讓用戶在 myfone 門市裡不只能購買便利生活的智慧型手機,更可透過 myfone 學堂參與多樣化的 3C 教學課程,讓電信門市不限於商品的交易,行動通訊服務不只有語音的溝通,更可以享受眾多新創數位服務,線上閱讀、聽歌、看電影,讓生活更加地便利與豐富。



i無限數位公益

台灣大哥大基金會為了協助公益團體迎接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,以數位槓桿力提升公益團體數位應用力、培養數位人才、加強 NPO 內部組織運作效能與外部募款能力。

為了提升公益團體的數位應用力,台灣大基金會每年皆會舉辦數位講座,提供公益團體最新的數位應用科技新知,並且協助公益團體開發數位應用裝置或軟體,如 app 或穿戴式裝置,同時也協助參與育成與扶植,待運作成熟後,將 app 或穿戴式裝

置捐贈給公益團體。目前,台灣大基金會已協助 5 個公益團體開發 4 個 app 與 1 個 NFC 防走失智慧手環,同時也已捐贈 2 個 app 給予合作的公益團體。i 無限數位公益計畫也致力協助公益團體進行數位行銷,從 2012 年開始,已成功協助 9 間公益團體拍攝公益微電影,總計幫助 9 間公益團體於募款期間內,至 2015 年募款累計成長 1550 萬元。



20 6



NFC 防走失智慧手環

台灣失智人口走失問題時有所聞,為了讓失智長輩盡快回家,台灣大哥大基金會、畢嘉士基金會與中華民國老人福利推動聯盟,合作推出全國首創內建NFC (Near Field

Communication, 近場無線通訊) 晶片的防走失智慧手環, 讓走失長輩在最短的時間內找到回家的路。

跟傳統鋼製協尋手環相比,NFC 防走失智慧手環具有快速 通報、定位精準等優勢,民眾如果看到配戴手環的走失者, 只要利用具有 NFC 功能的手機或平板感應手環,不必下載 APP 等應用程式,就會自動進入協尋通報頁面。只要輸入 自己的手機號碼,便能立刻將走失者的資料與所在地點上 傳到 24 小時協尋中心,系統也會根據通報者所在位置, 在手機上顯示最近的警局地址,指引民眾協助走失長輩前 往,或由協尋中心派志工或通報員警到場協助。

i 無限數位公益開發之 app 與穿戴式裝置:



無礙自由行 App

合作夥伴:行無礙資源推廣協會

整合全台無障礙設施、低底盤公車等資訊,內建 4,000 筆無障礙空間資料,期造福 400 萬身障者、 銀髮族、娃娃車族。

(2015年已捐贈)



泡泡歷險記 App

合作夥伴:光仁社會福利基金會/耕莘醫院 全國首創早療復健遊戲,亦可促進一般幼兒潛能開發,期造福117萬幼兒及3.7萬早療兒及其家庭,並擴及20萬失智長輩。

(預計 2016 年捐贈)



NFC 防走失智慧手環

合作夥伴:畢嘉士基金會 / 老人福利推動聯盟 全國首創內建 NFC 電子標籤功能的智慧手環,期造 福超過 200 萬失智或精神障礙族群,幫助他們找到 回家的路。



微樂志工平台

全國首創跨平台志工服務,自 2014 年上線後已有 197 家社福團體加入,提供潛在志工 1,730 萬人快 速投身公益的平台,解決志工供需無法隨時隨地媒 合的問題。



未來將持續向社會大眾推廣,鼓勵有需求的單位與民眾前來申 請使用。只要是中低收入戶、持有身心障礙證明,或是於警察 局曾有走失紀錄,都可免費申請。

微樂心溫度 點亮天使小心願

台灣大哥大與台灣世界展望會聯手合作,於 2015 年底啟動《微樂心溫度》耶誕禮物大募集活動,並邀請 26 位名人拍攝募集愛心的影片,透過「微樂志工」APP 平台,號召民眾認捐禮物,前後僅花了 19 天即完成 300 位弱勢家庭小朋友的耶誕心願。

台灣大哥大「微樂志工」是國內第一個同時擁有網站與行動APP的公益媒合平台,只要 3 秒就能完成媒合與報名程序,讓志工很快找到「適合自己的公益活動」;公益團體也可以在短時間內找到「對的志工」,至 2015 年已獲得超過 200 家公益



社團採用、逾16,000人次下載、媒合成功案例達1,200人次。 今年「微樂志工」更擴大新增功能,除了原有志工媒合,加入 捐物資、捐款等全新功能,讓民眾只要透過行動裝置,就能隨 時隨地隨手作公益。

在 2015 年, i 無限數位公益也同樣進行數位培力計畫, 我們舉辦了「行動支付」相關講座,提供公益團體不同的募款方式

與平台的想像。同時,也協助甘霖基金會、切膚之愛基金會、台灣全民食物銀行、更生少年關懷協會等四間公益團體拍攝公益微電影,《送飯包》描寫甘霖基金會的送飯志工與獨居長輩之間的友情、《忘·春風》深刻描繪失智長輩記憶力丢失後的生活、《溫度》以一個小女孩和拾荒長輩間的友誼,提醒大家珍惜食物、愛護資源、《616少年》則以更生少年的故事,提醒大家改變永遠不嫌晚,與自己和解,就能從迷途回頭。

每年度公益微電影均會進行網路行銷,活動期間內(影片上傳至 youtube 開始計算 3 個月內),youtube 影片點閱一次,台灣大哥大基金會及捐款新台幣 1 元,捐款上限 10 萬元,希望藉由分享集結網友們共同關注不同的社會議題、響應公益活動。i 無限數位公益專案中協助公益團體拍攝的微電影,皆是由台灣大哥大基金會出資,並且媒合 myfone 行動創作獎歷屆得主拍攝,在力行公益之餘,也提供年輕創作者進入產業的機會。

為了因應台灣即將邁入高齡社會,2016年 i 無限數位公益專案將更關注樂齡智慧生活。台灣大哥大基金會將鼓勵更多與銀髮照護相關的公益團體與社會企業一同開發更多長輩的 app 或數位應用穿戴式裝置,讓長輩們可以自在樂活。

2015 年拍攝之公益微電影





送飯包 甘霖基金會 導演 賈立傑 第七屆 微電影組首獎 第九屆 微電影組首獎



導演 葉哲源 第八屆 微電影組三獎







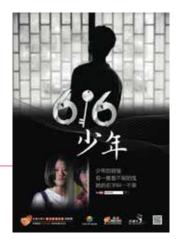


溫度 全民食物銀行 導演 林文堂 第七屆 微電影組三獎



導演 許榮哲 第八屆 微電影組最佳紀錄片獎





5180 即時捐



2005年12月,台灣大哥大首推手機小額捐款平台,成立「5180即時捐」,利用手機的便利性,讓忙碌的現代人不受時空限制,隨時展現愛心,也為社福團體建立長期的募款管道。5180即時捐結合電信業的核心技術 IVR(Interactive Voice Response)與後端服務,提供新台幣100、200、300、500、1,000、1,500、2,000、3,000到6,000元的捐款金額,讓台灣大哥大的用戶能夠選擇不同的捐款額度捐款。5180即

時捐也結合後端金流及資訊流系統,用戶可伴隨電信帳單繳納 捐款,捐款時也可選擇線上索取收據,既安全又便利。

自 2005 年 12 月啟用至 2015 年年底,已有 76 間社福團體加入 5180 即時捐的行列。2015 年也成功協助合作的社福團體募款新台幣 10,811,400 元。

小額捐款是多數社福團體之服務經費來源,但小額捐款如信用 卡捐款、郵局劃撥、手機捐款等,皆會收取7元至百元或捐款 金額比例不等的手續費,收取手續費不僅可能降低民眾捐款意 願,也減少公益團體收到之實額善款。台灣大哥大深感社福團 體募款不易,且為了展現幫助社會弱勢的決心,從2016年3 月開始,停止收取5180即時捐的代收帳務手續費,將用戶的 每筆愛心,全數回饋給5180即時捐合作的社福團體。

年次	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
捐款金額(萬元)	289.9	420.4	701.3	784.7	722	779.1	745.2	861.5	955.5	1,081
捐款筆數	7,177	11,448	16,286	17,662	16,391	15,557	15,605	19,815	20,689	22,302

在地文創推廣

菸廠 88 App

台灣大哥大基金會長期支持文創產業,將創新科技應用與文 化藝術跨界融合。2015年斥資百萬元利用 AR 擴增實境和 Beacon 微定位技術,在臺北文創設置四個攝影點,結合知名繪 本作家幾米的新作(忘記親一下),開發出全台第一個結合數 位科技、文創內容、和導覽功能的「菸廠 88」App。

民眾只要透過智慧型手機下載,在松菸園區便可隨時觸發互動內容,不但可以和幾米新作中的 9 個 2D 可愛動畫互動拍照,與朋友分享獨一無二的 AR 照片,還能藉由 App 的導覽推播功能,了解臺北文創大樓的歷史、建築從無到有的興見過城、建



築師伊東豊雄的設計理念、開放空間大型藝術品介紹、並可欣 當日夜不同角度的大樓美景。

未來還會結合其他國內文創工作者更新內容,讓遊客每次走訪 松菸,都能有不同體驗;另提供推播導覽功能,加深民眾對園 區的認識。

戶外音樂會

台灣大哥大是目前國內唯一以主辦大型、免費、戶外音樂會的 企業。我們改變了企業於社區藝文推廣的意義與定位,產、官、 學、藝文團體、公益團體五方以音樂做為串聯,將傳統的贊助 者角色轉變為創意發動者及主導者,展現了概念發起的創意與 資源整合的專業。藉由音樂串聯創作者、藝術工作者、公益團 體(NPO)、民眾,讓文化如同往泥土深處扎根,普及於一般大





• 虛擬互動

調整為隨時隨地都可體驗互動 除了互動拍照,加入自拍功能 結合 myfone 行創獎貼圖組得獎作品, 製作成圖框,增添曝光

• 創作者專區

建立創作者平台,給予參展者帳號和 後臺,可隨時更新展覽資訊、上傳圖 像影片

• 文創快訊

政府免費文化資訊導入(例如:文化部、故宮等)

• 推播系統

推播連回頁面

- 1. 文創新訊
- 2. 虚擬互動首頁

眾;讓文化與科技結合雲端化;讓民眾提升心靈精神的同時,認同世界公民、社會回饋精神;讓文化創意從發想到行銷,形成完整的產業鏈。因此欲整合企業核心能力與資源,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,提升 NPO 募款力。







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。至2015年為止,已於音樂會現場幫助16家公益團體,募得2,070,117元。希望藉此培養民眾長期且持續的小額捐款習慣,讓涓滴小愛成為江河大愛。2016年開始將以數位影音為目標,希望每場音樂會得以LIVE直播及後續線上收錄提供免費聆賞,打造「行動音樂會」、「數位音樂典藏館」。



直營門市公益行銷

數位生活 - 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也聚集了各個年齡層的群眾,台北文創數位生活門市外的大型 LED 牆是園區內曝光度最大、最有效的數位媒體,因此提供公益相關廣告免費播放,持續推廣正確觀念,喚起民眾對社會關懷、藝術推廣及環保議題的重視。2015年共提供 6 個檔次,相當於 2,917,000 元的贊助。未來將持續每年提供 6~10 個檔期給公益活動廣告,相當 200~300萬元的贊助經費。

檔次	內容	上刊時間
1	大人物慈善攝影展	2週
2	用愛心做朋友助學活動	6 週
3	2015 粉樂町宣傳	5 週
4	你買手機我捐一元,一塊推動綠能源	4 個月
5	Kiehl's 全球公益計畫影片	2 週
6	伊甸基金會 - 無障礙生活節	4 天

數位生活.台北文創店-無牆美術館

位於臺北文創一樓的「台灣大哥大數位生活」,是台灣大哥大為了讓消費者能輕鬆體驗創新的數位內容服務所設立,空間以早期台灣在大樹下交換資訊的場景為概念,呼應松山文創園區的古蹟外觀與歷史背景,串起過去與未來行動科技;館內則設置多種數位內容體驗設施,為民眾帶來更簡單便利的行動生活體驗。同時透過與富邦藝術基金會合作的「無牆美術館」計劃,於店內規劃超過10米大牆面、入口處櫥窗、甚至產品展台,皆融入國內藝術家作品展示,落實「無牆美術館」的核心精神,讓藝術無所不在,民眾能更近距離感受藝術。我們致力提供客戶享受世界級的行動科技生活,並呼應臺北文創大樓的綠能環保,整體空間設計多取材於環保素材,館內設施,也多以數位科技將現場產品説明數位化,加上台灣文創在地品牌的傢俱陳設,及與臺灣國內藝術創作家的合作,讓整個空間饒富科技與人文結合的趣味。

台灣大哥大推廣「無牆美術館」,於展覽期間投入 100 萬元以上的經費,共計有 22,000 人次進行參觀。未來將持續每年規劃 3~4 檔展覽,並投入 100 萬元以上的經費為目標。



