



2014 遠傳電信企業社會責任報告書

遠傳 **4G**

讓心零距離

關於本報告書

本報告書為遠傳電信股份有限公司第 4 本企業社會責任報告書，且為第 1 本參照國際整合性報告書框架 (International IR Framework) 編撰之企業社會責任報告書。

報告周期與期間

遠傳電信企業社會責任報告以每年定期出版為原則，上一期報告 (2013 年度) 出版日期為 2014 年 7 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 日前出具企業社會責任報告書，下一期報告 (2015 年度)，預定於 2016 年 6 月出版。

本報告書揭露遠傳電信 2014 年度 (2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日) 之相關資訊，包括管理方針、重大性議題、績效表現等，而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

考量到財務之重大性及產業之關聯性，本報告書之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)；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，合併報表個體請參閱 2014 年度合併財務報告。

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，涵蓋此三家公司於經濟、環境與社會面之績效，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。本年度報告書雖擴大報告書邊界涵蓋範圍，但績效數據部分多分開揭露，不影響數據之可比較性，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) 第四代永續性報告指南 (G4) 及電信業補充指南撰寫，並採取核心選項 (core) 之揭露原則。

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 G4 核心依循選項，及 AA1000 (AccountAbility) 第二類高度保證等級 (Type 2 High Level)。

聯絡資訊

如對於報告書內容有任何疑問，請洽以下聯絡窗口：

遠傳電信股份有限公司 企業社會責任委員會秘書處

地址：台北市內湖區瑞光路 468 號

電話：(02) 7723-5000

Email：pr@fareastone.com.tw

遠傳企業社會責任網站：

<http://www.fetnet.net/cs/Satellite/Corporate/coSociety>



報告書導讀

在企業社會責任報告書編製趨於主流化的同時，全球越來越多標竿企業選擇進一步出版整合性報告書（Integrated Report，以下簡稱 IR），向利害關係人—特別是投資人—溝通公司重要之財務及非財務績效與整體發展策略。國際整合性報告書委員會（International Integrated Reporting Council）於 2013 年底正式出版國際整合性報告書框架（International IR Framework），提供企業整合各項財務及非財務資訊報導之原則性規範。

遠傳認為，企業永續發展應與電信核心本業結合，企業社會責任報告書的意義不僅在於揭露公司過去一年在治理、環境、社會（ESG）各面向的表現，更重要的是展現企業在永續發展道路上面臨的挑戰與機會，以及未來營運策略走向。有鑒於此，除了依循 GRI G4 指南外，遠傳本年度開始參考國際整合性報告書框架編製 IR，全面展現遠傳的過去、現在與未來，向投資人及其他利害關係人溝通遠傳的企業價值。遠傳希冀能成為國內整合性報告書的先導，帶動企業廣泛討論與交流，全面接軌國際資訊揭露趨勢。

[🔗 連結至指定章節](#) [🌐 外部網站](#) [▶ 觀看影片](#)

CONTENTS

關於本報告書	1	4 公司治理	62
總經理的話	4	4.1 公司治理架構	63
1 關於遠傳	5	4.2 企業永續治理	67
1.1 公司基本資料	7	4.3 誠信經營	68
1.2 外部環境分析	9	4.4 營運風險管理	69
1.3 利害關係人議合	13	4.5 法規遵循	70
1.4 重大性議題鑑別與回應	15	4.6 外部參與	70
2 遠傳營運發展策略概觀	19	GRI 內容索引表	71
3 商業策略與營運模式	22		
3.1 穩健成長 Go Prosperous	23		
3.2 創新思維 Go Innovative	27		
3.3 驚豔服務 Go Caring	34		
3.4 友善企業 Go Inclusive	44		

路，走對了，就不怕遙遠

遠傳相信，企業社會責任（CSR）的推動，不僅是將企業小愛化為社會大愛，更是飲水思源的具体實踐，替這塊土地的世世代代，打下幸福地基。

登高必自卑、行遠必自邇，遠傳長年以來一點一滴累積 CSR 的能量，不斷追求創新與突破，今年更領先業界，發佈第一本正式以整合性報告（Integrated reporting）架構編制而成的報告書，希望藉由財務與非財務績效資訊的整合揭露，協助利害關係人洞悉遠傳企業永續發展的面貌，進而與世界趨勢接軌。

面對永續發展的挑戰，遠傳持續秉持「時尚環保、責任創意」CSR 雙主軸，去年獲國內各大指標性 CSR 獎項肯定：遠見雜誌企業社會責任獎、天下雜誌企業公民獎，以及台灣企業永續獎，顯示遠傳在治理、環境、社會面向的投入，逐年受到各界高度肯定。

創造獨樹一格的品牌形象

2014 年是遠傳成果豐碩的一年，4G 絕配雙頻的網路建置成績有目共睹，年底即達成全國 99% 覆蓋率，更成為全球第一個提供 700 加 1800MHz 雙頻服務的營運商，4G 用戶數快速累積至近百萬名，成長力道強勢。除了優質 4G 通訊服務，遠傳也致力提供無可比擬的優質客戶體驗，摘下《壹週刊》與《工商時報》的服務首獎，更集結各項溫暖服務故事，首度出版《零距離的溫暖》一書，期許成為客戶滿意度第一的電信業者。

英諺云：「越多做、越能做。」遠傳長期以來將「誠信、主動、創新、當責、團隊合作」五大核心價值，內化在企業營運各層面，塑造良善的企業文化、有效提升員工的幸福感。不僅如此，遠傳認為，企業的幸福感，更應該要源遠流傳，由內而外串連顧客及社會大眾，讓幸福生生不息。因此，遠傳連續兩年推廣「開口說愛 讓愛遠傳」品牌概念，成功樹立品牌形象，在兩岸三地帶動一股勇敢把愛說出口的新社會運動。

遠傳長年關懷兒少議題，攜手主婦聯盟推廣環境教育，發揮志工力深入偏鄉學校；與董氏基金會舉辦「開口說愛 用心傾聽」校園情緒講座，推廣心靈環保；高雄氣爆事件，遠傳在第一時間協助受災戶，並與張老師基金會共同出版情緒療癒手札，陪伴災區學子度過災後心靈創傷。

塑造未來的新生活型態

4G 急遽發展，刺激產業發展欣欣向榮，亦促使電信業經歷蛻變。身為資通訊產業的領導品牌，遠傳將積極布局物聯網、車聯網、穿戴型裝置、行動支付以及 5G 技術研發，瞄準新興通訊服務商機。

然而，不論技術如何演進，終歸回到最根本之初衷：以使用者經驗為中心，才能贏得消費者的心，成為行動生活的最佳夥伴。遠傳透過「服務客戶（Serve them well）」、「連結客戶（Bond with them）」與「驚艷客戶（Bring them wow）」三步驟，循序漸進，進而創造一個「以客戶為尊」的品牌體驗。

隨著科技變革速度加快，電信產業的角色已被重新定義。面對未來急遽的變化與挑戰，遠傳迎向蛻變之路，將以「4G」作為永續發展主軸，包括 Go Prosperous 成長力、Go Innovative 創新力、Go Caring 溝通力、Go Inclusive 影響力，期許透過「4G」永續力道，達成生活有遠傳、溝通無距離、人生更豐富的企業願景。同時，遠傳將持續透過「開口說愛、讓愛遠傳」一系列的品牌溝通，拉近人與人之間的距離，真正達到「只有遠傳、沒有距離」的品牌理想。

遠傳電信 總經理 李彬



1

▶ 關於遠傳

- 1.1 公司基本資料
- 1.2 外部環境分析
- 1.3 利害關係人議合
- 1.4 重大性議題鑑別與回應



1.1 公司基本資料

1.2 外部環境分析

1.3 利害關係人議合

1.4 重大性議題鑑別與回應



▶ 獲第十屆遠見雜誌企業社會責任獎環境保護組楷模獎



遠傳4G正式開台，
覆蓋範圍達75%，
遙遙領先同業

遠傳4G 1800頻段正式開台
成為全球首家700+1800 雙頻
4G服務業者

▶ 超過20 項資安認證 獲
全台灣唯一雲端STAR 認
證金牌

▶ 獲台北市政府頒發「第
七屆金省能獎」工商產
業甲組第一名

▶ 獲壹週刊「第11 屆服務第
壹大獎」跨類別金獎及電信
業者首獎；子公司全虹獲得
3C家電類第二名

▶ 榮獲第一屆公司治理評
鑑前5%之佳績

▶ 全亞洲第一家通過
SGS BS 8477 客戶服
務管理認證的電信業者

2014

02

04

05

06

07

08

09

10

11

2015

03

04

▶ 「開口說愛讓愛遠傳」榮
獲紐約One Show 特優獎



▶ 榮獲《金融亞洲雜誌》
(FinanceAsia)
「最佳投資人關係」及
「最佳信守配發高股利
承諾企業」兩項大獎

▶ 連續三年榮獲工商時報
舉行之服務業大評鑑
「連鎖電信通路金獎」

▶ 獲天下雜誌頒發「2014
天下企業公民獎」大型
企業組最佳進步獎

▶ 第11 屆上市櫃公司資訊揭露
評鑑，最高等級A++殊榮

▶ 獲「2014 台灣企業永續
獎」一金二銀獎項：創意
溝通獎首獎、「台灣Top
50 企業永續報告獎」電
信業銀獎、及透明誠信獎
第二名



▶ 獲《金融亞洲雜誌》亞洲最佳公
司四座大獎，包含台灣「最佳管
理企業」、「最佳公司治理」、「
最佳投資人關係」及「最佳信守
配發高股利承諾企業」

▶ 獲《亞洲公司治理雜誌》評選為
第五屆Asian Excellence
Recognition Awards 2015 「最
佳執行長」、「最佳企業社會責
任獎」及「最佳投資人關係獎」

▶ 榮獲《亞洲公司治理雜誌》
(Corporate Governance Asia) 「亞洲最佳執行長」、
「亞洲最佳財務長」、「最佳投資者關係企業」、
及「最佳投資者關係經理人」等四項獎項

▶ 獲國家通訊傳播委員會頒發推動偏鄉寬頻升速建設獎

1.1 公司基本資料

1.1.1 公司沿革

遠傳電信股份有限公司（母公司）於 1997 年 4 月 11 日奉經濟部核准設立，總部位於台灣台北市，為台灣公開發行股票的上市公司，股票代號為 4904。遠傳憑藉堅強的技術資源及健全的財務實力，在 1997 年取得兩張行動特許執照，迅速進行網路建設，於 1998 年 1 月 20 日正式營運。母公司股票於 2001 年 12 月 10 日於櫃檯買賣中心掛牌買賣，並自 2005 年 8 月 24 日起，於台灣證券交易所掛牌交易。

2014 年，台灣資訊產業正式邁入 4G 時代，遠傳在 4G 絕配雙頻的網路建置成績有目共睹。遠傳始終堅持著「只有遠傳 沒有距離」的精神，致力提供消費者更優質的服務品質，回應消費者對智慧型行動裝置、跨平台數位整合應用及企業社會責任實踐的多元化訴求。



1.1.2 轉投資事業

遠傳主要投資對象為與核心電信本業高度相關之公司，以整合資源、提升營運績效、擴展業務及開發市場為主要投資目的，以期能增加核心競爭力、建立完整電信版圖。2014 年遠傳無新增轉投資事業，合併財務報表所含個體及關係企業請詳 2014 年年報，遠傳轉投資公司如下：

轉投資公司	轉投資政策
新世紀資通股份有限公司	整合網路資源，提升營運績效及產業競爭力
遠通電收股份有限公司	擴展電信本業以外之業務，以提高股東整體之報酬
全虹企業股份有限公司	垂直整合行動通訊事業與電信服務之策略性投資
安源通訊股份有限公司	擴展無線通訊本業以外之業務並提高公司既有資源的效能，以提高股東整體報酬
和宇寬頻網路股份有限公司	提升既有資產設備利用率，增加公司整體競爭力
屏訊科技股份有限公司	擴展公司的營運範疇並增進公司的競爭能力
Far Eastern Info Service (Holding) Ltd.	海外控股公司
E. World (Holdings) Ltd.	海外控股公司
Far EasTron Holding Ltd.	海外控股公司
全音樂股份有限公司	經營音樂加值服務內容產業，以擴展公司業務
鼎鼎聯合行銷股份有限公司	集團整合行銷與業務發展需要
亞東電子商務股份有限公司	整合集團優勢，拓展電子商務商機
遠欣股份有限公司	拓展客服委外業務
時間軸科技股份有限公司	開發結合行動、社群、內容及商務之應用服務
遠鑫電子票證股份有限公司	整合行銷、電子票證與各式支付服務發展需要
群信行動數位科技股份有限公司	為促進台灣 NFC 市場之興起，以開拓公司業務

1.1.3 業務範圍

遠傳電信與子公司新世紀資通、全虹主要於台灣地區營運，提供之服務如下：

1. 行動通信服務：

- 第一類電信事業服務：主要為銷售行動電話門號予客戶並提供行動電話 2G、3G 或 4G 語音及資料通訊服務暨各項增值服務，其語音服務又依通話費用繳納方式分為月租型（易通卡）與預付型（IF 卡）；增值服務涵蓋書城、市集、影城、音樂、行動電視等。另包含電路出租，主要係提供國內數據專線電路出租之服務，並針對企業客戶，提供群組服務、企業虛擬通信（ELAN）、及各項雲端應用及資安通訊軟體等服務。
- 第二類電信事業服務：非 E.164 網路電話服務、批發轉售服務、語音單純轉售服務、公司內部網路通信服務、網際網路接取服務與存取網路服務。

2. 網際網路接取服務：

遠傳大寬頻 ADSL 以及光纖上網的 ISP 服務。

3. 固定通信服務：

包含市話服務、長途網路電話服務、007 國際電話服務、070 軟體電話服務、家用電話節費盒等。

4. 行動通訊設備及配件銷售：

行動通訊及數位匯流設備及其配件單獨或搭配門號銷售。



5. 維修服務：

自全虹門市、經銷商、維修站及遠傳門市收件提供商品維修。

6. 物流服務：

物流配送、退貨、揀貨、加工、倉儲及文件管理等服務。

遠傳電信

語音傳輸、數據傳輸、GPRS、簡訊通訊、3G、3.5G 及 HSPA、WiFi、4G

新世紀資通

遠傳視訊會議雲、市話語音、網路電話、數據電路、寬頻網路、網路資訊、雲端運算、雲端運用

全虹

代理及銷售國內外各大品牌行動電話、平板電腦、以及 3C 數位商品及相關週邊配件，並提供維修服務及物流配送業務

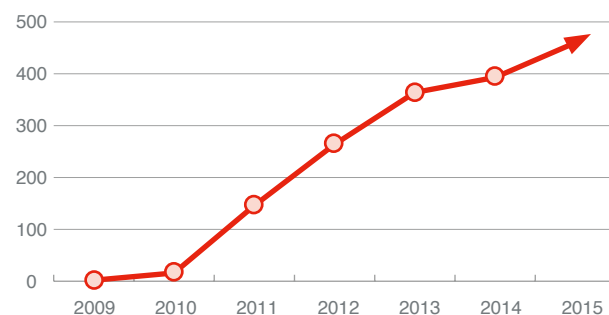
1.2 外部環境分析

台灣經濟研究院產業調查報告指出，2014 年電信產業在固網及行動語音服務之營收，因受到語音通訊軟體及社群網站蓬勃發展的影響呈現衰退；然由於光纖網路及行動上網加值服務營收持續成長，以及 2014 年下半年台灣電信業者陸續商轉 4G 行動通信服務，用戶數呈現高速成長，故電信業總產值仍維持微幅成長。2015 年預期固網與語音服務將會持續衰退，而 4G 行動市場可望持續為電信產業注入成長動能，但市場各業者之競價將影響電信業者的獲利空間。

1.2.1 產業之現況與發展

全球 4GLTE 商用網路數量成長

單位：個



個人行動通信方面，由於相關法令及政策逐步開放，我國電信產業經營環境朝自由化與競爭化方向邁進。目前國內各家行動業者總行動電話用戶數截至 2014 年底已達 2,654

萬戶，門號普及率超過 113%，而隨著智慧型行動裝置（手機、平板電腦）銷售持續成長，智慧手錶、智慧眼鏡等行動穿戴式裝置發展亦快速升溫，加上行動應用程式（Mobile App）普及化，未來預計仍將持續為電信業帶來商機。

台灣 4G 開台一年普及率達 25%
成長速度世界最猛

在企業行動通信方面，近年來受到歐債危機、美國量化寬鬆退場疑慮與財政僵局紛擾，以及新興經濟體成長減緩等全球經濟不確定性之影響，企業的投資更趨謹慎，這也導致企業行動通信市場的經營更具挑戰。在行動裝置不斷推陳出新，行動應用及管理不斷創新的時代，企業客戶的需求不再侷限於行動通信節費，舉凡企業內部 App 視訊會議行動化、行動網路與固定網路的整合（FMC），以及行動通信加值應用（Mobile solution）等技術發展將更顯重要。未來，行動裝置管理（MDM）、應用軟體管理（MAM）、企業資訊管理（MCM）及行動安全之應用與發展將成為企業行動通信的發展重點。

台灣 4G 用戶平均每月使用 10GB
行動傳輸量世界最大

在市場趨於成熟的階段，各家電信業者無不著重在加值服務的提供，積極開發高用量客戶。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，發展策略已改為開發企業用戶為主。未來遠傳將致力於 4G 行動（Mobile）與雲端（Cloud）技術的結合發展，依產業特性，提供企業客戶更多的整合運用服務，以滿足客戶無所不在（Ubiquitous）、移動性（Mobility）及即時性（Real Time）的需求，並有助於企業提升競爭力。

台灣 4G 頻譜釋出後，電信業者 7 個月內推出服務，上線速度最快

因應寬頻網路建設及 Triple play 整合服務之出現，固網語音服務將逐漸由傳統語音轉變至 IP 化固網語音服務。VPN 台灣市場已趨於飽和，銷售方式趨向於各家的服務導向以及品質穩定度比較。為強化產品穩定度且提供更好的服務品質，新世紀資通未來將著重於建置完善的骨幹自動備援機置，並強化既有流量分析報表，做到可分析 ADSL VPN 電路流量，以符合查詢品質穩定度以及客戶滿意度，藉此提高市場競爭力。

整體產業之不利因素

▶ 門號可攜服務實施後，電信業競爭趨於激烈

國內消費者對門號需求在近 2 年達到高峰，未來門號數成長速度將趨於和緩。2005 年 11 月實施號碼可攜服務後，各業者為爭取更多的門號數，紛紛對下游業者提高佣金及手機補貼或競相實施所謂「網內外同價」費率，此等價格的惡性競爭不但壓縮了系統業者的獲利空間，亦不利於各業者在行銷與增值服務的推動。

▶ 國家通訊傳播委員會資費管制減少整體營收

國家通訊傳播委員（以下簡稱 NCC）會對於一類電信業者有強制調整資費的行政權，電信業者通常只能被動的接受而缺乏實質的討論空間。然而各家業者計算成本比重與收益支出的基準不同，齊頭式的資費調降策略不僅直接導致整體營收減少，亦將間接造成業者對於電信設備投資的緊縮。

▶ 中華電信於寬頻網路與固網服務具最後一哩優勢

由於 NCC 在營造電信市場的公平競爭環境腳步上稍嫌緩慢，且中華電信在網路互連及用戶迴路開放上有諸多限制，導致業者無法有效縮減相關成本，亦不易擴充客戶數量；另外有線電視業者挾電視播送系統與寬頻網路的整合優勢，積極以低價搶占寬頻網路市場，亦為公司寬頻事業發展威脅之一。

▶ 第二類電信業務萎縮

近年來因行動網路及行動裝置大幅成長，系統業者無不積極推出整合增值服務的資費方案，加上 4G 崛起，對於二類電信業者已產生明顯排擠效果，計畫將全面退場。

▶ 消費行為改變

高性價比手機佔比提升，配件銷售趨緩，影響商品毛利逐年下滑；同時 4G 開台後商品與門號搭售率提高，消費者對於品牌忠誠度提升，三大系統商門市大幅展店下將擠壓全虹門市市佔率。

1.2.2 市場競爭情形

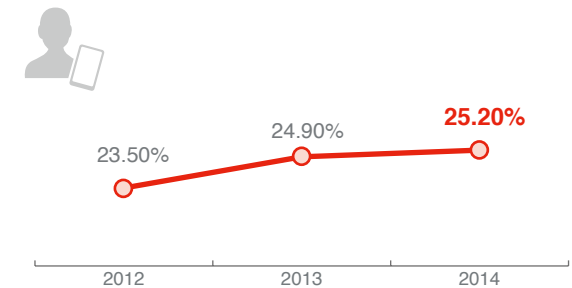
遠傳電信

由於電信產業需要投入龐大資金建置基地台及相關硬體設施，擴大用戶數遂成為是否達到經濟規模之重要指標。目前台灣電信市場已為遠傳電信、中華電信與台灣大哥大三強鼎立的局面，彼此提供的服務內容相似度高，包含一般通話業務上大多設計多種資費組合方案，藉以滿足不同用量之族群，計費基礎上亦多採以秒計費，付費系統也分為月租型及預付型兩種通話費率；增值服務方面主要有行動訊息服務（文字簡訊及多媒體簡訊）、行動網際網路（各項資訊瀏覽、智慧型手機應用程式及多媒體影音下載）及行動交易服務（行動銀行及小額付費），由於各家業者提供服務之內容大同小異，故多在廣告促銷、費率方案及手機促銷上建立品牌忠誠度，確立市場區隔，以提高用戶數

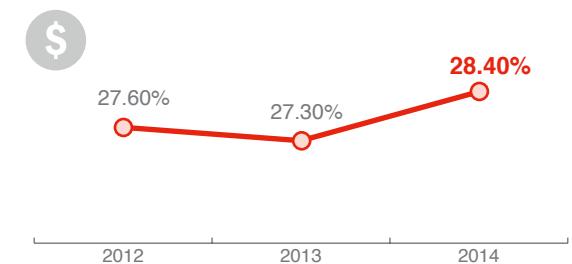
及用戶貢獻度（ARPU），而遠傳也不斷持續在行動數位內容、行動應用及行動支付與商務的領域中，投入更多的創新元素。數位內容上提供策展形式的增值服務；在數位應用的服務領域中，強調讓用戶有簡單、直覺的使用者體驗，並且更積極地在行動支付與行動商務作服務佈局，以期能成為消費者在行動應用的最佳夥伴。

遠傳 2014 年透過精準多元的資費設計、豐富且以使用者為中心的數位服務內容、鮮明的品牌形象經營、以及提升組織成本效益等策略維持市占率的成長。

遠傳市場占有率：用戶數



遠傳市場占有率：行動電信服務營收



新世紀資通

固網線路最後一哩之鋪設仍存在許多困難，三家固網（新世紀資通、台灣固網及亞太電信）市內網路用戶總和市佔率僅有 5.4%，中華電信仍高居 94.6%¹。未來市場佔有率的消長將取決於是否能提供客戶優良的網路與通訊品質、多樣化的解決方案與內容服務及應用。

另外，在家用寬頻市場（包含 ADSL、光纖和 Cable Modem）中，2014 年底中華電信（Hinet）的寬頻客戶數約佔 66%、新世紀資通約佔 3%。若不含 CableModem，則中華電信（Hinet）的寬頻客戶數約佔 84%、新世紀資通約佔 4%²。

¹資料來源：NCC 統計之最新數據，為 2013 年底之用戶數

²資料來源：用戶數及電信服務營收為 2014 年底 NCC 統計數據以及各公司公告資訊

全虹

截至 2014 年底，全虹門市店家數共約 124 家，含直營門市、賣場通路專櫃及遠傳加盟店，另外透過代採購業務，商品鋪貨通路更遍及遠傳直營、加盟店。在外勞通路業務方面。全虹銷售 IF 卡無論知名度及門號使用率皆維持市場第一，在印、菲、泰、越等四國之外勞市場門號使用率領先同業競爭者。

1.2.3 產業技術發展

全球 4G 用戶快速成長，是未來 10 年行動通訊技術主流，在未來 4G 和各種高速傳輸服務逐漸展開的條件下，電信業者將透過頻寬增加，提供消費者無所不在的服務，預期將帶動數據營收的成長。

目前全球大多數運營商已選擇以 LTE 技術建置 4G 網路，可以確信 LTE 將成為未來主流標準。此外，近年來新興技術光纖網路（FTTx）興起，由於 FTTx 可以提供比 ADSL 更高頻寬及更穩定的速率，預料 FTTx 將取代 ADSL 成為新一代主流技術趨勢，光纖世代的應用加值服務將是網際網路服務供應商（ISP）業者在寬頻固網發展的重心。

另一方面，BYOD（Bring Your Own Device，員工攜帶自己的裝置上班）浪潮已襲捲全球，根據市場研究機構 Ovum 的最新報告顯示，BYOD 的模式在亞太區跨國公司內部已十分流行，行動應用儼然已成為企業提升生產力及競爭力的致勝關鍵，因此許多企業目前已積極投入行動應用發展。

除了人與人間的行動溝通，物聯網也進入快速發展期，近來甚至發展到由人、流程、資料和裝置的交匯的萬物聯網（IoE，Internet of Everything），未來任何新科技產品在設計時都會考慮到連接性，帶來龐大的連線需求，預期將為電信業帶來另一波機會。



1.2.4 遠傳的競爭利基

► 超越客戶期待的驚豔服務

在商品同質性高、競爭激烈的電信產業，遠傳極力尋求彰顯品牌的差異化，落實零距離的溫暖服務，讓「只有遠傳沒有距離」的企業精神，不僅只是詮釋通訊業的本質，而能具體落在客戶服務上，藉由提供令客戶驚豔的 WOW 服務，讓遠傳的品牌更有溫度。

► 深化品牌的社會影響力

遠傳一直致力於帶給消費者更好的服務，落實「生活有遠傳、溝通無距離、人生更豐富」的品牌願景。遠傳觀察到東方保守文化下，民眾情感表達較含蓄，前年底推出「開口說愛 讓愛遠傳」品牌活動，鼓勵民眾表達正面情感，以串連者 (Connector) 的角色拉近民眾彼此之間的距離。品牌影響力擴及海內外，成功帶動一股勇敢把愛說出口的新社會運動。

► 整合集團資源發揮綜效

全球資通訊技術的提升帶動智慧型動應用的蓬勃發展，身為遠東集團內的領導企業之一，遠傳積極轉型，除了整合集團內各企業的資源及研發技術，透過整合大數據應用、強化 4G 通訊技術，多元打造智慧城市，積極佈局智慧交通、智慧健康、智慧安全及智慧商務等應用，期許成為台灣智慧應用領航者。

1.2.5 關鍵企業永續風險

遠傳深切了解到企業經營與外在環境及利害關係人的變動息息相關，企業能否永續經營取決於因應關鍵永續風險的能力；因此，遠傳辨識出了下列 5 個關鍵風險，以利擘劃相對應之營運策略，確保企業永續發展。



科技發展
與數位匯流

現今產業及技術發展日新月異，造成客戶通訊行為快速改變，產品生命週期縮短，電信業競爭白熱化，除了其他電信公司之外，遠傳也必須面對來自快速崛起的通訊軟體及社群網站等網路與行動服務提供者的挑戰。如何鞏固市場並取得關鍵先機，同時維持高品質的資安管理水準，成為遠傳未來決勝的關鍵。



政策及經濟
發展趨勢

電信業是受主管機關監管的特許行業，政策之變動會連帶影響整體產業的發展。同時，由於遠傳目前主要營運項目仍以台灣地區為主，地域上的限制，也讓遠傳的營運風險與國家政策及經濟發展高度相關。



氣候變遷
與能源稀缺

遠傳體認到氣候與能源議題帶來的嚴峻挑戰，對於實踐地球公民的義務責無旁貸，除了持續提升內部資源使用效率外，遠傳可藉由提供改善能源效率的智慧型解決方案，有效協助其他產業降低溫室氣體排放量，成為每一個人的綠色夥伴，帶動整體社會轉向低碳永續之動力。



人才招聘與培育

隨著台灣人口結構的持續老化及勞動人口下降，企業擴張業務發展的同時，如何招募、培育及留任員工，維持質量均重的人才庫，成為企業是否能維持永續競爭力的關鍵議題。對於求新求變的電信產業而言，員工是否能與時俱進，快速反應市場及科技發展趨勢，維持內部創新產能，更將成為決定遠傳是否能持續引領產業發展的重要因素。



利害關係人議合

網路社群興起，使得企業與利害關係人的溝通方式更加多元複雜，一方面可以拉近企業與利害關係人的距離，另一方面企業也因此較難掌握訊息主導權，容易淪為被動式回應，造成品牌經營困難度上升。遠傳打造品牌形象將步步為營，以開放的態度及暢通的溝通管道回應利害關係人訴求，以建立遠傳品牌與大眾信心的連結，降低品牌風險。

