



台灣大哥大

TELCO + TECH

科技電信的 永續航道

»» 淨零 | AI | 韌性 ««



2025

永續暨整合性報告 | 永續報告書
Sustainability and Integrated Report | ESG Report

ABOUT OUR REPORT

關於本報告書

歡迎您閱覽台灣大哥大發行的第18本永續暨整合性報告，本報告書財務與非財務資訊揭露期間為2025年1月1日至12月31日，本報書發行頻率為每年發布一次，本次發行日為2026年5月。

財務數據

係採自經勤業眾信會計師事務所(Deloitte)查核後之台灣大母子公司合併財報，合併報表個體請參閱2025年度合併財務報告。環境面及社會面數據皆涵蓋前述公司。本報告內容涵括顯著衝擊重大主題、管理方針、永續績效、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，且公司治理、履行誠信經營、公司永續發展等運作情形均與上市上櫃實務守則無差異。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

發布單位

準則/架構/指標

全球永續性標準理事會(Global Sustainability Standards Board, GSSB)

永續性報導準則(GRI Sustainability Reporting Standards)，以下簡稱GRI準則

國際整合性報導委員會(International Integrated Reporting Council, IIRC)

整合性報導(Integrated Reporting)架構

永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standards Board, SASB)

SASB 準則通信網路業指標

國際金融穩定委員會(Financial Stability Board, FSB)

氣候相關財務揭露(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)

倡議保育森林的學術組織Global Canopy、聯合國發展署(United Nations Development Programme, UNDP)、聯合國環境保護署財務倡議組織(United-Nations Environment Programme Finance Initiative, UNEP FI)以及世界自然基金會(World Wide Fund for Nature, WWF)

自然相關財務揭露(Task Force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD)

臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」

永續揭露指標-通信網路業上市上櫃公司氣候相關資訊

註：本報告書涵蓋範疇原則考量實際管理需求，除財務數據外，任何的數據範疇調整將在報告書各章節中註明。

報告邊界與範疇

本報告書財務資訊邊界與本公司財報相同，涵蓋台灣大哥大股份有限公司、台灣大哥大基金會，以及所有子公司，包含大富媒體科技股份有限公司及其子公司(包含富邦媒體科技股份有限公司註1，以下簡稱富邦媒體科技)、臺北文創開發股份有限公司(以下簡稱臺北文創)、台信電訊股份有限公司、富信新零售股份有限公司、台灣大動力服務股份有限公司、富昇數位股份有限公司、台灣大影視股份有限公司等，請詳參台灣大哥大組織規模圖。環境面及社會面等數據，基於產業關聯性及財務重大性，皆以台灣大為主，僅部分指標、內容擴及子公司富邦媒體科技、臺北文創。富邦媒體科技為上市公司，編寫個別永續報告書，完整永續報導內容，請詳參下方富邦媒體科技永續報告書。



本報告書內容經由董事會審議通過，委託安侯建業聯合會計師事務所(KPMG)依據國際審計與確信準則委員會(International Auditing and Assurance Standards Board)所發布之國際確信準則ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements 3000)進行有限確信。經確信後，本報告書所揭露之內容符合GRI準則(2021版)，並經KPMG出具獨立有限確信報告。

[永續ESG專區](#)

[歷年永續報告書](#)

[TCFD報告書](#)

[TNFD報告書](#)

[台灣大年報](#)

[momo富邦媒體永續報告書](#)

[臺北文創官方網站](#)

台灣大哥大股份有限公司 永續暨品牌發展處-永續發展部

地址：台灣台北市信義區菸廠路88號11樓

電話：+886-2-66386888#16949

傳真：+886-2-66361133

電子郵件：TWMSBD@taiwanmobile.com

序 科技電信的永續航道

1 核心樞紐： 永續決策與誠信治理

◆ 高階管理層 ESG KPI 100%連動變動薪酬

心大願景

永續治理架構與權責

風險與機會掃描

誠信經營、法遵與內控機制

人權盡職調查與申訴體系

供應鏈協同戰力

2 主航道加速： 營運績效 x 客戶體驗

◆ AI 驅動成長 超人計劃 員工應用實作率72.2%

2025 營運戰報

SGF 產品服務升級

Telco+ 賦能事業

Telco+Tech 科技電信事業

One mo Step 科技電商

3 信任與韌性航道： 網路韌性、資安與隱私防禦

◆ 提高NPO反詐戰力 防止愛心被詐騙

隱私、資安防護拓展影響力

資安防護體系

關鍵基礎設施韌性

4 綠色航道： 淨零與低碳營運

◆ 再生能源占比 18.6%

RE100、淨零路徑年度戰果

氣候風險調適

溫室氣體排放與環境管理目標

循環再生

氣候倡議

綠色營運與服務

5 生態航道： 自然資本與藍碳解方

◆ 藍碳倡議 種植紅樹林3,200棵

永續自然願景 - 零毀林承諾

自然相關風險與機會管理

生態共榮與氣候韌性

6 渦輪升級： 人才發展 x AI培力 x 社會影響

◆ 偏鄉AI培育 每年提供10,000名學生
行動網路/AI學習資源

打造高吸引力職場

職能升級演訓

科技 / 人文素養

台灣大運動家族影響力

附錄

TO STAKEHOLDERS | 董事長的話

航向偉大的永續航道

面對AI浪潮與全球永續挑戰，企業永續已不只是環境議題，而是攸關治理能力、營運韌性與社會信任的長期責任。我們以超人計劃將AI實戰能力由內部營運複利至客戶、產業與社會。以科技領導力，帶動生態系躍升，從守護生命安全的5G AIoT應用、賦能百工百業的企業資安與AI解方，到跨越國界的技術輸出，台灣大的電信天賦正在多個維度為社會創造真實而深遠的價值。

治理是永續航道的壓艙石

台灣大連續12屆名列公司治理評鑑前5%，為全台僅7家達此紀錄的企業之一；高階主管變動薪酬100%連結ESG績效，確保每項經營決策對永續目標負責。2026年，台灣大於《Extel》主辦之「全亞洲（不含日本）區域最佳管理團隊」評比中，連續4年榮獲「最受尊崇企業」肯定，為電信產業中唯一入選的台灣公司。反映國際資本市場對台灣大治理品質、管理團隊、投資人關係與ESG表現的長期信任。

誠信 勤儉 謙和

富邦集團「誠信 勤儉 謙和」三信條，始終是我們航行的內在羅盤，讓我們在這條偉大的永續航道上走得長遠，為利害關係人創造韌性價值。

CHAIRMAN
蔡明忠

TO STAKEHOLDERS

總經理的話

開啟黃金10年

台灣大「科技電信航母」已全面就緒，正駛入黃金10年的偉大航道。航母以Telco（電信本業）、Telco+（企業事業）、Telco+Tech（科技電信事業）三大引擎協同驅動，並串聯AI、共享移動、電商與金融科技、內容及永續服務五大轉投資艦隊，擴大垂直領域市場覆蓋與協同效應，在人工智慧加速企業需求爆發下，帶動整體營運規模與價值結構全面升級。

愛人類、愛台灣、愛地球

推動這艘航母前行的，是「愛人類、愛台灣、愛地球」的核心價值。我們將AI轉化為實用落地的解決方案，真實改善人們的生活，深化台灣產業競爭力，並對地球的永續未來承擔責任。

超人計畫完訓率達99.5%

2025年「超人計畫」進入第二年，累積完訓率達99.5%，實際應用比例85.8%；同時持續深化與國際夥伴在AI行動網路與節能技術上的合作，讓我們不僅是AI的使用者，更是推動產業升級與永續轉型的重要力量。

PRESIDENT
林之晨

TO STAKEHOLDERS 致利害關係人

以AI為核心驅動轉型升級

台灣大哥大以「超人計畫」推動AI轉型，將AI全面導入網路、客服、銷售、資安與軟體開發等營運流程，提升效率、服務品質與營運韌性。並將內部AI實戰經驗轉化為企業解決方案，協助客戶提升營運效率與決策品質。2025年創造營收1,988億元、合併EBITDA達431.7億元創歷史新高、EPS 4.77元創7年新高，展現科技與永續並進的成長動能。

AI節能與綠電佈局並進

在低碳轉型方面，透過AI in RAN與AI for RAN應用，2025年基地台節電逾1,800萬度，無線網路新增節電2,400萬度；再生能源使用率經第三方驗證數字達18.6%，穩步邁向RE100與EV100目標。IDC數據中心已於2024年全面綠電化，並規劃啟動「綠電合作機制」機制，將減碳能力從企業內部延伸至價值鏈夥伴，共同推進RE100進程。

深化永續治理與自然氣候解方

台灣大設立董事會層級永續發展委員會，持續深化永續治理架構。並將氣候行動、自然資本與企業策略緊密連結。2026年，台灣大連續9年入選《S&P Global永續年鑑》，為台灣電信業入選次數最多的公司；同時再度入選DJBIC「世界指數」與「新興市場指數」成分股，並獲《TIME》評選為「2025全球最永續企業」第85名，為台灣電信業唯一入榜世界百大的永續企業。台灣大也持續投入自然與氣候解方，「台灣大藍碳 紅樹林復育計畫」於台江國家公園種植3,200棵紅樹林，實測每公頃年吸碳量達102公噸，大幅超越預估的77公噸；並與農業部生物多樣性研究所簽署合作意向書，擴大自然碳匯社會影響力；同時支持中央研究院「去碳燃氫」、「地熱能」及「海洋能」前瞻技術研發。

TO STAKEHOLDERS 致利害關係人

強化關鍵通訊韌性與用戶價值

台灣大憑藉業界最高100MHz 3.5GHz 5G黃金頻寬，於OpenSignal報告中囊括四項冠軍，並透過AI強化高負載與極端情境下的網路韌性與備援能力。與AST SpaceMobile簽署策略合作備忘錄，推進手機直連衛星D2C技術落地，補強極端情境下的關鍵通訊能力。扎實的網路品質帶動2025年月租用戶退租率降至0.59%歷史新低。

推動AI普惠應用與數位共融

台灣大哥大基金會以「AI培力」、「人文素養」、「逆轉氣候變遷」三大主軸深耕社會影響力。AI培力以「AI苗圃陪跑計畫」為核心，陪伴師生建構AI能力，並透過偏鄉科技計畫縮小數位落差。人文素養方面，投資台灣在地內容創作，協助優質內容擴散至全球舞台。逆轉氣候變遷方面，以「種福電」綠能公益計畫帶動社會大眾共同參與淨零行動。

展望未來，台灣大將持續以AI為核心能力、以電信信任為基礎，推動科技創新、產業升級與永續發展並進，與利害關係人共同建立更具韌性的永續未來。

CHAIRMAN
董事長



PRESIDENT
總經理



2025-2026

年度重大主題演進

台灣大自2024年起，重大主題鑑別融入風險與機會管理的精神，並將重大主題納入風險管理程序進行鑑別與控管，鑑別出下一年度的重大主題。每年永續報告書編撰之際，將結合兩年度的重大主題綜合評估編輯。

2025年度重大主題

- 營運績效 **正向衝擊**
- 隱私保護 **正向衝擊**
- 公司治理與誠信經營 **正向衝擊**
- 人才開發與留用 **負向衝擊**
- 氣候變遷減緩與調適 **負向衝擊**
- 綠色應用與營運 **負向衝擊**

2026年度重大主題

- 營運績效與財務表現
 - 正向衝擊
 - 負向衝擊
- 資訊網路安全管理 **★2026年新增**
 - 正向衝擊
 - 負向衝擊
- 公司治理與誠信經營 **正向衝擊**
- 氣候變遷減緩與調適 **負向衝擊**

在AI世代下，資訊網路安全管理已由傳統防護機制，升級為支撐企業營運與創新發展的關鍵能力。作為關鍵電信基礎設施提供者，台灣大哥大不僅承載用戶通訊與數位服務，更是數位經濟運作的重要支柱。因此，持續強化從網路層到應用層的整合式資安防護架構，並結合即時監控、威脅情資與自動化防禦能力，以提升整體資安韌性，已成為確保服務可靠性與支撐AI應用發展的關鍵基礎，同時回應利害關係人對隱私保護與營運安全的高度期待。網路及資訊安全相關內容詳閱：[CH 3 信任與韌性航道：網路韌性、資安與隱私防禦](#)。



重大主題辨識流程

STEP 1 / 國際趨勢蒐研 電信業永續關注議題及趨勢



考量台灣大營運、商業關係、永續ESG目標、八大利害關係人，並參考國際永續性資訊(如SASB永續會計準則委員會主題、GRI全球永續性報告準則、S&P DJBIC產業議題、WEF全球風險報告、國內外ICT產業永續關注議題及趨勢等)，彙整議題清單。

STEP 2 / 高階管理人及外部利害關係人意見調查



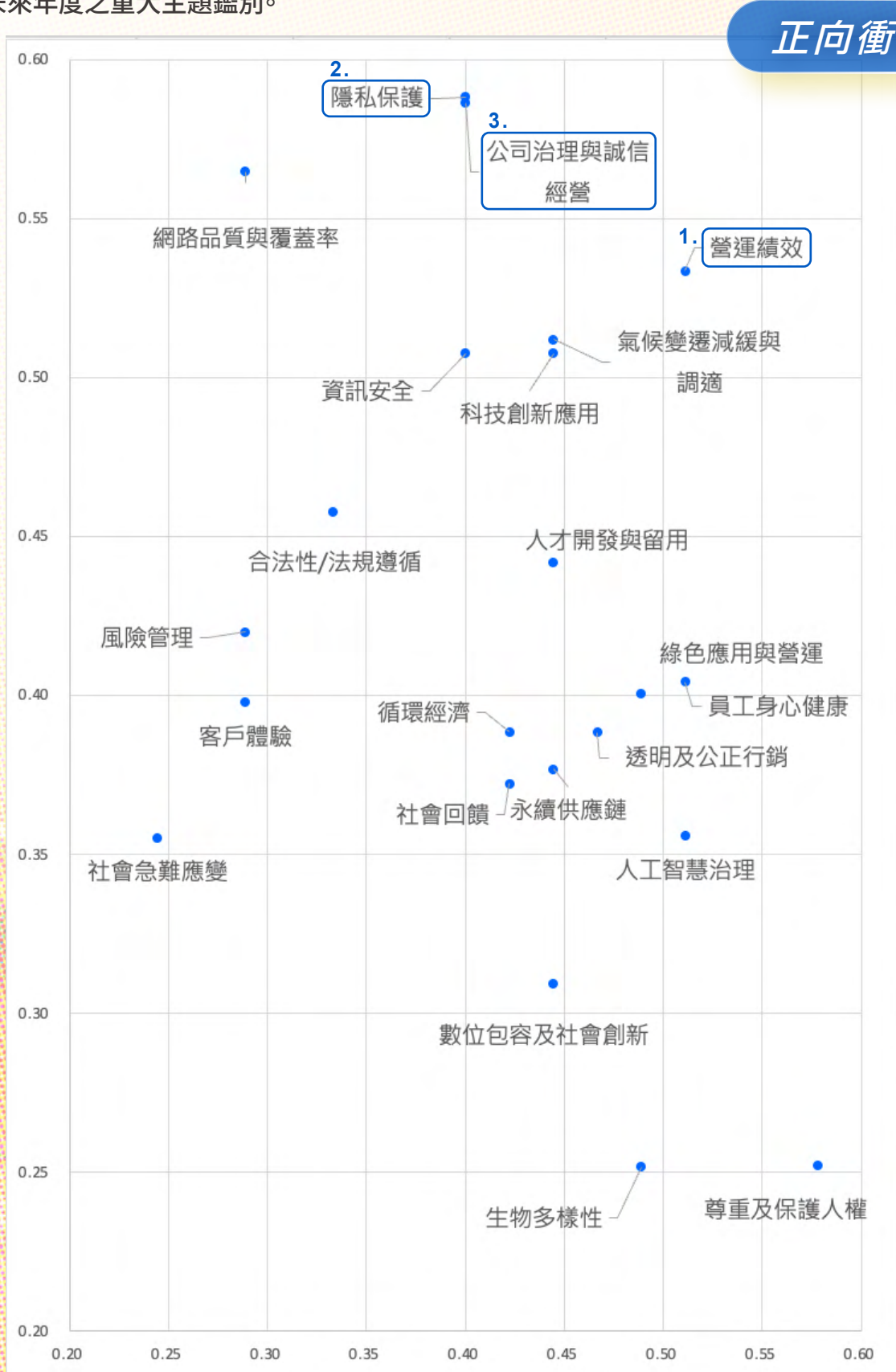
- 設計並發放問卷予永續發展小組(CXO層級)委員，調查各永續議題正面與負面之財務 重大性與衝擊重大性。
2025年沿續2024年利害關係人關注度結果進行計算，以統計學概念分配八大利害關係人份數，共計回收632份有效問卷，收納更廣泛、更多元的利害關係人意見。
- 根據問卷調查結果，八大利害關係人關注的Top 6重大主題分別為：反詐騙(正向衝擊)、隱私保護(正向衝擊)、資訊安全(正向衝擊)、社會急難應變(負向衝擊)數位包容及社會創新(正向衝擊)、公司治理與誠信經營(負向衝擊)。台灣大於2024年度利害關係人座談會詳盡報告說明。其他利害關係人溝通內容，請詳參利害關係人溝通章節。

STEP 3 / 分析&產出雙重重大性矩陣

將Step2所彙整之意見，按X軸財務重大性(對台灣大的財務影響程度)、Y軸衝擊重大性(包含衝擊的規模與範圍、可補救程度、發生可能性、利害關係人關注程度等)雙重重大性原則，並分析衝擊實際/潛在、影響時點(短中長期)等，分別產出台灣大重大性主題—正向/負向矩陣。

雙重重大性矩陣

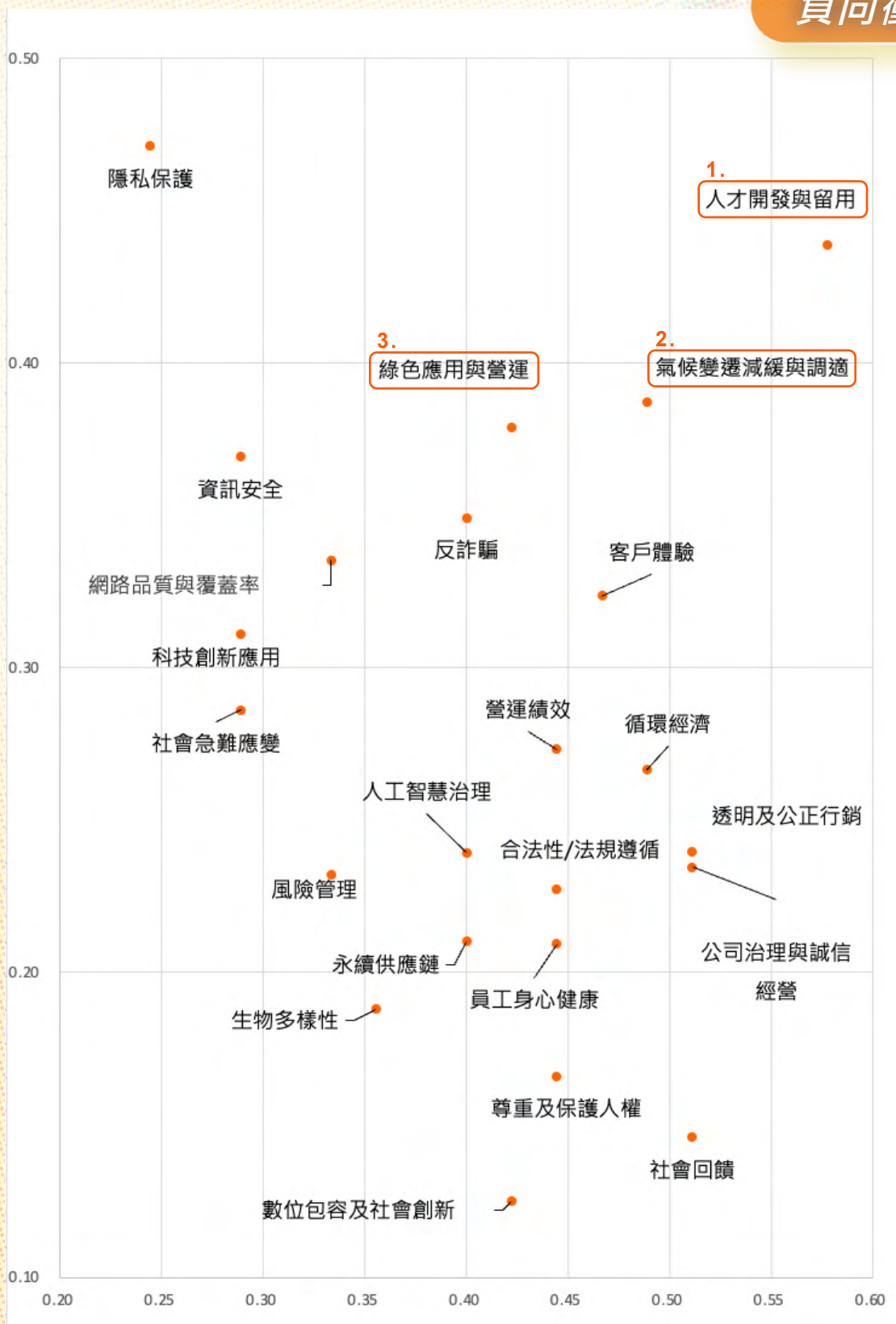
台灣大哥大透過蒐研國際趨勢、標竿企業及利害關係人問卷分析，依GRI雙重重大性原則歸納重大性主題，與內外部利害關係人議合、確認重大性主題關注程度及正負向衝擊，經永續發展小組決議，並經提報至永續發展委員會、董事會同意，自2025年度起，融入風險與機會的精神，完成台灣大未來年度之重大主題鑑別。



雙重重大性矩陣

台灣大哥大透過蒐研國際趨勢、標竿企業及利害關係人問卷分析，依GRI雙重重大性原則歸納重大性主題，與內外部利害關係人議合、確認重大性主題關注程度及正負向衝擊，經永續發展小組決議，並經提報至永續發展委員會、董事會同意，自2025年度起，融入風險與機會的精神，完成台灣大未來年度之重大主題鑑別。

負向衝擊



| momo富邦媒體科技重大主題

momo每年進行重大主題鑑別，透過內外部利害關係人問卷及實體諮詢，檢視重大主題變化，以確保符合利害關係人之期待。2025年度共收到外部利害關係人回饋之有效問卷共1,689份（消費者1,140份、員工404份、供應商58份、股東/投資人32份、社區與NGO 26份、媒體17份、政府組織12份），及內部永續協力單位回饋之有效問卷共39份。momo整合並分析取得之量化及質化回饋結果，鑑別出 9 項重大主題，含正負向衝擊共 12 項。

重大主題	正/負面衝擊	衝擊說明
財務績效	+ 財務績效提升	momo經營與財務績效良好，可確保股東、員工與利害關係人之權益，對當地與國家帶來貢獻
風險管理	- 風險監控與因應失當	若momo風險管理與監督機制出現疏漏，未能有效監控和應對風險，可能導致更多的法律訴訟和罰鍰，削弱消費者和投資者的信任
永續消費	- 未能掌握永續消費趨勢	momo若未能提升商品的永續性，引進綠色及永續商品，協助消費者建立永續消費意識，推動永續轉型，可能因商品的碳排放、能資源耗用而加劇氣候變遷、環境污染等問題
商品責任	+ 負責任商品管理	強化電商平台販售的品管稽查，包含產品的成分來源、供應商、安全檢驗，以及文案管理等，進行嚴格控管，保障消費者的購買權益無受損，降低消費糾紛
商品責任	- 行銷與標示失當	若momo銷售商品的廣告、促銷或贊助內容，出現不當、充滿刻板印象的情況，將可能連帶侵害到消費者、社會弱勢族群等之人權侵害
顧客關係管理	+ 顧客關係維繫良好	momo透過完善的顧客關係管理，將能優化、改善客戶體驗，亦增加客戶留存率、忠誠度等，並促進供應商與消費市場整體發展

| momo富邦媒體科技重大主題

重大主題	正/負面衝擊	衝擊說明
顧客關係管理	- 缺乏商品及服務輿論管理	若momo針對消費者對商品或服務的負面評價未進一步查核與妥善管理，將可能間接造成供應商因錯誤輿論導致訂單流失，或導致消費者權益受損
顧客隱私及資訊安全	+ 正確且安全使用資料	正確且安全的使用數據資料，將有助於momo及供應鏈改善服務系統並提升品質，透過優化整體運營與消費者體驗，從而促進整體價值鏈的經濟成長
顧客隱私及資訊安全	- 個資與機敏資料外洩	momo與其供應鏈廠商未針對個人資料(員工與消費者)的蒐集、使用及保護予以透明化、或未經客戶同意揭露或使用客戶資料，導致個資及機敏資料暴露於風險之中，造成隱私權侵害
綠色包裝	- 包裝材使用不當或過量	momo若持續使用可能造成環境污染之包裝材質，或者使用過多包裝材而造成大量廢棄物，將加重環境負荷或形成環境荷爾蒙作用
綠色物流	+ 綠色物流	外部利害關係人(我國主管機關／合作供應商／消費者)已紛紛關注物流衍生的環境議題，如碳排放與空污等，momo持續推動短鏈佈局等物流減碳計畫，強化價值鏈之物流碳排放管理，可提升品牌商譽及企業競爭力，並呼應消費者日漸提升的永續意識
人權管理	- 多元與包容	momo致力打造平等、多元且具包容性職場環境(從基層員工至高階主管)，促進男女薪酬平等、消除職場歧視、提升少數及弱勢族群的權益等，有助於促進職場共融

重大主題與策略

策略對應 | 體驗未來

重大主題	營運績效	
衝擊	成本：次	營收：主 風險：
衝擊面向	正面衝擊	
重大主題 商業衝擊意涵 (實際衝擊/近期)	實際 衝擊 /近期	企業以追求獲利為營運主要目的，經濟績效是否穩健成長，將影響股東及其他利害關係人利益持續深化既有業務並擴展多樣化的業務領域，使營運績效提升並持續獲利
因應重大主題 之商業策略	<p>1.SGF (電信本業永續成長)建構長期綿密可永續成長的成長根基，以千萬用戶為基礎，透過獨門方案、代理商品提升ARPU。</p> <p>2.Telco+Tech透過電信天賦，化作企業服務，擴大服務規模，增加台灣大營收及獲利</p> <p>3.5大產品支柱 (零售、智慧出行、電信金融、遊戲、永續ESG)發展不同領域的科技事業，momo、USPACE都是該領域的領導廠商，台灣大將持續支持，讓這些企業在各自領域有更好的競爭優勢。</p>	
目標 / 指標	<p>5G人口涵蓋率達到98.1%</p> <p>創新產品與服務營收達14,039百萬元</p> <p>數位內容服務觸及會員數達5,067萬</p>	
目標年	2035	
2025 進度	<p>5G人口涵蓋率達到98%</p> <p>創新產品與服務用戶及營收達8,330百萬</p> <p>數位內容服務觸及會員數達2920萬人</p>	

重大主題與策略

策略對應 | 責任企業

重大主題	資訊安全與管理、隱私保護	
衝擊	成本：	營收：次 風險：主
衝擊面向	正面衝擊	
重大主題 商業衝擊意涵 (實際衝擊/近期)	實際 衝擊 /近期	隱私保護為國內外高度重視議題，企業應積極落實個資及隱私保護機制，降低利害關係人權益受侵害的風險落實完善的個資隱私防護措施，強化客戶個資隱私保護水準，避免客戶權益受損
因應重大主題 之商業策略	<p>採用ISO 27001之資訊安全管理系統，隱私保護則取得ISO27701之隱私保護管理認證，兩者均參考ISO 27005風險管理標準，鑑別與管理風險。</p> <p>台灣大設有資通訊暨個資隱私安全委員會，邀請獨立董事列席，投入資源執行管控，依法設置資通安全專責主管及人員十餘員，執行個資及資通安全管理制度所有事宜；每半年辦理內、外部稽核。</p>	
目標 / 指標	駭客入侵導致個資外洩數為0	
目標年	2035	
2025 進度	駭客入侵導致個資外洩數為0	

重大主題與策略

策略對應 | 責任企業

重大主題	公司治理與誠信經營	
衝擊	成本：次	營收： 風險：主
衝擊面向	正面衝擊	
重大主題 商業衝擊意涵 (實際衝擊/近期)	實際 衝擊 /近期	企業具備良好的公司治理與誠信經營管理，可維持良好競爭力，達成永續經營 持續強化公司治理健全機制，落實監督管理，可維持公司永續經營
因應重大主題 之商業策略	<p>本公司極為重視公司治理並依下述原則辦理，期以國際最高標準之模式落實公司治理：</p> <ul style="list-style-type: none"> ●重要資訊之即時揭露 ●董事會與經營團隊之良性互動與制衡 ●獨立董事席次為全體董事席次之40%以上 ●設立審計委員會，確保會計師之獨立性與公平性 ●設立薪資報酬委員會，以強化公司治理、健全公司董事及經理人薪資報酬制度及遴選董事候選人 ●採納高盈餘分配比例之現金股利政策 ●股東會議案逐案表決並得採電子投票行使表決權，充分落實股東權利之行使 ●遵循道德行為準則，秉持誠信經營原則並落實內部稽核之機制 ●設計永續發展委員會，審核下設功能小組之年度計畫、監督與追蹤執行成果，及永續發展委員會組織規程之修正等事項本公司目前已有完善的資訊揭露制度，以確保股東能取得公司最新、最正確的訊息作為投資依據，以正確詳實、公平揭露為原則，即時提供各項有關於營運、財務、董事會決議、總經理之經營理念及方針等。 	
目標 / 指標	至少維持1席女性董事席次 公司治理評鑑分數維持Top 5%/員工100%簽署廉潔聲明/零容忍違反誠信經營守則行為及供應商誠信經營聲明 100%簽署	
目標年	2035	
2025 進度	提高女性董事席次，至少符合法令規定 公司治理評鑑分數維持Top 5% 員工100%簽署廉潔聲明 零容忍違反誠信經營守則行為及供應商誠信經營聲明100%簽署	

重大主題與策略

策略對應 | 自然共好

重大主題	綠色應用與營運	
衝擊	成本：次	營收： 風險：主
衝擊面向	正面衝擊	
重大主題 商業衝擊意涵 (實際衝擊/近期)	實際 衝擊 /近期	企業營運及價值鏈上下游活動涵蓋大量能資源使用，企業藉由自身能力，降低對於環境的影響
		為達成淨零排放及環境永續目標，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
因應重大主題 之商業策略	由環境管理小組制定環境目標與策略，推動公司各項友善環境政策，並以每半年召開會議追蹤執行績效及確立改善事項，及定期追蹤改善進度並設定節電目標	
目標 / 指標	總再生能源使用量達60%	
目標年	2035	
2025 進度	總再生能源使用量達18.6%	

重大主題與策略

策略對應 | 自然共好

重大主題	氣候變遷減緩與調適	
衝擊	成本：次 營收： 風險：主	
衝擊面向	正面衝擊	
重大主題 商業衝擊意涵 (實際衝擊/近期)	實際衝擊/近期	<p>過量溫室氣體排放導致全球暖化，加劇氣候變遷並增加極端降雨頻率。台灣位處亞熱帶，經常面臨此挑戰。台灣大哥大98%碳排來自電力消耗，為提供最佳電信服務，基地台遍布各地，包括易受極端降雨影響區域，因此成為公司最嚴峻的實體風險。風險導致基礎設施損害、供電供水不穩，影響營運並增加成本。我們透過指標衡量風險、財務影響，並採取管理措施以降低營運中斷風險。</p>
因應重大主題 之商業策略	<p>由環境管理小組制定環境目標與策略，推動公司各項友善環境政策，並以每半年召開會議追蹤執行績效及確立改善事項，及定期追蹤改善進度，持續每年設定節電目標及再生能源使用目標</p>	
目標 / 指標	<p>碳排放量應較基準年減少66% 資訊機房用電較2024年減少4%</p>	
目標年	2035	
2025 進度	<p>碳排放量應較基準年減少7% 資訊機房用電較2024年減少7.85%</p>	

重大主題與策略

策略對應 | 責任企業

重大主題	人才開發與留用	
衝擊	成本： 營收：次 風險：主	
衝擊面向	正面衝擊	
重大主題 商業衝擊意涵 (實際衝擊/近期)	實際衝擊/近期	人才是維繫核心競爭力的關鍵，也是公司最寶貴的無形資產。在全球少子化與人口老化的趨勢下，招募人才正面臨日益嚴峻的挑戰。人才留任以及員工技能的進一步發展，對於緩解人力資源短缺的風險顯得至關重要。 台灣大哥大積極建構完善員工職涯發展，提供全面的發展或培訓計畫，減少增加人才流失的風險，大幅降低招募及培訓新人的成本。
因應重大主題 之商業策略	每年進行訓練需求訪談與調查每季提供各事業群主管訓練發展數據持續提供全體員工多元學習管道、學習主題、個人發展計劃(IDP)與跨域專業學習交流支援等措施。每季追蹤員工之訓練發展數據。	每年進行員工意見調查每月跨層級溝通每年依據員工意見調查結果，訂定改善方案，每季追蹤執行進度與成效。每月進行全員溝通會議，並藉由員工提問專區，瞭解員工關切議題，即時進行溝通、處理與回覆。
目標 / 指標	依組織發展需求，規劃多元學習管道，人均訓練時數達50小時 超人計劃之員工參訓率100% 員工工作應用實作率85%	敬業度認同度為78%
目標年	2035	2035
2025 進度	依組織發展需求，規劃多元學習管道，人均訓練時數達66.4小時 超人計劃之員工參訓率100% 員工工作應用實作率72.2%	敬業度認同度為84%

利害關係人關注主題

依AA1000原則及內部評估鑑別出八類利害關係人，並設有專門溝通管道，於公司網站設置利害關係人專區，以利即時接受並回應利害關係人的需求。2025 年的重大主題鑑別流程中，亦納入外部利害關係人的關注程度，並定期於年底舉辦利害關係人座談會識別與解決新興關注議題，2025年辦理實體座談會與25位利害關係人以工作坊(Workshop)形式交流利害關係人的觀點，共識利害關係人之期待及具體回應其觀點，作為實踐經濟、社會、環境永續推動之依循，奠定台灣大永續發展根基。

利害關係人座談會



每年定期舉辦，與利害關係人交流永續成果及回饋。

供應商交流會



強化供應鏈 ESG 意識
共創永續價值

台灣大永續論壇



不定期辦理，聚焦永續趨勢，
促進多方對話與合作。

ESG 報告書



每年發布，揭露企業永續
績效與承諾，全方位回應各
利害關係人關注議題。

公司內部全員溝通會議



跨層級對話，聚焦決策發展，
由CXO親自回應員工關切議題。

台灣大哥大基金會 公益專案



台灣大哥大基金會
Taiwan Mobile Foundation

以核心職能帶動公益科技化，
深化NPO、NGO與社區合作，
放大社會公益影響力。

註：

- 1.台灣大哥大設有「利害關係人溝通作業辦法」涵蓋鑑別原則、溝通策略、風險管理等政策內容，涵蓋所有營運據點，並擴及供應商及合作夥伴。
- 2.台灣大哥大與利害關係人之溝通形式請參照「利害關係人溝通機制及關注議題表格」

2025 台灣大哥大

利害關係人座談會

首度採用工作坊(Workshop)形式辦理,持續強化與利害關係人之溝通機制。本次座談會共邀八大類利害關係人代表,包括主管機關、評比機構、客戶、NGO、媒體、員工、機構投資人及供應商,合計25位與會,藉由小組討論與情境引導,系統性蒐集各界對公司永續策略與實務作為之建議。為提升議題深度與討論品質,特別邀請評比機構 客戶關係亞太區負責人、碳匯專家、親子天下新創中心以及台灣電信產業發展協會等組織的專家擔任桌長,分別就「藍碳發展」、「種福電與減碳行動」、「AI賦能與社會影響」及「永續資訊揭露」四大主題進行引導,協助公司從多元視角檢視永續風險與機會。活動成果整體滿意度達 97.8%,與會者肯定工作坊形式有助於互相交流、交換觀點,並促進公司與利害關係人之雙向溝通。

已將本次座談會之共識意見整理納入永續策略精進參考,並提報永續發展委員會進行後續追蹤與行動規劃。

媒體

員工

股東/
投資人

社區/NGO

供應商

評比機構

客戶

主管機關



利害關係人溝通機制及關注議題彙整如下：

利害關係人 | 員工

對TWM的意義	人才是維持永續競爭力的關鍵，為員工打造完善穩定的工作環境		
2025關注議題	隱私保護		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
勞資會議	每季至少1次	共舉辦4場次	CH 6 渦輪升級： 人才發展 × AI 培力 × 社會影響
全員溝通會議 暨員工提問機制		共舉辦11場次	
員工意見調查	隔年委外調查	依2024年調查結果 進行改善對策擬定和 內部調查及追蹤	
多面向回饋機制 、職涯發展調查 、績效考核面談 暨職涯發展回饋	每年1次	共進行1次	
教育訓練、 個人發展計畫	每年制訂	定期追蹤進度	
與Jamie有約 (總經理與 潛力員工交流活動)	每屆成員至 少3次(期初、 期中、期末)	共8次交流	
職福會特約商店 優惠資訊	每月1次	共12次	
職福會各式活動	每年 至少1~2次	共4場次 包含2025台灣大家庭日、 2025富邦集團員工籃球賽、 2025富邦集團運動家庭日及 年終餐會等活動	
-各事業群溝通會議 -部門內部溝通機制 -總經理信箱 -申訴信箱 -內外部網站 -內部社群通訊軟體 -電子郵件	不定期		

利害關係人溝通機制及關注議題彙整如下：

利害關係人 | 供應商

對TWM的意義	供應商是企業永續重要的一環，有價值鏈的支持才能讓我們提供完整的產品與服務		
2025關注議題	隱私保護		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
綠能倡議活動	每年1-2次	共3場次 (種福電記者會/ 供應商交流會/ 減碳座談會)	CH 1 核心樞紐： 永續決策 與誠信治理
廠商溝通機制	即時		
郵件	即時		
申訴專線	不定期		
問卷/實體座談會 (規範宣導會)	每年1-2次		

利害關係人溝通機制及關注議題彙整如下：

利害關係人 | 社區/NGO

對TWM的意義	我們以「企業有多大，責任就有多大，真心關懷，就是行動的開始！」期許為社會帶來正向影響力		
2025關注議題	反詐騙		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
電磁波檢測專線 (免付費電話 0800-580010)		NCC 受理42件本公司 電磁波量測案，均符合 NCC規範電磁波標準	CH 6 渦輪升級： 人才發展 × AI 培力 × 社會影響
公益活動	每年	共超過20項活動	
基金會網站、 門市活動	24小時		
問卷/實體座談會	不定期		
特定族群資費 優惠方案	不定期		

利害關係人溝通機制及關注議題彙整如下：

利害關係人 | 客戶

對TWM的意義	客戶的聲音是我們成長的動能，故積極致力提供5心級客戶服務，為客戶創造行動智慧生活最佳體驗		
2025關注議題	隱私保護		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
客戶服務專線及信箱	24小時	共3次調查，包含個人、家計、企業用戶等調查	CH 2 主航道加速： 營運績效 × 客戶體驗
行銷活動	不定期		
公開資訊/溝通簡訊	不定期		
官方網站及客服App	24小時		
問卷/實體座談會/公文函	不定期		
客戶滿意度調查	每年至少1次 (不同事業群累計)		

利害關係人溝通機制及關注議題彙整如下：

利害關係人 | 股東/投資人

對TWM的意義	我們致力以營運實績實踐股東利潤最大化		
2025關注議題	網路品質		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
自辦及參與國內外重要投資人之股東常會、法說會、Roadshow投資人會議等		共14場、99參與人次	CH 1 核心樞紐： 永續決策 與誠信治理
網站投資人專區	24小時		
問卷	不定期		

利害關係人 | 媒體

對TWM的意義	媒體是傳達公司品牌形象最直接快速的管道		
2025關注議題	反詐騙		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
新聞稿	每週4-7則	共339則	CH 3 信任與韌性 航道：網路 韌性、資安 與隱私防禦
記者會/活動		共21場	
論壇/專訪		共19則	

利害關係人溝通機制及關注議題彙整如下：

利害關係人 | 主管機關

對TWM的意義	負責健全台灣電信產業制度		
2025關注議題	反詐騙		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
會議、拜訪	不定期	N/A	CH 1 核心樞紐： 永續決策 與誠信治理
公文函	不定期		

利害關係人 | 評比機構

對TWM的意義	以評比機構作為自我績效檢核的標準		
2025關注議題	氣候變遷減緩與調適/綠色應用與營運/反詐騙/資訊安全/隱私保 /公司治理與誠信經營/合法性/法規遵循		
溝通管道	溝通頻率	2025溝通績效	關注主題之對應章節
國內重要 永續獎項參獎	每年 至少2次	共3次參獎， 包含天下(親子天下)、 台灣永續指數、 ESG for Culture 影響力獎 等	
國際永續評比 /審查回應	每年 至少4次	共4次回應，包含 DJBIC、CDP、CDP供 應商議合、S&P Global年鑑等	

為利害關係人創造價值：

堅持以誠信為本，落實永續經營，為八大利害關係人創造最大價值

員工

- 友善工作環境滿意度 84 %，超標達成2025年目標
- 高於法令1.66倍身心障礙超額進用；最資深為32年

供應商

- 全球總採購金額476.93 億元，在地採購比例97.78%
- 2025年「種福電」攜手13家供應商與momo購物推動綠能公益；連9年攜手供應商共172家

主管機關

- 5G網路人口涵蓋率98.8%
- 綠色採購總金額達278億元

社區/NGO

- 有助公共利益、社會關懷之贊助與募款累計達17.3億元
- 推動科技教育合計逾315萬人次受惠 (Hi-Tech fun偏鄉玩程式/數位學習中心/AI數位苗圃陪跑)
- 微樂志工共辦理9項企業志工活動，投入1,058人次參與，服務時數達9,555 小時
- 持續營運數位學習中心共27處據點，包含網路寬頻、軟硬體設備予弱勢兒童及青少年、社區居民，至今共計70,954 人次受惠

為利害關係人創造價值：

堅持以誠信為本，落實永續經營，為八大利害關係人創造最大價值

客戶

- 客戶滿意度**91分**
- TCFA 台灣連鎖暨加盟協會「全國商店傑出&優良店長」
- 智能客服小麥提供全天候**24小時**多元服務，**2025年**平均每月進線**50萬通**

股東/
投資人

- 合併營收**1,988億元**；每股盈餘**4.77元**；合併EBITDA 億元；稅後淨利達**144億元**
- 公司治理評鑑連**10年Top 5%**-DJBIC世界指數全球電信業第**4名**，連**9年**入榜；連**14年**入選DJSI新興市場指數

評比機構

- S&P Global 2026永續年鑑全球電信業**Top 5%**
- 獲Extel「**2025年度**亞洲最佳管理團隊」評比之「最受尊崇企業」，並橫掃「最佳執行長」、「最佳財務長」、「最佳ESG」、「最佳董事會」、「最佳投資人團隊」、「最佳投資人關係人員」、「最佳投資人關係」七大獎項
- CDP供應商議合 **A List**

媒體

- 協助媒體瞭解重大趨勢，與媒體強力溝通未來新科技應用及客戶服務新方向，**2025年**主動發布新聞稿共**339**則、舉辦記者會/活動/媒體專訪共**40**場
- 全年度媒體曝光效益達**32.7億元**



核心樞紐

Chapter 1 永續決策與 誠信治理

- 1. 心大願景
- 2. 永續治理架構與權責
- 3. 風險與機會掃描
- 4. 誠信經營、法遵與內控機制
- 5. 人權盡職調查與申訴體系
- 6. 供應鏈協同戰力

心大願景
責任企業 攜手創新

重大主題
公司治理與誠信經營

利害關係人

股東/投資人、主管機關、員工、客戶、
評比機構、媒體、供應商、社區/NGO



高階管理層 ESG KPI

100% 連動變動薪酬
經董事會通過

1.1 心大願景

1.1.1 永續策略地圖

台灣大哥大投入6大資本布局Telco+Tech多角化營運模式，以全新超5G策略結合6C營運核心，對應17項聯合國SDGs，鑑別出23項永續關注議題，立下心大願景作為永續經營最高標準，以全面回應八大利害關係人。

六大資本投入



自然資本

280 億元
綠色採購



社會資本

4.42 億
社會投資



人力資本

122.50 億元
員工薪資與福利



智慧資本

8.30 年報
研發經費



製造資本

85.45 億元
電信建設及
維運成本
IDC雲端機房
建設及維運成本



財務資本

1578.09 億元
營業成本




1.1.2 心大願景計畫

2025年度績效檢核

「2035心大願景計畫2.0」從「愛人類、愛台灣、愛地球」的核心價值出發，去年由員工投票鑑別出15項關鍵、7項次要SDGs(5面向中共4項重複)，並以此訂定屬於台灣大的2035年永續目標，各部門依五大主軸訂定2035長期目標、2030中期目標，並設定2026-2027逐年目標進行追蹤。2025年總計64項目標績效，62項達標、2項未達標，達標率96.8%。具體績效如下：





超標 、達標 、未達標

自然共好



SDGs	策略構面	2025目標	2025績效	對應之重大主題
	再生能源	總再生能源使用量達14%	18.6%	氣候變遷 減緩與調適 綠色應用與營運
		雲端IDC再生能源使用量達100%	100%	
	能源效率	消費者每使用1PB傳輸量所產生碳排放較2024年減少5公噸	減少5公噸	
		資訊機房用電較2024年減少0.48%	7.85%	
	IDC 年均PUE(能源使用效率)達1.64	1.67		
	自然資源永續使用	自來水總使用量較2024年減少1%	減少1.2%	
		客戶服務及門市店務用紙減少3.11億張	3.21億	
	永續循環	不可回收廢棄物總量較2024年減少3%	3%	綠色應用與營運循環經濟

1.1.2 心大願景計畫

超標 、達標 、未達標



SDGs	策略構面	2025目標	2025績效	對應之重大主題
	永續循環	自2020年起廢/舊手機累計回收量達28.3萬支	28.8萬支	綠色應用與營運循環經濟
	低碳足跡	碳排放量應較基準年(2024)減少7%	16.3%	氣候變遷減緩與調適綠色應用與營運
		委外物流及倉儲之碳排放量，較2024年增加3%減量幅度	較2024年增加3%減量幅度	
		網購包材平均重量較2023年減重率28%	30%	客戶體驗綠色應用與營運
		透過 MyCharge 充電設備取代燃油車燃料，減少碳排放量累計達 25 萬噸	76萬噸	氣候變遷與調適綠色應用與營運科技創新應用
		全公司交通載具電動化達成12%	13%	
	韌性與調適	每年推動至少一件重大氣候議題或政策之議合行動	推動台灣大藍碳紅樹林復育計畫	氣候變遷減緩與調適

體驗未來

SDGs	策略構面	2025目標	2025績效	對應之重大主題
	行動健康管理	運動健康服務會員數達43.5萬	44.4萬	客戶體驗
	通訊基礎建設	5G人口涵蓋率達到97.3%	98.00%	營運績效 客戶體驗 科技創新應用 網路品質及涵蓋率
		有線高速網路服務經營區覆蓋率達88%	88%	
		導入「進階整合通訊服務」之語音客戶達1 人	14.4萬人	

1.1.2 心大願景計畫

超標 、達標 、未達標

SDGs	策略構面	2025目標	2025 績效	對應之 重大主題
	智慧創新 與應用	創新產品與服務營收達 8,254百萬元	8,330 百萬	營運績效 客戶體驗 科技創新應用
		導入「綠能創新服務」之企業 客戶數1,009家	1,121 家	
		反詐戰警個人版APP註冊用 戶數達26萬	29萬	反詐騙隱私保 護資訊安全 客戶體驗
		公司內部使用AI Agent人次 (協助員工進行日常問題排除 、帳號解鎖、自動感知功能提 醒)達75,000人次	162,866 人次	科技創新應用
		協助品牌代操電商運營，營 運電商品牌數達3家	3家	
	智慧生活與 家庭	數位內容服務觸及會員數達 2,920萬	3,235萬	數位包容及社 會創新 科技創新應用 客戶體驗
		myfone online訪次達 2,705萬	2,899萬	
		AI客服觸及客戶數達每個月 45萬用戶	50萬	
		OP響樂生活專案銷量 達到5萬組	4.5萬組	
	智慧城市	累計推廣200支警局道路監 視系統	214支	
基地台服務運轉率99.75%		99.79%		

1.1.2 心大願景計畫

超標 、達標 、未達標

SDGs	策略構面	2025目標	2025 績效	對應之 重大主題
	智慧城市	IoT平台新服務開發 企業物聯網用戶數達111萬戶	117萬	數位包容及社會創新 科技創新 新應用客戶體驗
	數位金融 永續生態	大哥付你分期 服務累積用戶 數達10萬	13萬	數位包容及 科技創新 客戶體驗
		創新保險服務年投保件數達 8,000件	17,819件	
		取得ISO認證： 虛擬資產交易所服務取得 ISO 27001認證	已取得 ISO27001 認證	

創利社會

SDGs	策略構面	2025目標	2025 績效	對應之 重大主題
	社會回饋	社會關懷之贊助與募款 累計16億	17.3億	社會回饋 透明及公正行銷 客戶體驗
	服務可負擔性	5G偏鄉人口涵蓋率98.8%	99.25%	社會回饋 客戶體驗 科技創新應用 數位包容及社會創新
		弱勢族群資費受惠用戶數，曾 享優惠累計人數較2022年成長1.59倍	1.6倍	
	災害韌力 強化	透過5G系統於5秒內收到災 防告警服務之偏鄉比例達 98.8%	99.25%	社會急難應變 數位包容及社會創新 科技創新應用
			災區定位服務之通訊人口涵 蓋率達97.3%	
		新增雙備援50環		數位包容及社會 創新

1.1.2 心大願景計畫

超標 、達標 、未達標

SDGs	策略構面	2025目標	2025 績效	對應之 重大主題
	運動風氣 促進	自2021年起透過支持體育賽事，促進社會運動風氣、愛護健康，累計舉辦達1,900場活動	1,975場	社會回饋 數位包容及社會創新
		自2007年起支持藝文/展演活動、扶植創作人才，提升文化近用並落實文化平權，促進社會正向能量及福祉，累計達3.6億元 (含台北文創)	4.5億	
	藝文風氣 促進	(臺北文創)自2025年起支持藝文/展演活動、扶植創作人才，提升文化近用並落實文化平權，促進社會正向能量及福祉累計參與人數達15萬人次	21.7萬人	
		(臺北文創)自2025年起無償提供場地支持藝文/展演活動、促進國際交流、提升藝文風氣之累計場租等值金額達500萬元	898萬元	
		自2018年起投入影視內容產業，持續以產業思維投注內容，以企業行動陪伴創作，助力台灣原創IP邁向國際，致力讓台灣故事被世界看見，累計達5.8億元	6.41億	
	機會平等	自2007年起，透過數位科技服務推動教育機會平等，累計觸及達313.5萬人次	315萬人次	數位包容及社會創新 科技創新應用 社會回饋
	永續發展 觀念及技能教育	MyVideo永續發展觀念及技能教育觸及率達45萬次	45.4萬次	數位包容及社會創新 科技創新應用

1.1.2 心大願景計畫



責任企業

超標 、達標 、未達標

SDGs	策略構面	2025目標	2025 績效	對應之 重大主題
	員工培育	依組織發展需求，規劃多元學習管道，人均訓練時數達50小時	66.4小時	才開發與 留用
		1.超人計劃員工參訓率100% 2.員工工作應用實作率30%	1.員工參訓 100% 2.應用實作 率72.2%	
		(臺北文創) 依組織發展需求，規劃多元學習管道，人均訓練時數達30小時	42小時	
	健康安心 職場	敬業度認同度為72%	84%	尊重及保 護人權 資訊安全
		孕產婦同仁產前衛教率90%	93.10%	
		辦理多元的員工協助方案 諮詢員工協助方案諮詢 滿意度90分	94分	
	人權與正義	透過國際永續評比單位進行人權管理調查，並在此項目維持95分以上	100分	資訊安全 隱私保護 客戶體驗 風險管理
		駭客入侵導致個資外洩 目標為0	0	資訊安全 隱私保護 風險管理
		駭客經由社交手法 (如電子郵件)入侵目標為0	0	資訊安全 隱私保護 風險管理

1.1.2 心大願景計畫

超標 、達標 、未達標

SDGs	策略構面	2025目標	2025 績效	對應之 重大主題
	透明誠信	至少維持一席女性董事席次	1席	公司治理 誠信經營 合法性/ 法規遵循
		公司治理評鑑分數維持在Top 5%	Top 5%	
		員工100%簽署廉潔聲明	100%簽署	
		(臺北文創) 員工100%簽署廉潔聲明	100%簽署	
		零容忍違反誠信經營守則 行為供應商100%簽署 誠信經營聲明	100%簽署	
	永續 供應鏈管理	供應鏈碳排放減量8%	8%	永續供應鏈
		供應商生物多樣性 簽署100%	100%簽署	永續供應鏈 生物多樣性
	強化 永續發展	自2015年起TWM發起 之永續倡議或活動累計 觸及人次達680萬人次	715萬人次	氣候變遷 減緩與調適 社會回饋



1.1.3 心大願景計畫

2026年度新修訂版

以台灣大「Telco+Tech」策略、EV100／RE100／淨零承諾、地緣政治以及法規與評鑑要求，以台灣大「Telco+Tech」策略、EV100／RE100／淨零承諾、地緣政治以及法規與評鑑要求為基礎，本公司針對2026～2035年中長期永續目標進行全面檢視與優化，完成四大面向之目標設定，共新增3項、刪除9項、指標敘述調整與整併7項，整體共計33項目標。其中，「體驗未來」面向正緊密配合公司新興服務佈局，進行指標精實與策略升級。透過整合市場趨勢與利害關係人期待，本公司將持續完善長期目標藍圖，並於規劃完成後納入正式管理與揭露機制，持續展現具前瞻性的永續治理與創新效益。