2015年全年共規劃3檔展覽展出:



2015/01-04 吳耿禎《剪紙的祈願》 藝術家吳耿禎運用剪紙藝術,用民間古 老的剪紙守護者「抓髻娃娃」為主角, 周邊圍繞各式動植物、饒富意味的中華 文化傳統圖騰,希望為大家帶來節慶的 喜悦,同時為臺灣祈願。



2015/05-10 蔡潔莘《彩紅雨》 藝術家蔡潔幸擅長運用具有溫度、觸感 及環保意識的再生紙漿作為創作媒材, 並持續以厚實又充滿手感的作品傳遞她 對於人際之間情感交流的關懷。



2015/10-2016/01 黃建樺《Smile Town》 黃建樺擅長將對實體時間空間的看法帶 入當代科技影像,企圖在台灣大數位生 活館中,以直接而親密的方式和人們的 想像建立連結,進而凝塑出多重且帶有 脱序趣味的人性寓言。

弱勢關懷

偏鄉地區 行動醫療服務

台東地形長狹,醫療資源集中在台東市區,偏遠地區民眾前往 就醫極為不便,甚至造成民眾延誤就醫的情形。為長期照顧台 東偏遠地區居民眾,台東基督教醫院透過山地巡迴醫療服務提 供更優質、更持續性的醫療照護服務,而為了加強行動醫療車 的服務,台灣大哥大基金會多年來持續支持「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,讓 緊急需求可以即時溝通與傳達,為需要的弱勢族群提供必要的 協助。

2015 年,台灣大哥大贊助台東基督教醫院的山巡行動網卡, 主要於台東縣延平鄉、台東縣達仁鄉地區使用,以及協助台東 基督教醫院的居家護理服務,總計服務 5.296 人次。



項目	延平巡迴	達仁巡迴	居家護理	總計
服務次數	1,785	1,622	1,889	5,296

myBook 偏鄉閱讀專案

myBook 響應教育部國教署的「數位閱讀書箱」公益計畫,偕同台灣三星電子、台灣閱讀文化基金會與新竹物流等企業及公益團體,共同加入「數位閱讀書箱」公益計畫,結合資通訊科技、民間公益資源一起關愛偏鄉,打造鼓勵學童閱讀的環境。該計畫自 2015 年 4 月開始推動,由 myBook 提供 600 組電子書城公益帳號,並協助 100 本內容上架管理和下載服務,以離線閱讀的技術,增加閱讀的方便性,讓缺乏數位學習資源的弱勢兒童也能享受數位閱讀之樂趣。至 2015 年「愛的書庫」約 10,300 位偏鄉老師及學生使用及分享,確實讓偏鄉學童體驗到了數位閱讀所帶來豐富性與便利性。

多元資費

• 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元再加贈熱線方案及月僅要99元門號案,至2015年底享有以上銀髮優惠者已達45萬用戶。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元吃到飽優惠,故僅針對銀髮長輩推出的方案月付僅需689元,即可享有隨時大銀幕上網的便利與樂趣,至2015年底享有低月付489元上網吃到飽的銀髮用戶也達3萬7千餘人。

●學生及偏遠地區資費補助 保障通訊權益

自 4 G 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 1 0 月推出了 4G 學生案提供低月付高傳輸 量優惠 (598 元資費起,享有 5GB、7GB、9GB),至 2015 年 底受惠人數已達 8 萬 2 千人,另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 月起推出 179 元月租網內免費網外熱線優惠專 案,推出至 2015 年底受惠人數 7 萬 6 千人。

外籍旅客及新移民友善方案

台灣大哥大針對全省 59 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、越南、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,2015 年約有 8.4 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。

●身障用戶專屬優惠方案

為照顧弱勢族群,台灣大哥大自 2007 年 6 月起就開始推動弱勢族群專屬優惠,期間亦隨著時代演進調整優惠內容,以符合使用族群的實際需求,如近年有感於民眾對行動上網日益普及的需求,優惠亦因此新增了行動上網相關優惠,尤其針對聽覺、聲音或語言機能障礙者提供優惠 3G 上網吃到飽方案,讓無法透過語音或聲音傳達訊息的族群,能藉此透過網路服務享受更優質便利的行動生活。截至 2016 年 3 月,累計申請享有身障優惠者已達 4,885 人。

• 低收入戶收視補助

台灣大寬頻配合政府照顧低收入戶德政,提供弱勢族群有線電視低收入戶補助,如:老人中心、安養院、地方里民活動中心…等社福機構,每年主動通知低收入戶檢具相關證明文件辦理收視優惠事宜,並發函至有線電視經營區內之各鄉鎮公所,通知惠予協助宣傳辦理優惠事宜。2015年度家計用戶事業群之有線電視系統台提供6,400戶免收裝機費及基本頻道收視費合計金額達3460萬元。

外勞演唱會共度節慶,齊聚一堂,大解思鄉之情

在我國外籍勞工逐年增加,其中以印尼籍占 31.06%(約 24.8 萬人)、越南籍占 23.51%(約 18.8 萬人)為最大宗,超過 5 成比例成為台灣外籍勞力中最大支柱(資料來源:內政部統計處,統計截至 2014年底)。另新住民也逐漸成為台灣新成員,因此,2015年台灣大哥大特別提撥超過 300 萬元的經費,舉行三場演唱會嘉年華,跨越文化的活動,讓在台工作的無論是越南或印尼的外勞朋友能一解鄉愁並共同歡慶節日,三場共計超過 84.000 位外勞熱情參與。

未來預計每年編列 200~300 萬元持續舉辦外勞演場會,不僅 慰勞在台灣的外籍勞工,讓他們免費享有共度節慶的嘉年華活動,也同步讓來台新住民可以參與同歡。同時也為國內增加了 異國文化的風彩,呈現兼容並蓄的文化內涵。





印尼演唱會(比去年增加5,000人次,費用229萬元)

2015 年 Winter Festival 印尼演唱會,邀請印尼當紅巨星來台演唱,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,不僅讓外籍朋友歡渡節慶,進而更開心地在台工作,共2萬人次參與。

開齋慶祝演場會(首次與微風台北車站合作,費用8萬元)

於印尼開齋日首次與微風台北車站合作,尊重外來文化,與外勞朋友共慶開齋,現場超過6萬人同慶,於台北車站大廳共唱家鄉名曲。

越南演唱會(第二年舉辦,費用 100 萬元)

在中秋節於 228 紀念公園舉辦中秋越團圓演唱會,提供免費同樂場地並邀請在台工作的外勞舞團以及越南籍歌手上台表演,讓越南勞工共同歡度中秋,大解思鄉之情,共 4 千人次參與。



企業志工

台灣大哥大秉持著「在地出發,關懷在地」信念,將經營與社 會貢獻結合,規劃各式社會關懷活動,同時鼓勵員工成為公 益的提供者與參與者,希望透過員工的直接參與,從中了解公 益活動的意義,也藉此讓員工身體力行公司的企業社會責任政 策,凝聚員工向心力,進而將「回饋社會」內化成為企業文化。

自 2007 年開始,台灣大哥大制訂並執行「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、行前完整 的志工訓練、頒發志工證書、志工網站交流與分享等。同時, 也鼓勵員工眷屬一同參與,補貼眷屬交通津貼及保險,讓員工 們有更多動力參與社會服務。在 2015 年,台灣大哥大依據「關 懷社會弱勢」及「提升數位文創力」二大面向,共舉辦 10 場



志工服務活動,總計共有 305 人次參與,服務時數達 3,379 小時。近三年已累積 1,173 人次參與,服務時數累計 10,929 小時。同時,每年也將持續進行志工服務,希望達到每年 3,000小時的服務實數,並且在 2020 年,服務累積實數可達 25,929 小時。

近三年志工服務	活動年度	服務人數	總時數
花蓮獨居老人圍爐活動	2013、2014、2015	334	5,010
myfone 行動創作獎頒獎典禮	2013、2014、2015	25	200
月餅志工活動	2013、2014、2015	274	2,192
青少年行動微電影創作營	2013、2014、2015	44	968
台灣大哥大音樂會	2013、2014、2015	102	816
兒少健康網路素養志工 (5 場次)	2013	24	72
手作步道(2場次)	2013	30	240
無礙自由行 APP 志工	2013	4	16
世界地球日	2014	32	128
端午關懷獨居老人活動	2014	55	220
華山老人運動會	2014	16	64
中秋訪視獨居老人活動	2014	4	16
V-men 公益路跑	2014	180	720
林書豪 傳好球・青年勵志之夜	2015	10	40
失親兒基金會職涯探索活動	2015	10	90
社區清掃活動	2015	10	80
微樂心溫度	2015	19	57
Total		1,173	10,929

全國商店傑出店長 五心級服務



myfone 門市 2015 年從全台 500 家直營門市中挑選出 10 位店長代表,首次參與由台灣連鎖暨加盟協會 (TCFA) 舉辦、被譽為「連鎖業奧斯卡獎」的「2015 年度全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔」,結果共有 1 位店長榮獲「全國商店傑出店長」、10 位店長等得「全國商店優良店長」。過程中 10 位店長合計參與全省各地各類型的公益活動近 30 場,提供里民長輩、清寒家庭孩童,以及社會弱勢族群能夠實際感受社會溫暖。

社區清掃服務共 10 場次,動員 800 人,範圍遍及河濱公園, 社區公園,市區道路以及文創園區,將台灣大哥大投入社區關 懷的精神轉化實際行動,為台灣大真心、誠心、同理心、熱心 及創新的「五心級服務」作出完美詮釋,獲得更多社會認同! 歷經六個月的書面審查、神秘客現場評核、公益服務與面試等 嚴格評選過程,其中楊梅站前店郭羽真以優異表現脱穎而出, 並於 2016 年 2 月晉見總統接受表彰,給予同仁無比榮耀。

台灣大哥大透過傑出店長選拔活動,讓全省 myfone 門市同仁體驗連鎖門市服務不再只是經營來到門市的現場客戶,透過社區經營的各種無論是課程、活動,讓消費者享受數位服務的同時,也能感受台灣大哥大在地經營的付出,讓行動通訊服務更具溫度。



100 志工×100 長者 圍爐情玖慶猴年

台灣大哥大秉持立足台灣、關懷在地的精神,長期投注人力和資源於弱勢族群當中。台灣從 1993 年開始,即已邁入高齡化社會,至 2013 年年底,台灣已有 269 萬名老人,意即每 10人當中,即有 1 人為老人,因此銀髮照護一直是台灣大關注的議題。而隨著台灣社會高齡化、地方人口外移的情形越來越嚴重,在花東地區尤其明顯,許多長者年老失依、無人照料,根據內政部 2014 年 6 月統計資料顯示,花蓮縣全縣有超過 4 萬餘名的老人家,其中獨居老人共有 1,625 人,比例 3.64%,高於全國平均值 1.74%,因此,台灣大從 2008 年開始,每年號召超過 100 名企業志工,於歲末年終時,至花蓮舉辦獨居老人圍爐餐會,關懷獨居老人。





為了提供長輩更良好的服務經驗,我們以一位志工與一位長者一對一的陪伴,在一天的服務過程中,設計多項不同的活動,如提供每位長者新台幣 1,000 元禮券,由志工陪同長輩採買生活用品。每年圍爐餐會上均設計不同主題的表演節目以及志工舞蹈競賽,為長輩爭取禮物。如 2016 年初的圍爐餐會主題為《金曲點歌秀:那一年的美好時光》,邀請金曲獎第一屆重唱組合《知己二重唱》到現場為長輩唱出一首首懷舊金曲。同時也安排志工們帶動長輩跳起當下流行的「骨盆舞」,讓長輩展現可愛的舞姿。餐會中更有志工們自發性認捐之全新摸彩禮贈送給長輩。餐會後,更安排簡易但充滿趣味的闖關活動,如槌

球運動、套圈圈等,期望透過闖關遊戲,增進志工與長輩的互動與關懷。同時更提供闖關禮,讓長輩在遊戲過後,亦可獲得各式居家生活用品。

台灣大哥大花蓮關懷獨居長者活動至 2016 年已連續舉辦 9 年,志工們在一對一的服務過程當中,更能體會長輩們在生理上與心理上的需求,並且更加理解志工服務的意義與重要。同時,也期望透過志工們服務後的心得分享與影片,讓更多台灣大的員工、員工親友了解關懷獨居老人的重要性與意義。



普及服務

• 偏鄉寬頻建設

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,2015 年度普及服務的維運費用合計 1,392,534 元。

• 有線電視全面數位化

數位化已是全球趨勢,推動有線電視數位化亦是政府既定政策,在國家通訊傳播委員會NCC指導下,持續配合「有線電視全面數位化」政策,透過整合中央及地方政府資源合作模式,且積極響應政府縮短城鄉數位差距的政策,投入大量財力人力建置經營區內優質基礎網路,並以全區數位化為規劃目標,同時提供寬頻服務和數位化雙向服務。

