

2015 遠傳電信 企業社會責任報告書

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，遠傳本年度邁入參考國際整合性報告書框架編製 IR 的第二年，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。



本報告書可透過 QR code 與遠傳官網及影片增加互動性，建議閱讀時搭配手機使用。

關於本報告書

本報告書為遠傳電信股份有限公司第 5 本企業社會責任報告書，及第 2 本整合性報告書（Integrated Report，以下簡稱 IR）。

報告週期與期間

遠傳電信 IR 以每年定期出版為原則，上一期報告（2014 年度）出版日期為 2015 年 6 月，自 2015 年起，遠傳依臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」規定，於每年 6 月 30 日前出具企業社會責任報告書，下一期報告（2016 年度），預定於 2017 年 6 月出版。

本報告書揭露遠傳電信 2015 年度（2015 年 1 月 1 日至 2015 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），三者營收加總涵蓋合併總營收達 96 %。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 2015 年度合併財務報告；溫室氣體盤查數據涵蓋範疇係依照第三方驗證機構出具之聲明書邊界為主。遠傳合併財務報表所含個體、關係企業及遠傳轉投資公司請詳 2015 年年報。

由於新世紀資通於 2010 年臨時股東會決議將全部業務委託母公司遠傳電信經營，故本報告內容中所稱遠傳電信或本公司者，係指遠傳本身及新世紀資通；而若報告中未特別區分報告個體，則以遠傳一詞泛指邊界內之遠傳電信、新世紀資通及全虹。本報告書資訊數據的範疇，涵蓋此三家公司於經濟、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。

報告書管理與稽核

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

報告書編製綱領及第三方保證

本報告書同時參照國際整合性報告書委員會 (International Integrated Reporting Council) 出版之國際整合性報告書框架 (International IR Framework)，以及全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 第四代永續性報告指南 (G4) 及 G3.1 版電信業補充指南 (Pilot Version) 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 II 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 分機 17635 陳小姐

Email：pr@fareastone.com.tw

遠傳企業
社會責任網站



遠傳電信 CSR /
Facebook 粉絲團



遠傳企業社會
責任問卷調查



董事長的話

翻轉經營思維，企業永續向下扎根

面對數位世代的浪潮來襲，世界面貌已被重塑：行動網路與物聯網的興起，讓「分享與連結」深入每個人的生活；新興的千禧世代族群生為數位原住民 (Digital Natives)，嫻熟各種高科技產品，挑戰既有的消費行為觀念；此外，數位科技模糊產業界線，競爭將來自四面八方。當今企業所面對的挑戰，不僅經營模式要與時俱進，更需要翻轉舊有的經營思維，才能為企業的基業長青，打下永續基礎。

遠傳致力成為消費者心中數位生活的最佳夥伴，2015 年遠傳電信在物聯網與雲端大數據的應用與分析也快速成長，通訊服務更滲透進民眾生活的每個環節；此外，智慧家庭、智慧商務與智慧城市的興起，更是改變消費者的生活型態，打造全新的數位生活體驗。

然而，遠傳是目前亞洲電信市場中第一家提供 700 / 1800 / 2600MHz 三頻業者，是台灣電信業中的指標企業，自 2016 年 3 月宣布 2600MHz 正式開台，已從 4G 時代大步跨入新 4.5G 時代，未來更將以四頻雙技術挑戰最快網速。過去只在科幻電影中出現的科技，諸如：移動網路、知識工作自動化、先進機器人、自動車、下世代基因科技、能源儲存系統，也將隨著數位科技的演進，一一成真。

發揮集團綜效，挑戰數位新紀元

愛麗絲夢遊仙境 (Alice's Adventures in Wonderland) 一書也提到：「你必須一直拼命的跑，才能保持在同一個位置。如果想到別的地方，至少要跑得比現在快兩倍才行。」面對全世界政經局勢與科技產品的瞬息萬變，遠傳運用核心能力，持續轉型，並勇於跨界嘗試。對內，我們定期檢視良性割捨、提高資源配置效率，並培育創新的能力，串連遠東集團內產業，發揮綜效；對外，遠傳從客戶的需求著手，提供差異化的服務與創新產品，增進與消費者的互動，透過網路媒介，讓消費者也是生產者，以因應數位時代的挑戰。

我們希望藉由全體同仁群策群力，並與供應鏈夥伴攜手合作，不僅要為全台超過 700 萬用戶，提供更優質的服務，更希望獲得股東及各利害關係人的全方位肯定，共同朝向「生活有遠傳，溝通無距離，人生更豐富」的企業願景邁進。

遠傳電信

董事長 徐旭東

徐旭東



總經理的話

御風向前，團隊迎向成功之道

2015年在社會輿論助長與金管會強制規定下，全台發行企業社會責任報告書的企業出現爆炸性成長，在各家企業爭相發行報告書時，遠傳洞燭機先，領先全台編製整合性報告（Integrated Reporting），整合財務及非財務資訊，並聚焦外部環境的風險及未來營運策略，深入剖析企業永續經營的全貌，在眾多報告書中獨樹一格，引起熱烈迴響，更突顯出遠傳對公司治理透明化及企業永續經營的決心與成果。

在永續治理的推動上，2015年我們確立「Go Prosperous 成長力」、「Go Innovative 創新力」、「Go Caring 溝通力」及「Go Inclusive 影響力」四大策略主軸，並多次召開委員會，確立行動方案與未來目標，發展數位化、行動化的全方位服務，促使企業永續發展，履行企業社會責任。

遠傳的努力獲得各界好評，成功拿下2015年「台灣企業永續獎」最高榮譽十大永續典範公司獎，連續兩年獲得證交所「公司治理評鑑」前5%佳績；在客戶服務方面，連續四年榮獲工商時報臺灣服務大評鑑「連鎖電信通路金獎」。

整合品牌效益，擴大企業社會責任影響力

近年來遠傳藉由「開口說愛 讓愛遠傳」的品牌影響力，同時深入校園與社區，鼓勵大家能正面表達情感，關心自己的家人、朋友與社會，企業內部亦貫徹「誠信、主動、創新、當責與團隊合作」的核心價值，重視員工職涯發展，企業從內到外推廣正向溝通、正面表達的氛圍，朝「員工首選企業」目標邁進。

遠傳積極落實企業社會責任，化品牌力為實際影響力：2015年以「寶衛地球 讓愛遠傳」系列活動喚起社會重視空汙問題、大力推廣綠繪本徵件和故事列車活動加強宣導環保教育、同時重視兒少議題，推動校園情緒講座及出養兒募款活動。當自然災害重創台灣社會時，遠傳與台灣站在同一陣線，無論是去年蘇迪勒颱風災，還是今年南台灣遭逢大地震摧殘，遠傳都在第一時間進入災區，透過人力、物力、財力，盡遠傳最大的力量。

展望未來，遠傳4G永續力仍是我們前進的動力，帶領團隊在永續發展的道路上不斷衝刺，我們要與所有利害關係人一同成長，以創新的應用服務提升生活品質，喚起社會溝通、傳遞正面能量的氛圍，讓企業具有影響社會、改變台灣的能力，讓「只有遠傳 沒有距離」的品牌精神，成為協助台灣向上提升的力量之一。



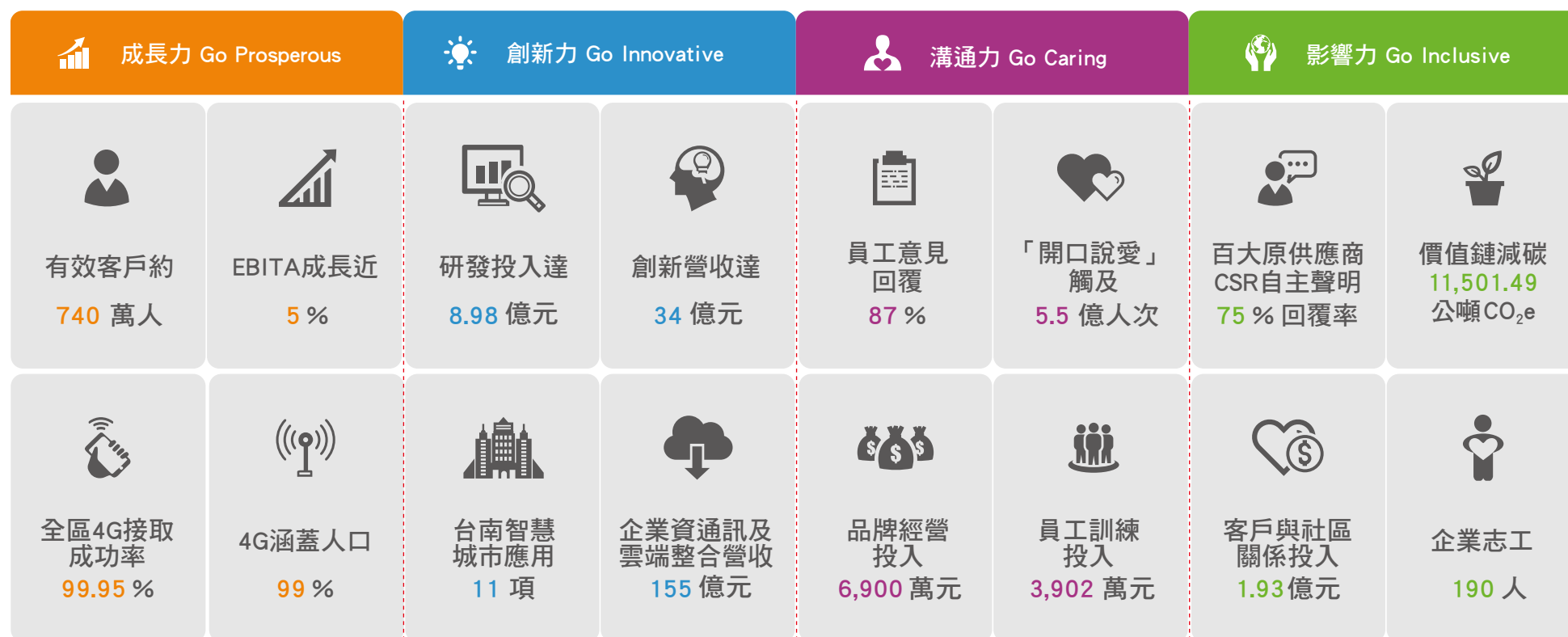
遠傳電信
總經理 李彬

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized Chinese characters '李彬'.

2015 營運概況

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，為台灣公開發行的股票上市公司，股票代號是4904，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。

2015年台灣4G業務日趨普及，遠傳積極布局，於2015年累計取得4個LTE頻段，以提供給消費者更快速、涵蓋更廣的4G網路服務。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、應用服務、跨平台數位整合及企業社會責任實踐的多元化訴求。



- 企業責任實踐回顧
- 業務發展重要里程碑



Chapter 1

▶ 營運發展策略概觀

1.1 價值創造模式

1.2 遠傳永續發展策略

1.3 遠傳永續發展目標



1 營運發展策略概觀

1.1 價值創造模式

1.1.1 遠傳商業模式

遠傳電信與子公司新世紀資通及全虹主要於台灣地區營運，提供行動通信服務、固定通信服務、網際網路接取服務、電路出租服務、行動通訊設備及配件銷售、維修服務及物流服務等七大服務。遠傳商業模式及提供之服務細分如下。



1.1.2 遠傳競爭利基

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。遠傳提供24小時全年無休的客服中心服務，消費者可透過電話、電子郵件、遠傳行動客服App尋求服務協助；鑒於行動上網普及，遠傳建置「客服即時通」服務平台，使消費者可即時隨地取得服務相關資訊。此外，我們也於客服中心設立手機體驗室，提供服務人員實機操作的機會，讓客服人員能更設身處地的瞭解消費者使用智慧裝置可能遭遇之困難，實質強化服務人員提供解決方案的專業能力，致力推動遠傳服務成為業界標竿。

亞洲第一的700/1800/2600MHz三頻服務

唯有良好的通訊品質才能給予用戶滿意的使用體驗。遠傳透過擴建基礎建設及站點、提高寬頻及網路涵蓋率，以及擴充網路容量持續優化3G/3.5G/4G的通訊品質。遠傳更於2016年3月31日正式跨入行動上網4.5G時代，成為亞洲電信市場中第一個提供700/1800/2600MHz三頻服務的業者，三頻整合可帶給消費者高達375Mbps的超快上網體驗。遠傳4G人口覆蓋率高達99%，截至2016年2月底4G用戶滲透率超過50%，稱霸業界。未來遠傳更將成為唯一擁有四頻雙技術的電信業者(700 / 1800 / 2600 MHz FDD及TDD頻段)，挑戰最快網速，

搭配創新的物聯網應用及優質的行動增值服務，扮演消費者最佳的數位生活夥伴，保持台灣電信業領先地位。

整合性智慧應用服務

全球資通訊技術的提升帶動智慧行動應用蓬勃發展，未來電信事業發展將朝「整合性」的方向邁進。遠傳積極轉型，陸續推出各種雲端應用及並推出friDay行動生活品牌，提供消費者更具整合性的服務。未來除持續整合遠東集團內各企業的資源及研發技術，亦將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。

深化品牌的社會影響力

遠傳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。遠傳觀察到在東方保守文化下，民眾情感表達較含蓄，自2013年底推出橫跨三年的「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，再創溝通價值。

遠傳 4.5G
完整服務



1.2 遠傳永續發展策略

永續發展對遠傳的重要性

永續發展代表企業對未來的重要承諾，遠傳要為社會、股東、員工、客戶及環境創造新價值，唯有在公司成長、生態環境、社會責任三個層面皆能平衡的原則下，公司的商業模式才能在外在環境不斷改變下長遠發展。

為明確落實永續管理方針，遠傳自 2015 年起確立成長力（Go Prosperous）、創新力（Go Innovative）、溝通力（Go Caring）及影響力（Go Inclusive）四大策略主軸，將企業永續發展策略與核心營運策略結合，以因應國際永續發展趨勢及關鍵企業永續風險，制訂公司永續發展短中長期目標，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數位生活夥伴；並訂定「企業社會責任實務守則」，積極實踐企業社會責任。

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創新能量，遠傳將無限大的概念呈現在這兩個構面上，呈現相輔相成的關係；另一方面，對客戶貼心的服務與品牌形象的塑造，關鍵在遠傳對溝通力的重視，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，也是支撐我們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，盤點六大資本效益，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。



○ 遠傳永續發展主軸

□ 因應之聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)

六大資本



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。



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。



人力資本



人才培育對遠傳至關重要，因為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能掌握產業未來趨勢之優秀人才，並著重於人才的潛能開發。



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，目前主要透過品牌廣宣、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。



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。

遠傳邁向永續發展的關聯性

財務資本

合併總收入約972.93億元

製造資本

電信網路基礎設備投入約99.6億元
增設24家直營/加盟門市

智慧資本

研發投入約8.98億元

人力資本

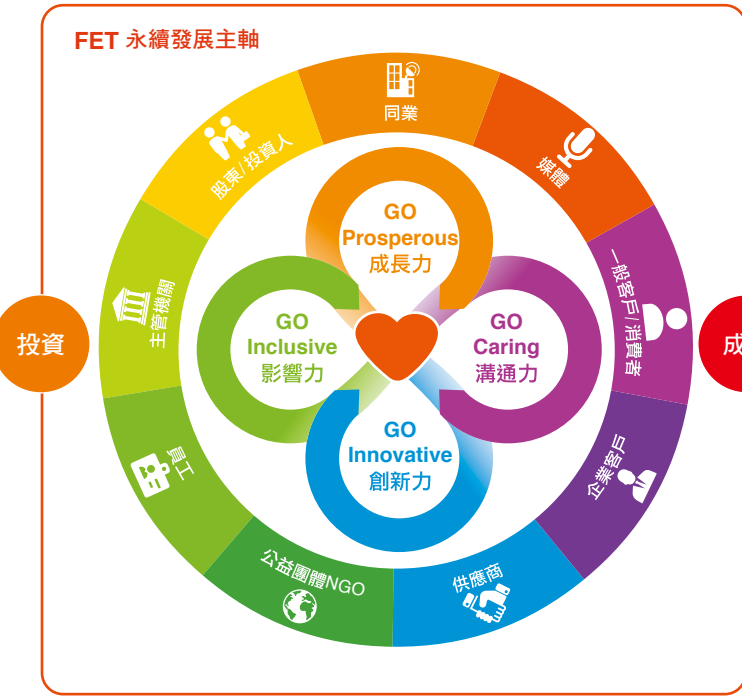
員工福利與教育訓練投入約70.7億元

社會資本

經營客戶與社區關係投入約1.93億元
品牌經營投入約6,900萬元

自然資本

降低環境衝擊投入約1.15億元
綠色採購約8.75億元



財務資本

分配約122億元現金股利

製造資本

4G涵蓋率99%
4G接取成功率99.95%以上
亞洲第一提供700/1800/2600MHz三頻服務的
電信業者

智慧資本

創新營收約34億
企業資通訊及雲端整合服務營收約155億元

人力資本

每位員工平均年受訓時數達59小時
員工新進率31.29%
正式成立ICT團隊

社會資本



4G用戶數市佔率27%，業界第二
4G月租型用戶滲透率達45%，領先同業
品牌喜好度業界第二名

自然資本

預估減碳成效達11,501.49公噸

1.3 遠傳永續發展目標

為落實環境、社會、治理面向的永續發展策略，遠傳針對「成長力 (Go Prosperous)」、「創新力 (Go Innovative)」、「溝通力 (Go Caring)」及「影響力 (Go Inclusive)」四大策略主軸訂定十大目標，並由此十大目標進一步展開，研擬年度目標及行動方案。2015 年設定之目標、達成實績及 2016 年目標彙整如下。遠傳永續治理及追蹤 4G 永續發展策略落實情形之管理機制，請詳 4.2「企業永續治理」。

4G永續發展策略	中長期十大目標	2015年目標	2015年達成狀況	2016年目標
 <p>Go Prosperous 成長力</p>	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	<ul style="list-style-type: none"> 4G用戶數目標300萬，持續提升滲透率及ARPU 在TDD及FDD技術上擁有最完整的4G頻段 	<ul style="list-style-type: none"> 2015年4G用戶總數311萬戶 4G月租型用戶滲透率達45%，領先同業 月租型用戶ARPU增長3%，同業居冠 2.6GHz競標中，成功取得D3頻段40MHz及D6頻段25MHz，加上目前遠傳20MHz的L700的及40MHz的L1800，共擁有125MHz 	<ul style="list-style-type: none"> 4G月租型用戶滲透率目標63%，以新客戶及續約用戶為主 善用取得之4G頻段，透過3頻(700MHz/1800MHz/2600MHz)載波聚合技術，提升傳輸速度
	邁向企業永續治理，成為國際投資人眼中的永續型企業	<ul style="list-style-type: none"> CSR委員會組織改組，與經營管理會議整合並設立明確永續發展策略及對應之KPIs 	<ul style="list-style-type: none"> 建立4G永續發展主軸，各組別由經營管理團隊主管擔任召集人，CSR委員會會議與經營管理會議整合，提升討論效率與層級 各組別明確設立2015及2016年度KPIs 	<ul style="list-style-type: none"> 導入國際標竿評估工具及研擬因應對策，檢視企業永續發展相關績效
 <p>Go Innovative 創新力</p>	推動企業轉型，以因應科技變革與產業趨勢	<ul style="list-style-type: none"> 積極招募新領域人才(ICT/Internet/大數據/智慧家庭)，提升新領域營收佔比 	<ul style="list-style-type: none"> 2015新領域人才招聘聚焦ICT新產品開發人才，正式成立ICT團隊，針對運輸、零售、醫療、製造、金融五大產業與政府，提供創新IoT解決方案 企業資通訊及雲端整合服務營收達155億元，其中ICT營收即成長32%，佔企客營收近10% 	<ul style="list-style-type: none"> 2016年外部招募30歲以下人員目標佔部門人數3%以上 持續發展智慧方案，營收預估成長66%，佔企客營收15%
	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)	<ul style="list-style-type: none"> 整合並建立智慧生活品牌與服務平台 發展以使用者為中心的數位內容與服務(影音/娛樂/家庭監控與自動化/健康照護) 結合行動支付建構行動商務平台 推出智慧家庭產品與服務 	<ul style="list-style-type: none"> 整合friDay數位品牌，推出線上影音串流、手機娛樂、遊戲直播、雲端電子書、O2O購物等服務平台 透過消費者行為大數據推出影音娛樂內容推薦機制 進行App付費行為分析及電信用戶的數位內容使用行為關聯性分析 持續開發行動電子錢包，整合行動支付、電子票證及會員管理 規劃智慧家庭產品與服務 	<ul style="list-style-type: none"> 整合智慧生活產品與服務，完整滿足客戶需求，以擴大客戶群及增加黏著度 發揮整合性大數據分析以充分了解客戶需求及使用習慣
智慧商務：提供高價值的資通訊整合服務，提高企業市場市佔率	<ul style="list-style-type: none"> 加速ICT組織到位 建立企業自行開發解決方案能力 持續開發企業解決方案 	<ul style="list-style-type: none"> 提供企業行動開發應用PaaS平台，透過APIs串接內部應用服務 EMMA完成與外部應用軟體/系統串接 (Robot、Wechat) 規劃IoT平台、開發車聯網應用、eTag停車場系統開發、智慧巡檢產品化 	<ul style="list-style-type: none"> 轉型ICT組織，培養專案運作模式及管理流程再造，達到ICT相關產品及服務70%以上的年成長率。與外界合作或整併，進一步擴大規模、能力及營收 企業解決方案升級 EMMA客製化應用 多重支付系統整合 API置入及大數據整合分析 	

4G永續發展策略	中長期十大目標	2015年目標	2015年達成狀況	2016年目標
 <p>Go Innovative 創新力</p>	<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> 積極參與公部門及公協會規劃制定與先導計畫 執行 4G智慧城市計畫並建立Smart City Solution能力與實績 	<ul style="list-style-type: none"> 於2016智慧城市展展示Smart City Solution 啟動台南4G智慧城市旗艦計畫，重點績效含： <ul style="list-style-type: none"> > 50個4G/WiFi智慧站牌 > 登革熱防疫監控平台，視覺化大數據分析 > 行動管理網路基礎建設 > 10座抽水站建置、水文即時影像監控平台 > 建置雲端健康測量站 	<ul style="list-style-type: none"> 完成第一個單一城市IoT & Big Data成功案例，複製相關經驗到其他地方政府 評估並逐步擴大各計畫規模，與集團外機構展開合作 結合作夥伴，建立遠傳智慧城市聯盟團隊 建置遠東智慧物流管理平台
 <p>Go Caring 溝通力</p>	<p>創造差異化的品牌形象，落實與利害關係人溝通與合作</p>	<ul style="list-style-type: none"> 強化品牌形象經營，品牌喜好度達業界前三名 「開口說愛」系列廣告追蹤指標優於產業平均 	<ul style="list-style-type: none"> 行動業者喜愛程度第三名 第二波廣告「因為愛，每句話要好好說」，正面的品牌形象廣告指標顯著高於產業平均 	<ul style="list-style-type: none"> 行動業者喜愛程度第二名 形象好的品牌業界第二名 第三波廣告「用鼓勵讓台灣聽見愛」追蹤指標優於產業平均
	<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> 客服滿意度86% 公文申訴量為三大電信業最低 通路服務數位化及虛擬化 	<ul style="list-style-type: none"> 客服滿意度達88.9% 公文申訴量較2014年減少25%，為三大電信業最低 20%直營門市導入數位化服務(含互動多媒體、虛擬商品陳列、穿戴式設備專區及O2O營運模式建立) 擴大虛擬通路自助化服務項目及佔比： <ul style="list-style-type: none"> > 行動客服App自助服務項目率達46% > 自助服務佔所有通路服務量36% 	<ul style="list-style-type: none"> 客服滿意度91% 公文申訴量為三大電信業最低 完成30%直營門市數位化 擴大虛擬通路自助化服務項目及佔比： <ul style="list-style-type: none"> > 行動客服 App自助服務項目率達 55% > 自助服務佔所有通路服務量40%
 <p>Go Inclusive 影響力</p>	<p>建立明確的氣候變遷因應策略，以及再生能源使用目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> 評估導入ISO 14064-1溫室氣體管理 評估增加再生能源使用量 	<ul style="list-style-type: none"> 確立ISO 14064-1溫室氣體管理邊界(遠傳電信/新世紀資通/和宇寬頻)及盤查範疇(範疇1及範疇2) ISO 50001減碳績效：內湖總部EUI實際達成降低1.1%、PUE實際達成降低0.44% 自願認購10萬度綠電 	<ul style="list-style-type: none"> 導入ISO 14064-1溫室氣體盤查作業並進行教育訓練，通過ISO 14064-1溫室氣體管理認證 評估導入ISO-14001環境管理 自願認購綠電10萬度 ISO 50001內湖總部EUI目標降低0.24%、PUE目標降低0.775%
	<p>整合產業價值鏈，促進資通訊產業共同邁向永續發展</p>	<ul style="list-style-type: none"> 要求100%新供應商提出CSR自主聲明 要求70%遠傳百大原供應商提出CSR自主聲明 	<ul style="list-style-type: none"> 新供應商100%完成簽署CSR自主聲明 75%遠傳百大原供應商完成簽署CSR自主聲明 	<ul style="list-style-type: none"> 要求80%遠傳百大原供應商提出CSR自主聲明 自主執行供應鏈稽查 執行綠色採購專案

Chapter 2

▶ 營運環境分析

2.1 外部環境分析

2.2 利害關係人議合與重大性分析



2 營運環境分析

2.1 外部環境分析

台灣經濟研究院產業調查報告指出，2015 年台灣電信產業在固網及行動語音服務營收持續呈現衰退，且年底 2500MHz 及 2600MHz 頻段競標增加電信業成本支出；然由於企業及消費者對高速上網需求提升，光纖網路及行動上網增值服務營收持續成長，電信業總產值仍維持微幅成長。2016 年預期 4G 及光纖網路服務更趨普及，持續帶動租戶數量大幅成長，成為電信產業重要成長動能；相對增值服務營收比重亦將持續攀升。此外，電信業者將持續面臨 4G 建設成本壓力，另受到資費競爭及智慧型手機和即時通訊軟硬體替代效應衝擊，固網與語音服務將會持續衰退。

2.1.1 產業現況與發展

個人行動通信方面，由於相關法令及政策逐步開放，台灣電信產業經營環境朝自由化與競爭化方向邁進。截至 2015 年 12 月底，國內各家行動業者總計擁有行動電話用戶數已達 2,937 萬戶，門號普及率達 125%。

隨著新興技術光纖上網 (FTTx) 興起，FTTx 將取代 ADSL 成為新一代主流技術。由於 FTTx 可以提供比 ADSL 更高頻寬且更穩定的速率，業者紛紛推出高速 100-300M 下載速率的服務，預料因應光纖世代的應用增值服務將是網際網路服務提供商 (ISP) 在寬頻固網發展的重心。此外，智

慧型手機及平板電腦等行動裝置日漸普及，消費者無線上網需求日漸升高，目前台灣業者提供 3.5G HSPA 服務及 4G LTE 服務，以滿足客戶行動上網需求。



4G 將為發展主流，無線數據將是成長的動力

企業行動通信方面，受先進國家復甦步伐減緩，新興開發中國家成長下滑影響，全球經濟成長不如預期，迫使企業投資更趨謹慎，使得企業行動通信市場的經營更具挑戰。近 2 年智慧型行動裝置 (手機、平板電腦) 銷售快速成長，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，為電信業者帶來嶄新契機。

國內電信業者於 2014 年年中相繼推出 4G LTE 服務，伴隨持續成長的智慧終端裝置普及率，面對無論個人或企業行動通信服務，遠傳將持續投資於用戶貢獻度 (ARPU) 較高的 4G 服務及增值服務，以掌握創造價值之趨勢。



實踐行動創新，成為消費者數位生活的最佳夥伴

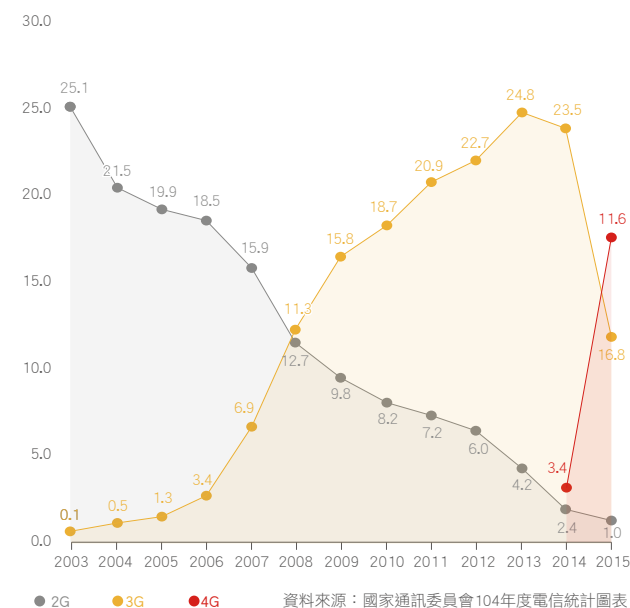
截至 2015 年底，台灣 3G 行動電話總用戶數為 1,678 萬戶，較前一年度減少 28.4；而 4G 行動電話用戶數已達 1,157 萬戶，較前一年度增加 235.4%，4G 已成為市場主流。在 4G 服務展開後，遠傳必須持續積極增加頻寬，提升 4G 服

務覆蓋率，以提供消費者無所不在的服務，帶動數據營收成長。

隨著台灣 4G 網路日臻成熟，用戶無論是在工作、購物或是休閒娛樂等日常生活，都愈來愈仰賴高效率的生活型態。持續提高通訊品質及訊號覆蓋率已不足以提升用戶數，遠傳必須提供更多創新的行動增值服務，以成為消費者數位生活的最佳夥伴。

行動用戶數之成長趨勢

單位：百萬戶



相關法規發展趨勢

台灣電信產業市場持續受到政府法規及政策規劃之影響，2015 年截至年報刊印日止，遠傳關注之國內外重要政策及法律變動如下：

匯流法之修訂

國家通訊傳播委員會（以下稱 NCC）已於 2015 年第四季陸續公告匯流管制框架與五部「匯流法」草案，包括「電子通訊傳播法」、「無線廣播電視事業與頻道事業管理條例」、「有線多頻道平臺服務管理條例」、「電信事業法」及「電信基礎設施與資源管理法」等，並於 2016 年二月送行政院審定。此法案係將傳統通訊傳播產業的垂直監理模式轉化為層級化的管制架構，旨在提升業者經營效率並鼓勵競爭，通過後將對產業有重大影響，故遠傳持續密切關注匯流五法之修訂進度。