自然共好

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題	
 13 CLIMATE ACTION	低碳足跡	碳排放量應較基準年(2024)減少14%●	21%	42%	66%	氣候變遷減緩與調適 綠色應用與營運	
		次目標					
		4G主頻(700M/1800M)汰換成低耗能基地台設備之站點數量比例達33%★	44%	80%	> 99%	氣候變遷減緩與調適 綠色應用與營運	
		委外物流及倉儲之碳排量，較2024年增加6%減量幅度(myfone online)	較2024年增加9%減量幅度	較2024年增加18%減量幅度	較2024年增加30%減量幅度		
 7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY		消費者每使用1PB傳輸量所產生碳排放較2024年減少10公噸	減少15公噸	減少30公噸	減少35公噸	氣候變遷減緩與調適 綠色應用與營運	

自然共好

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題
7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	能源效率	IDC 年均PUE (能源使用效率)達1.68	1.68	機房用電滿載PUE達1.5	機房用電滿載PUE達1.5	氣候變遷減緩與調適 綠色應用與營運
	再生能源	總再生能源使用量17.5%	22%	35%	60%	
		雲端IDC再生能源使用量達100%	100%	100%	100%	
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	低碳移動	共享綠能服務達1,179家▲	1,349家	1,859家	2,709家	營運績效 客戶體驗 科技創新應用
		較2024年增加6%減量幅度 (myfone online)	較2024年增加9%減量幅度	較2024年增加18%減量幅度	較2024年增加30%減量幅度	氣候變遷減緩與調適
		全公司交通載具電動化達成30%	達成50%	達成100%	達成100%	
13 CLIMATE ACTION	自然資源永續使用	透過 MyCharge 充電設備取代燃油車燃料,減少碳排放量累計達 135萬噸	195萬噸	375萬噸	674萬噸	客戶體驗 綠色應用與營運
		網購包材平均重量較2023年減重率30% (myfone online)	32%	35%	35%	
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	自然資源永續使用	自來水總使用量較2017年減少9%	減少10%	減少12%	減少17%	氣候變遷減緩與調適 綠色應用與營運

自然共好

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題
	永續循環	不可回收廢棄物總量較 2024年減少6%	9%	18%	30%	綠色應用 與營運 循環經濟
		自2020年起廢/舊手機累計 回收量達35.8萬支	43.5 萬支	66.6 萬支	100 萬支	

創利社會

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題
	社會回饋	社會關懷之贊助與募款 累計18億	18.5億	20億	22.5億	社會回饋 透明及公正 行銷 客戶體驗
	運動風氣 促進	自2021年起透過支持 體育賽事，促進社會運動 風氣、愛護健康，累計 舉辦達2,200場活動	2,500 場活動	2,800 場活動	3,000 場活動	數位包容及 社會創新 科技創新 應用 社會回饋
		運動健康服務會員數達 44.9萬	45.3萬	46.5萬	48.5萬	
	機會平等	自2007年起，透過數位科 技服務推動教育機會平等 累計觸及達316.5萬人次	318 萬人次	322.5 萬人次	330 萬人次	
	服務 可負擔性	弱勢族群資費受惠用戶數， 曾享優惠累計人數較 2022年成長1.74倍	1.88倍	2.26倍	2.77倍	社會回饋 客戶體驗 數位包容 及社會創新 科技創新 應用

創利社會

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題	
	藝文風氣促進	<商業編劇人才養成計劃> 陪伴創作者從專業養成走向商業實作，年度遴選2位編劇人才。★	新增2位	新增2位 (編劇/導演)	新增2位 (編劇/導演/製片)	社會回饋 數位包容 及社會創新	
		投注國內文化發展，提升文化平權與產業共榮，累計金額達10.4億元 (含台北文創)●	台灣大哥大藝文支持累計達3.4億元	3.5億	3.65億元		3.9億元
			台灣大哥大影視投資總累計達6.7億元	7.6億元	10.3億元		14.8億元
			臺北文創藝文支持總累計達1,500萬元	2,000萬元	3,900萬元		7,200萬元
			臺北文創累計場租等值金額達1,010萬元	1,530萬元	3,150萬元		6,080萬元
			總計	11.5億	14.7億		20億
		 	永續倡議 TWM發起之永續倡議與教育，累計觸及人次達865萬人次●	MyVideo永續發展觀念及技能教育觸及率達50萬次	55萬次		65萬次
自2015年起TWM發起之永續倡議或活動累計觸及人次達815萬人次	915萬人次			1,215萬人次	1,715萬人次		
總計	970萬人次			1,280萬人次	1,820萬人次		

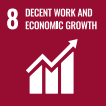
責任企業

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題
	人權與正義	透過國際永續評比單位進行人權管理調查，並在此項目維持 95分 以上	95分 以上	95分 以上	95分 以上	尊重及保護人權資訊安全
 	誠信治理	駭客入侵、個資外洩、產品與服務相關之重大違規事項為 0 ●				資訊安全 隱私保護 客戶體驗 風險管理
		駭客入侵導致個資外洩	0	0	0	資訊安全 隱私保護 客戶體驗 風險管理
		駭客經由社交手法(如電子郵件)入侵	0	0	0	資訊安全 隱私保護 風險管理
		客戶同意揭露個資重大外洩事件	0	0	0	
		高風險商品安全事件	0	0	0	資訊安全 隱私保護 客戶體驗 風險管理
		行銷廣告違規案件數	0	0	0	
		總計	0	0	0	
	誠信治理	至少維持 1席 女性董事席次	至少維持 1席	提高女性董事席次，至少符合法令規定	提高女性董事席次，至少符合法令規定	公司治理 誠信經營 合法性 /法規遵循
		員工 100% 簽署廉潔聲明(含台北文創)●	100% 簽署	100% 簽署	100% 簽署	
		供應鏈零容忍違反誠信經營守則行為	供應商 0 違反誠信守則	供應商 0 違反誠信守則	供應商 0 違反誠信守則	
		ESG評鑑分數維持在 Top 5%	Top 5%	Top 5%	Top 5%	

責任企業

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題
	健康安心職場	孕產婦同仁產前衛教率 91%	92%	95%	96%	員工身心健康
	員工認同	敬業度認同度為 76%	76%	78%	78%	
	員工培育	依組織發展需求，規劃多元學習管道，人均訓練時數達 50小時(含台北文創)●	50小時	50小時	50小時	人才開發與留用
		超人計劃之員工參訓率 100% 員工工作應用實作率 85%	超人計劃之員工參訓率 100% 員工工作應用實作率 90%	持續帶領員工學習各類AI、Low Code或No Code工具，賦能員工	持續帶領員工學習各類AI、Low Code或No Code工具，賦能員工	

攜手創新

新增目標★ 指標敘述調整▲ 整併●

SDGs	策略構面	2026目標	2027目標	2030目標	2035目標	對應之重大主題
	永續 供應鏈 管理	供應鏈重大供應中斷事件為 0★	0	0	0	永續 供應鏈
		供應鏈碳排放減量 9%	11%	15%	23%	
		重大供應商ESG書面審查覆蓋率 ≥90★	書面審查覆蓋率 ≥95% 高風險供應商改善完成率 100%	重大供應商高風險夥伴占比 <10%	重大供應商高風險夥伴占比 <5%	

1.1.3 台灣綠活電商永續發展主軸

momo 富邦媒體科技

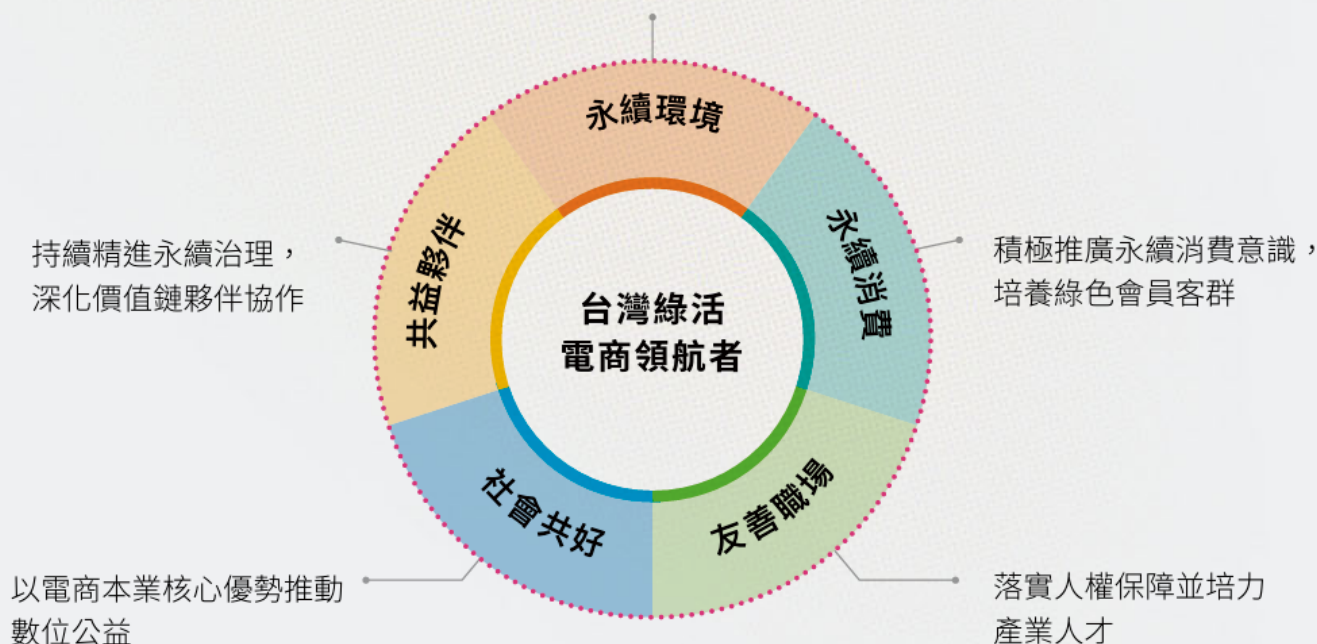
momo自2019年展開永續願景計畫，擘劃「永續生活藍圖」推動公司永續發展。依循「共益夥伴」、「永續消費」、「永續環境」、「友善職場」、「社會共好」五大永續主軸，以「綠活電商領航者」為承諾，於核心業務多管齊下運用數位賦能，並同步導入科技輔助，積極加速低碳轉型與數位公益發展，持續創造利害關係人共好價值，深化電商平台影響力。同時，momo持續推動「綠活會員」與拓展「循環包裝生態圈」，強化ESG綠色循環經濟及串聯供應商實踐永續綠色營運。

詳情請參考下方連結

[momo永續發展策略](#)



落實綠色營運，透過 AI 技術減少
包材用量及縮短物流最後一哩路碳排



1.2 永續治理架構與權責

1.2.1 董事會帶領下的永續治理

獨立董事席次
占比超過 **1 / 2**

延攬國際電信專業
人士擔任獨立董事

董事會績效自評分
4.96 分以上

董事會組成

- 董事會為最高治理機構，由具有商務、金融業務、電信產業及資訊科技經驗之九席董事所組成，任期三年。
- 董事長未兼任行政作業以確保企業運作獨立性。
- 董事年齡占比：30-50歲11.11%、50歲以上88.89%
- 董事女性占比：11.11%
- 董事國籍分布：中華民國77.78%、新加坡11.11%、美國11.11%。
- 本公司「公司治理實務守則」第20條訂有成員組成多元化方針，並落實執行。
- 董事會下設審計暨風險管理委員會、薪資報酬暨提名委員會及永續發展委員會，以強化制度之健全與有效運作；另設有由經營團隊組成資通訊暨個資隱私安全委員會及風險管理推動委員會，增強各個面向功能。
- >> 永續發展委員會監督情形：2025年度，一共18項永續相關議案提報進董事會，均由董事會審視相關內容、永續目標設定、策略擬定、管理方針與執行狀況後照案通過；其中，「藍碳及生物多樣性專案報告」一案，董事提醒紅樹林生長需多注意與管理其之於生物多樣性的影響。

經營團隊



董事會成員



董事會功能

- 督促公司守法、即時揭露重要訊息及誠信經營。
- 與經營團隊維持良好溝通管道及良性互動，指導業務執行及重大決策之決議，確保公司發展及保障股東權益。
- 2025年度至2026年第一季董事會ESG相關議案及決議情形，詳參附錄。
- 2025年度董事參加風險管理相關課程詳參年報P.40 114年度董事進修之情形。

1.2 永續治理架構與權責

1.2.1 董事會帶領下的永續治理

• 董事會進修：

2025年參與ESG相關課程包含：

「人工智慧的安全與治理-AI時代的董事會責任」、「ESG時代的董事會與獨立董事責任：從法律風險到治理實務」、「數位轉型與AI應用」、「生物多樣性保育與企業環境責任」、「永續環境氣候變遷-自然相關財務揭露-TNFD」、「永續發展與永續治理趨勢」、「開創永續新局研討會」等，另「公司治理實務守則」第40條亦有明定風險管理相關進修時數每年至少三小時。

• 董事提名制度與利益迴避規則：

依「董事選舉辦法」及「公司治理實務守則」分別規範全體董事選舉採候選人提名制度與董事會成員組成之多元化標準，依公司規模、業務性質及董事組成多元性(性別、年齡、國籍、文化)等考量推薦董事候選人，依法令程序辦理董事提名、審查及公告作業，就任董事均須簽署願任同意書及保密協定，本誠實信用原則執行業務；並為董事投保責任險，降低其執行業務之責任風險。根據「董事會議事規則」規定，會議事項若與其自身或其代表法人有利害關係之董事應予迴避，且不得代理其他董事行使表決權。2025年董事如與議案有利害關係者，皆依規定進行迴避。利害關係相關內容詳參年報P.33董事對利害關係議案迴避之執行情形

• 專責單位每年向董事會報告誠信執行情形：

由直屬於總經理之法務室負責推動誠信經營政策與防範不誠信行為之制定及監督執行，每年至少一次向董事會報告各權責單位執行情形，於董事會監督下，確保公司落實誠信經營之最高指導原則。

為落實誠信經營理念及積極防範不誠信行為，業已訂定「誠信經營守則」及「誠信經營守則作業細則」。適用範圍如下




1.2.1 董事會帶領下的永續治理


1. 薪資報酬暨提名委員會


100%由獨立董事組成，且有女性成員

職稱	姓名	薪資報酬暨提名委員會 實際出席率(%)	備註
召集人	鐘嘉德	100	無
委員	盧希鵬	100	無
委員	陳東海	100	無
委員	萬家樂	100	無
委員	賴冠仲	100	無

- 1、薪資報酬暨提名委員會成員專業資格與經驗、獨立性情形、兼任其他公開發行公司薪資報酬委員會成員家數，請參考年報P.15-17薪資報酬暨提名委員會成員資料表。
- 2、薪資報酬暨提名委員會成員實際出席次數、委託出席次數，請參考年報P.47薪資報酬暨提名委員會運作情形資訊表。

董事選任資訊 

董事多元化資訊 

重要內規 

1.2.1 董事會帶領下的永續治理

1. 薪資報酬暨提名委員會

• 董事會績效評估：

依「董事會績效評估辦法」，將董事會運作、成員參與及貢獻、對ESG之參與等項目納入評估範圍，於每年度終了評估績效，由薪資報酬委員會彙總分析，向董事會提出評估報告及具體改善建議方案。本公司首度於2018年1月委由社團法人中華公司治理協會辦理董事會效能外部評估，其認為本公司董事會高度發揮自律精神，恪遵董事會職責，本公司根據其精進建議做為持續加強董事會職能之參考。最近期於2024年1月委由社團法人中華公司治理協會辦理董事會效能外部評估，其對於本公司重視董事會之專業多元才能組成、獨立董事占董事會席次過半，與管理階層互動密切等多所肯定，認為本公司董事會之職能與運作情形，從5C(Compliance、Culture、Communication、Collaboration、Competency)角度來觀察，董事會成員與管理階層充分合作，已形塑良好之董事會運作文化。2025年度董事會績效業由董事會成員以自評方式辦理，平均分數超過4.96分以上(滿分5分)，其運作制度健全完善。

2. 審計暨風險管理委員會

• 100%由獨立董事組成，且有女性成員

6次會議出席率100%。2025/11/12決議將風險管理委員會併入並更名為審計暨風險管理委員會，職權包含財務報告允當表達、稽核及內部控制有效實施、涉及董事自身利害關係事項、重大資產或衍生性商品交易、重大資金貸與及背書或保證、募集或發行有價證券、財務會計及內部稽核主管任免、公司風險管控、簽證會計師之委(解)任或薪酬暨績效評估、併購計畫及法規遵循等。委員會每季召開一次，並得視需要隨時召開。每季審議財務報告及稽核報告，且與會計師及稽核主管個別單獨充分溝通。另重大資本支出或投資案皆經委員會審議。2025年召開6次會議，出席率為100%，相關資訊詳參年報審計暨風險管理委員會運作情形(P.35-P.37)。

1.2.2 永續運作機制

• 指導原則：

2011年1月董事會通過「企業社會責任政策」，將企業社會責任內化於營運策略及管理；另於2015年訂定「企業社會責任實務守則」，作為長期推動永續的指導原則。為提升企業永續發展高度，將本公司ESG執行現況與國際關注趨勢納入政策與守則，於2023年2月由董事會通過修訂政策及實務守則，並更名為「企業永續發展政策」與「企業永續發展實務守則」。

• 專責單位：

2007年於公關暨品牌管理處下成立社會責任部，2019年「公關暨品牌管理處」更名為「永續暨品牌發展處」，「社會責任部」更名為「永續發展部」。該單位設有專人與獨立預算，擔任永續發展委員會、永續發展小組執行秘書，整合跨部門相關業務，並規劃及執行永續策略和專案。

• 永續內化：

高階主管與同仁：為更強化企業永續發展績效與高階管理階層薪酬之連結，高階管理階層變動薪酬與 ESG 績效連動比率自2025年正式調為100%；每年不定期舉辦教育訓練，與高階主管及同仁說明ESG重點策略及執行方式，促使全體員工貫徹企業永續經營願景。詳參高階薪酬章節。

持續於公司內部推動ESG永續教育訓練：2025年ESG主題學習人次達18,651、時數達24,461小時；人權相關教育訓練學習人次達88,478、時數達73,558.8小時，拒絕職場性騷擾與資安必修課程參與及及格率達100%。

• 與外部利害關係人溝通

年定期召開股東常會，由董事長親自主持，率領總經理及經營團隊共同向股東報告，其中囊括本公司關鍵永續策略與重點成果。

每年年底定期舉辦利害關係人座談會，邀請主管機關、評比機構、供應商、投資人、NPO、媒體、客戶及員工面對面交流，並將其回饋作為公司策略訂定的重要參考，詳參利害關係人溝通。

1.2.2 永續運作機制

• 永續發展委員會

自民國111年起，台灣大率電信業之先，將「永續發展委員會」提升為董事會層級，由董事長擔任召集人，並由全體五位獨立董事擔任委員，每半年定期召開會議，督導公司在永續發展、環境管理、品牌發展、創新管理小組及職業安全衛生委員會之運作，並依據「永續發展委員會組織規程」推動相關治理工作。除了董事會層級的委員會外，台灣大更早在民國103年即領先業界，成立首個副總經理以上層級之永續專責功能性委員會「企業社會責任(永續)委員會」，由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員，並召集各事業群高階管理層擔任委員。該小組從環境、社會與治理(ESG)三大面向辨識風險與機會，每季召開會議並向董事會報告，全面強化永續治理的高度與廣度。Momo則於2016年10月提請董事會報告後設置「企業社會責任委員會」，並於2022年更名為「永續發展委員會」，並依其「永續發展實務守則」作為長期推動永續之指導原則，將推動永續發展納入公司管理方針與營運活動。詳情請參考momo官網 永續治理機制。

momo永續發展策略



頻次：每半年召開會議，向董事會報告。

架構職責：督導既有經營層級之「永續發展」、「環境管理」、「創新管理」、「品牌發展」及「職業安全衛生委員會」等功能小組，各功能小組皆由CXO或副總級等高階管理代表統籌運作。針對ESG三面向相關議題與訂定之永續策略，審核各功能小組之年度永續計畫、監督與追蹤執行成果。

運作情形：第二屆永續發展委員會任期：2023年6月13日至2026年6月12日，每年召開2次會議；2025年已召開2次會議。

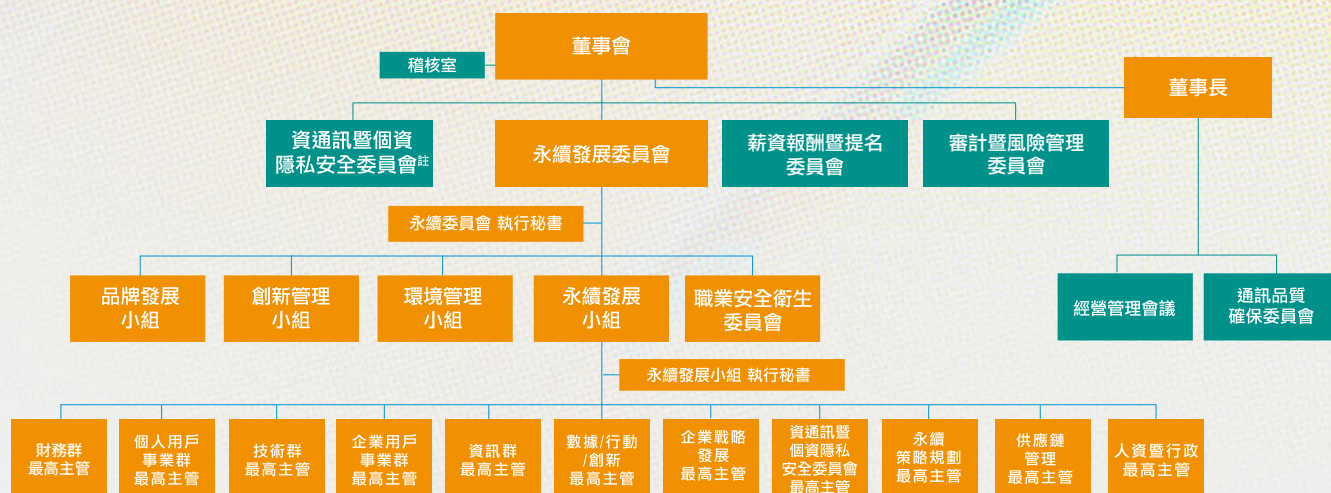
1.2.2 永續運作機制

日期	2025/5/12
期別	第2屆第4次
衝擊面向	正面衝擊
議案內容	<ul style="list-style-type: none"> 年報導入IFRS永續揭露準則進度 (IFRS專案小組報告) 「2035心大願景計畫」年度檢核 「永續資訊管理作業」進度報告 重大主題與高階管理階層KPI連動進度 “AI with Purpose Global Summit Taipei 2025”最新現況 GeSI近期重大業務發展 「數位苗圃」導入Perplexity Pro等AI資源，專案升級並更名為「AI苗圃陪跑計畫」 2024 Q4至2025 Q2永續專案成果報告 台灣大永續論壇 微樂心溫度年終派對 愛心志工銀髮宴 利害關係人座談會 2024 Q4至2025 Q2國內外永續獲獎結果 2025年Q2台灣大母、子公司溫室氣體盤查及查證進度 2024年度永續暨整合性報告書發行
永續發展委員會決議結果	全體出席董事照案通過
公司對永續發展委員會意見之處理	依會議決議辦理

1.2.2 永續運作機制

日期	2025/11/1
期別	第2屆第5次
衝擊面向	正面衝擊
議案內容	<ul style="list-style-type: none"> · 2025年1-9月RE100 / EV100 進度報告 · 重大主題與IFRS風險機會鑑別結果 · 年報導入IFRS永續揭露準則-財務資訊來源盤點表 · 2024年度永續經濟活動認定計算結果 · 2025 H2永續相關專案成果/進度報告 · 2025國內外永續評比及H2獲獎 · 品牌形象操作成果報告 · 2024品牌調查結果報告 · 「環境暨能源政策」修訂 · 藍碳及生物多樣性專案報告 · 「利害關係人溝通作業辦法」修訂
永續發展委員會決議結果	全體出席董事照案通過
公司對永續發展委員會意見之處理	依會議決議辦理

1.2.2 永續運作機制



註：董事會指派獨董列席指導

永續發展小組

因應2022年5月6日設立董事層級「永續發展委員會」，原由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員，並召集各事業群高階管理層擔任委員之永續發展委員會調整為「永續發展小組」。

- 頻次：2022年起，每季至少開一次會，2022年5月起因應永續發展委員會成立，每半年向永續發展委員呈報。
- 架構職責：由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員，召集各事業群的高階管理層擔任委員，就環境、社會、治理三面向相關議題辨別風險與機會，緊密結合營運與核心資源，制定永續策略，擴大高階管理層之當責參與並展現治理高度，創造永續循環績效。
- 運作情形：2025年共召開4次委員會，共呈報45項報告案及討論案，其中32項呈報永續發展委員會；該32項中，18項呈報至董事會。
- 與其他轄下小組永續溝通機制：2022年5月起因應永續發展委員會成立，其轄下「環境管理」、「創新管理」、「品牌發展」等功能小組及「職業安全衛生委員會」，不定期與永續發展小組溝通攸關ESG三面向相關議題，並向永續發展委員會呈報。

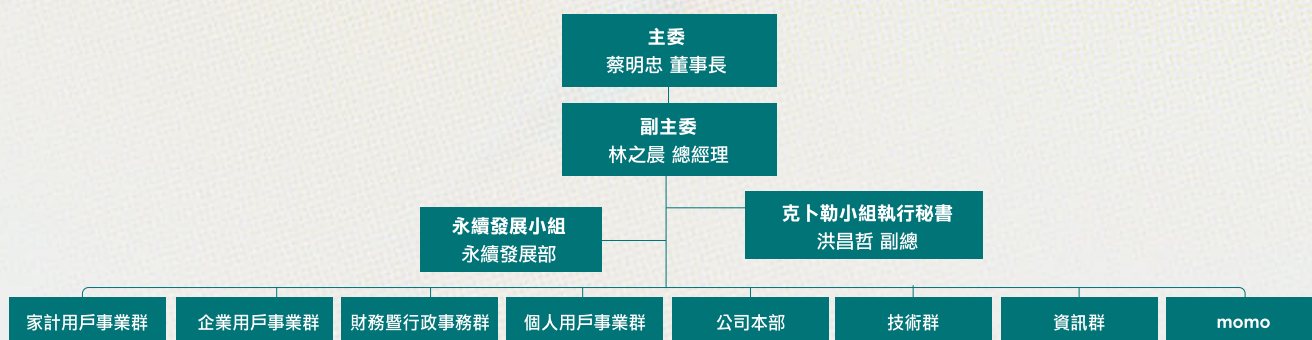
創新管理小組

• 創新管理與運作

創新管理小組：指導創新策略及執行方向、審核執行計畫、評核各項創新提案。

永續發展小組：導引各項創新提案對ESG議題之重視與發展方向。

克卜勒小組：由事業單位中高階主管組成，募集與輔導創新提案，推動跨部門協作轉化為具體成果。



• 會議召開頻率

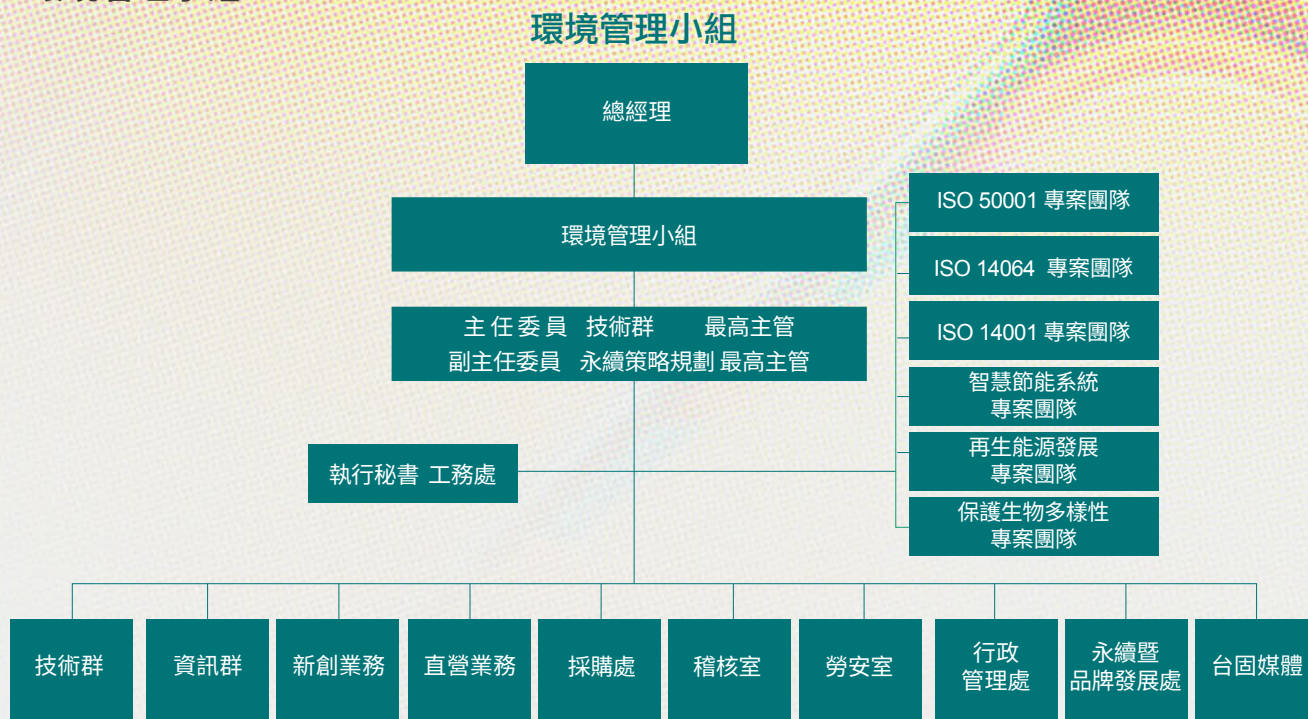
- 定期：「創新管理小組」與「克卜勒小組」，每半年至少開會一次。
- 不定期：「克卜勒小組」與「提案團隊」，依各提案進度不定期進行討論。
- 克卜勒小組輔導流程：



- 競賽成果：提供創意與靈感轉化的舞台，提升企業前進的創新量能。

定期舉辦「OP黑客節」、「創新挑戰日」，並搭配提案募集、參賽成員經驗與技術交流會等活動，形成一套正向循環的創新機制。鼓勵員工從「Open Possible能所不能」精神出發，透過「由下而上」形式，鼓勵同仁跨部門組隊，善用科技工具(5G, AI, RPA, Vibe Coding...等)、勇於試錯、快速疊代，在AI浪潮中加速組織進化，讓創意文化成為驅動創新的動能。

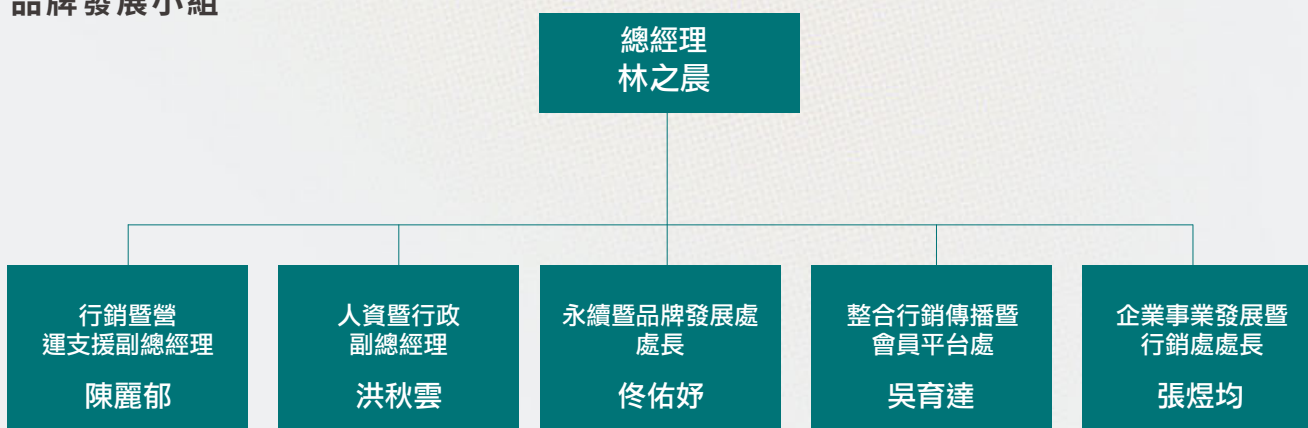
環境管理小組



• 運作機制及開會頻次：環境管理小組每半年召開會議

任務：評估執行績效及確立改善事項，並由各專案小組執行秘書定期追蹤改善進度。
(詳情請參照CH 4 綠色航道)

品牌發展小組



- 為品牌發展小組主導成員
- 把關品牌LOGO及品牌精神Slogan使用，遇爭議時，以多數決形式確保品牌使用及操作的合宜性
- 把關公司於內外各項活動緊扣品牌精神，從而確實傳達品牌精神

運作機制及開會頻次：採雙月會制，由總經理及5位主導成員參與。

決議形式採多數決。

任務：把關品牌LOGO及品牌精神Slogan之應用，使公司於內、於外各項活動皆緊扣品牌精神，從而確實傳達品牌精神。

職業安全衛生委員會



- 運作機制及開會頻次：職業安全衛生委員會定期每3個月召開，由總經理擔任主委，並指派1人擔任執行秘書，委員人數至少7人以上，其中勞工代表應佔1/3以上，並由勞資會議之勞方代表推選，委員任期為兩年，相關執行記錄應保存三年。必要時得召開臨時會。
- 任務：職業安全衛生委員會依法針對以下議題進行審議及討論
 - 一、對雇主擬訂之職業安全衛生政策提出建議、
 - 二、協調、建議職業安全衛生管理計畫。
 - 三、審議安全、衛生教育訓練實施計畫。
 - 四、審議作業環境監測計畫、監測結果及採行措施。
 - 五、審議健康管理、職業病預防及健康促進事項。
 - 六、審議各項安全衛生提案。
 - 七、審議事業單位自動檢查及安全衛生稽核事項。
 - 八、審議機械、設備或原料、材料危害之預防措施。
 - 九、審議職業災害調查報告。
 - 十、考核現場安全衛生管理績效。
 - 十一、審議承攬業務安全衛生管理事項。
 - 十二、其他有關職業安全衛生管理事項。

1.3 風險與機會掃描

1.3.1 風險管理及組織運作

全面風險管理
並強化管理實務

完成風險鑑別分析
及風險地圖

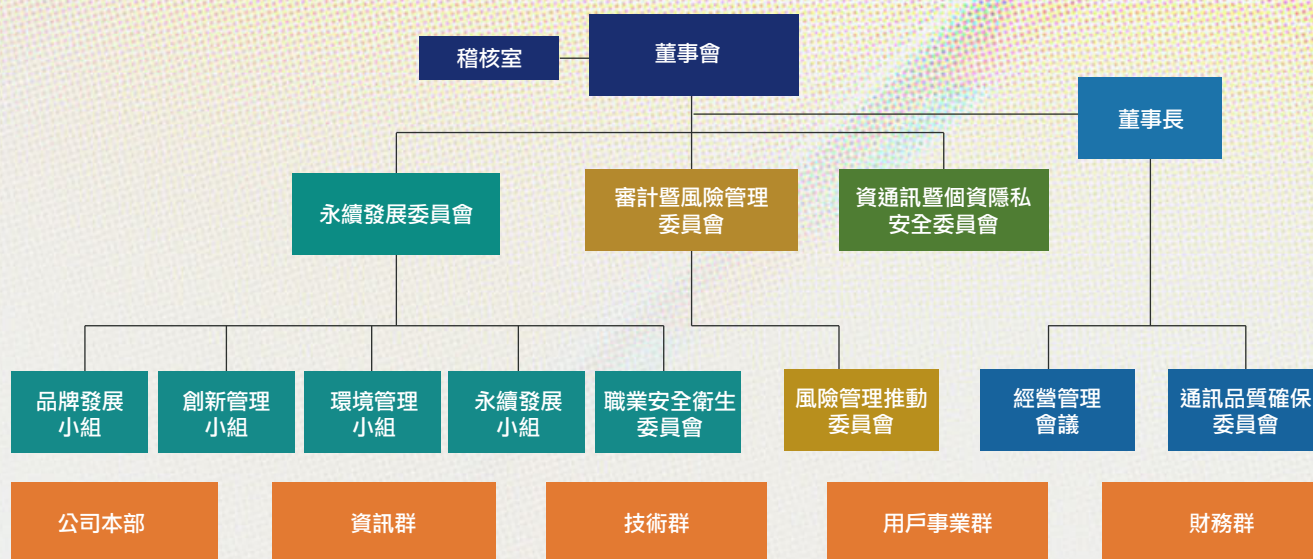
提出**59**項作業
流程改善事項

- 台灣大於2011年訂立風險管理政策，相關政策與程序皆於官網上揭露；2025年經董事會通過第五次修訂，以作為風險管理之最高指導原則。
- 2015年經董事會通過成立「風險管理委員會」，並於2025年11月提升風險管理層級將其併入董事會轄下之功能性委員會「審計暨風險管理委員會」同時下設「風險管理推動委員會」，以強化組織風險管理機制。「審計暨風險管理委員會」由本公司全體獨立董事組成並由其中一名獨立董事擔任主席，負責協助董事會監督與審查風險管理運作及執行情形。「風險管理推動委員會」負責統籌風險相關議題及執行風險管理決策，每年至少一次向審計暨風險管理委員會及董事會報告運作情形，以確保相關風險議題均有效管理。
- 稽核室每年對風險管理機制進行查核並於年底進行風險評量，對於各項風險的重要性及發生機率給予評分，並計算風險值。風險值之高低將做為次年度安排稽核計畫之依據。2025年稽核結果並未發現內部控制缺失及異常事項，僅針對各作業流程提出具體建議事項共59項，做為提升管理品質參考。針對應改善及建議事項，每季持續追蹤至改善完畢。
- 本公司內部控制制度亦已訂定「關係人交易管理作業」及「對子公司之監督與管理作業」等規範，落實對子公司之監督管理，相關風險控管及防火牆機制已適當建立並有效運作中。

• 風險管理目標

- (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內。
- (4) 引進最佳風險管理實務，達到持續改善。

風險管理及組織運作



• 2025年運作情形：

2025年原風險管理委員會 (下稱風險管理委員會)於5月、11月召開，會議議案共12項，由各委員會及工作小組提案報告攸關風險相關議題，內容包括風險議題及相對應的風險處置措施。且於8月7日向董事會報告運作情形。

2025年11月為提升風險管理層級將其併入功能性委員會「審計暨風險管理委員會」，下設風險管理推動委員會。

風險管理運作機制

為落實公司風險管理方式，由審計暨風險管理委員會及風險管理推動委員會 整合相關管控機制；共包含三級運作機制及監督機制。(請詳本公司官網「風險管理政策」)

與永續發展委員會(小組)之溝通機制

- 風險管理委員會將經營風險議題中攸關ESG議題，提報永續發展委員會，2025年無相關ESG議題提案。
- 永續發展小組將ESG議題中攸關經營風險議題，提報風險管理委員會，2025年提報議案：IFRS永續風險/機會鑑別結果及年報導入IFRS永續揭露準則-永續風險與機會財務資訊盤點結果、財務資訊來源盤點表。

與創新管理委員會之溝通機制

- 風險管理委員會將經營風險議題中攸關創新及數位競爭議題，提報創新管理委員會
- 創新管理委員會將創新管理議題中攸關經營風險議題，提報風險管理委員會

1.3.2 永續風險及機會管理

- 風險/機會管理流程：
作業環境→風險/機會識別→風險/機會評估→風險/機會因應→風險/機會全面監督管理

- 聚焦關鍵風險/機會及前瞻營運衝擊：

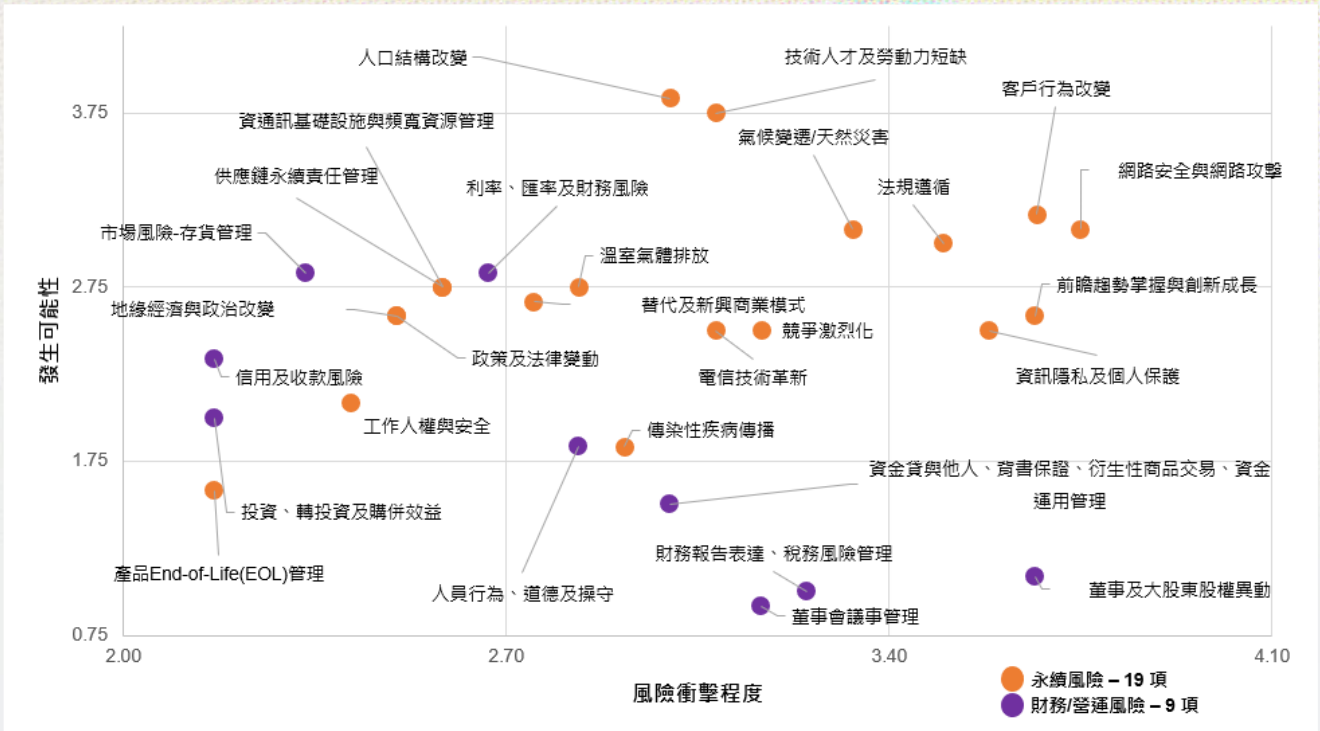
面對產業趨勢帶來的商業模式改變，我們發揮創新思維，積極因應各種挑戰和契機，但風險並非僅來自商業活動競爭，因此我們建構一套風險管理系統，對公司營運可能面臨之風險進行全面檢視。具體而言，我們自2015年特成立風險管理委員會並於2025年底提升風險管理層級將其併入「審計暨風險管理委員會」，以每年一次以上將攸關經營之風險議題透過問卷方式調查後提報至委員會，後續呈報董事會，並由業務屬性單位探討風險衝擊、機會及因應對策。

因應全球永續發展與永續資訊揭露趨勢，我們亦成立IFRS永續揭露準則專案小組，逐步導入IFRS永續揭露準則(IFRS Sustainability Disclosure Standards)，整合既有風險管理系統，並完善機會評估機制。

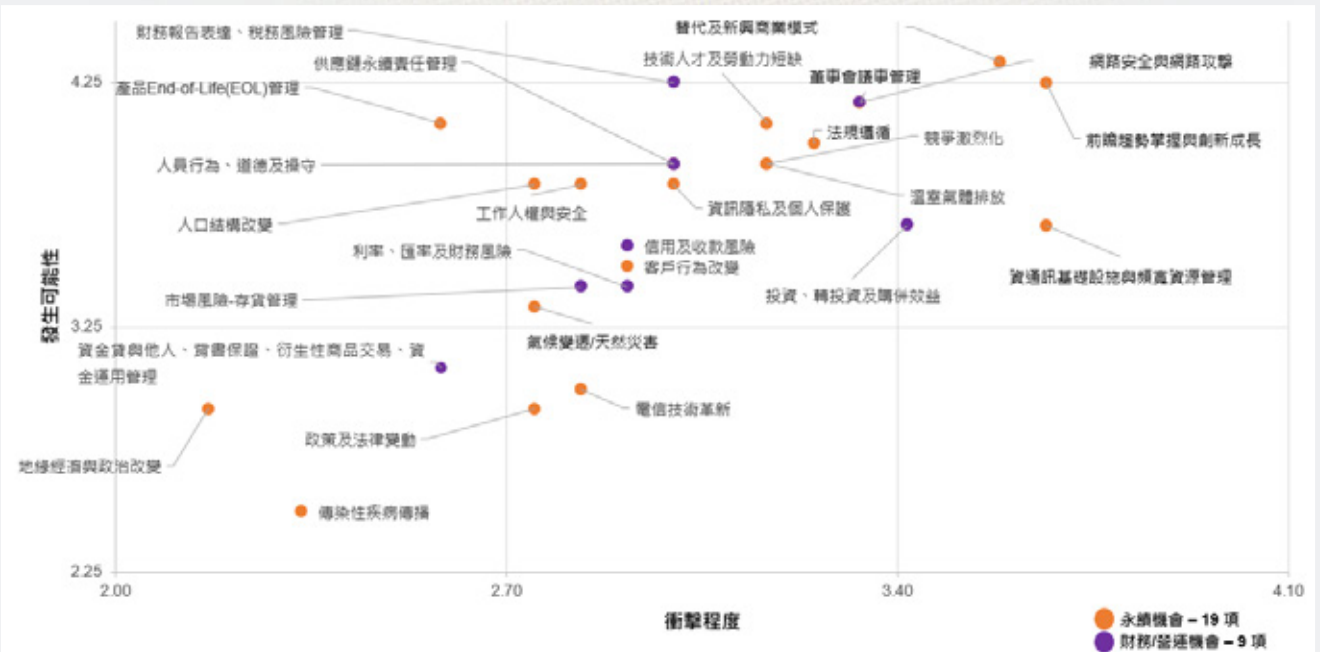
參考美國COSO(Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission)組織發布的COSO ERM 2017企業風險管理架構及上市上櫃風險管理實務守則，由董事會、風險管理委員會及風險管理專責單位組成，與IFRS永續揭露準則專案小組，共同依據國際研究報告、產業趨勢分析、SASB電信服務產業主題、企業重大主題、企業內外部調查及公司決策與判斷，鑑別出台灣大集團28項永續風險/機會，及考量發生可能性及影響程度，建構出本公司的風險/機會地圖，相關議題皆經董事會決議通過。

1.3.2 永續風險及機會管理

2025年度永續風險地圖：



2025年度永續機會地圖：



1.3.3 永續風險及機會管理

因應5G、AI、資訊安全、隱私、區塊鏈與Web3科技發展，台灣大推動多元業務布局及超5G生態系，持續實現RE100百分之百使用再生能源、EV100交通運具電動化，以及2050淨零排放承諾。積極拓展智慧城市、醫療、綠能管理，並整合AI與物聯網，提升創新競爭力。結合全球與台灣發展趨勢，延續風險分析中的前瞻趨勢掌握與創新成長，針對商業機會與挑戰規劃創新對策如下：

商業活動	影音OTT	國際影音訂閱
全球產業發展趨勢	OTT 市場成熟，動能由訂閱轉向ARPU、廣告型串流與在地內容。數據分析、AI 推薦與多元變現成重點	國際影音串流持續發燒邁向多元
台灣國內產業發展趨勢	市場高度競爭，用戶成長趨緩，偏好多平台訂閱。電信結合5G資費創造差異化	串流平台蓬勃發展，原創內容崛起
台灣大目前市場地位	MyVideo結合行動/寬頻及帳單整合具優勢，以內容多元與電信滲透率強化差異競爭	領先業界匯集Netflix、Disney+、HBO Max等國際影音串流平台
機會	原創與運動/兒童內容具黏著度；結合5G、AI推薦與跨裝置、大螢幕等體驗，提升留存率帶動成長	影音平台重視多語言內容的生產，在地化策略創造差異內容
威脅	國際平台投入高額內容資本，用戶對價格敏感度提高、退訂率上升；內容授權成本增加，壓縮獲利	國際平台壟斷、影視產業資金與規模競爭激烈
創新策略/服務	以數位頻道滿足用戶內容需求。掌握趨勢、強化AI推薦，增加選擇	全台首創「影音多享組」一站式訂閱服務
對應公司	台灣大哥大	台灣大哥大

1.3.3 永續風險及機會管理

商業活動	遊戲代理發行	雲端遊戲 GeForce NOW
全球產業發展趨勢	2025年全球遊戲市場的總收入將達到1899億美元，年增3.4%	2026年重點在多裝置支援（Linux、Fire TV）與AI優化
台灣國內產業發展趨勢	經典IP遊戲持續佔據市場政府與遊戲產業攜手推動電競，帶動遊戲市場活躍	台灣玩家母體與產業量體穩定，利於雲端遊戲切入跨平台遊戲盛行，PC市場日益成長
台灣大目前市場地位	遊戲月平均活躍用戶132萬	三大電信商中唯一提供雲端遊戲服務
機會	台灣遊戲市場營收占亞太市場前五名	3A大作持續推出，持續創造使用需求
威脅	中小型開發生存不易，大型開發商幾乎全直發或取得成本過高	伺服器成本高，穩定獲利的商業模式難
創新策略/服務	與開發商合作，共同開發提前取得產品	轉型訂閱制，拉高APRU提升營收
對應公司	台灣大哥大	台灣大哥大

1.3.3 永續風險及機會管理

商業活動	行動商務 myfone online	行動廣告TAmelia
全球產業發展趨勢	生成式AI加速個人化推薦與互動體驗，提升轉單率與顧客忠誠度	AI應用全方位導入，包括廣告演算法投遞更智能及便捷生成廣告素材
台灣國內產業發展趨勢	台灣三大電信業者均積極發展AI驅動服務	AI生成應用接受度高，以此期待台灣在地媒體、代理商等提供對應服務
台灣大目前市場地位	運用集團資源跨平台整合，建立涵蓋電信、電商、金融與數位內容的服務生態圈	以數據為核心，導入AI演算機制提高數據應用精準度
機會	電信結合電商及集團資源，提供多樣銷售形式，積極發展AI代理服務與應用	數據優勢並加強整合集團資源提供更多元化行銷服務
威脅	電商邁向AI代理，同業亦投入AI資安防護與服務優化	AI應用快速更迭，需更即時提供符合市場期待AI應用技術
創新策略/服務	商品銷售結合產險加保，推出moPlus訂閱回饋制	強化各類型AI技術應用夥伴合作，整合數據優勢發展新型態廣告產品
對應公司	台灣大哥大 momo富邦媒體科技	台灣大哥大 momo富邦媒體科技

1.3.3 永續風險及機會管理

商業活動	健康物聯網服務	個人用戶服務
全球產業發展趨勢	運動紀錄數據化並以 AI 分析開發應用服務	OMO 數位服務與一站式生活應用持續發展電信結合內容平台、智慧裝置與數位服務，擴展生活應用場景
台灣國內產業發展趨勢	全民運動政策推進，催化多元大眾賽事	電信業者持續包裝點數、內容與服務組合，提升用戶黏著度 行動服務、家用寬頻與數位平台整合成為主要競爭方向
台灣大目前市場地位	MySports App 提供台灣個人與企業運動數據紀錄平台服務	台灣唯一同時布局電信服務、家用寬頻及線上購物平台之業者透過 OP 與整合型服務，強化跨平台用戶經營好速專案供裝戶數涵蓋 87% 全台戶數積極投入發展金融、建構「Taiwan Mobility」生態圈發展
機會	大眾化賽事需穩定且易操作的個人運動紀錄方式	OP 響樂系列專案熱銷，促進高資費方案申辦 mo 幣 / 點數 擴展折抵通路，強化跨服務生態系持續布局家用寬頻/智慧家庭相關服務結盟 WeMo/ Uspace 跨產業合作，綜效資源整併，打造一站式永續移動服務
威脅	運動數據需由手機或穿戴式裝置等硬體端蒐集取得	競業虛擬點數及異業合作模式趨於同質化 市場競爭由資費導向轉向服務與體驗導向，競爭加劇
創新策略/服務	結合與活動運籌商進行串聯，為賽事提供普及且跨硬體的數據紀錄工具。	持續發展 OP 科技生活系列，結合通訊與數位生活應用強化智慧家庭、數位內容與會員服務整合開 MyCharge 等移動充電服務，提供更貼近用戶之生活應用服務
對應公司	台灣大哥大	台灣大哥大 台灣大寬頻 台灣大動力 momo 富邦媒體科技

1.3.3 永續風險及機會管理

商業活動	企業客戶服務	資訊科技
全球產業發展趨勢	生成式人工智慧/資訊安全 雲端服務/智慧物聯網(AIoT) 淨零永續	GenAI 轉向Agentic AI掀全球轉型潮 混合雲多雲架構
台灣國內產業發展趨勢	利用AI提高生產力反詐/供應鏈安全/法規加強數位韌性、上雲趨勢、智慧城市、智慧製造、智慧金融、智慧零售、AI資料中心 (AIDC)	AI 賦能勞力轉型 客服缺工推升AI導入 混合雲架構主流化
台灣大目前市場地位	結合生態圈夥伴 提供企業一站式解決方案	自研AI方案 數據及語音AI整合能力優勢 電信級機房優勢
機會	運用Telco+Tech優勢發展創新服務	主權與企業提升員工生產力 由內用轉外部商機 降低成本，彈性擴充
威脅	雲端/資安/能源/系統整合商等異業競爭	大語言模型未來發展 外部AI競業挑戰與深偽詐騙風險 資安攻擊
創新策略/服務	自研的知識庫GenAlus結合LLM、ASR語音辨識技術與等，提供AI語音客服、AI文字客服、LIAISE等多種企業AI應用	架構迭代創新 全方位AI語音客服方案 跨雲資源靈活與高可用性
對應公司	台灣大哥大 台灣固網 momo富邦媒體科技	台灣大哥大 台灣固網

