

5G

大數據 人工智慧 物聯網

遠傳2018年企業社會責任報告書

## 報告書閱讀指引

依據您期望獲得的資訊，我們建議您優先閱讀以下章節：

- 如果您想要瞭解遠傳是間什麼樣的企業，以及我們創造的價值 → [CH1. 遠傳電信概觀](#)
- 如果您想要瞭解遠傳的經營策略以及我們的亮點績效 → [CH2. 永續發展策略與績效](#)
- 如果您想要瞭解遠傳如何因應不斷變動的營運環境，以及我們如何回應關鍵利害關係人 → [CH3. 營運環境與績效](#)
- 如果您需要瞭解遠傳於公司治理的詳盡管理方針 → [CH4. 公司治理](#)
- 如果您需要瞭解遠傳對利害關係人，包含員工、客戶、供應商的管理方針 → [CH5. 利害關係人管理](#)
- 如果您期望更完整地瞭解遠傳營運對社會與環境所帶來的影響，以及我們如何管理、正向化這些衝擊 → [CH6. 環境社會守護](#)

本報告書可透過 QR code 與遠傳官網、影片及年報增加互動性，建議搭配手機使用感受最佳閱讀體驗

報告書下載





## 目錄

報告書閱讀指引	1
經營者的話 董事長及總經理	4
關於本報告書	6

### CH1

#### 遠傳電信概觀

1.1 公司基本資訊	8
1.2 獲獎肯定與里程碑	10
1.3 遠傳商業模式	12
1.4 企業價值評估	14

### CH2

#### 永續發展策略與績效

2.1 成長力 Go Prosperous	18
2.2 創新力 Go Innovative	24
2.3 包容力 Go Inclusive	26
2.4 關懷力 Go Caring	28
2.5 綠實力 Go Eco	32

### CH3

#### 營運環境與績效

3.1 營運環境分析	36
3.2 年度營運績效	38
3.3 遠傳大人物創新佈局	42

## CH4

### 公司治理

4.1 公司治理架構	49
4.2 永續治理推動	55
4.3 企業誠信經營	56
4.4 營運風險管理	57
4.5 外部參與	58

## CH5

### 利害關係人管理

5.1 關鍵利害關係人溝通	60
5.2 員工管理	62
5.3 客戶關係管理	73
5.4 供應商管理	80

## CH6

### 環境社會守護

6.1 降低環境衝擊	88
6.2 創造社會貢獻	103

### 附件

重大營運議題	110
環境與社會面向數據彙整	114
GRI 準則內容索引表	118
第三方查證聲明書	128

董事長及總經理

## 經營者的話



遠傳電信 董事長

徐旭東

回顧 2018 年，遠傳在高度競爭的市場及電信事業收入結構改變下，持續穩固 4G 業務，拓展 5G 新經濟，在全體同仁齊心戮力下，繳交堅實的經營成績單。去年遠傳領先全台完成 NB-IoT 網路涵蓋，繼 2017 年成立全國第一個 NB-IoT 物聯網生態圈以來，目前已有超過 300 家企業加入進行測試；此外，「遠傳 5G 先鋒隊」也於去年底正式成軍，領先全台建構 5G 車聯網產業鏈。遠傳不僅在 5G 及物聯網拔得頭籌，亦持續拓展數位服務，推出全台第一個搭載台式中文的《遠傳問問智慧音箱》，並與日本最大電信業者 NTT DOCOMO 合作推出全新《friDay 拍拍本》相片書服務，創造高價值的消費者體驗及服務。2018 年遠傳合併營收達 866 億元，合併稅前折舊攤銷前獲利 (EBITDA) 267 億元，資通訊業務訂單總合約金額年增率達 89%，新經濟業務表現亮眼，此外，遠傳持續維持穩定的股利政策，股利配發比例超過盈餘的 100%，持續為股東創造最大的價值。

然而，在科技爆發的時代，大數據儲存、雲端運算及物連網的能力提升，不僅帶動全球經濟成長，也加劇市場的競爭，於此同時，人類過度耗用地球資源，造成氣候極端異常，更導致不少災情，「科技高速演進」、「全球競爭加劇」以及「天災極端氣候」成為影響全球的三大力量。有鑑於此，遠傳身為資通訊領導品牌及永續標竿企業，在追求營運成長的同時，更重視 CSR 的實踐，惟有永續的企業、滿意的客戶、優質的員工及共融的社會，才能使企業不斷成長茁壯。為因應 5G 數位匯流時代的來臨，遠傳不斷追求創新與突破，於 2018 年盤點機會與風險，重新定位營運方針、品牌宣言及永續發展策略。

遠傳以「精實、轉型、再成長」作為全新營運方針，對內將透過新管理團隊「精實」的營運經驗，帶領遠傳數位「轉型」，超乎傳統電信商角色，成為消費者數位生活中的最好幫手和企業智慧創新轉型的最佳夥伴，同時培養軟實力，延攬新科技人才，深耕「大·人·物」應用及雲端技術；對外則將以結盟、投資、跨業跨界方式持續擴展生態圈，推動 5G 新經濟，帶動遠傳業務與營收「再成長」。在品牌溝通部分，繼「只有遠傳 沒有距離」口號，遠傳拉進人與人的距離，未來將以「靠得更近 想得更遠」宣言設下全新里程碑，希冀透過大數據、人供智慧及物聯網等應用，帶給人們更便利的智

4 慧生活，縮短人們與「新科技」的距離。



遠傳電信 總經理

井琪

遠傳接軌國際永續趨勢，對應聯合國永續發展目標，確立「2018-2025年永續策略發展藍圖」，串連成長力、創新力、關懷力、包容力、綠實力五大面向，將CSR整合進公司的營運策略，制定明確的中長期目標，在轉型升級的道路上，持續創新加值，善用本業專長，將公益科技化，並攜手供應商、用戶等利害關係人，共同推動企業社會責任，發揮資通訊產業的影響力。遠傳CSR表現，在公司治理面，除設置隸屬董事會的功能性委員會，並將高階經理人之薪酬與CSR績效連結，確保永續經營成效，此外，遠傳亦是全台服務業第一個導入TIMM<sup>1</sup>永續管理工具的電信業者，透過科學化管理，貨幣化永續價值，有系統的透過數據的分析檢視達成狀況。

環境永續面，遠傳透過雲端技術、大數據分析、IoT等應用，運用在智慧城市、智慧停車、空氣品質監控、大數據人潮解析等應用，協助解決交通、空氣品質等問題；結合IoT應用，拓展智慧能源領域，與旭天能源團隊合作發展高效率再生能源裝置，同時與中油合作建置全台首座「台灣中油智慧綠能加油站」，共創綠能生態體系。社會共融面，近年來遠傳投入數億元，執行「加山計畫」，強化偏鄉基礎建設，達成離島偏鄉LTE訊號96%涵蓋率。此外，遠傳推動「翻轉教育讓愛遠傳」計畫，透過線上遊戲學習平台PaGamO，將「學習」融入「遊戲」，搭配遠傳志工的陪伴，提升偏鄉孩童的學習動機，縮短城鄉教育資源分配不均問題，專案啟動2年，至今已走訪北中南部26所偏鄉小學。

遠傳近年來在永續治理的成果與績效，亦獲得國內外永續評比機構的高度肯定，連續3年入選道瓊永續指數（Dow Jones Sustainability Index, DJSI）新興市場成分股，並在2019年2月獲得國際永續評比機構RobecoSAM《2019永續年鑑》評選為全球電信服務產業組「最佳進步獎」，同時也是全球唯一獲頒此獎的電信業者；在國內指標型CSR評比中，連續5年蟬連證交所公司治理評鑑前5%最高榮耀，連續3年獲頒《遠見雜誌》CSR大調查楷模獎，在2018台灣企業永續獎中，勇奪10個獎項，成為全台獲獎數最多的企業。展望未來，數位科技正快速改變企業經營的樣貌，也加速了企業的競爭與淘汰，面對瞬息萬變的大環境，遠傳將從4G邁向5G，從電信服務轉型數位服務，藉由提高加值型服務比重，從價格競爭走向價值競爭，未來將善用新科技與創新思維，將大數據（Big Data）、物聯網（IoT）、人工智慧（Artificial Intelligence）等先進科技導入供應鏈及商業模式，加速轉型，開創新經濟，一同航向藍海，刷新未來，打造「遠傳大人物」。

<sup>1</sup> 全面影響力衡量與管理架構 Total Impact Measurement and Management, TIMM

## 關於本報告書

如對於報告書內容有任何疑問，請洽以下利害關係人聯絡管道：

- 地址：台北市內湖區瑞光路 468 號
- 電話：7723-5000 公關處 企業社會責任部
- 信箱：pr@fareastone.com.tw

遠傳利害關係人  
聯絡管道



遠傳企業  
社會責任網站



遠傳企業社會責任  
問卷調查



本報告書為遠傳電信股份有限公司第 8 本企業社會責任報告書（以下稱 CSR 報告書），且亦為參照國際整合性報告書框架（International IR Framework）編撰之 CSR 報告書。

### 報告週期與期間

遠傳電信 CSR 報告書以每年定期出版為原則，上一期報告（2017 年度）出版日期為 2018 年 6 月，自 2015 年起，遠傳依臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」規定，於每年 6 月 30 日前完成 CSR 報告書，下一期報告（2019 年度），預定於 2020 年 6 月出版。

本報告書揭露遠傳電信 2018 年度（2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日）財務與非財務資訊，包括管理方針、重大性議題、績效表現等，部分量化內容為提高閱讀者對報告資訊之掌握程度，則以呈現過去 3 年數據為原則。

### 報告邊界

考量財務重大性及產業關聯性，本報告書邊界涵蓋遠傳電信股份有限公司母公司本身（以下稱遠傳電信），及重要子公司新世紀資通股份有限公司（以下稱新世紀資通）與全虹企業股份有限公司（以下稱全虹），三者營收加總涵蓋合併總營收達 96.3%。經營績效之財務數據係採自經會計師查核後之遠傳母子公司合併財務報告，合併財務報告所含個體、關係企業及遠傳轉投資公司，請詳 2018 年年報。

由於新世紀資通於 2010 年臨時股東會決議將全部業務委託母公司遠傳電信經營，故本報告內容中所稱遠傳電信或本公司者，係指遠傳本身及新世紀資通；而若報告中未特別區分報告個體，則以遠傳一詞泛指邊界內之遠傳電信、新世紀資通及全虹。本報告書資訊數據的範疇，涵蓋此三家公司財務及非財務績效，部分財務資訊採用遠傳電信及其子公司之合併資訊，則於報告中特別註明合併字樣。本報告書若有資料計算範疇與基礎改變之情形，則於該章節附註說明，並重編過去年度數據資料。

### 報告書管理與稽核

遠傳 CSR 報告書責任單位為遠傳 CSR 委員會，遠傳 CSR 報告書內容由各事業群提供、彙編而成。為確保報告書內容正確無誤且符合利害關係人期待，遠傳 CSR 委員會定期檢視報告書內容並提出建議，所有內容皆經各事業群主管及總經理核可後對外發布。

### 報告書編製綱領及第三方保證

本報告書同時參照國際整合性報告書委員會（International Integrated Reporting Council）出版之國際整合性報告書框架（International IR Framework），以及全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）所發布之 GRI 永續性報導準則（GRI Standards），並採取核心選項（Core）之揭露原則進行編撰。

此外，本報告書由第三方台灣檢驗科技股份有限公司（SGS）進行報告書保證，確認本報告書揭露內容符合 GRI 準則核心依循選項，及 AA1000（AccountAbility 1000）第二類高度保證等級（Type II High Level），並且回應國際整合性報告書框架之內容需求。

# Chapter 1

## 遠傳電信概觀

- 1.1 公司基本資訊
- 1.2 獲獎肯定與里程碑
- 1.3 遠傳商業模式
- 1.4 企業價值評估



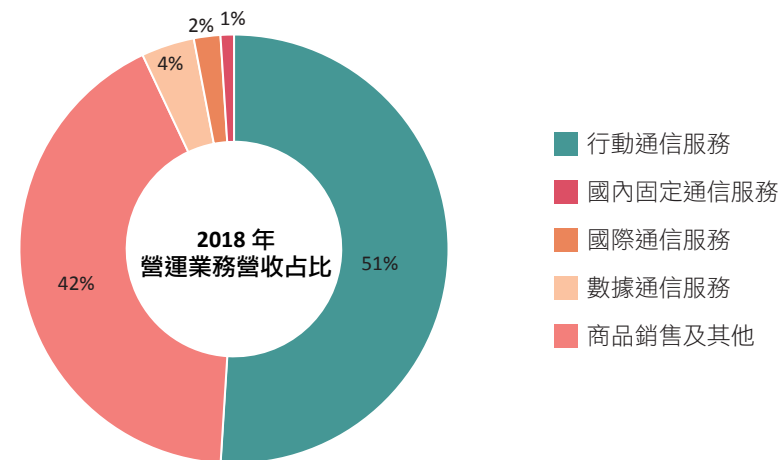
# 1. 遠傳電信概觀

## 1.1 公司基本資訊

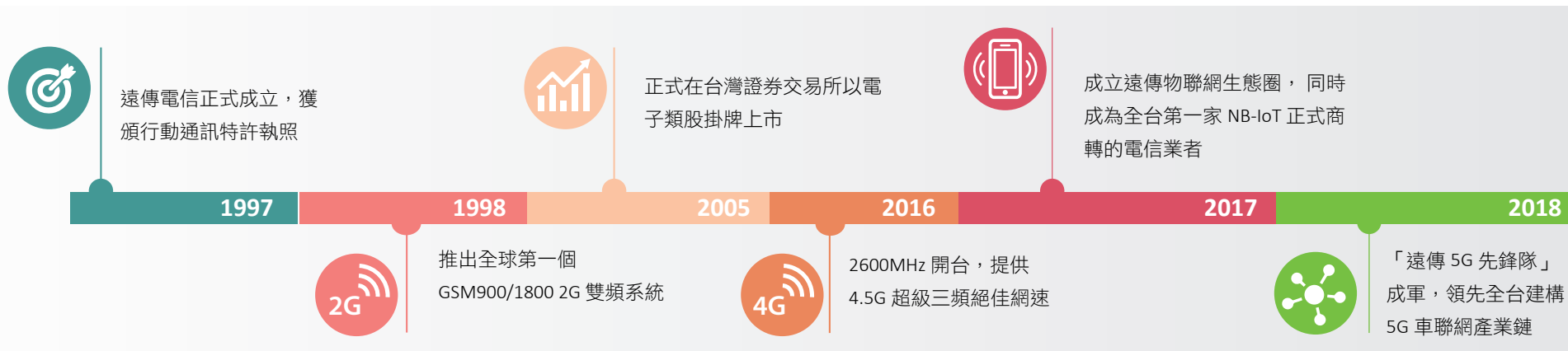
公司名稱	遠傳電信股份有限公司
產業類別	通信網路產業
總部地址	台北市內湖區瑞光路 468 號
董事長	徐旭東
股票代號	4904
資本額	新台幣 325.85 億

### 營運業務

產品項目	金額 (百萬元)
行動通信服務	44,057
國內固定通信服務	1,049
國際通信服務	1,536
數據通信服務	3,939
商品銷售及其他收入	36,054
合計	86,635



### 遠傳重要里程碑



### 2018年重點營運績效





<sup>2</sup> 遠傳 2018 年報數據

<sup>3</sup> 每用戶平均收入 (Average Revenue Per User ; ARPU)

## 1.2 獲獎肯定與里程碑

### 2018 年獲獎肯定



連續 3 年入選 DJSI 道瓊  
永續新興市場指數成份股



RobecoSAM 評選為全球電信服務產業  
組「最佳進步獎」及「銅級」永續獎



台灣企業永續獎 10 大獎  
創單一企業獲獎數最多紀錄



《翻轉教育 讓愛遠傳》影片獲「臺北  
金鵬微電影展 - 社會共融類」優等

### 2018 年大事紀

2018

Jan

攜手台新銀行發行首  
張遠傳 friDay 聯名卡

Apr

攜手 LINE 打造 LINE  
MOBILE 一站式電信  
服務

May

訂定中長期永續目  
標，擘劃 2018-2025  
年永續策略藍圖



《金融亞洲雜誌》最佳投資人關係、最佳  
公司治理、台灣最佳 CEO 等六項大獎



連續 4 年獲證交所公司治理評  
鑑前 5% 最優等級



連續 2 年獲《遠見雜誌》CSR  
大調查 - 服務業組 楷模獎



行動客服 APP 獲亞洲客戶體驗  
獎「最佳數位體驗獎項」



《HR Asia》2018 亞洲最佳企業雇主獎



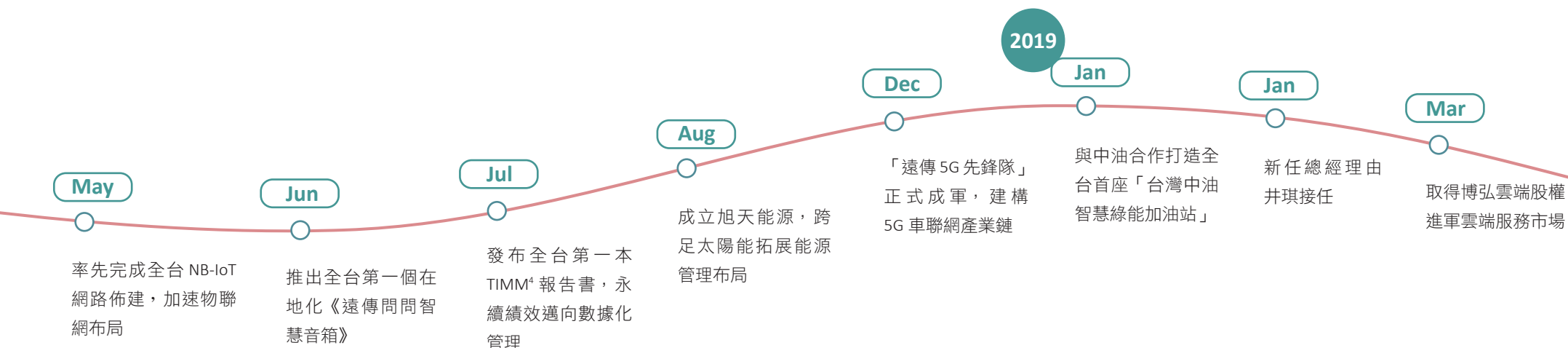
連續 2 年獲全國節能最高榮譽  
「臺北市節能領導獎」



連續 7 年工商時報「臺灣服務  
大評鑑」連鎖電信通路金獎



服務業奧斯卡  
「遠見五星服務獎」電信業首獎

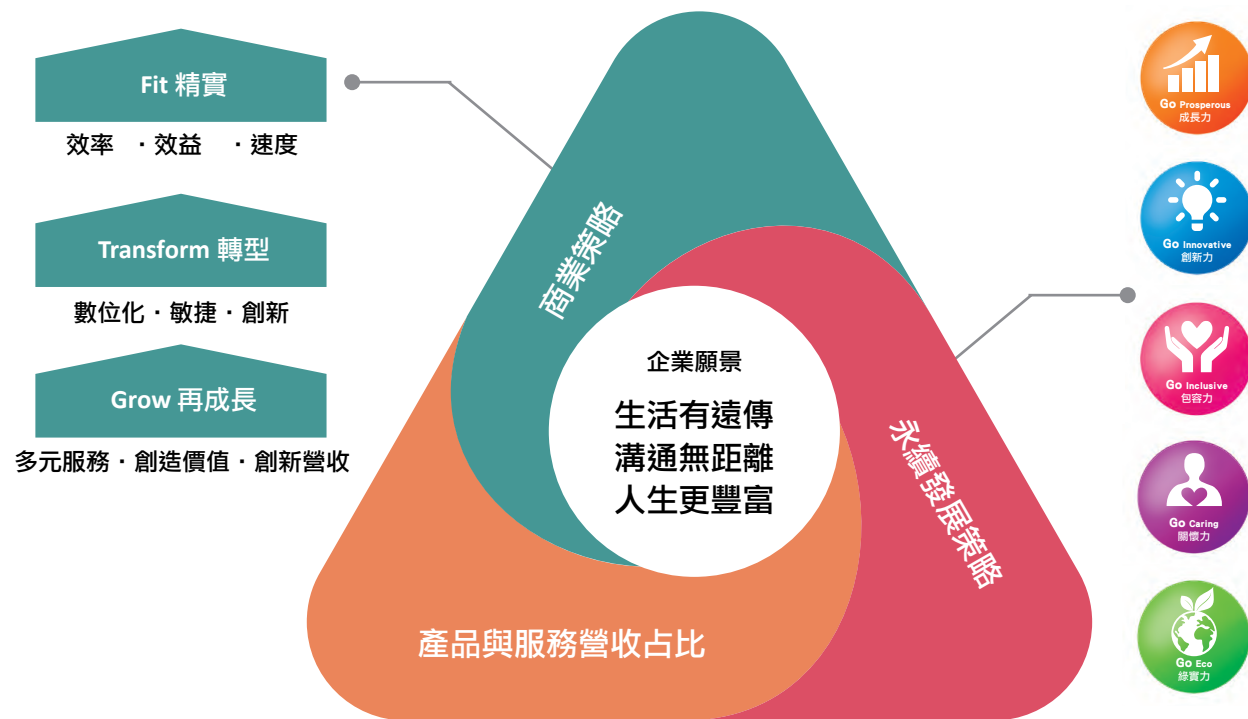


<sup>4</sup> 全面影響力衡量與管理 (Total Impact Measurement and Management, TIMM)

## 1.3 遠傳商業模式



遠傳商業模式



<ul style="list-style-type: none"> <li>電信服務 (月租型) 50.39%</li> <li>電信服務 (預付型) 4.20%</li> <li>行動通訊裝置與配件 44.28%</li> <li>家用寬頻 0.63%</li> <li>門市維修服務 0.45%</li> <li>Wi-Fi 上網服務* 0.04%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業行動服務 42.83%</li> <li>企業資通訊服務 57.17%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資通訊與通信科技業務 27.13%</li> <li>物聯網業務 0.07%</li> <li>數位相關服務 32.24%</li> <li>行動商務 28.08%</li> <li>智慧家庭 1.91%</li> <li>其他 10.56%</li> </ul>
--	---	---

個人用戶市場 73%

企業用戶市場 17%

新業務與服務市場 10%

新興風險與機會

- 科技發展與數位匯流
- 政策、社會與經濟發展
- 氣候變遷與能源稀缺
- 利害關係人議合

年度資本產出 (2018 年度)

財務資本

- ▲ 總市值 \$2,489 億 (↑3.9%)
- ▲ 總資產 \$1,268 億 (↓4.4%)
- ▲ 合併總營收 \$866 億 (↓5.9%)
- ▲ 穩定股利每股股利 \$3.75 元

製造資本

- ▲ 門市 821 間 (↓0.4%)
- ▲ 基地台數量 (↑5.1%)
- ▲ 全台網路覆蓋率 99.5%
- ▲ 偏鄉網路覆蓋率 96%(↑1%)

人力資本

- ▲ 員工總數 6,550 人 (↓4.6%)
- ▲ 員工流動率 ↓1.03%
- ▲ 員工人均訓練時數 65.6 小時 (↑5.5%)
- ▲ 創新領域人才員工占比 26%(↑11%)

智慧資本

- ▲ 新業務與服務營收 ↑16.2%
- ▲ ICT 總合約金額 ↑89%
- ▲ 專利與商標新增 ↑17 筆

自然資本

- ▲ 溫室氣體排放 293,817 公噸 (↓2.1%)
- ▲ 用電量 52,140 萬度 (↓6.3%)
- ▲ 能源耗用 189.6 萬千兆焦耳 (↓6.3%)

社會關係資本

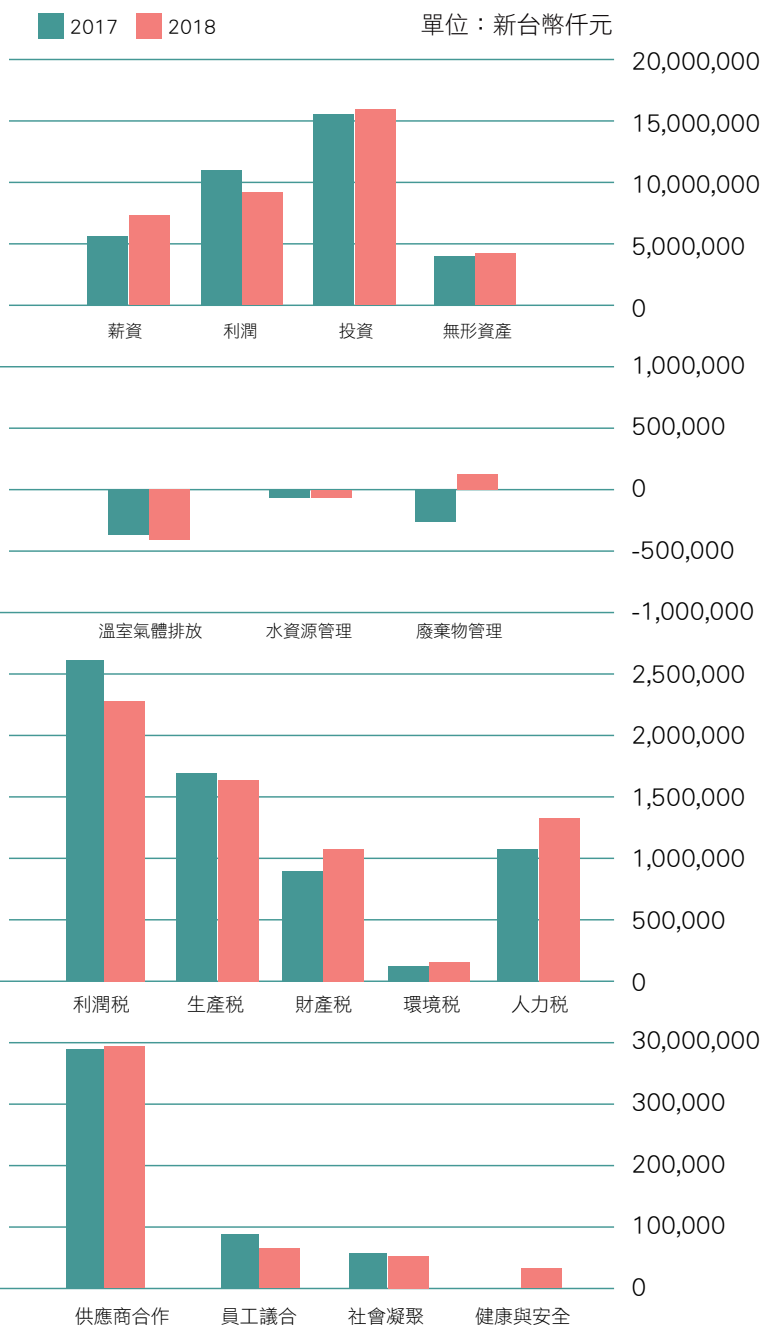
- ▲ 用戶數 7,17 萬人 (↑0.2%)
- ▲ 客戶忠誠度 ↑ Grade A
- ▲ NPS 客戶淨推薦率 ↑ Grade A
- ▲ 月租型用戶流失率趨緩 1.6% (↓0.2%)

\* 安源於 2018 年 6 月底與遠傳合併後消滅，故相關金額提供 2018/1~6 月之 Wifi 服務營收金額，較 2017 年度金額大幅減少。

## 1.4 企業價值評估

### 2018 年遠傳全面影響力評估結果

經濟	薪資	7,497,363
	利潤	9,424,776
	投資	15,414,565
	無形資產	4,843,027
	合計	37,179,731
環境	溫室氣體排放	-467,547
	水資源管理	-22
	廢棄物管理	698
	合計	-466,871
稅務	利潤稅	2,281,260
	生產稅	1,579,307
	財產稅	1,126,761
	環境稅	245
	人力稅	130,523
	合計	5,118,096
	社會	供應商合作
員工議合		736,804
社會凝聚		665,349
健康與安全		235,482
合計		30,988,067
全面影響力	72,819,023	



遠傳在 2018 年已採用全面影響衡量與管理 (Total Impact Measurement and Management, 簡稱 TIMM) 架構，成為全台首家於經濟、稅務、環境與社會四個面向，完整以貨幣化方式呈現永續影響力的服務業。今年，遠傳持續衡量四大面向的永續影響力，希望透過每年盤點、追蹤，以及定期揭露對各利害關係人的影響，回應聯合國全球盟約組織 (UN Global Compact) 所提出透明且當責的報導對於外部利害關係人的重要性。同時，也檢視兩年度永續影響力的數據，以調整企業的決策與績效的衡量，展現我們在永續發展道路上的努力與決心。

2018 年度遠傳的永續影響力約為新台幣 728 億元，相較 2017 年度增加約 5 億元。由於去年市場的變化與資費的下降，使經濟面較去年度減少約 4 億元，同時稅務面也因利潤的減少及稅法的調整而較去年度減少約 4 億元，兩年度增加主要是來自於社會面向的差異。

在社會面向的部分，我們今年新增評估對員工健康與安全的永續影響力約 2.35 億元，對供應商影響力也較去年增加約 14 億元。另一方面，在公益活動的投入雖因策略的調整而較 2017 年減少，然而因減少了社會投資報酬率較少的專案，增加了社會投資報酬率較高的專案，因此在資源更有效率的使用下，公益活動所產生的影響力金額與去年度差異幅度不大。

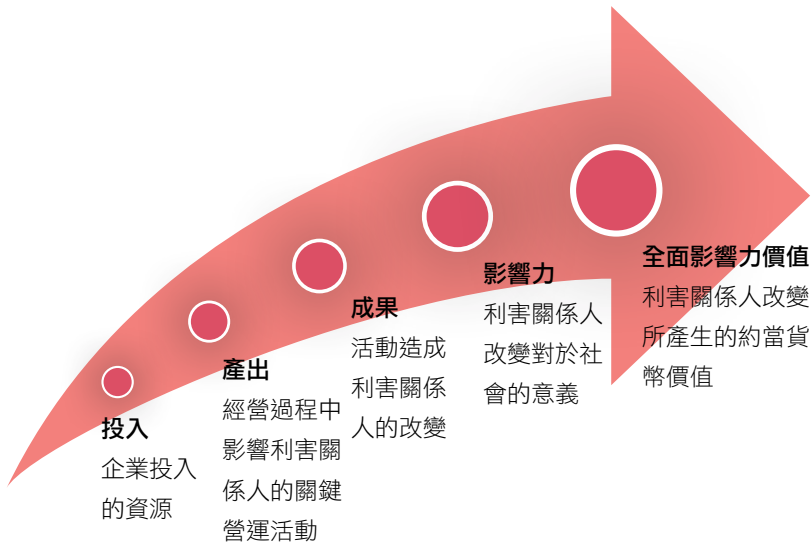
遠傳針對上述的差異與結果進行檢視，評估公司營運策略與未來發展的核心走向，並在極大化永續價值的前提下，定期調整我們的績效設定與中長期目標，期望透過對各利害關係人影響的定期追蹤、衡量與檢討，以及資訊透明的公開揭露，展現我們身為當責企業的作為，並持續證明遠傳電信的永續發展路徑。

### 衡量架構

全面影響衡量與管理架構，從經濟、稅務、社會與環境四個面向出發，衡量企業營運在四個面向對社會所帶來的影響力，並將四面面向都以貨幣化單位表達，同時參考自然資本協議書（Natural Capital Protocol）、社會資本協議書（Social Capital Protocol）的貨幣化架構及整合性報告書的報導原則，作為分析永續價值來源之工具。

遠傳藉由 TIMM 架構從企業營運的利害關係人角度出發，完整描述企業營運投入資源到產生價值的過程。讓企業得以在整合性的思維與工具下，即時反應企業營運對社會所帶來的全面影響與價值。因此，遠傳電信採用以利害關係人角度出發的全面影響力衡量與管理架構作為遠傳電信為利害關係人創造永續價值的新定義。

TIMM 所採用之企業全面影響力價值邏輯模型



遠傳電信全面衝擊衡量與管理報告





# Chapter 2

## 永續發展策略與績效

- 2.1 成長力
- 2.2 創新力
- 2.3 包容力
- 2.4 關懷力
- 2.5 綠實力



# 2. 永續發展策略與績效

## 遠傳 2018-2025 永續發展策略藍圖

遠傳 2017 年確立「2018-2025 年永續發展策略藍圖」，並訂定中長程目標後，本年度持續盤點投入資源，並據此修正長程目標與相對應的行動方案，期許強化 ICT 電信包容能力與環境、社會創新應用的永續價值，並極大化企業對經濟、環境及社會的貢獻，達到「生活有遠傳、溝通無距離、人生更豐富」的願景，成為消費者數位生活好夥伴。



# 成長力 Go Prosperous

穩健營運

## 回應聯合國永續發展目標 Sustainable Development Goals



## 回應新興風險與機會

資通訊技術革新 (5G)



異業競爭與合作



資本項目

年度資本投入

年度創造效益



財務資本

- 投資活動淨現流出 \$61 億
- 營業成本 \$586 億

- 合併營收 \$866 億
- EBITDA \$267 億



製造資本

- 網路基礎建設與維護 \$47 億
- 年度資本支出 \$72 億
- 門市 / 機房 / IT 設備建設與維護 \$5 億

- 基地台站數年增 643 座
- 電信服務覆蓋率 99.5%
- 虛擬 / 實體化伺服器新增 642 台

★  
2018 年  
亮點專案

## 「5G 先鋒隊」建構 5G 車聯網產業鏈



延續與愛立信簽署 5G 合作備忘錄 (MOU)、共同發展 5G 技術的目標，5G 實驗室於 2018 年進行多項 5G 前瞻關鍵技術研究測試及公開展示。在第二季與工研院合作，完成多重接取邊緣運算 MEC 實驗系統整合與效能驗證，並在第四季展開符合最新 3GPP 5G 標準之 3.5GHz 原型基站測試。

此外，配合國家政策推動 5G 計畫，遠傳攜手工研院、愛立信、國內資通訊設備製造商共組「遠傳 5G 先鋒隊」，藉著 5G 實驗室累積的技術能量與全國最大 NB-IoT 生態圈，展現遠傳在 5G 科技上的龐大潛力，以「車聯網」為主軸，致力成為全台最堅強的車聯網應用方案的提供者。

發展指標 / 方向	2018 年績效	達標狀況	2019 年目標	2025 年目標
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 啟動 5G 先導基礎建設及技術標準測試，持續維持網路領先的領導地位</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 領先全台完成 NB-IoT 網路涵蓋</li> <li>· 完成 5G 中 / 高頻段 NCC 實驗網路申請</li> <li>· 完成 5G 先鋒隊實驗網路建置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 達標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 持續發展三階段 5G 技術標準化建設與測試</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 佈建下一代網路基礎建設並強化 5G 應用，全台 5G 網路涵蓋率達 95%</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 新事業營收占總營收占比</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 占比 10% ( 營收金額年成長 16.2%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 11.2%*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 13.5%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 50%</li> </ul>

註：營運主要目標由營收調整為獲利，部分低毛利產品 / 服務銷量調降，影響原營收預估 (11.2%)

### 攜手技術夥伴建構 NB-IoT 物聯網生態圈

遠傳是國內第一家 NB-IoT 服務正式商轉業者，已提供物聯網測試、服務資費、全國網路涵蓋，2018 年 3 月完成與香港 3HK 的 NB-IoT 漫遊測試，並積極與重要國際夥伴洽談加深合作範疇，擴展海外物聯網合作的商機，帶動國內物聯網產業升級發展、接軌國際。2017 年底遠傳成立國內第一個 NB-IoT 物聯網生態圈以來，已有超過 300 家企業加入生態圈進行測試，並有近百家企業正式成為遠傳 NB-IoT 用戶，應用場景橫跨智慧城市、車聯網、智慧節能 / 電量管理、智慧醫療、智慧工廠等多元範疇。



### 智慧城市應用獲全球 Top 7

遠傳自 2015 年起和台南市政府合作打造全台第一個全方位智慧城市，也協助台南市以「文化古都、科技蛻變」獲選 2018 年智慧城市論壇 (Intelligent Community Forum, ICF) 全球七大智慧城市 (Top 7)。遠傳目標不僅是將智慧城市建置經驗快速輸出至全台各縣市，更要帶領台灣產業走向世界，以科技力接軌國際，開創無限智能商機。

遠傳與經濟部工業局及全台多個縣市政府持續合作導入各項智慧城市創新應用，包含為桃園工業園區建造智慧路燈，與桃園市政府合作智慧停車，與宜蘭縣及新北市建造空汙偵測、與宜蘭縣政府合作智慧交通、以及在嘉義導入大數據人潮解析等應用服務。



**成長力**  
Go Prosperous

價值共創

回應聯合國永續發展目標  
Sustainable Development Goals



回應新興風險與機會

永續供應鏈



異業競爭與合作



資本項目	年度資本投入	年度創造效益
<b>社會關係資本</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度採購支出 \$295 億</li> <li>綠色採購金額 \$3.8 億</li> <li>供應商訓練、評鑑與稽核 \$200 萬</li> <li>公協會參與投入 \$859 萬</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供應商交易總家數 1,114 家</li> <li>參與供應商相關訓練家數 215 家次</li> <li>完成 ESG 量化風險評鑑共 158 家</li> <li>整體採購滿意度高於 90%</li> </ul>

★  
2018 年  
亮點專案

國內首創「供應鏈線上溝通學習平台」



為提供供應商最新的學習知識，和供應商夥伴一起成長，遠傳 2016 年首創供應鏈線上溝通學習平台 (Supply Chain e-Learning Platform)，結合遠傳行動通信核心能力，提供廠商最新學習機會。2018 年推動「社交工程防護管理」供應商學習課程，在 300 家供應商中，共有 220 家完成，完成率 73%。此外，同時舉辦實體教育訓練，以供應商管理作為、CSR 風險評鑑、行為準則暨誠信經營守則、辦公室節能環保四大方向為課程主軸，共計 215 家次供應商完成訓練，課程滿意度達 94.5%。

發展指標 / 方向	2018 年績效	達標狀況	2019 年目標	2025 年目標
· CSR 訓練年度新增家數	215 家	✓ 達標	200 家	· 落實供應鏈 ESG 管理，提升供應商永續績效
· 百大供應商 CSR 自主聲明書簽署比例	95%	✓ 達標	95%	
· 第三方單位實地稽核年度新增家數	20 家	✓ 達標	20 家	· 完成所有鑑別之一階關鍵供應商實地稽查
· 遠傳自主實地稽核年度新增家數	28 家	✓ 達標	30 家	
· 高 ESG 風險供應商績效改善比例	95%	✓ 達標	70%	· 85%

### 供應商企業社會責任年度大會

遠傳以「攜手永續 共創美好」為主軸，2018 年共舉辦 2 場供應商大會，進行永續治理、供應商管理、環境管理、勞工權益與社會面向等溝通及訓練。此外，遠傳今年參考國際供應鏈永續管理相關標準，進行第三方供應商永續評鑑，設計「供應商永續自評問卷」，分別從永續治理、供應商管理、環境管理、勞工權益及社會五大面向，共 19 類議題進行自評，今年以自評問卷執行永續評估的廠商共 158 家，評選出 10 家績優永續供應商，於大會中予以表揚，並邀請績優廠商提供經驗分享，強化與各合作廠商協同夥伴關係。



遠傳電信攜手台達電子佈署新一代基地台環保節能電源方案，以高達 98% 電源轉換效率大幅降低基地台耗能與排碳，實現約達 12% 的整體節能效益，為環境永續貢獻心力。

台達新一代 DPS 3000 電源系統相較於傳統基地台電源，除有效協助客戶提升系統電源轉換效率並節電外，電源系統所產生的熱量損耗僅為傳統電源 24%，亦可減少熱處理所需的空調設備使用，達到更進一步的節能；此外，電源模塊具有 56.8W/in<sup>3</sup> 高功率密度，使電源體積大幅縮小，讓基地台的空間應用更具彈性。

### 攜手台達電佈署基地台節能計畫





成長力  
Go Prosperous

整合治理

回應聯合國永續發展目標  
Sustainable Development Goals



回應新興風險與機會

電信法規變動



各類風險統合管理



★  
2018 年  
亮點專案

獲國際永續評比機構 RobecoSAM 肯定



遠傳永續治理再次榮獲國際肯定，國際永續評比機構 RobecoSAM 最新出版 2019 年永續年鑑（Sustainability Yearbook），在全球 60 個產業、2,686 家大型企業中，遠傳獲評為全球電信服務產業組「最佳進步獎（Industry Mover）」，也是全球唯一獲獎的電信業者，進步幅度居產業之冠。遠傳同時榮獲「銅級」獎（Bronze Class Sustainability Award），表示遠傳整體排名在世界前 10%，於公司治理、環境永續、社會責任三大面向表現優異。



發展指標 / 方向	2018 年績效	達標狀況	2019 年目標	2025 年目標
<ul style="list-style-type: none"> <li>整合永續發展與公司經營策略，入選道瓊永續世界指數 (DJSI World)，成為世界級的永續企業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>入選道瓊永續指數新興市場指數</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>達標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>入選道瓊永續指數新興市場指數</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>入選道瓊永續指數世界指數</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>證交所的公司治理評鑑，位居上市公司最優等級的領先地位</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>最優等級前 5%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>達標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>維持最優等級</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>維持最優等級</li> </ul>

### 提昇風險管理委員會層級，高度落實風險管理



遠傳風險管理以保護公司資產、降低事業損害、增進事業利益及確保事業永續經營為最高宗旨。為更健全管理架構，2018 年遠傳進一步調整風險管理組織，提昇風險管理委員會層級，由董事會委任獨立董事組成，針對財務、策略暨營運、資訊安全、環境暨能源等風險，以更全面的角度及範疇，及透過不同層級組織與職責的運作，落實企業風險管理。

在管理制度上，遠傳參考國際標準「ISO 31000 風險管理系統原則及指導綱要」之架構，依循 P-D-C-A 模式制定「風險管理政策」作為所有事業群落實管理之指導原則與依循，以快速因應經營環境變化，確保有效的風險管理。

### 年度董事會績效評估



遠傳每年定期於年末進行年度董事會績效自我評估，並每三年定期執行董事會績效外部評估，評估對象包含董事會整體運作情形與個別董事成員績效表現，面向則涵蓋對公司之掌握、營運參與程度、進修情形、決策品質與內部控制等。2018 年內部評估以董事填寫自評問卷與內部單位填寫議事單位評量表進行，結果整體表現良好。本年度遠傳也委由第三方獨立顧問 KPMG 執行董事會效能外部評估，結果介於良好到優異之間。具體改善建議包括：改善新進董事就職流程、建立重大不利事件風險管理機制、設立獨立之審計委員會申訴信箱、協助董事掌握經營現況、產業趨勢與進修等，未來將做為持續改善董事會及董事會成員職能參考。