「行動寬頻業務」2600MHz 釋照

NCC 於 2015 年 7 月公告釋出 2600 MHz 頻段 190 MHz 頻寬相關競價作業，遠傳以新台幣 91 億 3 千萬元標得上下行頻寬共計 65 MHz 無線電頻率，執照期限自核發執照日起至民國 2033 年 12 月 31 日止。遠傳利用此頻譜做為都會區增加數據傳輸容量頻段（Capacity Band）使用，提供用戶更完整、更高速之行動寬頻網路服務。

產業技術發展趨勢

全球 4G LTE 用戶快速成長，是未來 10 年行動通訊技術主

流，而近年來寬頻基礎建設和無線行動寬頻的高傳輸速率特性帶動各式應用服務，其中高品質解析視訊應用，最具潛力和規模發展的利基；包括企業內部與跨國視訊、遠距離健康照護、多媒體影音分享等應用服務，將為電信產業帶來新的成長動能。

另一方面，BYOD（Bring Your Own Device）浪潮已襲捲全球，根據市場研究機構 Ovum 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。此外，行動裝置管理、應用軟體管理、企業資訊管理及行動安全之應用與發展受到企業普遍關注，包括企業用戶的 App 視訊會議行動化通訊應用、行動網路與固定網路的整合，以及行動通信增值應用的發展將更顯重要。

近來物聯網也進入快速發展期，甚至發展到由人、流程、資料和裝置交匯的萬物聯網（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；另外，也有愈來愈多的應用結合大數據，發展出更多智慧應用，甚至是近來備受矚目的智慧機器人，也帶來行動連線需求及在各產業領域的商機；這些新興科技的發展，預期將為電信業帶來更多機會。因應以上產業技術趨勢，遠傳未來將致力於行動與雲端技術、巨量資料、物聯網的結合發展，依產業特性，提供企業客戶更多的整合運用服務方案，以滿足客戶無所不在、移動性及即時性的需求，有助於企業競爭力的提升。

整體產業之不利因素

號碼可攜服務實施後，業者為爭取門號競爭趨於激烈

國內消費者對門號需求已達到高峰，2005 年 11 月實施號碼可攜服務後，各業者為爭取更多門號數紛紛對下游業者提高佣金及手機補貼或競相實施「網內外同價」費率，此等價格競爭不但壓縮了系統業者獲利空間，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

NCC 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，積極以低價搶佔寬頻網路市場，亦為公司寬頻事業發展威脅之一。

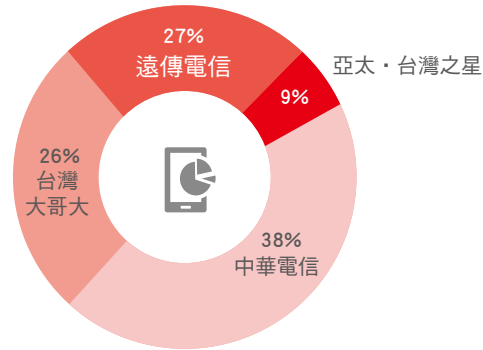
2.1.2 市場競爭情形

遠傳電信

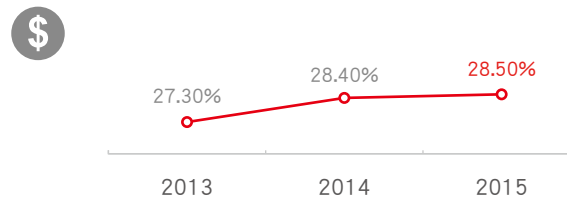
由於電信產業需要投入龐大資金建置基地台及相關硬體設施，擴大用戶數成為是否達到經濟規模之重要指標。台灣電信市場已為遠傳電信、中華電信與台灣大哥大三強鼎立的局面，彼此提供的服務內容相似度高，包含一般通話業務上大多設計多種資費組合方案，藉以滿足不同使用量之族群，計費基礎亦多採以秒計費，付費系統也分為月租型及預付型兩種通話費率；增值服務方面主要有行動訊息服務（文字簡訊及多媒體簡訊）、行動網際網路（各項資訊瀏覽、智慧型手機應用程式及多媒體影音下載）及行動交易服務（行動銀行及小額付費）。由於各家業者提供服務之內容大同小異，故多在廣告促銷、費率方案及手機促銷上建立品牌忠誠度，確立市場區隔，以提高用戶數及用戶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

遠傳電信較同業早投入增值服務的開發與推展；除持續在數位內容、行動應用及行動支付與商務的領域中投入更多創新元素，更在數位內容上提供策展形式的增值服務。遠傳強調提供讓用戶可更簡單、直覺地使用的數位應用服務，並積極將更多優惠、更洞悉消費者需求的服務內容實踐於行動支付與行動商務服務規劃。遠傳 2015 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佔率的成長。

2015年市場佔有率：4G用戶數



遠傳行動電信服務營收市場佔有率



新世紀資通

固網線路最後一哩之鋪設仍存在許多困難，3 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 5.72%，中華電信仍高居 94.28%。未來市佔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。

針對家用寬頻市場（包含 ADSL、光纖和 Cable Modem），2015 年底中華電信（Hinet）寬頻客戶數約佔 67%、新世紀

資通約佔 3%。若不含 Cable Modem，中華電信（Hinet）寬頻客戶數約佔 84%、新世紀資通約佔 2.6%。

全虹

因應遠傳整合行銷通路策略，陸續將全虹門市將轉型為遠傳加盟店，全虹截至 2015 年底門市店家數約 42 家（含直營門市及全虹所屬的遠傳加盟店），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。



2.1.3 關鍵企業永續風險

遠傳深切了解公司營運與經濟趨勢、外在環境變動，以及消費和生活習慣息息相關，企業能否永續經營取決於因應關鍵永續風險的能力。我們共辨識出下列 5 個關鍵風險因子，並根據這些風險因子及潛在的衝擊與商機，擊劃相對應之營運策略，確保企業永續發展。外部環境風險與營運組織關聯性如下：

風險因子	衝擊	機會	因應對策
 <p>科技發展與數位匯流</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 消費者行為與溝通模式改變，衝擊傳統電信服務營收 · 產業重組與技術融合，改變產業生態鏈，跨產業競爭者加入戰局，詳2.1.2市場競爭情形 · 技術汰換及產品推出週期縮短，導致研發與投資成本大幅提高，成本回收不易 · 網路及數位化時代，駭客攻擊與資訊安全漏洞已成為資通訊產業重要課題 	<ul style="list-style-type: none"> · 消費者行為與溝通模式改變可開創新市場及應用商機，搭配創新技術、產品與服務，遠傳將能滿足甚至進一步創造客戶需求 · 遠傳長期在行動領域接觸消費者，累積的數據與經驗有助於更細緻了解消費者行為 · 跨產業合作與結盟讓遠傳有機會擴大市場規模，拓展新客戶及消費族群 	<ul style="list-style-type: none"> · 強化網際網路攻擊防護機制及全體員工資訊安全教育宣導 · 辨識並鎖定重點開發領域，捍衛公司領導地位，並做更精準的研發及成本管控 · 利用雲端、大數據等核心技術，積極推動跨產業技術開發、策略聯盟合作，累積創新開發經驗 · 驅動公司轉型，提升靈活度並培養創新文化 · 透過大數據分析消費者全行動生活，作為產品設計、溝通與行銷的基礎，提供以使用者為中心的產品與服務 · 掌握集團內部整合綜效，整合電信、實體零售、電商、金融等領域，創造遠傳在創新事業的未來發展利基
 <p>政策及經濟發展趨勢</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 主管機關有關頻譜競標、執照發放、費率政策、轉投資規範等法規變化直接影響營運成本 · 電信服務市場已成熟且規模固定，用戶數達飽和，成長速度趨於緩慢 	<ul style="list-style-type: none"> · 電信法規未來可能走向管制開放，如投資限制放寬與解禁，有利於電信業跨足原本受管制之行業，帶來新的跨業合作商機 · 經濟與社會趨勢變化可能產生新的經濟模式或消費群體 	<ul style="list-style-type: none"> · 密切追蹤新法案進度，積極參與主管機關政策討論會，並透過政策輿論平台加強對話溝通 · 改變競爭策略，主打產品及服務品質，以提升客戶黏著度、強化客戶留存率為目標 · 擴展多元用戶市場，如企業用戶、觀光客漫遊、網路行銷推播等

風險因子	衝擊	機會	因應對策
 <p>氣候變遷與能源稀缺</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 極端氣候加劇天災的衝擊，導致營運及服務中斷 · 維持網路、機房、基地台運轉需大量電力，能源使用及溫室氣體排放量增加潛在營運成本 · 氣候變遷相關法規可能衝擊公司營運 	<ul style="list-style-type: none"> · 有效的能源及溫室氣體管理可展現並提升遠傳永續品牌形象 · 發展節能技術有助於降低營運成本，甚至可進一步輸出能源管理經驗，創造營收 	<p>【內部節能】</p> <ul style="list-style-type: none"> · 準確預估電力需求，將電力使用量列為關鍵績效指標，進行能源監測及管理 · 提高電力設備使用效率、使用節能設備，並加速資源應用及開發 · 於電信業務推展及工程進行時考量綠色材料及科技 · 透過訓練、宣導及溝通，讓全體員工認知環保的重要與責任 <p>【外部倡議】</p> <ul style="list-style-type: none"> · 持續推動電子化服務，鼓勵消費者節能行為 · 積極拓展行動辦公室、智慧交通等業務，掌握智慧節能商機
 <p>人才招募與培育</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 台灣社會趨於高齡化、少子化，再加上退休潮影響，若無法順利雇用或留任合適人才，將形成人才缺口及技術斷層、增加訓練成本，甚至降低整體員工素質 · 人才專業必須隨著產業與科技趨勢成長，否則將衝擊公司競爭力 	<ul style="list-style-type: none"> · 人才缺口可做為公司改造重組及自我體檢的機會，遠傳可重新思考創新留才措施，以及培養內部創新能量的對策 · 新一代員工的加入可為公司創造更多可能性 	<ul style="list-style-type: none"> · 系統性、策略性地改變人力資源策略，更加聚焦於研發與創新的能量，鼓勵員工內部創業 · 強化員工培訓制度，培育領導階層及人才庫，協助員工生涯規劃 · 優化員工薪酬、福利及獎懲制度，營造人性化工作環境，提升員工認同感 · 盤點並持續改善流程，減少人力作業需求 · 產學人才培育及合作
 <p>利害關係人議合</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 網路時代社群媒體輿論傳播快速，公司不易即時回應，客訴及負面事件一旦處理不當可能嚴重影響品牌形象，客戶忠誠度維持難度提升 · 市場上可選擇業者數量及產品增加，而消費者於電信業者的選擇易受媒體資訊、同儕及親友間彼此影響 · 民眾關注電磁波議題，對基地台設置進行抗爭 	<ul style="list-style-type: none"> · 透過社群媒體，遠傳可更有效追蹤並掌握客訴資訊，進行回應與危機管理，維繫品牌形象 · 遠傳可利用大數據分析掌握市場脈動，推動更精準、更有效率的品牌行銷 	<ul style="list-style-type: none"> · 透過網路大數據分析，掌握社會重大議題，了解消費者需求，並持續關注客戶關心的網路品質及方案價格等問題。 · 持續參與申訴處理流程驗證，並定期執行客訴事件處理分析，持續改善，降低客訴機會 · 針對服務不滿意／問題未解決客戶主動進行關懷，探究發生原因並實質改善 · 定期舉行跨部門申訴議題會議，加強內部溝通並持續優化產品與流程 · 對媒體與各利害關係人清楚溝通遠傳永續發展策略目標，提升企業品牌形象

2.2 利害關係人議合與重大性分析

2.2.1 遠傳的利害關係人議合

遠傳高度重視與不同利害關係人的溝通與合作，視「溝通力 (Go Caring)」為公司永續發展策略的一環。我們依據 AA1000SES 利害關係人議合原則 (AA1000 Stakeholder Engagement Standard) 鑑別出 9 大類與營運攸關的關鍵利害關係人¹，並盤點內部溝通管道，確保我們於日常營運中確實回應利害關係人的不同訴求與期待。此外，我們亦於官方網站建立利害關係人 CSR 問卷調查及專門溝通管道，以取得更多意見回饋。各利害關係人常設之溝通管道及年度溝通績效，詳見本報告書「3.3.1 利害關係人溝通與回應」。

利害關係人	對遠傳電信的重要性	重點溝通策略與因應	關心議題
 消費者	滿足客戶需求是遠傳存在的重要使命之一，客戶的支持是遠傳永續成長的基石	透明溝通，聆聽每一位客戶的需求，提供溫度的服務，創造客戶親密感	<ul style="list-style-type: none"> · 客戶申訴處理 · 資訊安全及客戶隱私保護 · 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 · 品牌形象管理
 企業客戶	企業客戶獨特的營運及管理需求是遠傳持續檢視並創新數位服務的要素之一	維繫夥伴關係，根據企業特殊管理需求提供客製化解決方案	<ul style="list-style-type: none"> · 智慧產品與服務 · 技術研發投入與創新 · 資訊安全及客戶隱私保護 · 優質且獨特的客戶服務 · 品牌形象管理
 投資人/ 股東	投資人／股東支持著遠傳的營運，遠傳須確保持續創造可回饋於投資人／股東的價值	透明揭露遠傳發展策略及重大營運變化，維繫投資人信心	<ul style="list-style-type: none"> · 商業策略與經營績效 · 風險管理與持續營運 · 公司治理與誠信 · 品牌形象管理 · 技術研發投入與創新
 主管機關	主管機關負責監督台灣電信產業，遠傳重視主管機關對於電信產品與服務未來發展趨勢的規劃	主動因應政策趨勢，並積極參與政策制定過程	<ul style="list-style-type: none"> · 政府政策與法規變動因應 · 通訊品質與基礎建設 · 電信服務普及化 · 電磁波議題 · 技術研發與創新

¹ 遠傳 CSR 委員會於 2013 年依據利害關係人對遠傳的依賴程度、影響力、關注程度、責任，及能否提供多元觀點五個面向進行評估，經高階主管核定後確認。之後每年回顧與調整，如 2014 年將客戶再細分為企業客戶及一般消費者，以更精準回應利害關係人需求，2015 年類別與 2014 年相同。

利害關係人	對遠傳電信的重要性	重點溝通策略與因應	關心議題
 員工	人才是遠傳前進的動力，我們致力於員工技能培育及權益維護，與員工一同打造幸福企業的工作環境	提升員工向心力及認同感，培養創新的企業文化，同時貫徹雙向溝通	<ul style="list-style-type: none"> · 商業策略與經營績效 · 人才招募與留任 · 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
 供應商／承攬商／開發商	供應商／承攬商／開發商的支持與配合使遠傳得以順利提供服務與產品，是共創價值的重要合作夥伴	與供應商／承攬商維繫穩定的夥伴關係，並進行供應鏈衝擊管理；與開發商針對產品或服務共同開發創新	<ul style="list-style-type: none"> · 供應鏈管理 · 商業策略與經營績效 · 通訊品質與基礎建設 · 技術研發投入與創新
 社會公益團體／NGO	遠傳期許帶給台灣社會的正面的影響力，社會公益團體／NGO是協助遠傳回饋社會的重要平台及合作夥伴	維繫夥伴關係，共同推展社會公益計畫，創造遠傳的社會價值	<ul style="list-style-type: none"> · 社區關懷及公益投入計畫 · 電磁波議題 · 品牌形象管理 · 電信服務普及化 · 能源與溫室氣體管理
 媒體	媒體是協助遠傳檢視自我的一面鏡子，除瞭解外界觀感，遠傳期許能透過媒體進一步傳遞遠傳的正面影響力	針對重大事件或議題積極表達公司立場，透明溝通，同時建立正面企業形象	<ul style="list-style-type: none"> · 商業策略與經營績效 · 資費透明化溝通 · 通訊品質與基礎建設 · 技術研發投入與創新 · 電磁波議題
 同業	同業扮演著砥礪遠傳持續進步的重要角色，遠傳期許與同業一同驅動產業發展，開創產業價值	維持競合關係，針對重大產業議題共同協商討論	<ul style="list-style-type: none"> · 商業策略與經營績效 · 資費透明化溝通 · 技術研發投入與創新 · 通訊品質與基礎建設 · 優質且獨特的客戶服務

2.2.2 利害關係人關注之重大事件及議題說明

2015年，利害關係人對於遠傳最關注的重大永續發展議題或新聞事件，包括遠傳中嘉合作案、氣候變遷及再生能源使用，以及數個客戶申訴事件。針對這些議題，遠傳回應如下：

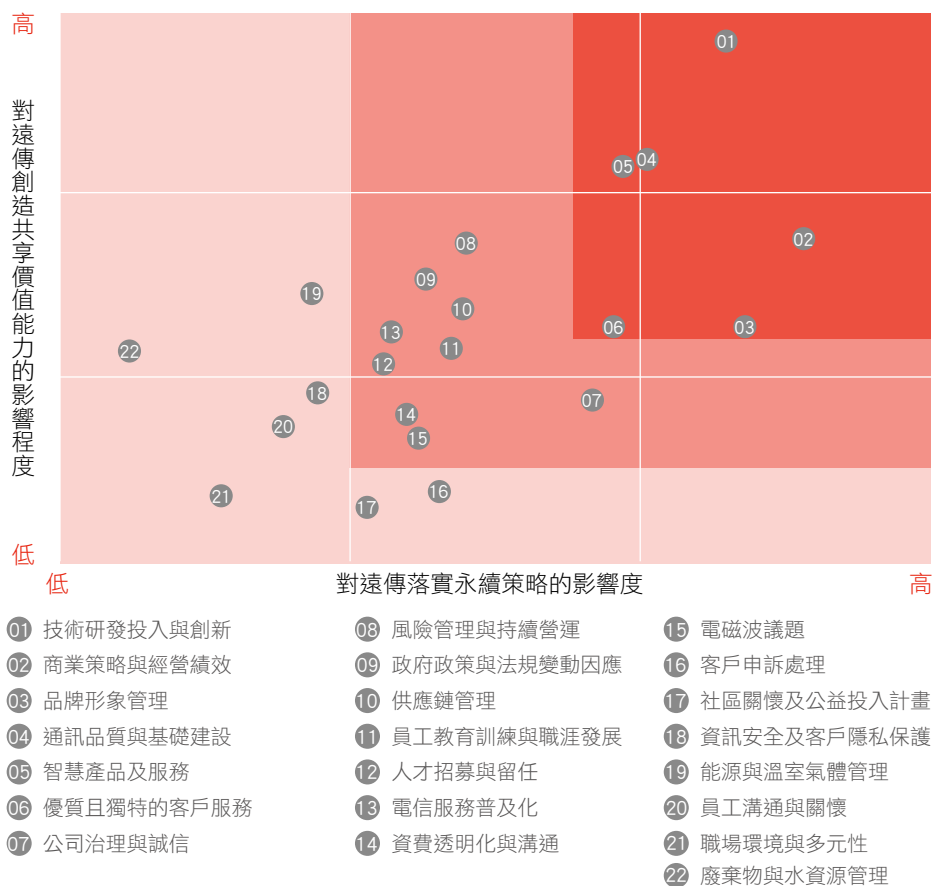
 <p>治理面</p>	<p>遠傳、中嘉合作案</p> <p>伴隨著網路興起，數位匯流時代來臨，電信、媒體、網路產業間區隔趨於模糊，引起社會對現行法令的諸多討論。為了布局有線電視，強化數位匯流版圖，遠傳自2015年7月30日宣布，過與摩根士丹利亞洲 (MSPE Asia) 策略結盟，將以不超過新台幣171.2億元債權持有方式取得與中嘉網路業務合作案，隨即引發官學界關注。遠傳認為，未來與中嘉雙方合作進軍數位匯流、智慧家庭市場，並與政府共同推動有線電視全面數位化為目標，有助產業發展；此案已通過公平會和國家通訊傳播委員會(NCC) 附負擔審議通過，且在相關法律未鬆綁前，遠傳會恪守法紀，與中嘉之間僅有債權關係，不會介入人事及經營。</p>
 <p>環境面</p>	<p>氣候變遷因應與再生能源使用</p> <p>為因應氣候變遷，遠傳自2005年即以「能源管理委員會」實質推動節能及碳管理作為。近幾年遠傳業務持續增長，加上4G網路上路後機房內設備增加，遠傳仍致力於控制相關能源使用量，並設定2014至2016年三年節能計畫，以總部機房PUE降低5%為目標；基地台為能源消耗最大宗，遠傳實施「綠色網路長期建設計畫」，2016年將持續進行112座基地台節能改造工程，同時目標80站換裝高效空調設備，每站預計減少10%用電。遠傳持續關注並積極響應政府的節能減碳政策。今年擴大再生能源與綠電使用比例，包含向台電認購綠電及增加再生能源。身為台灣ICT領導業者，遠傳將以身作則積極落實能源有效管理、提供創新與低碳服務，也呼籲更多的企業與社會大眾共同加入減緩氣候變遷的行列。</p>
 <p>社會面</p>	<p>重大客戶申訴事件</p> <p>遠傳於2016年3月10日因手機價格錯植，經網友利用社群平台散播後，造成網路訂單量激增，遠傳隨即更正價格，而針對已下單的消費者提供2000元折價券，讓消費者可以折抵購買標錯價的2款手機或其它品牌手機，也可用於折抵門號帳單或續約使用，未來手機價格將建立防呆機制，以配合政府相關規範。</p>

2.2.3 重大性分析

為更精準掌握各議題於價值創造過程中的重要性，達到有效配置公司資源、連結永續營運策略的目標，遠傳本年度開始調整重大性分析方法，除依循 GRI G4 永續性報告指南外，也參照國際整合性報導 <IR> 架構。

本年度重大性分析包含「對遠傳落實永續策略的影響程度」及「對遠傳創造共享價值能力的影響程度」兩個軸線，由遠傳企業社會責任委員會成員針對每個議題進行評估與排序，以了解議題在遠傳 4G 永續發展策略中的重要性，以及為公司及社會創造六大資本的潛力。最後，我們依據排序結果將議題進一步分類為「關鍵」、「重要」及「基本」三個等級，於報告書進行程度不等的揭露。





重大議題對遠傳的意義

與遠傳永續發展策略高度相關，同時能夠創造較高社會共享價值的「關鍵議題」，集中在商業策略、產品創新、品牌形象及優質服務等面向，在這些議題上長期耕耘，不僅是與同業形成差異化的關鍵，更能驅動社會朝向低碳、智慧、數位化轉型，改變人與人的生活及溝通模式，呼應「生活有遠傳，溝通無距離，人生更豐富」的公司願景。這些議題是本年度整合性報告書的重點，我們詳實揭露議題的策略目標、管理、績效及未來展望。

「重要議題」多為營運及管理面的重大課題，包括風險管理、法規因應、人力資源、公司治理等面向，我們於報告書中完整說明各議題管理方針、績效，以及持續進步方向。至於「基本議題」則多為日常營運基礎管理議題，於報告書中僅揭露重大管理變化及相關績效追蹤。

遠傳深切了解氣候變遷的潛在衝擊，並將此視為「風險管理與持續營運」的一環。根據全球電子永續倡議組織 (Global e-Sustainability Initiative, GeSI) 最新的 SMARTer2030 研究報告，資通訊產業為社會創造的減量潛力是自身碳排放量 10 倍之多，這也說明了為什麼「智慧產品及服務」重要性遠高於遠傳本身的「能源與溫室氣體管理」。遠傳針對「關鍵議題」與「重要議題」管理方針與績效，亦於報告書各章節中說明。

2015 關鍵議題

對遠傳的重要性

- 
技術研發投入與創新

隨著行動裝置日漸普及，資訊科技不斷推陳出新，遠傳深信唯有重視並投入技術研發，持續累積自身的創新能量及創造價值的能力，才能讓用戶體驗與同業差異化的數位服務，進而創造永續價值。
- 
通訊品質與基礎建設

優良的通訊品質是電信服務及所有相關應用服務的基礎。透過基礎建設的擴增及升級，遠傳致力於提供快速、穩定及高覆蓋率的語音及數據服務，實質優化客戶的使用經驗及感受。
- 
智慧產品與服務

用戶對於服務行動化期許越來越高，遠傳相信提供創新的智慧產品與服務，搭配優良的通訊品質，才能創造價值差異化，進而落實遠傳成為消費者數位生活的最佳夥伴的目標。
- 
商業策略與經營績效

良好的經濟績效是企業永續經營的關鍵基石，而商業策略是遠傳創造經濟與共享價值的重要指引。我們觀察國內外產業與市場趨勢，同步考量自身的競爭利基及企業願景，擬定遠傳的發展策略，並將經濟績效列為檢視策略有效性的重要指標。
- 
優質且獨特的客戶服務

客戶的信賴與滿意度是遠傳持續成長的關鍵驅動力之一，遠傳致力以多元管道提供消費者360度貼心服務，滿足消費者生活中的各式需求，提升使用經驗。
- 
品牌形象管理

利害關係人對於遠傳的認同感、信任度及忠誠度是遠傳創造價值的要素之一。我們積極管理正向的品牌形象，以期利害關係人可以更瞭解公司市場定位、核心價值及企業願景，傳遞正面影響力。

各重大性議題、邊界及對應章節說明如下。

重大性議題	議題	GRI 考量面	回應章節	對應頁數	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	
技術研發投入與創新	關鍵	TA 資源使用效率 其他考量面	3.2 創新力	36	●					●	
通訊品質與基礎建設	關鍵	EC 間接經濟衝擊 IO 投資 IO 健康與安全防護措施 IO 基礎建設	3.1.4 優良通訊品質 3.1.5 基礎建設投入	34	●					●	●
				35							
智慧產品與服務	關鍵	EC 間接經濟衝擊 TA 資源使用效率	3.2 創新力	36	●					●	●
商業策略與經營績效	關鍵	EC 經濟績效 EC 市場形象	1. 營運發展策略概觀 3.1 成長力	10	●	●			●		
				31							
優質且獨特的客戶服務	關鍵	其他考量面	3.3.3 零距離的服務	51	●	●				●	
品牌形象管理	關鍵	其他考量面	3.3.1 利害關係人溝通與回應	43	●		●	●		●	●
風險管理與持續營運	重要	EC 經濟績效	2.1.3 關鍵企業永續風險 4.4 營運風險管理	21	●		●				
				82							
政府政策與法規變動因應	重要	EN SO PR 法規遵循	2.1.1 產業現況與發展 4.5 法規遵循	18	●		●	●	●	●	●
				83							
供應鏈管理	重要	EC 採購實務 LA 職業健康與安全 EN LA HR SO 供應商評估相關考量面 IO 健康與安全防護措施	3.4.1 供應商管理	59	●	●	●	●			

重大性議題	議題	GRI 考量面	回應章節	對應頁數	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	
電信服務普及化	重要	EC 間接經濟衝擊 PA 填補數位落差	3.1.5 基礎建設投入	35	●					●	●
			3.3.3 零距離的服務	51							
員工教育訓練與職涯發展	重要	LA 訓練與教育	3.3.3 零距離的服務	51	●	●					
人才招募與留任	重要	LA 勞雇關係 LA 女男同酬	3.3.3 零距離的服務	51	●	●					
公司治理與誠信	重要	SO 反貪腐 SO 反競爭行為 SO 公共政策	4.1 公司治理架構	74	●	●					
			4.3 誠信經營	81							
資費透明化溝通	重要	PR 產品及服務標示 PR 行銷溝通	3.3.3 零距離的服務	51	●			●	●		
電磁波議題	重要	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	3.4.2 降低營運衝擊	61	●						●
能源與溫室氣體管理	基本	EN 排放 EN 能源 EN 整體情況	3.4.2 降低營運衝擊	61	●	●	●	●			
廢棄物與水資源管理	基本	EN 廢污水與廢棄物 EN 產品與服務 EN 整體情況	3.4.2 降低營運衝擊	61	●	●	●	●			●
			3.4.3 降低產品衝擊	66							
資訊安全及客戶隱私保護	基本	PR 顧客隱私	3.3.3 零距離的服務	51	●	●		●	●		

重大性議題	議題	GRI 考量面	回應章節	對應頁數	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
員工溝通與關懷	基本	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	3.3.2. 友善工作環境	46	●	●				
客戶申訴處理	基本	HR 人權實務申訴機制 SO 社會衝擊申訴機制	3.3.3 零距離的服務	51	●	●		●	●	●
職場環境與多元性	基本	LA 員工多元化與平等機會 LA 女男同酬 HR 不歧視	3.3.2. 友善工作環境	46	●	●				
社區關懷及公益投入計劃	基本	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	3.4.4 創造社會影響力	68					●	●

Chapter 3

▶ 商業策略與營運模式

3.1 成長力 Go Prosperous

3.2 創新力 Go Innovative

3.3 溝通力 Go Caring

3.4 影響力 Go Inclusive



3 商業策略與營運模式

3.1 成長力 Go Prosperous

回顧 2015 年，儘管我國電信市場飽和、國內電信業者資費競爭激烈影響，遠傳仍維持成長動能，掌握 4G、光纖寬頻及增值服務業務成長趨勢，積極掌握頻譜資源、持續整合通路、擴大業務版圖與電信服務普及和覆蓋率，展現良好經營績效。



3.1.1 營運規模擴展

遠傳 2015 年度持續在主要都會區域拓展直營店點，升級「第六代門市」，整合虛實銷售與服務。2015 年持續推出資通訊市場整合型服務，亦致力發展相關行動應用商品，積極強化第一線的優質門市服務品質，讓消費者體驗通訊產品、語音通話、寬頻數據及增值服務等創新服務。

因應智慧型通訊產品的蓬勃發展及擴大 4G 互聯網影響力，不斷提升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 年起陸續開設特色門市，如成立全台首家 Outlet 電信門市「遠傳站前暢貨中心」，2015 年度最新力作係三創生活園區內的新世代旗艦未來店，以「雲端、未來、數位、創新、體感」五大元素融合 4G 行動通訊技術，集結全螢幕服務櫃台、體感操控、浮空投影取票機、穿戴型裝置專區於一店，開拓新一代門市科技感風範。

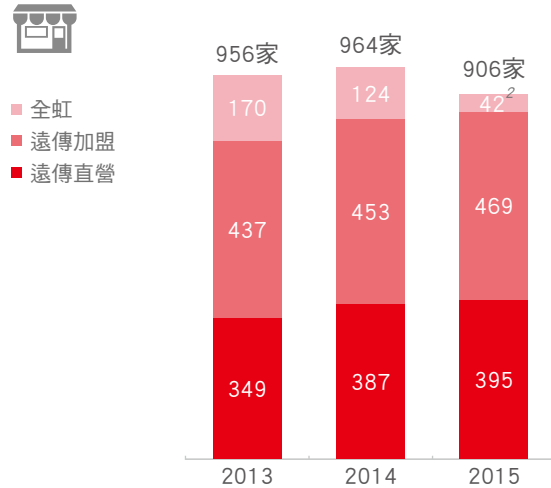
截至 2015 年底，遠傳、全虹、德誼等門市已超越 1,000 家，綿密而又完整的服務，讓大眾更處處感受遠傳的用心關懷與專業服務。

