



遠傳電信

2016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的第三年，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。

目錄

/ 0

關於本報告書	04
致利害關係人	05
2016 年度營運概況	06

/ 1

營運發展策略概觀	08
1.1 創造企業永續價值	09
1.2 遠傳價值創造配置	14

/ 2

營運環境與重大性	16
2.1 企業外部環境分析	17
2.2 利害關係人議合	21
2.3 遠傳重大性議題分析	24

/ 3

4G商業策略與價值	29
3.1 成長力 Go Prosperous	30
3.2 創新力 Go Innovative	37
3.3 溝通力 Go Caring	48
3.4 影響力 Go Inclusive	64

/ 4

永續治理	84
4.1 公司治理架構	85
4.2 企業永續治理	90
4.3 企業誠信經營	92
4.4 營運風險管理	93
4.5 外部參與	94

/ 5

附錄	96
5.1 GRI G4指標索引	97
5.2 第三方查證聲明書	111

關於本報告書

本報告書為遠傳電信股份有限公司第6本企業社會責任報告書，且亦為參照國際整合性報告書框架（International IR Framework）編撰之企業社會責任報告書。

報告週期與期間

遠傳電信企業社會責任報告書以每年定期出版為原則，上一期報告（2015年度）出版日期為2016年6月，自2015年起，遠傳依臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」規定，於每年6月30日前完成企業社會責任報告書，下一期報告（2017年度），預定於2018年6月出版。

本報告書揭露遠傳電信2016年度（2016年1月1日至2016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

考量到財務重大性及產業關聯性，本報告書邊界涵蓋遠傳電信股份有限公司母公司本身（以下稱遠傳電信），及重要子公司新世紀資通股份有限公司（以下稱新世紀資通）與全虹企業股份有限公司（以下稱全虹），三者營收加總涵蓋合併總營收達96%。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2016年度合併財務報告。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2016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。本報告書若有資料計算範疇與基礎改變之情形，則於該章節附註說明，並重編過去年度數據資料。

報告書管理與稽核

遠傳永續報告責任單位為遠傳CSR委員會，遠傳企業社會責任報告書內容由各事業群提供、彙編而成。為確保報告書內容正確無誤且符合利害關係人期待，遠傳CSR委員會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）及電信業補充指南撰寫，並採取核心選項（core）之揭露原則。

此外，本報告書由第三方台灣檢驗科技股份有限公司（SGS）進行報告書保證，確認本報告書揭露內容符合GRI G4核心依循選項，及AA1000（AccountAbility 1000）第二類高度保證等級（Type II High Level），並且回應國際整合性報告書框架之內容需求。

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 公關處 企業社會責任部

地址：台北市內湖區瑞光路468號

電話：(02) 7723-7433

Email：pr@fareastone.com.tw

遠傳企業
社會責任網站



遠傳CSR
Facebook粉絲團



遠傳企業社會
責任問卷調查





遠傳電信
董事長 徐旭東

徐旭東

致利害關係人

回顧去年，全球政經局勢發生許多變化，而我們所在的行動通訊及互聯網產業，更是變化快速，遠傳憑藉資通訊應用與技術的優勢，在全體員工共同努力下，依舊繳出漂亮的成績單，2016年遠傳合併總營收943.44億元，達近千億元門檻，4G月租型ARPU及滲透率均居電信三雄之冠，感謝全體員工及所有利害關係人的努力與付出。

儘管4G為通訊產業帶來許多發展契機，但科技快速的變化，同樣的，我們也面臨新的挑戰。台灣去年才邁入4.5G時代，5G已近在咫尺，雲端、物聯網、大數據等各種應用逐漸成熟，慢慢改變了整個產業模式。電信業者面臨更多產業以外的競爭者，越來越多內容產業或OTT業者將可透過網路，提供多元應用服務；此外，5G具備超高速、低延遲、大量連網等特性，未來擁有無限發展空間，電信業者更需進一步思考，如何將技術轉變成應用，再化為商業模式，尋找自己的定位。隨著全球產業與經濟環境的改變，世界進入VUCA時代：Volatility (易變性)、Uncertainty (不確定性)、Complexity (複雜性)、Ambiguity (模糊性)，過去賴以生存的成功戰術、實務，不再適用於當今的商業環境，面對此波數位匯流的挑戰，我們必須力圖轉型，轉化成更敏捷的組織，透過「跨業、跨界、跨域」，不斷創新，以因應外部變化。

我們不斷洞察先機，持續追求核心業務的穩健發展外，遠傳也始終深信，當我們擁有的成就與力量越大，更應該發揮更大的價值。遠傳以永續經營為企業宗旨，自2015年起以「成長力、創新力、溝通力、影響力」為發展主軸，將企業永續發展策略與核心營運策略結合，全面盤點風險及機會，回應聯合國永續發展議程及目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，以確保企業營運在在環境不斷更迭下，仍能持續穩健成長，同時極大化遠傳對經濟、環境及社會的貢獻。

在公司治理方面，遠傳除了維持以往穩定的股利政策，股利配發比例超過盈餘的100%，為股東創造最佳報酬外，同時積極參與國內外永續評鑑，去年首次參加道瓊永續指數 (Dow Jones Sustainability Index, DJSI) 評選，即入選新興市場指數成份股；在臺灣證券交易所公司治理評鑑中亦名列前茅，更是少數連續3年蟬聯上市公司排名前5%的標竿企業，證明遠傳永續治理績效達國際標竿。

在社會參與方面，遠傳善用資通訊技術的革新，促進社會共榮。遠傳攜手台南市政府，打造全台首座全方位智慧城市，透過物聯網、大數據、雲端技術，串聯智慧裝置，推動各項智慧城市應用，解決交通壅塞、環境污染、高齡照護等都市化問題。同時積極關懷兒少議題，攜手兒福聯盟共同推動「棄兒不捨，讓愛遠傳」公益募款計畫長達10年，除了透過全台門市進行募款，並攜手供應商「巷弄APP」推出餐券義賣，擴大募款金額；結合旗下數位品牌「friDay影音」，策畫等家寶寶線上影展，喚起人們對出養兒的重視。去年2月，強震重創南台灣，遠傳除第一時間動員人力、物力挺進災區，搶修電信通訊，並偕同遠東集團共捐贈2,000萬元，協助災民家園重建。

在環境永續方面，我們持續致力環境變遷與能源管理議題，針對遠傳自身營運活動，從上游供應商、物流配送、門市、總公司及機房、基地台、消費者、非營利組織，透過資通訊產業上下游緊密串聯，打造「企業永續綠色價值鏈」，減少二氧化碳排放。此外，遠傳連續4年投入兒童環境教育的倡議，去年舉辦第二屆「寶衛地球 讓愛遠傳」計畫，將關注觸角延伸至台灣生態之美，透過企業力量拋磚引玉，鼓勵民眾用實際行動愛護台灣，皆獲得社會大眾熱烈迴響。

展望未來，在這個追求創新與獲利競爭加劇的時代，遠傳將透過「跨業、跨界、跨域」的轉型，強化ICT資通訊系統的垂直與橫向整合，同時積極布局5G與物聯網，希冀透過這樣的蛻變，提供更優質的客戶體驗及創新的應用服務，善用資訊技術，解決社會問題，努力扮演「Relationship Connector」的角色，成為社會向上進步的力量，帶動企業與社會共同成長，為股東、客戶、員工及所有利害關係人創造最大的價值，實現「生活有遠傳，溝通無距離，人生更豐富」願景。

2016年度營運概況

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。

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。



- 業務發展重要里程碑
- 企業責任實踐回顧





營運發展策略概觀

1.1 創造企業永續價值

1.2 遠傳價值創造配置

1. 營運發展策略概觀

1.1 創造企業永續價值

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，以「成長力（Go Prosperous）」、「創新力（Go Innovative）」、「溝通力（Go Caring）」及「影響力（Go Inclusive）」四大永續策略主軸為組織發展核心投入企業資源，提供前瞻性的產品與最用心的服務予目標市場受眾。2016年，遠傳4G月租型用戶滲透率達68%、4G月租型用戶平均貢獻度達\$898元，居電信三雄之冠，2600MHz基地台站數觸及22個縣市，更是領先同業，持續為台灣資通訊產業、社會環境與企業股東創造價值。



1.1.2 永續發展策略

科技的進步造成訊息散播速度與透明度驟升，社會對於企業營運的經濟、環境與社會衝擊之感受度明顯強化，而文明技術高速發展對環境造成的消耗也在近十年衝擊全球。聯合國永續發展大會（Rio+20）後，正式確立17項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），做為全球永續治理議程的指導綱領。遠傳體認現今企業價值不再僅限於經濟影響力，更涵蓋公司整體營運於社會及環境面的包容性與貢獻，唯有在公司成長、生態環境、社會責任共榮的原則下，商業模式才能因應外在環境變動長遠發展。

以永續經營為企業發展宗旨，遠傳於2015年確立「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，以因應關鍵企業永續風險，同時回應聯合國永續發展議程，期能極大化企業對經濟、環境及社會的貢獻，達到「生活有遠傳、溝通無距離、人生更豐富」的企業願景，成為每位用戶的最佳數位行動生活好夥伴（Preferred Partner In Mobile Life）。



¹行政院國家永續發展委員會：聯合國永續發展目標（SDGs）說明

1.1.3 永續發展目標

為落實4G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）」四大策略主軸訂定為期3年之十大目標，並由此十大目標進一步展開，研擬年度目標及行動方案。2016年設定之目標、達成實績及2017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「永續治理」章節。





4G永續發展策略	2015-2017年十大目標	2016年目標	2016年達成狀況	2017年目標
 <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>	<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"> 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 網路及社群正負評比例>1 將CSR活動向外擴展，增加內外影響力：規劃48場志工活動，預計招募250位遠傳志工參與 	<ul style="list-style-type: none"> 形象好的品牌業界第二名 “正面的品牌印象”廣告指標顯著高於產業平均 (T2B 54-59 %) 全年平均正負評比=1.44 共辦理公益活動122場，其中遠傳對內48場，志工參與440人次 	<ul style="list-style-type: none"> 可信賴及形象好的品牌業界第一名 網路及社群正負評比例>1 加入SROI計算指標，了解公司社會投入之效益 規劃40場志工活動，預計招募400位遠傳志工參與
 <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>	<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"> 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% 	<ul style="list-style-type: none"> 因應環境/能源系統整合，擴大能源管理委員會為「環境暨能源管理委員會」 通過ISO 14064-1溫室氣體盤查及外部查證 2016年底導入ISO 14001環境管理系統作業 2016年自願認購綠電10萬度 ISO 50001內湖總部EUI降低1.97%、PUE降低0.78%，三年累計降低EUI 6.94、PUE 5.22，超越預期目標 	<ul style="list-style-type: none"> 客服中心滿意度達92% 公文申訴量占客戶數占比，居三大電信最低 持續強化電子帳單功能，提升使用率至35% 強化虛擬通路服務創新，提升行動客服APP服務項目與服務量占比至45% 提升全體同仁資安與個資保護意識並擴展資安管理機制至子公司 <ul style="list-style-type: none"> -全員完成資安教育訓練且通過測試達達99%以上 -營運持續計畫 (Business Continuity Planning, BCP) 相關單位完成年度演練與檢討達100%
<p>整合產業價值鏈，促進資通訊產業共同邁向永續發展</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"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 因應環境/能源系統整合，擴大能源管理委員會為「環境暨能源管理委員會」 通過ISO 14064-1溫室氣體盤查及外部查證 2016年底導入ISO 14001環境管理系統作業 2016年自願認購綠電10萬度 ISO 50001內湖總部EUI降低1.97%、PUE降低0.78%，三年累計降低EUI 6.94、PUE 5.22，超越預期目標 	<ul style="list-style-type: none"> 通過ISO 14001環境管理系統外部查證 整合環境暨能源政策及聲明 制定中長期減碳絕對減量目標：2017年-2018年減1%、2017年-2021年平均零成長，並針對目標，規劃及執行溫室氣體減量措施 持續支持再生能源，認購綠電10萬度 2017年-2019年累積降低PUE與EUI各3%

1.2 遠傳價值創造配置

企業營運仰賴持續性的成長與獲利，為了達到永續發展目標，遠傳研訂4G永續發展策略有效管理企業營運方向；然而在科技快速變革的時代，必須同時強化對外部環境的掌握，並透過有效配置資源支持商業模式長期運作。為了將企業社會責任內化為企業永續競爭力構面的基本元素，遠傳導入六大資本思維，盤點除傳統財務資本外的五大企業內外部資本，並盡力將其貨幣化，利於與利害關係人進行溝通。

遠傳2016年針對六大資本的投入與產出項目進行盤點及統一貨幣化，作為衡量各資本運用於商業策略的投資報酬合理性與可負擔性之基準，以及其隨時間推移為組織創造價值的能力。

六大資本	遠傳電信資本定義	遠傳邁向永續發展的關連性
 財務資本	遠傳的財務資本透過投資與企業營運累積，為維持組織日常運作、提供產品及服務之關鍵基礎。	遠傳是台灣證券交易所掛牌之上市公司，營運及發展有賴國內外投資人的支持。基於營運績效是公司持續發展的根本，財務資本與各項資本的運動將幫助投資人掌握公司長期發展趨勢，進而有效瞭解遠傳整體創造價值的能力。
 製造資本	遠傳最主要的製造資本包括門市、基地台、機房等資通訊基礎建設的投資與維運，以發展遍及各地區的資通訊服務。	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，通過有效投資與建設規畫，維持遠傳核心服務品質，保障企業的長遠發展。
 人力資本	在變動快速且高度競爭的電信產業，遠傳十分重視人力資本的構築，如人才創新思維、專業能力培訓與經驗傳承、忠誠度、健全的人力資源結構等。	有鑑於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，人才培育對遠傳至關重要。遠傳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及權益維護，長遠維護企業產品與服務品質。
 智慧資本	遠傳過去在資通訊領域累積了豐碩的經驗與技術，重要智慧資本包括專利、執照、研發能力與合作協議等。	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，透過持續建構數位及網路相關技術及服務，同時倡導開放式創新促進ICT產業進步，提升社會ICT知識價值與資源流動。
 自然資本	自然資本泛指能資源的使用與節省，與遠傳攸關的自然資本主要為電力耗用及其衍伸的能源耗用與溫室氣體排放。	因應全球環境保護意識崛起，遠傳瞭解電信產業對能源消耗與環保創新皆具顯著影響力，為因應日漸增長的流量需求，遠傳持續實踐自身能源管理、提升能源使用效率與終端產品貢獻力，促進正面環境影響力。
 社會與關係資本	遠傳重大社會資本包括品牌價值、客戶忠誠度、價值鏈合作對象及其他利害關係人的長期夥伴關係維護，透過品牌廣宣、公益活動、偏遠地區建設與服務等經營客戶與社會關係。	遠傳致力於品牌形象維繫，透過對客戶感受及需求的注重創造客戶親密感，並且履行企業社會責任承諾，全心經營社會貢獻、創造共享價值，持續為企業累積利害關係人的信任與尊重，提升正面的社會感受度。

FAR EASTONE 遠傳 永續發展主軸



- 財務資本**
 - 年度保留盈餘**284**億元
 - 年度短期借款**28**億元
 - 年度長期借款**140**億元
 - 年度應付公司債**122**億元
- 製造資本**
 - 年度資本支出**99.5**億元
 - 年度折舊/攤銷費用**102**億元
 - 年度新增虛擬與實體伺服器經費**8,800**萬元
 - 年度頻寬競標投入成本**91.3**億元
- 智慧資本**
 - 年度研發總投入**10**億元
 - 年度行動支付創新論壇投入**200**萬元
 - 年度開放式創新投入**3,600**萬元
 - 年度**5G**實驗室投入**470**萬元
- 人力資本**
 - 年度員工總數**6,972**人
 - 年度員工培訓投入總金額**3,290**萬元
 - 年度員工福利費用**71**億元
 - 高階主管菁英人才培育投入**580**萬元
 - 年度員工招募投入**1,400**萬元
- 社會資本**
 - 年度品牌經營投入金額**3,500**萬元
 - 年度公益投入金額**2,168**萬元
 - 年度社會志工投入**440**人、**3,520**小時
 - 年度電信普及投入**1.6**億元
- 自然資本**
 - 年度環境衝擊投入金額**1.3**億元
 - 年度綠色採購投入金額**4.7**億元
 - 年度綠能(含綠電)投資金額**90.6**萬元

- 財務資本**
 - 年度合併總營收**943**億元
 - 年度合併**EBITDA** **278**億元
 - 年度新增企業市值**160**億元
 - 年度合計配發現金股利**122**億元
 - 年度每股盈餘(**EPS**)**3.5**元
 - EBITDA**年增率**3.80%**
 - 年度信用評級達**twAA-**(中華信評)
- 製造資本**
 - 年度直營門市**395**家、加盟門市**468**家
 - 年度網路涵蓋率(**4G**接取成功率)**99.95%**
 - 年度**3G**語音與封包接取成功率**99.50%**
 - 年度擁有之**2600**頻段頻寬: **2*20MHz+25MHz**
 - 年度電信服務傳輸量**8,024**億**MB**
 - 年底累計**2600MHz**基地台涵蓋逾**22**個縣市
- 智慧資本**
 - 年度智慧產品/服務總營收**53**億元
 - 年度專利/智慧財產權支出**15**萬元
 - 年度智慧產品/服務註冊用戶數**277**萬人
 - 「遠傳實驗室」年度完成測試案件**279**件
 - 與愛立信簽署**5G**合作備忘錄 (**MOU**)
 - 年度新增專利及智慧財產權數達**12**筆
- 人力資本**
 - 年度新進員工數**1,541**人
 - 年度員工留任率**88%**
 - 年度總培訓時數**33.5**萬小時
 - 年度員工滿意度提升**4%**
 - 年度招募年輕世代新鮮人逾百人
- 社會與關係資本**
 - 年度總用戶數逾**734.6**萬人
 - 年度平均月租型**ARPU** **898**元
 - 年度投入公益活動**122**場
 - 年度公益活動受惠人次**1.1**萬人
 - 客服中心滿意度達**91.2%**
 - 形象好的品牌業界第**2**名
- 自然資本**
 - 年度節電總量**2,237**萬度
 - 年度價值鏈減碳量**12,452**公噸
 - 年度基地台減碳量**9,467**公噸
 - 年度綠色行動節省支出**1.1**億元
 - 年度回收轉贈電子產品超過**1.2**萬台



/ 2

營運環境與重大性

- 2.1 企業外部環境分析
- 2.2 利害關係人議合
- 2.3 遠傳重大性議題分析

2. 營運環境與重大性

2.1 企業外部環境分析

台灣經濟研究院產業調查報告指出，2016年台灣電信產業持續受到經濟大環境、資費價格競爭及標金攤提影響，整體營收表現相較2015年小幅衰退1.24%。儘管電信業者吃到飽低資費競爭在第三季趨近白熱化，影響3G及4G服務的用戶貢獻度（ARPU）快速下跌並於下半年回穩，卻也刺激消費者申辦意願，使我國4G用戶規模大幅成長至79.11%，有望帶動電信業者行動增值服務營收比重攀升。而固網儘管受到語音通訊軟體的替代效應衝擊，導致固網語音市場持續衰退，進而影響外勞儲值卡銷量下滑，但隨著國內光纖網路用戶數回溫，將有利於電信業者拓展固網增值業務。

2.1.1 產業現況與發展

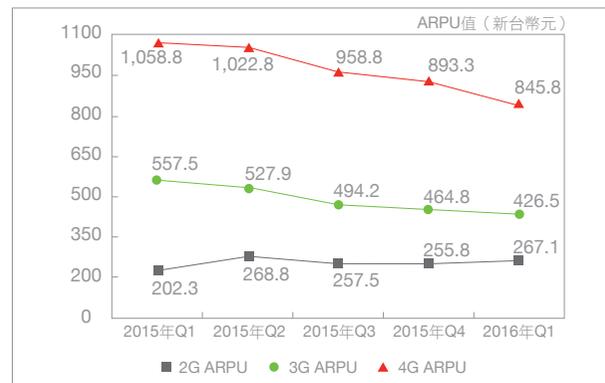
由於相關法令及政策逐步開放，台灣電信產業經營環境朝自由化與競爭化方向邁進。截至2016年11月底，國內各家行動業者總計擁有行動電話用戶數已達2,895萬戶，門號普及率達125%；而全球4G LTE用戶數更在國際主要電信業者積極部署LTE網路、品牌手機大廠推出支援4G及4G+行動裝置趨動下，於2016年突破12億戶門檻，其中亞太地區LTE用戶數全球占比更達56.80%，展現亞太用戶使用偏好與成長潛力。

	全球LTE用戶數（萬戶）	亞太地區比重
2012	68	40.00%
2013	200	38.80%
2014	497	47.00%
2015	1068	54.31%
2016	1292	56.80%

資料來源：台經院產經資料庫

同時，隨著4G網路、行動穿戴裝置與應用程式APP快速普及，消費者線上觀賞、下載檔案等應用頻率驟升，加上政府與企業用戶的高度需求，促使市場對高速光纖網路（FTTx）需求增加。外加2016年國家通訊傳播委員會（NCC）持續要求針對高速寬頻用戶進行增速、降費，國內FTTx用戶數已於2016年5月成長至343.18萬戶；較2015年同期成長7.31%、快速取代ADSL成為新一代主流技術。預計未來將持續為電信業者帶來嶄新商機，成為網際網路服務提供商（ISP）在寬頻固網發展的重心。

4G成長迅猛，資費策略調整有望提升業者營收



資料來源：台經院產經資料庫

2016年台灣電信業者持續引導用戶轉至4G服務，導致2G、3G用戶數與營收持續減少。由於我國電信市場十分飽和，為了擴張市佔率，2016上半年在業者間的低資費方案競爭下，國內4G用戶數於5月突破1,464.1萬戶、較2015年同期大幅成長125.73%，正式成為我國行動通

信用戶占比最高的服務；卻也造成商品毛利率、3G與4G ARPU快速下滑，形成代採購業務的不利因素。為了改善低價競爭對電信市場的不良影響，國內主要電信業者與遠傳於更新的4G方案中調整資費門檻與吃到飽價格，預計策略的改革將持續改善4G服務ARPU，提升電信業者整體營收。

電信政策持續改革，將帶動物聯網及行動寬頻發展

NCC持續改進多項法規與政策，2016年行政院通過攸關整體電信產業發展的「電子通訊傳播法」、「電信基礎設施與資源管理法」、「電信事業法」、「有線多頻道平台服務管理條例」與「無線廣播電視事業與頻道服務提供事業管理條例」等匯流五法草案，並提出完全鬆綁或降低管制多項電信管制射頻器材或措施、放寬外籍人士申請行動通信服務應備證件及確認車聯網網路服務屬於第二類電信事業等。立法院亦於2016年完成廣電三法修正草案三讀的程序，推廣多元的通訊傳播服務。此法案將轉化傳統通訊傳播產業的垂直監理模式為層級化的管制架構、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。同時，NCC於2015年底完成2.6GHz頻段競拍釋照，遠傳以新台幣91億3千萬元標得上下行頻寬共計65MHz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。

整體產業利害因素

展望2016年，儘管4G、光纖寬頻以及智慧行動裝置用戶的普及有望促進電信業者服務營收，加上台灣政府持續推進電信政策並透過「4G智慧寬頻應用補助計畫」提供國內電信業者補助預算，皆有利於補足語音業務市場之萎縮、提升業者營收並拓展多元增值服務應用；但鑑於國內政策傾向、有限的市場規模以及新興業者的加入，造成用戶市佔率競爭加劇，吃到飽費率短期內仍難見改善，持續影響業者資費獲利能力。另一方面，電信業者積極投入4G基礎建設與網路技術升級以提高競爭力，如NCC於2015年第四季啟動的2.6GHz競標。面對高額建設成本與標金攤提壓力，將對業者短期獲利能力帶來衝擊，造成我國電信服務市場景氣相較2015年持平。

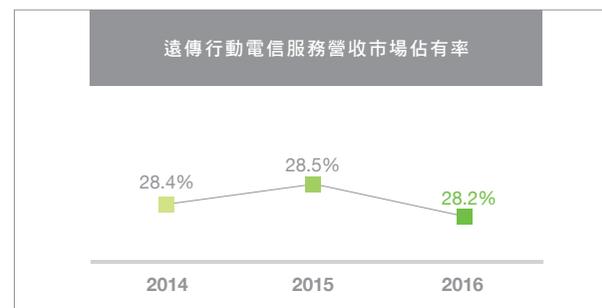
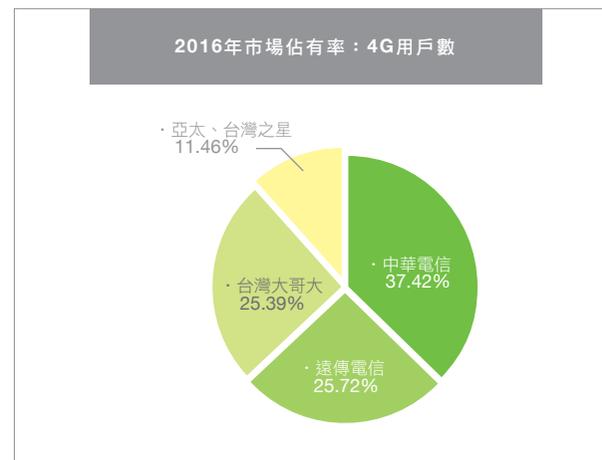
面對市場激烈競爭的挑戰，遠傳將持續聚焦高毛利品牌機款、配件及IoT技術，爭取新興獨家商品、導入高獲利品牌；在直營方面則以發展區域規模、一店一特色的行銷方式，持續創造新客源並提升獲利，同時致力於物流轉型，強化維修服務及外勞市場國別管理以保障市佔率。

2.1.2 市場競爭現況

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）、行動國際網路（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）。而隨著2014年台灣4G電信頻道開放，亞太電信、台灣之星兩間新興電信公司亦以低價策略進入市場，加劇台灣4G網路資費競爭。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ARPU。



資料來源：台經院產經資料庫

為了與競業形成差異化，遠傳除持續投入增值服務的開發與推展，並在數位內容、行動應用及行動支付與商務的領域中投入更多創新元素外，更加速於未來資通訊技術的投資，強化ICT系統垂直整合，藉由分眾行銷持續增長核心業務。遠傳強調提供讓用戶可更簡單、直覺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2016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。

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6.1%，中華電信仍高居93.9%。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），2016年底中華電信（Hinet）寬頻客戶數約佔66%、新世紀資通約佔2.3%。若不含Cable Modem，中華電信（Hinet）寬頻客戶數約佔86%、新世紀資通約佔2.9%。

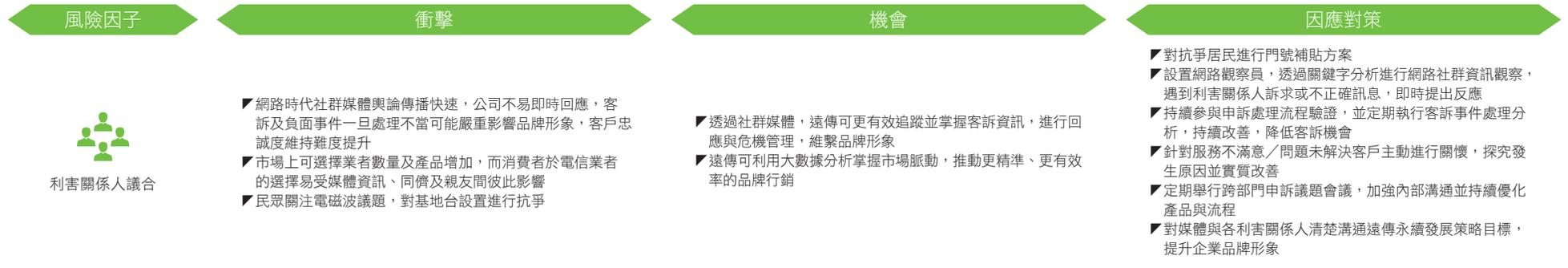
全虹

遠傳持續進行行銷通路整合策略，陸續將全虹門市轉型為遠傳加盟店。截至2016年底，包括全虹所屬的遠傳加盟店已達468家，全虹門市店家數僅剩3家，預計於2017年全數轉型完畢，帶給客戶更完善的電信服務。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，擘劃相對應之營運策略，確保企業永續發展。

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 市場競爭現況 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，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"> 電信法規改變，未來可能走向開放管制，如投資限制放寬與解禁，有利於電信業跨足原本受管制之行業，帶來新的跨業合作商機 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
 <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"> 持續推動電子帳單，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



2.1.4 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，而能具體落實在客戶服務上，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獲得即時協助；2016年遠傳更進一步推出網路客服，打造「五大服務分類」及「個人專屬客服」功能，讓消費者享有最貼身、便利的電信服務，全力優化客戶體驗，致力推動遠傳服務成為業界標竿。

全亞洲第一的三頻技術

優質的電信服務必須具備良好的通訊品質為基礎。遠傳透過擴建基礎建設及站台、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。

2016年，遠傳大幅領先同業成為亞洲電信市場中第一個於4G行動寬頻業務取得700MHz、1800MHz與2600MHz三頻段服務的業者，大幅提升全民行動上網速率，邁入4.5G時代。無論網速與網路涵蓋率皆稱霸業界，未來更將成為唯一擁有四頻雙技術的電信業者（700/1800/2600MHz FDD及TDD頻段。此外，遠傳更領先與Ericsson簽署合作備忘錄，成立全台第一間5G實驗室，在5G技術上拔得先機，未來將搭配創新物聯網應用及優質的行動加值服務，扮演消費者最佳的數位生活好夥伴，保持台灣電信業領先地位。

整合創新技術與智慧生活應用

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。遠傳在行動科技領域引領創新，緊跟國際發展趨勢，積極擴張物聯網與雲端應用，更跨足行動支付市場、持續開發friDay行動數位品牌，以「跨業、跨界、跨域」為目標積極轉型，提供消費者更具整合性且完整的ICT解決方案，構築未來智慧生活型態。未來除持續整合遠東集團內各

企業的資源及研發技術，亦將整合大數據應用與4G通訊技術，打造多元智慧城市，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，開啟數位生活的新紀元。

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2012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，重新詮釋溝通新價值。

2.2 利害關係人議合

2.2.1 利害關係人鑑別

遠傳視「溝通力 (Go Caring)」為公司永續發展策略的一環，高度重視與不同利害關係人的溝通與合作。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²，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 溝通力 Go Caring」。