# 創新力 Go Innovative

## 數位創新

### 回應聯合國永續發展目標 Sustainable Development Goals



### 回應新興風險與機會

都市化與數位落差



人口結構改變



資本項目

年度資本投入

年度創造效益



智慧資本

- 技術研發投入近 \$8 億
- 專利與商標維護 \$169 萬

- 新經濟營收年成長 16.2%
- ICT 總合約金額年成長 89%
- 專利與商標新增 15 筆

★  
2018 年  
亮點專案

### 全台第一家「台式中文」智慧音箱



遠傳積極推展多元智慧家庭應用平台，秉持提供用戶貼心服務初衷，拓展不同消費客群，繼 2016 年推出全能行動管家服務，2018 年正式推出《遠傳問問智慧音箱》，其語音助理「愛講」，為實際應用台灣標準國語在地化的語音助理，結合遠傳數位創新服務優勢，將服務從個人延伸至家庭成員，提供資訊快查、生活幫手、娛樂教育、新聞廣播、智慧家庭五大類服務，讓消費者生活更便利。

發展指標 / 方向



2018 年績效

達標狀況



2019 年目標



2025 年目標

<ul style="list-style-type: none"> <li>以數位創新產品加速智慧生活與社會永續發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>總連網數逾 1,000 萬</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>達標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>總連網數 1,155 萬</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>數位產品相關新營收 * 比例達到 20%</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>NB-IoT 物聯網涵蓋率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完成全台 NB-IoT 網路佈建</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>達標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100%</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>持續拓展物聯網應用領域，成為全國領先的物聯網服務提供者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完成全國第一個 NB-IoT 智慧路燈應用</li> <li>取得全國第一個 NB-IoT 地磁應用案例</li> <li>取得數個縣市空氣品質監測應用</li> <li>NB-IoT 智慧車聯上線</li> <li>全國第一套 NB-IoT 應用在電動車租賃應用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>達標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>拓展應用至水資源監測、智慧瓦斯表、電錶、環境監控、定位追蹤等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業用戶達 7,000 家以上，並居物聯網服務提供者 No.1</li> </ul>

註：數位創新產品相關新服務包含 friDay 影音、friDay 音樂、friDay 購物、MFS、DCB、C-IoT 等

智慧化空汙防治



國際能源署 (IEA) 在 2016 年發表的「能源與空氣污染」(Energy and Air Pollution) 報告中警告，全球空氣污染每年造成約 650 萬人提早死亡，為人類一大威脅；根據流行病統計學調查指出，台灣前 10 大死因中有 7 個都和空氣汙染有高度相關，空氣品質監測越來越受到重視。

遠傳於 2018 年與臺南市政府合作，啟用全新智慧化空汙防治，利用感測元件偵測周遭環境的氣味，一旦發現異常、超乎預設值，感測器會向縣市環保局發出警告，再搭配稽查大隊人員到場勘查，及時處理並開立罰單，藉此快速排除造成空汙的因素，維護乾淨清新的城市。值得一提的是，遠傳電信在臺南市採用物聯網的無線傳輸科技，大量且密集布建成本較低的感測元件，有效改善先前感測密度不足的問題，讓空汙防治效果再加分。

「Health 健康 +」投入智慧醫療與長照應用佈局

遠傳電信近年以「Health 健康 +」服務積極投入智慧醫療與長照應用佈局，致力將醫療科技結合於雲端、物聯網通訊與人工智慧技術，目前已合作串接的醫療機構全台已近 70 家，橫跨各地區醫學中心、區域醫院、社區診所與長照機構，會員人數上看 17 萬人，並且擴大智慧醫療佈局，整合系統協助醫院建置數位就診系統、智慧病房、數位護理站，打造完整醫療照護體系。

此服務可幫助民眾有效管理身體資訊，並以數據分析清楚呈現健康狀況，提供即時的提醒及建議，協助民眾建立正確的健康認知與生活行為。以亞東醫院社區會員健康促進為例，使用效益包含：高血壓用藥數下降 48%、平均急診率下降 47%、對健康警覺意識提升 14.5%、並達成平均血壓下降目標。





# 包容力 Go Inclusive


數位包容

## 回應聯合國永續發展目標 Sustainable Development Goals



## 回應新興風險與機會



資本項目	年度資本投入	年度創造效益
 <b>社會關係資本</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 電信服務普及投入 \$1.3 億</li> <li>· 偏鄉基礎建設投入 \$3,100 萬</li> <li>· 社會公益投入金額 \$2,091 萬</li> <li>· 投入志工 352 人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 偏遠地區 LTE 訊號涵蓋率 96%</li> <li>· 協助募得公益善款 \$515 萬</li> </ul>

### ★ 2018 年 亮點專案

### 「加山計畫」優化山區通訊品質



根據內政部消防署統計，平均每年全國消防機關執行山域意外事故救援案件達 185 件，考量基礎通訊是山域事故救援的重要關鍵，遠傳電信自 2015 年起投入新台幣 \$2,000 萬與各地林管處合作，設立標誌明顯且具山區耐候性之通訊告示牌。連續三年的努力下，已針對羅東、屏東、台東、花蓮、嘉義、南投與新竹林管處所轄、全台逾半數之熱門登山步道的通訊品質優化，並設立近 400 面通訊告示牌，對山區救援工作提供最關鍵性的奧援。

## 發展指標 / 方向



## 2018 年績效

## 達標狀況



## 2019 年目標



## 2025 年目標

發展指標 / 方向	2018 年績效	達標狀況	2019 年目標	2025 年目標
· 偏鄉網路涵蓋率	96%	✓ 達標	96.5%	98%
· 數位包容與公益相關專案累計影響人次 <sup>1</sup>	79 萬	✓ 達標	150 萬	640 萬
· 社會面向創造價值每年 2% 成長 <sup>2</sup>	6.7 億元	⊖ 7.02 億元 <sup>3</sup>	7 億元	8 億元

<sup>1</sup> 累計影響人數自基準年 2016 年起累計加總，專案包含特殊族群資費方案與公益專案

<sup>2</sup> 採用 PwC 提出的全面影響衡量與管理 (Total Impact Measurement and Management, TIMM) 方法所計算出之金額

<sup>3</sup> 遠傳智慧城市基礎建設已於 2017 年完成，2018 年於此部分的投金額入減少，同步影響社會影響力價值估算。若不納入基礎建設投入變化，僅以 2018 年常態性社會活動計算，本年度社會面價值仍有成長

## 翻轉教育 讓愛遠傳

## 棄兒不捨 讓愛遠傳



近年來城鄉教育資源分配不平均，偏鄉孩童缺乏良好的學習環境。遠傳自 2017 年起即推動「翻轉教育 讓愛遠傳」計畫，跨界攜手台大教授葉丙成，與其所開發的全球首創線上遊戲學習平台 PaGamO 合作，將「學習」融入「遊戲」，推廣這套透過解題來攻佔領土的軟體到偏鄉小學，提升偏鄉孩童的學習動機。2018 年遠傳電信總共投入 119 人次志工，協助北中南部 26 所偏鄉學校、115 個班、984 位學生受惠，給予偏鄉孩童最溫暖的陪伴。

台灣出養率居高不下，遠傳為幫助出養兒在等家過程中獲得妥善照護，攜手兒福聯盟推動「棄兒不捨 讓愛遠傳」，於全台門市進行愛心義賣品義賣。同時與 friDay 影音、friDay 購物共同合作舉辦「等家寶寶線上影展」、「Shopping 做愛心」活動，倡議出養兒議題，號召更多民眾幫助等家寶寶。此外，遠傳以「家」為概念，推出「堆『積』我的愛 · 打造他的家公益募款園遊會」，透過線上與線下的串聯，翻轉傳統募款模式，打造全台最大愛心網絡。遠傳至今協助兒盟募得款項累積超過 4,300 萬元，幫助超過 1,400 人次等家寶寶平安長大。





關懷力  
Go Caring

卓越服務

### 回應聯合國永續發展目標 Sustainable Development Goals




### 回應新興風險與機會

人才招聘與培育



電磁波疑慮



資本項目	年度資本投入	年度創造效益
 智慧資本	· 系統 / 程序改善及開發 \$1,323 萬	· 系統 / 程序改善節省成本 \$3,113 萬
 社會關係資本	· 品牌經營投入 \$3,670 萬 · 電磁波量測投入 \$33 萬	· 客戶忠誠度及 NPS 指標 A 級 · 基地台抗爭件數減少 34% · 客服專線申訴率降低 17%

★  
2018 年  
亮點專案

### 行動客服 APP 獲世界級榮耀肯定



您的專屬App  
暢行無阻 驚喜無限



為了讓用戶 24 小時享有優質的隨身服務，遠傳經過一年消費者調查、使用介面、應用軟體研發及設計，於 2018 年推出獨創且人性化的遠傳行動客服 APP 升級版，全新「專屬推薦」功能，依照大數據分析，提供用戶專屬的獨家活動及優惠。升級版更推出超萌的 24 小時隨身智能客服「愛醬」，應用語意分析及 AI 處理程式，當用戶碰到操作 APP、資費、或是優惠活動等任何問題，都可以立即提供最佳的答案，即時解決各項問題。遠傳行動客服 APP 以創意、傑出、貼心的客戶體驗管理，榮獲亞洲客戶體驗獎 (Customer Experience Asia Excellence Awards) 「最佳數位體驗獎項」(BEST DIGITAL EXPERIENCE AWARD)，從亞太市場中眾多競爭者脫穎而出，也是台灣電信業中唯一獲獎者。



發展指標 / 方向	2018 年績效	達標狀況	2019 年目標	2025 年目標
· 提供優質的服務體驗，成為用戶信賴的電信業者，NPS <sup>1</sup> 最優等級	· NPS 最優等級 A 且較 2017 年顯著成長	✓ 達標	· NPS 最優等級 A	· NPS 最優等級 A
· 創建安全且值得信賴的通訊環境，成功通過 ISO 27001 資安管理國際標準認證	· 通過認證	✓ 達標	· 持續通過認證	· 持續通過認證
· 善盡客戶個資與隱私保護責任，成功通過 BS 10012 個資管理國際標準認證，達成個資零外洩	· 通過認證，個資外洩件數 0	✓ 達標	· 持續通過認證，個資外洩件數 0	· 持續通過認證，個資外洩件數 0
· 提供客戶優質的數位體驗，提升用戶數位化服務的使用比例	· e-bill 使用率 72% · 數位化服務比例 31%	目標調整 <sup>2</sup>	· e-bill 使用率 60% · 數位化服務比例達 48%	· 提供客戶優質的數位使用經驗，數位服務工具使用率達 60%

<sup>1</sup>NPS 為 Net Promoter Score，即客戶淨推薦率

<sup>2</sup>2018 年底調整數位化服務定義及修正目標，數位化服務定義為透過 IVR/Chatbot/APP/Web 所做的 payment 與 non-payment service contact 占所有通路 payment 與 non-payment service contact 的比例

### 360° 門市心服務五星級肯定

### 高度重視資訊及個資安全防護



遠傳以「360° 心服務」為主軸，將「關懷」融入服務的 DNA，推出客製化的服務項目，提供進店顧客濕紙巾、手機健檢、手機清潔等服務外；門市人員在服務顧客的過程中，進一步了解客戶需求，服務結束後，主動提供手寫的關懷卡片，讓客戶服務更有溫度；此外，遠傳透過 AI 人工智慧及大數據分析，藉由系統辨識，提供更快速、便捷的熟客經營服務。遠傳針對消費者在不同時、地、物的需求，落實零距離的心服務，2018 年榮獲媲美「台灣服務業奧斯卡獎」美譽之稱的遠見五星服務獎首獎殊榮外，客戶淨推薦率 (Net Promoter Score, NPS) 更是名列最優等級 A，成為消費者心中的第一理想品牌。

遠傳對資訊與個資安全管理始終維持最高要求，於 2018 年通過多項國際認證標準，充份展現遠傳落實資訊安全與個人資料保護的成果。除積極導入國際標準認證，確保遠傳資訊安全及個人資料保護體系符合國際規範外，遠傳也建立資訊安全監控體系，針對資訊暨科技安全、人員安全、實體及環境安全，以及客戶個人資料保護等四大項目進行資安控管。2018 年遠傳共辦理資安教育訓練 100 餘場，參與人數約 15,000 人次，總時數達 18,000 小時以上。





# 關懷力 Go Caring

## 人才經營

### 回應聯合國永續發展目標 Sustainable Development Goals



### 回應新興風險與機會

人才招聘與培育



資本項目	年度資本投入	年度創造效益
 <b>人力資本</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度培訓投入 \$3,769 萬</li> <li>年度招募投入 \$1,300 萬</li> <li>年度薪資與福利 \$75 億</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>受訓員工總人數 6,132 人</li> <li>人均訓練時數 65.62 小時</li> <li>內外訓課程 3,373 班次</li> </ul>

### ★ 2018 年 亮點專案

### 員工績效設定導入永續相關 KPI



為落實企業社會責任及公司治理，追求永續發展，遠傳於 2018 年起已逐步從高階經營管理團隊 (EMT, Executive Management Team) 開始設立永續發展及企業社會責任相關目標，做為績效考核分數評比之參考依據之一。自本年度起，EMT 主管每年需根據中長期企業永續發展藍圖，自行設定 KPI 並每年檢視達標狀況。

遠傳預計於 2019 年擴大至協理級以上，最晚 2025 年全員導入，確實落實遠傳中長期永續發展策略藍圖。

發展指標 / 方向	2018 年績效	達標狀況	2019 年目標	2025 年目標
· 創新領域人力資源比例	· 26%	✓ 達標	· 30%	· 50%
· 公司制度 100% 遵守相關勞動法規，杜絕任何侵犯及違反人權的行為	· 無違反勞動法規及人權個案	✓ 達標	· 持續維持	· 維護人權承諾的精神與基本原則，並要求整體供應鏈廠商維護人權承諾的精神與基本原則，攜手整體供應鏈廠商達成無違反人權行為
· 維持企業職場安全與健康雙認證	· 導入職業安全衛生管理系統 (OHSAS 18001) 並通過國際驗證，並於 2018 年導入 (ISO 45001) 職業安全衛生管理系統 · 獲教育部體育署及遠見雜誌 iSport 運動企業認證標章	✓ 達標	· 持續通過雙認證	· 持續通過雙認證 · 保障員工健康權，100% 員工參與健康促進活動
· 保障員工言論自由權，提供多元自由溝通渠道，員工溝通覆蓋率達 100%，逐年提升滿意度	· 透過內部溝通平台，達到 100% 溝通覆蓋率	✓ 達標	· 員工溝通覆蓋率 100% · 員工溝通面向滿意度達 65%	· 員工溝通覆蓋率 100% · 員工溝通面向滿意度 85%
· 主管及員工績效設定導入永續相關 KPI	· 高階經營管理團隊 (EMT) 導入	✓ 達標	· 協理級以上主管導入	· 全體員工導入
· 平均每位員工每年教育訓練投入時數	· 65.62 小時	✓ 達標	· 67 小時	· 72 小時
· 女性主管占所有主管的人數比例	· 32%	✓ 達標	· 32%	· 35%

『新世代菁英計畫』網羅大人物人才

落實數位轉型 推動『創新獎』選拔



面對物聯網、人工智慧、雲端等技術及產品快速發展與即將到來的 5G 時代，遠傳推動「新世代菁英計畫」，網羅大數據、人工智慧與物聯網相關人才，號召行動世代年輕人加入遠傳。「新世代菁英計畫」是培養 5G 大人物的特別培訓計畫，包含三大特色：1. 理論與實務兼具、2. 精實培訓評鑑機制、3. 職涯規劃指導 (Mentor)，培訓期十八個月，進入計畫即是正職同仁，可參與各類系統開發與應用服務專案、以及規劃線上與線下通路的行銷專案，快速成為數位專業人才。2016 年~2018 年共有 38 位遠傳同仁透過此計畫加入遠傳。

因應遠傳數位轉型，遠傳自 2018 年推出「創新獎」選拔，針對是否能在工作中引用創新模式與做法，以及對組織產生顯著貢獻進行評選。此選拔每季推動一次，最高獎項可獲得 12 萬遠時點數，且於員工大會進行表揚，由董事長親自頒獎。2018 計有 63 組同仁報名，12 組獲獎，落實創新締造佳績。

2018 年獲獎團隊之一，業界首創「手機就是行動帳單」的 e 化服務，隨著出帳簡訊通知，將條碼發送給客戶，用戶可就近至超商出示「繳款條碼圖片」即可直接繳費。除了減少紙本帳單的資源耗費，進而強化消費者使用電子帳單的動機，讓繳款變得輕鬆簡單又方便。







綠實力  
Go Eco

綠色創新

### 回應聯合國永續發展目標 Sustainable Development Goals



### 回應新興風險與機會

碳管制與節能



氣候變遷適應



資本項目

年度資本投入

年度創造效益



自然資本

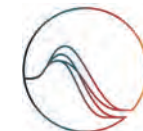
- 節能建設投入 \$1.2 億
- 綠色採購投入 \$3.8 億
- 廢棄物處理投入 \$110.6 萬
- 綠能 (綠電及太陽能) 投資 \$509 萬\*

- 用電量 52,140 萬度
- 溫室氣體排放 293,817 公噸
- 能源耗用 189.7 萬 GJ
- 綠電採購 6.7 萬度

註：太陽能為遠傳與子公司旭天能源共同開發

★  
2018 年  
亮點專案

### 科學基礎減碳目標導入



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

為回應《巴黎協定》後國際社會確立將全球升溫控制在攝氏兩度以內的目標，以及台灣國家減量目標，遠傳於 2018 年重新檢視溫室氣體減量目標，並導入以科學為基礎的減碳目標 (Science-Based Targets, SBT)，以確保遠傳的減量承諾與科學事實及國際社會共識相符。

我們目標為在 2030 年，將範疇 1+2 溫室氣體排放總量控制在較 2016 年降低 20.3%，範疇 3 排放總量較 2016 年降低 17.2%，目前正送國際科學基礎目標倡議組織 (Science Based Targets initiative, SBTi) 驗證中。範疇一及範疇二排放量近三年 (2016-2018) 持續下降，2018 年較前一年度減少 2%，相關管理方針與績效詳載於 6.1.3 能源管理及本報告書附件。遠傳正逐步擴大營運活動上下游產業鏈碳排放的範疇三盤查範疇，本年度盤查上遊運輸及貨物配送、購買商品與服務、商務差旅、燃料及能源相關活動等四個項目，並經外部查證。

發展指標 / 方向	2018 年績效	達標狀況	2019 年目標	2025 年目標
· 溫室氣體總排放量	· 293,817.41	✓ 達標	· 290,879.24 (年減 1%)	· 242,930.82 (此為 2030 年目標)
· 基地台每 1GB 訊務量用電量 (用電百萬卡 /GB)	· 0.228	✓ 達標	· 0.217	· 0.173
· IDC 機房電力使用效率 PUE	· 1.79	✓ 達標	· 1.77	· 1.5 · 新建 IDC PUE 設定為 1.3 以下
· 再生能源總建置量	· 116KWp	✓ 達標	· 536KWp, 較 2016 年成長 54 倍	· 1,081KWp, 較 2016 年成長 108 倍

### 智慧綠能及再生能源發展計畫



遠傳不斷深化綠色能源關鍵技術，除與旭天能源共同合作規劃中南部再生能源發展計畫，以自有場址安裝太陽光電系統達 187Kwp 外，更與台灣中油合作建置智慧綠能加油站，結合國內頂尖系統平台、硬體、工程、能源等各領域專家夥伴，建置儲能系統，並提供能源管理系統技術，合作打造全台首座「台灣中油智慧綠能加油站」。不僅落實台灣中油希望藉由產官學合作逐步實現智慧綠能生活圈的發展目標，也讓遠傳發揮創新科技專長，為綠色新時代盡一份心力。

未來遠傳將持續提供從太陽能系統規劃、智慧電網建置、智慧能源平台管理的解決方案，並結合 IoT 應用與大數據管理專長，協助政府與企業客戶夥伴達成管理智慧化的目標。



影響範圍	遠傳綠色價值鏈節能方案	2018年成效
供應商	 綠色採購	<b>\$3.8</b> 億
物流中心	 綠色物流與包裝	<b>384</b> 減碳公噸 / 年
辦公大樓	 辦公室節能方案	<b>104</b> 減碳公噸 / 年
機房	 機房節能方案及伺服器虛擬化	<b>993</b> 減碳公噸 / 年
基地台	 基地台節能方案	<b>3,861</b> 減碳公噸 / 年
門市	 綠色門市	<b>177</b> 減碳公噸 / 年
	 門市手機回收及行動裝置轉售	<b>76</b> 減碳公噸 / 年
用戶	 電子帳單 / 表單	<b>102</b> 減碳公噸 / 年
	 3 in 1 三合一 SIM 卡	<b>0.02</b> 減碳公噸 / 年
大眾	 「保衛地球 讓愛遠傳」環境教育專案	<b>2.6</b> 萬募集綠行動件數

# Chapter 3

## 營運環境與績效

3.1 營運環境分析

3.2 年度營運績效

3.3 遠傳大人物創新佈局



## 3. 營運環境與績效

### 3.1 營運環境分析

#### 3.1.1 外部環境分析

##### 年度重大外部衝擊因素



##### 價格競爭激烈 行動營收成長壓力持續

- 2018 年 12 月底，我國 4G 用戶數為 2,769 萬戶，較 2017 年成長 22.62%
- 行動用戶數雖成長，2018 年台灣電信總營收為新台幣 3,469 億元，較 2017 年微幅成長 0.76%；行動 4G 服務營收為新台幣 1,604.03 億元，較 2017 年衰退 4.65%
- 面臨資費價格競爭激烈且上網吃到飽退場不易的問題，2018 年台灣 4G 行動通信服務 ARPU 值持續呈現下跌趨勢
- 2018 年台灣行動 4G 及光纖寬頻用戶數持續成長，同時網際網路及其他加值營收較 2017 年成長達 8%，為電信服務業成長幅度最大的項目



##### 資安意識及人權議題抬頭 台灣正式邁入高齡社會

- 臉書 (Facebook) 大規模資安洩漏事件引發全球資安意識抬頭，歐盟已實施「歐盟一般資料保護規則」(GDPR) 強化個資保護，影響範疇涉及全球
- 勞工意識抬頭，全球陸續發生 Google walk out、Amazon 勞工抗爭與國內航空業罷工等事件，人權議題成為企業共同的挑戰
- 台灣 65 歲人口超過 14%，正式邁入高齡社會，維護高齡人口生活品質及因應老化社會帶來的醫療照護及安全福利問題，可能帶來潛在商機



##### 台灣產官學積極推動 5G 產業聯盟 國內電信業完成 NB-IoT 網路涵蓋

- 2018 年 6 月國際標準組織 3GPP 完成制訂第一版「5G 行動通信技術標準」，並計劃於 2019 年 12 月完成滿足國際電信聯盟 (ITU) 全部要求的完整的 5G 標準，有助於全球 5G 服務於 2020 年商轉
- 2018 年經濟部、交通部與 NCC 共同推動自組「台灣 5G 產業推動聯盟」，未來將積極參與歐盟 5G 計畫，並擬定長期的合作方案
- 2018 年我國主要電信業者陸續完成物聯網應用之低功耗廣域技術 (NB-IoT) 網路，有助於未來行動 5G 服務應用的接軌及導入



##### 全球暖化加速氣候變遷 驅動綠色消費商業模式

- 台灣「溫室氣體管理法」規劃實施碳排放交易制度，未來溫室氣體排放超出核配之額度，可透過碳交易方式扣減抵銷超額量，每公噸超額量處碳市場價格三倍之罰鍰，以 1,500 元 / 噸為上限
- 跨政府氣候變遷專門委員會 (IPCC) 發佈升溫 1.5 度特別報告，再度確認全球暖化對極端氣候、海平面上升、冰層融化的影響顯著，掌握氣候變遷對企業的潛在財務衝擊更顯關鍵
- 氣候變遷可能影響消費者產品購買流程與行為，如更多透過上網購買、或是傾向購買更多低碳或能抵抗氣候變遷之產品，商業模式轉型勢在必行




##### 3G 執照終止驅動用戶轉換 4G 電信法規鬆綁基地台鼓勵共構共建

- 因應物聯網及 5G 技術，NCC 通過修正「低功率射頻電機技術規範」、訂定「行動寬頻業務窄終端設備技術規範」及「電波監理業務管辦法」修正案
- 因 5G 基地台建造總量將較 4G 多出數倍，NCC 訂定「電信管理法」(草案)，鬆綁電信基礎網路要求，鼓勵業者合建共用、部分租用或全部租用網路
- 我國 3G 業務特許執照於 2018 年底終止，NCC 於 2018 年初通過「因應第三代行動通信業務終止用戶權益保障行動方案」，使消費者得以原手機、原資費或優於原資費，轉換為 4G 服務
- NCC 規範電信業者異業結盟推出資費方案需明示電信服務提供者的身份，並遵守相關法律規範

### 3.1.2 關鍵新興風險

為確保企業永續策略得以因應長期挑戰，遠傳持續觀察資通訊產業趨勢、技術發展、政策與社會經濟脈動，比對企業營運策略及發展方向，辨別出下列 4 大關鍵新興風險，並就潛在的衝擊與商機擊劃相對應之營運策略，確保企業永續發展。

新興風險	涉及議題	衝擊	機會	因應對策
 <p>科技發展與數位匯流</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 資訊與網路安全</li> <li>· 資通訊技術革新 (5G)</li> <li>· 異業競爭與合作</li> <li>· 新世代人才招募與培育</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 消費者行為與溝通模式改變，衝擊傳統電信服務營收</li> <li>· 產業重組與技術融合，改變產業生態鏈，跨產業競爭者加入戰局</li> <li>· 技術汰換及產品推出週期縮短，導致研發與投資成本大幅提高，成本回收不易</li> <li>· 網路內容安全性、駭客攻擊與資訊安全漏洞，成為資通訊產業重要課題</li> <li>· 人才專業必須隨著產業與科技趨勢成長，否則將形成人才缺口及技術斷層、增加訓練成本，衝擊公司競爭力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 消費者行為與溝通模式改變將創造新市場及應用商機</li> <li>· 遠傳長期在行動領域接觸消費者，累積的數據與經驗有助於了解消費者行為</li> <li>· 跨產業合作與結盟可讓遠傳擴大市場規模，拓展新客戶族群</li> <li>· 新世代員工的加入將為公司創造更多可能性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 強化網路攻擊防護機制及員工資訊安全教育宣導</li> <li>· 辨識並鎖定重點開發領域，捍衛公司領導地位，並做更精準的研發及成本管控</li> <li>· 利用雲端、大數據等核心技術，積極推動跨產業技術開發、策略聯盟合作，累積創新開發經驗</li> <li>· 透過大數據分析消費者全行動生活，作為產品設計、溝通與行銷的基礎，提供以使用者為中心的產品與服務</li> <li>· 掌握集團內部整合綜效，整合電信、實體零售、電商、金融等領域</li> <li>· 調整人力資源策略，聚焦新世代招募與領導階層培育，驅動公司轉型</li> <li>· 強化產學人才培育及合作，提升組織內技術與策略能力靈活性，培養創新文化</li> </ul>
 <p>氣候變遷與能源稀缺</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 碳管制與節能</li> <li>· 氣候變遷調適</li> </ul>	<p><b>【轉型風險】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 台灣再生能源政策不確定性，導致公司能源使用成本及電力供應的不穩定性增加</li> <li>· 全球及國家溫室氣體管制，導致溫室氣體排放成本增加</li> <li>· 公司營運及商業模式的低碳科技轉型需求，導致額外成本支出</li> </ul> <p><b>【實體風險】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 強颱發生機率與極端降雨頻率增加，更頻繁的天災導致營運及服務中斷</li> <li>· 平均溫度上升，導致用電成本及電力供應的不穩定性增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 大數據分析與物聯網技術為可貢獻於家庭、企業及城市朝向智慧低碳轉型，例如：遠距離辦公／醫療、線上購物等服務</li> <li>· 佈局能源管理與再生能源產業創造新營收</li> <li>· 有效的能源及溫室氣體管理可降低營運成本，同時展現永續品牌形象</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 詳見 6.1.2 氣候策略</li> </ul>
 <p>政策、社會與經濟發展趨勢</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 電信法規變動</li> <li>· 人口結構改變</li> <li>· 都市化與數位落差</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 主管機關有關頻譜競標、執照發放、費率政策、轉投資規範等法規變化直接影響營運成本</li> <li>· 電信服務市場已成熟且規模固定，用戶數達飽和，成長速度趨緩</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 電信法規改變，未來可能走向開放管制，如投資限制放寬與解禁，有利於電信業跨足原本受管制之行業，帶來新的跨業合作商機</li> <li>· 經濟與社會趨勢變化可能產生新的經濟模式或消費群體</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 密切追蹤新法案進度，積極參與主管機關政策討論會，並透過政策輿論平台加強對話溝通</li> <li>· 改變競爭策略，主打產品及服務品質，以提升客戶黏著度、強化客戶留存率為目標</li> <li>· 擴展多元用戶市場，如企業用戶、觀光客漫遊、網路行銷推播等</li> </ul>

新興風險	涉及議題	衝擊	機會	因應對策
 利害關係人 議合	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 電磁波疑慮</li> <li>· 永續供應鏈</li> <li>· 其他爭議議題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 民眾關注電磁波議題，對基地台設置進行抗爭</li> <li>· 網路時代社群媒體輿論傳播快速，公司不易即時回應，客訴及負面事件一旦處理不當可能嚴重影響品牌形象，客戶忠誠度維持難度提升</li> <li>· 市場上可選擇業者數量及產品增加，而消費者於電信業者的選擇易受媒體資訊、同儕及親友間彼此影響</li> <li>· 因應全球永續競爭意識興起，缺乏對供應鏈的永續管理，可能發生重大環境與社會爭議（如低碳、公平交易、當地採購等），造成額外成本或斷鏈風險，並間接對品牌形象造成負面影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 透過社群媒體，遠傳可更有效追蹤並掌握客訴資訊，進行回應與危機管理，維繫品牌形象</li> <li>· 永續供應鏈之經營能提升企業形象、推動永續產品及服務發展，進而提升組織對客戶的留存能力</li> <li>· 結合供應鏈環境管理，全面轉型為低碳營運模式，能更有效的管理資源、提升效率，進而節省成本</li> <li>· 遠傳可利用大數據分析掌握市場脈動，推動更精準、更有效率的品牌行銷</li> </ul>	<p><b>【客戶】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 設置網路觀察員，透過關鍵字分析進行網路社群資訊觀察，遇到利害關係人訴求或不正確訊息，即時提出反應</li> <li>· 持續參與申訴處理流程驗證，並定期執行客訴事件處理分析及跨部門申訴議題會議，加強內部溝通並持續優化產品與流程</li> <li>· 主動關懷服務不滿意、問題未解決客戶，探究發生原因並實質改善</li> </ul> <p><b>【供應商】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 完善供應商永續管理系統、ESG 風險評估與稽核機制，強化供應鏈永續能力建置</li> <li>· 與供應商開展策略合作與創新，共同驅動價值鏈永續發展</li> </ul> <p><b>【社區居民】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 持續進行基地台電磁波觀念宣導與溝通，降低民眾對基地台的疑慮</li> </ul> <p><b>【媒體】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 針對爭議議題確實與媒體溝通，維護企業品牌形象</li> </ul>

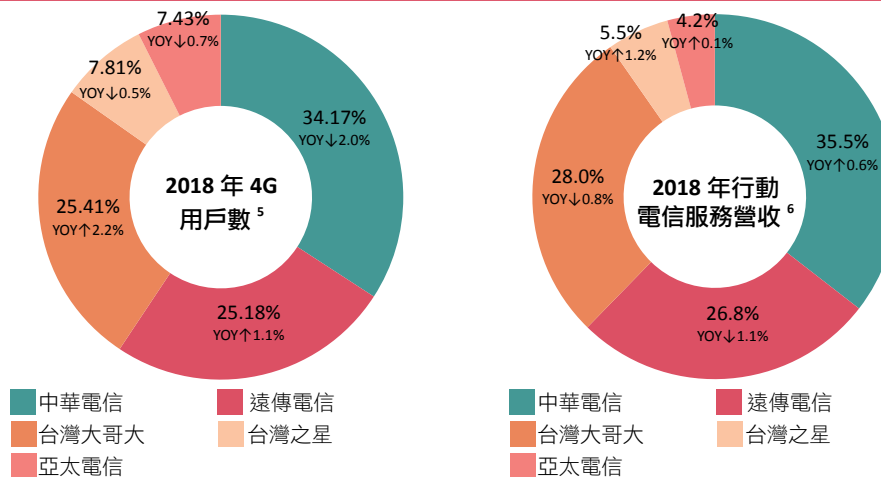
## 3.2 年度營運績效

### 個人用戶 市場分析

#### 市場概況

- 根據國家通訊傳播委員會 (NCC) 統計資料，截至民國 107 年 12 月底，台灣行動電話用戶數達 2,922 萬戶。
- 財團法人台灣網路資訊中心 (TWNIC) 報告顯示，107 年台灣民眾行動上網率突破 7 成，近 97% 受訪者表示最常使用的上網裝置為手機，民眾生活朝數位行動化邁進。而 IoT、智慧家庭、AI 個人助理之應用也逐漸普及，產業發展更為熱絡。相關服務連接網路之必要性日增，跨地域的行動網路服務成為不可缺的應用骨幹。

#### 市場占有率



#### 市場未來之供需狀況與成長性

- 市場接近成熟的階段，各家電信業者更著重在加值服務的提供，積極開發高用量客戶。除此之外，以全球行動電信業龍頭 Vodafone 為例，在面對成長趨緩的電信產業市場，發展策略上已突破傳統開發一般消費大眾，而改以開發企業用戶。本公司持續積極與各產業企業應用服務供應商合作，積極推展企業 ICT 整合服務、雲端應用及物聯網應用。
- 行動數位服務需求與日俱增，市場競爭亦日趨白熱。台灣市場中行動影音、音樂、購物等各領域，跨國企業均加碼投資，顯示台灣數位服務市場發展蓬勃。

<sup>5</sup> 數據來源：台經院產經資料庫「2019 年電信服務業景氣趨勢調查報告」

<sup>6</sup> 數據來源：遠傳財務報表及 107 年底各公司公告資訊

## 市場概況

- 國內行動通信產業仍維持三大兩小的競爭態勢。唯兩小業者持續強打低價吃到飽方案，致各業者間的競爭加劇。
- 台灣市場行動數位服務競爭激烈，除本國業者外，國際業者如 Netflix、蝦皮購物等亦積極搶進。friDay 服務藉電信本業優勢，深植自身實力外並進行整合行銷，成為消費者最佳的數位行動生活夥伴。

## 市場占有率

- 隨著第四代行動電話普及率逐漸飽和的情況下，五家業者挑戰加劇。107 年台灣整體行動通信市場營收下跌近 6%，較 106 年之下跌 3% 更加嚴重，營收下跌的情況恐怕短期之內難以平穩。未來市場占有率的消長將取決於擴展新經濟業務收入，包含：大數據、人工智慧、物聯網、雲端服務、資訊安全等，在企業用戶端搶進資通訊等相關服務商機。另外在一般消費者端，則以提供優良的網路與通訊品質、優質貼心的服務、創新的服務與應用、並搭配各種智慧型手機及各項裝置及多樣化的資費方案以留住消費者。市場期待未來 5G 商轉提供的服務，能有更多機會提升整體營收。
- 遠傳積極擴展數位服務市場，friDay 各產品多已達百萬規模。friDay 影音用戶超過 200 萬，friDay 音樂突破 130 萬。friDay 購物每月有近百萬互動會員數。遠傳代收服務費用每月平均使用人數超過總用戶數 1/3。

## 市場未來之供需狀況與成長性

## 產品與服務

## 產品簡介

- 個人行動電信服務：包含行動電話語音及上網服務暨各項增值服務，服務依費用繳納方式分為月租型與預付型。
- 固定通信服務：包含市話服務、長途網絡電話服務、007 國際電話服務、070 軟體電話服務、家用電話節費盒等。
- 新經濟：在 friDay 品牌下提供 friDay 影音、friDay 音樂、friDay 錢包、friDay 購物、friDay 拍拍本等服務，以及電信帳單代收服務、Bobee 守護寶、愛講智慧音箱等物聯網產品。

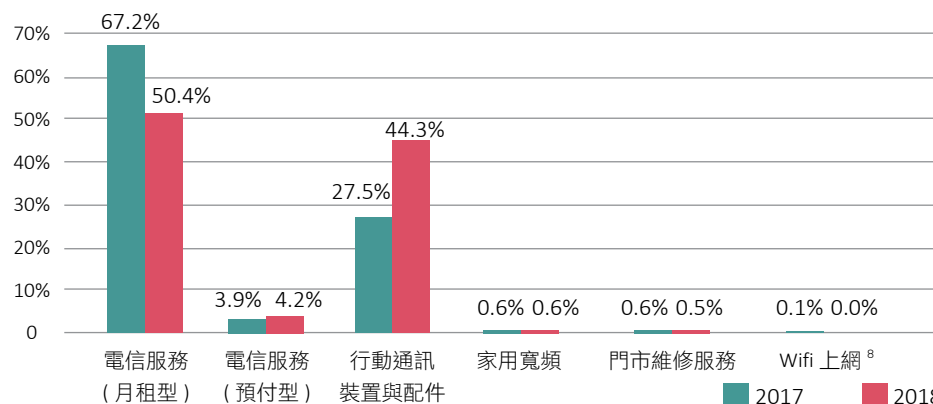
## 產品服務發展趨勢

- 在邁向下一個產業世代同時，遠傳與通訊設備大廠 Ericsson 合作，成立全台第一家 5G 實驗室，並完成多項 5G 先進技術的測試，推動台灣 5G 及物聯網發展，未來更將以四頻雙技術挑戰最快網速，搭配創新的物聯網應用及優質的行動化服務，扮演消費者最佳的數位生活夥伴，迎向 5G 大未來。
- 數位服務競爭白熱化，遠傳透過大數據分析，了解使用者的消費行為、興趣喜好及生活型態，提供客製化、可滿足個人偏好的內容與服務。同時，亦積極導入 IoT、AI 等技術，推出相關產品，帶給消費者最新的數位生活體驗。另亦結合電信本業之優勢，推出之產品與服務均具價格競爭力且適合不同客群選用。

## 主要商品（服務）之銷售及提供地區

- 持續整合線上與實體門市的虛實銷售與服務，並導入多樣的智慧生活商品，以「生活有遠傳，溝通無距離，人生更豐富」為具體目標，除了將持續推出資、通訊市場整合型服務，更積極強化第一線的優質門市服務品質，讓消費者體驗通訊產品、語音通話、寬頻數據及增值服務等創新服務。至 107 年底，遠傳、德誼等門市將近 900 家，綿密而又完整的服務，讓大眾更處處感受遠傳的用心關懷與專業服務。
- 遠傳數位內容服務市場遍及全台，提供 friDay 影音、friDay 音樂、friDay 錢包、friDay 購物、friDay 拍拍本、電信帳單代收、Bobee 守護寶、愛講智慧音箱等產品以滿足消費者的數位行動服務需求。

2018 年個人用戶產品與服務營收占比

<sup>8</sup> 因安源於 2018 年 6 月底與遠傳合併後消滅，相關金額較 2018 年減少



短期業務發展計劃	長期業務發展計劃	發展遠景之有利、不利因素與因應對策						
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 擴展市場占有率，建立高品質而忠誠的客戶群</li> <li>· 積極致力於新產品及附加價值之規劃推展</li> <li>· 致力於建立客戶信賴之企業品牌</li> <li>· 繼續提升網路品質及網路建設</li> <li>· 為與行動世代接軌，遠傳推出「行動客服 App」，打造 O2O 跨通路的一站式服務</li> <li>· 結合內容提供者、與異業合作，提供多樣化行動加值服務</li> <li>· 開創跨界金融服務，拓展數位生活市場，切入數位年輕族群發展其專屬理財服務</li> <li>· 善用海量數據，分析消費者行為，強化精準行銷滿足個人化需求</li> <li>· 形塑遠傳 friDay 品牌創新形象，強化客戶使用體驗與忠誠度，建立顧客第一的精神</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 與全球通訊網路產品技術發展趨勢同步</li> <li>· 持續透過策略聯盟以及企業內部資源整合，將固網、行動電話及網際網路等業務結合，因應數位匯流之趨勢</li> <li>· 儲備專業電信人才，充實人力資源，以利營運拓展</li> <li>· 持續推動數位內容、行動金融、電子商務、AIoT 等四大領域服務，無論產品在內容、價格、服務均以消費者需求出發，建立產品差異化，再創營收獲利新目標</li> </ul>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1111 212 1160 371">有利因素</td> <td data-bbox="1171 212 2172 371"> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 4.5G「超級三頻」速度、涵蓋率全面第一、專業的經營團隊與良好品牌形象、以及新科技發展提高附加價值，行動電話將成為各項資訊傳輸的整合媒介。5G 即將進入商轉階段，將帶動物聯網、車聯網等需求，增加營收</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1111 379 1160 539">不利因素</td> <td data-bbox="1171 379 2172 539"> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 號碼可攜服務實施後，業者為爭取門號競爭趨於激烈、NCC 資費管制減少整體營收、以及中華電信於寬頻網路與固網服務具最後一哩優勢</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1111 547 1160 770">因應對策</td> <td data-bbox="1171 547 2172 770"> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 以行動通訊與網際網路結合為基礎，建構通訊及網路的多媒體整合服務，提供整合性的服務</li> <li>· 提供多種加值之優惠資費方案供消費者選擇</li> <li>· 創造產品的差異化服務，避免降價以求的紅海競爭策略</li> <li>· 更精準的區隔市場用戶需求，針對目標客戶群的需求，發展多元化的網路應用服務</li> <li>· 除持續提升全島 4G 覆蓋率，並提昇傳輸速度</li> <li>· 積極布局 5G 市場，開拓市場取得優勢</li> </ul> </td> </tr> </table>	有利因素	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 4.5G「超級三頻」速度、涵蓋率全面第一、專業的經營團隊與良好品牌形象、以及新科技發展提高附加價值，行動電話將成為各項資訊傳輸的整合媒介。5G 即將進入商轉階段，將帶動物聯網、車聯網等需求，增加營收</li> </ul>	不利因素	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 號碼可攜服務實施後，業者為爭取門號競爭趨於激烈、NCC 資費管制減少整體營收、以及中華電信於寬頻網路與固網服務具最後一哩優勢</li> </ul>	因應對策	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 以行動通訊與網際網路結合為基礎，建構通訊及網路的多媒體整合服務，提供整合性的服務</li> <li>· 提供多種加值之優惠資費方案供消費者選擇</li> <li>· 創造產品的差異化服務，避免降價以求的紅海競爭策略</li> <li>· 更精準的區隔市場用戶需求，針對目標客戶群的需求，發展多元化的網路應用服務</li> <li>· 除持續提升全島 4G 覆蓋率，並提昇傳輸速度</li> <li>· 積極布局 5G 市場，開拓市場取得優勢</li> </ul>
有利因素	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 4.5G「超級三頻」速度、涵蓋率全面第一、專業的經營團隊與良好品牌形象、以及新科技發展提高附加價值，行動電話將成為各項資訊傳輸的整合媒介。5G 即將進入商轉階段，將帶動物聯網、車聯網等需求，增加營收</li> </ul>							
不利因素	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 號碼可攜服務實施後，業者為爭取門號競爭趨於激烈、NCC 資費管制減少整體營收、以及中華電信於寬頻網路與固網服務具最後一哩優勢</li> </ul>							
因應對策	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 以行動通訊與網際網路結合為基礎，建構通訊及網路的多媒體整合服務，提供整合性的服務</li> <li>· 提供多種加值之優惠資費方案供消費者選擇</li> <li>· 創造產品的差異化服務，避免降價以求的紅海競爭策略</li> <li>· 更精準的區隔市場用戶需求，針對目標客戶群的需求，發展多元化的網路應用服務</li> <li>· 除持續提升全島 4G 覆蓋率，並提昇傳輸速度</li> <li>· 積極布局 5G 市場，開拓市場取得優勢</li> </ul>							