整合行銷通路

遠傳持續檢視集團內各子公司資源配置，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，以精進各行銷通路之資源分配及服務品質。2015 年間全虹門市已陸續轉型為遠傳加盟店，2016 年將全數移轉完畢；轉型後已明顯提升門市來客數及獲利，也使遠傳服務據點更為完整，帶給用戶更便利及專業的服務。

門市數量統計

單位：家數

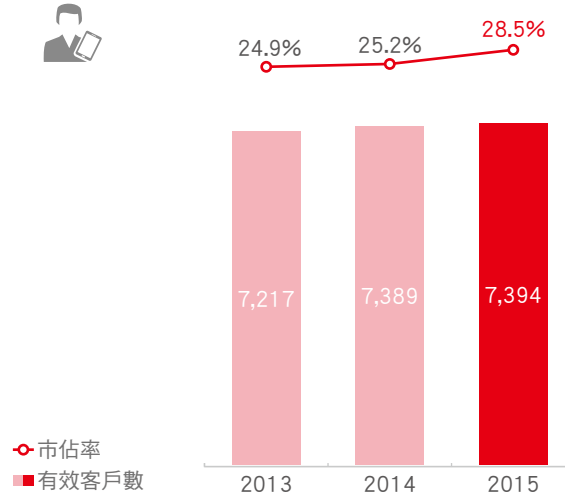


2015 年 4G 用戶數穩定成長，帶動有效客戶數上升。受 4G 新進業者低價促銷影響，三大電信業者 2015 年用戶流失率較 2014 年皆上升；其中預付卡用戶對於價格敏感度較高，受到業者間殺價競爭及上網吃到飽月租費逐年調降等因素影響，吸引部份預付卡用戶轉至月租型產品，使得整體預付卡流失率上升。預計 2016 年月租型平均客戶流失率為 1.5%，預付型為 4.2%。

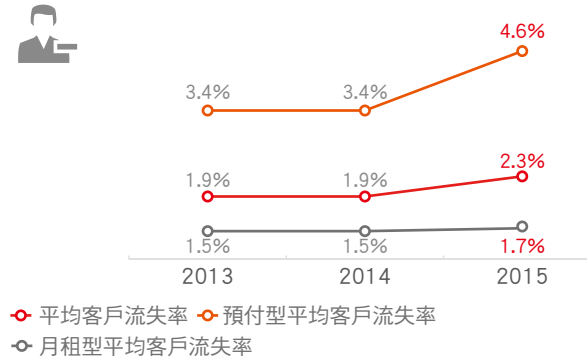
² 全虹 42 家門市包含 11 家全虹門市和 31 家全虹所屬的遠傳加盟店。

有效客戶數

單位：千人



客戶流失率

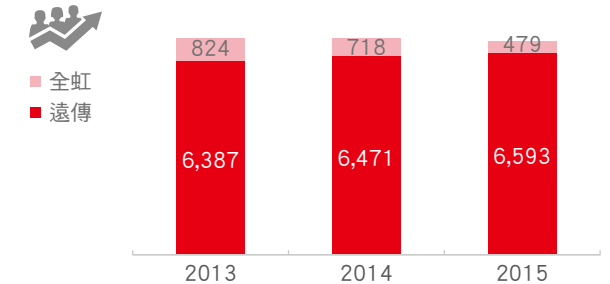


拓展新領域人才

因應遠傳推動企業轉型，發展創新事業，積極招募新領域人才，包含資通訊整合技術、網路、大數據、智慧家庭等領域年輕人才，遠傳 2015 員工人數較 2014 年成長。

員工人數

單位：人

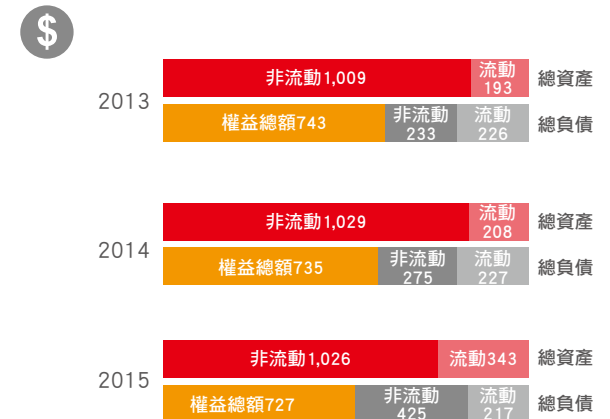


資產規模成長

2015 年流動資產及非流動負債增加，主因是遠傳電信於 2015 年 12 月透過競標取得第四代行動寬頻業務 (4G)2600MHz 頻段之特許權；為支應 2016 年年初需支付之得標金，而於年底舉借長期借款，導致 2015 年度現金及約當現金與長期借款均較去年大幅增加。

資產規模

單位：新臺幣億元



3.1.2 重大財務績效

2015 年遠傳合併營業收入達到新台幣 972.93 億元，較去年成長 3%；合併 EBITDA(未計利息、稅項、折舊及攤銷前的利益) 達新台幣 268.13 億元，較去年成長近 5%；2015 年底總市值達 2,203 億元，本年度淨利為新台幣 114.89 億元，每股盈餘 (EPS) 為新台幣 3.52 元，較 2014 年度持平，為股東創造穩定提升價值。

	2013	成長 %	2014	成長 %	2015
總收入 (億元)	896.71	5	941.76	3	972.93
本期淨利 (億元)	119.06	-3	115.78	-1	114.89
EBITA ³ (億元)	255.99	0.01	256.01	5	268.13
總市值 ⁴ (億元)	2,134	11	2,379	-7	2,203

	2013	2014	2015
ARPU ⁵ (元)	730	724	725
每股盈餘 (元)	3.63	3.52	3.52
資產報酬率 (%)	10.94	9.72	9.13
權益報酬率 (%)	16.07	15.65	15.78

³ EBITDA：未計利息、稅項、折舊及攤銷前之利益。

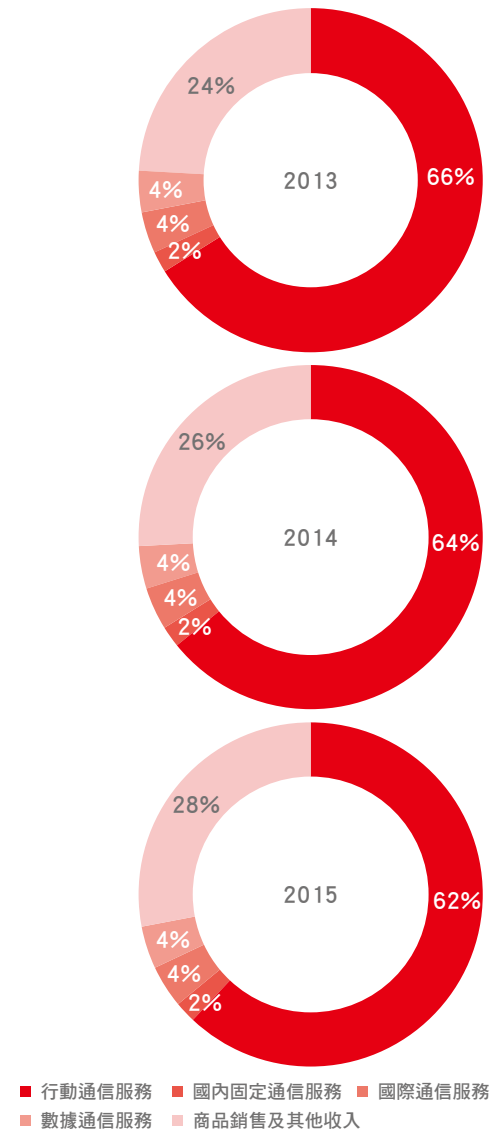
⁴ 總市值：每年底股數 × 收盤價

⁵ ARPU (average revenue per user)：客戶平均每月營收。

遠傳電信總用戶數在 2015 年持續成長，於年底達 739 萬人，除增加用戶數，遠傳亦持續拓展 4G 業務，積極將既有用戶移轉到客戶每月平均貢獻度較高之 4G 服務，4G 有效客戶數快速成長，於 2015 年底超過 300 萬，4G 用戶市佔率為業界第二名，4G 月租型用戶滲透率達 45%，領先同業。

2014 年及 2015 年總收入分別有 5% 及 3% 之成長，電信服務收入，尤其行動通信服務收入都表現出一定的成長動能；本期淨利之下降係受 4G 頻段競標費用攤提、4G 執照費、4G 建設成本，2016 年國內 4G 用戶成長規模仍將持續擴增，遠傳除將持續擴展 4G 業務，亦將掌握其加值服務於業界之領導地位，持續開發與推廣加值服務，同時提升行動通信服務及行動加值服務營收。

營業比重



3.1.3 經濟價值分配

回饋股東

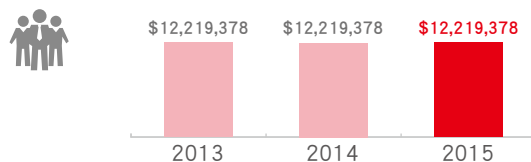
在追求持續成長的同時，遠傳與各利害關係人共享營運成果。除依法支付所得稅外，每年至少提撥稅後純益扣除彌補虧損金額、法定盈餘公積及特別盈餘公積後餘額之 50% 以供配發股利⁶。遠傳於 2016 年 2 月 17 日董事會決議 2015 年盈餘分配案，擬以 2015 年度未分配盈餘分配股東現金紅利，每股新台幣 3.174 元，並擬以超過票面金額發行股票所得溢額之資本公積分配現金，每股新台幣 0.576 元，合計每股發放新台幣 3.75 元現金。

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。員工福利、供應商、及公益投入相關說明詳請 3.3「溝通力 Go Caring」及 3.4「影響力 Go Inclusive」。

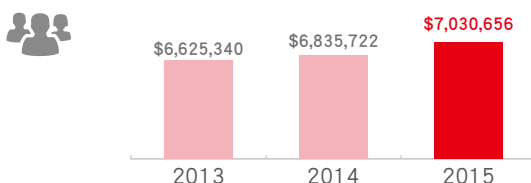
支付股東：現金股利

單位：新台幣仟元



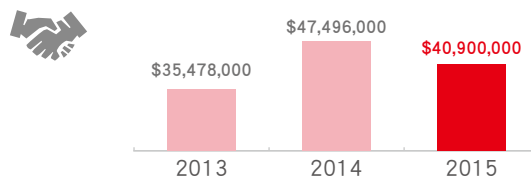
支付員工：員工福利

單位：新台幣仟元



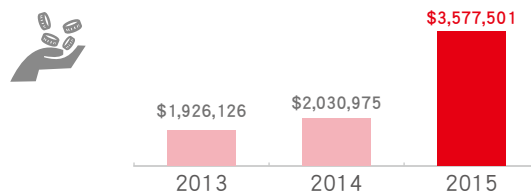
支付供應商：採購支出

單位：新台幣仟元



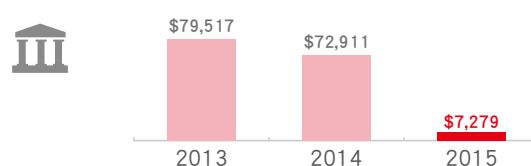
支付所得稅

單位：新台幣仟元



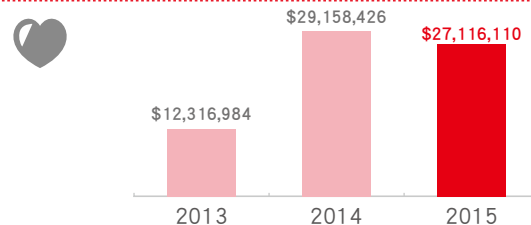
取得補助：政府補助收入⁷

單位：新台幣仟元



公益投入⁸

單位：新台幣仟元



⁶ 遠傳股利政策詳 2015 年報

⁷ 遠傳電信響應政府推動產業發展計畫，2015 年政府補助收入主要係來自經濟部工業局 4G 智慧寬頻應用城市專案、數位閱讀 (eBook) 及載具應用服務專案及行政院新聞局流行音樂跨界產品及商務模式服務製作與開發專案。

⁸ 公益投入為當年度公益專案投入金額、公益專案募款金額及現金捐贈之加總，並已確認扣除重複之項目，以避免重複計算。

3.1.4 優良通訊品質

通訊品質是電信服務及所有相關應用服務的基礎；無論是語音、無線或是數據服務，遠傳皆致力於不斷提升網路穩定度及收訊品質，以實質優化客戶的使用經驗及感受。

語音服務

除追蹤客戶抱怨之收訊問題區域，遠傳定期且不間斷地進行全區實際道路測試，以分析無線信號強度與信號品質雜訊比分布，對於弱訊區域進行天線饋線工程檢查、天線覆蓋調整及無線參數調整與優化，以改善問題區域收訊品質。遠傳 4G 全區語音服務斷話比例 (DCR, dropped-call rate) 穩定維持於 0.25%。

無線服務

隨著 4G 服務快速成長，用戶對於數據服務傳輸速率需求與依賴與日俱增，遠傳於 2015 年度持續佈建各區 4G 站台，包括鄉村地區、風景區、都會區，使其漸趨達到與 3G 網路覆蓋範圍一致的基礎。另一方面，遠傳亦致力優化延伸室內訊號涵蓋範圍及擴充都會區容量，改善訊號擁塞，全面提升 4G 無線服務接取速度、容量與成功率。遠傳目前全區 4G 接取成功率已穩定達到 99.95% 以上之效能水準。

針對 3G 服務，遠傳於 2015 年除持續改善 3G 網路並解決抗爭無信號區域，同時完成第二、第三載頻擴容，成功增

加數據服務容量及速度(如42Mbps)。遠傳目前全區 3G 語音與封包接取成功率已穩定達到 99.5% 以上之效能水準。

改善 3G 及 4G 網路服務通訊品質期間，遠傳網路工程部門不間斷地進行網路參數優化調整、軟體升版與新功能啟用，牽涉領域自基站、傳輸、核心網路乃至無線網路優化。未來遠傳將致力於持續提升 3G 及 4G 服務通訊品質。

數據服務

遠傳於 2015 年 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，提供行動用戶最高速之 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，可提供第一層深廣之 4G 基底涵蓋網路，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 (CA, Carrier Aggregation) 功能，將能充分利用所有頻譜資源，提供 20MHz 合併頻寬，傳輸速率最高可達 150Mbps。

遠傳於 2015 年亦持續進行 3G 及 4G 站台新功能評估、驗證和功能開啟及重要軟體升版。2015 年共有 10 項以上新功能開啟，對於用戶數據傳輸速率提升有顯著的效益產生。

2015 年國家通訊傳播委員會 (NCC) 委託財團法人電信技

術中心 (TTC) 執行消費者端量測各電信業者各縣市 3G 上網速率調查顯示，遠傳在全國 22 縣市排名中下載速率共計奪下 8 縣市第一名，上傳速率勇奪所有縣市冠軍，展現遠傳積極提升數據傳輸速率之成效。

善用頻譜資源

頻譜為行動通訊業者的重要資源，遠傳於 2015 年 12 月 7 日取得 65MHz 新頻譜 (2600MHz FDD20+20MHz 及 2600MHz TDD 25MHz)，至今已累計取得 4 個 LTE 頻段 (700MHz, 1800MHz, 2600MHz FDD/TDD)，未來可提供用戶體驗 4G LTE 傳輸速率最快達 375Mbps 之上網下載極速。遠傳規劃將利用新標得 2600MHz 頻段之高頻大頻寬的特性，擴充都會區熱點容量，以全面提升客戶上網體驗。

為因應用戶數據使用量成長，遠傳引進小型基地站等創新網路佈建策略，更貼近加強用戶訊號品質，未來將積極爭取與國際接軌的頻譜，高低頻搭配小型基地站的網路架構可為未來 5G 鋪路，實現大頻寬與優良體驗的行動寬頻網路。

2016 年遠傳將持續建設新標得之 4G 2600MHz 頻段，完成相關建設後，遠傳 3G 及 4G 通訊品質將會有飛躍性的提升，用戶更滿意的使用經驗與感受，全力朝向台灣電信業品質 No.1 的標竿邁進。

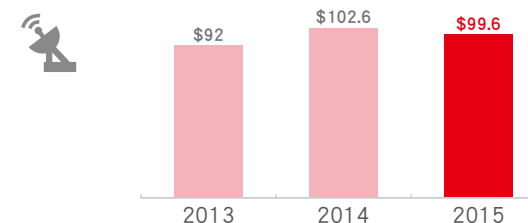
3.1.5 基礎建設投入

電信網路基礎設備投資

電信服務之本質，在於透過資通訊技術，讓生活變得更快捷、便利，縮短人與人之間的距離，遠傳積極投入基礎資通訊設施的建設與維護，確保通訊品質不因天然災害及城鄉差異而有所不同。

電信網路基礎設備投資

單位：新台幣億元

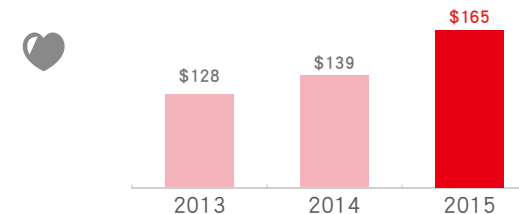


偏遠地區投入

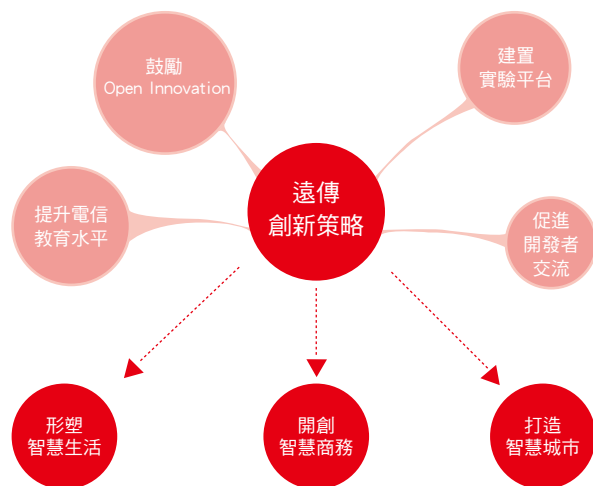
遠傳目前 4G 網路已涵蓋全台人口達 99%，訊號遍及全台 367 個鄉鎮。遠傳積極配合國家通訊傳播委員會之電信普及服務管理辦法，每年度持續增加「電信服務普及」投入金額，致力將偏遠地區數據通信接取速率提升至都會區寬頻水準。

偏遠地區投入

單位：新台幣百萬元



3.2 創新力 Go Innovative



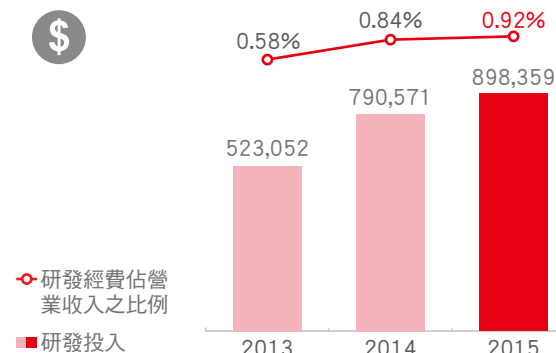
隨著行動裝置日漸普及，一般消費者及企業用戶對服務行動化期許也越來越高，而遠傳也認知創新力是創造經濟與共享價值的關鍵基石。為營造最佳消費體驗並持續提升消費者滿意度，遠傳以「成為消費者數位生活最佳夥伴」及一次到位 (one-stop) 資通訊整合方案 (ICT integration solutions) 提供者為目標，透過不斷創新與同業差異化，創造永續品牌價值。

為儲備創新能量、累積創造資產，遠傳持續投入研發，2015 年研發投入經費較前一年度增加 14%。因應通訊產業發展趨勢，遠傳產品與服務研發投入五大重點面向為：

- 加值服務：因應 4G 行動寬頻業務日趨普及、智慧終端裝置功能更趨完備，遠傳將加強開發相關之加值服務，優化企業及一般用戶通訊體驗，提高客戶品牌忠誠度。
- 物聯網 IoT：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；遠傳已成立 ICT 團隊，鎖定運輸、零售、醫療、製造、金融五大產業，將持續投資並與政府合作，開發創新的 IoT 解決方案，建立物聯網生態系。
- 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。
- 網路功能虛擬化：近年通訊服務類型越來越多樣化，其所需要的網路資源亦隨著服務特性而有所不同，有的服務需要較大的傳輸吞吐量，有的服務則是同時間產生大量的連線。面對瞬息萬變的市場競爭，遠傳將著手於導入網路功能虛擬化技術，讓現有網路資源可更彈性支援多元化的服務。
- 行動網路與固定網路融合：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，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。

研發投入統計

單位：新台幣仟元



除定期檢視研發重點、積極開發品牌創新產品與服務外，遠傳致力於構築一個鼓勵創新的環境，促使更多內外部專業人才及合作夥伴一同參與創新研發過程，有效擴大創新資源，創造更多雙贏的合作機會。

提升電信教育水平

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。遠傳於 1999 年 2 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「遠傳電訊教育中心」，提供最新設備與技術，結合業界實務與經驗，培育專業通訊人才，協助台灣通信資訊相關技術的研究與發展。

遠傳電訊教育中心提供多元化學習環境，包含線上課程服務 (e-Campus 數位學習中心) 與實體課程服務，並著重產業客製化需求，發展完整訓練規劃服務。目前提供課程的對象以遠東集團員工為主，以提升集團整體電信實力為優先目標。2015 年度完成 42 堂實體訓練課程及 2 梯次部門新進人員訓練，參與人次分別達 2,038 人及 176 人；另外，針對新通訊技術與發展趨勢，2015 年共舉辦 4 次研討會，探討如 VoLTE、SDN、LTE-A toward 5G 及電信 IP 網路發展趨勢，報名參加人數達 234 人。

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，及教育部「偏鄉數位關懷推動計畫」；遠傳未來規劃將 e-Campus 數位學習中心服務進一步開放遠東集團員工外之一般會員，以全面推廣通訊教育。

鼓勵 Open Innovation

遠傳積極推動開放創新 (Open Innovation)，除藉由為企業打造的專屬即時通訊軟體 EMMA 所提供的 API 軟體介面功

能，鼓勵企業提供創新應用想法，共同開發創新應用內容外，2015 年更積極利用公司內部場所，作為創新服務實驗應用場域。2015 年度創新案例包括：結合公司內部停車場發展 eTag 停車應用；配合公司內部餐廳發展人臉辨識、互動廣告、行銷推播、人流統計等智慧商店應用等。遠傳期望未來將這些內部創新應用發展推廣至外部企業，引領產業創新，協助提升企業及整體產業競爭力，帶來更大的商機。

建置實驗平台

遠傳是台灣市場唯一擁有整合 GSM、WCDMA、LTE 及固網技術之多網實驗網路的電信營運商，除透過完整獨立的實驗網路及整合測試環境，進行新設備服務導入及軟硬體升級擴充正式上線商轉前的功能驗證外，並可作為國內通訊產業設備製造商、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。

2015 年度遠傳於實驗平台共計完成超過 200 件內部測試案件，測試範圍包含終端、後端交換網路乃至於服務系統；重要測試計畫包括核心網路與基站設備軟硬體升版、3CC 載波聚合、公眾防災預警系統 (PWS)、多家廠商 Smallcell 產品評估以及新手機功能驗證等。

遠傳實驗平台更多次擔任國內外貴賓參訪及國際級電信展覽之會場展示平台，如於 2015 年兩岸通訊搭橋大會中，完成 VoLTE，TDD/FDD-LTE 2CC CA，TDD-LTE 3CC CA 共

3 項展示，協助遠傳成為國內 LTE 技術發展的領先業者。

促進開發者交流

遠傳連續 6 年舉辦「開發者大會」，促進國內外優秀業界人士經驗交流，將新的 App 經營模式與世界趨勢帶給本地合作夥伴與 App 開發者 (商) 社群。2015 年遠傳於華山文創園區舉辦「friDay PLAY 開發者大會」，大會主題著重在 App 行銷新思維，邀集多位業者代表人士主講影音媒體及網路直播對 App 市場的營銷影響，約有 150 位 App 開發商共襄盛舉。



遠傳電訊教育中心



3.2.1 形塑智慧生活

	2015 用戶數/ 下載次數	2014-2015 營收成長率	2015-2016 預計營收 成長率
friDay影音 ⁹	260,000	80%	29%
friDay購物 ¹⁰	70,000	98%	166%
friDay PLAY ¹¹	下載次數 890,000	1031%	11%
friDay 閱讀	下載次數 67,000	-65%	5%
全音樂Omusic	150,000	33%	37%
Google Play電信 帳單支付 ¹²	650,000	251%	26%
巷弄	下載次數 400,000	76%	252%

⁹friDay 影音於 2015 年 11 月改版重新推出，原名遠傳影城

¹⁰friDay 購物於 2014 年 10 月推出

¹¹friDay PLAY (原 friDay App 助手) 於 2014 年 11 月推出

¹²Google Play 電信帳單支付於 2014 年 5 月開始提供服務

備註：2015 用戶數為付費用戶的服務有：friDay 影音、friDay 購物、Omusic、Google Play 電信帳單支付；為實際下載 App 使用者數的服務有：friDay PLAY、friDay 閱讀、巷弄

遠傳將創新能量投入發展與社會大眾的食、衣、住、行、育、樂息息相關的便捷服務，以不斷擴充「數位行動內容與應用」、「行動支付」及「行動電子商務」內容為發展目標，全方位滿足消費者生活中的需求，打造更加便利的智慧生活。

遠傳於 2015 年整合既有影音、行動支付、App 市集及其他行動應用 App 服務，打造 friDay 行動生活品牌。未來 friDay 將朝行動商務、行動應用及數位內容三大面向發展，扮演數位內容集成商角色，在行動應用的分眾市場提供更

多服務，實現消費者對智慧生活的諸多想像。

friDay 影音

遠傳自 2011 年展開遠傳影城服務，於 2015 年改版 friDay 影音後，用戶持續成長，至今已累計近百萬註冊會員，成為國內線上影音會員人數最多、內容最優質的線上串流品牌。遠傳於 2015 年取得第 52 屆金馬獎頒獎典禮網路獨家直播，為連續第 3 年取得被譽為華語影壇奧斯卡的「金馬獎」頒獎典禮網路獨家直播權。宣傳期間不僅創造 50 多萬瀏覽人次，直播最高峰近 4 萬人同時在線收看，更為 friDay 影音增加近 2 千名新付費訂閱用戶。



friDay 手機錢包

遠傳預計於 2016 年下半年推出 friDay 手機錢包，兼具 NFC (Near Field Communication) 近端感應及遠端雲端支付服務，提供用戶在食、衣、住、行、育、樂各種消費場域之行動支付。

friDay 購物

friDay 手機錢包採階段式發展策略，第一階段與交通票證業者合作（如悠遊卡），提供用戶持手機以 NFC 快速感應付款，搭乘大眾運輸工具並於特約商店消費支付。第二階段將深化集團零售百貨使用場景，提升 friDay 手機錢包差異化，活絡集團關係企業及用戶行動支付服務。第三階段則將持續擴大支付功能與使用場景，導入加值與金融服務使用場景。

friDay 購物

friDay 購物以消費者洞察 (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，從分眾社群的「生活型態」出發，針對不同生活型態族群策展。2014 年 10 月推出後，平均月造訪人次超過 1 百萬次，商品至 2015 年底已達 25 萬件。同時於 2015 年下半年嘗試影音購物，透過影音內容的推播，創造更高的流量與轉換率。

friDay PLAY

friDay PLAY 為台灣第三方 App 市集，以消費者需求為出發點，結合大數據分析，為本地開發者提供一個精準且有效的平台，同時為台灣消費者提供在地、客製化服務，期許未來成為國外 App 廠商進入台灣市場的第一站。

自 2014 年底上線至今，已有超過 5,000 支 App 於 friDay PLAY 上架，包含工具、影音、娛樂等各類 App，APP 分發量已超過兩百萬，App 活躍率超過三成。自 2015 年開始，friDay PLAY 積極與兩岸遊戲大廠合作，為遊戲廠商帶來豐沛營收。

friDay 閱讀

隨著平板電腦普及及大尺寸手機熱銷，電子書閱讀再度成為趨勢。friDay 閱讀對女性、親子等不同數位閱讀族群提供多樣化產品組合，包含提供中小學指定書籍之「親子自由選」主題包，創意文青的「品生活自由選」及「文學自由選」主題包，以及喜愛夢幻愛情的「輕小說自由選」和「愛情自由選」主題包。另外，遠傳亦將 2015 年參與遠傳綠色輕功「環保電子繪本」徵件活動的 36 本得獎電子繪本放置於 friDay 閱讀架上供免費下載。friDay 閱讀更提供一帳號多機服務，用戶可同時於多個行動裝置進行閱讀，讓閱讀成為一種分享。



全音樂 Omusic

Omusic 為全球第一家由電信公司與台灣 8 大唱片公司共同成立的數位音樂平台，註冊會員超過 60 萬人，較上一年度成長 78%。Omusic 以線上串流音樂為主要商業模式，提供單曲下載、來電鈴聲等音樂服務。



2016 年，Omusic 線上音樂平台與 ACRCLOUD 攜手合作，獨家推出「音樂辨識」功能，超過 4,000 萬首歌曲可辨識，只要開啟軟體，點選音樂辨識，按下辨識按鈕，不僅可在聽到音樂時直接開啟辨識，還可透過哼唱辨別歌曲，搜尋到該首歌曲。除了付費會員可完整收聽辨識歌曲外，註冊會員每日也可免費收聽 5 首完整歌曲；從辨識、點聽到多元的音樂推薦，Omusic APP 提供完整的音樂服務。

Google Play 電信帳單支付

截至 2015 年底，遠傳 Google Play 電信帳單付款服務已累積不重複付費用戶達 75 萬人，共促成超過約 1,200 萬筆交易，位居同業之冠。根據國際知名調查研究機構 App Annie 公布的 2015 年全球手機應用程式 (Mobile Apps) 營收排行，台灣在 Google Play Store 營收表現從 2015 年第 2 季起超越德國，僅次於日本、美國和韓國，高居全球第 4 名。主要動能除台灣手機遊戲付費玩家持續蓬勃發展外，來自於遠傳電信於 2014 年 5 月首家推出



Google Play 電信帳單付款服務，同業紛紛於 2015 年第 3 季前介接完成陸續上線，充分展現電信帳單 (Direct Carrier Billing) 支付選擇的需求度。