3.4.2 人才開發與留用

員工結構

我們依據不同專業屬性,延攬適合於台 灣大哥大及關係企業發展職涯的夥伴, 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, 月為 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 2015 年底,台灣大哥大集團員工人 數為 5.524 人, 男女比率約為 52:48, 平均年資約 7.5 年,其中又以 31-50 歲 的員工佔多數,除3位外國員工外,主 要以聘雇當地員工為主。我們遵循《身 心障礙者權益保障法》第38條之規定, 進用身心障礙人員,且經由職務再設計, 以高於法令規定之應進用人數,超額聘 用身心障礙人員,亦有進用原住民員工。 員工組成的基本概況、性別、年齡分布 如下表所示。

比例 男 女 女 30 歲以下 0 0 0.00% 0 0 0.00% 0 0 0.00% 31-50 歲 2 17.65% 22,22% 2 17.86% 高階經理人 (副總經理含以上) 51 歲以上 13 82.35% 13 77.78% 18 82.14% 合計 15 2 100.00% 14 100.00% 21 100.00% 30 歲以下 217 158 15.88% 203 142 15.05% 647 747 25.36% 31-50 歲 1,322 628 82.56% 1,271 615 82.25% 2,064 1,888 71.91% 員工 51 歲以上 31 1.57% 52 10 2.70% 114 2.73% 36 合計 1,570 792 100.00% 1,526 767 100.00% 2,825 2,671 100.00% 總人數 2,379 2,311 5,524 全職 2,372 2,301 5,495 雇用狀況 兼職 10 29 平均年資 7.7 8.19 7.5 博十 0.30% 0.26% 0.11% 碩十 31.86% 31.59% 16.36% 大學 51.83% 52.57% 55.66% 學歷分布比例 大專 15.13% 14.71% 19.95% 高中 0.87% 7.91% 0.88% 以下

2013年

人數

分類

年齡

2014年

人數

2015年

人數

註:全部員工工作地點皆在台灣,自 2015年 起,員工人數納入重要子公司,包含台灣固 網、台灣客服、台灣大寬頻 在人員異動上,2015年新進人員數超過離職人員數,2015年 新進與離職人員數,其性別、年齡分布狀況,詳如下表:

年度	2015(註1、2)							
分 類 -				新進				離職
万 <u>粮</u>		人數		比例*		人數		比例*
年齡	男	女	男	女	男	女	男	女
30 歲以下	238	243	4.31%	4.40%	158	163	2.86%	2.95%
31~50 歲	151	140	2.74%	2.54%	193	170	3.50%	3.08%
51 歲以上	2	0	0.04%	0.00%	7	0	0.13%	0.00%
合計	391	383	7.08%	6.94%	358	333	6.49%	6.03%

年度 2014(註1)								
分類 -				新進				離職
万類 -		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 1: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 註 2:自 2015年起,員工人數納入重要子公 司,包含台灣固網、台灣客服、台灣大寬頻

700 600 500 211 400 333 300 148 172 200 100 (人數) 0 離職 新進 新進 新進 2015 2013 2014

800

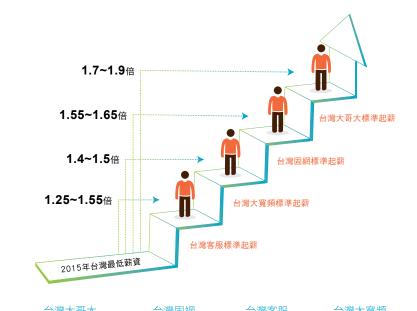
年度	2013(註1)							
分類				新進				離職
万 類		人數		比例*		人數		比例*
年齡	男	女	男	女	男	女	男	女
30 歲以下	165	110	6.93%	4.62%	59	69	2.48%	2.90%
31~50 歲	204	101	8.58%	4.25%	124	102	5.21%	4.29%
51 歲以上	3	0	0.13%	0.00%	7	1	0.30%	0.04%
合計	372	211	15.64%	8.87%	190	172	7.99%	7.23%

薪資與福利

台灣大哥大集團標準起薪較政府所公告之最低薪資標準高且具競爭力,亦無性別差異。2015年度台灣大哥大持續蟬連臺灣證交所「臺灣高薪100指數」成份股名單,且榮獲第1屆「公司治理評鑑前5%」之績優公司。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。為能更全面性評核員工,2015年

起於績效評核作業導入多面向評核回饋系統,員工進行多向互評 (下屬/主管/同儕),主管可就同仁所得到之多面向回饋意見, 與同仁共同討論當年度績效總評,並訂定次年度工作目標及個人 年度訓練計畫。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;此外,於 2015 年度績效評核 中,請主管審酌員工於企業社會責任相關活動參與程度綜合考 評,將企業社會責任納入績效評核的一環。績效考核時目標達成 率高者考績佳;考績佳人員,可得到較高之獎酬與調薪。

我們在人員招募部分,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。



		口湾八可八	口/号凹桁	口气合加	口泻八鬼殃
女男基本薪資比例	副理(含)以上主管	1.03	1.04	0.947	1.02
父 另 本 平 新 貝	副理以下人員	1.13	0.97	0.961	1.07
	副理(含)以上主管	1.04	1.01	0.95	1.02
2015 年度平均年薪 (含績效報酬) 依性別比例 (女性為 1)	副理以下人員	1.15	0.98	0.96	1.04
2015年度公司標準起薪與台灣最低薪資之比率		1.7~1.9 : 1	1.55~1.65 : 1	1.25~1.55 : 1	1.4~1.5:1

- 2015 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 22.11:1
- 2015 年度最高個人之年度收入增加之百分比相較於其他員工 當年度收入增加百分比之中位數比例為 0.98:1

「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,2015年度員工薪資與福利彙總費用計6.945.797千元。

^{*}僅比較基本薪資

項目	福利與獎勵説明
團體保險(公司)	 員工:自到職日起,即享有公司全額負擔費用的保險,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。 配偶:亦享有公司全額負擔之住院醫療險及癌症健康保險。 其他:另提供員工個人、配偶、父母及子女優惠自費團險計畫。
健康管理	 員工健檢:每兩年定期實施,依檢查結果進行分級健康管理,追蹤複檢及健康衛教。 眷屬健檢:提供員工眷屬優惠方案,與同仁一同守護家人健康。 健康促進活動:不定期舉辦戒菸、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。 健康諮詢:安排家醫科醫師與心理師提供同仁一對一諮詢或諮商,並聘任專職護理師提供衛教服務。
上班與休假制度	 ●實行彈性上下班制度, ●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。2015 年度,台灣大哥大集團共97 位同仁申請育嬰留職停薪,留任率超過8成 ●員工享有每年2天志工假,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。
績效獎酬制度	實施具競爭力且以績效為依歸之獎勵制度,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
職福會	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。另家計用戶事業群各系統台成立台灣大寬頻聯合職工福利委員會,負責規劃與執行各項福利方案。
年終回饋餐敍	定期舉辦集體年終聚餐活動(尾牙),聯繫各地員工情誼
活動社團補助	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。
電話費補貼	每月定期話費補貼、不定期推出員購優惠方案
旅遊活動特約商店	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
舒適辦公環境	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。
勞退提撥	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 2015 年第 4 季財報第 56 頁

2015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	330	340
申請育嬰留職停薪人數	12	85
育嬰留職停薪原應復職人數 (A)	10	69
育嬰留職停薪原應復職日復職人數 (B)	5	54

註:員工人數納入重要子公司,包含台灣固網、 台灣客服、台灣大寬頻

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,2015年首度導入並實施「多面向 評核」制度,除現行「上對下」評核外,增加「下對上」及「同 儕」人員之評核,目的在於協助個人瞭解自身優勢點與弱勢點, 做為個人發展依據;另亦引導同仁學習有效率與他人共事,增進 團隊績效。

考核等第核定後,由主管正式告知員工,且為有效檢核溝通落實程度,透過全員問卷調查,瞭解主管是否與員工溝通考核結果及 説明工作待改善事項。

2015 年我們委託蓋洛普徵信進行「2015 員工意見調查」,調查結果顯示各構面的認同度幾乎全都較市場值高,且以「績效管理」相較前次調查提升 11% 最多。

分類	男	女
2014 年育嬰留職停薪復職人數 (C)	5	30
2014年育嬰留職停薪復職後工作超過1年(D)	5	24
復職率 (B/A)	50.00%	78.26%
留任率 (D/C)	100.00%	80.00%

主管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。

此外,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,2015年台灣大哥大員工平均每人受訓時數為22.6小時,詳如下表所述。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課程,而技術單位男女人數比率為90:10,故男性平均受訓時數較女性多。

2015 年度員工訓練學習時數統計表(註)

類別	時數
內部訓練	54,597.4
外派訓練	5,341.5
線上課程	41,890.9
學習資源與學習計群閱讀	1.160.4

註:員工訓練學習時數納入重要子公司,包含 台灣固網、台灣客服、台灣大寬頻。 學習資源與學習為

2015年度台灣大哥大各職級員工課程訓練時數表(註)

分類	男	女
副理(含)以上主管	21.1	18.5
副理以下人員	26.8	17.9
性別平均	26.1	18
平均每人受訓時數		22.6

註:台灣固網平均每人受訓時數為 17.0 小時; 台灣客服平均每人受訓時數為 11.0 小時;台 灣大寬頻平均每人受訓時數為 6.2 小時。

公司整體訓練與職能別訓練

為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高階主管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到高階主管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年起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包含完整及多元的類別與方向

訓練類別	訓練內容與方向	
新進人員職前訓練	新進人員引導課程、直營門市新人訓練、電話銷售新人訓練新人社群新人座談會	
共同職能發展訓練	自我管理與工作管理、溝通表達、創意思考等系列課程Mentor 培訓、學習成長讀書會、目標選才等通識課程法務知識、名人分享、產業趨勢、總經理面對面等大型 講座	
主管人員階層別訓練	新升任主管必備之管理錦囊訓練課程基層、中階及高階主管之訓練課程與公司治理講座	
專業職能訓練	● 發展各事業群、處、室之專業訓練● 資訊、稽核、人資、行銷、採購、勞安、財會、電信技術等訓練課程及證照考試補助	
CSR 學習活動	● CSR 人文關懷電影院與學習活動● 企業肅貪防制講座● 環保知識學習推廣● 員工消防演練、交通安全、急救人員等強化工作環境安全訓練	
自我成長與發展	數位學習平台、線上學習社群、學習資源文件、學習報抱「Mylearning」Mobile-Learning「哈書小棧」閱讀角落	

(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、職業安全衛生、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) 一般同仁之共同職能發展訓練與主管人員階層別訓練

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、學習成長讀書會、產業趨勢、名人講座與總經理面對面講座等。

實體課程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、線上社群或 M+ 線上社群等,協助員工將課堂所 學連結工作實務,提升學習效能。

自 2014 年起開始邀請公司高階主管擔任講師,陸續舉辦包括 4G 主題之產業趨勢講座、新創服務講座、總經理面對面講座、 新人座談分享與主管給您的管理建議課程,透過實體與數位課 程傳遞最新電信相關知識訊息、公司之新創服務與主管期許, 讓全體同仁瞭解 4G 的產業趨勢、技術演化、新創市場發展與 職場中正確的工作態度等重要議題。

為使新人降低適應新環境的不安,2015 年起開設 mentor 培訓課程並提供指引手冊,讓 mentor 學習如何透過結構化技巧建立關係、提供回饋、有效互動來帶領新進人員,使新人迅速融入公司、展現工作成果。

主管人員階層別訓練分為新升任、基層、中階及高階主管訓練,以績效管理、領導統馭、策略規劃、組織發展能力等課程及公司治理講座為主。課程規劃結合公司實務之管理個案討論,藉此培養主管具備全方位管理思維,強化企業競爭力。



2015 年依據當年度員工意見調查執行結果,開辦多梯次績效面談與回饋課程,協助主管有效掌握績效面談與工作回饋要點,學習面對績效回饋與輔導中挑戰性議題,並強化員工關係與溝通。

(3) 專業職能訓練

每年依專業需求安排員工參與資 訊、稽核、人資、行銷、採購、 勞安、財會、電信技術等課程, 並藉由 IP 訓練、證照考試補助,提升公司技術層次及管理知能。

為讓專業核心有效傳承與知識分享最大化,除鼓勵參與新技術、管理論壇訓練之員工課程後回到工作單位擔任內部講師授課外,客服單位更有完善的內部講師培訓制度,講師能透過回饋交流、教學觀摩來提升自身教學技巧,此外透過每年舉辦之優良講師獎勵活動,藉此感謝內部講師貢獻並持續塑造學習分享的文化。

(4) CSR 學習活動

2015 年規劃並舉辦「CSR 人文關懷電影院」學習活動,藉由 CSR 大會考、電影觀賞與後續之心得分享,協助同仁學習 CSR 相關知識、促進改變、關懷社會與環境。