1.3.3 永續風險及機會管理

商業活動	電信網路服務技術	資訊安全
全球產業發展趨勢	運用AI提升效率與服務 推動Open Gateway應用	防詐意識提升/防詐策略創新 企業應用人工智慧，需確保使用之 資訊安全
台灣 國內產業 發展趨勢	將5G技術轉為用戶價值 以NTN強化網路韌性	駭客多樣化社交工程之釣魚攻擊， 造成公司財務與商譽損失
台灣大 目前市場地位	行動寬頻用戶數全國第二	自主研发偵測偽冒網站服務，幫助 企業主動識別釣魚網站，領先市場
機會	利用自動化提升營運效能 提升網路支持AI應用以增加營收	持續優化反詐戰警企業與個人版功 能及推廣 維護企業商譽 減少民眾財損
威脅	技術複雜度與投資成本提升 法規要求影響創新發展與運營 成本大型衛星服務供應商競爭	社交工程技術、 詐騙手法持續翻新
創新策略 /服務	分段建置以數據與智能驅動、 具預測能力的自主網路 逐步更新設備降低能耗、 提升效能與支持新服務 評估引進D2C服務	結合AI技術偵測， 持續優化反詐戰警各項功能
對應公司	台灣大哥大	台灣大哥大 台灣固網

1.3.3 永續風險及機會管理

商業活動	個資及隱私	中小企業
全球產業發展趨勢	全球強化個人資料與隱私的保護，提高違反法令罰則	AI SaaS 普及，低程式與自助化成為降本關鍵
台灣國內產業發展趨勢	政府預備成立個資法專責機關，執行個資安全維護管理與行政檢查	政策推動中小企業數位與 AI 轉型，整合服務需求成長
台灣大目前市場地位	自主研發安心Call，防止用戶個資外洩或被濫用，領先業界	具備企業客戶規模與通訊、雲端、SaaS 整合優勢
機會	持續優化安心Call功能及推廣	整合通信與 AI SaaS，打造一站式轉型平台。 政策補助與 AI 應用擴大市場規模
威脅	駭客精進竊取個資的手法，造成嚴重損害	同業與新創加速布局 AI 平台。客戶對穩定性與資安要求提高
創新策略/服務	持續研發資安產品，確保個資安全	模組化的 AI 數位服務 AI 自動化提升營運與行銷效率
對應公司	台灣大哥大 台灣固網 momo富邦媒體科技	台灣大哥大

1.3.3 永續風險及機會管理

商業活動	電信金融事業
全球產業發展趨勢	BNPL 全球 GMV 持續成長，但成長動能轉向「低風險、可控場景」，監管與資金成本成為常態限制嵌入式金融 / 保險由「導流型」轉向「深度整合型」，與核心服務高度綁定
台灣國內產業發展趨勢	台灣電商成長趨緩，金管會已將租賃公司之 BNPL 納入金保法規範網路投保持續成長，2025 年年增約 16%，保險數位化逐步進入穩定擴張期
台灣大目前市場地位	與開店平台 / 金流gateway合作，並開始拓展實體通路業務，GMV 與活躍用戶持續成長推出「大哥保你放心」創新保險專區，建立電信金融整合服務基礎
機會	銀行在高資金成本與監管下，對分期業務投入意願下降，BNPL 有機會成為主流分期解決方案集團具產、壽險資源，可深化嵌入式保險轉換與留存
威脅	詐騙與資安風險上升，可能衍生帳務損失並影響品牌信任 金融與保險法規嚴格，無執照身分限制部分金融創新與服務擴張速度
創新策略 / 服務	導入審查 AI Agent，降低人工審查成本並縮短訂單處理時間 擴展保險服務至預付卡與更多電信用戶場景，提升整體滲透率
對應公司	台灣大哥大 momo富邦媒體科技

1.4 誠信經營、法遵與內控機制

1.4.1 誠信經營與法遵文化

1. 誠信經營守則誠信經營守則

員工 **無違反** 誠信經營守則事件 / 員工 **100%** 簽署廉潔聲明書

- 策略 2011年1月制定「台灣大哥大(股)誠信經營守則」

上市上櫃公司誠信經營守則

參考國際透明組織「企業反貪腐暨透明作為評比報告」2009／香港廉政公署之「上市公司防貪指引」/
我國「上市上櫃公司訂定道德行為準則」參考範例

TWM董事、經理人、受僱人、受任人或具有實質控制能力者		供應商
<p>反貪腐</p> <ul style="list-style-type: none"> 禁止行賄收賄、提供非法政治獻金、不當慈善捐贈或贊助、其他不正當利益 全體員工每年簽署「廉潔聲明」 建立檢舉、懲戒、申訴制度 <p>保密</p> <ul style="list-style-type: none"> 業務上機密及商業敏感資料 客戶資料 檢舉人身分及檢舉內容 	<p>法令遵循</p> <ul style="list-style-type: none"> 證券法規 環境法規 勞動、安全衛生法規 公平競爭法規 其他商業行為法令 <p>教育訓練</p> <ul style="list-style-type: none"> 以電子郵件對董事、經理人、員工宣導 線上及實體課程 	<p>公平/透明</p> <ul style="list-style-type: none"> 建立申訴管道 進行供應鏈永續風險識別與評估 供應商進行簽署「誠信經營聲明」

• 管理措施

每年定期向全部員工、經理人及董事辦理相關規定之公告及通知，同時向董事會全體成員報告落實現況，2025年關於誠信經營等反貪腐議題之溝通及教育訓練，涵蓋100%董事會成員及員工。



1.4.1 誠信經營與法遵文化

1. 多管道培訓誠信經營課程

宣導	實體課程	線上課程
100%	8,910.5人 1,484人次	14,012.44人時 29,534人次

2. 公司治理實務守則

公司治理評鑑連續十一屆排名前**5%**

由資深副總經理暨財務長擔任公司治理主管，其具備於證券相關機構或公開發行公司財務單位主管10年以上之經驗，公司治理主管轄下之秘書處負責公司治理相關事務，職權範圍包含協助董事就任、提供執行業務所需資料及董事進修課程、投保「董事責任保險」、辦理董事會及股東會之會議等相關事宜。

依上市上櫃公司治理實務守則訂定並揭露「公司治理實務守則」於企業網站及公開資訊觀測站，並訂有「內部重大資訊處理作業程序」禁止公司內部人利用市場上未公開資訊買賣有價證券。除於內部人就任時提供相關法令宣導外，為確保內部人確實知悉並遵循相關規範，並對現任董事及全體員工進行相關教育宣導。

本公司參加臺灣證券交易所及證券櫃檯買賣中心共同舉辦之「公司治理評鑑」，連續十一屆獲得排名前5%之佳績。

請購/採購暨驗收人員輪調制度

為強化內控機制，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，定期強制人員輪調負責不同職務且規範於一定期限內不得回任原職之限制。每年持續依此標準檢視及盤點請購、驗收及採購職務，將新增職務納入列管，由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，達到規範年資上限即強制安排輪調。

3. 政治獻金

台灣大嚴格遵循「政治獻金法」及公司內部「誠信經營守則」，禁止對政黨或參與政治活動之組織或個人直接或間接提供非法政治獻金，而我們從未提供政治獻金。

4. 法規遵循

本公司恪遵主管機關規範，無因任何反競爭行為訴訟產生金錢損失及社會、經濟和環境的重大裁罰事件。2025年因基地台問題遭裁罰案件，計3件，裁罰總額計90萬元，相關說明如下表：

違規類型	裁罰案件數	罰金額	無案件說明	改善對策
基地台	3	90萬元	未依規定設置基地台	另覓站點，繼續提供消費者良好通信服務，持續與利害關係人溝通，保障消費者通信權益

註1：重大違規係指案件裁罰金額達新台幣30萬元以上。

註2：範疇涵蓋關係企業富邦媒體科技及旗下子公司

5. 員工道德行為準則/採購輪調制度

員工道德行為準則：

「道德行為準則」訓練為全員必修課程，公司既有及新進員工100%完成訓練，並通過考試。運用案例說明強化員工對「道德行為準則」條文的理解，並於日常工作中展現正確行為與謹守道德規範，深植從業道德與法規遵循文化。除線上課程也搭配學習資源文件，同時亦開設相關議題之課程，例如：集團工作守則、員工法治教育、資訊安全等。公司設立員工申訴制度，以嚴謹安全的舉報機制，讓員工可以在安全保密的情況下傳遞意見。

1.4.2 監督機制健全內控系統並落實公司治理

完成年度內部
控制自評

無任何重大內部
控制缺失及異常事項

1. 內控機制

- 稽核室隸屬董事會，稽核人員皆為專任。
- 稽核對象：包含本公司及各子公司。
- 稽核範圍：涵蓋所有財務、業務等營運及管理功能。
- 稽核方式：依稽核計畫執行例行稽核或視需要執行專案稽核，以適時發現內控可
- 稽核溝通：稽核完成後，出具報告提報董事長，由稽核主管定期於審計暨風險管理委員會及董事會中報告執行狀況及結果；並建立審計暨風險管理委員會與稽核主管溝通管道與機制，由審計委員會召集人至股東會報告與內部稽核主管之溝通情形，落實公司治理。

本公司已建立有效之會計及內部控制制度，由稽核室透過每年風險評估作業分析及評估營業範圍內具較高不誠信行為風險之活動，並據以擬訂稽核計劃暨執行稽核。每年委託會計師查核財務報表及確認內部控制制度之有效性。(稽核室組織及工作職掌，詳本公司官網)

2. 高階薪酬

高階經理人依職務設定ESG相關指標，並與Top 6重大主題

(六大主題：營運績效、人才開發與留用、隱私保護、公司治理與誠信經營、氣候變遷減緩與調適、綠色應用與營運) 連結，於年終檢核

E 能源效率／
保護生物多樣性／
再生能源使用量／
綠色採購／淨零排放

S 員工離職率／
企業志工參與時數／
公益募款金額／
聘用身心障礙人數

G 客戶滿意度／
客訴案件數／
網路設備穩定度／
違反資安政策率／
ESG教育訓練時數

短期指標

長期指標

年度目標評核 (ESG指標達成率)

變動薪資 (年終獎金、員工酬勞及年中獎金)

經理人變動薪酬與ESG績效等連動比率為100%

• 章程辦法

經理人薪資結構分為固定薪資與變動薪資(年終獎金、員工酬勞及年中獎金)，變動薪資約占個人年薪40%-50%，其目的為考量其對公司營運貢獻度，包含企業未來經營風險、環保及企業永續發展，依據績效管理辦法評定各經理人當年度績效等第以作為發放標準。

• 績效評估

公司設有委任經理人績效考核規範，總經理及副總經理之績效及薪酬與公司營運目標及永續發展連結。每年依據永續發展願景及策略制定年度重大主題，高階經理人依職務設定ESG相關指標，並與重大主題連結，於年終檢核，如：保護生物多樣性、淨零排放、再生能源使用、節水節能、客戶滿意度、客訴量、員工離職率、企業志工等。年度績效評核時，除個人工作目標、ESG指標達成率外，亦審酌風險管理指標，如稽核、資安管理是否有缺失等。為更強化ESG績效與高階管理階層薪酬之連結，高階管理階層變動薪酬與ESG績效等連動比率為100%。各經理人之變動薪資係由薪資報酬暨提名委員會提出建議，經董事會核准後發放。

- 本公司高階管理階層2025年薪酬結構占比詳附錄。

1.4.3 透明的申訴機制與管道

申訴管道	權責單位	處理流程及補救/減緩措施
1.員工投訴 (稽核室)	稽核室	<p>2025年共受理5件員工投訴案皆已全數妥善處理並結案。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 對於受理的案件，均依公司辦法執行調查。員工投訴作業程序，詳本公司官網「員工投訴辦法」 • 公司訂定「員工投訴辦法」，建置下列檢舉及申訴管道，由稽核室專責處理。 <ul style="list-style-type: none"> -書面投遞至稽核室，或透過傳真專線 (02)66361600。 -透過內部專屬電郵信箱進行申訴或檢舉。

1.4.3 透明的申訴機制與管道

申訴管道	權責單位	處理流程及補救/減緩措施
2.性騷擾申訴	人力資源處	<ul style="list-style-type: none"> 2025年有5件申訴，已針對申訴案件相關人員執行糾正、懲處及後續補救、防治措施。2025年無發生任何歧視之事件。 公司致力建構友善、無騷擾且無歧視的環境，遵循法令制訂性騷擾防治申訴相關規範，設置申訴專線及信箱。透過新訓、全員必修課、即時通訊軟體、內網、電腦開機畫面及招募官網等多樣途徑向內外部人員持續宣導性騷擾防治，強化對人權認知。
3.股東申訴	秘書處	本公司委任富邦綜合證券股份有限公司股務代理部辦理股東會事務，另「公司治理實務守則」訂有保障股東權益專章據以執行；設置發言人並由秘書處處處理股東相關問題，若涉法律問題，移請法務室處理。
4.職務不法侵害申訴	勞安室	<ul style="list-style-type: none"> 2025年度內，共接獲7件申訴案件，經職場不法侵害調查委員會審查後，均認定不成立。 為保障員工在執行職務過程中免受身體或精神上的不法侵害，本公司已制定並公告「執行職務遭受不法侵害預防標準作業程序」，並在新人訓練中進行宣導，內容涵蓋辨識職場不法侵害之行為、尋求協助方法及員工諮詢與申訴管道，確保員工了解防範措施。 今年已研擬修訂該程序，進一步強化職場安全保障，並確保各項措施符合ISO 45001職業安全衛生管理標準。此外，配合健康管理系統上線，將職場不法侵害申訴單整合為電子表單，提升處理效率。

申訴管道	權責單位	處理流程及補救/減緩措施
5.客訴	客戶服務處	<ul style="list-style-type: none"> 2025年無重大環境、社會或人權面向之申訴情事，請詳參2.2.1.客戶服務承諾/機制。 導入「ISO 10002 客戶申訴管理系統」認證系統化管理與追蹤，建立服務流程檢討與改善機制，協助客戶妥善處理問題。 AI客服與專人文字客服相輔相成，快速回應與解決客戶問題。漫遊客戶可由AI客服快速應答問題，適時轉專人文字客服接續服務，提供人機協作最佳服務體驗。
6.供應商溝通與交流	採購處	<ul style="list-style-type: none"> 2025年深化供應商議合，持續辦理3場大型溝通會議(包括：供應商交流會、減碳座談會與永續論壇) 議合1家高碳排供應商綠電團購 供應商相關溝通機制詳參 CH 1.6 供應鏈協同戰力：責任採購與低碳輔導。

1.5 人權盡職調查與申訴體系

價值鏈蓋 **100%**

無歧視、童工僱用、強迫勞動

• 人權政策

台灣大哥大認為塑造充分保障人權的工作環境，與企業永續經營密不可分。使公司內、外部成員、及客戶，均能獲得公平有尊嚴之對待。我們有策略、有系統投入企業社會責任，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。本人權政策分為四項主軸：支持國際人權公約、尊重職場人權、落實資訊安全、以及以核心資源回應社會需求。

台灣大哥大人權政策四項主軸



支持
國際人權公約



尊重
職場人權



落實
資訊安全



以核心
資源回應社會需求

歧視與反騷擾政策



人權政策



台灣大哥大運用核心技術能力以及電信、網路、數位匯流與ICT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。以「用科技擁抱愛」概念出發，發展「數位培力」、「科技共融」兩大方向，破除人類長久以來建構之價值體系所帶來的障礙，包括貧窮、不平等、資源不均等議題，例如：Hi-Tech FUN偏鄉玩科技，AI苗圃陪跑計畫，行動醫療...等。具體作為請參閱章節：6.4.4促進科技共融：平衡城鄉數位落差。

• 人權盡職調查成果

結果顯示，15項人權議題指標皆落在「影響程度高，但發生機率與脆弱度相對較低」範圍內。涵蓋全集團及子公司，價值鏈：員工、供應商，客戶和社區，涵蓋率100%。

價值鏈		涵蓋 100% 人權減緩措施的據點		評估機制	回卷率
上游	供應商	供應商 (一階)	407	ESG 永續自評估問卷	95% (書面審查率，詳細請參閱 章節：1.6 供應鏈偕同戰力)
自身營運	員工	台灣大哥大 及子公司	9	問卷	97.6% (發出942份問卷， 回收919份。)
下游	客戶	366家直營店 293家經銷店	659		
	社區				

• 人權盡職調查流程



• STEP 1 蒐集：人權風險議題蒐集

依國際規範，如聯合國《世界人權宣言》、《企業與人權指導原則》、《信息通信技術行業的商業和人權》，及國際勞工組織的《工作基本原則與權利宣言》；和國內法令相關法令，如《勞基法》、《性別平等法》和其他勞安相關法規，與參考電信與相關科技產業之人權報告，蒐集基本人權、工作環境、機構安全等，每二年檢視「人權議題」列表。

「台灣大哥大人權議題」列表與情境

項目	人權議題	2025 重點檢視
A	個資與隱私權保護	府修正「資通安全管理法」，現有情境可涵蓋。
B	童工	
C	孩童保護	
D	職場健康	
E	母性健康保護	
F	個資與隱私權保護	
G	工作與勞動條件保障	政府調升基本工資金額，現有情境可涵蓋。
H	強迫勞動	各項法令、法規無變動，目前無需調整。
J	人身自由與安全	政府修正「執行職務遭受不法侵害預防指引」，現有情境可涵蓋。
K	言論與表達自由	
L	集會與結社自由	

• STEP 1 蒐集：人權風險議題蒐集

「台灣大哥大人權議題」列表與情境

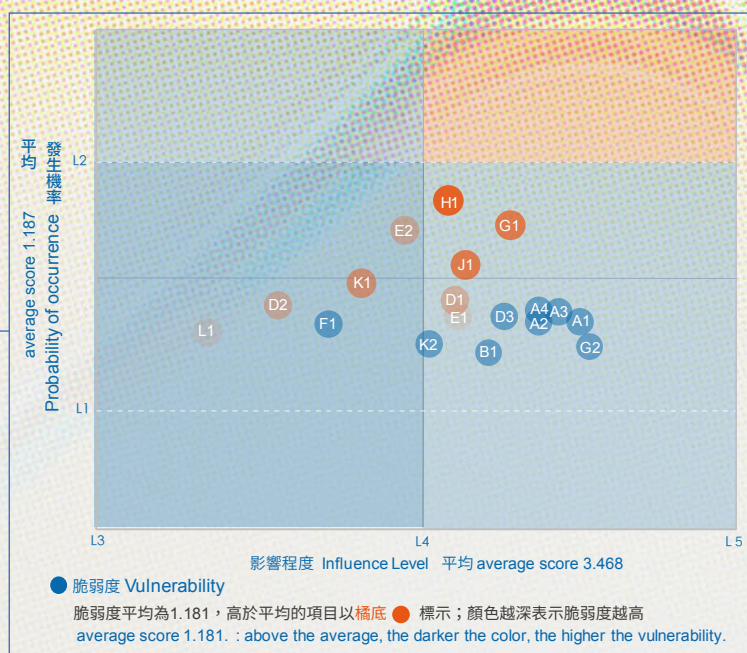
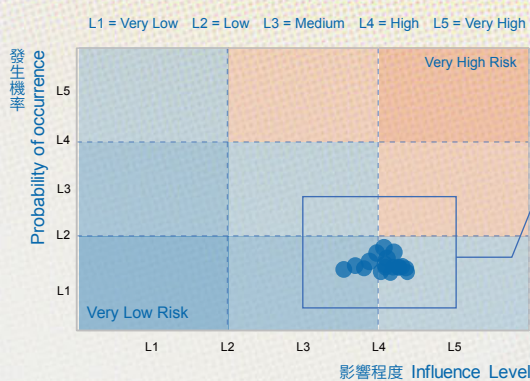
項目	人權議題	2025 重點檢視
M	科技包容性	
N	社區居住品質	
P	文化保護	
Q	生物多樣性	

• STEP 2 評估：人權風險評估

召集全公司各事業群及子公司的資深代表(如法務、HR、勞安、採購、永續、ITG、TG、CBG、EBG、HBG、FG、momo、TNH...等)組成專案小組，並透過焦點訪談方式進行討論。各單位均需派員參與，逐項檢視公司營運及完整價值鏈中可能面臨的人權議題與潛在風險。

人權風險鑑別採用問卷進行調查方式進行，其對象為全公司所有事業群與子公司中階主管(經理、副理、資深主任)。最後產出「人權風險曝露評估表」(如下圖，價值鏈：員工)，依風險評估結果調整執行政策，並要求各單位列為重點追蹤項目落實執行。

• 人權風險評估



- A1. 公司於服務規劃或系統開發時，未能秉持隱私始於設計，導致未妥善保護個資／隱私，並侵害當事人權益
- A2. 採購設備、商品、委託或與第三方合作時，未能確保軟硬體或服務之安全性、導致洩漏個資，並侵害當事人權益
- A3. 未依規定蒐集、處理或利用個資／隱私，導致洩漏個資／隱私，並侵害當事人權益
- A4. 發生個資／隱私安事件時，未能及時通報與妥善處置，導致當事人權益受損
- B1. 公司未符合法令規範聘用童工
- D1. 招募／任用／晉升／獎懲因性別／種族／國籍或宗教等因素遭受歧視
- D2. 公司未依法令足額進用身障
- D3. 公司未依法制訂性騷擾防治措施、申訴及懲戒作業措施
- E1. 採購設備或週邊元件時，未將「危害性化學品管理標準」規定之「有害物質的限制」列入要求，及未能提供同仁足夠的安全衛生教育訓練
- E2. 公司已採取『辦公室防疫管理暨員工自主應變指引』防疫措施，員工仍在公司內染疫
- F1. 未依法實施保護懷孕或哺乳期女性勞工的措施
- G1. 勞動條件未循法定要求
- G2. 公司未依法替同仁投保相關保險
- H1. 未能遵循法定規範，導致工時過長造成身心影響
- J1. 在工作場所遭受暴力、脅迫或恐嚇等
- K1. 公司未設置管道讓同仁發表意見
- K2. 同仁被公司要求上班無法參與政府舉辦之投票
- L1. 公司不允許同仁成立社團及參與社團活動

• STEP 2 評估：人權風險評估

整體而言，各項人權指標皆落在「影響程度高，而發生機率與脆弱度低」的範圍內。為了更嚴謹看待人權議題，仍對「發生機率」、「影響程度」、「脆弱度」乘積最高項目，進行STEP 3管理。

• STEP 3 管理：人權議題管理措施(每年)

由價值鏈角度：供應商、員工、客戶、社區(包括所有員工、女性(妊娠中及分娩後未滿一年之女性員工)、老人、兒童、殘疾人士、原住民、移民勞工、當地社區...等)檢視營運可能存在的風險，盤點，註記管理及改善措施，並每一年追蹤執行結果，彙編人權風險盡職調查報告。

價值鏈 - 員工(自身營運)：

員工(自身營運)：透過人權訓練(不歧視、免於騷擾、職安...等)，落實各階級成員意識與尊重人權議題，全員參訓100%。請參照章節：6.2.1職涯發展與訓練-確保學習成效。

價值鏈 - 供應商(上游)：

提供供應商人權議題宣導教育訓練，以提高人權重視。透過年度供應商ESG永續自評估問卷審查，檢視勞動實踐和人權問題的合規性，也對關鍵供應商進行現場審核，以檢查勞工實踐和人權狀況。對價值鏈 - 供應商(上游)可能直接面對普通弱勢群體，除個資保護外，本公司提供多項措施(如無障礙設施、線上申請等)，以確保其服務使用權利。

台灣大哥大將人權盡職調查程序納入併購程序中，對合併、收購等新商業關係進行人權盡職調查；並在投資完成後，統一適用本人權政策，以確保價值鏈各階段的人權受到保障。

- **STEP 4 檢討與修正**：定期追蹤與掌握執行情形，希望有效地管理人權問題。
- **STEP 5 揭露**：將人權政策與盡職調查相關結果對外說明。
- 富邦媒體科技人權政策與盡職調查，請參照【富邦媒體科技永續報告書】

1.6 供應鏈協同戰力 責任採購與低碳輔導

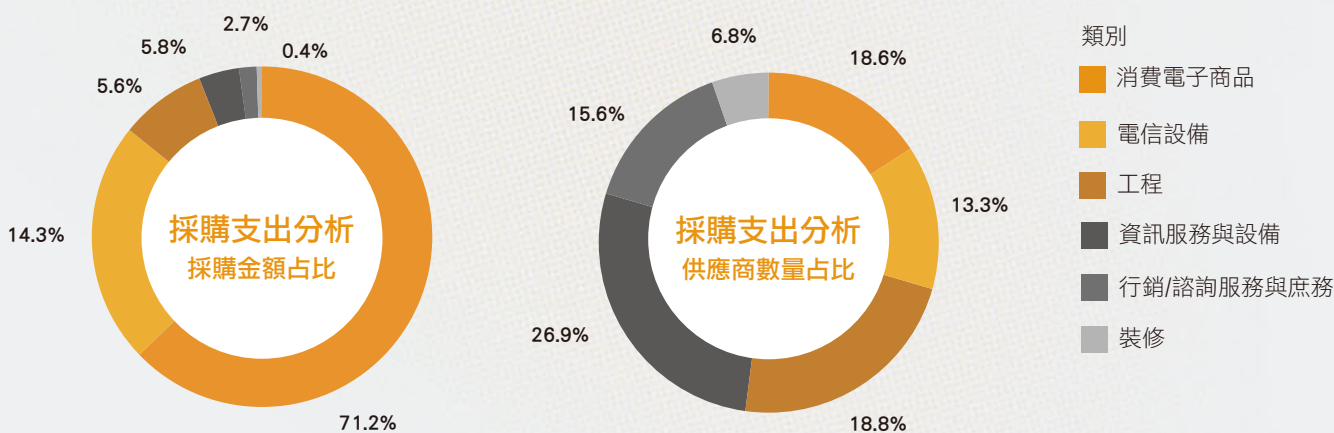
1.6.1 科技電信

1. 科技電信供應鏈概況

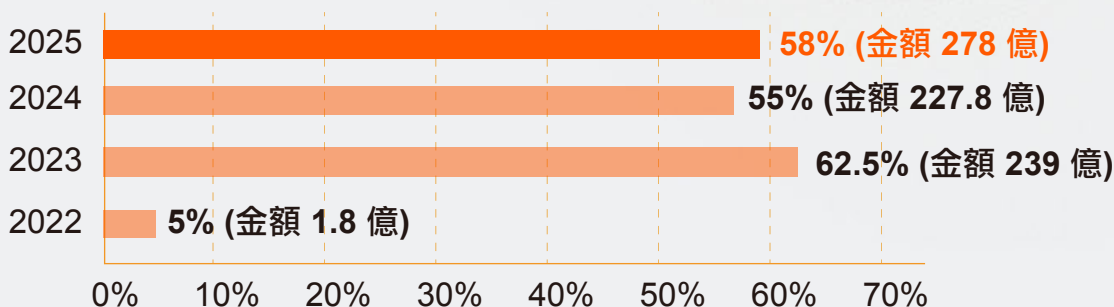
2025年總採購金額
476.93億元(包含全球與在地採購)
在地採購比例97.78%

2025年綠色採購
總金額達278億元

台灣大2025年合作供應商家數共556家，並將採購類型共分為：消費電子商品、電信設備、工程、資訊服務與設備、行銷/諮詢服務及庶務與裝修共6大類，其中採購金額占比最高類別為消費電子商品與電信設備類別。當年度全球採購金額為476.93億元新台幣，供應商分布亞洲、美洲與歐洲等地區，同時台灣大亦持續支持在地經濟發展，積極與當地供應商合作，2025年在地採購金額達466.36億元，佔總採購金額比例為97.78%。



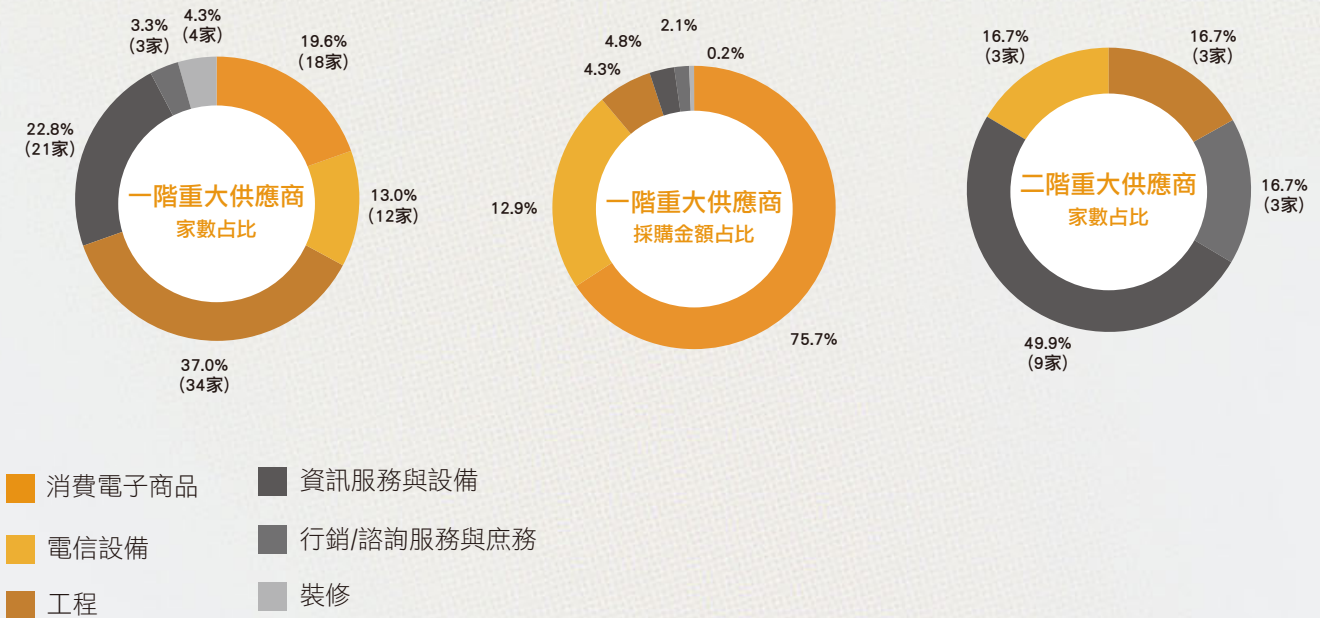
綠色採購比例



• 重大供應商

考量供應商與台灣大的業務相關性，以及是否具實際/潛在ESG重大風險，台灣大以採購金額、不可取代性與ESG風險評鑑分數作為篩選重大供應商的標準，2025年共計110家如下：

- 一階重大供應商：直接提供台灣大服務者，總金額達300億元以上，以及具實際/潛在ESG重大風險，共計92家。
- 非一階重大供應商：直接提供台灣大的一階供應商服務者，金額或者採購類別具關鍵性，以及具實際/潛在ESG重大風險，且並非台灣大之一階供應商的企業，共計18家。



2. 科技電信供應鏈管理架構

完成142家供應商書面碳盤查
10家供應商實地碳盤查

目標2035年
達成供應鏈減碳23%

台灣大持續肩負企業社會責任，並深化與供應商的合作，共同邁向永續淨零。自2023年重新修訂供應商永續發展守則以來，進一步強化對人權、勞工權益、環境保護及商業道德的要求，並將對供應鏈夥伴的期許納入守則中。2025年，台灣大在此基礎上，持續落實ISO 20400永續採購框架，透過擴大實地審查範圍及深化教育訓練，全面提升供應商的ESG表現。同時，台灣大強化供應鏈永續風險的預先鑑別與管理機制，確保供應商能積極響應永續策略，攜手構築更具韌性的永續供應鏈。

1.6.1 科技電信

2. 科技電信供應鏈管理架構

- 永續供應鏈管理制度

台灣大自從建立永續供應鏈管理制度後，逐年精進供應鏈管理面向，於2023年導入ISO 20400永續採購制度，將永續採購精神、供應鏈管理框架納入原有的「採購管理辦法」中，並呈總經理核決通過。該管理框架整合環境、社會、治理(ESG)三面向系統性管理，針對新供應商、既有供應商與重大標案廠商皆有相對應的管理方式，並持續透過審查確保供應商符合「供應商永續發展守則」，此辦法共七項管理重點如下：

1	品質管理	透過技術評比機制，確認產品及設備符合永續需求，透過廠商績效表現掌握各供應商實際落實永續之狀況，從中進行優化及改善。
2	服務管理	要求承諾完整服務與交期品質。
3	風險掌控	要求簽署誠信經營聲明，不可違背公平競爭、環保法規、著作權及勞動法規等。利用年度審查活動確認誠信經營執行現況並進行風險評鑑，識別供應商的ESG風險及衝擊程度，作為選商依據。
4	機會識別	根據ESG議題，觀察於產業中永續表現良好之供應商，識別各供應商未來可能產生之機會，進行有效管理及合作。
5	落實永續	舉辦採購員及供應商教育訓練，落實永續認知。
6	運輸低碳化	將運輸成本與物流交通的碳排放量納入供給運輸路線規劃，綠化現行物流動線。
7	持續落實綠色採購	台灣大於2023年導入「ISO 20400 永續採購指南」，將永續準則納入採購流程、供應鏈管理，根據各採購項目設定相應標準，降低採購行為產生之環境與社會衝擊



• 供應鏈碳管理

2018年起，台灣大即開始對供應商進行溫室氣體盤查，年年精進盤查數據品質，台灣大以2020年為基準年，2025年台灣大完成共142家一階供應商之2024年度碳盤查與10家供應商碳盤查實地審查，持續依排放量及採購金額前90%鑑別主要的議合對象，2025年碳盤查供應鏈排放熱點結果為工程類、消費電子商品類廠商。

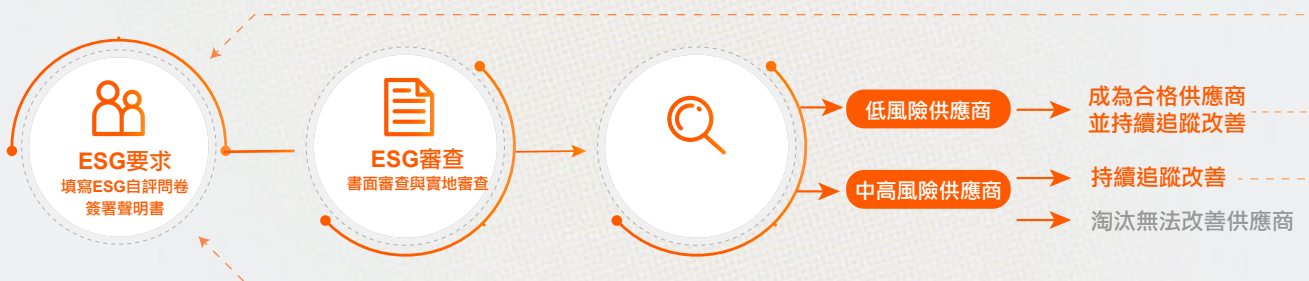
3. 科技電信供應鏈篩選與評估

誠信經營守則與安全衛生環保
切結書簽署率100%

完成407家供應商
ESG書面審查與40家實地訪查

• 供應商評鑑制度

台灣大參考SDGs、OECD、RBA、DJBIC、MSCI等國際倡議與評比指標，持續精進供應商評鑑制度，並委由專業顧問設計ESG自評問卷，透過評鑑過程判別出低中高風險之供應商，針對高風險供應商定期稽核與輔導其改善成果，協助供應商持續成為台灣大的永續夥伴。



• 供應商ESG問卷

為了持續強化供應鏈風險管理，台灣大採用ESG自評問卷對供應商進行永續風險評估，參考國際標準與倡議，如CDP、DJSI及《聯合國世界人權宣言》等，並同時納入國家、產業與產品的特定風險，確保供應鏈的穩健與合規：

• 供應商ESG問卷

- 國家特定風險：透過監管要求並評估供應商遵守國家法規的風險，包括但不限於政府關於禁止來自特定地區的產品的命令。
- 產業特定風險：透過ESG風險評估，識別供應商所在產業面臨的風險，例如衝突材料。
- 商品特定風險：透過產品價值鏈分析，識別產品價值鏈上下游風險。透過生命週期分析識別環境污染、能源使用和碳排放，審查相關數據並分析重大風險。

- 2025年ESG問卷共有22類永續相關議題，風險評估面向如下表所示：

治理面向	社會面向	環境面向
1.永續經營與治理	12.人權	16.能源管理
2.誠信經營	13.勞工權益	17.溫室氣體管理
3.營業秘密保護	14.職業安全衛生管理	18.水與排放水管理
4.資訊安全與隱私保護	15.人才管理	19.廢棄物管理
5.品質管理		20.減廢和材料循環
6.供應商管理		21.事業廢棄物管理
7.營運持續管理		22.生物多樣性
8.利害關係人權益		
9.爭議原料管理		
10.法律遵循		
11.社區議合		

• 新供應商審查

台灣大持續推動「新供應商ESG績效自評表」，全面瞭解擬欲合作供應商在環境、社會及公司治理(ESG)面向之落實情形。所有合作供應商皆須填寫自評表，而針對重大標案，台灣大已設立永續績效作為領標門檻，要求投標供應商之ESG問卷須經專業顧問審查，通過後方可參與投標。為進一步強化永續採購管理，台灣大在供應商評選過程中，將ESG績效納入評估標準，並占整體評分比重約5%–10%，優先遴選永續表現優異之供應商。

• 新供應商審查

此外，所有合作供應商皆須遵循台灣大「供應商永續發展守則」，並簽署「誠信經營聲明」，如有違反相關規範，將可能面臨合作終止或解除之風險。2025年，台灣供應商對「供應商永續發展守則」之宣導覆蓋率已達100%。針對工程承攬廠商，則須詳閱「承攬商安全衛生環保管理標準作業程序」，並簽署「承攬商安全衛生環保切結書」，2025年該切結書之簽署率亦達100%。同時，針對資通訊安全及隱私權保護議題，於訂購單條款中明訂保密責任與告知義務，並要求供應商遵循「委外廠商資安管理規範」，以確保相關資訊安全管理之落實。

審核項目	適用對象	2025審核家數	2025完成率
簽署「誠信經營聲明」	全體供應商	869	簽署率100%
簽署「承攬商安全衛生環保管理標準作業程序」	工程類廠商	86	簽署率100%
填寫新供應商ESG績效自評表	全體新供應商	102	回收率100%



• 既有供應商ESG審查目標

台灣大設計每三年為一循環 (最新循環年度2023~2025年), 制定供應商書面審查、實地審查之目標KPI及風險改善追蹤計畫。在該循環期間, 台灣大以維持一階供應商書面審查比例達 80% 以上為目標, 並規劃一階重大供應商之累積實地審查比例於2025年達到100%; 同時, 針對高風險供應商之改善追蹤覆蓋率維持100%, 以確保風險改善措施之有效落實。

	KPI項目	2025年執行率	2025完成率
KPI1	一階供應商 書面審查比例	審查率: 93.7%	於2023年至2025年間 一階供應商審查率達80% 目標年為2025年
KPI2	一階重大供應商 實地審查比例	審查率: 100%	2025年完成一階重大供 應商100%實地審查
KPI3	一階重大供應商 碳盤查比例	盤查率: 96.5% ^(註)	2025年完成一階重大供 應商100%碳盤查

註: 台灣大原訂於2023-2025年完成第一階重大供應商100%碳盤查, 截至2026/03實際完成率為96.5%。尚未完成盤查之供應商主要因碳盤查制度導入與資料建置尚未成熟, 台灣大已持續透過供應商議合、教育訓練與技術輔導協助其提升碳盤查能力。

• 永續供應鏈風險評鑑

台灣大透過要求供應商填寫ESG自評表, 並結合書面與實地審查機制, 查證自評結果之真實性與落實情形, 進一步進行供應鏈永續風險鑑別, 產出供應商ESG評估報告與精進建議。針對鑑別為高風險之項目, 台灣大要求供應商提出並執行改善計畫, 並持續追蹤其改善成效; 若供應商於特定議題上持續被評定為高風險者且未能有效改善, 台灣大將啟動暫停或終止合作之管理機制, 以確保供應鏈永續風險獲得妥善控管, 詳細流程與做法請參考《供應商作業規範及記點規則辦法》。

供應商	2023	2024	2025
一階供應商家數	564	570	556
一階重大供應商家數	92	92	92
一階重大供應商採購金額比例	93.54%	93.77%	90.25%
非一階重大供應商家數	18	18	18
重大供應商家數 (包含一階與非一階)	110	110	110
高風險供應商	2023	2024	2025
高風險一階供應商家數	0	0	1
高風險一階重大供應商家數	0	0	0

註：

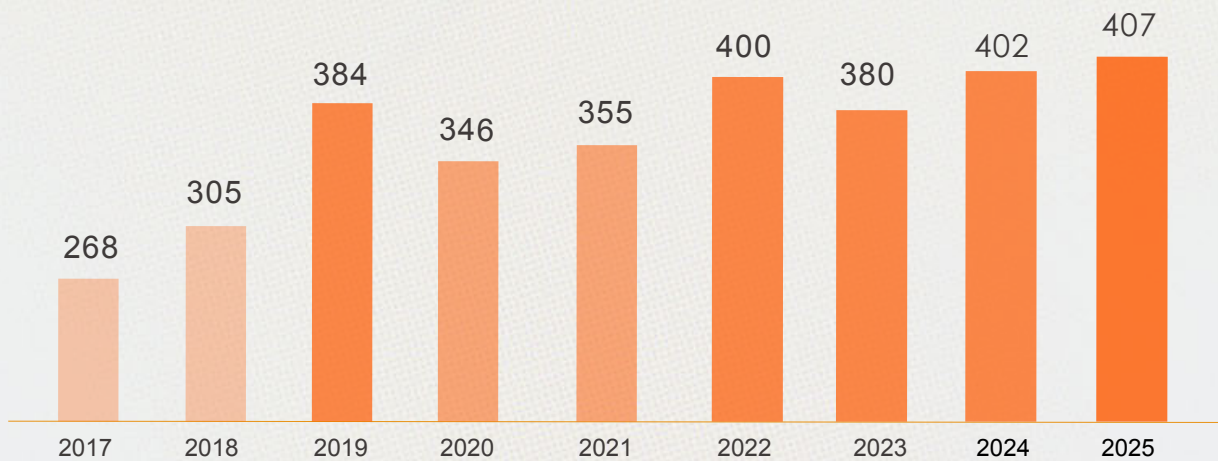
1. 一階供應商：與台灣大具有直接採購或商業交易關係，直接提供產品、原料或服務之供應商。
2. 一階重大供應商：一階供應商中，對台灣大營運具有重大影響者，例如採購金額占比高、關鍵原料或不可替代供應商。
3. 非一階重大供應商：非直接與台灣大交易但位於上游供應鏈、且對關鍵原料或產品供應具有重大影響的供應商（例如 Tier-2 或更上游）。
4. 高風險一階供應商：經台灣大供應鏈風險評估後，被識別為在環境、勞動人權、法規遵循或地區風險等面向具有較高永續風險的一階供應商。
5. 高風險一階重大供應商：同時符合重大供應商及高永續風險供應商條件者。

• 供應商書面審查

供應商須如實填報ESG管理現況並提供相關佐證資料，由專業顧問機構進行書面審查，以查證其落實情形並敦促持續精進永續績效。2025年，台灣大共完成407份一階供應商ESG自評問卷之書面審查(不含非一階重大供應商)，並定期評估非一階重大供應商，共完成6家審查。根據審查結果，受評供應商皆未發現違反結社自由或團體協商權利之情事，顯示供應商在人權管理面向之落實情形符合台灣大之要求。

供應商ESG自評估問卷回收份數

單位：份



• 供應商實地審查

2025年台灣大進行年度採購分析，檢視採購金額並設定關鍵重大門檻，並回顧前一年度鑑別之高風險供應商名單，據以選定40家重大供應商及高風險供應商進行實地審查，識別出1家高風險供應商。

展望2026年，台灣大將持續推動重大供應商實地審查機制，透過深化與供應商的互動與查證流程，強化永續風險管理並推動供應鏈永續實務的持續精進。

• 高風險廠商負面衝擊改善計畫

台灣大透過永續風險評鑑機制，系統性追蹤供應鏈永續風險變化，提前辨識潛在風險並採取相應管控措施。針對鑑別為高風險之供應商，台灣大訂定改善計畫並持續追蹤改善成效，同時於隔年透過實地審查確認改善情形。

• 高風險廠商負面衝擊改善計畫

台灣大於2024年末鑑別出新增高風險供應商，並已於2025年完成既有案件之100%複查。2025年，台灣大共對407家供應商進行永續風險評鑑，鑑別出0家治理高風險供應商、1家社會高風險供應商以及0家環境高風險供應商，並預計於2026年完成100%複查。

供應商改善計畫	2025成果	2026目標
供應商審查家數 (包含書面、實地審查)	407	重大供應商 審查比例 100%
重大供應商審查家數	77	
具實際/潛在重大 負面衝擊之重大供應商家數	0	
負面衝擊之重大供應商 已列入改善計畫的比例	100% ^註	
負面衝擊之重大供應商 終止合作的家數	0	
具負面衝擊之重大供應商 參與改善計畫的家數	0	
具負面衝擊之供應商 參與改善計畫的比例	100% ^註	100%

註：2025年度評鑑結果無具實際/潛在重大負面衝擊之重大供應商。

4. 科技電信供應鏈交流與社會造福

- 台灣大近年來持續致力於與供應商攜手推動永續發展，並透過多元溝通與合作模式，深化雙方夥伴關係。我們藉由舉辦教育訓練、工作坊、交流會等活動，深化供應商對永續議題的理解，並賦予其在ESG領域的執行能力。
- SBTi精準減碳座談會

面對國際碳管理趨勢，由單純減碳邁向自然解方與氣候風險治理，台灣大積極響應 SBTi、TNFD 與 TCFD 等國際永續標準，透過舉辦減碳座談會與永續論壇等多元議合機制，持續強化供應鏈碳管理能力與氣候韌性。

截至 2025 年底，台灣大已輔導46家供應商參考 SBTi 路徑制定減碳目標，平均碳排放減少 3%，並於工程採購條款中全面納入生物多樣性要求，推動供應鏈落實自然共好責任。2025 年，台灣大舉辦 1 場 SBTi 精準減碳座談會，邀請 26 家高度減碳潛力供應商參與。座談會內容涵蓋企業減碳作為、國際淨零趨勢、SBTi 中小企業減碳路徑設定及 SBT 工具應用，由顧問團隊提供專業說明，並安排企業分享減碳實務經驗，協助供應商強化減碳規劃與執行能力，提升供應鏈整體減碳績效。展望未來，台灣大將持續推動供應商設定科學基礎減碳目標，朝向 2035 年供應鏈減碳 23% 的階段性目標邁進。

此外，台灣大已連續四年榮獲國際碳揭露計畫 (CDP) 供應商議合最高等級 A 級評等，並於四大評核指標獲得滿分肯定，展現台灣大領航產業鏈共創綠色韌性生態圈的承諾與成果。

供應商改善計畫	2025成果	2026目標
一階供應商永續能力 建置活動參與累計家數	47	50
一階重大供應商永續能力 建置活動參與累計家數	21	
一階重大供應商永續能力 建置活動參與比例	27%	

來源定義：有長期計劃者，如近期有邀請進行SBTi目標設定&高風險改善廠商，
即包含：減碳座談會參與供應商總數46家+綠電團購1家+2025年高風險供應商1家

• 綠電團購座談會

在能源轉型與供應鏈碳管理方面，2025 年台灣大成功議合 1 家高碳排供應商加入綠電團購行列，加速再生能源導入，並持續推動供應商綠色轉型。同時，台灣大號召供應商響應「種福電」計畫，將永續影響力從能源轉型延伸至實質公益行動。至今，已有 160 家供應商參與該計畫。

2025 年，台灣大透過綠電團購與議合活動，支持公益團體在第三方屋頂建置太陽能板，計畫募資新台幣 450 萬元。預計 20 年可發綠電約 215 萬度，提供心路社會福利基金會約 700 萬元收益，同時減少碳排放約 1,020 公噸。此舉不僅強化供應鏈能源管理與減碳能力，也將企業永續行動拓展至社會共好與公益價值落地，詳細內容可參考 4.5.2 綠能倡議—種福電計畫 章節。

台灣大持續透過創新模式結合供應商發展綠電，推動減碳行動與公益共創，彰顯企業在能源轉型、社會責任與永續供應鏈管理的領導力與承諾。

• 紅樹林復育與藍碳生態系建構

為回應氣候變遷與沿海風險，台灣大將自然解方納入供應鏈氣候策略，攜手供應商推動紅樹林復育，打造具備減碳與防災功能的藍碳生態系。2025 年由財務長親自帶領一階及二階供應鏈夥伴投入補植行動，將自然資本與氣候韌性納入公司風險管理與供應鏈治理，將永續從承諾轉化為實際行動，並同步強化供應商的氣候與自然管理能力。詳細內容可參考 5.3.1 台灣大藍碳 紅樹林復育計畫 章節。



1.6.2 科技電商永續供應鏈

2025年發放
「供應商ESG自評表」
逾**700**份

2025 連續兩年舉辦
「momo ESG 學苑」

1. 供應商概況

- 供應商類型：momo供應商類型包含商品、物流、庶務以及承攬等4大類別，其中以商品類最大宗。進一步供應商說明，詳參momo永續報告書。
- 供應商ESG管理：momo明定「供應商/承攬商永續發展守則」，向供應商確切表達我們堅守的原則與標準。守則內容涵蓋勞工權益與人權、健康與安全、環境、道德規範四大範疇，促請供應商共同遵守永續發展方針，方可於momo上進行商品販售。2025年度共有3,946家新進供應商及承攬商簽署，截至2025年有18,669家供應商簽署，2025年已登錄之新進供應商及承攬商簽署率為98.2%。每年於線上公告，做為有效的管制措施並納入規範管理。

momo 關鍵一階 / 新進供應商 ESG 自評表之關注議題



2. 科技零售供應商永續賦能培育 - momo ESG學苑

momo致力於推動電商零售價值鏈共同邁向產業低碳轉型，秉持「賦能供應商、共創永續價值」的理念，2024年首次舉辦「企業碳管理起手式」實體教育訓練，以電商龍頭的角色，協助供應商夥伴理解組織、產品之溫室氣體盤查與業務連結，積極倡議鼓勵供應商進行產品碳足跡；此外，更積極宣導包裝減量與循環物流箱推動等等。2025年momo更進一步擴大影響力，舉辦高規格論壇，特別邀請環境部彭啓明部長與資源循環署賴瑩瑩署長蒞臨，並在環境部指導下，以及為貼進供應商營運的商業需求，深入宣導「低碳產品與綠色設計」與「環境友善標章」的重要性，協助供應商將低碳理念融入產品開發與營運策略，推動市場綠色轉型。活動當天吸引逾100位供應商熱烈參與，現場交流踴躍，展現產業鏈共同打造「永續消費綠循環」的決心。本次活動不僅獲得供應商高度肯定，更引起媒體廣泛關注，累積16篇報導，成功擴散momo在電商平台永續行動的影響力。未來，momo將持續舉辦「供應商ESG學苑」，隨時因應國際永續趨勢與供應商ESG概況，提供供應商ESG賦能，實現「平台帶動、產業共榮」的永續願景，為台灣零售產業創造更具前瞻性的綠色價值鏈。





主航道加速

Chapter 2 營運績效 客戶體驗

- 1 2025年營運戰報
- 2 財務成果
- 3 SGF產品服務升級
- 4 TELCO+ 賦能事業
- 5 TELCO+TECH科技電信事業
- 6 ONE MO STEP科技電商

心大願景

責任企業 體驗未來

重大主題

營運績效

利害關係人

股東/投資人、主管機關、員工、客戶、
評比機構、媒體、供應商、社區/NGO



AI驅動成長

超人計劃
應用實作率 **72.2%**


2.1 2025年營運戰報

2.1.1 戰略版圖

台灣大哥大股份有限公司成立於1997年2月，同年取得政府核發電信事業特許營運執照，於台灣地區設立總部、分公司及相關業務場所，其中實體通路服務門市遍布全台，亦有電話及網路等多元銷售通路。台灣大依證交所上市公司產業類別屬通信網路業，是台灣第一家率先宣告轉型成為新世代網路科技公司的電信業者，並以Telco+Tech科技電信三大引擎發展，服務涵蓋電信、網路、媒體&娛樂、電子商務、Web3、電信金融等多角化經營。事業體系涵蓋個人用戶事業群、企業用戶事業群、家計用戶事業群、零售及文化業務，業務範圍及主要服務內容詳下。

	品牌名稱	主要服務內容	2025年營運績效
個人用戶事業群	 台灣大哥大 Taiwan Mobile	個人用戶之行動電信服務為主，包含月租型、預付型、增值服務	<ul style="list-style-type: none"> 行動電信用戶數(不含040門號)佔總市場(3家行動業者)約32%，為國內第二大
企業用戶事業群	 台灣大哥大 商務服務	企業用戶之資通訊整合服務，含行動、固網(語音/數據/網際網路)、雲端、物聯網等服務	<ul style="list-style-type: none"> 固網業務為國內前三大
家計用戶事業群	 台灣大寬頻 TWM Broadband	家計用戶之視訊(CATV / DTV)及寬頻上網(Cable Broadband / FTTx)服務	<ul style="list-style-type: none"> 國內第四大多系統經營者(MSO: Multiple System Operator)，涵蓋台灣11%家戶 寬頻上網用戶數32.9萬戶，年成長4%
零售業務	 momo 富邦媒體科技	電子商務、電視購物	<ul style="list-style-type: none"> B2C電子商務為國內第一大 年度合併營收規模達千億元
文化業務	 臺北文創 Taipei New Horizon	提供文創產業進駐及文化創意策展體驗	2025年造訪松山文創園區逾1,100萬人次

2.1.2 財務績效

財務報告公告 

合併EBITDA
432億元
為歷史新高

合併營業利益
215億元
為14年新高

每股盈餘 **4.77**元
為七年新高

行動業務及家用寬頻兩大引擎持續推動成長，「好速成雙」、「OP響樂生活」等獨門方案持續助攻，月租型用戶5G滲透率已逾四成，ARPU (用戶每月平均貢獻收入)與行動服務營收持續攀升的同時，退租率更再創歷史新低。企業及政府電信整合業務歷經一整年的資源投入，於2025年底已見成效，並為後續成長奠定基礎。新科技事業逐步成為新成長引擎，布局涵蓋電信帳單代收、遊戲事業、品牌電商、電信金融、Web3以及電動車充電服務等多元領域。

2025年合併總營收成長至1,988億元。獲利表現方面，受惠於電信營收穩健成長、網路整併效益持續發酵，以及行銷策略調整得宜，稅前息前折舊攤銷前營業利益 (EBITDA) 達432億元，創歷史新高；營業利益亦寫下14年新高，EPS 4.77元，為近7年最佳表現。