企業用戶

市場分析

市場概況	市場占有率	市場未來之供需狀況與成長性
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 受到資通訊整合及數位匯流趨勢影響，企業市場已由傳統電信業務導向轉為資通訊整合導向，為用戶提供整合電信服務與行動商務、雲端平台、大數據分析、物聯網等應用，打造更多元、智慧、彈性、且更符合產業特性的一站式服務與解決方案。</li> <li>· 在企業用戶市場，中華電信具備固網服務與規模優勢，仍為主要的競爭對手與業界龍頭。遠傳除持續優化 4G 網路建設並投入 5G 與物聯網技術研發，企業暨國際事業群更積極發展針對不同產業與公部門需求的智慧應用及解決方案，包括智慧城市、智慧交通 / 車聯網、智慧醫療 / 健康照護、智慧製造、智慧零售等多元領域，以高度的創新與整合能力以及彈性的服務，在企業市場中與其他競爭業者拉開差距。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2018 年度企業用戶占遠傳整體營收 17%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 固定、行動通信等傳統電信服務，受免費即時通訊軟體的影響，以及市場激烈的價格競爭，市場呈現衰退之情勢</li> <li>· 在固網市場方面，依據 NCC 公布之電信市場營收分析，2018 年國內固定通信營業收入，受到行動通訊及免費即時通訊軟體的影響，整體而言相較於 2017 年度，衰退 5.0%，其中市內網路衰退 3.4%，長途網路衰退 7.6%，國際網路衰退了 10.1%</li> <li>· 在固網寬頻接取服務上，根據 NCC 的資料指出，帳號數從 2018 年初的 570.8 萬個小幅增加到 2018 年底的 571.4 萬個；其中光纖 (FTTx) 及 Cable Modem 用戶，因業者持續推廣高速寬頻上網資費方案，加速 xDSL 轉換至光纖上網的速度，及應付 4G 世代下消費者在影音傳輸服務上的大幅增加，因此 2018 年整體帳號數小幅成長 0.1%</li> <li>· 根據財團法人台灣網路資訊中心的「台灣網路報告」中指出，推估 2018 年全國 12 歲以上上網人數達 1,738 萬人，而全國上網人數經推估已達 1,866 萬，整體上網率達 79.2%。其中，行動上網率逐年上升，2018 年首度突破七成，而無線區域網路上網率則下降一成五</li> <li>· 近年來，智慧型行動裝置的普及，讓行動網路與固定網路的整合 (FMC) 更顯重要；雲端運算快速發展以及物聯網、大數據、人工智慧、機器人等科技快速發展，帶來嶄新的市場成長機會</li> </ul>

產品與服務

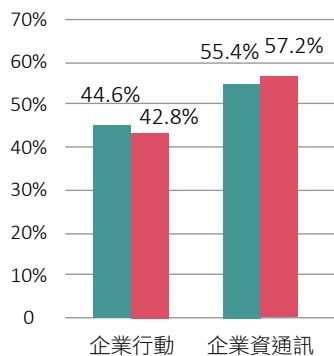
產品簡介

- 專業電信整合服務：行動服務、寬頻服務、行動數據服務、行動語音服務、固網語音服務、數據電路服務、網路資訊服務 (IDC)、雲端應用服務。
- 雲端服務：整合電信資源與國際大廠 (AWS、微軟 Azure/ Azure Stack、VMWare 等) 雲平台，提供「規劃、建置、移轉、維運」一站式服務，規劃企業公有雲、私有雲或混合雲架構。
- 資安服務：整合子公司數聯資安的專業資安顧問服務，提供企業最安全、可靠、彈性、具成本效益的資安防護解決方案。
- 新經濟：提供企業專業並具備客製彈性的企業資通訊整合，同時與數百家合作夥伴成立了物聯網生態圈，以行動服務整合 NB-IoT 物聯技術、大數據、AI 等創新應用，為企業用戶及政府公部門客製更具彈性的服務，打造涵蓋智慧城市、智慧交通 / 車聯網、智慧醫療、智慧製造、智慧零售等多元智慧物聯應用。

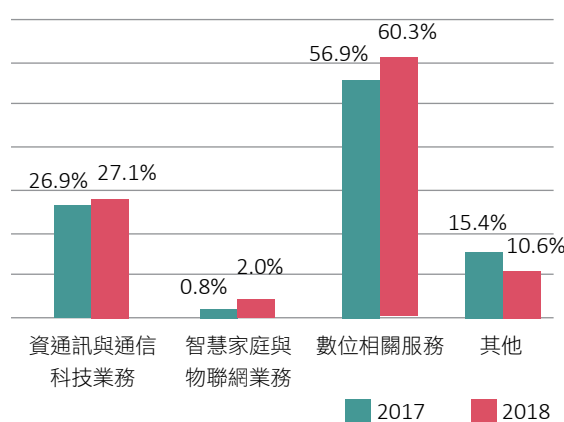
產品服務發展趨勢

· 依據資策會產業情報研究所 (MIC) 觀測 108 年全球 ICT 產業，主要著力於 5G、物聯網、AI 人工智慧與區塊鏈趨勢發展，像是邊緣運算、ASIC、FWA、感測元件、智慧載具等相關延伸應用。

2018 年企業用戶產品與服務營收占比



2018 年新經濟業務與服務營收占比



主要商品 (服務) 之銷售及提供地區

- 提供企業客戶國內與國際之語音、數據、行動、漫遊、雲端等服務與物聯網、資通訊整合之企業解決方案，並以台灣地區為主要銷售市場。雲端及物聯網服務之銷售說明如下：
- 雲端：主要客群為台灣企業客戶，遠傳可協助企業部署其服務在台灣或其它國家之雲端平台
- 物聯網：主要客群為台灣企業客戶，遠傳可協助客戶發展本地應用外，亦可協助製造業發展其產品之國際聯網應用。因應國際聯網應用需求攀升趨勢，遠傳亦將協助跨國企業於台灣推展其產品之聯網應用

未來規劃

短期業務發展計劃

持續優化基礎電信建設，以專業的電信基礎整合物聯網、AI、大數據應用，提供政府單位及大型企業專業且客製彈性的全方位解決方案，包括 NB-IoT 在各產業領域聯網應用，更完整的資安智能化，多元化的雲端服務；此外也提供中小企業一站式雲端數位化工具，滿足企業轉型及服務科技化之所需。

長期業務發展計劃

以專業的 ICT 能力及豐富的客製化經驗，同時持續投入創新應用人才培育及技術的開發，帶動台灣產業在物聯網時代的轉型與創新，整合雲端、物聯網、大數據及 AI 等創新應用，落實「AI 產業化、產業 AI 化」的目的，以協助國內產業及企業蛻變升級，並加速邁入 AI 的實際運用迎向 5G 時代。

發展遠景之有利、不利因素與因應對策

- |      |   |
|------|---|
| 有利因素 | · 長期深耕企業客戶，擁有基礎電信客戶群，有利於推廣 ICT 整合增值服務；另一方面，可透過全省門市通路銷售企業相關服務及產品                                 |
|      | · 近幾年電信市場呈現飽和，各業者亦爭相跟進積極發展及提供企業客戶資通訊整合服務  |
| 不利因素 |   |
| 因應對策 | · 善用豐富產業銷售經驗，積極發展依不同產業特性所需之行動應用、物聯網 (IoT, Internet of Things)、雲端運算、大數據、資訊安全、人工智慧等解決方案，滿足不同客層及族群 |
|      | · 與國際大型電信業者合作，提供國際企業在地化的專業服務，邁向全方位的「資通訊整合服務的解決方案提供者 (ICT Service Provider)」，協助客戶成功邁向全方位數位轉型。    |

### 3.3 遠傳大人物創新佈局

根據國際數據資訊 (International Data Corporation, IDC) 發布 2019 年台灣 ICT (Information and Communication Technology) 市場十大趨勢，預測 2019 年將是「重塑創新的競賽 (Race to Reinvent for Multiplied Innovation)」關鍵年，企業必須加快數位轉型步伐，若無法加速進行數位創新與技術應用，2022 年將失去三分之二的市場機會。面對高度競爭與挑戰，遠傳以成為客戶的數位生活最佳伙伴為使命，憑藉卓越的行動通訊技術、大數據分析、人工智慧與物聯網等專長，與各界企業夥伴跨界合作，攜手在不同領域打造前瞻的應用技術，致力推動多樣性 ICT 創新服務。

遠傳已啟動 2020 年數位化轉型計畫，佈局「遠傳大人物」應用，配合政府推動的智慧城市實現自駕場域，並進一步地展示智慧運輸或智慧城市 5G 新應用服務，帶動台灣數位轉型。2020 年遠傳數位人才的比例希望提升至 30%，企業和數位服務營收目標成長至 35%。希冀透過遠傳的核心技術與能力，以大數據提升用戶網路體驗，並應用在公共交通規劃，協助政府與企業增加營收並提升效能；透過人工智慧預測網路效能及自動調整，用於智慧網路營運、智慧基站管理，並與策略夥伴結盟，培養技術與人才；推動物聯網價值鏈向上升級，促進國內物聯網產業發展，期望先由內部體現價值，同時將技術能力與創新應用對外推廣，協助消費者、企業及各領域合作夥伴形塑智慧生活、智慧商務、智慧城市的願景。




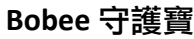

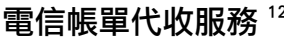


### 數位創新策略



### 3.3.1 智慧生活

遠傳旗下數位品牌 friDay 堅持創意與創新，立志成為消費者數位生活的最佳夥伴，從食衣住行到育樂，360 度為消費者打造全方位智慧數位服務，讓台灣民眾生活更為數位化、行動化。2018 年遠傳電信除持續為消費者提供優質數位娛樂、線上購物服務外，新推出智慧音箱產品，為消費者帶來新的智慧生活應用，並可搭配智慧家庭連網設備，實現更多智慧家庭服務。

	2018 年用戶數／下載次數 <sup>9</sup>	2018 年營收成長率	2019 年預計營收成長率
 <p>friDay 影音是國內付費會員人數與內容品質領先的線上影音串流服務，且連續六年成為金馬獎官方指定獨家線上直播平台，平均觀看人次均突破百萬。2018 年 friDay 影音持續投資電影發行，強化垂直整合，打破線上與線下藩籬，並與地方有線電視系統業者合作，進入家庭娛樂市場。friDay 影音將持續透過策略合作，進入經典賽事、內容產業、電影產業和音樂巡演等迅速發展的市場，共創未來開拓廣泛業務的新契機。</p>	200 萬	25%	50%
 <p>friDay 購物以消費者立場為出發推出超值優惠方案，除與知名社群平台 LINE 合作，為消費者提供價格更實惠的服務與產品外，另新推出站內消費回饋機制 f 幣。消費者除可透過 f 幣獲得消費回饋外，搭配新設計之金卡會員計畫，優惠更能大幅增加。</p>	74 萬	- <sup>10</sup>	-
 <p>friDay 音樂擁有超過 300 萬首最新最熱門的歌曲，會員數持續成長，透過數據分析推出不同歌單主題，讓消費者隨時有音樂陪伴。同時開始支援 Apple Watch，並內建於遠傳愛講智慧音箱，讓用戶能在家輕鬆聆聽好音樂。秉持推廣在地音樂的精神，friDay 音樂支持華人流行音樂創新及創作，2018 年亦持續贊助華人圈重量級的音樂盛事「hito 流行音樂獎」。</p>	130 萬	30%	15%
 <p>BoBee 守護寶是由遠傳電信開發的定位裝置，是市面上唯一電力可支援緊急救援黃金 72 小時的定位裝置。透過專利雙頻（基地台 +GPS）定位技術，為有失智老人的家庭、擔心孩童走失的父母，甚至是愛護寵物的飼主，提供了全天不間斷的安心守護服務。</p>	1 萬	200%	100%
 <p>愛講智慧音箱內建智慧語音助理，對台灣標準國語語音語意進行在地化，只要動口就能啟動多項智慧生活應用服務，包括 friDay 音樂、天氣預報、空氣品質、在地廣播、有聲書及叫計程車等。同時可串聯智慧家庭連網設備，以語音控制家用電器，實現更多智慧家庭服務。</p>	2.5 萬	- <sup>11</sup>	320%
 <p>遠傳是全台第一家擁有 Android &amp; iOS 雙系統電信帳單代收 (Direct Carrier Billing, DCB) 的業者，每人平均消費金額及消費次數均逐漸升高。2018 年遠傳再度領先全台，獨家推出 Microsoft Store 電信帳單代收服務，一站式商店的服務讓用戶可直接取得免費及付費應用程式。此外，遠傳電信帳單亦可代收全台 11 縣市停車費。</p>	141 萬	5%	10%

<sup>9</sup> 2018 年用戶數 / 下載次數各服務的定義為：付費用戶數 - Bobee 守護寶、問問智慧音箱，實際下載 App 使用者數 - friDay 影音及 friDay 音樂，活躍用戶數 - 電信帳單支付，互動會員數 - friDay 購物。

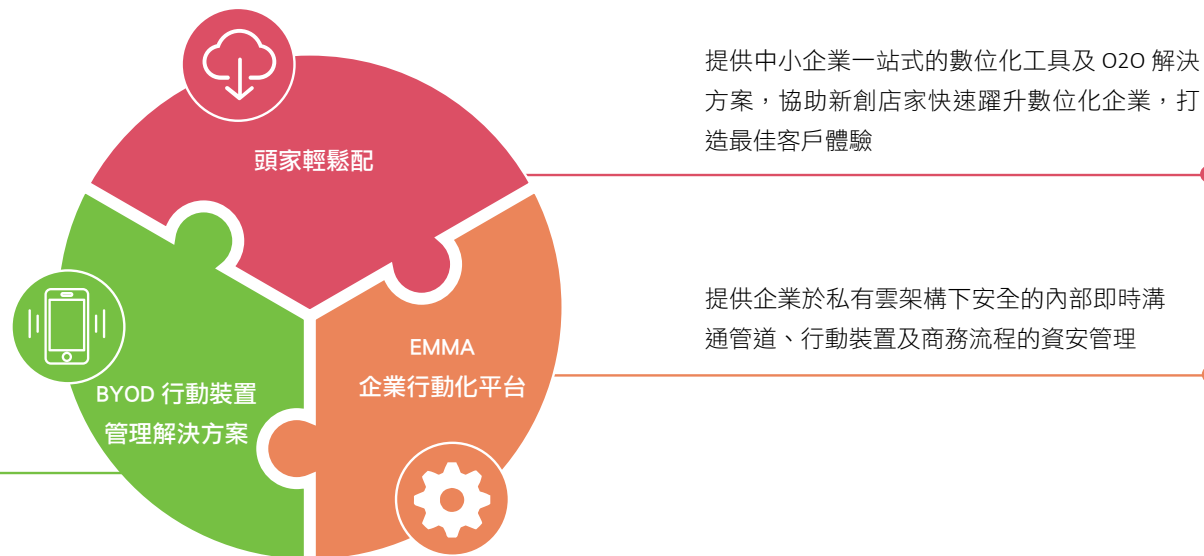
<sup>10</sup> friDay 購物策略調整，營運目標主要指標由營收更改為獲利，低毛利產品與服務銷量因而調降

<sup>11</sup> 新產品無營收成長率比較

<sup>12</sup> Direct Carrier Billing, DCB

### 3.3.2 智慧商務

針對企業用戶，遠傳秉持「客戶服務導向」理念，依據各產業不同特性及其對資通服務的不同需求，提供一站式（One-Stop Shopping）的資通訊整合方案（ICT Integration Solution）。未來將持續透過 5G、物聯網、大數據、私有雲、雲端網路管理及儲存等技術，提供企業在資訊安全、資料中心建置、雲端整合及行動應用等面向之商務服務，引領企業客戶邁向全面行動化。



#### 頭家輕鬆配

台灣中小企業蓬勃發展，已占整體就業市場 78% 的高比率。為協助台灣中小企業數位轉型，遠傳推出「頭家輕鬆配」一站式的數位化工具及 O2O 解決方案，提供中小企創業與數位營運必備的所有工具，協助新創店家快速躍升數位化企業，打造最佳客戶體驗。



#### EMMA 企業行動化平台

遠傳電信致力於行動化與物聯網解決方案的創新，EMMA（Enterprise Mobility Messaging Assistant）於 2015 年由企業即時通訊平台轉型為企業行動化平台，提供企業於私有雲架構下安全無虞的內部即時溝通管道，並結合國際大廠 MobileIron 提供行動裝置端及各種商務流程的資安防護管理。此外，也運用物聯網技術，協助不同產業類型的企業滿足多樣化應用開發需求，目前已有上百家企業導入使用或測試中，並已在此平台上成功開發完成近 30 個企業創新應用。



#### BYOD 行動裝置管理解決方案

行動裝置的普及驅使 BYOD（Bring Your Own Device）浪潮席捲全球。根據 Gartner 統計，目前大多數企業僅規範公司配發的裝置，對於員工自帶裝置少有相應管理措施，促使企業必須在資料保密、員工隱私與使用彈性間，擬定最平衡的解決對策。遠傳提供最適用於企業的 BYOD 行動裝置管理解決方案，協助多家製造、零售、金融、壽險、服務、醫療、餐飲企業，針對裝置存取限制、Email/ 簽核系統整合、內部機敏資料存取與管理等需求導入 BYOD 應用，為客戶的資料安全把關，也帶動 BYOD 的營收翻倍的成長佳績。

### 3.3.3 智慧城市

2017 年底遠傳率先啟動國內第一個「NB-IoT 物聯網生態圈」，引爆物聯網成長動能，迄今已有超過 300 家上下游軟硬體領域合作夥伴加入，打造國內最大的物聯網生態圈。遠傳秉持用創新科技解決市政問題的研發精神，結合雲端 IT 技術、大數據蒐集分析、NB-IoT 應用、AI 人工智慧等專業能力，以 5G 創新應用帶動智慧城市蛻變，將智慧城市建置經驗快速延伸至全台各縣市。目前與遠傳電信合作，佈建智慧城市創新應用的縣市包含新北市、台南市、桃園市、嘉義縣、宜蘭縣政府，其中與台南市政府的深度合作，更協助台南市一舉榮獲 2018 年智慧城市論壇（Intelligent Community Forum, ICF）全球七大智慧城市（Top 7）殊榮。



智慧車聯

將追蹤器裝置於汽機車上，並透過 NB-IoT 網路服務，將資料傳回遠傳機房，藉由平台即時監控汽機車位置及行駛路徑狀態，達到機車聯網的應用。遠傳瞄準全球車聯網產業鏈，於 2018 年加入 5G 汽車通訊技術聯盟（5G Automotive Association，簡稱 5GAA），成為全台首家加入該聯盟的電信業者。5GAA 集結了世界級的車廠及資通訊領導品牌，共同發展智慧交通運輸服務的終端解決方案。



智慧環境  
偵測

遠傳取得包括宜蘭縣、新北市、台南市等縣市政府環境保護局之空氣品質感測物聯網布建計畫，協助於工業區建置空氣品質感測器，並將空氣品質感測數據資料上傳至環保署指定資料平台，進而讓空氣品質資訊公開，以提供加值分析、讓地方環保局掌握空氣污染熱區，加強環境執法稽查，確實改善環境品質。



人潮解析

嘉義縣政府主辦之「2018 台灣燈會」首度應用電信大數據，與遠傳合作，進行台灣燈會活動參觀人數統計和人流偵測，協助嘉義縣政府即時掌握人流資訊，靈活調整活動資源規劃安排。燈會結束後，遠傳大數據分析團隊也透過人潮密集區域及停留時間等數據，分析國內外遊客之興趣偏好，提供嘉義縣政府未來推廣觀光行銷或交通規劃調整的參考。



智慧停車

遠傳為桃園市打造的「NB-IoT 智慧戶外停車資訊系統」，安裝於市區 400 個停車格的地磁儀器偵測停車位，提供桃園市民更即時準確的停車資訊，大幅提升停車位的管理效能與戶外車位周轉率，有效解決車輛壅塞、車流與怠速空汙、及找不到停車位衍生的違停亂象等問題。



智慧路燈

遠傳率先獲得經濟部工業局「亞洲·矽谷試驗場域計畫」遴選參與桃園多個工業園區 NB-IoT 智慧路燈建置，並陸續與台達電、威力工業等多家智慧照明領域領導廠商合作，除了基本智能照明管理外，並提供微基站、微氣象站、數位看板、充電座、人車流監控、緊急報警、太陽能發電等多元加值應用及智慧路燈管理平台。



交通大數據  
創新

遠傳持續使用 Signal Data，研發出遠傳用戶 Physical Footprint 各式資料集，包含客戶足跡、居住地、工作地等，在去識別化處理後進行地理人流相關交通、零售等領域分析。2018 年遠傳成立 TO (Transformation Office)，與 EBU (Enterprise & Carrier Business Unit) 跨部門合作，組成「先進智慧交通服務團隊」，AITS (Advanced Intelligent Transportation Service)，期望以創新跨團隊的任務導向，專注於智慧交通解決方案與數據應用的市場經營與產品服務開發，展現協作績效。目前已有各縣市政府交通局、觀光處、交通部運輸研究所等機關之電信大數據專案實績，並已發展出四項服務：(1) 起迄分佈：分析區域旅次行為特性與範圍目的，作為產官學界交通規劃策略研擬之依據。(2) 路網速率：提供準確、即時道路速率資訊，作為各項交通管理作為之績效評估指標。(3) 行駛路徑：掌握區域交通行為並優化規劃策略，進而輔助交通管理措施。(4) 熱點分析：瞭解人流脈動與交通熱點，提供商業擴點與區位選擇之商機。



亮點專案

#### 獲獎案例「國一暨台 74 匝道及平面聯絡道號誌協控計畫」

遠傳與台中市政府深度合作執行「國一暨台 74 匝道及平面聯絡道號誌協控計畫」，發揮行動通訊技術、IoT 應用與大數據分析專長，導入智慧交通管理系統，針對交通長期嚴重堵塞的台中市大雅交流道周邊，進行智慧化區域適應性號誌控制；結合車流量偵測器、RFID 偵測器、CCTV 監視器等先進智慧交通偵測設備，即時監控區域交通狀況；並利用 LED 資訊顯示板，公告旅行時間和替代道路導引訊息；透過整合多元交通資訊，多管齊下紓解大雅交流道周邊交通壅塞問題。台中市大雅交流道周邊於 2018 年實施為期兩週的系統試運行，旅行時間減少 9.6%、總通過車流量增加 7.6%、替代路徑導引最高可轉移 35% 的車流，效益顯著，成為台灣第一個成功導入每五分鐘更新的「動態區域號誌最佳化系統」應用範例，有效紓解車流擁塞問題、降低人力成本，一舉榮獲交通部「智慧運輸建設計畫評鑑」特優獎肯定。



# Chapter 4

## 公司治理


- 4.1 公司治理架構
- 4.2 永續治理推動
- 4.3 企業誠信經營
- 4.4 營運風險管理
- 4.5 外部參與





## 4 . 公 司 治 理

遠傳自 1997 年成立以來，持續完善公司治理、監督架構以及誠信經營原則，從而建立運作流暢、權責分明的治理體系，以落實責任治理文化，構成促進企業長期獲利、創造價值的基石。

 **對應重大主題**

- 公司治理與誠信
- 政府政策與法規變動因應
- 資訊安全及客戶隱私保護
- 風險管理與急難應變

 **績效數據**



連 4 年 **TOP 5**  
公司治理評鑑  
名列前 5%



連 3 年 **DJSI**  
入選新興市場  
指數成分股



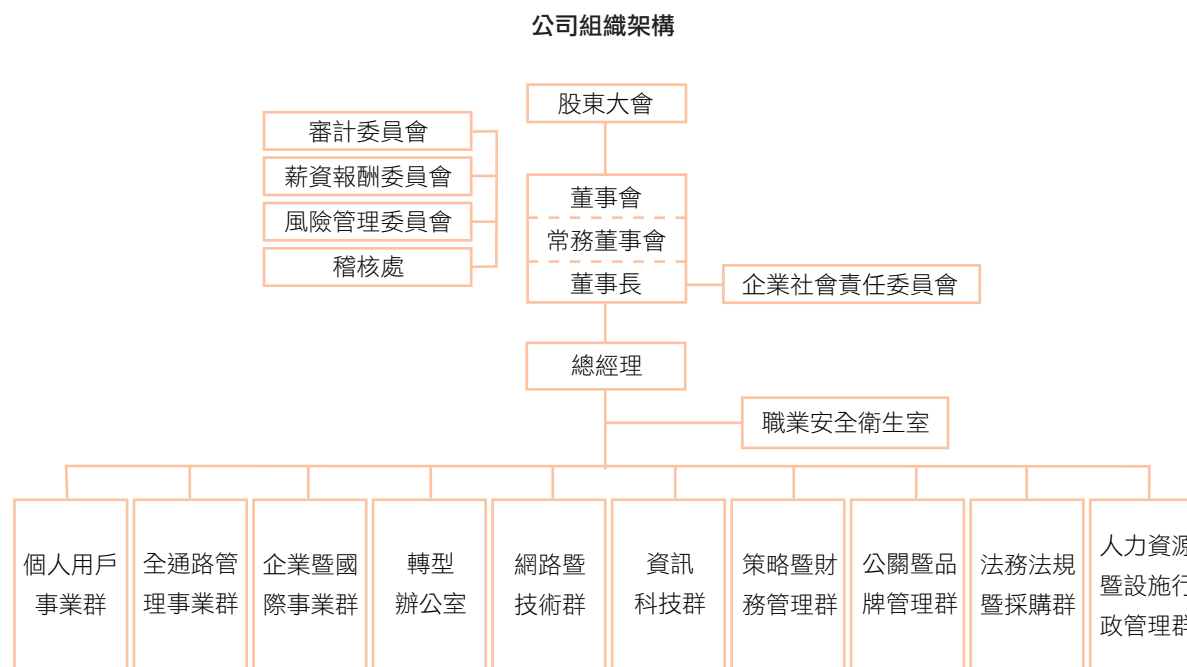
連 8 年 **TOP 1**  
股利配發比例  
超過盈餘的 100%

 **亮點事件**

- 獲國際永續評比機構 RobecoSAM 《2019 永續年鑑》評選為全球電信服務產業組「最佳進步獎」，同時也是全球唯一獲頒此獎的電信業者
- 獲《金融亞洲雜誌》「2018 年亞洲最佳公司」六項大獎，包含台灣最佳管理公司、最佳投資人關係、最佳公司治理、最佳 CFO、最佳 CEO 及 企業社會責任最佳實踐企業
- 獲 2018《遠見雜誌》企業社會責任獎「CSR 大調查－服務業組」楷模獎
- 獲 2018 TCSA 台灣企業永續獎之「透明誠信獎」

## 4.1 公司治理架構

遠傳董事會為公司最高治理層級，具任命與監督經營團隊、監督經營績效、防制利益衝突及確保公司遵循各種法令、公司章程之規定等職責。為有效落實組織管理，遠傳設有「審計委員會」、「薪資報酬委員會」、「風險管理委員會」三個董事會層級的委員會，以及「企業社會責任委員會」，定期向董事會報告其活動和決議。遠傳的組織架構權責亦劃分明確，自總經理下細分為不同事業群。為確保企業運作獨立性與公正性，董事長並未兼任行政職位。現行各單位權責說明請詳見遠傳 2018 年年報。為提供國內、外投資大眾正確且詳實之資訊，遠傳官網投資人服務專區即時更新財務、業務、企業社會責任等相關訊息，且為兼顧國內、外股東及利害關係人取得資訊之便利性，主動於公司年報、議事手冊、公開資訊觀測站、企業社會責任報告書及網站提供中、英文訊息。



### 董事會組成與運作

遠傳第 8 屆董事會共設置董事 11 人，董事任期為三年，任期自 2018 年 6 月 14 日至 2021 年 6 月 13 日止；為落實與強化董事會職能，發揮監督機能，遠傳定期進行董事改選，目前董事會成員平均任期為 11 年。同時，為確保治理獨立性，同時兼顧多元性及利害關係人觀點，董事會組成包含 3 名獨立董事及 1 名女性董事。董事成員提名係經由嚴謹的遴選程序，採候選人提名制，充分讓股東行使其權利，具體提升公司治理成效。獨立董事候選人之獨立性亦需符合「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」的規定，不僅考量專業能力，也非常重視其個人在道德行為及領導上的聲譽。

遠傳延攬擁有國際級豐富經營經驗或學術經驗的董事，以保障董事會多元專業性，仰賴其不同專業領域（電信產業、財務、經濟、科技及公司治理等）提供管理階層專業客觀之意見，以指引公司在經濟、環境和社會等議題的策略方向，做出對公司股東及社會最有利的決策。為保障董事免於因執行職務，而遭受第三人訴訟所引發的個人責任及財務損失，遠傳亦為董事購買董事責任險，降低其執行業務時之責任風險。

職稱	姓名	國籍	性別	主要經歷	目前兼任本公司及其他公司職務
董事長	遠鼎投資(股)公司 代表人：徐旭東	中華民國	男性	遠東新世紀總經理	遠東新世紀、亞洲水泥、遠東百貨、東聯化學、裕民航運、新世紀資通董事長、遠東國際商業銀行副董事長
副董事長	遠鼎投資(股)公司 代表人：徐旭平	中華民國	男性	鼎鼎企業管理顧問(股)公司副總經理	遠東新世紀副董事長、亞洲水泥董事、裕民航運監察人
常務董事	遠鼎投資(股)公司 代表人：楊麟昇 (Jan Nilsson)	瑞典	男性	遠傳電信副董事長、遠傳電信總經理、Satelindo Telecom Indonesia 資深執行副總經理	無
獨立董事	劉遵義 (Lawrence Juen-Yee LAU)	香港 (中國)	男性	台灣第十四屆中央研究院院士、史丹福大學李國鼎經濟發展講座教授、香港中文大學校長、中投國際(香港)有限公司董事長	香港中文大學藍饒富暨藍凱麗經濟學講座教授、香港中國海洋石油有限公司獨立非執行董事、香港友邦保險控股有限公司獨立非執行董事、香港希慎興業有限公司獨立非執行董事、香港特別行政區外匯基金諮詢委員會及其轄下管治委員會主席、貨幣發行委員會及投資委員會之委員、團結香港基金副主席、呂志和獎獎項推薦委員會委員及主席、香港中文大學(深圳)高等金融研究院理事會理事長
獨立董事	潘天佑	中華民國	男性	錦華資訊科技公司董事長兼總經理、凌航科技公司協同創辦人兼總經理、聖約翰科技大學董事	微軟亞洲研究院副院長
獨立董事	劉炯朗	中華民國	男性	臺灣國立清華大學校長暨梅貽琦榮譽講座教授、美國伊利諾大學香檳校區榮譽退休教授	臺灣國立清華大學蒙民偉榮譽講座教授、聯華電子(股)公司董事、台揚科技(股)公司獨立董事、力晶科技(股)公司獨立董事、旺宏電子(股)公司董事、聯亞藥業(股)公司董事、晶心科技(股)公司監察人、智邦科技(股)公司獨立董事
董事	遠鼎(股)公司 代表人：李冠軍	中華民國	男性	遠鼎股份有限公司總經理、遠東新世紀資深副總經理	遠東新世紀、亞洲水泥、裕民航運董事
董事	遠鼎(股)公司 代表人：徐國安 (Jeff Hsu)	美國	男性	在美國曾擔任以下公司之策略及設計顧問：新成立的高科技公司、雀巢、日本電裝汽車、起亞汽車和 Target	遠東集團創新長、裕民航運(股)公司董事暨執行副總經理
董事	裕民航運(股)公司 代表人：村山啓二郎(Keijiro Murayama)	日本	男性	Senior Manager, Smart-life Solutions Department, Smart-life Business Division, NTT DOCOMO, Inc.	Executive Director Asia Business, Global Business Division, NTT DOCOMO, Inc.
董事	亞洲投資(股)公司 代表人：彭芸	中華民國	女性	國家通訊傳播委員會第二屆主任委員、國立政治大學新聞研究所教授	國立政治大學傳播學院兼任教授、銘傳大學傳播學院兼任教授
董事	鼎元國際投資(股)公司 代表人：林暉(Toon Lim)	新加坡	男性	Chief Operating Officer, SingTel Group	Advisor, SingTel Group; Board Director, APT, Satellite, HK

遠傳董事會每季至少召開 1 次會議，會議前皆召開 1 天會前會（Pre-Board Meeting），讓高階主管團隊與董事會能充分事先討論、瞭解董事會會議中將提出或決議之提案，討論內容涵蓋經營策略、營運風險等。另外，各事業群部門亦於每季彙整重要關鍵議題、重大風險及關鍵績效並呈報董事長，如欲投入之重大投資案、重大公益專案、整體節能績效等，確保董事會瞭解公司整體營運情形。

董事會討論任何議案時，均充分考量獨立董事之意見，其若有反對的理由或意見，將列入會議紀錄並發布重大訊息向投資人說明之。2018 年至 2019 年第一季，第八屆董事會共召開 5 次會議，董事會董事親自出席率達 87%，如加計委託出席則出席率達 100%。為確保治理制度之健全與有效運作，遠傳訂有「遠傳電信公司治理實務守則」，並且採行逐案表決及電子投票，在遠傳官網「公司治理」專區揭露全部議案之詳細表決結果，提供股東多元的議事表決管道。

[公司治理專區 - 董事會相關資訊](#)



[公司治理實務守則](#)



## 董事利益迴避原則

遠傳董事會成員皆無與主要供應商交叉持股之情形。為避免最高治理機構的利益衝突，於董事會議事規則第 11 條明定董事應秉持高度自律，對董事會所提議案如涉及董事本身或其代表之法人有利害關係致有損及公司利益之虞時，應自行迴避。董事如有違反迴避事項而加入表決之情形者，其表決權無效。遠傳電信全體董事皆遵守自律原則，進行利益迴避。2018 年間至 2019 年初遵循利益迴避原則情形如下：

公司	董事會會議日期	提案內容	利害關係情形	利益迴避遵循情形
新世紀資通	2018 年 5 月 4 日	擬資金貸與母公司遠傳電信股份有限公司最高不超過新台幣壹佰億元	徐旭東董事長因身兼遠傳之董事長具利害關係	除徐旭東董事長因身兼遠傳之董事長具利害關係，須進行利益迴避而未參與討論及表決外，本討論案經其他出席董事一致無異議通過。
新世紀資通	2018 年 8 月 1 日	獨資設立「旭天能源股份有限公司」	曾董事詩淵因身兼旭天能源股份有限公司之董事長具利害關係	除曾董事詩淵因身兼旭天能源股份有限公司之董事長具利害關係，須進行利益迴避而未參與討論及表決外，本討論案經其他出席董事無異議照案通過承認。
新世紀資通	2018 年 11 月 5 日	參與認購旭天能源股份有限公司現金增資案，金額最高不超過新台幣壹億陸仟萬元	曾董事詩淵因身兼旭天能源股份有限公司之董事長具利害關係	除曾董事詩淵因身兼旭天能源股份有限公司之董事長具利害關係，須進行利益迴避而未參與討論及表決外，本討論案經其他出席董事無異議照案通過承認。

## 董事績效評估機制

### 自我評估

為持續提升董事會運作績效，遠傳設有「董事會績效評估辦法」。每年度終了後由董事會成員填寫「董事會成員自評問卷」，由策略暨財務管理群資金及信用管理處填寫「議事單位評量表」，評估結果由策略暨財務管理群於次年第一季提報董事會報告。2018 年度主要改善項目為「委請外部專業獨立機構執行董事會績效外部評估」，已如期完成。本年度自評整體評估結果為良好，並已提報 2019 年 2 月 20 日第八屆第五次董事會報告。根據本年度自評結果，下年度建議改善項目為「對於新任董事應有適當的就任說明」。

### 董事績效自我評估作業程序

每年

依據法令定期檢討自評問卷及評量表指標之設計

每年底

稽核處（IA）通知董事會成員填寫「董事會成員自評問卷」

策略暨財務管理群資金及信用管理處（S&F）依據年度議事實際執行情況填寫「議事單位評量表」

次年初

策略暨財務管理群（S&F）於次年第一季董事會提報整體評估結果

## 第三方評估

遠傳董事績效評估之實施，規定至少每三年由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行評估 1 次。外部評估之專業獨立機構或專家學者團隊，應符合以下標準：

- 主要為承辦董事會相關教育訓練課程、提升企業治理之機構或管理顧問公司。
- 外部專家學者團隊為董事會事項或公司治理領域之專家學者組成之團隊。

遠傳 2018 年委由安侯企業管理股份有限公司－風險顧問服務部門（以下稱 KPMG）執行 2018 年度董事會效能外部評估，並已於 2019 年 1 月取得報告。整體評估結果介於良好至優異間，並已提報 2019 年 2 月 20 日第八屆第五次董事會報告。KPMG 提出之優化建議包括：1、引入新任董事時舉辦就任座談會或提供公司與董事會／功能委員會職責相關之制度設計與運作情況說明；2、定期提供董事重要資訊彙總、對重大不利事件呈報程序予以優化並納入風險管理機制之風險報告程序中；3、申訴舉報窗口可考慮改採審計委員會，以對內外利害關係人彰顯申訴管道之獨立性及每年調查個別董事進修需求等相關建議，將做為遠傳持續加強董事會效能及董事會成員職能之參考。

### 董事績效第三方評估作業程序



## 董事會成員進修情形

為持續提升董事在永續經營及公司治理上的整體知識，遠傳國內董事均定期參加進修課程，亦安排專家以英文授課方式安排國外董事進修。2018 年國內外董事進修情形如下表所述；此外，公司每半年亦提供公司治理相關法令規定，供全體董事知悉。

主辦單位	課程名稱	進修時數	參與人次
財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	107 年上市公司及未上市 (櫃) 公開發行公司內部人股權交易法律遵循宣導說明會	3	1
社團法人中華公司治理協會	如何有效發揮董事職能，落實公司治理	3	1
社團法人中華公司治理協會	董事會效能評估	3	1
社團法人中華公司治理協會	董事需瞭解的網絡風險議題	18	6
社團法人中華公司治理協會	董監事及重要職員責任保險	24	8
社團法人中華公司治理協會	董監事必上的一堂課 - 企業營運風險大解析	3	1
財團法人台灣金融研訓院	董監事會運作實務與公司治理研習班	21	7

## 審計委員會

遠傳設立「審計委員會」取代監察人，由 3 名獨立董事組成，協助董事會監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度，並協助建立及強化相關制度。審計委員會有權進行任何適當的審核及調查，並且與公司內部稽核人員、簽證會計師皆有直接聯繫之管道。審計委員會每季召開會議，稽核主管及會計師均個別單獨報告稽核業務及財務報表查核結果等事項，2018 年共召開 4 次會議，會後製作成審計委員會議事錄，將重要討論及決議情形通知各董事、總經理、及公司最高階主管，對於執行情形、成效及建議皆已充分溝通。

### 審計委員會溝通政策

	每季 1 次	每年 1 次
參與人	內部稽核主管、獨立董事	會計師、獨立董事
職責說明	遠傳內部稽核處隸屬於董事會，依年度計畫執行稽核作業。會議中就本公司內部稽核執行狀況及內控運作情形提出報告；若遇重大異常事項時得隨時召集會議。此外，稽核主管亦每月提報稽核業務月報予獨立董事。	會計師就本公司財務狀況、海內外子公司財務及整體運作情形及內控查核情形向獨立董事報告，並針對有無重大調整分錄或法令修訂有無影響帳列情形充分溝通；若遇重大異常事項時得隨時召集會議。獨立董事得委任專業會計師審核本公司財務報表，並出具查核意見書報告獨立董事參酌。

## 薪資報酬委員會

「薪資報酬委員會」旨在協助董事會執行與評估公司整體薪酬與福利政策，以及董事及經理人<sup>13</sup>之報酬。遠傳薪資報酬委員會設有 3 名委員，其中 2 位為遠傳獨立董事，符合獨立性之情形已揭露於年報。2018 年共召開 4 次會議。除考量財務績效外，遠傳高階主管及全體員工之薪酬皆與客戶忠誠度連結，每年皆須提報董事會核可，未來將考慮進一步納入環境與社會績效的評估。針對董事和經理人之薪資報酬，薪資報酬委員會亦定期進行檢視評估，並提交董事會討論，以謀公司永續經營與風險控管之平衡。

### 董事酬金給付政策與辦法

給付董事之酬金可分報酬、盈餘分配之酬勞及業務執行費用三類，由薪資報酬委員會及董事會決議辦理，並依法提報每年股東常會報告。董事酬金之分配除參考公司經營績效給付外，亦考量各董事所代表股權、整體績效評估結果、選舉得票情形，以及對公司事務投入心力等因素。業務執行費用則以車馬費為主，係參酌高科技產業之支領標準、經提報董事會決議通過後發放。酬金之發放標準、結構與制度亦會根據未來風險因素彈性調整之，當未來景氣看壞、或公司經營風險提高時，則董事之酬金將隨之調整降低。