利害關係人	重點溝通策略與因應	關心議題
 消費者	透明溝通，聆聽每一位客戶的需求，提供有溫度的服務，創造客戶親密感	<ul style="list-style-type: none"> 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
 企業客戶	維繫夥伴關係，根據企業特殊管理需求，提供客製化解決方案	<ul style="list-style-type: none"> 社會及商業創新 研發創新投入與合作 資訊安全及客戶隱私保護
 投資人/股東	透明揭露遠傳發展策略及重大營運變化，維繫投資人信心	<ul style="list-style-type: none"> 商業策略與經營績效 風險管理與急難應變 公司治理與誠信
 主管機關	主動因應政策趨勢，並積極參與政策制定過程	<ul style="list-style-type: none"> 政府政策與法規變動因應 通訊品質與基礎建設 數位包容
 員工	提升員工向心力及認同感，培養創新的企業文化，同時貫徹雙向溝通	<ul style="list-style-type: none"> 商業策略與經營績效 人才發展與管理

² 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，並於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，2016年類別與2015年相同。

利害關係人	重點溝通策略與因應	關心議題	
 供應商／承攬商／ 開發商	與供應商／承攬商維繫穩定的夥伴關係，並進行供應鏈衝擊管理；與開發商針對產品或服務共同開發創新	<ul style="list-style-type: none"> ■ 供應鏈管理 ■ 商業策略與經營績效 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通訊品質與基礎建設 ■ 研發創新投入與合作
 社會公益團體／NGO	維繫夥伴關係，共同推展社會公益計畫，創造遠傳的社會價值	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社區關懷及公益投入計畫 ■ 通訊品質與基礎建設 ■ 品牌形象管理 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 數位包容 ■ 能源與溫室氣體管理 ■ 環境資源管理與應用
 媒體	針對重大事件或議題積極表達公司立場，透明溝通，同時建立正面企業形象	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 研發創新投入與合作
 同業	維持競合關係，針對重大產業議題共同協商討論	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商業策略與經營績效 ■ 資費透明化溝通 ■ 研發創新投入與合作 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通訊品質與基礎建設 ■ 優質客戶體驗

2.2.2 利害關係人關注事件

2016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，包括遠傳併購中嘉合作集團案及氣候變遷及再生能源使用。針對這些議題，遠傳回應如下：



遠傳、中嘉合作案

為布局有線電視，強化數位匯流版圖，遠傳自2015年7月30日宣布，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，引發產官學界關注。此案為近年來最大的美系外資投資案件，先前已經過公平會及NCC審查通過，然歷經政黨更迭，外界傳言又屢屢影響本案進行，針對2017年初安博凱基金與美商摩根士丹利亞洲私募基金共同決議啟動中嘉案撤件相關程序，實非原先所預期，遠傳期待台灣政府未來可以提供一個更透明及可預測的外資投資環境。

遠傳身為通訊業者，將持續佈局數位匯流發展，除了持續與中嘉維持業務合作夥伴關係外，未來也將積極透過合作方式，與所有內容頻道業者、有線電視、OTT業者，及相關上下游產業鏈深化夥伴關係，並以最先進之技術，全力推動數位服務及智慧家庭等業務。同時遠傳也將持續領先業界，積極投入資源於5G相關建設，透過網速提升及各項創新應用研發，致力於成為消費者最親近的數位生活品牌。

遠傳很遺憾黨政軍條款此一不合時宜之法律限制，使股票公開發行公司均無法投資有線電視系統。前有富邦改採私人出資取得凱擘，現有鴻海以個人出資至新加坡取得台灣寬頻，此皆係規避黨政軍之調整方法。呼籲政府執法應有一致性，並盡速調整此項限制，使有線電視能以健康體質去達成帶動相關產業蓬勃發展與新政府數位經濟的目標。



氣候變遷因應與再生能源使用

為因應全球氣候變遷帶來的衝擊，遠傳自2005年即成立「能源管理委員會」，推動節能及碳管理，2016年因應環境/能源系統整合，更擴大為「環境暨能源管理委員會」，積極落實環境及能源管理。近幾年遠傳業務持續增長，加上機房設備增加，遠傳仍致力於控制相關能源使用量，依能源管理系統驗證範圍，以2013年為能源基線，三年內機房增加能源使用效率 PUE 5% 以上，辦公區降低能源消耗6.94%，並制定2017年至2021年短中長期減碳目標，2017年至2019年減碳絕對減量值年減1%，並致力達成短期減碳目標，以抵銷未來預期之成長，在2017至2021年未來五年達成平均零成長。此外，基地台為能源消耗最大宗，遠傳實施「綠色網路長期建設計劃」，持續進行基地台節能改造工程，導入節能系統與設備，降低耗能。

遠傳制定「供應商企業社會責任自主聲明書」，要求供應商簽署，並倡導各類別供應商依據綠色採購準則進行採購，整合產業價值鏈，促進資通訊產業共同邁向永續發展。遠傳持續關注並積極響應政府的節能減碳政策，包含向台電認購綠電及持續增加再生能源。身為台灣ICT領導業者，遠傳除了將以身作則積極落能源有效管理、提供創新與低碳服務，也呼籲未來有更多的企業與社會大眾共同加入減緩氣候變遷的行列。

2.3 遠傳重大性議題分析

為了更精準掌握各議題於價值創造過程中的重要性，遠傳除依循 GRI G4 永續性報告指南進行重大性分析，更參照國際整合性報導<IR>架構，有效將公司資源配置與永續營運策略連結。2016年遠傳重大性分析延續「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，依據2015年遠傳企業社會責任委員會的排序結果，交付遠傳高階主管團隊進行評估及調整；以2016年企業營運與發展狀況為考量基礎，進一步將議題分類為「關鍵」、「重要」及「基本」三個等級，於報告書進行程度不等的揭露。

Step 1 檢視與鑑別

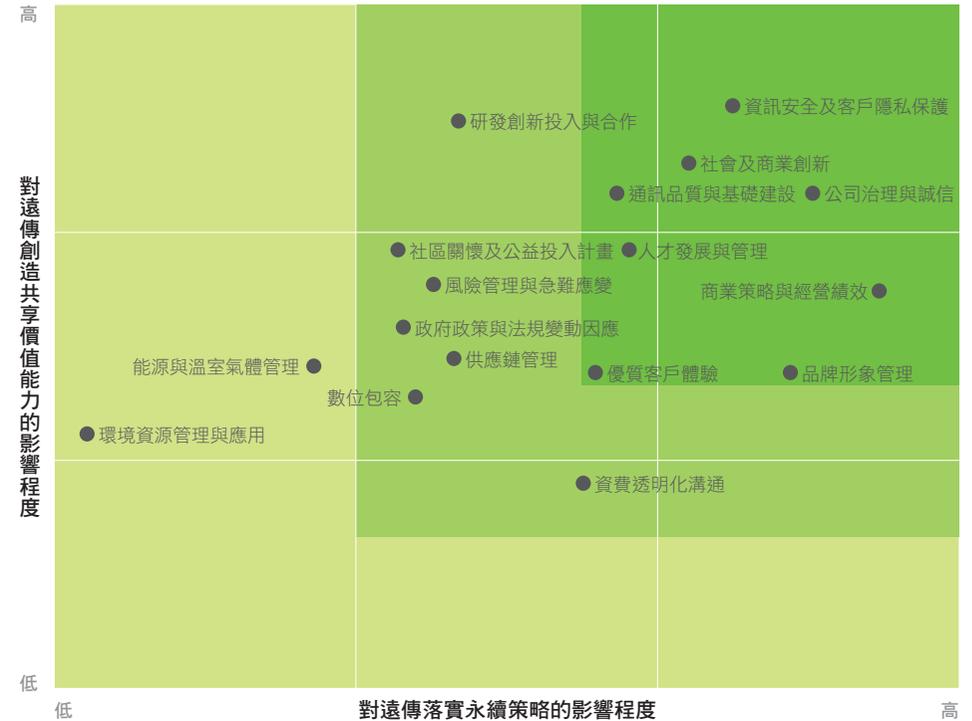
- 回顧上一年度重大性議題，進行必要調整。
- 根據重大全球永續發展趨勢、國內外同業標竿、重大新聞時事等建立重大性議題清單。

Step 2 評估與排序

- 根據「落實永續策略的影響程度」及「創造共享價值能力的影響程度」二個軸線，就CSR委員會同仁進行評估，後經由遠傳高階主管團隊進行評估及最終排序。

Step 3 確認

- 經CSR委員會檢閱後確認。
- 根據重大性分析結果決定報告書整體架構，並蒐集資料。



有鑑於台灣電信市場過度飽和，導致業者之間競爭激烈，為確保遠傳能夠與同業形成差異化、達成永續經營願景，識別企業關鍵議題將有助於更有效的策略規劃與資源配置。本報告年度所鑑別出與遠傳永續發展策略及價值創造能力高度連結的「關鍵議題」如重大性議題矩陣右上區塊所示，主要集中在「企業經營與治理」、「產品與服務品質」、「社會溝通與關懷」三大面向。基於這些議題為本年度整合性報告書的重點，我們將於下表逐一說明各關鍵議題對遠傳的重要性，並於報告書內文中詳實揭露議題的策略目標、管理、績效及未來展望。另一方面，遠傳深知「能源與溫室氣體管理」議題之重要性；根據全球電子永續倡議組織（Global e-Sustainability Initiative, GeSI）SMARTer 2030研究報告表示，資通訊產業為社會創造的減碳潛力是自身碳排放量10倍之多，故而遠傳特將代表核心本業影響力的「社會及商業創新」之重要性設定遠高於遠傳自身的「能源與溫室氣體管理」，希冀透過創新的資通訊技術，降低環境衝擊，發揮更大影響力。

議題面向	2016關鍵議題與重大性說明	
企業經營與治理	公司治理與誠信	健全的公司治理架構與良好的誠信管理，為企業達成永續經營的關鍵基礎。遠傳致力以良好的企業文化與完備的治理機制支持企業營運，旨在有效管控損害環境或侵害利害關係人權益之行為，充分落實企業社會責任。
	商業策略與經營績效	良好的經濟績效是企業營運的基石，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，將經濟績效列為檢視策略有效性的重要指標。
產品與服務品質	資訊安全及客戶隱私保護	隨著行動網路、行動支付與雲端技術的普及，客戶對於通訊及個資隱私越發注重，資訊安全議題已成為電信業者首要管控標的。秉持永續與誠信經營理念，遠傳要求完善的資安管理系統與策略，有效控管資安風險，保障對客戶隱私維護的承諾。
	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。
	社會及商業創新	遠傳視產品創新為促進社會及商業發展之關鍵，透過創新智慧產品與服務，驅動社會數位化及低碳轉型。在與同業創造價值差異化的同時，整合企業核心能力，強化企業於環境及社會面之貢獻，實現永續價值。
	人才發展與管理	為因應電信產業快速轉型，需仰賴資通訊產業專才的招募及培育。導入潛力新血將引領創新思維，協助企業開創未來世代的發展與應用。遠傳以建構有效的人才發展規畫及管理機制為宗旨，持續深化企業人才庫，強化企業未來發展能力。
社會溝通與關懷	優質客戶體驗	客戶的信賴與滿意度是遠傳持續成長的關鍵驅動力之一。遠傳以「零距離的服務」為宗旨，整合線上網路客服至線下實體通路，透過用心關懷及溝通，創造優質客戶體驗、持續提升客戶價值。
	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。遠傳致力打造深入人心的品牌形象，以「只有遠傳 沒有距離」持續管理與培養溫暖的品牌感受，形成獨特品牌特色，傳遞正面影響力。

矩陣中剩下的「重要議題」多為營運及管理面的重大課題，將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。各重大性議題、邊界及對應章節說明如下：

重大性議題	議題重大性	GRI考量面	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
資訊安全及客戶隱私保護	關鍵	PR顧客隱私	P.54	●	●		●	●	
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 PR顧客健康與安全 PA電磁波議題溝通 SO社會衝擊申訴機制	P.31 P.36 P.74	●				●	●
社會及商業創新	關鍵	EC間接經濟衝擊 TA資源使用效率	P.38-47 P.75	●				●	●
公司治理與誠信	關鍵	SO反貪腐 SO反競爭行為 SO公共政策	P.92	●	●				
人才發展與管理	關鍵	LA訓練與教育 LA勞雇關係 LA女男同酬 LA勞／資關係 LA勞工實務問題申訴機制 LA員工多元化與平等機會 HR結社自由與集體協商 HR強迫與強制勞動 HR不歧視	P.58-63	●	●				

重大性議題	議題重大性	GRI考量面	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
商業策略與經營績效	關鍵	EC經濟績效 EC市場形象	P.9-13 P.34	●	●		●		
優質客戶體驗	關鍵	其他考量面	P.52-57	●	●				●
品牌形象管理	關鍵	其他考量面	P.51	●		●	●	●	●
研發創新投入與合作	重要	TA資源使用效率	P.39-40 P.75	●					●
風險管理與急難應變	重要	EC經濟績效	P.93	●		●			●
社區關懷及 公益投入計畫	重要	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	P.35 P.76-83						● ●
政府政策與 法規變動因應	重要	EN SO PR法規遵循	P.92	●		●	●	●	●

重大性議題	議題重大性	GRI考量面	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
供應鏈管理	重要	EC採購實務 LA職業健康與安全 EN LA HR SO 供應商管理相關考量面 IO健康與安全防護措施	P.65-68	●	●	●	●		
數位包容	重要	EC間接經濟衝擊 PA填補數位落差	P.36 P.76	●				●	●
資費透明化溝通	重要	PR產品及服務標示 PR行銷溝通	P.53 P.75	●			●	●	
能源與溫室氣體管理	基本	EN排放 EN能源 EN整體情況	P.69	●	●	●	●		
環境資源管理與應用	基本	EN廢污水與廢棄物 EN產品與服務 EN整體情況	P.70 P.73 P.75	●	●	●	●		●



3

4G商業策略與價值

3.1 成長力 Go Prosperous

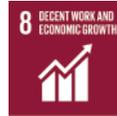
3.2 創新力 Go Innovative

3.3 溝通力 Go Caring

3.4 影響力 Go Inclusive

3.1 成長力 Go Prosperous

聯合國永續發展目標



企業經營績效



三頻網路、
5G實驗室



偏遠地區建設

2016重點投入



財務資本



智慧資本



製造資本



2016年底保留盈餘
\$284億



年度折舊/攤銷費用
\$102億



年度資本支出
\$100億



5G實驗室發展投入金額
\$470萬



基礎建設與維護投入
\$78億



頻寬競標投入
\$91億



2600MHz基地台數量
4,000座以上

2016亮點產出



全區4G接取成功率
99.95%



3G語音與封包接取成功率
99.50%



電信服務數據傳輸量
802,443,087,957MB



行動服務營收市佔率
28.2%



年度新增企業市值
\$160億



年度淨利
\$150億

GO Prosperous 效益

秉持遠傳持續成長、永續經營的目標，我們承諾透過成功且負責任之營運，帶來對經濟、社會與環境等宏觀面相之貢獻。透過持續優化企業核心業務，擴大企業經濟能力與對外部環境之影響力，協助促進社會經濟成長及產業創新能力。

Go Prosperous 未來展望

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，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，透過合作整合能力主導市場發展。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。



聯合國永續發展目標

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



企業經營績效

9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



三頻網路、5G實驗室

時序推進，遠傳開台邁入第二十年。儘管我國電信市場飽和，資費競爭激烈，遠傳仍維持有力成長動能，展現傲人成績。不但領先業界率先宣布2600MHz開台，引領台灣邁入4.5G時代，網速稱霸同業。在5G表現也是拔得頭籌，與通訊設備大廠Ericsson合作，成立全台第一家5G實驗室，加速帶動台灣產業在物聯網時代的佈局，持續掌握頻譜資源、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。

新4.5G時代 三頻為王 遠傳全面完勝

頻譜為行動通訊業者重要的競爭力基礎，遠傳於2016年領先同業取得4個LTE頻段（700MHz, 1800MHz, 2600MHz FDD/TDD），並整合現有兩頻網路率先開啟通往4.5G時代的大門，行動上網速率超過300Mbps，下載25GB藍光影片僅需約11分6秒。無論從網路技術、資費、服務方面全面完勝國內電信業者，更是亞洲第一間提供700/1800/2600MHz的三頻業者。未來將成為唯一擁有四頻雙技術的電信業者，提供用戶體驗4G LTE上網下載極速達487.5Mbps。搭配創新物聯網應用、優質的行動服務以及全台第一間5G實驗室，遠傳致力成為消費者數位生活最佳夥伴，全力儲備企業永續成長能量，迎向5G大未來。



2016年度佈局績效

- 完成澎湖馬公機場、金門尚義機場2600MHz頻段建置，遠傳更是全台第一家在澎湖馬公機場完成三頻建置的電信業者。
- 布建小型基地台 (Small Cell)，強化4G網路收訊死角及網路容量，提供用戶優質的通訊品質。
- 至2016年底，遠傳、全虹門市全台近900家，綿密的通路據點，提供優質且便利的行動通訊服務。

全台第一間5G實驗室

遠傳為與世界同步接軌、提早佈局下一代通訊技術，與Ericsson愛立信簽署合作備忘錄(MOU)，共同發展5G技術並建立5G展示實驗環境。在2016年9月舉行之記者會，公開展示全台第一，也是愛立信在全球第9個5G實驗室，現場成功展示高達1Gbps的下載傳輸速度。隨後並於同年12月再度合作，向NCC申請在15GHz高頻之短期測試許可後引進5G原型機，完成台灣首次使用超高頻率(SHF)的室內室外場域測試。除成功驗證高達5Gbps以上的極限下載傳輸速度效能，期間更邀請國內產學專家參觀及分享測試結果，進行各方專業交換意見並討論未來合作可能，充分展現遠傳發展5G的雄心。

未來發展目標

放眼2018年，國際電信聯盟將與電信商合作，於南韓舉辦的冬季奧運會上試運行展示5G的連線能力；日本預計在2020年東京奧運，讓5G系統投入商轉。為了使台灣迅速跟上全球5G市場的腳步，遠傳與愛立信將持續針對5G相關技術進行實驗與規劃，期望在2018年試營運、2020年進行商轉。未來會優先應用5G系統於智慧交通運輸、影音內容平台及水電能源等運用。5G將開創「萬物聯網」、遍及全球的物聯網時代，產生無數創新應用、商業模式與產業。遠傳將透過網路技術提供更優質的客戶體驗及創新應用服務，為消費者帶來網路型社會的新世代生活。

2600MHz基站數業界之冠
逾4000座，涵蓋全台22個縣市

三頻網速業界之冠
行動上網速率最高理論值
300Mbps

4G月租型用戶滲透率68%
月租型用戶ARPU \$898
居電信三雄之冠

4.5G超級三頻獨家支援
Apple第一支3CA手機
全台唯一支援iPhone7三頻

3.1.1 營運規模擴展

遠傳2016年度持續在主要都會區域拓展直營店點，整合虛實銷售與服務，升級「第六代門市」。不僅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、寬頻數據及加值服務等創新服務。

因應智慧型通訊產品的蓬勃發展，遠傳擴大4G互聯網影響力，不斷提升門市由內到外的陳列體驗環境。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，更陸續開設特色門市。於2012年成立全台首家Outlet電信門市「遠傳站前暢貨中心」、2015年於三創台北資訊園區開設新世代旗艦未來店，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。

遠傳2016年創新服務再下一城，斥資百萬，引進全台第一位電信智能機器人店員「萌寶」，成為電信門市唯一創舉。智能機器人由韓國引進，並與國內機器人語意辨識理解專家「網際智慧」及多媒體廠商「大猩猩科技」

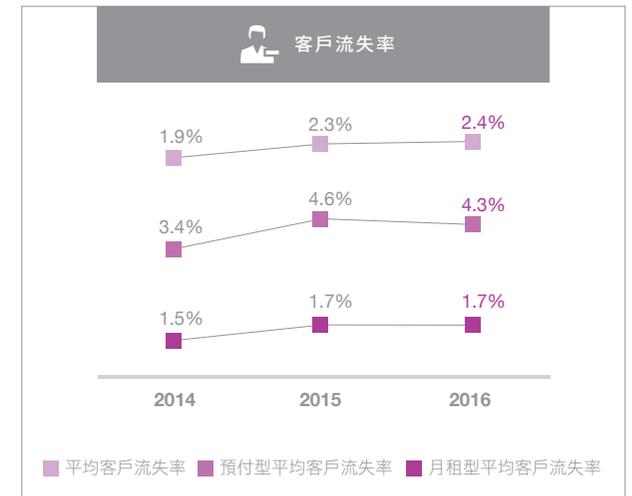
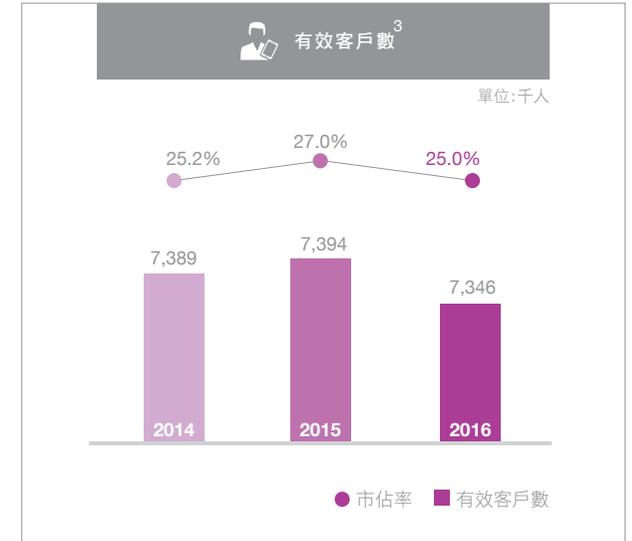
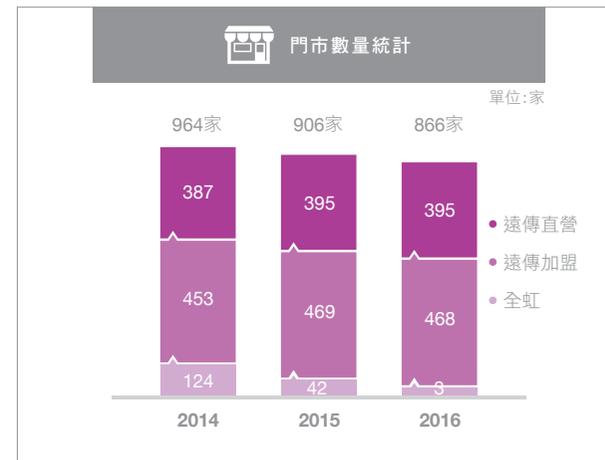


合作，自行客製研發適合台灣電信門市環境的專屬服務，提供介紹商品、引導客戶並與消費者趣味互動等功能，未來還可新增列印帳單等，深受消費者喜愛。

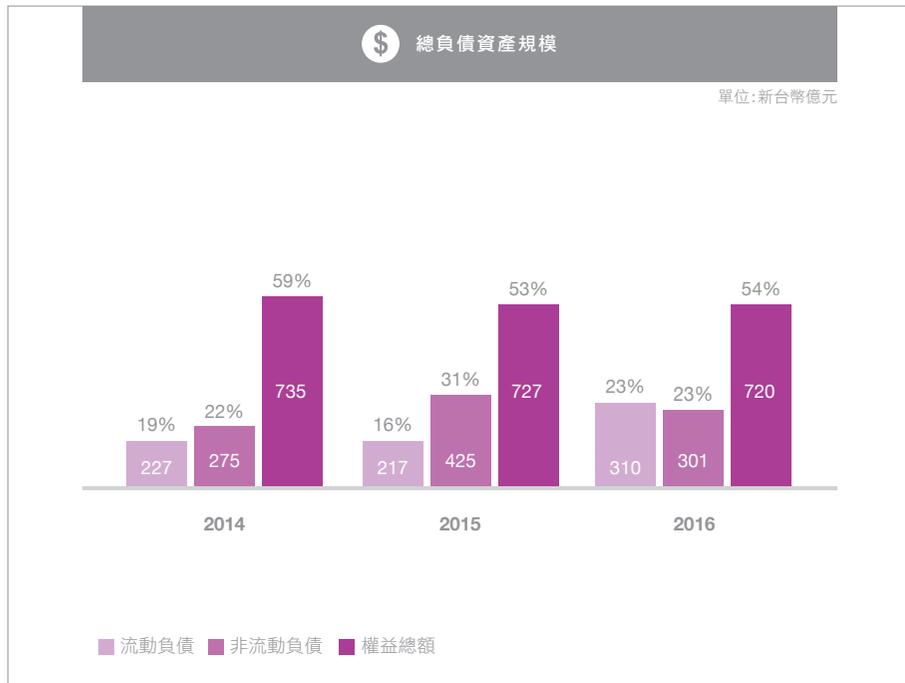
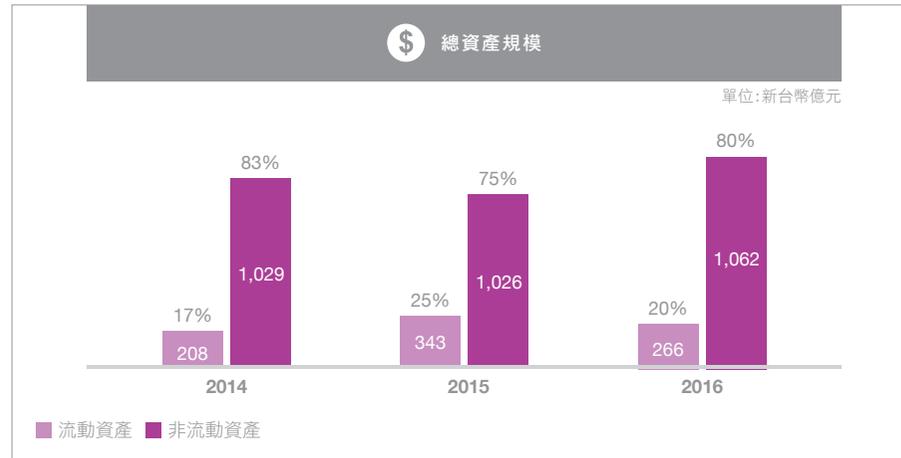
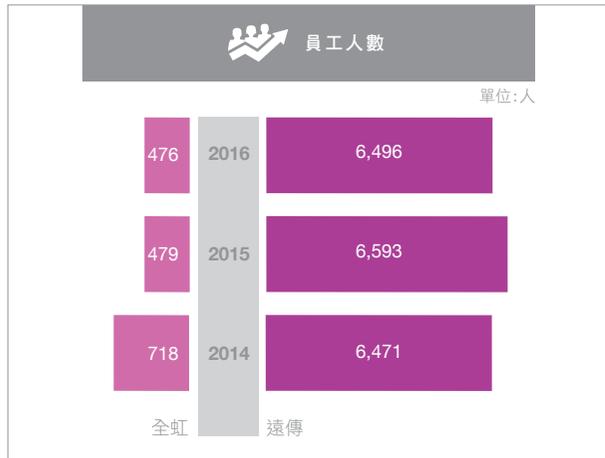
截至2016年底，遠傳、全虹、德誼等門市已超越1,000家，多元、綿密且完整的通路，讓大眾處處感受遠傳的用心關懷與專業服務。

行銷通路整合計畫

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，以精進各行銷通路之資源分配及服務品質。2016年全虹門市持續轉型遠傳加盟店，預計於2017年全數移轉完畢；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。



³ 2016 台灣行動通訊市場用戶數28,930,000人



2016年流動資產減少及流動負債增加，主因為遠傳母公司為支付第四代行動寬頻業務2600MHz頻段之特許執照費，以現金及約當現金、舉借短期銀行借款與發行商業本票支應，致本年度現金及約當現金較去年大幅減少及短期借款與應付商業本票較去年大幅增加。



3.1.2 重大財務績效

2016年遠傳合併營業收入達新台幣943.44億元，較去年降低3%；合併EBITDA達新台幣278億元，較去年成長3.8%；2016年底總市值達2,362億元，本年度淨利為新台幣150億元，每股盈餘 (EPS) 為新台幣3.5元，持續為股東創造最大價值。

	2014	成長%	2015	成長%	2016
總收入 (億元)	941.76	3	972.93	-3	943.44
本期淨利 (億元)	150.53	2	153.93	-2	150.24
EBITDA ⁴ (億元)	256.01	5	268.13	4	278.42
總市值 ⁵ (億元)	2,379	-7	2,203	7	2,362

遠傳2016年合併營業收入較去年下降3%；本期淨利表現則持續受到4G頻段競標費用攤提、4G執照費、4G建設成本、資費競爭及手機補貼成本之影響，造成2%微幅下滑。展望2017年，國內4G用戶成長規模將持續擴增，遠傳除將持續擴展4G業務，亦將持續開發與推廣加值服務，維持業界領導地位，並且透過頻寬增加帶動數據營收的成長，進而為企業營運帶來新的成長動能、提升行動通信服務及行動加值服務營收。

	2014	2015	2016
ARPU ⁶ (元)	724	725	718
每股盈餘 (元)	3.52	3.52	3.50
資產報酬率 (%)	9.72	9.13	8.73
權益報酬率 (%)	15.65	15.78	15.81