巷弄：美食體驗 SoLoMo 應用 App

掌握線上到線下 (O2O) 新商業模式，遠傳 2013 年推出巷弄 SoLoMo 應用 App，以「半價嘗鮮，美食饗宴」為訴求，依消費者地點提供鄰近商家限量半價票券，讓消費者於線上購買後親自到商家體驗美食。巷弄 App 目前已推出「巷弄 × 台北」及「巷弄 × 台南」，累積達 40 萬下載數並為超過 1,500 間商家創造巨大行銷曝光效益，每月活躍人數達 4 萬以上，並於 2015 年創造超過 800 萬元營收，為每個商家額外帶進可觀的營收，也間接創造正向的產業效益。未來規劃將服務推廣至不同地區，納入更多行動商務功能，如在地旅遊文化影音服務、自動化推薦行銷系統等，打造為全台最大的在地生活 O2O 平台。影音服務、自動化推薦行銷系統等，打造為全台最大的在地生活 O2O 平台。



3.2.2 開創智慧商務



在智慧商務方面，遠傳近來致力於推動 ICT (Information & communication technology) 服務，針對企業客戶通訊及資訊的需求，提供一次到位 (one-stop) 的資通訊整合方案 (ICT Integration Solution)。遠傳未來將持續推展固網及行動網路匯流 (FMC)、結合雲端與 4G LTE 行動應用 (mobile apps)、資訊安全、資料中心建置、雲端網路管理及儲存技術、私有雲、物聯網 (Internet of things)、巨量資料 (Big Data) 等服務，引領企業客戶邁向全面行動化。2015 年遠傳企業資通訊及雲端整合服務營收已達 155 億，較前年度成長 5.2%。

企業專屬即時通訊軟體 EMMA



遠傳企業即時通訊平台 EMMA 於 2015 年正式轉型為「企業行動化平台」，以即時通訊 App 為基礎，連結企業內部各項資訊系統，置入 M2M (machine to machine) 平台、建立可自動回應的資訊整合平台；舉凡企業商業智慧 (BI)、內外部客戶各類諮詢，均可透過 EMMA 即時將需求傳送至

相關單位，以回應需求者，達到資訊 / 服務無距離，決策 / 回應零時差，其私有雲更可有效防止機密資訊外洩。2015 年底，EMMA 除已受到國內大型零售業與金融業客戶採用外，更橫跨零售業、金融業、製造業、服務業、政府、學術單位、醫院等多家大型企業，購買 EMMA 的企業全體員工皆可下載使用，造就約 5 萬名使用者共同體驗 EMMA 企業行動應用整合平台帶來的高效率行動溝通便利性。2016 年 EMMA 使用者可望達 10 萬人，遠傳期望 EMMA 能有效提升國內企業行動化溝通效率，進而提升企業競爭力。

BYOD 行動裝置管理解決方案 / 無紙化會議系統

國際知名研究機構 IDC 估計於 2015 年，全球行動工作者數量近 13 億人，佔全球勞動人口 38%。然根據 Gartner 統計，目前大多數企業僅規範了公司配發的裝置，而對於員工自帶裝置則少有相應管理措施。在 BYOD (Bring Your Own Device) 浪潮席捲下，企業必須在企業資料保密、員工隱私與使用彈性間，擬定最平衡的解決對策。

遠傳於 2015 年協助多家製造業針對裝置存取限制、email / 簽核系統整合、內部機敏資料存取與管理等需求導入 BYOD 應用。針對零售業，遠傳亦協助總部人員 BYOD 導入、各店點裝置管理提供完整的解決方案，包括數百家店點 MDM (Mobile Device Management) 導入與訓練。

在 BYOD 應用之下的遠傳無紙化會議系統，專為企業高階

主管會議而設計，是以資料安全、使用便利為主要理念而開發的會議系統。可根據企業資安政策而調整系統架構，以確保會議機密資料安全性；並提供簡易操作的行動 APP，及 Windows 版本，且行動裝置的檔案經特殊編碼處理，因此可確保機密資料不會外洩，讓企業主能放心讓使用者在多種情境下使用，更達成了節約用紙及節能減碳的目的。

智慧看板

現今資訊傳遞之管道及模式已不同於以往，企業可透過導入智慧看板，取代傳統的固定式看板與紙張印刷的 DM，有效提升無論是對內或是對外之溝通效率。不同於傳統固定式看板與紙張印刷的 DM，智慧看板可以即時更新內容並提供互動功能，除可有效傳達訊息外，更可蒐集觀看人的年齡、性別、喜好程度等資訊。另外，智慧看板的導入，可以有效取代傳統一次性廣告看板與紙張 DM，減少這些資源的浪費，除了為企業減少營運成本外，也達到節能減碳、減少紙張使用之效果。遠傳自 2015 年 09 月推出智慧看板產品後，已於 2015 年間獲 9 家企業採用。



3.2.3 打造智慧城市

	2015實績	2016目標
台南 智慧城市	自2015年10月起： 服務用戶數：12,300 營收：310,000 服務人次：116,200	服務用戶數：244,500 營收：913,000 服務人次：755,100
智慧健康	付費會員數：10,000	付費會員數：20,000
科技防疫	· 4天內完成防疫平台開發 · 提供100台手機，於1天內送達台南市府防疫單位並完成安裝及測通防疫平台App	待台南市府提出申請，建議於7月前提早進行佈署，減少發病機率
智慧巡檢	2015年10月開始推廣，目前企業陸續導入中	預計導入至少3家企業

聯合國報告¹³指出，2050年全球城市將增加25億人口，各國皆面臨高齡照護成本增加、環境污染、交通壅塞等各形各色難題。為解決都市化衍生的問題，遠傳近年來積極投入智慧物聯網發展，耕耘行動、雲端技術，串聯大數據與智慧裝置，並積極佈局於醫療、交通及治安三大智慧城市領域。自2015開始，遠傳積極參與公部門及公協會先導計畫及規劃，執行4G智慧城市計畫，建立Smart City Solution能力與實績。

智慧城市：打造全台首座全方位智慧城市

遠傳於2015年8月攜手台南市政府，啟動台南4G智慧城市旗艦計畫，打造台南市成為全台首座全方位智慧城市。遠傳以ICF智慧城市五大指標為出發點，即寬頻連結、知識工作力、數位內涵、創新及行銷推廣等構面，結合台南市原有施政計畫，與七局處傾力規劃六大領域應用，首創全台智慧城市運籌中心。

- 與研考會共同打造台灣首創智慧城市營運管理中心，跨局處橫向整合

- 與交通局合作實現道路設施傳輸全面4G化，建立全方位智慧交通中心，全市逾400輛公車100%搭載智慧影像及資訊整合分析系統
- 與衛生局共同推動結合台南市民卡及社區健康管理據點，拓展自主健康管理服務商機，涵蓋率達全市100%鄉鎮市區
- 與教育局合作藉由M化及優化台南市區及偏鄉校園無線網路，於全市271所中小學100%納入行動教學平台與載具普及化，縮短城鄉數位落差
- 與觀光旅遊局及經濟發展局共同建立O2O虛實整合的4G行動富媒體(Rich Media)電商生態圈
- 與水利局攜手，於全市抽水站100%建置4G行動式資訊收集與監控平台，透過即時影像傳輸提升防洪防災效率，促進跨縣市合作防災



¹³United Nations, World Urbanization Prospects, 2014.

智慧健康

Health 健康+

為協助改善國人高血壓與糖尿病等慢性病問題，遠傳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。結合 Health 健康+ 的雲端健康管理解決方案及亞東紀念醫院專業醫療團隊服務，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。



2015 年底 Health 健康+ 服務體驗人次已達 9 萬人次以上，較去年度成長約 200%，而參加 Health 健康+ 付費服務也已達 1 萬人次以上，較去年度成長約 120%。與亞東紀念醫院合作之糖尿病遠距照護服務，更榮獲衛生福利部國民健康署「104 年提升糖尿病健康促進機構照護品質計畫」特優獎的肯定。

Health 健康+

科技防疫

2015 年夏天登革熱肆虐南台灣，遠傳與台南市政府合作，於短時間內開發出防疫專用管理平台。此平台除記載登革熱疫情相關量化數據，亦可以圖表呈現疫情擴散趨勢，確實辨識公園、市場、老舊社區等高發病率區塊，快速掌握疫情最新變化，有效協助台南市府設定噴藥策略，防止疫情擴散。另一方面，此管理平台亦可協助台南市政府掌防疫人員即時位置，分配防疫區域並結合大數據分析防疫成效，有效協助控制登革熱疫情。

台南市府團隊發現 9 月為疫情高峰，但從 9 月 11 日開始要求遠傳提供資源，配合大數據及監控系統，導入防疫管理平台，疫情從 10 月起開始快速下降，穩定控制疫情。



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，智慧巡檢可有效取代原本的紙張巡檢，讓巡檢作業更確實，同時蒐集企業營運重要資訊，建造企業數據管理基礎。

智慧巡檢採用 NFC 與 Beacon 技術，由於巡檢人員必須到達現場才可使用電子巡檢系統，可以有效提升人員值勤確實度，杜絕虛偽造假，減少意外事故發生。而對於悠關公共安全的河川，公共設施等處亦可做到確實巡查，確保民眾身家安全。使用智慧巡檢之結果會自動存入系統，結合大數據分析，作為企業營運決策與政策制定的參考。



智慧巡檢系統更可取代傳統紙張巡檢表格，減少這些資源的浪費，除了為企業減少營運成本外，也可達到節能減碳的效益。

3.3 溝通力 Go Caring

3.3.1 利害關係人溝通與回應

利害關係人溝通實績

透過優質的資通訊及數位應用服務造就溝通零距離，一直是遠傳身為電信業者的使命。我們相信「溝通力」是維繫與利害關係人之間良好關係的關鍵，無論是對內如員工，乃至於對外面對用戶，遠傳都期許做到「只有遠傳，沒有距離」，以追求公司永續成長。

遠傳與利害關係人的溝通管道、回應方式，以及 2015 年相關溝通績效說明如下。






利害關係人	回應與溝通管道	2015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 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。 2015年員工透過內網、Email反映意見共18件，員工反映以對遠傳產品方案及設施行政兩大類問題為主。 重視員工涉入度(Engagement)，以全新改版「Connect for Best」問卷進行員工意見調查，回覆人數5,160人，回覆率達87%。 其餘溝通績效詳見本報告3.3.2章節「友善工作環境」。
 消費者/ 一般客戶	<ul style="list-style-type: none"> 門市面對面溝通 客戶六大申訴管道(公文、協調會、客服專線、FETnet網站、行動客服App、客服即時通) 滿意度調查(客服中心滿意度調查及委外客戶滿意度調查) 產品說明會與行銷活動 2015年推出「開口說愛 讓愛遠傳」第三波品牌廣告「用鼓勵，讓台灣聽見愛」 使用者行為研究/調查 	<ul style="list-style-type: none"> 全台直營門市394家均已設置專屬FB粉絲團與Line帳號；截至2015年底Line帳號有效好友數64,000、FB粉絲數達190,000。透過FB粉絲團，遠傳可直接與用戶溝通門市商圈資訊、生活分享、優惠及公關活動等訊息，用戶還可透過私訊提問。Line帳號則是提供優惠訊息、營業服務時間異動、一對一提問等服務。 針對重大客訴事件，客服單位主管於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。2015年遠傳共處理回應2,325件公文、181件協調會、客服專線23,207通、FETnet網站/行動客服APP3,815件。 2015年遠傳客服中心滿意度調查整體滿意度達88.9%；全年度接獲服務滿意度留言表揚通數5,915通。 2015年委外滿意度調查：遠傳客戶滿意度居五家業者中前三名。 其餘溝通績效詳見本報告3.3.1「品牌形象管理」段落及3.3.3章節「零距離的服務」。
 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2015年處理通數：398,408通/年。 其餘溝通績效詳見本報告3.2.2章節「開創智慧商務」及3.3.3章節「零距離的服務」。
 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"> 2015年參與NCC業務會議281次、行政訪查24次，業務訪查皆無違規情形。 公平會2015年調查案件共1件，截至發刊日止皆已結案，且皆無違反公平法。 2015年收到3,812件公文，以行動通訊(含2G/3G/4G)相關之業務會議為大宗。

FETnet
官網



遠傳企業
用戶官網



利害關係人	回應與溝通管道	2015年溝通績效
 供應商 承攬商 開發商	<ul style="list-style-type: none"> 邀請供應商響應供應商企業社會責任自主聲明書 供應商企業社會責任準則 誠信經營守則 採購滿意度調查 開發者大會 	<ul style="list-style-type: none"> 2015年遠傳既有百大供應商中共計75家簽署企業社會責任自主聲明書，新供應商則100%簽署CSR自主聲明。 所有遠傳供應商皆簽署誠信經營守則同意書，2015年共計169家供應商簽署。 全虹2015年度共回收63份採購滿意度有效問券，回收率100%，回覆滿意及非常滿意之間卷數達92.1%。 連續6年舉辦「開發者大會」，2015年度於11月6日在華山文創園區舉辦「friDay PLAY開發者大會」，約150位App開發商共襄盛舉。 更多溝通績效詳見本報告3.4.1章節「供應商管理」。
 投資人 股東	<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"> 2015年舉辦1次股東常會。 2015年舉辦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。 2015年於官網按月發佈共12次自結營收、獲利及營運統計數據，詳見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"> 2015年共計參加130次會議，包含115次各項議題及15次基地台小組會議。 其餘溝通績效詳見本報告3.3.3章節「零距離的服務」。
 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"> 2015年舉辦15場記者會、發佈215則新聞稿，詳見遠傳官網新聞室。
 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「影響力Go Inclusive」及遠傳官網企業社會責任專區。

遠傳官網
投資人專區



遠傳官網
新聞室



遠傳官網
企業社會
責任專區



品牌形象管理

品牌形象是企業提升溝通力的關鍵。良好的品牌形象有助於利害關係人瞭解公司市場定位、核心價值及企業願景，強化利害關係人對於企業的認同感、信任度及忠誠度。遠傳身為提供資訊傳遞及溝通服務的電信業者，自許能鼓勵社會大眾透過良性、正面溝通，拉進人與人之間的距離，貫徹「只有遠傳 沒有距離」的願景。

遠傳自2013年推出「開口說愛 讓愛遠傳」品牌活動，聚焦於「溝通」本質，讓台灣人重新思考如何對身邊的人勇敢表達出心中的「愛」。2014年推出第二波「因為愛，

每句話要好好說」品牌活動，進一步鼓勵人們省思自身溝通方式，提升對彼此表達正面情感的頻率，拉近距離。2015年遠傳持續擴大深耕，推出第三波「用鼓勵，讓台灣聽見愛」品牌活動，傳遞訊息擴及到社會層面；除對家人、身邊的人表達正面情感外，遠傳期許將鼓勵的態度傳遞給整個台灣社會，讓社會大眾能夠改變批評謾罵的態度，為這片大家生活與生長的土地鼓勵與加油。

遠傳經營「開口說愛 讓愛遠傳」品牌活動3年間媒體投資逾1.29億元，2015年針對「開口說愛 讓愛遠傳」品

牌活動及「寶衛地球 讓愛遠傳」企業社會責任活動分別投入約4,500萬及約2,400萬。2014年第二波「因為愛，每句話要好好說」品牌廣告創造超過5百萬的點閱次數，2015年海內外點閱次數超過5.5億，獲得兩岸三地廣大迴響和網友正面評價，而第三波「用鼓勵，讓台灣聽見愛」品牌廣告自2015年底推出，3個月內於網路上已累積近3百萬人次觀看。

遠傳電信
【開口說愛讓愛遠傳】
2016 鼓勵台灣系列
影片



遠傳於 2015 年榮獲 TNS¹⁴ Wave II Customer Loyalty Survey 「Brand with Good Image」(下半年客戶忠誠度調查) 業界第 2 名, 「開口說愛 讓愛遠傳」品牌活動更讓遠傳 2015 年品牌影響力排名由全台第 53 名躍升至第 30 名, 展現遠傳推廣開口說愛系列活動 2 年間, 有效提升品牌觸及率, 也讓更多人認識並認同「讓愛遠傳」的理念。

遠傳於 2015 年間獲得品牌相關獎項如下:

No.	獎項名稱	主辦單位	得獎日期	意涵說明
1.	2015 金投賞「內容平台-視頻網站」金獎	金投賞 / 普華永道	10 月 22 日	金投賞為全球第一個商業創意獎項, 獲此殊榮表示遠傳品牌經營極具效益, 以能以最小的預算獲得最大市場回報。
2.	動腦雜誌舉辦之 2015 年度十大廣告金句 「因為有愛, 每句話要好好說」	動腦雜誌 / 動腦俱樂部 / 台灣廣告主協會	6 月 24 日	獲此殊榮表示遠傳品牌形象符合當前社會現象和流行趨勢, 膾炙人口深受民眾認同與喜愛。
3.	動腦雜誌舉辦之 2015 年度十大廣告金句 暨最佳人獎「開口說愛 讓愛遠傳」			
4.	2015 MCEI 行銷傳播卓越獎 銀獎	中華民國國際傳銷經理人協會	7 月 23 日	行銷傳播卓越獎是突顯台灣優異行銷傳播作品於國際競逐的最佳場合, 獲此殊榮表示遠傳品牌創意足可代表台灣邁向國際。
5.	2015 年中大中華區艾菲獎	大中華區艾菲獎推廣委員會 (Effie Greater China)	10 月 26 日	艾菲獎為世界最著名四大廣告獎 (艾菲獎、紐約廣告獎、倫敦獎、坎城廣告獎) 之首, 象徵遠傳品牌經營具國際專業水準。
6.	2015 年中國 4A 金印獎	中國商務廣告協會綜合代理專業委員會 (中國 4A)	11 月 7 日	金印獎為中國廣告業的創意風向標, 亦已成為中國年度廣告業的盛典。

¹⁴TNS 為全球最大的專案市場研究機構, 於全球 80 個國家提供最優質的市場研究服務, 並擁有 15,000 名全職員工和全球最廣大的研究、洞悉及顧問網絡, 提供客戶具備消費者洞察且可實際執行的專案建議, 幫助客戶能夠依此做出更有效的企業決策。



3.3.2 友善工作環境

遠傳致力成為「員工首選企業」，從機會均等的就業環境、合理良好的薪資福利，到暢通的勞資溝通與多元的教育訓練與職涯發展，遠傳維繫員工這項最重要的企業資產，提升組織效率及能力，因應未來企業永續成長。遠傳認為良好的勞資關係、人才培育體系及企業福利政策，不僅有助於凝聚工作成就感、企業認同感、提升員工向心力，更能夠對企業帶來實質效益。

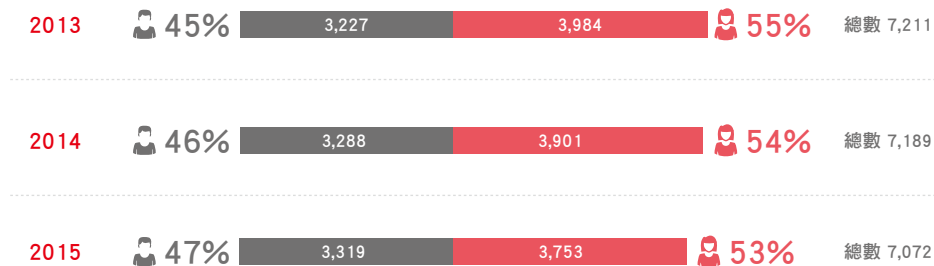


員工雇用狀況

遠傳 2015 年度員工總數為 7,072 人，較前一年度略少，主要因為進行行銷通路整合，將全虹門市規模調整，及陸續轉換為遠傳加盟店，造成全虹員工人數減少。遠傳員工結構女性佔比較男性員工高，分別為 53% 及 47%，而遠傳 99% 以上之員工皆為以不定期契約聘雇之本國員工。遠傳 2015 年度之員工雇用狀況統整如下。

員工總數

單位：人



單位：人

員工總數依契約別區分	2013	佔比	2014	佔比	2015	佔比
不定期契約	7,208	99.96%	7,186	99.96%	7,058	99.80%
定期契約	3	0.04%	3	0.04%	14	0.20%
合計	7,211		7,189		7,072	

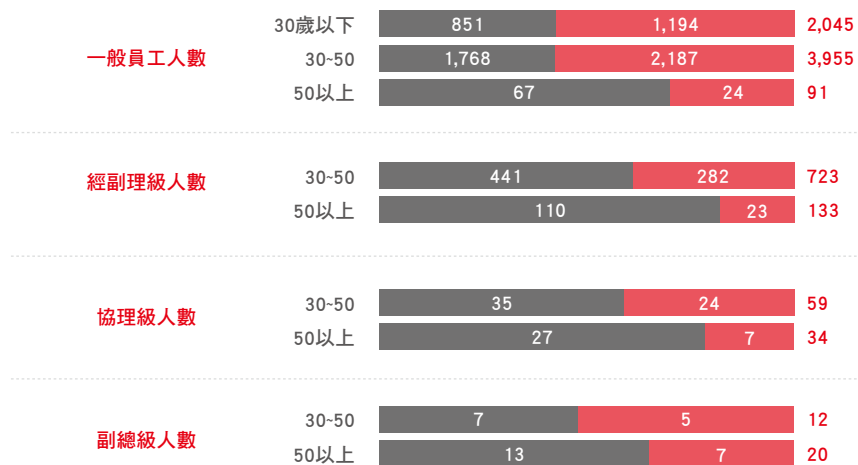
單位：人

員工總數依國籍區分	2013	佔比	2014	佔比	2015	佔比
本國員工	7,204	99.90%	7,182	99.90%	7,064	99.89%
外籍員工	7	0.10%	7	0.10%	8	0.11%
合計	7,211		7,189		7,072	

單位：人

身心障礙人士雇用	2013	2014	2015
遠傳與新世紀資通	38	39	47
全虹	9	11	4

2015年度一般員工及管理階層年齡統計



■ 男性 ■ 女性 單位：人

2015年度 員工總數依學歷區分

單位：人

一般員工人數	離職人員		合計	流動率
	男性	女性		
高中職	323	658	981	
專科/大學	2,467	2,806	5,273	
碩士	518	286	804	
博士	11	3	14	

2015 年度員工平均年齡及平均年資統計

	平均年齡 (歲)			平均年資 (年)		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
遠傳電信	37.2	34.2	35.7	7.7	6.7	7.2
全虹	37.0	34.7	35.7	3.8	6.5	5.5

人才招募與留任

遠傳依據企業永續發展策略靈活調整招募方向，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新生代人才。

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畫，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。

2015 年度新進人員統計

單位：人

	新進人員			新進率
	男性	女性	合計	
30 歲以下	679	800	1,479	20.91%
30-50 歲	377	352	729	10.31%
50 歲以上	3	2	5	0.07%
總計	1,059	1,154	2,213	31.29%

2015 年度離職人員統計

單位：人

	離職人員			流動率
	男性	女性	合計	
30 歲以下	544	674	1,218	17.22%
30-50 歲	384	494	878	12.42%
50 歲以上	3	5	8	0.11%
總計	931	1,173	2,104	29.75%

備註：新進率 = 2015 年度新進人員總數 / 2015 年度員工總數

流動率 = 2015 年度離職人員總數 / 2015 年度員工總數

遠傳相信平等又良好的薪資與福利條件為留任人才的關鍵因素之一。在薪酬制度方面，遠傳各職務起薪並無男女之別，基本薪酬的女男比例為 1:1，平均薪資的女男比例為 1:1.02，且所有職務皆高於政府法定基本薪資。2015 年遠傳電信及全虹最基層員工職薪分別高於基本薪資 30% 及 33%，另提供年終獎金、目標達成獎金、業務獎金及特殊表現獎勵等，表揚表現優異之同仁。

遠傳也重視員工升遷及輪調機會，不僅每半年進行員工個人工作目標評核，為建立跨單位間職涯層級與人才衡量標準的一致性與公開透明的機制，遠傳重新定義各組織層級的職責與能力要求，以提升組織效能。此架構提供同仁在公司多元的發展機會，依據個人能力在專業職務精進發展，或跨單位的輪調以拓展橫向能力。藉由鼓勵橫向輪調與歷練，提供同仁長遠發展機會。

在福利政策方面，遠傳所有員工除享基本法規給予之福利如育嬰假及退休金外，為促進員工身心健康與生活平衡，遠傳也提供全員健康檢查、員工團體保險、醫護室、員工

協助諮詢服務、健康與安全衛生講座、員工餐廳、手機補助及每月通話費補助等福利。此外，遠傳也成立職工福利委員會，鼓勵社團活動及補助國內外員工旅遊等福利。員工福利支出詳本報告書 3.1.3「經濟價值分配」。

2015 年育嬰假統計

單位：人

育嬰假	男性	女性	總計
符合育嬰假申請資格人數 (A)	318	583	901
實際申請人數 (B)	6	182	188
申請率 (B/A)	1.9%	31.2%	20.9%
報告年度待復職人數 (C)	12	272	284
申請復職人數 (D)	9	103	112
復職率 (D/C)	75.00%	37.87%	39.44%
上一年度復職人數 (E)	5	82	87
上一年度復職滿一年人數 (F)	4	70	74
留任率 (F/E)	80%	85%	85%

註 1：2015 年符合育嬰留停申請資格人數：2013-2015 請過產假及陪產假的員工人數計算

註 2：實際申請育嬰留停人數：2015 年尚在育嬰留停期間總人數

註 3：2015 年待復職之育嬰留停人數：

2013-2015 申請育嬰留停總人數 - 2013&2014 已申請復職人數

在退休福利方面，遠傳對正式聘用員工訂有退休辦法，該辦法係依據《勞動基準法》規範制定，退休金之支付根據服務年資及退休前 6 個月平均工資計算，每月按薪資 2% 提撥退休準備金，交由勞工退休準備金監督委員會管理，並以該委員會名義存入台灣銀行帳戶。此外，新制「勞工退休金條例」已於 2005 年 7 月 1 日實施，針對選擇新制之員工，遠傳也依月投保金額 6% 按月提繳勞保局。截至 2015 年底遠傳帳列應計退休金負債及退休金費用統計如下。

單位：新台幣仟元

	2013	2014	2015
退休金負債	753,643	690,298	731,851
退休金費用	307,640	282,754	308,655

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改善與提升，繼 2013 年新訓練體系建置後，開始陸續檢視其品質與合宜性；除強調訓練體系與公司策略和營運績效目標間連結之重要性，亦依據組織職能體系與職涯層級建立完整的訓練發展藍圖。除全面性的人才及職涯發展訓練外，遠傳電信針對全體同仁的核心職能進行訓練規劃與安排，讓每位同仁都能擊劃個人訓練發展計畫，確保同職級之同仁平等享有工作職能受訓及發展的權利，不因性別及偏好而有所差異。在個人專業技能養成方面，則透過開設內部專業性及技術趨勢類課程、進修補助、提供外部訓練機會，讓同仁不斷自我提升。在軟實力方面，則安排人文性質講座、主管對談研討會議及專案性質發展模式，強化自我學習發展。此外，遠傳電信也實踐員工人權教育，透過誠信道德、資訊安全、勞動安全教育等內外部訓練及新進同仁訓練，豐富同仁訓練發展計畫內容。

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 2015 年訓練架構、員工訓

練投入金額、受訓員工人數、時數及性別分佈如下。

訓練類別	2015 年班次
內訓 - 新人訓練	180
內訓 - 講座	16
內訓 - 電信技術	44
內訓 - 管理類 (含管理、新任主管課程)	30
內訓 - 個人專業 (含個人效能、專案管理與法律類課程)	70
內訓 - 部門專業訓練 (含門市人員及其他類課程)	1,493
外訓	235
總計	1,903

	2013	2014	2015
員工訓練總金額 (新台幣元)	28,337,168	29,615,872	39,022,370
員工訓練總時數 (小時)	300,236	388,320	391,237
總員工數 (人)	6,388	6,472	6,593
遠傳營業收入 (新台幣仟元) ¹⁵	73,954,595	78,403,544	80,765,722
員工訓練總金額 / 總營收 (%)	0.03%	0.03%	0.05%
員工訓練總金額 / 總員工數 (新台幣元)	4,436	4,576	5,919
員工訓練總時數 / 總員工數 (小時)	47	60	59

¹⁵ 此欄位總營收為 2013、2014 及 2015 年年報「柒、特別記載事項」章節「各關係企業營運概況」表中遠傳電信股份有限公司及新世紀資通股份有限公司營業收入之加總。

2015	女性		男性	
	人數	受訓時數	人數	受訓時數
一般員工	3,141	73.32	2,522	54.83
經副理級	284	23.67	526	24.33
協理級以上	41	27.63	79	16.66
總計	3,466	68.71	3,127	48.95

註：以上人數不含非全職員工及未通過課程之員工

2015 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	2013	2014	2015
人數	1	2	1
補助金額 (新台幣元)	68,272	115,315	53,860

全虹

人才是組織成長動能，全虹於 2015 年專注於將年度訓練模型與全虹年度經營策略進行連結及差異分析，盤點全虹年度經營策略所需職能落差，並依據 TTQS 訓練品質系統建立全虹培訓地圖，以有效培育關鍵人才。

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量身設計的團隊共識營。2015 年度內外訓共計舉辦 67 班次，總參與人次為 1,102 人次，總訓練時數 371 小時，總費用 282,400 元。

訓練類別	2015 年班次
內訓 - 新人訓練	20
內訓 - 管理類 (含管理、新任主管課程)	2
內訓 - 通識類 (含資安、文件管理、溝通技巧等課程)	7
內訓 - 店長專業訓練 (含門市人員及其他類課程)	36
外訓 - 安全維運訓練	2
總計	67

2015	女性		男性	
	人數	平均受訓時數	人數	平均受訓時數
主管	17	14.8	32	11.0
非主管	270	16.1	160	6.8
總計	287	16.1	192	7.5

註：全虹主管定義為五職等以上帶人主管，含主任/維修站站長

職場環境與多元性

職業安全與勞工健康

遠傳電信

遠傳電信員工工作內容以辦公室業務與門市服務為主，工安風險較低；針對基地台及相關通訊基礎建設工程，皆由承攬商負責執行。遠傳內部制定有承攬商勞工安全衛生相關規定，且在委託承包商進行通信設施建造或維護時，皆於合約中載明對勞動安全之要求，並提供相關訓練，避免因施工不當造成之危害，確保施工人員的健康及安全。

2015 年未發生任何承攬商工安相事件。

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

遠傳電信職業安全衛生委員定期每 3 個月開會一次，其職責在於規劃職業安全衛生管理計畫及自動檢查計畫、討論、調查與分析相關職業災害並檢討職業安全衛生改善事

項，落實災害預防溝通與管理。此外，職業安全衛生單位也不定期與員工及承攬商溝通災害預防觀念，並舉辦各項職業安全教育訓練。

遠傳電信台北辦公室及台中辦公室獲勞動部職業安全衛生署來文表揚「取得連續 5 次無災害工時證明，為推行無災害工時記錄之績優單位」。

	2013	2014	2015
工傷率 (IR)	0.032	0.077	0.031
職業病率 (ODR)	0.00%	0.00%	0.00%
缺勤率 (AR)	1,653	2,023	1,253
誤工率 (LDR)	0.026	0.723	0.066