為提升同仁環境保護意識,2015年以「節能愛地球」、「環保愛地球」兩大主題進行學習推廣活動,增設8門線上課程,鼓勵同仁參與學習。亦舉辦「企業肅貪防制講座」,透過調查官分享企業肅貪處理之實務個案,讓公司同仁瞭解工作中應注意事項,貪瀆、背信、收取回扣之法律責任,以預防企業貪瀆狀況及營業秘密受侵害的事件發生。

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,辦公樓層均設置自動體外心臟電擊去顫器(AED, Automated External Defibrillator),提供員工更安全的工作環境。



(5) 自我成長與發展:數位學習平台、線上學習社群、學習資源文件、Mobile-Learning、閱讀角落、學習報抱

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 與學習資源文件等,以提高學習效 率及彈性。

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,2015年共計有246班數位課程。

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。

運用 M+ Messenger 建立 Mobile-Learning 學習模式,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,2015 年更增設「新鮮誌新鮮事」主題,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。

藉由「哈書小棧」閱讀角落與「哈書推薦」專文,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、小説、健康、教養等。

此外為讓員工均能獲得系統化的學習資訊,2015年開始每月發送「學習報抱」電子報,讓員工能清楚了解當月提供給各階層別之最新學習主題、課程、文件與 CSR 小常識。

在訓練與學習執行時,我們也同時響應節能環保,包括訓練課程課前通知信件提醒同仁自行攜帶水杯;短講課程中南區學員 採視訊參與;講座課程講義課後以電子檔案方式提供學員自行 下載、課後問卷、延伸學習閱讀素材與作業繳交,均採電子化 檔案減少紙本列印之資源浪費。

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 2015年累計共27名員工獲獎助學金補助,2015年共有16 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。

校園人才培育,縮短學用落差

我們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。 我們於 2015 年度再次與臺北城市科大合作,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),共有9位同學參與本計畫(2014年5位、2015年4位)。子公司台灣客服自 2013 年起也與多所大專院校合作(包含醒吾、元培、華夏、中國科大、致理、臺北城市科大等六所),以培養學生就業競爭力為前提,提供商學院大四學生為期一年之實習計畫,共有65位同學參與本計畫(2013年19位、2014年17位、2015年29位)。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。

透過研發替代役及產業訓儲替代役制度,培育研發及管理人才

台灣大哥大集團積極與政府合作,2015年申請研發替代役及 產業訓儲替代役員額共38名(台灣大哥大計36名、台灣大 數位計2名),從事新創服務產品開發、無線網路優化技術研 究、投資人關係管理及經營效益分析、維修中心服務等專業 工作。希望透過替代役讓優秀的人才及早加入公司,由公司 給予專業培訓,培養未來新興技術儲備人才。且替代役人員 服完兵役後能繼續銜接就業,既可有效運用役男專長,又可 提昇產業研發能力及競爭力,成為穩定的研發人才及中階儲 備幹部之來源。

身心障礙人士就業機會

為增加身心障礙人士就業機會,我們經由職務再設計,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,為我們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。我們的電話客服中心亦與桃園市私立脊髓損傷潛能發 展中心合作多年,讓更脊髓損傷行動不便的身障朋友,於脊髓中 心從事電話客服之工作。

除視障按摩師外,我們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、直營門市銷 售服務、電話客服、電話銷售、市場調查等專業性工作。

我們提供多元的職務、良好的工作環境、平等的晉升管道及優渥的薪酬福利,截至 2015 年底,最資深的身心障礙員工年資達 23 年之久,並有二位副理級及一位主任級員工。亦長期持續對外招募,職務包括直營門市銷售服務、電銷、市調、電話客服人員。

身障員工的天使照護家族

台灣大哥大客服中心特別提供身障或視障朋友更多的工作機會,至 2016 年 3 月份止,已進用包括肢障、視障等 38 名身障人士,預計 2016 年還將把進用人數拉高到 45 人,增幅將近 30%,大



幅超越「身心障礙者權益保障法」進用身心障礙者法定人數。

視障朋友因先天受限,在客服中心大都從事電話行銷工作,平均每人一天要打 200 通的行銷電話,特別是陌生拜訪客戶需要吸收各種喜怒哀樂,工作負擔並不輕。台灣大哥大客服中心有 66位同事因為考量上班時的路況問題,避免視障同事路上發生危險,因此利用即時通訊軟體 M+ Messenger,成立「天使家族」志工群組,每天徵求一名照顧視障同事的帶路「大隊長」,在中午和下班時刻,陪同一起買午餐、搭捷運,甚至還製作搭車的「公車路線號碼」標語,讓公車司機遠遠就能看到,以免視障同仁錯過班車,讓他們在站牌枯等。這些貼心的熱情,都讓客服中心充滿不一樣的溫暖。

在硬體環境方面,我們也主動規劃包括無障礙走道、視障蒸飯專區、飲水機語音輔助等定位辨識;同時他們的工作席位,也特別安裝點字觸摸顯示器、螢幕資訊放大顯示等視障專用軟硬體來輔助。一般人並不知道不該觸摸和餵食導盲犬,因此客服中心也特別在園區內進行導盲犬 3 不 1 問政策宣導,並安置了導盲犬專用床位,在建立友善環境,同時也從互動中增加了同仁更多的了解和參與。

我們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。公司確實遵循現行相關法令,包括勞動 基準法、就業服務法與性別工作平等法等,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。

我們鼓勵員工婚育,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。 我們並於「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, 亦預先將我們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。

健康及安全的工作環境

同仁身心健康,是公司的財富。我們以「安全環境、預防疾病、健康促進及心靈舒壓」四大主軸,以落實健康生活化;持續透過多元的身心健康照護及健康促進活動,與鄰近衛生局的健康服務中心及醫院等結合,建立健康安全的支持照護網絡,一直是我們努力的目標。因此我們實施全面性職場健康營造計劃,透過與更多的社區資源結合,讓職場健康營造的工作能更近完善!打造活力及健康安全優質化的工作環境。

安全優質的工作環境:

一、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。

- 二、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。
- 三、為提供員工優質工作環境,定期實施辦公室空氣品質檢測及 飲水機水質檢驗,確保員工舒適健康。
- 四、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,提升緊急救護能力降低傷病嚴重度。
- 五、在強化管理職災上,訂有職業災害處理辦法,進行職業災害 之處理、統計、調查、擬定對策避免再發生,並按月向勞 動檢查機關申報職災資料,年度統計資料如下:

項目	台灣大哥大	台灣固網	台灣客服	台灣大寬頻註
工傷率 (IR)= 工傷總數 *200000/ 總工作時數	0.02886	0	0	0.521
職業疾病比率 (ODR)= 職 業病總數 *200000/ 總工作時數	0	0	0	0
損失天數比率 (LDR)=損 失總天數 *200000/總工作時數	2.38133	0	0	3.993
缺勤率 (AR)= 總缺勤天數 *200000/ 總工作天數	2136.73	2682.58	3202.96	1116.37

註:考量台灣大寬頻各有線電視工程外勤人員 之工作為高危險性質,特別提高工程人員團體 保險意外傷害險金額由 200 萬元提高至 600 萬元,以加強外勤人員之身家保障。

六、公司每年定期辦理急救人員初訓暨複訓課程,及定期辦理消防訓練及機房防汛演習以提升員工災害因應及救災之基本技能;並辦理交通安全教育訓練,以維護同仁上下班路途安全保障員工生命安全與健康。

提供優於法令的健康照護:

- 一、健檢項目及健檢頻率優於法規。每兩年依據同仁年齡層、性 別與作業環境特性,規劃適當的健康檢查方案,以早期發 現危害健康及潛在的致病因子,如:腹部超音波、骨質密度、 癌症篩檢、眼壓及全頻聽力等深入的檢查。
- 二、年度員工健檢到檢率為 99.7%,滿意度為 95.5%,顯見員 工在公司職場健康營造計劃推動下,除了努力工作外更不 忘關注自己的健康。
- 三、透過專屬的健康管理系統由專任的職業護理人員依據健康管理分級標準,辦理健檢後續追蹤複查,包含:抽血、女性骨盆腔及乳房超音波、腹部超音波、視力與眼壓異常複檢等活動。針對重度異常同仁進行一對一追蹤關懷或醫療諮詢安排及轉診等措施,以幫助同仁早期發現健康問題,及早接受治療,進而落實健康生活型態,促進個人健康。

四、員工眷屬享有同等優惠進行健檢。

全員活力躍動 - 健康生活化

一、為建立同仁有益健康的規律運動習慣及健康飲食的生活習慣,以增進身心健康,降低肥胖及慢性疾病發生率。特別結合公司開發的運動 APP mySports 資源進行運動挑戰賽及體重控制競賽,讓運動不再是難事。以消耗卡路里加總得分及降低體重的百分比為競賽目標,其中消耗卡路里加總



得分列為體重控制競賽加權指數,提供總分前六名的參賽 者價值千元的禮品,鼓勵員工參與。

- 二、藉由專業的醫師、營養師、心理師及運動教練的指導與健康 服務中心人員的熱心服務,設計一連串包含醫學認知、可 執行之飲食控制方法及外食技巧、實際評估餐盒熱量、正 確健康生活型態、心靈雞湯及量身打造運動課程外,更運 用培育推動種子及個人、團體之競賽活動,以期能鼓動參 加員工之相互支持、鼓勵模式外,更能提升參加員工對自 我健康之體認。
- 三、為期 8 週的活動,參加員工共減去 427 公斤,總消耗卡路里 952,260 卡。成效優異學員中,有同仁持續進行共 7 個月體 重減去最多達 26 公斤,減少的體重百分比率近逼 23.6%。

- 四、同仁在行為態度方面也有顯著之改變,從原本體重量測一個 月少於一次,改變為每週測量體重;飲食方面,除控制份 量外也能做到食物選擇多樣化;運動習慣養成方面,也由 平均一星期一次,維步至一星期運動三天。
- 五、未來將持續推展 mySports 運動挑戰賽擴及全體同仁,以持續執行規律運動習慣及健康飲食的生活習慣,落實健康生活型態!

多元化的健康促進方案

- 一、依據每次健檢結果分析及員工意見調查,規畫符合員工需求 的健康促進活動。每月辦理不同主題之健康促進活動。
- 二、針對客服同仁訂定『聲帶及聽力保護』計畫,辦理『聲帶及 聽力保護』課程,提升同仁於日常生活及工作中自我照顧 能力。
- 三、針對夜班同仁亦有『保肝計畫』追蹤夜班同仁肝功能變化及 『紓壓&舒眠』講座,期能在好的睡眠品質下有健康身心 靈因應工作及生活。
- 四、辦理菸害防制講座,與衛生局配合辦理戒菸講座並與社區藥局合作採一對一戒菸諮詢,戒菸成功率達65%;成效良好學員中有一對準夫妻檔,為了孕育健康下一代,成功戒了抽了近10年的菸,並獲得公司提供的戒菸結婚好禮。



- 五、針對女性同仁辦理『綺麗人生-疼惜女人』健康系列活動: 子宮頸抹片檢查、乳房超音波及婦科超音波檢查活動。
- 六、因應生活型態的改變,辦理骨質密度檢測活動,以提醒同仁 飲食生活作息的調整,期能固本強骨保健。
- 七、辦公室作業的紓壓活動:辦理脊樂紓壓講座,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。
- 八、為協助同仁建立良好的護眼習慣,提供實用的護眼知識,舉辦「搶救 3C 惡視力- 3C 族的護眼之道」護眼講座。
- 九、配合疾管局法定傳染病之防治,建立公司內部傳染病通報防 治網,以全面進行出入境同仁的健康管理,進而掌控傳染 病的防治。

幸福安心職場

一、設置哺集乳室及專業醫療級集乳設備,提供產後同仁持續 哺餵母奶。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。讓職場媽媽無後顧之憂, 安心上班。

- 二、辦理新手爸媽育兒講座,『如何輕鬆哺餵母乳 & 嬰幼兒異物梗塞處理』、『職場母乳哺餵』、『嬰幼兒 CPR 母嬰講座』及『嬰幼兒精油親子按摩』減少新手爸媽育兒的焦慮,上班更能無後顧之憂。
- 三、『心光協談室』: 聘請專職心理輔導老師,提供一對一協談服務,以適時適當的處理同仁個別性的心理問題,期能提昇同仁因應壓力的能力,促進身心平衡與健康。
- 四、『讀書會』:透過書籍及團體分享補足一對一協談人數限制, 解決共同問題,幫助更多同仁建立正向價值觀念及處理問 題的方法進而有智慧處理生活事件。





五、為鼓勵同仁珍惜並熱愛生命,辦理『莊雅菁的生命故事』分 享,為同仁帶來正面積極的影響力及更深入去省思生存意 義價值;共同營造溫馨與支持的人際關係與工作環境。

六、建立「舒壓按摩小棧」,特別雇用視障朋友於每週一至週五 的下午,在公司各個據點設置按摩室,為我們及關係企業 的同仁們提供免費紓壓按摩服務,該服務擴及北中南共七 棟辦公大樓,共服務 21.690 人次,同仁滿意度達 98%。