1.3 利害關係人議合

遠傳參考 AA1000SES 利害關係人議合原則 (AA1000 Stakeholder Engagement Standard)，進行利害關係人與重大性議題的鑑別，藉此準確掌握利害關係人關切的重大環境、社會及公司治理相關議題，並研擬相對應之管理方針與行動，回應利害關係人的訴求與期待。

利害關係人鑑別與溝通

遠傳透過 CSR 委員會集合各部門代表進行利害關係人鑑別，鑑別的標準係依據利害關係人對遠傳的依賴程度、影響力、關注程度、以及責任和多元觀點等五個面向進行評估，最後依照重要性篩選、鑑別出以下 9 類重要的利害關係人。針對不同利害關係人，遠傳皆設有專門的溝通管道，接受並回應利害關係人的需求。有關利害關係人的溝通管道、回應方式、以及遠傳在 2014 年的相關溝通績效如下。



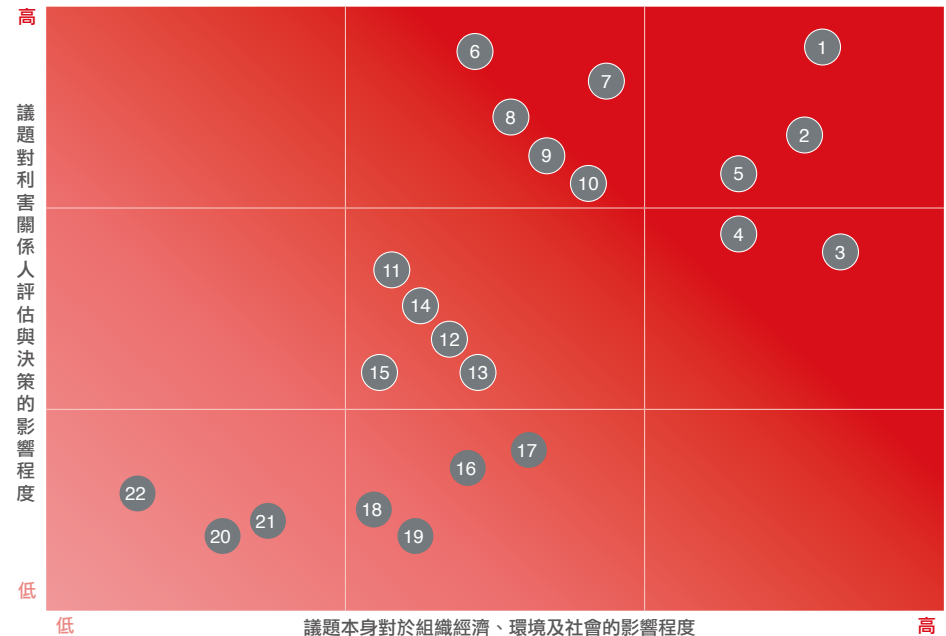
利害關係人	回應與溝通管道	2014 年溝通績效	
員工	<ul style="list-style-type: none"> 教育訓練 年度績效考核 每季主管雙向溝通會議 不定期員工滿意度調查 員工申訴信箱 	<ul style="list-style-type: none"> 每季神燈會議 年度員工大會 聯合職工福利委員會 遠傳快報 / 遠傳 e 事記 遠傳心交流電子月刊 	<ul style="list-style-type: none"> 透過遠傳快報，將年度志工成果公告全體員工 員工透過內網、Email 反映意見共 23 件。 重視員工涉入度 (Engagement)，員工意見調查重新定調為「Connect for Best」 其餘溝通績效詳見本報告 3.4.6 章節「友善企業 - 友善職場」
消費者/一般客戶	<ul style="list-style-type: none"> 門市面對面溝通 產品說明會與行銷活動 門市服務滿意度電話調查 線上即時服務粉絲團 客戶申訴管道 客戶滿意度調查 2014 年推出第二波品牌廣告「因為有愛，每句話要好好說」 	<ul style="list-style-type: none"> 直營門市均已設置專屬的 FB 粉絲團與 Line 帳號，重點試行的 130 家門市，粉絲平均人數達 500 人以上。 「開口說愛 讓愛遠傳」品牌活動推行至今，品牌好感度成長幅度高達 3 成，兩岸三地廣大迴響和網友正面評價，2014 年活動開跑當月來客數與前月相比成長 8%。 第二波「因為有愛 每句話要好好說」品牌廣告推出，一個月內在台灣 Youtube 及 Facebook 上累積逾 500 萬次瀏覽次數，更在大陸知名網站騰訊視頻上創下超越 3 億瀏覽次數。 電話客服中心：16,499,845 通 / 年 FETnet 網站 / 行動客服 APP / 客服即時通：122,807 筆 / 年 針對重大客訴事件，客服單位主管將於 2 小時內協助通報客戶關係維繫組人員專責處理，於接獲通報 4 小時內與客戶聯繫處理客戶申訴。 其餘溝通績效詳見本報告 3.3 章節「驚豔服務」 	

利害關係人	回應與溝通管道	2014 年溝通績效
企業客戶	<ul style="list-style-type: none"> 業務拜訪 電話客服中心 	<ul style="list-style-type: none"> 電話客服中心：426,250 通 / 年 其餘溝通績效詳見本報告 3.3 章節「驚豔服務」🔗
主管機關	<ul style="list-style-type: none"> 國家通訊傳播委員會 (NCC) 業務會議與行政訪查 不定期公平會案件調查 不定期公文 	<ul style="list-style-type: none"> 參與 NCC 業務會議 342 場次、行政訪查 42 次，業務訪查皆無違規情形 公平會調查案件共 7 件，截至發刊日止皆已結案，且皆無違反公平法 收到 1,918 件公文，以行動通訊 (含 2G/3G/4G) 相關之業務會議為大宗
供應商／承攬商	<ul style="list-style-type: none"> 舉辦首次供應商大會 正式發佈供應商企業社會責任準則 開發者大會 	<ul style="list-style-type: none"> 溝通績效詳見本報告 3.4 章節「友善企業」🔗
股東／投資人	<ul style="list-style-type: none"> 年度股東會 投資人相關會議 不定期專責單位溝通 網站設投資人專區 	<ul style="list-style-type: none"> 舉辦 1 次股東常會 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 由專責單位參加國內外面對面法人會議，與投資人溝通 按月發佈共 12 次自結營收、獲利及營運統計數據，請詳遠傳官網投資人專區 🌐
同業	<ul style="list-style-type: none"> 不定期至台灣電信產業發展協會溝通 競業／市場調查 	<ul style="list-style-type: none"> 共計參加 117 次會議，包含 61 次各項議題及 56 次基地台小組會議 其餘溝通績效詳見本報告 3.3 章節「驚豔服務」🔗
媒體	<ul style="list-style-type: none"> 不定期發布新聞稿／舉辦記者會 專責單位溝通 	<ul style="list-style-type: none"> 獨立舉辦 10 場記者會、發佈 193 則新聞稿 🌐
社會公益團體／NGO	<ul style="list-style-type: none"> 說明會／研討會／座談會 贊助與合作計畫 	<ul style="list-style-type: none"> 溝通績效詳見本報告 3.4 章節「友善企業」🔗

1.4 重大性議題鑑別與回應

為確定報告書以及遠傳未來的企業社會責任實踐，能夠盡可能涵蓋利害關係人最關切的主題與面向，遠傳根據前述利害關係人鑑別的結果，同樣透過 CSR 委員會集合相關單位進行重大性議題鑑別。

遠傳重大性議題的鑑別方法係參照 GRI G4 指南有關報告書內容揭露及重大考量面的判斷原則，以「議題對利害關係人評估與決策的影響程度」及「議題本身對組織經濟、環境及社會的影響程度」兩個軸線進行評估，由遠傳各單位逐項評估各利害關係人關切的議題，並經委員會執行秘書與高階主管討論，最後將評估結果統整並劃分出與遠傳核心營運高度相關的「關鍵議題群」，及「輔助議題群」。為使企業資源能夠有效率的分配在核心關鍵事務，遠傳在營運策略上的規劃與報告書的揭露，著重在關鍵議題之回應，但同時也會盡可能滿足利害關係人對其他輔助議題相關事項的基本期待。



- | | | |
|-------------|------------------|----------------|
| 1 通訊品質與基礎建設 | 9 優質且獨特的客戶服務 | 17 供應鏈管理 |
| 2 技術與服務創新 | 10 電信服務普及化 | 18 員工薪資與福利 |
| 3 公司經營策略與績效 | 11 電磁波議題 | 19 員工溝通與關懷 |
| 4 公司營運及風險管理 | 12 能源與溫室氣體管理 | 20 員工教育訓練與職涯發展 |
| 5 品牌形象管理 | 13 企業社會責任與永續發展實踐 | 21 職場環境與多元性 |
| 6 個人資訊安全防護 | 14 政府政策與法規遵循 | 22 廢棄物與水資源管理 |
| 7 資費透明化溝通 | 15 低碳與智慧產品及服務 | |
| 8 客戶申訴處理 | 16 社區關懷及公益投入計劃 | |

根據鑑別結果，遠傳一共篩選出 15 類重大性議題，7 類輔助議題。此重大性議題鑑別結果指出利害關係人最關心的議題，多數集中在遠傳核心電信業務及服務品質，像是通訊品質與基礎建設、優質且獨特之客戶服務，以及整體社會對電信業的期待，包括個人資訊安全保護、資費透明化溝通、客戶申訴處理、電信服務普及化、電磁波議題、能源與溫室氣體管理及法規遵循等；此外，由於 2014 年 4G 正式開台導致產業競爭趨於白熱化，技術與服務創新首度被鑑別為遠傳之關鍵議題，加上公司營運及風險管理、經營策略與績效、品牌形象經營等議題，在在顯示遠傳企業社會責任與永續發展的實踐，即是透過核心服務與技術力的不斷提升和進步，滿足所有利害關係人的期望。

遠傳相信，有關環境、社會及公司治理（ESG）相關之各項重大性議題，必須與電信服務本業相互結合，才能夠創造出最大的社會效益；舉例而言，鑑別結果顯示，利害關係人對遠傳環境保護責任的期望，著重於是否能提供低碳的產品和服務，以及遠傳在日常營運上的能源與溫室氣體管理。因此，除企業本身的節能外，遠傳也致力於減少所提供的服務於價值鏈中產生的溫室氣體排放。

遠傳重大性議題及其邊界之鑑別結果如下：

重大性議題	議題重大性	GRI 考量面	回應章節	內部邊界		外部邊界			
				遠傳 *含新世紀資通	全虹	上游供應商	下游合作通路	客戶	社區與環境
通訊品質與基礎建設	重大性議題	EC 間接經濟衝擊 IO 基礎建設	3.1.4 基礎建設投入 3.2.3 軟體開發與技術創新	●				●	●
技術與服務創新	重大性議題	TA 資源使用效率	3.4.3 降低營運造成的環境衝擊	●				●	
公司經營策略與績效	重大性議題	EC 經濟績效 EC 市場形象	2 遠傳發展策略概觀 3.1.1 重大財務績效回顧 3.4.2 供應商管理	●	●		●		
公司營運及風險管理	重大性議題	EC 經濟績效 公司治理 (G4-34~58) SO 反貪腐 SO 反競爭行為 SO 公共政策	3.1.1 重大財務績效回顧 4. 公司治理	●		●			
品牌形象管理	重大性議題		3.4.2 供應商管理	●		●	●	●	●
個人資訊安全防護	重大性議題	PR 顧客隱私	3.3.3 服務輔助機制	●	●		●	●	
資費透明化溝通	重大性議題	PR 產品及服務標示 PR 行銷溝通	3.3.2 服務養成與培訓	●			●	●	

重大性議題	議題重大性	GRI 考量面	回應章節	內部邊界		外部邊界			
				遠傳 * 含新世紀資通	全虹	上游供應商	下游合作通路	客戶	社區與環境
客戶申訴處理	重大性議題	HR 人權實務申訴機制 SO 社會衝擊申訴機制	3.3.4 服務管理與量測	●	●		●	●	●
優質且獨特的客戶服務	重大性議題		3.3 驚豔服務	●	●			●	
電信服務普及化	重大性議題	EC 間接經濟衝擊 PA 填補數位落差	3.1.4 基礎建設投入 3.3.1 服務主軸設定	●				●	●
電磁波議題	重大性議題	PR 顧客健康與安全 IO 健康與安全防護措施 PA 電磁波議題溝通 SO 社會衝擊申訴機制	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	●					●
能源與溫室氣體管理	重大性議題	EN 排放 (溫室氣體) EN 能源 EN 整體情況	3.4.3 降低營運造成的環境衝擊	●	●	●	●		
企業社會責任與永續發展實踐	重大性議題	公司治理 (G4-34~58)	4.2 企業永續治理	●		●	●	●	●
政府政策與法規遵循	重大性議題	EN SO PR 法規遵循	4.5 法規遵循 3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	●		●	●	●	●
低碳與智慧產品及服務	重大性議題	EN 能源 EN 排放 (溫室氣體) EN 產品及服務 TA 資源使用效率	3.4.5 降低產品所造成之環境衝擊	●				●	●
社區關懷及公益投入計劃	輔助議題	EC 經濟績效 EC 間接經濟衝擊 SO 當地社區 PA 內容近用與保護	3.4.7 公益投入					●	●
供應鏈管理	輔助議題	EC 採購實務 LA 職業健康與安全 EN LA HR SO 供應鏈管理相關考量面	3.4.2 供應商管理	●	●	●	●		

重大性議題	議題重大性	GRI 考量面	回應章節	內部邊界		外部邊界			
				遠傳 * 含新世紀資通	全虹	上游供應商	下游合作通路	客戶	社區與環境
員工薪資與福利	輔助議題	LA 勞雇關係 LA 女男同酬	3.4.6 友善職場	●	●				
員工溝通與關懷	輔助議題	LA 勞／資關係 LA 勞工實務問題申訴機制 HR 結社自由與集體協商 HR 強迫與強制勞動	3.4.6 友善職場	●	●				
員工教育訓練與職涯發展	輔助議題	LA 訓練與教育	3.4.6 友善職場	●	●				
職場環境與多元性	輔助議題	LA 員工多元化與平等機會 LA 女男同酬 HR 不歧視	3.4.6 友善職場	●	●				
廢棄物與水資源管理	輔助議題	EN 廢污水與廢棄物 EN 整體情況	3.4.3 降低營運造成的環境衝擊	●	●	●	●		●

2

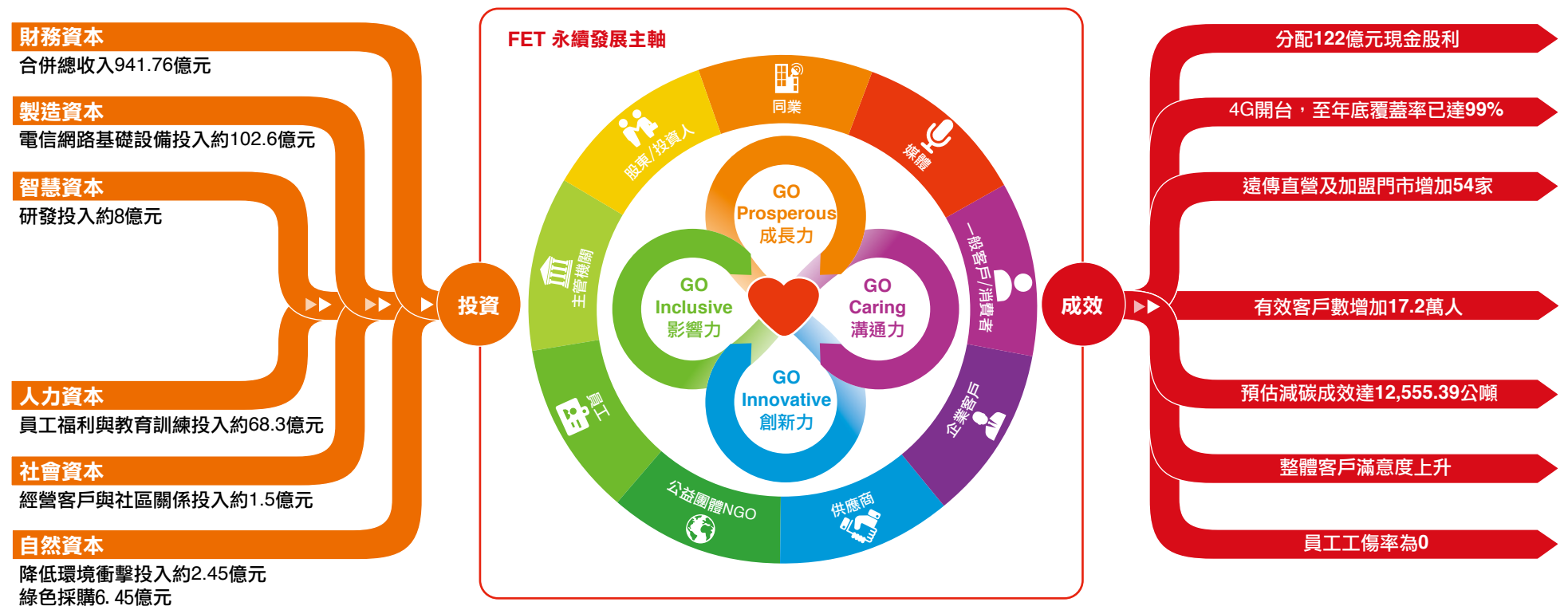
▶ 遠傳營運發展策略 概觀



遠傳以各類利害關係人群體之關注議題為出發點，擬定「成長力 (Go Prosperous)」、「創新力 (Go Innovative)」、「溝通力 (Go Caring)」及「影響力 (Go Inclusive)」為四大策略主軸，將企業永續發展策略與核心營運策略結合，以因應關鍵企業永續風險，期能達到「生活有遠傳、溝通無距離、人生更豐富」的企業願景，成為每一個人的「最佳行動夥伴 (Preferred Partner In Mobile Life)」

追求成長與獲利是企業營運的根本，而在科技快速變革的時代，電信業獲利的關鍵取決於企業的創新能量，因此以無限大的概念呈現這兩個構面上下相輔相成的關係；另一方面，

對客戶貼心的服務與品牌形象的創造，關鍵在遠傳對溝通力的重視，無論是對內整合企業文化，抑或是對外精準掌握客戶需求，溝通力的持續提升為遠傳策略推展的羽翼之一；此外遠傳是否能發揮在價值鏈的影響力，運用核心能力提升企業合作夥伴乃至於更廣泛社會與環境的友善程度，也是支撐電信業邁向永續發展不可或缺的關鍵要素。因此，遠傳設定「4G」為永續發展主軸，包含成長力、創新力、溝通力、及影響力等四個構面，將企業社會責任內化為企業永續競爭力各構面的基本元素。



六大資本	遠傳邁向永續發展的關聯性
財務資本	營運績效是公司持續發展的根本，加上遠傳是在台灣證券交易所掛牌之上市公司，其營運及發展有賴國內外投資人的支持，財務資本與各項資本的連動可幫助投資人掌握公司長期發展趨勢
製造資本	遠傳最主要的製造資本包括門市以及基地台、機房等資通訊基礎建設的投資與維運。為確保資通訊服務的穩定性與持續性，遠傳的基礎建設維運方針以長期投資及效率提升為原則
人力資本	人才培育對遠傳至關重要，員工因應資通訊環境變化的能力是遠傳能否持續創新的關鍵。遠傳將持續招攬並留任優秀人才，並著重於人才的潛能開發
智慧資本	遠傳的企業變革、產業整合及技術創新能力取決於智慧資本的累積。遠傳過去在語音通訊領域累積了豐碩的經驗，目前正持續建構數位及網路相關技術與服務之資本
自然資本	與遠傳攸關的自然資本主要是電力及其衍伸的能源耗用與溫室氣體排放。為因應日漸增長的流量需求，遠傳將持續進行能源管理，並以提升能源使用效率為目標
社會資本	遠傳重要的社會資本包括品牌價值、客戶忠誠度及與價值鏈合作對象及其他利害關係人維繫長期夥伴關係等，目前主要透過廣宣、公益活動、偏遠地區基礎建設及免費電磁波量測經營客戶與社會關係。遠傳未來將致力於品牌形象維繫，瞭解客戶體驗及需求，並創造客戶親密感

同業 技術與服務創新 通訊品質與基礎建設 優質且獨特的客戶服務 資費透明化溝通 公司經營策略與績效	媒體 資費透明化溝通 電磁波議題 個人資訊安全防護 客戶申訴處理 通訊品質與基礎建設	一般客戶 / 消費者 客戶申訴處理 個人資訊安全防護 通訊品質與基礎建設 資費透明化溝通 優質且獨特的客戶服務
企業客戶 通訊品質與基礎建設 個人資訊安全防護 資費透明化溝通 客戶申訴處理 優質且獨特的客戶服務	供應商 供應鏈管理 通訊品質與基礎建設 技術與服務創新 公司營運及風險管理 電信服務普及化	公益團體 / NGO 社區關懷及公益投入計畫 廢棄物與水資源管理 企業社會責任與永續發展實踐 電磁波議題 低碳與智慧產品及服務
員工 公司經營策略與績效 員工薪資與福利 職場環境與多元性 員工溝通與關懷 員工教育訓練與職涯發展	主管機關 政府政策與法規遵循 個人資訊安全防護 資費透明化溝通 電磁波議題 通訊品質與基礎建設	股東 / 投資人 公司經營策略與績效 公司營運及風險管理 通訊品質與基礎建設 品牌形象管理 電信服務普及化

遠傳永續策略及目標

GO Prosperous 成長力	<ul style="list-style-type: none"> 穩定增加 4G 用戶及行動寬頻獲利，並積極建置下一代網路，推動資訊系統平台轉型 邁向企業永續治理，成為國際投資人眼中的永續型企業 推動企業轉型，以因應科技變革與產業趨勢
GO Innovative 創新力	<ul style="list-style-type: none"> 智慧生活：持續提供以使用者為中心的加值服務（數位內容／行動支付／電子商務） 智慧商務：提供高價值的資通訊整合服務，提高企業市場市占率 智慧城市：在醫療、交通及治安三大領域積極佈局，極大化集團資源，取得領先地位

GO Caring 溝通力	<ul style="list-style-type: none"> 創造差異化的品牌形象，落實與利害關係人溝通與合作 提供無可比擬的優質客戶體驗與服務，成為客戶滿意度第一的電信業者
GO Inclusive 影響力	<ul style="list-style-type: none"> 建立明確的氣候變遷因應策略，以及再生能源使用目標 整合產業價值鏈，促進資通訊產業共同邁向永續發展

3

▶ 商業策略與營運模式

- 3.1 穩健成長 Go Prosperous
- 3.2 創新思維 Go Innovative
- 3.3 驚豔服務 Go Caring
- 3.4 友善企業 Go Inclusive



3.1 穩健成長 Go Prosperous

回顧過去一年，儘管國內外政經局勢跌宕起伏，國內電信產業市場競爭愈趨激烈，然而透過控制成本、提升競爭優勢及拓展業務，遠傳仍然能夠維持成長動能，持續擴大版圖與電信服務的普及與覆蓋率，繳出亮麗的成績單。

3.1.1 全方位的成長

遠傳 2014 年度持續在主要都會區域拓展直營店點及佈建光纖網路，升級「第六代門市」，整合虛實銷售與服務，2014 年全年度增加 50 多家門市，除了將持續推出資、通訊市場整合型服務外，亦致力於發展相關行動應用商品，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、寬頻數據及加值服務等創新服務。

此外，因應智慧型通訊產品的蓬勃發展及擴大 4G 互聯網路影響力，不斷提昇門市由內到外的陳列體驗環境，並依據消費者分眾區隔門市型態，除佈局百貨公司、轉運站及夜市周邊商圈外，2012 年起陸續開設專屬女性的電信門市，掌握女性數位消費商機，結合潮牌文化特色，成立西門町潮店，更成立全台首家 Outlet 電信門市「遠傳站前暢貨中心」，除了提供超低折扣的 3C 拆封商品，更能享有全省遠傳門市 3 個月保固，真正提供精打細算消費族群最優惠且有保障的消費管道。

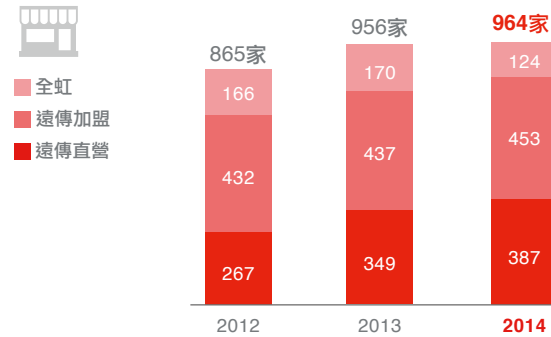
截至 2014 年底，遠傳、全虹、德誼等門市已超越 1000 家，綿密而又完整的服務，讓大眾更處處感受遠傳的用心關懷與專業服務。

行銷通路

遠傳持續檢視集團內各子公司的資源配置，以擴大集團綜效。近年來，為提升全虹直營整體獲利，陸續將全虹街邊店轉型為遠傳加盟店，整合行銷通路，門市來客及獲利情況已見明顯提升。

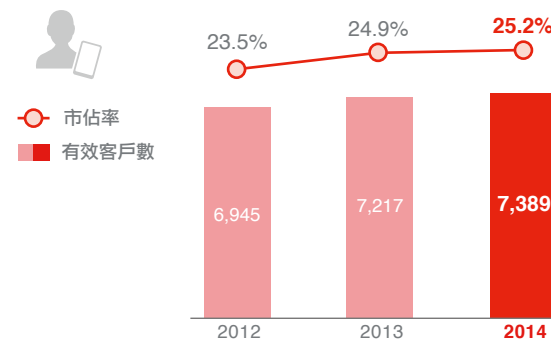
門市

單位：家數



有效客戶數

單位：千人

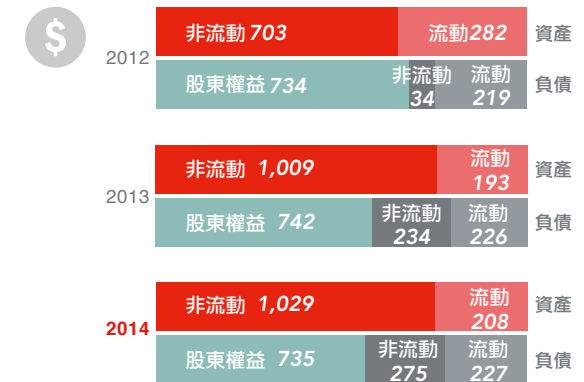


資產規模成長

遠傳一向維持穩健之財務結構，近年來重大變動為，2013 年發行三筆無擔保普通公司債共計 200 億元，於 2013 年 10 月 30 日競標取得行動寬頻業務 (4G) 執照暨頻段特許權，得標金為 31,315,000 仟元，無形資產大幅增加，自 2014 年 4G 正式開台後開始進行攤提。

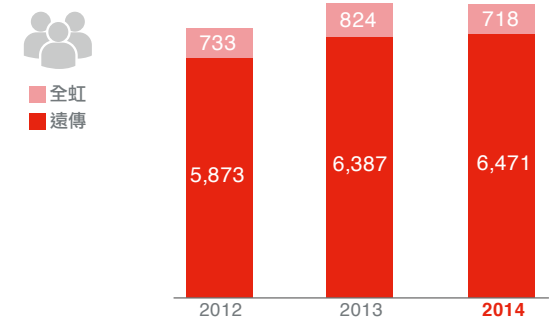
資產負債組成

單位：新臺幣億元



員工人數

單位：人



3.1.2 重大財務指標

在全體遠傳人秉持使命必達的信念下，2014 年遠傳合併營業收入達到新台幣 941.76 億元，較去年成長 5%，合併 EBITDA（未計利息、稅項、折舊及攤銷前的利益）與本年度淨利分別為新台幣 256.01 億元與新台幣 115.67 億元，每股盈餘 (EPS) 為新台幣 3.52 元，年底總市值成長 11% 達 2,379 億元，持續為股東創造穩定提升的價值。受惠於 4G 業務的推展，遠傳電信總用戶數在 2014 成長 2%，於年底達 738.9 萬人。

	2012	成長 %	2013	成長 %	2014
總收入 (億元)	866.66	3	896.71	5	941.76
本期淨利 (億元)	106.34	12	119.06	-3	115.67
EBITA ³ (億元)	243.71	5	255.99	0.01	256.01
總市值 ⁵ (億元)	2,415	-12	2,134	11	2,379