	2016 年	2017 年	2018 年
給付董事酬金總額占稅後純益之比例	1.06%	1.12%	1.18%

### 經理人酬金給付政策與辦法

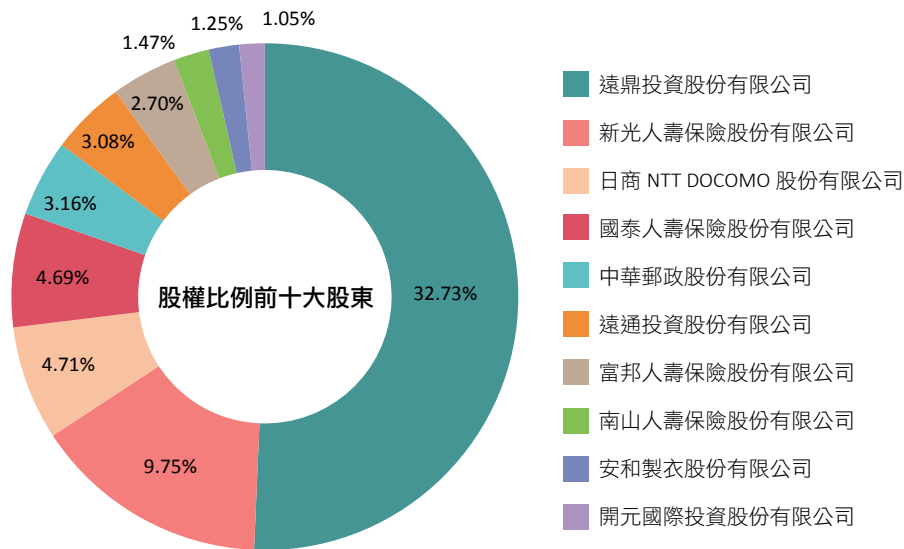
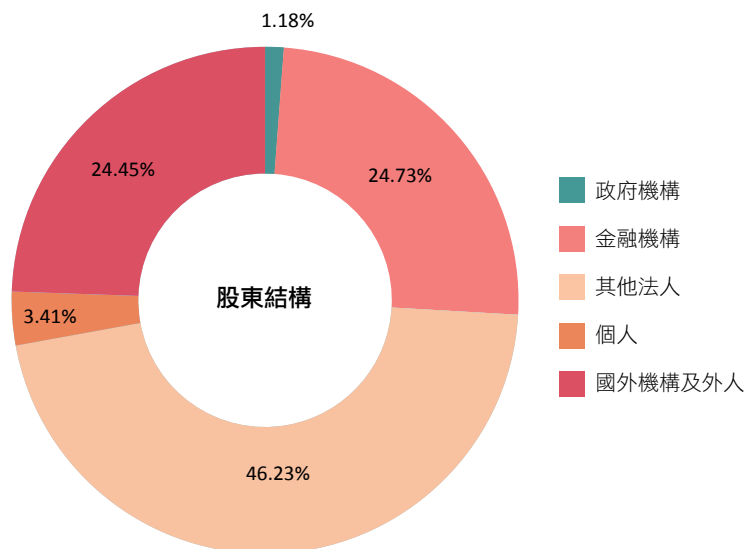
給付經理人之酬金可分為薪資、獎金及特支費，再加計員工酬勞共三類。薪資係依據工作職掌、總體環境及市場水準等因素，訂定足以反映工作績效之報酬；獎金及特支費則以車馬費為主，給予定額汽車補貼、提供租賃汽車或按實際里程數報支三者擇一辦理；員工酬勞則依公司獎金辦法辦理，參考公司財務與非財務營運目標、個人年度業務績效指標與 CSR 績效指標，以及公司經營績效給付，由薪資報酬委員會及董事會決議辦理後報告股東會。經理人之酬金發放標準、結構與制度亦將隨時視實際營運狀況及相關法令變動適時檢討調整之，以不引導經理人為追求酬金從事逾越公司風險之行為為原則。

<sup>13</sup> 經理人係包含總經理、執行副總經理、資深副總經理及副總經理

	2016年	2017年	2018年
給付經理人酬金總額占稅後純益之比例	1.65%	1.59%	1.61%

## 公司股權資訊

截至 2018 年 12 月 31 日止，遠東新世紀股份有限公司及其關係企業直接或間接持有遠傳電信股份為 38.16%，因遠東新世紀公司及其子公司合計取得之董事席次已超過遠傳電信董事會總席次之半數，是以遠東新世紀對公司之財務營運及人事方針具有控制能力，為遠傳電信之最終母公司。2019 年 4 月 20 日遠傳股東結構與前十大股東如下：



[投資人關係專區](#)



## 稅務政策與管理

遠傳秉持誠信理念擬定稅務政策，供本公司及所有子公司做為依循，主要包括規範承諾善盡納稅義務、交易活動考量稅務影響與風險、稅務風險管理機制、支持政府推動促進創新之研究發展與再投資等重大營運活動。本公司為落實稅務管理，於公司內部建立稅務管理機制，並委任專業顧問檢視移轉訂價合理性與提供稅務法令變動資訊，以確保公司於環境與法令變動之中，維持稅務遵循的有效性。2018 年本公司所得稅支付資訊如下表，其中有效稅率與台灣法定稅率（20%）之差異主要為對國內公司投資損失所致。

註：依行政院金融監督管理委員會中華民國 99 年 1 月 15 日金管證券字第 0990002770 號函規定，電信業為大陸地區投資人投資臺灣地區產業持股限額中之禁止投資產業，故大陸地區人民、法人、團體及其他機構無法投資本公司，直接陸資持股比例為零。

遠傳所得稅支付

單位：新台幣仟元

	2017 年	2018 年
年度稅前淨利 (A)	13,162,572	11,869,430
所得稅費用 (B)	2,308,929	2,444,654
繳納所得稅金額	2,125,391	2,124,394
有效稅率 (C)=B/A	17.54%	20.60%
現金稅率	16.15%	17.90%

[稅務政策](#)



4.2 永續治理推動

遠傳根據台灣證券交易所及櫃檯買賣中心訂定之「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」訂定「遠傳電信企業社會責任政策」，作為遠傳企業社會責任政策最高指導原則；於 2011 年成立「遠傳企業社會責任委員會」（以下稱 CSR 委員會），為遠傳永續治理及策略規劃的最高指導單位，由董事長擔任主任委員、總經理擔任執行長、財務長擔任副執行長，並由高階主管團隊（Executive Management Team, EMT）擔任跨事業群工作小組召集人，統領轄下各事業群之委員代表。CSR 委員會不定期邀請外部專家團隊提供諮詢建議，另設企業社會責任部－公關處為專責單位，確保內部 CSR 相關行動與措施之落實。

CSR 委員會每季定期召開會議，並且每年不定期將相關決策及績效回報董事會，由總經理擔任主持人、高階主管團隊擔任各工作小組召集人，報告當年度行動計畫執行成果，並針對重大性議題進行追蹤與提案討論。2018 年 CSR 委員會共舉行 3 次會議。為持續以國際標竿精進遠傳永續治理表現，遠傳積極參與國際知名永續機構評比如道瓊永續指數（Dow Jones Sustainability Indices, DJSI）、CDP（Carbon Disclosure Project, CDP）問卷。2018 年 KPI 及相關實績請詳「永續發展策略與績效」章節說明。

因應遠傳於 2018 年實施之企業 20 週年內部組織重整，於 2018 年正式核定 2018-2025 永續策略藍圖，以成長力、創新力、關懷力、包容力及綠實力等 5 大發展面向為行動主軸，各事業群共同訂定短、中長期永續發展行動方案與目標，將企業社會責任精神與遠傳日常營運文化結合，深入每一個遠傳人的思維。

企業社會責任委員會架構





## 4.3 企業誠信經營

遠傳透過「[誠信經營守則](#)」及「[道德行為準則](#)」落實企業誠信經營。為確保公司治理透明度，遠傳於官方網站、年報、公開說明書及公開資訊觀測站揭露相關資訊，並經由新進人員訓練與內部網站向所有員工進行宣導與佈達，「正直誠信」亦是員工績效考核制度的核心職能評核項目之一。於組織外部治理，遠傳在對外商業文件如「供應商資料表」中設有「誠信經營守則同意書」，要求利害關係人遵守並尊重遠傳的道德及誠信標準；遠傳依據「遠傳電信股份有限公司董事會議事規則」規定，相關捐助必須經過董事會同意。

### 法規遵循

遠傳恪遵主管機關公司治理與誠信經營、環境保護及勞工人權等相關法令，落實組織內之法規教育。2018 年遠傳於每季董事會寄發議事錄時，對董事會成員進行 4 次法規宣導；並以內部網站最新消息對員工進行法規佈達。遠傳與全虹於 2018 年未有違反反賄賂、反競爭政策之情事，亦未有誠信相關違規案件產生。

因應匯流相關法律草案之訂定以及政府預定之 2020 年 5G 釋照作業，以及遠傳有關智慧城市、物聯網、電子身分識別、OTT 音樂 / 影音、行動支付、電子商務等屬「大人物（大數據、人工智慧、物聯網）」新興服務之推動，我們持續與相關主管機關溝通，促使管制及釋照能朝向維護產業發展、促進公平競爭及增加業務彈性之方向鬆綁及規劃，藉由除弊興利、降低營運成本、維護市場公平競爭與提供消費者更優質服務等目標之達成，朝向有利產業匯流及 5G 超高速寬頻環境之趨勢發展。而針對政府 DIGI+ 重要政策及相關目標，如：高速寬頻服務 KPI、完成數位匯流法規修訂，及完成法規沙盒機制建構，遠傳將持續優化網路建設與覆蓋率以提高消費者對公司服務之肯定。

### 誠信經營守則

「遠傳電信股份有限公司誠信經營守則」規範董事、經理人、受僱人、受任人或具有實質控制能力，適用於子公司、直接或間接捐助基金累計超過 50% 之財團法人及其他具有實質控制能力之機構或法人等組織；我們恪守誠信經營守則各項規範，禁止任何不誠信行為；2018 年無政治獻金相關支出。持續對反貪腐、誠信經營及相關議題之宣導，除了新進同仁須接受相關訓練外，亦在日常工作中以內部網站向全體員工佈達與安排相關訓練課程，全虹亦對齊遠傳「從業道德規範」制訂「員工行為規範管理辦法」，透過相關核心職能課程以及法務案例強力宣導，並輔以日常內控機制予以監控管理，2018 年遠傳與全虹無任何違反誠信經營守則事件。

### 道德行為準則

為導引本公司董事、經理人、受僱人及受任人之行為符合道德標準，遠傳於內設有「遠傳電信股份有限公司道德行為準則」，明訂公司董事、經理人、受僱人、受任人之道德行為規範。道德行為準則規範面向包含防止利益衝突、不得圖私己利、公司及客戶資料保密、公平交易等，另訂有從業道德規範、員工接受餽贈或招待準則、員工申告書等，規範員工受雇期間之相關權利義務。

### 申訴管道

遠傳建立檢舉違反誠信經營與道德行為準則之信箱供公司內外部人員反應意見或檢舉違規事宜。遠傳電信員工可在內部網站中依據「違反誠信經營舉報管理辦法」反應意見或檢舉違規事宜，受理單位於接獲反應後將會立即進行瞭解，並視需要展開調查；全虹於內亦設有「我有話要說信箱」，供員工反應意見或檢舉違規事宜，2018 年無違反誠信經營守則之申訴案件。

- > 稽核處信箱：[ia@fareastone.com.tw](mailto:ia@fareastone.com.tw)
- > 吹哨者內部舉報信箱：[whistle\\_blower@fareastone.com.tw](mailto:whistle_blower@fareastone.com.tw)
- > 採購供應商管理組客訴信箱：[http://www.ecome.com.tw/A00BG/ABG\\_Index.aspx](http://www.ecome.com.tw/A00BG/ABG_Index.aspx) 請點選「[聯絡我們](#)」
- > 全虹員工可透過「我有話要說信箱」，反應意見或檢舉違規事宜

## 4.4 營運風險管理

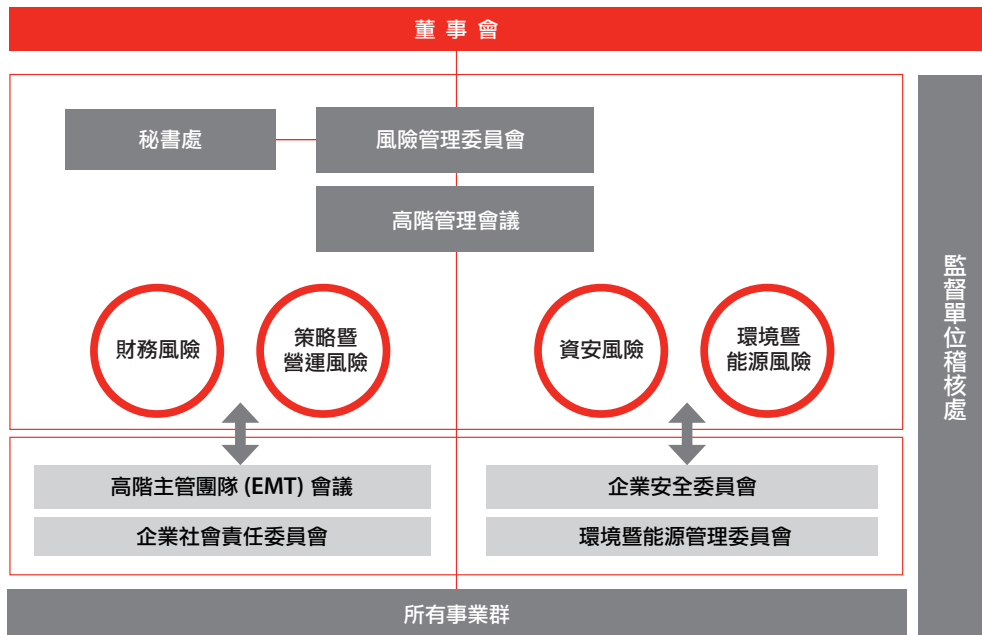
### 風險管理

遠傳的整體風險管理以保護公司資產、降低事業損害、增進事業利益及確保事業永續經營為最高宗旨。為更健全管理架構，2018年11月於遠傳董事會通過，進一步調整風險管理組織，提升風險管理委員會層級，由董事會委任獨立董事組成，針對財務、策略暨營運、資訊安全、環境暨能源等風險，以更全面的角度及範疇，透過不同層級組織與職責的運作，落實企業風險管理。在管理制度上，遠傳參考國際標準「ISO 31000 風險管理系統原則及指導綱要」之架構，依循 P-D-C-A 模式制定「風險管理政策」，經董事會核准通過後，作為所有事業群落實管理之指導原則與依循，以快速因應經營環境變化，確保有效的風險管理。

董事會為風險管理之最高決策單位，核定政策架構並監督有效運作。風險管理委員會審查風險胃納、容忍度及重大風險議題之管理報告。高階管理團隊管理公司整體風險，並推動建立風險管理文化。所有事業群負責其相關之風險辨識、分析、管理與報告，並採取必要之因應對策。稽核處則擔任監督單位，覆核風險、並提報稽核結果予董事會。透過所有事業群、高階管理團隊、風險管理委員會及董事會、稽核處等多重防線的機制設計與運作，兼具風險管控、監督、及風險回應的彈性，確保及時掌控風險、快速因應、實質管理，達成企業策略目標。

2018年風險管理委員會共召開2次會議、企業安全委員會共召開4次會議，主要討論重點包含全球主要風險威脅與趨勢分析，相關法規檢視如 GDPR，高風險議題鑑別，因應對策與強化方案等。各單位並規劃執行、完成多項專案計劃，包含人員之風險管理與安全意識宣導、網路攻擊防護強化、實體安全管理強化、資訊安全測試、營運持續計劃演練等，持續提昇整體營運安全。

風險管理委員會架構



### 財務風險管理

由策略及財務管理群負責，適時觀察國內外金融市場情勢變化，評估利率、匯率與通貨膨脹的變動風險對公司損益、投資規劃之影響，並制定相關管理程序，針對利率或匯率曝險部位採取適當管理與避險措施。有關利率與匯率變動對本公司損益造成影響之敏感性分析，可參考遠傳年度財務報告書之說明。

### 策略暨營運風險管理

遠傳整體策略方向由高階管理團隊於每年策略發展會議制定，各事業群隨即展開個別策略方向與營運目標。針對公司整體策略之管理，由相關負責單位於每季召開之策略會議進行報告，檢視其執行成效，並考量內外環境變動、產業動態、及相關風險狀況進行調整；各事業群則透過每月營運管理會議，檢視其策略推動績效以及目標達成狀況，並依據法規動態、競爭環境、內外部利害關係人意見等，訂定因應方案。

### 資安風險管理

由「企業安全委員會」及「安全維運委員會」考量法規要求、個資保護、風險管理以及危機管理等構面，制定安全政策及架構，內容包含營運資訊安全、技術安全、實體安全以及人員安全之管理，並於內部網站成立資訊安全專區進行宣導。遠傳每年進行資安風險評鑑，辨識網路攻擊、系統障礙等高風險議題，以結合年度作業計劃，採行避免、降低、轉移等應對處理方式，降低相關風險。關於 2018 年遠傳資安宣導執行成果，請參考「5.3.3 客戶隱私保護」章節。

### 環境暨能源風險管理

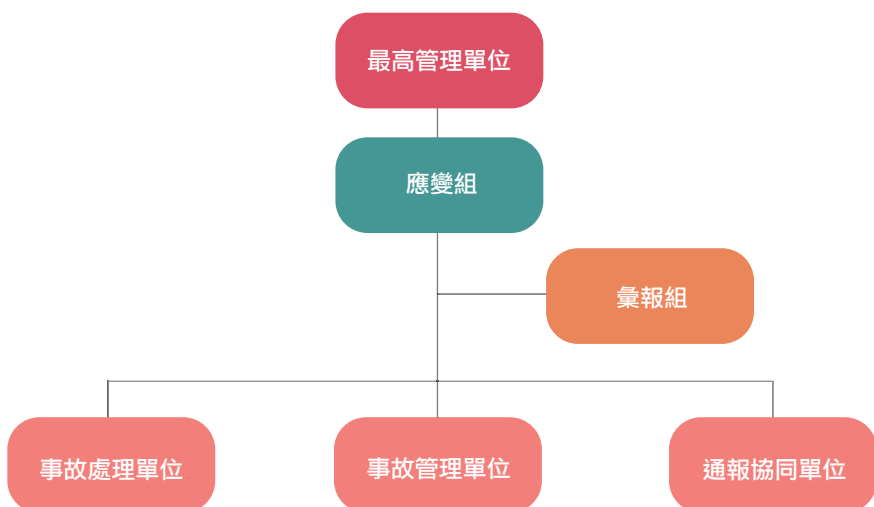
由跨部門「環境暨能源管理委員會」負責鑑別相關風險與管理，並每季召開會議，確保跨部門之間相互合作，以及 ISO14001、ISO50001 等環境與能源管理系統持續有效。2018 年遠傳依據氣候變遷相關財務揭露指引文件（TCFD 指引）框架，盤點關鍵環境及能源風險及遠傳管理現況，相關內容詳見「6.1.2 氣候策略」章節。

### 遠傳緊急應變管理

營運持續應變管理組織之最高管理單位為高階管理團隊，當有緊急狀況或重大事故發生，彙報組將彙整事故管理單位及通報協同單位資訊，提供應變組判定是否啟動緊急應變程序，相關單位協同應變處理、向最高管理單位呈報、並加強對內外部利害關係人之溝通，以將風險狀況對客戶及公司之可能影響與衝擊降至最低。

營運持續應變管理組織於 2018 年共召開 8 場會議，處理包括地震、風災及門市、客服、技術、營運支援等跨單位重大事故，透過公司前線與後端各單位即時溝通與回應，將事故對客戶及營運之影響降至最低。

營運持續應變管理架構



## 4.5 外部參與

遠傳密切關注國內外產業最新動態，並積極參加電信業及企業社會責任相關公協會組織，確保公司治理能夠有效呼應國內外重要倡議及行動，以及同業最新發展動態，提升企業競爭力並協助促進產業整體發展。遠傳 2018 年參與產業公協會組織所繳交之會費共計 8,592,516 元，於下表僅摘錄加入之重要或占有席位之公協會進行說明。

	2016 年	2017 年	2018 年
參與電信業公協會組織之投入金額（仟元）	9,967	9,709	8,592
於總營收占比	0.01%	0.01%	0.01%

公協會名稱	協會性質	年度投入金額（仟元）
台灣電信產業發展協會	產業發展	8,000
台灣智慧航空城產業聯盟	產業發展	100
台灣通訊學會	學術研究	100
台灣區電機電子工業同業公會	產業發展	100
社團法人中華民國企業永續發展協會	永續倡議	60

# Chapter 5

## 利害關係人管理










- 5.1 關鍵利害關係人溝通
- 5.2 員工管理
- 5.3 客戶關係管理
- 5.4 供應商管理









## 5. 利害關係人管理

### 5.1 關鍵利害關係人溝通

遠傳高度重視與不同利害關係人的溝通與合作，為確實掌握內、外部利害關係人的管理熱點，我們依據 AA1000SES 利害關係人議合原則（AA1000 Stakeholder Engagement Standard）鑑別出 9 大類與營運攸關的關鍵利害關係人，並盤點內部溝通管道，確保我們於日常營運中確實回應利害關係人的不同訴求與期待。此外，我們亦於官方網站建立[利害關係人問卷調查](#)及[專門溝通管道](#)，以取得更多意見回饋。

利害關係人	重點溝通策略與因應	關心議題
 消費者	透明溝通，聆聽每一位客戶的需求，提供有溫度的服務，創造完美的客戶體驗	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 通訊品質與基礎建設</li> <li>· 資訊安全及客戶隱私保護</li> <li>· 品牌形象管理</li> </ul>
 企業客戶	維繫夥伴關係，根據企業特殊管理需求提供客製化解決方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 社會創新</li> <li>· 環境創新</li> </ul>
 投資人／股東	透明揭露遠傳發展策略及重大營運變化，維繫投資人信心	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 經營績效</li> <li>· 創新策略管理</li> <li>· 社會創新</li> <li>· 氣候策略</li> </ul>
 主管機關	主動因應政策趨勢，並積極參與政策制定過程	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 通訊品質與基礎建設</li> <li>· 資訊安全及客戶隱私保護</li> <li>· 風險管理與急難應變</li> <li>· 政府政策與法規變動因應</li> </ul>
 員工	提升員工向心力及認同感，培養創新的企業文化，同時貫徹雙向溝通	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 經營績效</li> <li>· 人權議題管理</li> </ul>
 供應商／承攬商／開發商	與供應商／承攬商維繫穩定的夥伴關係，並進行供應鏈衝擊管理；與開發商針對產品或服務共同開發創新	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 經營績效</li> <li>· 創新策略管理</li> <li>· 公司治理與誠信</li> </ul>
 社會公益團體／NGO	維繫夥伴關係，共同推展社會公益計畫，創造遠傳的社會價值	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 社區關懷及公益投入</li> <li>· 氣候策略</li> </ul>
 媒體	針對重大事件或議題積極表達公司立場，透明溝通，同時建立正面企業形象	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 經營績效</li> <li>· 公司治理與誠信</li> </ul>
 同業	維持競合關係，針對重大產業議題共同協商討論	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 政府政策與法規變動因應</li> <li>· 經營績效</li> </ul>

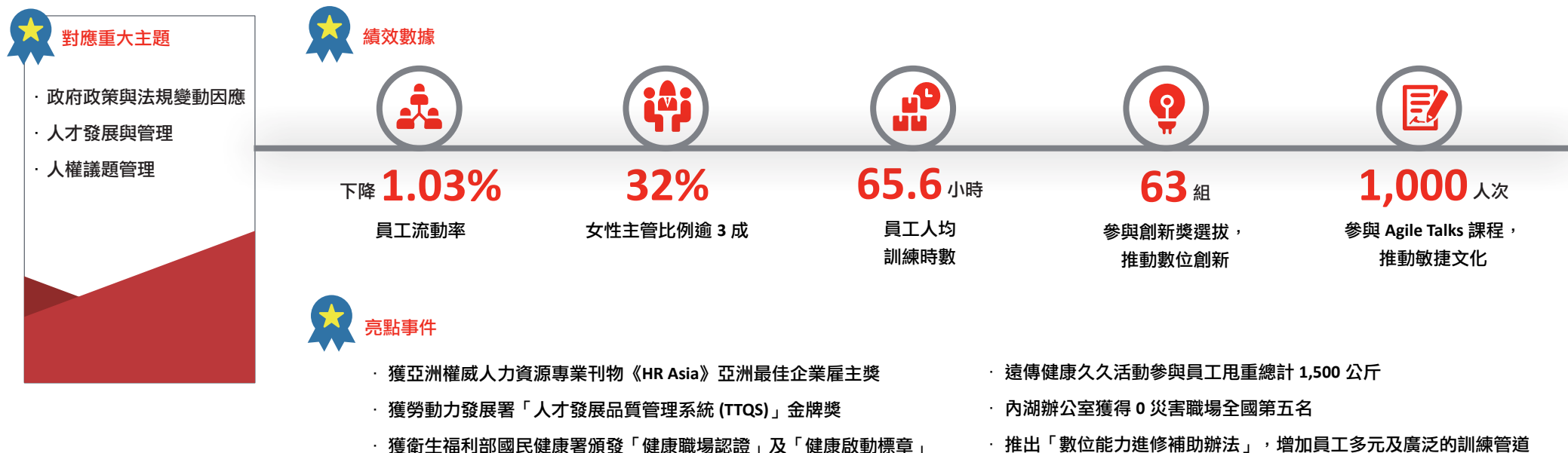
## 2018 年利害關係人溝通績效

利害關係人	回應與溝通管道	2018 年溝通績效
 員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 教育訓練</li> <li>· 年度績效考核</li> <li>· 每季主管雙向溝通會議</li> <li>· 不定期員工滿意度調查</li> <li>· 員工申訴信箱</li> <li>· 每季神燈會議</li> <li>· 年度員工大會</li> <li>· 聯合職工福利委員會</li> <li>· 遠傳快報</li> <li>· 遠傳內部網站／遠傳最新消息</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 透過遠傳快報 / 內部網站，將年度員工產品優惠、員工福利政策、作業流程文件、頁面改版資訊等公告全體員工</li> <li>· 員工教育訓練共辦理 3,373 班次，人均訓練時數達 65.62 小時</li> <li>· 接受年度績效考核的員工比例達 100%</li> <li>· 遠傳接獲同仁反應建議共 29 件、申訴信箱個案共 12 件；全虹接獲同仁申訴個案共 2 件</li> <li>· 詳細溝通績效詳見本報告書「5.2 員工管理」章節</li> </ul>
 消費者／一般客戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 門市面對面溝通</li> <li>· 客戶六大申訴管道（公文、協調會、客服專線、FETnet 網站、行動客服 APP、客服即時通）</li> <li>· 客戶滿意度調查</li> <li>· 產品說明會與品牌活動</li> <li>· 使用者行為研究／調查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 客戶忠誠度指標及 NPS 客戶淨推薦率最優等級 A</li> <li>· 門市服務整體滿意度 4.71、門市維修整體滿意度 4.66 (滿分為 5)</li> <li>· 電話客服中心整體滿意度達 93.1%</li> <li>· 截至 2018 年底 LINE 帳號有效好友數達 765 萬人、Facebook 粉絲數達 56 萬人</li> <li>· 詳細溝通績效詳見本報告書「5.3 客戶關係管理」章節</li> </ul>
 企業客戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 業務拜訪</li> <li>· 電話客服中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 電話客服中心處理通數 1,050,367 通</li> <li>· 詳細溝通績效詳見本報告書「5.3 客戶關係管理」章節</li> </ul>
 主管機關	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 國家通訊傳播委員會（NCC）業務會議與行政訪查</li> <li>· 不定期公平會案件調查</li> <li>· 不定期公文</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 參與 NCC 業務會議 170 次、啟動行政訪查 15 件，NCC 認定有 1 件業務違規情形，詳情請見「5.2.4 人權與職場安全」中對「499 吃到飽限時優惠方案」事件說明與回應。</li> <li>· 公平會啟動調查案件共 3 件，皆已結案無違反公平法</li> <li>· 不定期公文 151 件</li> </ul>
 供應商／承攬商／開發商	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 供應商企業社會責任自主聲明書</li> <li>· 供應商企業社會責任準則</li> <li>· 誠信經營守則</li> <li>· 採購滿意度調查</li> <li>· 開發商大會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 「供應商企業社會責任自主聲明書」關鍵一階供應商簽署率達 97%、新供應商達 100%</li> <li>· 以供應商管理作為、供應商 CSR 風險評鑑、辦公室節能環保及供應商行為準則四大方向進行訓練，共有 215 家次供應商完成，占總採購金額 90.2%</li> <li>· 各項採購滿意度平均高於 90%</li> <li>· 詳細溝通績效詳見本報告書「5.4 供應商管理」章節</li> </ul>
 股東／投資人	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 年度股東會</li> <li>· 投資人相關會議</li> <li>· 不定期專責單位溝通</li> <li>· 網站設投資人專區</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 舉辦 1 次股東常會</li> <li>· 舉辦 4 次全球法人電話說明會，投資人直接與高階管理者溝通</li> <li>· 由專責單位參加國內外面對面法人會議，與投資人溝通</li> <li>· 於官網按月發佈共 12 次自結營收、獲利及營運統計數據</li> </ul>

利害關係人	回應與溝通管道	2018 年溝通績效
 同業	<ul style="list-style-type: none"> <li>參與產業相關協會，不定期進行交流與溝通</li> <li>競業／市場調查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>共計參加 112 次會議，包含會務推展會議 71 次，另有基地台小組會議 41 次</li> <li>詳細溝通績效詳見本報告書「6.1.5 基地台環境衝擊管理」章節</li> </ul>
 媒體	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期發布新聞稿／舉辦記者會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>共計舉辦 20 場媒體活動、發布 276 則新聞稿</li> <li>詳細溝通內容請至遠傳官網「最新消息」專區</li> </ul>
 社會公益團體／NGO	<ul style="list-style-type: none"> <li>說明會／研討會／座談會</li> <li>贊助與合作計畫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公益活動總投入經費 \$2,091 萬元</li> <li>共計 352 名志工參與社會公益活動，近三年累計影響 799,391 人次</li> <li>詳細溝通績效詳見本報告書「6.2 創造社會貢獻」章節</li> </ul>

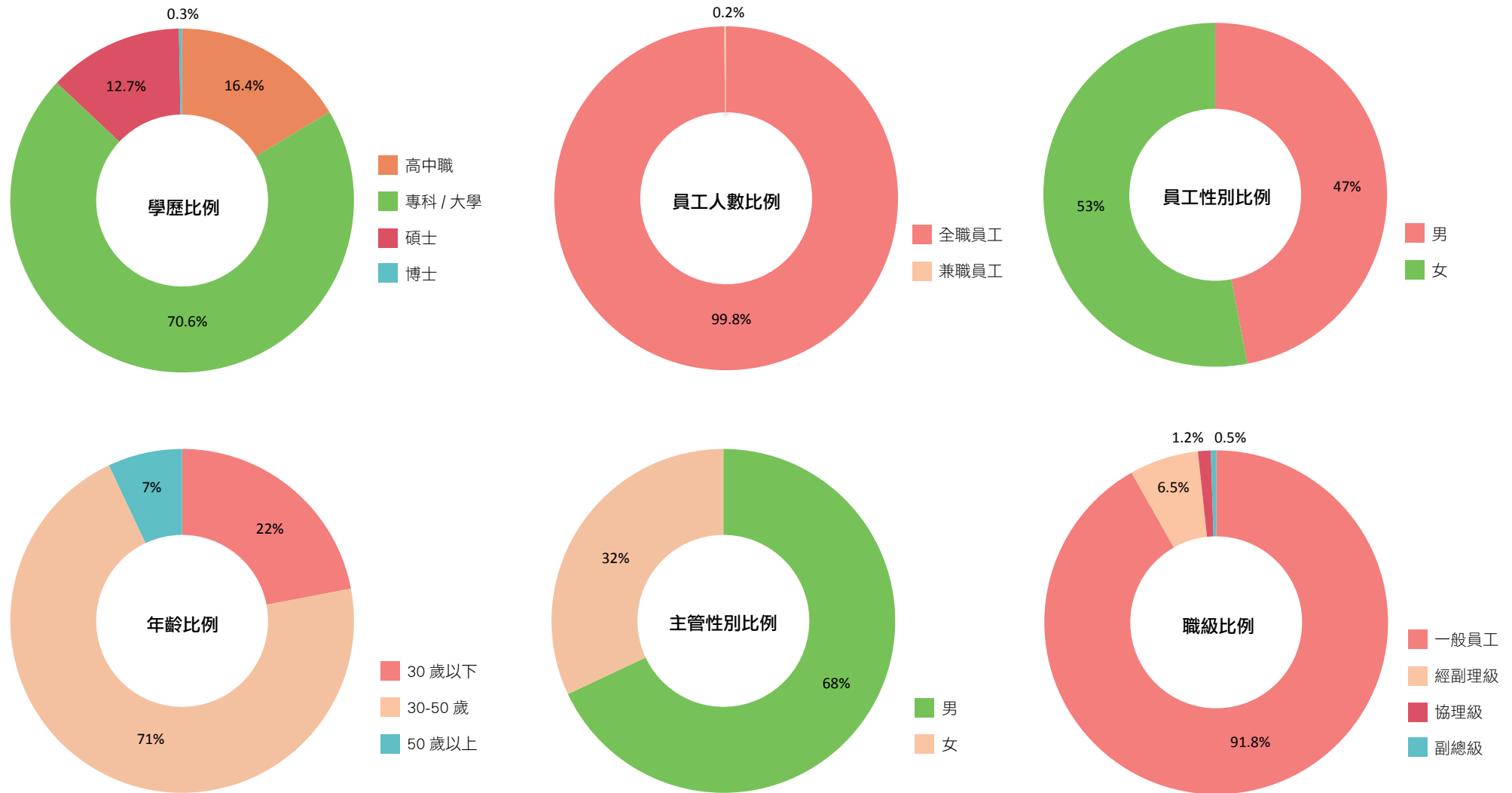
## 5.2 員工管理

良好的勞資關係、人才培育體系及福利政策，有助於凝聚工作成就感與企業認同感，進而提升員工向心力、強化組織生產效率。遠傳以創造幸福職場為目標，提供機會平等、福利良好、多元發展的工作環境，致力成為「員工首選企業」，提升外部人才對成為遠傳人的嚮往。



### 5.2.1 人力資源總覽

遠傳員工結構女性員工占比較男性員工高，分別為 53% 與 47%；其中，女性主管（經副理級以上）於管理階層中占比為 32%。遠傳 99% 以上員工皆為以永久合約聘僱之本國員工。為因應 5G 新世代，遠傳持續招募新科技人才，並進行適當性的人員結構調整計劃，同時全虹因近年手機整體維修量下滑，進行維修站整併與維修人力精實計劃，以維持企業競爭力，故 2018 年員工總數微幅減少為 6,550 位。2018 年度雇用狀況統整如下：





一般員工及管理階層年齡統計

單位：人

	年齡層	男性	占比	女性	占比	合計
一般員工人數	30歲以下	601		819		1,420
	30~50歲	1,918	46%	2,363	54%	4,281
	50歲以上	220		90		310
經副理級人數	30歲以下	0		0		0
	30~50歲	204	66%	120	34%	324
	50歲以上	79		26		105
協理級人數	30歲以下	0		0		0
	30~50歲	25	71%	15	29%	40
	50歲以上	31		8		39
副總級人數	30歲以下	0		0		0
	30~50歲	2	58%	2	42%	4
	50歲以上	16		11		27

員工總數依學歷區分

單位：人

	男性	女性	合計
高中職	359	715	1,074
專科/大學	2,202	2,425	4,627
碩士	522	310	832
博士	13	4	17

員工總數依國籍區分

單位：人

	本國員工	占比	外籍員工	占比	合計
2018	6,543	99.9%	7	0.1%	6,550

員工平均年齡及平均年資統計

	平均年齡 (歲)			平均年資 (年)		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
遠傳電信	39.14	36.42	37.78	9.47	8.64	9.06
全虹 <sup>15</sup>	38	36	37	5	7	6

員工總數依合約別區分<sup>14</sup>

單位：人

永久合約			合約類型 %	臨時合約			合約類型 %
男	女	合計		男	女	合計	
3,084	3,499	6,533	99.8%	12	5	17	0.2%

<sup>14</sup> 此處永久合約同不定期合約，臨時合約同定期契約。依據勞動基準法第九條，定期契約係指臨時性、短期性、季節性及特定性工作；有繼續性工作為不定期契約。遠傳企業僅於台灣地區營運。

<sup>15</sup> 全虹的平均年齡與平均年資統計範圍皆僅為全虹正式員工

## 5.2.2 人才招募與留任

### 年度新進與離職人員統計

因應企業永續發展與電信產業在技術及產品的快速變化，遠傳積極招募具備電信、數位媒體、資安、雲端、人工智慧、物聯網等跨界、跨域、跨業整合服務技術人才，以持續累積創新領域人力資源。同時，為吸引更多有潛力有意願投入資通訊科技產業的人才，遠傳於 2016 年始深耕校園，積極推動產學合作，期間培養數十位科技菁英，在各部門內也逐漸展露頭角，成為遠傳推動轉型的種子。2018 年流動率更較去年度減少 1.03%，展現遠傳留才成效。

#### 新進人員

單位：人

	男性	女性	合計	新進率 <sup>16</sup>
30 歲以下	208	197	405	6.18%
30~50 歲	391	447	838	12.79%
50 歲以上	1	3	4	0.06%
總計	600	647	1,247	19.04%

#### 離職人員

單位：人

	男性	女性	合計	流動率 <sup>17</sup>
30 歲以下	276	379	655	10.00%
30~50 歲	358	425	783	11.95%
50 歲以上	11	8	19	0.29%
總計	645	812	1,457	22.24%

### 員工薪資與福利

遠傳相信平等又良好的薪資與福利條件為留任人才的關鍵因素之一。在薪酬制度方面，遠傳各職務起薪並無男女之別，且所有職務薪資皆高於政府法定基本薪資，各類型職務的女男平均薪資比亦維持平衡。遠傳另提供年終獎金、目標達成獎金、業務獎金及特殊表現獎勵等，表揚表現優異之同仁，期塑造高績效的企業文化。

	遠傳	全虹
基層職級薪資高於法定最低薪資比 <sup>18</sup>	22%	18.2%

<sup>16</sup> 新進率 = 2018 年度新進人員總數 / 2018 年度員工總數 <sup>17</sup> 流動率 = 2018 年度離職人員總數 / 2018 年度員工總數

<sup>18</sup> 台灣 2018 年度之基本薪資 新台幣 \$22,000 元

<sup>19</sup> 全虹的各類型平均薪資比，篩選範圍為 2018 年內完整任職的正式員工（不足 12 個月的員工不列入統計）

#### 非主管職員工薪資 - 遠傳 + 新世紀資通

項目	2017 年	2018 年	年度差異
非擔任主管職務之全時員工人數 ( 人數 )	5,806	5,618	-3.2%
非擔任主管職務之全時員工薪資總額 ( 新台幣仟元 )	4,970,586	4,865,492	-2.1%
非擔任主管職務之全時員工薪資平均數 ( 新台幣仟元 )	856	866	1.2%

#### 非主管職員工薪資 - 全虹

項目	2017 年	2018 年	年度差異
非擔任主管職務之全時員工人數 ( 人數 )	370	337	-8.9%
非擔任主管職務之全時員工薪資總額 ( 新台幣仟元 )	190,926	178,848	-6.3%
非擔任主管職務之全時員工薪資平均數 ( 新台幣仟元 )	516	531	2.8%

#### 員工類型平均薪資比 - 遠傳

基本薪資加薪酬	女：男
技術	1：1.03
業務與客服	1：1.01
行銷與後勤	1：0.98
總計	1：1.02

#### 員工類型平均薪資比 - 全虹<sup>19</sup>

基本薪資加薪酬	女：男
門市 ( 業務 )	1：1.07
維修 ( 技術 )	1：1.15
後勤	1：1.15
物流	1：1.27
總計	1：1.15



在福利政策方面，遠傳所有員工除享基本法定福利外，遠傳更提供優於法令規範的在職員工健檢項目與癌症預防篩檢，2018 年健檢參與率達 100%。為營造工作與生活平衡的幸福職場環境，公司亦特設其他多元福利，並成立職工福利委員會，鼓勵社團活動、國內外員工旅遊；目前遠傳內運動相關社團共計有 27 個，每年提撥至高 120 萬元社團活動補助費用，2018 年共辦理 612 次社團活動，共計 9,604 人次參與。

### 遠傳員工福利項目

- 員工團體保險：包含定期壽險、傷害保險、傷害醫療、住院醫療、癌症等保障項目
- 給薪傷病假：除既定法令保障外，每年享有 5 天優於法定福利之全薪病假
- 退休金：依據《勞動基準法》規範制定，訂有退休辦法，提供員工退休福利
- 員工餐廳：與國泰綜合醫院營養師合作，推出無肉蔬食專案與健康套餐，建立正確飲食習慣
- 手機補助、每月通話費補助
- 在家辦公：依員工工作業務需求，經主管許可後可申請在家工作
- 遠端辦公：依工作屬性不同，例如：業務人員、網路維運工程師，需長時間在外辦公，可隨時隨地辦公
- 彈性工時：設有 3 個彈性上下班時段，工作團隊中如有不同上班時段需求，可經由內部討論提出申請調整工作時間
- 優於法規的產假／陪產假：產假（含產檢假）及陪產假各多於法定天數 1 天，流產假期間薪資照付且不計入病假
- 育嬰假與分娩補助：依法提供育嬰假；無論男女性員工，皆提供分娩補助 1,200 元
- 員工托兒方案：與鄰近公司幼稚園或托兒所合作，提供員工時間彈性、費用優惠的托兒方案
- 哺集乳室：辦公場所均設榮獲各地衛生單位認證與獎項之優質哺（集）乳室



### 2018 年育嬰假統計

單位：人

育嬰假	男性	女性	總計
符合育嬰假申請資格人數 (A)	300	525	825
實際申請人數 (B)	17	140	157
<b>申請率 (B/A)</b>	<b>6%</b>	<b>27%</b>	<b>19%</b>
報告年度待復職人數 (C)	28	189	217
申請復職人數 (D)	13	101	114
<b>復職率 (D/C)</b>	<b>46%</b>	<b>53%</b>	<b>53%</b>
上一年度復職人數 (E)	12	95	107
上一年度復職滿一年人數 (F)	6	82	88
<b>留任率 (F/E)</b>	<b>50%</b>	<b>86%</b>	<b>82%</b>

在退休福利方面，遠傳對正式聘用員工訂有退休辦法，該辦法係依據《勞動基準法》規範制定，退休金之支付根據服務年資及退休前 6 個月平均工資計算，每月按薪資 2% 提撥退休準備金，交由勞工退休準備金監督委員會管理，並以該委員會名義存入台灣銀行帳戶。此外，新制「勞工退休金條例」已於 2005 年 7 月 1 日實施，針對選擇新制之員工，遠傳也依月投保金額 6% 按月提繳勞保局。退休準備金皆足額提列，確保足夠支付符合退休條件同仁的退休金費用。

### 2018 年退休金統計

單位：新台幣仟元

	2016 年	2017 年	2018 年
退休金負債	777,413	743,238	677,745
退休金費用	287,438	317,707	225,043

### 5.2.3 員工訓練與發展



遠傳電信持續提升員工訓練品質，培育員工長期發展能力。我們每年均重新檢視其全面性與合宜性，確保與公司策略及營運目標緊密連結，亦依據組織職能體系與職涯層級建立完整的訓練發展藍圖。除全面性的人才及職涯發展訓練外，遠傳電信針對全體同仁的核心職能進行訓練規劃與安排，讓每位同仁都能規劃個人訓練發展計畫，確保同職級同仁平等享有工作職能受訓及發展的權利，不因性別及偏好而有所差異。另外，遠傳持續透過進修補助鼓勵優秀員工申請國內外大學深造，兼顧公司專業能力培育需求及同仁職涯規劃。針對退休同仁，遠傳亦提供集團內工作媒合機會，並舉辦面試技巧與能力訓練課程，鼓勵退休同仁報名，提升同仁繼續就業能力與生涯規劃輔導。