除確保工作環境安全，遠傳電信亦積極營造工作與生活平衡之幸福職場環境。遠傳電信員工可採彈性上班時間，各辦公地點均設有舒壓視障按摩服務與哺集乳室，榮獲台北市政府衛生局優良哺集乳室認證及高雄市政府親善哺集乳室競賽優等。

另外，公司辦公地點也設有特約醫生臨場服務、全職護理師與醫護室，並實施優於法令要求每 2 年進行在職員工健康檢查，以早期發現危害健康之潛在致病因子。遠傳電信的健檢項目優於法令規範，連續 4 年健檢參與率平均達 98%。對於檢查結果有特殊需求之員工，遠傳電信進一步提供一對一醫生諮詢、衛生教育與追蹤之健康管理措施，並持續規劃多元健康促進方案，養成員工健康生活型態。

在心理照顧上，遠傳電信亦提供免費專業心理師諮詢服務（員工協助方案），維持與促進員工身心健康，打造健康、快樂職場。遠傳電信各辦公地點分別獲得衛生福利部國民健康署健康職場認證之健康啟動與健康促進標章。

全虹

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

	2013	2014	2015
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)	2,305	2,550	3,441
誤工率 (LDR)	0	0	0

註：

$$\text{工傷率} = (\text{工傷總數} / \text{工作總時數}) \times 200,000$$

(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)

備註：工傷率計算不包含員工上下班交通事故

$$\text{職業病率} = (\text{職業病總數} / \text{工作總時數}) \times 200,000$$

(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)

$$\text{誤工率} = (\text{誤工總天數} / \text{工作總時數}) \times 200,000$$

(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。

$$\text{缺勤率} = (\text{總缺勤天數} / \text{總工作天數}) \times 200,000^*$$

(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

遠傳強調男女平權，提供男性及女性員工同等工作機會及高於基本工資之薪資。員工受聘後的薪資和升遷調整，一律以個人能力和績效為依據，不受年齡、種族、膚色、性別、性傾向等影響。

為了讓員工在性別平等的職場環境上安心工作，遠傳與全虹在政府《性別工作平等法》施行後，即進行全省營運據點及門市巡迴溝通及說明，遠傳電信並成立「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。2015年遠傳未有性騷擾事件發生。

員工溝通與關懷

遠傳電信

管道	2015年溝通內容
 神燈會議	每季召開1次會議，遇特殊情況則召開臨時會議。會議內容包括公司前一季營利概況及大事紀或得獎事項、未來拓展計畫，以及相關勞資關係議題之討論。2015年共召開4次神燈會議。
 員工大會	每年召開1次會議，由總經理主持，提供同仁與高階主管面對面雙向交流機會，分享過去1年經營成果與新的方針，增進全員溝通與了解。2015年共召開1次員工大會。
 聯合職工福利委員會	每2個月開會一次，必要時得召開臨時會議。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。2015年共召開7次會議。
 主管雙向溝通會議	傳達營運方針、執行成效等，參與主管可提出營運相關議題討論，由高階主管直接現場回覆。 2015年共召開3次雙向溝通會議，會議討論主題如下： <ul style="list-style-type: none"> · 透過遠傳世界咖啡館，以未來發展策略與重點為前提，省思轉型的重要性與影響，探索成功引領轉型需要扮演的領導角色。 · 說明企業社會責任與電信核心本業結合之必要性，同時延續遠傳世界咖啡館及員工敬業度調查，提出具體改善建議方案。 · 介紹物聯網IoT發展趨勢、應用及新商業模式，並以遠傳實例進行應用分享。
 員工意見調查	遠傳每兩年進行一次員工意見調查，2014年第1次以全新改版之「Connect for Best」問卷進行員工意見調查，深入瞭解激勵同仁工作成就動機的因素，並與台灣市場最佳雇主、亞太地區電信產業進行外部比較，讓管理團隊更客觀、精準瞭解同仁工作感受。 2014年發送5,914份問卷，回收5,160份，回覆率87%。調查結果發現員工成就感重要來源為獲得更多經驗歷練及提升知識；與市場比較則發現遠傳在工作與生活間取得平衡之面向表現正向。2015年調查結果已分送予各單位最高主管及管理團隊，作為建立更好工作環境的參考。
 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管道。

全虹

全虹重視勞動權益，定期宣導員工出勤政策。2015 年勞檢局進行勞動檢查，經查違反勞基法 32 條第 2 項「有使勞工延長工作時間一日超過 12 小時之情事」。為避免未來發生類似案件，全虹已強化宣導員工出勤政策，請同仁遵守每日工作時間之規定並請部門主管關切及督導，以保護員工權益。

2015 年全虹透過以下管道與員工溝通情形如下：

管道	2015年溝通內容
 年度員工互動大會	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。2015年度完成 4 場年度員工互動大會，充分與員工分享公司年度營運成果
 職工福利委員會	每季開會，促進福利之改善與組織和諧
 全虹電子期刊	每季出刊，增進組織學習與分享
 「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。2015年共收到5件員工申訴案件，申訴內容含有嬰留職停薪期滿復職、超時加班及資遣問題。公司隨即派員出席勞資爭議調解會議進行溝通，皆已全數結案

3.3.3 零距離的服務

遠傳開台至今已與用戶攜手走過 19 個年頭，經歷多次行動科技變革，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」。

服務，就是解決疑惑

服務，就是使命必達

服務，就是將心比心

服務，就是多想多做

遠傳透過 PDCA(Plan-Do-Check-Action;即計劃、執行、查核、處置)步驟，不斷優化服務品質。從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，讓遍布全台的第一線人員，都維持一致的服務水準。

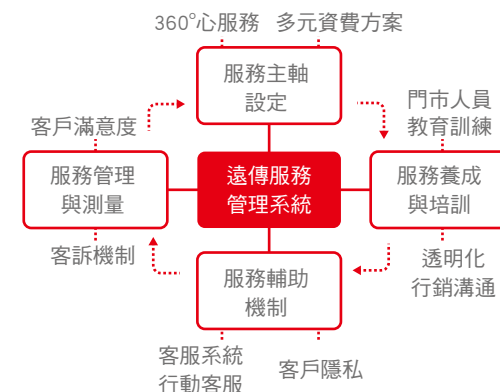
遠傳直營門市人員教育訓練系統涵蓋「服務」、「營運」、「銷售」、「商品」四大主軸，並透過「2x3」系統進行培訓。「2x3」系統訓練課程分為知識、技能兩大層面，每個層面再細分為基礎培育、能力養成、多元培訓三個階段；2015 年新進及在職門市人員每人平均受訓時數分別達 104 及 70 小時。為確保加盟門市與直營門市服務品質一致，2015 年遠傳提供人才招募技巧、門市領導統御與人員激勵、目標及績效管理、創新思考等 4 類經營者外訓

課程，強化加盟業者經營優質門市的能力。

除正式訓練管道外，遠傳也發展各類服務輔助工具，協助第一線門市人員落實驚豔服務。遠傳門市系統團隊運用「數據探測(Data Mining)」技術，將門市人員經驗轉化為資料庫，不但能讓門市人員在最短時間內掌握回流客戶需求，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。另外，遠傳亦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，由遠傳通路管理處即時回覆，以最快速彈性方式回應第一線夥伴的需求。

遠傳於 2014 年成為國內第一家通過 ISO29990 國際認證的電信業者，2015 年再次榮獲 ISO29990 學習服務標準認證，服務品質備受肯定。

遠傳服務管理系統



360° 心服務

遠傳自 2012 年開始以「360 度心服務」為主軸，針對消費者在不同時、地、物的需求，提供客製化服務。遠傳電信於 2015 年連續三年獲得《壹週刊》「服務第壹大獎」電信業者首獎，更連續四年榮獲《工商時報》「台灣服務業大評鑑」金獎，顯示遠傳以人為本、客戶優先的待客學，深受各方肯定。

360° 心服務



持續推動的門市服務

貼心服務	服務內容	2015 績效
打造最有效率、優質的門市服務體驗	門市預約服務	透過網路或行動通訊設備事先進行預約，減少等待時間。  2014 年每月平均預約次數為 3,845 人次，2015 年每月平均預約次數為 1,878 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。  每月平均調帳次數自 2014 年 2,200 次下降至 2015 年 1,912 次；2014 年平均每筆調帳金額為 24 元，2015 年為 33 元。
	自助繳費機服務	於全台各門市陸續佈建自助繳費機台  全台繳費機總使用次數自 2014 年度 91,089 人次成長至 2015 年度 92,993 人次。
	4G免費飆速體驗	4G SIM卡/手機免費 7 日試用  2014 年體驗人數共 94,317 位，2015 年共 71,191 位。
完整、貼心的售後服務	消費者訓練課程	提供不同年齡層消費者在購買產品後，免費參加北、中、南區的手機、平板、雲端應用課程。  2014 年參與消費者課程人數計有 1,260 位，2015 年參與消費者課程人數計有 1,720 位參與課程
	白金會員手機維修到府收送	遠傳VIP白金會員可致電客服進行線上報修，由遠傳外派專業物流到府收送維修物件  2014 年到府取件數為 287 件，2015 年到府取件數為 694 件
	金機救援	提供月租型手機平板 2 年維修保固服務。月付 99 元起即可享有不限次數免費維修意外損壞之手機、平板服務，並於手機維修期間使用遠傳準備之備用手機。  遠傳於 2015 年 3 月 31 日推出此服務，截至 2015 年底已有 279,176 人次購買此服務。
	維修中心全年無休	全台維修中心全年無休，提升產品維修速度效率  2015 年售後服務次數約為 60 萬件
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  2014 年共買回 5,645 支手機，2015 年共買回 7,309 支手機，較 2014 年買回舊機數量成長近 30%。2015 年買回舊機總金額達 39,985,912 。	

無所不在的服務

2013 年遠傳推出行動客服 App，2014 年全面改版設計出更適用的核心功能項目及操作介面。2015 年更進行客戶資料探勘，交叉比對客戶跨通路使用服務項目及其關聯性，以瞭解客戶隨身行動需求，進行相關功能開發，提供客戶更貼身的行動服務。行動客服 App 自助服務項目率達 45%，目前下載人數已超越 400 萬，每月使用人數逾百萬。

資費透明化與溝通

遠傳於產品及服務的行銷推廣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，並以標準化服務流程，確保所有產品及服務的銷售符合法律規範。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，消費者亦可另洽提供產品保固之廠商，或送至代理維修商維修。2015 年遠傳未發生任何產品標示、行銷溝通相關違規情事。

資費透明化

資費透明化及充分溝通可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，進而提升消費者信賴。遠傳電信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。

透明的服務流程

除以合法法規方式進行產品及服務行銷、公開揭露各資費方案內容外，遠傳相信透明溝通是維護客戶信賴的關鍵。當消費者光臨門市申辦服務時，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，確保用戶清楚了解相關資費的權利義務。

針對合約將到期的客戶，遠傳則以預先安排不定時簡訊通知、專人外撥、帳單夾寄優惠方案等方式通知客戶，另可透過遠傳官網或手機行動客服 App 查詢相關方案。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方案，並直接透過線上辦理續約，增加客戶黏著度。

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)

確認消費者申辦意願

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

客製化溝通

身為台灣電信市場主導公司之一，遠傳瞭解消費族群之多樣性，並致力提供客製化溝通，讓消費者不分族群，皆能感受到遠傳服務的溫度。遠傳門市服務手冊已制定特殊顧客相關服務規範，針對肢體弱勢、年邁客戶、小孩、視/肢/聽障人士、語言能力弱勢、產品弱勢族群皆有明確應對方式及服務注意事項。

除提供多元產品，遠傳也結合創新應用，提供客製化服務，讓客戶真正感受到無距離的溝通。如在特定節日時，門市會提供歌曲點播或者有聲卡片免費寄送的服務，希望用不一樣方式開口說出愛，讓就像家人般的顧客也可以感受到不一樣的驚喜與溫暖。

此外，遠傳亦鼓勵全台的門市依在地需求，推出相關的社區關懷計畫，創造與客戶持續互動的機會。如台中東興直營門市針對長輩設計智慧型手機通關學習手冊，設計了由簡單到入門的通關任務，可依據任務內容教導長輩，經門市同仁或用戶家人確認通關成功，門市就會提供獎勵予客戶，並透過預約服務系統設定下一次到門市服務的時間，給予客戶下次至門市的動力。

電信服務多元化

多元的資費方案

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，推進 4G 服務普及化。2015 年 2 月遠傳推出內含上網傳輸量的 4G 超 4 代易付卡，讓易付卡用戶也可體驗 4G 高速網路，消費者可依自身需求選擇合適的上網傳輸量，滿足商務差旅及遊客的需求。

為考量到低收入及特殊族群需求，遠傳一方面透過低資費易付卡降低電信服務門檻，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方案與服務，滿足基本通訊需求。完整資費方案請見官網。

此外，針對銀髮族群，遠傳亦提供直覺化操作介面、適合長輩操作的手機，提高銀髮族使用手機的意願。

完整
資費方案



消費族群	方案名稱	方案內容
學生	易付一塊揪網卡	<ul style="list-style-type: none"> 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
學生	開學 4G 絕配方案	\$799 即可享上網、語音、簡訊優惠及 7GB 上網傳輸量
60 歲以上長者	長青方案	<ul style="list-style-type: none"> 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。 截至 2015 年底，長青方案用戶數約 4 萬人
身心障礙者	溫暖方案	<ul style="list-style-type: none"> 持身心障礙手冊可申請指定費率月租半價 因應 4G 時代來臨，遠傳於 2015 年推出 4G 絕配溫暖方案，持身心障礙手冊可享上網及簡訊優惠 截至 2015 年底，溫暖方案用戶數約 400 人
外籍勞工	外勞 IF 卡	<ul style="list-style-type: none"> 針對在台外籍工作者提供外勞預付卡，享受優惠國際電話費及通話費率，及該國母語客服專線 遠傳外勞預付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 截至 2015 年底，外勞預付卡用戶數約 51 萬人

重大事件關懷服務

對遠傳而言，「有溫度的服務」不僅是我們面對客戶的態度，我們更把這份關懷延伸到社會所有需要幫助的人。在國家急難時刻，順暢的通訊才能有效協助抗災、防疫、國安等任務使命必達；而每每在重大災害後，穩定不中斷的通訊品質與服務成為最關鍵的社會需求。

遠傳在重大災害發生第一時間內與受災人民站在同一陣線，確保機房、基地台及其他資通訊基礎設施順利運作，讓災民在急難時刻依舊享有良好通訊品質，具體實現「只有遠傳、沒有距離」的品牌精神。

強颱蘇迪勒於 2015 年 8 月 8 日登陸台灣，全台累積停電達超過 4 百萬戶，創史上最嚴重颱風停電災情。遠傳第一時間即成立戰情室，在颱風尚未離境前即啟動勘災及搶修工程，並出動行動通訊車挺進烏來，配合道路搶通進行復站，預估為期 15 天的烏來搶救費用超過 550 萬元。

南台灣於 2016 年 2 月 6 日發生芮氏規模 6.4 大地震，造成嚴重災害，遠傳第一時間即啟動搶修救災機制，超過 400 名維運人員至災害地區進行通訊支援，並投入超過數十部移動式基地台設備，提供各災區必要通訊，協助災民及救災人員需求。此外，遠傳亦對嚴重受災戶給予三個月月租費減免，並同步延長繳款期限。災區周邊門市亦提供免費手機充電、免費預付卡、補換門號卡，以及緊急通訊等服務。

此外，遠傳電信攜手遠東集團，捐贈 2,000 萬元協助受災民眾重建家園與台南救災人員。遠傳更啟動手機小額捐款，遠傳用戶透過手機直撥就能免費即時捐款幫助災民，讓社會點滴小愛，成為幫助災民的溫暖力量。



客戶隱私保護

提供用戶安全且值得信賴的電信服務是遠傳的責任，亦是維繫客戶關係及提升消費者信任的關鍵。為展現遠傳對資訊安全管理的重視與承諾，2015 年遠傳特別訂定「尊重客資、珍惜所託；永續服務、深得信賴」的資安願景，並以此為主軸，透過人員、營運、技術、法規等面向訂定各事業部門與公司層級等近百項資安量測指標，定期檢視目標達成狀況；並持續針對未達目標項目者進行矯正措施，確保個人資料保護與資訊安全有效控管。經由全體人員的努力，2015 年遠傳未發生違反客戶隱私之情事。

此外，遠傳於 2015 年持續優化資訊技術服務流程，通過四合一 ISO 27001 資訊安全驗證、ISO 20000 服務管理驗證、BS10012 個人資訊管理驗證及雲端安全聯盟（CSA）STAR 最高級別驗證，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管理，回應消費者及社會大眾對個人資料保護的需求。

> 「ISO 27001 資訊安全驗證」

遠傳連續 11 年通過此驗證，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。2015 年遠傳依據最新 2013 年版本標準，優化資訊安全風險管理運作與績效評估及矯正預防作業。

> 「ISO 20000 服務管理驗證」

遠傳連續 7 年於服務管理領域通過驗證。

> 「BS10012 個資安全驗證」

驗證範圍包括全台直營門市，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。2015 年遠傳持續自主性擴大驗證範圍，將原有驗證範圍擴大至易通卡付款及預付卡啟用流程。

> 「CSA 雲端 STAR 認證」

遠傳參與須由公正第三方驗證、條件較嚴苛的 Level 2 認證，雲端運算服務（IaaS）中的廣達安康自建雲及 Vmware 太平自建雲於 2014 年已獲得 STAR 最高級別肯定。於 2015 年更以升版的標準，取得了 CSA 雲端 STAR 認證的最高榮譽。



除積極導入以上國際標準確保遠傳資訊安全及個人資料保護體系符合國際規範外，遠傳也建立資訊安全監控體系，從資訊暨科技安全、人員安全、實體環境安全，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

定期檢視、評估資訊安全營運風險，包含資料、系統、流程、網路、伺服器、終端設備維護及基礎設施管理等；並持續進行全員資訊安全能力養成，以及政策與規範的文件化與符合性確認與查驗證。

> 人員安全

妥善管理所有人事檔案資料，於招募員工時，聲明員工安全責任，並於聘雇合約記載。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」或同等法律效力之文件。

> 實體環境安全

於專屬區域範圍，依照該區裝備活動、資訊機密性和重要性，建立安全區域等級劃分制度，並建立人員識別系統，防止未經授權出入與干擾，設置足夠防護系統、服務及程序以保全實體資產及環境安全。

> 客戶個人資料管理

為確保遠傳對客戶個人資料管理符合《個人資料保護法》要求，遠傳針對客戶個人資料蒐集、處理、利用及檔案安全維護作業訂有相關規範，以「相關、適切、不過度」為個資運用原則，並配合客戶個人資料保護認知宣導、教育訓練、計劃稽核及改善程序機制進行管理。

遠傳於蒐集客戶資料時，皆會明確告知當事人資料蒐集目的與使用範圍，處理、利用採行正式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並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。（相關說明詳章節 3.4 「影響力 Go Inclusive」）

服務管理與改善

遠傳定期透過客戶滿意度調查了解客戶意見回饋，持續改善服務管理流程，以符合消費者期待。同時，為確保並回應每一位消費者的聲音，遠傳亦建立完善的申訴及管理機制。

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，遠傳特別將「客戶滿意度」列為員工績效獎金的衡量指標之一，具體掌握服務品質。

內部調查

> 門市滿意度調查

遠傳在客戶到店後一週內由系統致電詢問顧客對於服務態度、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，並將此指標作為業務單位績效獎懲之要項。此外，門市人員每月電訪、神秘客及數位錄影檢核成效之成績皆與每月與業績獎金獎勵及懲處連結，同時併入當季及年度評核績效成績之部份佔比。

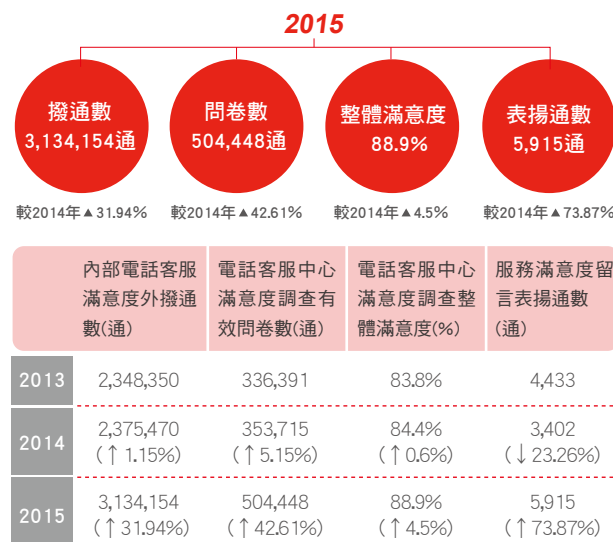
針對一般客戶及繳費客戶滿意度（最高分為 5 分），2015 年直營及加盟門市每月電訪問卷數及平均調查結果如下：



> 電話客服中心滿意度調查

遠傳電話客戶滿意度調查項目包括電話客服人員的處理能力、服務態度、問題是否解決、等候時間、整體滿意度等。我們會主動回電關懷給予負面評價的客戶，詢問其原因並針對負面意見內容進行改善與說明，以修復客戶關係。

2015 年遠傳大幅提升電話客服中心客服滿意度外撥通數及有效問卷數，當年度電話客服中心滿意度調查整體滿意度及服務滿意度留言表揚通數皆優於 2014 年表現，展現遠傳於服務品質認真耕耘的成果。



除定期進行滿意度調查，遠傳亦透過下列 4 項服務指標評定客服中心服務品質，做為主管對服務人員進行績效評量之依據，並優化流程及調整服務方式。2015 年電話客服

指標全數達標，且績效表現皆優於 2014 年表現。

電話客服指標	績效表現		
	2013	2014	2015
Service Level in 20' (20秒內接起的電話佔電話量的比率) > 80%	83.2%	73.2%	81.3%
Abandonment Rate (電話未被客服接起而斷線的比率) < 5%	4.1%	7.7%	5.0%
Average Speed of Answer (平均等候應答時間) < 20 秒	10秒	18秒	11秒
One Call (一通電話不重複來電比率/30天) > 93.5%	92.9%	94.0%	97.1% ¹⁶

¹⁶ 2015 年起客戶進線即可線上直接處理與說明，不需開立工單後續回電，有效減少重複來電比例。

外部調查

> 整體滿意度調查

遠傳委託外部市場調查公司每年於 4 月和 10 月共進行 2 次行動電話用戶滿意度調查，此調查針對遠傳等 5 家主要電信業者 15-64 歲行動電話用戶進行電話抽樣訪問，每次訪問約 1,600 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，2015 年起更增加維修服務、官網、行動客服 App、線上音樂及線上影城等項目。

遠傳於調查前會邀集行銷、業務、後勤支援、客服及網路等部門同仁參與問卷設計討論，並於調查結果出來後共同擬定改善計畫，持續強化顧客關係經營，並了解遠傳於各服務面向在競爭業者間的排名。

自 2015 年起，改以 5 分量表了解客戶滿意度，5 分表示非常滿意，4 分表示很滿意，3 分表示滿意，2 分表示普通，1 分表示不滿意。對於遠傳提供的整體服務，61% 受訪者回答滿意。除瞭解客戶滿意度外，還參考其偏好度，計算出 2015 年客戶的忠誠度指標為 2.74 分，居五家業者中前三名。

> 帳單滿意度調查

為優化用戶帳單使用經驗，遠傳自 2009 年持續改善帳單版型，除以表格化方式清楚呈現數據傳輸用量及最適資費推薦外，2015 年完成 3G 帳單簡化，讓用戶更清楚計費方式，除原電子帳單用戶外，並在同年 8 月提供三百萬紙本帳單用戶可直接透過出帳簡訊內含的網址查詢帳單明細，創業界之先。

客服單位統計，2015 年查詢帳務來電量和去年比減少 61.5 萬通，平均每月減少 5.1 萬通，2015 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正確性、帳單內容清楚易懂、帳單問題處理順暢、提供有幫助的計費方式與用量資訊、提供方便的繳款方式，以及提供方便的帳單明細查詢管道六大面向進行。2013-2015 年電子帳單滿意度調查結果：

2013	2014	2015
A	A	A

客訴機制

遠傳於 2013 年導入 ISO10002 申訴管理驗證，藉由系統化方式及時妥善處理消費者申訴。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，以提升協商共識為目標持續邁進。2015 年 11 月，遠傳客服中心再次通過 ISO 10002 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	2015 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	2014 年 3,083 件 2015 年 2,325 件 2015 年較 2014 年減少 758 件 (↓25%)
 協調會			2014 年 398 件 2015 年 181 件 2015 年較 2014 年減少 217 件 (↓55%)
 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	2014 年 23,499 通 2015 年 23,207 通 較去年減少 292 通 (↓1.2%)
 FETnet網站	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。		2014 年總申訴量 5,556 件 2015 年總申訴量 3,815 筆 較去年減少 1,741 筆 (↓31%)
 行動客服App	2014 年遠傳行動客服 APP 應用程式全面進行改版，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便於客戶操作		
 客服即時通	2013年推出客服即時通，以線上即時文字方式協助客戶進行一般電話客服可提供之服務內容，提供不同族群使用便利性		當消費者產生爭議時，將改以線上回電方式處理消費爭議。

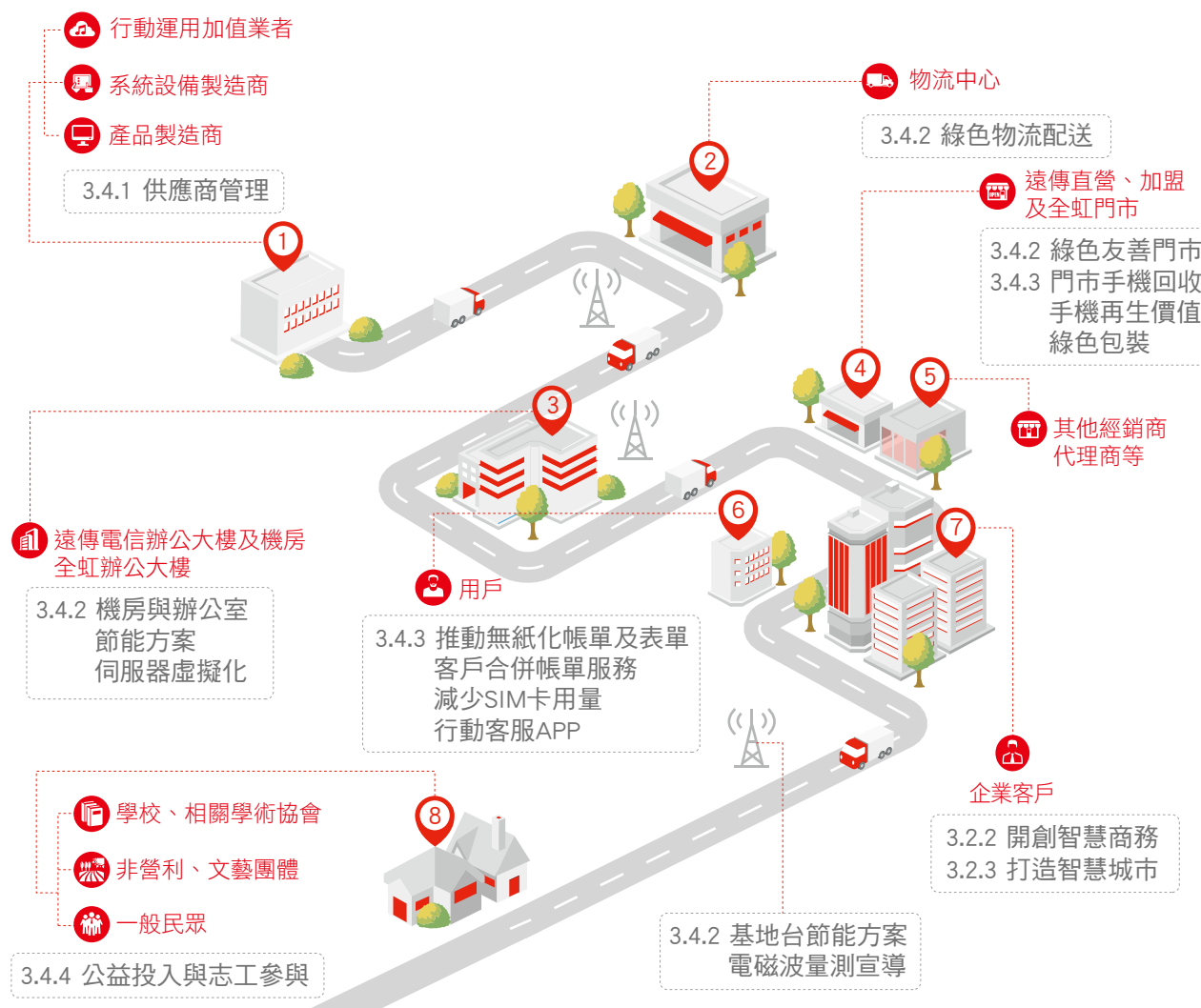
2015 年度六大客戶申訴管道之申訴案件數量全面減少，對遠傳的服務品質為一大肯定，未來遠傳亦將持續努力降低申訴案件，同時提升申訴處理滿意度，履行零距離的服務願景。

3.4 影響力 Go Inclusive

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，以提升遠傳對價值鏈各項環境與社會衝擊控制力為目標，發揮遠傳的企業影響力，在企業內、外部同步落實企業永續發展理念，總計 2015 年遠傳降低環境衝擊投入約 1.15 億元。遠傳上游供應商主要包括：設備供應商、產品供應商（如手機、配件等）及服務供應商三大類，下游則可分為企業客戶、消費者及一般民眾、非營利團體、學術組織等；顧客關係由客服、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，而與一般民眾及其他非營利團體和學術組織等則透過公益活動進行良性互動，上下游緊密串聯，形成遠傳價值鏈。

遠傳價值鏈節能方案	預計減碳成效 (CO ₂ e 公噸 / 年)
綠色物流	191.08
機房與辦公室節能方案	283.00
伺服器虛擬化	777.58
綠色包裝	165.00
手機再生價值	148.86
基地台節能方案	9,848.00
三合一 SIM 卡	0.03
無紙化帳單及表單、行動客服 App 服務	78.6
合併帳單服務	9.34
2015 年價值鏈節能方案減碳成效	11,501.49

遠傳的環境及社會友善計畫概觀如下：



3.4.1 供應商管理

供應商管理策略

2015 年遠傳總採購支出達 409 億元，佔遠傳總支出約四成二，供應商達 1,000 家，前百大供應商採購支出即佔遠傳全年採購金額 94%。遠傳視供應商管理為企業永續風險管理的重要一環，2014 年發布「供應商企業社會責任準則」，正式將環境、社會及公司治理 (ESG) 相關要求納入供應鏈管理準則，並與採購管理結合，要求供應商簽署誠信經營同意書。考量到我們當地供應商最主要問題集中在環安衛面向，遠傳於採購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》及《職業安全衛生法》等環境及勞工安全及衛生相關法令，並採取適當管理及防治措施。供應商必須簽署「承攬商勞工安全衛生暨環保承諾書」、「承攬商工作場所環境危害告知聲明書」及詳閱「承攬商勞工安全衛生管理實施要點」，並依照《職業安全衛生管理辦法》規定執行相關管理與災害預防工作。遠傳定期進行供應商評鑑，確保供應商符合相關規範。