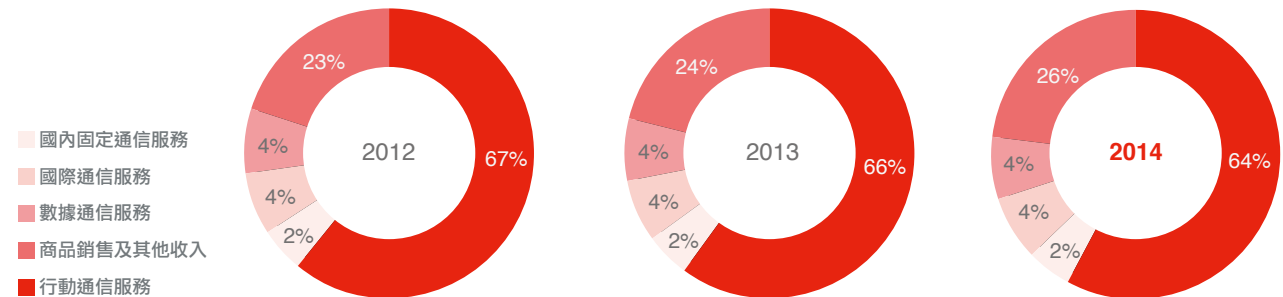
	2012	2013	2014
ARPU (元)	\$ 748	\$ 730	\$ 724
每股盈餘	3.25	3.63	3.52
資產報酬率 (%)	10.95	10.94	9.72
權益報酬率 (%)	14.52	16.07	15.66

³ EBITDA：未計利息、稅項、折舊及攤銷前之利益。

⁴ ARPU(Average revenue per user)：客戶平均每月營收。

⁵ 每年底股數 x 收盤價

遠傳 2013 年與 2014 年總收入分別成長 3% 及 5%，無論是電信服務、商品銷售還是其他營業項目如維修與物流服務等收入，都表現出一定的成長動能；本期淨利之下降係受 2014 年下半年開始攤提 4G 執照費及相關建設費用之影響，4G 正式開台後，手機上網速度將大幅增加，行動寬頻將更加普及，遠傳未來會持續擴充行動服務內容，著重於數位匯流及應用服務，增加流量的貢獻度。



3.1.3 各利害關係人相關支出

遠傳致力於打造幸福企業，與各利害關係人共享營運成果。每年至少提撥稅後純益扣除彌補虧損金額、法定盈餘公積及特別盈餘公積後餘額之 50% 以供配發股利，且現金股利部分不得低於當年度分配股利總額之 50%，惟若當年度有改善財務結構或重大資本支出之計劃，經股東會決議可提高或降低可供分配股利比率及現金股利之比率。遠傳於 2015 年 2 月 13 日董事會決議 2014 年盈餘分配案，擬以 2014 年度未分配盈餘分配股東現金紅利，每股新台幣 3.167 元，並擬以超過票面金額發行股票所得溢額之資本公積分配現金，每股新台幣 0.583 元，合計每股發放新台幣 3.75 元現金。員工福利相關細項數據及說明請詳 3.4 「友善企業 Go Inclusive」說明。

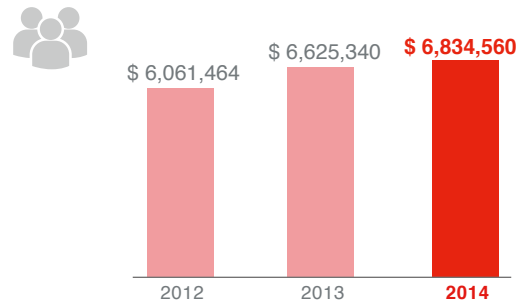
回饋社會

遠傳貫徹取之於社會、用之於社會之精神，在追求營收成長的同時，也積極尋求回饋社會之切入點，公益投入相關說明請詳 3.4 「友善企業 Go Inclusive」說明。

遠傳 2014 年現金捐贈共計 13,235 千元主要為學術交流基金、響應遠東集團高雄氣爆捐款以及贊助元智大學 2014 年度至 2016 年度「大數據與數位匯流創新中心」專案。

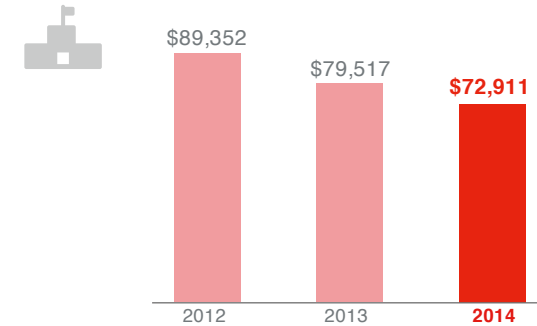
員工福利

單位：新台幣仟元



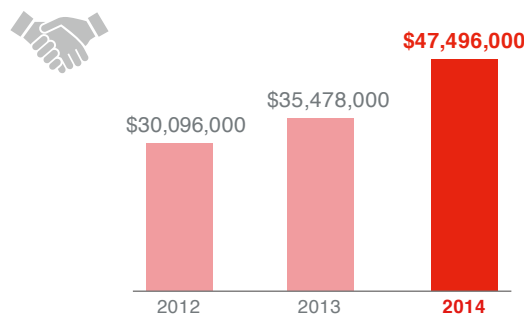
政府補助收入

單位：新台幣仟元



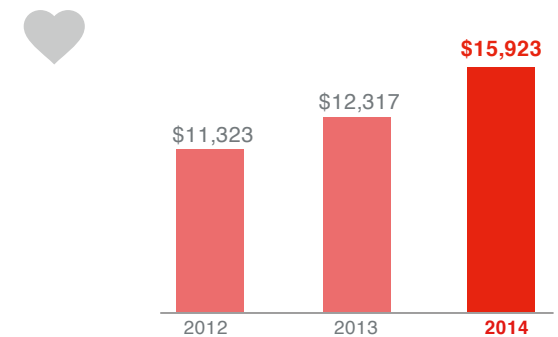
採購支出

單位：新台幣仟元



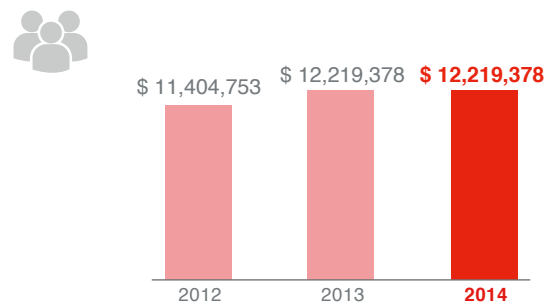
公益投入

單位：新台幣仟元



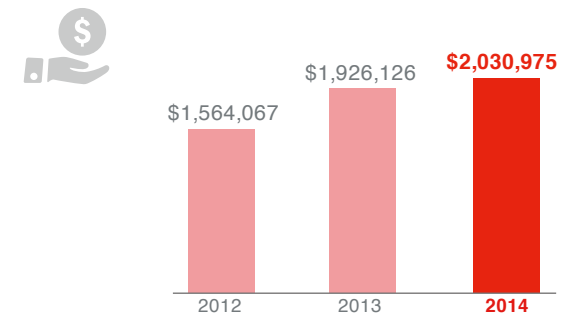
股東現金股利

單位：新台幣仟元



支付所得稅

單位：新台幣仟元

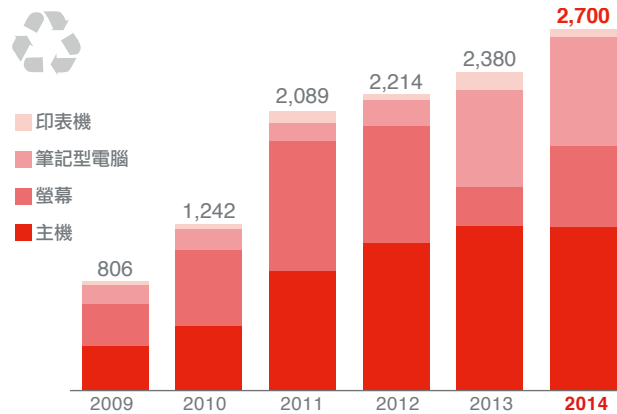


*遠傳電信響應政府推動產業發展計畫，每年政府補助收入主要係來自經濟部工業局行動台灣應用推動計畫以及數位閱讀 (eBook) 及載具應用服務專案。

遠傳電信自 2005 年開始長期響應行政院環境保護署「二手電腦回收轉贈計畫」，以環保及愛心為出發點，期望透過二手電腦回收轉贈計畫，有效改善弱勢學童的學習環境，照顧弱勢團體，並縮減城鄉數位落差，達到資訊設備使用效益最大化及落實企業社會責任。近年來與三益策略發展協會配合，連續 4 年每年捐贈數量為業界第一名，連續 6 年總捐贈數量更超過 10,000 台。

二手電腦回收轉贈計畫

單位：台數

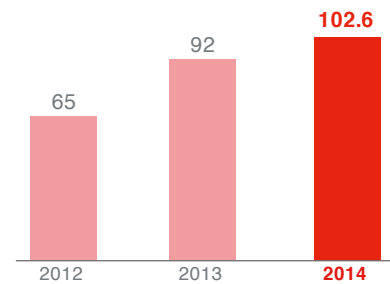


單位：台	主機	螢幕	NB	印表機	總額
2009	336	303	146	21	806
2010	478	565	164	35	1,242
2011	891	964	145	89	2,089
2012	1,103	868	193	50	2,214
2013	1,220	295	732	133	2,380
2014	1,225	600	820	55	2,700
合計	5,253	3,595	2,200	383	

3.1.4 基礎建設投入

電信網路基礎設備投資

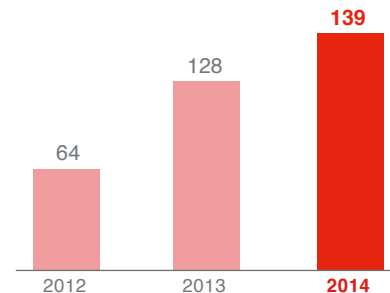
單位：億元



電信服務之本質，在於透過資訊通訊技術，讓生活變得更快、便利，縮短人與人之間的距離，遠傳積極投入基礎資訊通訊設施的建設與維護，確保通訊品質不因天然災害的影響及城鄉差異而有所不同。遠傳積極配合國家通訊傳播委員會之電信普及服務管理辦法，每年度持續增加「電信服務普及」之投入金額，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。

偏遠地區投入

單位：百萬元



3.1.5 未來營運發展計畫

遠傳從 4G 行動寬頻業務開台以來，積極拓展 4G 涵蓋範圍，目前已深入全台所有鄉、鎮、市、區，共 367 個行政區中，離島地區除了金門烏坵外，已廣布 18 鄉鎮市，全台人口覆蓋率已達 99%。

未來遠傳將持續強化 4G 行動電話通訊服務，並依客戶進行市場區隔，針對不同目標客戶群提供符合其所需之促銷專案及行銷策略，積極開發新銷售管道，建構更密集的销售店點分佈、據點及配送方式以鞏固市場之地位。遠傳除了持續提升全島 4G 覆蓋率，並提昇傳輸速度，以因應由智慧型手機及平板電腦所帶動的網際網路多媒體消費浪潮；更將佈建 WiFi 熱點，藉由 WiFi 技術在傳輸量大、使用者密集的区域提供更好的使用經驗，同時也透過 WiFi 與 4G 並行的網路架構，達到流量管理與成本降低的分流效果。

隨著固定網路、行動網路、網際網路、數位媒體之間的界線趨於模糊，彼此整合的能力成為主導市場的關鍵。遠傳將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，並結合電信集團內的力量與資源，持續增加家用市場客戶的佔有率，站穩家用寬頻市場的地位。

3.2 創新思維 Go Innovative

隨著科技日新月異，傳統電信產業的規格戰已經不能滿足市場需求，遠傳相信，惟有透過不斷創新，才能達成優異的消費者滿意度及最佳的消費體驗，從而與其他同業差異化，創造出永續的品牌價值。

3.2.1 提升電信教育水平

遠傳創新策略三管齊下，從最根本的提升電信教育水平做起，進而提供研發平台，凝聚社會創新力量，以持續進行軟體開發與技術創新，提升遠傳整體創新力，遠傳認為，創新的原動力來自於「人」，透過整體電信教育水平提升，電信產業才能培養出更多優秀人才，遠傳也才能與社會永續共榮。因應通訊時代來臨，遠傳於 1999 年 3 月成立財團法人遠傳電訊科技發展基金會，並於同時間設立了「遠傳電訊教育中心」，以提升集團整體電信實力為優先目標。

目前遠傳電訊教育中心提供課程的對象以遠東集團的員工為主，2014 年度完成超過 40 堂集團電信技術類訓練課程，約 2000 人次參與，除對內培養電訊專業人才，對外也參與多場座談會與校園活動，並參與教育部「偏鄉數位關懷推動計畫」，以全面推廣通訊教育。

遠傳電訊教育中心使命

- 協助國內電訊專業人才養成
- 提供客製化電信技術訓練
- 建置自我學習環境，推廣多元化學習管道
- 提供先進、專業及完整之實驗網路

3.2.2 凝聚社會創新力量

實驗平台

遠傳是台灣唯一擁有整合 GSM、WCDMA、LTE 及固網技術之多網實驗網路的電信營運商，除了透過完整獨立的實驗網路進行各項新系統及加值服務上市前之研究外，並在台北遠東通訊園區 T-Park 建置互通互連測試 (IOT) 環境，作為國內終端製造商、晶片廠商、數位內容供應商與學術研究單位合作的實驗平台；目前遠傳已跟多家終端晶片製造商進行過 IOT 測試，並與交通大學、元智大學以及工研院、資策會等學術法人機構共同執行多項研究專案，包括室內蜂巢式網路系統暨軟體技術研發計畫、遠距健康照護示範服務先期規劃、可程式化遠傳天線系統應用於無線通訊實驗計畫等。未來遠傳仍將繼續透過產學研三方合作，以推動台灣無線通訊產業發展。

Open Innovation

遠傳積極推動「開放創新 (Open Innovation)」，帶動翻轉商業模式的決心和更多企業合作，藉由為企業打造的專屬即時通訊軟體 EMMA 所提供的 Machine to People、People to Machine API 軟體介面，與企業共同在此平台開發創新的應用內容，期望將 EMMA 打造為企業行動應用的最佳創新平台。若企業提出的想法被納入 EMMA 的開發藍圖，遠傳將提供 EMMA 100 個 User License 免費使用 2 年，讓企業能夠共享開放創新效益，提升企業與產業競爭力，翻轉無限新商機。

開發者的最佳夥伴

遠傳連續 5 年舉辦「開發商大會」、「S 市集 App 星光大賞」等活動，主動和國內外優秀業界人士進行經驗交流及分享，將新的 App 經營模式與世界趨勢帶給本地的合作夥伴與 App 開發者 (商) 社群，致力於提升台灣行動產業整體水平，利用軟實力帶動經濟硬實力。2014 年遠傳攜手子公司時間軸科技 (Hiir) 共同舉辦「2014 App 獲利新思維第三方渠道崛起」，聚焦跨國界 App 與手遊在市場上所面臨的挑戰與機會。會中並邀請日韓等國家遊戲與應用大廠分享成功經驗，與更多本地開發者 (商) 迸出不同以往的商業模式新火花。

為了活絡台灣本地 App 市場，協助開發者增加獲利機會，遠傳與時間軸科技共同開發 friDay App 助手服務，不僅是 App 手機娛樂下載中心，更具備管理 App、清理垃圾文件與釋放記憶體的功能；同時 friDay App 助手也提供策展型 App 專題，方便用戶能尋找貼近時事的 App。另外，遠傳持續贊助經濟部工業局所舉辦的通訊大賽，鼓勵在地 App 的開發及創新應用。



3.2.3 軟體開發與技術創新

為打造創新領導品牌，遠傳持續投入研發，2014 年研發投入金額近 8 億元，較前一年度增加超過 50%。隨著智慧型裝置的普及與 4G 行動上網佈建到位，消費者使用行為及生活型態也隨之大幅改變，因應通訊產業發展趨勢，「超值服務」、「物聯網」、「穿戴裝置」及「數位匯流」等四個面向，皆是遠傳短中期關注且持續投入研發之重點，未來將持續投入資金開發創新產品與服務。

超值服務

因應進入 4G 行動上網快速發展期，遠傳將加強開發相關之超值服務，優化客戶通訊體驗，提高客戶品牌忠誠度。

物聯網

物聯網時代來臨，將帶來巨量的連線數據與新的管理模式，其涉及應用面向廣泛，涵蓋生活中各種垂直產業，遠傳將持續投資，透過核心資通訊產能的進步與策略夥伴的深度合作，期能進一步整合近端和遠端連線功能與服務，建立物聯網生態系 (ecosystem)。

穿戴裝置

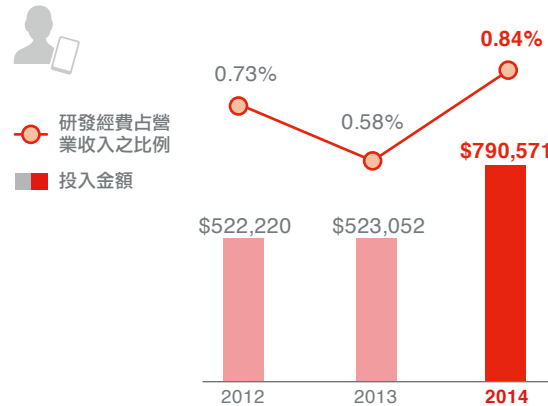
行動設備／穿戴裝置的發展是通訊產業備受矚目的未來之星，遠傳也持續與穿戴裝置廠商合作，配合遠傳的無線寬頻網路測試其效能及穩定性，期望在未來提供讓消費者驚豔的用戶體驗。

數位匯流

在數位匯流趨勢下，使用者可能於任何地點透過任何網路及裝置取得所需資訊，而這將加速促使行動網路與固定網路的融合。因應此趨勢，遠傳於 2008 年即開始逐步進行行動網路與固定網路的融合，逐漸形成共同骨幹網及接取網。

研發投入

單位：新台幣千元



技術創新 x 通訊品質

遠傳於此次 4G 行動寬頻業務中取得 700MHz 與 1800MHz 雙頻段，希望藉由高低頻雙頻段搭配的優勢，充分使用各頻段之特性及頻譜資源，以提供所有行動用戶最全面、優質、高速之 4G 服務。700MHz 低頻具有傳播距離遠的特性，提供包括郊外及室內深處之完整覆蓋，而 1800MHz 高頻段具有大頻寬的特性，提供網路用戶所須之高速率傳輸容量；搭配 LTE 載波聚合 (Carrier Aggregation, CA) 功能，遠傳將能充分利用所有頻譜資源，提供 20MHz 合併頻寬，理論傳輸量大幅提升到最高 150Mbps；遠傳在台灣目前已累計開啟 1800 站 700+1800 頻段 CA。遠傳電信 4G 網路建設導入 LTE SON (Self-Organizing Networks) 「自組織網路」，其主要目的為實現無線網路維護自主功能，減少因大量無線參數與數據所產生的網路優化人力參與，快速反應網路優化需求，降低營運成本。

成雙，當然比較強



遠傳 4G 絕配 雙頻

全球第一 700MHz + 1800MHz

室內穩 戶外穩 不只快還更穩

請洽全省遠傳門市 / 遠傳用戶手機直撥 888 / 市話撥 449-5888 / 官網 www.fetnet.net

技術創新 x 智慧生活

遠傳不斷發展並擴充「數位行動內容與應用」、「行動支付」及「行動電子商務」內容，為消費者打造更加便利的智慧生活。

數位影音 (VOD)



遠傳自 2011 年展開遠傳影城服務，從電影市場切入影視服務的發展。符合市場潮流的「一雲多螢」策略並支援多種裝置（個人電腦，手機，平板電腦和智能電視），服務方式採用網頁和應用軟體並行，提升用戶實際使用服務體驗。歷經 4 年耕耘，已累積近 30 萬會員與數千部電影資料，內容服務採取多類型內容策展以符合不同消費者的品味，並與院線電影、國內各大影展策略合作，如金馬影展、台北電影節、女性影展及亞運直播等，加深消費者品牌與豐富內容印象。此外，遠傳仍持續投入使用者介面的優化，大數據分析技術導入及遠端分享媒體播送功能 (Chromecast)，期能提供更優質及豐富的內容給消費者。



- ◆ 仁川亞運於遠傳行動電視直播，最高同時在線觀看人次超過 50 萬。

全音樂 Omusic



Omusic 為全球第一家由電信公司與台灣九大唱片公司共同成立的數位音樂平台，自 2012 推出以來已有 50 萬註冊會員，以訂閱數位音樂內容為商業模式，持續提供豐富多樣且具時尚話題性的產品組合，擴大數位音樂產值。傳統線上音樂串流音質礙於網路普及性及流量限制，音樂音質不如 CD 細緻，而 Omusic 數位音樂平台於 2014 年 7 月領先推出 CD 音質專區，媲美 CD 高音質音檔，讓數位音樂串流音質向上提昇；搭配 4G 高速網路，此新服務讓線上串流的音質更為順暢，2014 年 7 月至 12 月 CD 音質專區點聽總數已達近 28 萬次。

為解決一般使用者認為歌單太多又不知道該聽什麼歌曲的困擾，同年 5 月也貼心推出生活有樂聽的情境歌單，手機一點即播，搖一搖隨時隨地都能找到適合情境的播放歌曲。無論是上班、失戀、旅遊、運動、閱讀都有適合的音樂，可人性化判斷日期與時段，處於任何情境皆能即刻享受好音樂；2014 年 5 月至 12 月生活有樂聽點聽總數已達 31 萬次，聽歌活躍率⁷提升 6%。Omusic 將秉持個人行動音樂曲庫的產品概念，持續優化使用者介面，提供優質的使用者經驗。

⁷ 聽歌活躍率 = 當月有來聽歌的有效付費會員 / 當月有效付費會員數

Google Play 電信帳單



隨著智慧型手機的普及，手機應用程式與遊戲已經成為日常生活中不可或缺的便利小幫手與休閒娛樂，根據 Google 公開資料顯示，旗下手機應用程式市集 Google Play 已提供超過 100 萬個免費與付費應用程式，累計下載次數突破 500 億次，每個月下載量超過 20 億次。

電信帳單 (Direct Carrier Billing) 可以提供給許多不願使用信用卡或沒有信用卡的消費者另一種支付選擇，而 Google Play 在全球也已經和近百家電信公司合作整合支付。秉持客戶導向的創新服務精神，遠傳團隊特地與 Google 總部直接聯繫，順利在 2014 年 5 月成為台灣地區首家提供 Google Play 電信帳單付款的電信運營商，為遠傳用戶提供更方便、迅速且安全的支付模式。Google Play 電信帳單付款服務自 2014 年 5 月 12 日順利上線以來，截至 2014 年 12 月 31 日為止，短短近半年的時間，已經累積 30 多萬遠傳用戶使用，促成超過約 300 萬筆交易，成為遠傳顧客導向創新模式的最佳案例。

行動支付



由包括遠傳在內等五大電信業者及悠遊卡控股公司合資成立的「群信行動數位科技股份有限公司」，2014 年 12 月 25 日宣布國內首創跨五大電信業者信託服務管理平台（Trusted Service Management, TSM）服務正式開台，整合電信、交通、金融等關鍵領域之行動支付功能預計於 2015 第二季正式商轉。

為有效整合資源，推動更加便利、低碳的行動數位生活，遠傳於 2013 年啟動 NFC 全方位服務試辦計畫，結合不同利害關係人，包括遠傳電信、服務供應商（如信用卡公司、悠遊卡公司、餐飲業者）、手機供應商及 SIM 卡技術夥伴等，共同研擬透過行動科技改變消費生活的可能。在第一階段試辦期間遠傳透過持續蒐集參與成員的使用經驗與建議，已陸續完成多項服務與流程優化。

2014 年遠傳與合作金庫共同攜手合作開發 Visa 悠遊聯名卡之 NFC 體驗，推出台灣區首張具悠遊卡自動儲值功能、不受感應式信用卡 3000 元交易限制，以及具備 Wallet APP、Visa PassCode 雙重安全認證，確實保護持卡人交易安全之 NFC 手機信用卡，體驗對象限於合庫及遠傳員工，藉以確認並瞭解 Visa 悠遊聯名卡手機交易安全、NFC 卡片設定機制、系統介接模式、適用手機等，確保未來 NFC 正式上線提供消費者最良好的行動支付服務。



SoLoMo 應用加乘 APP 聯播平台

Qbon 優惠牆



根據 Google 調查，台灣 95% 智慧型手機用戶會以手機搜尋當地資訊，其中 83% 會採取進一步行動。有鑑於此，遠傳與時間軸科技攜手建構「點圈新經濟」平台，利用核心的通訊、圖資及 LBS（Local-based service）技術，打造全台最大行動生活優惠網，以消費者地點與需求為核心，將各式好康資訊與優惠券分眾在各類聯盟 App 中，使消費者在慣用的 App 即可獲取相關資訊。2014 年迄今，已累積超過 6,000 種優惠券、200 個連鎖品牌、全台優惠服務據點超過 13,000 個！

friDay 購物



遠傳長期耕耘行動服務市場，結合時間軸科技，精準掌握社群內容的優勢，針對消費者洞察（Consumer Insight）及行動思維為本，領先業界以「策展型行動電商」、「好買、好逛、好好玩」為經營主軸，透過內容導引及獨特的介面設計，從分眾社群的「生活型態」出發，針對不同生活型態族群策展，打造消費者心中行動購物的第一品牌以行動優先為理念，推出全新 friDay 行動生活品牌。2014 年 10 月推出後，平均月造訪人次超過 1 百萬次，商品至 2015 年 3 月已達 15 萬件。遠傳將持續不斷地在行動購物及消費領域推陳出新，打造行動電商的領導品牌。



技術與服務創新 x 啟動智慧商務

在智慧商務方面，遠傳以提升企業營運效率為核心宗旨，致力於透過技術創新，從視訊會議、商務影音到雲端網路管理及儲存技術，提供企業完整的解決方案。

BYOD 行動裝置管理解決方案

行動裝置普及帶動全球 BYOD (Bring Your Own Device) 風潮，Gartner 調查指出 38% 企業預計 2016 年將停止提供員工行動裝置，2017 年將有半數員工會被要求上班時提供自有行動裝置，加上行動通訊軟體使用人數快速增加，不僅個人社群時代來臨，企業也同樣面對社群化現象。遠傳憑藉多年企業客戶雲端市場及豐富 ICT 整合經驗，全力進攻企業行動化商機，於 2014 年 5 月推出台灣第一個 BYOD 體驗中心，成為市場上領先推出 BYOD 整合解決方案的電信業者，讓企業清楚雲端與行動設備管理所帶來的效益，為企業打造最適合的解決方案，解決因應員工自攜裝置辦公浪潮及資安疑慮，建構行動、社群、雲端安全私有的行動辦公環境，並有效協助企業快速做到：跨平台行動裝置的專屬環境、與企業主要資訊系統整合，如人資系統、email 等、並確保在行動裝置上的傳輸及資訊安全。

BYOD 體驗中心的體驗內容包含目前熱門企業雲端服務，如：企業無紙化會議、遠傳商務影音雲、企業儲存雲等，

遠傳更可為企業量身規劃，串連現行系統，標準化使用者端設備環境，透過雲端平台認證身分，達到多重資安保護機制，可進行遠端資訊的派發或抹除資料的簡易管理模式。「體驗中心」吸引近百家企業參與體驗，包括台灣大型金控集團，以企業自攜的平板作為展示工具，配合現場環境進行行動裝置認證、憑證派發、安全政策部署、App 下載安全使用等功能，讓企業 IT 管理者親身體驗員工行動裝置的有效管理和情境演繹。

企業專屬即時通訊軟體 EMMA



無論是一般消費者或企業，對即時通訊軟體 (IM) 的倚賴程度越來越高，因應市面上免費通訊軟體的資安疑慮，2014 年行政院已禁止公務員使用，遠傳立即著手開發企業專用的即時通訊應用程式—EMMA (Enterprise Mobility Messaging Assistant)。EMMA 是一款具高資安防護的私

有通訊平台，不僅擁有即時通訊功能，更能夠自動串連企業／組織的通訊錄，並具備可分類／分群組發布各種公告的高溝通效能。最重要的是 EMMA 架構於企業私有網路環境並具備多重加密傳輸，在提升企業營運效率、降低溝通成本的同時，能阻絕垃圾訊息更避免公司機密外洩，安全更有保障。2014 年 5 月推出以來，已成為眾多企業組織、政府公務部門的應用首選，包括台南市政府衛生局、桃園國際機場等，都已正式導入 EMMA；連鎖通路龍頭品牌全家便利商店亦積極評估中，期望透過遠傳 EMMA，解決其企業內部溝通需求。

智慧商場

除企業行動化之外，遠傳也致力於發展智慧商場，透過室內定位與無線傳輸，可結合影像辨識 (人臉辨識) 分析技術，進行數據收集與資料分析。搭配行動裝置 Apps，協助零售流通業店家提供更精準的行銷活動與服務，包含商場內人／車定位與導引、車輛協尋、促銷訊息推播、預約提醒、積點回饋、即時行銷互動及其他創新且節能的數位廣告運用，是利用大數據提升行銷服務與客戶忠誠度的最佳應用。2014 年遠東集團的 Big City 已開始規劃導入。