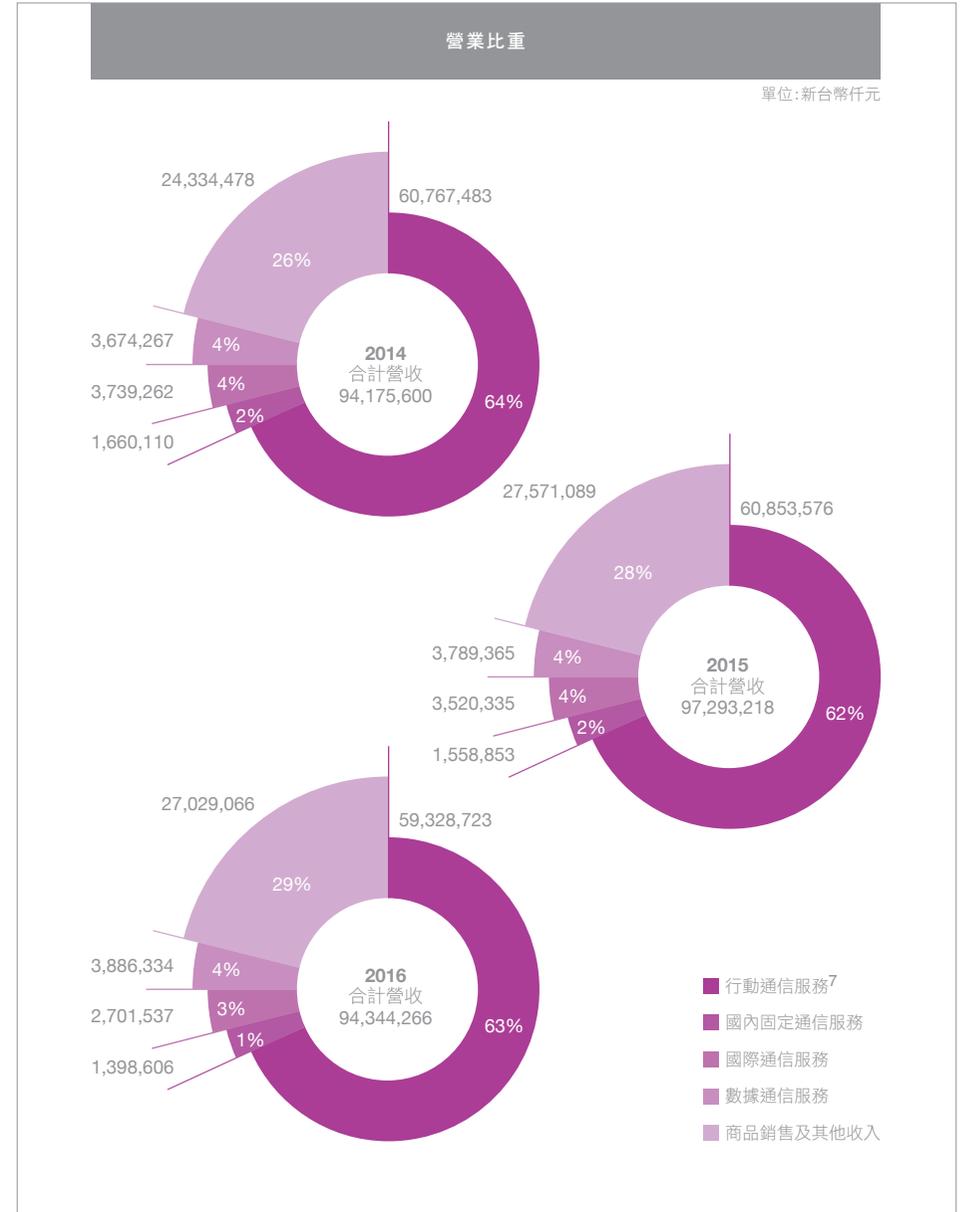
遠傳2016年第一季宣布2600MHz開台，整合三頻網路 (700/1800/2600MHz) 邁入新4.5G時代，提供全民超極速上網體驗，全心衝刺4G市場，並致力發展符合消費者需求的行動生活創新服務，4G用戶數成長力不減，累計至2016年底已超過450萬，成為推升整體ARPU的強勁動能。另外，因4G網路品質提升及推廣見效，月租型用戶中已有高達81%使用數據服務，仍將持續攀升中；而2016年4G月租型用戶滲透率高達68%，月租型用戶平均每月貢獻度 (ARPU) 上看\$898，成績皆為電信三雄之冠。

⁴ EBITDA: 未計利息、稅項、折舊及攤銷前之利益。

⁵ 每年底股數 x 收盤價。

⁶ ARPU (average revenue per user)：客戶平均每月營收。

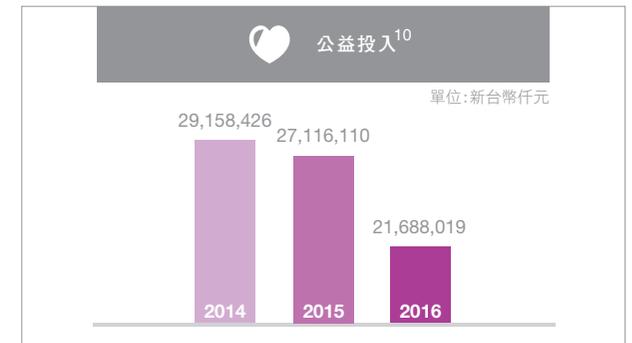
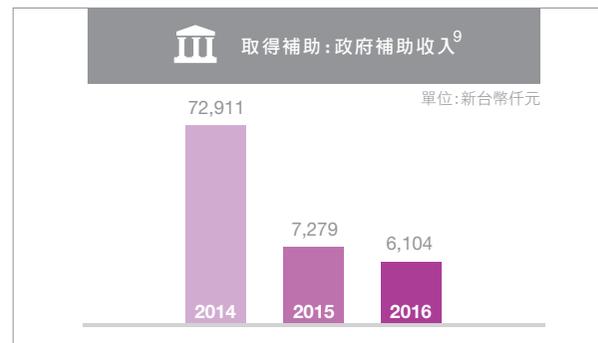
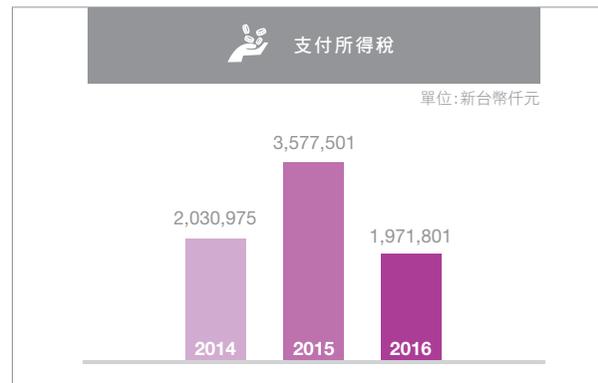
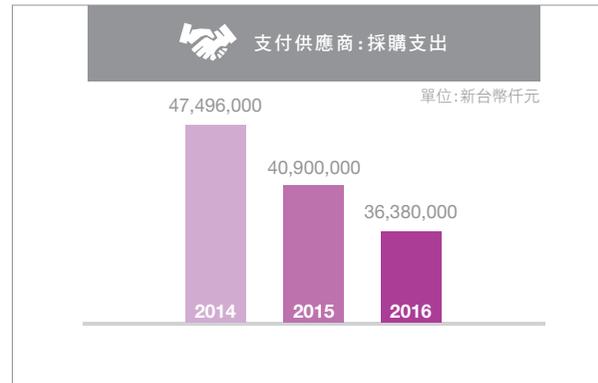
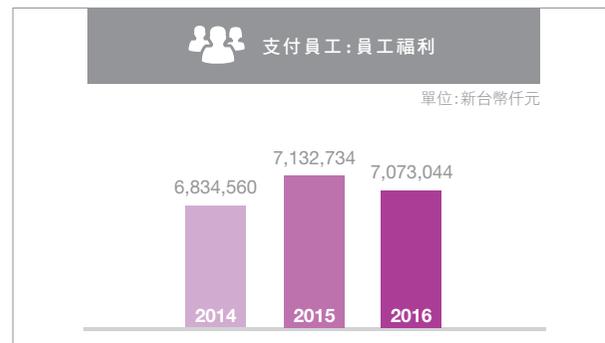
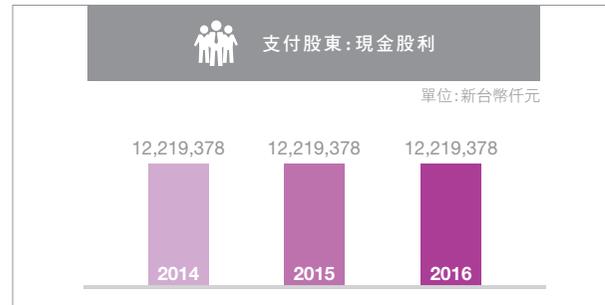
⁷ 2016年起，行動通信服務與其他電信服務營收整併呈現。



3.1.3 經濟價值分配

遠傳持續追求成長以將營運成果回饋予利害關係人，創造經濟價值共享。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⁸。遠傳於2017年2月15日董事會決議2016年盈餘分配案，擬以2016年度未分配盈餘分配股東現金紅利，每股新台幣3.129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0.621元，合計每股發放新台幣3.75元現金。

基於取之於社會、用之於社會之精神，在追求營收成長的同時，遠傳也積極尋求將創造之經濟價值回饋予社會的切入點。員工福利、供應商、及公益投入相關說明請詳3.3「溝通力 Go Caring」及3.4「影響力 Go Inclusive」。



⁸ 遠傳股利政策詳2016年報。
⁹ 遠傳響應政府推動產業發展計畫，2016年政府補助收入主要係來自經濟部工業局4G補助專案-4G智慧寬頻應用城市補助-悠遊城市類；經濟部工業局-台灣智慧旗艦大步向前-文化首都4G智慧城市；經濟部工業局-台灣智慧旗艦4G絢爛啟航計畫-4G行動影音商務。
¹⁰ 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，唯有不斷提升網路穩定度及收訊品質，才能給予客戶最佳使用經驗及感受。為了確保良好通訊品質與網路穩定度，遠傳每季定期進行電信訊號量測，將測量結果納入日後行動網路建設與調整之決策，即時改善接通率與傳輸速率。

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改進全區實際道路測試，以分析無線訊號強度與訊號品質雜訊比分佈，對於弱訊區域進行天線饋纜工程檢查、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。遠傳目前全區語音斷話率 (DCR, Dropped Call Rate) 穩定維持於0.25%。

無線服務

隨著4G服務快速成長，遠傳持續佈建各區4G站，包括鄉村地區、風景區、都會區，使旗艦區達到與3G網路涵一致的基礎。遠傳亦致力優化延伸室內訊號覆蓋範圍及擴充都會區容量，改善訊號擁塞，全面提升4G無線服務接取速度、容量、與接取成功率。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2016年持續改善3G網路並解決抗爭無訊號區域，同時完成第二、第三載頻擴容，期增加數據容量及速度(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。

數據服務

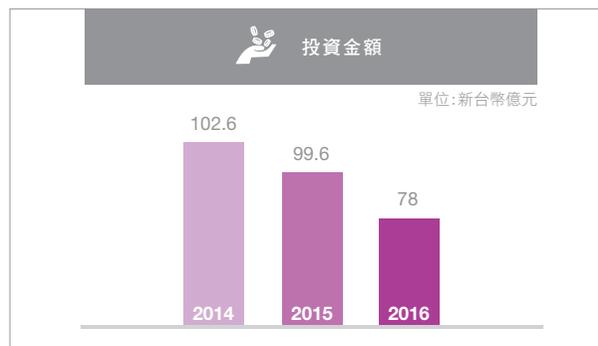
2016年遠傳於4G行動寬頻業務取得700MHz、1800MHz與2600MHz三頻段，提供行動用戶最高品質之4G服務。

- **700MHz低頻段**：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。
- **1800MHz中頻段**：具有大頻寬的特性，可以提升用戶所需之高速率傳輸容量。
- **2600MHz高頻段**：具有大頻寬與良好之訊號品質的特性，可以提升人口稠密地區之熱點區及都會區用戶所需之高速率傳輸容量。

700/1800/2600MHz 4.5G超級三頻，總頻寬125MHz，搭配LTE載波聚合(CA, Carrier Aggregation)功能，行動上網傳輸速率最高理論值可達300 Mbps以上。

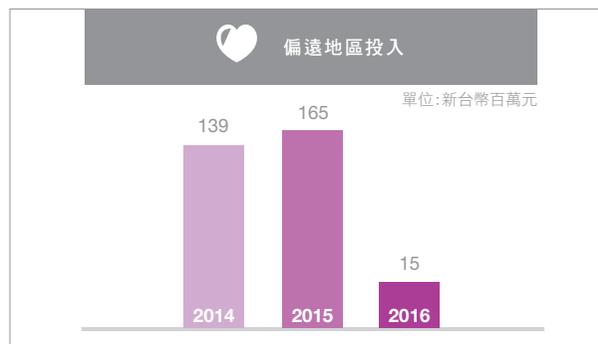
3.1.5 基礎建設投入

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。



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22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。



馬祖光纜正式啟用

遠傳耗時一年規劃、投入1,500萬元經費建置的馬祖光纜，於2016年正式啟用，馬祖列島中南竿、北竿、東引、莒光等都成為通信受惠區。期望能透過提供馬祖地區對外穩定且高速的通信服務，帶給當地居民與觀光人潮更便利的行動體驗。

愛部落 (i-Tribe) 無線網路建置計畫



由原住民族委員會推動之「建構原住民族地區無線寬頻環境計畫」，目標在原鄉部落建置愛部落 (i-Tribe) 戶外無線網路，自2014年起迄今已完成全國87個原鄉部落建置。遠傳於2016年第二期暨第三期建置計畫，協助完成共12個縣市、69個部落的戶外無線網路建置，從場勘評估、規劃提案、訪談、施作到完工驗收，積極鋪設原鄉部落基礎通訊設施，提供愛部落免費無線上網服務，並整合愛台灣 (i-Taiwan) 無線網路用戶身份認證登入，提供原民會相關用戶上線統計及網路流量統計等整體管理。此項計畫不僅能提升原鄉網路頻寬及無線網路覆蓋率，更有助於縮短城鄉數位差距，深入影響部落在原鄉巡迴醫療、教育、觀光及產業的推動。

3.2 創新力 Go Innovative

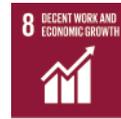
聯合國永續發展目標



Health 健康+



e-Campus
數位學習中心



Open Innovation、
數位趨勢推動



EMMA、BYOD、
室內定位服務、
智慧巡檢



friDay行動數位品牌、
台南智慧城市
旗艦計畫



台南智慧城市
旗艦計畫

2016重點投入



智慧資本



研發投入總金額
\$10億元



創新論壇投入金額
\$200萬元



開放式創新投入金額
\$3,600萬元



5G實驗室投入金額
\$470萬元

2016亮點產出



智慧產品/服務創造營收
\$53億



智慧產品/服務註冊用戶數
277萬人



新增專利 **5筆**
新增智慧財產權 **7筆**



完成測試案件
279件

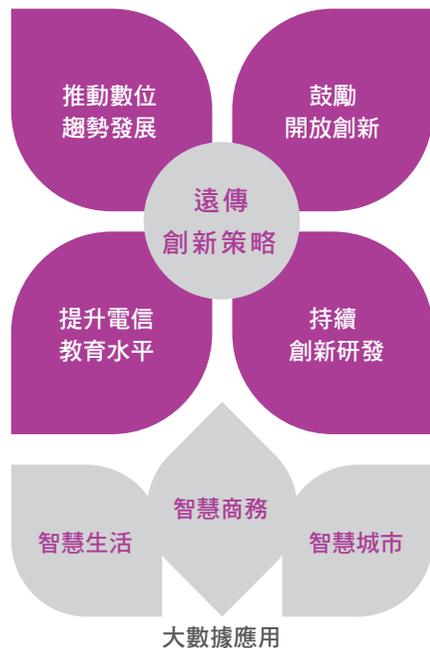
Go Innovative 效益

透過企業資源及研發能力與時俱進，發展串連生活所需的智慧型服務及產品，促使社會機會平等、產業進步與經濟繁榮。不僅為大眾創造永續共榮環境，更透過資通訊技術的突破解決社會問題、提升民眾與環境面對未來世代的適應力。

Go Innovative 未來展望

現今網路環境已明確從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加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聯網電視等)，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加值服務，確實擴大客戶群及經營客戶長期黏著度。

3.2.1 數位創新策略



全球化趨勢帶動科技加速普及，軟硬體整合技術的突破將引導主流市場需求，消費者對產品與服務多元化的期許使通訊產業競爭環境日趨嚴峻，轉為遠傳與時俱進的創新能量。面對高度競爭挑戰，遠傳以成為客戶的「智慧生活好夥伴」為策略宗旨，致力推動多樣性 ICT (Information and Communication Technology) 服務，結合網路與資通技術，發展行動APP、物聯網 (IoT)、大數據 (Big Data) 等多元應用，不斷引領創新與同業創造差異化。

為了全面性延伸品牌價值，遠傳致力於構築一個鼓勵創新思維的大環境來支持遠傳的創新策略，促使社會優秀人才及合作夥伴共同參與創新發展過程，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，創新的原動力在於「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，並由企業提供資源促進整體社會環境創新。遠傳於1999年3月成立財團法人遠傳電訊科技發展基金會，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。

遠傳電訊教育中心使命



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

課程名稱

1 4G行動應用與APP創新	11 LTE無線網路功能
2 企業雲端的發展與應用趨勢	12 OpenFlow技術的發展與運用
3 雲端資訊安全	13 SDN / NFV 核心網路
4 電子商務創造O2O消費力	14 物聯網的資訊安全
5 Mobile APP應用軟體入門	15 智慧交通車聯網與車載系統
6 TCP/IP協定分析	16 智慧穿戴服飾的發展與挑戰
7 Cisco設備原理簡介與網路環境規劃設定	17 智慧家庭在物聯網的應用現況
8 4G LTE技術專論	18 4G核心網路與IMS之議題與應用
9 LTE的威脅與安全檢測	19 5G技術探討
10 LTE無線介面協定指引	20 Roadm技術原理與運作機制
	21 第三方支付的現況與發展

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，著重產業客製化學習目標，發展個人化訓練與活動。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。2016年度共計完成47堂實體訓練課程，參與人次達1,771人。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，全面擴展社會大眾知識獲取管道。

另外，為促進台灣通訊技術發展，遠傳於2016年與教育部合作，製作出版教學公益書，推廣學齡兒童對ICT產業的瞭解，提升數位教育水平。

2016年教育部偏鄉數位關懷推動計畫

《看漫畫學行動支付》

對象：小學五年級以上學生
推廣效益：致贈共456本書籍至全國118間學習中心

2016年教育部國中小行動學習推動計畫

《30個為什麼行動通訊小常識》
《4G時代努拉出任務》
《雲端克勞德的故事》

對象：國中、小學學生
推廣效益：致贈共610本書籍至全國201間國中小學及自籌學校

推動數位趨勢發展

遠傳積極提升企業整體對市場需求及發展趨勢的敏銳度，以利提早佈局下一代通訊技術。於2016年對內辦理「MWC 2016 展望行動通訊與物聯網產業趨勢」與「5G的發展與應用趨勢」等產業相關研討會，探討電信業未來主流技術需求與關鍵議題、提供同仁行動通訊產業動向資訊。研討會開放所有職級同仁報名，參加員工數達207人次。

同時，為了支持政府推動電子支付政策，進一步拓展遠傳在台行動支付服務，遠傳於2016年將歷年定期辦理、旨在促進國內外業界人士交流的「開發商大會」，首度轉型為趨勢型論壇。鎖定遠傳近年重點發展之行動支付領域，與財經主流媒體「經濟日報」合作舉辦「經濟日報創新論壇-行動支付新時代」，邀請國內外產、官、學界，從趨勢到產業鏈整合、創新服務等角度探討行動支付的未來趨勢。現場約有700名聽眾，共計80位內容供應商及APP開發商共襄盛舉。遠傳期望結合遠東集團零售通路資源，招募更多合作商家與合作夥伴，驅動我國電子支付產業發展。



鼓勵開放式創新

遠傳積極宣導開放式創新 (Open Innovation) 概念，期許多元創意的碰撞能激發出創新商機。作為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，遠傳在台北遠東通訊園區T-Park建立物聯網測試平台，協助國內廠商節省研發成本、提供產業創新誘因。藉由成功轉型的EMMA企業行動化平台之API軟體介面功能，遠傳更鼓勵企業提供創新應用想法，並將創新服務實驗於遠傳公司內部場域，期望未來將成功的創新應用推廣至外部企業，協助提升企業及整體產業競爭力、進一步促進社會技術進步。

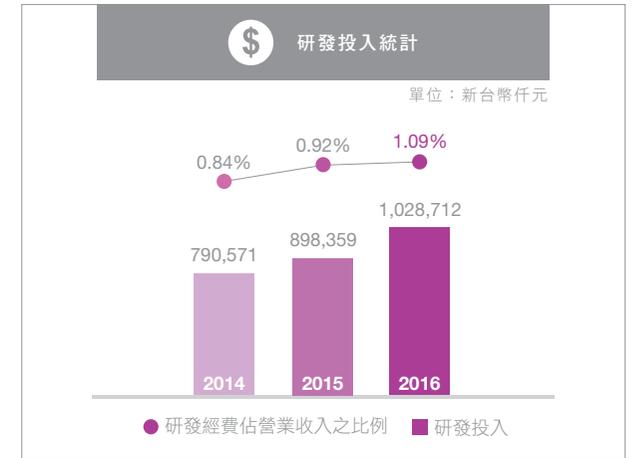
遠傳亦秉持開放式創新的共同創造精神，舉辦物聯網應用開發大賽 (IoT Hackathon)，媒合資源與創意、鼓勵創新商業化應用，更攜手全球企業應用及技術平台大廠PTC，引進旗下ThingWorx物聯網應用支持平台，以「單一平台、萬物皆聯」為目標，積極打造在地物聯網生態系，期待以物聯網技術促進社會及環境之永續發展。

為進一步推廣ThingWorx物聯網應用支持平台，遠傳接軌國際創投趨勢，於2016年辦理第一屆IoT Hackathon物聯網應用開發大賽，鎖定交通運輸、智慧製造、公用事業與能源管理、健康與智慧醫療等四大領域，提供多

遠傳 Open Innovation	
提供多網整合 IoT測試平台	「遠傳實驗室」測試機房位於T-Park園區，作為國內終端製造商、晶片廠商、數位內容供應商與學術研究單位合作的實驗平台。
運用EMMA企業行動化商業平台	透過API功能蒐集企業用戶的創新應用需求，開發後於遠傳公司內部進行實驗測試。
引進ThingWorx物聯網應用支持平台	提供整合式物聯網開發工具及功能，協助遠傳創新人員快速開發物聯網解決方案。

元資源媒合，邀請新創團隊共同開發創新商業解決方案。活動共計吸引40組團隊參與，最終有15組團隊透過ThingWorx平台完成實作應用。

持續創新研發



為儲備創新能量、累積創造資產，遠傳持續提升研發資源投入，2016年研發投入經費較前一年度增加1.09%，三年來皆呈現成長走向。同時，遠傳於內設有「遠傳實驗室」，作為新設備服務導入、軟硬體升級擴充、新功能研究評估及整合之獨立測試環境，是提供遠傳產品/服務正式上線商轉前進行功能驗證、發掘潛在問題的重要實驗平台。2016年共計完成279件測試案件，測試範圍涵蓋新型終端、前端基站、後端交換網路以及增值服務系統。

為了集中企業資源因應通訊產業發展趨勢，遠傳不僅設定五大產品與服務研發重點面向，更於近年致力在四大領域發展大數據分析應用，積極優化產品與服務的精確度以擴大客戶群、增加其黏著度。結合個人化虛實整合互動以及數位資通服務，創造最佳消費體驗，進而實現智慧生活、商務與城市三大創新策略目標。

研發五大面向

物聯網	物聯網時代的洪流帶來巨量連線數據並帶動管理模式改革，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。
加值服務	因應4G行動寬頻業務發展成熟、智慧終端裝置功能更趨完備，遠傳將加強開發相關加值服務，優化企業及一般用戶通訊體驗以提高客戶品牌忠誠度，期許在不遠的將來，順利接軌5G行動寬頻服務。
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明日之星，遠傳持續與穿戴裝置廠商合作，配合遠傳的無線寬頻網路測試其效能及穩定性，期望在未來提供讓消費者驚豔的用戶體驗。
數位匯流	在數位匯流趨勢下，使用者可能於任何地點透過任何網路及裝置取得所需資訊，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。
網路功能虛擬化	近年通訊服務類型日趨多元，其所需要的網路資源依據服務特性而有所不同，或許需要較大的傳輸量、亦或是需要同時產生大量連線。面對瞬息萬變的市場競爭，遠傳著手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。

數據四大應用

大數據分析技術	優化客戶體驗	在每次與客戶的互動中蒐集用戶習慣，藉由大數據分析，主動得知客戶需求，在客戶反應前積極改善，加速遠傳服務品質的優化。
	提升用戶價值	經營客戶關係最大的難題是，如何有效運用有限資源，在用戶端創造最大的效益。透過妥善規劃搭配客戶歷史行為分析，量化行動決策對於客戶價值所產生的影響。
	實現物聯網服務	透過物聯網（IoT）服務，以連網裝置上傳的大量資料為核心，分析連網裝置的各種狀況，誘發推演出創新的服務內容。具有高度符合需求的特性，可有效提升黏著度。
	精準化數位服務	藉由大數據記錄用戶過往行為，持續增加對用戶的了解，並基於這些了解提供給用戶更適切、精準的服務，這種持續改良也是大數據服務的特性與優勢之一。

3.2.2 串連智慧生活

人們對未來生活的想像仰賴科技實現，而行動科技的突破將為下個世代的生活藍圖增添無限可能性。遠傳將創新能量投入發展與社會大眾日常生活息息相關的便捷服務，將行動生活應用串連日常需求，創造更便利的智慧生活。

	2016 用戶數/下載次數	2015-2016 營收成長率	2016-2017 預計營收成長率
friDay 錢包	300,000	N/A	N/A
friDay 影音	289,000	26%	8%
friDay Play	1,200,000	31%	654%
friDay 購物	179,000	148%	99%
friDay 音樂	270,000	15%	-2%
全能行動管家	8,100	N/A	330%
巷弄	700,000	N/A	137%
Google Play & Apple iTunes 電信帳單支付	1,161,000	28%	11%

註：2016用戶數為付費用戶的服務有friDay影音、friDay購物、全能行動管家、Google Play電信帳單支付；為實際下載App使用者數的服務有friDay錢包、friDay音樂、friDay PLAY、巷弄

2015年，遠傳整合既有行動應用APP，打造friDay行動數位品牌，營收與下載率不斷快速成長；進而於2016年推出friDay錢包，正式進攻擁有無限商機的行動支付市場。未來friDay將持續深入發展行動商務、行動應用及數位內容三大面向，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重點服務，實現消費者對智慧生活的諸多想像。

friDay 錢包

遠傳於2016年底正式推出friDay錢包，整合遠東集團旗下11家關係企業與9大國際企業，攜手打造台灣最大電子錢包生活圈。friDay錢包兼具NFC (Near Field Communication) 近端感應、雲端支付以及QR Code條碼支付服務功能，全方位滿足消費者O2O生活應用所需，期許透過行動APP引領消費者改變生活方式，以friDay錢包串連智慧生活大小應用。

friDay錢包採階段式發展策略，第一階段以開發交通票證業者及集團零售通路應用為主。第二階段將擴大電子票證合作對象，成為首家涵蓋四大電子票證的電子錢包業者，並深化集團零售百貨使用場景、持續拓展適用商家通路，活絡集團關係企業及用戶黏著度。於第三階段導入增值與金融服務，加速擴展營收項目與營收金額，成為消費者首選的行動支付業者。



至2016年底成績

- ✓ 下載用戶數突破 30萬
- ✓ 活躍用戶數超過 3成
- ✓ 創造近 1,000萬營業額

2017年成長目標

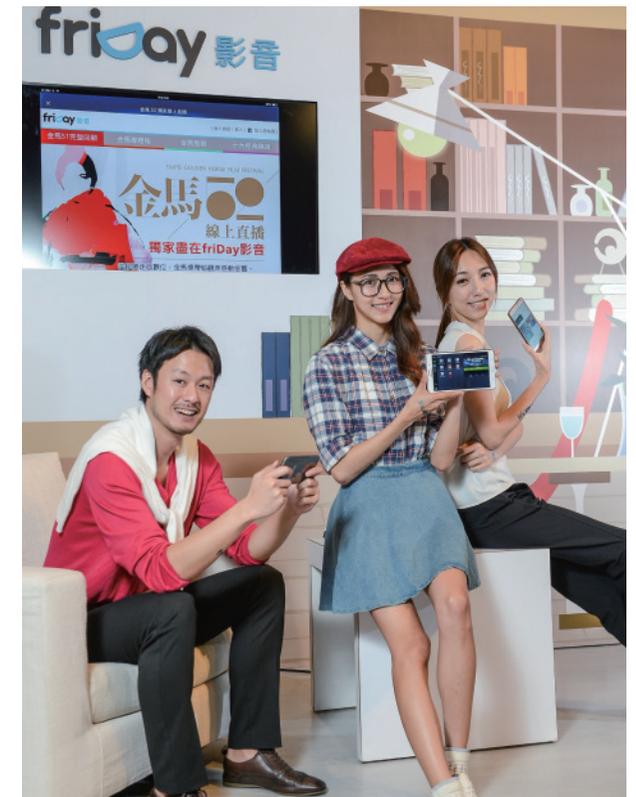
- ✓ 下載用戶數達 100萬
- ✓ 用戶黏著度達 3成
- ✓ 合作商家達 2萬家

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，至今累計近130萬註冊會員，為國內會員人數最多、內容最優質的線上影音串流品牌。自2013年起已經連續4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，直播最高峰近4萬人同時在線收看，宣傳期間更創造超過120萬影片瀏覽人次。



2017年friDay影音除了持續提升影片多元性與品質外，更將與多家機上盒、Smart TV品牌深度合作，提供消費者大螢幕看片享受。展望未來，friDay影音期望不斷提供優質影音內容與穩定的服務，進而成為台灣線上影音平台首選品牌。



friDay PLAY

friDay PLAY為台灣第三方APP市集，結合消費者需求與大數據分析，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，以成為遊戲廠商全方位合作夥伴為目標，期許未來成為國外APP廠商進駐台灣市場的第一站。自2014年上線至今，已累計超過5,000支APP於friDay PLAY上架，種類包含工具、影音、娛樂等，總分發量達300萬。2016年累積用戶數超過80萬人、單一用戶貢獻金額突破50萬元。



friDay 購物

friDay購物著眼消費者洞察 (Consumer Insight) 及行動思維，領先以「策展型行動電商」與國內同業形成差異化，以「好買、好逛、好好玩」為經營主軸，針對分眾族群的不同生活型態策展銷售。自2015年隨看隨買的影音購物推播功能上線後，累計平均月造訪人數已超過100萬人。

2016年進一步推出「friDay加購」會員制電商平台，透過變價演算機制，打造越買越便宜的購物模式，提供消費者更優惠的商品。2016年friDay購物商品數達30萬件，會員數突破50萬，整體營收達8億元。未來將持續維持成長動能，於2017年強化「friDay加購」變價功能並新增場域服務，成為全台最豐富之電商平台。