#### 年度重點專案

##### Agile Way/ 我的敏捷新態度

啟動「Agile Way/ 我的敏捷新態度」，每次會議時間以 30 分鐘為限，落實敏捷會議；運用 EMMA 平台敏捷溝通，有效傳遞內部溝通訊息；舉辦 Agile Talks 課程共計 1,000 人次參與，培養遠傳人敏捷的文化

##### 推動數位能力專業認證

推出數位能力認證補助計畫，以鼓勵同仁精進數位專業能力，取得相關數位能力認證，計 180 位同仁通過 AWS(Amazon Web Services) 認證，38 位同仁完成敏捷開發及敏捷專案管理課程

##### Big Data Analysis Camp

內部培訓 Data 人才，舉辦「Big data analysis camp」，共開班 4 堂（初階班/進階班），於 2018 年已完成 2 堂訓練課程，共 38 人通過考核

##### 菁英人才培育計畫

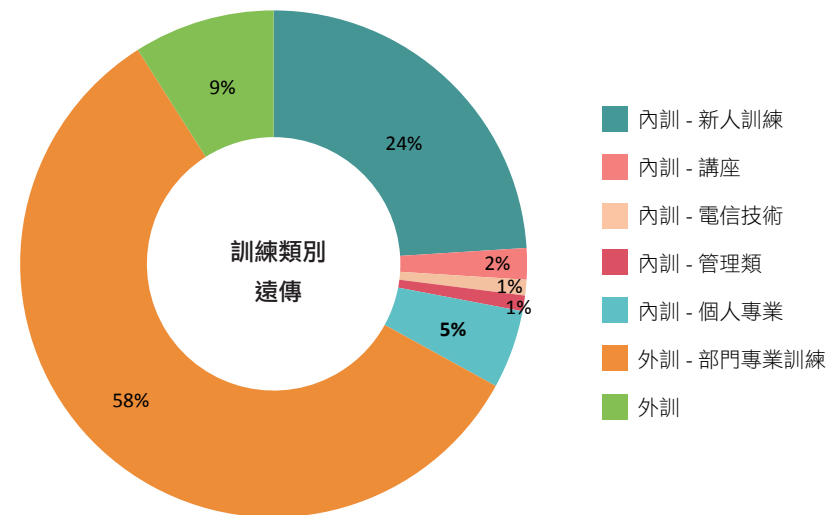
本年度計畫進入第三屆，共計招募 15 位同仁，期望吸引高潛力人才加入遠傳電信，藉由多元發展規劃，培養人才具跨領域、跨專長、跨視野的能力，為公司培育高潛力關鍵人才，同時亦強化遠傳電信的雇主品牌

##### AI 黑客松競賽

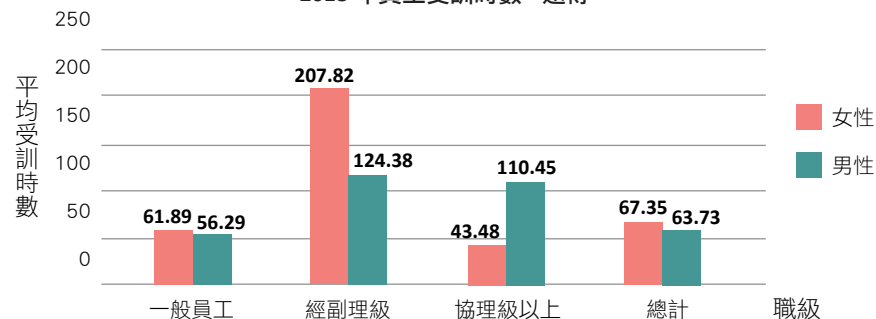
遠傳攜手 AI 領域長期的合作夥伴微軟，舉辦「遠傳 AI 黑客松競賽」，廣召來自遠傳各部門的好手同台競技，運用微軟 Azure 雲端平台開發 AI 創新解決方案，激盪創新火花，促成不同應用場景的 AI 解決方案百花齊放。共計 20 支參賽隊伍，經過 32 位微軟專家三天密集訓練與 72 小時激烈賽程，由相關領域教授、微軟與遠傳專家評選出三名獲獎團隊

### 遠傳教育訓練體系 - 五大訓練項目

人才／職涯發展	新世代菁英計畫 Next Gen Program、Further eTrainee 培訓計畫
核心職能訓練	創意創新、工作管理、客戶為重與經營領導等多元學習資源
個人專業技術訓練	電信技術訓練、部門業務訓練、外部專業訓練
自我發展訓練	人文講座、進修補助、主管對談研討會議、專案性質發展模式
新進人員／主管訓練	誠信道德、資訊安全、勞動安全教育、基礎管理與領導力訓練



2018 年員工受訓時數 - 遠傳



另一方面，遠傳為落實友善便利的學習環境，在 2017 年進行內部三大溝通平台開發與更新，並於 2018 年持續精進相關功能優化與效能的提升，以便捷有效的透過溝通平台與管道，提供多元豐富的內容、創新的應用服務，使同仁樂在工作並持續學習成長，更能有效提升工作與組織效能，讓客戶享受遠傳最驚豔的服務體驗。

在產學合作方面，遠傳電信與各學校相關系所發展多元的合作模式，致力整合校園資源，培育各領域之專業人才，除運用集團資源，推動與元智大學及亞東技術學院產學合作專案外，也持續強化與台灣大學、政治大學、台灣科技大學與中山大學等多所學校合作，於 2018 年共提供了 20 個期間不等的職缺，提供在校學生實習或產學合作專案的機會。

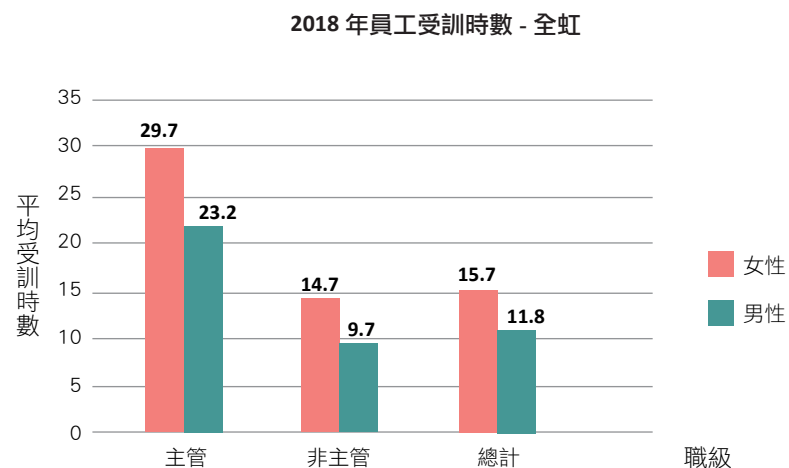
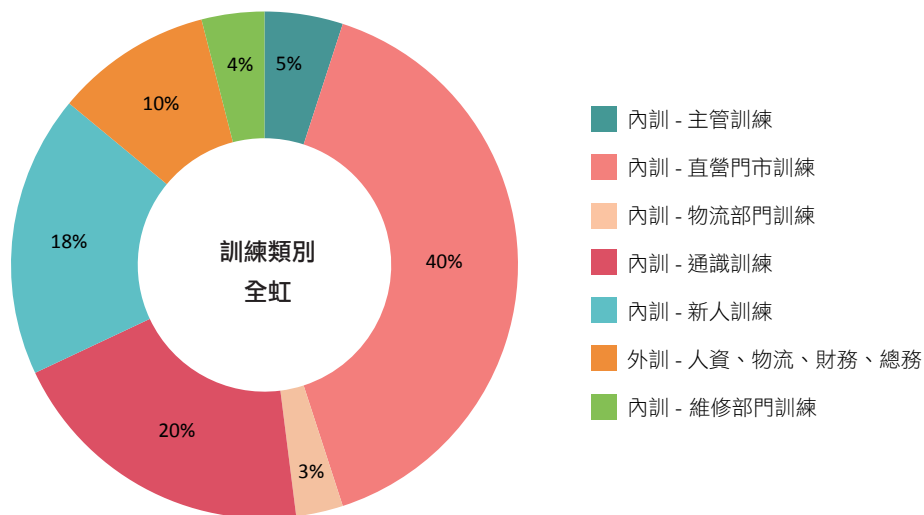
## 全虹

全虹 2018 年以「One Team」為培訓主軸，建立「雙贏合作」共識，與員工建立策略性夥伴關係、打造雙贏互利之團隊協作。培訓主要目標為培養員工專業服務技能，包含強化物流服務應對、提升維修人員客訴處理能力與建立後勤人員內部顧客優質服務新思維。此外，亦透過「大店長發展暨培育計畫」，培養運用數位行銷工具的能力與顧問式銷售技巧，創造跨單位協作之綜效，以獲取營運利益最大化。

全虹也根據各事業群 2019 年度營運策略計畫，進行職能訪談與缺口分析，從中瞭解到主管們面對劇變環境，急需提升市場情資與 BI (Business Intelligence) 分析能力，以因應未來科技趨勢之變化。另外，同仁對於異常問題的發掘預防，以及流程改善的能力需再強化，同時也過於習慣等待指示，需強化主動積極態度，主動追求卓越成果。故全虹計劃於 2019 年擬定以下培訓專案與人才發展計畫：

1. 管理職能暨通識訓練：以「One Smart Team」作為 2019 年度訓練主軸
2. 門市傑出店長培育計畫：門市通路訓、儲備店長訓、傑出店長訓
3. 物流現場品質管理訓練：強化作業效率、提升儲位利用率
4. 維修站務管理人才訓練：提高顧客滿意度

全虹以上述訓練因應未來趨勢，期待透過數位人才升級轉型培育計畫，培養大數據分析能力，結合 AI 科技應用，打造新一代智慧團隊。全虹的培訓體系包括管理類、通識類、專業類及軟性講座等課程，以及新進人員訓練課程，並因應特定團隊需求量身設計的團隊共識營。2018 年度內外訓共計舉辦 83 班次，總參與人次為 738 人，總訓練時數 5,940 小時，總費用達 \$831,929 元。



## 5.2.4 人權與職場安全

### 遠傳人權政策

遠傳定有「[人權承諾與政策](#)」，致力維護員工基本人權，遵守相關勞動法規，每三年進行「[人權盡職調查](#)」，其人權評估範圍涵蓋遠傳所有營運據點、供應商、社區居民與客戶，同時支持並遵循國際人權公約，包括「[聯合國世界人權宣言](#)」、「[聯合國全球盟約](#)」、「[聯合國企業與人權指導原則](#)」、國際勞工組織「[工作基本原則與權利宣言](#)」等，杜絕任何侵犯及違反人權的行為，據此提升內部同仁與利害關係人的人權意識。遠傳的人權承諾適用於遠傳電信本身及所屬子公司。此外，對於合作廠商，遠傳亦訂定「[供應商企業社會責任準則](#)」以相同標準期許並要求合作廠商符合人權承諾的精神與基本原則。

另一方面，遠傳致力營造友善、尊重差異性且男女平權的企業工作環境，並提供男性及女性員工同等機會及高於基本工資之薪資。員工受聘後的薪資和升遷調整，一律以個人能力和績效為依據，不受年齡、種族、膚色、性別、性傾向等影響。遠傳亦成立「[性騷擾申訴處理委員會](#)」與申訴事件處理流程，並設立員工申訴信箱，致力建構一個健康、無騷擾且無歧視的工作環境。2018 年遠傳與全虹未有性騷擾事件發生。

#### 「499 吃到飽限時優惠方案」事件回應

2018 年 5 月各電信公司推出 499 吃到飽限時優惠方案，遠傳因應市場競爭，同時被動推出相關促銷方案，引爆全民申辦熱潮。該方案申辦狀況超乎預期，引發申辦民眾等候時間過久、客服專線爆線、門市人力不足、員工超時工作等狀況。遠傳電信在此次事件中違反勞動基準法相關規定，遭台北市政府勞動局等主管機關裁罰，罰金共計 192 萬元。

遠傳電信高度重視客戶體驗與消費者權益，當下採取緊急應變措施並進行檢討與改進，不僅提供優於法規的勞工權益支付加班費，也提供一天休假予員工，讓員工適當休息。後續遠傳亦持續針對本案進行檢討，未來在實施行銷方案前，將事先預估申辦量，詳盡規劃門市與客服完善人力，強化數位智能客服運用，提供多元的申辦及客服管道，減少客戶等待及員工超時加班的時間，確實遵守相關法規，維護消費者及員工權益。

### 職場安全與勞工健康

#### 遠傳電信

遠傳致力提供全體同仁及利害關係人安全無虞的工作環境，共同持續推動職業安全衛生管理系統，遠傳「[職業安全衛生政策](#)」承諾：

- 一、以人為本及尊重生命，保護員工的安全健康。
- 二、遵守法令及相關要求，提供安全的工作環境。
- 三、全員參與及共同創造，持續改善系統之績效。
- 四、風險管理及健康促進，達到永續經營之目標。

遠傳電信於 2017 年導入職業安全衛生管理系統（OHSAS 18001）並通過國際驗證，並於 2018 年導入職業安全衛生管理系統（ISO 45001），透過系統化的持續改善模式，落實教育訓練、管理程序修訂、內部稽核管理、現場勘測，並經外部專業標準機構 BSI 進行驗證，貫徹職業安全與衛生管理。

## 職場安全守護

遠傳電信員工工作內容以辦公室業務與門市服務為主，工安風險較低。為維護工作場所安全，對於辦公室、機房、基地站台、門市等工作環境及施工工程進行安全巡視，共檢查 207 點工作環境，就須改善之事項進行追蹤，改善率達 100%，有效避免職業災害發生。由於基地台及相關通訊基礎建設工程皆由承攬商負責執行，遠傳訂有承攬商勞工安全衛生相關規定，在委託承包商進行通信設施建造或維護時，皆於合約中載明勞動安全要求，並提供相關訓練，避免因施工不當造成之危害，確保施工人員的健康及安全。2018 年末發生任何承攬商工安事件。當夏季高溫需從事戶外工作或活動時，本公司為防止員工或工作者中暑，訂有「戶外高氣溫熱危害預防指南」，提醒員工應「多喝水、多休息、遮陽降溫」，並發放溫馨小卡片及寶礦力水得電解粉沖泡包，同仁可連結「[勞動部戶外高氣溫作業場所勞動者資訊平台](#)」，了解所在位置之熱危害等級，並採取相關之預防措施。

## 設立專責職業安全衛生單位

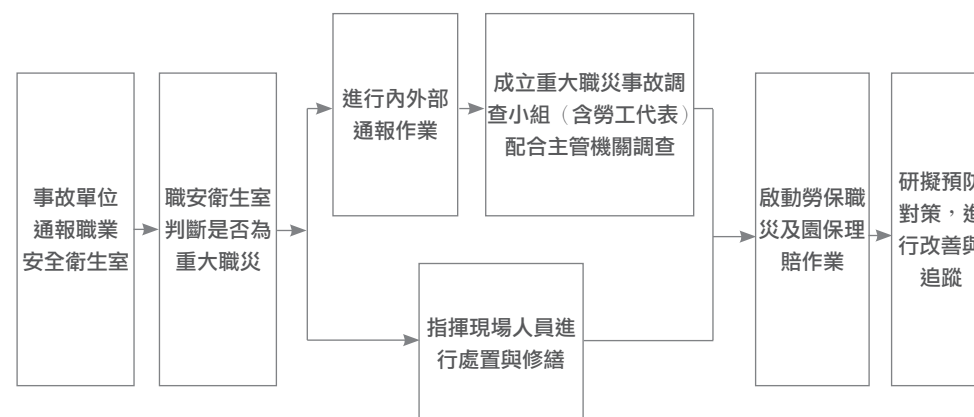
遠傳電信設有「職業安全衛生委員會」及專責職業安全衛生單位，執行工作環境改善並確保員工工作安全等任務。職業安全衛生委員會共 17 人，依照規範由事業經營負責人或其代理人、職業安全衛生人員、各部門主管、監督、指揮人員、與職業安全衛生有關之工程技術人員、醫療人員、以及勞工代表所組成；其中勞工代表共計 8 人，約占委員會人數 47%。

職業安全衛生委員每季開會一次，其職責在於規劃職業安全衛生管理計畫及自動檢查計畫、討論、調查與分析相關職業災害並檢討職業安全衛生改善事項，落實災害預防溝通與管理。此外，職業安全衛生單位不定期與員工及承攬商溝通災害預防觀念，並舉辦各項職業安全教育訓練，2018 年共辦理各類職業安全衛生教育訓練共 19 場 1,177 人次參加。同時設有『安全與健康』網站，宣導災害預防之相關資訊，強化員工的災害意識。

職安衛績效

		2016 年	2017 年	2018 年
工傷率 (IR) <sup>20</sup>	男	0.032	0	0
	女	0.059	0	0
	總數	0.046	0	0
職業病率 (ODR) <sup>21</sup>	男	0	0	0
	女	0	0	0
	總數	0	0	0
缺勤率 (AR) <sup>22</sup>	男	0.006	0.006	0.011
	女	0.016	0.017	0.006
	總數	0.011	0.012	0.008
誤工率 (LDR) <sup>23</sup>	男	0.163	0	0
	女	0.023	0	0
	總數	0.090	0	0

職安衛事故通報系統



<sup>20</sup> 工傷率 = (工傷總數 / 工作總時數) × 200,000；工傷率計算不包含工作者上下班交通事故

<sup>21</sup> 職業病率 = (職業病總數 / 工作總時數) × 200,000

<sup>22</sup> 缺勤率 = (總缺勤天數 / 總工作天數) × 100%；缺勤定義：工作者因失去勞動能力（不限因工傷或職業病）而脫離崗位。包括病假及事假，不包括批准的假期、產假、陪產假、喪假等。

<sup>23</sup> 誤工率 = (誤工總天數 / 工作總時數) × 200,000；誤工率計算不包含工作者上下班交通事故

## 營造健康職場環境

遠傳 2018 年舉辦「遠傳健康久久集點」系列活動，鼓勵同仁多參與運動社團與外部運動賽事，活動共計 4,280 位員工參與，參加率 65%。為鼓勵同仁能透過均衡的營養及適當運動維持健康體態，遠傳亦辦理「運動 ING！健康不 NG！享瘦人生減重競賽」，共計 730 人報名參加，減重 1,513.7 公斤，並提供商品禮券共計新台幣 101,000 元予參賽優勝同仁。

遠傳 2018 年度成為體育署及委辦單位遠見雜誌推廣夥伴，積極響應「企業 I Sports，員力 Non Stop」活動，取得「i 運動企業認證標章」，邀請全台 2,016 位門市同仁配戴 i 運動胸章，並於全台 380 處門市擺放 i 運動識別立牌，共同推廣運動企業。遠傳更推出「遠傳就是愛運動」企業用戶專屬 Apple Watch 方案，帶動企業運動熱。

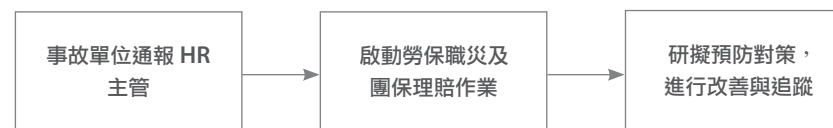
### 全虹

全虹透過定期健康檢查及辦理全員相關安全訓練，並定期舉辦消防演習，以降低員工及財產之火災風險，並培訓廠務人員，使其具備維護倉庫安全之能力。

#### 職安衛績效

		2016 年	2017 年	2018 年
工傷率 (IR)	男	0	0	0
	女	0.35	0.39	0.79
	總數	0.22	0.23	0.48 <sup>24</sup>
職業病率 (ODR)	男	0	0	0
	女	0	0	0
	總數	0	0	0
缺勤率 (AR)	男	0.01	0.01	0.01
	女	0.01	0.01	0.01
	總數	0.01	0.01	0.01
誤工率 (LDR)	男	0	0	0
	女	58.30	13.14	1.85
	總數	35.52	7.73	1.13

#### 職安衛事故通報系統



### 員工關懷與溝通

為促進勞資關係，營造平等、公開透明的企業溝通文化，遠傳對勞資溝通十分重視，對內設有多元溝通管道以保障員工權益。主要溝通管道以及各管道溝通績效詳述如下：

### 遠傳

溝通管道	2018 年溝通內容
神燈會議	每季召開 1 次會議。會議內容包括公司營利概況、未來拓展計畫及相關勞資關係議題之討論。2018 年共召開 4 次神燈會議。遠傳全體員工皆受勞資集體協商之保障。
員工大會	每年召開 1 次會議，由總經理主持，提供同仁與高階主管面對面雙向交流機會，分享經營成果與新的方針。2018 年共召開 1 次員工大會。
聯合職工福利委員會	每 2 個月召開 1 次會議。各項福利措施定期於福委會網站公告，所有職工皆可上網瀏覽。2018 年共召開 7 次會議。

<sup>24</sup> 全虹產生兩件員工受傷事件，一件為衝撞受傷，一件為被撞受傷，並無任何死亡、承攬商事故。



溝通管道	2018 年溝通內容
主管雙向溝通會議	<p>傳達營運方針、執行成效等，參與主管可提出營運相關議題討論，由高階主管現場回覆，並邀請重量級的專家學者來分享市場趨勢。2018 年共召開 3 次會議，會議討論主題如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 微軟數位轉型經驗分享、展場式巡迴互動溝通</li> <li>· 世界咖啡館互動式討論經營主題，共同產出創新想法</li> <li>· 年度策略溝通與討論、精實議題討論與意見匯集</li> </ul>
員工意見調查	<p>每 2 年進行「Connect for Best」員工敬業度調查，深入瞭解激勵同仁工作成就動機的因素，並與台灣市場最佳雇主、亞太地區電信產業進行外部比較，讓管理團隊更客觀、精準瞭解同仁工作感受，作為改善工作環境的參考。最近一次調查結果顯示，近 6 成 (59%)<sup>25</sup> 員工高度認同公司，呈現高度敬業；較上次 (2014 年) 調查成長 4%，且與亞太地區電信服務業標竿相當。下屆調查將於 2019 年實施</p>
遠傳內部網站	<p>不定期發行遠傳最新消息、遠傳心交流及員工優惠於內部網站，幫助同仁瞭解公司活動動態，更設有「同仁建議」與「申訴信箱」兩個員工回饋專區，員工回覆內容完全保密，由專責單位負責處理，提供同仁抒發心聲之溝通平台。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 2018 年「同仁建議」反應意見共 29 件，事由聚焦於產品建議、安全健康等類型，均已在網站上公開回應處理</li> <li>· 2018 年「申訴信箱」之員工個案共 12 件，均依循公司規範流程分別成立專案小組進行調查與處理，並與員工妥善溝通，截至 2018 年 12 月 31 日前已結案</li> </ul>

## 全虹

溝通管道	2018 年溝通內容
年度員工互動大會	<p>由總經理主持，分享經營成果與新的方針，增進全員溝通與了解。2018 年度完成 2 場年度員工互動大會，充分瞭解員工的需求及問題，並提出後續改善配套措施</p>
職工福利委員會	<p>每季開會，促進福利改善與組織和諧。2018 年度召開 5 場職工福利委員會，推動旅行社旅遊網站平台，提供同仁更優質、多樣化的員工旅遊選擇</p>
全虹電子期刊	<p>每季出刊，增進組織學習與分享。2018 年共計出刊 4 次，重點內容為公司動態、母子公司消息、訓練課程分享、心得分享、活動專欄等</p>
「我有話要說」申訴信箱	<p>同仁與相關權責單位反應或主管溝通而無具體結果，可利用申訴信箱反應，尋求協助。2018 年共計接獲 2 件申訴案件，皆已請總務單位進行調查並妥善處理，並未發現違反勞動與人權相關法規之情形</p>



<sup>25</sup> 本調查為六點量表式，59% 包含「敬業」(moderately engaged) 及「非常敬業」(highly engaged) 的比例。遠傳採較嚴格的標準檢視，未涵蓋呈現「些微敬業度」比例。

## 5.3 客戶關係管理

遠傳開台已逾 20 年，始終秉持「只有遠傳 沒有距離」品牌精神與客戶共同成長。遠傳相信唯有全心回應每位客戶的需求，服務才能感動人心，並以「落實服務，創造感動」的待客之道，持續追求客戶滿意的微笑，提供能讓顧客說 WOW 的驚豔體驗，落實零距離的服務，塑造「比家人更貼心的遠傳待客學」。



### 5.3.1 零距離的服務

遠傳建立完善的循環式服務管理系統，確保客服機制順暢運作，定期執行各類服務品質監測、召開服務品質會議，確保消費者獲得完善且一致化的服務、提升品牌溝通力。

#### 多元資費方案

台灣網路資訊中心 (TWNIC) 調查顯示，我國 12 歲以上民眾行動上網率從 2015 年的 60.1% 上升至 76.9%，在行動裝置與 4G 網路普及的現況下，為因應不同消費者需求，遠傳以「簡單、超值、多元、符合需求」為原則，推出多元 4G 資費，分級設計符合各種不同生活型態的消費族群，消費者可依自身傳輸量需求選擇合適的網路方案。遠傳亦考量低收入及特殊族群需求，提供特殊資費方案，以維護民眾基本通訊權利。

[資費試算最適方案](#)



[完整資費方案一覽](#)



特殊消費族群	方案名稱	方案內容
學生	<a href="#">青春無價學生方案</a>	月付 588 元，享上網吃到飽；再加送網外 / 市話各 40/60 分鐘數
外籍旅客（桃園機場限定）	<a href="#">外籍旅客上網卡</a>	提供計日型上網服務，4G 無限上網，只要 300 元起
身心障礙者	<a href="#">溫暖方案</a>	搭配絕配或新絕配系列資費，享網外簡訊優惠 100 則、網內簡訊優惠 300 則及上網傳輸量優惠 1GB
60 歲以上年長者	長青方案	洽詢門市
外籍勞工	外勞 IF 卡	洽詢門市

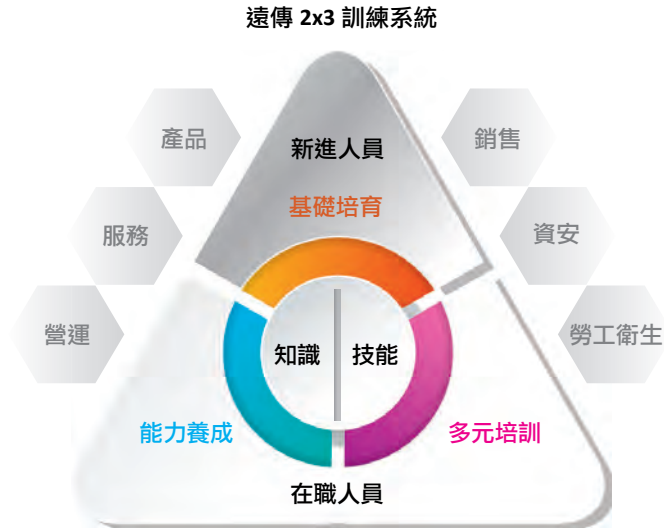
### 360° 門市心服務

遠傳自 2012 年起以「360° 門市心服務」為主軸，將關懷融入服務的 DNA，定期推出貼心客服項目，針對消費者在不同時、地、物的需求，提供客製化服務內容，落實遠傳零距離的溫暖服務。

	貼心服務	服務內容
高效、優質的門市服務體驗	門市預約服務	透過網路或行動通訊設備事先進行預約，減少等待時間
	10 分承諾 10 分滿意	若客戶於門市等候服務超過 10 分鐘，遠傳給予每分鐘 1 元的超時致歉金，於下期帳單折抵
	自助繳費機服務	於全台各門市佈建自助繳費機台
	4G 免費飆速體驗	4G SIM 卡免費 7 日試用
完整、貼心的售後服務	消費者訓練課程	提供不同年齡層消費者在購買產品後，免費參加北、中、南區的手機、平板、雲端應用課程
	白金會員手機 維修到府收送	遠傳 VIP 白金會員可致電客服進行線上報修，由遠傳外派專業物流到府收送維修物件
	行動裝置險	月租型手機平板 2 年維修保固服務。月付 99 元起可享不限次數免費維修意外損壞之手機、平板服務，並於維修期間提供遠傳備用手機
	舊機估價買回	估價、買回客戶閒置或汰換的手機，回饋客戶額外價值的同時並響應環保，促進資源循環再利用

### 門市人員培訓

門市人員身處服務最前線，代表顧客對品牌的第一印象，無論處理一般需求或面對臨時問題，皆挑戰門市人員的機動性與適宜性，更考驗了遠傳以優質服務為導向的品牌定位。為提供專業、一致的服務水準，遠傳針對六大主題建立 2x3 訓練系統，以知識與技能為基礎，針對新進人員發展「基礎培育」訓練，並針對在職人員強化「能力養成」與「多元培訓」。同時，為強化傳達實體通路的虛實整合策略，2018 年遠傳提供新世代領導者的溝通與激勵技巧、打造高績效優銷售團隊等 4 場通路經營者外訓課程，強化加盟業者的市場競爭力。



### 5.3.2 最用心的溝通

遠傳致力從客戶溝通展現「生活有遠傳，溝通無距離，人生更豐富」的企業願景，除要求門市人員善盡售前溝通、售後服務義務，亦承載全球數位化浪潮，發展線上、線下虛實整合服務，透過行動APP 與網路客服提供客戶隨時隨地、最即時且完善的溝通服務體驗。

#### 遠傳行動客服 APP

結合「實用便利」及「好玩有趣」兩大特色，提供使用者獨家活動資訊與好康優惠、線上購物與客服諮詢及個人電信服務功能；即時掌握電信使用量和帳單金額；國外漫遊需求提供便捷設定，讓顧客在出國前可輕鬆選擇最適用的漫遊服務，截至2018 年下載量已超過 600 萬次。



#### CEM 用戶服務平台

遠傳線上客服積極發展優質客戶體驗管理系統 (Customer Experience Management, CEM)。透過「五大服務分類」及「個人專屬客服」功能，打造一站式的自助服務，讓用戶能隨時享受到最便利、完善的電信服務。



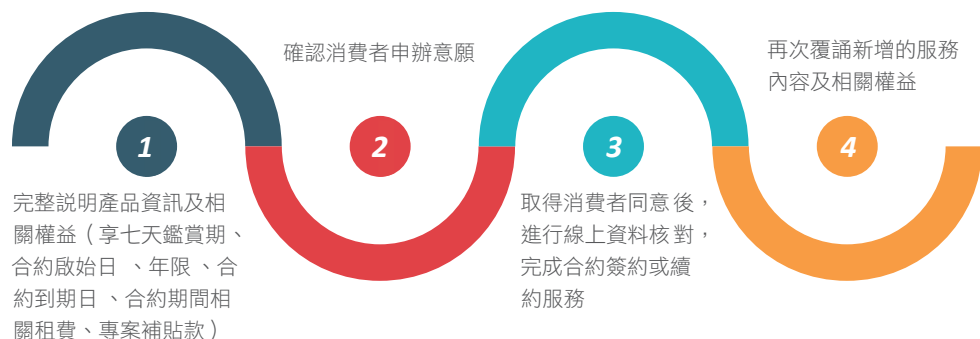
## 標準行銷與銷售流程

為維護消費者使用行動產品之權益，遠傳產品及服務的行銷推廣與銷售，皆遵守主管機關國家通訊傳播委員會及公平交易委員會規範。我們出售的產品及服務皆為與上市、上櫃公司合作簽約提供的合法商品，提供消費者原廠產品保固期限。遠傳銷售之所有行動通訊產品亦皆符合 NCC 規範標示警語及電磁波能量比吸收率（Specific Absorption Rate, SAR）標準值與實測值，充分告知消費者電磁波資訊。產品售後服務方面，遠傳為售出手機或相關商品提供維修保固服務，消費者亦可另洽產品保固之廠商，或委送至代理維修商維修。2018 年遠傳未接獲產品標示、行銷溝通相關違規檢舉情事。

## 資費透明與服務流程

資費透明化及充分溝通可有效減低消費者售後對於產品、服務認知不足或誤解而產生的投訴，進而獲得消費者信賴。遠傳電信在推出新產品與服務時，資費內容依據「電信資費提報主管機關標準作業流程」經主管機關核定或函知主管機關後，依法於實施日前公告，並於媒體、公司網站及各營業據點充分揭露資費訊息。

### 遠傳銷售與簽約流程



為確保用戶清楚了解相關資費的權利義務，門市人員會在消費者申辦服務時詳盡說明資費方案內容，並提供服務申請書等書面資料便於顧客備查。針對合約即將到期的用戶，遠傳會安排簡訊提醒、專人外撥、帳單夾寄等方式通知客戶。如符合續約資格，客服人員會主動提供相關優惠方案，消費者亦可透過遠傳官網或行動客服 APP 線上辦理續約及搭配方案，提升便利性。

## 靈活且在地化的客戶服務

憑藉在電信市場的多年耕耘經驗，遠傳瞭解消費族群之多樣性。遠傳門市服務手冊制定特殊顧客相關服務規範，針對年邁客戶、小孩、身心障礙人士、語言能力弱勢、產品弱勢族群皆有明確應對方式及服務注意事項，讓消費者不分族群皆能感受遠傳的服務溫度。

遠傳亦鼓勵全台門市依在地需求推出社區關懷計畫，拓展與社會大眾的溝通機會與影響力。自 2016 年起，通路訓練部門即與大台北地區鄰里社區配合，深耕鄰里消費課程，讓不便前往遠傳門市的長者們，能在自家鄰里學習智慧商品的使用及操作。2018 年累計舉辦 63 場消費者教學課程，參與人數高達 702 人。課程內容涵蓋 AR 應用、數位服務 / 產品介紹、社群媒體、行動裝置使用、手機備份、攝影技巧等。



### 5.3.3 客戶隱私保護

提供客戶安全且值得信賴的通訊環境並致力維護與消費者之間的信任關係，為遠傳的責任。為展現我們對資訊安全與客戶隱私的重視與承諾，遠傳以「珍惜所託、尊重客資；深得信賴、永續服務」的資安與個資保護願景為主軸，成立企業安全組織，從人員、營運、技術、法規等面向訂定各事業部門與公司層級等近百項量測指標，定期檢視目標達成狀況，並針對未達目標項目進行矯正措施，確保個人資料保護與資訊安全有效控管。2018 年共接獲 9 件來自主管機關與客戶隱私相關之申訴案件，均查明未有違反個資法之案件。

在用戶個資使用面向，依據電信法及其他相關法令規範，台灣電信業者須配合政府機關依法來文調閱用戶基本資料及通信紀錄。遠傳特訂定「通聯紀錄暨基本資料調閱處理標準作業流程」，以安全及加密方式回覆查詢單位，完整留存查詢紀錄備查。針對政府機關有關函文，遠傳 2018 年全數予以回覆，回覆數約占遠傳用戶整體 SIM 卡數量的 2.7%。

遠傳對資訊與個資安全管理始終維持最高要求，於 2018 年通過多項國際認證標準，充份展現遠傳落實資訊安全與個人資料保護的成果。未來遠傳將持續落實管理，以回應消費者及社會大眾對個人資料保護的要求。2018 年遠傳持續強化內部人員資安與個資意識測試，並針對自主發現有風險之處立即改善，以確保資安防護與監督機制有效施行，期使將可預期之風險降至最低。

反映議題	因應措施
資料不當外傳疑慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續宣導客戶個資保護重要性</li> <li>落實作業軌跡控管</li> </ul>
個資不當利用疑慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續宣導強化核資程序</li> </ul>

#### 2018 年遠傳資訊安全管理認證

ISO 27001 資訊安全驗證	連續 14 年於資安領域通過驗證，範圍包括行動通訊網路及固定通訊網路門號啟用、服務異動、帳務出帳及繳款服務、盜偽防制、催收管理、客戶服務等營運流程；以及維運支援系統之開發、維護及網際網路資料中心維運管理，並增加資安成熟度分析，確保驗證內容質量並重，以落實驗證成效
ISO 20000 服務管理驗證	連續 10 年於服務管理領域通過驗證
BS10012 個資安全驗證	連續 6 年於個資安全管理領域通過驗證，驗證範圍包括全台直營門市前端客戶申請門號、向客戶蒐集資料、後端出帳、郵寄帳單與資料處理作業等
CSA STAR 雲端安全認證	由公正第三方進行驗證、條件較嚴苛的 Level 2 認證。遠傳已連續 5 年取得 CSA 雲端 STAR 認證的最高榮譽

### 遠傳資安監控體系

除積極導入以上國際標準，確保遠傳資訊安全及個人資料保護體系符合國際規範外，遠傳也建立資訊安全監控體系，針對資訊暨科技安全、人員安全、實體及環境安全，以及客戶個人資料保護等四大項目進行資安控管。2018 年遠傳共辦理資安教育訓練 100 餘場，參與人數約 15,000 人次，總時數達 18,000 小時以上。透過內部訓練課程、系統提示、資訊宣導與活動等途徑，持續發揮教育宣導功能，全體員工測驗通過率維持 99.95% 以上<sup>26</sup>。

<sup>26</sup> 係以線上考核期間 (2018 年 4 月) 遠傳電信共 11 個部門的在職人數作為「全體員工測驗通過率 99.95% 以上」的統計基礎 (而非報告期間的總人數)



## 遠傳四大資安控管項目

資訊暨科技安全	定期檢視、評估資訊安全營運風險，包含資料、系統、流程、網路、伺服器、終端設備維護及基礎設施管理等，並持續進行全員資訊安全能力養成，以及政策與規範的文件化、符合性確認與驗證
人員安全	妥善管理所有人事檔案資料，於招募員工時，聲明員工安全責任，並於聘僱合約記載。此外，所有遠傳員工、供應商、承包商、約聘人員和顧問等皆應簽署「保密承諾書」或法律效力之文件
實體及環境安全	於專屬區域範圍，依照該區裝備活動、資訊機密性和重要性，建立安全區域等級劃分制度及人員識別系統，防止未經授權出入與干擾，及足夠防護系統、服務及程序以保全實體資產及環境安全
客戶個人資料保護	為確保客戶個人資料管理符合《個人資料保護法》要求，遠傳針對客戶個人資料蒐集、處理、利用及檔案安全維護作業訂有相關規範，以「相關、適切、不過度」為個資運用原則，並配合客戶個人資料保護認知宣導、教育訓練、計劃稽核及改善程序機制進行管理。且於蒐集客戶資料時，皆明確告知當事人資料蒐集目的與使用範圍，處理、利用採用正式存取管制與認證程序。配合個資法的施行，遠傳盡量減少銷售通路實體合約數量並加強控管合約傳輸流向，推廣電子表單，提升整體客戶資料的管理

### 5.3.4 服務回應與改善

為能傾聽每位消費者服務回饋與意見反映，各項服務需求均能獲得妥善處理，遠傳內部設有服務品質與流程管理機制，定期透過內、外部服務滿意度調查及完善的消費者申訴管理機制，充分掌握客戶意見回饋，進而持續優化服務管理相關流程，同時，遠傳亦將「客戶滿意度」列為員工績效的衡量指標之一，從上到下具體展現高服務品質的要求，提供顧客獨特使用經驗與絕佳的服務感受。

#### 遠傳客戶滿意度調查

內部調查	全面性衡量客戶對於遠傳產品及服務的滿意度
委外調查	有助於遠傳與同業進行比較並持續提升

### 客戶滿意度：內部調查

#### 門市服務滿意度

調查項目包括門市人員的整體滿意度、解決問題能力、處理速度等，並針對給予負面評價的客戶積極主動回電關懷，同時對表現優良的同仁給予獎勵，持續精進客戶服務。

	2016 年	2017 年	2018 年
外撥通數 (通)	9,673,000	9,245,000	12,631,000
有效通數 (通)	660,200	572,826	731,480
78 滿意度 (滿分 5 分)	4.62	4.68	4.71

#### 門市維修滿意度

為提供優質且快速的售後維修服務並達成維修滿意度優於業界的目標，全虹顧客完修到店後一週內進行「完修案件系統電訪滿意度」調查，每週進行檢討，並依據落後項目與區域進行加強管理，以提高整體滿意度。

	2018 年目標	2018 年績效	2019 年目標
24 小時工程師完修率	67%	70%	70%
超過 5 天完修率	18%	14%	15%
完修案件系統電訪滿意度 (滿分 5 分)	4.62	4.66	4.69

#### 電話客服中心滿意度

調查項目包括電話客服人員整體滿意度、服務態度、問題是否解決等。並針對給予負面評價的客戶積極主動回電關懷，詢問其原因並針對負面意見內容進行改善與說明，以修復客戶關係。

	2016 年	2017 年	2018 年
電話客服中心滿意度調查有效問卷占接聽電話量比例 <sup>27</sup>	6.4%	10.3%	11.2%
電話客服中心滿意度調查整體滿意度 <sup>28</sup> (%)	91.2%	92.6%	93.1%
First Contact Resolution 一次解決率 ≥ 91%	93.7%	83.3%	91.2%

## 客戶滿意度：外部調查

### 整體滿意度調查

遠傳委託外部市場調查公司，每年於4月和10月進行行動電話用戶滿意度調查，每次訪問約1,600位遠傳用戶，持續追蹤遠傳在整體及各項服務方面的表現。於調查前邀集行銷、業務、後勤支援、客服及網路等部門同仁，參與問卷設計討論，並於調查結果出來後共同擬定改善計畫，以強化顧客關係經營。

此調查針對遠傳等5家主要電信業者15-64歲行動電話用戶進行電話抽樣訪問，同時可了解遠傳在各服務面向，相較於競爭業者間的表現。2018年有69%的受訪者對於遠傳提供的整體服務表示滿意；客戶忠誠度指標也提升為A級，達成去年度設定目標。其他細項滿意度調查結果如下（滿分為5）：

### 客戶忠誠度指標

2016年	2017年	2018年
B	A	A

### 細項滿意度指標<sup>29</sup>

	2016年		2017年		2018年	
	平均值	%	平均值	%	平均值	%
通話及連線品質	3.02	64%	3.11	64%	3.35	72%
門市服務	3.72	87%	3.79	87%	3.94	91%
電話客服	3.74	87%	3.88	86%	4.04	92%
整體滿意度	3.00	61%	3.14	67%	3.26	69%



## 客戶申訴機制

遠傳自2013年導入ISO 10002申訴管理驗證，藉由系統化方式及時妥善處理消費者申訴。為確保每位客戶皆可透過順暢的溝通管道反應改善意見，遠傳提供客戶六大申訴管道，並賦予個別管理方式，確保所有問題獲得妥善處理。針對重大客訴事件，客服單位主管會於2小時內協助通報客戶關係維繫組人員專責處理。同時成立跨部門客戶申訴改善專責小組，定期檢討並追蹤時效，努力降低申訴案件、提升申訴處理滿意度，履行零距離的服務願景。2018年度之公文與行動客訴申訴案件上升主要因為受到5月份499吃到飽方案影響。