台灣大於企業網站投資人專區即時揭露財務業務及公司治理相關資訊，設有專責人員負責公司財務資訊蒐集及即時揭露工作，包括舉辦法人說明會等，並依規定設有發言人。

(單位：新臺幣百萬元)

業務別	電信	有線電視及寬頻	零售	其他
2025年營收 ⁽¹⁾	89,388	5,932	108,666	668
業務占合併營收比例	45%	3%	55%	0%
營收年增率	5%	1%	-3%	4%
2025 合併營業利益 ⁽¹⁾	15,606	2,317	3,352	344
業務占合併營業利益比	73%	11%	16%	2%
業務營業利益年增率	18%	-1%	-22%	35%

註1：資料來源係財務報告中部門別財務資訊，其與合併數的差異係由於沖銷調整數。

2.1.2 財務績效

重點經營績效：

	2023	2024	2025
營業收入(新臺幣十億元)	183.3	199.4	198.8
營業利益(新臺幣十億元)	17.5	20.3	21.5
本年度淨利(新臺幣十億元)	14.3	15.8	16.2
本年度綜合損益總額 (新臺幣十億元)	14.3	15.4	15.2
淨利歸屬於母公司業主 (稅後淨利)(新臺幣十億元)	12.3	13.8	14.4
綜合損益總額歸屬於 母公司業主(新臺幣十億元)	12.2	13.4	13.5
每股盈餘(新臺幣元)	4.33	4.57	4.77
ROE(股東權益報酬率)	15%	15%	15%

2.1.2 財務績效

重點經營績效：

年份	2023	2024	2025
自由現金流收益率 Free Cash Flow Yield	5.5%	5.7%	6.5%
現金股利殖利率 Dividend Yield	2023 (2022盈餘)	2024 (2023盈餘)	2025 (2024盈餘)
	4.3%	3.7%	4.0%
現金股利(元/股)(發放年度) Cash Dividend	2023 (2022盈餘)	2024 (2023盈餘)	2025 (2024盈餘)
	4.30	4.30	4.50

ESG數據統計表請參閱附錄

2.1.3 股東/股利、稅務政策

資料日期:2025.07.15

1. 股東

本公司透過永續經營，為股東創造最大價值，另按月申報董事、經理人及持股10%大股東之持有股份，掌握實際控制公司之主要股東及主要股東之最終控制者名單。

股東結構 數量	政府機構	金融機構	其他法人	個人	外國機構及外人	合計
人數	7	39	434	64,013	953	65,446
持有股數	294,079,235	552,230,900	1,840,415,949	411,875,584	624,660,143	3,723,261,811
持股比例	7.90	14.83	49.43	11.06	16.78	100.00

2.1.3 股東/股利、稅務政策

2. 股利政策

- 持續維持高盈餘分配
- 行使電子表決權數99.3%

本公司股利政策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。最近年度股利分配情形如下：

年份	2022 (2023分配)	2023 (2022分配)	2024 (2023分配)	2025 (2024分配)
現金股利	4.3/股	4.3/股	4.5/股	4.8/股
股利金額	\$12,128	\$13,005	\$13,610	\$14,518

自2012年起股東會採行逐案表決及電子投票，並於議事錄、公司網站及公開資訊觀測站揭露議案表決結果，提供股東多元的議事表決管道，充分讓股東行使其權利，2025年以電子方式行使表決權佔出席權數99.3%。

3. 稅務政策

稅務管理健全支付所得稅38.9億元

2024及2025年度國內外營運及所得稅資訊詳下表，主要營運國家為台灣，獲利已依法定稅率20%繳納所得稅。有效稅率與法定稅率主要差異為所得稅法規定國內投資股利免稅、虧損扣抵及核定差異等，致支付稅率較法定稅率為低。

租稅優惠為投資5G行動通訊系統、智慧機械、資通安全產品或服務與研究發展等投資抵減及5G、偏鄉與山林建置行動通信網路建設等政府補助。

稅務政策與政府補助

本公司秉持之稅務政策重點如下，每季向董事會及相關委員會報告影響情形，董事會負有監督之責，以確保稅務管理機制有效運作：

- 遵循各國稅務法規與國際租稅準則，秉持符合租稅法規精神之原則進行具有經濟實質之租稅規劃
- 財務報告資訊透明，稅務揭露已遵循相關規定與準則處理
- 與稅捐稽徵機關建立互信及誠實溝通關係，適時進行稅務議題溝通
- 重要決策及交易均考量租稅風險與影響
- 提升稅務專業素質及人才培訓，面對攸關的稅務法規變化能快速評估影響並應變

本公司稅務方針與整體營運策略及永續發展方向相互連結，透過支持5G網路建設、資通安全與偏鄉通訊等關鍵投資及實質經濟活動落實稅務決策，以提昇企業長期價值並促進社會永續發展。

(單位：仟元)

	2024年			2025年		
營業收入	項目	國外	合計	國內	國外	合計
營業淨利	196,242,700	3,131,205	199,373,905	195,591,770	3,172,813	198,764,583
所得稅費用	19,399,254	851,222	20,250,476	20,430,014	1,020,070	21,450,084
支付所得稅	3,731,973	4,522	3,736,495	3,736,683	-	3,736,683
投資抵減	3,531,635	4,522	3,536,157	3,885,005	-	3,885,005
投資抵減			41,946			300,014
政府補助收入			955,498			1,034,752
有效稅率			19.13%			18.74%
現金支付稅率			18.10%			19.48%

2.1.4 Telco+Tech引擎戰略圖

以三層次升級策略為核心，持續鞏固電信本業基礎並深化集團資源整合，從穩健Telco電信本業出發，整合天賦切入AI、資安、雲端等Telco+企業事業，同時開展Web3、電信金融等Telco+Tech科技電信事業，三面向驅動企業成長。

首先在Telco面向：消費電信事業在SGF永續成長根基策略持續推動下，2025年12月單月營運表現亮眼，行動服務營收加速成長，年增幅度為全年最高。競爭不在價格，在於創造更高的用戶價值。我們透過多元方案帶動高資費用戶成長，用戶願意為整合型體驗付費。

賦能創新層面(Telco+)，我們聚焦企業服務，透過GaaS (Gift-as-a-Service，天賦即服務)模式，聚焦AIDC、AI應用、資安防護、能源管理四大利基，協助企業AI升級。台灣大哥大不只賣行動、固網等電信產品，我們更販售「升級能力」。針對企業客戶市場，聚焦四大發展利基分別為AIDC基礎建設、AI應用、資安，以及能源管理等。

Telco+Tech科技電信事業部分，跨足TWEX台灣大虛擬資產交易所、電信金融(TelcoFin)等前瞻事業，並透過投資布局USPACE、WeMo，切入智慧移動場景，打造能持續創造高附加價值事業，創造出新世代科技電信成長曲線，七年來已有超過三成成長率。



2.2 SGF產品服務升級

2.2.1 客服體驗全面AI升級

1. 客戶服務承諾/機制

- **多元創新服務**

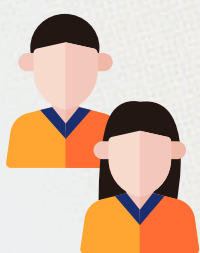
客戶服務資訊多且作業複雜，開發創新的智慧服務，確保即時解決客戶問題。

AI客服小麥精確理解客戶問題及回覆，協助提供全天候24小時多元服務，2025年每月進線50萬通，滿意度達90%。

人機協作導入RPA(Robotic Process Automation)的應用代替人工處理常規性作業，將簡單重複工作由RPA完成，精細判斷作業專人處理，員工專注於高價值的工作內容。

- **客戶服務承諾**

創造客戶最佳使用經驗，持續落實全方位服務的五大承諾。



1 用心傾聽
展現專業

2 保護個資
建立信賴

3 尊重顧客
貼心服務

4 積極處理
有效解決

5 營造雙贏
獲得滿意

- **服務品質保證**

我們積極導入SGS(Societe Generale Surveillance) 服務品質驗證制度，連續13年均獲全球最受認可的驗證機構為我們提供之服務背書，證明我們的服務品質、服務標準維持一定水準，並與國際緊密接軌。

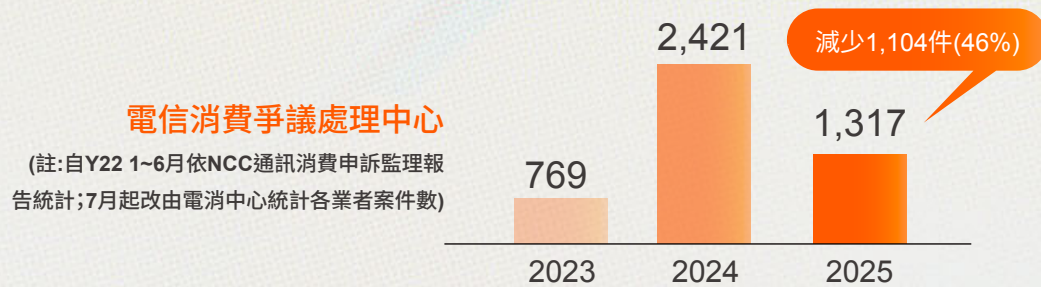
ISO 10002證書



2.2.1 客服體驗全面AI升級

• 服務處理與客訴通報

專責人員處理，採系統化作業管理與追蹤，以確保迅速回應、妥善解決客訴案件。針對重大客訴改善議題，定期由總經理親自召開跨部門會議，研擬提升服務品質計畫。



• 服務提升計畫：服務整合

升級語音客服系統，導入 AI 語音核身及AI語音客服，持續優化服務效率與客戶體驗，全台共設3個客服中心、約1,500名客服人員，並強化人員專業能力，客服年度總訓練達 5,810人次、總訓練時數達49,765小時(與提供全集團訓練成果不同，詳見6.2.1)。2025 年以智慧語音與AI客服應用成果，榮獲「亞太客服中心聯盟」科技創新白金首獎，以及「CSEA 卓越客服大獎」客戶服務與 AI 系統應用雙料獎項。

2. 客戶滿意度與行為分析

- 2025年客戶滿意度註達91分

客戶滿意度(%) 註1,2	2021	2022	2023	2024	2025	2025 目標
個人用戶註3	90	90	91	88註6	91	90
家計用戶註4	93	93	92	93	93	93
企業用戶註5	90	92	88	92	88註7	90

註：個人用戶揭露範疇以台灣大哥大個體公司為主；家計用戶揭露範疇以台灣大寬頻用戶為主；企業用戶揭露範疇以台灣固網客戶為主

註1：客戶滿意度調查指標為「對電話客服」滿意度。

註2：客戶滿意度%係指受訪用戶中表示「非常滿意」與「滿意」的佔比。

註3：調查工具包含電話訪問、互動式語音應答(Interactive Voice Response, IVR)等；每年至少一次電話訪問，188客服專線服務15~30分後，以IVR系統進行隨機抽樣外撥。

註4：調查工具為互動式語音應答(Interactive Voice Response)，於客服專線服務結束後以IVR系統進行外撥調查

註5：調查工具為網路調查，每年至少舉辦一次調查。

註6：2024年滿意度較2023年度下滑，主因原台灣之星用戶滿意度低於90%，係因合併整合採分階段作業，且原台灣之星用戶尚需時間適應本公司之相關服務作業和方式，已持續強化用戶之溝通，並陸續完成帳務系統/網路整合，預期後續滿意度應可提升。

註7：本年度滿意度指標之變動，經評估仍處於統計隨機誤差區間內，顯示整體服務品質仍屬穩定。後續將持續優化數位平台整合與流程自動化，並強化對不同客戶分群之維繫頻率，以確保滿意度維持目標水位。

• 客戶行為分析-CEM

透過系統自動蒐集用戶端的訊號品質與強度資料，並在去識別化處理後，進行各區域的平均訊號品質與強度統計分析。當接獲用戶反映訊號異常時，相關人員可依據科學化、量化的分析指標，迅速掌握該用戶所在位置的網路訊號狀況，從而更準確地理解用戶體驗，並提供精確判斷與改善建議。

2.2.2 消費電信領航 穩健前行行動服務營收月租用戶退租率

• 關鍵指標

行動業務及家用寬頻兩大引擎持續推動成長，繳出亮眼成績。「好速成雙」、「OP響樂生活」等獨門方案持續助攻，月租型用戶5G滲透率已逾四成，ARPU與行動服務營收持續攀升的同時，退租率再創歷史新低，截至2026年1月，月租用戶退租率已降至歷史新低0.53%。自整併以來，台灣大聚焦5G升級與增值服務，有效降低流失率並帶動ARPU（每用戶平均收入）成長。

1. 台灣大認證盒裝二手機

台灣大哥大於2024年推出電信業首創「認證盒裝二手機」，所有機源皆來自myfone門市回收手機，並逐一核對每支手機的IMEI（國際行動裝置辨識碼），確保來源合法可追溯，降低消費者遭遇詐騙或購買贓貨的風險。手機回收後由門市完成收件與初檢，並經軟體檢測與專業團隊複測，確認實機功能正常後再行出廠最終把關，統一以台灣大認證盒裝包裝上市。此作法延長終端設備使用壽命、促進資源循環與減少電子廢棄物，同時透過完善驗證與資訊透明機制，兼顧消費者權益保障與數位交易信任，落實循環經濟與負責任消費的永續精神。2025年回收的手機中，2.5%變身「認證盒裝二手機」。

2. 次世代減碳門市

2025年全台共366家直營門市。自2023年起正式啟用智慧減碳門市，陸續於全台myfone門市導入數位陳列看板、雲端輪播系統、數位QRcode叫號系統、電子標籤及各項無紙化措施，深化低碳營運。

3. AI智慧生活課程

台灣大哥大於2024年11月啟動門市「AI智慧生活課程」，免費開放不限年齡與電信業者之民眾參與，致力縮小數位落差、提升全民AI素養，回應SDG 4「優質教育」並落實數位包容。課程採實作教學模式，將AI工具轉化為生活與工作應用，並結合數位安全教育與「反詐戰警個人版（OP Scam Buster - Personal Edition）」服務，強化學員風險意識。專案啟動以來，累計至2026年3月有近500人報名，學員年齡橫跨7至70歲，整體滿意度達96%；目前已開設7堂以上、涵蓋5大主題課程，並於台北、高雄門市試點推動。未來將擴展至全台6大城市，預計累積舉辦近30場、每年可容納逾千人參與，並透過全台8成已取得「科技顧問」認證之一線同仁提供後續諮詢支援，逐步建構可持續擴散的全民AI學習生態系，推動社會整體數位轉型與永續發展。

2.2.3 品服務與責任為客戶健康把關，健全用戶身心發展

1. 電磁波及顧客健康安全宣導

- 78部電磁波與人體健康關係影片572萬人次觀看
- NCC受理42件本公司量測案，均符合NCC規範電磁波標準

台灣大哥大基地臺均經NCC嚴格把關，通過國際非游離輻射防護委員會(ICNIRP)量測規範。另結合同業與電信產業發展協會合作派駐人員於NCC設立專區，提供0800-580010(我幫您量一量)免付費量測服務，亦建置「基地臺電磁波知識服務網」，提供電磁波與人體健康關係之專題報導。

2. 用戶使用宣導及協助

守護兒少上網安全

為避免青少年接觸不當色情網站及行動上網成癮，2014年12月推出上網安全防護「色情警衛」服務可自動阻擋色情、裸露煽情文章及照片等不適合兒童及青少年存取之網站；且於2015年12月推出「上網管家」服務，可由系統控制於凌晨0點至隔日6點關閉行動上網功能，降低因長時間上網影響睡眠品質、網路成癮的問題。至2025年底兩服務累計申辦數13,339人。2025年並無違反健康安全、產品標示等相關法規情事。

2.3 Telco+ 企業事業

2.3.1 客服體驗全面AI升級

1. 國際級永續 AIDC：樹立亞太 AI 綠能算力新標

台灣大哥大與美商 Vantage 於桃園龜山共同投資建置國際級 AI 資料中心 (AIDC)，已於 2025 年 10 月啟用，機房電力容量可達 25MW，兼具國家級關鍵基礎設施韌性與高效節能設計。機房採模組化 Data Module 架構，單櫃散熱能力可達 135kW 以上，並預留獨立冰水閘門可與液冷設備介接，可依算力需求彈性調整氣冷與液冷比率；同時採閉環式冷水系統設計，使 WUE 趨近於 0，顯著降低用水量。在 AI 優化電力與散熱設計下，最佳化 PUE 可降至 1.2，較傳統數據中心約 2.0 的水準，大幅提升能源效率並減少非 IT 能耗與碳排放。結合 Vantage 國際級 AIDC 建置團隊，以及台灣大在電信、IDC 維運與資安整合的專業，該 AIDC 將支援高密度 AI 訓練、推論與混合雲應用，成為推動主權 AI、企業 ESG 雲端轉型與亞太 AI 生態發展的關鍵永續算力核心。

2.3.1 客服體驗全面AI升級

2. 資安心：數位韌性 × ESG承諾 — 企業資安輕方案

在數位轉型加速下，資安已成為企業治理與營運韌性的關鍵基礎。台灣大哥大攜手精誠資訊集團智慧資安推出「資安心」解決方案，整合反詐戰警企業版、EASM 外部曝險評估、弱點掃描、社交工程演練及風險盤點健診等服務，協助企業即時掌握資安弱點、強化治理透明度並降低營運風險，其中反詐戰警企業版已累計攔截逾 5 億個可疑網域。同步透過反詐戰警個人版2025年累計超過29萬人次註冊，攔截超過 3,400 萬通高詐騙風險與不受歡迎的電話與簡訊，保障消費者隱私與財產安全，並藉由員工訓練提升防詐意識，建構以人為核心的資安文化；此外，透過一站式、輕量化部署模式，企業得以在降低資安門檻與重複投資的同時提升防護效能，兼顧資源效率、利害關係人權益保護與綠色 IT 的永續治理目標。

3. 碳管理系統暨顧問整合服務

台灣大哥大企業服務推出結合雲端 SaaS 平台的碳管理系統與專業顧問，協助企業數位化進行溫室氣體盤查，支援產出符合 ISO 14064-1、ISO 14067及GHG Protocol 國際標準之報告書，提升碳排管理效率與永續競爭力；透過系統自動化流程、快速多據點整合及可視化數據分析，強化企業對跨場域及供應鏈資訊的準確掌握。台灣大以系統整合優勢，建構穩健的永續合作生態系，並結合多元能源及 ESG服務方案，助企業客戶落實淨零轉型與永續目標。其中，於2025年攜手策略夥伴精誠資訊，協助網通設備大廠台林電通導入碳管理系統，完成2024年溫室氣體碳盤查，並通過第三方外部查證，將碳盤查報告與清冊製作時程從傳統的6到8個月縮短至1個月內，提升效率達80%以上；更透過教育訓練，培育台林電通內部永續小組成為種子人員，強化自主碳盤查能力，奠定永續治理基礎。

4. OP開店包：升級智慧點餐機器人

「OP開店包」系列產品整合行動市話、店家寬頻與行銷推廣服務，並結合集團資源、新創團隊與國內策略夥伴(如女媧創造、LINE台灣、Google、點點全球等)，導入AI智慧導航的送餐機器人、24 小時 AI 語音預約及線上點餐系統，打造貼近實際營運場景的智慧解決方案；以「數位平權」與「營運韌性」為核心，透過低於正職員工薪資四分之一的營運成本，大幅降低中小企業導入 AI 的門檻，並以極簡介面設計實現一線員工 30 分鐘內快速上線，同時協助業者釋放逾 30% 人力資源，轉向高價值顧客互動服務，回應缺工挑戰並強化永續經營競爭力。

2.3.2 打造智慧城市

1. 5G智慧消防輔助救援系統

為守護消防員與救災人員的生命安全，台灣大哥大運用 5G 低延遲與大頻寬特性，結合 AIoT 技術打造「5G 智慧消防輔助救援系統」，讓指揮中心可即時取得人員定位與任務態勢資訊，協助前線人員在高風險環境中更安全、更有效率地執行任務。

- **室內軌跡定位與事件標記**：系統可即時呈現消防人員移動足跡與位置，並支援在訊號不穩或無訊號情境下的足跡暫存與後續回放，改善過往僅能依無線電口述、難以掌握精準位置的限制。同時，系統提供 3D 場域事件標記功能，現階段以「起火點、濃煙處、梯間」等類型進行標記呈現，協助指揮中心快速掌握建物內部風險資訊與人員分布狀態。
- **生理監控模組**：系統可回傳消防人員生命徵象與任務狀態資訊，並結合定位與入室時間紀錄，於人員無動作、生命徵象異常等情境下提供警示。另針對氣瓶資訊，系統以隊員回報之狀態與任務情境進行剩餘可用時間的推估，並依預估結果提供告警提示，作為現場風險管理與撤離決策之參考。
- **移動式5G專網戰情指揮車**：可於事故現場快速建立穩定之通訊環境，確保定位、任務與必要之影像或感測資料可即時回傳，降低對公眾行動網路品質的依賴，並支援指揮端進行整體態勢掌握與決策支援。
- **3D 動態快速建模**：本系統另提供「3D 動態快速建模」之獨立應用，用於地震倒塌或火災災後等場景的快速點雲繪製與空間資訊數位化，以利後續現勘、紀錄與研判。由於應用情境多為災後現場之快速建檔，本功能以「快速取得場域點雲成果」為主，不以火災現場內的即時連續更新災害環境資訊作為主要設計目標。

透過上述模組整合，系統可支援救災任務中的定位掌握、風險標記與人員安全監控，並在特定場景下提供災後空間資訊數位化能力，協助提升救災指揮與作業安全性。



2.3.2 打造智慧城市

2. 智慧移動

台灣大推動 Taiwan Mobility 戰略，結合電信科技與共享經濟，整合充電、共享、停車、儲能與租賃五大資源鏈，從車主實際需求出發，建構跨場域的智慧移動服務體系，並攜手 USPACE、WeMo、格上、LINE GO、LUXGEN 等生態系夥伴，持續拓展智慧移動應用層次；同時布局次世代電動車娛樂體驗，結合OTT 影音內容導入充電與停留情境，提升整體使用體驗，推進具規模化與永續性的智慧移動生態發展。

作為 Taiwan Mobility 戰略的重要落地服務，台灣大哥大 MyCharge 充電服務以數據分析為基礎，精準布局目的地與社區充電樁，提供從規劃、建置到營運的一站式專業解決方案，並與智慧停車平台 USPACE 深度整合，打造「停車+充電+支付」的 One APP 低碳移動服務。2025 年營運重點聚焦於提升充電穩定性、操作流程效率與用戶滿意度，確保在快速成長過程中維持高品質與高可靠度。同時以穩健策略強化系統承載能力與服務韌性，提升電動車車主使用便利性，包括上線 AC 充電樁「隨插即充」功能，並擴大充電漫遊合作夥伴版圖。此外，MyCharge 串接 LINE GO 提供站點查詢與導航功能，並與 LUXGEN 合作，透過 Lux-Club APP 多元入口提供即插即用充電服務。服務推出至今，累計用戶數已接近 3.5 萬人，持續促進電動車普及並降低碳排放。

截至 2025 年，透過 MyCharge 充電設備取代傳統燃油車燃料，累計減少碳排放達 76 萬噸。



2.4 Telco+Tech科技電信事業

2.4.1 內容戰隊

1. 內容投資

台灣大自創作端上游即與主創團隊共同打造價值的長期策略夥伴，共同投資出品電影《陽光女子合唱團》，榮登2026年開年首部票房破億電影，更自1月12日起持續穩居「全台單日票房」冠軍，寫下電影市場新里程；「陽光熱潮」亦延伸至海外市場，電影於馬來西亞上映後即登上「單日票房冠軍」。自2025年12月31日上映，台灣票房突破新台幣7.52億元註，強勢改寫睽違18年的台片影史紀錄，榮登「台片影史票房第一名」，進一步形塑台灣大涵蓋投資、製作、發行至通路的一站式整合優勢，持續強化在國際內容市場的競爭力。

2025年攜手文策院啟動電信業首創「商業編劇人才養成計劃」，每年遴選2位編劇人才，採2+1年創新培育模式，提供逾新台幣300萬元的經濟支持，強化原創內容的長期發展基礎。同時，與台北市電影委員會旗下台北電影學院共同舉辦台韓編劇論壇，促進台韓影視創作人才交流與國際接軌；並攜手壹壹影業推出編劇課程工作坊，深化商業劇本在創作初期即納入多元視角與市場實務思維，推動影視產業人才培育與文化內容產業的永續發展。



註：計算截至2026年3月22日。

2.4.1 內容戰隊

2. 智慧生活

整合 OTT 內容、自家網路與智慧設備，打造「OP 響樂生活」一站式數位娛樂解決方案，首創「影音多享組」多元訂閱模式，整合 Prime Video、Netflix、Disney+、Max、MyVideo 與 KKBOX 等串流服務，提供彈性選擇與集中管理體驗。透過內容、設備與網路的整合，推出 OP 影音劇院、OP 遊戲玩家、OP 智慧家庭與 OP 科技生活四大套裝，累計至 2025 年銷售突破 10 萬組，其中 OP 智慧家庭導入支援 Matter 協定的裝置，提升跨品牌互通與能源管理效率。此模式不僅優化用戶體驗，也透過整合式訂閱與設備協同降低資源重複配置，強化數位生活的便利性、可近性與永續使用價值。

3. MyVideo

MyVideo 作為在地深耕的本土 OTT 平台，持續深化內容授權合作與新功能開發，強化與目標族群的溝通與互動，並透過「MyVideo 返利黑卡」打造差異化會員經營模式。返利黑卡已成為用戶心中的娛樂「尊榮通行證」，提供天王天后演唱會優先購票權益（如 G-DRAGON、張惠妹、蔡依林、孫燕姿、Day6 等），以及影帝現身包場、與三立電視共同投資出品之《上山吧！台灣隊》等參與式專屬活動，讓會員不僅搶先觀影，更能近距離互動，帶動返利黑卡付費用戶年增 45%。在內容策略上，持續提升內容豐富度與話題性，包括陸劇《國色芳華》《錦繡芳華》跟播、下半年每月一檔台劇跟播、現象級電影如《F1》《侏羅紀公園》及 MAMA 直播等多元內容布局，透過內容力與會員價值雙軌並進，穩健推動用戶成長與平台長期競爭力。

4. 遊戲事業

雲端遊戲服務「GeForce NOW 聯盟 Taiwan Mobile」將 GPU 運算集中於雲端，讓玩家無須購置高階顯示卡或高規格硬體設備，即可於多元裝置上暢玩高效能遊戲，降低設備門檻與硬體升級頻率，提升數位娛樂的可近性與資源使用效率。自上市以來至 2025 年累積會員約 37 萬名，2025 年平均「每月活躍用戶」達 12,000 名，遊戲庫支援超過 2,300 款遊戲，玩家平均每月遊玩逾 25 小時。2025 年底推出「鈦金方案時數制」，每月僅需新台幣 200 元訂閱費即可享有 5 小時遊戲時數，採彈性計費模式，並支援 4K、120FPS 畫質與 NVIDIA Reflex 技術，提供媲美高階桌機的效能體驗，在提升用戶體驗的同時，透過雲端集中運算與資源共享機制，減少重複設備投資，邁向更具永續性的數位娛樂發展模式。

2.4.2 金融戰隊—以電信天賦，打開用戶多元金融體驗

1. 台灣大虛擬資產交易所TWEX

透過旗下全資子公司富昇數位推出台灣大虛擬資產交易所 (TWEX)，以「安全、簡單操作、小額購入」為核心設計，大幅降低一般大眾參與虛擬資產市場的門檻，實踐數位平權與金融可近性。TWEX 於 2025 年「比特幣披薩日 (Bitcoin Pizza Day)」正式上線，用戶最低僅需新台幣 100 元，即可透過直覺式三步驟完成比特幣與以太幣交易，降低高資本、高技術門檻所造成的參與落差。2026 年 1 月起，TWEX 進一步開放全民使用 (不限台灣大哥大用戶)，可直接透過「台灣大哥大 App」進行小額投資，並同步啟動法人戶服務，讓不同資本規模與背景的用户皆能在合規、安全的環境下接觸新興數位金融工具，促進金融參與機會的公平性，並支持個人長期資產管理能力的培力發展。

2. 大哥付 你分期

「大哥付你分期」協助民眾提升資金運用彈性，降低一次性支出對財務造成的壓力，強化個人與家庭在高通膨與生活成本上升環境下的消費韌性。2025 年交易額年增率達 65%，為全球 BNPL 服務平均成長率的 4 倍；消費結構以高單價家電、娛樂裝置及具剛性需求的生活用品為主，顯示分期機制有助於民眾在可控負擔下取得必要設備與生活資源，促進更具包容性的金融服務體驗，並回應數位金融可近性與社會韌性等永續發展目標。

註：根據 Research and Markets 發布的《Buy Now Pay Later Global Business Report 2025》估計，2025 年全球 BNPL 支付金額年成長約 13.7%。(資料出處 Buy Now Pay Later Global Business Report 2025)

3. 大哥保 你放心

台灣大哥大 2024 年推出國內首宗經金融監督管理委員會保險局核准試辦之「一站式」創新型保險服務，民眾可直接透過台灣大哥大 App 完成旅平險、登山險或海域險投保。透過 API 串接機制，在用戶授權下即時帶入個人資料，並可使用電信帳單繳付保費，大幅簡化投保流程與時間成本，降低保險服務的使用門檻。此模式有助於提升高風險活動族群的保險覆蓋率，強化個人風險管理與公共安全韌性，同時確保投保過程中的資訊安全與個資保護；2025 年投保件數成長 3.2 倍，展現創新數位保險在促進金融與風險保障可近性上的實質成效。

2.5 One mo Step 科技電商

2.5.1 momo 深化會員價值

momo 透過「綠活會員」制度打造永續網購生態圈，鼓勵消費者於選購、包裝與配送各環節實踐低碳行動，包含優先使用循環包裝、集中配送及門市自取等減碳服務，並建置「減碳儀表板」將個人綠色消費成果可視化，降低參與門檻。2025 年底已有近 77 萬名會員響應，截至 2026 年 4 月綠色生活館上架超過 8,600 項符合綠色標章或永續理念商品。同年進一步推出「綠活點數」機制，累計逾 近 8 萬萬人次參與 ESG 三面向兌點行動，將減碳行為轉化為林地復育、公益捐助與永續商品兌換等實質影響，串聯供應商、公益團體與消費者，共同推動綠色消費文化，強化電商平台在永續轉型中的關鍵角色。

2.5.2 品牌電商新零售

台灣大投資成立富信新零售公司，提供品牌於電商平台上的代營運與全方位管理服務，涵蓋商品上架、行銷優化至客戶服務等環節，協助品牌快速導入數位通路與營運能力，至 2025 年代操營運電商品牌數達 3 家，包含家電、寵物食品等。透過台灣大哥大的數據、技術與平台資源，降低品牌自行建置電商體系的門檻，提升營運效率與銷售穩定度，並擴大市場觸及範圍。此模式不僅協助中小品牌縮短數位落差、強化經濟韌性，也透過標準化流程與數據治理機制建立可稽核、可複製的營運架構，兼顧經濟成長、社會包容與治理透明，實踐智慧創新與永續發展目標。



信任與韌性航道

Chapter 3 網路韌性、資安 與隱私防禦

- 1 隱私、資安防護拓展影響力
- 2 資安防護體系
- 3 隱私保護與個資治理
- 4 關鍵基礎設施韌性
- 5 社會急難應變能力建置

心大願景
責任企業 創利社會

重大主題
隱私保護

利害關係人

股東/投資人、主管機關、員工、客戶、
評比機構、媒體、供應商、社區/NGO

公益團體 避免財損 3,696 萬元

台灣大哥大 反詐戰警

3.1 隱私、資安防護拓展影響力

3.1.1 反詐戰警：跨機構打擊機制、攔阻成效指標

台灣大自2024年推出「反詐戰警」以來，個人版APP已累積示警逾3,400萬通詐騙與騷擾或不受歡迎的電話/簡訊；企業版則主動偵測超過5億個可疑網域，範疇橫跨偽冒網站、APP、商標，以及LINE與Facebook、Threads等社群帳號，並涵蓋金融保險、電商、醫療生技、網路通訊及製造業等多個產業使用，實現偵測完最快0.5天即可下架的高效處理，以2025年備受關注的普發現金1萬為例，台灣大當時成功偵測27個偽冒社群帳號，預防民眾遭受詐騙風險。

「圖文風險檢測」功能，能協助用戶辨識圖片中潛藏詐騙風險。無論是簡訊截圖、中獎通知圖卡、優惠活動領取網址截圖或社群平台轉傳的廣告圖片，只要上傳至APP，即可即時檢查是否含有可疑電話號碼、網址或詐騙關鍵字，此功能適用於LINE、Telegram、社群貼文或轉傳截圖等常見詐騙情境，讓用戶在收到「看起來無害的圖片」時，也能一鍵檢測，守護資訊安全。

「偽基站訊號偵測」功能結合台灣大的電信技術，即時分析基地台訊號特徵與傳輸模式，主動偵測可疑的偽基站活動。當詐騙集團利用偽基站設備大量發送釣魚簡訊時，APP可迅速識別異常訊號來源，並立即警示用戶，提醒其收到的簡訊具高度詐騙風險，從訊號源頭阻斷詐騙訊息傳播。此技術保護個別用戶免受攻擊，更建立區域性防詐預警機制，讓周邊用戶同步獲得即時警示，打造更完善的防護網絡。

台灣大集結技術開發專家、AI工程師，橫跨各單位組成「反詐專案小組」，運用電信數據AI模型，整合大數據，自行研發一般民眾皆可免費下載「反詐戰警個人版」APP。免費版提供「來電辨識」與「自動封鎖高風險號碼」功能，標準方案則進一步具備「簡訊風險檢測」功能，可檢測簡訊中的連結安全性與可疑關鍵字，若為詐騙連結會主動跳出警示。另提供「自動更新資料庫」，確保用戶獲得最新防護資訊。為保護用戶隱私，APP採用隱私優先設計，用戶無需上傳個人通訊錄、通話紀錄等敏感資料，且介面操作直覺簡單，提供無廣告干擾的最佳使用體驗。若發現未被標示的可疑對象，用戶也能一鍵回報，共同建構防詐資料庫。

3.1.2 安心Call隱私通話安全、技術辨識與用戶自主權

• 顧客隱私保護 - 物流士安心call及宅配單隱碼

momo致力落實資訊安全與個人資料保護控管，為保障公司資訊安全與消費者在線上購物安心，每年持續通過ISO 27001:2022與ISO 27701個人資料管理系統驗證，維持證書有效性。

momo自2021年起，導入「物流士安心call」服務，將原消費者電話號碼轉換為代碼，同步將宅配單上消費者姓名、電話、地址進行個資隱碼；2022年開始拓展導入範圍，從供應商出貨的廠配訂單，延伸至委外自有倉儲所出貨的訂單，2023年再進一步擴大導入退貨消費者電話號碼代碼化機制，並於2024年完成配合執行退貨的物流業者導入作業。此外，momo同時申請執行數發部「113年數位信任場域服務實地驗證計畫」，並以「momo安心退貨服務導入」通過審查並執行完畢。

截至2025年底供應商導入「物流士安心call」服務之比率達99.3%，且退貨回收單亦已完成導入「momo安心退貨服務」。momo目標為阻斷物流配送管道個資資訊外洩之可能性，讓消費者更安心享受在momo平台購物的樂趣。



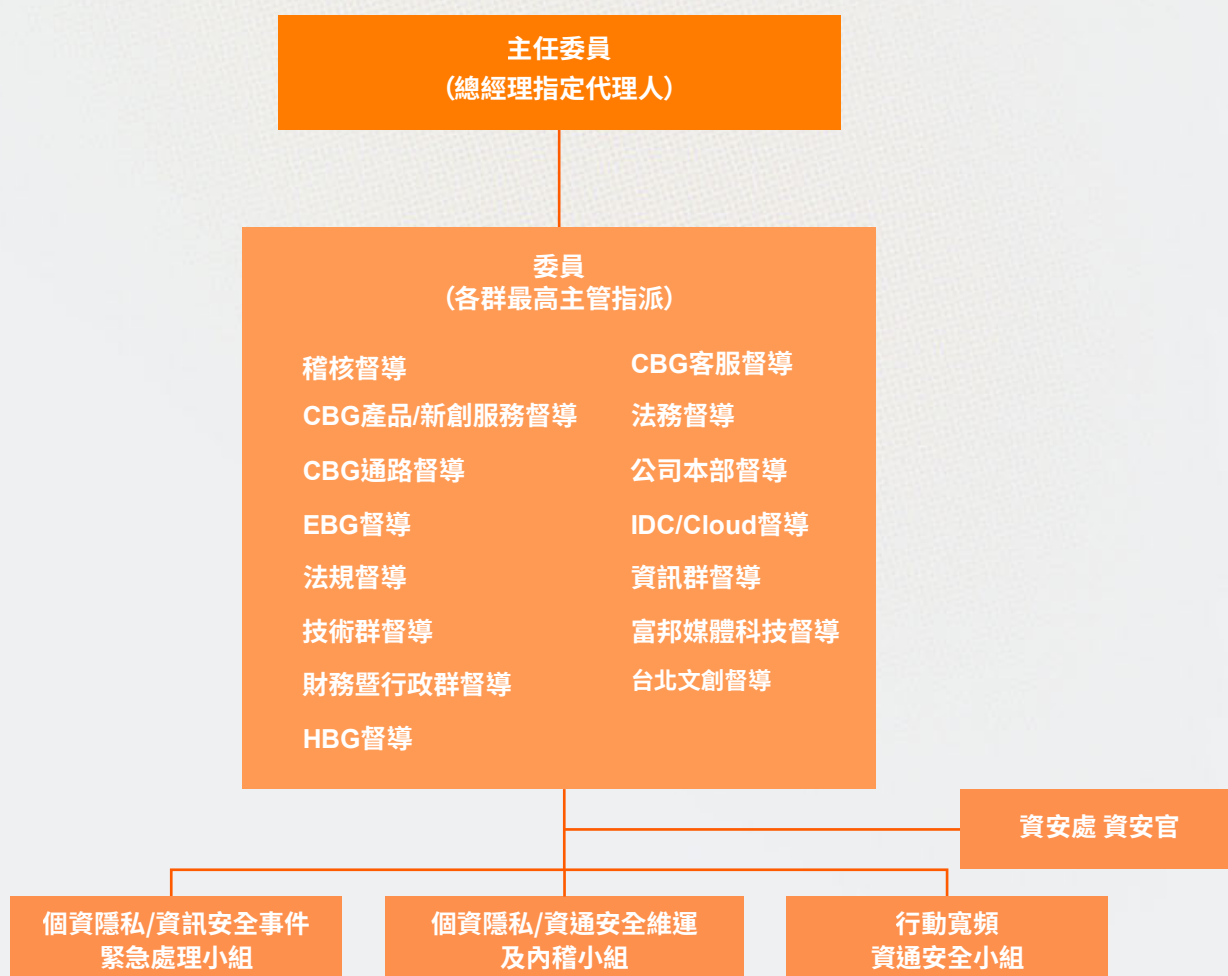
3.2 資安防護體系

零信任架構、監控與事件管理演習

隨著數位轉型加速與通訊基礎設施成為關鍵營運命脈，資訊安全已成為企業風險管理與營運韌性的重要核心。台灣大哥大以風險導向管理為基礎，建立涵蓋治理、風險評估、技術防護、監控應變與持續強化之完整資安防護體系。

3.2.1 資安治理與風險管理機制

公司設置「資通訊暨個資隱私安全委員會」，由總經理兼任資安長並指派主任委員、獨立董事列席，各群主管擔任委員，每季召開會議，統籌資安策略、風險評估、重大事件處理與年度績效管理事項。2025 年共召開 4 次會議，提報已完成數位發展部資通安全實地稽核，無缺失事項表現優異等年度重要作業，達成年度資安與個資 KPI，並就風險改善措施與資源配置進行審議。公司亦投保「資料保護責任保險」，作為風險移轉機制之一。



3.2.1 資安治理與風險管理機制

• 委員會會議運作如下：

- (1) 總經理兼任資安長並指派主任委員，各群指派委員，每季開會一次。
- (2) 轄下各小組功能及運作情形：
 - 維運小組：研擬與執行資安措施、員工資通安全訓練及宣導、修訂與發行資通安全管理制度文件、評估業務之風險與威脅，訂定與演練營運持續計畫
 - 內稽小組：配合執行每半年稽核作業、完成各項紀錄及查證矯正與預防措施執行情形
 - 緊急處理小組：災害發生時負責緊急應變措施，採取救援及通報作業，執行資安事件緊急處理作業事項
 - 行動寬頻小組：進行國際相關報告與行動寬頻風險研討

• 風險管理

公司依循 ISO/IEC 27005 資通安全風險管理指引，建立系統化風險評估流程，辨識各項資訊資產可能面臨之威脅與弱點，包括人員管理、組織流程、網路架構與主機系統漏洞等面向。風險評估綜合考量威脅發生機率、弱點利用可能性及對資產之潛在衝擊程度，據以計算風險等級，作為資源配置與改善優先順序之依據。

完成風險評鑑後，由資通安全維運單位擬定風險處理計畫，明確定義改善措施、責任歸屬與完成時程，並提報委員會審議。對於超出可接受風險水準之項目，採取技術補強、流程優化或風險移轉等措施，並定期追蹤改善進度，形成「辨識—處理—追蹤—改善」之閉環管理機制。

公司每半年辦理內部與外部稽核，持續維持 ISO/IEC 27001 資訊安全管理制度之有效性，確保風險管理機制符合國際標準與監理要求。

一、資安防護架構與多層次控管

台灣大哥大導入零信任 (Zero Trust) 架構理念，建立多層次資通安全防護體系，涵蓋技術控管、即時監測與人員風險管理機制。主要技術措施包括：

- 入侵防禦系統 (IPS)
- 網路區隔機制
- 防火牆與網頁應用程式防火牆 (WAF)
- 即時監控與異常行為偵測機制

同時，公司加入通訊傳播領域資安訊息分析分享中心 (C-ISAC, Communication – Information Sharing and Analysis Center) 等聯防組織，透過跨產業情資交換與威脅通報機制，強化整體威脅辨識與即時應變能力。

在人員風險控管方面，公司定期辦理資安健診，每年實施三次社交工程演練與惡意郵件攔阻測試，強化員工辨識釣魚郵件與社交工程攻擊之能力，降低人為風險。

二、監控成效與年度績效

公司持續透過即時監控與異常偵測機制強化資安韌性。2025 年度，系統共偵測並阻擋違規外傳機敏資料 181 件，阻擋率達 100%。全年未發生駭客入侵成功事件，亦無經證實之重大資訊洩漏、失竊或遺失客戶資料事件，顯示整體防護與監控機制運作有效。

三、事件管理與應變機制

公司設立「資通訊暨個資安全管理處」，專責處理資安與個資相關事件，並建立事件分級與應變流程：

1. 事件發生時，由專責單位接收通報並啟動初步評估
2. 依衝擊程度與處理時效進行分級與通報
3. 如屬重大事件，立即啟動緊急應變計畫
4. 持續追蹤處置進度並執行預防與改善措施透過標準化流程與分級管理機制，確保資安事件處理具備即時性、可追溯性與持續改善能力。

四、法規遵循與外部查核

2025 年，公司完成數位發展部資通安全檢查及國家通訊傳播委員會 (NCC) 個資保護檢查，確保資安與相關管理制度符合主管機關要求。

五、執法機關資料調閱審查機制

當執法機關依法提出調閱或查詢顧客通信紀錄與使用資料時，公司依主管機關制定之相關辦法，透過內部嚴謹審查流程確認其符合法定程序與要件；如不符規範，依法拒絕提供。2025 年共接獲執法機關來函 249,679 件，公司依法提供資料之比例為 99.98%。公司在履行法律義務之前提下，兼顧客戶資訊隱私與言論自由權保障，並於公共安全維護上提供合法協助。

3.3 隱私保護與個資治理

零信任架構、監控與事件管理演習



• 個人資料與隱私管理政策

台灣大哥大依循相關個人資料保護法規與國際標準，訂定《個人資料與隱私管理政策》，作為公司個人資料與隱私保護之最高指導原則。該政策經總經理或其授權代表核准後施行，修訂時亦依相同程序辦理，以確保治理機制之嚴謹與一致性。

• 法規遵循與責任管理

全體員工均須遵循本政策及相關法規規定。若有違反情事，將依公司規章及相關法令處理；涉及民事賠償、刑事責任或行政裁罰者，公司得視情節終止勞動關係，並保留法律追訴權。員工對於個人資料與隱私保護之義務於離職後仍持續有效。

凡受託處理或利用個人資料之供應商及第三方合作夥伴，均須依合約約定遵循本公司個資與隱私管理規範；如有違反，將依契約條款及相關規定辦理。

• 政策目的與管理目標

本政策旨在規範公司業務範圍內個人資料之蒐集、處理與利用行為，防止侵害資料主體之人格權，確保個資之合法、正當與適當使用。其主要目標包括：

- 確保公司業務範圍內之個人資料與隱私獲得妥善保護
- 建立客戶與利害關係人信任，保障其權益

• 管理範圍與制度架構

為防範因疏失、違規、人為因素或天災等因素導致個資不當使用、洩漏、竄改或毀損之風險，本公司依資訊與通訊安全管理架構進行整體控管。適用範圍涵蓋所有部門、營業據點、子公司及涉及個人資料處理之客戶與供應商。管理事項包括：

1	一般管理要求
2	個資蒐集與處理程序
3	資料主體權利保障機制
4	隱私設計 (Privacy by Design) 與 預設保護 (Privacy by Default) 機制
5	個資之分享、傳輸與揭露控管

• 資料生命週期管理機制

為確保個人資料之合法與適當使用，公司建立完整之資料生命週期管理機制，涵蓋蒐集、使用、保留、處理、更正、揭露及刪除等階段。於蒐集時明確揭露目的與使用範圍並取得當事人同意；使用與存取採最小權限原則；保存依據法令與公司保存政策設定期限；當處理目的消失或保存期限屆滿時，依規定辦理刪除或銷毀，確保資料處理符合比例原則與特定目的限制。

• 個人資料與隱私保護原則

本公司依據法規與國際最佳實務，建立以下十二項核心原則，並落實於日常營運流程中：

1	同意與選擇：蒐集個資前取得資料主體明確同意，並提供拒絕處理之選項。
2	目的合法與正當性：僅基於特定且合法之目的蒐集與處理個資。
3	蒐集限制：個資蒐集以資料主體同意為前提。
4	資料最小化：僅蒐集達成目的所必要之最少資料。
5	使用、持有與揭露限制：依據同意及法定事由進行使用與揭露。
6	正確性與品質：確保資料之正確性並適時更新。
7	公平、透明與告知：以公平透明方式處理個資，並於隱私政策中清楚揭露。
8	資訊與通訊安全整合：保障資料主體查詢、閱覽、複製、補充、更正、停止蒐集、處理、利用及刪除等權利。
9	前面要加 適切性原則：確保所蒐集資料符合公司業務目的。
10	問責性原則：建立可追溯之責任歸屬與管理機制。
11	資訊與通訊安全整合：將資通安全要求納入個資管理制度。
12	法規遵循：持續依循相關個資與隱私保護法規辦理。

• 第二用途與未成年人資料保護

公司蒐集客戶個人資料僅用於特定目的範圍內，若涉及目的外使用，須依法取得當事人同意後始得辦理。未經同意，不得將客戶資料提供予第三方進行買賣或租用。

針對未滿18歲之申辦用戶，須由法定代理人陪同辦理並完成身份驗證程序，確保未成年人個資蒐集與利用之合法與妥適。2025年客戶資訊用於第二用途的獨立客戶數量為0。

• 治理架構與執行情形

台灣大哥大設有「資通訊暨個資隱私安全委員會」，統籌規劃與監督個資與隱私管理制度之推動，並配置專責主管及十餘名專職人員，負責制度建置、風險控管、稽核與教育訓練等事項。

公司已取得 ISO 27701 國際個人資料管理系統認證，並於2025年度完成兩次內部與外部稽核，確保制度有效運作。同時開辦全員個資保護通識課程，全集團共 6,559 名員工完成訓練並通過測驗，參與及及格率達 100%。2025年度未發生重大個資外洩或遭主管機關裁罰之案件。

3.4 關鍵基礎設施韌性

3.4.1 網路品質

5G人口涵蓋率

98%

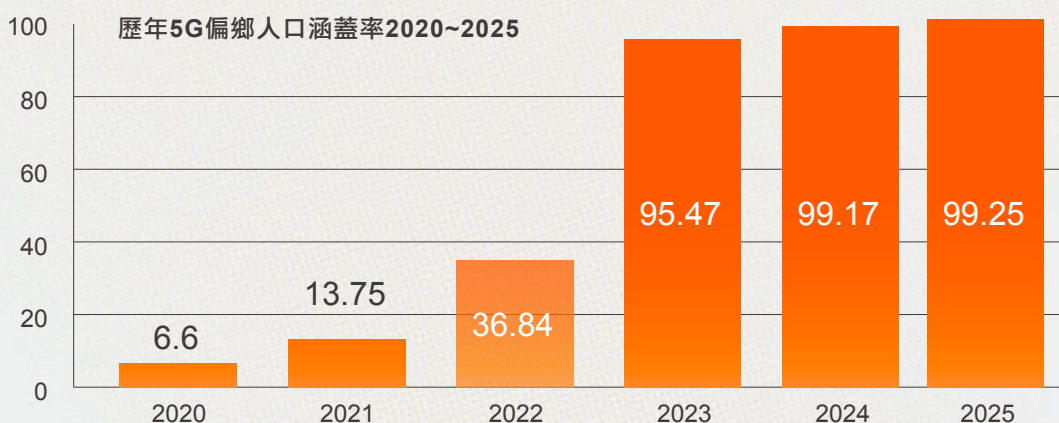
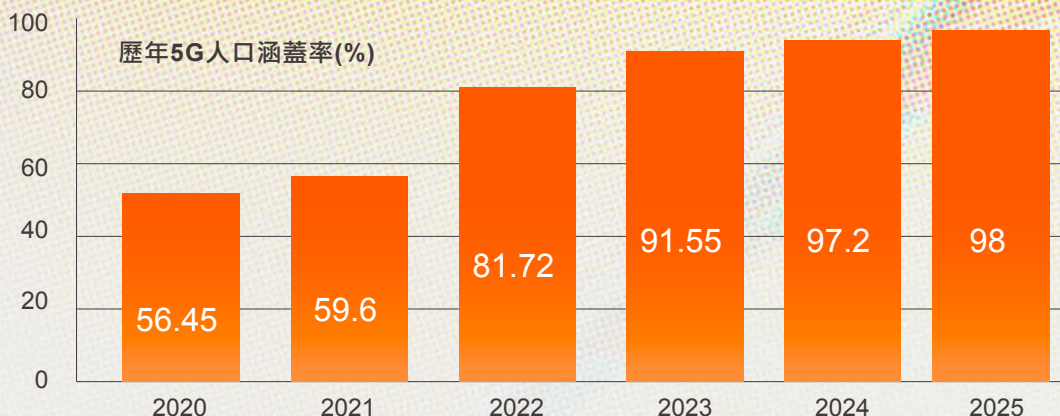
5G偏鄉人口涵蓋率

99.25%

1. 網路覆蓋率

因應數據服務需求持續增加，本公司自2020年6月30日起開始提供5G網路服務，持續積極佈建5G網路，經由建置低(700MHz)高(3500MHz)頻兩個頻段之5G涵蓋，2023年12月整併台灣之星後，整合兩家資源後持續積極建設5G網路，於2025年底5G人口涵蓋率已達到98%，已經超越所設之97.3%目標，5G網路涵蓋已經趨於完整，預計2035年將達98.10%。

為了響應政府加速加量偏鄉行動寬頻服務及涵蓋，本公司積極克服偏鄉與離島地區建置行動寬頻基地臺的各項問題，持續提升偏鄉及離島地區行動通信訊號涵蓋，於2025年底於偏鄉之5G人口涵蓋率已達99.25%，持續優化偏鄉與離島地區用戶的網路品質。



2. 網路服務可靠性

隨著行動通訊與高速寬頻成為關鍵基礎設施，穩定且高效能的網路服務是用戶信任與企業競爭力的重要基礎。台灣大哥大持續透過網路優化與容量提升，強化服務品質與使用體驗，並依主管機關規範揭露網路效能相關資訊。



2. 網路服務可靠性

網路類型	平均實際保持下載速率 (Mbps)	資料來源裝置數
4G	69.1	172,657
5G	241.3	91,965

上述數據來自使用者於第三方測速平台 Ookla Speedtest 主動進行之測試結果。由於資料來源特性，無法區分自有及商業相關內容與非相關內容之下載流量。

下載速率揭露與廣告一致性

公司於官方網站揭露行動通信服務之平均下載速率區間為 25–100 Mbps；固定通信服務則依 Line rate 表公告相關速率資訊。廣告揭露之速率係依服務型態及理論可達速率區間說明，並非對用戶之最低速率保證。實際使用速率可能因裝置性能、使用環境、基地台負載、頻寬資源配置、地理位置及同時使用人數等因素而有所差異。

本揭露數據係依主管機關規範進行抽樣與統計，可能不完全反映個別用戶於特定時間或地點之實際使用速率；亦未特別區分尖峰與離峰時段表現。

3. 偏鄉寬頻建設

- 偏鄉訊號涵蓋：偏鄉地區 4G/5G 寬頻覆蓋率為 99.25%

配合國家通訊傳播委員會 (National Communications Commission, 以下簡稱 NCC) 「村村有寬頻」、「部落有寬頻」電信普及政策，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，固網寬頻網路速率可達 100Mbps。此外，我們積極配合前瞻計畫，2025 年向數位部提出申請核准建置 7 處偏鄉基地臺，提升偏鄉寬頻涵蓋率，縮短偏鄉地區數位落差。

3.4.2 網路韌性

- 建構數位基礎設施韌性體系：

隨著極端氣候風險升高與社會對行動通訊依賴日益加深，網路穩定性已成為關鍵基礎設施的重要支柱。本公司持續強化行動通訊網路之穩定性與韌性設計，確保關鍵通訊基礎設施於日常高負載與災害情境下皆能維持服務可用性。2025 年基地台服務運轉率達 99.79%，展現網路維運與風險管理能力的成熟度。