2017年將持續維持friDay購物之成長動能，並強化「friDay加購」變價功能及新增場域服務。未來將擴大與品牌廠商合作，透過影音及內容打造品牌館，再運用「friDay加購」之變價機制，提供消費者更優惠之商品，讓friDay購物成為全台最豐富之電商平台。



friDay 音樂

friDay音樂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，以線上音樂串流為主要商業模式，提供包括單曲下載、來電鈴聲等音樂服務，音樂曲庫超過300萬首。2016年，friDay音樂與ACRCloud攜手合作，獨家推出「音樂辨識」功能，使用者透過音樂或哼唱辨識，進而搜尋到該首歌曲並自動建立歌單。從辨識、點聽到多元的音樂推薦，完整的音樂服務促使friDay音樂於2016年註冊會員數突破80萬人，較上一年度成長30%。展望未來，遠傳將發展並擴大149 IoT支援，極致化線上音樂串流服務的擴散效益。

Omusic → friDay 音樂

Omusic已於2017年正式更名為friDay音樂，納入遠傳friDay生活品牌。透過DJ歌單強化與外部名人推薦，持續擴大使用者接觸音樂的多元習慣管道，形成使用習慣。



friDay 閱讀

遠傳於2015年推出friDay閱讀，提供「特色主題月租包」讀到飽的電子書服務，視不同數位閱讀族群提供多樣化產品組合。在臺灣出版業者與平台廠商共同努力推動下，friDay閱讀維持超過6,000本電子書供讀者無限閱讀，並且每月定期更新超過200本電子書與電子雜誌，為讀者創造多元且豐富的數位閱讀環境。

friDay閱讀為遠傳多項公益閱讀活動提供資源，於遠傳企業社會責任之推動具有貢獻。為鼓勵消費者閱讀動機，friDay閱讀於2016年推出「friDay閱讀禮物卡」作為親友送禮的新選擇，使用者依據自己的喜好選擇閱讀主題包後，即可於使用期間內無限制閱讀所有該主題電子書，將喜愛閱讀的朋友引導至數位閱讀世界。



全能行動管家

遠傳於2016年以「居家關懷」為初衷進軍智慧家庭市場，推出「遠傳全能行動管家」的Smart Home服務，整合九大安心防護層、三最服務、三低資費的「九、三、三服務優勢」、4.5G三頻高速網路、以及All-in-One全能行動管家智慧家用產品；透過互聯網及遠端遙控技術，實現不在家也能顧家的生活願景，打造零距離安心生活，解決消費者的生活煩惱。截至2016年底，達到申辦用數破萬的佳績，奠定未來發展智慧家庭的商機。



掌握線上到線下(O2O)新商業模式，遠傳2013年推出巷弄SoLoMo(社交、本地、移動)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臨商家體驗美食。目前已推出「巷弄」及「巷弄x台南」，累積達70萬下載數並為超過1,200間商家創造巨大行銷曝光效益，每月活躍人數達5萬以上。2016年中開始於臺中及高雄地區推出巷弄服務，以觸及更多的店家及消費者。

巷弄於2016年創造超過2,000萬元收入。2017年將持續擴大營業據點及合作店家，納入在地旅遊及活動票券服務、行動支付功能等行動商務功能，打造「巷弄」為全台最大的在地生活O2O平台。2017年將持續擴大營業據點及合作店家，並推出更多行動商務功能，如在地旅遊及活動票券服務、行動支付功能等，打造「巷弄」為全台最大的在地吃喝玩樂O2O平台。

Android+iOS 雙系統電信帳單支付

遠傳自2014年5月領先全台推出Google Play電信帳單代收服務後，再度於2016年8月締造亞洲第一家推出iTunes電信帳單支付的新記錄，成為全台第一家擁有Android & iOS雙系統電信帳單代收的業者，提供用戶更便利、迅速、安全的APP購買方式。截至2016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114萬人，促成超過2,360萬筆交易，位居同業之冠。iTunes電信帳單代收服務推出不到半年，也累積近30萬不重複付費用戶，成長極為快速，充分展現消費者對電信帳單支付的高度需求。

2017年，遠傳將繼續深耕Google Play & iTunes兩大APP Store，並計畫將電信帳單支付拓展到生活繳費及電商領域，提供消費者更全面的行動支付體驗。

3.2.3 引領智慧商務

針對企業用戶，遠傳秉持「客戶服務導向」為理念，依據各產業的不同特性以及其對資通服務的不同需求，提供一次到位 (One-Stop Shopping) 的資通訊整合方案 (ICT Integration Solution)。未來將持續透過4G LTE、移動聯通 (FMC)、物聯網、大數據、私有雲、雲端網路管理及儲存等技術，提供企業在資訊安全、資料中心建置、雲端整合以及行動應用等面向之商務服務，引領企業客戶邁向全面行動化。2016年遠傳企業行動及企業資通訊服務已達154億元。



EMMA 企業行動化平台

EMMA企業行動化平台旨在提升企業內部資訊傳遞效率及安全性，以操作友善的即時通訊APP為基礎，串連企業內部各項資訊系統並置入M2M (Machine to Machine) 平台，透過私有雲有效防止機密資訊外洩，打造企業即時訊息推播、即時商情、表單應用、行動資安與IT系統監控等解決方案，達到資訊/服務無距離，決策/回應零時差的高效率經營。

採用EMMA的客戶橫跨零售業、金融業、製造業、服務業、政府、學術單位、醫院等多家大型機構，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

行動裝置的普及驅使BYOD (Bring Your Own Device) 浪潮席捲全球，越來越多企業允許員工攜帶私人行動設備至公司。然而根據Gartner統計，目前大多數企業僅規範了公司配發的裝置，對於員工自帶裝置則少有相應管理措施，促使企業必須在資料保密、員工隱私與使用彈性間，擬定最平衡的解決對策。

遠傳憑藉多年耕耘企業客戶雲端市場及豐富的ICT整合經驗，提供最適用於企業的BYOD行動裝置管理解決方案。2016年遠傳持續協助多家製造、零售、金融、服務、醫療、餐飲企業，針對裝置存取限制、Email/簽核系統整合、內部機敏資料存取與管理等需求導入BYOD應用，為客戶的資料安全把關。

3.2.4 構築智慧城市

聯合國報告¹¹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。面對這些都市化效應，如何利用ICT設備系統提升全民生活品質，成為ICT產業的重要課題。

為解決都市化衍生的問題，遠傳電信掌握全球趨勢，於近年全力投入物聯網發展，透過行動、雲端技術，串聯大數據與智慧裝置，積極佈局於醫療、交通及治安三大智慧城市領域，推動各項4G與智慧城市應用的結合。

	智慧健康 (Health健康+)	智慧巡檢	智慧城市
2016 年創造量化效益 (如營收、用戶數、受益/服務人數等)	用戶數 100,000人	巡檢點 1,100個	服務用戶數 293,351人 創造營收 \$15,354,000
2017 年量化目標 (如營收或用戶數成長率等)	成長率達 30%	成長率達 100%	營收達 \$39,900,000

¹¹United Nations, World Urbanization Prospects, 2014.

Health 健康+ Health 健康+

為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合作推出「Health健康+」雲端健康管理服務。本服務榮獲2016 SNQ國家品質標章「醫療週邊類」暨「醫療院所類」雙認證，在品質、安全與應用成效獲得專家群的把關與肯定，值得國人的信賴。結合隨身健康卡與行動APP，針對高血壓與糖尿病慢性病患，推出個人化雲端測量血壓、血糖健康管理服務，以及糖尿病遠距照護服務等多種方案。

截至2016年底，「Health健康+」使用會員已突破10萬人，並於新北市和台南市設立超過500個量測站。經統計數據分析，「Health健康+」協助14.5%的用戶提早發現高血壓症狀即早就醫，並降低47%因高血壓導致緊急狀況的發生率。



智慧巡檢系統

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，智慧巡檢可取代原始的紙張巡檢，不但減少企業資源的浪費，其即時透明的資訊記錄更能有效確保執勤人員作業確實。採用NFC與Beacon技術，巡檢員必須到達現場才能完成各點的巡檢任務，有效杜絕紙本造假的狀況。

2016年，智慧巡檢系統已於國內知名購物中心與石化廠區成功導入，不僅能協助民營企業確實巡檢、減少意外事故發生，對於攸關公共安全的基礎設施(如河川)也可確實巡查、確保民眾安全。巡檢結果的自動紀錄功能結合大數據分析，更能作為營運決策與政策制定的參考，成為企業數據管理基礎。



NFC電子巡檢



GO Innovative
創新力

聯合國永續發展目標



Health 健康+



EMMA、BYOD、
室內定位服務、
智慧巡檢



friDay行動數位品牌、
台南智慧城市
旗艦計畫



台南智慧城市
旗艦計畫



亮點專案

台南4G智慧城市旗艦計畫

台南市素有台灣歷史文化古都之盛名，在舊時代歷史及文化的薰陶下，保有台灣許多歷史性建築、廟宇、產業以及人文特色。面對歲月的蹉跎，過去曾在19世紀高度發展的城市，如今住有188萬人口，卻面臨街道過於狹窄、頻繁淹水、交通堵塞、仰賴低經濟效益基礎設施等發展問題，而迫切需要改革。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，鎖定寬頻連結、知識工作力、數位內涵、創新及行銷推廣等ICF智慧城市五大指標，結合台南市原有施政計畫，與七局處持續完善六大發展領域的應用規劃。藉由文化首都與4G智慧科技的完美融合，打造台南市成為全台首座全方位智慧城市。期許未來將相關經驗複製至其他地方政府，實現對未來的智慧生活想像。

合作計畫投入



逾**10億元**以上



歷經**420場**會議



217名人力

台南4G
智慧城市網頁



六大發展領域

智慧城市營運管理中心：

整合市政府跨局處業務、營運、行業資訊，提供預警、預測、決策建議，開放政府資訊共享。

智慧水利防災：

建立4G行動式水文資訊收集平台，部署各地抽水站、抽水機、水位監測站，整合各地水情資訊，並與即時防災中心通報整合，推動跨縣市合作防災，建立全台區域聯防機制。

智慧交通：

利用遠傳電信4G涵蓋率的優勢，打造「交通路網全監控，路況訊息即推播，服務傳輸無死角」的服務。

智慧行動教育：

M化及優化市區和偏鄉中小學無線網路，推廣行動教學載具普及化，隨時隨地的五感體驗化之行動教育，師生共同成長及提高教學效益。

智慧健康社區：

結合社區關懷據點，建立政府與產業互惠雙贏的合作模式，延伸自主健康管理服務的商機。

智慧旅居觀光：

建立4G O2O行動電商生態圈，透過在地人共創文化內容、共享旅遊效益，以及結合店家社群的商務生態圈，將線上網友轉換成線下消費者。

專案獲得肯定與殊榮

- 亞洲唯一電信商獲GSMA邀請前往2017 MWC展出智慧城市應用。
- 全台唯一入圍GSMA 2017 GLOMO大獎。
- 台南4G開放行動教育-雲遊學應用獲美商高通「無線關愛計畫」選定為台灣第一個合作專案。
- 全台第一個獲GSMA拍攝專題影片的智慧城市。
- 獲邀至2016 MWC上海論壇分享智慧城市建置經驗。
- 全台唯一獲GSMA「Keys to the Smart City」智慧城市專題報告推薦案例。
- 全台指標智慧城市典範，打造五項全台第一：
 - 台灣第一座智慧城市營運中心。
 - 台灣唯一多重IoT系統整合政府建設及服務。
 - 台灣唯一市民卡整合公共服務系統。
 - 台灣唯一水利系統100%完整4G監控平台建設。
 - 台灣第一台4G全頻TTIA車機。

2017年預計完成項目

- 建立高效能私有雲平台。
- 建立數據傳輸與資訊共享平台。
- 建立可依賴的水資源信息平台。
- 建立智慧交通控制中心。
- 建立行動教學平台並強化智能教學功能。
- 建立醫療服務據點。
- 建立智慧觀光、生活行銷與O2O生態系。

四大發展願景

- ▶ 活化歷史遺產，打造文化首都。
- ▶ 翻轉創新思維，促進觀光樂活。
- ▶ 導入智慧物聯，轉型科技城市。
- ▶ 善用科技應用，打造低碳生活。

智慧水利防災

- 合作單位：水利局
- 智慧功能：4G行動式水文資訊收集平台、水位即時辨識功能、行動APP即時水情監測。
- 效益：
53站固定與移動式抽水站
20台可穿戴式攝影機

全方位智慧交通

- 合作單位：交通局
- 智慧功能：4G智慧車機、4G智慧站、大台南公車APP優化與升級、Beacon訊息推播、旅運訊息發佈系統。
- 效益：
277個4G LED智慧站牌以及免費Wi-Fi
29台4G智慧公車
278顆Beacon安裝於智慧站牌及公車

智慧行動教育

- 合作單位：教育局
- 智慧功能：智慧校園APP、創意課程、行動校園網路優化解決、行動教育及行動載具普及。
- 效益：
觸及271所中小學
100%納入行動教學平台

智慧健康社區

- 合作單位：衛生局
- 智慧功能：遠距關懷照護Smart健康APP與個人用運動介接裝置、社區公衛照護系統、蚊媒疫情智慧通報與互動溝通服務系統。
- 效益：
300站社區健康小站建置
19,320會員人數

智慧城市營運管理中心

- 合作單位：研考會
- 智慧功能：高速私有專線網路建置，高密度雲端硬體架構導入及管理系統建置、主機移轉到雲端虛擬化功能建置。
- 效益：
大台南地區安裝4,000顆Beacon (低功率無線射頻藍牙定位發報裝置)

智慧旅居觀光

- 合作單位：觀光局
- 智慧功能：旅遊O2O虛實整合、Beacon觀光行程定位推播、廣告利潤共享系統。
- 效益：
10萬使用者
800家合作店家



3.3 溝通力 Go Caring

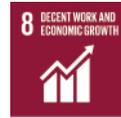
聯合國永續發展目標



員工福利與
身心健康



兩性工作平等、
性騷擾防治



身心障礙人士
雇用、產學雙
軌合作計畫

2016重點投入



社會與關係資本



品牌經營投入金額
\$3,500萬



門市、客服培訓投入時數
7,743,251小時



人力資本



員工總數
6,972人



員工培訓投入金額
\$3,290萬



員工培訓投入時數
335,017小時



員工福利費用
\$70.7億

2016亮點產出



有效客戶數
734.6萬人



4G月租型用戶滲透率**68%**
業界三雄之冠



客服中心滿意度
91.2%



開發及優化服務系統
提供優質的客戶體驗

Go Caring 效益

結合企業核心能力，強化社會溝通力與包容性，透過企業營運創造就業機會、鼓勵弱勢族群爭取平等工作環境。同時提供多元發展機會，將企業資源投入於人才培育計畫，提升電信專業水平且促進產業競爭力，成就遠傳品牌價值。

Go Caring 未來展望

遠傳電信自1997年開台至今20年，一路秉持「只有遠傳 沒有距離」的品牌精神，用溝通的力量，喚起人們珍視人與人及人與社會的關係。遠傳自我期許不只是電信公司，而是能提供客戶全方位生活及生意所需的資通訊服務業者，同時還能作為串連人與人之間的橋樑、扮演「Relationship Connector（人與人間的串連者）」的角色。遠傳將持續發揮品牌影響力，從「開口」到「行動」讓愛遠傳，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、多元的電信服務與產品，提供優質的客戶體驗。

3.3.1 利害關係人溝通

遠傳身為電信業者的使命，旨在提供優質的資通訊以及數位應用服務，創造溝通零距離的社會。我們相信「溝通力」的建構是維繫與利害關係人之間良好關係的橋梁，無論是對內部員工，乃至於對外用戶，遠傳皆積極進一步與其互動、深化關係，讓利害關係人可以隨時感受到「生活有遠傳，溝通無距離，人生更豐富」的美好願景，攜手邁向永續成長。遠傳與利害關係人的溝通管道、回應方式，以及2016年相關溝通績效說明如下：

利害關係人	回應與溝通管道	2016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 · 遠傳內部網站／遠傳最新消息 	<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。 · 2016年員工透過內網、Email反應意見共22件。 · 2016年員工透過「我要申訴」專用信箱反映個案共3件。 · Connect for Best員工意見調查，回覆人數5,045人，回覆率達82%。 · 詳細溝通績效詳見本報告書3.3.4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滿意度調查) · 產品說明會與行銷活動 · 「用心聯繫，讓愛遠傳」品牌活動 · 使用者行為研究／調查 	<ul style="list-style-type: none"> · 全省直營門市設置專屬facebook粉絲團與LINE帳號，傳遞最新資訊並提供一對一提問等服務，即時回應客戶需求。至2016年底LINE帳號有效好友數達8萬人、facebook粉絲數達20萬人。 · 2016年共處理回應2,051件公文、129件協調會、客服專線26,093通、FETnet網站／行動客服APP／客服即時通4,212件。 · 2016年「門市滿意度調查」整體滿意度達91%。 · 2016年「客服中心滿意度調查」整體滿意度91.2%，全年度接獲服務滿意度留言表揚通數7,872通。 · 詳細溝通績效詳見本報告書3.3.3章節「零距離心服務」。
 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"> · 2016年電話客服中心處理通數373,906通。 · 詳細溝通績效詳見本報告書3.3.3章節「零距離心服務」。
 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"> · 2016年參與NCC業務會議193次、行政訪查18次。法務暨法規處陪同客服或業務部門協助NCC行政訪查中，NCC認定有2件違規情形：一為同仁作業疏失為客戶開通服務而產生費用、二為遠傳經銷商於販售預付卡時，未遵循作業流程相關規定，皆已由客服及業務部門依NCC指示妥善處理並改進。 · 2016年參與交通部會議及溝通事項15次。 · 2016年公平會調查案件3件，至2017/1/23日止，1件已結案且無違反公平法、仍有2件尚待進一步釐清，暫未結案。 · 2016年接收NCC公文4,094件，以行動通訊(含2G/3G/4G)相關之業務為大宗。

利害關係人 回應與溝通管道 2016年溝通績效



供應商／承攬商／
開發商

- 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
- 開發商大會

- 2016年百大供應商簽署「供應商企業社會責任自主聲明書」家數為82家；新供應商則100%簽署。
- 所有遠傳供應商皆簽署「誠信經營守則同意書」，2016年共計229家供應商完成簽署。
- 2016年發出138份採購滿意度問卷，共回收58份有效問卷，回收率為42%，回覆問卷各項滿意度平均達95.3%。
- 連續七年舉辦「開發商大會」，2016年擴大為「經濟日報創新論壇-行動支付新時代」，逾700名聽眾，80位內容供應商、APP開發商參與。
- 詳細溝通績效詳見本報告書3.4.1章節「創造供應鏈永續價值」。



投資人／股東

- 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

- 2016年舉辦1次股東常會。
- 2016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。
- 2016年於遠傳官網-投資人服務專區按月發佈共12次自結營收、獲利及營運統計數據。



遠傳官網
投資人專區



同業

- 不定期至台灣電信產業發展協會溝通
- 競業／市場調查

- 2016年共計參加144次會議，包含61次各項議題及38次基地台小組會議。
- 詳細溝通績效詳見本報告書3.3.2章節「零距離心服務」。



媒體

- 不定期發布新聞稿／舉辦記者會
- 專責單位溝通

- 2016年舉辦9場媒體活動、發佈232則新聞稿，詳見遠傳官網-新聞室專區。



遠傳官網
新聞室



社會／公益團體／
NGO

- 說明會／研討會／座談會
- 贊助與合作計畫

- 舉辦122場公益活動，440名志工參與，共計11,996人受惠。
- 詳細溝通績效詳見本報告書3.4.3章節「發揮社會影響力」及遠傳官網-遠傳企業社會責任專區。



遠傳官網
企業社會
責任專區



GO Caring
溝通力

2013-2016 開口說愛 讓愛遠傳

3.3.2 品牌形象管理

遠傳始終相信，企業的社會責任應建立在對整體社會的長期承諾上，遠傳電信2013年首倡「開口說愛 讓愛遠傳」，陸續推出三部曲系列品牌活動，從身邊的家人擴及社會、將小愛化為大愛、從人與人間的互動，擴大到對台灣這片土地的愛護和感謝，鼓勵人們積極表達正面情感。透過品牌活動之推廣，遠傳給予台灣正面積極的鼓勵，讓這塊土地的美麗風景與人情遠遠流傳；深入台灣的品牌訊息與影響力，更獲得社會大眾熱烈迴響，大幅提升遠傳品牌定位與觸及率。

從「開口」到「行動」，持續發揮品牌影響力

遠傳電信邁入20週年之際，延續「只有遠傳 沒有距離」的品牌精神，推出「用心聯繫 讓愛遠傳」全新品牌活動，帶領人們思考過去生命中，在不同階段對我們非常重要的人，可能是孩提時的保母、學生時期的恩師，亦或是高中球隊教練，這些人在當時對我們的付出，成就了現在的我們，如同遠傳所經歷的每個階段，與各利害關係人的真心互動，為此遠傳透過新品牌活動「用心聯繫 讓愛遠傳」之推廣，呼籲大眾用心思考生命中曾經重要的人，及時採取行動付諸關心，重拾那些佚失已久的美好。

「開口說愛 讓愛遠傳」
三部曲

兩岸三地影片觀看成效5億次
囊括32座海內外獎項

三度蟬聯

台灣百大
影響力品牌

用心聯繫
讓愛遠傳
— 教練篇 —

獲YouTube亞太區
最成功影片

連續五年榮獲
《工商時報》

服務大評鑑金獎

業界唯一
冠軍服務五連霸



2013

「最簡單的一句話，往往最難說出口」

多數國人在東方文化的影響下，表達情感較為含蓄，即使在智慧型裝置普及時代，向身邊的家人、親友言謝說愛卻仍是一件不容易的事情，因此，遠傳於2013年起開始推展「開口說愛 讓愛遠傳」系列品牌活動，遠傳邀請知名導演楊力州，訪談逾百位民眾深埋心底的多種情感，將11個勇敢說愛的故事，拍攝成紀錄片型式的廣告，希望觸發消費者開口說愛的勇氣，鼓勵人們表達正面情感。



2014

「因為有愛，每句話要好好說」

「開口說愛 讓愛遠傳」二部曲由6支紀實影片帶領開跑，以紀實拍攝手法從溝通的內容談起，讓民眾看出與身邊最愛我們的人溝通時容易忽略的小事，卻直接影響人們之間的關係。提倡「因為有愛，每句話要好好說」，串聯人與人之間的聯繫，拉近彼此的距離。



2016

「用心聯繫，讓愛遠傳」



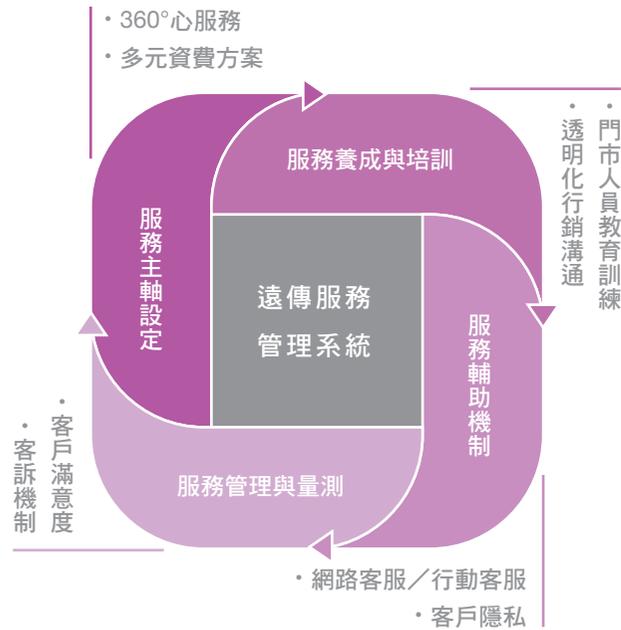
2015

「用鼓勵，讓台灣聽見愛」

第三部曲「用鼓勵，讓台灣聽見愛」從改變台灣社會悲觀氛圍的角度出發，邀請原住民歌手王宏恩、麵包之父吳寶春、霹靂第五代接班人黃亮勳各界名人齊聲推動，號召全台民眾用自己獨特的方式，對這片土地大聲喊讚，以實際行動促成社會上強大的正面力量，將『好好說』的精神延伸至對整個台灣，讓小愛提升為社會大愛。

3.3.3 零距離心服務

遠傳自1997年開台至今，歷經多次行動科技變革與環境動盪，始終秉持「只有遠傳 沒有距離」的品牌精神，與客戶共同成長、進步。遠傳相信，唯有全心回應每位客戶的需求，服務才能感動人心。以「落實服務，創造感動」的待客之道，我們持續追求客戶滿意的微笑，提供能讓顧客說WOW的驚豔式服務，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」。



好的服務必須有完善的管理機制作為齒輪，才能有效運作。遠傳服務管理系統涵蓋四大重點面向，從服務主軸的設定乃至服務品質的管理與量測，遠傳在每個面向都有縝密的規範和實作技巧，並且透過PDCA (Plan-Do-Check-Action；即計劃、執行、查核、處置) 步驟，不斷優化服務品質。讓遍布全台的第一線人員，都維持一致的服務水準，有效提升品牌溝通力，持續創造符合需求的服務。

2016年榮獲CRE Awards「最佳顧客體驗管理、最佳客戶體驗中心、最佳顧客滿意品管系統」三項大獎。

2016年「遠傳行動客服APP」榮獲《數位時代》創新商務獎「最佳全通路體驗」銀獎、「最佳客戶溝通」銅獎二項大獎。

第一 2016年通過勞動部勞動力發展署「職能導向課程品質認證」，亦是業界第一家通過此認證的電信業者。

2016年榮獲APCCAL卓越大獎「台灣最佳客服中心獎」。

連續二年通過SGS「BS:8477 客戶服務管理實務」認證。

連續四年通過電話客服ISO 10002「客戶申訴管理」認證。

連續三年通過門市ISO 10002「客戶申訴管理」認證。

第一 連續三年亦是國內第一家通過ISO 29990「學習服務品質管理系統」認證的電信業者。

連續四年榮獲《壹週刊》「服務第壹大獎」電信業首獎。

連續五年榮獲《工商時報》「臺灣服務大評鑑」連鎖電信通路金獎。

連續十年通過SGS Qualicert服務驗證。

遠傳服務主軸

分眾經營，推出多元資費方案

因應不同消費者需求，遠傳以「簡單、超值、多元、符合需求」為原則，推出多元4G資費，分級設計符合各種不同生活型態的消費族群，消費者可依自身傳輸量需求選擇合適的網路方案。在行動裝置與4G網路普及的現況下，台灣網路資訊中心 (TWNIC) 調查顯示，我國12歲以上民眾行動上網率從2015年的60.8%上升至67.8%，為協助家長掌控孩子預算，2016年6月推出遠傳易付學生超值包方案，滿足學生的上網需求。

考量低收入及特殊族群需求，遠傳亦透過低資費易付卡降低電信服務門檻，對弱勢族群更設有特殊資費方案，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，讓用戶更能精準掌控預算，更自由、更彈性地使用電信服務。此外，針對銀髮族群，遠傳亦提供高直覺性介面、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"> 每張\$298，挑戰業界易付卡最低上網價格，1MB傳輸量只要\$1，全額可折抵通話費、簡訊及上網傳輸費。 1MB上網流量，可傳送50則LINE訊息、或打卡上傳1張照片、收10則Email。 						
	學生4G絕配方案	<ul style="list-style-type: none"> 月租\$799，含7GB傳輸量、40分鐘不分網內外通話分鐘數，另外再加送350分鐘的免費網內分鐘數。 						
	易付學生超值包	<ul style="list-style-type: none"> 每張\$1,399，可享20GB傳輸量/120天、贈送網內免費\$2,000、通信優惠免費\$1,399。 2016年方案用戶數731人。 						
外籍旅客 (桃園機場限定)	外籍旅客上網卡	<ul style="list-style-type: none"> 多種計日上網吃到飽 (1~30日)，含免費通話/簡訊優惠。 方案用戶數 <table border="1"> <thead> <tr> <th>2014年</th> <th>2015年</th> <th>2016年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>206,957人</td> <td>245,463人</td> <td>217,692人</td> </tr> </tbody> </table>	2014年	2015年	2016年	206,957人	245,463人	217,692人
2014年	2015年	2016年						
206,957人	245,463人	217,692人						
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、安基金會的關懷老人提供優惠電信服務，每月只要65元即免費提供一支老人專用手機。 						
身心障礙者	溫暖方案	<ul style="list-style-type: none"> 持身心障礙手冊者，可申請指定費率月租半價。 遠傳體貼身心障礙者，特別推出4G絕配溫暖方案，持身心障礙手冊可享上網及簡訊優惠。 						
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。 						



360° 心服務

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

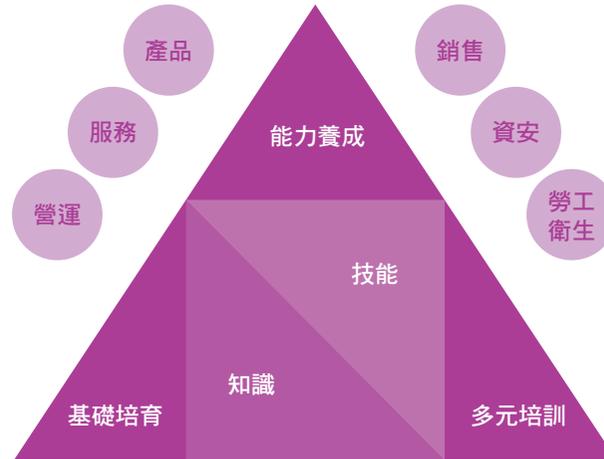
貼心服務	服務內容	
最有效率、優質的門市	門市預約服務	透過網路或行動通訊設備事先進行預約，減少等待時間。
	10分承諾 10分滿意	若客戶於門市等候服務超過10分鐘，遠傳給予每分鐘1元的超時致歉金，於下期帳單折抵。
	自助繳費機服務	於全台各門市陸續佈建自助繳費機台。
	4G免費飄速體驗	4G SIM卡／手機免費7日試用。
完整、貼心的售後服務	消費者訓練課程	提供不同年齡層消費者在購買產品後，免費參加北、中、南區的手機、平板、雲端應用課程。
	白金會員 手機維修 到府收送	遠傳VIP白金會員可致電客服進行線上報修，由遠傳外派專業物流到府收送維修物件。
	金機救援	提供月租型手機平板2年維修保固服務。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。
	維修中心 全年無休	遠傳全省維修中心全年無休，提升產品維修速度效率。
	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。