技術與服務創新 x 邁向智慧城市

在雲端與行動科技的推波助瀾下，物聯網不僅是「The Next Big Thing」，更將在未來顯著影響、進而改變人們的城市生活樣貌。遠傳一直站在創新的浪頭上，致力於結合最新資通訊技術與商業發展，轉化為使用者與企業「有感」的應用；在 4G 與物聯網時代，更將秉持著「開放式創新」精神，與遠傳眾多的優秀合作夥伴與技術聯盟一同推動智慧型城市，用科技打造更人性化、智慧便民的幸福城市。

智慧健康



Health 健康+

遠傳洞悉國人健康管理服務需求，與亞東紀念醫院攜手推出全國首創結合醫院、藥局、企業的「Health 健康+」服務，透過便捷量測站、NFC 量測設備、即時紀錄查詢管理平台，並結合隨身健康卡與行動 APP，提供個人血糖及血壓趨勢雲端紀錄，讓專業醫療人員即時監看追蹤，更方便隨時查詢量測記錄、進行自主健康管理，協助國人以「預防勝於治療」對抗三高疾病，提供貼近現代人需求的便利服務。截至 2014 年 12 月 31 日止，此服務已達成體驗會員 29,495 人、付費會員 4,529 人。

「Health 健康+」獲得「第 15 屆金手指網路獎」金獎肯定。而遠傳未來更計畫結合穿戴式裝置，將此服務推廣至全國，提供更貼身完善的雲端健康管理服務，打造全民健康守護網。



Health 健康+ 企業健康照護雲

遠傳與亞東醫院將「Health 健康+」服務延伸出「企業健康管理平台」，只要企業與亞東醫院合作進行員工健檢，勞工體檢法定項目的健檢結果即會由醫院上傳至雲端平台，在安全的資料控管下，依醫療院所、企業與員工個人，分為三個登入介面，設有不同的資料權限，協助企業落實員工健康管理，提升企業生產力。

「企業健康照護雲」平台架構在亞東醫院專屬的私有雲 VM (Virtual Machine) 上，由遠傳五星級的機房提供雲端運算服務，導入多重資安防護機制，不論從機房軟、硬體到維運團隊都符合國際超高標準。

遠傳雲端運算服務於 2014 年 9 月榮獲國際權威組織雲端安全聯盟 (Cloud Security Alliance, CSA) 「STAR 雲端安全認證」全台唯一「金牌」肯定，「Health 健康+」服務亦通過 ISO 27001 資訊安全認證，對個人健康數據提供最嚴謹的保護，深受企業用戶信賴。截至 12 月 31 日止，已有太平洋 SOGO 百貨等大型企業與亞東醫院合作採用此服務，超過 3000 名員工因此受惠。



智慧交通

智慧交通網

遠傳 2014 年在台中市推行「智慧車流偵測平台」，以 RFID 打造智慧車輛偵測與車流導引系統，整合多元交通平台資訊，提供駕駛人跨區域整合、個人化、適地化的行車資訊；而在台南市與高雄市運行「智慧站牌及公車」，整合多元即時資料建置大眾運輸規劃查詢平台，提供公車動態資訊、大眾運輸乘車規劃及觀光資訊，更透過 4G 行動網路提供公車內即時影像傳輸、定位及 Wi-Fi 網路分享，打造優質便民交通網絡，實踐智慧幸福城市。



桃園機場 Smart Airport APP

2014 年遠傳積極協助桃園機場智慧交通建置與推廣，合作推出「桃園機場 Smart Airport APP」，提供進出國門的旅客與民眾，創新又貼心的服務。

除了可即時查詢航班動態、機場交通與設施、機場內最新購物優惠、以及實用觀光資訊如匯率轉換、天氣預報、時區查詢、常用外文翻譯等，更支援多國語系，可接收航班異動通知，並整合台灣智慧觀光 (Smart Tourism) 及 YouBike 微笑單車等在地旅遊資訊，讓「智慧機場」服務革命再跨出一大步。

智慧安檢

智慧安防

4G 高速上網新時代，行動應用不斷推陳出新，也擴展到市民大眾最貼身、「有感」的治安政策面向。2014 年起在中部警政單位啟用的「智慧安防」，結合 eTag RFID 技術，從制定技術規格、海量資料分析、到跨縣市車輛資訊整合，並首創新一代行動化車輛偵測，結合手持式 eTag 偵測設備，建置綿密且高機動性的智慧偵查警網，讓犯罪車輛無所遁形。



Smart Patrol

智慧巡檢

對於業務值勤需定期進行場域／物品／設備等檢核稽查的產業，例如醫療、保全、連鎖物流業或大型組織內的環管、警備單位等，透過 NFC 電子巡檢系統，資訊即時透明，有效掌握人員值勤確實度，簡化管理流程，並可即時反應現場異常狀況，降低意外風險。



3.2.5 未來發展計畫

遠傳目前策略性研發計畫著重與 4G 相關之技術發展，包含 4G 網路技術小型基地台研究與試驗及 4G 無線網路新功能研究與實驗室驗證計畫。小型基地台研究計畫與其他電信大廠共同執行，針對 LTE 長期演進技術小型基地台執行功能驗證與建置網路的規劃分析，目前已經完成國內廠商在實驗室的互通測試，接下來將與系統商針對室外的小型基地台進行測試，預期可以達到改善室外涵蓋提昇用戶數據速度。

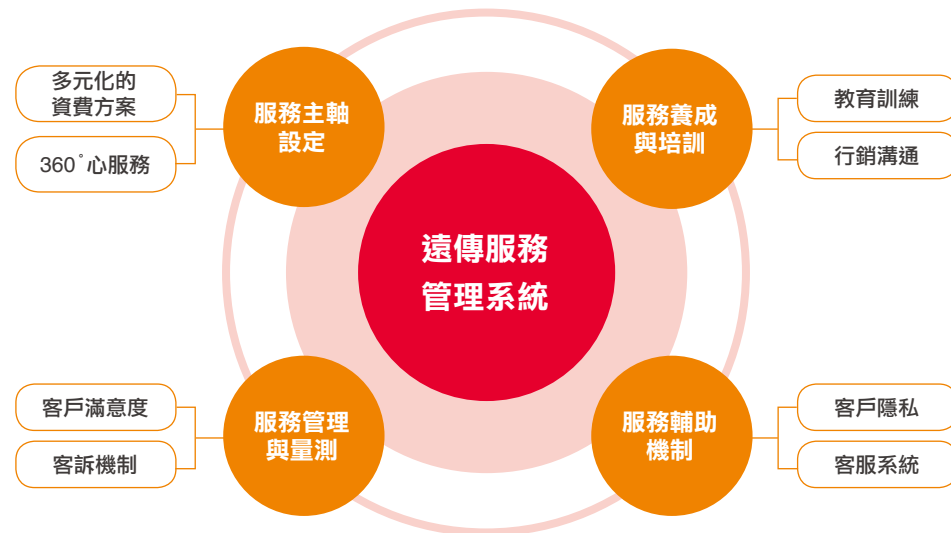
展望 2015 年，遠傳將聚焦電信網路為基礎的增值服務與網際網路為基礎的多媒體服務並行的雙軌策略，並在多媒體服務方面持續擴大適用裝置的種類，以及多元的終端客戶市場。

為掌握電子商務快速成長的商機，在實體通路方面透過 NFC 手機等技術發展支付功能，在網際網路通路方面優化金流服務平台，提供消費者最大的便利與使用彈性。並持續提升一雲多螢各種介面的使用者互動流程及使用體驗，從而掌握數位商品通路商機。

遠傳將審慎擬定社群服務、消費者雲端及 IP 整合通訊服務的策略，掌握破壞性創新的商機，提供消費者最優質最有利的服務，經營消費者長期黏著度。

3.3 驚豔服務 Go Caring

遠傳開台至今已與用戶攜手走過十八個年頭，經歷多次行動科技變革與演進，遠傳始終與用戶一同成長進步。顧客滿意的笑容，就是遠傳持續成長最大的動力，而遠傳也相信，惟有認真回應每位客戶的喜好與需求，服務才能感動人心。從「僕人式服務」到讓客人說 WOW 的「驚豔服務」，遠傳正一步步落實零距離的服務，塑造「比家人更貼心的遠傳待客學」。遠傳體認到，要有好的管理，才能有好的服務，所謂服務管理，其實是一連串的精進過程，透過 PDCA (Plan-Do-Check-Action；即計劃、執行、查核、處置) 的步驟，讓遠傳的服務不斷改善、優化。門市的服務管理到尋找與培訓合作夥伴，遠傳都有一套縝密的規範和實作技巧，憑藉著堅實與精細的服務管理流程，遠傳才能將一以貫之的服務理念，具體成為各種不同管道與顧客接觸，讓遍布全台的第一線人員，都有一致的服務水準。



3.3.1 服務主軸設定

360° 心服務

2012 年起，遠傳開始以「360 度門市心服務」為主軸，整合既有四大貼心服務，每年固定推出多項創新項目，針對消費者在不同時、地、物的需求，提供客製化的服務內容。遠傳電信在壹週刊 2014 年「服務第壹大獎」調查中，拿下雙料冠軍，不僅為電信類服務第一名，還被評選為 20 大行業類別中，最佳服務企業金獎，顯示遠傳以人為本客戶優先的待客學，深受各方肯定。

持續推動的門市服務

打造最有效率、優質的門市服務體驗

貼心服務	服務內容	2014 績效	
門市預約服務	透過網路或行動通訊設備事先進預約，減少等待時間	預約次數 (人次)	
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	平均每筆調帳金額 每月平均調帳次數	
自助繳費機服務	於全台各門市陸續佈建自助繳費機台	2014 年新增三重正義北門市自助繳費機，繳費機使用次數	
不限資格免費 Wi-Fi 服務	各門市提供免費 Wi-Fi 服務	FREE Wi-Fi	

售後服務

貼心服務	服務內容	2014 績效
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	2014 年到府取件數 287 件
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	消費者訓練課程 2013: 581 2014: 1,260
維修中心全年無休	遠傳全省維修中心全年無休，提升產品維修速度效率	2014 年平均假日維修件數占整體維修件數 16%
神機妙轉	客戶於門市購買新手機時，可使用此設備將舊手機資訊轉換至新手機	1 月至 10 月共計 10319 服務人次，11 月起神機妙轉設備升級，改以軟體協助客戶轉換資訊
舊機估價買回	遠傳估價、買回客戶閒置或汰換掉的手機，回饋客戶額外的價值同時響應環保	舊機買回 2013: 3,180 2014: 5,645

2014 年新服務

遠傳重視每一個與消費者服務接觸的時刻，4G 開台後，遠傳門市推出「升級版」門市 4G 創新服務，精心打造一系列快速、便捷、專業貼心的服務，包括 4G 免費飆速體驗、4G 漫遊租借服務、4G 訊號到府檢測、4G 快捷申辦服務、4G 行動服務櫃檯、4G 生活應用課程、4G 專屬教學服務、舊機估價換 4G 等八大服務內容。

遠傳 4G LTE

<p>4G 免費飆速體驗</p> <p>SIM 卡 / 手機免費 7 日試用，總計共 94,317 位顧客享受飆速新科技</p>	<p>4G 行動服務櫃檯</p> <p>4G 飆速達人搭配平板行動櫃檯，全台總計 388 家門市同步提供專業諮詢與快速機動服務</p>
<p>4G 漫遊租借服務</p> <p>提供出國漫遊手機租借，以及境外人士在國內使用 4G 服務</p>	<p>4G 生活應用課程</p> <p>總計共 795 位顧客參與相關課程體驗</p>
<p>4G 訊號到府檢測</p> <p>專人到府專業檢測，全台總計 846 家門市提供顧客到府檢測服務</p>	<p>4G 專屬教學服務</p> <p>買好學好沒煩惱，總計共 24,795 位顧客體驗 4G 飆網達人專屬教學服務</p>
<p>4G 快捷申辦服務</p> <p>透過專屬快捷申辦流程，量身打造最適推薦方案，門市服務輕鬆免等待</p>	<p>舊機估價換 4G</p> <p>消費者帶 3G 舊手機至全省遠傳及全虹門市，可享購機及購買配件金額折抵</p>



遠傳於 2014 年 10 月 30 日出版《零距離的溫暖：比家人更貼心的遠傳待客學》，首創台灣第一本以電信業為範例談服務的書籍，記錄遠傳多年來的服務心法與遠傳人實現服務理想付諸行動的真實服務案例。遠傳「以人為本」將溫暖融入服務中，跳脫「電信業」的定位框架。由包含總經理在內的各主管現身分享「遠傳 WOW 服務」的待客哲學。金牌店長以第一線服務人員的經驗甘苦談，傳授如何滿足形形色色顧客問題的秘訣。

線上觀看《零距離的溫暖》介紹影片 [▶](#)

多元化的資費方案

因應 4G 產品提供穩定且高速上網的特性，遠傳以「簡單、超值、多元、符合需求」為原則推出 4G 資費，分級設計符合各種不同生活型態的消費族群，同時並配合主管機關國家通訊傳播委員會的要求，提供多元資費方案，以滿足社會上特殊族群的需求，透過服務回應社會的期待。考量到低收入及特殊族群的需求，遠傳一方面透過低資費易付卡降低電信服務的門檻，另一方面針對弱勢族群設有特殊資費方案，以維護所有民眾基本的通訊權利。低資費易付卡免綁約免月租費的性質，讓用戶能更有彈性地在能力許可範圍內使用電信服務；而遠傳目前亦針對身心障礙者及外籍勞工等經濟弱勢族群推出專屬的方案與服務，滿足其基本的通訊需求。

學生

易付一塊揪網卡專案

針對依賴社群網站，喜歡分享生活趣事及所見所聞的小資學生族群，讓有小量上網需求的學生族群用多少付多少之外，還能體驗無線網的便利及快感。不管是上網查資料、臉書打卡，還是用 Line 和朋友聯絡感情，輕鬆使用無負擔。

- 上網流量 1MB 只要 \$1
- 上網 / 通話 / 發簡訊都能抵
- 1 塊錢：可傳送 50 則 Line 訊息、可打卡上傳 1 張照片、可收 10 則 email

開學 4G 絕配方案

持學生證正本（學生資格開放至國中 / 小學可憑註冊繳費單、學生證或在學證明書即可申辦），另攜碼用戶憑他網帳單正本同享搭配遠傳 4G 絕配 799 即可享上網 / 簡訊優惠

60 歲以上年長者

長青專案

- 60 歲以上長者可申請月租半價
- 為創世、華山、人安基金會的關懷老人提供優惠電信服務，每月只要 65 元即免費提供一支老人專用手機。

身心障礙者

溫暖專案

1. 持身心障礙手冊可申請制定費率月租半價
2. 遠傳於 2014 年與聾人協會合作，針對聽障朋友的需求，特別提供數據上網的特殊優惠方案
 - 3G 上網吃到飽— 363 元 / 月
 - 3G 門號語音月租— 45 元 / 月

外籍勞工

針對在台外籍工作者提供外勞預付卡，除提供該國母語客服專線，享受優惠國際電話費及通話費率

3.3.2 服務養成與培訓

教育訓練

直營門市管理

隨著遠傳電信門市蓬勃發展及因應電信服務產品的快速變遷，位於服務最前線的門市人員是否能持續且穩定地提供專業而有效率的服務，成為遠傳建立服務導向品牌形象的關鍵。2014 年，遠傳的教育訓練團隊，在原本的服務、營運、銷售、商品四大主題架構上，進一步發展出一套「2x3」系統，以提供專業一致的服務水準。

「2x3」系統訓練課程分為知識、技能兩大層面，每個層面再細分為基礎培育、能力養成、多元培訓三個階段，其中「基礎培育」係針對新進人員的訓練，其餘兩個階段則屬於在職訓練，2014 年門市人員每人平均受訓時數達 78 小時，完整訓練出面面俱到的門市服務人員。

除了正式訓練管道之外，遠傳也將社群網站納入內部溝通管道，設有「只有遠傳，沒有問題！」粉絲團，門市人員遇到問題可以在粉絲團發問，遠傳通路管理處旗下的 3C 達人會即時回覆，務求以最快速彈性的方式，讓第一線夥伴，隨時接收最新的專業知識。



加盟店培訓

為確保加盟門市與直營門市服務品質一致，2014 年遠傳加盟暨經銷通路處持續與全國加盟業者合作，全國每月提供場地舉辦近 5 場溝通會議並安排各項產品資訊訓練，強化加盟業者經營優質門市的能力。另外每年舉辦一場全省大型加盟年會，促進遠傳與加盟業者交流及溝通。



◆ 遠傳電信榮獲 ISO29990 學習服務國際標準認

行銷溝通

產品及服務銷售標準流程

在產品及服務的行銷推廣方面，遠傳皆遵守主管機關國家通訊傳播委員會及公平交易委員會等規範，並以標準化的服務流程，確保所有產品及服務的銷售符合法律規範。2014 年隨著 4G 行動網路佈建到位及智慧型手機使用者日益增加，4G 行動網路已成為現行消費者重視的焦點，對於消費者在 4G 服務上產生的疑問，客服中心也在第一時間進行資訊布達，以即時提供客戶完整及正確的資訊。

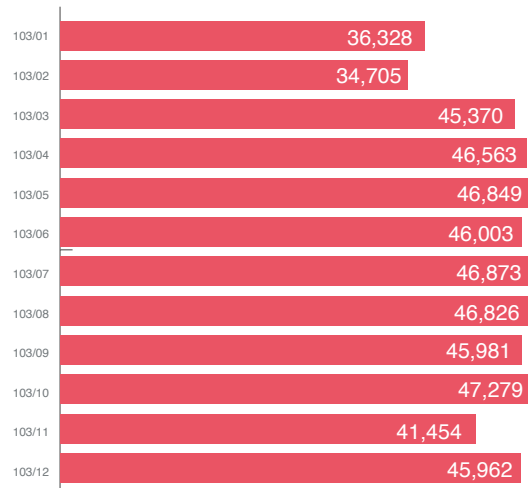
平面媒體報導「4G 上網吃到飽不降速僅到 10 月底」

您好！新聞報導「吃到飽不降速僅到 10/31」指的是絕配方案活動到期日，若您已申辦 4G 並享有吃到飽優惠不降速，將不影響原先的優惠贈送，請放心！若您尚未申辦，請加緊腳步即刻至遠傳門市立即申辦喔！

新聞報導「為推 4G 拆 3G 基地台？民怨：找無訊號」

您好！我們 4G 訊號都是透過原本的 3G 基地台升級，並不會因為 4G 將 3G 站台拆掉。如果您使用地點訊號變差了，請您提供地址，我們將立即為您反映工程單位了解詳情。

遠傳所出售的產品及服務，皆為與上市、上櫃公司合作簽約提供的合法產品，消費者可享有原廠提供之產品保固期限。在產品售後服務方面，遠傳為所售出之手機或相關商品提供維修保固服務，消費者亦可自行另洽提供產品保固之廠商，或送至代理維修商維修。全虹全省共設有 15 個維修站，2014 年售後服務次數統計次數如下表：



資費透明化與客製化溝通

資費透明化及充分的溝通，可以有效減少消費者於消費後因對產品或服務認知不足或誤解而產生的投訴，進而提升消費者的信賴。由於遠傳電信屬於電信市場主導公司之一，在推出新產品與服務時，資費內容依「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；此外，當消費者申辦服務時，門市同仁均會詳盡說明資費方案內容，並提供服務申請書等書面資料供客戶備查，以確保用戶清楚了解相關資費的權利義務。

針對合約將到期的消費者提供多樣的續約方案，預先安排不定時簡訊通知、專人外撥、帳單夾寄優惠方案方式通知客戶，另可透過遠傳官網或手機行動客服 APP 查詢相關促銷活動及續約優惠等方案供消費者選擇。另客戶致電客服中心服務時，如符合續約資格，客服人員亦主動提供相關優惠方案，同時可透過線上辦理話費優惠方案或選擇搭配手機方案，增加辦理續約的便利性。

完整說明產品資訊及相關權益（享七天鑑賞期、合約啟始日、年限、合約到期日、合約期間相關租費、專案補貼款）

認消費者申辦意願

取得消費者同意後，進行線上資料核對，完成合約簽約或續約服務

再次覆誦新增的服務內容及相關權益

遠傳待客學：靈活的服務

遠傳西寧南門市的主要客層，包括不少在地的外籍新娘，該門市的蔡佩君店長觀察到，她們每次到門市繳費或詢問手機操作時，常常不經意透露出對故鄉親人的想念，故在和團隊討論後，西寧南門市推出視訊的教學服務，幫助離鄉的外籍新娘們化解思鄉之情，而這項額外的服務，無形中也拉近了遠傳門市與顧客的距離。



直營離島門市

遠傳電信直營門市，一直秉持著「取之於社會、用之於社會」的企業信念，於 2015 年於金門、澎湖兩個重要離島，分別設置金城及馬公兩家直營門市，對於離島居民的服務，期望能提供與台灣本島居民的一致性服務，進而提升居民的生活品質。

3.3.3 服務輔助機制

客戶隱私

提供用戶安全且值得信任的通訊環境是電信服務最基本的原則，也是維繫客戶關係、提升消費者信任的關鍵。遠傳長期致力於個人資料保護與資訊安全的控管與落實，2014 年持續優化資訊技術服務流程，並落實資訊安全與個人資料保護領域的控管，順利於 2014 年 9 月通過四合一 ISO 27001 資訊安全驗證、ISO 20000 服務管理驗證、BS10012 個人資料管理驗證及雲端安全聯盟 (CSA) STAR 最高級別金牌驗證，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客戶個人資料與資訊安全嚴謹的管理，以回應消費者及社會大眾對個人資料保護的需求。

BS10012 個人資料安全驗證

為持續落實個資保護，2014 年遠傳成為全台第一家將「BS10012 個人資料安全驗證」範圍，由北區直營門市，擴大至全台直營門市的電信業者。驗證流程包括前端客戶申請門號、向客戶蒐集資料、資料處理作業，後續至門號出帳、郵寄帳單等，受驗人數更由 600 人擴大至 2,100 人以上，遠傳自主性的擴大驗證範圍，就是為了確保客戶資料在遠傳享有最嚴謹的把關與防護。

ISO 27001 資訊安全驗證

2005 年起遠傳即開始申請「ISO 27001 資訊安全驗證」，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，共有超過 4,000 人納入驗證範圍，2014 年是連續第 10 年於資安領域通過嚴密驗證。

ISO 20000 服務管理驗證

在「ISO 20000 服務管理驗證」部份，2014 年遠傳主動將受驗範圍從原來 2G/3G，新增至 4G 啟用服務，致力於提供良好及快速的 4G 資訊服務，並連續 6 年於服務管理領域通過驗證。

CSA 雲端 STAR 認證

「CSA 雲端 STAR 認證」分成 Level 1 與 Level 2，Level 1 是自我評核，而遠傳參與的則是必須由公正第三方驗證、條件較為嚴苛的 Level 2。此次遠傳認證範圍，有遠傳雲端運算服務 (IaaS) 中的廣達安康自建雲以及 Vmware 太平自建雲，皆獲得 STAR 金牌肯定。

除了積極導入以上國際標準確保遠傳之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，從資訊暨科技安全、人員安全、實體及環境安全，以及客戶個人資料保護四大項目進行資安控管。

▶ 資訊暨科技安全

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，定期檢視、評估資訊安全之營運風險，持續進行全員資訊安全能力之養成，進行政策與規範的文件化與符合性確認與查驗證，達到對資訊安全維護的保證與承諾。2014 年 7 月 11 日至 2014 年 8 月 1 日間遠傳舉行資訊安全教育訓練線上課程及測驗，各部門所有人員皆通過該訓練。

▶ 人員安全

遠傳完整、妥善的管理所有人事檔案資料，於招募員工時，聲明員工安全責任，並於聘用合約記載。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」或等同法律效力之文件。

▶ 實體及環境安全

遠傳於專屬區域範圍，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，以防止未經授權的出入與干擾，並設置足夠的防護系統、服務及程序以保全實體資產及環境安全。

▶ 客戶個人資料管理

為確保遠傳對於客戶個人資料之管理符合個人資料保護法令之要求，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，對客戶個人資料之運用以「相關、適切、不過度」為原則，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之執行，進行具體管理。遠傳於蒐集客戶資料時，皆會明確告知當事人資料蒐集的目的與使用範圍，處理、利用採行正式的存取管制與認證程序，此外，配合個資法的施行，遠傳盡量減少銷售通路實體合約數量及加強控管合約傳輸流向，透過電子表單（無紙化）推廣，提升整體客戶資料的管理。（相關細節說明詳章節 3.4「友善企業 Go Inclusive」）

客服系統

隨著展店步伐加快，為確保服務品質一致，遠傳門市系統團隊運用「數據探勘（Data Mining）」技術，將門市人員的經驗轉化為遠傳資料庫，不但能讓門市人員在最短時間內掌握客戶需求，透過資源整合平台，也能夠彌補新人剛上任經驗不足的缺口，穩定服務品質。

2013 年遠傳推出即時且便利的遠傳行動客服 APP，遠傳為提供客戶更方便及優化的使用介面，於 2014 年全面進行行動客服 APP 改版，並經由客戶易用性測試結果的分析比對，設計出更適用的核心功能項目及操作介面，創造更高的使用效益。

3.3.4 服務管理與量測

遠傳持續保持與客戶雙向而暢通的溝通管道，為確保並回應每一位消費者的聲音及意見回饋，遠傳建立有完善的申訴及管理機制，同時，遠傳也定期進行客戶滿意度調查，藉此不斷改善服務流程或內容，以符合消費者的期待。

客訴機制

遠傳於 2013 年導入 ISO10002 申訴管理驗證，希望藉由系統化的方式，及時妥善處理消費者申訴，並作為內部流程持續改進的依據。此外，遠傳持續建立申訴處理共識目標，優化申訴管理流程、強化客服人員對《個人資訊保護法》及《消費者保護法》的認識，提供問題解決能力等職能訓練，優化客戶申訴管理系統，並以提升協商共識為目標持續邁進。2014 年 11 月，遠傳客服中心再次通過 ISO10002 客戶申訴管理年度複審。遠傳提供客戶以下六大申訴管道：

申訴管道	申訴管理方式	負責部門	2014 申訴案件		
公文	遠傳內部制定完善的客戶申訴管理機制，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	2013	2,414	↑ 2014 年較 2013 年上升 669 件
協調會			2014	3,083	
客服專線	透過留言進行問題申訴，客服中心將由專人妥適處理，並以 Email 回覆	線上諮商組	2013	24,433	↓ 2014 年較 2013 年減少 934 通
FETnet 網站			2014	23,499	
行動客服 APP	2013 年 10 月起 FETnet 及行動客服 APP 改版，消費者可點選「我要申訴」選項即時回饋	線上諮商組	2013	11,961	↓ 減少 53.5%
客服即時通			2014	5,556	
當消費者產生爭議時，將改以線上回電方式處理消費爭議。					

2014 年度部分申訴管道案件增加，主要受 4G 開台訊號涵蓋、iPhone6 開賣到貨進度問題兩事件影響，消費者對於訊號涵蓋及 iPhone6 到貨進度及相關優惠方案產生爭議，造成訊號類問題反映及銷售方案爭議增加。

- 訊號類申訴：遠傳經由內部跨部門協調，規劃提高訊號問題處理時效，由現行 5 個工作日縮短至 3 個工作日，得以更即時處理及改善。
- 銷售爭議問題：門市透過教育訓練、內部宣導及銷售細節分享等強化溝通，使消費者更清楚所申辦資費方案及合約年限，降低因溝通及認知上的落差產生爭議。

客戶滿意度調查

遠傳電信的客戶滿意度調查分為內部調查與委託外部單位調查兩個部分，其中，委外單位調查有助於遠傳與同業進行比較，並持續提升。為讓員工績效與公司營運高度連結，遠傳也將「客戶滿意度」列為衡量指標之一，具體掌握服務品質。

內部調查

▶ 門市滿意度調查

自 2010 年起，為了解消費者對門市服務的滿意度，遠傳在客戶到店後一週內，會由系統進行外撥詢問顧客對於遠傳門市在服務態度、專業知識、處理效率及解決問題能力等項目之表現是否滿意。藉由大量蒐集消費者各類建議與

指導，作為持續精進服務的依據，並將此一服務表現指標作為業務單位績效獎懲之要項。

門市人員每月電訪、神秘客及數位錄影的檢核成效成績，皆納入每月服務管理機制，進行業績獎金的獎勵及懲處，同時也會併入當季及年度季評核績效成績之部份佔比。

▶ 電話客服調查

遠傳自 2003 年起進行客戶服務滿意度調查，確保服務過程中讓客戶感受到「專業」、「熱情」、「貼心」的服務品質，藉由滿意度調查結果與意見回饋，持續改善服務流程或內容。遠傳於 2012 年導入自動語音辨識系統（Voice Recognition），透過擬真的語音詢問問卷內容，以口說方式進行服務評等，提升客戶評等便利性。