十、每年利用寒暑假與捐血中心配合於所屬辦公大樓舉辦「讓愛 相隨捐而助人」活動;2015年為響應八仙塵爆事件-捐而 救人活動,員工和社區民眾熱情挽袖,每次均可捐得血液 約 100-150 袋。

致力於促進員工健康,連續獲得衛生福利部國民健康署及衛生局 的獎項:

健康職場 健康體重管理 菸害防制 哺集乳室認證

健康領航獎

健康促推績優職場 團體成效績優獎 菸害防制優良無菸職場 -最佳見證獎

最佳特色獎 職場組優等獎

最佳貼心獎

健康促進績優職場 健康卓越獎

健康促進績優職場 健康管理獎

健康促進績優職場 健康滿分獎

2015 年獲得健康職場自主認證 - 健康促進標章

2015 年獲得健康促進績優職場 - 活力耀動獎

2015年11月門市同仁自戕事件回應

事件調查及慰問

● 該同仁平日表現優異,依計畫於 2016 年初將可晉升職等。事發後,由處級 主管偕同區主管及督導代表公司多次拜會家屬,並致上共50萬元慰問金。經 向家屬了解,此事件與工作無關。

同仁心理輔導

- 事件後一週內即安排該店同仁進行心理輔導課程,期望將此事件對同仁心理 層面的影響降到最低。
- ◆持續關注全體同仁身心健康狀況,定期辦理如專業輔導老師一對一諮商的心 光協談室、莊雅菁的生命故事、鼓勵員工運動及紓壓按摩小棧等健康促進活 動,多面向關懷同仁身心平衡,以能安心地在幸福健康職場中工作與生活。

mySports 線上運動會

台灣大哥大為鼓勵員工健身運動,2015年11月著手規劃「mySports線上運動會」,於2016年展開虛實整合運動健康挑戰賽,透過 mySports App 記錄運動軌跡、運動里程數、平均速度、總消耗的熱量,更可以隨時得知自己的排名,其他同事的運動進度、偏好等等,並可主動邀請同事好友一起 PK 競賽。本次員工挑戰賽分為2階段進行,提供多項運動商品及最大獎Apple Watch 做為抽獎獎勵,以鼓勵員工培養運動習慣。

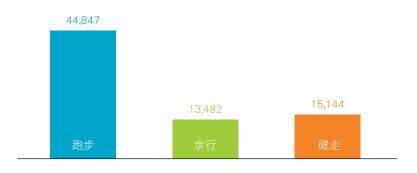
第一階段「員工新春運動會」(2016年1月底至3月初)

- ・挑戰賽為期35天
- ·採計 23 種室內外運動,並進行卡路里消耗排名
- mySports 提供使用者紀錄跑步、自行車、登山健行、健走等 23 種運動項目,台灣大千名員工 35 天消耗近 300 萬大卡熱量

- ·卡路里累積超過 500 大卡可抽獎
- · 超過 1000 名員工參與
- ・總計消耗折 300 萬大卡熱量
- · 帶動集團效法 (2016/3/21 起跑)

第二階段部門競賽(預計2016年5月起跑)

分析本次參賽員工累積近 10 萬筆運動記錄,前三名為跑步、步行及健走:



此外,員工大都利用通勤時及下班後的時間運動,單次運動時間 以 30 分鐘至 1 小時為最多。本挑戰賽,累計消耗一萬大卡以上 熱量的員工約 50 位,其中排行冠軍為一位客服員工,利用春節 六天完成自行車環島,甩 4 萬多大卡。

3.4.3 社會急難救助

行動基地台

台灣地處多地震之斷層帶及颱風經常性通過之路徑,面臨極端氣候及複合性災害的影響下,常受颱風、洪水、土石流,坡地崩坍、地震等各類天然災害的侵襲,又因都市化提升社會的易致災性,整體社會的受災風險偏高,因應此狀況台灣大哥大建置行動基地台,以因應災害發生時,解決受災區域基地台斷訊無法與外界聯絡,提供用戶緊急聯絡需求。

台灣大哥大之行動基地台,考量用戶手機使用的系統不同,因此行動基地台的建置同時考量 2G 基地台、3G 基地台與 4G 基地台,以因應不同用戶的需求。此外受災區域可能無法供應電力電源,行動車內建 12KW 發電機,避免現場無電源供應;至於傳輸線路需求(基地台連回核心網路),若現場無法提供實體傳輸線路,內建有微波桿,則升起微波桿架射微波,以無線方式提供基地台的傳輸線路,以確保行動基地台能正常運作。台灣大哥大至 2016 年 3 月已完成 20 台 2G/3G/4G 行動基地台,透過此批行動基地台將可迅速提供受災區域語音通話與行動上網功能。

近幾年台灣大哥大已經支援數起災區無法通訊與上網,台灣大哥大致力於各項社會公益活動,於社會急難救助亦儘一份心力,未來並透過中央與地方政府之資訊整合運用與共享,致力提供用戶良好網路使用經驗並維持用戶之最大權益。

2G/3G/4G 行動基地台各縣市數量

縣市	2G/3G/4G 行動基地台數量
基隆市、臺北市、宜蘭縣、花蓮縣、連江縣	5
新北市、桃園市、新竹市、新竹縣	5
苗栗縣、台中市、彰化縣、雲林縣、南投縣	5
嘉義市、嘉義縣、台南市、高雄市、屏東縣、 台東縣、澎湖縣、金門縣	5
總計	20

2G/3G/4G 行動基地台近年支援事蹟

縣市	時間	支援活動
新北市	2015/9/30~2015/10/1	支援 2015 年杜鵑颱風造成烏來區斷訊問題, 增派兩部行動車,支援救災現場、行動指揮所 通訊需求。
新北市	2015/8/10~2015/9/4	支援 2015 年蘇迪勒颱風造成烏來區斷訊問題,增派一部行動車,支援救災現場、行動指揮所通訊需求。
彰化縣	2015/8/13~2015/8/29	支援 2015 年蘇迪勒颱風造成彰化縣芳苑鄉芳苑村斷訊問題,增派一部行動車,提供民眾行動通訊需求。
雲林縣	2015/8/12~2015/9/21	支援 2015 年蘇迪勒颱風造成雲林縣台西鄉公館村斷訊問題,增派一部行動車,提供民眾行動通訊需求。
苗栗縣	2015/9/30~2015/10/15	支援 2015 年杜鵑颱風造成苗栗縣頭屋鄉市區 斷訊問題,增派一部行動車,提供民眾行動通 訊需求。
高雄市	2014/07/31~2014/8/14	支援 2014 年高雄前鎮氣爆 , 因應現場通訊量需求,增派三部行動車,擴充爆炸現場、居民安置所、行動指揮所等三處通訊量
台南市	2016/2/6 ~ 2016/2/14	支援 2016 年美濃地震造成台南永康唯冠大樓 倒塌,增派一部行動車,支援救災現場、行動 指揮所通訊需求。

台灣大哥大依循 3GPP TS 22.268 Public Warning System (PWS) requirements、TS 23.041 Technical realization of Cell Broadcast Service 國際標準,以及國家災害防救主管機關頒佈之行動通訊細胞廣播服務傳遞協議標準,於 2015 年完成建置災防告警細胞廣播中心 (Cell Broadcast Center, CBC)系統平台,並於 2016 年 2 月完成與主管機關之系統功能審驗作業。透過此災防告警平台可即時傳送中 / 英文示警訊息到網路上的每個使用者,進而達成災害發生前之示警功能,於平時亦提供用作災害可能發生區域之訊息廣播,以期儘早預防可能之災害發生。

災防告警細胞廣播中心系統允許國家災害防救相關主管機關 (如各縣市政府、公路總局、氣象局、農委會…等)進行圈選 特定區域後發送細胞廣播示警訊息至用戶手機端,以達示警功 能,示警訊息流程如下圖所示。告警提供單位,即國家災害防 救相關主管機關诱過國內災防告警細胞廣播訊息發佈平台,以 專有線路方式與台灣大哥大之細胞廣播中心介接進而發送示警 訊息至用戶終端裝置,具備有接收細胞廣播訊息功能用戶終端 裝置便能接收示警訊息,以行動寬頻網路平台應用達到防災救 災之功效。例如:公路總局預針對某路段因坍塌導致道路封閉 無法行駛,即可透過此災防告警細胞廣播中心系統平台於進入 道路封閉目標之路段前及其周圍發佈示警訊息,提醒並告知預 進入使用此路段用路人相關訊息,可讓用路人提前改道並避免 可能的災害發生。

未來除持續配合主管機關繼續災防相關系統建置及測試外,並配合政府「災害防救應用科技方案」需求,擴大災害防救應用服務平台之應用,以服務全國防救災相關單位為目標,並將累積之災害應變知識轉化成可於災害應變操作之決策樹以提昇我們防救災應變資訊應用效能,降低災害造成之社會損失,未來並透過中央與地方政府之資訊整合運用與共享,致力提供用戶良好網路使用經驗並維持用戶之最大權益。

示警廣播訊息流程





社會救助

台南大地震

2016年2月6日凌晨突如其來的一場強烈地震,在南台灣造成嚴重災情,台灣大哥大為協助災區民眾度過艱難時刻,凡設籍災區、房屋全毀或半毀、且經各縣市政府核定為受災戶之台灣大哥大用戶,均可申請減免一年國內語音通話、上網費用;台灣大哥大並聯合中華民國紅十字會總會和中華基督教救助協會,迅速啟動捐款平台,號召大家一起伸出溫暖的手,溫暖寒風中的災民。 累計至 2016年3月底已超過百名受災戶享有帳單減免優惠,估算補貼一年帳單金額超過百萬元。

公益捐助

台灣大寬頻 2015 年度與新北市 11 家有線電視業者共同捐出一千萬元給新北市政府八仙塵爆捐款專戶,並承諾協助傷患就業。新北市政府也成立八仙塵爆傷患及家屬就業單一窗口,包括有線電視業者提供的 14 個工作在內,共有 170 個職缺,協助傷者重返職場。另與社會救助及社區公益活動包含:愛心公益(捐血活動)、學術藝文(元宵燈節)、社會救助(八仙塵爆)、全民運動(萬金石國際馬拉松)、休閒娛樂(新北歡樂耶誕城)、婦幼教育(寫生參訪)、地方環境(纜線清整)…等;家計用戶事業群 2015年度投入金額合計約 1952 餘萬元。



3.5 卓越品牌

核心理念

行動科技,不只讓人生活更便利,也更有行動力。 台灣大哥大秉持從「人性」出發,以「客戶」為服 務核心為客戶設想,將科技轉化為簡單、實用、友 善的全方位行動通訊,以「化繁為簡」、「創 新思維」、「熱情追求」、「誠信處世」 四個品牌價值,來實踐創造客戶最佳行 動通訊使用經驗的品牌願景。

成果與績效

- ●SpeedTest 全台實測速度第一
- ●連續 4 年入選道瓊永續指數 (DJSI) 興新市場成分股
- ●8 度獲《天下》雜誌「企業公民獎」
- ●10度獲《遠見》雜誌「企業社會責任獎」
- ●連續2年獲「台灣企業永續獎」四項大獎
- ●連續12年獲《讀者文摘》雜誌「信譽品牌」金獎

承諾與行動

自從 4G 開台以來,台灣大哥大經過 1200 萬次嚴格的全台網路實測考驗,榮獲國際網路測速平台Speedtest認可為「2015 全台行動網路實測 速度第一」的品牌。我們致力於用速度 擁抱更美好的未來,台灣大哥大與你生活在一起。



股東/ 投資人

供應商

展望與規劃

評比

NGO

面對瞬息萬變的世界,運用科技, 才能引領潮流,掌握致勝的關鍵。台 灣大哥大瞭解人們對科技的期許,因 此我們希望能用科技創造豐富便利的行 動生活,並以領先業界網路品質,讓你的 行動力持續保持在領先的地位。2016年起,

更規劃將公司治理、環境保護及社會參與納入顧 客滿意度調查,期能讓消費者了解我們在落實企業社 會責任上的努力成果,更提升公司整體品牌價值。

3.5.1 市場品牌形象

品牌價值

行動科技,不只讓人生活更便利,也更有行動力。面對瞬息萬變的世界,運用科技才能引領潮流,掌握致勝的關鍵。台灣大哥大瞭解人們對科技的期許,因此我們希望能用科技創造豐富便利的行動生活,並以領先業界的網路品質,讓你的行動力持續保持在領先的地位。我們一直從「人性」出發,將複雜的科技化為簡單、實用、友善的行動服務,與用戶的食衣住行育樂連線,提供每一位客戶高品質的數位生活與服務。我們致力於用速度 擁抱更美好的未來,台灣大哥大與你生活在一起。

品牌標章識別



台灣大哥大的彩球,就是color your life 精神的表達!立體球面的色光演繹,呈現連續的豐富色彩像四面八方圓融放射,傳達單純、多元、交錯、融合、衍生、歡樂的品牌意念,光彩、豐富消費者的行動生活!就像每一次的溝通與聯繫所帶來的歡樂,台灣大哥大巧

妙運用彩球中的多樣色彩,讓每一件印刷品、廣告的畫面,連 結不同色彩的魅力,傳遞台灣大哥大客戶愉悦的使用心情,強 化我們的品牌印象。



品牌形象廣告

台灣大哥大相信科技是為了讓人們的生活更便利、更美好,而 行動科技更是與每個人的日常作息密不可分,徹底改變生活形 態。4G 開台之初,台灣大哥大透過網路作家九把刀等年輕世 代,展現行動網路所帶來社會變化,讓人不僅更有勇氣,也更 有行動力。2015 年推出王力宏代言的品牌形象廣告,希望藉 此發揮品牌影響力,傳遞「未來不需要想,只要相信自己」, 期許年輕朋友給予自己更多信心與力量,透過 4G 科技帶來的 資訊與便利,快速與世界連結,讓自己創意無限,成就未來的 自己,變得更與眾不同,與台灣大哥大一起「用速度,擁抱更 美好的未來」!