用心與貼心的服務

門市人員培訓

門市人員身處服務最前線，即代表顧客對品牌的第一印象，無論是在處理一般需求或面對臨時問題，皆挑戰門市人員的機動性與適宜性。門市人員是否能在多元情境下保持專業高效的服務，將考驗遠傳以優質服務為導向的品牌形象。

遠傳 2 x 3 訓練系統



為了提供專業、一致的服務水準，遠傳在六大主題之上建立2x3訓練系統，以知識與技能為基礎，針對新進人員發展「基礎培育」訓練，並針對在職人員強化「能力養成」與「多元培訓」。2016年新進及在職門市人員每人平均受訓時數分別達80及67小時。為確保加盟門市與直營門市服務品質一致，2016年遠傳提供人才情境式銷售、團隊訓練活動、門市商圈開發及深耕經營等3場通路經營者外訓課程，強化加盟業者的競爭力。

遠傳同步提供服務輔助工具，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「數據探勘 (Data Mining)」技術，將門市人員經驗轉化為資料庫，透過資源整合平台，讓門市人員在最短時間內掌握回流客戶需求、也能彌補新人剛上任經驗不足的缺口，穩定服務品質。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。

標準行銷與銷售流程

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。2016年遠傳共發生3起產品標示、行銷溝通相關違規檢舉情事，其中一件至2017/1/23日止已結案且未違反公平法，兩件尚待進一步釐清。

透明資費與服務流程

資費透明化及充分溝通可有效減少消費者於售後因對產品、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。



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，也可透過遠傳官網或手機行動客服APP查詢。客戶致電客服中心服務時，如符合續約資格，客服人員亦主動提供相關優惠方案，亦可透過線上辦理續約及搭配方案，提升便利性，增加客戶黏著度。

靈活的客製化溝通

憑藉在電信市場的多年耕耘經驗，遠傳瞭解消費族群之多樣性，並致力提供客製化溝通，以提供所有用戶更貼心、便利之服務，讓消費者不分族群，皆能感受到遠傳零距離貼心服務的溫度。遠傳門市服務手冊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。

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，拓展與社會大眾溝通的機會，進一步了解遠傳對不同需求的回應狀況。2016年，為了讓廣大年長者了解時下智慧型商品的使用及操作，通路訓練部門與大台北地區鄰里社區配合，深耕鄰里消費課程，讓不便前往遠傳門市的長者們，也能在自家鄰里當地學習智慧商品的使用及操作，貼心的考量獲得極佳肯定。2016年共辦理34場鄰里教學課程，參與人數達798人。



專心與細心的服務

客戶隱私保護

提供客戶安全且值得信賴的通訊環境並致力維護與消費者之間的信任關係，為遠傳應有的責任。為展現我們對客戶隱私的重視與承諾，遠傳特別以「尊重客資、珍惜所託；永續服務、深得信賴」的資安願景為主軸，成立企業安全組織(相關說明詳章節4.2「營運風險管理」)，從人員、營運、技術、法規等面向訂定各事業部門與公司層級等近百項資安量測指標，定期檢視目標達成狀況，並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。透過全體同仁的努力，2016年未發生違反客戶隱私之情事。

依據電信法及其他相關法令規範，台灣電信業者須配合政府機關依法來文調閱用戶基本資料及通信紀錄。遠傳訂定「通聯紀錄暨基本資料調閱處理標準作業流程」進行管理，以安全及加密方式回覆查詢單位，完整留存查詢紀錄備查。針對政府機關有關函文，遠傳2016年全數予以回覆，其回覆數約佔遠傳用戶整體SIM卡數量的1.9%。

遠傳對資訊安全管理始終維持最高要求，於2016年通過多項國際認證標準，充份展現遠傳落實資訊安全與個人資料保護的成果。未來遠傳將持續落實管理，以回應消

費者及社會大眾對個人資料保護的要求。2017年將強化資安測試，確保資安防護機制有效施行，期使將可預期之風險降至最低。

資安量測與矯正流程

遠傳資安量測採月、季、半年及年指標方式，由各部門與企業安全組織定期審閱，對於不符合事項，開立矯正預防單並限期改正，全面預防資安風險。2016年共有20筆不符合事項，主要為系統服務可用性因硬體設備或協力廠商軟體異常所導致，經更新設備及軟體修復後已全數完成矯正預防作業。

ISO 27001 資訊安全驗證

遠傳已連續12年於資安領域通過驗證，範圍包括行動通訊網路及固定通訊網路門號啟用、服務異動、帳務出帳及繳款服務、盜偽防制、催收管理、客戶服務等營運流程，以及維運支援系統之開發、維護及網際網路資料中心維運管理，除持續維持驗證作業外，更增加整體資安成熟度分析，確保驗證內容質量並重，以落實驗證成效。

ISO 20000 服務管理驗證

連續8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前端客戶申請門號、向客戶蒐集資料、後端出帳、郵寄帳單與資料處理作業等，如此大範圍的驗證，就是為了確保客戶資料在遠傳享有最嚴謹的把關與防護。

CSA雲端 STAR認證

遠傳參與由公正第三方驗證、條件較嚴苛的Level 2認證。遠傳已連續3年取得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、實體及環境安全，以及客戶個人資料保護四大項目進行資安控管。

資訊暨科技安全

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驗證。

2016年遠傳加強訓練與宣導，共辦理資安教育訓練70餘場，參與人數約12,200人次，總時數高達10,000小時以上。更透過內部資安訓練課程、系統提示、資訊宣導與活動等途徑，持續發揮教育宣導功能，使全體員工資安測驗通過率達99.83%以上，有效提升全員資訊安全意識。

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」或法律效力之文件。

實體及環境安全

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

客戶個人資料管理

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。且於蒐集客戶資料時，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。

配合個資法的施行，遠傳盡量減少銷售通路實體合約數量並加強控管合約傳輸流向，推廣電子表單，提升整體客戶資料的管理。

服務回應與改善

遠傳十分重視與客戶的交流及互動，為了確保每位消費者的意見皆被傾聽並獲得妥善處理，遠傳以高度透明的方式，定期透過客戶滿意度調查了解客戶意見回饋，以持續改善服務管理流程。除了推出旨在與客戶即時溝通的「遠傳行動客服APP」，亦建立完善的申訴及管理機制，回應消費者期待。其中，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。

完善的申訴及管理機制



與時俱進的遠傳行動客服APP

遠傳行動客服APP自2012年11月推出以來，不斷了解用戶使用需求，新增多元功能服務，強化個人化設計，並於2014年9月領先業界首創以遊戲、互動的方式，讓用戶輕鬆拿取好康優惠，符合「實用便利」及「好玩有趣」兩大特色，APP下載量高達460萬次。2016年全新改版，

於首頁提供即時使用量及目前帳單金額，免去客戶按下功能鍵的時間，並推出【好禮優惠】專區，主動為客戶搜集獨家優惠活動，以及生活娛樂/科技/休閒遊憩等相關資訊，與客戶進行最即時的溝通，改版當日就吸引10萬的用戶登入，當月使用量更達310萬次。

遠傳另針對常出國須仰賴網絡的客戶，依據用戶出國前、出國中及出國後的不同服務需求，所推出的全新貼心漫遊服務，透過「遠傳行動客服APP漫遊服務」輕鬆設定，此服務推出2個月即吸引超過30萬的用戶。遠傳提供客戶最貼身、便利的行動服務，創造更高的使用效益，進而增加客戶黏著度。2016年遠傳進行行動客服APP滿意度調查，訪問題目包含【整體行動客服APP】、【操作方便與容易找到資訊】、【資訊內容是否符合您的需求】等，每月針對曾使用APP的用戶數約10,000人，透過IVR自動外撥調查。2016年整體月平均滿意度達4.13(滿分5分)，為更即時進行改善，遠傳期望未來能每週進行一次行動客服APP滿意度調查。



貼心打造優質CEM線上服務

遠傳永遠把用戶放在第一位，致力發展優質CEM服務 (Customer Experience Management, 客戶體驗管理)，為了讓用戶能隨時使用便利的電信服務，遠傳於2016年底推出全新網路客服，並正式更名為「用戶服務」平台，打造「五大服務分類」及「個人專屬客服」功能，讓用戶真正的達到「一站式的自助化服務」，只要動動手指就能輕鬆使用線上服務。



客戶滿意度調查 - 內部調查

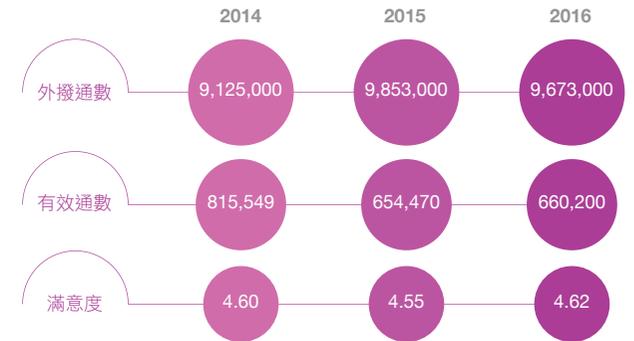
門市維修滿意度：

遠傳門市主打優質、快速的產品售後維修服務，為了達成維修服務滿意度優於業界的目標，除在客戶到店後一週內進行「完修案件系統電訪滿意度」調查，更於2016年針對維修單位新增「24小時工程師完修率」與「超過5天完修」等兩項滿意度指標；每週進行檢討，並依據落後項目與區域進行加強管理，以提高整體滿意度。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占比。

	2016年績效	2017年目標
24小時工程師完修率	年度平均80%	維持年度平均80%
超過5天完修率	年度平均7.9%	維持年度平均10%以下
完修案件系統電訪滿意度 (滿分5分)	年度平均4.1	達成年度平均4.3%以上

門市服務滿意度：

調查項目包括門市人員的服務態度、解決問題能力、處理速度、商品展示與體驗、整體滿意度等。遠傳積極主動回電關懷給予負面評價的客戶，同時對表現良好的同仁給予獎勵，持續精進客戶服務。



電話客服中心滿意度：

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。



2016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2015年表現，更獲得「APCCAL卓越大獎－台灣最佳客服中心獎」之肯定，展現遠傳於服務品質認真耕耘的成果。

	2014	2015	2016
內部電話客服滿意度 外撥通數(通)	2,375,470	3,134,154	3,474,952 ▲10.87%
電話客服中心滿意度 調查有效問卷數(通)	353,715	504,448	692,687 ▲37.31%
電話客服中心滿意度 調查整體滿意度(%)	84.4%	88.9%	91.2% ▲2.3%
服務滿意度 留言表揚通數(通)	3,402	5,915	7,872 ▲33.08%

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。唯2016年主要受到iPhone7開賣及颱風站台受損影響，導致未達成服務指標。

	2014	2015	2016
Service Level in 20' (20秒內接起的電話 佔電話量的比率) >80%	73.2%	81.3%	74.7%
Abandonment Rate (電話未被客服接起 而斷線的比率) <5%	7.7%	5.0%	7.3%
Average Speed of Answer (平均等候應答時間) <20秒	18s	11s	15s
One Call (一通電話不重複來電 比率/30天) >93.5%	94.0%	97.1%	93.7%

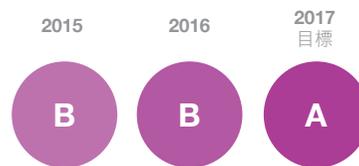
客戶滿意度調查 - 外部調查

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，每次訪問約1,600位遠傳用戶，持續追蹤遠傳在通訊品質、費率、帳單、門市服務、電話客服及申訴等方面的表現。

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，以持續強化顧客關係經營。此調查針對遠傳等五家主要電信業者15-64歲行動電話用戶進行電話抽樣訪問，同時可了解遠傳於各服務面向在競爭業者間的排名。

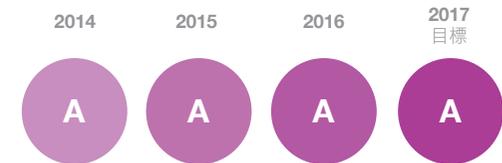
對於遠傳提供的整體服務，2016年度有6成受訪者回答滿意。除瞭解客戶滿意度外，也參考偏好度，計算客戶忠誠度指標。遠傳2016年客戶忠誠度指標為Grade B，維持五家業者中前三名。



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，並在同年8月提供300萬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，2016年查詢帳務來電量和去年比減少2.7萬通，平均每月減少2,300通，2016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。



客訴機制：

遠傳自2013年導入ISO 10002申訴管理驗證，藉由系統化方式及時妥善處理消費者申訴。同時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《個人資料保護法》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。2016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。

為確保每位客戶皆可透過順暢的溝通管道反應改善意見，遠傳提供客戶六大申訴管道，並賦予個別管理方式，確保所有問題獲得妥善處理。針對重大客訴事件，客服單位主管會於2小時內協助通報客戶關係維繫組人員專責處理。同時，跨部門成立客戶申訴改善專責小組，定期檢討並追蹤時效，持續努力降低申訴案件，提升申訴處理滿意度，履行零距離的服務願景。

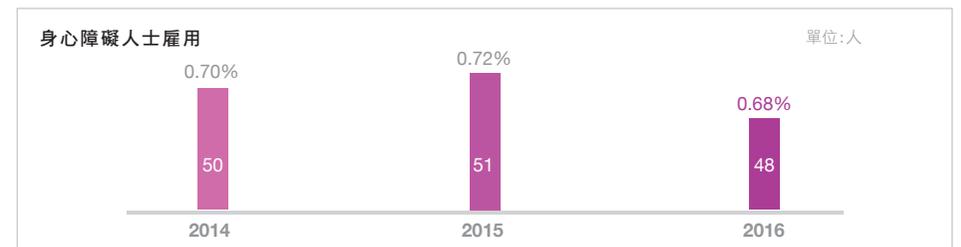
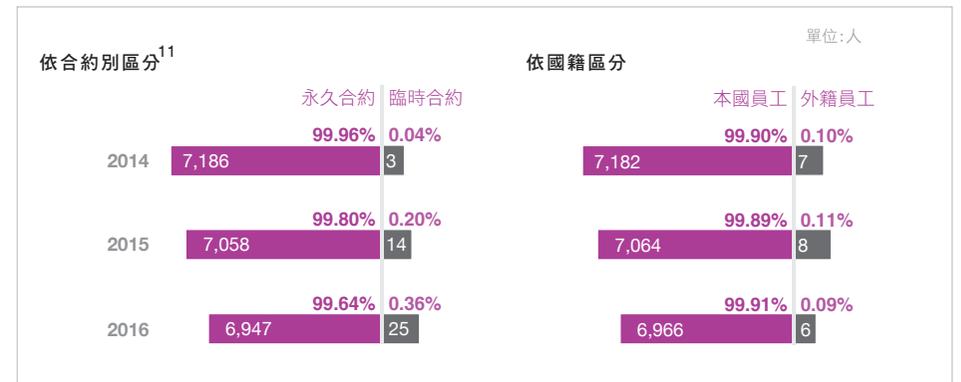
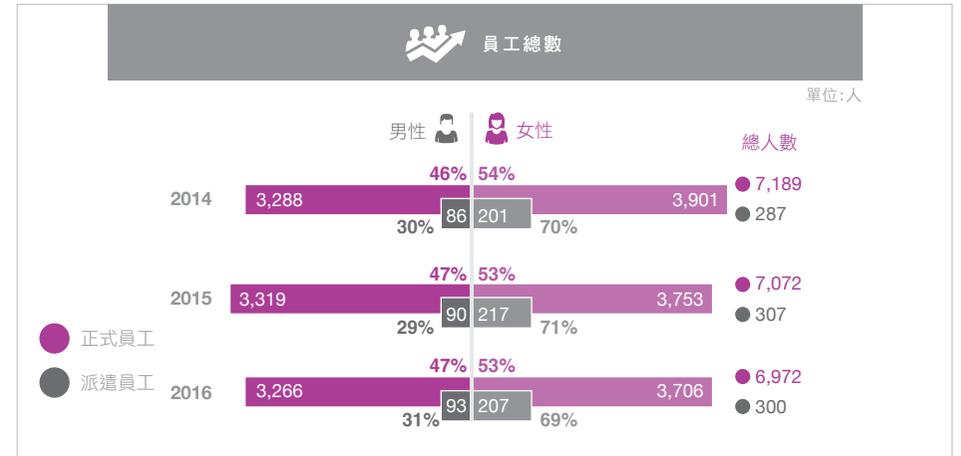
申訴管道	申訴管理方式	負責部門	申訴案件		
公文	遠傳內部制定完善的客戶申訴管理機制，妥善處理各縣市政府/消保團體等公文申訴案件。	客戶關係維護組	2014 3,083	2015 2,325	2016 2,051
協調會			2014 398	2015 181	2016 129
客服專線	透過留言進行問題申訴，客服中心將由專人妥適處理，並以Email回覆。	線上諮商組	2014 23,499	2015 23,207	2016 26,093
FETnet網站	2013年10月起FETnet及行動客服APP改版，消費者可點選「我要申訴」選項即時回饋。		2014 5,556	2015 3,815	2016 4,212
行動客服App					
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。	若遇申訴案件，將改以線上回電方式處理消費爭議。			

3.3.4 友善工作環境

遠傳深信，良好的勞資關係、人才培育體系及企業福利政策，有助於凝聚工作成就感與企業認同感，進而提升員工向心力、強化組織生產效率以及能力。以創造永續企業為目標，遠傳環繞員工這項最重要的企業資產，提供機會平等、福利良好、多元發展的工作環境，致力「成為員工首選企業」，強化外部人才對進入遠傳企業的嚮往。

員工雇用狀況

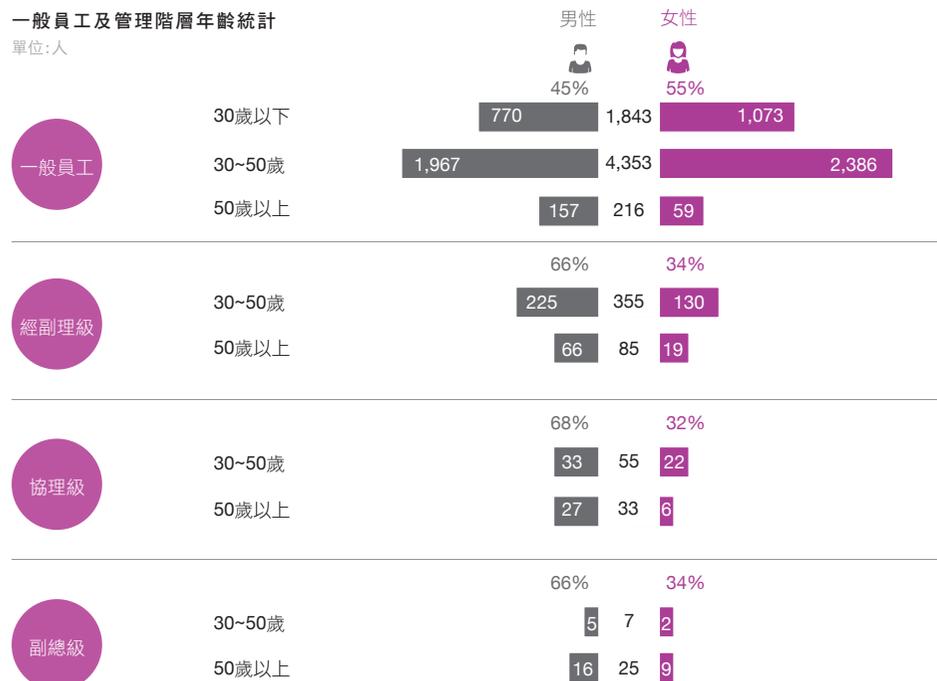
遠傳於本報告書年度持續進行行銷通路整合，調整全虹門市規模並陸續轉型為遠傳加盟店，故2016年員工總數為6,972人，較前年度略少。遠傳員工結構女性員工占比較男性員工高，分別為53%與47%，其中，女性主管（經副理級以上）於管理階層中占比為34%。遠傳99%以上員工皆為以永久合約聘僱之本國員工。2016年度員工雇用狀況統整如下：



¹¹此處永久合約同不定期契約，臨時合約同定期契約。依據勞動基準法第九條，定期契約係指臨時性、短期性、季節性及特定性工作；有繼續性工作為不定期契約。

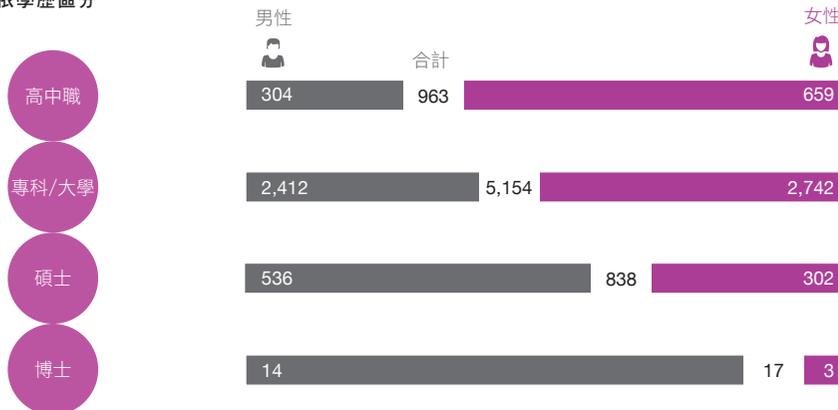
一般員工及管理階層年齡統計

單位:人



員工總數依學歷區分

單位:人



員工平均年齡級統計

單位:歲



員工平均年資統計

單位:年



人才招募與留任

遠傳依據企業永續發展策略，隨時掌握市場人才動態，靈活調整招募方向。因應公司發展與電信產業在技術及產品的快速變化，遠傳積極招募具備電信、多媒體、雲端、大數據等資通訊跨領域整合服務技術之新生代人才。為吸引潛力新血，遠傳於2016年深耕校園，對內改變用人思維，大舉招募30歲以下年輕世代員工(非零售、S&O、收送員)，計達102人，較原定KPI多20人。2016年流動率更較去年度減少4.04%，展現遠傳留才成效。

2016年度新進人員統計

單位:人

	男性	女性	合計	新進率
30歲以下	531	611	1,142	17.58%
30~50歲以下	256	284	540	8.31%
50歲以上	8	1	9	0.14%
總計	795	896	1,691	26.03%

註: 新進率 = 2016年度新進人員總數 / 2016年度員工總數

2016年度離職人員統計

單位:人	男性	女性	合計	流動率
30歲以下	454	545	999	15.38%
30~50歲以下	328	333	661	10.18%
50歲以上	5	5	10	0.15%
總計	787	883	1,670	25.71%

註: 流動率=2016年度離職人員總數/2016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，且所有職務薪資皆高於政府法定基本薪資。另提供年終獎金、目標達成獎金、業務獎金及特殊表現獎勵等，表揚表現優異之同仁，期能塑造高績效企業文化。

	遠傳電信	全虹
男女基本薪酬比例	1:1	1:1
基層職級薪資高於法定最低薪資比例	1:1.315	1:1.323

註: 台灣2015年7月起公告之基本薪資新台幣\$20,008元

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，遠傳的在職員工健康檢查健檢項目更優於法令規範，提供多種癌症預防篩檢，健檢參與率平均達98%。為營造工作與生活平衡之幸福職場環境，遠傳也實施促進員工身心健康與生活平衡的多元特設福利。同時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。

遠傳員工福利項目

法定福利	辦公室福利	全體福利
育嬰假 退休金 在職員工健康檢查	員工餐廳 彈性工時 紓壓按摩 哺乳室 特約醫生臨場服務 全職護理師與醫護室	員工團體保險 心靈舒壓課程 專業心理諮詢 健康與安全衛生講座 手機補助 每月通話費補助 國外員工旅遊補助

獲獎紀錄

台北市政府衛生局癌症防治績優職場獎
台北市政府衛生局癌症防治最佳夥伴職場獎
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

2016年育嬰假統計

單位:人	男性	女性	總計
符合育嬰假申請資格人數(A)	334	564	898
實際申請人數(B)	8	158	166
申請率(B/A)	2.40%	28.01%	18.49%
報告年度待復職人數(C)	29	308	337
申請復職人數(D)	13	134	147
復職率(D/C)	44.83%	43.51%	43.62%
上一年度復職人數(E)	10	105	115
上一年度復職滿一年人數(F)	8	93	101
留任率(F/E)	80%	89%	88%

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。

2016年退休金統計

單位:新台幣仟元

	2014	2015	2016
退休金負債	710,949	747,717	777,413
退休金費用	300,359	326,629	287,438

員工訓練與發展

遠傳電信

遠傳電信持續追求員工訓練發展的深化與品質改善，提昇整體員工發展能力。繼2013年新訓練體系建置後，每年均重新檢視其全面性與合宜性，確保與公司策略及營運目標緊密連結，亦依據組織職能體系與職涯層級建立完整的訓練發展藍圖。除全面性的人才及職涯發展訓練外，遠傳電信針對全體同仁的核心職能進行訓練規劃與安排，讓每位同仁都能規劃個人訓練發展計畫，確保同職級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。

遠傳教育訓練體系 – 五大訓練項目

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

依循教育訓練體系的五大訓練項目，遠傳電信2016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：

2016員工訓練類別統計

單位：班次

內訓-新人訓練	121
內訓-講座	16
內訓-電信技術	48
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)	75
內訓-部門專業訓練(含門市人員及其他類課程)	1,986
外訓	312
總計	2,588

2016員工訓練投入金額

	2014	2015	2016
員工訓練總金額(新台幣元)	29,615,872	39,022,370	32,900,495
員工訓練總時數(小時)	388,320	391,236.63	335,017.9
總員工數(人)	6,472	6,593	6,475
遠傳營業收入(新台幣元)	78,403,544	80,765,722	78,838,895
員工訓練總金額/總營收(%)	0.03%	0.05%	0.04%
員工訓練總金額/總員工數(新台幣元)	4,576	5918.76	5,081.16
員工訓練總時數/總員工數(小時)	60	59.34	51.74

2016年受訓員工人數、時數及性別分佈

	女性		男性	
	人數	平均受訓時數	人數	平均受訓時數
一般員工	2,359	83.56	1,500	60.47
經副理級	1,001	18.72	1,493	30.25
協理級以上	40	47.35	82	16.13
總計	3,400	64.04	3,075	38.14

註：以上人數不含非全職員工及未通過課程之員工

除了持續透過進修補助鼓勵優秀員工申請國內外大學深造，兼顧公司專業能力培育需求及同仁職涯規劃；考量企業重點人才佈局，遠傳亦體認到人才培育的重要性，積極投入大量的人力及資源，將人才培育計劃訂為公司的重點策略之一。階段性兩大規劃施行方向與2016年度推廣成效如下：

Future“e”Trainee 菁英計畫

為使企業得以永續經營，開發Y世代管理人才，遠傳於2016年推出Future“e”Trainee菁英計畫。吸引高潛力人才透過多元學習課程，啟發及延展對於跨專業的能力養成，進行各單位為期18個月的培訓計劃。於七月順利招募Trainee共計12人，預計將在2017年再度辦理。

產學雙軌合作計劃

為推廣更多元的合作模式，除了以往與元智大學、亞東技術學院合作之外，2016年更與台灣大學、政治大學、台灣科技大學、文化大學等多所學校，建立合作關係，致力整合校園資源，培養專業的人才。預計2017年將持續深耕強化校園關係經營，拓展「行動就是未來，遠傳就是要你SHINE」活動，以吸引年輕世代。

除致力於提升員工訓練發展，遠傳持續為落實友善便利的學習環境努力。2016年著手整合內部三大平台：員工內部網站(Intranet)、新數位學習系統與EMMA內部溝通平台，提供更便捷、豐富的知識溝通管道，以創新的應用服務讓同仁都可以樂在工作與學習，有效提升工作與組織效能，讓客戶享受遠傳最驚豔的服務體驗。

全虹

全虹持續於2016年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。透過內部講師機制，將外部知識內化為全虹實務性知識，以豐富全虹企業知識庫，達到經驗傳承之效。2016年共產生6位內部講師人選。

依據同仁必須具備的核心能力，全虹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。2016年度內外訓共計舉辦92班次，總參與人次為1,102人次，總訓練時數527小時，總費用605,012元。

2016年員工訓練類別統計

單位：班次

內訓-主管訓練	4
內訓-關鍵職務訓練	50
內訓-物流部門訓練	7
內訓-通識訓練	8
內訓-新人訓練	21
外訓-人資、採購訓練	2
總計	92

2016年受訓員工人數、時數及性別分佈

	女性		男性	
	人數	平均受訓時數	人數	平均受訓時數
主管 ¹²	20	21.1	37	23.7
非主管	270	12.9	149	10.0
總計	290	13.4	186	12.8

多元友善職場

性別平等及性騷擾防治

遠傳強調建立安全、友善、尊重差異性且男女平權的企業工作環境，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。2016年遠傳未有性騷擾事件發生。

職場安全與勞工健康

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。遠傳內部訂有承攬商勞工安全衛生相關規定，且再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。2016年未發生任何承攬商工安事件。

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，約占委員會人數47%。

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，同時規劃『安全與健康』網站，宣導災害預防之相關資訊，強化員工的災害意識。

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」。

¹²含主任或站長以上帶人主管。

		2014	2015	2016
工傷率 (IR) ¹³	男	0.098	0.032	0.033
	女	0.058	0.058	0.059
	總數	0.077	0.046	0.047
職業病率 (ODR) ¹⁴	男	0	0	0
	女	0	0	0
	總數	0	0	0
缺勤率 (AR) ¹⁵	男	1,130	905	1,213
	女	2,821	1,566	3,281
	總數	2,023	1,253	2,301
誤工率 (LDR) ¹⁶	男	1.174	0.562	0.164
	女	0.321	0.234	0.022
	總數	0.723	0.39	0.089

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。

¹³ 工傷率 = (工傷總數 / 工作總時數) × 200,000

備註：工傷率計算不包含員工上下班交通事故

¹⁴ 職業病率 = (職業病總數 / 工作總時數) × 200,000

¹⁵ 缺勤率 = (總缺勤天數 / 總工作天數) × 200,000
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。