遠傳主動對於客戶滿意度調查留言與負面評價進行回電關懷，詢問客戶給予負面評價的原因，並針對客戶給予的負面意見內容，進行改善與說明以修復客戶關係。

為維持優質服務品質及客服中心持續營運，遠傳透過多項服務指標，評定客服中心服務準則與作業處理進行量化數值，以利客服中心主管對服務人員進行績效評量依據，持續提升服務品質、優化流程與調整服務方式。



◆ 秉持服務第一的精神，遠傳再度榮獲《壹週刊》「服務第壹大獎」電信業者首獎，更在跨類別超過 200 個商家中脫穎而出，摘下「服務第壹大獎」之金獎。



內部滿意度調查平均達

84.4%

註：有效問卷 353,715 通



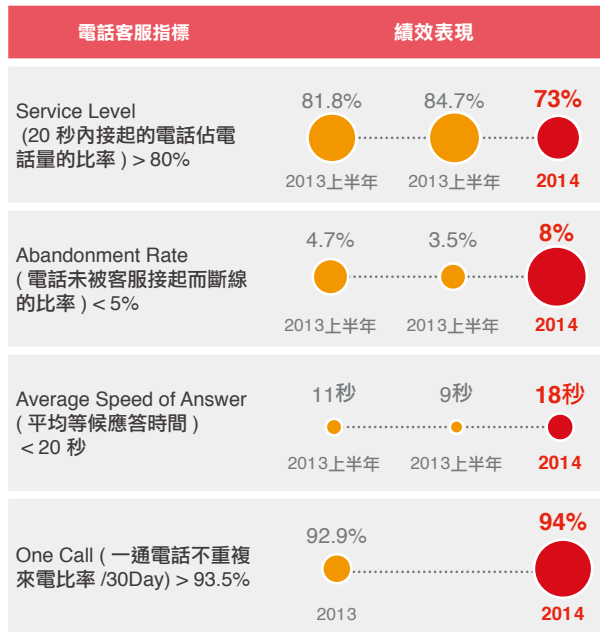
服務滿意度留言表揚通數達

3,402 通



Winback 通數達

237 萬通



受到五月份網路障礙影響、六月份 4G 開台以及訪問詐騙簡訊及小額付費爭議問題、九月份 iPhone 6 開賣取貨進度等影響，導致客戶進線詢問及申訴話務增加，影響整體服務水準。對此，為減低話務量及減少客戶進線等候，擬定下列改善方針：

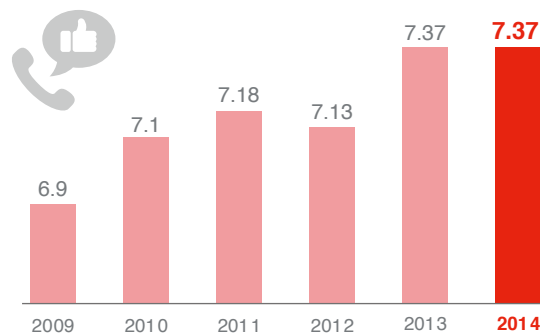
- 臨時性障礙及促銷活動上線前，預期話務量上升影響客戶等候時間，將預先調整人力因應或機動性現場人力調度。
- 加速服務人員招募及培訓。
- 維持推廣自助服務管道，包括 FETnet / 行動客服 APP / 客服即時通。

外部調查

▶ 整體滿意度調查

自 2002 年起，遠傳委託外部市場調查公司每年於 4 月和 10 月共進行 2 次行動電話用戶滿意度調查，每次訪問 1,636 位遠傳用戶，持續追蹤業者在通訊品質、費率、帳單、門市服務、電話客服及申訴等方面的表現，進而瞭解客戶在各個服務面向的滿意度，作為各部門改善的依據。遠傳於調查前，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擬定改善計畫，持續強化顧客關係經營。同時遠傳也能夠透過消費者調查，了解遠傳各個服務面向在競爭業者間的排名，此調查是針對遠傳等五家主要電信業者之 15-64 歲行動電話用戶，進行電話抽樣訪問，以 10 分量表了解客戶滿意度，10 分表示非常滿意，1 分表示非常不滿意，遠傳在 2014 年的服務滿意度維持在五大業者的前三名。

整體滿意度調查

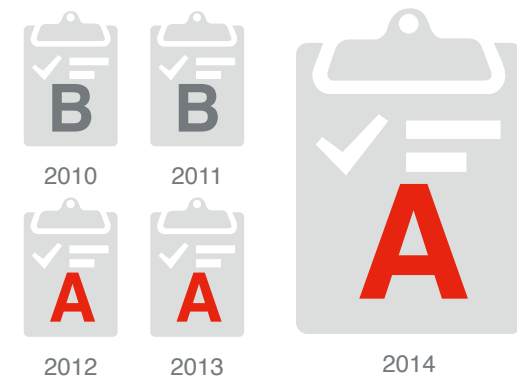


▶ 帳單滿意度調查

遠傳自 2009 年起開始致力於改善帳單版型，以客戶立場出發，將收費分成六大區塊，調整文字的表達方式以提高易讀性；2012 年增加單價及上網傳輸使用總量等資訊揭露；而 2013 年用戶可以進一步透過網站及遠傳行動客服 APP 查詢到通話之明細項目，讓資訊揭露更完整；2014 年更致力於客戶使用經驗的提升，在帳單上增加最適資費的推薦，更以表格化的方式完整呈現數據傳輸用量，讓客戶可以很清楚了解使用情況，提高客戶對帳單的信賴及滿意度。

2014 年查詢帳務來電量和去年比減少 196 萬通，平均每月減少 16 萬通，2014 年透過市調公司進行帳務滿意度調查為 Grade A，調查係針對帳單內容的正確性、帳單內容清楚易懂以及帳單每月按時送達三大方向進行。

2010-2014 年帳單滿意度調查結果：



3.3.5 重大事件關懷服務站

建置資源
平台



通訊技術
即時支援



災後情緒
輔導



遠傳重視企業本身的社會責任，將「服務」對象從客戶延伸到社會所有需要幫助的人。對遠傳而言，服務並不侷限於門市的標準流程，而是對日常生活的具體實踐。2014年8月1日凌晨，高雄發生慘烈的氣爆事件，遠傳第一時間便前往災區現場，協助救災事宜。同時遠傳亦於當日早上成立「高雄氣爆案戰情中心」，迅速盤點氣爆造成之網路障礙清單、影響迴路，調度通訊行動車等網路擴容規劃，協助通訊及救災事宜。至2014年8月4日回報 NCC 災情，固網與行動網路基地台已全數修復。

為確保順暢通訊，在氣爆發生的第一時間，遠傳便搶進災區，於五權國小救災指揮所內成立「遠傳災後關懷中心」，攜帶數量充足的充電器及行動電源，協助現場民眾緊急充電；針對無法前往救災指揮所的民眾，周邊的遠傳門市也提供充電服務及備用手機；針對受災戶，遠傳延緩帳單寄送並延長繳費期限，還提供緊急通訊服務與免費補換 SIM 卡服務。

為提供全台民眾便利且安全的捐贈管道，遠傳利用通訊核心能力，與紅十字基金會合作，設立語音捐款簡碼 55135，同時遠傳也大力號召全公司由上到下超過六千名員工，一起站出來響應氣爆捐款活動，協助受災用戶早日重建家園。在短短 11 天內，55135 簡碼捐款逾 120 萬元。

為協助民眾災後心靈重建，遠傳與張老師基金會推出安心療愈服務方案，前進前鎮及苓雅區等重災校區舉辦巡迴生命講座、共同製作情緒療愈繪本《保庇寶貝手札》，為災區青年學子打氣，協助面對災後的心理創傷。《保庇寶貝手札》2014 年已發放 4,489 本，發送至高雄市 11 所高中職、國中及國小。情緒療愈校園巡迴講座共 6 所，合計 335 人次參與。

3.3.6 未來發展計畫

「讓服務落實在生活中，讓服務不只是工作」，是遠傳不斷傳遞給第一線同仁的觀念，在完善的訓練管理架構下，遠傳透過推動企業服務文化的核心理念，讓沒有溫度的管理工具，保持靈活與彈性，透過人與人的連結，成為一則則溫暖的服務故事，在第一線傳遞感動，建立與客戶的情感連結，成為遠傳最珍貴的社會資本。為積極強化第一線的優質門市服務品質，為門市訓練課程打造紮實的基礎，2015 年遠傳門市人員培訓課程將分為「服務專業」、「商品專業」、「營運專業」及「銷售專業」等四大面向，協助員工在快速變化的產業，能保有最佳適應力及專業度。

服務，就是解決疑惑

服務，就是使命必達

遠傳 WOW
驚豔服務

服務，就是將心比心

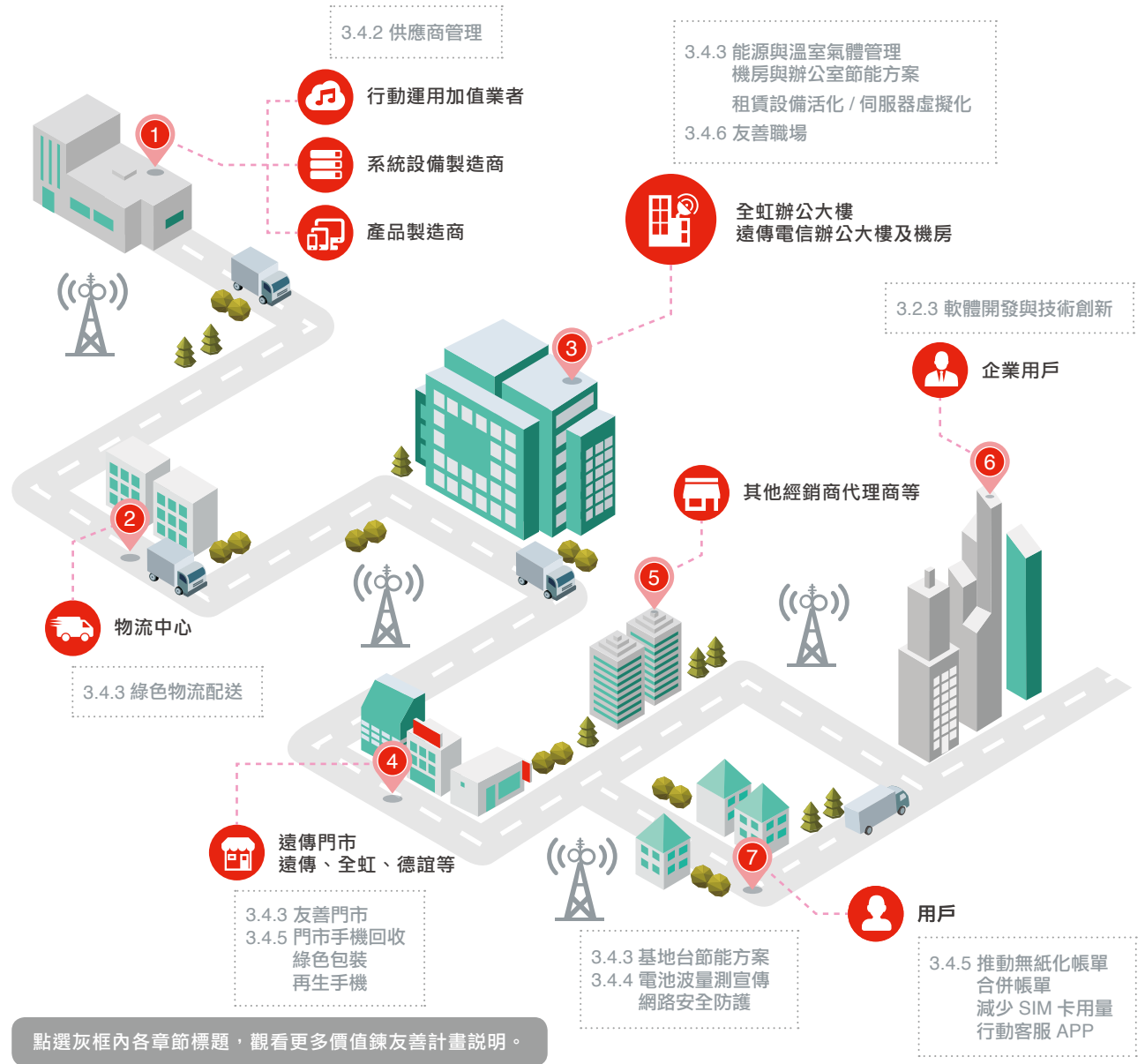
服務，就是多想多做

3.4 友善企業 Go Inclusive

3.4.1 串連價值鏈的友善計畫

遠傳的上游供應商主要可區分為：設備供應商、產品供應商（如手機、配件等）及服務供應商等三大類；而與下游顧客的關係則由完整的客服系統、實體門市及管理系統、網路門市系統、物流配送及維修系統等共同架構成完整的服務網絡，上下游緊密串連，形成遠傳的價值鏈。遠傳認知到企業永續經營與氣候變遷及社會風險息息相關，近年來致力於降低價值鏈各階段所產生之衝擊，從檢視現有的管理方式開始，逐步加深與價值鏈各環節的互動，目的在提高遠傳對價值鏈各項環境與社會衝擊的控制力，發揮遠傳的企業影響力，盡可能降低價值鏈各項潛在衝擊，在企業內、外部同步落實企業永續發展理念。遠傳的環境及社會友善計畫概觀如下：

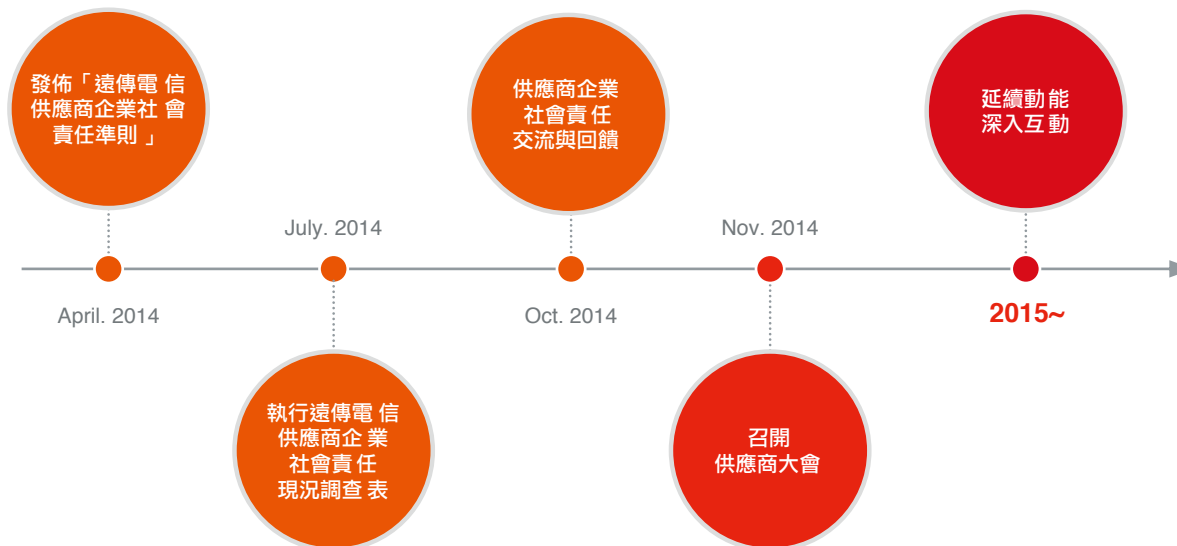
遠傳價值鏈節能方案	預計減碳成效 (公噸/年)
綠色物流	↓ 180.97
伺服器虛擬化	↓ 109.00
機房與辦公室節能方案	↓ 383.40
綠色包裝	↓ 165.00
手機再生價值	↓ 34.74
基地台節能方案	↓ 11,596.00
無紙化帳單及表單	↓ 70.58
合併帳單服務	↓ 7.67
行動客服 APP 隨身服務	↓ 8.03
2014 年價值鏈節能方案減碳成效	12,555.39



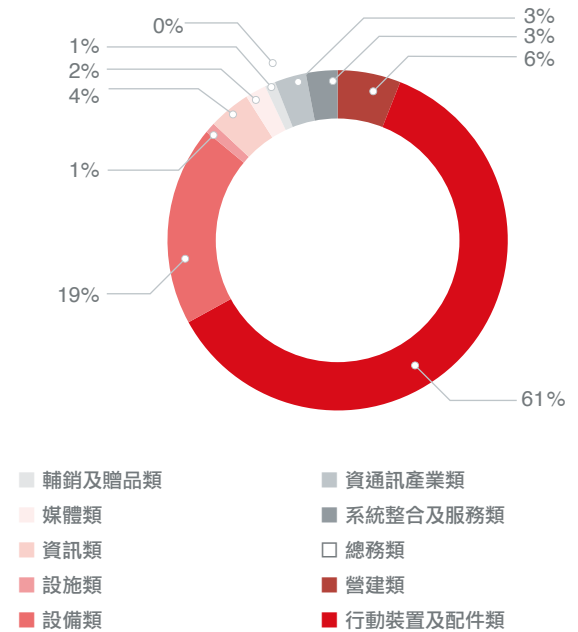
3.4.2 供應商管理

供應商管理規範

採購支出占遠傳總支出約六成，若扣除員工薪資與紅利等，比例更達八成且逐年提高中。2014 年遠傳總採購支出達 475 億元，供應商達八百多家。遠傳認為，供應商管理為企業永續風險管理很重要的一環，故訂定 2014 年為供應商管理行動元年，4 月財務暨整合服務事業群發布「供應商企業社會責任準則」，正式將環境、社會及公司治理（ESG）相關要求納入供應商的規範，並要求供應商簽署誠信經營同意書，同時遠傳於合約中，皆明文要求廠商於環境方面應遵守「空氣污染防治法」、「噪音管制法」、「廢棄物清理法」等環境保護及其他相關法令之規定，並做適當之防治措施。有關廢棄物之清運處理，應依當地主管機關之規定辦理，不得任意棄置；於勞工安全方面，廠商應遵守勞工安全衛生法規定，並簽署「承攬商勞工安全衛生暨環保承諾書」、「承攬商工作場所之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」，廠商應依照「勞工安全衛生組織管理及檢查辦法」規定，執行各項有關勞工安全衛生管理與災害預防工作，避免因施工不當造成施工人員的健康安全危害。遠傳定期進行供應商評鑑，確保供應商符合相關規範，擴大遠傳的企業社會責任範疇。



採購支出比例



綠色供應鏈

為加速綠色供應鏈的推動，遠傳要求各類別供應商或其上下游廠商，皆需依據綠色採購準則執行，同時採購部門在決定採購標案時，會諮詢節能省電小組及依 SOP 進行能源效率評估，將節能規格納入開標選項。而為了能夠精確即時掌握綠色採購成果，2012 年起於每筆訂單建置追蹤機制，完整了解合作廠商與遠傳共同為綠色採購所做的努力，採購部門亦可藉由報表，鼓勵更多廠商提供符合環保標章的優質產品。

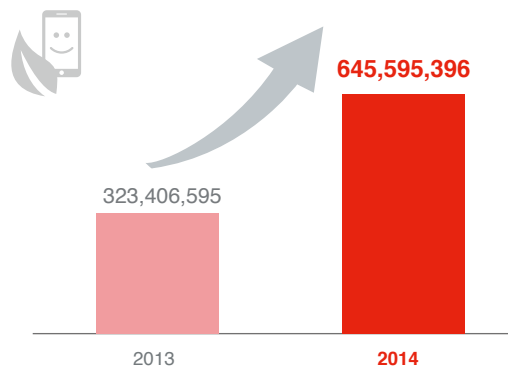
手機與配件採購占遠傳總採購支出的 61%，若再加上設備採購支出，總比例達八成，2014 年遠傳除了持續提供優良國際手機品牌及設備給消費者外，並鼓勵外國公司在台灣成立辦公室促進台灣經濟發展，希望外國品牌之在台分公司能成為重要營運據點。此外，遠傳更致力於扶植當地產業，在扣除國外廠牌訂單金額後，2014 年遠傳自台灣當地公司⁹之採購金額達總採購支出之 99.42%。

此外，遠傳採購處對於同仁們的學能亦非常重視，持續鼓勵並補助同仁取得採購專業證照做為公司採購作業的最佳後盾。目前已擁有國際組織 ISM(Institute for Supply Management) 頒發之兩張 CPM(Certified Purchasing Manager) 證照及七張中華民國採購協會頒發之 CPP(Certified Purchasing Professional) 證照。

⁹指於中華民國境內登記之公司（含台灣分公司）

綠色採購金額

單位：新台幣元



供應商評鑑

▶ 遠傳電信

遠傳例行的供應商評鑑著重供應商之品質保證能力，以建立長期合作關係，評鑑結束後，遠傳於採購系統外網及於供應商大會公開年度評鑑結果，並表揚特優廠商，此外也邀請評鑑結果優良之特優供應商於採購部門例行會議進行分享，而評鑑分數較前年度落後 5% 以上且分數低於 70 分的重要供應商則被列為優先輔導對象，將執行改善計畫並給予二次評鑑，透過採購溝通並輔導改善。2014 年共有 121 家廠商參與該評鑑，占遠傳總採購金額 95%，評鑑結果有 2 家高於 90 分（總分為 100），118 家落於 70-89 分，1 家落於 60-69 分，整體成果優於 2013 年，特別是 70 分以下之廠商由 2013 年 6 家減少為 1 家，表示遠傳供應商評鑑作業具顯著成效。

例行供應商評鑑	企業社會責任成熟度評鑑
品質 成本 交付 服務	企業社會責任成熟度評鑑 勞動權益與道德標準 尊重人權 衛生及安全工作環境 綠色採購
共計參與 121 家參與 占全年採購金額 95%	共計 112 家參與 占全年採購金額 76%

此外，遠傳 2014 年首次針對主要供應商進行企業社會責任成熟度評鑑，此評鑑目的在了解供應商在 ESG 各面向

管理的成熟度，包含勞動權益與道德標準、尊重人權與衛生及安全工作環境、綠色採購如環境相關管理、原料、產品責任等，問卷調查中同時再一次確認供應商已完整閱讀「遠傳電信股份有限公司供應商企業社會責任準則」，以確保遠傳採購政策的宣達。首次評鑑問卷取得 112 家供應商回覆，訂單總金額占全年採購金額 76%。2014 年企業社會責任成熟度評鑑顯示，供應商在確保勞動權益與道德標準以及尊重人權與衛生及安全工作環境兩個面向議題的回應較為成熟，約 85% 的供應商內部有相對應的政策、流程及治理高度，而供應商在綠色採購相關面向的管理則較為薄弱，僅約三成五的供應商設有相關規範。遠傳未來將進一步了解並推動供應商企業社會責任的落實。

▶ 全虹

全虹每年針對供應商品質、成本、交付、服務進行評鑑，2014 年全虹供應商評鑑進一步改採「線上供應商評鑑系統」，以提高評鑑作業效率並減少紙張耗費，總評鑑家數共 50 家，回收率 100%。供應商評鑑分數分為四個區間，得分 90 分以上者為優等供應商，將考量加大採購量，發展成為長期合作夥伴；得分 75~89 分者為合格廠商，將維持採購量；60~74 分者則為待改善廠商，要求廠商限期改善表現不佳項目，否則將於合約期滿或訂單交付完畢後終止往來；而未滿 60 分之不合格廠商將予以淘汰。2014 年評鑑平均得分為 86.1 分，其中 20%（10 家）供應商符合優等廠商標準，而 80%（40 家）為合格廠商，無待改善及不合格者。

3.4.3 降低營運造成之環境衝擊

能源與溫室氣體管理

環境保護與電信服務息息相關，全球電子永續性倡議（GeSI, Globale-Sustainability Initiative）的《Smart 2020：實現資訊時代的低碳經濟》研究報告指出，儘管資訊通訊產業（ICT）自身的減量能力有限，卻能夠透過技術，協助其他產業有效提升能源使用效率，幅度達自身排放量之 7 倍之多。有鑑於此，遠傳除了從自身做起，透過資訊科技積極推動各營運據點落實能源有效管理，減少溫室氣體排放量外，也以提供各項創新與低碳服務為目標，滿足對環境友善的需求。

為因應全球氣候變遷帶來的衝擊及政府節能減碳政策，遠傳成立「能源管理委員會」落實公司內部能源有效管理，並於每季定期召開會議，討論能源相關目標與績效，以期透過 Top-down 的管理模式，由總部向外推動讓各部門共同參與並落實節能減碳。能源管理委員會最高指導單位為財務長，而委員會成員則包括不同部門的副總經理，以確保各部門皆能確實落實遠傳的能源政策。同時，遠傳也制定了「能源管理辦法」，據此制定企業各營運據點的能源管理措施、推動節能行動方案與查核及驗證執行成效。

遠傳的能源政策三大聲明如下：

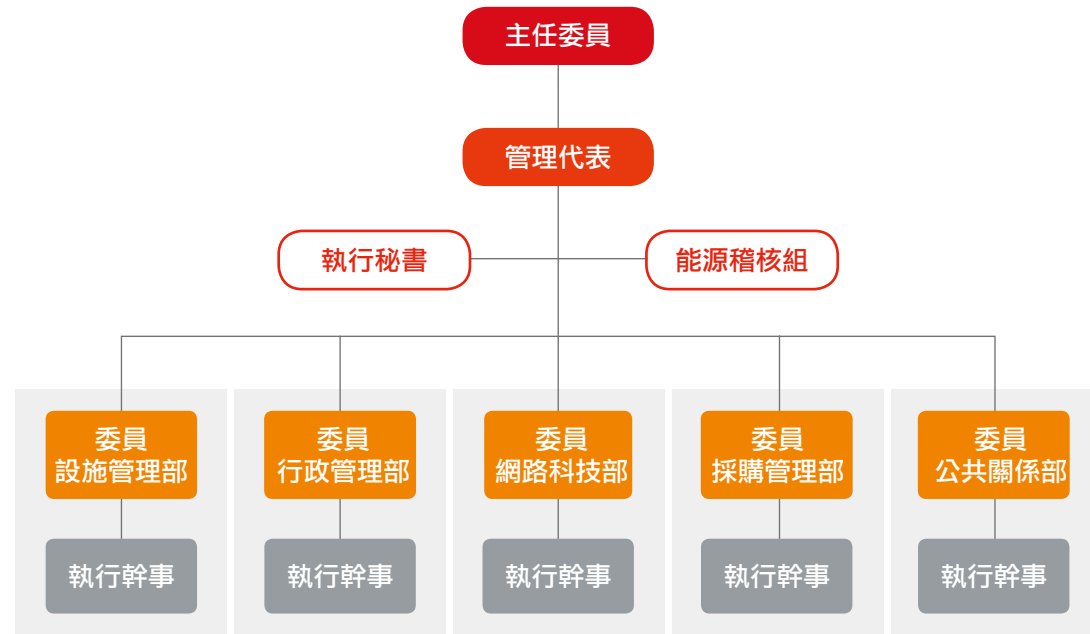
持續改善能源績效、發揮能源價值
遵守能源管理法規、推廣節能理念
支持採購省能產品、建置節能環境

2014 遠傳電信節能成果



- 經濟部節能績優獎 優等
- 遠見雜誌 CSR 環境保護組 楷模獎
- BSI 管理策略年會「環境治理實踐獎」
- 台北市金省能獎工商產業甲組 第一名（電信業首家）
- 台北市建築節能標示（NH468, NH218）
- 台北市能源管理人員評獎 第一名
- 數位時代「2014 第 5 屆綠色品牌大調查」榮獲零售通路類優選獎

能源管理委員會職能與架構圖：



此外，遠傳自 2011 年起開始逐漸導入 ISO50001 能源管理系統驗證 (Energy Management System: ISO 50001)，協助建立務實、有效且易於管理的能源管理機制與架構。遠傳是台灣同業中，第一個機房與企業總部同時通過外部查驗證的電信業者。

根據遠傳的「能源管理辦法」，遠傳的節能目標依營運特性分為辦公區及機房區。能源基線以 2013 年為基礎，辦公區以在三年內降低耗用量密度 EUI (每單位樓地板面積耗電量，Energy Use Intensity: kWh/ m²) 5% 以上為節能目標；在機房區部分，則以三年內 PUE 5% 以上為節能目標。

與前一年度相比，遠傳電信辦公區每平方公尺樓地板面積平均耗用電量，從 131 度下降至 128 度，耗電量下降 2.29%，節省電費約 952 千元；主機房能源使用在 2014 年 IT 設備增加 5.2% 耗電量的情況下，PUE 僅增加了 0.53%。回顧過去整體節能績效，自 2005 年推動節能減碳方案以來，遠傳內湖總部 2014 年用電量是 2004 年的 60%，獲得各方節能獎項肯定，顯示遠傳電信節能方針成效顯著。