SPEEDTEST 國際肯定 全台實測最快

台灣大不斷領先創新,提供消費者最快、最順的 4G 品質,希望能以速度讓用戶享受更舒適、安全、美好的數位體驗。國際深具公信力公司 Ookla 旗下 SpeedTest 網站公佈 2015 年度台灣行動網路測速調查,經全台各家電信用戶累計近 1200萬次嚴格的網路實測考驗,台灣大哥大榮獲「2015 年度台灣3G/4G 行動網路實測 全台速度第一」。此殊榮來自台灣大哥大在 4G 頻譜的成功佈局,700 頻段擁有全台唯一 20MHz 最

大連續頻寬,其低頻特性穿透性最佳,訊號涵蓋廣,搭配 1800 頻段,具備承載量大優勢,提供用戶最優質的頻段組合,以絕佳的網速表現獲國際肯定!



品牌贊助



台灣大哥大致力於提供消費 者輕鬆簡單、愉悦、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 動盛事不遺餘力,自 2003 年起贊助經費累積超過 5 億。2014年開始贊助網贖 黃金女雙詹詠然、詹皓爾 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! 2015 年首度贊助「英雄聯盟」職業電競戰隊 ahq,希望透過







遊戲中團隊合作和努力拼搏的精神,鼓舞更多年輕人勇於追 求夢想,讓台灣電競的堅強實力耀眼國際。

此外,台灣大哥大結合集團資源長期戮力深耕並支持台灣藝

文活動及原創作品,2015年共贊助超級巨星紅白藝能大賞、 hito 流行音樂獎、亞洲切爾西音樂節 (Chelsea Music Festival Asia) 及電影「刺客聶隱娘」等,期提升公司品牌形象及耕耘 流行消費市場。

在地特色的風格門市

台灣大哥大折年針對不同區域、不同消費族群,陸續開創出獨 樹一格的門市店格。其中,最具代表性的門市,首推以文青為 主的數位生活(台北文創)館、追求前衛的數位生活(台北三 創)館、以及鎖定青少年族群的台北西門館,為消費者量身打 - 造符合在地特色的風格門市,也為電信業開創出一個新格局。

數位生活(台北文創)館

數位生活(台北文創)館,是台灣大哥大為了讓消費者能輕鬆

體驗創新的數位內容服務所設立,空間以早期台灣在大樹下 交換資訊的場景為設計概念,呼應松山文創園區的古蹟外觀與 歷史背景,串起過去與未來行動科技;館內則將所有雲端服務 以放大擬真的方式供民眾體驗,以數位化無紙系統介紹產品, 使各年齡層消費者具體了解與體驗雲端服務, 日诱過這種美 好的使用經驗後,立即學以致用,充分享受數位行動生活的便 利。同時為了扶植台灣文創,門市裡的傢俱陳列,像是別具巧 思的豆腐椅和腳踏車座椅等,都是出自於台灣在地設計團隊之



手,並與富邦藝術基金會合作,在超過 4 米的大牆面上,放置國內藝術家作品,以提供台灣藝術家一個創作展覽平台,讓整個門市空間饒富科技與人文結合的趣味。而數位生活(台北文創)館更因為獨樹一格的室內設計,2015 年榮獲 2014 TID(Taiwan Interior Design)台灣室內設計大獎 - 商空類 TID 獎以及 2014 IAI Design Award 設計優勝獎 (TID、IAI 為兩大華人指標性室內設計大獎),同時也是國內唯一榮獲海峽兩岸設計殊榮的電信門市。

數位生活(台北三創)館

位於「三創生活園區」一樓的數位生活(台北三創)館,以台灣大企業識別標誌為主體,利用鑽石三角切割造型手法,將館內以白色為基底呈現放射狀空間,再結合 LED 動態影像天花板、3D 立體視覺設計,以及大型數位電視牆等,把整個台北三創館打造成充滿前衛感的科技藝廊,融合數位、藝術、環保,堪稱電信門市「前衛設計」之最。透過與台灣本土藝術設計團隊合作,以藝術裝置結合數位科技,首創推出「數位音像」、「微觀城市」、「動態視覺」、「購物櫥窗」等四大前衛藝術互動裝置,打造高層次且真正屬於消費者的 4G「移動式生活」。同時,台北三創館也領先業界啟用世界首創「紅黑白」三色 2.9 吋電子標籤,館內所有 3C 配件價格可透過遠端遙控立即同步更新,徹底落實數位化、無紙化的環保理念。





台北西門館

台北西門館為了配合西門商圈特色和抓住年輕消費族群,打破傳統電信門市的格局,率先在西門風格店裡創造出新舊文化衝突的設計氛圍。一樓約20坪的店面,從騎樓、樑柱到天花板都大膽採用塗鴉藝術,再搭配大型數位牆,期以強烈的視覺風格,營造出與眾不同的時尚感;進入二樓空間後,又立即將消費者拉入4、50懷舊年代,打造成復古電影院,完全顛覆以往對於電信門市的既有印象。

由於此門市位於萬年大樓對面,為創造空間感,特別在一樓設計了「懸吊式體驗櫃」,讓動線更為寬敞,並設置 TATTOO 視覺感的多彩模組配件牆,至於天花板則結合紅樓、萬年大樓、電影主題公園等微縮紙模型,把西門特色地標都搬入門市裡;另外,為了製造新趣味,服務櫃台也設計了「扭蛋取號機」與「復古劇院椅」。透過種種極具在地特色的專屬規劃,期望帶給民眾更有別於以往的消費體驗。

品牌獲獎事蹟

連續四度入選 DJSI 道瓊永續指數成分股

台灣大哥大連續四年入選道瓊永續指數(Dow Jones Sustainability Indices, DJSI)新興市場指數成分股,2015年不但在公司治理、環境永續、社會責任等三大層面的分數都高於業界平均,在社會責任評比中的「企業公民及公益關懷」項目,更勇奪滿分,象徵公司永續經營的理念備受肯定,台灣

大未來將持續強化經營績效、環保與社會責任,致力成為全球 企業公民標竿。

DJSI 成立於 1999 年,每年針對全球主要上市公司的公司治理、環境永續、社會責任三大層面績效進行評估,是全球投資人選擇投資標的重要參考。2015 年 DJSI 選出全球最具代表



性的 3,470 家企業進行評比, 其中台灣企業總計 93 家來自 不同領域的龍頭業者都應邀 入選。台灣大哥大在全球入 選 DJSI 評比的 101 家電信服

務業 (Telecommunication Services) 中脱穎而出,成為以電信服務業入選道瓊新興市場成分股的全球 5 家業者之一。

在公司治理項目上,我們從2014年的62分大幅成長到70分,超越全球電信業界平均的61分。公司近年來積極強化風險管理政策、組織架構及風險管理系統,2014年成立風險管理委員會,以企業永續發展為目標,針對相關風險與機會對企業營運面產生的衝擊進行控管,規劃因應方案並監督執行成效,並於2015年啟動CSR 願景2020計畫,積極關切經濟、環保與社會等議題,落實企業永續經營願景。

在社會責任項目上的整體分數從去年的 59 分提升至 70 分, 大幅超越全球電信業界平均的 54 分。其中「企業公民及公益 關懷」(Corporate Citizenship and Philanthropy)項目上,奪 得滿分 100 分的最高肯定,比起全球電信業界平均的 52 分, 表現更是傲視群雄。我們以數位共融、培育文創內容及人才、 核心資源贊助三項主要策略,積極用具體行動落實社會責任, 協助公益團體跨入行動服務與數位潮流,提升 NPO 內部組織 效能與外部募款能力,並藉由微樂志工平台、NFC 防走失智慧 手環、及公益微電影、主題曲等活動,號召更多人響應社會公 益,並鼓勵企業志工參與,積極回饋社會,並強化對企業文化的認同與向心力。

在環境永續推動方面,今年分數 53 分,超越全球電信業界平均的 49 分。我們 2015 年首次主動回覆國際碳揭露 (Carbon Disclosure Project, CDP) 問卷,並發起「你買手機 我捐一元,一塊推動綠能源」倡議活動,力邀手機品牌廠商一同加入,呼籲全民共同關注環保議題,同時規劃建置 8 站綠能基地台,以實際行動落實環境永續經營的企業理念。更於年底規劃導入 ISO14001 環境管理系統,展現公司於環境永續持續改善的決心。

《亞洲金融》雜誌評比台灣電信業最優



《亞洲金融》雜誌(FinanceAsia)舉辦的「2015年亞洲最佳公司」評選結果揭曉,台灣地區各項評比中,包括台灣大哥大、台積電、中磊、富邦金等台灣各領域龍頭企業上榜,其中台灣大哥大一舉囊括台灣「最佳管理公司」(Best managed public companies)、

「最佳公司治理」(Best corporate governance)、「最佳投資 人關係」(Best investor relations)及「最信守配發高股利承 諾企業」(Best committed to paying good dividends)等四 項評比佳績,特別是在「最佳公司治理」是台灣企業中第一名, 其他三項也都擠進前三名,且各項排名皆為台灣電信業之首。

台灣大哥大執行副總暨財務長俞若奚在此次評比中,亦獲得台灣地區「最佳財務長」(Best CFO)的肯定!俞若奚於2006年加入台灣大哥大團隊,負責管理財務群下財務處、會計處、投資法人關係處、經營分析處及帳務處,專精管理風險、投資評估及內部控制,藉由數字管理,區別化風險控制,以強化財務體質及獲利能力,近年多次獲得國際獎項肯定,包括在2012年獲機構投資人雜誌(Institutional Investor)評選為亞洲地區「最佳財務長」(Best CFO)第3名;2010年獲頒投資人關係全球評比為「最佳投資人關係經理人」(Best IRO)等殊榮。

第一屆公司治理評鑑前 5% 佳績



由證交所及櫃買中心委託財團法人中 華民國證券暨期貨市場發展基金會辦 理的第一屆「公司治理評鑑」,以 「股東權益之維護」、「股東平等對 待」、「董事會結構與運作」、「資 訊透明度」及「利害關係人利益之維 護與企業社會責任」等 5 大指標衡量 公司治理水平,以鼓勵優良公司形塑 公司治理文化,同時達到健全資本市 場體質及與擴大國際接軌的目標。

台灣大哥大在參與評鑑的 798 家上市公司中名列前茅,與台



積電、台達電、富邦金等 40 家產業龍頭企業同獲排名前 5%。 台灣大哥大此次獲此排名佳績,將激勵我們繼續堅持「誠信 經營」理念,善用電信本業專長,全面實踐企業對社會責任 的承諾。。

《遠見雜誌》CSR 年度大調查首獎

2015 第十一屆《遠見雜誌》CSR企業社會責任獎,台灣大哥大從參賽的 100 家企業中脱穎而出,勇奪「CSR年度大調查一服務與金融組」楷模獎,這是台灣大哥大第 9 座《遠見雜誌》CSR獎項,更是今年全台電信業唯一獲獎的公司。2016 年更於第十二屆《遠見雜誌》CSR企業社會責任獎,從 131 家參

賽企業中領先群雄,勇奪「CSR年度大調查-服務組」首獎。 我們結合營運與核心資源,展開「CSR 2020 願景計畫」,從 公司治理、環境永續、社會參與三個面向,為股東、員工、社 會大眾創造最大價值。



《天下雜誌》天下企業公民獎

「天下企業公民獎」以四大面向一公司治理、企業承諾、社會參與、環境保護,評選台灣最佳企業公民。2015年,台灣大哥大在全台200多家企業的激烈競爭中脱穎而出,榮獲「天下企業公民獎」大型企業前10名,為台灣大哥大第8度獲獎,優異表現有目共睹,堪稱CSR領域中的模範企業。台灣大哥大在「公司治理」、「社會參與」的表現出色,除了公司治