¹⁶ 誤工率 = (誤工總天數 / 工作總時數) × 200,000

備註：誤工率計算不包含員工上下班交通事故

		2014	2015	2016
工傷率 (IR)	男	0	0	0
	女	0	0	0.35
	總數	0	0	0.22
職業病率 (ODR)	男	0	0	0
	女	0	0	0
	總數	0	0	0
缺勤率 (AR)	男	1,642	1,848	1,650
	女	2,989	4,507	2,308
	總數	2,550	3,441	2,051
誤工率 (LDR)	男	0	0	0
	女	0	0	58.30
	總數	0	0	35.52

員工關懷溝通

遠傳對勞資溝通十分重視，為促進勞資關係及營造平等、公開透明的企業溝通文化，遠傳對內設有多元溝通管道，保障員工權益。

遠傳電信

溝通管道	2016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。2016年共召開5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。2016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。2016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，由高階主管現場回覆，並邀請重量級的專家學者來分享市場趨勢，讓與會主管瞭解市場趨勢，增進組織學習與分享。2016年共召開3次雙向溝通會議，會議討論主題如下：

- ▶ 以『金融科技創新』為主軸，探討『創新與轉型』對於遠傳的重要性，並說明遠傳未來發展策略與重點，省思轉型的重要性與影響。
- ▶ 說明企業社會責任與電信核心本業結合之必要性，分享內部數位化與行動化發展的最近服務，並邀請與會主管提出具體改善建議。
- ▶ 藉由創意思考商業創新議題，讓同仁重新省思網路翻轉企業既有營運模式，企業必須建立新的核心能力，以及新的心態，以便在既有業務之外，靈敏地擴展新藍海。



員工意見調查

持續進行「Connect for Best」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。2016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。

- ▶ 2016年發送6,120份問卷，回收5,045份，回覆率82%
- ▶ 員工整體敬業度較2014年提升4-5%
- ▶ 對公司持續著重提供優質的客戶體驗的肯定成長近10%



遠傳內部網站

除不定期發行遠傳最新消息、遠傳心交流及員工優惠於內部網站，幫助同仁瞭解公司活動動態，更設有「同仁建議」與「申訴信箱」兩個員工回饋專區，員工回覆內容完全保密，由專責單位負責處理，提供同仁抒發心聲之溝通平台。

- ▶ 2016年「同仁建議」反應意見共22件，事由聚焦於產品方案、設施行政及資訊服務等三大類，均已在網站上公開回應處理。
- ▶ 2016年「申訴信箱」之員工個案共3件，均依循公司規範流程分別成立專案小組進行調查與處理，並與員工妥善溝通，截至2016年12月31日前已結案，並未發現違反勞動與人權相關法規之情形。

全虹

溝通管道	2016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。2016年度完成5場年度員工互動大會，充分瞭解員工的需求及問題，並提出後續改善配套措施。
 職工福利委員會	每季開會，促進福利之改善與組織和諧。2016年度召開7場職工福利委員會，將藉由旅行社豐富多樣旅遊網站平台，提供同仁更優質、多樣化的員工旅遊選擇。
 全虹電子期刊	每季出刊，增進組織學習與分享。2016年共計出刊4次，重點內容為公司動態、母子公司消息、訓練課程分享、心得分享、活動專欄等。
 「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。2016年無申訴案件。

3.4 影響力 Go Inclusive

聯合國永續發展目標



在地採購、「棄兒不捨 讓愛遠傳」募款



台南雲遊學、小校聯盟



Teach for Taiwan、賦肯社企非洲教育行動



供應商管理辦法採購滿意度調查



企業永續綠色價值鏈、營運/產品衝擊管理、重大事件關懷服務

2016重點投入



公益專案投入金額
\$15,689,814



公益專案募款金額
\$5,998,205



社會志工投入
440人/3,520小時



環境衝擊投入金額
\$139,421,295



綠色採購投入金額
\$476,644,456



綠色能源投資金額
\$906,000

Go Inclusive 效益

藉由提供對環境、社會及客戶負責任且優質之電信服務，整合企業核心能力減少資源消耗、創造對社會的正面效益；進而發揮全面性的企業影響力，促進安全、強韌、且具包容性的永續社會及環境。

Go Inclusive 未來展望

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控制力，致力降低價值鏈可能產生的環境與社會衝擊。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，並提高綠色採購之比例。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。遠傳期許發揮最大化正向影響力，同部落實企業內、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。

2016亮點產出



溫室氣體排放量
330,045公噸



價值鏈節能減碳量
12,452公噸



基地台節能減碳量
9,467公噸



社會受益人數
11,996人



聯合國永續發展目標



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
供應商管理辦法
採購滿意度調查



13 CLIMATE ACTION
企業永續
綠色價值鏈、
營運/產品衝擊
管理、重大
事件關懷服務

亮點專案 環境及社會友善計畫

3.4.1 創造供應鏈永續價值

據美國國家礦業協會所資助的一項研究，全球行動通訊網路每年耗電達1.5兆度，相當於德國與日本總用電相加，也相當於全球發電總量約一成，所使用的能源比全球航空業還多出50%。如何讓行動通訊網路更加節能，更甚影響社會大眾的環保意識與碳足跡，電信業將扮演重要樞紐角色。遠傳深知企業永續經營與氣候變遷及社會風險息息相關，希冀透過「環境及社會友善計畫」，積極降低價值鏈各階段產生之衝擊，逐步優化對價值鏈各環節的管理方式與互動，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，全面推動永續發展理念。

遠傳緊扣營運核心，針對辦公大樓、機房、基地台、門市等具體執行各項節能措施，在企業內、外部同步落實企業永續發展理念，緊密串聯供應商、消費者、NGO組織及員工，並透過整合核心能力之公益活動與社會大眾進行良性互動；上下游緊密串聯，打造服務網絡為「企業永續綠色價值鏈」，因應及管理永續風險。

遠傳價值鏈節能方案	2016年減碳成效 (公噸/年)
機房與辦公室節能方案	1,658
基地台節能方案	9,467
伺服器虛擬化	405.4
綠色門市	436.9
綠色物流	218.1
綠色包裝	165
三合一SIM卡	0.017
無紙化帳單、行動客服APP	79.9
電子表單	6.41
廢棄行動通訊產品回收	14.9
2016年價值鏈節能方案減碳成效	12,452

總部用電量連續12年下降
較2004年基準年
節省47%

CO₂
2016年價值鏈
節能成效共減碳約
12,452公噸

\$
貨幣化SROI效益
NTD\$3.17元

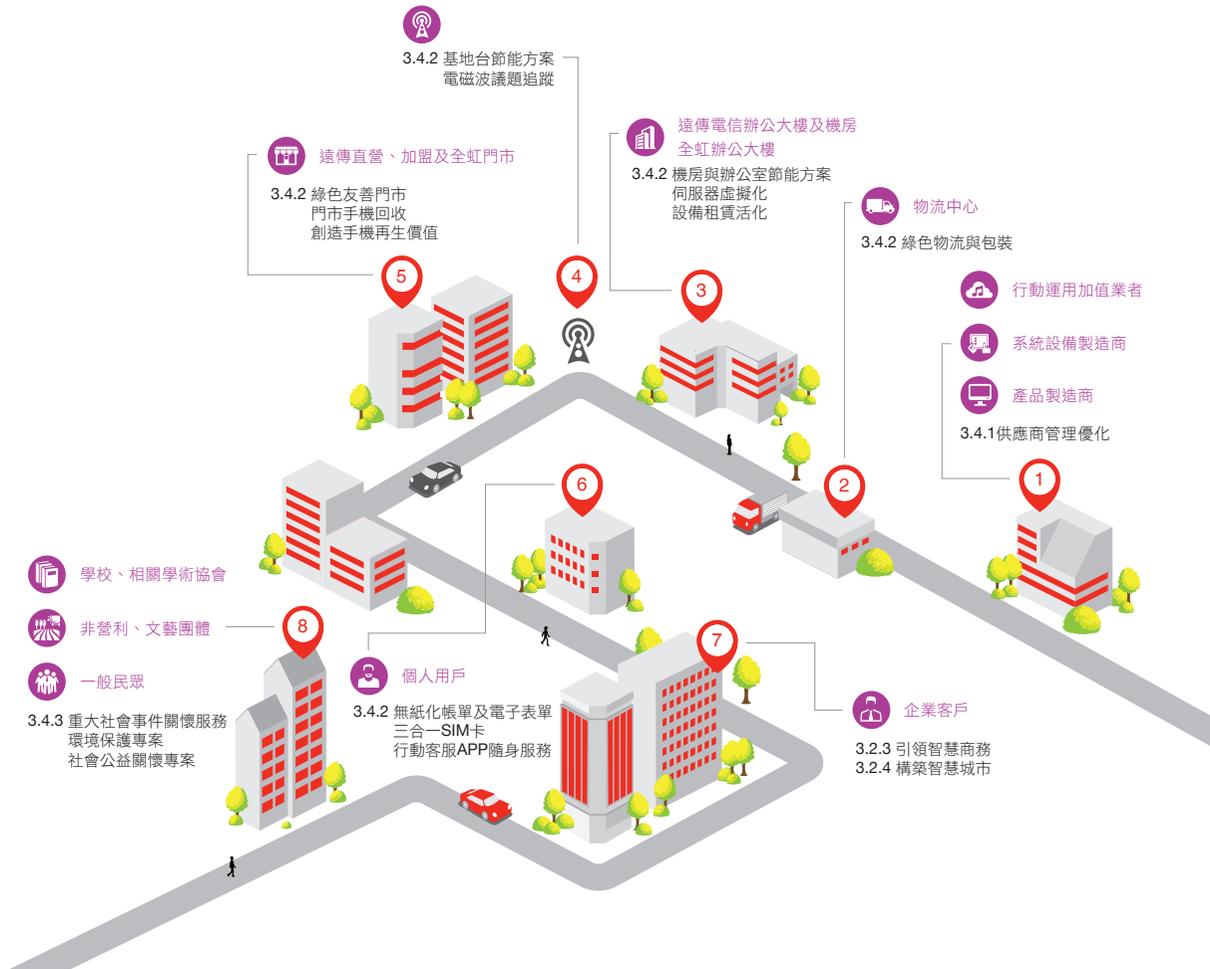
遠傳供應鏈2016年目標達成項目

- ▶ 百大供應商自主聲明書回覆率82%，達成預期目標80%
- ▶ 完成工程類廠商實地稽查
- ▶ 首創電信業供應鏈線上溝通及學習平台
- ▶ 新供應商由系統強制要求填寫自主聲明書
- ▶ 要求主要供應商愛立信說明及改善環境永續之包裝模式
- ▶ 要求主要供應商台達電提供產品之碳足跡證明

遠傳供應鏈2017年預計推動項目

- ▶ 因應企業社會責任需求，修訂供應鏈管理策略及採購政策
- ▶ 擴大供應鏈線上學習平台應用，執行第二梯次“行動裝置使用安全”線上學習，並規劃第二期學習課程
- ▶ 執行系統整合商類別或其他類別廠商之實地稽查
- ▶ 執行年度供應商評鑑並結合自主聲明書回覆
- ▶ 百大供應商回覆率達85%
- ▶ 一級供應商自主聲明書回覆率三年達80%
- ▶ 持續加強綠色採購

遠傳環境及社會友善計畫概觀：

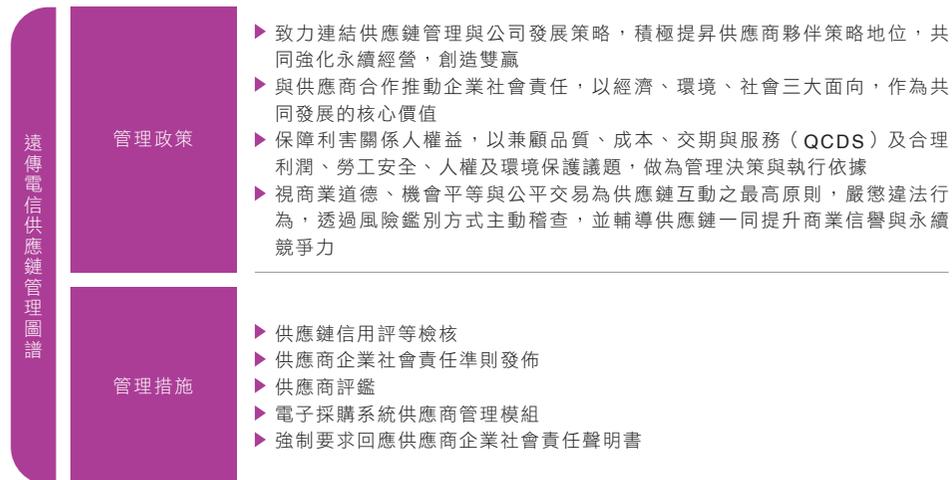


供應商管理優化

供應鏈管理圖譜

遠傳電信係為台灣行動通訊領導品牌，秉持追求卓越信念及創新思維，在公司治理、環境永續、社會公益等面向不遺餘力。遠傳電信2017年為支持公司永續成長，承諾除符合相關法規外，更積極主動善盡企業社會責任及維護利害關係人權益，特訂立「遠傳電信供應鏈管理政策」以作為供應商管理之依據。遠傳電信將與供應商共同攜手建立永續供應鏈，持續提供對環境、社會及客戶負責任且優質之電信服務。

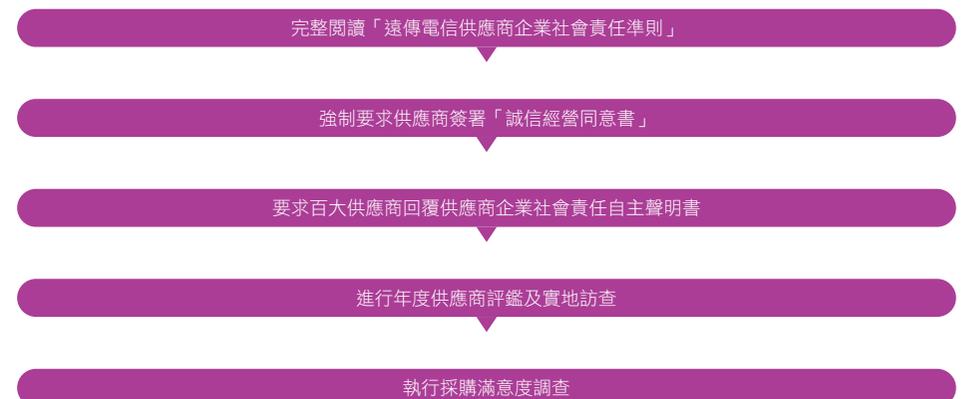
供應商管理政策之推動，要求供應商回覆企業社會責任自主聲明書、誠信守則同意書、推動實地訪查與建立供應商線上學習平台。未來將持擴大供應商影響層面及深入ESG議題，朝供應鏈永續經營與合作的方向精進。



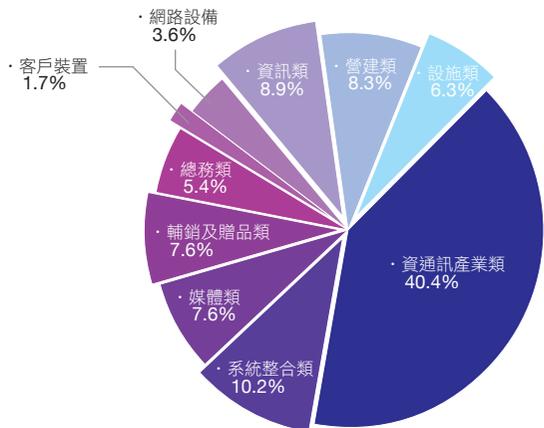
2016年遠傳總採購支出達363.8億元，占遠傳整體支出的34%，供應商達1,028家，前百大供應商採購支出即占遠傳全年採購金額93.6%。其中，遠傳定義年度採購金額逾2億元之供應商為關鍵供應商，以利遠傳更精確管理供應鏈熱點；2016年度鑑別出之關鍵供應商共計7家。我們視供應商管理為企業永續風險管理的重要一環，特訂立「遠傳電信供應鏈管理策略」做為供應商管理之依據，於2014年發布「供應商企業社會責任準則」，正式將環境、社會及公司治理(ESG)相關要求納入供應商規範，並要求供應商簽署誠信經營同意書。為維持供應商資訊的正確性、保持有效交易活動，2016年遠傳電信將三年以上未進行交易的廠商凍結，未來若需重新交易，必須重新提供信用報告、無退票證明及自主聲明書，確保供應商信用及企業社會責任資訊的更新。

遠傳考量其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」，依照《勞工安全衛生組織管理及檢查辦法》規定執行相關管理與災害預防工作，避免工作人員的健康安全危害。由遠傳定期進行供應商評鑑，確保供應商符合相關規範，提供對環境、社會及客戶負責任且優質之電信服務。

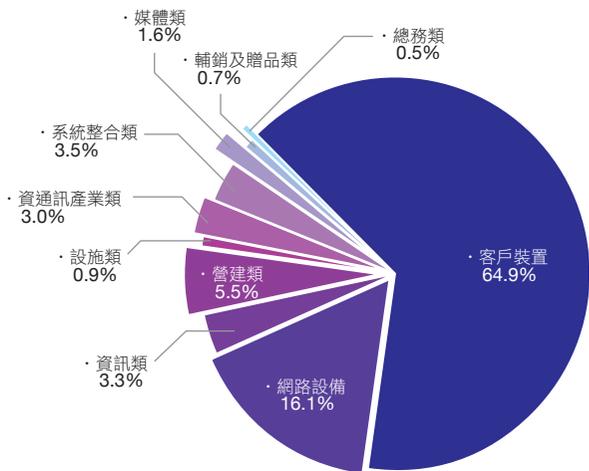
遠傳供應商管理規範及流程



2016年遠傳供應商類別分佈



2016年遠傳採購支出占比



供應商自主聲明與稽核

遠傳制訂之「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。另此聲明書中亦包含「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。

遠傳規範所有既有供應商皆須依循遠傳安排之期程完成簽署企業社會責任自主聲明書，2016年百大供應商簽署企業社會責任自主聲明書的家數為82家，占百大供應商整體回覆率的82%，超過年度設定目標80%，其採購金額約為335億，占年度總採購金額的92.53%；遠傳亦訂定了2017年一級供應商簽署企業社會責任自主聲明書達70%的年度目標，以觸及更多的既有供應商。另，遠傳亦要求所有新進供應商皆須簽署自主聲明書，2016年共234家新供應商完成簽署，回覆率為100%。遠傳以自主聲明書填寫內容為依據進行年度供應商實地訪談與考核，2016年針對15家營建類供應商進行實地訪查，除2家營建供應商因勞安衛相關紀錄文件有缺失需據以補件外，其餘皆依據國內相關法規辦理，無違規事件發生，通過遠傳電信供應商的稽查標準。後續遠傳將持續追蹤2016年通過實地訪查的營建類供應商，於次年對接受實地訪查的供應商進行書面稽核，審查供應商提供的勞安衛執行計畫與成果；如實地訪查及次年之書面積核皆無需追蹤事項，則會於隔年起再依供應商年度評鑑結果判定有無需再度進行實地稽核，以收稽核之效，協助供應商建構安全而合規的勞動環境。遠傳亦規劃於2017年擴大實地稽核範疇，目標為查核評鑑40家供應商的ESG面向，估計其覆蓋率將可達總採購金額的60%。

國內首創供應鏈線上溝通學習平台

為了提供遠傳供應商夥伴最便利的溝通管道，增進彼此作業效率，遠傳於2016年首創供應鏈線上溝通學習平台 (Supply Chain e-Learning Platform)，結合遠傳行動通信核心能力，設計「行動式裝置使用安全」教材，於2016年10月至11月間邀請103家供應商進行上線學習及回饋，共計有79家完成學習並通過測驗。此學習平台獲得供應商一致肯定，並對遠傳電信落實企業社會責任的主動態度表達讚佩。預計於2017年3月針對尚未參與的前200大供應商，進行第二梯次的學習邀請。

供應商評鑑作業

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。2016年共有138家廠商納入評鑑，較2015年多17家廠商參與，占年度採購總金額95%以上。評鑑結果有5家高於90分(總分為100)，124家合格於70-89分，8家落於需改善的60-69分，1家廠商因於專案執行期間，品質、時程及服務皆未達應有標準，評鑑分數為54.67分，遭停權一年處分。8家需改善廠商中，有3家將在該採購類別暫時停止交易往來，故免除提出改善計畫。針對此次受評，尚未填寫「遠傳電信供應商企業社會責任自主聲明書」的供應商，亦要求於2017年Q1前完成填寫。

另一方面，遠傳將在2017年針對11大類別交易金額排序前30%的供應商，於年度供應商評鑑作業加入ESG評鑑項目，由採購評鑑員以現場查核方式對供應商進行ESG評鑑。ESG評鑑比重將占總體評鑑25%。每年預計將有30至40家廠商接受ESG現場查核評鑑，占年度總採購金額60%以上。針對連續兩年皆為排序金額前30%的供應商，將以一年現場查核、一年書面查核改善方式進行。

全虹

全虹每年針對供應商品質、成本、交付、服務進行評鑑。為配合公司年度運作計畫時程，2016年全虹於「線上供應商評鑑系統」進行之線上評鑑作業提前於第三季啟動，總評鑑家數共48家，占全虹整體採購金額96.6%，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。2016年評鑑平均得分為86.2分，較去年度85.4分微幅提升。其中8% (4家) 供應商符合優等廠商標準、90% (43家) 為合格廠商、2% (1家) 為待改善廠商，並無不合格者。已要求待改善廠商限期改善，否則將於合約期滿或訂單交付完畢後終止交易往來。

在地與綠色採購

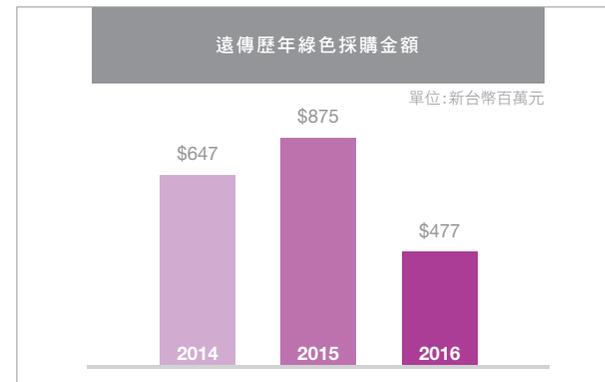
為了促進綠色供應鏈之推動，以支持遠傳「環境及社會友善計畫」，遠傳倡導各類別供應商或其上下游廠商皆依據綠色採購準則進行採購；而採購部門在決定採購標案時，會諮詢節能省電小組並進行能源效率評估，將節能規格納入開標選項，並於每筆訂單建置追蹤機制。由於2016年總採購支出較2015年下降約11%，故影響遠傳2016年綠色採購總金額下降至新台幣\$476,644,456元。

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，2016年遠傳自台灣當地公司採購之金額達總採購支出99.52%。

遠傳採購證照肯定

單位:張

國際組織ISM (Institute for Supply Management) 頒發之Lifetime C.P.M. (Certified Purchasing Manager) 證照	1
國際組織ISM (Institute for Supply Management) 頒發之C.P.M. (Certified Purchasing Manager) 證照	1
中華民國採購協會頒發之CPP (Certified Purchasing Professional) 證照	8
採用通過ISO14001驗證之供應商	1



採購滿意度調查

遠傳電信

遠傳於2015年首次針對供應商導入採購作業滿意度調查，以求與供應商進行有效溝通。2016年滿意度調查面向包含採購公平性、資訊完整性、專業度、流程順暢度、系統操作難易度及整體滿意度等類型，共十大題目。共計回收58份有效問卷，回收率達42%，回覆滿意及非常滿意的比例皆高於90%。針對需改善的方向則為：合約簽署時間過長且影響訂單核發時間、派駐遠傳外包人員工作證效期太短、過於價格導向等，皆已在採購部門會議進行報告宣達，並討論改善措施。

全虹

全虹同遠傳電信於2015年首次導入採購滿意度調查作業，為避免耗時作業，全虹於2016年採用同仁建議，以開放式意見回饋方式取代按月及個別評分作業。本項作業目的在於補強年度間供應商評鑑週期外之意見回饋，除可即時蒐集需求單位對供應商或採購作業之互動資訊外，更有助於即時發現問題並立即改善。

¹⁷指於中華民國境內登記之公司(含台灣分公司)。

3.4.2 降低環境影響衝擊

電信業之營運必然會對環境造成衝擊，而能源耗用為電信業營運造成最大宗環境衝擊之一，故遠傳特於2016年底導入ISO 14001環境管理系統，並訂定「遠傳環境暨能源政策」與「溫室氣體管理政策聲明」，作為遠傳管理各類環境衝擊之指引。

遠傳環境暨能源政策

有鑑於企業營運過程可能對生態環境與能源供應造成衝擊，遠傳為有效掌握及因應相關風險與機會，特訂定「遠傳環境暨能源政策」，期盼從電信服務生命週期的觀點，發揮產業影響力，提供各種可用資源，參與全球氣候變遷的減緩與調適。

- ▶ **符合法規**：遵循政府環境保護及能源管理法規，杜絕任何破壞環境與浪費能源的行為。
- ▶ **全員參與**：提高員工環境保護與節約能源的認知，擴大宣傳環境保護的觀念。
- ▶ **綠色採購**：支持採購節能設備與綠色產品，具體行動響應綠色採購目標。
- ▶ **污染預防**：提升能源使用效率、促進資源有效利用及落實溫室氣體減量，減輕各項營運活動對環境保護與能源節約的影響。
- ▶ **持續改善**：應用PDCA管理模式，持續改善環境及能源管理系統，並定期檢討環境及能源績效的改善情形。

營運環境足跡

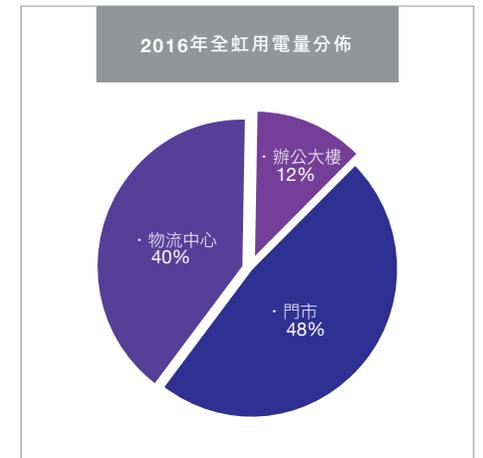
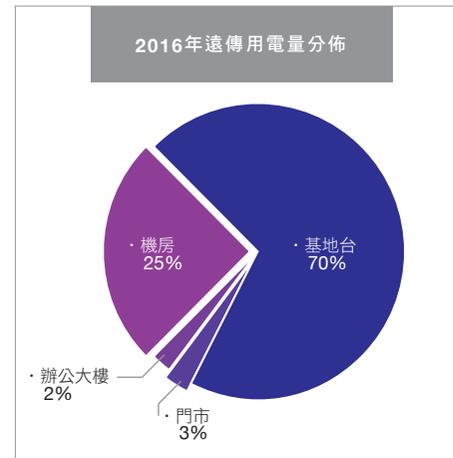
在優良電信服務之生產過程中，營運據點及活動可能對環境造成衝擊，遠傳不僅致力於監督、管理並減少自身營運衝擊，更貢獻多項創新綠色產品與服務，全面性降低遠傳價值鏈產生的負面環境消耗，實現友善的綠色營運。

溫室氣體排放統計

		2014	2015 ¹⁸	2016 ¹⁹
直接溫室氣體排放 (範疇一)	溫室氣體CO ₂ e排放量 (公噸/年)	61.21	3652.48	9428.30
	排放總量 (公噸/年)	191,262.39	290,456.44	321,660.26
間接溫室氣體排放 (範疇二)	溫室氣體CO ₂ e排放量 (公噸/年)	191,262.39	290,456.44	321,660.26
	排放總量 (公噸/年)	191,323.60	294,108.92	331,088.56
溫室氣體CO ₂ e統計	排放總量 (公噸/年)	191,323.60	294,108.92	331,088.56
	排放密集度 (公斤/有效客戶數)	25.89	39.78	45.07

能源耗用統計

		2014	2015	2016
直接能源耗用	汽油(千公升/年)	0	621.44	558.45
	千兆焦耳(GJ) ²⁰	0	20283.80	18227.81
	柴油(千公升/年)	23.49	93.59	97.98
	千兆焦耳(GJ) ²¹	826.14	3291.56	3445.96
間接能源耗用	總用電量(千度)	366,403.04	557,497.97	609,231.53
	千兆焦耳(GJ) ²²	1,319,050.94	2,006,992.69	2,193,233.51
能源耗用統計	總能源耗用(GJ)	1,319,877.09	2,030,568.05	2,214,907.27
	能源密集度 ²³ (度/有效客戶數)	49.17	75.13	82.66



¹⁸ 2015年數值配合2016年ISO 14064-1盤查需求同步進行更新，下方能耗表格同。

¹⁹ 於2016年導入ISO 14064-1盤查系統，盤查範疇涵蓋遠傳電信、新世紀資通及和宇寬頻，下方能耗表格同。

²⁰ 根據能源局105年能源統計手冊：車用汽油1000公升=32.64千兆焦耳。

²¹ 根據能源局105年能源統計手冊：柴油1000公升=35.17千兆焦耳。

²² 1kWh=3600KJ。

²³ 能源密集度以間接能源耗用(範疇二)涵蓋之外購電力進行計算。

用水量 ²⁴	2014	2015	2016
耗水量(度數/年)	266,099	286,755	271,948
自來水費(新台幣元/年)	3,301,032	3,457,724	3,751,040

廢棄物 ²⁵	2014	2015	2016
一般垃圾(公噸)	291.84	366.54	304.32
紙類(公噸)	73.73	76.61	76.93
可回收之其他資源(公噸)	7.47	7.01	7.28
廢棄物處理費用(新台幣元/年) ²⁶	700,764	767,114	763,393