同時，本公司系統性評估可能影響通訊服務持續營運之風險，主要涵蓋：

- 自然災害風險 (颱風、水災、地震、火災、旱災、海嘯)
- 不可抗力外部風險 (海纜斷線、區域高訊務負載、網路巨量攻擊)
- 系統主設備韌性風險 (核心設備故障)

針對上述風險，公司依災害潛勢、設備重要性及影響程度進行風險分析與分級管理，並建立

1. 基礎設施與備援韌性

本公司基地台建置與營運全面遵循《電信管理法》及 NCC 相關技術規範，並符合建築、電氣安全與職業安全、消防安全與職業安全衛生等法規要求，確保設施安全與社區共融。

在網路設計層面，公司導入多層次韌性架構，涵蓋電力供應、網路連結、設備環境、結構安全及營運應變等面向，降低單一故障點風險，提升整體抗衝擊能力與復原效率。

針對外部與設備風險，公司持續強化環路雙備援與跨區域預防、備援與應變機制，以降低中斷機率並縮短復原時間。備援機制。2025 年，台灣大哥大共計完成 547 組環路雙備援之建置。此架構具備同時收容至兩個異地區域集線機房的能力，從根本上排除單點故障風險，提供全方位通訊保障：

1. 基礎設施與備援韌性

<p>瞬時容錯機制</p>	<p>透過雙路徑備援技術，在單一鏈路受損時實現流量瞬時切換，確保服務維持零中斷的高標準。</p>
<p>動態調度靈活性</p>	<p>具備跨區集線能力，能精準依據網路負載實時優化路徑，極大化資源利用效率。</p>
<p>域災害韌性</p>	<p>針對地震、火災等區域性災害，憑藉異地收容優勢，有效分散風險，守護社會大眾災時的通訊權益。</p>

2. 營運應變與公共安全支援

- 除基礎設施強化外，公司亦建立完善之營運持續管理機制 (Business Continuity Plan, BCP)，整合決策階層、技術單位、客服、公關與相關支援部門，於重大事件發生時啟動跨部門應變流程，評估風險影響與潛在損失，並執行復原作業。
- 報導年度內，丹娜絲颱風重創嘉南地區，造成電力與通訊中斷。本公司即時啟動緊急應變機制，動員跨區工程團隊投入搶修作業，加速恢復通訊服務，降低災害對民眾生活與社會運作之衝擊。
- 2025 年 5G 災防告警服務(5秒內)於偏鄉地區覆蓋率達 99.25%，災區定位服務通訊人口涵蓋率達 98.0%，提升災前預警與災後應變效率，確保關鍵時刻通訊服務不中斷。
- 隨著 5G、物聯網 (IoT)、企業專網、固定無線接取 (FWA) 與邊緣運算應用深化，基地台已由單一通訊設施演進為支撐智慧城市與產業升級的重要數位基礎設施。透過穩定可靠的網路品質與多層次備援機制，公司於平時支援數位生活與產業發展，於災時維持關鍵連線能力，將網路穩定轉化為社會韌性與永續價值。

3.5 社會急難應變能力建置 打造可靠災防應變機制

3.5.1 行動基地台

- 已建置37台行動寬頻行動基地台

當災害導致基地台斷訊或有特殊活動舉辦於容量或涵蓋不足地點時，行動基地台可提供臨時涵蓋與容量以持續行動通訊服務。2025年社會急難支援及演習共出勤22次，配合各地方政府及國家通訊傳播委員會舉辦的防災救難演習外，7月的丹娜絲颱風於中南部地區帶來災害造成已近超過100萬戶停電；9月的樺加沙颱風於南部及花東地區造成影響。本公司於風災期間設置多處臨時基地台提供緊急通訊服務。



3.5.2 防災簡訊

- 2025年共演練37次，921國家防災日演習發送15次，實際發送2,736次

「921國家防災日」重點演練發佈災防告警廣播訊息，2025年亦配合各級政府機關需求，新增城鎮韌性防空演習，合併防救災演習共進行52次演練，並完成災防機關發佈實際災防告警廣播訊息2,736次。

台灣大哥大持續配合政府「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和功能以提升災防告警細胞廣播服務推播功能，維護用戶最大權益和協助強化我國災害防救效能。

3.5.3 防災應變操演

異質通訊網路，強化數位韌性

台灣大哥大身為國家通訊關鍵基礎設施提供者，積極配合數位發展部參與內政部消防署「114年國家防災日大規模震災救災動員演練」。本次演練台灣大哥大行動車基地臺透過低軌衛星與雲端核心網路介接，將行動網路部分資源，調撥給救災單位進行勘災與急難救助緊急使用，維持警政消防人員高品質通訊，達到優先性、穩定性與強韌性，使政府指揮系統可於災害時期有效掌控相關訊息並傳遞正確資訊，維持國家社會安定。

3.5.4 防災行動通訊平台建置

配合MODA「強化偏鄉地區行動寬頻網路數位韌性與近用之基礎設施建置計畫」，2025年建置9座具備72小時以上電力備援之定點式防救災行動通訊平臺，3套移動式防救災行動通訊平臺，及14座優化既設行動通訊平臺建置，市電中斷時，有效於災害地區進行緊急行動通訊服務，讓救災行動、人民求助或生活得維持相當程度的正常運作。

防災行動通訊平台建置

整合通訊資源 · 強化災害應變 · 確保聯繫不中斷





綠色航道

Chapter 4 淨零與低碳 營運

- 1 邁向2050淨零願景
- 2 氣候風險調適
- 3 溫室氣體排放與環境管理目標
- 4 循環再生減廢行動
- 5 氣候價值鏈
- 6 綠色營運與服務

心大願景

自然共好、攜手創新

重大主題

氣候變遷減緩與調適
綠色應用與營運

利害關係人

股東/投資人、主管機關、員工、客戶、
比機構、媒體、供應商、社區/NGO



再生能源 占比 1.6%

4.1 邁向2050淨零願景： 整合RE100與EV100的全方位策略

台灣大自 2015 年推動綠能倡議，已建立從科學目標、資訊揭露至具體行動的完整體系。我們是亞洲首家以控制升溫 1.5°C 內情境通過 SBTi 2050 淨零路徑審查的電信業者，並領先發行 TCFD 與 TNFD 報告書為達成 2050 年範疇一、二、三全面淨零排放的目標，我們以 RE100EV100 為兩大策略支柱，落實以下行動：

1. EV100 與範疇一：綠色運輸與低碳營運

載具電動化：承諾 2030 年達成全公司載具 100% 電動化。

2025 年載具電動化比例已達 13%。

營運減碳：逐步汰換高全球暖化潛勢 (GWP) 冷媒，並透過車輛監控系統降低怠速。

2. RE100 與範疇二：能源轉型與智慧節能

再生能源布局：承諾 2040 公司 100% 使用再生能源。

預計於投入約 100 億元 於綠能投資及低碳設備。

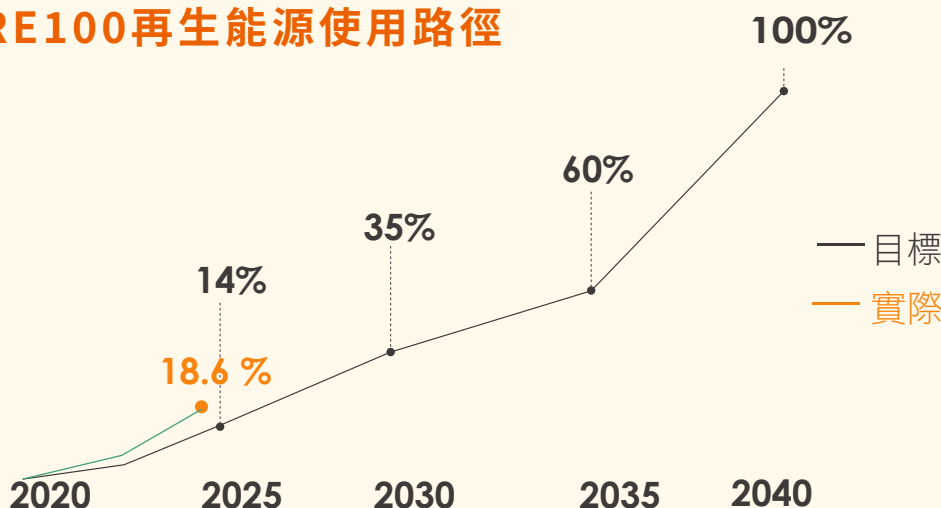
執行成效：2025 年再生能源使用率已達 18.6%。此外，透過 AI 智慧節能技術優化基站與機房，

2025 年度節電量超過 1,800，抵銷營運擴張產生的電力需求。

3. 價值鏈議合：範疇三與淨零最後一哩路

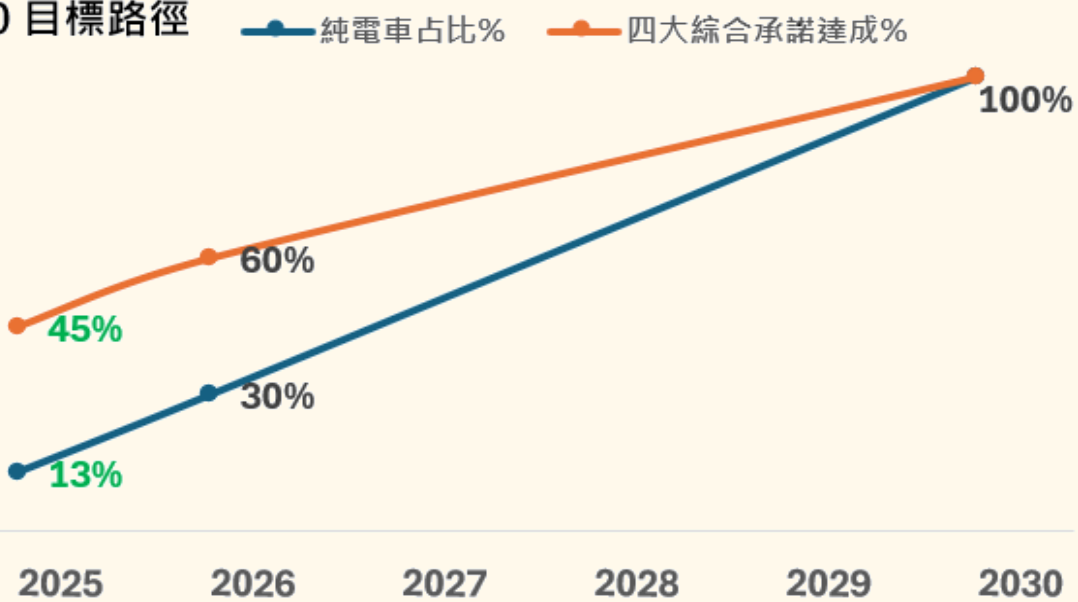
供應鏈議合：積極協助供應商設定科學減碳目標，目前已有 46 家關鍵供應商完成目標設定，共同降低範疇三排放。

台灣大 RE100 再生能源使用路徑



台灣大EV100電動載具使用路徑

EV100 目標路徑



台灣大淨零路徑

5G台灣隊
基準年

近期減量目標
• S1+S2減量42%
• S3減量25%

減量目標
• S1+S2再減量58%

以碳權、碳捕捉封存...等方式，中和剩餘碳排放(如有需要)



4.2 氣候風險調適： 實體與轉型風險之韌性佈局

回顧氣候治理歷程，台灣大積極遵循《巴黎協定》，於 2018 年率先導入氣候相關財務揭露 (TCFD)，並在 2019 至 2021 年兩度評估三項氣候風險之財務衝擊。2023 年發布首本 TCFD 報告書，全面揭露「治理、策略、風險管理、指標與目標」四大面向，除建立內部風險地圖確認「氣候變遷/天然災害」為重大風險外，更透過跨部門協作系統性評估財務影響，據以制定相應管理策略，範疇涵蓋社會責任投資與氣候相關投資。

台灣大亦定期重新檢視氣候風險與機會，現正積極依循 IFRS S2 (國際財務報導準則第2號「氣候相關揭露」) 標準進行管理，未來將逐步接軌並於年報永續專章揭露。

治理



台灣大哥大
Taiwan Mobile

董事會：每年監督解決與氣候議題有關之目標與標的，審視督導公司面臨之氣候風險與機會議題。董事會在審查或指導公司的整體營運時，會將氣候相關的議題納入考量。

永續發展委員會：全面督導ESG各面向之決策制定，包含氣候風險與機會相關策略與目標，並向董事會報告氣候變遷相關議題之進展與目標達成狀況。

風險管理委員會：依風險控管機制進行評估並核准相關減緩與調適方案，不定期將公司之風險 (包含氣候風險) 呈報永續發展委員會及董事會。

環境管理小組：負責定期依照公司風險管理之制度，進行氣候變遷風險與機會之鑑別與管，並將氣候風險趨勢與議題併同提報至風險管理委員會。

永續發展小組：進行國際氣候風險趨勢蒐研，並將最新氣候風險趨勢回饋給環境管理小組。

。

策略



台灣大哥大
Taiwan Mobile

跨部門討論並鑑別重大氣候風險與機會，解析5項重大氣候風險與5項重大機會。其中，風險均為轉型類，以國內外的減碳相關法規、政策為主，對公司產生直接/間接財務衝擊，並投入管理作法。

轉型情境分析：評估三種外部策略面包含政府淨零路徑、SSP1-1.9與SBT淨零排放，並依SSP1-1.9、SSP1-2.6、SSP2-4.5 等低溫轉型情境推估係數，以及國際產業趨勢報導，來確認氣候變遷風險與機會將對公司財務造成的衝擊。針對5項重大氣候風險(包含：總量管制/排放交易、碳稅、強制申報、產品效率法規與標準、再生能源法規)與5項重大機會(包含：市場開拓資金來源、節能建築、調適與解決方案、參與再生能源計畫、上游或供應鏈資源效率)，深入評估各項氣候變遷風險可能造成的衝擊強度、範圍、時間以及對公司造成的財務影響，並進行管理應對。

實體情境分析：評估四種氣候模式包含RCP8.5與RCP6.0RCP4.5、RCP2.6本公司以氣候變遷下極端降雨當作危害度，極端降雨所引發之淹水、山崩和土石流作為脆弱度，依本公司自有資產及供應商共1,104處據點坐落位置為暴露度，脆弱度依政府公告圖資進行災害範圍及災害程度，進行各據點實體風險數值分析。分析結果自有資產及供應上共有300多處有淹水潛勢風險；1處自有資產有土石流潛勢；2處自有資產有山崩潛勢。

自有資產之因應措施：

- 1. 無風險與低風險之據點：**維持據點為主，制定應急計畫和風險管理措施，包括建立緊急應變流程確保員工的安全和財產之保護，考慮進一步增強其建築結構之耐水性和風險管理系統。
- 2. 中風險之據點：**維持據點、加強關注災害潛勢變化為原則，具山崩潛勢之據點採取強化邊坡穩定措施、建築物結構安全性評估、與強化風險管理等措施因應災害潛勢；針對具淹水之據點則採取墊高地基、加強排水、與強化風險管理等。
- 3. 高風險之據點：**非必要禁止設點，並將營運中之據點降低至中度風險以下位置，針對具土石流、山崩風險之據點採取積極強化邊坡穩定措施、建築物結構安全性評估、與強化風險管理等措施因應災害潛勢；針對具淹水之據點則採取積極墊高地基、加強排水、與強化風險管理等措施因應災害潛勢。

供應商之因應措施：

- 1. 低風險供應商：**維持正常合作為原則，並宣導加強防災措施，例如加強排水系統、整修防洪護堤等，以應對極端天氣事件之發生。
- 2. 中風險供應商：**採正常合作為原則，提高對此類供應商的氣候災害意識宣導，例如協助供應商評估災害潛勢及其危害程度演變的方法、加強防災措施，如強化區域之監測和預警系統，以應對極端事件之發生。
- 3. 高風險供應商：**擬實施更加積極的防災措施，除持續宣導加強排水系統和改善建築物之結構並提高相關認知外，將考慮納入災害風險相關配套及違約賠償制度，以減少可能之損害和影響。
- 4. 暫無風險供應商：**透過加強基礎防護、定期維護設施等方式來確保據點的安全，並透過每年檢討各供應商之風險達滾動式調整。

風險管理

- 對於氣候變遷相關風險、機會，台灣大參考TCFD風險機會來源與同產業標竿企業，共蒐集36項氣候風險與22項機會。
- 邀請相關單位參與TCFD工作坊，依據業務屬性進行分組，依循TCFD架構辨識氣候風險流程，針對前述風險機會，透過分析其衝擊類型、範圍、強度、發生時間及其可能性，篩選16項風險、11項機會列入矩陣評估。
- 建立氣候風險與機會矩陣，並將矩陣中衝擊程度為「中高」以上且可能性為「可能」以上列為重大風險、機會；依據氣候風險與機會之鑑別與排序結果，向上提報氣候相關風險與機會之評估結果與因應方案。
- 氣候風險鑑別與評估納入企業風險管理(ERM)流程：詳見1.3.1風險管理及組織運章節。

指標與目標

- 台灣大導入ISO 14064-1溫室氣體盤查系統、ISO 50001能源管理系統及ISO 14001環境管理系統，並以4大核心策略管理氣候變遷相關風險與機會，除完成溫室氣體範疇一、二、三盤查外，亦設定溫室氣體短、中、長期減量目標，並以提高綠能使用占比為重：
- 依據SBTi減碳路徑計作為計算推估計氣候減緩和調適的相關指標，通過SBTi審核以2024年為基準，2030年範疇一、二排放量絕對減量42%，範疇三減少25%，並在2050年達成淨零排放(Net-Zero Commitment)。
- 承諾2040年100%使用再生能源、2050年達成淨零排放(Net Zero)。

IFRS S2	指標	指標說明	揭露建議	
揭露與跨行業指標類別攸關之資訊 (氣候相關指標)	5.2.1	溫室氣體有關之氣候相關指標	說明溫室氣體衡量方式，如採用排放係數法，以及範疇1、範疇2、範疇3溫室氣體排放	請參考4.3.2.1溫室氣體管理目標章節
	5.2.2	氣候相關轉型風險	受氣候相關轉型風險影響之資產或經營活動之數額及百分比	-
	5.2.3	氣候相關實體風險	受氣候相關實體風險影響之資產或經營活動之數額及百分比	-
	5.2.4	氣候相關機會	與氣候相關機會對應之資產或經營活動之數額及百分比	-
	5.2.5	資本配置	資本配置為氣候相關風險與機會配置之資本支出、籌資或投資之金額	請參考TCFD 報告書p.18-23
	5.2.6	內部碳價格	說明如何應用碳價格來制定決策，以及每公噸溫室氣體排放價格	請參考4.3.2.4氣候變遷產學研究 章節
	5.2.7	薪酬	揭露如何將氣候相關考量計入高階主管薪酬，以及本期所認列高階管理階層之薪酬連結至氣候相關考量之百分比	請參考1.4.2.2高階薪酬 章節
揭露行業基礎指標之資訊	5.3.1	永續揭露主題及指標	依照IFRS S2 行業指引的「電信服務」，揭露(1)營運之環境足跡、(2)管理來自技術中斷之系統性風險	請參考附錄SASB
	5.3.2	活動指標	依照行業指引的「電信服務」，揭露(1)無線訂戶數、(2)有線訂戶數、(3)寬頻訂戶數、(4)網路流量	請參考附錄SASB

momo富邦媒體科技

momo 已於2023年領先發布台灣電商業第一本TCFD 報告書，並於2025年7月發布第二本「TCFD 氣候相關財務揭露報告書」，揭露鑑別之氣候相關風險14項與機會5項，更深入進行財務衝擊分析。本次氣候風險與機會鑑別共鑑別出五項重大氣候風險與兩項重大氣候機會。詳細請見momo 「TCFD 氣候相關財務揭露報告書」。

4.3 溫室氣體排放與環境管理目標

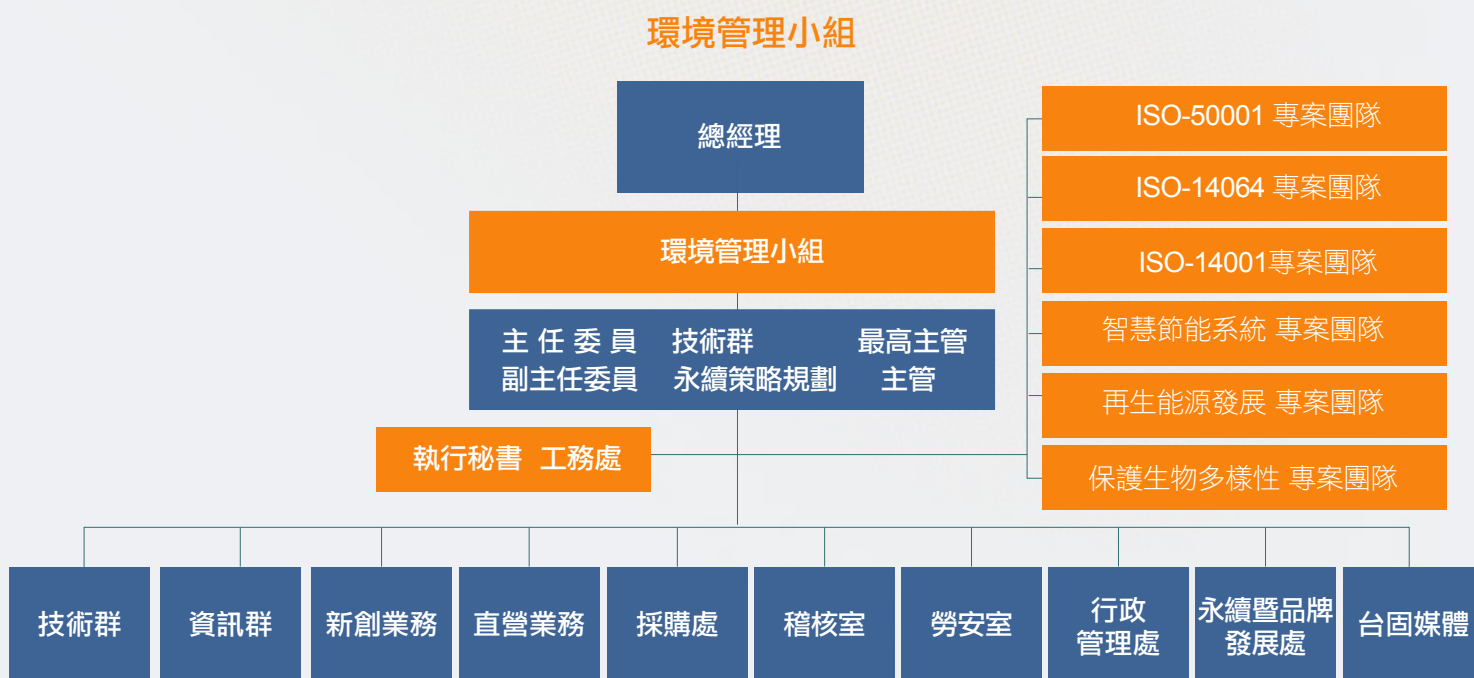
4.3.1 環境管理策略及目標績效

1. 環境治理架構

2016年正式成立環境管理委員會、並於2022年更名為環境管理小組，由技術群最高主管技術長擔任主任委員、永續策略規劃主管擔任副主任委員，制定環境目標與策略，推動公司各項友善環境政策，並整合ISO14001(環境管理)、ISO14064(溫室氣體盤查)、ISO50001(能源管理)、智慧節能、再生能源及保護生物多樣性等6個專案小組。環境管理小組每半年召開會議評估執行績效及確立改善事項，並由各專案小組執行秘書定期追蹤改善進度

各專案小組角色及權責事項：

- 1.ISO14001專案團隊：制定及追蹤各項環境目標
- 2.ISO14064專案團隊：落實溫室氣體盤查及驗證
- 3.ISO50001專案團隊：落實執行能源政策、持續提升能源績效
- 4.智慧節能專案團隊：執行淨零排放產學合作、能源使用智慧化，達成零碳排放及持續提升能源使用效率
- 5.再生能源專案團隊：負責再生能源電廠評估、新建及維運管理，洽詢適合購電轉供標的，達成100%再生能源使用
- 6.保護生物多樣性專案團隊：制定及實施集團層級之保護生物多樣性及零毀佳實踐措施



2. 環境暨能源政策

台灣大哥大堅持以誠信為本，強調以「永續思維、誠信踏實」的核心理念推動公司治理、環境永續及社會參與，致力於建構低碳社會，提供消費者享受智慧節能之通訊服務，創造最佳客戶使用經驗。我們深知氣候變遷所帶來的風險對環境及生態會造成極大的衝擊，在此體認下，我們承諾建立制度、擬定可衡量之環境目標、訂定並實施具體計畫或行動，以達成智慧低碳社會之目標。

台灣大哥大將以此政策為管理指引，整體考量日常營運、既有或新產品與服務在生命週期各階段可能產生之風險與機會，我們透過與自身營運據點、供應商、物流配送商、承包商及合作夥伴(含合資企業)等攜手合作，提高內外外部利害關係人對環境管理政策和環境影響的認知，積極鼓勵各方利害關係人分享見解、回饋意見與最佳實踐經驗，並歡迎開放式對話，共同推動環境相關行動，實現永續發展上的互利共榮。透過這樣方式來持續攜手降低對環境的負面影響。而環境風險評估也是台灣大哥大執行購併時的盡職調查面向之一。

1. 環境保護循法規

遵循環境與能源法規之要求，執行教育訓練與自主檢視，發展環境管理系統達到環境保護之預防與改善，並期未來相關法規發展方向，以制定優於環境法規之準則。預

2. 綠色採購護生態

針對供應商，我們將辨識和量測供應鏈的環境風險，並採取改善計畫和矯正行動。此外，優先採購符合低污染、可回收、省資源之環保產品，以帶動綠色消費風氣，並達到生態效益最大化。

3. 節能減碳用智慧

採用國內外通用之標準或指引，每年執行溫室氣體盤查及揭露排放量，並制定溫室氣體排放減量策略與目標，藉由結合自身營運管理及各項資/通訊技術，執行節能或設備改善措施，規劃智慧節能減碳行動方案等，並定期檢視減碳成效；此外，亦將定期檢視、量測與紀錄產品/服務於生命週期中對環境的衝擊，期能做到於業務成長的同時兼顧建構智慧低碳的社會。

4. 資源循環倡永續

執行能資源減量與回收；減少污染物、有害毒物及廢棄物之排放，妥善回收和處理事業廢棄物，並將達使用年限堪用品進行活化再利用，以延長產品耐久性。此外，透過溝通會議和教育訓練等措施提升全體員工環境永續認知，支持公司採用的能資源管理行動，以促進資源循環使用，倡導環境永續發展。

3.環境和能源管理目標

KPI	2030目標	2025目標	2025成效	2026策略和規劃
節電	較2024年用電減量1%	減量1%	節電2,475萬度 減量5.3%	<ul style="list-style-type: none"> 各單位年節電責任分配為2024年用電量的1%，擬定節電方案後每半年追蹤成效
減碳	Scope1&2 碳排放量較2024年減碳42%	減少7.0%	減少16.3%	<ul style="list-style-type: none"> 積極投入再生能源使用 提升能源效率 汰換燃油車輛
節水	自來水總使用量較2017年減少12%	較2017年減少8%	減量11.4%	<ul style="list-style-type: none"> 宣導同仁節約用水 使用筏基儲水降低自來水使用量 減少冷卻水塔濺灑水量 定期檢視用水異常及查漏 優化冰水主機運轉模式
節廢	不可回收廢棄物總量較2024年減少18%	減少3%	減量10.4%	<ul style="list-style-type: none"> 事業廢棄物循環再利用 使用環保鋰電池 最佳路由佈設纜線 減量充膠纜線佈放
再生能源使用	再生能源使用率達35%	達14%	使用率18.6%	<ul style="list-style-type: none"> 積極投入再生能源使用

本章節揭露之數據，使用係數及單位換算說明如下：

- 紙張減碳係數以環保署產品碳足跡計算服務平台公告，減少一張A4紙，可減少7.6g碳排放量。
- 電力排碳係數以2024年經濟部公告，0.474公斤CO₂e/度
- 1度電 = 3.6 x 10⁶ 焦耳 = 360萬焦耳
- 1公升汽油 = 31,762.6 千焦耳 (KJ) = 31.7626 兆焦耳 (MJ)
- 1公升柴油 = 36,158.9千焦耳 (KJ) = 36.1589兆焦耳 (MJ)

4.ISO 驗證成果與規劃

ISO 14001:2015

ISO證書



認證效期2025/04/17~2028/04/21

- **盤查範疇**: 電信及有線電視營收100%導入,涵蓋文創總部、IDC雲端機房、台北電信大樓、高雄新衙主機房、高雄博愛大樓、台中北平直營門市據點、有線電視MOMO大樓
- **2025年成果**:
 1. 節電目標465萬度,實際節電2,475萬度
 2. 用水需較基準年減少26,195度,實際節水37,414度
 3. 節廢(生活垃圾):直營店節廢目標較2019減少1%(1,485公斤),實際減少49,108公斤;學府大樓節廢目標較2019減少1%(143公斤),實際減少4,416公斤。
 4. 再生能源:綠電轉供裝置容量110.37 MW、自發自用316.8kW、憑證採購,共使用137,418,433度綠電。
- **未來規劃**:持續進行節電、節水、減少不可回收廢棄物總量、生活垃圾減量,持續增加再生能源使用

ISO 50001:2018

ISO證書



認證效期2025/05/27~ 2028/05/26

- **盤查範疇**: 電信及有線電視營收100%導入,涵蓋文創總部、IDC雲端機房、台北電信大樓、高雄前鎮主機房、高雄博愛大樓、台中北平直營門市據點、有線電視MOMO大樓
- **2025年成果**:盤查範疇涵蓋全台營運型態100%,所有據點均達成能源指標值「EUI(耗電量):文創總部、台北電信大樓、高雄前鎮主機房、高雄博愛大樓、台中北平直營門市、有線電視MOMO大樓; PUE(能源使用效率):IDC雲端機房」;所列之各項觀察事項亦已完成改善。
- **未來規劃**:依例行目標管理,當能源基線無法確實反映能源績效時,予以檢討改善。

ISO 14064-1:2018

ISO證書



- **盤查範疇**: 台灣大哥大(含台灣大哥大基金會)及台灣大哥大所屬子公司
- **2025成果**: 範疇1+2主要排放源為電力(佔98.4%); 範疇三15項全部盤查
- **未來規劃**: 持續監控溫室氣體排放趨勢。

1. 溫室氣體管理目標

自2012年導入ISO14064-1溫室氣體盤查，每年通過第三方查證確保數據品質，範疇1+2 主要排放源為電力 (98.4%)；其餘排放為公務用車、發電機、冷媒、滅火器、化糞池等；範疇三15項全部盤查。

	科學基礎目標 (SBT)	2025年成果	2026年規劃
2025 短程	Scope 1&2較2024年減碳7.0%	減碳16.3%	減碳14.0%
	Scope 3較2024年減碳4.2%	減碳9.1%	減碳8.3%
2030 中程	Scope 1&2較2024年減碳42%	汰除燃油車輛、提升能源使用效率、投入再生能源使用	
2050 長程	淨零排放 (NET ZERO)	以「控制升溫1.5°C內」為情境，通過SBTi審查，於2040年達成減碳90%；長期若有需要，將以碳權、碳捕捉封存等方式，中和剩餘碳排，於2050年達成淨零碳排	

溫室氣體盤查 (範疇一/範疇二)

項目	單位	2022	2023	2024	2025 ^{註1}
Scope 1(直接排放)	ton-CO ₂ e	5,331.63	6,098.48	5,591.67	4,714.77
Scope 2(間接排放)- 地域別 ^{註2}		282,140.61	285,603.70	341,228.67	285,492.01
Scope 2(間接排放)- 市場別 ^{註2}		282,096.83	285,523.51	341,175.81	285,434.45
碳排總量 (Scope 1+2)-地域別 ^{註2}		287,472.24	291,702.17	346,820.33	290,206.78
碳排總量 (Scope 1+2)-市場別 ^{註2}		287,428.46	291,621.98	346,767.47	290,149.22
排放強度=碳排總量地域別/合併營收 ^{註3}	ton-CO ₂ e/NTDmillion	3.99	3.94	4.00	3.22

註1：依經濟部能源局公告2024年電力排碳係數，計算2024年範疇二排放量。

註2：2018年起購買再生能源憑證，依溫室氣體盤查標準之範疇二計算指引(GHG Protocol Scope 2 Guidance)，範疇二需分為「地域別 (Location-Based)」及「市場別 (Market-Based)」揭露，但環境面相關減碳績效以「市場別」數據進行統計。

註3：本章節之溫室氣體數據皆不包含momo資訊，相關涵蓋momo之資訊請詳附錄-2025年溫室氣體盤查及確信情形。

註4：2024年起始包含台灣之星數據。

溫室氣體盤查(範疇三)  台灣大哥大
Taiwan Mobile

盤查類別 (ton-CO2e)	2022	2023	2024	2025
1. 採購商品與服務	154,002.13	152,336.10	186,304.10	166,520.64
2. 資本財	77,333.16	102,275.80	73,068.16	58,707.78
3. 燃料及能源相關之活動	49,343.37	56,527.66	67,664.77	67,141.60
4. 上游運輸和配送	914.11	861.42	911.73	943.49
5. 營運產生之廢棄物	776.99	729.86	1,066.60	796.87
6. 商務旅行	105.13	192.32	438.00	440.80
7. 員工通勤	1,821.08	2,068.00	2,414.78	2,313.86
8. 上游資產租賃	2,318.51	2,405.09	1,539.74	972.83
9. 下游運輸和配送	495.23	516.76	655.82	613.79
10. 銷售產品之加工	不適用 ^{註1}			
11. 銷售產品之使用	15,513.06	13,647.57	12,153.67	16,146.46
12. 銷售產品使用壽命 終端處理	959.81	936.96	1,035.95	963.98
13. 下游資產租賃	5,719.18	5,138.46	5,070.67	4,752.20
14. 加盟	4,083.59	3,967.49	3,865.50	3,347.12
15. 投資	不適用 ^{註2}			
合計	313,385.34	341,603.49	356,189.49	323,661.42

註1： TWM 無進行中間產品之加工與再製造，故類別10售產品之加工不適用。

註2： TWM 投資超過50%標的已包含在類別1與類別2中，故類 不適用。

註3：2024年起始包含台灣之星數據。

溫室氣體盤查(範疇一/範疇二) momo

項目	單位	2022	2023	2024	2025
Scope1(直接排放)		1,595.48	1,815.70	2,000.55	2,074.75
Scope2(間接排放)-地域別		13,240.45	13,534.71	15,021.96	14,095.82
Scope2(間接排放)-市場別	ton-CO ₂ e	13,240.45	13,534.71	15,021.96	14,095.82
碳排總量(Scope1+2)-地域別		14,835.93	15,350.41	17,022.51	16,170.57
碳排總量(Scope1+2)-市場別		14,835.93	15,350.41	17,022.51	16,170.57
排放強度=碳排總量地域別/合併營收	ton-CO ₂ e/ NTD million	0.14	0.14	0.14	0.15

溫室氣體盤查(範疇三) momo

盤查類別 (ton-CO ₂ e)	2022	2023	2024	2025
1.採購商品與服務	1,425,862.64	1,329,323.67	1,314,030.63	1,275,177.00
2.資本財	18,107.59	37,863.09	48,817.37	7,813.72
3.燃料及能源相關之活動	2,574.96	2,971.95	3,116.70	3,458.49
4.上游運輸和配送	73,822.88	42,632.77	42,310.23	29,330.54
5.營運產生之廢棄物	628.53	645.64	616.66	591.97
6.商務旅行	14.16	18.49	21.01	17.37
7.員工通勤	2,552.11	2,587.80	3,525.56	3,081.10
8.上游資產租賃	不適用	不適用	不適用	不適用
9.下游運輸和配送	不適用	不適用	不適用	1,597.60
10.銷售產品之加工	不適用	不適用	不適用	不適用
11.銷售產品之使用	不適用	不適用	不適用	不適用
12.銷售產品使用壽命終端處理	645.82	733.72	718.88	692.81
13.下游資產租賃	不適用	不適用	不適用	不適用
14.加盟	不適用	不適用	不適用	不適用
15.投資	不適用	不適用	不適用	不適用
合計	1,524,208.69	1,416,777.13	1,413,157.04	1,321,760.60

2. 再生能源分析

透過導入ISO14001、ISO50001，對公司的再生能源應用及節能措施進行全面管理，並設定短、中、長期目標。

再生能源與非再生能源使用：

	2022	2023	2024	2025
非再生能源使用(度) ^{註1}	554,303,746	564,036,732	690,746,286	602,303,818
再生能源使用(度)	26,050,927	36,530,633	78,484,731	137,418,433
再生能源使用佔比(%)	4.5%	6.08%	10.20%	18.6%

註1:非再生能源使用,僅含間接能源耗用,不含直接能源耗用。
 註2:2024年起始包含台灣之星數據。
 註3:本年度再生能源使用=自發自用+綠電轉供+再生能源憑證。

能源耗用的成本：

單位：元		2022	2023	2024	2025
非再生能源耗用成本		1,606,149,495	1,822,048,763	2,311,676,739	2,100,778,928
再生能源耗用成本	綠電轉供採購	112,562,988	170,281,182	423,082,919	773,992,653
	再生能源憑證	308,322	427,786	305,750	345,093

4. 氣候變遷產學研究

- 與台北科技大學環境所合作淨零路徑與價值鏈減碳策略研究
- TWM淨零目標策略分析、價值鏈排放分析及內部碳定價應用

依據《氣候變遷因應法》第56條,制定內部碳價為每噸二氧化碳當量為新台幣1,500元。
 內部碳定價已納入資本投資決策條件,幫助我們評估使用綠電以及能源設備採購的潛在碳成本加速低碳投資。

5 各據點節能成效

據點	節能行動	節能成效	備註	
辦公室	臺北文創13樓、中和中正公區及工務所	<ul style="list-style-type: none"> 節能燈具汰換 	<ul style="list-style-type: none"> 節電101,061度 減碳47.90公噸 	-
	台固媒體旗下系統台辦公室與機房	<ul style="list-style-type: none"> 空調汰換 機房整併 	<ul style="list-style-type: none"> 節電381,698度 減碳180.92公噸 	-
門市	<ul style="list-style-type: none"> 更換老舊空調為變頻節能空調 	<ul style="list-style-type: none"> 節電9,982,076度 減碳495.66公噸 	-	-
行動通信網路(基地台機房)	<ul style="list-style-type: none"> SMR 汰換 空調系統汰換 電力儲存設備優化^{註1} 核心網路機房整併下線 行動通信網路設備優化 	<ul style="list-style-type: none"> 節電426,860度 節電1,181,520度 節電7,006度 節電2,134,200度 節電20,109,943度 <p>總節電23,859,529度 總減碳11,309.42公噸</p>	<p>註1：係指汰換自放電率極低的鋰鐵電池</p>	-
機房	雲端機房	-	-	<p>2025年因應營運擴張啟用新機房，年平均 PUE 由 1.63 略升至 1.67 將落實五大核心措施，確保維持高標能源管理：</p> <ol style="list-style-type: none"> 動態氣流管理 環境連動自然冷卻 採用高能效設備 照明與智能環境控管 導入ISO 50001 韌性與品質保證
資訊機房	<ul style="list-style-type: none"> 汰換照明為LED燈具、FC風機為EC風機 	<ul style="list-style-type: none"> 節電134,027度 減碳63.528公噸 	-	-

4.4 循環再生減廢行動： 打造零廢棄循環社會

4.4.1 制定全台首份《行動電話回收及循環服務》指引 - recycle/ repair / reuse

台灣大積極實踐循環經濟，攜手環境部、臺北科技大學及第三方認證機構 TÜV NORD 歷經 18 個月研發與利害關係人諮詢，成功主導制定全台首份《行動電話回收及循環服務》指引。該指引首度將「電信循環服務」納入碳盤查體系，依據 ISO 14067 及 ISO 14040/14044 等國際標準，建立具公信力的產品類別規則 (PCR)，期望成為產業推動手機回收與循環利用的共同標準。

顯著減碳效益：經示範門市查證顯示，回收或購買 1 支循環手機，相較於生產新手機可避免約 16 倍的碳排放當量。

廢手機回收：台灣大自 2008 年啟動手機回收計畫，迄今累計回收逾 47 萬支廢舊手機，近三年回收量更成長近 3 倍。2025 年門市廢手機回收達 21,768 支。

舊機換新機：2025 年擴大攜手 13 家手機品牌合作推出「舊換新」優惠，透過整合產官學研資源，有效擴大用戶參與循環行動，降低電子廢棄物對環境的影響。2025 年共回收 58,996 台舊手機，創造超過新台幣 3.2 億元經濟價值。

年度	2021	2022	2023	2024	2025
舊手機總支數	7,945	11,175	41,648	52,487	58,996
廢手機總支數	18,712	18,039	14,895	21,714	21,768
舊手機可回收量(kg)	795	1,118	4,165	5,249	5,900
廢手機可回收量(kg)	561	541	447	651	653
總計可回收量(kg)	1,356	1,659	4,612	5,900	6,553
總計可回收量(mt)	1.4	1.7	4.6	5.9	6.6
廢&舊手機總重量(mt)	2.7	2.9	5.7	7.4	8.1
總回收比例	51%	57%	82%	80%	81%

4.4.2 減少備品採購 - reduce

報廢物料減少53公噸，2025共計產生5,298片故障卡板，透過供應商負責相關設備維運及故障品處理，可為TWM減少10%廢棄物產生。

4.4.3. 延長SMR使用壽命年限 - repair

3,136台SMR延長使用、報廢物料減少32.93公噸，本公司經良好的維護保養後，將電源供應系統(SMR)使用年限自10年延長至15年。

4.4.4 紙張循環利用 - recycle

報廢物料減少53公噸，2025共計產生5,298片故障卡板，透過供應商負責相關設備維運及故障品處理，可為TWM減少10%廢棄物產生。

4.5 氣候價值鏈

4.5.1 國際永續倡議

氣候變遷是全球人類面臨的議題，台灣大哥大致力控制升溫在攝氏1.5度，除設定淨零目標並制定氣候策略，更積極參與相關公/協會和國際倡導組織，並由本公司高階經營團隊(即CXO執行層級)對於任何公共政策參與，進行審查、監督機制來審核並管理，以確保與全球氣候協議、巴黎協議一致。此外，本公司結合科技核心運用AI和大數據及物聯網技術，促進營運和價值鏈永續發展，減少環境衝擊，與自然共榮共存。

公共政策參與的審查機制

- 董事會層級之永續發展委員會：督導並審查永續發展小組定期報告與全球氣候協議和巴黎協定一致的重要議題並再提報至董事會核決。2022年，董事會已批准台灣大哥大承諾在2050年實現淨零排放。
- 永續發展小組：每年參與與公共政策相關的決策過程，例如RE100和實現淨零排放。以確保公司的立場、倡導、聲明、政策和活動與巴黎協議一致，確保相關公/協會和國際倡議組織符合本公司永續願景、SDGs和國際永續趨勢。

氣候相關組織/協會與本公司氣候立場之不一致之管理機制

由永續暨品牌發展處(永續專責單位)收集應對氣候相關組織/協會與台灣大哥大氣候相關立場之不一致的策略，並提報永續發展小組進行討論和決策。與相關組織/協會進行溝通和改進請求，並在三個月內進行。如果改進不可行，台灣大哥大將遵循上述審查過程，報告給董事會進行批准。一經批准，我們將盡快退出該組織/協會。

台灣大哥大參與之國際永續倡議行動：

GeSI (Global Enabling Sustainability Initiative, 全球永續賦能倡議組織)

台灣大哥大自 2016 年加入 GeSI 並連任四屆理事，長期深耕國際永續事務。2019 年成為「數位新使命 (DWP)」倡議成員，與國際電信巨擘共同定義產業轉型路徑。2025 年，台灣大與 GeSI 共同主辦首屆「2025 全球 AI 賦能永續高峰會」，將倡議推向「AI with Purpose」新階段，引領 AI 成為氣候行動核心動力。此外，台灣大哥大與社會創新團隊 BlueTrend 藍色脈動攜手推動的「AI Ocean 數據海洋」計畫脫穎而出，榮獲「生物多樣性獎」(Biodiversity Award)，展現本土 AI 技術在生態保育領域的國際競爭力。

EV100 (全球交通載具電動化倡議)

台灣大哥大自 2016 年加入 GeSI 並連任四屆理事，長期深耕國際永續事務。2019 年成為「數位新使命 (DWP)」倡議成員，與國際電信巨擘共同定義產業轉型路徑。2025 年，台灣大與 GeSI 共同主辦首屆「2025 全球 AI 賦能永續高峰會」，將倡議推向「AI with Purpose」新階段，引領 AI 成為氣候行動核心動力。此外，台灣大哥大與社會創新團隊 BlueTrend 藍色脈動攜手推動的「AI Ocean 數據海洋」計畫脫穎而出，榮獲「生物多樣性獎」(Biodiversity Award)，展現本土 AI 技術在生態保育領域的國際競爭力。

[EV100-members](#) ➔

RE100(國際再生能源倡議)

台灣大積極倡議環境永續價值，於 2021 年 8 月董事會通過綠能轉型承諾，原定 2030 年達成 IDC 雲端機房 100% 使用綠能之目標，在團隊積極布局下，已於 2024 年提前達成 100% 綠能使用目標。本公司於 2022 年 3 月正式加入 RE100，承諾 2040 年全公司達成 100% 再生能源使用，並透過綠電採購及投資等具體行動加速減碳腳步，堅定邁向 2050 淨零排放 (Net Zero) 願景。

ECCT(European Chamber of Commerce Taiwan, 歐洲在臺商務協會)及 LCI(Low Carbon Initiative, 低碳倡議行動)

2021年11月起加入ECCT及其發起之LCI，持續藉此與政府及國際企業相互交流，特別在綠能、循環經濟等領域可望建立策略聯盟及強化合作。

[ECCT Membership](#) ➔

SBT

本公司於2025三度通過SBTi之2050淨零目標審查，以2024為基準年，承諾2030年在範疇一和範疇二碳排放量減少42%、範疇三碳排放量減25%，並在2050年達成淨零排放(Net-Zero Commitment)。

[Companies taking action](#) ➔

4.5.2 綠能倡議—種福電計畫

2017至2025年連9年推出綠能公益「種福電計畫」，建構光電系統創造希望。專案推動至今總計幫助9家公益團體，實募4,145萬，預計創造20年9,639萬的穩定綠電收益及生產1,619萬度綠電，減碳效益相當於22座大安森林公園，透過企業影響力，以綠能為公益團體創造更永續的陪伴。

2025年以「第三方屋頂」，攜手13家手機供應商與集團momo購物、6家長期推廣並深耕永續核心理念的企業擔任「能量夥伴」，協助公益團體財團法人心路社會福利基金會（以下稱心路基金會）成功募得450萬元，於其自有屋頂建置189片太陽能板，所發綠電躉售台電，預計20年將創造約700萬元售電及屋頂租金收益，愛心價值放大1.54倍，並為地球創造綠色能源。

2025第九屆種福電計畫X心路基金會

「Love Punch! 拳力以赴，讓愛發光」第九屆種福電計畫與心路基金會合作，邀請奧運金牌拳擊手林郁婷擔任年度「綠能大使」，走進心路基金會的洗衣庇護工場，跟著身心障礙夥伴們練習摺衣、分類、包裝。郁婷有感而發：「看見夥伴們的專注和努力，就像是在擂台上的自己，雖然走的路不同，但都在為生命拼盡力。想邀請你們和我一起，用陽光種下支持的力量，讓更多像他們一樣努力的人，被看見也被照亮。」



歷屆成果

	2022	2023	2024	2025
合作NPO	台灣肯納 自閉症基金會	華光基金會	博幼基金會	心路基金會
建置容量 (kWp)	81.84	82.39	48.14	92.61
供應商參與 (家次)	20	17	18	20
民眾參與 (捐款人次)	2,281	1,484	705	1,018
實募金額 (萬元)	443	500	330	450
未來預估收益 (萬元)	996	1,028	601	693
20年預估 發電量(萬度)	174	179	115	215
掛表發電時間	2020/7-2025/12	2023/11-2025/12	2025/1-2025/12	2026/3-
累積發電量(度)	282,570	149,410	30,064	-
累積收益(元)	1,574,169	821,635	156,748	-

2017-2021歷屆成果，請參考台灣大哥大2024永續報告書。

4.6 綠色營運與服務

4.6.1 綠色服務

1. 數位影音、雲端服務

1. MyVideo線上串流減少實體碟片製作與節約紙張印刷，數位影音較傳統發行模式減少3,006噸碳排量。
2. 累積服務約 37 萬名會員，透過雲端算力共享模式，提供玩家另一種不需購置高階顯卡的遊戲選擇。

2. 車隊大管家Plus

2025年度，共計1,173輛企業公務車輛，成功導入車隊大管家Plus，透過車隊健檢、怠速監測、軌跡監控、異常管理等功能，並配合優化車輛維修保養模組，提升數據化管理效能，其中，台灣大公務車隊有效節省

3. 雲端機房

2025年用電量為37,646,400度，在相關節能措施運作下，如冷熱通道分離、自然冷卻、使用高效率空調設備、LED照明控制系統等，機房年平均PUE為1.67，在相同的IT用電下，傳統一般機房(平均PUE 2.0)的年用電度數為44,960,415度，雲端機房減少7,314,015度用電，減碳3,466.84公噸。

4. myfone線上保險

myfone online跨界整合富邦保代線上保險，並且持續提供TWID線上身分識別及超商立碼驗服務。2025年件數約2.2萬，共節省約6萬張紙耗用、降低物流運送約25,000km，減碳約5公噸。

5. MySports APP

MySports致力推廣全民運動風氣，為桃園市「桃園數位走跑平台」及嘉義縣「智遊嘉義」活動提供APP支援，並鼓勵全體用戶以步行與單車代步。透過活動參與及長期的實踐，於2025年共累積59.6萬公里，消耗2,927萬大卡，相當於減少近56.62公噸CO₂e的碳排放量。

註：取代機車之碳排以0.095 kg CO₂/公里計算。

4.6.2 綠色營運

1. 廢棄物減量成效及目標

台灣大成立「環境管理小組」統籌環境目標與策略，並整合 ISO 14001 等六大工作小組落實減廢政策。經盤點，廢棄物產生熱點主要集中於廢棄光纜、電信設備、鉛蓄電池以及辦公室生活廢棄物，同時針對辦公室廢棄物實施隨機抽重檢核以確保數據準確性，並定期公告單位廢棄物產量及影印量統計。在員工培訓方面，於內網宣導環境能源政策與法規，提升同仁的環保意識與減量績效。透過導入ISO14001，對公司的廢棄物進行全面管理，並設定短、中、長期節廢目標。為精進及落實廢棄物減量作為，台灣大所有使用資源皆以零廢棄為目標。2025年不可回收廢棄物產出共868.13公噸，較基礎年2024減少10.4%。長期減量目標，2035年不可回收廢棄物總量目標較基礎年2024減量30%。

廢棄物減量成效及目標



廢棄物類別(公噸)	回收	焚化	衛生掩埋	其他	總量	
事業廢棄物	光纜	113.0	121.7	12.0	3.7	250.5
	銅纜	166.5	34.3	3.4	1.1	205.3
	鉛蓄電池	313.3	339.0	33.5	10.4	696.3
	電訊器材	654.9	25.7	2.5	0.8	683.9
一般廢棄物-生活垃圾	106.6	247.7	24.5	7.6	386.4	
合計	1,354.3	768.4	75.9	23.6	2,222.4	

註1:光纜、銅纜、鉛蓄電池及電訊器材可回收比為45.1%、81.1%、45%及95.76%。

註2:所有廢棄物皆委託合格清運廠商代為清運處理。

註3:根據環保署環境資料開放平臺所揭露之2025年廢棄物處理量,依其比例(焚化88.52%;衛生掩埋8.77%;其他2.71%)計算。

註4:分流率96.6%=非掩埋廢棄物/廢棄物總量*100%。

廢棄物減量成效及目標 momo

項目	2022	2023	2024	2025
總部大樓				
廢棄物總量	21.05	25.19	24.67	26.01
資源回收總量	9.87	10.70	10.65	10.85
人均廢棄物量	0.0133	0.0161	0.0137	0.0152
倉儲				
廢棄物總量	568.6	628.4	903.2	608.10
資源回收總量	紙箱	3001.97	3,091.97	3,407.82
	塑膠類	81.59	112.41	204.95
	氣泡布	1.59	3.61	2.59

註1:光纜、銅纜、鉛蓄電池及電訊器材可回收比為45.1%、81.1%、45%及95.76%。

註2:所有廢棄物皆委託合格清運廠商代為清運處理。

註3:根據環保署環境資料開放平臺所揭露之2025年廢棄物處理量,依其比例(焚化88.52%;衛生掩埋8.77%;其他2.71%)計算。

註4:分流率91.23%=非掩埋廢棄物/廢棄物總量*100%。

2.辦公室廢棄物管理、生活廢棄物管理

做好辦公室垃圾分類，並力行資源回收。推廣使用電子文件及雙面列印，減少影印紙浪費與廢紙產生。

	2022		2023		2024		2025	
	行政管理處	HBG 人資暨行政管理處	行政管理處	HBG 人資暨行政管理處	行政管理處	HBG 人資暨行政管理處	行政管理處	HBG 人資暨行政管理處
廢棄物 (噸)	82.1	47.665	100.1	51.515	107.5	53.230	110.4	54.630
資源回收 (噸)	31.1	5.212	25.6	5.602	30.6	5.595	27.9	5.709
用紙張 (張數)	3,306,500	1,655,910	3,141,500	1,484,044	3,981,500	1,507,388	4,145,500	1,442,127

註1:2024年起始包含台灣之星數據。

3.門市廢棄物統計、管理及減量活動

2025年門市生活垃圾共93.64公噸，比去年減少7.48公噸。資源回收67.60公噸。主要廢棄物來自生活垃圾，依店型和人數分級量測及推估。公司定期向同仁宣導垃圾減量、分類再利用，實施電子簽辦及視訊會議等。