專有名詞小百科：

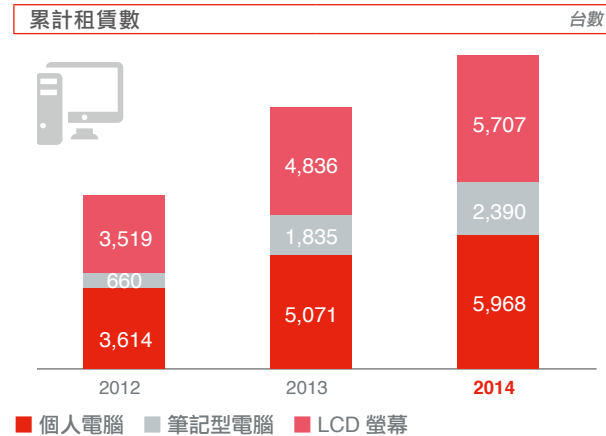
$$PUE \text{ 能源使用效率} = \frac{\text{機房總耗能 (資訊設備 + 空調系統 + 照明 + 電力轉換損耗)}}{\text{資訊設備耗能}}$$

(Power Usage Effectiveness)

具體節能措施

▶ 遠傳電信—設備租賃活化

遠傳電信自 2011 年開始以汰換效率較差的既有電腦設備，持續減少採購數量並捐贈汰換下來的電腦設備，提升資訊設備利用效率，2012 年至 2014 年設備租賃數據如下：



▶ 遠傳電信—伺服器虛擬化

遠傳自 2009 年開始持續進行伺服器設備虛擬化，從 2010 年 56 台至 2014 年已增加至 1,539 台 (2014 年共新增 593 台)，因伺服器設備虛擬化策略，實體伺服器建置需求逐年遞減，截至 2014 年止，原預估需 200 台實體伺服器，共需使用 721,000 瓦能量，現僅需 152 台，所需能量只要 512,160 瓦能量，伺服器群總減少耗能約 29%，共計 208,840 瓦能量。2014 年伺服器虛擬化投入經費為 39 百萬元。



▶ 遠傳電信—其他機房與辦公室節能方案

→ 投入經費達 2,061 千元，預計減碳成效達 383.4 公噸。

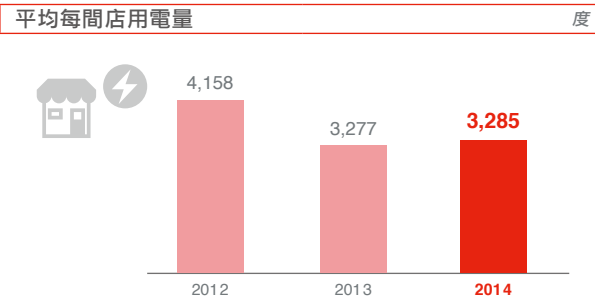
參與的營運據點	節能專案或項目	年節電效益 (KWH)	換算減碳量 (公噸/年)
內湖 468 IDC 機房	汰換高效率泵浦	89,571	46.8
安康 IDC 機房 (1~5F)	機房照明管理 • 雙管燈管改單管 • 多餘回路關閉	481,800	251.5
內湖 218 辦公室	空調管路改善	101,615	53
安康 IDC 機房 (B1&B2F)	多餘回路關閉	21,024	11
太平機房	T8 燈具更換 T5 燈具	26,280	13.7
太平機房 B1F	多餘回路關閉	9,460	4.9
太平機房	裝設太陽能發電系統	4,753	2.5
合計		734,503	383.4

¹⁰係採用行政院環保署公告每年公告之外購電力排放係數 0.522 kgCO₂e/kWh 計算。

► 遠傳電信—綠色友善門市

2010 年起，遠傳即開始進化門市的節能措施，每年編列約 150 萬的預算汰換變頻空調冷氣及節能照明設備，2014 年將近 400 家直營門市已全面改造成節能型門市，並將環保節能標章設備列為門市展店發包標準，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，門市使用數位多媒體互動設備取代傳統海報，不但能吸引消費者目光，更能減少資源使用。節能門市跟前一代相比，單店節能比例最高可達 15%。2014 年共有 36 家門市改裝，投入金額約 115 百萬。

→ 數位時代雜誌『2014 第 5 屆綠色品牌大調查』榮獲零售通路類優選獎



此外，遠傳電信參加新北市政府經濟發展局舉辦之服務業夏月愛節電活動，於 2014 年夏季期間（6~9 月）透過門市自主管理，包括定頻空調汰換為變頻空調設備、室內溫度控制在 26 度以上、雙週清洗空氣過濾網一次、燈光採用分區開關方式及招牌開關使用定時器設定等措施，成功達成節電 14.92%。

► 遠傳電信—綠色物流配送

遠傳電信擁有近千家直營及加盟門市，每間店擁有不同的營業時間，透過大數據的分析，搭配遠傳各門市的營業時間，優化物流路線之安排，並強制要求送件停車時需熄火，以節省油耗。若以每日配送 600 家門市，每次熄火 3 分鐘來算，藉由優化物流，評估每年可減少約 18 公噸碳排。¹¹

為避免依個案訂單出貨、造成物流運輸趟數的增加，遠傳自 2007 起，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，分別管理制定不同物流方案，以減少產生的運輸費用及環境汙染。

節能減碳措施	2014 年成效
門市輔銷類商品每月集中出貨兩次，同店家同天訂單合併出貨	訂單併單作業每天約可合併 160 張訂單，輔銷物集中出貨每天可減少 100 家門市出貨，每年可減少紙箱 68,640 個，相當於 120 公噸的碳排放量；採此集中出貨方式，假設平均每家門市可減少 2 公里路程，故每年可少行駛 52,800 公里，相當於 11.83 公噸的碳排放量
揀貨方式由輸送帶揀貨改由人工揀貨	取代原每日 4 小時輸送帶運作時間，約可節省 226 度用電量，每年可節省 59,664 度用電量，相當於 31.14 公噸的碳排放量

¹¹ 中型車輛怠速時每小時之耗油量（不開冷氣）以 1.0 公升/小時計算；每月 22 工作天；新北市低碳生活網之汽油排放係數：2.263KG/公升

¹² 1 個紙箱碳排放量約 = 1.88(kgCO₂)，31680*1.88=59,558(kgCO₂)，約 59.56 公噸

► 全虹

辦公大樓	物流中心	門市
<ul style="list-style-type: none"> 機房所在區域 12 月起由時間電價更改為契約容量 2015/1~3 月用電度數已見下降，相較去年同期，減少電費支出 \$11,469 元。 	<ul style="list-style-type: none"> 全面汰換為 T5 節能燈具，預計每個月節省電力 9,700 度，年省電費支出 403,442 元。 高壓電契約容量 400kw 調降至 350kw，每年可節省 83,000 元。 	<ul style="list-style-type: none"> 裝潢改裝門市，全面更換為節能燈具。 將超過使用年限之空調設備，更換為綠色環保之變頻式機型。 進行 3 家門市之契約容量變更，預計每月節省 1.6 萬元/月

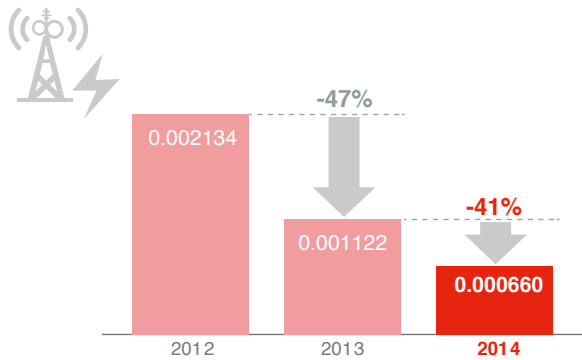
註：物流中心之年節省電力，係以燈具汰換前後之耗電功率差異估算



▶ 基地台節能方案

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，因此被視為節能減碳的關鍵核心，遠傳透過汰換舊式較耗能之電信設備、換裝變頻冷氣、改善通風系統、關閉多餘 2G 設備、3G 基地台更新、關閉站台冷氣以及 Remove 2G TRX 等措施降低能源依賴，提升基地台能源使用效率。2014 年總計投入經費 88,677 千元，預計可節省 22 百萬度用電量，減碳 11,596 公噸。

基地台每 1MBs 用電量統計



遠傳 2015 年將持續擴大節能減碳工作，新建設之基地台設備耐環境溫度提高，基站改用小型機櫃、電信設備採用高效能風扇散熱，大幅減少對空調用電依賴，目前已完成 500 座，預計再新增 300 座；另對於現有基地台實施節能改造工程，已 200 站投入驗證測試，每站將減少 15~20% 用電，同時提升電源設備轉換效率，目標 400 站，每站將減少 10% 用電。

重要環境數據彙總 - 遠傳

直接能源消耗¹³

	2012	2013	2014
柴油 (1000 公升 / 年)	11.2	46.71	23.09
千兆焦耳 (GL)	393.63	1,641.65	811.51
溫室氣體 CO ₂ 約當排放量 (公噸 / 年)	29.19	121.73	60.17

註：根據能源局 102 年能源統計年報 - 能源產品單位熱值表，柴油 1000 公升 = 35.15 千兆焦耳

用水量¹⁶

	2012	2013	2014
耗水量 (度數 / 年)	234,831	239,482	249,408

間接能源消耗¹⁴

	2012	2013	2014
辦公大樓用電量 (千度)	13,058	12,783	12,688
機房總用電量 (千度)	133,288	137,162	144,995
基地台用電量 (千度)	175,370	186,225	190,245
門市總用電度數 (千度)	15,244	19,023	20,498
總用電度數	336,959	355,194	368,425
溫室氣體 CO ₂ 約當排放量 (公噸) ¹⁶	180,610	188,963	192,318

¹³柴油消耗係以採購金額推估。

¹⁴因本年度報告邊界納入子公司全虹，故重編前期數據。辦公大樓與門市用電統計包含遠傳及全虹；機房與基地台數據統計包含遠傳電信、新世紀資通及和宇寬頻。

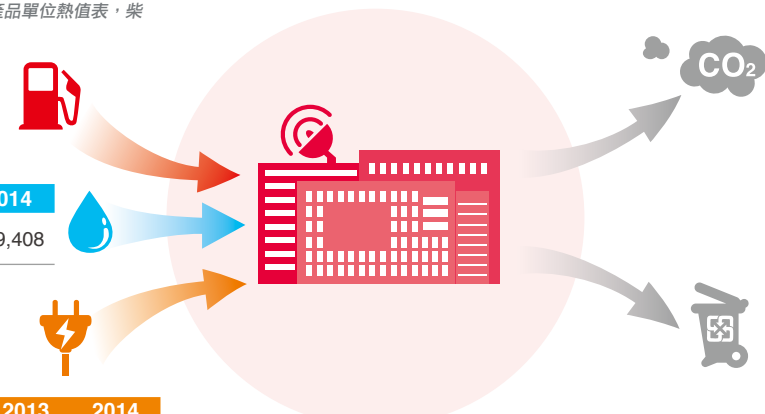
¹⁵係採用行政院環保署公告每年公告之外購電力排放係數 0.522 kgCO₂e/kWh 計算。

¹⁶因全虹 2012 及 2013 年用水量未納入統計範圍，故此表僅呈現遠傳電信、新世紀資通及和宇寬頻數據。全虹 2014 年用水量為 16,691 度

¹⁷包含遠傳電信、新世紀資通及和宇寬頻。廢棄物均委託合格清除處理廠商處理，統計範圍包括 9 個主要辦公室營運據點。

溫室氣體總排放量¹⁵

	2012	2013	2014
能源密集度 (度 / 有效客戶數)	49	49	50
CO ₂ 排放密集度 (公克 / 有效客戶數)	30.27	43.06	34.13



廢棄物 (公噸)¹⁷

	2012	2013	2014
一般垃圾	183	191.7	243.84
紙類	20	39.92	23.73
可回收之其他資源	10.45	5.8	6.87

3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊

為減緩基地台周遭社區居民及消費者對電磁波的疑慮，遠傳長期皆保持與利害關係人溝通與對話，並配合主管機關國家通訊傳播委員會相關政策，確保基地台建設及所提供之服務不對當地居住環境造成影響，並以開放的態度了解利害關係人疑慮，進而提升社區居民及消費者的信任，落實遠傳身為電信業者對大眾的承諾。

遠傳的基地台規範

遠傳於基地台及天線設置上，除滿足主管機關相關法規要求外，亦致力於利用共構、共站及共天線的方式，大幅降低必要的天線數量，減少資源浪費並積極加強基地台周邊景觀的綠化與美化，以減少甚至消除基地台及天線對環境造成突兀的視覺衝擊。2014 年遠傳基地台共站比例達 65%、共構比率達 29%、獨立站台則為 6%。

2014 年遠傳無與電磁波相關之罰款，而與基地台架設有關之罰款金額總計為 3 千 8 百萬元，共計 75 件，為維護企業形象及聲譽，並對利害關係人負責，除了持續配合推動公有建物釋出，遠傳會持續追蹤罰款相關情事、檢討過失並在未來逐漸改善。

電信小百科：

共站：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。

共構：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他業者設置基地台。

電磁波議題追蹤

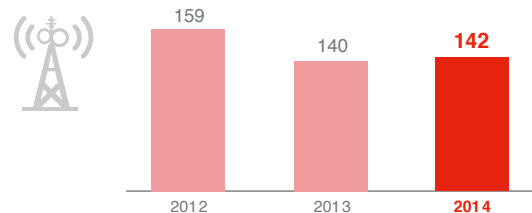
有關基地台電磁波觀念之宣導與溝通，遠傳全力配合主管機關 NCC 及電信業者所組成之「台灣電信產業發展協會 (TTIDA)」之「基地台工作小組」進行。為降低民眾對基地台所發射之電磁波產生安全上之疑慮，TTIDA 協助電信業者提供電磁波宣導工作，包含：

► 0800 電磁波量測宣導專線服務

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，2014 年電磁波量測宣導專線共計提供 920 件次電磁波問題諮詢服務，並受理 475 件電磁波量測服務。除了交由遠傳受理量測 114 件，遠傳亦受理民眾要求自行量測 28 件，總計達 142 件電磁波量測服務，共投入新台幣 681,600 元，量測結果全部符合且低於 EIRP(最大有效等向輻射功率)、電波功率密度之規範值。



遠傳進行電磁波量測之基地台數



透過基地台電磁波 CF 託播、辦理電磁波宣導座談會、製作宣導品及宣導日誌等宣導活動，提供電磁波正確知識，以避免大眾無謂的恐慌。

另外，由財團法人電訊暨智慧運輸科技發展基金會於 2013 年發行之公益書「30 個為什麼—行動通訊小常識」中第三章對電磁波議題有進一步敘述說明，該書電子版已於該會網站及該會子網站—「遠傳電訊教育中心」免費供大眾參考學習。

透過持續不斷的宣導工作與量測服務，基地台抗爭情形相較前幾年情況已有趨緩，同時觀察近九年新聞報導統計發現，媒體報導也由大量負面新聞，降至今目前正面新聞較為均衡的狀況，遠傳將持續投入電磁波議題的溝通與宣導，以期在未來與社區居民及消費者建立互信共榮的良好關係。

網路安全防護

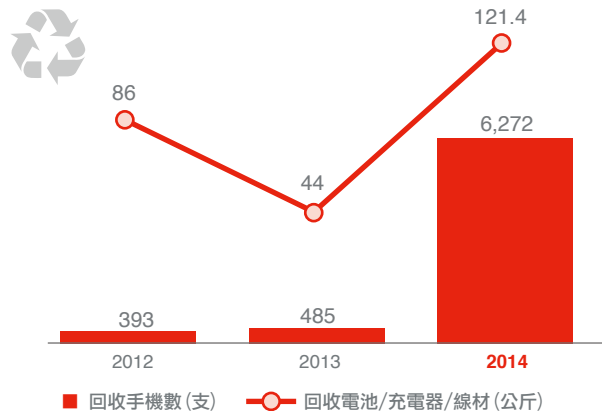
遠傳於 2012 年起，與中華白絲帶關懷協會合作成立「家庭網安熱線」，針對網路成癮、親子溝通失調之家庭，提供關懷、諮詢和轉介的服務，並資助白絲帶協會舉辦台東偏鄉資訊媒體素養研習營、種子師資研習營等活動，以降低城鄉數位落差。2014 年遠傳加入國內網安產業自律聯盟 - 「iWin 網路內容防護機構」，由總經理李彬親自出席理事會議，共同推動安全自由的網路空間，以維護兒童及青少年健康的身心發展。

3.4.5 降低產品所造成之環境衝擊

門市手機回收



電子廢棄物在智慧型手機不斷推陳出新的今日已成為電信業者及每一個消費者必須正視的議題，為使民眾可以更便利的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，廢棄的手機、PDA、GPS 及其充電器或其他配件，不論任何廠牌，都可以免費回收，並送交合格的處理業者再生處理。



推動無紙化帳單及表單

遠傳於 2014 年持續提升無紙化用戶使用數量，為使通知內容好用易懂，遠傳持續進行簡訊及電子郵件通知內容改版及強化、增加客戶常用功能連結，並透過合作廠商優惠折扣、集點換贈品等活動，吸引新客戶並增加客戶持續使用度。

電子帳單使用率 2014 年較 2013 年增加 8.84%，已有超過 180 萬用戶使用無紙化帳單，預估每年可節省紙張 5,400 萬張，相當於減少 65.34 公噸碳的排放¹⁸。而電子表單至 2014 年底已達到 65.5% 之使用率，超過 450 家服務據點已全面使用電子表單處理客戶資料，約減少 5.24 公噸的碳排放量。

	電子帳單		電子表單	
	用戶數量 (千人)	減少的 CO2 排放量 (公噸/年)	使用率	減少的 CO2 排放量 (公噸/年)
2012	906	32.88	44%	2.67
2013	1,235	44.82	52%	4.02
2014	1,800	65.34	65.5%	5.24

¹⁸係依行政院環境保護署每張 A4 紙碳排放量 1.21 g CO₂ 計算。

客戶合併帳單服務

透過門市系統合併帳單功能，於既有客戶在申辦新門號時，主動將帳戶併入原帳單，另透過簡訊通知，主動為名下有多門號且分開帳戶的客戶進行帳單合併，以方便客戶管理電信帳單，同時減少客戶帳單列印及後續寄送，達到節能減碳目的。遠傳自 2013 年 10 月至 2014 年 12 月已有 422,960 個門號完成帳單合併，估計每年可減少 211,480 份帳單列印及郵寄，約相當於減少 7.67 公噸的碳排放量。

減少 SIM 卡用量

2010 年後手機所使用的 SIM 卡更多元化，目前通用的 SIM 卡分為 Mini、Micro 與 Nano 三種，遠傳將於 2015 年起全面推出三合一 SIM 卡，即一張 SIM 卡包含 Mini、Micro 與 Nano，因客戶更換手機換卡、門市鋪貨數量與安全庫存數量等因素，卡片採購量預計可減少 20%，更有利於前線人員銷售與管理卡片，提高營運效率。2014 年 SIM 卡年度採購量約為 500 萬張，未來推出三合一 SIM 卡後，將可減少採購量 100 萬張，依據廠商提供的 SIM 卡節能減碳數據，每年將可減少塑料（ABS&HPVC）約 5,500 公斤（約原油 11,000 公斤¹⁹）、二氧化碳排放量 50 公斤（用電量），以及約 100 萬份的包裝與印刷顏料污染。

¹⁹假設每 1 公斤 ABS 塑料需要 2 公斤的石油提煉。

行動客服 APP 隨身服務



遠傳電信持續以創新思維致力於節能減碳的行動，自2012年起，推出「遠傳行動客服APP」，讓客戶免出門或打電話，即可隨時了解帳單金額及上網傳輸量，不僅減少舟車勞頓所造成的碳排放，也讓行動服務隨身。2014年目前已有280萬用戶使用行動客服APP，且透過APP繳款數約6萬人，減少之6萬份紙本帳單約省下3.48公噸碳排放；運送約省下4.55公噸碳排放，故總計省下8.03公噸碳排放²⁰。

²⁰依行政院環保署公告及環境品質文教基金會公告，一份實體帳單用紙約為20公克，1公斤的紙會釋放0.242公斤CO₂，而每件實體帳單在投遞運送過程中會產生大約6.32公克的CO₂。

綠色包裝

印刷產業屬於能源大量消耗的產業，原料的使用、印刷及加工製程等，都在無形中造成空氣、廢水污染及廢棄物等許多環境汙染問題。遠傳電信了解印刷所造成的環境衝擊，因此在出貨時，統一採用環保再生且無印刷的包裝盒，以簡化包裝並達到落實環境保護，且其中有1/3使用回收箱，依全省1000家門市計算，假設每家門市1日1箱進貨量，約每日節省333個新紙箱，整年約減少87,912紙箱，相當於165公噸碳排放。



電信業第一家 Outlet 門市

於2013年推出全台首家暢貨門市，不僅賦予展示機、過季手機、配件新生命，更開拓次級市場、吸引特定客群，降低產品消耗率。2014年共計創造了3,025支手機的再生價值，約節省34.74公噸碳排放²¹。

²¹依行政院環保署公告，回收1支手機約能節省22度，最新一期電力排放係數為每度0.522公斤CO₂e/度。

3.4.6 友善職場

員工是遠傳電信最重要的利害關係人之一。遠傳相信，良好的勞資關係及企業福利政策，不僅有助於凝聚企業認同感、提升員工向心力，更能夠對企業帶來實質效益。有鑑於此，遠傳致力於創造平等、多元、健全的工作環境，從機會均等的工作環境、合理良好的薪資福利，到暢通的勞資溝通與多元的職涯發展及教育訓練等管道，維繫員工這項最重要的企業資產。

2014 年為成就遠傳「成為員工首選企業」的使命，員工意見調查全新改版，定調為「Connect for Best」，強化重點不僅傾聽同仁的聲音、並了解激勵同仁工作成就動機的因素，與台灣市場最佳雇主、亞太地區電信產業進行外部比較。全新調查構面的設計，使遠傳能更精準了解同仁在公司工作的成就動機的影響因素感受，以及對工作相關面向的看法。經由專業顧問的分析與引導，將有助於管理階層客觀看待關注同仁反應的觀點，有效選擇關鍵行動改善計畫，建立更好的工作環境，共同達成：

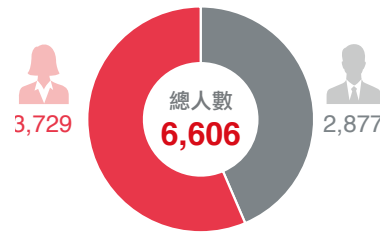


員工雇用基本狀況

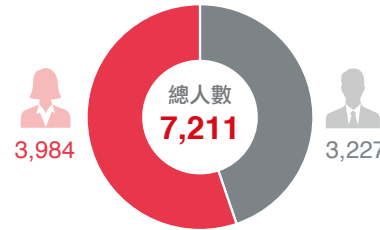
遠傳秉持「穩健成長、創新思維、驚豔服務」理念，在人才招募上，隨時依據企業策略調整招募方向。近年來，因應電信產業急速變遷及公司發展需求，遠傳積極招募具備電信、多媒體、雲端、大數據等資通訊整合服務技術之人才。

員工總數

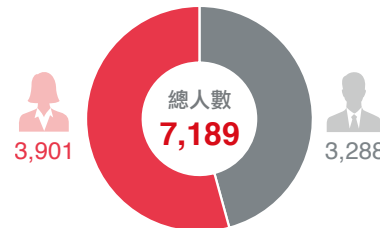
2012



2013



2014



除透過人力市場招募專業人士外，遠傳更積極培育人才，與各大專院校進行產學雙軌合作計劃，與元智大學、亞東技術學院、致理技術學院及樹德科技大學等多所學校共同推動產學計畫，致力整合校園資源，縮短理論與實務之差距，培養專業的人才。

	2012	占比	2013	占比	2014	占比
不定期契約	6,601	100%	7,208	100%	7,186	100%
定期契約	5	0%	3	0%	3	0%
合計	6,606		7,211		7,189	

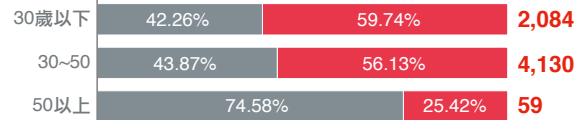
	2012	占比	2013	占比	2014	占比
本國員工	6,596	99.8%	7,204	99.9%	7,182	99.9%
外籍員工	10	0.2%	7	0.1%	7	0.1%
合計	6,606		7,211		7,189	

身心障礙人士雇用	2012	2013	2014
全虹	7	9	11
遠傳與新世紀資通	39	38	39
合計	46	47	50

學歷	人數 (2014)		合計
	男性	女性	
高中職	343	747	1,090
專科 / 大學	2,467	2,895	5,362
碩士	470	258	728
博士	8	1	9
總計	3,288	3,901	7,189

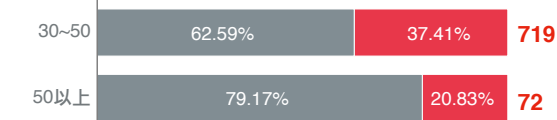
管理階層 / 一般員工年齡統計

一般員工人數



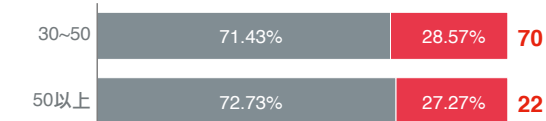
■ 男 ■ 女

經副理級人數



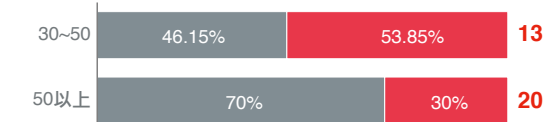
■ 男 ■ 女

協理級人數



■ 男 ■ 女

副總級人數



■ 男 ■ 女

	新進人員			離職人員		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
30歲以下	647	827	1,501	577	778	1,355
30~50	403	387	790	421	534	955
50以上	2	-	2	13	2	15
總計	1,079	1,214	2,293	1,011	1,314	2,325

育嬰假	人數 (2014)		總計
	男性	女性	
符合育嬰假申請資格人數 (A)	335	570	905
實際申請人數 (B)	6	145	151
申請率 (B/A)	1.8%	25.4%	16.7%
報告年度待復職人數 (C)	11	183	194
申請復職人數 (D)	6	86	92
復職率 (D/C)	55%	47%	47%
上一年度復職人數 (E)	10	69	79
上一年度復職滿一年人數 (F)	9	61	70
留任率 (F/E)	90%	88%	89%

	平均年齡			平均年資		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
遠傳電信	36.65	33.63	35.06	7.32	6.29	6.78
全虹	35.20	33.20	33.90	3.60	5.90	5.20

員工薪資與福利



在薪資及福利政策方面，遠傳依職務給薪未因男女而有不同薪資標準，所有職務皆高於政府基本薪資，全虹及遠傳電信最基層之職薪分別高於基本薪資 24.5% 及 23%，另提供年終獎金以及目標達成獎金、業務獎金及特殊表現獎勵等薪酬制度。

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定而制定，退休金之支付根據服務年資及退休前六個月之平均工資計算，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，新制之「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之百分之六按月提繳於勞保局。2014 年底遠傳帳列應計退休金負債為 690,298 千元，2014 年退休金費用為 328,988 千元。

員工教育訓練與職涯發展

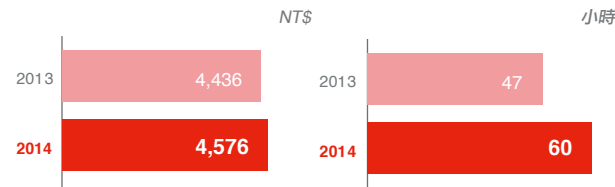
遠傳電信

遠傳電信致力追求員工訓練品質的改善與提升，繼 2013 年新訓練體系建置後，於 2014 年陸續檢視訓練課程及架構的品質與合宜性。同時，遠傳電信在推動核心職能訓練上亦力求平等，期望所有同仁都能享受學習帶來的成長。遠傳電信依照職能體系擊劃了詳細的訓練藍圖，針對此藍圖設計相對應的課程，並對全體同仁所需的工作職能進行調訓，讓全體同仁在所屬的職級中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，導致因職能失衡所產生的職場玻璃天花板現象。此外，遠傳電信也實踐員工人權教育，透過資安教育中的個資法相關訓練、職業教育的內外部訓練及新進同仁訓練，以及人文講座中的公益主題等三大項目展現。

遠傳電信教育訓練體系的五大訓練項目包含：人才／職涯發展、核心職能訓練、個人專業技術訓練（電信技術訓練及部門業務訓練）、自我發展訓練（含人文講座、進修補助）及新進人員／主管訓練，遠傳電信 2014 及 2013 年度教育訓練共計 2,007 及 1,156 班次，分別有 116,120 及 90,168 人次參與，總費用約 29,611,584 及 28,333,000 元。遠傳電信之訓練架構、受訓員工人數、時數及性別分佈如下。