申訴管道	申訴管理方式	負責部門	申訴案件		
公文	依循內部客戶申訴管理機制規範，妥善處理各縣市政府/消保團體等公文申訴案件	客戶關係維護組	2016年	2017年	2018年
			2,051	1,852	1,929
協調會			2016年	2017年	2018年
			129	107	95
客服專線	透過電話進行問題申訴，客服中心將由專人妥適處理	客訴處理組	2016年	2017年	2018年
			26,093	21,577	17,868
FETnet 官方網站 行動客服 APP	於頁面點選「我要申訴」選項即時回饋	行動客服組	2016年	2017年	2018年
			4,212	2,857	6,143
客服即時通	以線上即時文字方式協助客戶進行一般電話客服可提供之服務內容，提供不同族群使用便利性		2016年	2017年	2018年
			235,283	336,605	405,002

<sup>27</sup>本年度整合並簡化電話客服中心滿意度KPI為三項，其中「內部滿意度外撥通數」與「滿意度調查有效問卷數」合併並改為「滿意度調查有效問卷占接聽電話量比例」。而「滿服務滿意度留言功能」已於2018年關閉，故將此服務刪除，改為「一次解決率」

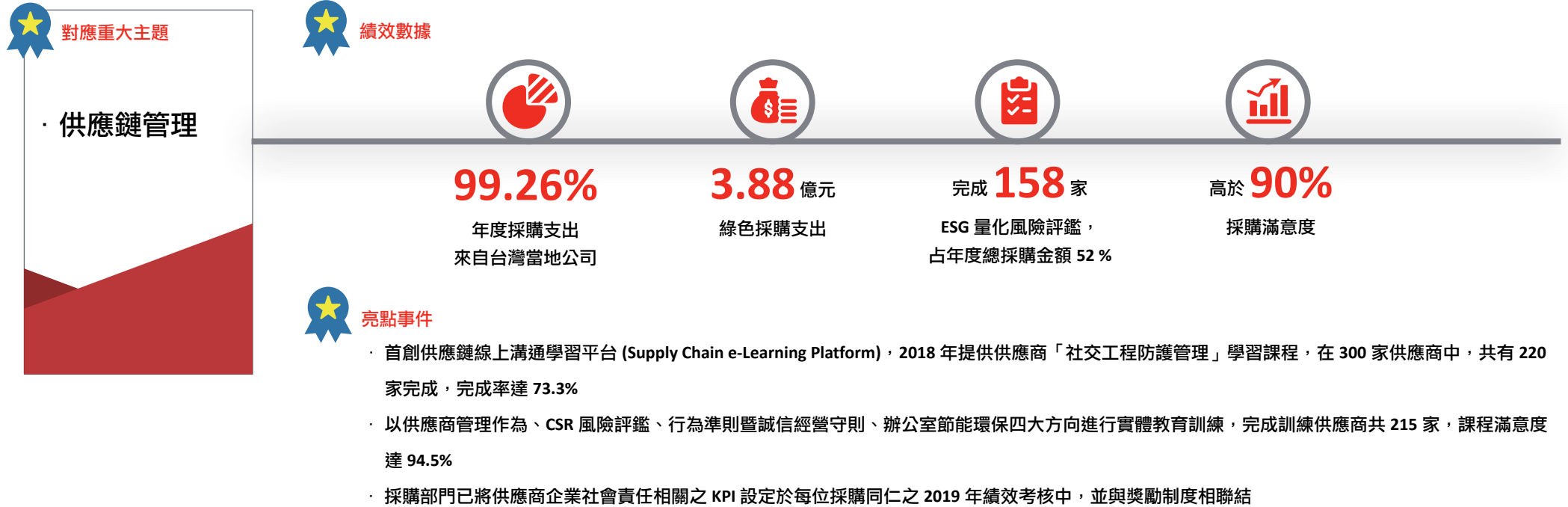
<sup>28</sup>係指回答為滿意以上的客戶比例

<sup>29</sup>隨機抽取3,200位15-64歲，使用遠傳服務三個月（含）以上之用戶進行訪問，共計約占遠傳整體用戶的80%



## 5.4 供應商管理

為支持公司永續成長並積極擴展自身對經濟、社會與環境的整體影響力，遠傳承諾將持續強化供應鏈管理，與供應商攜手建立永續供應鏈，提供對環境、社會及客戶負責且優質之電信服務，在企業內、外部同步落實永續發展理念。此外，遠傳採購亦有 8 張證照肯定，認證組織包含 ISM (Institute for Supply Management)、中華民國採購協會、PMI(Project Management Institute) 與 ISO 14001 驗證等。



### 5.4.1 遠傳供應鏈概況

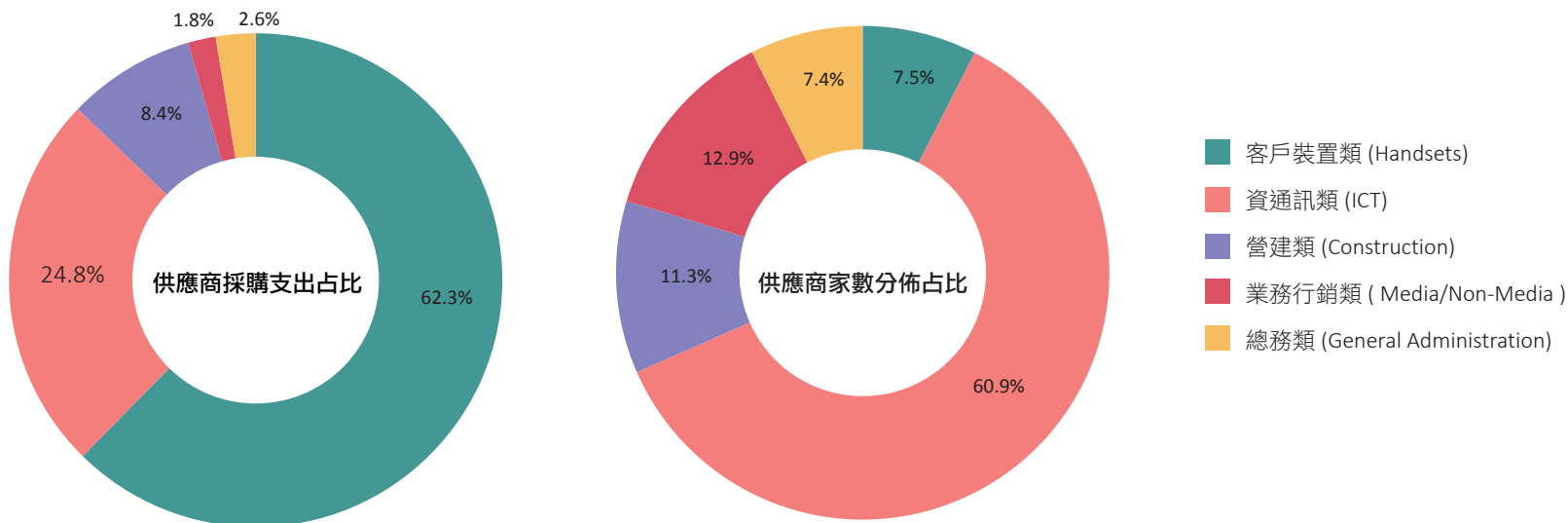
2018 年遠傳總採購支出達 295.4 億元，占整體支出 29.4%，供應商交易總家數達 1,114 家，前十大供應商採購支出即占遠傳全年採購金額 90.6%。遠傳將供應商採購類別分為五大類，分別為資通訊類、客戶裝置類、營建類、總務類及業務行銷類來管理廠商，其中以資通訊類廠商為主。遠傳以量化及質化標準鑑別出之一階關鍵供應商共計 69 家，再透過問卷調查篩選出 21 家二階關鍵供應商，做為供應商管理的參考。

#### 遠傳關鍵供應商篩選標準

遠傳關鍵供應商篩選標準		
一階關鍵供應商 69 家	量化篩選標準	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 資通訊類、營建類、總務類及業務行銷類：連續 2 年交易且合計金額超過 5,000 萬元</li> <li>· 客戶裝置類：2 年合計交易金額超過 1 億元</li> </ul>
	質化篩選標準	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 以不可取代性、置換成本過高、限定資格、獨家及設備綁定等質化因子進行篩選</li> </ul>
二階關鍵供應商 21 家	問卷調查 質化篩選標準	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 對一階關鍵供應商發放問卷調查，針對其提供給遠傳之產品 / 服務，追溯上游供應商所提供之直接相關產品，來判斷其是否為獨家、限定資格、重要設備綁定、或替換品牌之成本過高等篩選條件</li> </ul>

### 年度採購支出分析

遠傳 2018 年度的有效供應商達 1,385 家次，展現遠傳供應商在不同採購類型皆能提供良好服務、具備多元發展性，且有助於分散採購風險。2018 年客戶裝置與資通訊類採購金額占遠傳整體採購金額近九成，其中 ICT 資通訊產業類廠商共有 844 家，此類別主要與遠傳企業客戶部門相關，占整體供應商家數的 60.9%，與網路、資訊及企業客戶部門攜手服務台灣產業客戶，是遠傳電信業務發展的重要方向之一。



### 在地與綠色採購

在提供優良國際手機品牌及設備給消費者之餘，遠傳也鼓勵外國公司在台灣成立辦公室促進台灣經濟發展。此外，遠傳更致力於扶植當地產業，扣除國外廠牌訂單金額後，2018 年遠傳自台灣當地公司<sup>30</sup>採購之金額達總採購支出 99.2%。為了推動綠色供應鏈以支持遠傳環境及社會友善計畫，遠傳倡導各類別供應商或其上下游廠商依據綠色採購準則進行採購。採購部門在決定採購標案時，亦會諮詢節能省電小組進行能源效率評估，將節能規格納入開標選項，並於每筆訂單建置追蹤機制。遠傳自 2018 年綠色採購金額為新台幣 \$387,900,000 元。

遠傳綠色採購金額		單位：新台幣仟元
2016 年	2017 年	2018 年
476,644	500,703	387,900 <sup>31</sup>

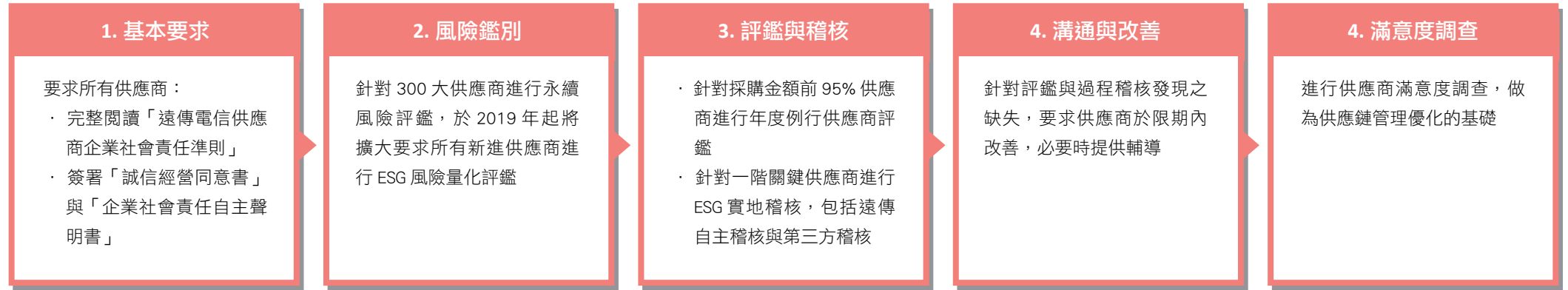
<sup>30</sup> 指於中華民國境內登記之公司（含台灣分公司）

<sup>31</sup> 由於 2018 年度總採購金額較 2017 年下降，故綠色採購數字亦隨之下降

## 5.4.2 供應鏈管理

遠傳視供應商管理為企業風險管理的一環，特訂立《遠傳電信供應鏈管理政策》做為供應商管理之依據，亦設有「[供應商企業社會責任準則](#)」，將環境、社會及公司治理 (ESG) 相關要求納入供應商規範。除要求供應商簽署「企業社會責任自主聲明書」及「誠信經營同意書」外，遠傳自 2017 年起逐步強化供應鏈永續風險鑑別、管理與評鑑機制，並於 2018 年納入供應商風險鑑別，以掌握供應商 ESG 風險。

### 供應鏈管理流程



此外，遠傳採購合約亦明定廠商應遵守地方環境及勞工安全及衛生相關法規，營建類供應商必須簽署「承攬商勞工安全衛生暨環保承諾書」、「承攬商工作場所環境危害告知聲明書」及詳閱「承攬商勞工安全衛生管理實施要點」，依照《勞工安全衛生組織管理及檢查辦法》規定執行相關管理與災害預防工作，避免工作人員的健康安全危害。除定期進行供應商評鑑，確保供應商確實符合上述規範外，遠傳每年會將 3 年以上未進行交易的廠商凍結，如需重新交易，必須重新提供信用報告、無退票證明及自主聲明書，確保供應商信用及企業社會責任資訊的更新。2018 年共 337 家廠商執行凍結作業。遠傳亦建立特定產業投標廠商需符合 ESG 基本門檻機制，針對軟體人力外包年度金額超過 500 萬之廠商實施 ESG 選商門檻篩選，要求廠商不得有連續兩年抵觸勞動基準法且未進行改善之情事，有違者不得參與選商。若有任何違反情事，需提出改善說明。經查證，僅有一家人力外包廠商於 2016 年有違反勞動基準法之情事，該廠商已正式向遠傳提供改善說明，於 2018 無再發生任何違反情形。

### 供應鏈管理策略

遠傳以前述供應鏈管理政策為基礎，建立四大策略方向，並分別規劃目標，採量化及質化標準同時並進的方式，落實供應鏈永續管理，2018 年已完成訂定三年期目標，影響層面將擴及遠傳關鍵供應商、其他一階供應商與二階關鍵供應商，此外，採購部門已將永續目標設定於每位採購同仁 2019 年績效考核中，並與獎勵制度連結。

遠傳管理策略	永續執行方針	追蹤目標	2018 年達成狀況	2020 年目標
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 致力連結供應鏈管理與公司發展策略，積極提升供應商夥伴策略地位，共同強化永續經營，創造雙贏</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 強化供應商合作共同開發永續新服務與產品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 與供應商技術創新合作的專案件數</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1 件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 於 2020 年前累計完成 3 件</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 百大供應商 CSR 自主聲明書簽署比例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 95%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 95%</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 與供應商合作推動企業社會責任，以經濟、環境、社會三大面向，作為共同發展的核心價值</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 強化供應商 CSR 意識提升電信業 ESG 績效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 投標廠商符合 ESG 最低門檻</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 專案完成規劃，2019 年將於特定類別供應商導入，實施 ESG 選商篩選門檻。</li> <li>· 完成針對軟體人力外包年度金額超過 500 萬之廠商實施 ESG 選商門檻篩選，要求廠商不得有連續兩年抵觸勞動基準法且未進行改善之情事，有違者不得參與選商。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 全類別供應商全面推行</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 供應商 CSR 訓練年度新增家次 (2018-2020 年累計達 500 家次)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 新增 215 家次</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 新增 200 家次</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 為保障利害關係人權益，以兼顧品質、成本、交期、服務 (QCDS) 和合理利潤、勞工安全、人權與環境保護等議題，做為管理決策依據</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 強化供應商溝通展現產業鏈透明度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 年度供應商大會</li> <li>· 新供應商 ESG 評選機制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 每年 1 次</li> <li>· 機制建置中，預計 2019 年上線，完成量化門檻</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 每年 1 次</li> <li>-</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 視商業道德、機會平等與公平交易為供應鏈互動之原則，並嚴懲違法行為。透過主動稽查與輔導，與應鏈一同提升商業信譽與永續競爭力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 強化供應鏈韌性降低產業鏈風險</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 供應鏈 ESG 評鑑年度新增家次 (2018-2020 年累計達 500 家次)</li> <li>· 供應鏈 ESG 實地稽核年度新增家次 (2018-2020 年累計達 100 家次)</li> <li>· 高風險廠商改善追蹤績效改善之比例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 新增 158 家次</li> <li>· 新增 40 家次</li> <li>· 95%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 新增 200 家次</li> <li>· 新增 50 家次</li> <li>· 80%</li> </ul>

## 供應商自主聲明

遠傳規範所有既有供應商皆須在規範期內完成簽署相關同意書與自主聲明書，同時持續推動既有供應商完成企業社會責任聲明書之簽署。為提升供應鏈多元性並擴大遠傳在 ESG 層面的影響力，遠傳鼓勵新進廠商與其進行交易。2018 年共有 340 家新進供應商完成企業社會責任自主聲明書之簽署，簽署率達 100%。在百大供應商部分，簽署企業社會責任自主聲明書家數為 95 家，回覆率達 95%，超過年度設定目標 90%，占年度總採購金額的 88.7%。

廠商類別	總家數	簽署家數比例	占年度採購金額 %
有交易供應商	1,114	732	96.2%
一階關鍵供應商	69	68	83%

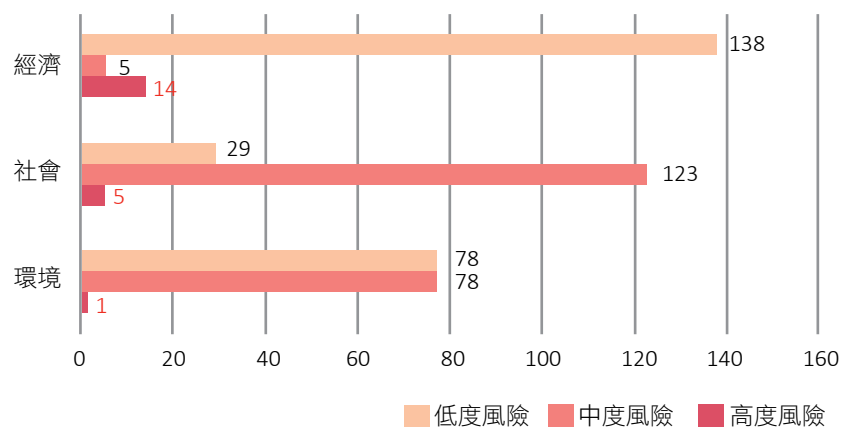
百大供應商 CSR 自主聲明簽署率



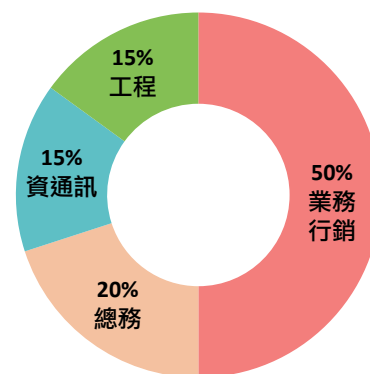
## 供應商永續風險評鑑

遠傳電信自 2017 年起透過供應商永續自評問卷進行風險評鑑，評鑑內容涵蓋永續治理、供應商管理、環境管理、勞工權益、社會影響等五大面向等 19 之指標。於供應商回覆後，遠傳再透過書面審查方式確認供應商資料可信度。2018 年共完成 158 家評鑑，占年度總採購金額 52%<sup>32</sup>。本年度共鑑別出 20 家高風險廠商，主要風險集中在保密協議及智慧財產權保護。針對高風險廠商，遠傳訂定相關改善計畫，並持續追蹤改善成果，至 2018 年底，有 19 家廠商已回覆改善成果，並經遠傳確認有符合改善進度，改善比例 95%。遠傳將於 2019 年拜訪高風險廠商進行實地訪查確認，期待能輔導供應商夥伴更落實所應承擔的企業社會責任。

供應商永續風險分布



高永續風險 20 家廠商類別分布



供應商永續性管理評估框架



篩選方式	評估數量	具負面衝擊供應商 (供應鏈) 數量	負面衝擊之供應商已列入改善計畫比例	負面衝擊之供應商終止合作比例
環境衝擊評估	158	1	100%	0
社會衝擊評估	158	5	100%	0
經濟衝擊評估	158	14	100%	0

<sup>32</sup> 若扣除美商蘋果採購金額，佔年度總採購金額 76.3%

遠傳未來將針對年度 300 大供應商進行供應商永續風險評鑑，並逐年提高涵蓋率。此外，遠傳將於 2019 年建置新 ESG 風險量化評鑑程序，要求所有新供應商於供應商登錄時，必須完成 ESG 風險量化評鑑表，並於系統後台進行量化統計，以利後續針對評鑑等級較低的廠商進行輔導。另外，遠傳也針對二階關鍵供應商展開 ESG 風險評鑑作業。2018 年共完成 6 家評鑑，評鑑結果無高風險二階供應商。2019 年會持續針對 21 家二階關鍵供應商展開評鑑作業。

## 供應商例行評鑑及 ESG 實地審查

遠傳

### 供應商例行評鑑結果

遠傳每年定期進行年度供應商例行評鑑與審查，並公開評鑑結果於採購系統外網及供應商大會，表揚並邀請特優供應商於採購部門例行會議進行分享。評鑑分數較前年度落後 5% 以上且分數低於 70 分的供應商，將被列為優先輔導對象，必須執行改善計畫並給予二次評鑑。2018 年共計 131 家廠商納入評鑑，占年度採購金額 95%，其中 7 家優良廠商於 2018 年供應商大會由遠傳電信總經理給予表揚。針對 2017 評估需改善的 2 家廠商由於在改善期間仍未能達到標準，皆已停止新標案邀約，僅維持基本維護案件。

評鑑結果	2017 年家數	2018 年家數	處理措施
優良廠商 (90-100 分)	3	7	-
合格廠商 (70-89 分)	132	122	-
需改善廠商 (60-69 分)	2	2	已進行改善溝通並召開會議提出改善計畫，預計 2019 年進行二次評鑑
不合格廠商 (59 分含以下)	1	0	於專案執行期間，品質、時程及服務皆未達應有標準，給予停權處份
總計	138	131	

### 供應商 ESG 實地訪查

自 2016 年起，遠傳電信每年皆安排 ESG 實地訪查，確保供應商在日常營運中落實企業社會責任承諾。訪查方式包括遠傳電信自主訪查，以及第三方專家訪查兩種。2018 年自主訪查與第三方專家訪查家數各為 28 家和 20 家，扣除重複家數則總查核家數達 40 家，占一階關鍵供應商總數 58%。遠傳預計 2020 年完成所有一階關鍵供應商第三方訪查。在自主訪查部分，2018 年共完成 28 家供應商實地訪查，占年度採購金額 35%；其中有 3 家高於 90 分、19 家介於 80-89 分、6 家介於 70-79 分。所有稽查供應商在環保目標與政策、承攬工程環境污染防護及職業安全衛生管理階符合稽查內容。

供應商永續風險評鑑與實地訪查家數	2016 年	2017 年	2018 年
永續風險評鑑	N/A	42	158
實地訪查	20	20	40 <sup>33</sup>

<sup>33</sup> 遠傳自主查核與第三方稽核總合之未重複家數

### 供應商評鑑結果

全虹每年針對供應商品質、成本、交付、服務進行評鑑。為配合公司年度運作計畫時程，2018 年全虹透過「線上供應商評鑑系統」進行評鑑之供應商家數共 62 家，占全虹整體採購金額 91.9%，問卷回收率為 100%。全虹將依據供應商評鑑結果提升優等廠商採購量、淘汰不合格廠商。2017 年評鑑結果須改善供應商共計 2 家，經 2018 年第一季進行二次評鑑後已明顯獲得改善，評鑑結果已合格。

評鑑結果	家數	處理措施
優良廠商 (90-100 分)	7	-
合格廠商 (70-89 分)	48	-
需改善廠商 (60-69 分)	7	已進行改善溝通並召開會議提出改善計畫，預計於 2019 第一季進行二次評鑑
不合格廠商 (59 分含以下)	0	-
總計	62	-

### 5.4.3 供應商溝通管理

#### 年度供應商大會

遠傳電信秉持攜手永續、共創美好的目標，於 2018 年舉辦供應商大會，累計超過 215 家供應商參加，會中除了與供應商分享遠傳電信永續發展願景以及 CSR 管理機制，更與供應商夥伴們凝聚共同努力推動企業社會責任的共識，並公布最新的供應商永續評鑑結果，台灣愛立信、台灣諾基亞 / 台灣國際標準電子、台達電、宏碁等 10 家供應商獲得「永續優良廠商」評等。另擎昊科技、智網通科技、鈞楷科技、網鈦科技以及北詮公司共 5 家廠商獲得「A 級優良廠商」評等，由遠傳電信前總經理李彬頒獎表揚。

#### 供應商教育訓練

為提供遠傳供應商夥伴最便利的溝通管道，增進彼此作業效率，遠傳電信於 2016 年首創供應鏈

線上溝通學習平台 (Supply Chain e-Learning Platform)，結合遠傳行動通信核心能力，設計教材。遠傳電信於 2018 年著手規劃擴大線上 e-Learning 執行方針，選定年度 300 大供應商為線上訓練對象，以社會關心的議題 (如線上社交工程) 給予適當的教育訓練，並借此訓練擴大遠傳電信企業社會責任影響力。300 家供應商中，共有 220 家完成，完成率達 73.3%。未來每年訂定目標並根據供應商回饋持續檢討改善。

為加強訓練供應商對企業社會責任的認知及執行能力，遠傳電信特別結合 2018 年供應商大會規劃教室課程，以供應商管理作為、供應商 CSR 風險評鑑、辦公室節能環保及供應商行為準則四大方向進行訓練，共有 215 家供應商完成訓練。而供應商最希望參與的課程訓練為辦公室設備節能、企業社會責任管理機制、環境教育課程及勞工健康與環安衛管理等，將於未來納入規劃。

供應商 CSR 訓練家次

年份	2016 年	2017 年	2018 年
線上平台	79	121	220
供應商大會	-	135	215
合計	79	201	435

### 採購滿意度調查

遠傳電信於 2015 年首次針對供應商導入採購作業滿意度調查，以求與供應商進行有效溝通。2018 年完成供應商大會及採購滿意度兩項調查，其中供應商大會滿意度調查結果顯示，供應商對大會活動的安排有 94.5% 給予滿意以上的高度肯定，並提供許多大會內容與訓練主題的建議，將於 2019 大會時參酌採用。而採購滿意度調查方面，共發出 131 份問卷，回收 57 份有效問卷，回收率達 44%，回覆滿意度及非常滿意比例均高於 90%。需改善方向為請款效率及系統方便性，均已經在會議宣達並進行改善。

全虹採購滿意度調查作業於 2016 年起採用同仁建議，以開放式意見回饋方式取代按月及個別評分作業，以即時蒐集需求單位對供應商或採購作業之互動資訊，有助於即時發現問題並立即改善。2018 年共執行 173 件採購文件計 67 家供應商進行意見蒐集，並無重大發現。

# Chapter 6

## 環境社會守護

6.1 降低環境衝擊

6.2 創造社會貢獻

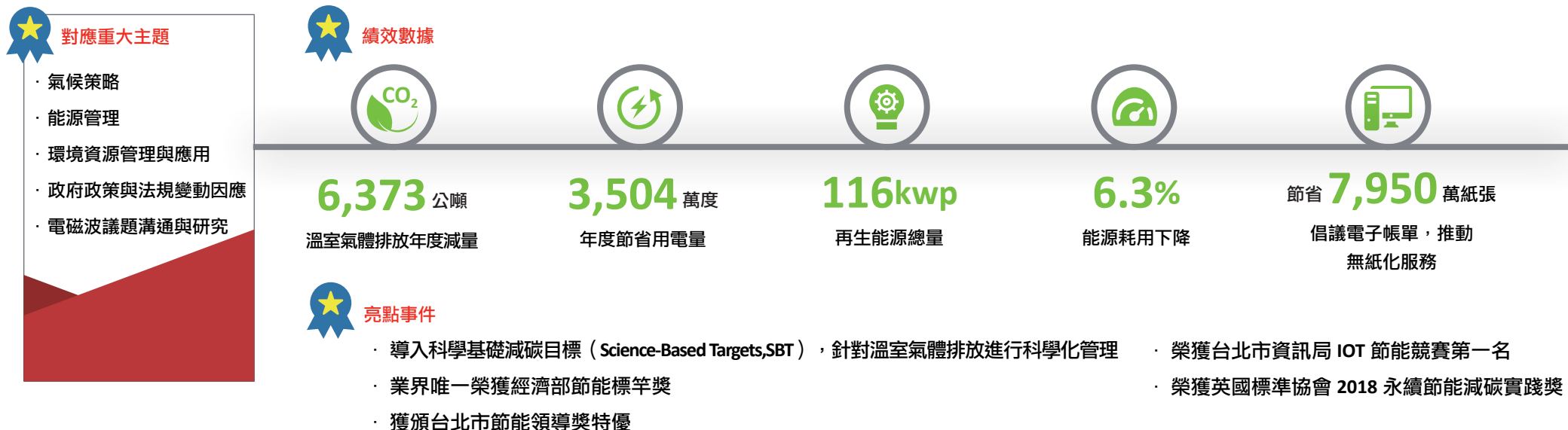




## 6. 環境社會守護

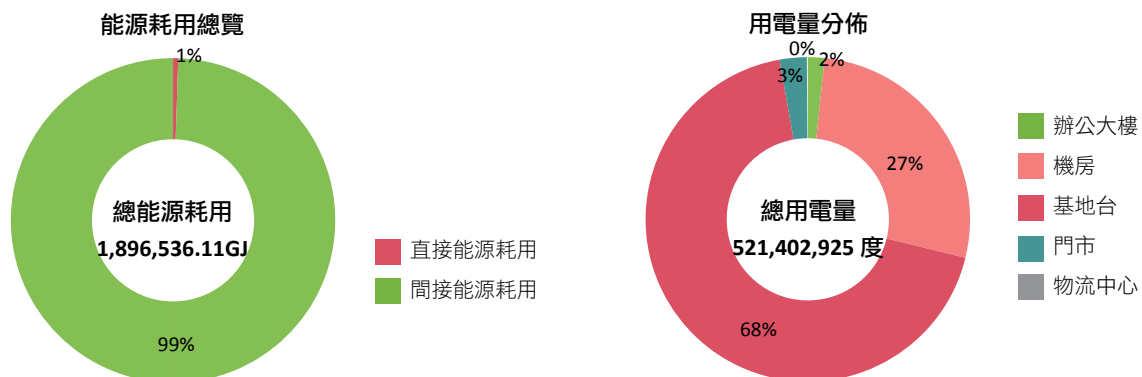
### 6.1 降低環境衝擊

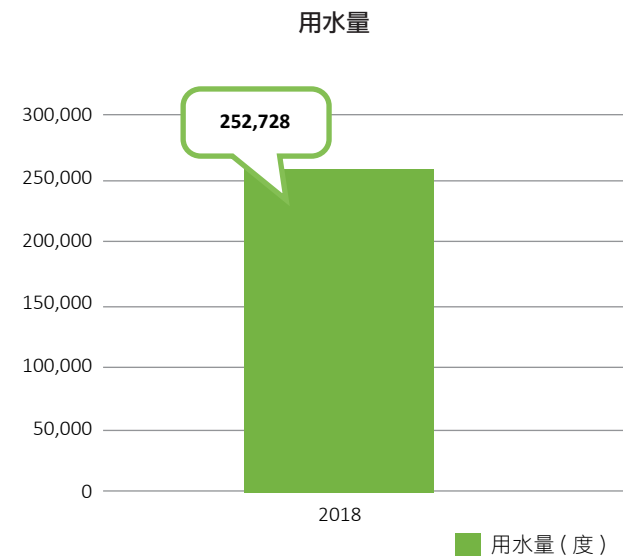
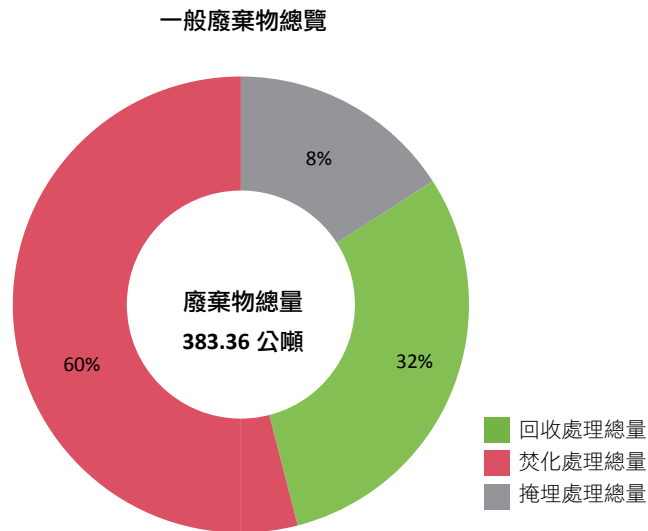
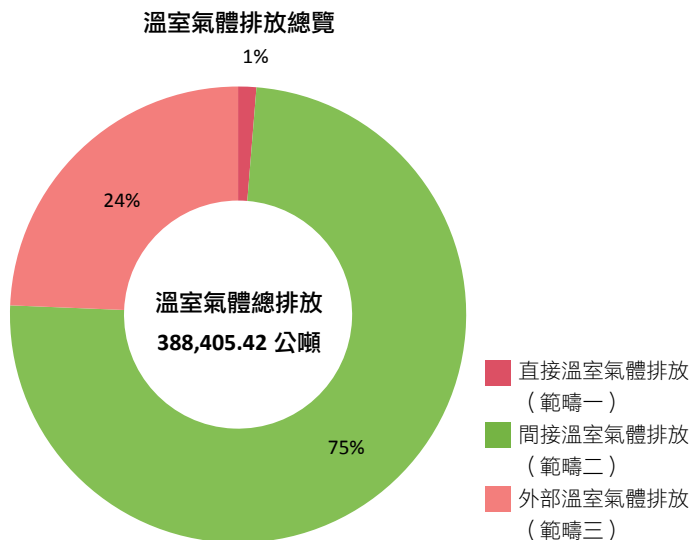
遠傳電信持續關注並積極回應氣候變遷及能源議題，結合核心本業推動環境與能源策略，導入以科學為基礎的減碳目標，並依循氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）指引辨識關鍵氣候風險，同時透過穩定、優良的通訊建設及推動永續性產品，善盡電信業的環境責任。



#### 6.1.1 環境足跡概覽

電信服務的環境衝擊主要為能源使用，及其衍伸的溫室氣體排放，以下說明遠傳 2018 年的整體能源耗用、用電分佈、溫室氣體排放總覽。其次說明電信業的其他環境衝擊，包含廢棄物足跡及用水量。

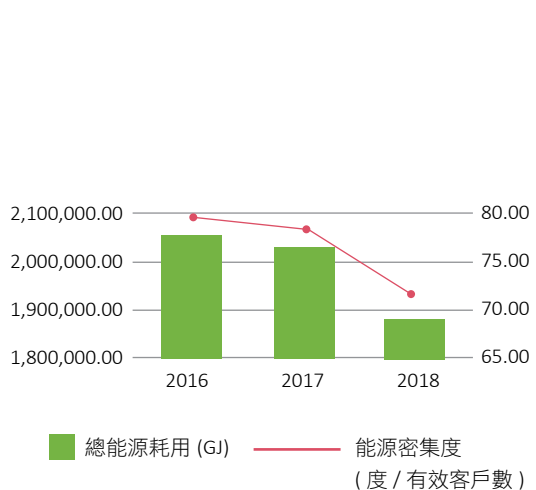




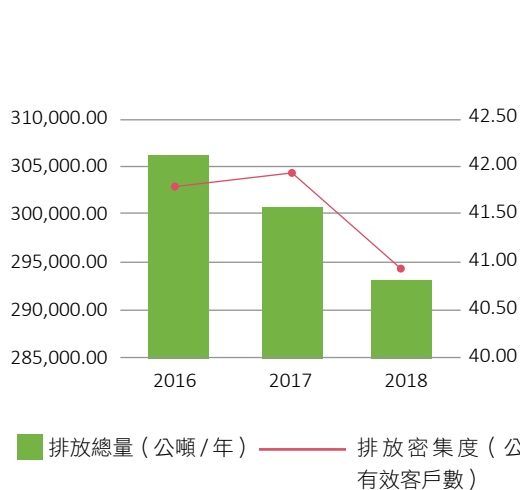
## 近三年環境足跡趨勢

遠傳致力於推動環境永續，針對能源議題、溫室氣體排放、廢棄物及水資源管理，每年皆推動各項減量措施。持續努力的結果，遠傳近三年能源耗用總量、能源密集度、溫室氣體排放總量及耗水量皆呈下降趨勢。廢棄物總量在 2018 年有較大幅度減量，且近三年回收量持續上升。各個環境面向近三年數據請參考本報告書附件。

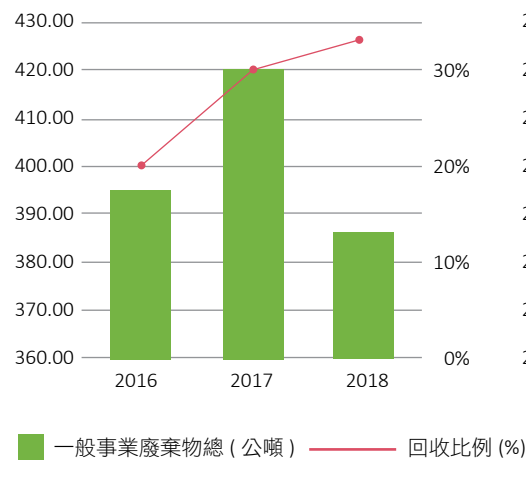
### 近三年能源耗用



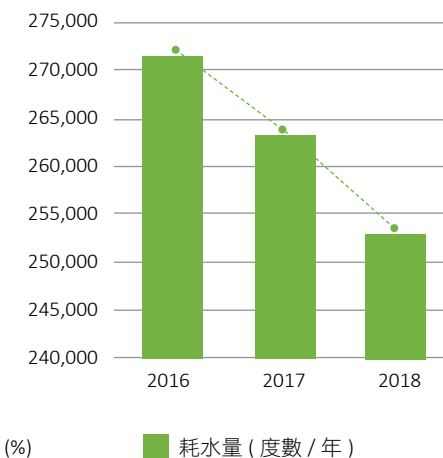
### 近三年溫室氣體排放總量



### 近三年廢棄物總量及回收比例



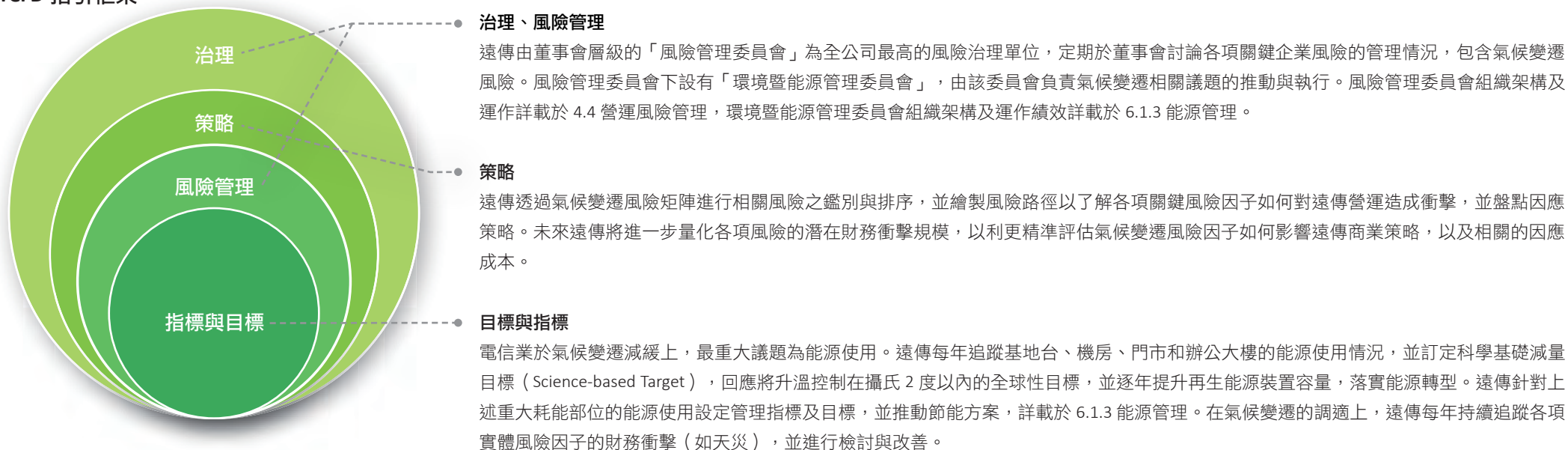
### 近三年耗水量



## 6.1.2 氣候策略

2018 年遠傳依循氣候變遷相關財務揭露指引文件（Task Force on Climate-related Financial Disclosures,TCFD），從治理、策略、風險管理、指標與目標等不同面向，全面盤點關鍵氣候變遷及能源風險及遠傳管理現況。遠傳本年度共鑑別出六大氣候變遷風險，並針對此六大風險，在全球升溫攝氏 2 度的情境下，進一步評估財務衝擊路徑、衝擊規模，並逐項盤點因應措施。

### TCFD 指引框架



### 氣候變遷風險因子鑑別

遠傳本年度透過氣候變遷風險矩陣進行相關風險之鑑別與排序，依據潛在衝擊程度、潛在脆弱度、風險發生可能性三面向進行評估，並將氣候風險分級為高、中、低三個等級。分級方式主要參考三個面向計算出的風險值，以及在風險矩陣的分布位置。風險值排名前 30%，或落於矩陣第一象限者視為關鍵風險因子，包括：低碳科技轉型之成本支出、強颱發生頻率增加、極端降雨頻率增加、能源政策不確定性、平均溫度上升、溫室氣體排放成本增加。鑑別程序說明如下

#### 1 建立風險清單

依據 TCFD 建議的風險清單、國際相關研究報告、產業特性與標竿分析，建立氣候風險清單，其中轉型風險包含政策法規、科技、市場、商業聲譽；實體風險則包含急性與慢性的氣候風險