4.綠色物流:物流車隊管理機制

委外物流近一年節省共513.3噸碳排放：

1. 要求怠速60秒以上熄火，節省約217.9噸碳排放量。
2. 調整車輛配置，節省約295.4噸碳排放量。

5.綠色運輸：工程車用油管理系統

- 碳排放較基準年減少378公噸

透過車輛管理系統升級，有效節省油耗與碳排放量，較基準年減少用油167,290公升，減少碳排放量398噸。較基礎年2016年相比超越減量目標達33.2%。

年度統計	2022	2023	2024	2025
減油目標(%)	29%	31%	33%	35%
實際總用油量(L)	302,389	297,535	372,454	336,137
減量實際達成率(%)	39.9%	40.9%	26.0%	33.2%
較基準年減少油費(元)	\$5,930,621	\$6,300,295	\$4,047,066	\$4,633,196
較基準年減少碳排(ton)	454.35	465.32	296.00	398.000
較前一年度減少油費(元)	\$227,917	\$148,532	(\$2,314,997) 註1	\$1,005,811
較前一年度減少碳排(ton)	17	11	(169) 註1	102

註1：2024年起始包含台灣之星數據，除納入原TST工程車外，因整併作業量龐大，油費及碳排放較2023年增加。

6.水資源管理

透過導入ISO14001，對公司的用水量進行全面盤點，並設定短、中、長期節水目標，以提升用水效率。

- 辦公室節水措施：每月寄各辦公室用水資訊予各單位主管宣導節水
- 直營門市節水措施：每月報表查詢、檢討用水情形，異常訊息主動通報修繕查漏
- 機房基站(含台媒/雲端/資訊機房)：

1. 宣導同仁節約用水
2. 使用筏基儲水降低自來水使用量
3. 減少冷卻水塔濺灑水量
4. 定期檢視用水異常及查漏
5. 優化冰水主機運轉模式

6.水資源管理 台灣大哥大 Taiwan Mobile

水量 (度數/m3)	涵蓋據點	2022	2023	2024	2025	
取水量	自來水	辦公室	65,793	73,974	77,894	85,616
		直營門市	45,969	44,671	45,253	41,143
		機房基站 (含台媒/雲端/資訊機房)	183,028	184,234	170,463	163,262
	雨水	機房(雲端)	31	28	49	102
總取水量		294,821	302,907	293,659	290,123	
總排水量		42,911	50,997	41,749	38,213	
總用水量		251,910	251,910	251,910	251,910	
飲水機廢水回收		579	887	751	691	

註1：2024年起始包含台灣之星數據。

6.水資源管理

年份	單位	2022	2023	2024	2025
自來水使用量	度	97,105.68	100,190.64	107,407.33	111,855.72
人均用水量	度/總人數	17.68	17.81	18.21	20.22
用水密集度	度/新臺幣百萬元	0.93	0.91	0.88	1.03
總取水量	千立方公尺	97.10	100.19	107.41	111.86
總耗水量	千立方公尺	0	0	0	0

- 註1：盤查邊界：2022、2023年-momo 100%營運控制據點及國內子公司(富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)，部分區域採推估人均用水量方式進行統計；2024、2025年-momo及合併財務報表所有子公司，部分區域採推估人均用水量方式進行統計。
- 註2：用水密集度：2022、2023年-總用水量/momo 100% 營運控制據點及國內子公司(富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)營業額；2024、2025年-總用水量/momo及合併財務報表所有子公司營業額。
- 註3：人均用水量：2022、2023年-總用水量/momo100% 營運控制據點及國內子公司(富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)總人數(含派遣公司進駐人員)；2024、2025年-總用水量/momo及合併財務報表所有子公司總人數(含派遣公司進駐人員)。
- 註4：總耗水量=總取水量-總排水量；因momo 100%皆為民生用水，故總排水量等同總取水量。
- 註5：取水量主要來自台灣自來水公司及臺北自來水事業處提供之繳費通知單以及部分租賃據點採用出租人提供之分攤表統計取水總量。此外，千禧大樓等13個營業據點因無法取得實際取水數據，則以其餘據點之每人平均用水量乘以該據點人數估算總取水量。
- 註6：每人平均用水量=依台灣自來水公司、臺北自來水事業處及出租人提供之分攤表統計取水量之據點取水量加總÷該等據點總人數。
- 註7：momo所有營運據點皆屬低至中度水資源壓力地區，位於高度水資源壓力地區比例為0%。

4.6.3 科技電商綠色包裝與物流

每一次的消費選擇，皆是推動永續變革的關鍵動能。為落實賦予消費者「綠色選擇權」的願景，momo 長期投入低碳營運轉型，從包裝技術創新、物流佈局至綠能倉儲，致力建構完善的「永續網購旅程」。

1. 綠色包裝

momo 積極落實包材技術創新，早於法規要求提前推動包裝減量與材料永續化。2025 年持續透過數據系統優化存貨配置與出貨包裝分析，降低跨倉分箱率，從源頭減少包材使用，並於 2023 年獲頒環境部「網購包裝減量標章 2.0」。

- 規模化回收網絡：為提升循環包裝回收便利性，2025 年正式拓展「全家便利商店」為回收新據點。整合既有之中華郵政（郵筒與 i 郵箱）、美廉社、台灣大哥大與 7-ELEVEN 之通路資源，截至 2025 年底，全台回收站點已逾 1.9 萬處。
- 技術引領循環轉型：結合數據分析研究包裝技術優化，除減少廢棄物產生外，更透過跨產業協作拓展循環袋應用，建立高便利性的逆向物流體系。

包裝減量	環境友善材質	循環包裝
<ul style="list-style-type: none"> 開發 AI 系統建議最適包材 針對多元商品規格開發包材，紙箱規格提升至46款 提升自營進口商品採原箱出貨比例 推動短宅單，減少37.8%紙張面積 	<ul style="list-style-type: none"> 持續開發多元環保包材，如水解膠帶、蜂巢紙袋等 紙箱採>98%國際認證再生紙漿製作、印刷面積降至30%以下 循環袋由倉儲回收廢棄膠膜經熱熔形成的再生塑料製成 破壞袋之再生塑料佔比提升至50%，印刷面積低於20% 	<ul style="list-style-type: none"> 建置全台逾萬個循環袋回收據點，並持續與超商洽談合作回收通路 慈濟環保教育站、momo 總部及瑞光辦公室大樓設置循環紙箱回收站，將紙箱整新後再度使用 推動「綠活會員」計畫，鼓勵消費者選擇使用循環包裝，培養永續消費客群 與供應商合作推動使用循環物流箱進貨

以消費者行為切入，建構循環包裝生態圈



2. 綠色物流

momo 積極構建綠色車隊並落實「短鏈佈局」策略，透過增設衛星倉以縮短配送距離，降低運輸過程之碳排放。同時結合系統技術與綠生活點數誘因推動「集中配送」模式，針對需由多倉出貨之訂單，系統會主動詢問消費者意願，並透過既有之倉間轉運機制將商品集中合併出貨；此模式不僅有效提高單一紙箱裝載率並減少緩衝材使用，更顯著降低末端配送之往返里程與碳排放量。經統計，2025 年度透過此機制成功減少逾 45 萬個紙箱使用，在為消費者提供取貨便利性的同時，達成實質的資源減量績效。

3. 綠色倉儲

momo 物流倉儲據點的選址與規劃設計，皆納入環境因素的考量，並進行完整評估報告後，方能建設。momo 北區、中區與南區物流中心皆設有太陽能發電裝置，北區物流中心每年皆產出逾 100 萬度綠電；2024 年啟用的南區物流中心及預計 2027 年啟用的中區物流中心每年預計可提供各約 130 萬度綠電（南區物流中心電力於 2025 年起自發自用）未來 momo 自購/自建倉儲將全面建置再生能源系統、自發自用，提高再生能源使用量。momo 物流中心亦採用多項綠建築概念之環保建材及節能設計，包括：綠能屋頂、節能燈具、鋼構／環保建材、雙層牆面／複層 LOW-E 玻璃、地道風及水濺系統、自然通風系統、雨水回收系統等綠建築概念措施。完整內容詳見 momo 最新年度永續報告書。





生態航道

Chapter 5

自然資本 與藍碳解方

- 1 永續自然願景
- 2 自然相關風險與機會管理
- 3 生態共榮



心大願景

自然共好 攜手創新

重大主題

氣候變遷減緩與調適

利害關係人

股東/投資人、主管機關、員工、
評比機構、媒體、供應商、社區/NGO

藍碳倡議

種植 林 **3,200** 棵

5.1 永續自然願景： 零毀林承諾與生物多樣性目標

自然的決心，我們於 2022 年發布「保護生物多樣性及零毀林宣言」，落實四大行動策略：），系統性鑑別自然環境與公司營運間的交互影響。為展現守護TNFD)與自然相關財務揭露(TCFD揭露(人類活動引發的氣候變遷正以前所未有的速度改變地球系統，對生態造成巨大衝擊。台灣大透過氣候相關財務

- 深化生物多樣性保護：** 全面鑑別營運與價值鏈對自然環境的依賴與衝擊，優先避開高生態價值區域，以落實生物多樣性保護。
- 積極推動生態復育：** 減少於國際與國家級重要生物多樣性及其附近區域進行營運行為，用緩解層級以降低影響
- 推廣自然與環境保護：** 透過公私協力與科學監測評價自然價值，並長期投入專業人才培養與棲地保護計畫，回應利害關係人對生物多樣性及零毀林的期待。
- 與供應鏈攜手合作：** 串聯關鍵價值鏈(含一階與非一階供應商)共同降低環境衝擊，守護自然棲地。

我們承諾於 2050 年實現生物多樣性淨正向衝擊 (Net Positive Impact, NPI)，並達成終止任何形式毀林行為 (No Gross Deforestation) 的目標，為下一代構築與自然共生的韌性未來。

台灣大之策略方針不僅深植於公司治理，更積極呼應《昆明-蒙特婁全球生物多樣性框架》之多項核心目標。在政策與管理層面上，我們透過營運與價值鏈的全面鑑別，落實目標 1 (規劃與管理所有區域以減少生物多樣性流失)；並藉由氣候與自然財務揭露 (TCFD/TNFD)，積極緩解氣候變遷對生態的衝擊，達成目標 8 (減少氣候變遷對生物多樣性影響)、目標 15 (評估、揭露並減少生物多樣性風險與負面影響)。在具體保育行動上，台灣大針對指標性物種與棲地進行長期投入：高生態價值區域，以落實生物多樣性保護。

•台灣大藍碳 紅樹林復育計畫：

藉由台江試驗基地的科學實證與復育行動，有效守護並強化沿海生態系統，落實目標 3 (保護與管理 30% 陸地與水域區域)、目標 11 (恢復與維護自然對人類的貢獻)。

• 藍碳教育倡議行動：

透過與農業部生物多樣性研究所的公私協力，將科學實證轉化為教育資源並走入校園與大眾視野，確保環境知識的可獲取性，積極實踐目標 21 (確保知識可用且可獲取以指導行動)。

• 台灣大山椒魚保護計畫：

透過關鍵物種的長期監測與棲地維護，積極回應目標 4 (停止物種滅絕與保護遺傳多樣性)。

透過這些具體行動，我們將國際願景轉化為永續實績，持續引領產業邁向與自然和諧共生的願景。

[台灣大保護生物多樣性及零毀林宣言](#) ➔

5.2 自然相關風險與機會管理

台灣大於2023年導入自然相關財務揭露(The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures, TNFD) 並於2024年出版首本TNFD報告書，依據LEAP(Locate, Evaluate, Assess, Prepare)方法學，進行電信產業最完整之自然依賴、衝擊、風險與機會分析，範圍涵蓋100%營運據點，包含辦公室門市、機房、基地台，並擴及450家全球供應商。透過TNFD報告書，台灣大深入探討影響電信服務業的預警機制與管理作法，同時研究可以為大自然帶來正面效益的永續商品與綠色服務，並訂定相應指標和管理目標。

[台灣大TNFD 報告書](#) ➔

營運廠址鑑別 (Locate)

分析結果顯示台灣大組織本身與供應商共有303處據點具自然與生物多樣性區域重疊。其中，國內因無據點與自然保護區有重疊現象，因此不存在衝擊潛勢。此外，針對海外的12處據點進行衝擊分析，其中共有4處據點具生物多樣性衝擊潛勢，分別位於南韓(1處)、新加坡(2處)和美國(1處)。

南韓1處 環域範圍與當地「棲地/物種管理區」區域交集，影響對象為昌慶宮花園、南山公園

新加坡2處 環域範圍與當地「荒野地」區域交集，影響對象為中央集水區自然保留區、拉伯多自然保留區

美國1處 環域範圍與當地「自然紀念物或現象」區域交集，影響對象為Scott's Run Stream Valley

依賴重大性與衝擊重大性分析(Evaluate)

透過公司內部跨部門工作坊自我鑑別及國際資料庫Encore鑑別電信服務產業之自然依賴共有6項屬於重大依賴自然與生態系統，工作坊則歸納出5項，並與國際資料庫共有3項為重疊。彙整如下表。

自然與生態系統依賴

項目	判定方法	依賴說明	對應之災害
防洪	國際資料庫	洪災減緩服務源於生態系統吸收和儲存水的能力，可減輕洪水和其他與水有關的極端事件的影響。	洪災
微氣候調節	國際資料庫	植被透過蒸散維持降雨模式的生態系統貢獻，森林和其他植被將水分循環回大氣中，產生降雨。	降雨
風化過程	國際資料庫	健康的土壤可提供良好的生產量，但一旦退化或受到汙染，則會影響作物的產量跟品質。	土壤生產力降低
全球氣候調節	國際資料庫 組織內部	當地氣候調節服務是生態系統透過改善生活條件和支持經濟生產的植被，對環境大氣調節做出貢獻。	炎熱的高溫
質量穩定的侵蝕控制 質量流量的緩沖和衰減	國際資料庫 組織內部	穩定的土壤結構，不會發生土壤液化的可能。完地底具有整之岩盤，而非斷層帶或順向坡之山坡地。	土石流或山崩
風暴保護	國際資料庫 組織內部	風暴緩解服務是植被對生態系統的貢獻，包括用於減輕風沙和其他風暴對當地的影響。	風災
降噪	組織內部	噪音衰減服務是生態系統對減少噪聲，對人們的影響的貢獻，從而減輕其有害或壓力影響。	噪音/震動
疾病控制	組織內部	地理隔閡、流動空氣、乾淨的水源等高品質自然環境，可降低疾病的發生率或傳染鏈。	流行疾病

台灣大就衝擊重大性亦進行資料庫鑑別和自我鑑別如下表

判定方法	衝擊說明	
國際資料	陸地生態系統利用	改變原本陸地生態系統的樣貌，包含地理特徵改變、土地利用變更等。
	干擾與擾動	導致生態系顯著改變的暫時的环境條件變化。擾動會改變生物和非生物因子的物理結構或組織，也可能影響生態系內的生物多樣性。
	固體垃圾	對自然環境產生汙染，使得土壤品質降低、水源含有化學或有害物質、水質優養化、生物毒性等。
組織內部	產生廢棄物	全球溫室氣體濃度上升、全球暖化能力變強、全球平均溫度改變、全球海平面上升、極端氣象事件發生頻率變高等。
	產生溫室氣體	全球溫室氣體濃度上升、全球暖化能力變強、全球平均溫度改變、全球海平面上升、極端氣象事件發生頻率變高等。
	化石燃料和能源使用	全球溫室氣體濃度上升、全球暖化能力變強、全球平均溫度改變、全球海平面上升、極端氣象事件發生頻率變高等。

風險與機會之指標與衡量(Assess)

針對營運需求對自然與生態產生高衝擊之風險，包含陸地生態系統利用、固體垃圾產生廢棄物、產生溫室氣體、化石燃料和能源使用或干擾與擾動等，台灣大以辦公室、門市、機房/基地台及雲端機房分別進行衝擊評估，針對每項衝擊項目皆制訂風險指標與衡量單位。

針對高依賴風險產生之災害包含風災與洪災本身與其觸發之淹水、山崩與土石流，以及炎熱高溫或流行疾病等，以辦公室、門市、機房/基地台及雲端機房分別進行衝擊評估，針對每項依賴項目皆制訂風險指標與衡量單位。在營運的衝擊中，以災害所造成之服務中斷影響最為顯著；財務衝擊則是以營收降低與成本支出最為直接。

在對自然環境的衝擊中，辦公室因空間需求最高，因此對陸地生態系統利用是四大類型據點中最多。而辦公室、門市與機房/基地台都會產生溫室氣體與廢棄物，並耗用化石燃料與能源；雲端機房因其特性僅會產生因使用電力所造成之溫室氣體排放。

管理行動與生態保育專案(Prepare)

針對所鑑別出之高依賴風險產生的災害，以及對自然與生態產生高衝擊之風險，台灣大訂定降低負面影響之管理作法。在依賴風險的項目中，以建立預警機制為優先考量，盡可能於災害發生前進行避免的措施。對於難以預測之自然災害，評估任何可能之補償措施，以降低災害發生後對營運的直接衝擊或財務損失。在衝擊項目部分，以制訂減量目標或提升能資源效率為主軸，讓經濟發展與自然保育能夠維持在最佳之平衡點。此外，台灣大推動生物多樣性相關專案，詳見本報告書5.3.1 台灣大藍碳 紅樹林復育計畫。

價值鏈自然風險

分析結果顯示，供應鏈對生態系統服務的依賴項目共21項，代表台灣大之供應商伙伴因組成之複雜性，會面臨多種的自然災害，取決於其產業特性。當任一災害發生或資源缺乏時，都有可能對台灣大的營運有潛在之衝擊。依照供應商的風險度和暴露度調查結果，台灣大的供應鏈對於全球/當地氣候調節與降水特徵調節(次大陸尺度)的依賴有較高的暴露度，意指會有較高比率的供應商遭遇炎熱的高溫/降水不均/降雨不均/乾旱災害的衝擊。在風險程度上，以水資源與風暴緩解具較高程度，代表我們的供應鏈面對這樣的災害上，具有調適上的挑戰。因此面對供應鏈所面臨之自然依賴結果，台灣大針對供應商建立預警機制，並在供應商定期的永續風險調查中，新增調查指標與衡量單位來進行潛在風險的控管與追蹤。詳細分析請見TNFD報告書。

5.3 生態共榮

5.3.1 台灣大藍碳 紅樹林復育計畫：碳匯增量超過預期

台灣大攜手中興大學、台江國家公園，產官學協力推動「台灣大藍碳 紅樹林復育計畫」。透過全球首創技術，結合紅樹林復育、複合式養殖及奈米科技，將養殖廢水轉化為紅樹林養分，強化碳吸存能力，2025年度達成亮點說明如下：

- 碳匯增量超過預期：2025年完成種植 3,200 株欖李與五梨跤，經過5個月的監測觀察，每公頃淨增加碳匯量達 82.6 公噸二氧化碳，高於原預估之每年每公頃 77 公噸目標。
- 吐質改善：透過紅樹林生物過濾機制，有效降低原魚塢營養鹽濃度，由「高污染、易排碳」之間置狀態，轉型為具備長效鎖碳潛力之健康生態示範場域。
- 生物多樣性提升：隨棲地環境改善，記錄到魚類捕獲情形提升，同時觀測到 27 隻尖尾鴨及其他鳥類回流休憩。

5.3.2 藍碳教育倡議行動：打造紅樹林復育科教基地

台灣大深知應對氣候變遷，需建立大眾對自然解方的認知。我們在投入藍碳碳匯研究的同時，亦致力於將科學成果轉化為社會影響力，透過與農業部生物多樣性研究所合作，推動「藍碳教育倡議行動」，將專業的藍碳研究拆解為易懂的科普知識。

- 培訓藍碳種子教師：透過系統化的種子教師培訓，強化第一線教師在生物多樣性領域的教學量能，帶領學生觀察紅樹林生態系，並參與基礎碳匯調查與教學實踐。
- 落實校園教育推廣：致力於知識向下扎根，以多元化課程引導台南沿海地區學子認識藍碳議題，並理解紅樹林的重要生態服務功能。
- 培力在地社區公民：邀請在地居民與學童探訪紅樹林科教基地，觀察生態生物及參與紅樹林生長調查，結合實地探查與公民科學操作，投入碳匯基礎調查工作。

5.3.3 台灣大山椒魚保護計畫 以科技賦能提升研究效率

台灣大自2023年起持續推動「台灣大山椒魚保護計畫」，挹注資源於全台唯一的山椒魚研究單位「國立臺灣大學動物科學技術學系—朱有田教授團隊」，協助投入研究設備及儀器，蒐集山椒魚棲地及保育等重要參數，並訂定復育目標。2025年攜手紀錄片導演麥覺明，推出7分鐘《台灣大哥大守護山椒魚》紀實短片，透過影像喚醒社會對氣候變遷與生物多樣性流失的重視。同時，與內政部國家公園署玉山國家公園管理處、農業部林業及自然保育署嘉義分署簽署《山椒魚保育合作備忘錄》，企業、學術與公部門攜手為台灣中高海拔山椒魚棲地注入科技與永續的能量。詳細分析請見TNFD報告書。

5.3.4 網路韌性：生態敏感區之建設與防護機制

為落實國家公園及自然保護區之棲地保護，台灣大哥大針對基站選址與建設作業，嚴格遵循轄管單位法規，將「緩解層級」納入標準作業程序 (SOP)。我們秉持迴避、縮小及減輕三大核心原則，確保資訊基礎建設與自然生態永續共存。

核心原則

管理階段

關鍵作業程序與友善環境作為

迴避

選址

1. 棲地避讓：嚴格避開受保護區與重要棲地，優先利用岩石區或既有建物。
2. 環境勘測：實地確認土壤、岩層與坡面穩定度，確保地形安全性。
3. 空間精簡：採取最小化足跡規劃，嚴格控管基站使用面積。
4. 生態預警：廣泛蒐集區域林相與動物資訊，掌握物種分布動態。
5. 動線評估：優化設施佈點與施工動線，確保全面避開原生生物種。

縮小減輕

設計施工

1. 環境融合：設備外表採環境諧調色，並以植物披覆圍籬強化景觀融合。
2. 低度干擾：山林步道區採人力搬運施作，避免重型機具破壞地景。
3. 棲地保護：動線規劃於既有步道或岩盤；樹木採移植而非砍伐，維持生態連通。
4. 原土復原：管線開挖採現地回填土壤原則，保存原始土層結構。
5. 水保設施：設置完善水土保持設施，確保施作區域之長期生態穩定性。

透過上述標準化流程，台灣大哥大成功在維持山區及自然管制區通訊韌性的同時，最大程度守護區域生物多樣性。此舉不僅確保了災害發生時的通訊可靠度（如頻率預防與應變），更實踐了基礎設施對環境「不造成淨損失 (No Net Loss)」的永續承諾。



渦輪升級

Chapter 6 人才發展 AI培力 社會影響

- 1 人才招募與留任戰略
- 2 職能升級演訓
- 3 多元共融與職安防衛
- 4 科技/人文素養
- 5 運動家族影響力



- 心大願景
- 責任企業
- 重大主題
- 人才開發與留用
- 利害關係人

股東/投資人、主管機關、員工、客戶、
評比機構、媒體、供應商、社區/NGO

偏鄉AI培力

每年提供 **10,000** /名師生
行動網路/AI學習資源

6.1 人才招募與留任戰略

6.1.1 強化人才吸引並維繫核心競爭力

身為新時代科技電信公司，我們體認人才是維繫核心競爭力的關鍵，將員工視為永續成長的夥伴，建構多元共融平等文化之工作環境，邁向區域及世界級的成功，開創永續發展未來。人力資源政策結合公司「Open Possible 能所不能」的核心精神，依此展開選用育留方案。

- 依據績效予以差異化且具競爭力獎酬，落實以績效為依歸的人才晉用及薪酬政策。
- 因應產業趨勢及企業發展策略，制訂人才培訓方案，提升員工職場競爭力與職涯發展機會。
- 招募人才不限學歷，重視「學力」；招募對事物充滿熱忱、勇於付諸行動，具學習力的高「學力」人才。

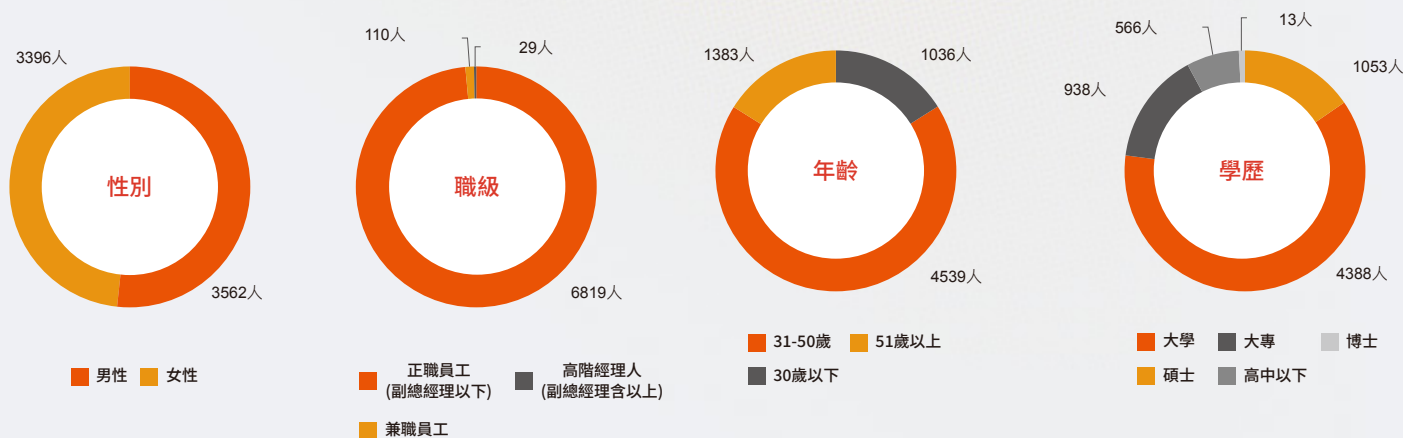
6.1.2 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化

1. 人才招募與多元平等

- 女性管理職47.1%
- 高於法令1.66倍超額進用身障

截至2025年底，員工以31-50歲為多數，48.8%為女性，女性管理職47.1%。以聘用當地員工為主，有24位外國員工、68名原住民、82名身心障礙員工^註。為提供更完善服務，約1成非員工的工作者協助業務執行，例如門市銷售服務。

2025員工結構-台灣大



1. 員工結構詳細統計表詳附錄
2. 高階經理人皆為本地員工、多數員工之工作區域為台灣本島，共7人工作地為離島。
3. 2025年底人數共6,958人，相較於2024年底人數6,894人，無顯著波動。
4. 全職人員：男性共3,518人、女性共3,330人，男性較女性多188人；兼職人員：男性共44人、女性共66人，女性較男性多22人。
5. 依GRI指標定義，永久聘僱共6,925人、臨時員工共33人，未聘僱無時數保證的員工。
6. 2025年約1成非員工的工作者協助業務執行。

種族/ 國籍	族群	男	女	人數
	外籍	15	9	24
本籍-原住民	68			
身心狀況	身心障礙 *(加權前)	54	28	82

註：依規定進用重度以上身心障礙者，每進用一人以二人核計，法定雇用人數為67人，實際雇用111人，高於法令1.66倍超額進用。

2025 員工結構- momo

momo 2025年員工結構如表，若想知道更多資訊，可詳閱2025年momo永續報告書。

分類	年齡	2025年		
		人數		比例
		男	女	人數
內部經理人	29歲以下	-	-	-
	30~49歲	5	5	45.45%
	50歲以上	8	4	54.55%
	合計	13	9	100.00%

2025 員工結構- momo

分類	年齡	2025年		
		人數		比例
		男	女	人數
一般員工	29歲以下	270	516	21.95%
	30~49歲	1,137	1,349	69.42%
	50歲以上	167	142	8.63%
	合計	1,574	2,007	100.00%
總人數		3,603		
雇用狀況	正職	1,575	1,999	99.20%
	約聘	12	17	0.80%
平均年資		5.6		
學歷分佈 比例	博士	0.14%		
	碩士	9.13%		
	大學	60.06%		
	專科	9.71%		
	高中以下	20.96%		

momo 依規定進用重度以上礙者，每進用一人以二人核計，法定雇用人數為35人(富邦媒體30人，富昇物流5人)，實際雇用41人(富邦媒體33人，富昇物流8人)，高於法令1.17身心障倍超額進用。

種族/ 國籍	族群	男	女	人數
	外籍	0	0	0
本籍	18	10	28	
身心狀況		54	28	82
	身心障礙 *(加權前)	重度：8人 中度：3人 輕度：7人	重度：5人 中度：3人 輕度：2人	重度：13人 中度：6人 輕度：9人

2025年度職缺(含對外招募)內部應徵遞補比例為13.0%。介內部職缺或彈性工作機會等。針對退休人員，提供工作、理財...等諮商。管面談，人力資源處依同仁的離職問卷瞭解其離職主因及對公司建議，進行訪談關懷並提供職涯諮詢、主動媒本公司今年度離職率較去年略微下降，前一年度係因合併期間人力流動較為集中。同仁提出離職申請後，除主力」。吸引新世代人才，加速邁向區域級科技電信集團。AI作為新世代網路科技電信公司，積極延攬能夠善用工具的科技人才。招募政策不限學歷，重視人才之「學

促進身心障礙就業，進用無上限

- 高於法令1.66倍超額進用；最資深為32年，1位副理。
- 提供專業職務、平等晉升、優渥薪酬及友善環境，促進身障就業。
- 多樣障別關懷(註)：
 - 多元職務**：網路優化、系統開發、銷售、市調等。
 - 友善環境**：專屬車位、寬敞席位及專用設備等。
 - 外部合作**：脊損中心。

註：多樣障別包含重度視障、重器障、肢障、癱瘓、聽障及顏面損傷等。

校園人才培育，縮短學用落差

幫助學生培養實戰經驗，具備接軌職場的能力。用為正職員工。未來將持續實習招募、積極經營校園、擔任產學講師等途徑，維繫校園關係並接觸潛力人才，為公司未來延攬全球人才奠基。

2025年共168位學生參與實習，給予薪資及精實培訓，期滿表現優秀者優先聘積極投入校園經營，至各校進行專題演講、職涯分享，擴展與各校產學合作，更招聘全球海外學生來臺實習，

6.1.3 薪資與福利

10週有薪產假，優於法令 高額生育及育兒津貼

秉持「員工是公司最寶貴的資產」理念，提供具競爭力薪酬，吸引及留任人才。標準起薪較基本工資高，依主計總處2025年統計，電信業每人每月總薪資平均為市場均值的1.75倍。台灣大哥大曾連續四年列入「臺灣高薪100指數」成份股，依據證交所2025年公布各公司2024年度財報揭露平均員工薪資費用，台灣大哥大員工平均年薪破百萬，為同業最優為維持整體薪酬的競爭力，公司每年參與韋萊韜悅顧問公司薪資調查，衡量市場的薪資水準，並考量公司營運績效及未來發展，據以訂定獎酬計劃。落實以績效為依歸之薪酬政策，依據員工個人績效表現發放年終獎金與員工酬勞等激勵性獎酬，使員工與公司共享營運成果。同仁之薪酬、福利、升遷、訓練及就業權益等，不因性別、性傾向、年齡、婚姻、種族、身障等因素而予以差別待遇。

2025 薪資比率分析-台灣大

- 2025年度公司標準起薪與台灣最低薪資之比率



• 2025年度公司標準起薪與台灣最低薪資之比率

基本薪資比例 依性別比例(男性為1)	高階主管	0.95	N/A (僅有女性高階主管)
	副理(含)以上主管	0.95	1.33
	副理以下人員	0.89	1.09
2025年度男女性平均年薪 (含績效報酬) (男性為1)	高階主管	0.92	N/A (僅有女性高階主管)
	副理(含)以上主管	0.94	1.21
	副理以下人員	0.87	1.32
2025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		33.1001:1	2.21
2025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 ^(註1)		1.46:1	1.57

註1:僅比較受雇員工之基本薪資

註2:非員工的工作者薪資皆高於基本工資,也高於財政部公布每人基本生活所需費用

台灣大哥大2025年度非擔任主管職務之全時員工人數、薪資平均數及中位數與前一年度之差異如下表。

非擔任主管職務* 之全時員工揭露項目	2024	2025
員工人數	4,289	4,265
薪資平均數(千元)	1,163	1,175
薪資中位數(千元)	1,004	1,030

*「主管職務」之員工係指申報內部人(經理人),與股東會年報揭露之範圍一致。

註:係依臺灣證券交易所發布之「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」揭露兩年度資訊

2025 薪資比率分析- momo

momo 2025 年薪資比率分析如表，若想知道更多資訊，可詳閱2025年momo永續報告書。

momo		
2025年度公司標準起薪與台灣最低薪資之比率		1.12
男女性基本薪資比例 (男性為1)	管理職 (註1)	1 : 1
	非管理職	1 : 1
男女性平均年薪 (含績效報酬) ^{註2} (男性為1)	管理職	1 : 0.8
	非管理職	1 : 0.9
最高個人之年度收入 相較於其他員工當年度收入中位數比例為		14.80
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		69.27

註1:管理職指課長以上人員

註2:績效報酬含業績獎金、年終獎金、momo 2025年度非擔任主管職務之全時員工人數、薪資平均數及中位數與前一年度之差異如下表。

非擔任主管職務* 之全時員工揭露項目	2024	2025
員工人數	2,756	2,765
薪資平均數(仟元)	880	885
薪資中位數(仟元)	753	754

註：係依臺灣證券交易所發布之「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」揭露兩年度資訊

分類	台灣大哥大+台灣固網+ 台灣大數位+台灣客服+ 台信保代+富昇數位		台灣大寬頻	
	男	女	男	女
有權利申請育嬰 留職停薪人數	213	212	9	9
申請育嬰留 職停薪人數	25	80	6	2
育嬰留職停薪原應 復職人數(A)	26	82	4	5
育嬰留職停薪原應 復職且復職人數(B)	22	69	2	4
2024年育嬰留職停薪 復職人數(C)	32	90	1	4
2024年育嬰留職停薪復 職後工作超過1年(D)	23	56	1	4
復職率(B/A)	84.62%	84.15%	50%	80%
留任率(D/C)	71.88%	62.22%	100%	100%

分類	臺北文創		momo	
	男	女	男	女
有權利申請育嬰留職停薪人數	0	2	41	75
申請育嬰留職停薪人數	0	1	14	56
育嬰留職停薪原應復職人數(A)	0	1	7	52
育嬰留職停薪原應復職且復職人數(B)	0	1	9	38
2024年育嬰留職停薪復職人數(C)	0	1	5	36
2024年育嬰留職停薪復職後工作超過1年(D)	0	n/a	4	26
復職率(B/A)	0	100%	129%	73%
留任率(D/C)	0	n/a	80%	72%

為激勵與吸引人才，提供優於法令之假別及友善措施，居家上班、彈性工時為公司常規制度，另有每胎6萬生育及6歲以下子女1萬育兒津貼、員工及眷屬免費團險、持股信託(股票市值14億)、高額話費補貼、數位影音娛樂服務、員購優惠、急難救助、久任獎勵等，完整多元福利項目請見官網 (<https://corp.taiwanmobile.com/esg/benefits.html>) 2025年員工薪資與福利彙總費用計85.05億元。勞工退休金確定提撥計劃及金額請詳參2025年第4季合併財報第57頁。

6.1.4 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化

公司重視雙向溝通並致力於提供主管與同仁間開放且透明的溝通管道，充分表達意見與想法。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無就業歧視，且從未雇用童工或強迫勞動與侵害人權或歧視等情形。員工任用時，勞動契約會預先經過員工審閱與簽署以維護勞資雙方權益，另外，亦重視勞資協商機制，員工直接選舉勞方代表，依法勞資雙方代表人數比例為50%、50%，定期舉辦勞資會議，會議決議效力涵括100%員工，確保勞資溝通管道暢通。

聚焦領先指標之員工溝通

除定期透過員工意見調查，瞭解員工關切議題，也藉由全員溝通會議與員工提問，即時瞭解公司各層面狀況，並進行改善調整。委外意見調查結果顯示，與五年前相比之主題式調查，員工最認同「公司的居家上班、彈性工時制度，能平衡工作與生活」。

每年委外進行全員意見調查
敬業度指標及十四項構面及七大主題式調查
 道德與行為標準、目標及方向、客戶導向、溝通、領導力、直屬主管、授權自主、績效管理、團隊合作、工作效率與品質、工作環境、創新、學習與發展、多元環境與尊重差異
 主題調查：居家上班/彈性工時制度、工作社團/工作編驗、創新活動、財務表規、

2024年委外意見調查

- 有效填答率93% (YoY+2%)。
- 敬業度84% (較目標+14%)，其中認同度最高為「我相信公司的發展方向與目標」。
- 「溝通」、「影響力」、「多元環境與尊重差異」梯面，分別高於市場值10%、9%、8%。

2025年內部追蹤調查

- 有效填答率94%
- 敬業度87%，其中認同度最高為「我相信公司的發展方向與目標」。
- 「我會向朋友推薦公司的產品和服務」

改善並追蹤

- 依調查結果，訂定改善方案，每季追蹤執行進度與成效，改善計劃執行率100%。
- 2026年將進行委外意見期查，追蹤改善成效。

說明

第一季後提高全員溝通會議
員工提問頻率每月一次

全員溝通會議：營運現況、重點目標、專題報告、互動討論
 跨層級溝通：員工提問或提供建議

結果與成效

2025年執行成效

- 十一次全員溝通會議。
- 公司策略與營運層面之提問處理率100%。

加強對話

- 針對常見提問，主動與主管及同仁說明，加強溝通。

多元共融文化

公司致力建構友善、無騷擾且無歧視的環境，於公司官網公開揭示不歧視與反騷擾政策。透過多樣化的訓練，形塑公司多元共融的文化，讓主管及同仁都能尊重差異與覺察無意識偏見。搭配公司公開招募政策以及管理規範，使員工在薪酬、福利、升遷、訓練及就業權益等，不因性別、性傾向、年齡、婚姻、種族、身障等因素而予以差別待遇。

	說明	成果
學習活動	人文關懷電影院：藉由觀看電影，推廣性別平等、尊重差異、社會關懷與共融	參與人次4,916、相關資訊觸及比例100%
	momo富邦媒體科技-女性培力課程：透過課程內容提升女性主管核心管理及領導培育決策能力。	辦理10場次
意見調查	「多元環境與尊重差異」構面中「公司內的員工都能相互尊重(例如尊重不同性別、不同性格特質的工作夥伴)」	94%認同度 (高於市場值9%)

說明		成果
委員會	風險管理、永續發展、職福會、勞資會議等委員會，均含女性委員	100%有女性委員
母性照護	女性同仁申請產檢假、安胎假或產假，專心孕育子女	產檢假2786.5小時、92人申請；安胎假10,131.5小時、60人申請；產假40,928小時、107人申請
感恩E卡	鼓勵員工透過感恩E卡主動對工作夥伴表達感謝或祝福，收到卡片同仁可線上回信即時回饋，透過雙向互動，形塑公司正向溝通文化	發送4,553張

1. momo 女性培力職場

打造性別友善職場，管理階層呈現男女均衡布局 2024年2度榮獲臺北市職場性別平等認證「金質獎」肯定
(認證期間：2025/1/1~2026/12/31)

momo透過落實「女性賦權」、「性別平等推廣」、「友善職場與照護」三項策略構面，創造友善的工作場域，並積極倡議女性培力政策，針對於女性培力及賦權之養成，2025年共辦理1場性別平等推廣課程；2025年辦理女性主管培力課程與講座共10場，56%女性主管及員工皆參與課程，採用循序漸進方式引導學習，透過小組討論、互動分享等，提升女性主管核心管理及領導培育決策能力。2024年更二度榮獲臺北市職場性別平等認證「金質獎」肯定，讓我們更有信心推動相關措施，並將多元共榮的價值觀推廣到更廣泛的社會層面。

近三年主管職性別比

說明	男性	女性	總人數
2023	48%	52%	316
2024	49%	51%	360
2025	51%	49%	379

多元職場推動內容

- 辦理女性主管培力課程
- 推動母性關懷制度
- 發放安家生養津貼
- 提供友善孕育假別
- 性別平等課程100%完訓

6.2 職能升級演訓：學習發展與未來人才培育、AI 超人計畫：全員 100% AI 完訓與導入成效

6.2.1 職涯發展與訓練

- TWM 平均受訓70.1小時，超標40.2%
- 「訓練對於提升員工工作績效」認同度99.8%

台灣大哥大 員工100%參訓，2025年訓練時數如下：

項目	台灣大哥大		台灣固網	
	男	女	男	女
副理(含)以上主管	71.8	63.2	62.3	64.6
副理以下人員	72.6	67.5	74.1	65.1
性別平均	72.3	67.2	72.0	65.1
平均每人受訓時數	70.1		68.2	

項目	台灣客服		台灣大數位	
	男	女	男	女
副理(含)以上主管	57.7	60.6	0	0
副理以下人員	73.0	66.9	59.8	61.6
性別平均	72.3	66.7	59.8	61.6
平均每人受訓時數	68.2		60.3	

項目	台信保代		富昇數位	
	男	女	男	女
副理(含)以上主管	0	0	0	0
副理以下人員	72.4	74.2	44.0	5.9
性別平均	72.4	74.2	44.0	5.9
平均每人受訓時數	73.0		31.3	

項目	台灣大寬頻	
	男	女
副理(含)以上主管	34.8	41.5
副理以下人員	41.1	35.5
性別平均	40.4	35.8
平均每人受訓時數	38.4	

*台灣大哥大及關係企業人均訓練時數66.4小時、訓練費用總支出15,380,487元 (不含機台設備訓練費及內部講師授課之費用)。

- 主管依據部門策略目標、員工績效、職涯意向及多面向回饋，與員工共同打造「最佳學習發展組合」(IDP)。
- 藉由訓練、工作中學習、自學等多元方式，計劃性充實員工現職或下一階職務所需知識技能。
- 除常規晉升計劃外，專設研發/技術/專業職晉升計劃，激勵專業人才職涯發展。
- 定期盤點關鍵職位及潛力接班候選人，客製發展計劃並追蹤落實，IDP設定率100%、執行完成率99.1%。

2025年度有關鍵職位接班人依規劃接任主管職位。總經理藉由「與Jamie有約」之提案及專案執行活動，培養公司內部潛力人才。

「與Jamie 有約」活動 – 總經理與mentor、學長姐及公司內部潛力人才合照



因應公司轉型，投資員工知識，協助技能升級與再造，推出超人計劃，並鼓勵員工跨域學習交流與創新改善，成效如下圖。



1 帶領全體員工進行技能升級之超人計劃

藉由推行Low Code或No Code工具赋能員工，讓員工跳脫繁瑣的行政層面工作，聚焦於高價值、具創造性的任務提升工作效率，也獲得更多成就感。

全公司完訓人員比例100%、工作應用表單回填率72.2%(超標達成次年目標)。

2 跨單位實習之工作社團及工作體驗

幫助同仁互相交流、探索不同專業領域，藉此跳脫框架，促進數位轉型並發揮綜效。

- 46個工作社團、報名人數878人。
- 98.7%參與者「願意推薦」其他同事參加工作社團。
- 工作體驗滿意度98.5分。

3 跨域協助之支援全線人才共享平台

此平台目標為達成內部人才知識及技能交流。支援任務的過程中，除能認識不同單位的工作內容，促進交流合作，更能達到利他與共好多贏的局面，發揮內部人才的最大綜效。

任務數較目標值+35.0%、累計超過500人才主動貢獻專長。

超人計劃



工作社團 - 商標申請實務分享及實例演練

工作社團 - 優秀成果落實



確保學習成效

課前需求瞭解、規劃，課中管理，課後追蹤落實，針對未達標準之課程進行改善，HR主辦課程之課後滿意96.0分(較目標+5.8%)。訓練發展類別與2025年具體成效如下圖。

訓練發展類別



2025成效：共同職能訓練&輔導員/支援

- 高階主管授課：課程學習時數14,555.5小時
- 初中階主管訓練：100%安排課後行動方案或複習，方案完成率94%。
- 「主管認為訓練對於提升員工工作績效」的認同度為99.8%。
- 「同仁認為訓練與學習資源對於工作幫助」的認同度為99.1%。
- Mentor認證：累計502位(2025年新增60位)。Mentor於「新人座談會」給予回饋勉勵人
- 對此滿意度94.9%。
- 新人座談會，參加新人離職率較未參加者低2.0%。
- 客戶服務訓練：參訓學員課後之客戶滿意度提升4.1%。

2025成效：企業永續發展訓練

- ESG：學習人次88,478、時數24,681.5小時。

2025成效：專業職能訓練

- 傑出店長訓練：新增3位傑出店長，已連續11年獲獎。
- 技術證照：因應新技術，盤點能力/證照並計劃性培訓，證照累計張數794張。
- 門市儲備主管：認證通過率99%。

2025成效：學習社群

- 環保愛地球社群：會員YoY +8.2%、贈／換物配對成功YoY +58.4%。

2025成效：人權訓練

- 學習人次88,478、時數73,558.8小時
- 拒絕職場性騷擾與資安必修課程全員參訓100%

2025成效：自我學習。

- 數位學習：1069堂課 (YoY +18.4%)
- 行動學習：每週1則、全年無休，粉絲YoY +3.8
- 全員IDP：設定率99.5%，完成率86.4%。
- 獎助學金：累計34位，金額超過1,750萬。

主管訓練



溝通表達訓練



2025 momo職涯與人力訓練

momo (含轄下子公司) 於2025年投入訓練時數如下表, 若想知道更多資訊, 可詳閱2025年momo永續報告書。

項目	momo	
	男	女
主管職 (註1)	37.99	33.55
一般員工	20.71	21.58
整體平均	35.82	21.20

註1: 主管職為課級階層(含)以上員工, 一般員工為課級階層以下員工。momo公司之組織設置區分為處級單位、部級單位、課級單位, 故課級主管為momo初階主管。

6.2.2 績效評核

誠信正直是績效考核核心項目

依考核辦法, 需評核對象100%進行績效評核

多面向評核機制, 瞭解自身優弱勢

依據公司年度目標, 各單位依其職掌承接制訂團隊/個人KPI。鼓勵主管對於員工日常工作, 即時回饋績效優秀或待強化事項。定期進行全員職涯發展調查及績效評估, 主管與同仁進行績效及職涯面談, 討論工作目標成果、工作創新/流程改善成效、應發展能力建議及職涯回饋:

1. 多面向評核：員工填寫職涯發展規劃，主管就工作、發展能力及職涯予以回饋；員工透過「上對下」、「下對上」、「同儕」及「專案團隊成員」評核瞭解自身優弱勢，做個人發展計劃依據；引導員工有效率與他人共事，增進團隊績效。績效核定後，主管需告知員工考核結果及未來建議，並透過問卷調查確保溝通落實
2. 永續發展責任：依職掌訂ESG目標；提供ESG課程及志工時數予主管考核時審酌。
3. 風險管理：同仁若提出降低風險之創新或改善方案，有助獲得較佳考績及獎酬。反之，若違反個資暨資安規範，對考績、獎酬有不利影響。
4. 誠實信用原則：員工行為須恪遵誠實信用原則並遵守公司所制定之誠信經營守則等相關行為規定，誠信正直是績效考核制度的核心評核項目。



6.3 多元共融與職安防衛：文化推動與同仁健康管理

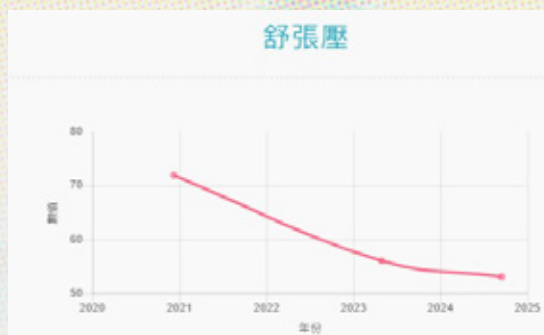
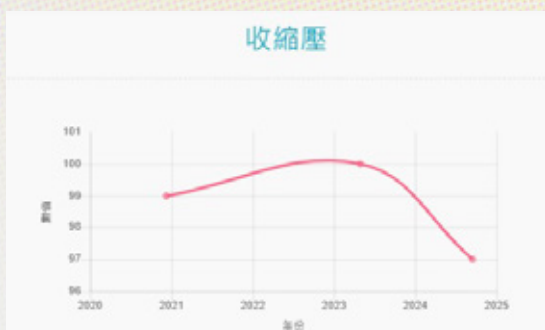
6.3.1 守護員工健康並建立優質工作環境

1. 完善多元的健康促進及照護

- 重點績效:健康促進活動講座暨健康管理38,396人次參與，相較於2024年，提升60.28 %
- 健康促進講座滿意度93.98分(滿分100分)。
- 高階主管健檢到檢率100%。
- 建立『健康管理系統』，提升員工的自我照護及自主健康管理能力。
- 持續 10 年利用自開發 MySports APP 舉辦兩階段運動競賽，2025 年共 4,772 人次參與，人數較去年成長 16%，累計消耗逾 3,712 萬大卡。另外搭配健康集點抽好禮活動，希望同仁能養成定期紀錄自身體重、

血壓及飲水量，從生活中落實健康自主管理，並透過獎勵機制與團隊競爭，有效深化同仁間的互動，不僅養成長期規律運動習慣，更將健康生活理念內化為企業永續精神。

提供專屬於員工的『健康管理系統』，透過完善的系統，員工可以進行自主健康量測登記、個人歷年健康檢查結果查詢及分析、閱讀安全健康資訊，預約醫師諮詢及健康促進活動，也透過系統中設計的視覺化圖表，員工可直覺的根據健康狀況，設立健康目標，達到讓每位員工都能有效掌握自己的身體狀況，持續改進健康行為，從而有效降低心血管疾病的風險。



2. 心理衛生-壓力管理

- 於健康管理系統，設置員工協助方案EAPs電子報專區。
- 員工協助方案諮詢滿意度94分(滿分100分)。
- 「按摩師」紓壓按摩服務整體滿意度98.49%，並新增「電動按摩椅」服務。

一、設置 EAPs 電子報專區：每月於健康管理系統發佈電子報讓員工隨時可瀏覽，提升身心健康與情緒管理知能。

二、辦理心理健康講座：辦理「形塑溫馨職場-談不法侵害的因應與溝通技巧」，學習如何識別並應對職場不法侵害與霸凌行為，從而建立健康的工作環境。營造更健康、互相支持的工作環境。滿意度94.27分(滿分100分)。

三、員工協助方案：為保護員工心理健康，辦理員工協助方案，共服務228人次，其中77.1%同仁自覺問題比會談前改善50%以上，諮詢滿意度94分(滿分100分)。前三名諮詢主題為職場工作(38%)、情緒處理(32%)及家庭關係(19%)。

四、紓壓按摩小棧：於8棟辦公大樓提供員工免費的紓壓按摩服務，服務整體滿意度高達98.49%。2024年11月11日起新增「免費電動按摩椅」服務，為員工提供更多紓壓放鬆選擇，該服務今年共計18,107人次預約。

4. 優質安全的工作環境

- 內部稽核比例100%
- 2025年度改善目標100%

衛生衝擊，系統範圍為臺北文創大樓11~13樓。內部稽核比例100%，外部稽核比例16.28%(外部稽核範圍為臺北文創大樓11、12、13樓)

台灣大職業危害辨識及分級控管制度可參考附錄《職業危害辨識及分級控管》



職業安全衛生管理系統

ISO 45001

2023年證書到期，重新驗證取得新證書，持續以P-D-C-A模式落實系統化管理。



安全衛生教育訓練

教育訓練

辦理年度安全衛生在職教育訓練「交通安全暨通勤事故預防」，提升同仁於上下班「行」的安全。



緊急應變

各大樓優於法規設置AED，並辦理CPR、火災、地震避難、消防器具操作及機房防汛等演練，提升員工應變能力。



職安委員會

法定組織

總經理擔任職安委員會決策者，結合相關部門主管成立委員會(勞工代表比例為三分之一)，定期三個月會議檢討與精進職安事項。

職災事故的調查流程

職災事故發生時，能儘速處理，防止災害擴大，與檢討基本原因，做為災害防止對策以及安全衛生改善之依據。



職安衛政策連結: <https://corp.taiwanmobile.com/esg/healthPolicy.html>

危害因素辨識與風險評估

各單位代表組成的推動小組每年定期「危害鑑別及風險與機會評估」並進行風險分級，針對「不可接受風險」提出改善措施及訂定改善目標，例如 22025年文創11.12.13樓增設之三出水口飲水機，較原單一出水口之飲水機，使用上有燙傷之風險。經規劃與執行改善措施後，應再次評估其有效性，以持續提升職安衛管理績效。

註：台灣大2025年度職業傷害相關資訊，詳見附錄「職業傷害」章節

6.4 科技/人文素養：社會共融

- 社會關懷之贊助與募款累計達17.3億元
- 達成之社會共融指標對應8項SDGs

台灣大整合電信核心技術及固網服務，以「用科技擁抱愛」概念出發，並發展「數位培力」、「科技共融」為兩大方向，設定長期的前瞻規劃，透過企業、社會、政府單位與公益團體的緊密合作，形成全方位的策略聯盟，並以全新的科技教育推廣思維，推動各大公益專案全方位科技支援計畫，訂定包含用科技做公益、深耕社區關懷等5大目標的社會共融地圖。同時響應聯合國永續發展議程和17項永續發展目標(SDGs)，藉由創新科技的模式與應用，破除人類長久以來建構之價值體系所帶來的障礙，包括貧窮、不平等、資源不均等議題，每年逐一檢核專案績效及成果。

6.4.2 扶植文創藝術

1. 音樂合作 台灣大哥大HOT 原創音樂大賽

台灣大基金會 2025 年投入 50 萬元掛名特別贊助，成功號召 280 組 原創音樂人參賽（含高校、大專及斜槓青年組）

特別設立「台灣大能量獎」（獎金 5 萬元），發掘舞台爆發力及歌手創作力

台灣大基金會於 2025 年以「特別贊助」身份挹注 50 萬元資金，深度攜手「H.O.T. 原創音樂大賽」，致力打造讓創作型音樂人才展露鋒芒的專業舞台。本屆賽事成果斐然，共吸引高校組、大專組及斜槓青年組共計 280 組創作者角逐，展現強大的社群號召力。為進一步挖掘兼具舞台魅力與爆發力的潛力新星，台灣大特別設立

「台灣大能量獎」並提供 5 萬元獎金，最終由斜槓青年組的音樂人「日升」獲獎；其從市場魚販生活中淬鍊創作靈感的堅毅精神，完美詮釋了台灣大鼓勵創作者從日常汲取能量、勇於追求夢想的品牌價值。基金會的角色不僅止於賽事贊助，更扮演產業對接的關鍵橋樑，除了提供實質獎金回饋，後續更由HOT 原創音樂串聯環球音樂、1500 聲量音創學院進行職能媒合，並優先推薦優秀獲獎者至《大嘻哈時代》第三季舞台，透過完整的資源鏈結與曝光機會，讓具備潛力的原創音樂人能從賽事起跑，正式邁向職業化的音樂職涯。