能源與溫室氣體管理

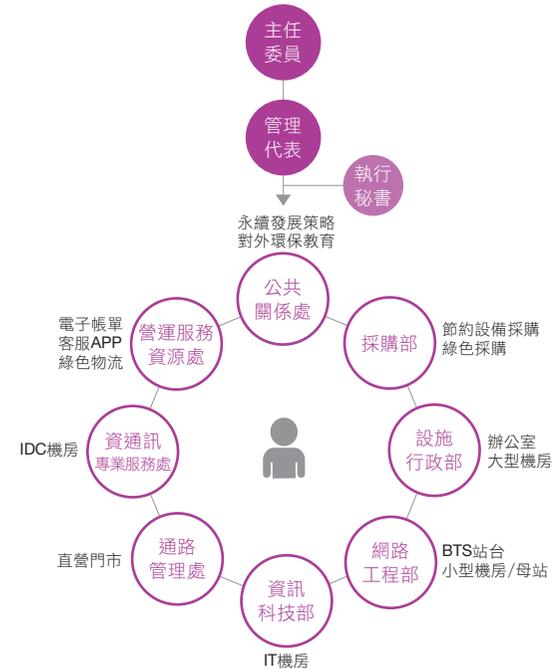
能源耗用為電信業營運對環境造成的最大衝擊之緣由，為因應全球氣候變遷趨勢與政府節能減碳政策，遠傳發佈「溫室氣體管理政策聲明」及「能源政策聲明」，作為遠傳管理能源耗用及溫室氣體排放之指引。

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。我們深知唯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。

有鑑於此，遠傳於內設有「環境暨能源管理委員會」落實公司內部能源管理，每季定期召開會議討論能源相關目標與績效，透過垂直管理模式，由總部向外推動至各部門共同參與並落實節能減碳。委員會最高指導單位為財務長，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。

「環境暨能源管理委員會」架構



遠傳於內訂有「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，同時，自2011年起導入ISO 50001能源管理系統驗證(Energy Management System: ISO 50001)²⁷，協助建立務實、有效且易於管理的能源管理機制。

²⁴此表中數據為遠傳電信、新世紀資通及全虹辦公大樓用水量之加總，其中全虹用水量為推估值。

²⁵此表中數據為遠傳電信與新世紀資通辦公大樓產生廢棄物量與全虹內湖總公司及各門市產生廢棄物量之加總，其中全虹廢棄物量為推估值。

²⁶所有廢棄物均委託合格清除處理廠商處理。

²⁷ISO 50001涵蓋範疇為總部機房及辦公室。

遠傳能源管理目標²⁸

目標：

以2013年為能源基線，辦公區在三年內降低每單位樓地板面積耗電量EUI 5%以上。

目標：

以2013年為能源基線，機房區在三年內增加能源使用效率PUE 5%以上。

達成狀況：實際降低EUI 6.94%

達成狀況：實際提升PUE 5.33%

為了更全面性地管理環境衝擊，遠傳於2015年起導入ISO 14064-1溫室氣體盤查，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，並於2016年通過BSI第三方外部查證。更進一步於2016年Q3擴大「能源管理委員會」，將管理範圍由能源管理延伸至環境管理、溫室氣體減量及氣候變遷因應，於2016年10月開始導入ISO 14001環境管理系統，預計於2017年Q2通過外部查證，增加環境管理公信力。同時，「環境暨能源管理委員會」每年定期推動「綠色嘉年華」內部環保節能活動，讓員工從日常生活做起節能減碳，強化內部綠色工作環境。2016年較2015年節省約19.6%影印紙量，推行成效顯著。

「綠色嘉年華」節能方案

- ▶ e來客訪客系統：首創企業訪客APP，落實無紙化的行為。
- ▶ 會議室偵測系統：透由紅外線偵測，預定時間外無法開啟，預定時間內未使用則自動關閉。
- ▶ 雙面列印：印表機預設為雙面列印，節省紙張資源。
- ▶ 人聲廣播節能宣導：結合客服人聲廣播宣導，中午及下班時間自動熄燈。
- ▶ 機電機房節能系統：透由吸附除溼系統、高效率空調主機及電機組節約能源。
- ▶ 自備環保餐具：提供優惠鼓勵員工自備環保餐具。
- ▶ 紙類文件回收：每年定期回收全公司紙張文件。
- ▶ 垃圾分類：確實做好紙類、塑膠、玻璃、金屬分類。

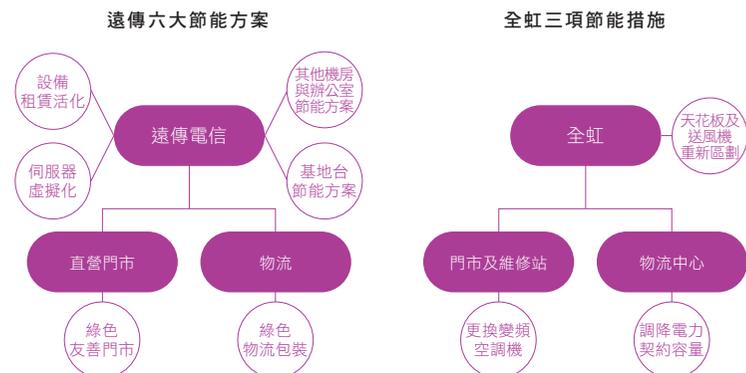
遠傳節能實績

	2014	2015	2016
辦公區EUI (kWh/m2/年)	128.45	129.37	125.32
EUI與前年度差異 (%)	▼2.21	▲0.71	▼3.13
辦公區較前年度節省或增加之用电量 (度)	▼256,310	▲80,807	▼357,099
辦公區較前年度節省或增加之電費 (新台幣元)	▼15,672,433	▲1,576,447	▼4,758,463
機房區PUE	1.89	1.91	1.88
PUE與前年度差異 (%)	▲0.53	▲1.06	▼1.55
機房區較前年度節省或增加之用电量 (度)	▲7,832,409	▲5,086,017	▲1,285,849
機房區較前年度節省或增加之電費 (新台幣元)	▲49,855,426	▲6,895,533	▼42,402,964

有鑒於遠傳持續透過更新設備、操作管理等方式降低機房用電量，以落實機房的節能管理；2016年機房區PUE提升約1.55%，用電量大幅降低10%，展現遠傳對節能管理之重視。

²⁸ 遠傳能源管理目標之計算範疇同ISO 50001涵蓋範疇，僅涵括遠傳電信總部機房及辦公室。

綠色友善營運

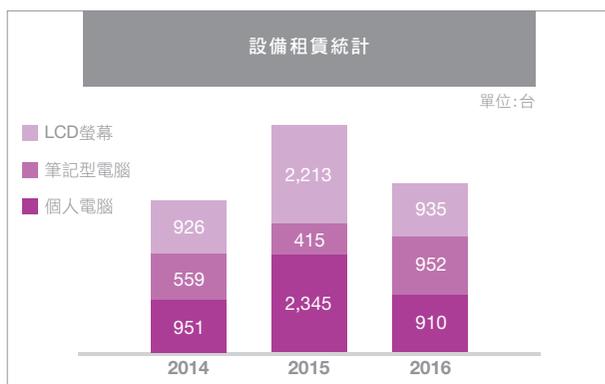


為了接軌國際綠色經營 (Green Operation) 願景，遠傳致力改善企業日常營運造成的環境衝擊；鎖定辦公室、門市、物流、基地台等主要前、後端運作推動節能方案與措施，挑戰綠色營運管理思維。

遠傳電信

設備租賃活化

遠傳電信自2011年開始持續汰換並捐贈效率較差的既有電腦設備，優先選擇租賃已取得環保標章之產品，提升資訊設備利用效率與綠色效益。2014年至2016年個人資訊設備租賃數據如下：



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，以達到降低成本、提升效率、簡化管理與綠色效益等目標，因應不斷成長的業務需求。2016年伺服器虛擬化投入經費為33,000,000元，共新增573台虛擬化技術伺服器，總計達2,591台。因伺服器設備虛擬化策略，實體伺服器建置需求逐年遞減，原預估2016年需735台實體伺服器，一年共需耗能907,843度，現僅需219台，所需耗能僅270,500度，共減少約70%耗能。

機房與辦公室節能方案

2016年全台灣共計有11間遠傳機房與辦公室實施節能專案/項目，主要為空調主機優化與汰換、LED燈具更換、冷卻水塔汰換及變壓器效率提升等，2016年整體節能減碳投入與績效如下，投入經費較2015年提升14.31%，估計減碳成效較2015年提升近6倍：

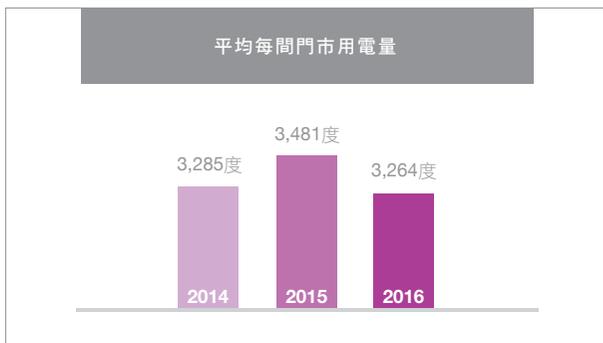
	專案或項目投入金額	年節電效益(度)	換算年節省電費	換算年減碳量(公噸)
2015	30,464,115	543,243	1,684,764	283
2016	35,552,455	3,071,533	9,214,598	1,658





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，2016年達393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。節能門市跟前一代相比，單店節能比例最高可達15%。2016年共有10家門市改裝，投入金額約3,100萬，整體總店度降幅達4.3%，年度節電量約68萬度。



綠色物流與包裝

遠傳透過大數據分析，搭配遠傳各門市不同營業時間，優化物流路線並強制要求送件停車時熄火，以節省油耗。若以每日配送610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²⁹。同時搭配綠色產品包裝，降低印刷產業的原料使用、印刷及加工製程等，所產生之空氣廢水污染及廢棄物等環境問題，全面減少產品流通的碳足跡。

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。

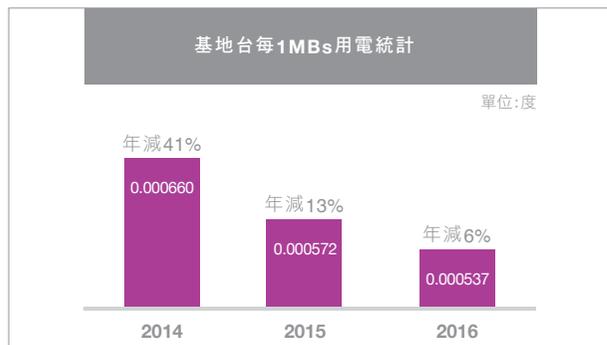
節能減碳措施	2016年成效	2017年策略
統一使用綠色包裝	出貨時統一採用環保再生且無印刷的包裝盒，其中1/3使用回收箱，每年約可減少165公噸碳排放量 ³⁰ 。	<ul style="list-style-type: none"> 規畫將不同供應商訂單整合包裝出貨，減少紙箱使用數量。
門市輔銷類商品每月集中出貨兩次，同店家同天訂單合併出貨	訂單併單作業每天約可合併180張訂單，集中出貨每天可減少160家門市出貨，2016年節省紙箱89,760個，配送里程減少84,480公里、節省用電度數達59,664度，約減少169公噸的碳排放量。	<ul style="list-style-type: none"> 規畫不同供應商之所有訂單合併包裝，預計每月可減少3,000個紙箱使用量。
揀貨方式由輸送帶揀貨改由人工揀貨	取代原每日4小時輸送帶運作時間，約可節省226度用電量，每年可節省59,664度用電量，相當於31.08公噸的碳排放量。	<ul style="list-style-type: none"> 要求以最短路徑配送，都會區域貨件適當採用機車配送，並建議逐年汰換汽油機車，改採電動機車配送。

²⁹ 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。

³⁰ 依全省1000家門市計算，假設每家門市1日1箱進貨量，每日約節省333個新紙箱，整年約減少87,912紙箱，相當於165公噸碳排放。

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，而2016年基地台能耗仍持續增加之主要原因為基地台4G設備持續大幅增加。2016年遠傳透過換裝變頻冷氣、改善通風系統、關閉多餘2G設備、Remove 2G TRX等措施降低能源依賴，提升基地台能源使用效率。2016年總計投入經費35,868,840元，預計可節省近1,793萬度用電量，減碳9,467 CO₂e公噸。遠傳基地台每1MBs用電量自2011年起即逐年下降，足展現基地台節能成效。



全虹	
辦公大樓	<ul style="list-style-type: none"> 投入近35萬元進行天花板及送風機重新區劃。 不包含機房用電度數，用電量較前年度下降1,486度，節省電費支出0.6萬元。
物流中心	<ul style="list-style-type: none"> 調降電力契約容量，節省電費支出10萬元。 更換節能燈具用電度數較前年下降10.2萬度，節省電費約35萬元。
門市及維修站	<ul style="list-style-type: none"> 投入近34萬元更換變頻空調機。 用電度數較前年下降4.1萬度，節省電費支出16萬元。

基地台管理規範

遠傳的基地台及天線設置除滿足主管機關相關規範外，亦致力於利用共構、共站及共天線方式，大幅降低必要天線數量，減少資源浪費並積極加強基地台周邊景觀綠美化，降低消除基地台及天線的視覺衝擊。2016年遠傳基地台共站比例達59%、共構比例達35%、獨立站台則為6%。

共站與共構

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其他業者設置基地台。

2016年遠傳無電磁波超標相關罰款，而在近年來的積極改善下，與基地台架設有關之罰款金額總計為800萬元，共計16件；件數較前年度減少12件，罰款金額減少600萬元。為了對利害關係人負責，除持續配合推動公有建築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調整。

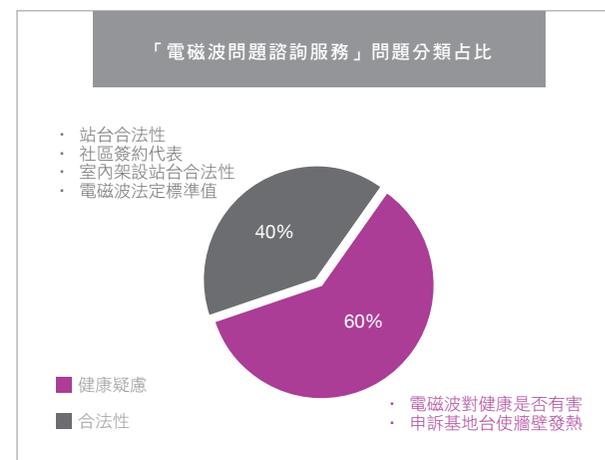
此外，遠傳自2014年起即配合「NCC推動公務機關(構)建置共構共站行動通訊平臺基礎設施作業」，針對公務機關於全國各地高災害潛勢地區或偏鄉釋出之公用建築物提出基地台建置補助申請，預期效益包含提升行動寬頻通訊服務品質、增加通訊服務涵蓋範圍、加速偏鄉通訊建設、提升行動通信基礎設施抗災耐災能力，全力消除民眾對電磁波的疑慮。

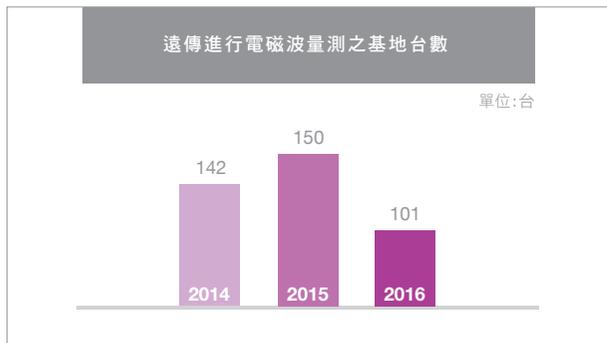
電磁波議題追蹤

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

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，2016年TTIDA共計提供641件電磁波問題諮詢服務，主要詢問問題為站台合法性、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；另外受理450件電磁波量測服務，其中遠傳共受理量測79件，加上受理民眾要求自行量測22件，總計達101件電磁波量測服務，共投入新台幣\$484,800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。

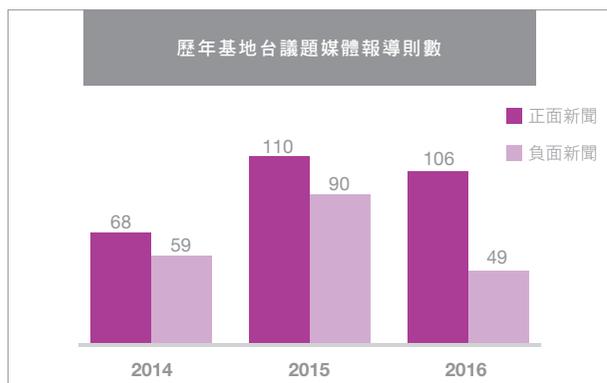




電磁波宣導活動

遠傳十分重視回應民眾對於電磁波產生之疑慮，透過基地台電磁波CF託播、辦理電磁波宣導座談會、製作電磁波宣導手冊及宣導日誌等活動，使民眾輕鬆了解電磁波正確知識，避免產生社會恐慌。

同時，透過持續不斷的宣導工作與量測服務，媒體負面報導也呈現大量減少趨勢。2016年遠傳基地台抗爭事件共計689件，我們將持續投入電磁波議題的溝通與宣導，以期全力降低民眾對電磁波之疑慮，與社區居民及消費者建立互信共融的良好關係。



環境友善的產品與服務



遠傳十分重視履行企業環境保護責任，為了盡可能擴張影響力、創造高環保效益，我們將全台各大門市的重點服務及產品與資源回收再利用的理念進行整合，透過手機回收轉售、電子表單、整合式SIM卡、行動客服線上繳費等方式，盡可能減少企業本身與消費者造成的資源消耗。

為維護消費者使用行動產品之權益，NCC訂定所有市面上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。



	2014	2015	2016
回收手機數 (支)	6,272	21,292	1,062
回收配件 (公斤) (電池/充電器/線材)	121.4	366.3	50

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。2016年共計創造了2,970支手機的再生價值，約節省34公噸碳排放³¹。

	手機及平板電腦
轉售二手商	2,784
轉售暢貨中心	15,734

³¹ 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CO_{2e}/度。

推動無紙化帳單及電子表單

遠傳持續推廣「帳單無紙化服務」，邀請客戶共同節能減碳減少樹木的砍伐。遠傳於2016年致力於提升電子帳單的產品力，透過系統設計與問卷調查進行服務功能優化；另針對既有電子帳單使用客戶，提供多樣化優惠集點活動持續提升使用率。

2016年已有超過70%家服務據點全面使用電子表單處理客戶資料，電子帳單使用數更較2015年增加20萬，累計220萬用戶使用無紙化帳單，達到33%之使用率；預估每年可節省紙張6,600萬張，相當於減少79.9公噸碳排放量³²。預計在2017年持續提升電子帳單使用率至35%，並在2020年前達成直營門市80%的表單無紙化，相當於減少碳排約8.6公噸。

表單無紙化管理系統

系統化：將直營門市特定促案與服務設定為電子化作業。

模組化：整併多項服務，一張表單可申請多項功能。

流程化：內容重新排版，簡化不必要的條款說明。

推動三合一SIM卡

考量當前手機SIM卡種類繁多，遠傳於2015年推出三合一SIM卡，整合Mini、Micro與Nano三種通用卡片，方便客戶使用，有效提升營運效率。2016年遠傳各門市總體卡片採購量減少15%，約50萬張，每年估計可減少塑料(ABS & HPVC)約2,750公斤(約原油5,500公斤)³³，二氧化碳排放量17公斤CO₂e(用電量)，以及約50萬份的包裝與印刷顏料污染。於2016年12月推動SIM卡單一化(一卡通用)，預計可減少5%採購量(約20萬張)，打破4G、3G、Postpaid、Prepaid限制，提升卡片使用彈性、庫存控管及使用者經驗，便利門市銷售。

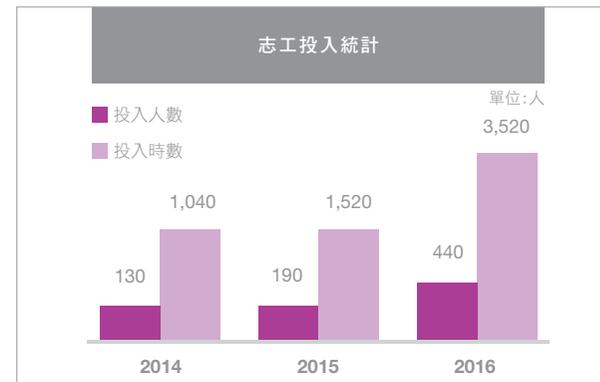
行動客服APP隨身服務

「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。對於客戶使用電子帳單所節省的成本，以集點活動方式實際回饋給客戶，並依據使用時間長短，推出更多優惠商品予客戶兌換，吸引客戶持續使用電子帳單。2016年有454萬用戶使用行動客服APP，且透過APP繳款人數持續增加，成為減碳行動的一大助力。

3.4.3 發揮社會影響力

遠傳致力投資電信核心能力創造對外部環境與利害關係人之影響力，秉持「只有遠傳 沒有距離」的品牌精神，遠傳期許做一個「有溫度的連結者」，強調對社會大眾的零距離溝通與關懷。

遠傳於2016年之公益總投入金額為\$21,688,019元，其中總募款金額為\$5,998,205元，參與志工人次達440人，持續深耕台灣在地發展。



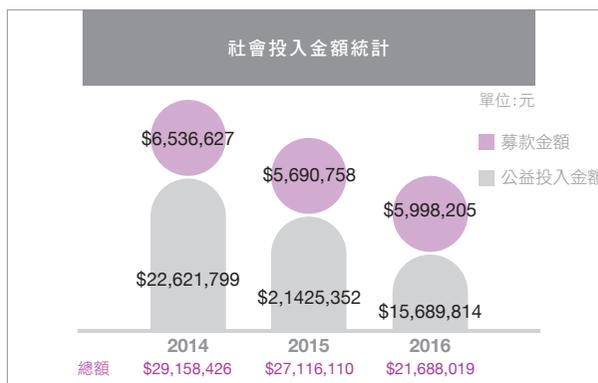
珍惜資源 關懷環境

「寶衛地球 讓愛遠傳」

在環境面向，遠傳自2015年起推動「寶衛地球 讓愛遠傳」專案，致力環境教育的倡議，鼓勵大家一起愛護地球，藉由遠傳的影響力凝聚正向力量，實踐企業社會責任。

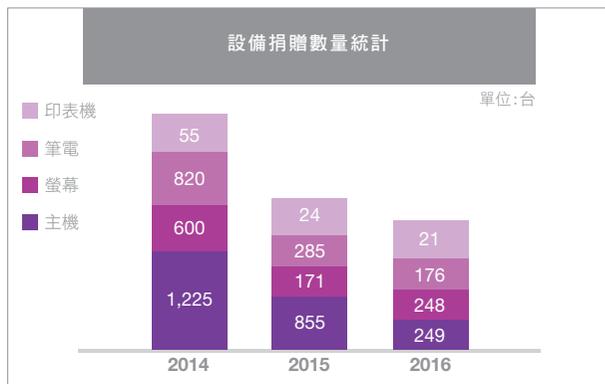
愛心設備回收轉贈

遠傳自2005年起，長期響應行政院環境保護署為促進資源再生利用，並縮減城鄉數位落差推動之「二手電腦回收轉贈計畫」。以環保及愛心為出發點，將愛心電腦送到弱勢家庭、學校團體及社會福利團體。期望有效改善弱勢學童的學習環境、照顧弱勢團體，在將資訊設備使用效益最大化的同時落實企業社會責任。為進一步減少資源消耗，近年電腦設備已由購買改為租賃方式，故而造成捐贈數量逐年遞減。



³²以啟用件數105萬件*3張=約315萬張，以異動件數107萬件*2張=約214萬張，再以每萬張*1.21(kgCO₂/g)計算碳排放量。

³³假設每1公斤ABS塑料需要2公斤的石油提煉。



重大社會事件關懷服務

對遠傳而言，「有溫度的服務」不僅是我們面對客戶的態度，更是關懷社會所有需要幫助的人之延伸。在發生重大災害後，順暢的通訊才能有效協助防災、防疫、國安等任務使命必達，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」的關懷精神。

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。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。





環境保護專案

寶衛地球 讓愛遠傳

為了培養每個人對環境議題發展更深入的理解，影響其做出明智且負責任之決定，遠傳認為唯有讓孩童、民眾透過實際行動參與了解環境生態議題，引發參與者的觀察及反思，才能讓環境教育具體落實並產生改變。故自2013年起遠傳走入城市及偏鄉推動環境教育，期望能讓社會大眾的環保意識更普及，並於2016年以「認識台灣生態之美三部曲」為專案主軸，結合遠傳行動裝置、friDay行動數位品牌與品牌力等核心服務，大力推動互動式的環境教育活動。共計走進學校及社區辦理52場環境教育活動、影響2,424名學童及民眾，投入198人次的遠傳志工且斥資共\$4,067,710元，產出176部影像記錄作品。

活動效益盤點

- 落實環保的生活方式
- 尊重生態與生命的生活態度
- 身心及成就感的滿足
- 增加學習動機
- 提升參與公益頻率
- 增進人際關係

向500噸碳說再見

2017年「無痕綠生活 碳碳Go Away」

專案起因

聯合國2016年提出17項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），讓世界有了前進的目標。遠傳致力於透過對企業社會責任的落實，化品牌力為實際影響力。自2015年起，我們持續以「寶衛地球 讓愛遠傳」系列活動喚起各界重視環境議題、大力推廣綠繪本及環境影像徵件和綠繪本故事列車等活動，加強宣導環境教育活動。

我們的目標

在連續推動兩年環境教育專案後，2017年寶衛地球活動將響應聯合國SDGs減碳趨勢，以「建立遠傳綠文化、推廣環境綠教育、倡議消費綠責任」為三大行動核心，訂定「向500噸碳說再見」的活動目標。於2017年開展10項具體專案活動，鼓勵遠傳員工、供應商及民眾從日常生活中作起，共同為減碳目標努力，善盡身為地球公民的義務。

導入SROI「預測型」評估

為了能捕捉活動對社會創造的影響力，讓活動能持續優化與精進。2017年我們導入國際常用的影響力評估架構-社會投資報酬（Social Return on Investment, SROI），藉以評估與具體化『寶衛地球讓愛遠傳』活動的社會影響力。作為活動的具體參考與指引，讓我們能更準確地投入資源提升效率管理，極大化遠傳的社會價值。透過與重要利害關係人群體進行工作坊、訪談及問卷溝通分析其效益，加以定價後預測2017年「寶衛地球 讓愛遠傳」活動每投入NTD\$1元將產生NTD\$3.17元之社會價值。而在調整各種假設條件作為敏感性分析後，則本專案的社會影響力將介於1.67元至5.33元之間。

未來規劃

依據研究結果，「寶衛地球 讓愛遠傳」活動無論是對遠傳或是參與民眾、學童及志工，皆產生正面且持續性的成果效益，我們將參考利害關係人的寶貴回饋，不斷優化活動內容深度、提升寶衛地球活動的影響力。我們也將持續追蹤活動實際成果數據，作為專案管理依據，期許在未來寶衛地球活動得以持續深化對環境與社會的影響力、創造永續發展價值。



2016年「認識台灣生態之美」三部曲



一部曲：全台徵件，喚起民眾意識

2016年之前，遠傳徵求環保電子繪本，帶至城市及偏鄉供師生、親子無償下載使用，更提供給主婦聯盟作為環保教育編製的教材；2016年遠傳將資源整合，與台灣環境資訊協會、林務局及台灣博物館共同辦理「自然，在一起」生態及動畫影像徵件活動，鼓勵台灣影像創作者以在地環境題材進行創作，留下台灣的美好影像傳遞給民眾。共徵得111件優質作品，並選出12件優秀創意生態紀錄片及生態動畫，讓民眾能以欣賞影片的角度來了解並思考環境議題，同時透過網路及實體平台進行環境推廣應用。同年度與台灣環境資訊協會及國立台灣博物館共同辦理「親子環境影展」，除播放一部曲中的得獎影片，亦邀約創作者及數位生態紀錄片導演分享，建立一個環境影像專屬平台，向大眾分享環境議題資訊，共計825人次參與。



三部曲：影響力擴散，全民共享生態音樂會及影像環境展

為了讓民眾了解環境現況，首創將戲劇、舞蹈、生態影像及音樂演奏結合，透過休閒且創意的聚眾作法吸引民眾注意，帶領觀眾從台灣豐富的生態資源與美景中，傳遞大眾守護地球的理念。

認識台灣生態之美音樂會

與台北愛樂和台灣環境資訊協會共同合作「實衛地球 讓愛遠傳」之「認識台灣生態之美音樂會」。以過去徵求的電子環保繪本《精靈的家》做為故事主軸，整合舞蹈、管弦樂及短片表演。音樂會前更辦理小小生態家遊戲及舊手機耗材回收，共吸引約1,500位民眾參與。



二部曲：教育力扎根，透過工作坊實作環境教育

為推廣及應用徵件成果，遠傳透過「自然在一起，讓愛遠傳」影像創作系列工作坊，將往年所徵求的繪本及2016年徵得的影像與環境教育推廣活動進行結合，讓學童、民眾透過實際參與行動的方式，並引導參與者透過觀察環境、反思過程及辨識後續行動的作法，讓參與者更加了解環境保護的重要性。

生態編劇家工作坊（二梯次共六次課程）

教民眾如何將傳達環境主題的靈感化成故事腳本，並實際探訪生態環境及實戰演練，運用聲音與影像說故事。參與人數共60人，產出54件作品。

小小動畫師工作坊（二梯次共六次課程）

遠傳帶著親子赴海邊撿拾垃圾及蒐集動畫製作素材，讓小朋友學習資源再利用與結合科技的影像製作方式。參與人數共18人，產出4件作品。

小小生態攝影師工作坊（北中南各一場）

遠傳帶著親子到校園水草塘、小湧泉探險，尋找自然的奧秘，並讓小朋友瞭解影像的力量如何守護環境。參與人數共93人，產出53件作品。

「與童同行 實衛地球」綠繪本故事列車推廣活動

與主婦聯盟合作，改編遠傳電子環保繪本，成為校園低年級與幼稚園使用的「綠繪本教案」，促使孩子反思並提出解決行動方法。此教案也提供國小教師下載在校園推廣中使用，並辦理7場教案培訓活動。遠傳同時無償提供繪本給NPO/NGO使用，解決組織面臨版權受限的困境。台北市及新北市共計辦理22場綠繪本故事列車及4場分享會，參與民眾共1,337人。