遠傳電信亦針對供應鏈提出五大策略進行實質管理。五大策略為：

1. 供應鏈信用評等檢核
2. 供應商企業社會責任準則發佈
3. 供應商評鑑
4. 電子採購系統供應商管理模組
5. 強制要求回應供應商企業社會責任聲明書

綠色供應鏈

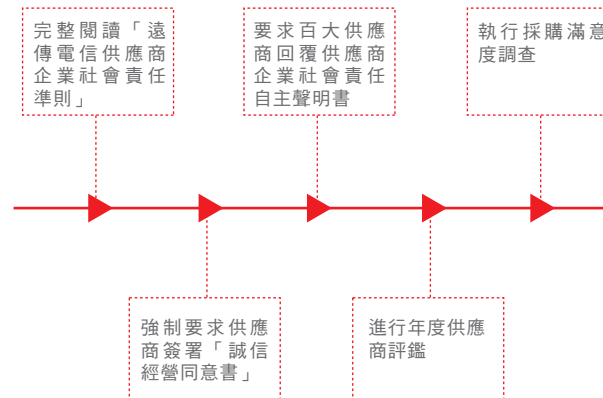
2015 年個人裝置和配件及電信網路設備採購約佔遠傳總採購支出 85%，遠傳除持續提供優良國際手機品牌及設備給消費者，也鼓勵外國公司在台灣成立辦公室促進台灣經濟發展。此外，遠傳更致力於扶植當地產業，在扣除國外廠牌訂單金額後，2015 年遠傳自台灣當地公司¹⁷之採購金額達總採購支出 99.18%¹⁸。

遠傳電信主要供應商集中於電信設備商、手機品牌或手機經銷商、工程承攬商及系統整合商，較少與 ISO 14001 所規範的製造商直接往來。台達電子是遠傳在 2015 年前 20 大供應商中唯一的製造商，其工廠具有 ISO 14001 認證，展現遠傳電信謹慎選擇供應商、善盡社會責任的努力。

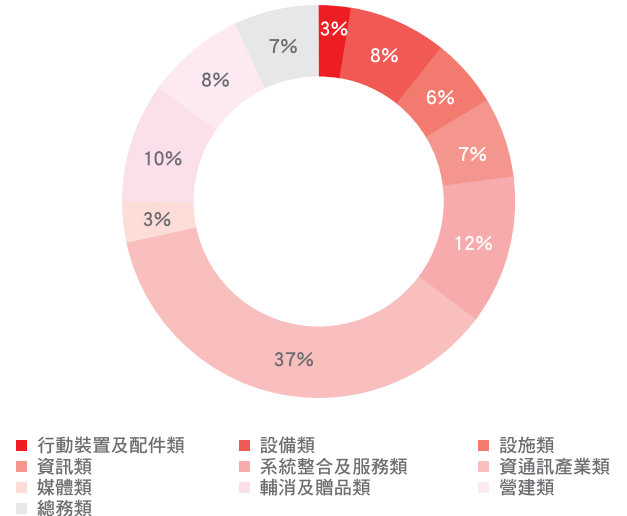
¹⁷ 指於中華民國境內登記之公司 (含台灣分公司)

¹⁸ 2015 年當地採購總支出統計期間為 2015 年 1 月 1 日至 11 月 30 日

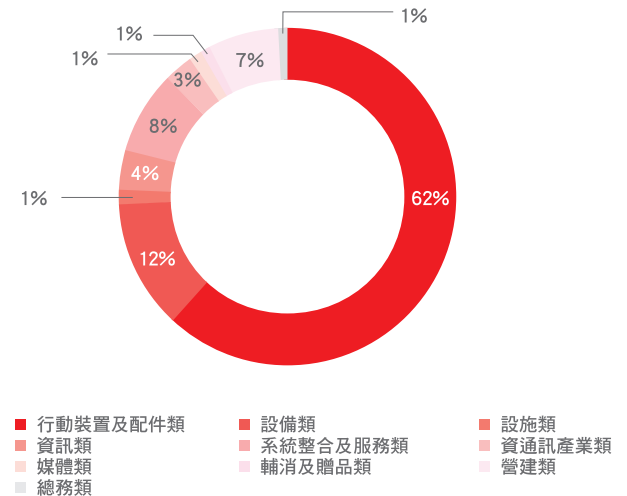
遠傳供應商管理規範及流程



遠傳2015年供應商家數分布

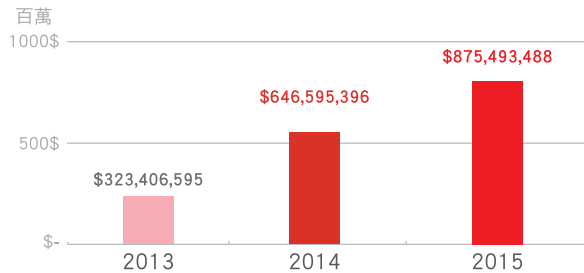


遠傳2015年採購支出比例



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進行採購；而採購部門在決定採購標案時，會諮詢節能省電小組並進行能源效率評估，將節能規格納入開標選項，並於每筆訂單建置追蹤機制。遠傳 2015 年綠色採購總金額達 875,493,488 元，較前年度綠色採購總金額成長 35%。

綠色採購金額



遠傳採購處持續鼓勵並補助同仁取得採購專業證照。目前已擁有國際組織 ISM 頒發之兩張 CPM 證照及七張中華民國採購協會頒發之 CPP 證照。

供應商評鑑

遠傳電信

遠傳每年度進行供應商評鑑，並於採購系統外網及供應商大會公開年度評鑑結果，表揚並邀請特優供應商於採購部門例行會議進行分享。評鑑分數較前年度落後 5% 以上且分數低於 70 分的重要供應商則被列為優先輔導對象，必須執行改善計畫並給予二次評鑑。2015 年共有 155 家廠商參與該評鑑，較 2014 年多 34 家廠商參與，佔遠傳總採購金額 96%；評鑑結果有 5 家高於 90 分（總分為

100），144 家落於 70-89 分，5 家落於 60-69 分，1 家則落於 50-59 分。針對評鑑分數低於 70 分之 6 家廠商，皆已提出改善計畫，將依其改善計劃審視各廠商改善狀況，並重新進行供應商評鑑。

供應商自主聲明

遠傳電信

遠傳亦完成制訂「供應商企業社會責任自主聲明書」，內容除宣達遠傳採購政策，並透過問卷方式進一步瞭解各供應商於環境、人權、勞工權益及道德四大面向之管理方針及可能風險。此聲明書中亦包含「誠信經營守則同意書」之簽署，明確規範供應商誠信行為準則。

經審查，僅有 1 家供應商主動揭露在過去 3 年內曾有違反《性別工作平等法》事件，並已依主關機關規定進行糾正；遠傳將持續關注此議題，其餘供應商皆未發現有違反規定之情況。遠傳將持續每年檢視百大供應商可能造成之負面衝擊，以利及早因應，善盡供應商管理責任。

遠傳電信針對百大供應商已設定回覆率目標：2015 為 70%、2016 為 80%、2017 為 85%。2015 年回覆率為 75%，達成當年度 KPI，涵蓋全年百大供應商總採購金額 98%。另，遠傳規範所有新進供應商皆須簽署此自主聲明書，2015 年共 369 家新供應商完成簽署，簽署率 100%，約佔全年採購金額 2.4%。未來遠傳電信將持續每年推廣供應商企業社會責任自主聲明。

全虹

全虹每年針對供應商品質、成本、交付、服務進行評鑑，2015 年全虹於「線上供應商評鑑系統」進行線上評鑑作業，總評鑑家數共 55 家，佔全虹整體採購金額約 96%，問卷回收率 100%。供應商評鑑結果分為優等、合格、待改善及不合格四個等級，全虹並根據評鑑結果決定採購策略，如針對優等廠商加大採購量、淘汰不合格廠商。2015 年評鑑平均得分為 85.4 分，其中 13% 供應商符合優等廠商標準，87% 為合格廠商，無待改善及不合格者。

採購滿意度調查

遠傳電信

遠傳電信於 2015 年針對供應商進行採購作業滿意度調查，包含對採購選商流程、系統使用、付款方式、採購人員態度等各面向，共十項題目。其中僅在解決付款相關問題之能力及速度之滿意度為 88% 外，其餘滿意度皆高於 90%。

全虹

全虹於 2015 年 4 月首次導入採購滿意度調查作業，主要確認需求單位是否同瞭解全虹採購選商政策及流程，並即時追蹤內部各需求單位意見，以與供應商進行有效溝通。2015 年採購滿意度調查作業共計回收 63 份有效問券，回收率 100%。調查結果發現 54% 供應商對全虹採購作業表示非常滿意、38.1% 為滿意、7.9% 為普通，無不滿意及非常不滿意問卷。

3.4.2 降低營運衝擊

遠傳瞭解在提供優良電信服務過程中，營運據點及活動可能對環境及社會造成衝擊；無論是能資源耗用、溫室氣體排放、廢棄物製造、基地台設置及社會大眾對電磁波的疑慮，遠傳皆致力於監督、管理並減少營運衝擊，提升利害關係人之信任。

營運環境足跡管理

營運環境足跡總覽

直接能源消耗－遠傳電信¹⁹

	2013	2014	2015
柴油 (千公升 / 年)	46.71	23.09	86.54
千兆焦耳 (GJ) ²⁰	1,641.86	811.61	3,014.88
溫室氣體 CO ₂ e 排放量 (公噸 / 年) ²¹	121.73	60.17	226.28

¹⁹ 2013-2014 年柴油消耗係以採購金額推估；2015 年改採 ISO14064-1 柴油 (固定式燃燒) 計算模式計算。遠傳於 2016 年 5 月 12 日通過 ISO 14064-1 查證，2015 年範疇 1 溫室氣體總排放量為 3,650.91 公噸 CO₂e。此表中揭露之範疇 1 溫室氣體排放量僅包含 ISO 14064-1 類別 A 緊急發電機 (柴油) 之盤查結果。

²⁰ 根據能源局 103 年能源統計手冊 - 能源產品單位熱值表，柴油 1,000 公升 = 35.15 千兆焦耳。

²¹ 依據行政院環保署發布之「溫室氣體排放係數管理表 6.0.2 版」(2015 年後 (含) 皆採用 6.0.2 版)，柴油溫室氣體排放係數總和為 2.6147 kg CO₂e/L。

直接能源消耗－全虹²²

	2014	2015
柴油 (千公升 / 年)	0.40	0.60
千兆焦耳 (GJ)	14.06	21.09
溫室氣體 CO ₂ e 排放量 (公噸 / 年) ²³	1.04	1.57

間接能源消耗－遠傳電信

	2013	2014	2015 ²⁴
辦公大樓用電量 (千度)	11,576.60	11,320.29	9,409.61
機房總用電量 (千度)	137,162.29	144,994.70	152,346.24
基地台用電量 (千度)	186,225.88	190,245.66	376,042.38
門市總用電量 (千度)	15,643.00	16,724.00	17,729.12
總用電量 (千度)	350,607.77	363,284.65	555,527.35
千兆焦耳 (GJ) ²⁵	1,262,187.97	1,307,824.74	1,999,898.46
溫室氣體 CO ₂ e 排放量 (公噸 / 年) ²⁶	186,523.33	189,634.59	289,429.75

註：2015 年因 4G 站台持續大量建設，導致基地台耗電量增加。

²² 柴油消耗係以採購金額推估；2013 年未將全虹納入報告邊界，故未納入統計範圍。

²³ 依據行政院環保署發布之「溫室氣體排放係數管理表 6.0.2 版」(2015 年後 (含) 皆採用 6.0.2 版)，柴油溫室氣體排放係數總和為 2.6147 kg CO₂e/L。

²⁴ 2015 使用電量因 ISO 14064-1 計算基準差異，無法進行跨年度比較，電度增加原因主要為 4G 設備用電增加及非台電電度計算基準不同。

²⁵ 1 kWh = 3600 KJ

²⁶ 溫室氣體排放量係採用行政院環保署公告每年公告之外購電力排放係數計算，2013-2015 年度電力排放係數分別為 0.532 及 0.522 及 0.521 kgCO₂e/kWh。

間接能源消耗－全虹

	2013	2014	2015
辦公大樓用電量 (千度)	288.45	261.97	243.70
門市總用電量 (千度)	2,106.99	2,076.84	987.60
物流中心用電量 (千度)	784.67	779.58	739.32
總用電量 (千度)	3,180.11	3,118.39	1,970.62
千兆焦耳 (GJ)	11,448.40	11,226.20	7,094.23

	2013	2014	2015
溫室氣體 CO ₂ e 排放量 (公噸) ²⁷	1,691.82	1,627.80	1,026.69

²⁷ 溫室氣體排放量係採用行政院環保署公告每年公告之外購電力排放係數計算，2013-2015 年度電力排放係數分別為 0.532 及 0.522 及 0.521 kgCO₂e/kWh。

溫室氣體總排放強度

溫室氣體 CO ₂ 排放總量	2013	2014	2015
能源密集度 (度 / 有效客戶數)	49.02	49.58	75.40
CO ₂ e 排放密集度 (公斤 / 有效客戶數)	26.13	25.89	38.64

用水量²⁸

	2013 ²⁹	2014	2015
耗水量 (度數 / 年)	239,482	266,099	286,755
自來水費 (新台幣元 / 年)	2,958,844	3,301,032	3,457,724

²⁸ 全虹用水量為推估值。

²⁹ 因 2013 年未將全虹納入報告邊界，故全虹 2013 年用水量未納入統計範圍。

廢棄物³⁰

	2013 ³¹	2014	2015
一般垃圾 (公噸)	191.70	291.84	366.54
紙類 (公噸)	39.92	73.73	76.61
可回收之其他資源 (公噸)	5.80	7.47	7.01
廢棄物處理費用 (新台幣元 / 年) ³²	632,514	700,764	767,114

³⁰ 全虹內湖總公司及各門市之一般垃圾及紙類廢棄物為推估值。

³¹ 因 2013 年未將全虹納入報告邊界，故全虹 2013 年廢棄物相關數據未納入統計範圍。

³² 所有廢棄物均委託合格清除處理廠商處理。

能源與溫室氣體管理

能源耗用為電信業營運造成最大宗環境衝擊之一；遠傳訂有「溫室氣體管理政策聲明」及「能源政策聲明」，作為遠傳管理能源耗用及溫室氣體排放之指引。

遠傳溫室氣體管理政策聲明

隨著全球暖化議題受到重視，再加上全球資訊網路產業之蓬勃發展，我們即將面臨著推動節能減碳之實質壓力，如何減少溫室氣體排放將成為現代電信產業不可迴避的責任。我們深知惟有以綠色為核心的經營模式，才能實現企業永續經營的理想，並贏得更美好的未來。

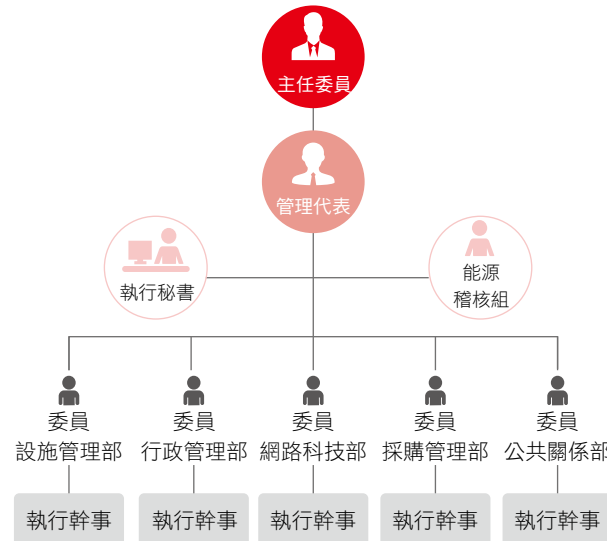
我們承諾具體落實環境永續的理念，持續提供綠色產品與服務，並定期檢討溫室氣體排放現況及推動各項減量行動，達到企業發展與自然環境永續共生之願景，以善盡本公司的社會責任。

遠傳能源政策聲明

- 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

依循上述政策聲明，遠傳透過「能源管理委員會」落實公司內部能源有效管理，每季定期召開會議討論能源相關目標與績效，透過由上而下的管理模式，由總部向外推動至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，委員會成員則包括不同部門副總經理，確保各部門皆能確實落實遠傳能源政策。

能源管理委員會組織架構

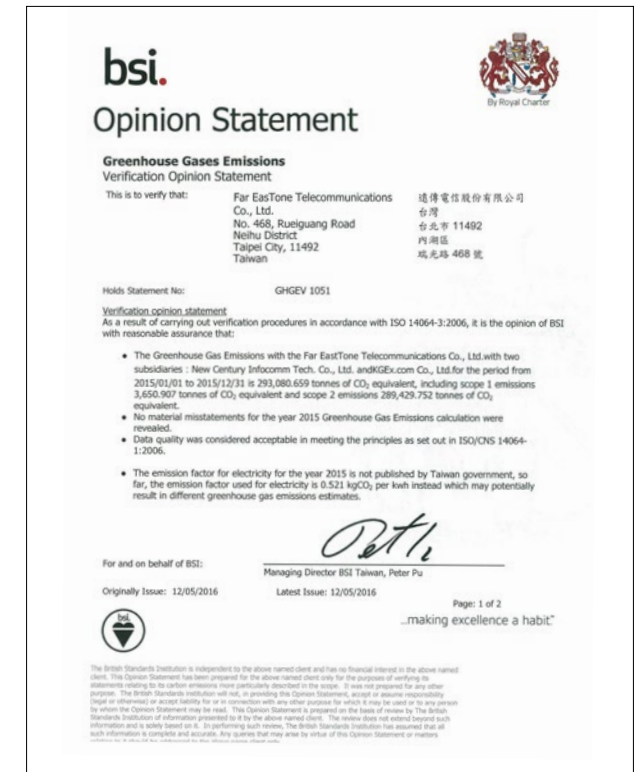


遠傳自 2011 年起逐漸導入 ISO 50001 能源管理系統驗證 (Energy Management System: ISO 50001)³³，協助建立務實、有效且易於管理的能源管理機制，並訂有「能源管理辦法」，據此制定企業各營運據點的能源管理措施、推動節能行動方案與查核及驗證執行成效。

遠傳亦於 2015 年起導入 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，以營運控制權法設定盤查編界為遠傳電信 (股) 公司、新世紀資通 (股) 公司及和宇寬頻 (股) 公司，盤查類型包含上述公司之辦公大樓、機房、基地台及直營門市。以當年度實際營運活動數據計算溫室氣體排放量，各項排放係數採用

³³ISO 50001 涵蓋範疇為總部機房及辦公室。

環保署 2016 年 2 月 2 日公告「環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.2 版」、經濟部能源局 2015 年 8 月出版能源產品單位熱值表及其 2014 年度公告之電力排放係數計算。



根據「能源管理辦法」，遠傳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；機房區以三年內 PUE 5% 以上為節能目標。

專有名詞小百科：

PUE 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)

遠傳節能目標達成情形如下：

	2013	2014	2015
辦公區 EUI(kWh/m ²)	131.36	128.45	129.37
EUI 與前年度差異 (%)	↓ 2.95	↓ 2.21	↑ 0.71
辦公區較前年度節省或增加之用电量(度)	↓ 351,591	↓ 256,310	↑ 80,807
辦公區較前年度節省或增加之電費(新台幣元)	↑ 510,768	↓ 15,672,433	↑ 1,576,447
機房區 PUE	1.88	1.89	1.91
PUE 與前年度差異 (%)	↓ 0.91	↑ 0.53	↑ 1.06
機房區較前年度節省或增加之用电量(度)	↑ 3,874,510	↑ 7,832,409	↑ 5,086,017
機房區較前年度節省或增加之電費(新台幣元)	↑ 510,768	↑ 49,855,426	↓ 6,895,533

與前一年度相比，由於 2015 年遠傳業務擴增、員工人數增加、辦公設備用電增加，遠傳電信辦公區 EUI 些微上升 0.71%。而針對機房區，2015 年因應客戶需求擴增設備，試車期間空載率較高，導致 PUE 上升了 1.06%。未來將持續採取採用空調系統採用變頻系統、減少開啟非必要空調設備、改善照明用電及汰換低效率設備等因應措施，降低用電量。

具體節能措施

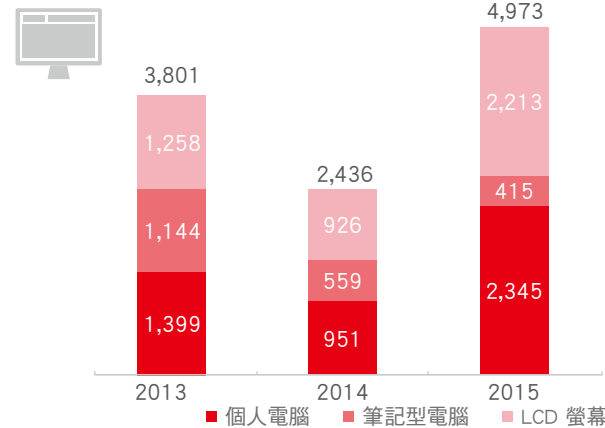
> 遠傳電信—設備租賃活化

遠傳電信自 2011 年開始以汰換並捐贈效率較差的既有電腦設備，並優先選擇租賃取得環保標章之產品，提升資訊設備利用效率。2013 年至 2015 年個人資訊設備租賃數據如下：

租賃設備數量(台)	2013	2014	2015
個人電腦	1,399	951	2,345
筆記型電腦	1,144	559	415
LCD 螢幕	1,258	926	2,213
總計	3,801	2,436	4,973

2013-2015年設備租賃統計

單位：台數



> 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，至 2015 年已增加至 2,018 台(2015 年共新增 479 台)，實體伺服器

建置需求逐年遞減，截至 2015 年止，原預估需 707 台實體伺服器，現僅需 293 台，減少耗能約 59%，共計節省 1,492,470 瓦能量。2015 年伺服器虛擬化投入經費約為兩千萬元。

> 遠傳電信—其他機房與辦公室節能方案

遠傳電信 2015 年間執行之節能專案，投入總經費達 30,464,115 元，預計減碳成效達 283 公噸。詳細專案內容彙整請見下頁表格。

> 遠傳電信—綠色友善門市

遠傳自 2010 年起逐步改善門市節能措施，汰換變頻空調冷氣及節能照明設備，至 2015 年已累計近 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，減少資源使用。2015 年共有 10 家門市改裝，投入金額約 3,100 萬。由於 2014 年下半年起門市新一代店格引進多媒體互動設備，取代傳統張貼海報，導致 2015 年平均每間門市用電微幅增加。



機房與辦公室節能方案

2015 年參與營運據點	節能專案或項目	專案或項目投入金額	年節電效益(度)	換算年節省電費 ³⁴	換算年減碳量(公噸)
內湖 468 IDC 機房	機房更換 LED 燈具	950,000	39,386	104,767	20.5
內湖 468 IDC 機房	機房空調改善	9,074,286	105,120	279,619	54.8
內湖 468 IDC 機房	1F 機車棚換 LED 燈具	15,960	1,497	5,212	0.8
內湖 468 IDC 機房	B1F 高供空調改善	73,000	96,309	256,182	50.2
台中太平 IDC	機房更換 T5 燈具	123,250	10,022	27,070	5.2
安康 IDC 機房	氣冷冰機汰舊換新 *1	5,790,476	7,387	19,649	3.8
安康 IDC 機房	CRAC 汰舊換新 *3	2,661,315	15,956	42,443	8.3
安康 IDC 機房	變壓器汰舊換新 *1	1,923,810	1,695	4,509	0.9
安康 IDC 機房	燈具汰舊換新	23,058	10,232	27,217	5.3
新湖機房	空調主機汰換工程 配合使用操作方式	3,000,000	87,680	277,344	45.7
台南 MSC	· 響應台南市政府服務業自願性節能商家措施。 · TN MSC UPS 供電迴路改善	38,000	13,200	42,900	6.9
高雄臨廣	甲乙梯間 24 小時照明更換 LED 燈管	6,300	4,205	13,414	2.2
五股 MSC	電信設備供電效率改善節能	4,111,157	6,412	17,056	3.3
板橋 326	· 照明燈具汰換與節能 · 交換式直流供電設備汰換與節能源 · 不間斷交流電源設備汰換與節能源	6,784,660	144,142	390,625	75
合計		30,464,115	543,243	1,508,007	283

³⁴ 年節省電費計算方式 = 年節電效益(度) × 平均每度電費; 平均每度電費 = 2015 年各機房總電費 ÷ 總電度

平均每間門市用電量

2013	2014	2015
3,277 度	3,285 度	3,481 度

此外，遠傳電信配合新北市政府舉辦服務業節電獎勵活動，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%。遠傳電信另亦配合高雄市政府「智慧節電計畫」活動，進行現場用電輔導及查核，成為日後門市改裝時的節能指標。

▶ 遠傳電信—綠色物流配送

遠傳透過大數據分析，搭配遠傳各門市不同營業時間，優化物流路線安排，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。³⁵

為避免依個案訂單出貨增加物流運輸趟數，遠傳將商品分成「有價商品」(手機、顧客購買的配件等商品)及「輔銷商品」(DM、POS、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污染。

節能減碳措施	2015 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 170 張訂單，輔銷物集中出貨每天可減少 150 家門市出貨，每年可減少紙箱 84,480 個，相當於 160 公噸的碳排放量 ³⁶
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 31.08 CO ₂ e 公噸的碳排放量

³⁵ 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: 2.263 kg/公升。

³⁶ 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"> > 投入 9.5 萬元更改契約容量，節省電費支出 8.7 萬元 > 實施走動式管理節能措施，節省電費支出 16.4 萬元 	<ul style="list-style-type: none"> > 調降電力契約容量，節省電費支出 11.1 萬元。 > 強化行政管理程序，節省電費支出 28.4 萬元。 	<ul style="list-style-type: none"> > 進行設備汰舊換新，並進行節能宣導及用電量異常追蹤，用電量降低共 171,193 度

> 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，遠傳 2015 年透過換裝變頻冷氣、改善通風系統、關閉多餘 2G 設備、撤除 2G TRX 等措施降低能源依賴，提升基地台能源使用效率。2015 年總計投入經費 33,437,500 元，預計可節省近 1,900 萬度用電量，減碳 9,848 CO₂e 公噸。遠傳基地台每 1MBs 用電量自 2011 起即逐年下降，足展現基地台節能成效。

2013	較 2012 年變動 %	2014	較 2013 年變動 %	2015	較 2014 年變動 %
0.001122	-47%	0.000660	-41%	0.000572	-13%

2016 年遠傳將持續擴大基地台節能工作，新建設基地台設備的耐環境溫度提高，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，2015 年已完成 300 座，預計再新增 112 座；另對於現有基地台實施節能改造工程，已逾 350 站，每站減少 14% 用電，

持續 AC 變頻冷氣換裝 / 安裝，目標 80 站，每站減少 10% 用電為目標。

減少電子廢棄物

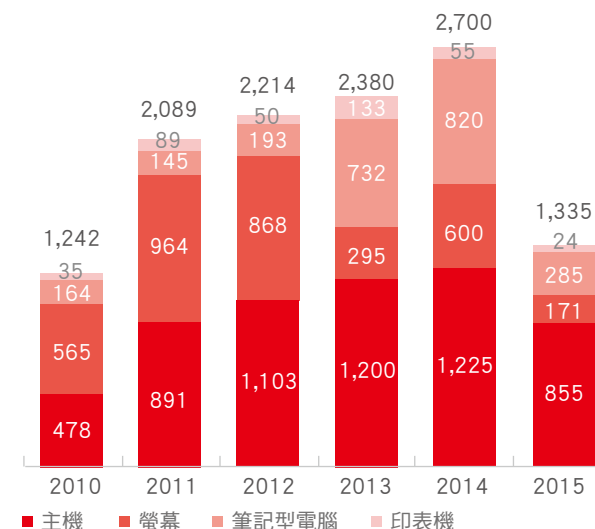
遠傳電信長期響應行政院環境保護署「二手電腦回收轉贈計畫」，以環保及愛心為出發點，促進資源再生利用的同時，期望透過二手電腦回收轉贈計畫，有效改善弱勢學童學習環境，照顧弱勢團體，縮減城鄉數位落差，最大化資訊設備使用效益。

遠傳電信另與三益策略發展協會長期配合，參與「三益策略發展協會二手電腦轉贈計畫」，自 2012 年起連續 4 年每年捐贈數量為業界第一名，累計近 6 年總捐贈數量更超過 11,000 台。

單位：台

年份	主機	螢幕	筆記型電腦	印表機	合計
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
2015	855	171	285	24	1,335
合計	5,772	3,463	2,339	386	11,960

2010-2015年捐贈數量 單位：台數



遠傳的基地台規範

遠傳的基地台及天線設置除滿足主管機關相關規範外，亦致力於利用共構、共站及共天線方式，大幅降低必要天線數量，減少資源浪費並積極加強基地台周邊景觀綠美化，降低甚至消除基地台及天線的視覺衝擊。2015 年遠傳基地台共站比例達 62.7%、共構比例達 31.48%、獨立站台則為 5.82%。

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。

2015 年遠傳無與電磁波相關罰款，而與基地台架設有關之罰款金額總計為 1,400 萬元，共計 28 件，較前年度減少 47 件。為對利害關係人負責，除持續配合推動公有建物釋出及電磁波宣導，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。

此外，遠傳自 2014 年起即配合「NCC 推動公務機關（構）建置共構共站行動通訊平臺基礎設施作業」，針對公務機關於全國各地高災害潛勢地區或偏鄉釋出之公用建築物提出基地台建置補助申請。遠傳截至 2015 年底已提出共計 9 件高抗災行動通訊平臺基礎設施建設補助，目前所有申請皆已通過複審階段。

參與 NCC「推動共構共站行動通訊平臺」計畫的預期效益包含提升行動寬頻通訊服務品質、增加通訊服務涵蓋範圍、加速偏鄉通訊建設、提升行動通信基礎設施抗災耐災能力，並消除民眾對電磁波的疑慮。遠傳未來會持續配合、參與高抗災共構共站基地台建設作業。

電磁波議題追蹤

相較於門市、辦公大樓及機房，基地台為遠傳營運活動中對當地社區最具顯著衝擊之營運據點。為正面因應大眾關注之電磁波議題，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」，進行基地台電磁波觀念之宣導與溝通，降低民眾對基地台電磁波的健康安全疑慮。