2. 勇敢追夢計畫

- 至今已累積出品9件作品，計畫累計支持超過3,700萬元的資源注入
- 結合金鐘團隊《上山下海過一夜》累積觀看突破30萬次，有效擴大登山安全與通訊韌性議題之社會觸及

勇敢追夢計畫

台灣大哥大自 2016 年啟動「勇敢追夢計畫」，長期扶植影視、音樂及運動等領域的人才接軌專業發展，邁入第8屆。原定支持台灣女性登山家詹喬愉與德國登山家 Hong Trinh Geyer 執行「Two Women, Two Summits」計畫，挑戰巴基斯坦兩座海拔逾 8,000 公尺高峰；惟因個人規劃調整，計畫改為在台灣進行高山移地訓練。台灣大秉持支持追夢的初衷，攜手金鐘獎實境節目《上山下海過一夜》，共同挑戰海拔3,310 公尺嘉明湖，將計畫重點轉化為登山安全與高山通訊韌性的公共議題關注。



透過五天四夜的紀錄片拍攝，除了呈現女性登山家的嚴苛訓練行程，並記錄台灣大工程團隊進行訊號測試與基地台佈建的艱辛過程。行經之嘉明湖基地台歷時2年完工，期間工程人員需徒步搬運逾90公噸設備、累計超過3,000趟次登山，展現高山通訊建設的工程強度與重要性。節目上架 YouTube 僅30天，即突破30萬觀看，成功引發社會對山林安全與通訊守護價值的廣泛討論。透過行動，台灣大期盼建立更具韌性的戶外環境，讓民眾在安全前提下親近山林。



圖說:台灣大哥大工程師進行高山訊號測試及貼標作業

勇敢追夢計畫登山家 | 詹喬愉 (暱稱三條魚)

詹喬愉感性表示，挑戰極限並非一蹴可幾，唯有願意踏出舒適圈，才有機會看見不同風景並超越自我；同時感謝工程團隊的專業支持，讓她在旅途中學習關於高山訊號的知識。



勇敢追夢計畫登山家 | Hong Trinh Geyer

Hong Trinh Geyer 分享，在經歷低溫風雪的考驗後，矗立於寧靜的嘉明湖前所獲得的震撼感，是挑戰自我最好的獎賞，而台灣大工程團隊的陪伴，更讓她感受到即便身處偏遠山區，登山者也從不孤單。



X



觀看台灣大哥大
《上山下海過一夜》
勇闖嘉明湖(三集)

3. 民間參與古蹟活化：台灣首宗文創BOT

- 迄2025年累計挹注臺北市文化設施發展基金 約16億元，帶動松菸躋身北市熱門景點前3名
- 2025年造訪松山文創園區逾1,100萬人次，翻轉周邊街廓繁榮發展
- 捐贈成立臺北文創基金會，深耕文創人才培育、創新策展內容

臺北文創為台灣第一個為文創產業量身打造的BOT案，透過引進商業投資創造營收利潤，挹注台北市政府將荒廢的松山菸廠華麗變身為每年吸引上千萬國內外遊客的松山文創園區，翻轉周邊區域發展。截至2025年，臺北文創回饋台北市政府總金額約16億元；2025全年造訪松菸人數達1,100萬人，僅次於西門町和臺北101。此外，臺北文創自營運起即優先投入文創人才培育，持續舉辦天空創意節、記憶中心等活動，致力發掘潛力新銳、跨界串聯不同領域的創意人不斷創新策展內容，促成文創、產業與城市之間的正向循環。



(臺北文創)

4. 臺北文創天空創意節

- 已舉辦8屆，投入總金額逾4千萬元、提供場地價值超過3千萬元
- 2025年報名參賽作品185件，展出總參與人數逾52萬人次
- 當前國內最具實驗性的創意人才培育平台之一

2015年開辦，致力於發掘有志從事文創工作的新銳或素人，從實作中累積經驗、創作能量和信心，提供製作費、業師指導，協助優選團隊踏上專業發展之路，為台灣的文化創意發展不斷注入新血。2015-2025共舉辦八屆，投入總金額達新台幣4千萬元、提供場地價值達3千萬元、累計報名作品共1,553件、歷屆參與總人數達142萬人次。2025年徵件主題為「當下 Dare to Share」，號召不同創作領域的新銳運用創意分享對此時此刻的感動。本屆共收到185件創意提案，最終由「雜波 ZAP」原創的《一首天空的歌》、及「岫之製造所」設計的《聽你所說的當下》脫穎而出，分別獲得120萬、及60萬製作費。得獎作品於臺北展出時，吸引19萬名觀眾熱情參與，隨即在2026年1月移展至台南西市場，促進城市創意交流，也為優選團隊和作品創造出更寬廣舞台。



(2025臺北文創天空創意節)

5. 臺北文創記憶中心

- 已舉辦7屆，累積挹注超過4,500萬元資源(含場地)
- 2025首度移展日本東京，於普立茲克獎建築師妹島和世設計的 SHIBAURA HOUSE 展出
- 榮獲2025德國 iF 設計獎，及德國設計獎、紅點設計獎、臺北設計獎等14 座國內外大獎肯定

2016年開辦，每屆選定一個和台灣生活記憶有關的主題，邀請不同文創領域的專業人士共同梳理文化脈絡，攜手發揮創意設計力量，驅動創新策展的更多可能。2016至2025共舉辦七屆，累計投入超過4,500萬元(含場地價值)。最新一屆策展主題為「理想居所Living」，攜手全球百大建築公司之一「日本日建集團」旗下「株式會社日建設計」、新型態居住品牌「Alife」、HOLA 和樂家居、台灣大MyVideo等66個國內外品牌共同協力，運用跨界視角，解構台灣在不同時代、不同社會型態下的居住需求演變，吸引1.7萬人觀展；並於2025年7月首度移展東京，在日本普立茲克獎得主妹島和世設計的東京灣芝浦住宅（Shibaura House）展出，進一步將台灣的文化創意力量推向國際。



(臺北文創_理想居所 Living)

6.4.3 品牌形象亮點：積極投入影視藝文產業發展

2025年成果和績效

- 50場品牌活動與贊助案
 - 品牌活動與贊助案舉辦超過50場，領域橫跨文創、影視音、運動、地方創生、永續等多元領域
- 累積超過45萬人次參與
 - 台灣大哥大日月潭火花音樂會邁入第17年，累積超過45萬人次參與
- 累積幫助28家公益團體募得逾890萬元
 - 台灣大哥大日月潭火花音樂會透過結合公益募款，至今累計幫助28家公益團體，募得超過890萬元

2026目標

- 自2007年起支持藝文/展演活動、扶植創作人才，提升文化近用並落實文化平權，促進社會正向能量及福祉，累計達3.45億元

1. 品牌形象亮點

- 獲文策院「ESG for Culture 影響力獎」獲頒最高榮譽「文化影響力大獎」，自辦贊助案舉辦超過50場，領域橫跨文創、影視音、地方創生、永續等多元領域
- 台灣大哥大音樂會2025引爆3.5萬人現場參與、17年累積超過45萬人次觀賞，並結合公益募款，至今累計幫助28家公益團體，募得超過890萬元

積極投入影視藝文產業發展

台灣大哥大全力支持華語影視，榮獲文策院首屆「ESG for Culture 影響力獎」最高榮譽「文化影響力大獎」等五項肯定。

品牌贊助活動逾 50 場，涵蓋影視、地方創生與永續等多元領域。包括連續6年成為金馬獎電信獨家合作夥伴，旗下MyVideo 為官方指定直播平台；跨國共同出品電影《幸福之路 Lucky Lu 》獲金馬三項大獎。亦透過贊助 G-DRAGON 、蔡依林、孫燕姿等天王天后的世界巡演，深化品牌與大眾的文化連結。同時也投入具社會影響力的活動，連續3年贊助《台中跨年晚會》，連續8年贊助《台北燈節》，連續5 年支持《台灣地方創生年會》，以行動展現企業社會責任與多元文化推動的承諾。



台灣大哥大音樂會

自 2005 年起主辦大型戶外音樂會，2011 年起結合「5180 即時捐」機制，結合藝文與公益。2025 年以「心語碼 Beat Talk 」為主題，透過 AI 技術、音樂、公益與觀光的跨域串聯，深耕企業參與藝文發展與社會共融。現場導入AI 互動、跨界演出與75人編制管絃樂團，並結合向運動員致敬橋段，展現品牌韌性與創新精神。公益面向攜手「中華小腦萎縮症病友協會」，由董事長蔡明忠帶頭捐款100萬元，號召大眾支持罕病家庭。累計吸引45萬人次參與，協助28個公益團體募款逾890萬元，持續實踐文化扶植與社會共融。





2. 品牌贊助：攜手金馬促進多元影視培力

自2014年起與金馬影展、金馬創投會議攜手合作，連年提供金馬獎頒獎典禮線上高畫質直播，並攜手LINE TODAY 共同直播，讓金馬獎能觸及多元族群，促進華語電影普及化及營造金馬聲量。激發新生代對電影的興趣和鑑賞力，促進市場的良好循環。更首開企業型基金會投入編劇人才培育先例，並2020年起於金馬創投會議成立《MyVideo 內容力量獎》(原：MyVideo 劇集創意獎)，每年提供30萬獎金，實質鼓勵優秀的華語原創劇本，為培育華語影視人才盡心力。

6.4.4 促進科技共融：平衡城鄉數位落差

1. Hi-Tech Fun 偏鄉玩科技

- 共舉辦4場營隊，募集75位台灣大志工，124位學生參加
- 培育在地師資自主開設90堂課、授課學生1,350人次，累積共12,927人次學生受惠

台灣大哥大基金會致力消弭數位落差，2025年與3所學校合作科技營隊，且連續第九年贊助雲科大自辦營隊，由企業志工至少以1:2師生比，引導學生掌握程式語言與無人機操作。為延續教學成效，專案除提供獎勵金鼓勵教師培訓後自主開課，更安排觀摩機制以強化種子師資培育，落實教育永續。此次營隊首度與連江縣教育處合作，帶領30位志工前進馬祖南竿舉辦科技營，並與建中機器人研究社合作導入PINBO 機器人跨域教材。透過AI資源的持續挹注與多元夥伴協作，台灣大不僅激發孩子對科技的想像力，更實踐「用AI翻轉未來」的願景，讓偏鄉教育在數位浪潮中突破限制，陪伴學子未來競爭力。





2. 普惠AI

- 2024年首度推廣AI於偏鄉的應用，提供3所學校共96個ChatGPT Azure OpenAI與58個提供屏東水泉國小及台中黃竹國小ChatGPT帳號；提供台南紀安國小Azure OpenAI帳號，讓AI工具融入學生常規教育中，也作為老師教案產生的輔助工具。2025年開課成果顯示，師生不僅共同探索AI基本原理，更延伸應用於故事繪本編撰與畢業歌曲製作，展現科技賦予偏鄉創意的無限可能。後續，台灣大持續擴張影響力地圖，已受理連江縣中正國中小32個帳號申請，並規劃於2026年導入Microsoft Learn免費線上課程進行深度師培。透過AI資源的持續挹注，不僅縮短數位鴻溝，更致力於培力地方種子師資。

3. AI苗圃陪跑計畫

- 2場線上師培工作坊共247人次參與，課後影片累積逾3.9萬次觀看
- 15個單位申請，共717人次師生受惠
- 114學年預計在地開設123堂課，共3,460人次弱勢學子受惠

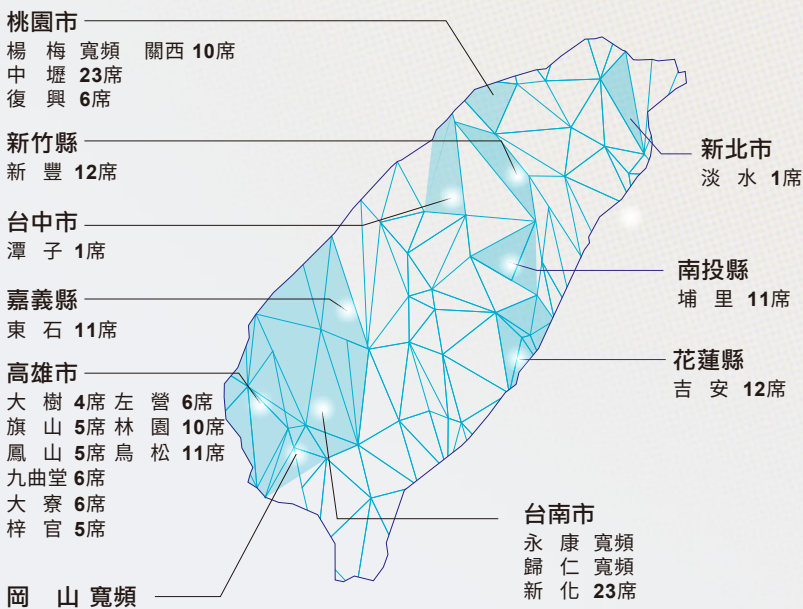
隨著AI技術蓬勃發展，2025年將「數位苗圃」升級為「AI苗圃陪跑計畫」，除了免費提供1萬名師生行動網路及Perplexity Pro等AI工具，更深耕人才培力，支持中小學教師在地開課，賦能偏鄉弱勢學子具備AI素養與應用能力，落實教育平權。

2025年已舉辦2場線上師培工作坊，協助247人次教師掌握Perplexity、Gemini等AI素養。學習營，帶領師生走出校園、拓展科技學習視野。同時支持15個偏鄉學校與NPO執行開課計畫，將AI融入學科教學與專題探索，預計114學年度將開設12堂課

4. 數位學習中心

- 持續營運數位學習中心共27處據點
- 2025年度共提供167席次
- 累計69,988人次受惠

以縮短數位落差為目標，整合電信核心技術及固網服務，串聯合作單位的資源，協助非營利組織於偏遠地區成立「數位學習中心」，贊助167席次網路寬頻、電腦軟硬體設備，透過定期開設內容豐富且多元的課程，提供數位學習環境予弱勢兒童、青少年及社區居民。2025年與華光社會福利基金會合作於新竹縣關西鎮新增1處據點，自2007年迄今共27處據點持續營運。



圖說: 基督教芥菜種會開辦「數位學習中心」至今，已開設 21 堂課，總上課時數 71 小時，開設內容豐富且多元課程，如 Office 軟體應用(打字練習、統計學習、排版設計) 及 Canva 設計課程。

6.4.5 用科技做公益

1. Tech The Dreamers 科技夢想+

- AI Ocean 海洋數據中心獲DwP 國際大獎肯定
- 以AI 驅動SEL 教養策略 影響逾15萬名孩子
- 協助5位農友導入IoT 智慧監控設備

以科技創生為概念，整合台灣大ICT 核心及挹注最高200萬元夢想金，攜手社創團隊提出呼應SDGs 的科技解方。第四屆扶植「BlueTrend 藍色脈動」打造「AI Ocean 海洋數據中心」，已成功導入桃園藻礁生態保育行動，並於帛琉推動永續潛水旅遊，開啟國內外市場的落地應用，更贏得國際大獎肯定。第五屆扶植「籽樂教育」導入AI 技術，以SEL(社會情緒學習 理論為基礎，提供老師、家長應對孩子情緒行為的即時指引，預期影響超過30萬個孩子。同時，因應氣候變遷衝擊傳統農法，助 5位農友導入數據決策工具，邁向永續農業。



圖說：「AI Ocean海洋數據中心」於帛琉啟動跨境落地應用，累積當地生物數據與研究，同時可用於推薦永續旅程，並從收益中提撥部分為在地賦能，透過消費創造永續行動。



圖說：攜手推動「AI Ocean 海洋數據中心」榮獲「數位永續影響力獎」中的「生物多樣性獎」。

2. 微樂志工

- 累積活動報名數：7,446人
- 累積刊登活動數：2,732個（含志工活動集募物資活動）
- 2025年 共辦理11項企業志工活動，投入1,094人次參與，服務時數達9,843小時

5. 科技大神培育實習計畫

- 2025年度實習生人數達到194人次^註

2025年度總實習時數約550個月。在全球化數位化浪潮下，科技人才短缺。台灣大哥大視 IT 團隊為企業的創新引擎，積極培育新時代科技菁英，並將人才培育觸角伸向全球。每年舉辦不限國籍、實習時間不拘寒暑假，實習地點可彈性選擇線上或線下(實體)的「科技大神培育實習計畫」，並積極參與數位發展部協助青年數位轉軌的「T大使計畫」，以完整的業師培訓，為台灣培育接軌國際的IT 種子，已成功培育多位非資訊背景的國際人才加入，2025年已達成194人次 IT 實習生之目標。

註：人次以每季最高月份加總計算。

6. 慈濟慈善事業基金會 x 台灣大哥大企業共善專案

- 自2024年起累計申請超過800門號，共善金累積超過77萬元。

台灣大哥大與慈濟慈善事業基金會於2024年6月共同簽署企業共善合作意向書(MOU)，運用科技力與產業經驗，針對慈濟職員、志工及其二等親，推出「您辦多少，我捐多少」共善資費專案，提撥首月月租費作為共善金。於2025年累計捐贈超過77萬元，未來將持續運用共善金，投入弱勢學童數位工具捐贈，縮短教育數位落差，並同步推動銀髮社區數位培力，促進跨世代科技共融，落實數位平權與社會共好。

7. myfone 門市助力公益倡議

- myfone 門市提供4個公益檔次，相當贊助超過378萬元

在積極投入社區活動之際，亦透過myfone 門市網絡提供公益倡議，讓消費者能關注各項公益議題及弱勢團體的需要，喚起對社會關懷、藝術推廣及環保議題的重視。

松菸文創園區聚集各年齡層的群眾，門市外的LED 牆面是園區內曝光度最大、最有效的數位媒體；門市電視輪播公益影片，讓消費者進店時能關注最即時的公益議題。

	檔次	內容		露出時間	免費上刊價值換算(NTD)
門市 電視 輪播	1	勇敢追夢8.0 <TWMx 上山下海過一夜>節目	30秒	30天	\$711,600
	2	台灣大哥大日月潭花火音樂會	60秒	30天	\$1,449,800
	3	2025台灣大哥大公開賽	15秒	15天	\$180,875
	4	2025種福電計畫	30秒	60天	\$1,444,500
	小計				\$3,786,775

8. momo「樂公益」館

2025年投入大於1.9億元的公益廣宣資源，為>75家公益團體提供協助，總計>2,500萬募集款項

momo 積極發揮核心能力與資源，為社福團體量身打造專屬網路公益平台「樂公益」館，運用電商本業優勢，協助社福團體曝光與數位募款。數位公益包含「定期愛心捐」、「當月活動」、「公益週期購」以及「公益直購」四大途徑，協助公益團體推展善款與物資募集。各類別推動成效請見momo 2025 年度永續報告書。



【攜手供應商擴大公益循環】

供應商是momo 推動公益時的重要夥伴，2025年共與1家商品供應商共同合作，推動1場消費捐贈公益活動，整合雙方資源，共創社會價值。

【一起守護浪浪】

合作供應商

法國皇家x momo

活動簡介

8月1日至8月16日活動期間，消費者只要在momo購物網購買法國皇家商品或指定專櫃組合，每張訂單即捐出一餐的飼料（約120g）給浪浪。

公益成效

活動期間法國皇家累積8,450筆訂單，共1,014kg

聯合專櫃美妝總計捐贈出1,688kg飼料

受贈單位

犬山居

6.4.6 深耕社區關懷

1. 花蓮長輩關懷活動

- 連續19年前往花蓮陪伴弱勢長輩
- 關懷130位弱勢受災長輩

電信科技的發展為社區關懷與賦能帶來新的機會，同時也讓使用者更容易暴露於詐騙風險中，為了因應此機會與風險，台灣大哥大延續自2008年起於花蓮關懷弱勢獨居長輩的活動，號召24位志工前往光復鄉，因應馬太鞍溪堰塞湖災害，運用科技支持災後生活與心理重建，包含陪伴長輩與AI共創心中理想家園、透過自研「反詐戰警」APP助長輩辨識詐騙。

行前亦號召同仁愛心認捐共132份物資，支持弱勢受災長輩重建家園，結合AI科技力量與實質陪伴，於歲末寒冬中注入暖流。力量與實質陪伴，於歲末寒冬中注入暖流。



圖說：台灣大志工化身科技超人，與光復鄉受災長輩齊聚一粒麥子光福日照中心，透過反詐宣導、AI年手作，用科技深化陪伴、重建希望。

2. 多元資費方案

為減緩電信服務可能造成數位落差擴大之風險，台灣大哥大2025年持續提供學生、銀髮、身障及低收入戶等弱勢族群優惠資費，並為在台外籍移工推出多元預付卡方案，降低通訊門檻，協助其穩定取得行動上網與語音服務，促進資訊近用機會。此外，自2019年推動童心方案，以低資費提供適齡上網流量與網內通話服務，協助家長隨時掌握孩童安全。2025年底童心方案有效用戶數達120,500人(2023年122,802人;2024年127,734人)，持續發揮守護兒少與縮短數位落差之效益。

3. 低收入戶收視優惠補助

2025年度共計提供4,488戶低收入戶收視優惠，合計收視費優惠與新申請用戶免收裝機費優惠金額共 2,603萬元台灣大寬頻旗下有線電視本著取之於社會，回饋於社會精神，自2011年起陸續配合當地縣市政府照顧低收入戶政策，只要用戶檢附相關證明文件，即可享有免收視費優惠，如為首次申請 裝機用戶將同步享有免收裝機費優惠，藉以讓用戶有更多元的資訊取得管道減少數位落差

4. 傑出店長選拔

- 歷年共104位獲選優良店長，其中18位榮獲傑出店長
- 歷年參加公益活動295場，累計約4,198人次

連續十二年參加台灣連鎖加盟協會-「全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔」，致力於長期培育人才與社區經營；過程中店長帶領團隊積極參與關懷長者、環保回收、捐血等公益活動，實踐企業社會責任。門市透過「數位科技顧問認證」強化專業能力，協助顧客體驗社區信任，落實企業「以科技連結人心」的核心精神。智慧生活，同時配合政府推動反詐宣導，深化





5. 影像製作營 小小主播營

影像製作營

- 2025年度共舉辦11場活動，共計295名里民參加。

隨數位科技發展，影像創作已成現代社會重要的溝通方式。然而，數位資源與學習機會的落差，仍是許多社區面臨的挑戰。

為此，特地攜手地方政府或社區組織，共同推動「影音學堂 影像製作營」，透過手機攝影與影片剪輯課程，提升民眾的數位素養，縮短數位落差，讓科技成為更多人的生活助力。

活動對象包含社區里民、里長、區公所員工及銀髮族等不同年齡層，透過專業師資的指導，學習手機攝影技巧、影片剪輯應用，並將學習成果應用於日常生活與社群分享。

對許多銀髮族學員來說，這不僅是一場學習之旅，更是與家人、朋友互動的新方式，讓數位科技成為情感聯繫的橋樑。



小小主播營

- 2025年度共舉辦12場小小主播營活動，共計417名學童參加

為推廣媒體素養教育，讓學童在多元學習環境中培養表達能力與自信心，有線電視系統台攜手地方政府共同合作舉辦「小小主播營」活動。活動內容涵蓋媒體識讀、新聞製播流程，並讓學生親身進入攝影棚，體驗主播台播報新聞的實境，從中學習溝通技巧與新聞專業知識。

學生們在活動過程中，不僅學習了媒體識讀課程，還有機會親身坐上主播台，感受新聞播報的挑戰與樂趣。儘管初次面對攝影機略顯緊張，但大家都勇敢挑戰，努力完成播報體驗，為自己留下難忘的回憶。透過這些特別的學習體驗，學生們不僅增進了口條、台風及表達能力，也對新聞製播的流程有了更深的了解。讓學童從小建立正確的媒體識讀觀念，並培養未來面對公開場合的自信心。

6.5 運動家族影響力

6.5.1 總覽

- 台灣大哥大運動家族選手達25位，創歷年新高，橫跨10大體育項目
- 2025年國際賽累積奪得53面獎牌，讓世界看見台灣
- 台灣大將陪伴運動家族選手迎戰2026名古屋亞運

「台灣大哥大運動家族」共 25 位選手，橫跨 10 大運動項目，包括網球、高爾夫、柔道、舉重、桌球、拳擊、體操、霹靂舞、滑冰與亞帕拉地板滾球。2025 年，選手們披上繡有台灣大哥大品牌形象的戰服，在各項國際賽事中累計榮獲 19 金、16 銀、18 銅 的佳績，持續在國際舞台展現台灣競技實力，讓世界看見台灣。

台灣大哥大持續整合資源與訓練支持，陪伴運動家族以更穩定的節奏備戰，迎向 2026 名古屋亞運，並持續深耕運動產業的國際競爭力，助力台灣體育在世界舞台持續發光。

「台灣大哥大運動家族」選手共25位，橫跨10大運動項目，橫跨網球、高爾夫、柔道、舉重、桌球、拳擊、體操、霹靂舞、滑冰與亞帕拉地板滾球，其中13位選手勇闖2024巴黎奧運，為史上最多贊助選手闖進奧運的單一企業，且取得1金3銅的佳績，展現台灣競技實力。台灣大將持續整合資源與訓練支持，陪伴運動家族以更穩定的節奏，迎戰2026名古屋亞運。選手們披上繡有台灣大哥大品牌形象的戰服，在國際大賽中共榮獲19金牌、16銀牌、18銅牌的佳績。未來，台灣大將繼續投入資源，深耕運動產業的國際競爭力，助力台灣體育持續發光發熱。

詳見台灣大哥大運動家族 https://corp.taiwanmobile.com/company-profile/brand_family-1.html



圖說：「台灣大哥大運動家族」選手疊手齊心合影，集結向心力迎戰 2026 名古屋亞運，攜手以行動實踐「Open Possible 能所不能」。(左起：鄭樸璿、孫振、唐嘉鴻、李智凱、林郁婷、陳念琴、黃筱雯、洪玉霖)

6.5.2 品牌贊助：推廣運動賽事帶動社會正能量

- 連續9年獲體育署《運動推手獎》最高榮耀
- 連續9年舉辦「台灣大哥大女子公開賽」，總獎金加碼至1,000萬元台幣

台灣大哥大自2003年起積極支持運動發展，透過穩定贊助選手、球隊與賽事，連續9年榮獲運動部「運動推手獎」，2025年更獲頒「贊助類金質獎」與「贊助類長期贊助獎」雙項殊榮。從基層培育到國際賽事，為運動菁英提供資源，打造訓練環境，成為選手、球隊及賽事的堅強後盾。

自2014年起，長期贊助「富邦勇士籃球隊」，連續6年共同打造主題週，邀請台灣大運動家族霹靂舞好手孫振和林李納擔任嘉賓，首度於籃球場上帶來Breaking Battle，引爆全場熱血沸騰。自2017年起，贊助「富邦悍將棒球隊」，連續8年攜手推出主題日活動，2025年再度前進台北大巨蛋舉辦，2天湧近6萬人應援，並舉辦賽後演唱會，廣受球迷好評。



圖：台灣大連續12年贊助臺北富邦勇士，「台灣大運動家族」霹靂舞國手Quake孫振(左1)與新加入的B-Boy NANA林李納(右1)於主題日進行一場震撼人心的Breaking Battle尬舞對決，帶來熱血沸騰的表演。

台灣大哥大女子公開賽

國際體育賽事方面，台灣大哥大連續9年與台灣女子職業高爾夫協會 (TLPGA) 共同主辦「台灣大哥大女子公開賽」，累計提供近5,000萬元獎金，吸引近900人次選手參賽，成為台巡賽年度壓軸賽事。2025年，總獎金提升至1,000萬元創歷史新高，更與韓國女子職業高球巡迴賽(KLPGA)完成共同認證(co-sanction)，成為唯一台韓雙巡共證的賽事，世界積分同步提升，吸引來自包括台、韓、泰、日、美國共108名高手參與角逐，外籍選手更達68名，創賽史紀錄。同時，台灣大也邀請中南部國小高球校隊現場觀賽，推動高球扎根校園。此外，台灣大也於2025年成為中華奧林匹克委員會長期合作夥伴，助力中華代表隊選手們在國際舞台上發光發熱，推動全民運動風氣，帶動正向力量。



圖：2025年台灣大哥大女子公開賽「總獎金加碼至1,000萬元，創歷史新高，吸引來自包括台灣、韓國、泰國、日本與美國共108名高手參與角逐，外籍選手更達68名，創賽史紀錄

附錄

永續會計報告準則揭露(SASB: Telecommunication Services)

台灣大哥大已依循 SASB 準則報導 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期間的 ESG 資訊 SASB 行業別：TC-TL

永續揭露主題與指標

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
TC- TL-130a. 1	環境營 運足跡	總消耗能源(GJ)、 電力百分比(%)、 再生能源百分比 (%)、資料中心過 去 12 個月(TTM) 之加權平均電力使 用效率(PUE)	總消耗能源(GJ)： 2,683,824.24 電力百分比(%)：98.4% 再生能源百分比(%)： 18.6% 資料中心過去 12 個月(TTM) 之加權平均電力使用效率 (PUE)：1.64	4.3.2.2再生 能源分析 4.3.2.3各據 點節能成效
TC- TL-220a. 1	客戶數 據隱私	與客戶隱私相關的 政策和措施	詳如章節說明	3.3隱私保護 與個資治理
TC- TL-220a. 1	客戶數 據隱私	說明資訊管理各生 命週期階段及各階 段的作法如何影響 個人隱私	詳如章節說明	3.3隱私保護 與個資治理
TC- TL-220a. 1	客戶數 據隱私	說明隱私衝擊評鑑 (PIA) 或其他類似 評估之使用	詳如章節說明 台灣大透過「個資與隱私衝 擊分析暨風險評鑑自評 表」，針對PIA 以下六面向 進行分析： 1. 收集標的及樣態：於服務 申裝書制定前，評估蒐集的 個人資料類別與樣態，落實 於設計階段將隱私風險納入 考量 2. 收集原因：需參考個資法	3.2.1 資安治 理與風險管 理機制

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
			<p>規範，確認蒐集個人資料之目的，僅為必要個資且經當事人知情同意</p> <p>3. 可能用途：制定個人資料會被利用的期間、地區及方式，僅於特定目的內利用，避免侵害客戶個資隱私而違法</p> <p>4. 資訊共享對象：制定個人資料會被分享之對象及傳輸方式，落實管控規範，降低個資隱私外洩風險</p> <p>5. 個人拒絕或接受的權利和機會：提供客戶免付費之拒絕或加入行銷方式，以維護客戶權益，符合個資法規範</p> <p>6. 如何確保資訊安全：規劃與落實四大構面-對內防洩漏、對外防駭客等，落實用戶個資與隱私保護</p> <p>已制定「PIMS-002 個人資料與隱私檔案清冊與風險評鑑作業管理程序」，規範個人資料與隱私檔案清冊與風險評鑑作業，確保個人資料與隱私檔案能有效受保護</p>	
TC- TL-220a. 1	客戶數 據隱私	政策和作為如何解決兒童隱私問題	詳如章節說明	3.3 隱私保護 與個資治理
TC- TL-220a. 1	客戶數 據隱私	針對資訊管理各生命週期階段，說明下列階段之數據性質、類型、和作	詳如章節說明	3.3 隱私保護 與個資治理

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
		法：收集(沒有得到個人同意/有知情同意(opt-in))/需個人選擇退出(opt-out))、使用(組織內部分析/第三方外部分享買賣或租用)、留存(儲存期限/資訊安全保障措施)		
TC- TL-220a. 2	客戶數 據隱私	客戶資訊用於第二用途的獨立客戶數量	本公司不適用，人數為0	3.3 隱私保護 與個資治理
TC- TL-220a. 3	客戶數 據隱私	金錢損失總額 (元)	0	-
TC- TL-220a. 3	客戶數 據隱私	法律程序的性質 (如：判決或命令、和解、認罪、延緩執行等)	N/A	3.2.1 資安治理 與風險管理 機制
TC- TL-220a. 3	客戶數 據隱私	說明所有金錢損失的性質，如判決後之結果、和解、認罪、延後起訴協議、不起訴協議，金錢損失的情形(如：未經授權的監控、數據共享、兒童隱私等)	N/A	-
TC- TL-220a. 3	客戶數 據隱私	說明因法律程序而須落實的任何改善措施，包括但不限於營運、管理、流程、產品、業務合作夥伴、培訓或技術等之改善	N/A	-

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
TC- TL-220a. 4		來自政府或執法機構對客戶訊息的總請求次數，包括客戶內容數據和非內容數據之資訊，且兩者皆可能包含個人資料(次)	249,679	-
TC- TL-220a. 4		資訊受到各個政府或執法機構要求提供的獨立客戶總數量(位)	N/A	-
TC- TL-220a. 4		在收到相關揭露要求後，實際揭露的次數比例(%)	99.98%	3.2.1 資安治理與風險管理機制
TC- TL-230a. 1	資訊安全	資訊洩漏總事件數(企業之資訊系統發生未經授權的情況或資訊系統被滲入，對資料的機密性/完整性產生危害)	0 在報導期間統計內外部資安事件，未有發生資訊洩漏事件	-
TC- TL-230a. 1	資訊安全	個人可識別資訊(PII) 的百分比(%)	0	-
TC- TL-230a. 1	資訊安全	受影響客戶數	0	-
TC- TL-230a. 1	資訊安全	針對資訊洩漏所採取之補救措施	未發生資訊洩漏之事件；相關補救措施如章節說明	3.2.1 資安治理與風險管理機制
TC- TL-230a. 1	資訊安全	企業及時向受影響客戶揭露資訊洩漏事件之相關政策	詳如章節說明 已於個資隱私保護之SOP-「PIMS-007 個人資料與隱	3.2.1 資安治理與風險管理機制

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
			私侵害事件通報管理程序」 規範，當個人資料與隱私侵 害事件發生時，緊急應變小 組需通知受侵害當事人，以 電話、簡訊、電子郵件等方 式通知；若影響客戶數量過 鉅時，得以網際網路、新聞 媒體或其他適當公開方式辦 理	
TC- TL-230a. 2	資訊安 全	構成資安風險之資 訊安全系統脆弱度 的鑑別方法	詳如章節說明	3.2.1 資安治 理與風險管 理機制
TC- TL-230a. 2	資訊安 全	減緩和解決資安風 險及資安脆弱度之 解決方法	詳如章節說明	3.2.1 資安治 理與風險管 理機制
TC- TL-230a. 2	資訊安 全	第三方網路安全規 範之使用	詳如章節說明	3.2.1 資安治 理與風險管 理機制
TC- TL-230a. 2	資訊安 全	所觀察到的資安與 系統相關攻擊之型 態、頻率、來源等 趨勢	詳如章節說明 於資安與系統方面，近年全 球駭客利用勒索軟體，攻擊 企業造成資料外洩等帶來營 運重大風險，數位轉型和數 位化的轉變考驗組織面臨的 資安威脅的能力，另疫情帶 來居家辦公，亦造成資安邊 界難以界定與增加防護難 度。公司因應各項新興資安 威脅，除落實與持續改善 ISO/IEC27001 「資訊安全 管理制度」強化作業流程及	3.2.1 資安治 理與風險管 理機制

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
			管控措施外，透過執行滲透測試，模擬駭客行為等方式，監控、測試並改善弱點	
TC- TL-440a. 1	產品 EOL 管 理	透過產品回收專 案/服務所回收的 材料重量(公噸t)	廢手機：2.2公噸 配件：0.7公噸 電池：2.1公噸 *廢手機以平均0.1 kg/ 支換算	4.4.1制定全 台首份《行 動電話回收 及循環服 務》指引
TC- TL-440a. 1	產品 EOL 管 理	回收材料被再利用 之百分比(%)	0	-
TC- TL-440a. 1	產品 EOL 管 理	回收材料被回收再 製之百分比(%)	37% *手機回收比例：金、銀、 銅、鋁、鐵、鎳、鈷、錳... 等約占30%；配件回收比 例：銅、鐵...等約占20%； 電池回收比例：鎳、鈷、 錳...等約占50%。 占比=(手機重量*手機回收比 例+配件重量*配件回收比例 +電池重量*電池回收比例)/ 總重量	-
TC- TL-440a. 1	產品 EOL 管 理	回收材料被填埋之 百分比(%)	0 *不可回收部分拆解後焚化處理	-
TC- TL-520a. 1	競爭行 為及開 放互聯 網	金錢損失總額 (元)	0 本公司於2025年度未有違反 反賄賂、反競爭政策之情事 與金額損失。	-

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
TC- TL-520a. 1	競爭行 為及開 放互聯 網	法律程序的性質 (如：判決或命 令、和解、認罪、 延緩執行等)	N/A	-
TC- TL-520a. 1	競爭行 為及開 放互聯 網	說明所有金錢損失 的性質 (如：判決 後之結果、和解、 認罪、延後起訴協 議、不起訴協 議)，以及金錢損 失的情形 (如價格 操縱、專利濫用、 反壟斷等)	N/A	-
TC- TL-520a. 1	競爭行 為及開 放互聯 網	說明因法律程序而 須落實的任何改善 措施，包括但不限 於營運、管理、流 程、產品、業務合 作夥伴、培訓或技 術等之改善	N/A	
TC- TL-520a. 2	競爭行 為及開 放互聯 網	自有及商業相關內 容的平均實際保持 下載速率、非相關 內容的平均實際保 持下載速率 (Mbps)	詳如章節說明 4G: 69.1 (資料來源裝置 數: 172,657) 5G: 241.3 (資料來源裝置 數: 91,965)	3.4.1.2 網路 服務可靠性
TC- TL-520a. 2	競爭行 為及開 放互聯 網	平均廣告下載速率 (Mbps)	詳如章節說明 行動通信服務：自評之平均 下載速率為25~100 Mbps	3.4.1.2 網路 服務可靠性
TC- TL-520a. 2	競爭行 為及開 放互聯 網	衡量下載速率的方 法學 (如：進行測 試的時間區間、樣 本大小、是否反映 峰值及非峰值速 率、是否排除節流	詳如章節說明	3.4.1.2 網路 服務可靠性

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
		或突發速率等瞬時性能增強效果、準確性的限制)		
TC-TL-520a.3	競爭行為及開放互聯網	網路中立性、開放互聯網法規相關之風險與機會	台灣目前尚未針對網路中立性有明確之法規，TWM 秉持提供公平、無差別待遇服務之原則，對於網際網路資訊之傳輸，不會依不同用戶、內容、網站、平臺、應用、接取裝置類型或通訊模式予以差別收費，或對接取網站內容予以攔阻。	-
TC-TL-520a.3	競爭行為及開放互聯網	參與付費互連協議、免費互連協議的相關政策	1.TWM 係透過子公司台灣固網(TFN)轉訊(transit peering)，由TFN 與各ISP 進行互連。 2. 國內網際網路互連頻寬費係受主管機關NCC 資費管制的項目，目前除對市場顯著地位者中華電信係依NCC 核定之資費，單向付費給中華電信外，TFN 與各家ISP 業者間Direct Peering 原則上均採商業協商，免費對等互連。	-
TC-TL-520a.3	競爭行為及開放互聯網	參與零費率的相關政策	本公司透過零費率資費促進網路使用普及化，例如推出4G、5G 行動網路吃到飽方案，其中亦有綁定Disney+、GFN 服務方案選擇，並含專案加贈 MyVideo、KKBOX 服務，使用增值服務亦不限流量且不另計費，避免價格歧視。	-
	系統技術中斷	系統平均中斷受影響時間	8,347分鐘	-

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
TC- TL-550a. 1	風險管 理			
TC- TL-550a. 1	系統技 術中斷 風險管 理	系統平均中斷頻率 (中斷次數/客 戶)	0.0000298 服務受中斷的總次數，除以享有 此服務的總客戶數	-
TC- TL-550a. 1	系統技 術中斷 風險管 理	客戶平均中斷受影 響時間 (分鐘/客 戶)	0.8分鐘 (每次中斷的影響時長*每次中斷 受影響的客戶數)/享有服務的總 客戶數	-
TC- TL-550a. 1	系統技 術中斷 風險管 理	重大中斷事件的持 續時間、影響程 度、根本原因，以 及為預防未來技術 中斷所採取的矯正 措施	2025年受四颱風影響：丹娜 絲、楊柳、樺加沙、鳳凰，部分 地區基站無法提供服務	-
TC- TL-550a. 1	系統技 術中斷 風險管 理	重大中斷事件造成 的成本 (如：組織 變革、培訓、修復 所需的技術支出、 營收損失、保固賠 款及違約成本)	損失金額998萬元	-
TC- TL-550a. 2	系統技 術中斷 風險管 理	與技術中斷相關的 持續營運風險 (如：由於技術故 障、程式錯誤、網 路攻擊、氣候事件 或於託管設施發生 的天然災害所導致 者)	詳如章節說明	3.4.2 網路韌 性
TC- TL-550a. 2	系統技 術中斷 風險管 理	因應持續營運風險 的措施 (如：鑑別 關鍵與冗餘業務、 提升系統韌性或降	詳如章節說明	3.4.2.2 營運 應變與公共 安全支援

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
		低衝擊的措施等， 包含保險)		
TC- TL-550a. 2	系統技 術中斷 風險管 理	潛在損失的估計金 額、損失發生的機 率，以及可能的時 間軸	詳如章節說明 如遇服務中斷，視影響客戶 情況決定是否啟動營運持續 計畫(Business Continuity Plan, BCP)，同時依事件型態及等 級整合公司決策階層、相關 之技術部門、客服、公關、 財務、法務、資安等，評估 事件的風險及可能的損失。	3.4.2.2 營運 應變與公共 安全支援
TC- TL-000.A	企業營 運指標	無線用戶數 (人數)	9,632,579 *統計以NCC 定義之TWM 全 公司行動用戶數(含月租型、 預付型、物聯網用戶、好速 用戶)	-
TC- TL-000.B		有線用戶數 (人數)	市內網路業務：用戶共計 195,851 NCC 申報數據	-
TC- TL-000.C	企業營 運指標	寬頻用戶數 (人數)	數據通訊業務：37,917 寬頻上網業務：19,821 Cable 業務：328,924 *數據通訊業務、寬頻上網業 務數據來自NCC 申報數	-
TC- TL-000.D	企業營 運指標	網路流量 (千兆位 元組 Petabytes)	4,085 PB *網路流量(無線)統計以NCC 定 義之TWM 全公司行動網路流量	-

SASB 指標 編號	揭露主 題	揭露項目	2025年說明	所在章節
			(含月租型、預付型，不含物聯網用戶)	
TC- TL-000.B	企業營 運指標	有線用戶數(人數)	市內網路業務：用戶共計 申報數據	-

永續揭露指標—通信網路業

編號	指標	指標種類	2025年揭露情形	單位	對應章節
一	消耗能源總量、 外購率	量化	消耗能源總量：2,683,824.24 外購電力百分比：80.79% 再生能源使用率：18.6%	十億焦耳 (GJ)、百分 比(%)	4.3.2.1 溫室氣體 管理目標
二	總取水量及總耗 水量	量化	總取水量：290,116 總耗水量：251,910	1,000(m ³)	4.6.2.7 水資源管 理
三	所產生有害廢棄 物之重量及回收 百分比	量化	0公噸 -%	公噸(t), 百 分比(%)	
四	說明職業災害類 別、人數及比率	量化	職業災害類別： 台灣大哥大-4：被撞*1、切割傷*1、跌 倒*2 台灣客服-1：跌倒*1 比率： 台灣大哥大：0.33、台灣客服：0.56 人數： 台灣大哥大4人、台灣客服1人	數量, 比率 (%)	附錄7.10 職業傷害
五	產品生命週期管 理之揭露：含報	量化	光纜：250.5公噸；回收比例：45.1% 銅纜：205.3公噸；回收比例：81.1%	公噸(t), 百 分比(%)	4.6.2.1 廢棄物減

編號	指標	指標種類	2025年揭露情形	單位	對應章節
	廢產品及電子廢棄物之重量以及再循環之百分比(註1)		鉛蓄電池：696.3公噸；回收比例：45% 電訊器材：683.9公噸；回收比例：95.76%		量成效及目標
六	與使用關鍵材料相關的風險管理之描述	質化描述	台灣大無生產產品，故無使用關鍵材料，相關風險管理詳見CH1	不適用	-
七	因與反競爭行為條例相關的法律訴訟而造成的金錢損失總額	量化	N/a 永續會計報告準則揭露	報導貨幣	1.4.1.5 法規遵循
八	依產品類別之主要產品產量	量化	無線用戶數：9,632,579 有線用戶數：市內網路業務：用戶共計195,851 數據通訊業務：37,917 寬頻上網業務：19,821 Cable 業務：328,924	依產品類型而不同	3.4.1.1 網路覆蓋率

註1：包含下腳料賣出或其他回收處理，應提供相關說明。

上市上櫃公司氣候相關資訊

氣候變遷對公司造成之風險與機會及公司採取之相關因應措施

項目	執行情形
1.敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	<p>整體氣候相關風險與機會之監督及治理機制，主要透過各治理組織分層管理，其角色與權責如下所列：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.董事會：每年審視並督導公司面臨之氣候風險與機會議題。 2.永續發展委員會：由董事長親自擔任召集人，五位獨董擔任委員，每年開會兩次，全面督導ESG 各面向之決策制定，包含氣候風險與機會相關策略與目標，並向董事會報告。 3.風險管理委員會：由董事長或指派代理人擔任主任委員，各風險管理面最高主管擔任委員，每半年開會一次，依風險控管機制進行評估並核

項目

執行情形

准相關減緩與調適方案，不定期將公司之風險(包含氣候風險)呈報永續發展委員會及董事會。

4.環境管理小組：由技術長擔任主任委員，永續最高主管擔任副主任委員，每半年開會一次，定期依照公司風險管理之制度，進行氣候變遷風險與機會之鑑別與管理，並將氣候風險趨勢與議題併同提報至風險管理委員會。

5.永續發展小組：由總經理擔任副主委，各事業群最高主管擔任委員，每年開會四次，進行國際氣候風險趨勢蒐研，並將最新氣候風險趨勢回饋給環境管理小組。

整體而言，氣候相關重要議案，如SBT、EV100、RE100、Net Zero、TCFD與TNFD分析及出版，透過每半年召開之環境管理小組會議，以及每季召開之永續發展小組會議進行檢核，再由永續發展委員會督導，最終提報董事會。透過分層把關嚴密檢核，落實政策由上而下布達，執行面由下而上積極規劃呈報。

2.敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。

透過3場跨部門TCFD工作坊辨識氣候相關風險與機會，及其對策略及財務之衝擊：

1.參與TCFD工作坊之同仁依據業務屬性進行分組，依循TCFD架構辨識氣候風險流程，共同將36項氣候風險、22項機會於價值鏈展開，分析其衝擊類型、範圍、強度、發生時間及其可能性。

2.建立氣候風險與機會矩陣，並將矩陣中衝擊程度為「中高」以上且可能性為「可能」以上列為重大風險、機會；依據氣候風險與機會之鑑別與排序結果，向上提報氣候相關風險與機會之評估結果與因應方案。

3.跨部門討論並依據短期(3年以下)、中期(3-8年)、長期(8-13年)時間軸，共計鑑別出5項重大氣候風險及5項重大氣候機會：

5項重大氣候風險

風險類別	風險說明	風險等級	發生時間	衝擊類型	管理作法
轉型	總量管制/排放交易	中高	短中期	間接成本增加	提高投入成本，外購再生能源

項目	執行情形				
5項重大氣候風險					
轉型	碳稅	中	短中期	直接成本增加	提高投入成本，進行綠電轉供
轉型	強制申報	中高	長期	直接成本增加	盤查與申報之內外部人力費用提升
轉型	產品效率法規與標準	中高	短期	直接成本增加	顧問諮詢費用提升
轉型	再生能源法規	高	短期	能源價格上漲 直接成本增加	提高投入成本，設置再生能源
5項重大氣候機會					
風險類別	風險說明	風險等級	發生時間	衝擊類型	管理作法
市場	開拓資金來源	中高	中長期	資本獲得增加	提高投入成本，發行債券
資源效率	節能建築	中高	短期	營運效率提升	提高投入成本，設計節能雲端機房
產品與服務	調適與解決方案	中高	短期	新產品或服務	提高投入成本，優化PUE
韌性	參與再生能源計畫	高	短期	燃料成本降低	提高投入成本，建置再生能源可視化系統
	生產製程	中高	短期	營運成本降低	

項目

執行情形

5項重大氣候機會

資源	提高投入成
效率	本，建置電力
轉型	網路管理系統

針對不同風險在不同情境下之財務衝擊，請參考本公司TCFD 報告書。氣候相關風險與機會亦影響台灣大減碳策略規劃。依據台灣大已通過之SBTi 2050 淨零路徑，以及2040年100%使用再生能源目標，布局以再生能源採購、儲能、淨零科技為主，節電方案為輔的長期策略。而2040年至2050年範疇1-3之剩餘碳排放，則規劃以碳權、碳捕捉封存等技術中和剩餘碳排放以達成淨零目標。

3.敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。

不同氣候情境將產生不同財務衝擊，針對轉型部分，台灣大透過3種外部轉型情境分析財務影響；實體部分則透過4種氣候情境分析財務衝擊：

1.轉型情境分析：評估三種外部轉型情境(政府淨零、SSP1-1.9 、SBT-NZ) 在BAU(Business As Usual) 狀態與兩種減量策略(RE 策略與強制達成策略)下的財務衝擊，並以轉型風險中的法規、技術和市場風險為分析標的。若以BAU 狀態預估，台灣大的排放量將會在2050年達到22.66萬噸二氧化碳當量，而政府淨零、SSP1-1.9 與SBT-NZ 三種轉型情境的額度分別為6.53萬噸、1.22萬噸以及淨零排放。在 BAU 狀態下，政府淨零情境之法規風險，如碳稅或碳罰鍰將衝擊營業成本，低碳產品市占率降低的市場風險則將衝擊預期營收，並以市場風險之財務衝擊為主。若外部情境假設轉為SSP1-1.9 時，市場風險之財務影響，也就是預期營收，仍為主要財務衝擊點，但法規風險所衝擊的營業成本也會隨之提升。

2.實體情境分析：評估四種氣候模式下(包含RCP2.6 、RCP4.5 、RCP6.0 與RCP8.5) ，以氣候變遷下極端降雨作為危害度，極端降雨所引發之淹水、山崩和土石流作為脆弱度，自有資產與供應商營據點位置作為暴露度進行據點實體風險數值分析。自有資產部分之分析結果顯示，具有一種以上災害潛勢的共計有200處，分別是門市116處、機房78處、辦公室6處。

針對不同轉型與實體情境下之財務衝擊及其量化結果，請參考本公司TCFD 報告書。

台灣大參考美國COSO(Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) 組織發布的COSO ERM 2017企業風險管

項目

執行情形

4.敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。

理架構及上市上櫃風險管理實務守則，由董事會、風險管理委員會及風險管理專責單位組成，與IFRS 永續揭露準則專案小組，共同依據國際研究報告、產業趨勢分析、SASB 電信服務產業主題、企業重大主題、企業內外部調查及公司決策與判斷，鑑別出28項永續風險/機會，包含氣候相關風險「氣候變遷/天然災害、溫室氣體排放」。(請參閱本公司2024年度永續報告書1.6.2永續風險及機會管理。)

5.若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。

台灣大透過3種轉型情境和4種實體情境分析衝擊：

1.轉型情境分析：評估三種外部策略面包含政府淨零路徑、SSP1-1.9 與SBT 淨零排放，並依 SSP1_-1.9 、SSP1_-2.6 、SSP1SSP2_-4.5 等低溫轉型情境推估係數，以及國際產業趨勢報導，來確認氣候變遷風險與機會將對公司財務造成的衝擊。針對5項重大氣候風險(包含：總量管制/排放交易、碳稅、強制申報、產品效率法規與標準、再生能源法規)與5項重大機會(包含：市場開拓資金來源、節能建築、調適與解決方案、參與再生能源計畫、上游或供應鏈資源效率)，深入評估對公司造成的財務影響，並進行管理應對。

2.實體情境分析：評估四種氣候模式包含RCP2.6 、RCP4.5 、RCP6.0 與RCP8.5 ，本公司以氣候變遷下極端降雨當作危害度，極端降雨所引發之淹水、山崩和土石流作為脆弱度，依本公司自有資產及供應商共 1,104處據點坐落位置為暴露度，脆弱度依政府公告圖資進行災害範圍及災害程度，進行各據點實體風險數值分析。分析結果自有資產及供應商共有300多處有淹水潛勢風險；1處自有資產有土石流潛勢；2處自有資產有山崩潛勢。

3.實體風險之財務衝擊：自有資產部分之分析結果顯示，具有一種以上災害潛勢的共計有200處，分別是門市116處、機房78處、辦公室6處；供應商則總共有131家具有淹水潛勢。在財務衝擊上，我們分別計算營業損失與成本增加。為了盡可能降低淹水、土石流與山崩對財務影響擴大，我們已投入資金、人力資源與增添設備來進行管理。

6.若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。

指標與目標

台灣大導入ISO14064-1 組織型溫室氣體盤查、ISO50001 能源管理系統及ISO14001 環境管理系統，並以4大核心策略管理氣候變遷相關風險與機會，除完成溫室氣體範疇一、二、三盤查外，亦設定溫室氣體短、中、長期減量目標，並以提高綠能使用占比為重：

- 依據SBTi減碳路徑作為計算推估計氣候減緩和調適的相關指標。
112年度二度通過SBTi之2050淨零目標審查，以111年為基準年，承諾

項目

執行情形

指標與目標

台灣大導入ISO14064-1組織型溫室氣體盤查、ISO50001能源管理系統及ISO14001環境管理系統，並以4大核心策略管理氣候變遷相關風險與機會，除完成溫室氣體範疇一、二、三盤查外，亦設定溫室氣體短、中、長期減量目標，並以提高綠能使用占比為重：