類別	班次
內訓 - 新人訓練	180
內訓 - 講座	15
內訓 - 電信技術	66
內訓 - 管理類 (含管理、新任主管課程)	32
內訓 - 個人專業 (含個人效能、專案管理與法律類課程)	101
內訓 - 部門專業訓練 (含門市人員課程)	1,402
外訓	211
總計	2,007

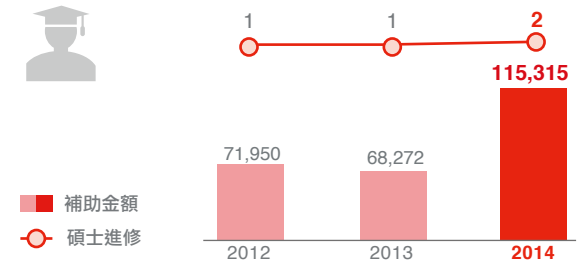
員工訓練總金額 / 總員工數 員工訓練總時數 / 總員工數



	女性		男性	
	人數	平均受訓時數	人數	平均受訓時數
一般員工	3,120	66.91	2,496	63.37
經副理級	261	19.49	475	24.14
協理級以上	36	30.32	83	22.52
總計	3,417	62.9	3,054	56.16

2014 年，遠傳持續鼓勵優秀員工個人進修深造，依在職進修補助辦法，由公司補助二分之一的註冊費與學費，鼓勵員工申請國、內外大學進修，兼顧公司專業能力培育需求及同仁職涯規劃，提高員工發展滿意度。

碩士進修人數 / 補助金額



全虹

人才是組織成長動能。全虹於 2014 年執行未來領導人才規格定位，進行組織內人才盤點、溝通，提供所需的發展計畫等。同時，應用多元的發展方式，培養領導人才以強化組織所需的能力以提昇適應、競爭、多變的趨勢，維持具競爭性的組織能力。

組織就循序展開一連串的推動計畫，首先定義五個核心價值的內容開始，由總經理與事業群主管們經由會議討論將每項核心價值的定義內涵，致力於核心價值落實要與營運決策依據。主管以身作則達成目標過程中的展現，組織鼓勵等相關應用結合，並與願景、使命的方向緊密的連結。

針對同仁的學習，全虹依據同仁必須具備的核心能力，在公司內部設有管理類、通識類、專業類及軟性講座等課程。此外，還有新進人員訓練課程，及因應特定團隊需求而量身設計的團隊共識營。2014 年度內外訓共計舉辦 48 班次，總參與人次為 631 人次，總訓練時數 353 小時，總費用 1,272,008 元。

職業安全與勞工健康

遠傳電信

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 13 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、事業內各部門之主管、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，約占委員會人數之 6 成。

遠傳電信的職業安全衛生委員會之職責，在於負責規劃職業災害防止計畫以及自動檢查計畫、定期召開會議審查職業安全衛生改善事項，以及設置區域安全衛生主管，落實災害預防之溝通與管理。此外，遠傳的職業安全衛生單位也不定期與全員及特定人員溝通災害預防觀念，並舉辦各項安全訓練，提供特定人員有關職業安全衛生學習課程。

	2012	2013	2014
工傷率 (IR)	0.068	0.032	0.077
職業病率 (ODR)	0.00%	0.00%	0.00%
缺勤率 (AR)	1,561	1,653	2,023
誤工率 (LDR)	2.051	0.026	0.723

全虹

全虹提供定期之健康檢查及辦理全員之相關安全訓練，並定期舉辦消防演習，以降低員工及財產之火災風險，及培訓廠務人員，使其具備維護倉庫安全之能力。

	2012	2013	2014
工傷率 (IR)	0.00	0.00	0.00
職業病率 (ODR)	0.00%	0.00%	0.00%
缺勤率 (AR)	2,366	2,305	2,550
誤工率 (LDR)	0	0	0

備註：

工傷率 = (工傷總數 / 工作總時數) × 200,000
(指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)
工傷率計算不包含員工上下班交通事故

職業病率 = (職業病總數 / 工作總時數) × 200,000
(指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)

誤工率 = (誤工總天數 / 工作總時數) × 200,000
(指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)
誤工定義：員工因工傷或職業病失去勞動能力，而脫離崗位，指工傷假。

缺勤率 = (總缺勤天數 / 總工作天數) × 200,000*
(指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)

缺勤定義：員工因失去勞動能力（不是因工傷或職業病）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。

性別平等及性騷擾防治

遠傳提供公平的受雇機會，強調男女平權，提供男性及女性員工同等工作機會，以及高於基本工資之薪資。員工受聘後的薪資和升遷調整，一律根基於個人能力和績效，不受年齡、種族、膚色、性別、性傾向等影響。為了讓員工能在性別平等的職場環境上安心工作，遠傳與全虹在政府的《性別工作平等法》施行後，即進行全省營運據點及門市的巡迴溝通及說明，同時為因應性騷擾防治法的實施，遠傳成立「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。2014 年遠傳並未有性騷擾事件發生。

反賄賂工作規則

在員工道德行為與誠信相關規範方面，遠傳要求所有員工遵守公司之《誠信經營守則》及《道德行為準則》，所有經理人及員工與實質控制者，在執行業務時，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益，包括回扣、佣金、疏通費或透過其他途徑像客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供或收受不正當利益。2014 年遠傳並未有誠信相關違規案件產生。

全虹自 2014 年 8 月起將商品銷售制式合約加入行賄禁止條款，除保證絕無對本公司人員、代理人或受託人要求、行求、期約或交付賄賂、佣金、比例金、仲介費、後謝金、回扣、餽贈、招待或其他不正利益。如有違反除得終止或解除契約外，並得將溢價及利益自貨款中扣除，以及負損害賠償責任。

勞資溝通及申訴管道

遠傳電信



為增進勞資雙方溝通，遠傳自 2000 年起，開始將勞資會議更名為「神燈會議」，鼓勵員工用正面積極的態度來面對與處理問題，讓擔任神燈代表成為一種榮譽與責任，致力經營和諧的勞資關係，創造更好的工作環境。同時，遠傳於公司內部網站設有「我有意見」與「我要申訴」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。

2014 年員工透過內網、Email 反映意見共 23 件，分別為員工福利、產品服務、設施行政三大類，包含通話費、彈性工時、同仁升級 4G 單門號手機選擇、4G 高速網路應用、家庭包的資費方案建議、客戶申請上網型計費機制、飲水機、地毯消毒、哺乳室使用建議等，均已透過管道回覆是否可執行，以及處理回應；透過「我要申訴」信箱之員工個案共 4 件，均依循公司規範之流程，啟動調查與處理，並與員工妥善溝通，截至 2015 年 5 月 13 日前業已結案，並未發現違反勞動與人權相關法規之情形。

管道	2014 年溝通內容
神燈會議	每季召開一次會議，遇特殊情況則召開臨會議。會議內容包括公司現階段營運概況、未來拓展計畫，以及相關勞資關係議題之討論。
員工大會	提供同仁與高階主管面對面雙向交流的機會，了解過去一年的營運成效以及新年度的營運方針。
聯合職工福利委員會	原則上每兩個月開會一次，必要時得召開臨時會議。成立宗旨主要為促進福利改善與組織和諧，各項福利措施定期透過福委會網站公告，所有職工皆可上網瀏覽，並提供諮詢信箱進行雙向溝通。
主管雙向溝通會議	傳達營運方針、執行成效等，會議中參與的主管可提出營運相關的議題討論，由高階主管直接現場回覆，建立互動式溝通。
員工意見調查	2014 年員工意見調查全新改版，定調為「Connect for Best」，除了傾聽同仁的聲音、並了解激勵同仁工作成就動機的因素，與台灣市場最佳雇主、亞太地區電信產業進行外部比較。
其他電子溝通管道	每週發行遠傳 e 事記電子報及每月發行遠傳心交流電子月刊，幫助同仁瞭解公司活動動態，提供同仁抒發心聲之另類交流的管道。

全虹

全虹透過以下管道與員工溝通：

管道	2014 年溝通內容	管道	2014 年溝通內容
不定期委外員工滿意度調查	為瞭解和確實反映同仁心聲，視情況需要不定期委外執行員工滿意度調查，做為公司持續改善的依據。	全虹電子月刊	目前不定期出刊，增進組織學習與分享。
年度員工大會	年度全員會議，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。	「我有話要說」申訴信箱	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。
職工福利委員會	每季或不定期開會，促進福利之改善與組織和諧。		

3.4.7 公益投入

在公益投入方面，2014 年遠傳持續與各非政府組織合作，舉辦各項公益活動，透過企業的力量關懷社會弱勢族群，2014 年遠傳公益投入金額及合作團體一覽如下，總投入金額為 9,386,799 元，總募款金額為 6,536,627 元，參與志工人次達 130 人 ▶



總投入金額為 **9,386,799** 元

總募款金額為 **6,536,627** 元

參與志工人次達 **130** 人

遠傳

董氏基金會「開口說愛 用心傾聽」校園情緒講座 ▶



呼應「開口說愛 讓愛遠傳」品牌活動，遠傳攜手董氏基金會舉辦校園情緒巡迴講座，積極推廣心靈環保教育，鼓勵學童善用同理心，正向表達情感。

受惠人數

參與學生人數共 **4833** 人

受惠團體

大台北地區共 **20** 所國中小學

第八屆兒福聯盟「搶救生命 棄兒不捨」募款活動 ▶



至今遠傳共扶助 **7,837** 位出養兒童，且連續二年的募款金額佔兒盟總募款金額達 **40%** 以上

受惠人數

兒盟出養兒扶助人次 **1,062** 位（遠傳的捐款以支援孩子奶粉尿布錢為主，每月每人以 5,000 元計）。

受惠團體

兒盟出養家庭

紅十字基金會「55135 高雄氣爆捐款」



為提供全台民眾便利且安全的捐贈管道，遠傳利用通訊核心能力，與紅十字基金會合作，設立語音捐款簡碼 55135

受惠人數

12 天共計 2914 名用戶捐款

受惠團體

高雄氣爆受災戶

張老師基金會「高雄氣爆災後追蹤關懷計畫」



為協助民眾災後心靈重建，遠傳與張老師基金會推出安心療癒服務方案，前進前鎮及苓雅區等重災校區舉辦巡迴生命講座、共同製作情緒療癒繪本《保庇寶貝手札》，為受災區的青年學子打氣，協助面對災後的心理創傷。

受惠人數

《保庇寶貝手札》2014 年已發放 **4,489** 本，發送至高雄市 11 所高中職、國中及國小。情緒療癒校園巡迴講座共 **6** 所，合計 **335** 人次參與。

受惠團體

高雄氣爆受災學子

主婦聯盟「綠繪本故事列車」



為讓環保教育從小紮根，遠傳攜手主婦聯盟環境保護基金會，透過綠繪本協助兒童了解生活裡哪些事物正影響或加劇全球環境的問題，結合生活裡可以實踐的環保行動，「兒童綠繪本故事列車推廣計畫」因應而生。

受惠人數

共辦理 **21** 場綠繪本故事列車，總參與人次共 **580** 人（包含小孩 562 人、大人 18 人）；研習營結訓人數 **25** 人。

受惠團體

大台北區親子、外部志工

第三屆綠色輕功「我畫 我說 故我愛」



遠傳連續三年舉辦「綠色輕功」環保倡議計畫，2014 年結合環保電子繪本徵件、綠色環境手機攝影比賽、偏鄉說故事等活動，除了提供在地文創人才舞台，並運用通訊核心實力與志工力，降低城鄉數位落差。綠色輕功共募集到 499 件原創作品，獲獎之 11 本電子環保繪本，以及由繪本改編之 3 支環保動畫，皆全數開放於遠傳 e 書城及遠傳影城等平台，提供家長及師長免費下載，作為環保教育推廣用途。

受惠人數

偏鄉說書活動共計 **5** 所學校，**274** 位小學學童參與（興中 32 人、建山 34 人、桃源 69 人、互助 89 人、秀林 50 人）；遠傳影城及 e 書城共計有 **16,300** 人次觀看

受惠團體

高雄市興中國小、建山國小、桃源國小、南投縣互助國小、秀林國小、遠傳影城、遠傳 e 書城用戶、主婦聯盟（免費環境教育教材）

白絲帶「兒少網安合作案」

遠傳長期關懷兒少網路安全議題，長期贊助白絲帶關懷協會「家庭網安熱線」及媒體素養師資研習營。

受惠人數

家庭網安熱線記錄 **336** 通、諮詢輔導個案達 **43** 人次。

研習營共計約 **150** 位國小、國中學童參與（新北市瑞芳、貢寮、雙溪及平溪國小共 90 位，台東寶茂國中 60 位）。

受惠團體

- 新北市瑞芳、貢寮、雙溪及平溪國小
- 台東寶茂國中
- 關注兒少網路安全議題之教師、社工、家長、輔導員、社會人士及大專院校學生等

BCSD 社區一起亮起來

補助弱勢學生體驗環境生態計畫

受惠人數

參與對象包括低年級 35 人、中年級 60 人、高年級 62 人，總計共 **157** 位學生。

受惠團體

台北士林區富安國小

全虹

育幼院不定時的物資捐贈因為有愛 - 美味饗宴



全虹於年節與特殊節日期間電話關心與詢問目前欠缺的物資，隨時號召公司同事或親友捐贈物資，2014 年公司同仁透過 facebook 與公司內部號召，募集大量冬天衣物、小孩用品、玩具及書籍等，及募得現金 90,000 元，用以購買日常用品 & 院內目前缺乏的物品，以及現金捐款 31,000 元；並由全虹門市店長以小朋友的喜好規劃自助式饗宴，讓小朋友體驗美食與自助用餐的樂趣。

台北市福林國小棒球隊 「新龍旗兩岸棒球錦標賽」

補助福林國小棒球隊至北京參加「新龍旗兩岸棒球錦標賽」，進行兩岸交流

受惠人數

福林國小棒球隊 **18** 位學童

受惠團體

福林國小

無障礙科技發展協會 「視障者行動智慧生活教學」

共舉辦 3 梯次、9 天的 Android 智慧手機培訓課程

受惠人數

共 **14** 位盲胞朋友完成培訓

受惠團體

盲人手機教學講師

華文朗讀節

於台北華山藝文中心及高雄駁二特區舉辦繪本朗讀活動

受惠人數

超過百位親子參與

受惠團體

台北、高雄親子

華山基金會年菜捐款



全虹每年於華山基金會的關懷獨居老人年菜時間，均會透過外部網路與內部網路號召全虹人與親朋好友捐贈年菜金，串聯全省北中南各全虹同事透過現金捐贈或直接匯款捐贈，讓全省獨居老人在除夕前均有一頓溫暖的年夜飯

4

▶ 公司治理

- 4.1 公司治理架構
- 4.2 企業永續治理
- 4.3 誠信經營
- 4.4 營運風險管理
- 4.5 法規遵循
- 4.6 外部參與



4.1 公司治理架構

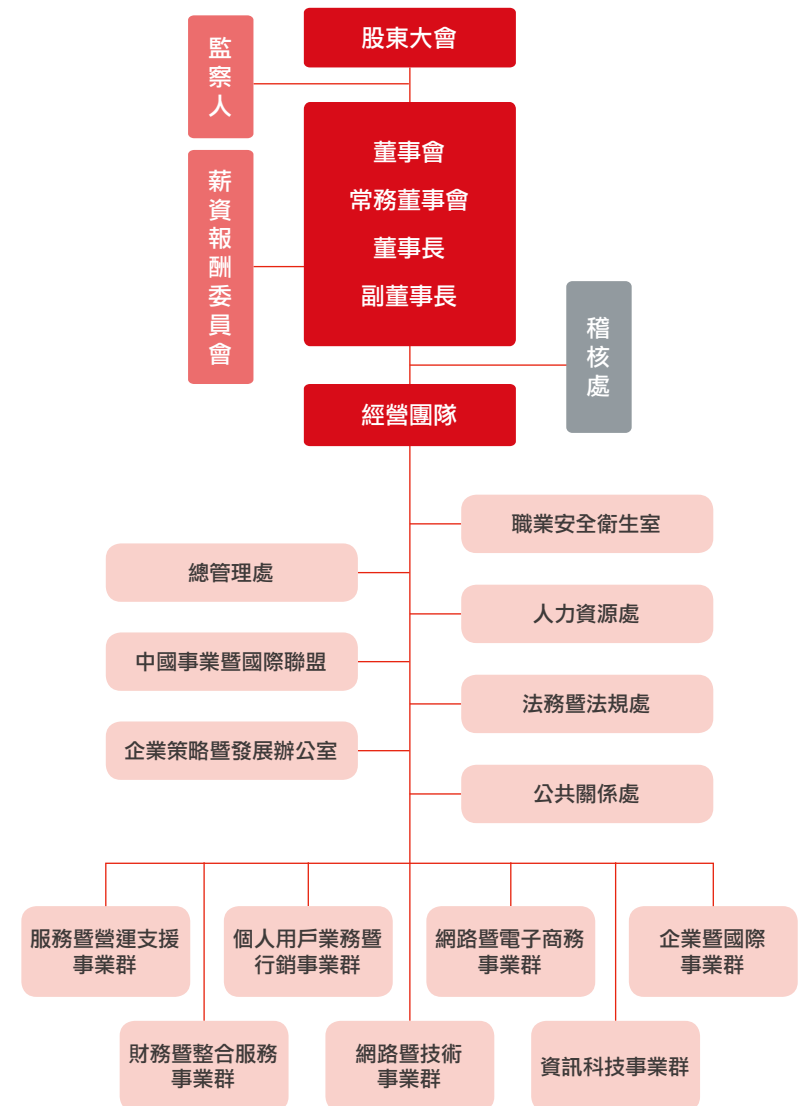
健全的公司治理是永續經營的基石，更是維護消費者信任感的基礎。遠傳自 1997 年成立以來，便致力完善公司治理及監督架構，落實誠信經營原則，而自金融海嘯以來，消費者及投資人對公司治理透明度的要求漸增，因應此全球趨勢，遠傳於 2011 年成立企業社會責任委員會，將企業社會責任納入公司治理架構，成為重要的核心經營策略。遠傳期望從公司治理出發，將企業永續經營的諸多相關議題融入企業經營策略與企業文化，更負責任且更有系統地面對消費者及投資人關切的諸多相關議題。

遠傳董事會為公司最高治理機構，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。遠傳另依證券交易法規定設有「薪資報酬委員會」，以確保合理的薪資報酬結構，此外，預計於 2015 年 6 月股東會全面改選董事後，選出 3 名獨立董事設立「審計委員會」，進一步監督公司的營運風險、內控稽核與法令等，並協助建立及強化相關制度。

遠傳電信的組織架構權責劃分明確，董事長並未兼任行政職位，以確保企業運作的獨立與公正性，自總經理下細分為不同的事業群，遠傳治理架構如下，現行的組織架構及各單位權責說明請詳遠傳 2014 年報。



公司治理架構圖



董事會治理原則

遠傳董事會共設置 9 席董事及 3 席監察人，同時為確保治理的獨立性並兼具利害關係人觀點，其中包含 2 席獨立董事，董事會討論任何議案時，均充分考量 2 位獨立董事之意見，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。2014 年董事會共召開 4 次會議，董事會董事平均出席率達 94%，監察人平均列席率達 75%。

為確保董事會多樣性及專業性，遠傳延攬了擁有國際級豐富經營經驗或學術經驗的董事及監察人，仰賴其不同專業領域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之決策。

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，遠傳亦規劃於 2015 年 6 月改選後，為董事們購買責任險。

遠傳訂有「遠傳電信公司治理實務守則」，以確保制度之健全與有效運作，並於 2012 年股東常會開始採行逐案表決及電子投票，且在遠傳官網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，充分讓股東行使其權利，具體提升公司治理成效。2013 年並提案修正公司章程，董監事選舉全面採用候選人提名制，充分落實股東權利的行使。2015 年將規劃修訂守則，納入董事會成員多元化之政策，以確保公司治理之健全與有效運作。

董事及監察人資料

職稱	姓名	國籍	主要(學)經歷	目前兼任本公司及其他公司職務
董事長	遠鼎(股)公司 代表人：徐旭東	中華民國	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
常務董事	遠鼎投資(股)公司 代表人：楊麟昇 (Jan Nilsson)	瑞典	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
常務董事暨獨立董事	劉遵義 (Lawrence Juen-Yee Lau)	香港 (中國)	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藍凱麗經濟學講座副教授 香港中國海洋石油有限公司獨立董事 香港希慎興業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
獨立董事	賀斯壯 (Kurt Roland Hellstrom)	瑞典	易利信集團總裁暨 CEO	Director of the European Institute for Japanese Studies(Sweden) Director of International Advisory Board of Altimo(Russia)
董事	遠鼎投資(股)公司 代表人：李冠軍	中華民國	遠鼎股份有限公司總經理 遠東新世紀資深副總經理	遠東新世紀監察人 亞洲水泥監察人 裕民航運董事
董事	鼎元國際投資(股)公司 代表人：徐旭平	中華民國	鼎鼎企業管理顧問股份有限公司副總經理	遠東新世紀副董事長 亞洲水泥董事 裕民航運監察人
董事	遠鼎(股)公司 代表人：席家宜	中華民國	遠東國際商業銀行 董事	遠東新世紀副董事長 東聯化學副董事長 宏遠興業董事長 亞洲水泥董事
董事	遠鼎投資(股)公司 代表人：林暉	新加坡	Chief Operating Officer, SingTel Group	Advisor, SingTel Group Board Director, APT, Satellite, HK
董事	裕民航運(股)公司 代表人：吉澤啓介 (Keisuke Yoshizawa)	日本	General Manager, AOMORI Branch, NTT DOCOMO, INC.	Executive Director, Strategic Alliance, Global Business Division, NTT DOCOMO, INC
監察人	柯承恩	中華民國	國立台灣大學管理學院院長 社團法人中華公司治理協會理事長	玉山金控、玉山銀行、鋁泰工業(股)及聯詠科技(股) 獨立董事
監察人	遠銀國際租賃(股)公司 代表人：洪信德	中華民國	美商花旗銀行副總裁	遠東國際商業銀行董事兼總經理
監察人	亞洲投資(股)公司 代表人：王書吉	新加坡	新加坡南洋大學工商管理學系	裕民航運及裕民航運(新加坡)私人有限公司總經理

資料來源：第六屆董事會成員名單

監察人與內部稽核主管之溝通

遠傳內部稽核處隸屬於董事會，主要任務係依年度計畫執行稽核作業，協助董事會及經理人檢查與覆核遠傳及子公司的內控制度缺失，衡量營運效果及效率，並適時提供改善建議。另視需求執行專案稽核，以期能適時發現內控制度的可能缺失，確保內控制度持續有效實施。

監察人每季均召開監察人會議，會後製成監察人會議紀錄，將重要討論及決議情形通知各董事、總經理，及其他高階主管，2014 年共召開 4 次會議，各會議中內部稽核主管均列席報告稽核業務執行情形及重大內控內稽事項，此外，各監察人亦每月取得稽核主管提交之稽核業務月報。

利益迴避

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。如 2014 年 10 月 21 日第 6 屆第 11 次董事會提案擬捐贈新台幣 600 萬元予「元智大學」以支應該校「大數據與數位匯流創新中心」專案，本公司徐旭東董事長暨徐旭平董事二人因身兼元智大學之董事長及董事具利害關係，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。

薪酬委員會

遠傳的薪資報酬委員會設有 3 名委員，其中一位為遠傳之獨立董事，符合獨立性之情形已揭露於年報。2014 年共召開 2 次會議，薪酬委員之出席率達 100%。目前薪酬委員會主要以評估財務績效與薪酬之對應及連結為主，未來將考慮納入環境與社會績效的評估。

給付董事及監察人酬金之政策、標準與組合、訂定酬金之程序及與經營績效及未來風險的關聯性

給付董事、監察人之酬金可分報酬、盈餘分配之酬勞及業務執行費用三種，由遠傳薪資報酬委員會及董事會決議辦理。業務執行費用等項目乃以車馬費為主，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；酬金除參考公司過去經營績效給付外，其發放標準、結構與制度亦將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、監察人之酬金將隨之調整降低；而酬勞之分配方式係依據公司章程之規定辦理，並依據各董事、監察人選舉之得票情形，且參酌對公司事務投入之心力，作為分配之重要考量因素。薪酬委員會定期檢討及評估董事及監察人之薪資報酬，並將所提建議提交董事會討論，以謀公司永續經營與風險控管之平衡。

	2013	2014
給付董事酬金總額占稅後純益之比例	1.07%	1.06%
給付監察人酬金總額占稅後純益之比例	0.06%	0.06%

給付總經理及副總經理酬金之政策、標準與組合、訂定酬金之程序及與經營績效及未來風險的關聯性

給付總經理及副總經理酬金可分為薪資、獎金及特支費，再加計盈餘分配之員工紅利共計三類。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，係給予一定額汽車補貼或提供租賃汽車或按實際里程數報支交通費三者擇一辦理；員工紅利依公司章程規定，乃取當年度盈餘之固定比例，故與公司經營績效呈高度關聯性。本公司總經理及副總經理之酬金，除參考相關同業水準及公司過去經營績效給付外，其發放標準、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，且不以引導經理人為追求酬金而從事逾越公司風險之行為為原則。薪酬委員會定期檢討及評估總經理及副總經理之薪資報酬，並將所提建議提交董事會討論，以謀公司永續經營與風險控管之平衡。

	2013	2014
給付總經理及副總經理酬金總額占稅後純益之比例	1.42%	1.64%

4.1 公司治理架構 4.2 企業永續治理 4.3 誠信經營 4.4 營運風險管理 4.5 法規遵循 4.6 外部參與

資訊揭露

為提供國內、外投資大眾正確且詳實之資訊，遠傳官方網站及時更新財務、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、公開資訊觀測站及網站提供中、英文訊息。

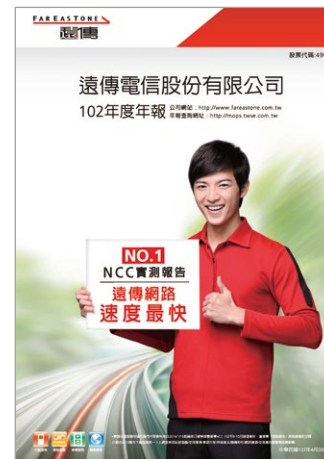
因資訊揭露的透明度與即時性，遠傳已 8 度獲得證券暨期貨市場發展基金會「上市櫃公司資訊揭露評鑑」最高等級 A++ 殊榮。此外，遠傳於投資人關係之經營亦受到各界肯定，2014 年獲得 Corporate Governance Asia「亞洲最佳

執行長」、「亞洲最佳財務長」、「最佳投資者關係企業」、「最佳投資者關係經理人」及 FinanceAsia「最佳投資人關係」、「最佳信守配發高股利承諾企業」等獎項。

股權資訊

截至 2014 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母公司股份皆為 38.28%，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母公司董事會總席次之半數，是以遠東新世紀對母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。2015 年 4 月 20 日股權比例前十大之股東如右：

	持股比例 (%)
遠鼎投資股份有限公司	32.73
富邦人壽保險股份有限公司	6.24
日商 NTT DoCoMo 股份有限公司	4.71
國泰人壽保險股份有限公司	3.31
遠通投資股份有限公司	3.08
新光人壽保險股份有限公司	3.07
中華郵政股份有限公司	2.86
南山人壽保險股份有限公司	1.51
大通託管沙烏地阿拉伯中央銀行投資專戶	1.26
安和製衣股份有限公司	1.25