#### 2 鑑別與排序

依據各項風險的潛在衝擊程度、潛在脆弱度，以及發生可能性進行三維度的評估，並繪製風險矩陣圖



#### 3 確認關鍵風險

檢視排序結果，確認關鍵氣候變遷風險因子，並根據 2 度 C 情境繪製各因子的衝擊路徑



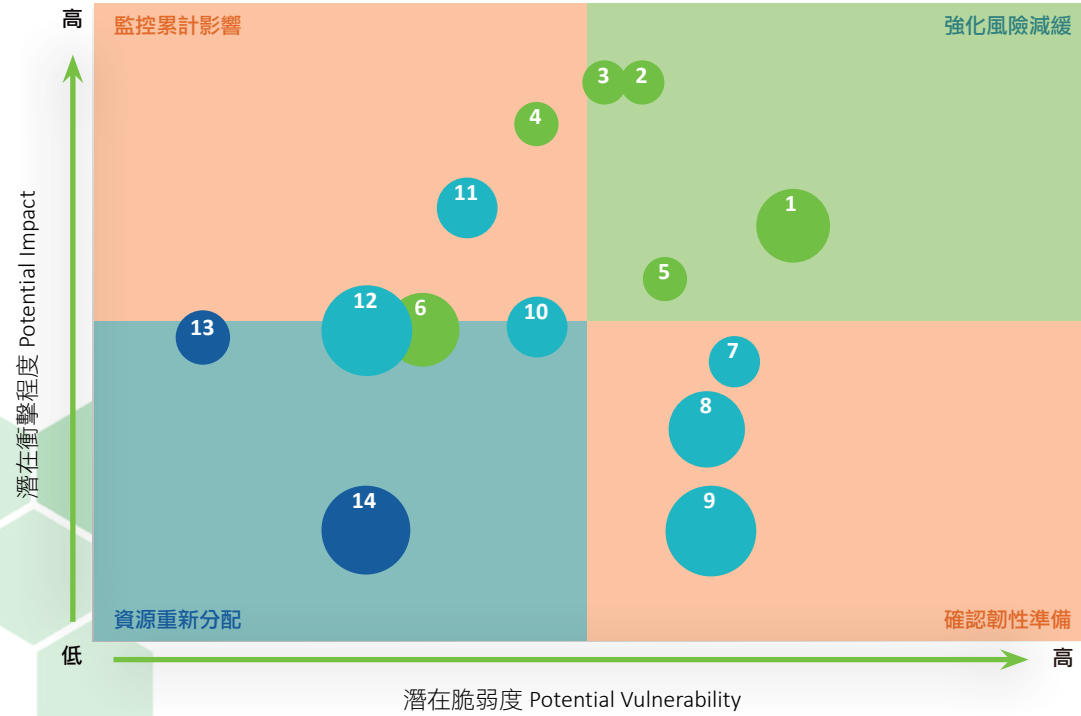
#### 4 盤點因應策略及後續管理

針對遠傳六大氣候風險，遠傳各部門提出因應策略



### 氣候變遷風險矩陣

泡泡大小：代表潛在風險發生的可能 (Likelihood)



1	低碳科技轉型之成本	8	加強排放報告義務
2	強颱發生頻率增加	9	顧客行為改變
3	極端降雨頻率增加	10	永續相關法規增加
4	能源政策不確定性	11	熱浪 (極端高溫事件)
5	溫室氣體排放成本增加	12	投資人負面回饋及外部揭露與倡議
6	平均溫度持續上升	13	產品與服務被低碳技術所取代
7	新科技投資失敗	14	消費者偏好轉移

● 高度風險 ● 中度風險 ● 低度風險

## 氣候變遷風險因應

針對鑑別出的六大關鍵氣候風險，由相關部門進行內部研議，盤點既有或未來之因應措施。

風險類別	風險因子	潛在衝擊	發生可能性	因應措施
轉型風險	低碳科技轉型之成本支出	<ul style="list-style-type: none"> <li>為因應低碳轉型趨勢，提前汰換設備導致營運成本增加</li> <li>強化電信產業鏈溫室氣體排放管理，以及節能與低碳技術的合作研發，導致營運成本增加</li> </ul>	已發生	<ul style="list-style-type: none"> <li>佈局再生能源新事業，同時研擬再生能源使用目標及時程表，逐年增加再生能源裝置容量（包括：增購再生能源憑證、增加自有憑證產能），並於未來建置太陽能基地台</li> </ul>
	能源政策不確定性	<ul style="list-style-type: none"> <li>未達到國家溫室氣體減量與再生能源使用目標，導致遠傳必須支付罰鍰，或向其他企業購買碳額度，影響企業形象</li> </ul>	可能於未來3-5年內發生	<ul style="list-style-type: none"> <li>有效控制並降低遠傳營運及供應鏈的溫室氣體排放量，積極培育低碳科技轉型人才，以及與供應鏈上下游開展合作</li> </ul>
	溫室氣體排放成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠傳進行商業模式調整，被迫放棄碳排放部位高的服務，進而衝擊企業營收</li> <li>國家再生能源政策導致電價上漲或電力供應不穩定，造成遠傳營運或服務中斷</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>盤點重要法規影響與執行現況，並每季查核法規動態及預先規劃因應方案</li> <li>強化能源監控管理系統，並透過設備汰換與更新提升能源使用效率以降低整體用電量，平衡電費上漲造成的損失</li> <li>新機房的建置鄰近再生能源直攻區納入評估</li> <li>購買相關責任險及其他抗災措施，強化營運持續管理</li> </ul>
實體風險	強颱發生頻率增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>颱風強降雨造成電力中斷及／或設備故障，導致維修與維護成本增加，同時造成營運或服務中斷</li> </ul>	可能發生	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對既有基地台進行結構強化維護，並改良抗災基地台工法，定期進行淹水壓力測試</li> </ul>
	極端降雨頻率增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>災害中及災後之應變措施導致遠傳營運支出增加，包括人員出勤、資費減免或緩繳及其他關懷服務的提供</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>強化營運持續管理，預備基地台備援電力，建立行動基地台及臨時基地台的佈建能力，於強颱發生後能快速應變，減緩颱風對服務品質的潛在影響</li> </ul>
	平均溫度上升	<ul style="list-style-type: none"> <li>必須支付更高的電費以使設備維持恆溫</li> <li>設備因高溫導致故障率提高，增加維修與維護成本</li> <li>台電限電或停電導致遠傳營運或服務中斷</li> </ul>	已發生	<ul style="list-style-type: none"> <li>新機房的建置將氣候條件（平均溫度相對低及懸浮鹽害較低之氣候區）納入評估</li> <li>定期檢視財產保險承保範圍是否需調整以因應氣候變遷可能造成的衝擊</li> <li>基地台持續進行排風扇專案，佈建排風扇關閉冷氣，降低因平均溫度上升而造成冷氣因長時間運轉增加電費及熱排氣的影響</li> <li>提高維護頻率以降低機房／基地台的故障頻率</li> </ul>

### 溫室氣體減量管理

本年度遠傳以科學方法訂定減碳目標 SBT(Science Based Targets)，訂定長期絕對減碳目標，我們的目標為在 2030 年，將範疇 1+2 溫室氣體排放總量控制在較 2016 年降低 20.3%，範疇 3 排放總量較 2016 年降低 17.2%，目前正送國際科學基礎目標倡議組織 (Science Based Targets initiative, SBTi) 驗證中。範疇一及範疇二排放量近三年 (2016-2018) 持續下降，2018 年較前一年度減少 2%，相關管理方針與績效詳載於 6.1.3 能源管理及本報告書附件。遠傳正逐步擴大營運活動上下游產業鏈碳排放的範疇三盤查範疇，本年度盤查上游運輸及貨物配送、購買商品與服務、商務差旅、燃料及能源相關活動等四個項目，並經外部查證。

### 6.1.3 能源管理

遠傳透過能源管理系統 (ISO50001)、環境管理系統 (ISO 14001) 持續提升能源使用效率，同步導入溫室氣體盤查 (ISO 14064-1)，系統性管理能源使用的負面環境衝擊，並訂定「遠傳環境暨能源政策」與「溫室氣體管理政策聲明」，作為遠傳管理各類環境衝擊之指引，期能在電信服務生命週期各階段落實節能與能效提升，參與氣候變遷減緩與調適。

遠傳環境暨能源政策



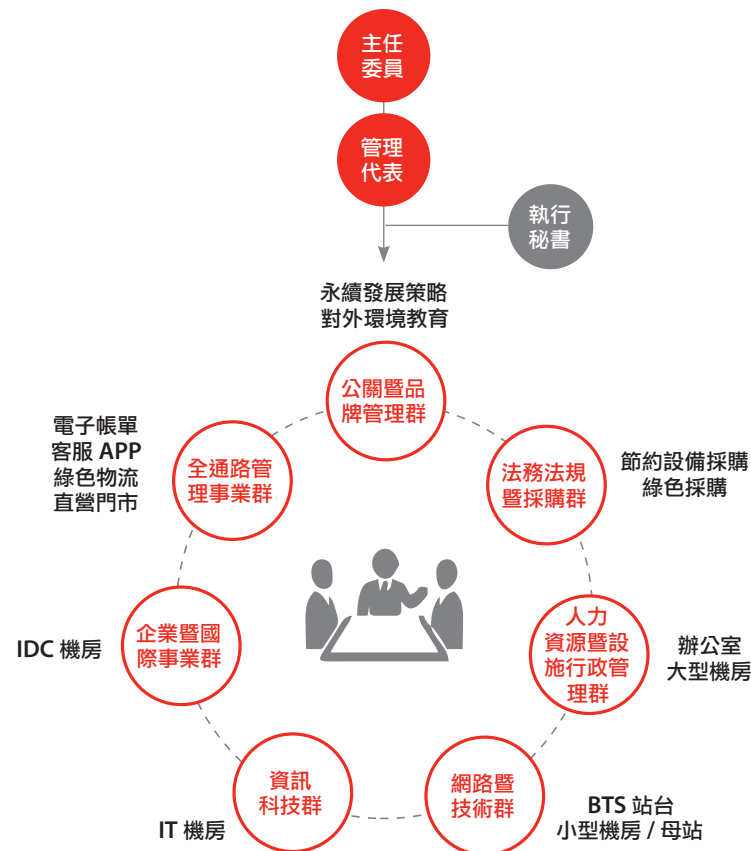
### 環境暨能源管理委員會

遠傳設有「環境暨能源管理委員會」，委員會最高指導單位為人資長，成員包括不同部門主管，每季定期召開會議討論能源與環境相關目標與績效，透過垂直管理模式，由總部向外推動至各部門共同參與並落實能源政策。遠傳並設有「環境暨能源管理辦法」，管理範疇涵蓋能源管理、環境管理、溫室氣體減量及氣候變遷因應。

### 範疇三盤查項目




項目	盤查邊界	2018 年排放量
上游運輸及貨物配送	內部物流快遞車輛	574.055 ton CO2e
購買商品與服務	採購蘋果 (Apple) 與華為 (Huawei) 等供應商生產的智慧型手機、平板電腦及手錶	25,356.66 ton CO2e
商務差旅	計算員工自行開車、搭乘飛機、高鐵、火車及計程車的商務差旅	660.529 ton CO2e
燃料及能源相關活動	計算遠傳電信 (股) 有限公司所購買的燃料與能源之開採、生產及運輸 (未包含在範疇 1 與範疇 2 中的部分) 所造成的其他間接溫室氣體排放	67966.774 ton CO2e

### 環境暨能源管理委員會架構



## 環境管理系統

遠傳電信長期導入 ISO14001 環境管理、ISO50001 能源管理及 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，並進行外部查證。我們已將管理範圍由能源管理延伸至環境管理、溫室氣體減量及氣候變遷因應，增加環境管理公信力。

認證	範疇 ( 導入據點 )	覆蓋率	2018 年成果	2019 年規劃
 ISO 50001 能源管理系統	<ul style="list-style-type: none"> <li>台北: 5 站 ( 辦公室 / 機房 / 門市 )</li> <li>新北: 3 站 ( 辦公室 / 機房 )</li> <li>台中: 1 站 ( 辦公室 )</li> <li>高雄: 2 站 ( 辦公室 / 機房 )</li> </ul>	72%	<ul style="list-style-type: none"> <li>查證範圍由 1 站增加至 11 站</li> <li>8 項行動方案節電 244 萬度，減碳 1,354 tons/CO2e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>轉換至 ISO50001 2018 年版</li> <li>5 項行動方案目標節電 126.8 萬度</li> </ul>
 ISO14001 環境管理系統	<ul style="list-style-type: none"> <li>台北: 5 站 ( 辦公室 / 機房 / 門市 )</li> <li>新北: 3 站 ( 辦公室 / 機房 )</li> <li>台中: 1 站 ( 辦公室 )</li> <li>高雄: 2 站 ( 辦公室 / 機房 )</li> </ul>	72%	<ul style="list-style-type: none"> <li>查證範圍由 3 站增加至 11 站</li> <li>資源回收量增加 11.7 噸</li> <li>SIM 卡採購量減少 15%</li> <li>CSR 訪廠家數增加 75%</li> <li>完成 TIMM 導入機制</li> <li>電子帳單使用率達 55%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資源回收量增加 5%</li> <li>SIM 卡採購量減少 10%</li> <li>電子帳單使用率達 65%</li> <li>擴大 TIMM 涵蓋範圍</li> <li>導入 TCFD 框架</li> <li>CSR 訪廠家數增加 10%</li> </ul>
 ISO 14064-1 溫室氣體盤查	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠傳電信</li> <li>新世紀資通</li> <li>和宇寬頻</li> </ul>	94%	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加範疇三內部物流盤查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加範疇三購買商品與服務、員工差旅、燃料及能源其他活動等三項盤查</li> <li>導入 SBT</li> </ul>

註：ISO50001、ISO14001 和 ISO 14064-1 覆蓋率係以導入據點所涵蓋員工數占全體員工數比例計算

## 遠傳能源管理節能方案<sup>34</sup>

遠傳針對幾大耗能部門設定年度目標並推動節能方案，重點項目包含基地台、機房、門市、辦公大樓以及物流，逐步邁向能源轉型。

	2018 年目標	2018 年進度	達成率	2019 年目標
基地台	基地台每 1GB 訊務量用電量 ( 用電百萬卡 /GB ) 年減 1.5 %	年減 18%	達標	年減 5%
機房	PUE 年減 1%	年減 2.77%	達標	年減 1%
門市	耗電量年減 5%	年減 11.28%	達標	年減 3%
辦公室	EUI <sup>35</sup> 年減 1.5 %	年減 4.78%	達標	年減 1%

<sup>34</sup> 本章節節電效益係以萬度為單位四捨五入取整數，減碳量係以節電度數 \* 行政院環保署公告最新一期 ( 即 2017 年 ) 電力排放係數為每度 0.554 公斤 CO2e/ 度計算

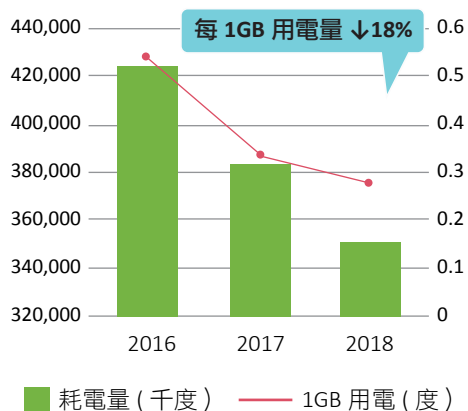
<sup>35</sup> EUI, Energy Use Intensity 建築耗電強度：用電度數 / 建築物總樓地板面積 ( 單位：kWh/ m2•yr )

基地台

節能績效與方案

基地台能源消耗是遠傳所有營運據點及設施能源消耗最大宗，占整體用電量達 68%。2018 年遠傳電信基地台總能耗增加，主因為持續進行 4G 基地台設備建置以提升客戶上網服務品質，但每單位 (1GB) 訊務量之用電強度持續下降。本年度基地台節能方案總計投入經費 1,930 萬元，最重大的基地台節能專案為安裝 FCS 通風扇，節省 580 萬元電費。節能方案效益部分，本年度基地台每 1GBs 用電量較 2017 年降低 18%，估計共節省近 730 萬度用電量，減碳效益達 3,861 CO2e 公噸。除提升基地台節能效率外，遠傳也規劃陸續建置以再生能源為主的基地台，以因應我國節能減碳及再生能源政策方向。2018 年增加 6kwp 的基地台太陽能裝置容量。

基地台每單位訊務量用電強度



節能策略措施與成效

策略及措施		2018 年節能成效	
<b>短期</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 換裝變頻冷氣</li> <li>· 改善通風系統</li> <li>· 拆除 2G 設備</li> <li>· 3G/4G 載波參數調整</li> <li>· 3G 話務卡板調</li> <li>· 增加基地台太陽能容量</li> </ul>	<b>長期</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 導入高效能轉換電力設備</li> <li>· 預計 2020 年汰除 3G 系統設備</li> <li>· 建置以再生能源為主的基地台</li> </ul>	投入金額 (元)	1,930 萬元
		節電效益 (度)	730 萬度
		減碳量 (公噸)	3,861 CO2e 公噸

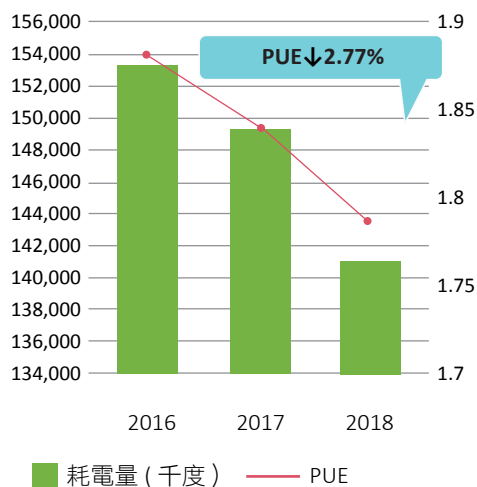


## 節能績效與方案

2018 年遠傳電信機房區耗能持續下降，用電量較去年約減少 833 萬度，降幅達 5.56%。本年度重點專案為啟用磁浮主機容量超過 1,000 冷凍噸，優於國內機房均值 20%，大幅減少能源耗用，持續推動機房區節能專案的結果，PUE 持續下降，本年度機房區平均 PUE 達 1.79<sup>36</sup>，較去年度下降 2.77%。此外，遠傳持續推動伺服器虛擬化，總體效益為節電 179 萬度。

遠傳電信自 2009 年開始進行伺服器設備虛擬化，以達到降低成本、提升效率、簡化管理與環保等目標，因應不斷成長的業務需求。2018 年伺服器虛擬化投入經費為新台幣 2,240 萬元<sup>37</sup>，共新增 477 台虛擬化技術伺服器，總計達 3610 台。目前實體伺服器僅需 165 台，較去年降低約 74% 耗能，減少逾 159 萬電費<sup>38</sup>。

機房用電量及用電強度



節能策略措施及成效

策略及措施		2018 年節能成效	
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 伺服器設備虛擬化</li> <li>· 非晶質變壓器汰換</li> <li>· 機房散熱系統效能提升</li> <li>· 空調主機優化與汰換</li> <li>· LED 燈具更換</li> <li>· 高效率電源設備汰</li> <li>· 推動能源管理控制系統</li> <li>· 優化照明控制系統</li> </ul>	投入金額 (元)	4,451 萬元	
	節電效益 (度)	179 萬度	
	減碳量 (公噸)	993 CO2e 公噸	

## 節能績效與方案

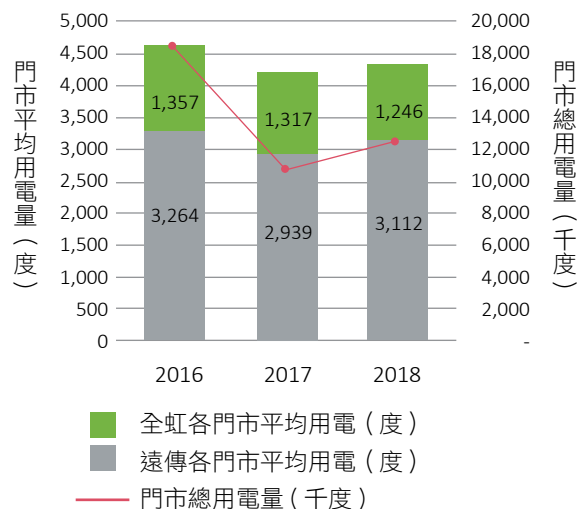
遠傳持續將門市改造為綠色友善門市，以環保節能標章設備列為門市展店發包標準，並逐步改善門市節能措施，汰換變頻空調冷氣及節能照明設備。節能型綠色友善門市皆採用 T5 省電燈具、變頻省電空調、LED 緊急出口燈等節能省電裝置，並以數位多媒體互動設備取代傳統海報，減少資源使用。2018 年共有 4 家門市改裝，投入金額約 1,542 萬，整體門市總電度降幅達 2.4%，年度節電量約 32 萬度。全虹亦朝綠色友善門市理念靠攏，逐步汰換門市老舊冷氣為變頻省電空調及 T5 省電燈具。

<sup>36</sup> PUE (Power Usage Effectiveness) 能源使用效率：機房總耗能 / 資訊設備耗能

<sup>37</sup> 伺服器虛擬化投入經費計算以伺服器每台平均單價 \* 實體伺服器數量

<sup>38</sup> 節電費用計算參考 107 年台電公司提報電價費率審議會之公用售電業平均電價費率

門市用電量



節能策略措施及成效

策略及措施	2018 年節能成效	
<ul style="list-style-type: none"> <li>持續推動門市改造，擴大綠色門市比例</li> <li>環保節能標章設備為新門市的發包標準</li> <li>新一代店格皆採用 T5 省電燈具、變頻省電空調、LED 緊急出口燈等節能省電裝置</li> <li>門市使用數位多媒體互動設備取代傳統海報</li> <li>全虹門市空調機汰舊換新，提高機器運轉效率</li> </ul>	投入金額 (元)	1,542 萬元
	節電效益 (度)	32 萬度
	減碳量 (公噸)	177.28 CO2e 公噸

## 辦公室

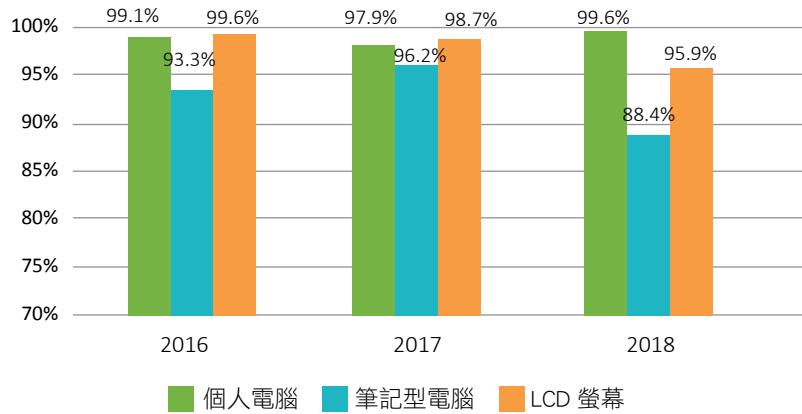
## 節能績效與方案

2018 年遠傳電信持續透過節能減碳措施、更新設備及優化操作管理等方式，降低辦公室用電量。節能專案推動成果，本年度共計節電 18 萬度。遠傳電信辦公室耗能連續三年下降，2018 年 EUI 達 117.14(kWh/m<sup>2</sup>/年)，較上年度降低 4.78%，用電量下降約 43 萬度。

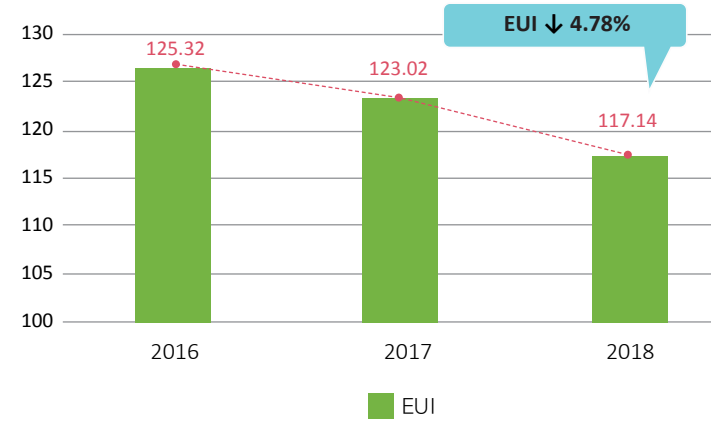
遠傳電信自 2011 年起持續汰換並捐贈效率較差的電腦設備，優先選擇租賃已取得環保標章之產品，提升資訊設備利用效率與綠色效益。2016 年至 2018 年個人資訊設備租賃比例不斷上升，2018 年新增加個人電腦租賃比例達 99.6%，筆記型電腦租賃比例達 88.4%，LCD 螢幕租賃比例達 95.9%。

全虹內湖辦公室持續進行老舊空調設備以及節能燈具的汰舊換新，定期向同仁宣導節能，推動綠色環保措施。2018 年亦獲得台北市政府專案補助，於辦公室頂樓重新鋪設隔熱磚，有效隔絕熱能以降低能源使用，2018 年節電 6,236 度，減碳效益共計達 3.37 公噸。

設備租賃率統計\_遠傳



辦公室耗能\_遠傳



節能策略措施及成效\_遠傳

策略及措施	2018 年節能成效	
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 空調主機優化與汰換</li> <li>· LED 燈具更換</li> <li>· 高效率電源設備汰</li> <li>· 推動能源管理控制系統</li> <li>· 優化照明控制系統</li> <li>· 租賃設備活化</li> </ul>	投入金額 (元)	30 萬元
	節電效益 (度)	18 萬度
	減碳量 (公噸)	101 CO2e 公噸

節能策略措施及成效\_全虹

策略及措施	2018 年節能成效	
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 空調主機優化與汰換</li> <li>· LED 燈具更換</li> <li>· 進行走動式巡檢關閉不必要能源</li> <li>· 每月用電度數異常提醒與追蹤</li> <li>· 節能觀念宣導</li> </ul>	投入金額 (元)	1.5 萬元
	節電效益 (度)	6,236 度
	減碳量 (公噸)	3.4 CO2e 公噸

綠色物流與包裝

節能績效與方案

遠傳電信推動綠色物流，透過大數據分析、配合各門市不同營業時間持續優化物流路線，同時為避免依個案訂單出貨增加物流運輸趟數，遠傳將商品分成「有價商品」（手機、顧客購買的配件等商品）及「輔銷商品」（DM、POSM、SIM card）兩類，制定不同物流方案，以減少產生的運輸費用及環境污染。2018 年遠傳電信透過節省物流紙箱及優化物流路線，2018 減碳效益共達 373.6 公噸。全虹在

98 物流中心持續更新節能設備，並優化用電流程，2018 年減碳效益共達 10.5 公噸。

## 能策略措施及成效 - 遠傳

策略及措施		節能措施	2017 年減碳量 (公噸)	2018 年減碳量 (公噸)
<ul style="list-style-type: none"> <li>結合大數據、配合各門市不同營業時間持續優化物流路線</li> <li>強制要求送件停車時熄火以節省油耗</li> <li>推動綠色產品包裝，降低環境衝擊</li> </ul>	有價商品	訂單併單，節省紙箱耗用	89.34	218.3
		使用環保再生綠色包裝	82.89	75.9
		揀貨方式由輸送帶揀貨改由人工揀貨	31.56	0
	輔銷商品	門市輔銷類商品每月集中出貨	98.33	79.4
		總計減碳效益	302.12	373.6

## 節能策略措施及成效 - 全虹

策略及措施	2018 年節能燈具更換之節能成效	
<ul style="list-style-type: none"> <li>節能燈具更換及用電流程改善與調整，並由廠務進行廠區巡檢確認有無能源浪費</li> <li>未來將規劃物流中心於無人區域裝設紅外線感知器，進行燈源自動啟閉，避免不必要的能源浪費</li> <li>長期將規劃物流中心設立太陽能發電之可行性，創造生產綠能機會</li> </ul>	投入金額 (元)	11.4 萬元
	節電效益 (度)	1.99 萬度 <sup>39</sup>
	減碳量 (公噸)	10.5 CO2e 公噸

## 6.1.4 環境友善的產品服務

為擴大遠傳對環境保護的正向影響力，我們將全台各大門市重點服務及產品與資源回收再利用理念整合，透過行動裝置回收轉售、提供整合式 SIM 卡及推動無紙化服務等方式，減少消費者使用本公司產品與服務所造成的資源消耗。



<sup>39</sup> 此節電效益為推估值，計算公式為 燈具單盞節能瓦數 \* 燈具數量 \* 每日開啟時間 \* 天數

## 門市手機回收

電子廢棄物已成為電信業者及消費者必須正視的議題。為方便消費者回收廢行動通訊產品、促進資源循環利用，遠傳與行政院環保署簽訂「廢行動通訊產品回收合作備忘錄（MOU）」，在全省門市設置手機回收點，免費回收廢棄手機、PDA、GPS 及充電器或其他配件，並送交合格處理業者再生處理。

	2016 年	2017 年	2018 年
回收手機數（支）	1,062	1,742	538
回收配件_電池/充電器/線材（公斤）	50	117	111.5

## 行動裝置轉售

遠傳致力於開拓次級市場、吸引特定客群，將展示機及過季手機和配件轉售予二手商或遠傳 outlet 門市（即暢貨中心），賦予二手產品新生命。2018 年共計創造 6,211 支手機的再生價值，約節省 76 公噸碳排放<sup>40</sup>。

	轉售二手商	轉售暢貨中心
手機（支）	3,359	2,852
平板電腦（件）	439	266
配件（件）	1,764	8,000
總計	5,562	11,118
轉售手機可節省能源（度）	73,898	62,744
轉售手機可減少之排碳量（公噸）	41	35

## 無紙化服務

遠傳持續推動電子帳單、表單等數位化項目，落實電信服務無紙化，與客戶共同減少不必要資源浪費。透過遠傳行動客服 APP 線上帳單，針對客戶使用電子帳單所節省的成本，以集點活動方式實際回饋給客戶，提供多樣化優惠商品吸引消費者使用電子帳單。截至 2018 年共累計 265 萬用戶使用電子帳單，達到 55% 使用率，每年約可節省紙張 7,950 萬張，相當於減少 96.2 公噸碳排放量；預計在 2019 年提升電子帳單使用率達 65%。

## 無表單無紙化管理系統

### 系統化

將直營門市特定促案與服務設定為電子化作業

### 模組化

整併多項服務，一張表單可申請多項功能

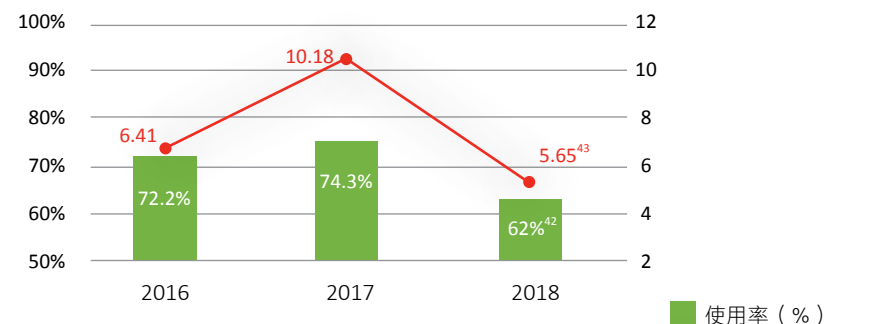
### 流程化

內容重新排版，簡化不必要的條款說明

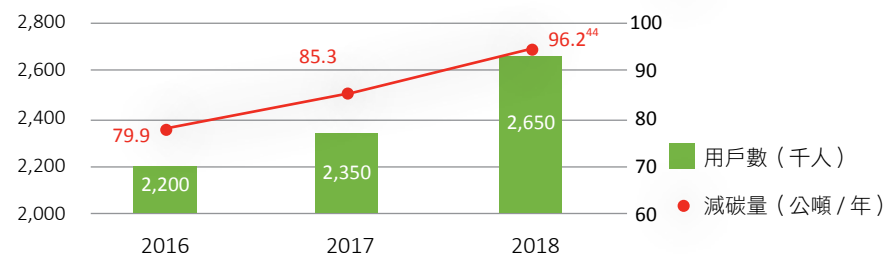


2018 年已有 349 家，超過 62% 的服務據點全面使用電子表單處理客戶資料，預計在 2019 年持續提升電子表單使用率至 78%，並在 2020 年前達成直營門市 80% 表單無紙化，相當於減少碳排約 8.6 公噸。

電子表單使用率及減碳量<sup>41</sup>



電子帳單用戶數及減碳量



100 <sup>40</sup> 依行政院環保署公告，回收 1 支手機約能節省 22 度的電力，最新一期（即 2017 年）電力排放係數為每度 0.554 公斤 CO<sub>2</sub>e/度

## 三合一 SIM 卡

考量當前手機 SIM 卡種類繁多，遠傳推出三合一 SIM 卡，整合 Mini、Micro 與 Nano 三種通用卡片，大幅降低包裝與印刷顏料污染；此外，遠傳於 2016 年 12 月正式實施 SIM 卡單一化（一卡通用），打破 4G、3G、Postpaid、Prepaid 限制，提升庫存控管及使用者經驗，更便利於門市銷售；估計可再減少 5% 卡片採購量（約 20 萬張）。

	三合一 SIM 卡			單一化 SIM 卡		
	全門市 SIM 卡採購量減少 %	減少 ABS & HPVC 塑料使用量 (公斤) <sup>45</sup>	節省用電換算 CO2 排放量 (公斤) <sup>46</sup>	全門市 SIM 卡採購量減少 %	減少 ABS & HPVC 塑料使用量 (公斤)	節省用電換算 CO2 排放量 (公斤)
2016 年	15%	2,750	17	-	-	-
2017 年	12%	1,650	10.2	12%	2,750	17
2018 年	14.7%	2,750	18.3	-	-	-

### 6.1.5 基地台環境衝擊管理

#### 基地台管理規範

遠傳的基地台及天線設置除滿足主管機關相關規範外，亦致力於利用共構、共站及共天線方式，大幅降低必要天線數量，減少資源浪費並積極加強基地台周邊景觀綠美化，降低消除基地台及天線的視覺衝擊。2018 年遠傳基地台共站<sup>47</sup> 比例達 52.19%、共構<sup>48</sup> 比例達 43.07%、獨立站台則為 4.74%。此外，2018 年進行基地台防災強化工程。2018 年與基地台架設有關係之罰款金額總計為 550 萬元，共計 11 件；件數較前年度減少 2 件，罰款金額減少 100 萬元。罰款發生主要是基於急迫解決客戶涵蓋率需求，對證照申請中的權宜站台，提前開台而遭舉報；後續將加強與客戶溝通說明，並與 NCC 承辦協商，縮短證照申請流程管理，減少權宜站台提前開台而遭罰款的狀況。

#### 電磁波議題追蹤

為正面因應大眾關注之電磁波議題，遠傳保持與民眾積極交流，持續參與主管機關 NCC 及電信業者所組成之「台灣電信產業發展協會（TTIDA）」中的「基地台工作小組」，進行基地台電磁波觀念之宣導與溝通，降低民眾對基地台電磁波的健康安全疑慮。TTIDA 相關宣導工作包括：

#### 電磁波量測服務

此專線提供民眾電磁波問題諮詢與受理電磁波居家量測服務，2018 年 TTIDA 共計提供 546 件電磁波問題諮詢服務，主要詢問問題為電磁波是否有害、基地台合法性或數量的管制、電磁波量測流程、電線桿變電所或衛星廣播等；另外受理 317 件電磁波量測服務，其中遠傳共受理量測 64 件，加上受理民眾要求自行量測 8 件，總計達 72 件電磁波量測服務，共投入新台幣 \$331,200 元。量測結果全部符合且低於 NCC 行動寬頻基地臺審驗技術規範之 EIRP(最大有效等向輻射功率)、電波功率密度之規範值

<sup>41</sup> 依據環境保護署台灣產品碳足跡，一張 A4 紙排碳量為 0.0056 公斤二氧化碳如下的係數換算

<sup>42</sup> 因 499 事件系統承載不足，期間暫以紙本表單處理客戶資料，導致 2018 年門市電子表單使用率微幅下降

<sup>43</sup> 電子表單：2018 共減少 467 萬紙張耗費 \*1.21 公克 /1000(變公斤) /1000(變公噸) = 5.65 公噸

<sup>44</sup> 電子帳單：申請用戶數 2,650,000 人 \* 每年節省 30 張紙本帳單 \*1.21 公克 (行政院資料一紙張碳排放為 1.21 公克) /1000(變公斤) /1000(變公噸) = 96.2 公噸

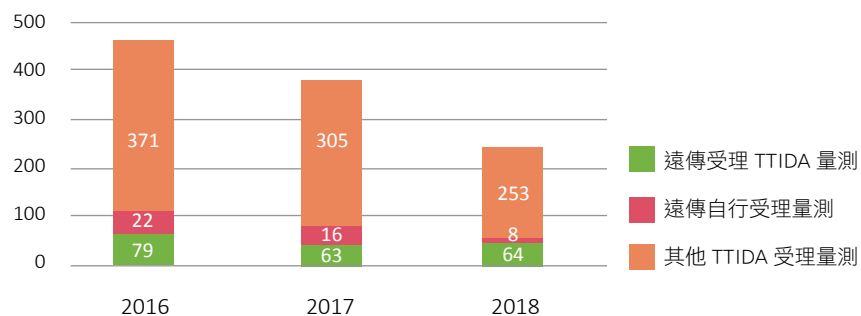
<sup>45</sup> 假設每一張 SIM 卡需要使用 5.5 克塑料 (ABS & HPVC)

<sup>46</sup> 依行政院環保署最新一期 (即 2017 年) 電力排放係數為每度 0.554 公斤 CO2e/度

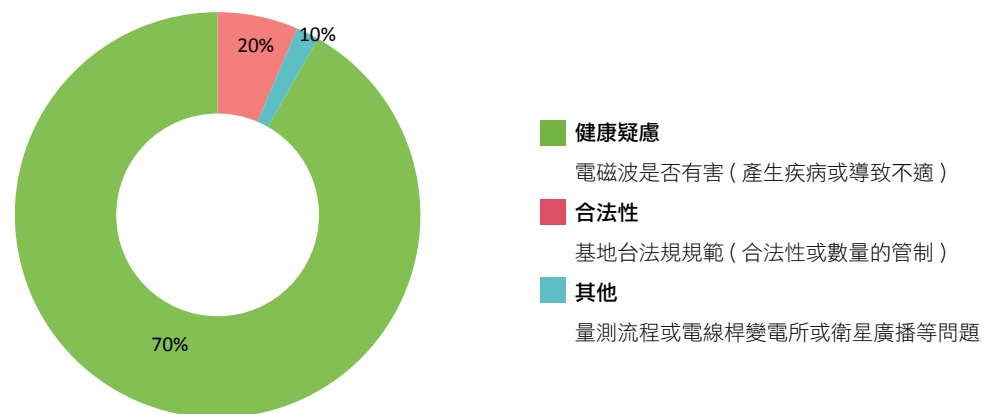
<sup>47</sup> 指相同或不同行動業務經營者於同一棟建築物設置基地台

<sup>48</sup> 指相同或不同行動業務經營者共用天線設置基地台，或預留天線通信埠及機櫃空間供其他業者設置基地台

歷年受理基地台之量測服務件數



2018 年電磁波諮詢服務受理問題類型

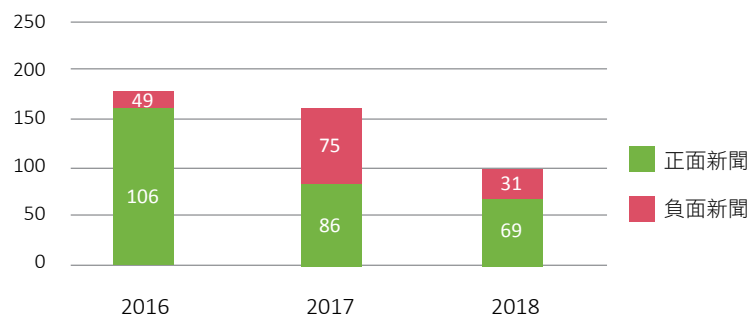


- 健康疑慮**  
電磁波是否有害 (產生疾病或導致不適)
- 合法性**  
基地台法規規範 (合法性或數量的管制)
- 其他**  
量測流程或電線桿變電所或衛星廣播等問題

## 電磁波宣導活動

遠傳持續優化電信核心業務，促進對經濟、社會與環境等宏觀面向之貢獻，2019 年重新詮釋品牌宣言「只有遠傳 沒有距離」，以「靠得更近 想得更遠」溝通遠傳不只拉近心的距離，更要縮短人們與「新科技」的距離，期許透過提供良好的通訊品質、資通訊核心技術和社會關懷行動，做一個有溫度的連結者，強化社會大眾間的零距離溝通與關懷。

歷年基地台議題媒體報導件數



## 階段性基地台研究成果

為增進社會大眾對行動通訊的了解，遠傳除透過企業官網公佈正確的無線電波知識，亦於 2018 年與亞東技術學術合作，針對電磁波相關安全議題合作，啟動長期行動通訊基地台對人體健康影響的專案研究，以利宣導正確無線電波知識及提出科學數據證明，增進大眾對行動通訊的了解，破除一般人對基地台輻射不安全的迷思。



2018 年完成「行動通訊基地臺對人體健康影響之研究」第一階段研究成果，經台北市大安區與台南市北門區兩區域實測結果，研究顯示基地臺電磁波強度遠低於國家通訊傳播委員會所制定「行動寬頻基地臺審驗技術規範」中之電磁波強度限制，而且癌症發生率和致死率難以和基地臺建設之數量有所關連。為對利害關係人負責，除持續配合電磁波量測與宣導，以及提出具體科學數據作為佐證，遠傳會持續追蹤罰款相關情事、檢討過失並在未來逐漸調整。2018 年遠傳無電磁波超標相關罰款。

TTIDA 電磁波測量服務



基地台電磁波知識服務網



遠傳電信官網電磁波安全



## 6.2 創造社會貢獻

遠傳持續優化電信核心業務，促進對經濟、社會與環境等宏觀面向之貢獻，2019 年重新詮釋品牌宣言「只有遠傳 沒有距離」，以「靠得更近 想得更遠」溝通遠傳不只拉近心的距離，更要縮短人們與「新科技」的距離，期許透過提供良好的通訊品質、資通訊核心技術和社會關懷行動，做一個有溫度的連結者，強化社會大眾間的零距離溝通與關懷。



\* 社會公益活動影響人數統計以 2016 年為基準年進行累計至 2018 年底，專案包含特殊族群資費方案與公益相關專案



## 6.2.1 通訊基礎建設投入

遠傳積極投入基礎資通訊設施的建設與維護，確保通訊品質不因天然災害及城鄉差異而有所不同。除持續進行基站基礎建設、重點區域頻譜調整等網路與網速維護措施外，針對偏遠地區遠傳亦持續提升 LTE 訊號涵蓋，成為業界的偏鄉通訊建設領頭羊。未來為擴大 5G 涵蓋率以提供穩定的通訊品質，遠傳計劃持續佈建全臺 NB-IoT 站點，以達 NB-IoT 訊號同 4G 服務涵蓋全臺。

### 優良通訊品質維護

為確保良好通訊品質與網路穩定度，遠傳每季定期進行電信訊號量測，將測量結果納入日後行動網路建設與調整之決策，即時改善接通率與傳輸速率。同時，為滿足數百萬用戶數據流量成長需求，遠傳持續擴增 4G 核心網路架構與容量，2016 年遠傳正式跨入 4.5G 時代，是亞洲電信市場中第一個提供 700 / 1800 / 2600 MHz 最佳三頻服務的業者，2018 年相繼開通 2100MHz 頻段，在整合三頻網路，率先開啟 4.5G 時代的基礎下，未來將透過四頻載波聚合技術，提供用戶快速又穩定的網路。2018 年遠傳持續維持網路穩定，整體網路可用性達 99.82%，並未發生造成網路中斷的重大網路設備及技術性事故。