- 依據SBTi減碳路徑作為計算推估計氣候減緩和調適的相關指標。112年度二度通過SBTi之2050淨零目標審查，以111年為基準年，承諾119(2030)年在範疇一和範疇二碳排放量減少42%、範疇三碳排放量減25%，並在139(2050)年達成淨零排放(Net Zero)。
- 承諾129(2040)年100%使用再生能源、139(2050)年達成淨零排放(Net Zero)。
- 自有資產之因應措施
- 無風險與低風險之據點：維持據點為主，制定應急計畫和風險管理措施，包括建立緊急應變流程確保員工的安全和財產之保護，考慮進一步增強其建築結構之耐水性和風險管理系統。
- 中風險之據點：維持據點、加強關注災害潛勢變化為原則，具山崩潛勢之據點採取強化邊坡穩定措施、建築物結構安全性評估、與強化風險管理等措施因應災害潛勢；針對具淹水之據點則採取墊高地基、加強排水、與強化風險管理等。
- 高風險之據點：非必要禁止設點，並將營運中之據點降低至中度風險以下位置，針對具土石流、山崩風險之據點採取積極強化邊坡穩定措施、建築物結構安全性評估、與強化風險管理等措施因應災害潛勢；針對具淹水之據點則採取積極墊高地基、加強排水、與強化風險管理等措施因應災害潛勢。
- 供應商之因應措施
- 低風險供應商：以維持正常合作為原則，宣導加強防災措施，例如加強排水系統、整修防洪護堤等，以應對極端天氣事件之發生。
- 中風險供應商：採正常合作為原則，提高對此類供應商的氣候災害意識宣導，例如協助供應商了解災害潛勢危害度走向的方法、加強防災措施，如強化區域之監測和預警系統，以應對極端事件發生。
- 高風險供應商：擬實施更加積極的防災措施，除持續宣導加強排水系統和改善建築物之結構並提高相關認知外，將考慮納入災害風險相關配套及違約賠償制度，以減少可能之損害和影響。
- 暫無風險供應商：透過加強基礎防護、定期維護設施等方式來確保據點的安全，並透過每年檢討各供應商之風險達滾動式調整。
- 詳細計畫內容請參閱本公司TCFD報告書。

7.若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。

目前無碳定價制度。

8.若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。

溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫如下表：

溫室 氣體 減量 目標	科學基礎減碳目標(SBT)	113年執行成果	114年規劃
短程 113 年	範疇一及範疇二排放量較111年減少10.5%	範疇一及範疇二排放量較111年增加20.6%	範疇一及範疇二排放量較111年減少15.8%
	範疇三排放量較109年減少10%	範疇三排放量較109年減少16.3%	範疇三排放量較109年減少12.5%
中程 119 年	範疇一及範疇二排放量較111年減少42%	規劃逐步汰除燃油車輛、提升能源使用效率及積極投入使用再生能源，使範疇一及範疇二排放量，較111年減少42%。	
長程 139 年	範疇一、範疇二、範疇三達成淨零排放(Net Zero)	以「控制升溫1.5°C內」為情境，通過SBTi 審查，於129年達成溫室氣體減量90%目標；長期若有需要，將以碳權、碳捕捉封存等方式，中和剩餘碳排，預計於139年達成淨零排放。	

自101年導入ISO14064-1 導入溫室氣體盤查，每年通過第三方查證確保數據品質。主要排放源為電力使用(98%)；其餘排放為公務車、發電機用油、冷媒、滅火器藥劑、化糞池甲烷等。

盤查範疇：台灣大哥大(含台灣大哥大基金會)、台灣大數位服務、台灣客服、台灣固網、台固媒體及旗下5家有線電視、優視傳播、臺北文創、台信保代所屬辦公室大樓、機房、基站及直營門市。另，今年度增加16家子公司納入盤查範疇內，包含：TWM Holding Co., Ltd.、台信聯合投資、台富雲科技、富樹林媒體科技、富天下媒體科技、台聯網投資、台信互聯通信技術(北京)有限公司、台固新創投資、台信電訊、大富媒體科技、台灣大新創開發、台灣大影視、台灣史丹比特系列電影、富昇數位、台灣大動力服務、富信新零售。

溫室氣體盤查(範疇一/範疇二)

項目	110	111	112	113註
Scope1(直接排放)(ton-CO2e)	6,177.80	5,331.63	6,098.48	7,592.22
Scope2(間接排放)(ton-CO2e)- 地域別	269,124.54	282,140.61	285,603.70	356,250.63
Scope2(間接排放)(ton-CO2e)- 市場別	269,124.54	282,096.83	285,523.51	356,197.77

項目	110	111	112	113註
碳排總量(Scope1+2)(ton-CO2e)-地域別	275,302.34	287,472.24	291,702.17	363,842.84
碳排總量(Scope1+2)(ton-CO2e)-市場別	275,302.34	287,428.46	291,621.98	363,789.98
排放強度=碳排總量地域別/合併營收(ton-CO2e/ NTD million)	3.92	3.99	3.94	1.82

註：依經濟部能源局公告112年度電力排碳係數，計算113年範疇二碳排放量(包含子公司富邦媒體)。

9.溫室氣體盤查及確信情形

本公司及合併財務報告所有子公司最近兩年度之溫室氣體排放量如下表：

所揭露之溫室氣體排放已依據ISO14064-1 : 2018 標準完成盤查報告，並通過TUV NORD / BSI 外部查證；查證等級為「合理保證」。

		112年度		113年度	
執行確信之範圍		排放量 (噸CO2e)	密集度 (公噸CO2e/ 百萬元)	排放量 (噸CO2e)	密集度 (公噸CO2e/ 百萬元)
本公司	範疇一直接溫室氣體排放	4,561.40		3,775.33	
	範疇二間接溫室氣體排放	251,696.66		309,168.35	
	小計	256,258.07		312,943.68	
合併財務報告所有子公司	範疇一直接溫室氣體排放	1,537.07		3,816.89	
	範疇二間接溫室氣體排放	33,826.84		47,082.28	
	小計	35,363.92		50,899.17	
總計		291,621.98	3.94	363,842.84	1.82

2025年溫室氣體盤查及確信情形

1-1溫室氣體盤查及確信情形

填表說明：

1. 公司可依下列標準進行溫室氣體盤查：

(1) 溫室氣體盤查議定書 (Greenhouse Gas Protocol, GHG Protocol)。

(2) 國際標準組織 (International Organization for Standardization, ISO) 發布之 ISO 14064-1。

2. 確信機構應符合臺灣證券交易所股份有限公司及財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心訂定之永續報告書確信相關規定。

3. 子公司可個別填報、彙整填報(如：依國家別、地區別)、或合併填報(註1)。

4. 溫室氣體排放量之密集度得以每單位產品/服務或營業額計算之，惟至少應揭露以營業額 (新臺幣千元) 計算之數據(註2)。

5. 未納入盤查計算之營運據點或子公司占總排放量之比重不得高於5%，前揭總排放量係指依填表說明1、規定強制盤查範圍所計算之排放量。

6. 確信情形說明應摘述確信機構之確信報告書內容並上傳確信意見書(註3)。

本公司基本資料

依上市櫃公司永續發展路徑圖規定至少應揭露

 資本額100億元以上公司、鋼鐵業、水泥業

 母公司個體盤查

 合併財務報告子公司盤查

 資本額50億元以上未達100億元之公司

 母公司個體確信

 合併財務報告子公司確信

 資本額未達50億元之公司

範疇一	總排放量 (公噸CO ₂ e)	密集度 (公噸CO ₂ e/ 百萬元)	確信機構	確信情形說明(註3)
台灣大哥大股份有限公司	3,165.01	0.04	TUV NORD	符合「合理保證」等級
合併財務報告所有台灣大子公司(註1)	1,549.76	0.23		
合併財務報告所有momo 母子公司(註2)	2,074.75	0.02	BSI	
小計	6,789.52	0.03		
範疇二	總排放量	密集度	確信機構	確信情形說明(註3)

本公司基本資料	依上市櫃公司永續發展路徑圖規定至少應揭露			
	(公噸CO ₂ e)	(公噸CO ₂ e/ 百萬元)		
台灣大哥大股份有限公司	255,100.54	2.83	TUV NORD	符合「合理保證」等級
合併財務報告所有台灣大子公司(註1)	30,391.47	4.60		
合併財務報告所有momo 母子 公司(註2)	14,095.82	0.13	BSI	
小計	299,587.83	1.51		
範疇三 (得自願揭露)	總排放量 (公噸CO ₂ e)		確信機構	確信情形說明(註3)
合併財務報告所有台灣大子公司(註1)	323,661.43		TUV NORD	符合「有限保證」等級
合併財務報告所有momo 母子 公司(註2)	1,321,760.60		BSI	

註1：涵蓋合併財務報告中所有台灣大哥大子公司，不含 momo 母子公司。

註2：僅涵蓋合併財務報告中所有 momo 母子公司。

註3：合併財務報告中台灣大哥大子公司（不含 momo 母子公司）由 TUV NORD 執行查證；momo 母子公司部分則由 BSI 執行查證

ESG 數據統計表

經濟面

項目	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
營業 收入	172,206,112	183,347,825	199,373,905	198,764,583	201-1	合併財務報告P.10

項目	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
(仟 元)1						
營業 成本 (仟 元)1	138,980,890	148,585,572	159,678,771	157,808,811	201-1	
稅後 淨利 (仟 元)1	12,971,412	14,335,004	15,795,545	16,206,169	201-1	
每股 盈餘 (元)1	3.91	4.33	4.57	4.77	201-1	
資產 總額 (仟 元)1	193,071,666	242,964,361	241,427,165	234,659,567	主動 揭露	合併財務報告P.9
負債 總額 (仟 元)1	120,220,886	149,580,207	147,498,771	140,110,319	主動 揭露	
權益 總額 (仟 元)1	72,850,780	93,384,154	93,928,394	94,549,248	主動 揭露	
財務 資本 (億 元)2	458.2	498.9	1,596.8	1,578.08	主動 揭露	合併財務報告P. 10 157,808,811,000
製造 資本 (億 元)3	111.9	91.5	74.2	85.45	主動 揭露	
智慧 資本	4.13	5.11	6.82	待年報出版再 填	主動 揭露	

項目	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
(億元) ⁴						
總用戶數 (萬戶) ⁵	台灣大 748.2 momo 會員人數突破 1,183 萬人	1,013 會員人數達 1,276 萬人	1,000.6 服務超過全通路 1,600 萬名會員	893.5 服務超過全通路 1,650 萬名會員	主動揭露	摘自CH 2.1.2 重點經營績效
臺北文創	N/A	N/A	N/A	N/A		
在地採購比例 (%)	台灣大 95.6 momo NA	95.89 NA	96.79 NA	97.78% N/A	204-1	摘自1.6.1供應鏈概況
臺北文創	N/A	N/A	N/A	N/A		
供應商 ESG 調查 ⁶	台灣大 400 momo NA	380 NA	402 N/A	407 N/A	主動揭露	摘自1.6.1.3供應鏈篩選與評估
臺北文創	N/A	N/A	N/A	N/A		

註1：資料來源為本公司合併財務報告

註2：營業成本，包含台灣大、momo 及臺北文創。

註3：台灣大以電信建設及維運成本計、momo 以物流中心的建造費用計。

註4：台灣大指研發經費、momo 以淨零技術及包材研發計

註5：台灣大(個體)以行動寬頻用戶數計、momo 則以會員數計。

註6：台灣大以回收書面審查份數及訪查家數計、momo以發送數

環境面數據

項目	子公司	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
	台灣大	5.80	6.13	7.69	7.39	302-1	

項目	子公司	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
用電度數(億度)	momo	0.26	0.27	0.28	0.29		4.3.2.2 再生能源分析
	臺北文創	0.00331	0.00359	0.00526	0.00867		
	合計	6.06	6.4	7.98	7.68		
溫室氣體排放量(噸-CO2e)-地域別	台灣大	287,472.24	291,702.1	346,820.33	290,206.78	305-1/305-2	4.3.2.1 溫室氣體管理目標
	momo	14,835.93	15,350.41	17,022.51	16,170.57		
	臺北文創	170.36	184.81	297.15	411.24		
溫室氣體排放量(噸-CO2e)-市場別	台灣大	287,428.46	291,621.99	346,767.47	290,149.22	非重大主題， 主動揭露	4.3.2.1 溫室氣體管理目標
	momo	14,835.93	15,350.41	17,022.51	16,170.57		
	臺北文創	170.36	184.81	297.15	411.24		
範疇三排放量 ⁶	台灣大	313,385.34	341,603.49	356,189.49	323,661.42	305-3	4.3.2.1 溫室氣體管理目標
	momo	1,524,208	1,416,777	1,413,157.04	1,321,760.6		
	臺北文創	N/A	N/A	9,645.99	4,352.82		
取水度數(度)	台灣大	294,821	302,907	293,610.00	290,123	303-3	4.6.2.7 水資源管理
	momo	97,110	100,190	107,407.33	111,855.71		
	臺北文創	4,380.38	4,800.84	4,521.14	5,167.88		
合計		396,311.38	407,897.84	405,538.47	407,139.59		
生活垃圾回收量(公噸) ⁷	台灣大	96.55	99.3	104.2	106.6	主動揭露	4.6.2.1 廢棄物減量成效及目標 表格一班廢棄物-生活垃圾

項目	子公司	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
	momo	9.87	10.70	10.65	10.85		坂>回收
	臺北文創	N/A	12.158	8.54	5.9654		
	合計	3,191.57	3,330.15	3,738.76	3,378.84		
辦公室 用紙(張)	台灣大	4,962,410	4,625,544	5,488,888	5,587,622	主動揭露	4.6.2.2
	momo	1,615,370	1,604,494	1,412,822.00	1,216,529		辦公室 廢棄物 管理、 生活廢 棄物管 理(用 紙張數 相加)
	臺北文創	N/A	N/A	58,038	56,895		
	合計	6,577,780	6,230,038	6,959,748	6,861,046		
事業廢 棄物總 量(公 噸)8	台灣大	1,165.33	1,597.7	1,714.4	1,836	主動揭露	4.6.2.1
	momo	568.6	628.4	903.2	608.10		廢棄物 減量成 效及目 標(表- 事業廢 棄物加 總)
	臺北文創	0	0	0	0		
	合計	1,165.33	1,597.7	1,714.4	1,836		
無紙化 帳單(千 張)	台灣大 11	210,502	224,092	305,748	321,232	主動揭露	未於章 節揭露
	momo	56,730	61,540	68,182.58	70,698.855		帳務 處、營 管處提 供
	臺北文創	N/A	N/A	121.8	126.62		(Ally yeh (葉文 仔))
	合計	252,082	268,372	352,332.38	365,017.475		
自然資 本(億 元)9	台灣大	18	239	227.8	278	主動揭露	1.6.1
	momo	7.78	8.1	6.42	2.02		供應鏈 概況

項目	子公司	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
	臺北文創	0	0	0	0		
	合計	25.78	247.1	234.22	280.02		

註6：自2018年起，台灣大哥大範疇三15個項目全數納入盤查。

註7：自2019年起納入台灣大哥大直營門市回收量。

註8：台灣大範疇含廢光纜和廢銅纜回收、焚化、掩埋量加總、momo 為一般事業廢棄物(無害)

註9：綠色採購。

註10：揭露範疇為富邦媒體科技內湖總部大樓

註11：包含客戶服務用紙減少與無紙化帳單加總。

社會面數據

項目	子公司	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
員工人數 (人)	台灣大	5,869	5,991	6,894	6,958	2-7	6.1.2.1 人才招募 與多元平等
	momo	3,035	2,995	3,744	3,603		
	臺北文創	20	19	18	19		
員工平均受 訓時數(小 時) ¹¹	台灣大	65.7	58.9	67.5	66.4	404-1	6.2.1 職 涯發展與 訓練
	momo	32.76	23.88	17.58	22.74		
	臺北文創	N/A	N/A	N/A	37.47		
工傷率 (IR) ¹²	台灣大	0.356	0.427	0.259	0.33	403-9	勞安室提 供
	momo	13.25	8.82	5.75	8.98		
	臺北文創	0	0	N/A	0		
職業病比率 (ODR) ¹²	台灣大	0	0	0	0	403-10	勞安室提 供
	momo	0	0	0	0		
	臺北文創	0	0	0	0		
	台灣大	68	72	83.98	85.05	主動揭露	HR- 財報

項目	子公司	2022	2023	2024	2025	GRI 指標	頁數
人力資本 (億元) ¹³	momo	31.15	33.57	35.77	37.11		
	臺北文創	0.24	0.25	0.29	0.34		
	合計	99.15	105.57	120.04	122.5		
社會資本 (仟元) ¹⁴	台灣大	298,477	346,391	425,415	442,103	203-2	加總項目 見線下清單
	momo	N/A	N/A	76,916	73,184		
	臺北文創	14,085	27,659	11,875	17,572		
	合計	312,562	374,050	514,206	442,194		
客戶滿意度 調查(%)	台灣大	92%	90%	91%	91%	2-29	摘自 CH1
	momo	83.90%	94%	88%	81%		
	臺北文創	90%	95%	95%	95%		
企業志工時 數(小時)	台灣大	2,866	4,823	7,749	9,843	203-2	6.4.5.2 微樂志工
	momo	N/A	1,200	812	481		
	臺北文創	N/A	N/A	N/A	N/a		
	合計	2,866	6,023	8,561	10,324		
行動數位募 捐 ¹⁵ (萬元)	台灣 大-5180 捐款金額 ¹⁵	1,045	926	864	798	203-2	6.4.5.3 5180即 時捐
	Momo 公益捐款 金額(萬 元)	1,998	2,506	2,330	2,508		

註11：momo 部分統計範籌為富邦媒體科技股份有限公司，不包含關係企業

註12：係使用1,000,000工時計算比例

註13：員工薪資與福利。

註14：包含社會公益、藝文扶植、運動風氣促進、社會支持之項目投資。

註15：僅限台灣大(個體)

定期評估會計師獨立性

本公司及子公司財務群等主管每年依職業道德公報及上市上櫃公司治理實務守則規範，並參考審計品質指標 (AQIs)，考核簽證會計師獨立性及適任性，評估項目及程序如下：

- (1)會計師個人簡歷。
- (2)並未擔任本公司及子公司董監事、經理人或重大影響職務及利益衝突情形。
- (3)未連續委任同一簽證會計師達七年。
- (4)會計師每季出具獨立聲明。
- (5)未提供可能影響超然獨立之非審計服務。
- (6)無重大訴訟或主管機關糾正案件。
- (7)會計師事務所查核投入、品質管制複核與創新規劃。
- (8)與管理階層及內部稽核主管有效性互動。

評估結果於每年提報審計暨風險管理委員會審議及董事會決議通過。

2025年度至2026年第一季董事會 ESG 相關議案及決議情形

開會日期	屆次	案由	決議情形
2025/01/17	10-12	溫室氣體盤查及查證進度報告	洽悉
2025/02/27	10-13	第2屆第3次永續發展委員會報告	洽悉
		IFRS 永續揭露準則導入計畫及執行情形	洽悉
		「台灣大藍碳 紅樹林復育計畫」專案進度	洽悉
		2024 DJSI 最終成績結果報告	洽悉
2025/5/13	10-14	第2屆第4次永續發展委員會報告	洽悉
		年報導入IFRS 永續揭露準則-永續風險/機會鑑別	洽悉
		重大主題與高階管理階層KPI 連動進度報告	洽悉
		「2035心大願景計畫」年度檢核報告	洽悉
		溫室氣體盤查及查證作業全數完成報告	洽悉

開會日期	屆次	案由	決議情形
		永續暨整合性報告書發行	照案通過
2025/08/07	10-15	風險管理委員會業務報告	洽悉
		永續相關報告	洽悉
		2025年1月至5月 EV100 及 RE100 目標進度報告	
		修訂「環境暨能源政策」報告	
		年報導入IFRS 永續揭露準則-永續風險與機會財務資訊盤點結果	
		藍碳及生物多樣性專案報告	
		2025年第二季至第三季國內外永續獲獎成果	
2025/10/22	10-16	董事責任保險續保情形報告	洽悉
2025/11/12	10-17	2025年公司治理運作情形報告	洽悉
		2025年誠信經營執行情形報告	洽悉
		2025年智慧財產管理計劃執行情形報告	洽悉
		第2屆第5次永續發展委員會報告	洽悉
		重大主題與FRS 風險機會鑑別結果報告	洽悉
		年報導入FRS 永續揭露準則-財務資訊來源盤點表	洽悉
2026/03/13	10-19	永續相關報告	洽悉
		1.2025年1月至5月EV100及RE100目標進度報告	
		2.修訂「環境暨能源政策」報告	
		3.年報導入IFRS永續揭露準則-永續風險與機會財務資訊盤點結果	
		4.藍碳及生物多樣性專案報告	
		5.2025年第二季至第三季國內外永續獲獎成果	

員工結構

台灣大哥大+台灣固網+台灣大
數位+台灣客服+台信保代+富
昇數位

台灣大寬頻

文創

分類	年齡	台灣大寬頻			文創					
		人數		比例1	人數		比例1			
		男	女		男	女				
高階經理人 (副總經理含以上)	30歲以下	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	0	0%
	31-50歲	5	0	20.83%	1	0	20.00%	0	0	0%
	51歲以上	12	7	79.17%	4	0	80.00%	0	1	100%
	合計	17	7	100.00%	5	0	100.00%	0	1	100%
員工	30歲以下	462	524	15.79%	31	19	7.32%	1	0	5.88%
	31-50歲	1,951	2,170	65.98%	202	210	60.32%	3	7	58.82%
	51歲以上	746	393	18.23%	148	73	32.36%	2	4	35.3%
	合計	3,159	3,087	100.00%	381	302	100.00%	6	11	100%
總人數(高階經理人+員工)		6,270			688			18		
雇用狀況	全職	3,132	3,028	6,160	386	302	688	6	12	18
	兼職	44	66	110	0	0	0	0	0	0
平均年資		10.5			15.0			8.5		
學歷分布 比例(%)	博士	0.19%			0.14%			0%		
	碩士	15.63%			10.61%			22.22%		
	大學	64.47%			50.29%			61.11%		
	大專	12.61%			21.37%			16.67%		

分類	年齡	台灣大哥大+台灣固網+台灣大 數位+台灣客服+台信保代+富 昇數位			台灣大寬頻			文創		
		人數		比例1	人數		比例1	人數		比例1
		男	女		男	女		男	女	
	高中 以下	7.10%			17.59%			0%		

- 1.高階經理人皆為本地員工、多數員工之工作區域為台灣本島，共7人工作地為離島。
- 2.2025年底人數共6,958人，相較於2024年底人數6,894人，無顯著波動。
- 3.全職人員：男性共3,518人、女性共3,330人，男性較女性多188人；兼職人員：男性共44人、女性共66人，女性較男性多22人。
- 4.依GRI指標定義，永久聘僱共6,925人、臨時員工共33人，未聘僱無時數保證的員工。
- 5.2025年不到1成非員工的工作者協助業務執行。

		2025年		
		人數		比例
		男	女	
內部經理人	29歲以下	-	-	-
	30~49歲	5	5	45.45%
	50歲以上	8	4	54.55%
	合計	13	9	100.00%
一般員工	29歲以下	270	516	21.95%
	30~49歲	1,137	1,349	69.42%
	50歲以上	167	142	8.63%

		2025年		
		人數		比例
		男	女	
	合計	1,574	2,007	100.00%
總人數		3,603		
雇用狀況	正職	1,575	1,999	99.20%
	約聘	12	17	0.80%
平均年資		5.6		
學歷分佈比例	博士	0.14%		
	碩士	9.13%		
	大學	60.06%		
	專科	9.71%		
	高中以下	20.96%		

新進／離職員工分析

事業體	年齡	新進(男)		新進(女)		2025離職(男)		2025離職(女)		2024離職(男)		2024離職(女)	
		個數	比例	個數	比例	個數	比例	個數	比例	個數	比例	個數	比例
台灣大	30歲以下	132	2.10%	153	2.40%	96	1.50%	130	2.10%	108	1.70%	129	2.10%
	31~50歲	163	2.60%	167	2.70%	172	2.80%	227	3.60%	203	3.30%	233	3.70%
	51歲以上	11	0.20%	12	0.20%	43	0.70%	40	0.60%	41	0.70%	17	0.30%
台灣大寬頻	30歲以下	6	0.90%	6	0.90%	9	1.30%	4	0.60%	6	0.90%	3	0.40%
		11	1.60%	9	1.30%	17	2.50%	4	0.60%	29	4.20%	6	0.90%

事業體	年齡	新進(男)		新進(女)		2025離職(男)		2025離職(女)		2024離職(男)		2024離職(女)	
		個數	比例	個數	比例	個數	比例	個數	比例	個數	比例	個數	比例
	31~50歲												
	51歲以上	0	0%	1	0.10%	8	1.20%	5	0.70%	5	0.70%	3	0.40%
臺北文創	30歲以下	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	31~50歲	1	5.56%	2	11.11%	0	0%	2	11.11%	1	6.67%	2	13.33%
	51歲以上	0	0%	1	5.56%	0	0%	0	0%	1	6.67%	0	0%
momo	30歲以下	150	4.16%	250	6.94%	108	3%	284	7.88%	145	3.87%	344	9.19%
	31~50歲	243	6.74%	239	6.63%	284	7.88%	319	8.85%	194	5.18%	227	6.06%
	51歲以上	16	0.44%	21	0.58%	19	0.53%	26	0.72%	11	0.29%	12	0.32%

註1：台灣大中包含台灣大哥大、台灣固網、台灣大數位、台灣客服、台信保代、富昇數位

註2：員工工作地點皆在台灣(不含關係企業轉調人員)(以員工人數為分母)

	台灣大哥大	台灣固網	台灣客服	台灣大數位	台信保代	富昇數位	文創
2025年度公司標準起薪與台灣最低薪資之比率	1.32~1.51	1.22~1.38	1.22	1.1~1.23	1.32~1.51	1.32~1.51	1.23
	0.95						N/a (僅有)

男女性基本薪資比例 (男性為1)	高階主管		女性高階主管)
	副理(含)以上主管	0.95	1.33
	副理以下人員	0.89	1.09
男女性平均年薪(含績效報酬) (男性為1)	高階主管	0.92	N/a (僅有女性高階主管)
	副理(含)以上主管	0.94	1.21
	副理以下人員	0.87	1.32
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		33.1001:1	2.21
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(註1)		1.46:1	1.57

註1：僅比較受雇員工之基本薪資

註2：非員工的工作者薪資皆高於基本工資

職業危害辨識及分級控管

如何決定及降低危害

職業病及職業傷害依照勞動部職業安全衛生署相關辦法辦理，各單位對於作業使用之機械、設備、器具依頻率實施檢查與作業檢點，若有立即發生危險之虞，應協調現場主管人員或報請上級停止工作。

分級控管

災害事故依受傷程度及類型分為重大災害、失能傷害、非失能傷害、交通事故與工安事故五種，員工若發生上述災害事故應立即通報主管並於當日通報勞工安全衛生室；其中若屬重大災害事故則應立即通報勞工安全衛生室並實施必要之急救與搶救。

訂定承攬作業程序

訂定承攬作業程序，對於承攬工程、設備安裝、維護等廠商實施人員管理、機械及作業安全、各項危險性作業安全管理及災害事故緊急連絡處置等相關規定，確保廠商於工作期間之安全衛生品質。

不可接受風險

若屬不可接受風險，如通道地板地毯損壞，造成人員走動跌倒受傷，將規劃改善措施並訂改善目標，以風險控制順序進行。改善後再次評估其有效性以維持與持續改善職安衛管理績效。

職業傷害

事業體	類別	性別	職業傷害造成之死亡數量	職業傷害造成之死亡比率	嚴重的職業傷害數量	嚴重的職業傷害比率	有記錄之職業傷害數量	有記錄之職業傷害比率註一	職業傷害主要類型	工作時數
台灣大哥大 (台灣大哥大 +台灣固網 +台灣大數位 +台灣客服 +台信保代 +富昇數位)	受雇勞工	男性	-	-	-	-	2	0.33	被撞*1、 切割傷*1	6,015,992
		女性	-	-	-	-	2	0.34	跌倒*2	5,932,312
	非屬受	男性	-	-	-	-	-	-	-	691,114

事業體	類別	性別	職業傷害造成之死亡數量	職業傷害造成之死亡比率	嚴重的職業傷害數量	嚴重的職業傷害比率	有記錄之職業傷害數量	有記錄之職業傷害比率 註一	職業傷害主要類型	工作時數
	雇勞工	女性	-	-	-	-	-	-	-	849,502
台固	受雇勞工	男性	-	-	-	-	-	-	-	768,168
		女性	-	-	-	-	-	-	-	590,296
	非屬受雇勞工	男性	-	-	-	-	-	-	-	33,592
		女性	-	-	-	-	-	-	-	60,466
文創	受雇勞工	男性	-	-	-	-	-	-	-	11,808
		女性	-	-	-	-	-	-	-	21,648
	非屬受雇勞工	男性	-	-	-	-	-	-	-	N/a
		女性	-	-	-	-	-	-	-	N/a
momo	受雇勞工	男性	-	-	-	-	51	15.51	上下班公路交通事故	3,288,112
		女性	-	-	-	-	46	10.81	上下班公路交通事故	4,255,808
	非屬	-	-	-	-	-	-	-	N/a	

事業體	類別	性別	職業傷害造成之死亡數量	職業傷害造成之死亡比率	嚴重的職業傷害數量	嚴重的職業傷害比率	有記錄之職業傷害數量	有記錄之職業傷害比率註一	職業傷害主要類型	工作時數
	受雇勞工	男性	-	-	-	-	-	-	-	-
		女性	-	-	-	-	-	-	-	N/a

註1：係使用1,000,000工時為計算比例
 註2：職業傷害數量含上下班通勤

供應商企業社會責任守則五大面向

供應商分類管理	台灣大依據採購類型、金額、關鍵性等條件，將供應商分為六大類，並於各類別中辨別關鍵供應商與一般供應商，以進行差異化管理，確保管理資源投入的適當性和效益最大化。
新供應商評選	新廠商須通過公司治理審查、簽訂誠信經營聲明、信用財務審查等審核，並填寫新供應商ESG績效自評表以確保供應商永續管理現況後，始能成為台灣大合格供應商。廠商須於承接訂單時簽訂安全衛生守則與承諾書等管理規範。
供應商維護	供應商需填寫ESG問券並接受審查，以助台灣大鑑別個別廠商與整體供應鏈永續風險，掌握供應鏈永續管理現況，並進一步提出差異化改善方案，每年追蹤合作廠商的改善成果。2019年起，台灣大展開碳盤查審查，進一步了解供應鏈的碳排放情形，作為後續制定供應鏈減碳制度之依據。
重大標案領標門檻	台灣大自2019年起正式將量化ESG評分成績列為供應商的重大標案領標門檻，希望透過採購行為來影響供應商的管理強度，藉由對永續績效評比的要求來促使供應商積極響應台灣大的永續作為。無論新供應商或既有供應商，永續績效均須達到一定門檻才可參加台灣大重大標案。
教育訓練	<ol style="list-style-type: none"> 採購人員教育訓練：定期對內部採購人員進行教育訓練，提升對永續供應鏈的認知。 合作廠商教育訓練：舉辦供應商永續教育訓練和供應商大會，強化永續知識並表揚績優供應商。

非再生能源分析

台灣大哥大

項目	單位	2022	2023	2024	2025	
直接能源耗用	汽油	公升	632,244.84	608,340.39	691,812.32	631,055.90
	柴油	公升	52,555.50	30,086.67	55,391.01	33,581.91
	天然氣 ³	度	52	175	46	82
間接能源	電力	度數	554,303,746.41	564,036,732.41	690,746,286.42	602,303,818.21

台灣大哥大

耗
用

能源耗用總量 ¹	百萬焦耳*	2,018,079,899.11	2,051,514,205.59	2,511,322,708.72	2,189,555,064.25
---------------------	-------	------------------	------------------	------------------	------------------

	MWh	560,567.98	569,865.52	697,590.19	606,658.70
--	-----	------------	------------	------------	------------

能源耗用總支出 ²	新臺幣元	2,016,727,531	2,096,956,075	2,509,538,551	2,737,877,696
----------------------	------	---------------	---------------	---------------	---------------

能源密度 ³	能源耗用量/合併營收	百萬焦耳/新台幣萬元	28,019.16	27,683.92	28,928.96	24,301.75
-------------------	------------	------------	-----------	-----------	-----------	-----------

註：

1. 能源耗用總量參考資料來源：溫室氣體排放係數管理表6.0.4版
2. 能源耗用總支出參考資料來源：經濟部能源局油價及分析管理系統、大台北區瓦斯股份有限公司
3. 合併營收扣除momo 營收

momo

能源種類	單位	2022	2023	2024	2025	
非再生燃料	柴油	公升	28,867.24	35,460.44	83,626.80	124,026.40
	汽油	公升	395,086.79	473,149.88	497,502.79	493,216.05
外購電力	電力	度	26,012,666.87	27,342,843.55	28,357,738.78	27,758,303.30
自產綠色電力出售	電力	度	1,172,418	1,257,495.00	2,072,439.00	1,447,529.00
自產綠色電力自用	電力	度	N/A	N/A	N/A	1,502,384.00
組織能源耗用量	GJ	103,289.47	110,548.96	113,756.03	125,742.16	

momo					
人均能源耗用量	GJ/總人數	18.81	19.66	19.29	22.73
能源密集度	GJ/新臺幣百萬元	0.99	1.00	0.83	1.16

註：

- 1.盤查邊界：2022、2023年-momo 100% 營運控制據點及國內子公司(富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)，部分區域採推估人均用電量方式進行統計；2024、2025年- momo及合併財務報表所有子公司，部分區域採推估人均用電量方式進行統計。
- 2.能源密集度：2022年、2023年-組織能源耗用量／momo 100% 營運控制據點及國內子公司(富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)營業額；2024、2025年-組織能源耗用量／momo及合併財務報表所有子公司營業額。
- 3.組織能源耗用量：2022年、2023年、2024年momo所使用之能源均屬於非再生能源，組織能源耗用量=非再生燃料+外購電力-自產綠色電力出售；2025年momo所使用之能源包含自產綠色電力自用，組織能源耗用量=非再生燃料+外購電力+自產綠色電力自用。
- 4.人均能源耗用量：2022年、2023年-組織能源耗用量／momo 100% 營運控制據點及國內子公司(富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)總人數(含派遣公司進駐人員)；2024、2025年-組織能源耗用量／momo及合併財務報表所有子公司總人數(含派遣公司進駐人員)。
- 5.1公升汽油=7,800 kcal、1公升柴油=8,400 kcal、1度電=860kcal、1kcal=4184J，資料來源：經濟部能源局。
- 6.GJ(十億焦耳)=109J(焦耳)

台灣大哥大					
項目	單位	2022	2023	2024	2025
自發自用	百萬焦耳	1,749,600.00	1,317,600.00	921,600.00	1,613,437.20
綠電轉供	百萬焦耳	92,033,736.84	129,609,478.80	281,623,431.60	492,655,737.60

GRI 準則對照表

使用聲明：台灣大哥大股份有限公司已依循GRI 準則報導2025年1月1日至12月31日

使用的GRI 1 : GRI 1 : 基礎2021

適用的GRI 行業準則：無

指標	指標描述	對應章節	備註說明
GRI 2 2021: 一般揭露			
2-1	組織詳細資訊	2.1.1 戰略版圖	
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	
2-4	資訊重編	關於本報告書	
2-5	外部保證/確信	關於本報告書、會計師確信報告	
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.6.1供應鏈概況、2.1.1 戰略版圖	
2-7	員工	6.1.2.1 人才招募與多元平等	
2-8	非員工的工作者	6.1.2人才招募與多元平等、6.1.3 薪資與福利	
2-9	治理結構及組成	1.2.1 董事會帶領下的永續治理 1.2.1.1薪資報酬暨提名委員會 1.2.1.2審計暨風險管理委員會 1.2.2 永續運作機制 2025年報	考量GRI 對於「執行 vs 非執行董事」尚無完整定義，待詳細定義再行揭露
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.1 董事會帶領下的永續治理	
2-11	最高治理單位的主席	1.2.1 董事會帶領下的永續治理	
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.2.2 永續運作機制 1.3.1風險管理及組織運作 1.3.2永續風險及機會管理	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
		1.3.1 風險管理及組織運作 附錄-2025年度至2026年第一季董事會ESG 相關議案及決議情形	
2-13	衝擊管理的負責人	1.2.2 永續運作機制	
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	致利害關係人、1.2.2 永續運作機制	
2-15	利益衝突	1.2.1 董事會帶領下的永續治理、1.5 人權盡職調查與申訴體系	
2-16	溝通關鍵重大事件	1.2.1 董事會帶領下的永續治理、1.2.2 永續運作機制	
2-17	最高治理單位的群體智識	1.2.1 董事會帶領下的永續治理	
2-18	最高治理單位的績效評估	1.4.2.2 高階薪酬	
2-19	薪酬政策	1.4.2.2 高階薪酬	2025年 ESG 報告書暫不揭露簽約獎金、離職金、退休福利，細節不揭露；2025年索回機制，請查閱 https://english.taiwanmobile.com/investor/executionPrinciples.html
2-20	薪酬決定流程	1.2.1.1 薪資報酬暨提名委員會、1.4.2.2 高階薪酬、6.1.3 薪資與福利	
2-21	年度總薪酬比率	6.1.3 薪資與福利、附錄-2025年度薪資比率分析	
2-22	永續發展策略的聲明	致利害關係人-董事長/總經理的話明	
2-23	政策承諾	1.3.1 風險管理及組織運作、1.4.1.1 誠信經營守則、1.4.1.2 公司治理實務守則、1.4.3 風險管理及組織運作、1.5 人權盡職調查與申訴體系	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
2-24	納入政策承諾	1.5 人權盡職調查與申訴體系	
2-25	補救負面衝擊的程序	利害關係人溝通	
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.4.1.3員工道德行為準則/採購輪調制度、1.4.3透明的申訴機制與管道	
2-27	法規遵循	1.4.1.5 法規遵循	
2-28	公協會的會員資格	附錄-台灣大哥大參與的公/協會	
2-29	利害關係人議合方針	利害關係人溝通	
2-30	團體協約	6.1.4 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化、附錄-台灣大哥大參與的公/協會	
GRI 3 2021 : 重大主題			
3-1	決定重大主題的流程	CH0 重大主題辨識流程	
3-2	重大主題列表	CH0 航務核心：2025-2026 年度重大主題演進 CH0 重大主題與策略	
3-3	重大主題管理	CH0 重大主題與策略 1.2.1 董事會帶領下的永續治理 1.4.2監督機制 1.3.1風險管理及組織運作 1.4 誠信經營、法遵與內控機制 2.1.1戰略版圖 2.1.2 財務績效 2.1.3 股東/股利及稅務政策 2.3.1 智慧升級企業大小事 2.3.2 公部門協力打造智慧城市	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
		4.3.1環境管理策略及目標績效 4.4.1 循環減廢行動 3.2 資安防護體系：零信任架構、監控與事件管理演習 4.1 邁向2050淨零願景：整合RE100 與EV100 的全方位策略 4.2 氣候風險調適：實體與轉型風險之韌性佈局 4.3.2溫室氣體與能源管理 、4.6.2綠色營運	
GRI 101 2024 : 生物多樣性			
101-1	停止和扭轉生物多樣性喪失之政策	5.1 永續自然願景：零毀林承諾與生物多樣性目標	
101-4	生物多樣性衝擊之鑑別	5.2 自然相關風險與機會管理	
101-5	具有生物多樣性衝擊的地點	5.2 自然相關風險與機會管理	
GRI 201 2016: 經濟績效			
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1.2 財務績效、2.1.3 股東/股利及稅務政策、附錄-ESG 數據績效表	
201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	4.2 氣候風險調適：實體與轉型風險之韌性佈局、	
201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	6.1.3 薪資與福利	
201-4	取自政府之財務補助	2.1.3.3稅務政策	
GRI 202 2016: 市場地位			
202-1		6.1.3 薪資與福利	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率		
202-2	僱用當地居民為高階管理階層的比例	6.1.2.1 人才招募與多元平等、附錄-員工結構	
GRI 203 2016: 間接經濟衝擊			
203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	6.4.7 社會急難應變能力建置	
203-2	顯著的間接經濟衝擊	3.4.1.3 偏鄉寬頻建設 6.4.7 社會急難應變能力建置：打造可靠災防應變機制 附錄-社會面數據	
GRI 204 2016: 採購實務			
204-1	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商的比例	1.6.1 供應鏈概況	
GRI 205 2016: 反貪腐			
205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	1.4.2.1 內控機制	
205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.4.1.1 誠信經營守則	
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.4.1.1 誠信經營守則	供應商未有貪腐違規造成終止合作事件
GRI 206 2016: 反競爭行為			
206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.4.1.5 法規遵循	2025年無違反反托拉斯與壟斷行為。

指標	指標描述	對應章節	備註說明
GRI 207 2019: 稅務			
207-1	稅務方針	2.1.3.3稅務政策	
GRI 302 2016: 能源			
302-1	組織內部的能源消耗量	4.3.2溫室氣體與能源管理、4.3.2.1溫室氣體管理目標、附錄_非再生能源分析、再生能源分析	
302-2	組織外部的能源消耗量	4.3.2溫室氣體與能源管理	
302-3	能源密集度	4.3.2溫室氣體與能源管理、附錄 非再生能源分析	
302-4	減少能源消耗	4.3.2溫室氣體與能源管理、4.3.2.3各據點節能成效	
302-5	降低產品和服務的能源需求	4.3.2溫室氣體與能源管理、4.3.2.3各據點節能成效	
GRI 303 2018: 水與放流水			
303-3	總取水量	4.6.2綠色營運 4.6.2.7水資源管理 附錄 永續揭露指標—通信網路業	
303-4	排水量	4.6.2綠色營運 附錄、4.6.2.7水資源管理、永續揭露指標—通信網路業	
303-5	總耗水量	4.6.2綠色營運、4.6.2.7水資源管理	
GRI 304 2016: 生物多樣性			
304-1	組織所擁有、租賃、管理的營運據點或其鄰近地區位於環境保護區或其它高生物多樣性價值的地區	5.1 永續自然願景：零毀林承諾與生物多樣性目標、5.2 自然相關風險與機會管理	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
GRI 305 2016: 排放			
305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	4.3.2.1溫室氣體管理目標	
305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	4.3.2.1溫室氣體管理目標	
305-3	其他間接（範疇三）溫室氣體排放	4.3.2.1溫室氣體管理目標	
305-4	溫室氣體排放密集度	4.3.2.1溫室氣體管理目標	
305-5	溫室氣體排放減量	4.3.2.3各據點節能成效、4.6.1綠色服務、4.6.2綠色營運	
GRI 306 2020 : 廢棄物			
306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	-	非製造業且產生之廢棄物皆非有害廢棄物，並不會產生顯著衝擊
306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	-	非製造業且產生之廢棄物皆非有害廢棄物，並不會產生顯著衝擊
306-3	廢棄物的產生	4.6.2綠色營運	
306-4	廢棄物的處置移轉	4.6.2綠色營運	
306-5	廢棄物的直接處置	4.6.2綠色營運	
GRI 308 2016: 供應商環境評估			
308-1	採用環境標準篩選新供應商	1.6.3供應鏈篩選與評估	
308-2	供應鏈對環境的負面影響，以及所採取的行動	1.6.3供應鏈篩選與評估	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
GRI 401 2016: 勞雇關係			
401-1	新進員工和離職員工	附錄-新進/離職員工分析	
401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	6.1.3 薪資與福利	
401-3	育嬰假	6.1.3 薪資與福利	
GRI 402 2016: 勞/資關係			
402-1	關於營運變化的最短預告期	若有此情事，依法令規定執行	
GRI 403 2018: 職業安全衛生			
GRI 103: 管理方針			
403-1	職業安全衛生管理系統	6.3.1.4 優質安全的工作環境	
403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	6.3.1.4 優質安全的工作環境、附錄-職業危害辨識及分級控管	
403-3	職業健康服務	6.3.1.2 心理衛生-壓力管理	
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	6.3.1.4 優質安全的工作環境	
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	6.3.1.4 優質安全的工作環境	
403-6	工作者健康促進	6.3.1.2 心理衛生-壓力管理	
403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	6.3.1.4 優質安全的工作環境、附錄-職業危害辨識及分級控管	
403-8		6.3.1.4 優質安全的工作環境	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者		
403-9	職業傷害	附錄-職業傷害	
403-10	職業病	-	無職業病之情形
GRI 404 2016: 訓練與教育			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	6.2.1 職涯發展與訓練	
404-2	提升員工職能及過渡協助方案	6.1.2人才招募與多元平等、6.2.1 職涯發展與訓練	
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	6.2.2 績效評核	
GRI 405 2016: 員工多元化與平等機會			
405-1	治理單位與員工的多元化	1.2.1 董事會帶領下的永續治理	
		6.1.2.1 人才招募與多元平等	
405-2	女性對男性對基本薪資加薪酬的比率	6.1.2人才招募與多元平等、6.1.3 薪資與福利、附錄-2025年度薪資比率分析	
GRI 406 2016: 不歧視			
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	1.5 人權盡職調查與申訴體系、6.1.4 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化	
GRI 407 2016: 結社自由與團體協商			
407-1	可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	1.6.3供應鍵篩選與評估	
		6.1.4 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
GRI 408 2016: 童工			
408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	1.5 人權盡職調查與申訴體系、 6.1.4 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化	
		1.6.3 供應鏈篩選與評估	2025年度評估結果，供應商未有使用童工的重大風險
GRI 409 2016: 強迫或強制勞動			
409-1	具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	1.5 人權盡職調查與申訴體系、 6.1.4 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化	
		1.6.3 供應鏈篩選與評估、6.1.4 暢行無礙的員工溝通及多元共融平等文化	2025年度評估結果，供應商未有強迫與強制勞動事件重大風險
GRI 411 2016: 原住民權利			
411-1	涉及侵害原住民權利的事件	-	無此情事
GRI 414 2016: 供應商社會評估			
414-1	新供應商使用社會準則篩選	1.6.3 供應鏈篩選與評估	
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	1.6.3 供應鏈篩選與評估	
GRI 415 2016: 公共政策			
415-1	政治捐獻	1.4.1.4 政治獻金	
GRI 416 2016: 顧客健康與安全			
416-1		2.2.3.1 電磁波及顧客健康安全宣導	

指標	指標描述	對應章節	備註說明
	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊		
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.2.3.1電磁波及顧客健康安全宣導、年無違規情事	
GRI 417 2016: 行銷與標示			
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	2.2.3.2用戶使用宣導及協助	本公司重要服務100% 依《電信管理法》第8條第1項第1款規定辦理
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	2.2.3.2用戶使用宣導及協助	2024年無違規情事
417-3	未遵循行銷推廣相關法規的事件	1.4.1.5 法規遵循	

重大性主題及邊界

●直接衝擊 ◎透過商業關係而有直接關聯 ▲促成衝擊

重大願景主題	重大性主題	對TWM的重要性	GRI 準則 揭露項目	組織對此衝擊的涉入程度	衝擊範圍							報告書 對應章節
					組織內	供應 鏈	客戶	股東/ 投資人	社區/ NGO	主管 機關	評比	
重大主題 TOP 6												
責任	公司 治理	企業 具備 良好 的公	205-1~205-3	反貪 腐： 已進 行評	●	●		●		●		CH 1核 心樞 紐：

心 大 願 景 主 軸	重 大 性 主 題	對 TWM 的 重 要 性	GRI 準則 揭露項目	組 織 對 此 衝 擊 的 涉 入 程 度	衝擊範圍							報 告 書 對 應 章 節	
					組 織 內	組 織 外			社 區/ NGO	主 管 機 關	評 比		媒 體
企 業	與 誠 信 經 營	司 治 理 與 誠 信 經 營 管 理， 可 維 持 良 好 競 爭 力， 達 成 永 續 經 營	估 的 營 運 據 點、 政 策 和 程 序 的 溝 通 訓 練、 已 確 認 的 事 件 及 採 取 的 行 動										永 續 決 策 與 誠 信 治 理
					206-1	反 競 爭 行 為	●	●	●	●		●	
營 運 績 效	企 業 以 追 求 獲 利 為 營 運 主 要 目 的， 經 濟 績 效 是 否 穩 健 成	201-1 201-4	經 濟 績 效： 組 織 所 產 生 及 分 配 的 直 接 經 濟 價 值、 取 自 政 府		●	●	●		●		●	●	CH 2主 航 道 加 速： 營 運 績 效 x 客 戶 體 驗

心 大 願 景 主 軸	重 大 性 主 題	對 TWM 的 重 要 性	GRI 準則 揭露項目	組 織 對 此 衝 擊 的 涉 入 程 度	衝擊範圍								報 告 書 對 應 章 節		
					組 織 內	供 應 鏈	客 戶	股 東/ 投 資 人	社 區/ NGO	主 管 機 關	評 比	媒 體			
			長， 將影 響股 東及 其他 利害 關係 人利 益	之財 務補 助											
自 然 共 好	氣 候 變 遷 減 緩 與 調 適	全 球 暖 化 持 續 加 劇， 企 業 須 共 同 協 助 對 抗 氣 候 變 遷， 並 因 應 隨 之 而 來 的 影 響	305-1~305-7	排 放： 範疇 1~3 溫室 氣體 及其 他重 大空 汙排 放、 排放 密集 度、 排放 減量	●	●	●	●		●		●	●	CH 4綠 色航 道： 淨零 與低 碳營 運	
			302-1~302-5	能 源： 組織 內外 部能 源消 耗	●	●		●		●		●		●	

心 大 願 景 主 軸	重 大 性 主 題	對 TWM 的 重 要 性	GRI 準則 揭露項目	組 織 對 此 衝 擊 的 涉 入 程 度	衝擊範圍							報 告 書 對 應 章 節
					組織外							
					組 織 內	供 應 鏈	客 戶	股 東/ 投 資 人	社 區/ NGO	主 管 機 關	評 比	
	環 境 的 影 響		306-2 廢棄物： 按類別及處置方法劃分的廢棄物	▲ ●	●	●	●	●	●	●		
			203-1~203-2 間接經濟衝擊： 基礎設施投資與支援服務的 發展及衝擊、顯著的間接經濟 衝擊	◎ ●	●	●	●	●	●	●		
責 任	隱 私	隱 私 保 護 為 國 內 外	418-1	客 戶 隱 私	◎ ●	●	●	●	●	●	CH 3信 任與 韌性	

心 大 願 景 主 軸	重 大 性 主 題	對 TWM 的 重 要 性	GRI 準則 揭露項目	組 織 對 此 衝 擊 的 涉 入 程 度							組 織 內	組 織 外	報 告 書 對 應 章 節
				組 織 內	供 應 鏈	客 戶	股 東/ 投 資 人	社 區/ NGO	主 管 機 關	評 比			
企 業	保 護	高 度 重 視 議 題， 企 業 應 積 極 落 實 個 資 及 隱 私 保 護 機 制， 降 低 利 害 關 係 人 權 益 受 侵 害 的 風 險										航 道： 網 路 韌 性、 資 安 與 隱 私 防 禦	
責 任 企 業	人 才 開 發 與 留 用	近 年 勞 動 力 短 缺 情 況 加 劇， 企 業 人 才 管 理、 及 發 展 與	202-1~202-2	市 場 地 位	●	●					●	CH 6 渦 輪 升 級： 人 才 發 展 x AI 培 力 x 社	

心 大 願 景 主 軸	重 大 性 主 題	對 TWM 的 重 要 性	GRI 準則 揭露項目	組 織 對 此 衝 擊 的 涉 入 程 度							組 織 內	衝 擊 範 圍					組 織 外	報 告 書 對 應 章 節	
				組 織 內	供 應 鏈	客 戶	股 東/ 投 資 人	社 區/ NGO	主 管 機 關	評 比		媒 體	評 比	媒 體					
															評 比	媒 體			
培 育 計 畫， 對 穩 定 企 業 人 力 資 本 至 關 重 要	401-1~401-3	勞 雇 關 係	●	●														會 影 響	
	402-1	勞/ 資 關 係	●	●															
	404-1~404-3	訓 練 與 教 育	●	●															
	405-1	員 工	●	●															
	405-2	多 元 化 與 平 等 機 會： 員 工 多 元 化、 女 男 同 酬	●	●															
	406-1	不 歧 視	●	●															
	407-1	結 社 自 由 與 團 體 協 商	●	●															
	408-1	童 工	●	●															

台灣大哥大參與的公/協會

名稱	名稱
Asia Business Council	社團法人中華民國內部稽核協會
Bridge Mobile Pte Ltd	社團法人中華民國企業永續發展協會
Global e-Sustainability Initiative (GeSI)	社團法人中華智慧運輸協會
GSM Association (UK Branch)	社團法人台北律師公會
The Climate Group	社團法人台灣上市櫃公司協會
中華民國公開發行公司股務協會	社團法人台灣玉山科技協會
中華民國國際經濟合作協會	社團法人台灣通訊學會
中華民國無店面零售商業同業公會	社團法人台灣連鎖加盟促進協會
中華民國資訊軟體服務商業同業公會	社團法人台灣連鎖暨加盟協會
中華民國資訊經理人協會	社團法人台灣資通產業標準協會
中華民國電腦稽核協會	社團法人台灣數位健康產業發展協會
台中市護理師護士公會	社團法人台灣線上影視產業協會
台北市電腦商業同業公會	社團法人高雄市護理師護士公會
台北市電器商業同業公會	社團法人新北市護理師護士公會
台北市護理師護士公會	社團法人數位經濟暨產業發展協會
台灣車聯網產業協會	社團法人歐洲在臺商務協會
台灣併購與私募股權協會	財團法人台灣網路資訊中心
台灣美國商會	臺灣區電氣工程工業同業公會
台灣區電信工程工業同業公會	臺灣新媒體暨影視音發展協會
台灣區電機電子工業同業公會	臺灣客服中心發展協會
台灣雲端物聯網產業協會	中華民國保險代理人商業同業公會
台灣電信產業發展協會	中華民國虛擬通貨商業同業公會

名稱	名稱
台灣網路暨電子商務產業發展協會	比特幣及虛擬通貨發展協會
台灣數位媒體應用暨行銷協會	台北市停車場商業同業公會
台灣數位資產暨開放科技協會	
台灣職業健康護理學會	
全國律師聯合會	
兩岸企業家峰會	
社團法人中華公司治理協會	
社團法人中華民國工商協進會	

會計師有限確信報告



2025 永續暨整合性報告 | 永續報告書

發行人：蔡明忠
總督導：林之晨

總編輯：佟佑好
編輯團隊：帥文欣/翁鈴雅/張慈芮/吳妮庭
美術設計：蔡銘鋁/趙御涵





台灣大哥大
Taiwan Mobile

OPEN POSSIBLE
能所不能