理架構完整,更積極從事數位文創、微樂志工平台等與本業 結合的社會參與活動,獲得評審團高分好評。

2 度蟬聯台灣企業永續獎「十大永續典範公司」

台灣永續能源研究基金會,連續 8 年來舉辦「台灣企業永續獎」評選活動,表揚善盡企業社會責任、推動永續發展的企業典範,藉此提升台灣企業社會責任水準,帶動台灣各界全面關注企業永續議題。2014 年台灣永續能源研究基金會首創「台灣十大永續典範公司獎」項目,除了評選企業永續報告書外,更從企業永續願景與策略、公司治理、社會公益、環境保護、CSR 相關獎項事蹟等 5 大面向,檢視企業整體績效,從國內近百家入選的優秀企業中,嚴選出企業界永續典範。



同時推動節能減碳、高效能資源管理及綠色服務,善盡環境責任;並以核心職能帶動公益科技化,關懷社會公益不遺餘力。

台灣大今年同時勇奪「台灣 Top 50 企業永續報告獎 - 電信業金獎」,以資訊揭露完整、可信度高、溝通成效佳,善盡社會責任的企業永續報告,展現公司落實企業社會責任的用心。我們重視企業治理程序透明,展現企業經營誠信,也同時榮獲「誠信透明獎」,評審肯定台灣大哥大高度透明化的公司治理、財務報告揭露以及日常工作守則等,讓誠信內化在企業文化中。此外,我們運用語音服務、網路寬頻、數位內容、

新創服務、企業員工等資源核心,協助公益團體、弱勢族群縮減數位落差促進共融,長期耕耘社會公益不遺餘力,獲得評審高度肯定,勇奪「社會共融獎」。

廣告得獎事蹟

台灣大哥大致力於給用戶輕鬆簡單的人性化行動生活,創造 最佳行動通訊的使用經驗,支持客戶追求想要的生活方式, 積極推出【 4G / 時空訊息 APP / 4G 家速上網 】各種多元 行動服務,透過貼近生活的廣告演繹,不僅獲得用戶的廣泛 討論與認同,更獲得多項廣告獎項的實質肯定。

得獎時間	獎項	服務
2015/12	時報華文廣告金像獎 數位類 病毒行銷銀獎 (台灣參賽最高榮譽)	4G
	電影【食神】的搞笑橋段,以幽默詼諧的方式帶領 行銷台灣大真 4G 產品優勢	消費者了解 4G

2015/12 時報兒人廣告獎特別獎 數位類 移動行期獎佳作 時空訊息 (唯一獲獎)

【時空訊息 APP】服務,首創跨時空、跨形式、不限電信用戶的免費預約訊息服務,行動科技打破了時空限制,將當下心情封存下來傳送給未來,開拓創意溝涌方式,為人與人的溝通帶來更多感動與溫度

2015/12	2015 年度 YouTube 亞太區最成功廣告影片 台灣唯一獲獎	4G 家速上網
2015/12	2015 年度 YouTube 台灣最成功廣告影片第一名	
2015/8	2015 第二季 YouTube 台灣最成功廣告影片 排行榜第一名	

改編周星馳電影【唐伯虎點秋香】的經典橋段,透過小朋友超萌的可愛演出讓消費者認識 4G 家速上網服務,成功吸引廣大網友迅速點閱並廣為討論、分享

金視獎

由文化部主辦的金視獎, 鼓勵有線電視業者自製優良地方性 節目、推廣「公用頻道」與提升服務品質,是全國有線電視 業者的年度盛事。台灣大寬頻各有線電視一貫秉持製作在地 優質節目、服務區域民眾、善盡地方媒體功能,以增進當地 民眾對在地人事物之瞭解,並提昇有線電視在地服務品質, 屢次榮獲文化部金視獎肯定及獎勵。其中聯禾有線電視 03 公 用頻道,連續7年入圍五次獲獎,其中並有三次榮獲第一名 殊樂。

3.5.2 溝涌機制

客戶滿意度調查

重視顧客聲音,確保服務品質

台灣哥大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。

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 註:滿意度評分採五分法:5.非常滿意、4.滿 各項滿意度外,亦可得知自身相較於其他業者之表現,以做 以滿意度分數 5、4、3、2、1表示。 為公司持續成長之動力。其中針對 TWM 整體消費者滿意度

2015年

- 聯禾有線電視:公用頻道經營獎第一名
- 永佳樂有線電視:節目部員工則以《城市紀錄簿》獲得最 佳採訪獎個人獎

2014年

● 聯禾有線電視:公用頻道經營獎第一名

2013年

● 聯禾有線電視:公用頻道經營獎第二名

的調查每年至少舉辦兩次,充分凸顯對消費者意見及滿意度 之重視。

台灣大哥大 2015 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 4.4 分表現最優。

客戶滿意度指標	2013年	2014年	2015年
整體滿意度	3.7	3.7	3.7
通話品質滿意度	3.7	3.7	3.7
電話客服滿意度	4.4	4.3	4.4
門市服務滿意度	4.2	4.1	4.2

意、3. 普通、2. 不滿意、1. 非常不滿意,分別

诱明申訴管道

台灣大哥大設立員工申訴制度,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。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,2015年共受理 案件 11 件且均已結案。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,我 們 2015 年度並無性騷擾申訴案件。我們重視勞資協商機制, 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。

低碳雲端服務推廣

致力推廣數位生活體驗,引領全民進入更便捷的智慧生活新時代

台灣大哥大針對不同族群,規劃多樣的專屬體驗活動,鼓勵 用戶透過線上平台使用線上電信服務,讓數位匯流新科技帶 來全新便捷的新生活可以輕鬆擁有,隨時隨地一手掌握,不 論是台灣大哥大網站、網路門市、新創加值 App 服務等,不 僅拓展消費者數位生活新視野,也同步提供給消費者更優化 的生活品質,盡情享受數位科技帶來的便利。消費者可以透 過手機、平板、筆電不同平台,走到哪都可享受第一手便利, 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。

2015年共計舉辦 148 場大小活動推廣新創服務,有 187,109

我們擁有完整的客訴爭議反映機制,無論用戶透過客服專線或至門市透過前線人員反映,都會即時將用戶意見登錄於系統,並限定時間回覆完畢,2015年並無重大環境、社會或人權面向之申訴情事,相關管理機制請詳 3.3.2。

客訴案件妥善處理案例

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即委託需求補發;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,2015年共21件通報案件,皆已妥善處理。

電信服務線上平台推廣

- 2005年10月開始透過品牌網站及網路門市推廣線上電信服務,逐步開放推 廣線上電信服務
- 舉凡電信帳單 / 繳費、查詢合約、申辦國際漫遊、申辦電信專案、儲值預付卡等,用戶皆可透過品牌網站、網路門市、行動客服 app 作線上申辦使用
- 品牌網站每月約有 50 萬人次使用線上服務
- 行動客服 app 已有 200 多萬筆下載量,每月約有 40 萬人次造訪 app
- ●網路門市每年有萬件以上的專案上線數,每年網路門市總營業額已相當於5 家台灣大哥大直營門市年度營業額。

人次進行數位創新服務 APP 體驗,並下載 101,216 個新創服務 APP,總計投入 1,300 萬以上經費進行推廣。2016 年已編列約 1,000 萬預算;未來每年也將編列預算,持續推廣創新服務,引 領消費者進入更便利的數位生活世界。



新創服務 App 推廣

- ●「國際書展」- 透過「myBook 行動閱讀」培養民眾「隨手」 數位閱讀的習慣創造更多閱讀樂趣。
- ●「臺北國際旅展」-推出「Wali智慧錢包」為民眾提供快速購買票券免等待的行動支付體驗。
- ●「資訊月、電腦應用展、春季電腦展」- 也設置攤位並推 廣數位新創數位服務,讓民眾親自體驗智慧行動生活。
- ●「台灣大哥大三創門市」於 2015/5 隆重開幕,透過前衛感的科技藝廊帶給消費者不同的數位生活新世界的體驗感受。
- ●與TLC合作「TLC台北野餐日」、「海洋野餐日」,並搭配無痕野餐的訴求,除了出動 4G行動上網體驗車外,更主打從視覺(myVideo、myBook)、聽覺(myMusic)到許一個未來的預約訊息(時空訊息 App)等數位行動服務,共同推廣無痕概念。

- ●「音樂同樂會」- myMusic 音樂串流平台邀請多位實力派 歌手如梁文音、黃美珍、卓文萱舉辦實體音樂會,讓歌迷 可以享受免費的音樂饗宴。
- ●「hito 流行音樂獎頒獎典禮」-2015 年與 Hito FM 合作, 贊助「Hito 流行音樂頒獎典禮」,回饋 myMusic 會員及樂 迷朋友,親臨現場欣賞歌手的精彩表演,滿足視聽饗宴。 場外也設置 myMusic 免費體驗專區,引領樂迷進入數位音 樂的世界。
- ●「台北跨年活動」-現場除了加強現場訊號維持穩定的網路品質外,並推廣數位服務也提供給消費者免費的充電服務,讓民眾可以體驗 4G 飆速上網,分享跨年煙火盛況及當下的感動及歡樂。
- ●「台北馬拉松」- 積極為不同喜好的族群,提供專屬的 mySports APP 服務,隨身紀錄自己的運動軌跡,享有美好 的運動體驗。









安使建業群合會計節官務行

68F., TAIPEI 101 TOWER, No.7, Sec. 5, Fax Xinyi Road, Taipei City 11049, Taiwan (R.O.C.) Internet 網址 kpmg.com/tw

自允市11049债義第5級7號68權(自允101大權) Telephone 電話 + 888 (2) 8101 6666

有限確信報告

致台灣大哥大股份有限公司

本會計解接受台灣大哥大股份有限公司(以下提稿「台灣大」)的各纯、對台灣大2015年度(2015 年1月1日至2015年12月31日)企業社會責任報告書(以下裝稿「本報告書」)進行有限確信

公司的責任

台灣大黃貴報告書涵蓋之資訊及藝明的編製與表達,並設定台灣大社會責任績效和報等的目標。包 括辦鐵利客關係人及重大性議題,及負責建立和維護適當的社會責任續致管理系統和用於產出報告書中 揭露之墙效识息的内部控制系统。

台灣大採用全球水積性報告倡議組織 (Global Reporting Initiative · 以下發稿「GRI」) 發佈之全球 水塘性報告指南第4版 (G4) 之全面依循逻项·編製報告書 (巴於報告書之「關於我們的報告書」章節 述明) +

本事務所的責任

本會計解係依照依據財團法人會計研究發展基金會(以下閱稿「基金會」)所發布之確信專則公報 第一號「非屬歷史性財務資訊查檢或推閱之確信案件」規劃並執行工作,同時遵守該車則要求之職業道 **边规嶷及獨立性要求,以對台灣大本報告書是否存在重大不實表達出其獨立有限確信報告。**

除下投所逃者外·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 之本報告書是否存在重大不實表達出其獨立有限確信報告。

报告書之「3.2環境水績」中、病温空氣體排放 (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、係由香港商英國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 移正)。因此、本獨立有限確信報告之確信範圍不包括對溫宣氣體擴致(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

有限確信工作之內容包括對主要負責報告書資訊準備及編製之人員進行詢問、並執行分析及其他接 據蒐集等確信程序。本事務所執行之工作包括:

- 詢問台灣大管理检查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;
- 助級台灣大管理階層及收職之員工,以瞭解與重大性議題有關之永續最略與政策及其執行情形;
- 討該台灣大員責提供報告書資訊之攸關員工;

GNO, a Talley of provincial control of the ST of the ST of the Control of the court is about



- 對用以蒐集及產出報等質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,對光電機房執行實地訪視;
- 對報告書表達之資訊與收開之資訊來源於抽樣基礎下進行比對,以確認報告書是否已確實涵蓋有關 資訊來源內之攸關資訊:
- 閱讀報告書上表達的資訊,確認其是菩與本事務所對台灣大的整體瞭解與社會責任績效一致。

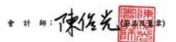
我們並未對報告書中新增揭露的歷史續效數據(即以前年度報告書中未揭露過)之同期比較趨勢及 歷史數據實施確信程序。

有限確信案件所執行程序之性質及時間與合理確信案件不同,其範圍亦明顯低於合理確信或依據基 全會所發布之審計單則執行查核之範圍,所提供之確信程度亦將抵於合理確信。因此無法使本會計解辨 **旅於執行審計案体或合理確信案件將將被注意到之所有重大事項。**

依據所執行之程序及所獲取之證據、於GRI G4之全面依指遞項之下,本會計師未發現台灣大2015 年度企業社會責任報告書在所有重大方面有來允當表達之情事。

此獨立有限確信報告係依照台灣大與本會計轉之合約攝故而出異。本會計轉的工作僅限於就約定事 项在独立有限確信報告中向台灣大連行報告,而非異他目的。本會計部無須就所執行的工作、出異的猶 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。