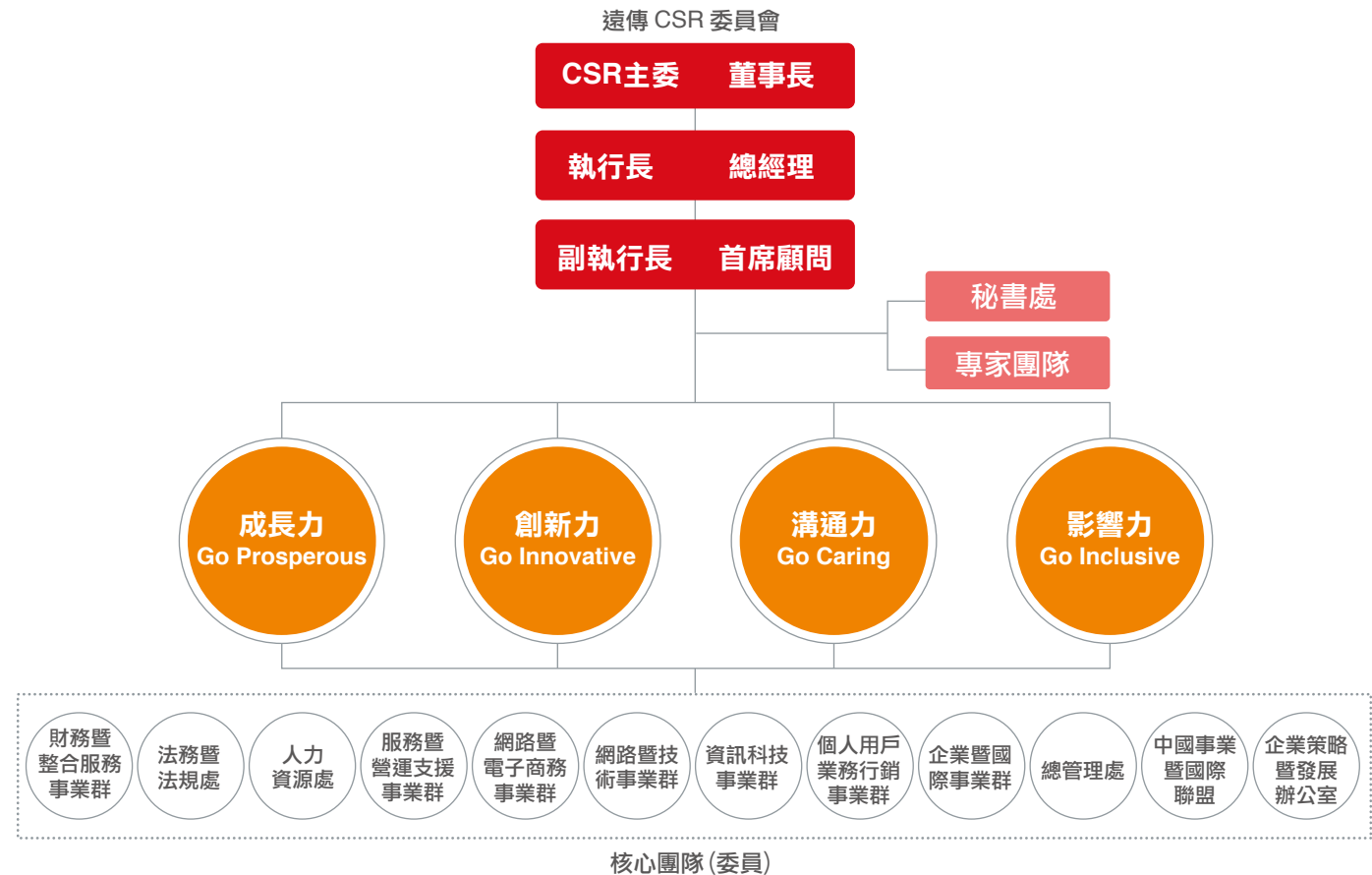


4.2 企業永續治理

「遠傳企業社會責任委員會」（以下稱 CSR 委員會）於 2011 年成立，是遠傳 CSR 策略規畫與討論的最高指導單位，由董事長擔任主任委員、總經理擔任執行長，各部門主管擔任委員，並設置 CSR 專責秘書處，同時邀請外部專家團隊提供諮詢建議，共同推動及執行遠傳 CSR 四大策略主軸：「成長力 (Go Prosperous)」、「創新力 (Go Innovative)」、「溝通力 (Go Caring)」及「影響力 (Go Inclusive)」之各項行動方案。

遠傳 CSR 委員會每年定期召開會議，由各委員針對相關領域議題提案討論，持續透過各種溝通管道，強化與各界利害關係人的溝通，並透過各項與社會及環保有關的行動，善盡企業社會責任。針對關鍵、且為利害相關人關切的重重大永續發展議題，遠傳亦會視議題的急迫及重要性，定期於「遠傳 CSR 委員會」中進行討論。除了成立專責 CSR 委員會外，遠傳也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」，制定「遠傳電信企業社會責任政策」，於 2013 年 4 月 26 日第六屆第五次董事會同意通過，作為遠傳企業社會責任政策的最高指導原則。

遠傳企業社會責任委員會架構



遠傳 CSR 委員會核心團隊主要任務有制訂 CSR 願景與策略、研擬 CSR 發展主軸與重點、推動與追蹤各項 CSR 專案執行情形及對外展現企業 CSR 發展績效，及代表面對利害關係人群體，針對 CSR 議題提供各種意見；由工作小組下之相關單位代表，提供各項 CSR 行動方案規畫與執行。2014 年，遠傳 CSR 委員會已著手擬定 2015~2017 年企業永續發展藍圖，並預計於 2015 年 CSR 委員會議持續深化討論，確立各部門之權責分工與行動方案。

4.3 誠信經營

遠傳透過「誠信經營守則」及「道德行為準則」落實誠信的最高公司治理原則。為確保公司治理透明度，遠傳亦於官方網站、年報、公開說明書及公開資訊觀測站揭露相關資訊，並透過遠傳 e 事紀 (e-Paper) 宣導。在組織外部治理部分，遠傳也已於對外的商業文件如「供應商資料表」中加入「誠信經營守則同意書」，提醒利害關係人遵守並尊重遠傳的道德及誠信標準，並於 2014 年推出「供應商企業社會責任準則」，正式將環境、社會及公司治理 (ESG) 相關要求納入供應商的規範，供應商相關管理方針請詳 3.4「友善企業」說明。此外，遠傳所做的任何捐助行為，依據「遠傳電信股份有限公司關係人交易管理作業程序」規定，皆必須經過董事會之同意。有關反貪腐、誠信經營及相關議題之宣導，除每位新進員工皆必須接受相關訓練外，遠傳在日常工作中主要以電子郵件「FET e-paper 遠傳 e 事紀」方式向所有員工佈達。

誠信經營守則

為建立誠信經營之企業文化，作為公司永續經營的重要基礎，遠傳董事會於 2011 年 4 月通過「遠傳電信誠信經營守則」，守則規範對象為董事、監察人、經理人及其他員工或具有實質控制能力者，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。

誠信經營守則針對行賄收賄、非法政治獻金、不當慈善捐贈或贊助，以及提供或接受不合理禮物、款待或其他不正當利益等不誠信商業行為進行規範；於商業往來之前，考量代理商、供應商、客戶或其他商業往來交易對象之合法性及是否有不誠信行為紀錄，避免與有不誠信行為紀錄者進行交易；與他人簽訂重要契約時，內容包含應遵守誠信經營政策及交易相對人如涉及不誠信行為，得隨時終止或解除契約之條款；於執行業務時，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益，包括回扣、佣金、疏通費等。為健全誠信經營之管理，由人力資源處負責誠信經營政策與防範方案之制訂及監督執行，並定期向董事會報告。遠傳人員若發現有違反誠信經營規定之情事，主動向監察人、經理人、內部稽核主管、人力資源處或其他適當主管檢舉，遠傳將對於檢舉人身分及內容確實保密。

道德行為準則

為導引本公司董事、監察人及其他員工之行為符合道德標準，遠傳於 2011 年 4 月由董事會通過訂定「遠傳電信道德行為準則」，明訂公司董事會成員、監察人、管理階層、一般員工及合作廠商之道德行為規範。道德行為準則規範之面向包含防止利益衝突、不得圖己私利、公司及客戶資料保密、公平交易等，另訂有行為規範、員工接受餽贈或招待準則、員工申告書及職業道德規範等，規範員工受雇期間之相關權利義務。

申訴管道

為確實落實誠信經營，遠傳建立檢舉管道與違反誠信經營與道德行為準則之懲戒及申訴制度，遠傳電信員工可在內部網站中點選「我要申訴」，即可透過此管道反應意見或檢舉違規事宜。其他通報管道設有：

監察人信箱：supervisor@fareastone.com.tw

稽核處信箱：ia@fareastone.com.tw

採購供應商管理組客訴信箱：feg_complaint@feg.com.tw

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

電信產業在網路科技的快速變革下，營運環境日漸複雜，產業激烈競爭、消費者行為變動、國家法規管制，再加上氣候變遷所引起的自然災害對機房、基地台及其他資通訊基礎設施的影響，都需要系統性的預防及風險管理機制，才能適切評估上述因素所帶來的風險及機會。

為保護公司資產，降低可能的事業損害並增進事業利益，以進一步確保公司永續經營，遠傳建立企業安全組織，制定企業安全政策及管理架構，包括營運資訊安全、技術安全、實體安全、以及人員安全等，各領域的管理範疇考量安全治理與遵循要求、個資保護、風險管理、企業營運持續管理、以及危機管理等構面，藉由企業安全組織的運作以達實質風險管理之目的。

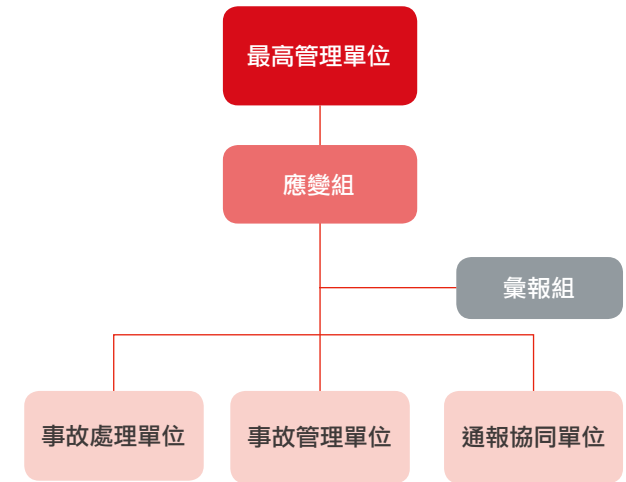
2012 年起企業安全委員會與安全維運委員會持續定期召開會議，討論企業安全議題，並透過教育宣導及考試等方式，提升全體員工的安全意識，落實企業安全管理，降低各項企業營運風險。2013 年起建立的資訊安全數位雙月刊，發揮了持續教育宣導的功能，有效達成提升全員企業安全意識的目標。2014 年，遠傳致力於強化營運持續管理機制，以提昇公司整體緊急應變能力、降低事故或災害對客戶及公司營運之衝擊。

2014 年遠傳成立專案，針對過去發生之事故進行案例檢討，定期召開會議討論，建立包含門市、客服、技術及營

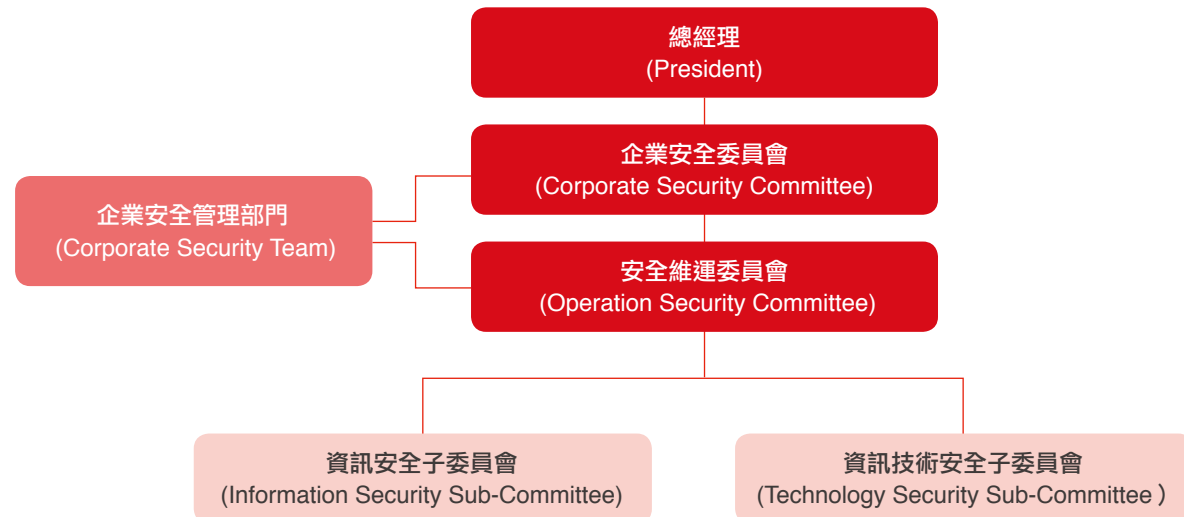
運支援等單位之跨單位應變組織、重大事故通報及整合應變流程等。並為確保機制可行且如實運作，舉辦教育訓練與情境演練，使應變組織成員了解角色職責及跨單位溝通合作模式，並設定試行期，於後續事件實際運用，試行後進行檢討。遠傳自 2014 年 3 月開始，已實際運作於包含網路障礙事故及颱風等緊急事故應變，透過公司前線與後端各單位即時溝通與回應客戶，將事故對客戶及營運之影響降至最低。

營運持續應變管理組織最高管理單位為企業安全委員會，當事故發生，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應變程序，並向最高管理單位呈報。

遠傳營運持續應變管理組織圖



遠傳風險管理架構圖



4.5 法規遵循

遠傳向來恪遵相關法令，致力落實組織內之法規教育。2014 年遠傳對董事會成員共計進行 2 次法規宣導，分別於 4 月 25 日第 6 屆第 9 次董事會及 10 月 28 日第 6 屆第 11 次議事錄寄發時提供；而對員工之法規宣導則以電子郵件「FET e-paper 遠傳 e 事記」方式佈達。

遠傳於 2014 年並未有違反反賄賂、反競爭政策之情形，惟 2014 年新世紀資通遭國家通訊傳播委員會（以下簡稱 NCC）處以罰鍰 720 萬元，係針對新世紀資通於 2006~2009 年間增設未經 NCC 審核之固定通信網路設備裁罰，該裁罰於 2014 年 1 月 29 日及 2014 年 6 月 13 日發布重大訊息。新世紀資通依據呈送 NCC 核准之相關設計畫，進行所有相關設備採購與建設。新世紀資通已於 2014 年 12 月 23 日經 NCC 第 623 次會議結論確認，業已完成該改善作業。2014 年及截至年報刊印日止國內外重要政策及法律變動如下：

▶ 電信法及匯流法之修訂

因應匯流環境的成熟與發展，行政院於 2012 年 5 月通過「數位匯流發展方案」，核定進行電信法及廣電三法之修正，並完成數位匯流法規架構之調整與立法，將現行垂直的管制架構，調整為水平式的層級架構。對此，國家通訊傳播委員會正陸續就數位匯流法規中的各項議題，進行意見徵詢與公開說明程序中。

4.6 外部參與

除積極落實企業內部的公司治理外，遠傳也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之公協會組織，確保公司治理能夠有效呼應國內外重要的倡議及行動，以及同業最新發展動態，提升企業競爭力。遠傳 2014 年加入之重要公協會清單如下：

公協會名稱	其他參與
台灣電信產業發展協會 (TTIDA)	理事：3 位、監事：1 位
台灣網際網路協會 (TWIA)	理事：2 位
台灣通訊學會 (TCS)	理事：1 位
公司治理協會	無
財團法人台灣網路資訊中心 (TWNIC)	董事：1 位
台灣數位出版聯盟	理事：1 位
臺灣客服中心發展協會 (TCCDA)	常務理事：1 位
中華智慧型運輸系統協會 (ITS)	理事：1 位
台灣雲端產業協會 (TCCC)	理事：1 位
GSM 協會	
資策會 Mobile First (former 資策會 SIG_Special Interest Group)	
台灣網路暨電子商務產業發展協會 (TIEA)	
中華民國工商協進會	常務理事
中華民國企業永續發展協會	
台灣智慧航空城產業聯盟 (TIAA)	

▶ 「行動寬頻業務」2600MHz 釋照

國家通訊傳播委員會已於今年編列歲入預算，擬以公開拍賣之方式釋出 2600MHz 頻段 190MHz 頻寬。本次規劃釋出之 2600MHz 頻段無線頻譜，其特性屬高頻段，適合做為都會區增加數據傳輸容量頻段（Capacity Band）使用，本公司預計規畫參與競標，以提供用戶更完整、更高速之行動寬頻網路服務。

GRI 內容索引表

此份報告中所有揭露指標皆經過外部單位保證，詳見附件保證聲明書。在特定標準揭露部分，本報告書揭露之指標未有省略之情事。

一般標準揭露			
指標	指標描述	回應章節	其他說明
策略與分析			
G4-1	提供組織最高決策者的聲明	總經理的話	
G4-2	描述關鍵衝擊、風險及機會	1.2 外部環境分析	
組織概況			
G4-3	組織名稱	1.1.1 公司沿革	
G4-4	主要品牌、產品與服務	1.1.3 業務範圍	
G4-5	組織總部所在位置	1.1.1 公司沿革	
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	1.1.3 業務範圍	
G4-7	所有權的性質與法律形式	1.1.1 公司沿革 4 公司治理	
G4-8	組織所提供服務的市場	1.1.3 業務範圍	
G4-9	組織規模	3.1.1 全方位的成長	
G4-10	員工人數	3.1.1 全方位的成長 3.4.6 友善職場	
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例		遠傳無工會組織
G4-12	描述組織的供應鏈	3.4.1 串連價值鏈之友善計畫	
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化		遠傳 2014 年無重大變化，請詳 2014 年年報
G4-14	組織是否具有因應相關之預警方針或原則	4.4 營運風險管理	
G4-15	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	4.6 外部參與 3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明
G4-16	組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	4.6 外部參與	
鑑別重大考量面與邊界			
G4-17	a. 列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體。 b. 是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中	關於本報告書 1.1.2 轉投資事業	
G4-18	a. 界定報告內容和考量面邊界的流程。 b. 組織如何依循「界定報告內容的原則」。	關於本報告書 1.4 重大性議題鑑別與回應	
G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面。	1.4 重大性議題鑑別與回應	
G4-20	針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	1.4 重大性議題鑑別與回應	
G4-21	針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	1.4 重大性議題鑑別與回應	
G4-22	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	關於本報告書	部分數據涉及邊界之改變於報告中明確標註並重編前期數據
G4-23	和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	關於本報告書	
利害關係人議合			
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	1.3 利害關係人議合	
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	1.3 利害關係人議合	
G4-26	與利害關係人議合的方式	1.3 利害關係人議合	
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項	2 遠傳營運發展策略概觀	
報告書基本資料			
G4-28	所提供資訊的報告期間	關於本報告書	
G4-29	上一次報告的日期	關於本報告書	
G4-30	報告週期	關於本報告書	
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人	關於本報告書	

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明
G4-32	a. 組織選擇的「依循」選項 b. 針對所擇選項的 GRI 內容索引 c. 如報告書經過外部保證 / 確信，請引述外部保證 / 確信報告	關於本報告書	
G4-33	保證 / 確信	關於本報告書	
治理			
G4-34	組織的治理結構	4.1 公司治理架構	
倫理與誠信			
G4-56	組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	4.3 誠信經營	

特定標準揭露

重大考量面	DMA 與指標	指標描述	回應章節	未揭露資訊原因說明
經濟面向				
經濟績效	DMA		3.1 穩健成長	
	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3.1 穩健成長	
	G4-EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	4.4 營運風險管理 1.2.5 關鍵企業永續風險	
	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	3.4.6 友善職場	
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	3.1 穩健成長	
市場形象	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-EC5	在重要的營運據點，不同性別的基層人員之標準薪資與當地最低薪資的比例	3.4.6 友善職場	
	G4-EC6	在重要營運據點僱用當地居民為高階管理階層的比例		遠傳 100% 為本國員工

特定標準揭露

重大考量面	DMA 與指標	指標描述	回應章節	未揭露資訊原因說明
間接經濟衝擊	DMA		請詳 EC7 及 EC8	
	G4-EC7	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	3.1.4 基礎建設投入	
	G4-EC8	顯著の間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	3.1.3 各利害關係人相關之支出 3.3.1 多元化的資費方案 3.2.3 凝聚社會創新力量	
採購實務	DMA		3.4.2 供應商管理	
	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	3.4.2 供應商管理	
環境面向				
能源	DMA		3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
	G4-EN5	能源密集度	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
	G4-EN6	減少能源的消耗	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
	G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
排放	DMA		3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
	G4-EN15	直接溫室氣體排放（範疇一）	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	係以 EN3 統計值進行換算
	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	係以 EN3 統計值進行換算
	G4-EN18	溫室氣體排放強度	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
廢污水和廢棄物	G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
	DMA		3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	
	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	3.4.3 降低營運造成之環境衝擊	

特定標準揭露

重大考量面	DMA 與指標	指標描述	回應章節	未揭露資訊原因說明
產品及服務	DMA		3.4.5 降低產品所造成之環境衝擊	
	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	3.4.5 降低產品所造成之環境衝擊	
	G4-EN28	按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比	3.4.5 降低產品所造成之環境衝擊	
法規遵循	DMA			
	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數		2014 年無相關情事
整體情況	DMA		2 遠傳營運發展策略概觀	
	G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	2 遠傳營運發展策略概觀	
勞工實務與尊嚴勞動				
勞雇關係	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	3.4.6 友善職場	
	G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	3.4.6 友善職場	
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	3.4.6 友善職場	
勞 / 資關係	DMA			
	G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期		遠傳無工會組織
職業健康與安全	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	3.4.6 友善職場	
訓練與教育	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	3.4.6 友善職場	
	G4-LA10	強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	3.4.6 友善職場	
	G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	3.4.6 友善職場	所有員工皆會進行定期績效考評

特定標準揭露

重大考量面	DMA 與指標	指標描述	回應章節	未揭露資訊原因說明
員工多元化與平等機會	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	3.4.6 友善職場	
女男同酬	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	3.4.6 友善職場	
勞工實務問題申訴機制	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	3.4.6 友善職場	
人權面向				
不歧視	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動		2014 年無此情事
結社自由與集體協商	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-HR4	已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動		2014 年無此情事
強迫與強制勞動	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-HR6	已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動		2014 年無此情事
人權實務申訴機制	DMA		3.4.6 友善職場	
	G4-HR12	經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量	3.4.6 友善職場	
社會面向				
當地社區	DMA		3.3 驚豔服務 3.4.7 公益投入	
	G4-SO1	營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	3.4.7 公益投入	

特定標準揭露

重大考量面	DMA 與指標	指標描述	回應章節	未揭露資訊原因說明
反貪腐	DMA		4.3 誠信經營	
	G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	4.3 誠信經營	
	G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動		2014 年無此情事
反競爭行為	DMA		4.3 誠信經營	
	G4-SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果		2014 年無此情事
法規遵循	DMA		4.5 法規遵循	
	G4-SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	4.5 法規遵循	
社會衝擊問題申訴機制	DMA		3.3.4 服務管理與量測	
	G4-SO11	經由正式申訴機制立案、處理和解決的社會衝擊申訴之數量		2014 年無此情事
產品責任				
顧客的健康與安全	DMA		3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
	G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數		2014 年無此情事
產品及服務標示	DMA		3.3 驚豔服務	
	G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	3.3 驚豔服務	
	G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量		2014 年無此情事
	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	3.3.4 服務管理與量測	
行銷溝通	DMA		3.3.2 服務養成與培訓	
	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	3.3.2 服務養成與培訓	
	G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	3.3.2 服務養成與培訓	

特定標準揭露

重大考量面	DMA 與指標	指標描述	回應章節	未揭露資訊原因說明
顧客隱私	DMA		3.3.3 服務輔助機制	
	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數		2014 年無此情事
法規遵循	DMA		3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	

電信業附加指標

重大考量面	指標	指標描述	頁次與說明	未揭露資訊原因說明
投資	IO1	依照地區或國家區分的通訊網路基礎建設投資金額統計	3.1.4 基礎建設投入	
	IO2	因「電信服務普及義務」投入搭建偏遠地區基礎建設的淨支出	3.1.4 基礎建設投入	
健康與安全防護措施	IO3	建造和維護通信設施時，確保人員健康與安全措施	3.4.2 供應商管理	
	IO5	遵守「國際非游離輻射國際委員會」有關基地台電磁波的標準與規範	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
基礎建設	IO7	決定基地台或線路搭建地點的管理方針。包括：利害關係人議合、說明會，或是降低視覺衝擊的措施等。	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
	IO8	獨立基地台、共享基地台、既有建築物上搭建基地台的數量和比例	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
填補數位落差	PA1	為偏遠或低度發展地區建設電信基礎建設並提供相關服務的政策與措施	3.1.4 基礎建設投入	
	PA2	為填補通訊障礙提供的商品及服務之相關政策與措施。可能的障礙包括：語言／文化／識字／教育／薪資／年齡／殘疾等	3.3.1 多元化的資費方案 3.3.2 服務養成與培訓	
	PA3	確保電信服務可取得性和穩定性所採取的政策與措施	3.1.4 基礎建設投入 1.2.4 遠傳的競爭利基 3.2.3 軟體開發與技術創新	
	PA4	在有營運的地區，量化通訊產品與服務的普及程度	3.1.4 基礎建設投入	
	PA5	提供低 / 無收入族群使用通信產品與服務之數量與種類	3.3.1 多元化的資費方案	
	PA6	在緊急狀況與救援時，提供通訊產品及服務的方案	3.3.5 重大事件關懷服務站	
內容近用與保護	PA7	針對電信服務有關之人權議題所制定的管理方針和措施	3.3.1 多元化的資費方案 3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊 3.4.7 公益投入	

電信業附加指標

重大考量面	指標	指標描述	頁次與說明	未揭露資訊原因說明
電磁波議題溝通	PA8	針對電磁波議題與社會大眾進行溝通的政策與措施	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
	PA9	投入電磁波議題研究的總金額與方案說明	3.4.4 降低營運所造成之社會衝擊	
資源使用效率	TA1	舉例說明所提供通訊產品或服務如何提升資源使用效率	3.2.3 軟體開發與技術創新	
	TA2	舉例說明所提供通訊產品或服務如何取代有形實體	3.2.3 軟體開發與技術創新	
	TA3	說明因為 TA1 和 TA2 提及的技術，對使用者帶來的改變	3.2.3 軟體開發與技術創新	
	TA4	說明因為 TA1 和 TA2 提及的技術，帶來的負面衝擊和改善方式。包括環境和社會衝擊	3.2.3 軟體開發與技術創新	
	TA5	描述企業在智慧財產權和開放源頭技術的作為	3.2.2 凝聚社會創新力量	



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S INDEPENDENT ASSURANCE REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE FAR EASTONE TELECOMMUNICATIONS CO., LTD.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2014

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 Corporate Social Responsibility Report (hereinafter referred to as CSR Report) of 2014. The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables contained in this report.

The information in the FET's CSR Report of 2014 and its presentation are the responsibility of the superintendents, CSR committee and the management of FET. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the FET's CSR Report of 2014.

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

The SGS Group has developed a set of protocols for the Assurance of Sustainability Reports based on current best practice guidance provided in the Global Reporting Initiative (hereinafter referred to as GRI) Sustainability Reporting Guidelines and the AA1000 Assurance Standard (2008). These protocols follow differing options for Assurance depending the reporting history and capabilities of the Reporting Organization.

This report has been assured using our protocols for:

- evaluation of the report content veracity at a high level of scrutiny for FET and subsidiaries;
- evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008);
- evaluation of the report against the GRI Sustainability Reporting Guidelines (G4 2013); and
- evaluation of the report against Global Reporting Initiative Telecommunications Pilot Sector Supplement.

The assurance comprised a combination of pre-assurance research; interviews with relevant superintendents, CSR office members and the senior management at headquarter; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has 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 affirms our independence from FET, being free from bias and conflicts of interest with the organization, 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, EICC, 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 CSR Report of 2014 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of FET sustainability activities in 01/01/2014 to 12/31/2014.

The assurance team is of the opinion that the report can be used by the Reporting Organization's Stakeholders. We believe that the organization has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. The report is the fourth to be assured by an independent assurance team and FET has taken a bold step by offering the report to evaluation against both GRI G4 guidelines and the AA1000 Assurance standard. This shows a deserved confidence in their reporting process. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI G4 Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2, High level assurance.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES 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, media, government authorities, and NGOs, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. FET may consider having more direct two-ways involvements of stakeholders to identify relevant issues for future reporting.

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.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, FET's CSR Report of 2014, is adequately in line with the GRI G4 Core Option. The material aspects 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 aspects and boundaries, and stakeholder engagement, G4-17 to G4-27, are correctly located in content index and report. More disclosures on the short-term goals and targets for each material aspects are recommended. It may also be considered to have more disclosures on governance GSDs, and the supply chain screening and assessment SSDs may be further enhanced in future reports.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

Dennis Yang, Chief Operating Officer
Taipei, Taiwan
11 June, 2015
WWW.SGS.COM



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-8

FAR EASTONE

遠傳

遠傳電信股份有限公司

總公司：台北市114

內湖區瑞光路468號

Far EasTone

Telecommunications Co., Ltd.

No.468, Ruei Guang Rd., Nei Hu,

Taipei, Taiwan

TEL:+886-2-7723-5000

FAX:+886-2-7723-5199

<http://www.fareastone.com.tw>

<http://www.fetnet.net>



GO Prosperous



GO Innovative



GO Caring



GO Inclusive



本手冊使用環保紙張及環保大豆油墨印製