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，2015 年 TTIDA 共計提供 1,136 件次電磁波問題諮詢服務，主要詢問問題包含站台合法性、電磁波對健康之影響、電磁波法定標準值及量測服務流程等；另外並受理 683 件電磁波量測服務，其中遠傳共受理量測 118 件；加上受理民眾要求自行量測 32 件，總計達 150 件電磁波量測服務，共投入新台幣 720,000 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。

電磁波宣導活動

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活動，提供電磁波正確知識，並防止相關詐騙訊息，避免產生社會恐慌。

此外，遠傳另於 2015 年 8 月參與電信協會辦理之北區第一線工程人員教育訓練座談會，加強人員面對抗爭民眾的溝通技巧，以宣導電磁波正確知識並避免不必要的紛爭。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已有趨緩，同時媒體報導趨勢也由大量負面新聞降至目前正負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，以期與社區居民及消費者建立互信共融的良好關係。

	2013	2014	2015
遠傳進行電磁波量測之基地台數	140	142	150

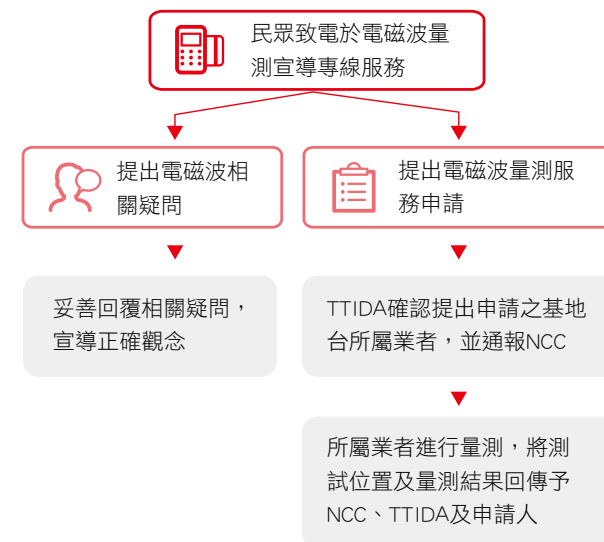
3.4.3 降低產品衝擊

溝通手機電磁波潛在衝擊

為維護消費者使用行動產品權益，NCC 訂定所有市面銷售之行動通訊產品電磁波能量比吸收率 (Specific Absorption Rate, SAR)。遠傳銷售之所有行動通訊產品亦皆符合 NCC 規範標示警語及 SAR 標準值與實測值，充分告知消費者電磁波相關資訊。

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消費者必須正視的議題。為方便消費者回收廢行動通訊產品，促進資源循環利用，遠傳與行政院環保署簽訂廢行動通訊產品回收合作備忘錄 (MOU)，在全省門市設置



手機回收點，免費回收廢棄的手機、PDA、GPS 及充電器或其他配件，並送交合格處理業者再生處理。2015 年回收手機數較前年度成長 239%；回收電池量則較前年度成長 1,082%；而回收充電器及線材較 2014 年度成長 47%，展現遠傳推廣電子廢棄物回收之績效。

	2013	2014	2015
回收手機數(支)	485	6,272	21,292
回收電池(公斤)	44	18.2	215.1
充電器/線材(公斤)	—	103.2	151.2

創造手機再生價值

除協助回收廢棄行動通訊產品，遠傳致力於開拓次級市場、吸引特定客群，將展示機及過季手機和配件轉售予二手商或遠傳 outlet 門市（即暢貨中心），賦與這些產品新生命，降低產品消耗率。2015 年共計創造了 12,987 支手機的再生價值，約節省 148.86 公噸碳排放³⁷。

	轉售二手商	轉售暢貨中心
手機(支)	8,609	4,378
平版電腦(件)	2,550	645
配件(件)	25,997	3638
總計	37,156	8,661
轉售手機可節省能源(度)	189,398	96,316
轉售手機可減少之碳排放量(公噸)	98.68	50.18

推動無紙化帳單及表單

遠傳於 2015 年致力於提升電子帳單的產品力，經由問卷調查深入瞭解客戶使用電子帳單相關需求並進行功能優化；另針對既有電子帳單使用客戶，則提供多樣化優惠集點活動持續提升使用率。

電子帳單使用數 2015 年較 2014 年增加 20 萬，已累計 200 萬用戶使用無紙化帳單，預估每年可節省紙張 6,000 萬張，相當於減少 72.6 公噸碳的排放³⁸。

電子表單至 2015 年底已達到 70.2% 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 6.00 公噸的碳排放量。

	電子帳單		電子表單	
	用戶數量(千人)	減少的 CO ₂ 排放量(公噸/年)	使用率	減少的 CO ₂ 排放量(公噸/年)
2013	1,235	44.82	52%	4.02
2014	1,800	65.34	65.5%	5.24
2015	2,000	72.60	70.2%	6.00

³⁷ 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（即 2014 年）電力排放係數為每度 0.521 公斤 CO₂e/度。

³⁸ 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

為方便客戶管理電信帳單，同時減少帳單列印及寄送之資源浪費，遠傳主動接觸客戶，為名下有多門號且分開帳戶的客戶，或既有客戶欲申辦新門號時，進行帳單合併。2015 年度共有 226,830 個門號完成帳單合併，估計每年可減少 226,470 份帳單列印及郵寄，相當於減少約 9.34CO₂e 公噸碳排放量。

減少 SIM 卡用量

考量到當前通用的手機 SIM 卡種類繁多，遠傳於 2015 年全面推出三合一 SIM 卡，一張 SIM 卡即整合 Mini、Micro 與 Nano 三種通用卡片，方便客戶使用，並有效提升營運效率。2015 年遠傳各門市總體卡片採購量減少 20%，約 100 萬張，每年估計可減少塑料（ABS&HPVC）約 5,500 公斤（約原油 11,000 公斤³⁹）、二氧化碳排放量 34 公斤 CO₂e（用電量），以及約 100 萬份的包裝與印刷顏料污染。

³⁹ 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

「遠傳行動客服 App」不僅方便客戶隨時了解帳單金額及上網傳輸量，更可透過隨身行動服務減少舟車勞頓產生的環境足跡。2015 年已有 360 萬用戶使用行動客服 App，且透過 App 繳款人數突破 10 萬。透過行動客服 App 申請電子帳單數量突破每月 13,000 份，為客戶常用的隨身客服，也達成減碳的社會責任。



綠色包裝

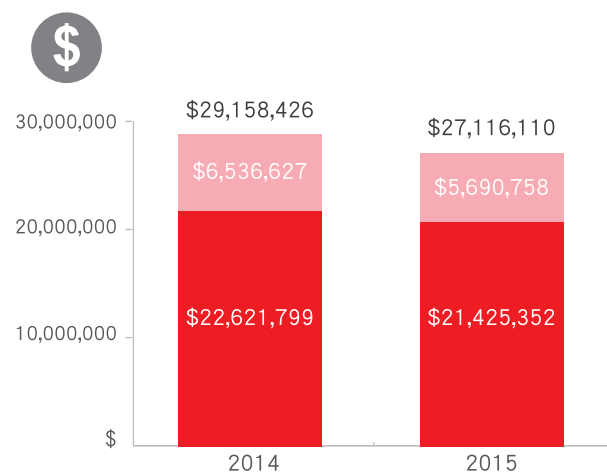
印刷產業的原料使用、印刷及加工製程等，可能產生空氣、廢水污染及廢棄物等環境問題。遠傳在出貨時統一採用環保再生且無印刷的包裝盒，其中 1/3 使用回收箱，約可減少 165 公噸碳排放量⁴⁰。

3.4.4 創造社會影響力

遠傳以「時尚環保、責任創意」的企業社會責任雙主軸架構之下，持續地投入企業資源，並結合通訊核心應用，透過創新思維推動環保概念，創造社會影響力，促進社會永續發展。在公益投入方面，2015 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，遠傳於 2015 年之公益總投入金額為 27,116,110 元，參與志工人次達 190 人，顯示遠傳對於持續深耕台灣在地發展之決心。

投入金額

單位：元

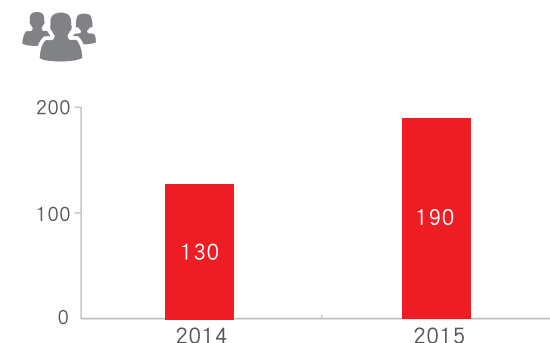


■ 遠傳投入金額 ■ 募款金額

⁴⁰ 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。

志工人數統計

單位：人次



遠傳志工
出任務影片




2015 年遠傳公益參與志工人次及合作團體一覽如下：

遠傳電信

第四屆綠色輕功「我畫 我說 故我愛」



綠色輕功「我畫 我說 故我愛」活動串連環保教育，首開國內兒童電子繪本徵件先河，更是繪本文創人才的重要舞台，遠傳不僅將得獎作品上架於friDay閱讀平台，可供免費觀看，還將作品改編成短篇動畫，於friDay影音免費下載。並攜手主婦聯盟，推動行動故事列車，將得獎繪本授權開發成教案，解決NPO/NGO 組織面臨版權受限的困境。

 參與志工 **44** 人

 受惠人數

偏鄉說書活動共計185位小學學童參與(興中51人，建山61人，桃源73人)；繪本及插畫徵件數達272件

 受惠團體


高雄市興中國小、建山國小、桃源國小、friDay影音、friDay閱讀用戶

第九屆兒福聯盟「搶救生命 棄兒不捨」募款活動



遠傳攜手兒童福利聯盟合作「棄兒不捨，讓愛遠傳」公益活動邁入第九年，今年特別於華山中央藝文公園舉辦「三代Fun愛野餐趣」公益野餐日，透過的野餐活動，邀請全民共同用歡笑與感動，關懷出養兒，替「等家寶寶」募集生活照顧基金。

九年來共幫兒童福利聯盟募得逾2,800萬的生活照顧基金，累計扶助8,754人次。

 參與志工 **31** 人

 受惠人數

2015年共幫助了超過916人次出養兒尿布、奶粉等生活費用。

 受惠團體

兒盟出養家庭



兒盟募款活動



董氏基金會「好好說話 聽見快樂」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。

 參與志工 **19** 人

 受惠人數

校園情緒講座參與學生人數共5041人；偏鄉營隊參與學生90人

 受惠團體

全台五都共25所國中小學、新北市貢寮國小、桃園市育仁國小



董氏好好說話聽見快樂

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。

 參與志工 **38** 人

 受惠人數

辦理2場志工培訓研習營、結訓人數46人；台北市及新北市辦理35場綠繪本故事列車，總參與民眾人次共747人。

 受惠團體

大台北區國小及幼稚園、親子、外部志工

白絲帶「兒少行動上網安全」國際論壇



首屆的兒少行動上網安全國際論壇，由白絲帶關懷協會主辦，並邀包括遠傳電信總經理李彬等，台灣、日本多位關心兒少議題的重量級講者，當天台日雙方簽訂共同防護及合作協議，建立網路防護聯盟，持續在網路安全申訴、教育與研發持續合作，守護亞太地區兒童上網安全。



受惠人數

論壇參與民眾120人。



受惠團體

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

張老師基金會「家庭溝通推手-社區親職教育支持計畫」



張老師基金會與遠傳電信合作推出開口說愛·讓愛遠傳「家庭溝通推手-社區親職教育支持計畫」。結合企業資源協助兒童及青少年的主要照顧者成長，加強親職教育觀念的推廣及宣導，藉此強化親子間優質雙向溝通。



受惠人數

社區家庭講座報名參加人數163人；保庇寶貝手札巡迴講座學校數共辦理24場次講座，國小16場、國中7場、高中職1場；辦理時數26小時，參加講座學生達3,850人



受惠團體

台北市、桃園市、台中市、台南市及高雄市五都之家長、教師及志工

新北八仙塵爆捐款



八仙塵爆是台灣史上極為嚴重的工安事件，遠傳除自主捐款外，更主動發起社會大眾及員工捐款，為眾多傷者盡一份心力。



受惠人數

- 1.遠傳共捐出500萬給新北市政府社會局幫助傷者未來復健所需費用。
- 2.主動發起員工捐款活動，共有527位員工參與捐款，將總募款金額1,109,204全數交由陽光基金會，進行生理及心理重建工作。
- 3.陽光基金會將各界募款金額陸續為400位輕、中、重等不同受傷程度之傷者積極展開關懷、諮詢及生心理重建服務。



受惠團體

新北市政府社會局、陽光基金會

無障礙科技發展協會「視障者行動智慧生活教學計畫」



針對智慧手機初學者，舉辦3梯次、9天的培訓課程，共25位盲胞朋友完成培訓；針對已具備智慧手機使用經驗之視障者，舉辦6梯次、6天的進階課程，共47位盲胞朋友受惠。



受惠人數

共計72位盲胞朋友完成培訓。



受惠團體

盲人手機教學講師費

「大小拉小手 省水護地球」水資源館參訪



遠傳志工團隊邀請95位偏鄉孩童走出校園，到台北遠東環生方舟水資源館進行戶外教學，透過綠色輕功環保繪本故事、互動遊戲，以及生動活潑的如果兒童劇團表演，讓學童了解尊重大自然、愛護水資源的重要性。



參與志工

19人



受惠人數

共計95位小學學童參與（互助61人、秀林34人）



受惠團體

南投縣互助國小、秀林國小

「寶衛地球 讓愛遠傳」兒童環保教育



九月初起，深入北、中、南各縣市共十所小學進行空氣品質環境教育課程推廣。遠傳攜手遠見未來少年雜誌與生態資訊暨環境教育協會規劃系列課程，並帶領企業志工前進校園。

小朋友也利用回收廢棄材料，動手勞作自己專屬的防毒面具，並闡述其作品背後的創意及環保理念。

受惠人數

全台共計10所學校、2,000位小學學童參與。共90位外部志工參與。

寶衛地球 讓愛遠傳



受惠團體

台北市萬芳國小、台北市大安國小、彰化縣西港國小、南投縣潭和國小、新北市三重國小、高雄市屏山國小、雲林縣斗六國小、桃園市中埔國小、台中市宜欣國小、嘉義縣北回國小

Teach for Taiwan



贊助Teach For Taiwan 偏鄉教育所需之通訊服務，包括8支手機(\$4,990)、8個新門號費用減免(\$1,500*6月)、5組MVPN群組。

受惠人數

由後勤團隊使用，聯繫第一屆9位、第二屆20位偏鄉教師；亦用於聯繫21間已合作偏鄉國小、一百餘間待合作偏鄉國小、數十位偏鄉校長與主任、上百位mentor...等。除與教師直接相關之聯繫，亦使用於捐款人關係維持一百餘人、招募相關單二十餘所大專院校。

受惠團體

TFT 偏鄉培訓教師

「擁抱地球 讓愛遠傳」盛夏音樂會



由享譽國際知名指揮家陳正哲帶領蘇州科技學院音樂學院合唱團、台北愛樂合唱團與台北愛樂青年管弦樂團，共同演出動人樂曲。音樂會更結合如果兒童劇團，將改編演出遠傳第三屆綠色輕功之得獎電子環保繪本『海邊的鳥醫生』，讓民眾可透過音樂與環保親子劇場的演出，共享環保音樂饗宴。

受惠人數

參與觀眾超過1,000人。



擁抱地球 讓愛遠傳 盛夏音樂會

受惠團體

台北地區民眾

亞東醫院關懷簡訊

2014年起與亞東醫院明倫自殺防治中心合作，於重大節日寄發關懷簡訊，延續適時關懷與提醒就診之功能。

受惠人數

共發出3,141則簡訊，每則簡訊以\$2.6127元計算。

受惠團體

亞東醫院關懷個案

台南市登革熱防疫



協助台南市政府開發登革熱防疫App，並捐贈防疫手機及門號100組、捐贈防蚊液8,000瓶。

受惠團體

台南市國中、小學及一般民眾

遠見偏鄉閱讀計畫

企業響應贈閱雜誌於指定區域小學，希望透過班級的共讀，為偏鄉孩子展開同樣的學習機會。

受惠人數

指定區域小學每年級一班皆可借閱未來少年或未少兒童。

受惠團體

彰化縣立秀林國小、彰化縣立互助國小、桃園市立育仁國小、新北市立貢寮國小、高雄市立桃源國小、高雄市立建山國小、高雄市立興中國小、高雄市立寶山國小、高雄市立樟山國小、高雄市立六龜國小、高雄市立老濃國小、高雄市立新發國小、高雄市立龍興國小、高雄市立新威國小、高雄市立寶來國小、高雄市立民生國小、高雄市立那瑪夏區民權國小、高雄市立圖書館桃源分館

桃源國小圖書館重建計畫



協助重建八八風災後摧殘倒塌之校內圖書館，並整理各界捐贈之書籍。

參與志工

39 人

受惠人數

受惠學生約90 人。

受惠團體

高雄市桃源國小

2015 亞洲開放資料高峰論壇

台北市電腦公會執行經濟部工業局計畫，舉辦此論壇，邀請美國資料科學家 Ben Wellington，從資料使用者角度分享如何善用、分析資料。另邀請韓、泰、菲、印尼、日、台等亞洲6國Open Data政府與民間實際推手，一同催生亞洲Open Data 聯盟，後續將展開區域合作並促進經濟的發展。

受惠團體 台北市電腦商業同業公會

Cavalía 夢幻舞馬公益場



遠東集團舉辦《夢幻舞馬》千人公益場，邀請長期關懷的公益組織或偏鄉學校免費觀賞表演。

受惠人數

遠傳邀請兒童福利聯盟出養家庭及偏鄉學童，受惠人數約200人。

受惠團體

彰化縣新水國小清寒家庭學童、彰化縣廣興國小清寒家庭學童、彰化縣大新國小清寒家庭學童、兒福聯盟台北、基隆收出養兒工作站、家扶中心台北南區家扶對象、南投縣互助國小

快樂Fun電影公益集氣活動



遠傳影城和董氏基金會合作，推出「BLUE GO AWAY, 快樂FUN電影180天」，消費者只要線上消費儲值，遠傳影城即捐基金給董氏基金會推廣憂鬱症防治工作。

受惠團體 董氏基金會

讓愛看得見-公益集氣活動



遠傳影城與導盲犬協會合作，推出「讓愛看得見 百萬公益集氣募款」，邀請用戶線上儲值看電影做公益，遠傳影城將捐款給台灣導盲犬協會，讓導盲犬與視障朋友得到更多資源與關懷。

受惠團體

台灣導盲犬協會

全虹

華山基金會2015年端午節關懷禮

全虹於2015年透過外部網路與內部網路號召全虹人與親朋好友捐贈端午節禮盒，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，讓全省獨居老人在端午節可收到一份溫暖的佳節禮品。透過此次的參與，全虹得以列入2015年華山基金會中秋節的文宣品上並且掛上贊助廠商。

Chapter 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 公司治理

2015-2016年4月止，遠傳電信公司治理成果與績效

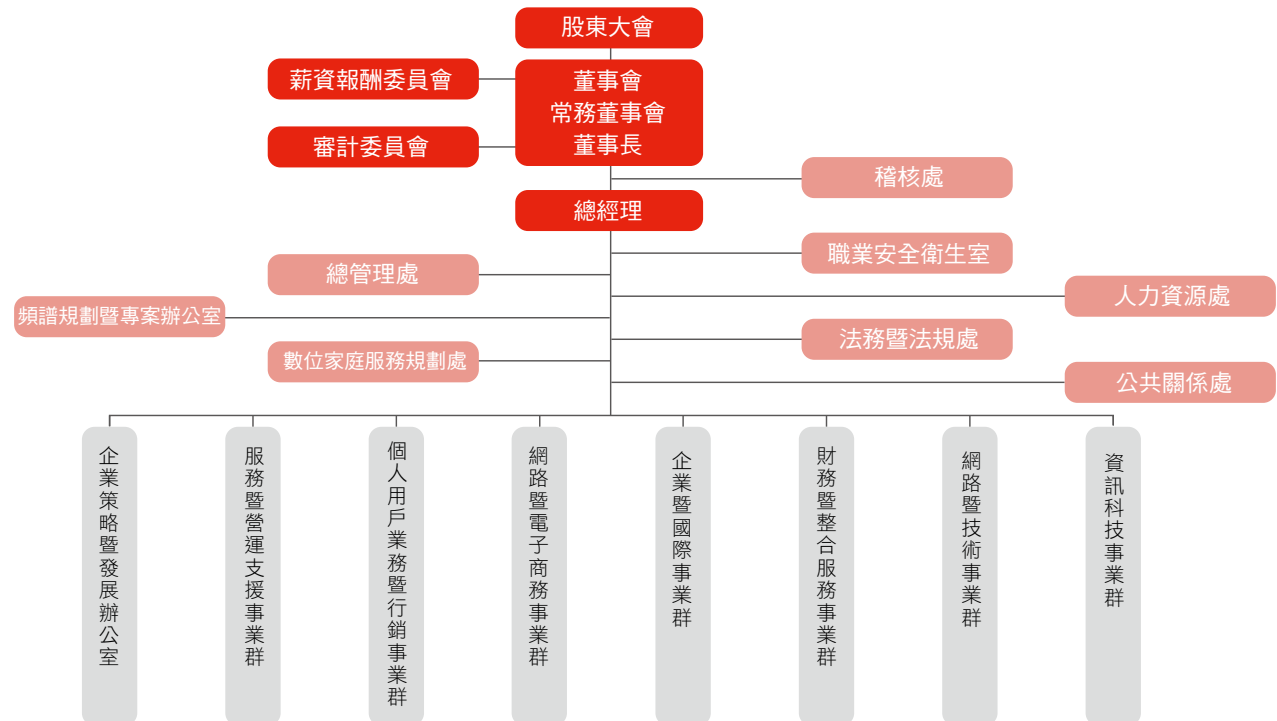
- 遠傳董事長徐旭東獲哈佛商業評論「2016 台灣執行長 50 強」
- 榮獲第一、二屆公司治理評鑑前5%佳績
- 榮獲《亞洲公司治理雜誌》評選為第五屆 Asian Excellence Recognition Awards 2015 「最佳執行長」、「最佳企業社會責任獎」及「最佳投資人關係獎」
- 榮獲《金融亞洲雜誌》亞洲最佳公司四座大獎，包含台灣「最佳管理企業」、「最佳公司治理」、「最佳投資人關係」、及「最佳信守配發高股利承諾企業」
- 榮獲「金融亞洲雜誌亞洲最佳公司」五座大獎，包含台灣「最佳管理企業」、「最致力公司治理」、「最佳投資人關係」、「最善盡企業社會責任」及「最佳財務長」

健全的公司治理是永續經營的基石。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。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，期望從公司治理出發，將企業永續經營重大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回應消費者及投資人的期許與要求。

4.1 公司治理架構

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。第 7 屆董事會共設置董事 11 人，任期自 2015 年 6 月 18 日至 2018 年 6 月 17 日止；為確保治理獨立性、多元性並兼具利害關係人觀點，董事會組成包含 3 名獨立董事及 1 名女性董事。

遠傳的「薪資報酬委員會」、「審計委員會」及「企業社會責任委員會」皆定期向董事會報告其活動和決議。遠傳電信的組織架構權責劃分明確，自總經理下細分為不同事業群。現行組織架構及各單位權責說明請詳遠傳 2015 年報。為確保企業運作獨立與公正性，董事長並未兼任行政職位。



4.1.1 董事會運作情形

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

董事會討論任何議案時，均充分考量獨立董事之意見，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。2015 年董事會共召開 6 次會議，董事會董事親自出席率達 92%，如加計委託出席則出席率達 100%。2015 於董事會會議中提出之重要關鍵議題涵蓋公司治理、營運及社會面向，包含中嘉合作案、八仙塵爆捐款、修正公司章程、公司治理實務守則及董事會議事規則條文、檢視及通過內部稽核計畫（計畫項目含法規遵循、資訊安全、採購流程等）及內稽內控相關規範；歷年所有董事會議事錄揭露於官網。

董事會組成

董事任期為 3 年，董事成員提名則經由嚴謹的遴選程序，獨立董事候選人之獨立性亦需符合「公開發行公司獨立董

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	遠鼎投資(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:徐旭平	中華民國	鼎鼎企業管理顧問(股)公司副總經理	遠東新世紀副董事長、亞洲水泥董事、裕民航運監察人
常務董事	遠鼎投資(股)公司 代表人:楊麟昇 (Jan Nilsson)	瑞典	遠傳電信副董事長 遠傳電信總經理 Satelindo Telecom Indonesia 資深執行副總經理	無
獨立董事	劉遵義 (Lawrence Juen-Yee Lau)	香港 (中國)	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獎座副教授、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)
獨立董事	劉炯明	中華民國	臺灣國立清華大學校長暨梅貽琦榮譽講座教授 美國伊利諾大學香檳校區榮譽退休教授	臺灣國立清華大學蒙民偉榮譽講座教授、聯華電子、立錡電子、力晶科技獨立董事、旺宏電子董事、晶心科技監察人
董事	遠鼎(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	遠鼎(股)公司 代表人:徐國安	美國	在美國曾擔任以下公司之策略及設計顧問: 新成立的高科技公司、雀巢、日本電裝汽車、 起亞汽車和 Target	遠東集團創新長、裕民航運董事暨副總經理
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
董事	亞洲投資(股)公司 代表人:彭芸	中華民國	國家通訊傳播委員會第二屆主任委員 國立政治大學新聞研究所教授	元智大學社會暨政策科學學系與資訊傳播所教授、樂陞 美術館獨立董事
董事	鼎元國際投資(股) 公司:林暉	新加坡	Chief Operating Officer, SingTel Group	Advisor, SingTel Group; Board Director, APT, Satellite, HK

事設置及應遵循事項辦法」規定，不僅考量專業能力，也非常重視其個人在道德行為及領導上的聲譽。

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，仰賴其不同專業領域（包含會計、電信產業、財務、經濟及公司治理等）提供管理階層專業客觀之意見，以指引公司在經濟、環境和社會等議題的策略方向，做出對公司股東及社會最有利的決策。為保障董事免於因執行職務，而遭受第三人訴訟所引發的個人責任及財務損失，遠傳已為董事們購買董事責任險，相對降低其執行業務時之責任風險。

遠傳訂有「遠傳電信公司治理實務守則」，以確保治理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，讓股東充分行使其權利，具體提升公司治理成效。2013 年起董監事選舉全面採用候選人提名制。董事會並於 2015 年陸續訂定（修訂）以下規章制度共 15 項。

各委員會章程皆公開揭露於官網「公司治理」專區。遠傳另預定於 2016 年規劃「董事會績效評估辦法」，持續提升董事會運作績效。

訂定(修訂)日期	董事會通過規章
2015 年 2 月	關係人交易管理作業程序
2015 年 6 月	公司章程
	資金貸與他人作業程序
	取得及處分資產處理程序
	董事選舉辦法
	背書保證作業程序
2015 年 7 月	審計委員會組織規程
	董事會議事規則
	薪資報酬委員會組織規程
	內部重大資訊處理作業程序
	公司治理實務守則
2015 年 10 月	誠信經營守則
	企業社會責任實務守則
	道德行為準則
2015 年 10 月	申請本公司上市之有價證券暫停及恢復交易作業程序

董事進修情形

為持續提升董事在永續經營及公司治理上整體知識，遠傳國內董事均定期參加進修課程，國外董事因受限於地區及語言之故，並未參加國內相關之進修課程，惟仍經由參加國外研討會、論壇或公司定期提供法令之異動等方式汲取新知。2015 年國內董事進修情形如下：

主辦單位	課程名稱	進修時數	參與董事人次
財團法人台灣金融研訓院	董監事會運作實務與公司治理研習班	3	6
社團法人中華公司治理協會	企業社會責任之挑戰與轉機	3	1
社團法人中華公司治理協會	從董監事角度看外部審計與內部控制	3	1
社團法人中華公司治理協會	企業商戰不可或缺的營業秘密保護法律面面觀，企業併購實務作業	6	1
Wood Mackenzie	中國一帶一路策略帶動的鋼鐵需求及對散裝航運的影響	2	1
財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	企業併購之發展趨勢與實務案例探討	3	1

4.1.2 審計委員會

遠傳於 2015 年 6 月 18 日設置「審計委員會」取代監察人，由 3 名獨立董事組成，旨在協助董事會監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度，並協助建立及強化相關制度。

依其組織章程規定，審計委員會有權進行任何適當的審核及調查，並且與公司內部稽核人員、簽證會計師皆有直接聯繫之管道。審計委員會會議每季召開，2015 年共召開 2 次會議，會後製作成審計委員會議事錄，將重要討論及決議情形通知各董事、總經理、及公司最高階主管。

審計委員會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。

審計委員會每季會議中，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，並完成各獨立董事指示事項的執行、報告、與追蹤。此外，各獨立董事亦每月取得稽核主管提交之稽核業務月報。

4.1.3 薪酬委員會

遠傳依法設有「薪資報酬委員會」，旨在協助董事會執行與評估公司整體薪酬與福利政策，以及董事及經理人之報酬。遠傳薪資報酬委員會設有 3 名委員，其中 1 位為遠傳獨立董事，符合獨立性之情形已揭露於年報。2015 年共召開 2 次會議，薪酬委員出席率達 100%。除考量財務績效外，遠傳高階主管及全體員工之薪酬皆與客戶忠誠度連結，每年皆須提報董事會核可，未來將考慮進一步納入環境與社會績效的評估。



給付董事酬金之政策、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，則董事之酬金將隨之調整降低；而盈餘分配之酬勞係依據公司章程規定辦理，考量因素包括各董事選舉之得票情形，以及對公司事務投入心力等。

	2013 年	2014 年	2015 年
給付董事酬金總額佔稅後純益之比例	1.07%	1.06%	1.09%

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取當年度盈餘之固定比例，故與公司經營績效高度關聯。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。

	2013 年	2014 年	2015 年
給付總經理及副總經理酬金總額佔稅後純益之比例	1.42%	1.64%	1.58%

4.1.4 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。遠傳 2015 年間至 2016 年初遵循利益迴避原則情形如下：