安保建業聯合會計師事務所



事務所地址:台北市信義路五段七號六十八樓 二字一六 年 六 月 二十一日

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

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊原因説明
一般標	準揭露			
策略與分	析			
G4-1	提供組織最高決策者的聲明	致利害關係人	•	
G4-2	描述關鍵衝擊、風險及機會	2.3 風險機會分析 3.2.2 碳排放風險管理	•	
組織概況				
G4-3	組織名稱	1.1 公司概況	•	
G4-4	主要品牌、產品與服務	1.1 公司概況 /3.1.1 營運績效	•	
G4-5	組織總部所在位置	1.1 公司概況	•	
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	1.1 公司概況	•	
G4-7	所有權的性質與法律形式	1.1 公司概況	•	
G4-8	組織所提供服務的市場	3.1.1 財務成果與展望	•	
G4-9	組織規模	3.1.1 財務成果與展望 2.1 回顧 2015 3.4.2 員工結構	•	
G4-10	員工人數	3.4.2 員工結構	•	
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	3.1.4 產業鏈概況	•	
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

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
G4-14	組織是否具有因應之預警方針或原則	1.4 風險管理 / 3.2.2 碳排放風險管理	•	
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	2.4 重大關注議題回應 3.2.3 綠能應用	•	
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	•	
鑑別重大者	美量面與邊界			
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 2015 年年報 b. 富邦媒體科技將獨立發行 CSR 報告,故於本報告書 中排除零售業務	•	
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」。	2.4 重大性議題鑑別	•	
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。	2.4 重大性議題鑑別	•	
G4-20	針對每個重大考量面,組織內部在考量面上的邊界	2.4 重大性議題鑑別	•	
G4-21	針對每個重大考量面,組織外部在考量面上的邊界	2.4 重大性議題鑑別	•	
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	•	
利害關係力	議合			
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	2.4 鑑別利害關係人	•	
G4-25	就所議合的利害關係人,説明鑑別與選擇的方法	2.4 鑑別利害關係人	•	
G4-26	與利害關係人議合的方式	2.4 利害關係人溝通管道	•	

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
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	2.4 重大關注議題回應	•	
報告書基本	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	•	2014/1/1 至 12/31
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	1.2 治理架構 /1.3 監督機制	•	
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	2.1 組織架構及功能運作	•	
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	2.1 組織架構及功能運作	•	
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。	2.1 組織架構及功能運作	•	
G4-38	按分類説明最高治理機構及其委員會的組成	1.2 治理架構 /1.3 監督機制 1.4 風險管理	•	

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
G4-39	最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	1.2 治理架構	•	
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	1.2 治理架構	•	
G4-41	最高治理機構如何確保避免及管理利益衝突之流程	1.2 治理架構 /1.3 監督機制	•	
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	2.1 永續願景與策略 1.2 治理架構	•	
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	1.2 治理架構	•	
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		•	
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,並説明與利害 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。	2.1 永續願景與策略 1.4 風險管理	•	
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	2.1 永續願景與策略 1.4 風險管理	•	
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	2.1 永續願景與策略 1.4 風險管理	•	
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	2.1 組織架構及功能運作 1.2 治理架構	•	
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	2.1 組織架構及功能運作	•	

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明			
G4-51	按類型説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	1.2 治理架構	©				
G4-52	薪酬決定的流程。説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	1.2 治理架構	•				
G4-53	如適用時,説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/1.2 治理架構	•				
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	3.4.2 薪資與福利	•				
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	3.4.2 薪資與福利	•				
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	3.1.3 誠信經營	•				
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	3.1.3 誠信經營 /3.4.2 樂活職場 /3.5.2 透明申訴管道	•				
G4-58	對於舉報有違倫理或不合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	3.1.3 誠信經營 3.5.2 透明申訴管道	•				
特定標準	特定標準揭露						
類別:經濟	類別:經濟						
考量面:經	考量面:經濟績效						
DMA		3.1 誠信治理	•				

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1 回顧 2015 3.1.1 營運績效	•	
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	3.2.2 氣候風險與機會	•	
G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	3.4.2 薪資與福利	•	
G4-EC4	自政府取得之財務補助	3.1.1 税務政策與政府補助	•	
考量面:市	場形象			
DMA		3.4.2 人才開發與留用	•	
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	3.4.2 薪資與福利	•	
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	3.4.2 員工結構	•	
考量面:間	接經濟衝擊			
DMA		3.3 數位創新 3.4 社會關懷	•	
G4-EC7	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	3.4.1 社會共融 - 社會參與	0	
G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊,包括衝擊的程度	3.3.3 科技創新應用 3.4.1 社會共融 3.4.3 社會急難救助	•	
考量面:採	購實務			
DMA		3.1.4 供應商管理	•	
G4-EC9	於重要營運據點,採購支出來自當地供應商的比例	3.1.4 供應商管理	•	
類別:環境	i			

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
考量面:能	· 泛源			
DMA		3.2.1 環境暨能源管理策略 3.2.2 碳排放風險管理 3.3.2 最佳客戶體驗	•	
G4-EN3	組織內部的能源消耗量	3.2.2 溫室氣體管理	•	
G4-EN4	組織外部的能源消耗量	3.2.2 溫室氣體管理	•	
G4-EN5	能源密集度	3.2.2 溫室氣體管理	•	
G4-EN6	减少能源的消耗	3.2.2 溫室氣體管理	•	
G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	3.2.2 溫室氣體管理	•	
考量面:排	族			
DMA		3.2.1 環境暨能源管理策略 3.2.2 碳排放風險管理 - 溫室 氣體管理及能資源管理與策 略	•	
G4-EN15	直接溫室氣體排放(範疇一)	3.2.2 溫室氣體管理		
G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量(範疇二)	3.2.2 溫室氣體管理		
G4-EN17	其他間接溫室氣體排放量(範疇三)	3.2.2 溫室氣體管理	•	
G4-EN18	溫室氣體排放強度	3.2.2 溫室氣體管理	•	
G4-EN19	减少溫室氣體的排放量	3.2.2 溫室氣體管理	•	
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

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
考量面:產	E 品及服務			
DMA		3.2.1 環境暨能源管理策略 3.2.2 碳排放風險管理	•	
G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	3.2.3 綠能應用 /3.2.4 產品服 務責任 /3.3.3 科技創新應用	•	
G4-EN28	按類別説明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比			本公司特性及 電差 本公司特性及 大學 大學 大學 大學 大學 大學 大學 大學 大學 大學
考量面:法	去規遵循			
DMA		3.1.2 法規遵循	•	
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	3.1.2 法規遵循		無鉅額罰款之違規事項
考量面:供	· 共應商環境評估			
DMA		3.1.4 供應商管理	•	
G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的的比例	3.1.4 綠色採購	0	
G4-EN33	供應鍵對環境的顯著實際或潛在負面影響,以及所 採取的行動	3.1.4 供應商管理	•	
考量面:項	受境問題申訴機制			
DMA		3.5.2 溝通機制 3.3.2 最佳客戶體驗	•	
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	3.5.2 溝通機制	•	

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明		
類別:勞工	實務與尊嚴勞動					
考量面:勞	考量面:勞僱關係					
DMA		3.4.2 人才開發與留用	•			
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	3.4.2 員工結構	•			
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	3.4.2 薪資與福利	•			
G4-LA3	按性別劃分,育嬰假後復職和留任的比例	3.4.2 薪資與福利	•			
考量面:勞	/資關係					
DMA		3.5.2 透明申訴管道	•			
G4-LA4	是否在集體協商中具體説明有關重大營運變化的最短預告期	3.5.2 透明申訴管道		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		3.4.2 樂活職場	•			
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	3.4.2 樂活職場	•			
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	3.4.2 樂活職場	•			
G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工	3.4.2 樂活職場	•			
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					

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
DMA		3.4.2 人才開發與留用	•	
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	3.4.2 人才開發與留用	•	
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	3.4.2 人才開發與留用	•	
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	3.4.2 人才開發與留用	•	
考量面:員	工多元化與平等機會			
DMA		3.4.2 人才開發與留用	•	
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	3.4.2 人才開發與留用 1.2 治理架構	•	
考量面:女	男同酬			
DMA		3.4.2 人才開發與留用	•	
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	3.4.2 人才開發與留用	•	
考量面:供應商勞工實務評估				
DMA		3.1.4 供應商管理	•	
G4-LA14	針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	3.1.4 供應商管理	0	
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	3.1.4 供應商管理	•	
考量面:勞工實務問題申訴機制				
DMA		3.5.2 透明申訴管道	•	

指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
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	3.5.2 透明申訴管道	•	
下 歧視			
	3.4.2 人才開發與留用	•	
歧視事件的總數,以及組織採取的改善行動	3.4.2 人才開發與留用		無歧視事件
法社自由與集體協商			
	3.5.2 透明申訴管道 3.4.2 人才開發與留用	•	
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
ĒΤ			
	3.4.2 人才開發與留用	•	
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
a 說 追 與 強 制 勞 動			
	3.4.2 人才開發與留用	•	
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
共應商人權評估			
	3.1.4 供應商管理	•	
針對新供應商使用人權標準篩選的比例	3.1.4 供應商管理	0	
	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	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 3.5.2 透明申訴管道 3.4.2 人才開發與留用 战視事件的總數、以及組織採取的改善行動 3.4.2 人才開發與留用 3.5.2 透明申訴管道 3.4.2 人才開發與留用 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 建工 3.4.2 人才開發與留用 已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點和供應 商,以及採取有助於社絕使用童工的行動 3.4.2 人才開發與留用 已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點和供應 商,以及採取有助於社絕使用童工的行動 3.4.2 人才開發與留用 已發別具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 1.5.4 供應商管理	程本

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明	
G4-HR11	供應鍵對人權有顯著實際或潛在的負面衝擊及採取 的行動	3.1.4 供應商管理	•		
考量面: 人	權實務申訴機制				
DMA		3.5.2 透明申訴管道 3.3.2 最佳客戶體驗	•		
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	3.5.2 透明申訴管道	•		
類別:社會	And the second s				
考量面:供	、 應商人權評估				
考量面:反	2 貪腐				
DMA		3.1.3 誠信經營	•		
G4-SO3	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-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	3.1.3 誠信經營	•		
G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	3.1.3 誠信經營	•		
考量面:反	考量面:反競爭行為				
DMA		3.1.13.1.1 營運績效 /3.1.3 誠 信經營 /3.1.2 法規遵循	•		
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	3.1.3 誠信經營		無此情事	
考量面:法	考量面:法規遵循				
DMA		3.1.2 法規遵循	•		

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊原因説明	
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	3.1.2 法規遵循	•		
考量面:依	共應商社會衝擊評估				
DMA		3.1.4 供應商管理	•		
G4-SO9	針對新供應商使用社會標準篩選的比例	3.1.4 供應商管理	0		
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	3.1.4 供應商管理	•		
考量面:社	考量面:社會衝擊問題申訴機制				
DMA		3.3.2 最佳客戶體驗 3.5.2 溝通機制	•		
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	3.5.2 溝通機制	•		
類別:產品	品責任				
考量面:層	領客的健康與安全				
DMA		3.3.1 數位信任 - 免費電磁波 量測及觀念宣導	•		
G4-PR1	為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服 務類別之百分比	3.3.1 數位信任 - 免費電磁波 量測及觀念宣導	•		
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	3.3.1 數位信任 - 免費電磁波 量測及觀念宣導		無相關情事	
考量面:產品及服務標示					
DMA		3.5.1 市場品牌形象 /3.3.2 最 佳客戶體驗 - 透明資費	•		

指標	指標描述	頁次與説明	BSI 外部保證 ■ KPMG 有限確信 ● / ◎	未揭露資訊 原因説明
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			本公司重要 服務 100% 依 「第一類電理 辦法」第 12 條第 1 項規定 辦理
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	3.5.2 客戶滿意度調查		無違規情事
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	3.5.2 客戶滿意度調查	•	
考量面:	顧客隱私			
DMA		3.3.1 數位信任	•	
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	3.3.1 數位信任 3.5.2 客戶滿意度調查	•	
考量面:	法規遵循			
DMA		3.1.2 法規遵循		
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	3.1.2 法規遵循		

台灣大哥大參與的公/協會

Bridge Mobile Pte Ltd

Global e-Sustainability Initiative, (GeSI)

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

中華民國無店面零售商業同業公會

中華民國電腦稽核協會

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會

台北市電腦商業同業公會

台北市影音節目製作商業同業公會

台灣併購與私募股權協會

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

台灣雲端運算產業協會

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

台灣數位出版聯盟

兩岸企業家峰會

宜蘭縣商業會

社團法人中華公司治理協會

补團法人中華民工商協進會

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

社團法人台灣有線寬頻產業協會

社團法人台灣連鎖暨加盟協會

財團法人中華民國企業經理協進會

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

高雄市商業會

臺北市數位行銷經營協會

臺灣客服中心發展協會

聯合國永續發展目標對照表 (Sustainable Development Goals, SDGs)

本公司 CSR 報告書內容具體回應了 11 項 SDGs 目標,對應章節詳下





