語音通訊服務	<ul style="list-style-type: none"><li>除追蹤客戶抱怨之收訊問題區域，遠傳定期進行全區實際道路測試，以分析無線訊號強度與訊號品質雜訊比分佈，對於弱訊區域進行天線饋線工程檢查、天線覆蓋調整及無線參數調整與優化。遠傳 2018 年全區語音斷話率 (DCR, Dropped Call Rate) 穩定維持於 0.15%</li></ul>
數據通訊服務	<ul style="list-style-type: none"><li>2018 年遠傳擴容 1800/2600 MHz 基站<sup>49</sup>，並提供多頻載波聚合服務，以提升 4G 網速、3G 語音品質並提供 4G VoLTE 用戶高畫質語音服務</li><li>持續佈建各區 4G 站，包括偏鄉地區、風景區、都會區，使旗艦區達到與 3G 網路涵蓋一致</li><li>致力優化延伸室內訊號覆蓋範圍及擴充都會區容量，改善訊號擁塞，全面提升 4G 無線服務接取速度、容量、接取成功率，遠傳目前全區 4G 接取成功率已穩定達到 99.96% 以上之效能水準</li><li>針對 3G 服務，遠傳於 2018 年持續改善 3G 網路並解決因抗爭無訊號區域，以期突破抗爭艱困區域，提供客戶良好信號品質。遠傳目前全區 3G 語音與封包接取成功率已穩定達到 99.82% 以上之效能水準</li></ul>

### 新事業建設佈建

為提升企業客戶使用 NB-IoT 服務之品質，2018 年遠傳針對相關服務之站點進行 NB-IoT 信號與參數優化。除此之外，遠傳聯合 Gogoro 等 46 家業者以及第三方系統整合廠商建構 IoT 生態圈，目前 NB-IoT 應用已包含：智慧路燈、地磁停車、空氣偵測、電表等應用管理，並能滿足使用遠傳 NB-IoT 客戶對於資料傳送之需求，為 5G 「萬物聯網」應用的來臨，先行建設堅實的 IoT 網路平台。同時，為配合國家政策推動 5G 計畫，遠傳攜手工研院、愛立信、國內資通訊設備製造商共組「遠傳 5G 先鋒隊」，藉著 5G 實驗室累積的技術能量與全國最大 NB-IoT 生態圈，展現遠傳在 5G 科技的潛力。

### 偏遠地區建設投入

遠傳目前 4G 網路已涵蓋全人口達 99%，訊號遍及全台 85 個鄉鎮。我們積極響應 NCC 電信普及服務管理辦法，每年持續投入「電信服務普及」，致力將偏遠地區數據通信接取速率提升至都會區寬頻水準。自 2014 年起遠傳配合「NCC 推動公務機關（購）建置共構共站行動通訊平臺基礎設施作業」，針對公務機關於全國各地高災害潛勢地區或偏鄉釋出之公用建築物提出基地台建置補助申請，用以提升通訊服務品質及涵蓋範圍，有效加速偏鄉通訊建設、強化通訊服務於災害發生時的穩定性。

「強化防救災行動通訊基礎建設」2018 年度遠傳共計完成 16 站。「普及偏鄉寬頻接取行動基地台基礎建設」2018 年度遠傳共計完成 12 站。自 2014 年啟動 LTE 服務後，直至 2018 年遠傳已完成超過 747 個離島、偏鄉村里的 LTE 建設，達成超過 96% 以上的偏遠地區 LTE 訊號涵蓋率。



<sup>49</sup> 1800/2600MHz 為國內主流的 4G 頻段之一，屬於高頻訊號，電波穿透力強，且基地台的承載量較大，可以容納較多的使用者

## 愛部落 (i-Tribe) 無線網路建置計畫

自 2014 年起參與由原住民族委員會推動之「建構原住民族地區無線寬頻環境計畫」，目標在原鄉部落建置愛部落 (i-Tribe) 戶外無線網路，至 2018 年底協助完成共 12 個縣市、115 個部落的戶外無線網路建置。整合愛部落免費無線上網服務與愛台灣 (i-Taiwan) 無線網路用戶身份認證，供原民會統計上線用戶、網路流量等整體管理。透過此項計畫提升原鄉網路頻寬及無線網路覆蓋率，深入影響醫療、教育、觀光及產業推動。

## 彰化南投特殊教育學習雲建置暨營運推廣計畫

彰化南投特教學習雲建置著眼於特教學生、家長以及老師所能獲取的資源有限，故規畫建構適合特教師生的數位教學平台，無論是課程內容、雙方互動或是戶外教學都利用平板等行動載具進行學習上的輔助。本專案主要針對彰化與南投共計 20 所學校的特教教室提供 4G 行動上網服務，並強化在地的訊號源，同時確保師生在市區進行戶外教學實有充沛的網路服務可以使用。

## 太魯閣國家公園管理處「加山計畫」

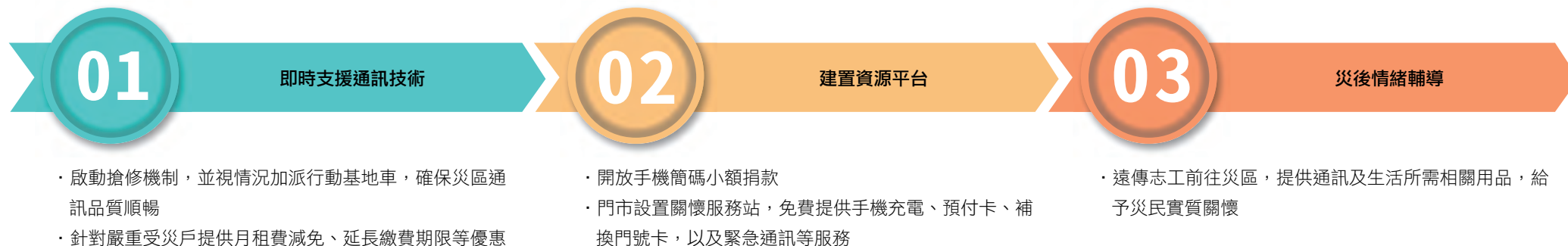
根據內政部消防署統計，平均每年全國消防機關執行山域意外事故救援案件達 185 件，考量基礎通訊是山域事故救援的重要關鍵，遠傳電信自 2015 年起投入新台幣 2,000 萬與各地林管處合作，設立標誌明顯且具山區耐候性之通訊告示牌。連續三年的努力下，已針對羅東、屏東、台東、花蓮、嘉義、南投與新竹林管處所轄、全台逾半數之熱門登山步道的通訊品質優化，並設立近 400 面通訊告示牌，對山區救援工作提供最關鍵性的奧援。



### 6.2.2 社會事件關懷機制

當重大災害發生時，順暢的通訊能支持抗災、防疫、國安等任務交付，為至關重要的社會資源。遠傳除在災害發生的第一時間確保機房、基地台及其他資通訊基礎設施順利運作外，也快速整合通訊、門市、客戶及遠東集團資源，凝結社會力量落實災害救援。

#### 遠傳社會事件關懷機制



2018年2月6日於花蓮發生芮氏規模6.0的大地震，造成嚴重災情。遠傳第一時間搶進災區，投入46名人力協助通訊恢復及救災關懷，加派行動基地車並成立關懷服務站，免費提供通訊及生活所需相關用品。子公司friDay購物更集結站上資源、號召員工捐款、攜手廠商捐贈受災戶所需物資送愛到災區。而遠傳亦啟動簡碼小額捐款，號召全民透過手機直撥591933進行捐款。遠東集團號召旗下遠傳等子公司共同捐款3,000萬元，協助救災及災民後續重建。

### 6.2.3 公益關懷專案投入

遠傳以環境教育、數位包容、社會共好為公益投入策略三大主軸，全力響應聯合國永續發展目標（UN SDGs）消除貧窮（SDG1）、健康與福祉（SDG3）、優質教育（SDG4）、減少不平等（SDG10）及氣候行動（SDG13）等願景。

#### 年度公益關懷專案投入整體價值計畫

單位：新台幣元

公益專案直接投入金額	\$8,595,405
員工志願投入工時之金額換算	\$15,825,532
實物捐贈之價值換算	\$2,711,382
其他人事與行政費用	\$6,109,480
合計	\$33,241,799



公益策略	策略說明	回應聯合國永續發展目標	商業效益 KPI	社會 / 環境效益 KPI
環境教育	因電信服務業者受氣候變遷影響甚大，遠傳利用其溝通管道呼籲民眾參與環保行動，透過教育、服務及產品提升大眾意識和社會韌性，共同減緩氣候變遷帶來的衝擊。	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠傳綠色品牌影響力及品牌形象</li> <li>通訊服務及數位增值服務的有效客戶數</li> <li>遠傳門市舉辦社區課程之客戶參與程度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社會大眾的氣候變遷及環保意識，及後續採取的行動</li> <li>員工參與人數、對工作與生活的滿意度</li> </ul>
數位包容	作為電信業者，遠傳擔負降低數位落差之責任。因此，我們協助確保品質教育的多元性及公正性，並提倡相關數位科技之終身學習機會。	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>數位學習平台觸及學校數量</li> <li>通訊服務及數位增值服務的有效客戶數</li> <li>客戶轉化率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>偏鄉數位素養覆蓋率</li> <li>受益學生提升數位學習興趣之程度</li> <li>受益學生參與程度</li> <li>遠傳志工人數、志工參與程度</li> </ul>
社會共好	遠傳過去11年努力為弱勢族群及棄養兒童募款，藉以改善其健康照護、生活環境和基本需求。遠傳的目標是終結五歲以下兒童之可預期死亡，並提升兒童存活率。	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌喜好度、品牌偏好度</li> <li>遠傳與其競爭對手之差異化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>捐贈金額</li> <li>兒童死亡率</li> <li>兒童情緒表達能力改善程度</li> </ul>

## 寶衛地球 讓愛遠傳

自 2015 年起，遠傳持續以「寶衛地球 讓愛遠傳」系列活動喚起各界重視環境議題，透過環境影像徵件、環保綠行動募集及寶衛地球高峰會等活動，加強宣導環境教育活動。為了培養大眾對環境議題更深入的理解，影響其做出明智且負責任之決定，遠傳認為唯有讓孩童與民眾透過實際行動參與了解環境生態議題，引發參與者的觀察及反思，才能讓環境教育具體落實並產生改變。

2018 年寶衛地球活動延續 2017 年響應聯合國 SDGs 的減碳趨勢，持續以「建立遠傳綠文化、推廣環境綠教育、倡議消費綠責任」為三大行動核心，訂定向大眾募集 9,000 個環保綠行動的活動目標，因此鼓勵遠傳員工、供應商及民眾從日常生活中作起，加入綠行動的行列，善盡身為地球公民的義務，年底共募集 26,106 人次參與綠行動。



### 推動作法

員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>招募 102 名志工參與 3 場淨灘活動，總計撿拾 332.59 公斤海洋垃圾</li> <li>每年定期推動「綠色嘉年華」內部環保節能相關活動，包含辦公環境瘦身，進行每月清潔巡檢；倡導雙面列印，節省紙張耗材；導入會議室自動偵測開關燈系統，減少耗電，環保綠行動深入員工及工作環境中</li> </ul>
用戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>號召用戶使用電子帳單，以期降低更多的碳排放量</li> <li>遠傳搭著 2018 年世足瘋潮，推出互動性 O2O 通路虛實整合行銷活動，只要在線上玩創意互動的世足小遊戲，就可至遠傳門市領取與多款世足運動衣同材質的環保海洋紗防水手機小物袋，希望讓大眾體驗環保紗的特殊質感，進而重視環保</li> </ul>
NGO	<ul style="list-style-type: none"> <li>與環境資訊協會合作，於 2017 至 2019 年募集百萬個環保綠行動、生態紀錄片徵件、實體 / 線上影展、企業聯合淨灘等活動</li> <li>與玩轉學校合作，召集北中南東 16 所國中小學，辦理 15 場寶衛地球高峰會，以減碳、減塑及空污為主題設計議題式遊戲，讓遊戲融入教學，讓學童主動發聲環保的重要性，總計 417 名師生、39 名志工參與</li> </ul>
大眾	<ul style="list-style-type: none"> <li>遠傳志工前往綠色博覽會現場，向民眾募集綠行動及邀請民眾減塑連署，總計邀請 620 位民眾加入減塑連署行列</li> <li>透過「遠傳·愛·永續」臉書社群向網友募集環保行動，不定時辦理活動，邀請網友一起參加，並上傳所作的環保綠行動，總計募集到 12,588 名網友參與綠行動</li> </ul>

### 導入 SROI 評估協管理環境教育活動效益

為評估活動對社會創造的影響力，2017 年遠傳導入社會投資報酬 (Social Return on Investment, SROI) 評估方法，以協助遠傳更準確地投入資源提升效率管理，極大化社會價值。我們於 2017 年預測寶衛地球活動每投入 NTD\$1 元將產生 NTD\$3.17 元之社會價值，並根據預測結果及利害關係人議合時得到的回饋與建議進行專案活動調整與優化。2018 年重新計算結果，2017 年活動的 SROI 比率由原先預測的 \$3.17 提高至 \$3.79 元，提升幅度達 20% 在遠傳或是參與民眾、學童及志工，皆產生正面且持續性的成果效益。

## 2018 年寶衛地球專案優化重點項目

學童	<ul style="list-style-type: none"><li>學童記憶短暫，影響力會隨時間遞減，故設計課輔的長期性活動作法，以增加對學童的影響</li><li>學校原就有環境教育課程，故知識性的替代性較高。透過將更多生活實踐的作法帶入，增強學童的後續實踐力</li></ul>
民眾	<ul style="list-style-type: none"><li>透過新穎且有創意的方式與利害關係人溝通環境教育議題，分析發現較容易增加對民眾的影響力</li><li>透過蝴蝶想飛生態音樂會暨綠行動市集，讓民眾主動參與綠行動，提升對環境議題的關心</li></ul>
志工	<ul style="list-style-type: none"><li>志工除了投入活動外，亦發現對其帶來正向影響力，如助人及對社會回饋的態度</li><li>盡可能加強志工與活動的連結，除增加更多人關心環境議題，更能提升員工對公司的認同感</li></ul>



## 翻轉教育 讓愛遠傳

近年來 M 型化社會間接影響教育的發展，導致城鄉教育資源分配不平均，偏鄉孩童缺乏良好的學習環境。因此，遠傳自 2017 年起即推動「翻轉教育 讓愛遠傳」計畫，跨界攜手台大教授葉丙成，與其開發的全球首創線上遊戲學習平台 PaGamO 合作，將「學習」融入「遊戲」，推廣這套透過解題來攻占領土的軟體到偏鄉小學，提升偏鄉孩童的學習動機。

遠傳電信 2018 年分別與新北市教育局及台南市教育局合作，挑選新北市數位發展機會較少的區域學校<sup>50</sup>及台南市有意願加入的學校參與，招募企業志工投入時間陪伴與輔導這些孩子使用 PaGamO 線上遊戲平台。遠傳結合行動科技、雲端遠距、APP 遊戲，融入上千題的環境教育及數位學習題庫，讓學童不只學習本科課程，更能從小學習環境、數位、科技及電訊知識。2018 年遠傳電信總共投入 119 人次志工，協助北中南部 26 所偏鄉學校、115 個班、984 位學生透過一「鍵」啟動數位學習，給予偏鄉孩童最溫暖的陪伴。



## 棄兒不捨 讓愛遠傳

根據兒福聯盟數據顯示，台灣平均每天有將近 1.4 位襁褓中的孩子，可能面臨出養的狀況，且受到少子化影響，民眾收養意願達新低，出養兒平均需等 1 年以上才有家。為幫助等家寶寶在過程中獲得妥善照護，遠傳攜手兒福聯盟推動第 12 屆「棄兒不捨 讓愛遠傳」活動，特別和兒盟獨家設計「愛的奇積小屋」積木玩具於遠傳全台門市進行義賣。同時與 friDay 影音、friDay 購物共同合作舉辦「等家寶寶線上影展」、「Shopping 做愛心」活動，倡議出養兒議題，號召更多民眾幫助等家寶寶。此外，遠傳以「家」為概念，推出「堆『積』我的愛· 打造他的家公益募款園遊會」，透過線上與線下的串聯，翻轉傳統募款模式，打造全台最大愛心網絡。

遠傳電信希冀運用通路、數位匯流、數百萬用戶等核心資源，發揮 ICT 產業的創新力，擴大社會影響力。2018 年除持續運用通路優勢進行募款，遠傳亦發動內部捐款，號召員工每月定額助養，擔任等家寶寶的助養家長，給予寶寶穩定的照護。遠傳至今協助兒盟募得款項累積超過 4,000 萬元，約占兒盟出養兒童生活照顧基金募款 3 成，幫助超過 1,400 人次等家寶寶平安長大。未來遠傳也將持續發揮 ICT 產業的優勢，致力推動社會創新，幫助更多弱勢孩童，號召更多社會大眾一同幫助等家寶寶。

<sup>50</sup> 此次計畫投入的 10 所學校，為新北市數位發展機會程度較少的 3-5 級的學校。數位發展程度的分類係來自國家發展委員會「105 年個人家戶數位機會調查報告」，根據鄉鎮市區數位發展機會，將臺灣鄉鎮市區分為數位發展 1 級、2 級、3 級、4 級、5 級區域等五大類。

# 附件

重大營運議題

環境與社會面向數據彙整

營運財務績效

GRI 準則內容索引表

第三方查證聲明書



# 附件

## 重大營運議題

基於 2017 年重大性分析所鑑別出之重大性矩陣，遠傳於 2018 年進行年度檢視與調整，以機構投資人、標竿同業及永續會計準則委員會（SASB）關注的電信業重大主題作為參考依據，同時檢視當年度重大新聞事件並將與遠傳相關的部分納入考量，綜合評估後依分析結果調整遠傳重大主題。

### 重大性矩陣調整流程

#### STEP 1 同業標竿比較

- 參考依據包括：機構投資人、標竿同業及 SASB 關注的電信業重大主題
- 本年度調整或新增之重大主題包括：經營績效、創新策略管理、能源管理、氣候策略

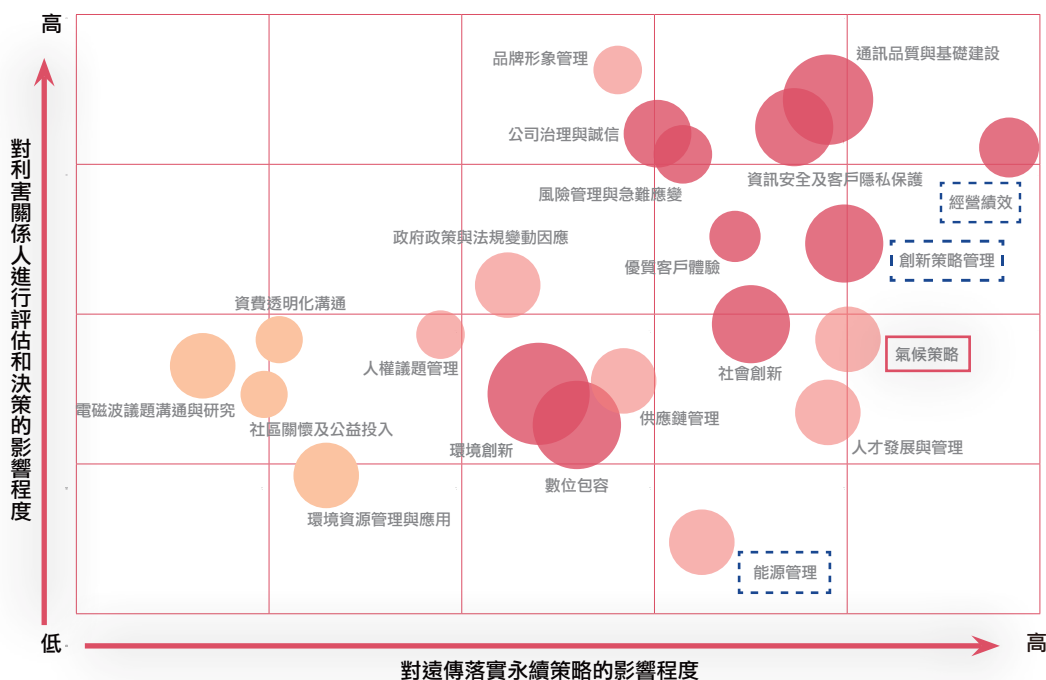
#### STEP 2 重大新聞事件檢視

- 檢視 2018 年度對遠傳重要之新聞事件，尤其是負面新聞與裁罰事件
- 主要辨別出 499 資費方案事件之議題，影響重大主題包括：經營績效、優質客戶體驗與人權議題管理，其中經營績效、優質客戶體驗已為關鍵議題，故不調整。人權議題管理則將其重大性由基本提高為重要

#### STEP 3 確認

- 針對上述調整結果，進行內部利害關係人議合，經 CSR 委員會確認後完成重大主題調整

2018 年重大性矩陣與重大性層級定義



● 關鍵

與遠傳永續發展策略及價值創造能力高度連結，或具顯著的正負面 ESG 衝擊，於報告書內文詳實揭露議題的策略目標、管理績效及未來展望

● 重要

營運及管理面的重大課題，於報告書中完整說明各議題管理方針、績效，以及持續進步方向

● 基本

多為日常營運基礎管理議題，於報告書中僅揭露重大管理變化及相關績效追蹤

▭ 名稱調整

▭ 年度新增議題

2018 年重大營運議題意涵與變動說明

變動情況		意涵與變動說明
經營績效	名稱調整	簡化名稱以聚焦討論經營績效之管理，商業策略合併於「創新策略管理」呈現
公司治理與誠信	不變	健全的公司治理架構與良好的誠信管理，為企業永續經營的基礎
風險管理與急難應變	不變	財務、營運及各類因外部環境變化導致之新興風險，對企業持續營運可能產生潛在重大影響
氣候策略	新增議題	IPCC 本年度發布攝氏 1.5 度特別報告，針對升溫和極端氣候提出警告，故颱風、強降雨等對遠傳的營運衝擊將越來越重大。此外，為達到《巴黎協議》將全球升溫控制在攝氏 2 度以內的目標，台灣也已提出相應之國家減量目標，遠傳也在規範之內。此外，機構投資人也開始關注電信業如何發揮核心能力回應氣候議題，遠傳必須積極回應破揭露 (CDP) 及氣候變遷相關財務揭露 (TCFD) 等需求
通訊品質與基礎建設	不變	優良的通訊品質是電信及其相關應用服務的基礎，並直接影響客戶體驗及滿意度



變動情況		意涵與變動說明
資訊安全及客戶隱私保護	不變	隨著行動網路、行動支付與雲端技術普及化，資訊安全議題已成為電信業者首要管控標的，與企業聲譽和客戶信任度息息相關
社會創新	不變	提供具社會、環境效益的創新產品和服務，可協助改善大眾生活品質並提升遠傳價值創造的能力
環境創新	不變	
創新策略管理	名稱調整	為因應 5G、物聯網、數位轉型等資通訊產業趨勢，遠傳將創新研發提升至企業整體策略層級進行管理，故調整名稱
數位包容	不變	數位包容性為資通訊產業追求成長的同時必須考量的議題，包括產品與服務的友善性及平等性，兼顧經濟弱勢族群需求並彌補其與一般社會大眾的差距
優質客戶體驗	不變	客戶的信賴與滿意度是遠傳持續成長最關鍵的驅動力
人權議題管理	● → ●	因應本年度全台電信業 499 資費方案事件，利害關係人與公司對人權議題關注程度升高，故重要性層級由基本提升至重要
能源管理	名稱調整	溫室氣體管理內涵於「氣候策略」合併呈現，故將原議題名稱簡化，並聚焦於節能與能源效率提升之管理

#### 各主題衝擊邊界與對應章節說明

重大性議題	重大層級	對應 GRI 主題		經濟、環境、社會衝擊發生的位置						
		主題編號	主題名稱	遠傳直接造成		因與遠傳商業關係造成			因與遠傳其他間接關係造成	
				遠傳含 新世紀資通	全虹	供應商／承攬 商／開發商	企業客戶	消費者	主管機關	社會公益團體 ／ NGO
通訊品質與基礎建設	關鍵	203	間接經濟衝擊	●						
經營績效		201	經濟績效	●	●					
社會創新		-	-	●		●	●			
資訊安全及客戶隱私保護		418	客戶隱私	●	●	●				
創新策略管理		-	-	●		●				
風險管理與急難應變		102	一般揭露（治理）	●	●					

重大性議題	重大層級	對應 GRI 主題		經濟、環境、社會衝擊發生的位置						
		主題編號	主題名稱	遠傳直接造成		因與遠傳商業關係造成			因與遠傳其他間接關係造成	
				遠傳含 新世紀資通	全虹	供應商/承攬 商/開發商	企業客戶	消費者	主管機關	社會公益團體 / NGO
公司治理與誠信		205	反貪腐							
		206	反競爭行為	●	●	●				
		415	公共政策							
環境創新	關鍵	-	-	●		●	●			
數位包容		-	-	●						
優質客戶體驗		417	行銷與標示	●	●					
人才發展與管理		202	市場地位							
		401	勞雇關係							
		404	訓練與教育	●	●					
		405	員工多元化與平等機會							
政府政策與法規變動因應		307	有關環境保護的法規遵循	●	●				●	
		419	社會經濟法規遵循							
供應鏈管理	重要	204	採購實務							
		308	供應商環境評估	●	●	●				
		414	供應商社會評估							
品牌形象管理		-	-	●	●					
能源管理		302	能源	●	●	●	●	●		
氣候策略		201	經濟績效	●	●	●				
		305	排放							

重大性議題	重大層級	對應 GRI 主題		經濟、環境、社會衝擊發生的位置						
		主題編號	主題名稱	遠傳直接造成		因與遠傳商業關係造成			因與遠傳其他間接關係造成	
				遠傳含 新世紀資通	全虹	供應商／承攬 商／開發商	企業客戶	消費者	主管機關	社會公益團體 ／ NGO
人權議題管理	關鍵	403	職業安全衛生 不歧視 強迫或強制勞動 人權評估							
		406		●	●	●				
		409								
		412								
電磁波議題溝通與研究		413	當地社區 顧客健康與安全	●						
		416								
環境資源管理與應用	基本	301	物料 廢汙水和廢棄物	●	●	●				
		306								
資費透明化溝通		-	-	●	●					
社區關懷及公益投入		-	-	●	●					●

## 環境與社會面向數據彙整

### 環境面數據

	2016 年成效	2017 年成效	2018 年成效	2025 年目標
<b>溫室氣體<sup>51</sup></b>				
全公司溫室氣體排放總量（範疇一 + 二）（公噸）	305,849.76	300,190.45	293,817.41	242,930.82 (此為 2030 年目標)
- 範疇一排放量（公噸）	9,428.30	5,830.39	4,999.63	-
- 範疇二排放量（公噸）	296,421.46	294,360.06	288,817.78	-
範疇三排放量（公噸）	-	1,425.62	94558.02 <sup>52</sup>	-
溫室氣體排放密集度（公斤 / 有效客戶數）	41.63	41.94	40.97	-

	2016 年成效	2017 年成效	2018 年成效	2025 年目標
<b>能源</b>				
全公司非再生能源使用總量 (千度)	567,905.22	562,431.17	527,237.04	-
- 直接能源耗用－汽油 (千公升)	558.45	511.40	494.84	-
- 直接能源耗用－柴油 (千公升)	97.98	91.99	94.80	-
- 間接能源耗用 (千度)	561,430.77	556,446.22	521,402.92	-
能源密集度 (度 / 有效客戶數)	78.28	77.59	72.70	-
基地台每 1GB 訊務量用電量 (用電百萬卡 /GB)	0.537	0.323	0.266	0.173
IDC 機房電力使用效率 PUE	1.88	1.84	1.79	1.5
門市平均用電量－遠傳 (千度)	3.264	2.939	3.112	-
門市平均用電量－全虹 (千度)	1.357	1.317	1.246	-
<b>廢棄物</b>				
廢棄物產生量 (公噸)	393.77	420.57	383.36	-
回收量 (公噸) / 回收比例	78.76 (23%)	124.85 (30%)	122.01 (32%)	-
焚化發電量 (公噸)	270.84	264.03	261.35	-
掩埋量 (公噸)	44.16	31.68	0	-
<b>水</b>				
用水量 (度)	271,948	263,917	252,728	-

<sup>51</sup> ISO14064-1 盤查範疇涵蓋遠傳電信、新世紀資通及和宇寬頻，本表亦涵蓋全虹數據，下方能源使用量表格同

<sup>52</sup> 2018 年範疇三排放量因增加盤查項目故擴大涵蓋範疇

## 社會面數據

	2016 年成效	2017 年成效	2018 年成效	2025 年目標
人力資源總覽				
正式員工 <sup>53</sup>	6,972	6,867	6,536	-
- 男	3,266	3,207	3,085	-
- 女	3,706	3,660	3,451	-
兼職員工	15	16	14	-
- 男	10	10	11	-
- 女	5	6	3	-
派遣員工	300	337	9	-
- 男	93	101	6	-
- 女	207	236	3	-
身心障礙人士雇用	48	48	46	-
女性主管占有所有主管的人數比例	33%	33%	32%	35%
員工訓練與發展				
員工訓練投入 遠傳				
- 員工訓練總金額 (元)	32,900,495	32,767,528	36,857,283	-
- 員工訓練總時數 (小時)	335,017.90	399,980.08	402,407.36	-
- 平均每位員工訓練金額 (元)	5,081.16	5,098.42	6010.65	-
- 平均每位員工訓練時數 (小時)	51.74	62.23	65.62	72

	2016 年成效	2017 年成效	2018 年成效	2025 年目標
<b>員工訓練投入 全虹</b>				
- 員工訓練總金額 (新台幣元)	605,012	466,580	831,929	-
- 員工訓練總時數 (小時)	5,651	6,073	5,940	-
- 平均每位員工訓練金額 (元)	1,271	1,070	1,990	-
- 平均每位員工訓練時數 (小時)	11.9	13.9	14.2	-
<b>創造社會貢獻</b>				
公益相關專案影響力累積人次	-	-	799,391	6,400,000
通訊基礎建設投入 (百萬元)	7,083	4,676	4,161	-
- 網路基礎設備投入 (百萬元)	7,068	4,455	4,130	-
- 偏鄉建設投入 (百萬元)	15	221	31	-
公益投入總額 (仟元)	21,688	24,336	20,913	-
- 公益專案投入 (仟元)	15,690	20,404	15,754	-
- 公益募款 (仟元)	5,998	3,933	5,159	-
志工投入人次	440	413	352	-
志工投入時數 <sup>54</sup>	3,520	3,304	2,816	-

<sup>54</sup> 志工投入一場活動以一個工作天 (平均 8 小時) 計，相乘得投入總時數

## GRI 準則內容索引表

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
<b>一般揭露（核心選項）</b>				
	<b>組織概況</b>			
	102-1 組織名稱	1. 遠傳電信概觀		8
	102-2 活動、品牌、產品與服務	1. 遠傳電信概觀		8
	102-3 總部位置	1. 遠傳電信概觀		8
	102-4 營運據點	1. 遠傳電信概觀		8
	102-5 所有權與法律形式	1. 遠傳電信概觀		8
	102-6 提供服務的市場	1. 遠傳電信概觀		8
	102-7 組織規模	1. 遠傳電信概觀		8
	102-8 員工與其他工作者的資訊	5.2.1 人力資源總覽		63
GRI 102: 一般揭露	102-9 供應鏈	5.4.1 遠傳供應鏈概況		80
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	關於本報告書		6
	102-11 預警原則或方針	4.4 營運風險管理		57
	102-12 外部倡議	4.5 外部參與		58
	102-13 公協會的會員資格	4.5 外部參與		58
	<b>策略</b>			
	102-14 決策者的聲明	經營者的話		4
	102-15 關鍵衝擊、風險及機會	3.1.2 關鍵新興風險		37
	<b>誠信與倫理</b>			
	102-16 價值、原則、標準及行為規範	4.3 企業誠信經營		56

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
GRI 102: 一般揭露	102-17 關於倫理之建議與顧慮的機制	4.3 企業誠信經營		56
	治理			
	102-18 治理結構	4.1 公司治理架構		49
	102-19 委任權責	4.1 公司治理架構		49
	102-20 管理階層負責經濟、環境和社會主題	4.2 永續治理推動		55
	102-21 與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	4.2 永續治理推動		55
	102-22 最高治理單位與其委員會的組成	4.1 公司治理架構		49
	102-23 最高治理單位的主席	4.1 公司治理架構		49
	102-24 最高治理單位的提名與遴選	4.1 公司治理架構		49
	102-25 利益衝突	4.1 公司治理架構		49
	102-26 最高治理單位再設立宗旨、價值觀及策略的角色	4.1 公司治理架構		49
	102-27 最高治理單位的群體智識	4.1 公司治理架構		49
	102-28 最高治理單位的績效評估	4.1 公司治理架構		49
	102-29 鑑別與管理經濟、環境和社會衝擊	4.2 永續治理推動 5.1 關鍵利害關係人		55 60
	102-30 風險管理程序的有效性	4.4 營運風險管理		57
	102-31 經濟、環境和社會主題的檢視	4.4 營運風險管理		57
	102-32 最高治理單位於永續性報導的角色	關於本報告書		6
	102-33 溝通重要關鍵議題	4.4 營運風險管理		57
	102-34 關鍵議題的性質與總數	4.4 營運風險管理		57



GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
	102-35 薪酬政策	4.1 公司治理架構		49
	102-36 薪酬決定的流程	4.1 公司治理架構		49
	利害關係人溝通			
	102-40 利害關係人團體	5.1 關鍵利害關係人		60
	102-41 團體協約	5.2 員工管理		62
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	5.1 關鍵利害關係人		60
	102-43 與利害關係人溝通的方針	5.1 關鍵利害關係人		60
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	5.1 關鍵利害關係人		60
	報導實務			
	102-45 合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書		6
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	附件 重大營運議題		110
	102-47 重大主題表列	附件 重大營運議題		110
	102-48 資訊重編	關於本報告書		6
	102-49 報導改變	關於本報告書		6
	102-50 報導期間	關於本報告書		6
	102-51 上一次報告書的日期	關於本報告書		6
	102-52 報導週期	關於本報告書		6
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書		6
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書		6
	102-55 GRI 內容索引	附件 GRI 準則內容索引表		118

GRI 102: 一般揭露

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
	102-56 外部保證 / 確信	附件 第三方查證聲明書		128
管理方針				
	103-1 解釋重大主題及其邊界	附件 重大營運議題		128
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	各重大主題個別揭露		-
	103-3 管理方針的評估			
重大主題				
通訊品質與基礎建設				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.2.1 通訊基礎建設投入		104
	103-3 管理方針的評估	6.2.1 通訊基礎建設投入		104
GRI 203: 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	6.2.1 通訊基礎建設投入		104
	203-2 顯著的間接經濟衝擊	6.1.5 基地台環境衝擊管理		101
經營績效				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	2. 永續發展策略與績效		17
	103-3 管理方針的評估	2. 永續發展策略與績效		17
GRI 201: 經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	附件 環境與社會面向數據彙整		114
	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	3.1.2 關鍵永續風險		37
	201-3 定義福利計劃義務与其它退休計畫	5.2.2 人才招募與留任		65
	201-4 取自政府之財務補助	附件 環境與社會面向數據彙整		114
社會創新				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.1.1 外部環境分析		36

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
	103-3 管理方針的評估	Go Innovative 創新力		24
資訊安全及客戶隱私保護				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.3.3 客戶隱私保護		77
	103-3 管理方針的評估	5.3.3 客戶隱私保護		77
GRI 418: 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5.3.3 客戶隱私保護	本年度未發生相關情事	77
創新策略管理				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	Go Prosperous 成長力 Go Innovative 創新力		22 24
	103-3 管理方針的評估	3.3.1 智慧生活 3.3.2 智慧商務 3.3.3 智慧城市		43 45 46
風險管理與急難應變				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.4 營運風險管理		57
	103-3 管理方針的評估	4.4 營運風險管理		57
公司治理與誠信				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.3 企業誠信經營		56
	103-3 管理方針的評估	4.3 企業誠信經營		56
GRI 205: 反貪腐	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	4.3 企業誠信經營	本年度未發生相關情事	56
GRI 206: 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	4.3 企業誠信經營		56
環境創新				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	Go Eco 綠實力		32
	103-3 管理方針的評估	6.1.4 其他環境友善服務		99

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
<b>數位包容</b>				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.2.1 通訊基礎建設投入		104
	103-3 管理方針的評估	6.2.3 公益關懷專案投入		106
<b>優質客戶體驗</b>				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.3.1 零距離的服務		73
	103-3 管理方針的評估	5.3.1 零距離的服務		73
GRI 417: 行銷與標示	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	5.3.2 最用心的溝通		75
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	5.3.2 最用心的溝通	本年度未發生相關情事	75
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	5.3.2 最用心的溝通	本年度未發生相關情事	75
<b>人才發展與管理</b>				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.2 員工管理		62
	103-3 管理方針的評估	5.2 員工管理		62
GRI 202: 市場地位	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	5.2.2 人才招募與留任		65
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.2.1 人力資源總覽		63
GRI 401: 勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	5.2.2 人才招募與留任		65
	401-2 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	5.2.2 人才招募與留任		65
	401-3 育嬰假	5.2.2 人才招募與留任		65
GRI 404: 訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	5.2.3 員工訓練與發展		67
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	5.2.3 員工訓練與發展		67
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.1 關鍵利害關係人	所有員工皆定期接受績效考評	60

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
GRI 405: 員工多元化與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元化	4.1 公司治理架構 5.2.1 人力資源總覽		49 63
	405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率	5.2.2 人才招募與留任		67
政府政策與法規變動因素				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.3 企業誠信經營		56
	103-3 管理方針的評估	4.3 企業誠信經營		56
GRI 307: 有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	6.1.5 基地台環境衝擊管理		101
GRI 419: 社會經濟法規遵循	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	5.2.4 人權與職場安全		69
供應鏈管理				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.4.2 供應鏈管理		82
	103-3 管理方針的評估	5.4.2 供應鏈管理		82
GRI 204: 採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	5.4.1 遠傳供應鏈概況		80
GRI 308: 供應商環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	5.4.2 供應鏈管理		82
	308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	5.4.2 供應鏈管理		82
GRI 414: 供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	5.4.2 供應鏈管理		82
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	5.4.2 供應鏈管理		82
品牌形象管理				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	Go Caring 關懷力		30
GRI 103: 管理方針	103-3 管理方針的評估	Go Caring 關懷力		30
能源管理				

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.1 降低環境衝擊		88
	103-3 管理方針的評估			
GRI 302: 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
	302-3 能源密集度	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
	302-4 減少能源消耗	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
	302-5 降低產品和服務的能源需求	6.1.3 能源管理		93
氣候策略				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.1.2 氣候策略		90
	103-3 管理方針的評估	6.1.2 氣候策略		90
GRI 201: 經濟績效	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	6.1.2 氣候策略		90
GRI 305: 排放	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
	305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排放	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
	305-3 其它間接（範疇三）溫室氣體排放	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
	305-4 溫室氣體排放密集度	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
	305-5 溫室氣體排放減量	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		88
電磁波議題溝通與研究				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.1.5 基地台環境衝擊管理		101
	103-3 管理方針的評估			
GRI 413: 當地社區	413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	6.1.5 基地台環境衝擊管理		101
	413-2 對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運活動	6.1.5 基地台環境衝擊管理		101

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
GRI 416: 顧客健康與安全	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	6.1.5 基地台環境衝擊管理		101
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	6.1.5 基地台環境衝擊管理		101
環境資源管理與應用				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.1.4 其他環境友善服務		99
	103-3 管理方針的評估			
GRI 301: 物料	301-3 回收產品及其包材	6.1.4 其他環境友善服務		99
GRI 306: 廢汙水和廢棄物	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	6.1.1 遠傳環境足跡概覽		99
資費透明化溝通				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.3.1 零距離的服務		73
	103-3 管理方針的評估			
人權議題管理				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.2.4 人權與職場安全		69
	103-3 管理方針的評估			
GRI 403: 職業安全衛生	403-1 由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	5.2.4 人權與職場安全		69
	403-2 傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	5.2.4 人權與職場安全		69
	403-3 與其職業有關之疾病高發生率與高風險的工作者	5.2.4 人權與職場安全		69
GRI 406: 不歧視	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	5.2.4 人權與職場安全	本年度未發生相關情事	69
GRI 409: 強迫或強制勞動	409-1 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	5.2.4 人權與職場安全	詳見「人權盡職調查報告」	69
GRI 412: 人權評估	412-1 接受人權檢核或人權衝擊評估的營運活動	5.2.4 人權與職場安全	詳見「人權盡職調查報告」	69

GRI 準則：2016	揭露項目	揭露章節	其他說明	頁碼
社區關懷及公益投入				
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.2.3 公益關懷專案投入		69
	103-3 管理方針的評估			



## 第三方查證聲明書

GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards)

Account Ability 1000 (Account Ability 1000) Type 2

The International Integrated Reporting Framework (<IR> Framework)



## ASSURANCE STATEMENT

### SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE FAR EASTONE TELECOMMUNICATIONS CO., LTD.'s INTEGRATED REPORT FOR 2018

#### NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by FAR EASTONE TELECOMMUNICATIONS CO., LTD. (hereinafter referred to as FET) to conduct an independent assurance of the Integrated Report for 2018. The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables of the non-financial information contained in this report.

The information in the FET's Integrated Report of 2018 and its presentation are the responsibility of the management of FET. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in FET's Integrated Report of 2018.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all FET's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- evaluation of content veracity of the sustainability performance information based on the materiality determination at a high level of scrutiny for FET and moderate level of scrutiny for subsidiaries, joint ventures, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008); and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with
- evaluation of the report against the IIRC International <IR> Framework (Chinese version 2015) requirements for content elements.

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Total Impact Measurement and Management, and Social Return on Investment assessments have not been checked back to source as part of this assurance process.

#### STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from FET, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

#### VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within FET's Integrated Report of 2018 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of FET sustainability activities in 01/01/2018 to 12/31/2018.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI Standards in accordance with Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2, High level assurance. The report also appropriately responds to the content elements requirements of The IIRC International <IR> Framework.

#### AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

##### Inclusivity

FET has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns.

##### Materiality

FET has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

##### Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback. Formal process for documenting stakeholder engagement outcomes is recommended for future reporting.

#### GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, FET's Integrated Report of 2018, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. In the future, we recommend FET to get reasonably estimable economic, environmental, and/or social impacts identified through sound investigation by people with recognized expertise, or by expert bodies with recognized credentials.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

David Huang  
Senior Director  
Taipei, Taiwan  
13 June, 2019  
WWW.SGS.COM



AA1000  
Licensed Assurance Provider  
000-8