公司	董事會會議日期	提案內容	利害關係情形	利益迴避遵循情形
遠傳電信	2015 年 4 月 28 日第 6 屆第 13 次董事會	認購鼎鼎聯合行銷股份有限公司(下稱鼎鼎行銷)現金增資 7,950,000 股	徐旭東董事長身兼鼎鼎行銷董事長	進行利益迴避而未參與討論及表決外，本案經其他出席董事一致無異議通過
新世紀資通	2016 年 2 月 16 日第 7 屆第 12 次董事會	資金貸與安源通訊股份有限公司(下稱安源)不超過新台幣 2.5 億元	李彬董事身兼安源董事長	進行利益迴避而未參與討論及表決外，本案經其他出席董事一致無異議通過
新世紀資通	2016 年 2 月 16 日第 7 屆第 12 次董事會	捐贈新台幣 100 萬元予元智大學，參與桃園市政府 2016 年台灣燈會活動展出	徐旭東董事長身兼元智大學董事長	進行利益迴避而未參與討論及表決外，本案經其他出席董事一致無異議通過
新世紀資通	2015 年 4 月 28 日第 7 屆第 6 次董事會	認購鼎鼎行銷現金增資 2,650,000 股	徐旭東董事長及紀竹律董事二人身兼鼎鼎行銷董事長及董事	進行利益迴避而未參與討論及表決外，本案經其他出席董事一致無異議通過

4.1.5 資訊揭露

為提供國內、外投資大眾正確且詳實之資訊，遠傳官方網站即時更新財務、業務、企業社會責任等相關訊息，且為兼顧國內、外股東及利害關係人取得資訊之便利性，主動於公司年報、議事手冊、公開資訊觀測站、企業社會責任報告書及網站提供中、英文訊息。

遠傳官網
投資人服務專區



4.1.6 股權資訊

截至 2015 年 12 月 31 日止，遠東新世紀股份有限公司及其關係企業直接或間接持有遠傳電信股份為 38.28%，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。2016 年 4 月 18 日遠傳股東結構如下：

	政府機構	金融機構	其他法人	個人	外國機構及外人	合計
人數	9	33	180	22,383	835	23,440
持有股數	21,507,029	565,618,691	1,515,151,816	100,974,071	1,055,249,203	3,258,500,810
持股比例 (%)	0.66	17.36	46.49	3.10	32.39	100.00

2016 年 4 月 18 日股權比例前十大之股東如下：

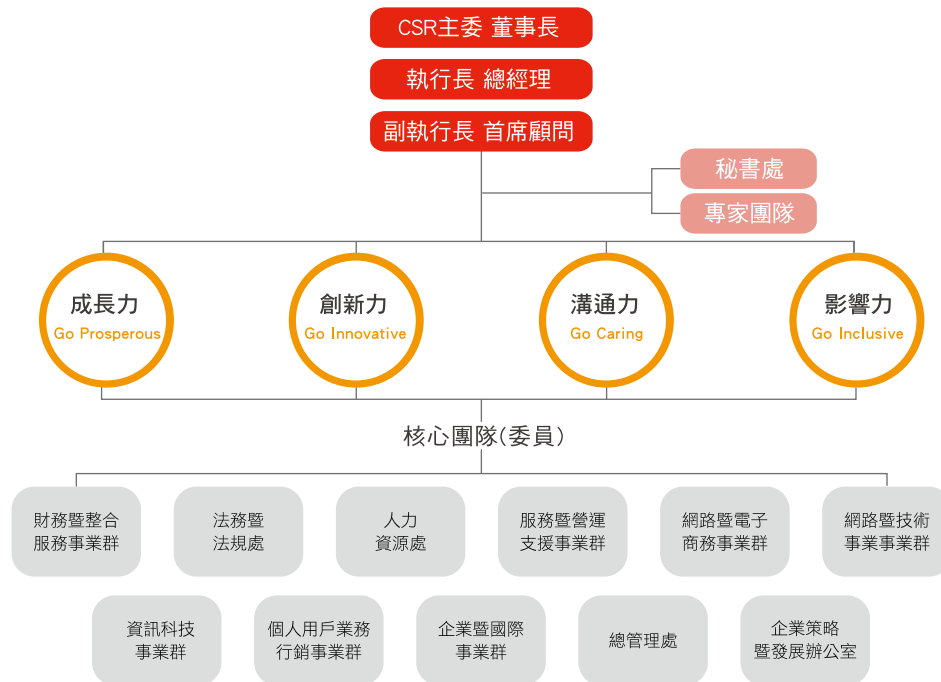
主要股東名稱	持股比例 (%)
遠鼎投資股份有限公司	32.73
日商 NTT DOCOMO 股份有限公司	4.71
國泰人壽保險股份有限公司	3.88
富邦人壽保險股份有限公司	3.15
遠通投資股份有限公司	3.08
中華郵政股份有限公司	3.07
南山人壽保險股份有限公司	2.44
新光人壽保險股份有限公司	2.39
中國人壽保險股份有限公司	1.47
安和製衣股份有限公司	1.25

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 策略規劃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、高階主管團隊(Executive Management Team, EMT)擔任四大跨事業群工作小組的召集人,統領轄下各事業群之委員代表,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。

除成立專責 CSR 委員會,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 2015 年 7 月 30 日第七屆第三次董事會修訂通過,作為遠傳企業社會責任政策的最高指導原則。

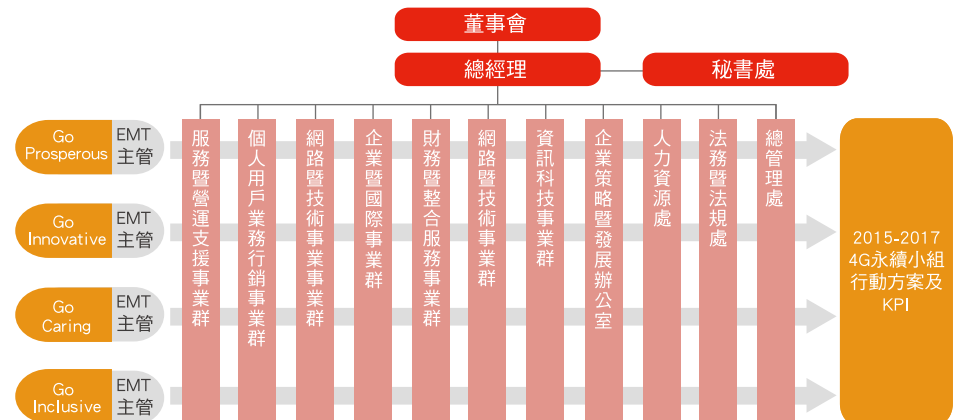
遠傳企業社會責任委員會架構



遠傳 CSR 委員會核心團隊主要任務包括: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、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。

遠傳 CSR 委員會 2015 年全面盤點關鍵永續風險及機會,重新以「4G 永續力」定調未來 3 年發展主軸:Go Prosperous 成長力、Go Innovative 創新力、Go Caring 溝通力、Go Inclusive 影響力。4G 永續發展主軸確實將企業社會責任精神與遠傳日常營運文化結合,深入每一個遠傳人的思維。

CSR 委員會每季定期召開會議,由總經理擔任主持人,並由副總擔任各別 4G 工作小組召集人,分別針對當年度行動計畫及 KPI 報告執行成果,所有事業群高階主管皆參與討論,另亦針對相關領域關鍵議題及利害相關人回饋之重大永續發展議題提案討論,並透過總經理將 CSR 委員會運行情形及面臨之重大永續發展議題回饋於董事會。CSR 委員會於 2015 年共舉行 3 次會議,完成研擬各專案小組 3 年期的行動方案及 KPI,並持續追蹤改善績效。2015 年 KPI 及相關實績請詳 1.3 章節「遠傳永續發展目標」說明。



4.3 誠信經營

遠傳透過「誠信經營守則」及「道德行為準則」落實企業誠信經營。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「影響力 Go Inclusive」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。

4.3.1 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 2015 年 7 月通過「遠傳電信誠信經營守則」修訂版，守則規範對象為董事、經理人、受僱人、受任人或具有實質控制能力，適用於子公司、直接或間接捐助基金累計超過 50% 之財團法人及其他具有實質控制能力之機構或法人等組織。子公司全虹亦同步訂定其「誠信經營守則」，以落實母公司遠傳誠信經營之政策。

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，考量承包商、供應商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，由總管理處統籌各單位推動企業誠信經營的作業，並定期向董事會報告。

4.3.2 道德行為準則

為導引本公司董事、經理人、受僱人及受任人之行為符合道德標準，遠傳於 2015 年 7 月由董事會通過「遠傳電信道德行為準則」修訂版，明訂公司董事、經理人、受僱人、受任人之道德行為規範。

道德行為準則規範面向包含防止利益衝突、不得圖私己利、公司及客戶資料保密、公平交易等，另訂有行為規範、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。

4.3.3 申訴管道

為確實落實誠信經營，遠傳建立檢舉違反誠信經營與道德行為準則之信箱供公司內外部人員反應意見或檢舉違規事宜。遠傳電信員工可在內部網站中依據「違反誠信經營舉報管理辦法」反應意見或檢舉違規事宜，受理單位於接獲反應後將會立即進行瞭解，並視需要展開調查。

其他檢舉管道設有：

- ✉ 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

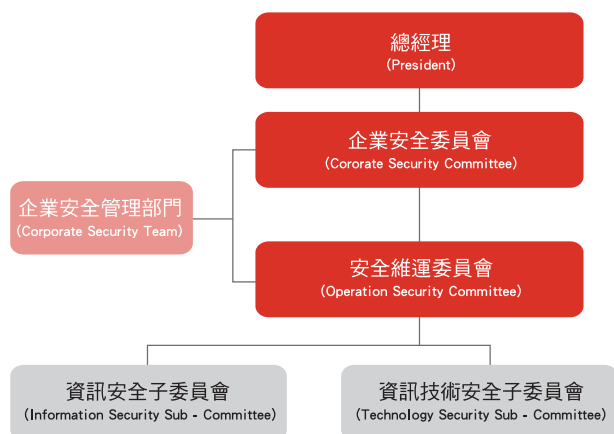
全虹員工可透過「我有話要說信箱」，反應意見或檢舉違規事宜。2015 全虹並未有員工誠信經營違規案件。

4.4 營運風險管理

電信產業環境在網路科技的發展及帶動下，營運環境日漸複雜及快速，產業激烈的競爭、消費者行為的變動，國家法規的控制，再加上氣候變遷所引起的自然災害對電信設備的影響，都需要系統性的預防及管理機制，才能適切的評估上述因素所帶來的風險及機會。

為保護公司資產，降低事業損害、增進事業利益，並確保事業永續經營，遠傳建立企業安全組織，制定企業安全政策及安全架構，包含營運資訊安全領域、技術安全領域、實體安全領域、以及人員安全領域，各領域的管理範疇考量安全治理與法規遵循要求、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目的。

遠傳風險管理架構圖



2015 年企業安全委員會共召開 4 次會議，由最高管理階層，跨部門討論訂定「尊重客資、珍惜所託；永續服務、深得信賴」的資安願景，並主動檢視營運資訊安全領域，重新訂定以「創造資安文化、有效降低風險、提供信賴服務、遵循法令規範」的資訊安全目標做為全體遠傳員工遵循努力的方向。

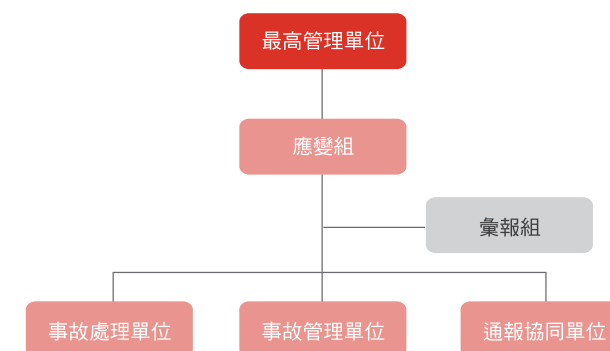
此外，安全維運委員會、資訊安全子委員會及資訊技術安全子委員會為落實資安願景與目標，2015 共召開 12 次以上會議，會議主要達成結論包含建立營運持續管理機制與程序、進行 ISO 27001 及 BS 10012 驗證準備溝通作業與通過 ISO 27001 及 BS 10012 管理審查、進行資安量測指標修訂、修訂重大事故與議題危機條件、優化第三方委外管理機制、訂定與核定年度資安重點專案計畫等。

在此期間，遠傳跨部門動員近 150 人次，陸續舉行 3 場研討會議及演練，參考 ISO 31000/ISO 27005 之系統化風險管理方法，重新優化資訊安全風險評鑑管理機制，定義相關作業角色、權責、評估方式及工具，辨識出高風險議題，進一步結合年度作業計劃，採行包含避免、降低、轉移等應對處理方式，逐步進行改善，達到有效降低風險的目標。

為持續宣導企業安全及資訊安全管理觀念，2015 年遠傳共辦理教育訓練 30 餘場，參與人數約 7,500 人次，花費

近 250 萬元，總時數高達 170 小時以上。此外，亦透過資安專題講座、新人訓練、內部網站課程、數位電子雙月刊、電腦開機提示、手機即時通訊 Emma 資安佈告欄、資訊安全網站及主題活動等途徑，持續發揮教育宣導的功能，使全體員工的資安測驗通過率達 99.95% 以上，有效達成提升全員資訊安全意識的目標。

遠傳營運持續應變管理組織圖



營運持續應變管理組織最高管理單位為企業安全委員會，當重大事故發生，彙報組將彙整事故管理單位及通報協同單位資訊，提供應變組判定是否啟動應變程序，並向最高管理單位及董事長辦公室呈報。

於 2015 年，營運持續應變管理組織共召開近 10 場會議，緊急處理包含門市、客服、技術及營運支援等跨單位重大事故，透過公司前線與後端各單位的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。

4.5 法規遵循

遠傳恪遵主管機關公司治理與誠信經營、環境保護及勞工人權等相關法令，落實組織內之法規教育。2015 年遠傳對董事會成員共進行 2 次法規宣導，分別於 4 月 28 日第 6 屆第 13 次董事會及 10 月 28 日第 7 屆第 4 次董事會議事錄寄發時提供；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 2015 年並未有違反反賄賂、反競爭政策之情事，亦未有誠信相關違規案件產生。另 2015 年間遠傳特許執照依法辦理變更與申請，均獲得主管機關核准。

4.6 外部參與

除積極落實企業內部公司治理外，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公協會組織，確保公司治理能夠有效呼應國內外重要倡議及行動，以及同業最新發展動態，提升企業競爭力。遠傳 2015 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)	榮譽理事長：1 位、 理事：3 位、監事：1 位
台灣國際網路協會 (TWIA)	理事：2 位
台灣通訊學會 (TCS)	理事：1 位
公司治理協會 (TCGA)	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 (TDPF)	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	無
資策會 Mobile First	無
台灣網路暨電子商務產業發展協會 (TiEA)	無
中華民國工商協進會 (CNAIC)	常務理事：1 位
中華民國企業永續發展協會 (BCSD)	無
台灣智慧航空城產業聯盟 (TIAA)	無
台灣企業永續研訓中心 (CCS)	理事：1 位

Chapter 5

▶ 未來展望





Go Prosperous
成長力

遠傳以全方位觀點檢視並深耕企業永續成長動能。遠傳將持續強化第四代行動電話通訊服務，提升4G覆蓋率及傳輸速度，佈建WiFi熱點，以提供客戶更高品質及更快速的語音及數據通訊服務。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，因應數位匯流趨勢，遠傳將持續透過策略聯盟以及企業內部資源整合，結合固網、行動電話及網際網路業務，主導市場發展。遠傳亦將持續積極招聘跨領域ICT人才，秉持策略性人力資源發展，從訓練體系出發，輔以職涯發展方式培養高素質人力，因應科技變革與產業趨勢，成為行動商務、物聯網和智慧城市領域的領航者。針對企業永續經營，遠傳將持續強化企業永續治理，落實永續發展策略及目標，導入國際標竿評估工具積極精進遠傳永續經營體質，成為國際投資人眼中的永續型企業。



Go Innovative
創新力

現今網路環境已從PC時代邁向行動化時代，消費者接觸的各類數位內容及服務也移轉到行動網路及載具上。遠傳將持續追求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，在多媒體服務方面持續擴大適用裝置的種類（如手機、平板電腦、桌上及筆記型電腦及連網電視等），以及多元的終端客戶市場（輸出台灣的優質多媒體內容至亞洲各地）。遠傳將發揮整合性大數據分析以洞察企業與個人用戶需求及使用習慣，聚焦「智慧生活」、「智慧商務」、「智慧城市」三大主軸，規劃與開發貼近客戶需求、以使用者為中心的創新增值服務，確實擴大客戶群及經營客戶長期黏著度。



Go Caring
溝通力

遠傳將持續推廣「開口說愛 讓愛遠傳」品牌，鼓勵大眾關心周遭的親人、朋友，更要品牌力量深入台灣社會，串連在地關懷，實踐遠傳對於電信產業的期許及可創造的共享價值。除發揮品牌力量與各利害關係人溝通互動，遠傳亦將透過優質與獨特的客戶服務、完善的門市人員訓練管理、創新的數位化及虛擬化服務管道、多元且不分族群、年齡、貧富的電信服務與產品，用心經營客戶關係，增進客戶忠誠度。



Go Inclusive
影響力

遠傳將持續增進與價值鏈各環節之互動，提升其對價值鏈各階段之影響力，致力降低價值鏈的環境與社會衝擊。針對上游供應商，遠傳將持續倡導落實企業永續發展之重要性，要求合作夥伴一同管理環境、人權、勞工權益及道德四大面向績效，並提高綠色採購比例。針對遠傳自身營運活動，從辦公大樓、基地台、機房乃至其價值鏈下游（直營及加盟門市），遠傳將以身作則，透過建置環境管理能力、擴展能源管理範疇、提升產品及服務數位化，有效降低營運活動衝擊。遠傳期許發揮並最大化其正向影響力，同步落實企業內、外部永續發展理念實踐，攜手資通訊產業價值鏈共同邁向永續發展。

▶ GRI 內容索引表



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	頁次
策略與分析				
G4-1	提供組織最高決策者的聲明	董事長的話 經理的話		5 6
G4-2	描述關鍵衝擊、風險及機會	2.1 外部環境分析		18
組織概況				
G4-3	組織名稱	2015 營運概況		7
G4-4	主要品牌、產品與服務	1.1.1 遠傳商業模式		10
G4-5	組織總部所在位置	2015 營運概況		7
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	1.1.1 遠傳商業模式		10
G4-7	所有權的性質與法律形式	2015 營運概況 4.1.6 股權資訊		7 79
G4-8	組織所提供服務的市場	1.1.1 遠傳商業模式		10
G4-9	組織規模	3.1.1 營運規模擴展		31
G4-10	員工人數	3.1.1 營運規模擴展 3.3.2 友善工作環境		31 46
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 影響力		58
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化		無重大變化	
G4-14	組織是否具有因應相關之預警方針或原則	4.4 營運風險管理		82
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		83
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		83

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明	頁次
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		4
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 2.2.3 重大性分析		4 25
G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面。	2.2.3 重大性分析		25
G4-20	針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	2.2.3 重大性分析		25
G4-21	針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	2.2.3 重大性分析		25
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		4
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		4
利害關係人議合				
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	2.2.1 遠傳的利害關係人議合		23
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	2.2.1 遠傳的利害關係人議合		23
G4-26	與利害關係人議合的方式	3.3.1 利害關係人溝通與回應		43
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項及組織回應、	2.2.1 遠傳的利害關係人議合 3.3.1 利害關係人溝通與回應		23 43
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		4
G4-29	上一次報告的日期	關於本報告書		4
G4-30	報告週期	關於本報告書		4
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		4
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		4
G4-33	保證 / 確信	關於本報告書		4

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明	頁次
治理				
G4-34	組織的治理結構	4.1 公司治理架構		74
G4-35	最高治理機構授權委任經濟、環境及社會議題的流程	4.2 企業永續治理		80
G4-36	負責經濟、環境和社會議題的經營管理階層及是否直接向最高治理機構報告	4.2 企業永續治理		80
G4-37	利害關係人與最高治理機構在經濟、環境和社會議題上諮詢的流程	4.2 企業永續治理		80
G4-38	最高治理機構及其委員會的組成	4.1 公司治理架構		74
G4-39	最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	4.1 公司治理架構		74
G4-40	最高治理機構及其委員會提名、遴選流程及準則	4.1 公司治理架構		74
G4-41	避免及管理最高治理機構利益衝突之流程	4.1 公司治理架構		74
G4-42	最高治理機構在設立宗旨、價值、策略和經濟、環境、社會衝擊目標上的角色	4.2 企業永續治理		80
G4-43	為發展與提升最高治理機構在經濟、環境和社會議題上整體知識所採取的措施	4.1 公司治理架構		74
G4-44	a. 最高治理機構在經濟、環境和社會議題表現的評量流程 b. 因應最高治理機構於經濟、環境和社會議題之績效評量而採取之措施	4.1 公司治理架構		74
G4-45	a. 最高治理機構於鑑別與管理經濟、環境與社會衝擊、風險和機會扮演的角色 b. 與利害關係人之諮詢是否用於支持最高治理機構對經濟、環境和社會衝擊、風險和機會之辨識與管理	4.1 公司治理架構 2.1.3 企業永續風險		74 21
G4-46	最高治理機構在檢視組織針對經濟、環境和社會議題風險管理流程之角色	4.1 公司治理架構		74
G4-47	說明最高治理機構檢視經濟、環境和社會衝擊、風險與機會之頻率	4.1 公司治理架構		74
G4-48	檢視及核准組織永續性報告書之最高層級委員會或職位	關於本報告書		4
G4-49	與最高治理機構溝通重要關鍵議題的程序	4.1 公司治理架構		74
G4-50	與最高治理機構溝通重要關鍵議題的性質和總數，以及後續所採取的處理和解決機制	4.1 公司治理架構		74
G4-51	a. 最高治理機構和高階管理階層的薪酬政策 b. 最高治理機構和高階管理階層在經濟、環境和社會目標的績效標準如何與薪酬政策連結	4.3 誠信經營		81
G4-52	薪酬決定的流程	4.3 誠信經營		81
G4-53	如適用時，說明如何尋求利害關係人意見並將其意見與薪酬結合，包括對薪酬政策和提案之投票結果	4.3 誠信經營		81

一般標準揭露					
指標	指標描述		回應章節	其他說明	頁次
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		81
G4-57	對倫理與合法行為徵詢意見及組織誠信相關事務之內外部機制		4.3 誠信經營		81
G4-58	舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內、外部機制		4.3 誠信經營		81
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	頁次
經濟面向					
經濟績效	DMA		3.1 成長力		31
	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3.1 成長力		31
	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	2.1.3 關鍵企業永續風險 4.4 營運風險管理		21 82
	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	3.3.2 友善工作環境		46
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	3.1.3 經濟價值分配		34
市場形象	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
	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		遠傳高階主管 100% 為本國員工	46
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	3.1.5 基礎建設投入		35
	G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	3.1.3 經濟價值分配 3.2 創新力 3.3.3 零距離的服務		34 36 51
採購實務	DMA		3.4.1 供應商管理		59
	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	3.4.1 供應商管理		59

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	頁次
環境面向					
能源	DMA		3.4.2 降低營運衝擊		61
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	3.4.2 降低營運衝擊		61
	G4-EN4	組織外部的能源消耗		暫無規劃統計	
	G4-EN5	能源密集度	3.4.2 降低營運衝擊		61
	G4-EN6	減少能源的消耗	3.4.2 降低營運衝擊		61
	G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	3.4.2 降低營運衝擊		61
	排放	DMA		3.4.2 降低營運衝擊	
G4-EN15		直接溫室氣體排放（範疇一）	3.4.2 降低營運衝擊		61
G4-EN16		能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	3.4.2 降低營運衝擊		61
G4-EN17		其他間接溫室氣體排放量（範疇三）		暫無規劃統計	
G4-EN18		溫室氣體排放強度	3.4.2 降低營運衝擊		61
G4-EN19		減少溫室氣體的排放量	3.4.2 降低營運衝擊		61
G4-EN20		臭氧層破壞物質 (ODS) 的排放		考量產業特性不適用	
G4-EN21		氮氧化物、硫氧化物和其他顯著氣體的排放		考量產業特性不適用	
廢污水和廢棄物	DMA		3.4.2 降低營運衝擊		61
	G4-EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排水量		考量產業特性不適用	
	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	3.4.2 降低營運衝擊		61
	G4-EN24	嚴重洩漏的總次數及總量		考量產業特性不適用	
	G4-EN25	說明組織運輸、輸入、輸出被「巴塞爾公約」附錄 I、II、III、VIII 視為有害廢棄物的物質之重量，以及運往國外的百分比		考量產業特性不適用	
	G4-EN26	受組織廢水及其他（地表）逕流排放而顯著影響的水體及相關棲息地的特性、面積、保護狀態及生物多樣性價值		考量產業特性不適用	

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	頁次
產品及服務	DMA		3.4.3 降低產品衝擊		66
	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	3.4.3 降低產品衝擊		66
	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	3.4.3 降低產品衝擊		66
法規遵循	DMA		4.5 法規遵循		83
	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		2015 年無相關情事	
整體情況	DMA		1.2 遠傳永續發展策略		12
	G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	1.2 遠傳永續發展策略		12
供應商 環境評估	DMA		3.4.1 供應商管理		59
	G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的的比例	3.4.1 供應商管理		59
	G4-EN33	供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響及所採取的行動	3.4.1 供應商管理		59
勞工實務與尊嚴勞動					
勞雇關係	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	3.3.2 友善工作環境		46
勞 / 資關係	DMA				46
	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		3.3.2 友善工作環境		46
	G4-LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
	G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工	3.3.2 友善工作環境		46
	G4-LA8	工會正式協約中納入健康與安全相關議題		遠傳無工會組織	

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	頁次
訓練與教育	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境	所有員工皆會進行定期績效考評	46
員工多元化與平等機會	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
女男同酬	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
供應商勞工實務評估	DMA		3.4.1 供應商管理		59
	G4-LA14	針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	3.4.1 供應商管理		59
	G4-LA15	供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	3.4.1 供應商管理		59
勞工實務問題申訴機制	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
人權面向					
不歧視	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動		2015 年無此情事	
結社自由與集體協商	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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		2015 年無此情事	
強迫與強制勞動	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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		2015 年無此情事	
供應商人權評估	DMA		3.4.1 供應商管理		59
	G4-HR10	針對新供應商使用人權標準篩選的比例	3.4.1 供應商管理		59
	G4-HR11	供應鏈對人權有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動	3.4.1 供應商管理		59

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	頁次
人權面向					
人權實務 申訴機制	DMA		3.3.2 友善工作環境		46
	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	3.3.2 友善工作環境		46
社會面向					
當地社區	DMA		3.3.3 零距離的服務 3.4.2 降低營運衝擊 3.4.4 創造社會影響力		51 61 68
	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	3.3.3 零距離的服務 3.4.2 降低營運衝擊 3.4.4 創造社會影響力		51 61 68
	G4-SO2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運據點	3.4.2 降低營運衝擊		61
反貪腐	DMA		4.3 誠信經營		81
	G4-SO3	已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險	4.3 誠信經營		81
	G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	4.3 誠信經營		81
	G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動		2015 年無此情事	
反競爭行為	DMA		4.3 誠信經營		81
	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		2015 年無此情事	
法規遵循	DMA		4.5 法規遵循		83
	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		83
供應商 社會衝擊評估	DMA		3.4.1 供應商管理		59
	G4-SO9	針對新供應商使用社會衝擊標準篩選的比例	3.4.1 供應商管理		59
	G4-SO10	供應鏈對社會的顯著實際或潛在負面衝擊及所採取的行動	3.4.1 供應商管理		59
社會衝擊問題 申訴機制	DMA		3.3.3 零距離的服務		51
	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		2015 年無此情事	

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	頁次
產品責任					
顧客的健康與安全	DMA		3.4.2 降低營運衝擊 3.4.3 降低產品衝擊		61 66
	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	3.4.3 降低產品衝擊		66
	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		2015 年無此情事	
	DMA		3.3.3 零距離的服務		51
產品及服務標示	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	3.3.3 零距離的服務 3.4.3 降低產品衝擊		51 66
	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		2015 年無此情事	
	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	3.3.3 零距離的服務		51
	DMA		3.3.3 零距離的服務		51
行銷溝通	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	3.3.3 零距離的服務		51
	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		2015 年無此情事	
	DMA		3.3.3 零距離的服務		51
顧客隱私	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		2015 年無此情事	
	DMA		3.4.2 降低營運衝擊		61
法規遵循	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	3.4.2 降低營運衝擊		61
	電信業附加指標				
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	頁次
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	3.1.5 基礎建設投入		35
	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	3.1.5 基礎建設投入		35
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	3.4.1 供應商管理		59
	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	3.4.2 降低營運衝擊		61

電信業附加指標

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	頁次
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。	3.4.2 降低營運衝擊		61
	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	3.4.2 降低營運衝擊		61
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	3.1.5 基礎建設投入		35
	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	3.3.3 零距離的服務		51
	PA3	確保電信服務可取得性和穩定性所採取的政策與措施	1.1.2 遠傳的競爭利基		11
			3.1.4 優良通訊品質 3.1.5 基礎建設投入		34 35
	PA4	在有營運的地區，量化通訊產品與服務的普及程度	3.1.5 基礎建設投入		35
	PA5	提供低 / 無收入族群使用通信產品與服務之數量與種類	3.3.3 零距離的服務		51
PA6	在緊急狀況與救援時，提供通訊產品及服務的方案	3.3.3 零距離的服務		51	
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	3.3.3 零距離的服務		51
			3.4.2 降低營運衝擊 3.4.4 創造社會影響力		61 68
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	3.4.2 降低營運衝擊		61
	PA9	投入電磁波議題研究的總金額與方案說明	3.4.2 降低營運衝擊		61
	PA10	確保資費透明化之措施	3.3.3 零距離的服務		51
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 創新力		36
	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 創新力		36
	TA3	說明因為 TA1 和 TA2 提及的技術，對使用者帶來的改變	3.2 創新力		36
	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 創新力		36
	TA5	描述企業在智慧財產權和開放源頭技術的作為	3.2 創新力		36



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 2015

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 Responsible Report (hereinafter referred to as CSR Report) of 2015. 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 2015 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 2015. 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 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 the Global Reporting Initiative Telecommunications Pilot Sector Supplement (2003).

The assurance comprised a combination of pre-assurance research; interviews with relevant superintendents, CSR committee members and the management; 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 2015 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of FET sustainability activities in 01/01/2015 to 12/31/2015.

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 fifth 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 is committed to being accountable to its stakeholders and to integrating inclusivity into its strategic and management approach. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, local communities, suppliers and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, FET may proactively consider having more direct involvement of stakeholders during future engagement.

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. It is recommended that the process and criteria applied to assess materiality to be formalized and documented to ensure better consistent result in future reporting.

Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback. Future reporting would benefit from more reporting on the results of stakeholder feedback from this report.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, FET's CSR Report of 2015, 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. More structured presentation of the Disclosure on Management Approach in the report is recommended for further improvement. Meanwhile more descriptions on Standard Disclosures of remuneration and incentives for the highest governance body and senior executives is encouraged in future reporting.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

Dennis Yang, Chief Operating Officer
Taipei, Taiwan
3 June, 2016
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