「實衛地球 讓愛遠傳」兒童環境教育營

遠傳自2013年起即前往中南部偏鄉辦理兒童環境教育營活動，2016年改變形式，將中南部學童分別帶至國立自然科學博物館及國立科學工藝博物館，期望突破電子繪本的單向溝通模式，透過實境參訪讓學童從遊戲中學習環保知識。2016年共舉辦2場偏鄉教育營，共計有4所國小、210位學童參與。

社會公益關懷專案



01

第十屆兒福聯盟 「棄兒不捨 讓愛遠傳」募款活動

遠傳攜手兒童福利聯盟合作「棄兒不捨 讓愛遠傳」公益活動邁入第十年，為喚起家庭、社會大眾對棄養兒的關懷意識，遠傳於2016年在華山文創園區舉辦「大手拉小手，一『童』野餐趣」公益募款野餐派對，邀集親子齊聚歡度野餐美好時光。共同替等家寶寶募集生活照顧基金，共計募得\$5,953,305元。

投入金額 \$1,033,455元

參與志工 26人

受惠人數 兒盟出養兒扶助人次1,191人

受惠團體 兒福聯盟出養家庭

02

董氏基金會 「好話相傳，快樂遠播」 兒少情緒教育系列活動



呼應「只有遠傳 沒有距離」品牌精神，長期致力兒少情緒教育，遠傳三度攜手董氏基金會，舉辦校園情緒巡迴講座，結合教育營隊，推廣心靈環保教育系列課程，鼓勵學童善用同理心，學習正向溝通。

投入金額 \$809,963元

參與志工 36人

受惠人數 校園情緒講座參與學生3,752人；
偏鄉營隊參與學生84人

受惠團體 董氏基金會、全台18所國中小學

遠傳響應資策會數位教育研究所「小校聯盟」遠距直播計畫，與白絲帶關懷協會共同改編教案，運用學習視訊網絡，推動直播跨校共學，讓偏鄉學童透過線上學習管道，強化網安知識，同時縮短城鄉數位落差。

投入金額 \$100,000元

參與志工 19人

受惠人數 偏鄉學童63人

受惠團體 台東賓茂國小、台東香蘭國小、台東嘉蘭國小、台東瑞豐國小、苗栗桃源小學，以及關注兒少網路安全議題之一般民眾

03

資策會「小校聯盟」 網安教學



04

張老師基金會 「社區親職教育支持計畫」

遠傳攜手張老師基金會推出開口說愛·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。

投入金額 \$234,000元

受惠人數 巡迴講座參加人數896人

受惠團體 台北市、新北市、桃園市、台中市、台南市及高雄市六都之家長、教師及志工

05

馱肯社企非洲教育行動

遠傳電信捐贈6台手機及平板終端裝置，協助輔大英語教育團隊至非洲肯亞等地推廣數位英語教育。

投入金額 \$32,940元

受惠團體 輔大英語教育團隊

06

台南雲遊學

遠傳響應台南市政府行動教育方針，攜手高通與工研院參與台南市雲遊學計畫，遠傳提供4G SIM卡與雲遊學應用服務，與高通、華碩、工研院共計捐贈655台預載有雲遊學應用的平板，予臺南市11所中小學校，齊力推動臺南4G開放行動教育，開創新型態的行動學習模式，協助政府營造行動學習及戶外教學平台。



投入金額 \$3,922,140元

受惠人數 4,261人

受惠團體 德高國小、長興國小、保東國小、大同國小、和順國小、培文國小、子龍國小、竹門國小、菁寮國中、玉井國中、東山國中等台南11所國中小學

07

協助台東強颱災後重建



台東遭尼伯特強颱侵襲，遠傳啟動四大關懷服務，並攜手台東縣榮民服務處舉辦「2016愛在臺東服務學習參訪關懷活動」，共計19位遠傳店長及區主管探望受災榮民及家眷，以實際社會服務為東台灣重建盡棉薄之力。

參與志工 19人

受惠人數 數千名台東災戶

受惠團體 馬蘭榮家、榮民醫院台東分院、台東受災戶

08

協助台南強震災後重建

遠傳第一時間成立關懷服務站，免費提供緊急通訊服務外，並偕同遠東集團共捐贈2,000萬元給台南市社會局，提供救災使用及後續重建，遠傳於上述共同捐款之金額中所提供之捐贈金額為400萬元；此外，遠傳電信並啟動簡碼小額捐款，邀請民眾手機直撥55135響應救災。

投入金額 \$4,000,000元

參與志工 66人

受惠人數 數千名台南受災戶

受惠團體 台南市政府、台南受災戶及救災人員



09

Teach for Taiwan

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

投入金額 \$261,000元

受惠團體 全台30個鄉鎮、27個合作小學、57位TFT教師、1,700位偏鄉學童

10

桃源國小圖書館重建計畫

投入金額 \$222,934元

參與志工 76人

受惠人數 受惠學生約88人

受惠團體 高雄市桃源國小



協助重建遭八八風災摧殘後倒塌之校內圖書館，並整理各界捐贈之書籍。

11

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。

投入金額 \$5,672元

受惠人數 共發出2,171則簡訊，受惠人數近千人

受惠團體 亞東醫院關懷個案



13

華山基金會年菜募集活動

全虹

透過同仁自發性發起年終年菜關懷活動，發揮愛心並協助偏鄉的獨居老人有個暖呼呼的團圓年菜可以享用。

受惠團體 偏鄉的獨居老人



12

台灣燈會 元智大學設計贊助計畫



遠傳延續「開口說愛 讓愛遠傳」品牌精神，贊助元智大學100萬元，參與105年台灣燈會活動展出及設計製作裝置藝術。

投入金額 \$1,000,000元

受惠團體 元智大學



4

永續治理

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

4. 永續治理

企業欲落實永續經營，不僅仰賴運作流暢、權責分明的公司治理架構，同時也需要兼顧整體外部環境的共融與發展，構成促進企業長期獲利、創造價值的基石。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，並於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考量，期望將企業永續經營重大議題融入經營策略與企業文化，更負責任且更有效地回應消費者及投資人的期許。

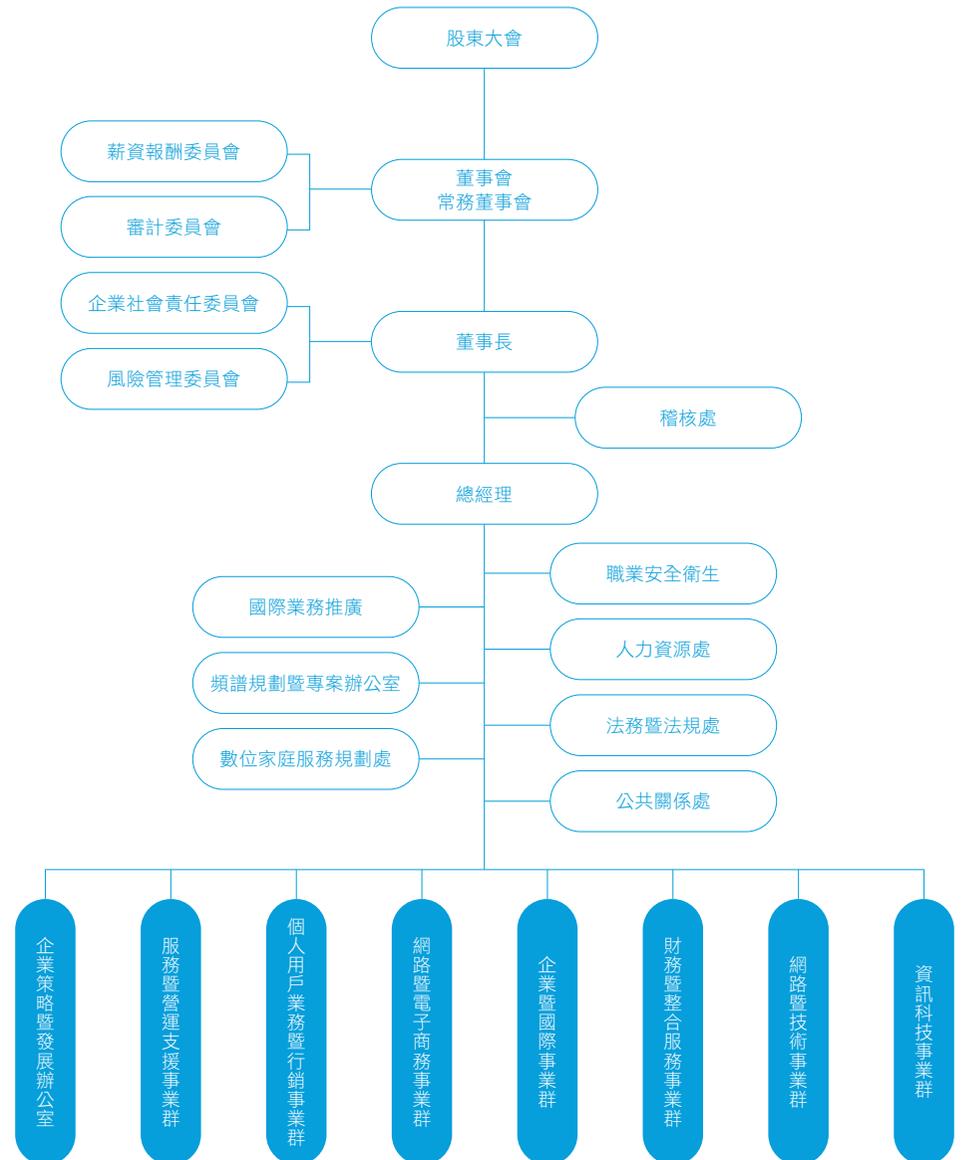
2016年-2017年4月止，遠傳電信公司治理成果與績效

- ▶ 2016/4董事長徐旭東獲《哈佛商業評論》「2016台灣執行長50強」。
- ▶ 2016/9入選2016年道瓊永續指數（DJSI）新興市場指數成份股。
- ▶ 2017/3榮獲《金融亞洲雜誌》「2017年亞洲最佳公司」五項大獎，包括台灣「最佳管理公司」、「最佳投資人關係」、「企業社會責任」、「最佳CEO」及「最佳CFO」。
- ▶ 2017/4連續三年蟬聯台灣證券交易所公司治理評鑑上市公司前5%佳績。

4.1 公司治理架構

遠傳董事會為公司最高治理層級，具任命與監督經營團隊、監督經營績效、防制利益衝突及確保公司遵循各種法令、公司章程之規定等職責。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；為在確保治理獨立性的同時兼顧多元性及利害關係人觀點，董事會組成包含3名獨立董事及1名女性董事。

為有效落實組織管理，遠傳設有「薪資報酬委員會」、「審計委員會」、「企業社會責任委員會」及「風險管理委員會」，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亦劃分明確，自總經理下細分為不同事業群。為確保企業運作獨立性與公正性，董事長並未兼任行政職位。現行各單位權責說明請詳見遠傳2016年年報。



4.1.1 董事會組成與運作

董事會運作辦法

遠傳董事任期為三年，董事成員的提名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事設置及應遵循事項辦法」的規定，不僅考量專業能力，也非常重視其個人在道德行為及領導上的聲譽。

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（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，遠傳亦為董事購買董事責任險，降低其執行業務時之責任風險。

董事資料

職稱	姓名	國籍	主要經歷	目前兼任本公司及其他公司職務
董事長	遠鼎投資（股）公司 代表人：徐旭東	中華民國	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	香港中文大學藍鏡富暨藍凱麗經濟學講座教授、香港中國海洋石油有限公司獨立非執行董事、香港友邦保險控股有限公司獨立非執行董事、香港希慎興業有限公司獨立非執行董事、香港特別行政區外匯基金諮詢委員會及其轄下管治委員會主席、貨幣發行委員會及投資委員會之委員、團結香港基金副主席、呂志和獎項推薦委員會委員及主席、香港中文大學（深圳）高等金融研究院理事會理事長

職稱	姓名	國籍	主要經歷	目前兼任本公司及其他公司職務
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	劉炯朗	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、台揚科技、力晶科技（股）公司獨立董事、旺宏電子、聯亞藥業（股）公司董事、晶心科技（股）公司監察人
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、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 (Jeff Hsu)	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（股）公司董事暨副總經理
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（股）公司獨立董事
董事	鼎元國際投資（股）公司 代表人：林暉 (Toon Lim)	新加坡	Chief Operating Officer, SingTel Group	Advisor, SingTel Group; Board Director, APT, Satellite, HK



遠傳董事會每季至少召開1次會議，每季董事會會議前皆召開1天會前會（Pre-Board Meeting），讓高階主管團隊與董事會能充分事先討論、瞭解董事會會議中將提出或決議之提案，討論內容涵蓋經營策略、營運風險等。另外，各事業群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，確保董事會瞭解公司整體營運情形。

董事會討論任何議案時，均充分考量獨立董事之意見，其若有反對的理由或意見，將列入會議紀錄並發布重大訊息向投資人說明之。2016年至2017年第一季，董事會共召開6次會議，董事會董事親自出席率達83%，如加計委託出席則出席率達98%。為確保治理制度之健全與有效運作，遠傳訂有「遠傳電信公司治理實務守則」，並於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「公司治理」專區揭露全部議案之詳細表決結果，提供股東多元的議事表決管道。2013年起董事選舉全面採用候選人提名制，充分讓股東行使其權利，具體提升公司治理成效。

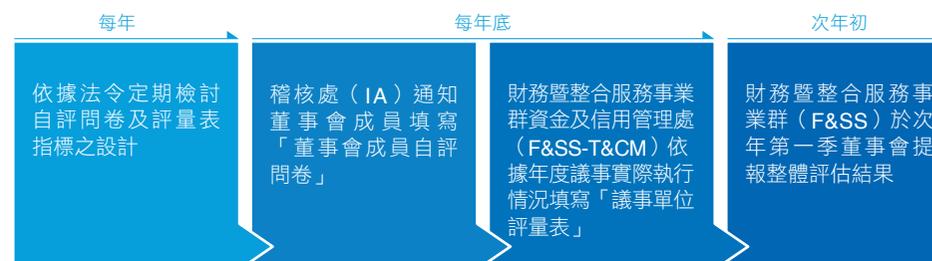
時間	2016董事會決議事項
2016/02	<ul style="list-style-type: none"> 為辦理桃園市政府105年台灣燈會活動，重要子公司新世紀資通通過公司擬捐贈新台幣壹佰萬元予元智大學 為強化公司治理，遠傳通過評估簽證會計師之專業性、適任性及獨立性 遠傳通過修訂「公司章程」
2016/04	<ul style="list-style-type: none"> 遠傳通過公司捐贈新台幣肆佰萬元予臺南市政府社會局「0206強震捐款」愛心專戶
2016/07	<ul style="list-style-type: none"> 遠傳通過公司履行誠信經營之情形報告
2016/11	<ul style="list-style-type: none"> 遠傳通過公司履行企業社會責任之情形報告 遠傳通過公司訂定「董事會績效評估辦法」

董事會績效評估機制

為持續提升董事會運作績效，遠傳董事會於2016年11月通過「董事會績效評估辦法」。遵循績效評估程序，在年度終了後由董事會成員填寫「董事會成員自評問卷」、財務暨整合服務事業群資金及信用管理處填寫「議事單位評量表」，評估結果由財務暨整合服務事業群（F&SS）於次年第一季提報董事會報告。2016年已完成首次董事會績效評估，並已提報2017年2月15日第七屆第十次董事會報告。

2016年度董事會績效評估結果，其中「董事會成員自評問卷」皆正常；「議事單位評量表」則有四項未達標準，分別為董事進修、開會次數及董事間相互之關係。其中董事進修係因部分董事受限於國籍所在地、時間及語言，未能完成一年六小時的公司治理課程進修要求，本公司將於今年度計劃安排董事完成進修課程，以落實董事會績效評估並強化董事會之績效。

績效評估作業程序



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

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

董事會進修情形

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。遠傳規劃於2017年度起，安排專家以英文授課方式安排國外董事進修。2016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
社團法人中華公司治理協會	租稅變革之趨勢	3	4
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	3
金融監督管理委員會	第十一屆臺北公司治理論壇	3	1
社團法人中華公司治理協會	獨立董事職能發揮與審計委員會運作實務	3	1
財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	從兆豐金控裁罰案談洗錢與法令遵循~董事與監察人(含獨立)實務進階研討會	3	1
財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	第二屆公司治理評鑑頒獎典禮暨專題講座	3	1
財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	董監財報不實之法律責任與風險控管	3	1
財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例說明	3	1

4.1.2 審計委員會

遠傳於2015年設立「審計委員會」取代監察人，由3名獨立董事組成，協助董事會監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度，並協助建立及強化相關制度。審計委員會有權進行任何適當的審核及調查，並且與公司內部稽核人員、簽證會計師皆有直接聯繫之管道。審計委員會會議每季召開，2016年共召開4次會議，會後製作成審計委員會議事錄，將重要討論及決議情形通知各董事、總經理、及公司最高階主管。

審計委員溝通政策

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

4.1.3 薪資報酬委員會

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。2016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；而董事酬勞之分配方式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。

	2014	2015	2016
給付董事酬金總額佔稅後純益之比例	1.06%	1.09%	1.06%

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

給付總經理及副總經理酬金可分為薪資、獎金及特支費，再加計員工酬勞共計三類。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；員工酬勞依公司章程規定取當年度盈餘之一定區間的比例，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。

	2014	2015	2016
給付總經理及副總經理酬金總額佔稅後純益之比例	1.64%	1.58%	1.65%

4.1.4 透明及誠信運作

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。2016年間至2017年初遵循利益迴避原則情形如下：

公司	董事會會議日期	提案內容	利害關係情形	利益迴避遵循情形
新世紀資通	2016/02/16	擬資金貸與安源通訊股份有限公司不超過新台幣貳億伍仟萬元	李彬董事因身兼安源之董事長具利害關係	除李彬董事因身兼安源之董事長具利害關係，須進行利益迴避而未參與討論及表決外，本討論案經其他出席董事一致無異議通過
新世紀資通	2016/02/16	本公司擬捐贈新台幣壹佰萬元予元智大學	徐旭東董事長因身兼元智大學之董事長具利害關係	除徐旭東董事長因身兼元智大學之董事長具利害關係，須進行利益迴避而未參與討論及表決外，本討論案經其他出席董事一致無異議通過
新世紀資通	2016/02/16	本公司總經理人事任命案	李彬女士因身兼董事且為當事人具利害關係	除李彬女士因身兼董事具利害關係，須進行利益迴避而未參與討論及表決外，本討論案經其他出席董事一致無異議通過

資訊揭露

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

股權資訊

截至2016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。2017年4月25日遠傳股東結構如下：

	政府機構	金融機構	其他法人	個人	國外機構及外人	合計
人數	9	30	188	21,688	857	22,772
持有股數	17,957,068	576,338,101	1,499,642,390	91,203,084	1,073,360,167	3,258,500,810
持股比例	0.55%	17.69%	46.02%	2.80%	32.94%	100%

2017年4月25日股權比例前十大之股東如下：

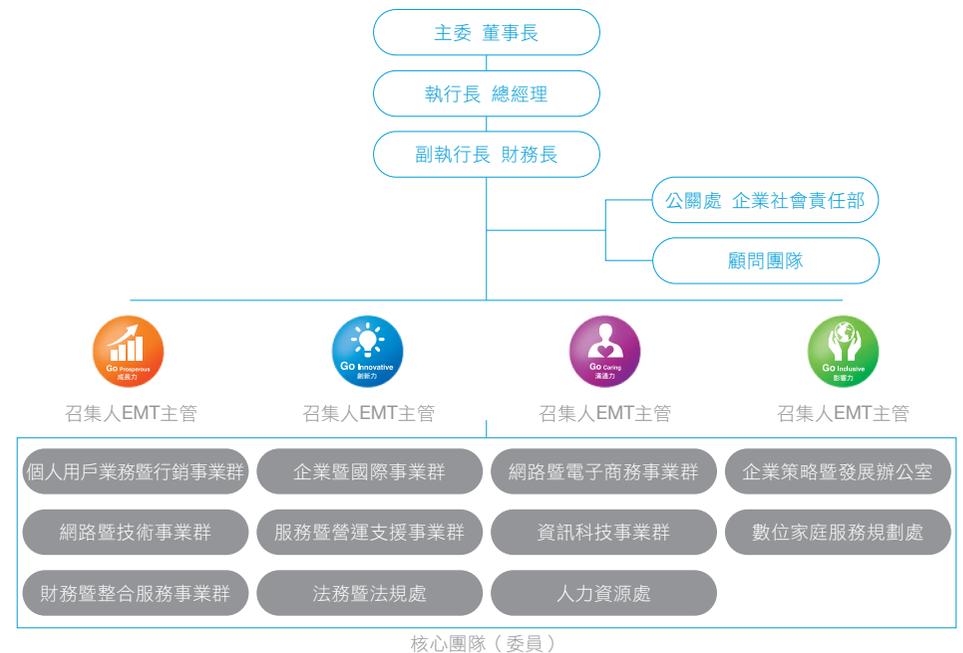
主要股東名稱	持股比例 (%)
遠鼎投資股份有限公司	32.73
新光人壽保險股份有限公司	4.92
日商NTT DOCOMO股份有限公司	4.71
國泰人壽保險股份有限公司	3.86
遠通投資股份有限公司	3.08
中華郵政股份有限公司	2.98
富邦人壽保險股份有限公司	2.06
南山人壽保險股份有限公司	1.57
安和製衣股份有限公司	1.25
中國人壽保險股份有限公司	1.24

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，2016年微調委員會架構，由董事長擔任主任委員、總經理擔任執行長，財務長擔任副執行長，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專責單位-公關處 企業社會責任部，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

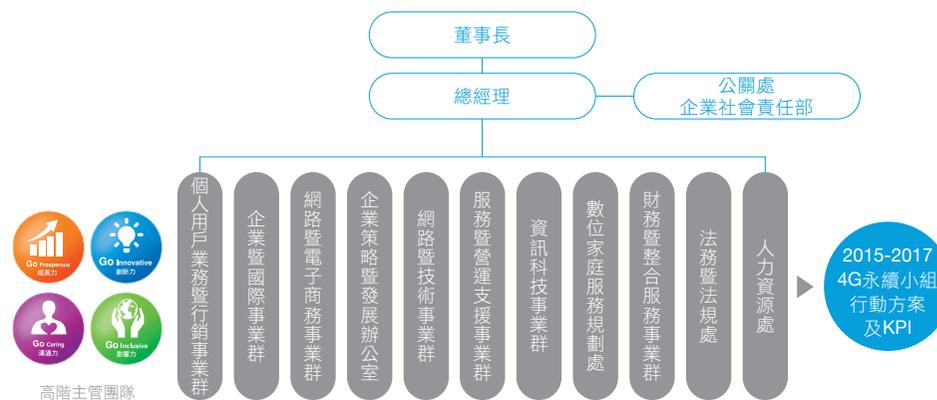


CSR委員會核心團隊主要任務



遠傳CSR委員會2016年持續以「4G 永續力」作為發展主軸（Go Prosperous 成長力、Go Innovative 創新力、Go Caring 溝通力、Go Inclusive 影響力），推動各項行動方案。透過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，並由高階主管團隊擔任各別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或利害關係人關切的重大永續發展議題提案討論。CSR委員會於2016年共舉行4次會議，持續追蹤、改善各專案小組3年期的行動方案及KPI績效。2016年KPI及相關實績請詳1.1.3章節「永續發展目標」說明。



4.3 企業誠信經營

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，遠傳除嚴謹遵循地方法規、推動產業促進法制，亦透過「誠信經營守則」及「道德行為準則」落實企業誠信經營。為確保公司治理透明度，遠傳於官方網站、年報、公開說明書及公開資訊觀測站揭露相關資訊，並經由內部網站之最新消息進行宣導。於組織外部治理，遠傳也在對外商業文件如「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。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董事會議事規則」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內部網站之最新消息向所有員工佈達。

全虹亦於2016年推動新職能導入計畫，強力推廣「正直誠信」行為事蹟，製作教學個案形成典範，並且在績效考核制度中納入正直誠信之職能評核項目。

4.3.1 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。2016年遠傳分別於第二季及第四季董事會寄發議事錄時，對董事會成員共進行2次法規宣導；並以內部網站之最新消息對員工進行法規佈達。故遠傳於2016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。

支持匯流法之訂定

國家通訊傳播委員會於2016年初完成廣電三法修正案公告施行，並於同年底公告「匯流法」相關法制訂定中之兩法，包括「電信管理法」草案及「數位通訊傳播法」草案，預計於2017年第一季辦理公開說明會及公開意見徵詢程序，待彙整各方意見後，預計同年第一季結束前送行政院審議。

「匯流法」草案通過後對於ICT產業將有重大影響，有利於維護國民通訊權利、保障消費者利益、提升多元文化，以及平衡城鄉差距，故遠傳會持續密切關注匯流法之修訂進度並且支持「匯流法」兩草案當中對善盡企業社會責任及消費者保護等有正面影響的相關規範。

4.3.2 誠信經營守則

遠傳董事會於2015年通過「遠傳電信股份有限公司誠信經營守則」修訂版，規範董事、經理人、受僱人、受任人或具有實質控制能力，適用於子公司、直接或間接捐助基金累計超過50%之財團法人及其他具有實質控制能力之機構或法人等組織。子公司全虹亦同步訂定其「誠信經營守則」，落實母公司遠傳誠信經營之政策。

遠傳誠信經營守則

規範行賄賂、非法政治獻金、不當慈善捐贈或贊助、提供或接受不合理禮物、款待或其他不正當利益等不誠信商業行為。由企業策略暨發展辦公室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。

商業往來前

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。

簽訂重要契約時

契約內容應遵守誠信經營政策，交易人如涉及不誠信行為，得隨時終止或解除契約之條款。

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。

4.3.3 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年由董事會通過「遠傳電信股份有限公司道德行為準則」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。

4.3.4 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：

http://www.ecome.com.tw/A00BG/ABG_Index.aspx，請點選「聯絡我們」

全虹員工可透過「我有話要說信箱」，反應意見或檢舉違規事宜。2016年全虹並未有員工誠信經營違規案件。

4.4 營運風險管理

電信產業受網路科技發展趨勢影響，營運環境日漸複雜、變動亦更加快速；產業激烈競爭、消費者行為轉變、國家法規管制，加上氣候變遷引發的自然災害對電信設備造成衝擊，皆需透過系統性的預防及管理機制，才能適切的把握上述因素帶來的風險與機會。

遠傳營運風險管理

為保護公司資產以降低事業損害，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。此外，為更健全風險管理與監督機制，2017年本公司將調整風險管理架構，以快速因應經營環境變化，於追求經營目標之同時，確保有效的風險管理。

2016年企業安全委員會共召開4次會議、安全維運委員會共召開近10次會議，主要達成結論包含人員資訊安全宣導與推行、通過ISO 27001及BS 10012管理審查、網路攻擊防護、實體管理機制強化、營運持續管理機制強化、資安事故管理強化、核定年度資安重點專案計劃等。

遠傳風險管理架構

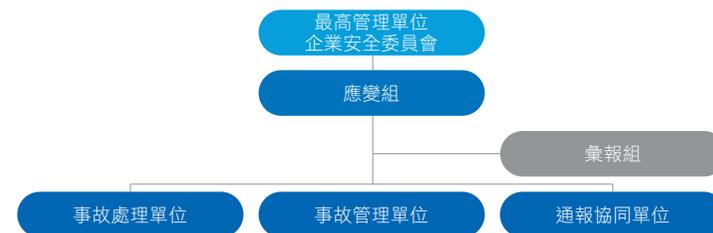


為提昇全體員工風險管理意識，遠傳於資安最高階管理文件「企業安全政策」訂定「創造資安文化、有效降低風險、提供信賴服務、遵循法令規範」的資訊安全目標，並於內部網站成立資訊安全專區進行宣導。遠傳亦參考ISO 31000/ISO 27005系統化風險管理方法，識別作業角色、權責、評估方式及工具，每年進行資訊安全風險評鑑，辨識網路攻擊、系統障礙等高風險議題，進一步結合年度作業計劃，採行避免、降低、轉移等應對處理方式，逐步進行改善、有效降低風險。關於2016年遠傳資安宣導執行成果，請參考3.3.3零距離心服務。

遠傳緊急應變管理

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

遠傳營運持續應變管理架構



營運持續應變管理組織於2016年共召開近15場會議，處理包含地震、風災及門市、客服、技術、營運支援等跨單位重大事故，透過公司前線與後端各單位即時溝通與回應客戶，將事故對客戶及營運之影響降至最低。

4.5 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，提升企業競爭力並協助促進產業整體發展。遠傳2016年參與產業公協會組織所繳交之會費共計9,967,802元，加入之重要公協會清單如下：

	2014	2015	2016
參與電信業公協會組織之投入金額（新台幣元）	9,003,245	9,106,489	9,967,802
於總營收占比	0.009%	0.009%	0.01%

公協會名稱	其他參與
台灣電信產業發展協會（TTIDA）	副理事長：1位、理事：3位、監事：1位
台灣網際網路協會（TWIA）	理事長：1位、理事：1位
台灣通訊學會（TCS）	理事：1位
中華民國仲裁協會	無
公司治理協會	無
台灣新世代無線通訊產業研發聯盟（WIT Club）	無
通訊產業聯盟（CIA）	無
財團法人台灣網路資訊中心TWNIC董事會	董事：1位
財團法人台灣網路資訊中心TWNIC IP委員會	主任委員：1位
財團法人台灣網路資訊中心TWNIC網域名稱委員會	無

公協會名稱	其他參與
中國電機工程學會（CIEE）	無
台灣數位出版聯盟	理事：1位
中華民國物流協會（TALM）	無
臺灣客服中心發展協會（TCCDA）	常務理事：1位
台北市電腦公會（TCA）	無
社團法人中華智慧運輸協會（ITS）	理事：1位
台灣雲端產業協會（TCCC）	理事：1位
台灣區電機電子工業同業公會（TEEMA）	無
台灣區電信工程工業同業公會	無
台北內湖科技園區發展協會（TPDA）	無
中華民國公開發行公司股務協會	無
中華民國會計研究發展基金會	無
TCFA台灣連鎖暨加盟協會	無
台中電腦公會（TCCA）	無
高雄電腦公會（KCA）	無
DMA台灣數位媒體應用暨行銷協會	無
中華民國內部稽核協會（IIA）	無
中華民國電腦稽核協會（CAA）	無

公協會名稱	其他參與
American Chamber of Commerce in Taipei	無
European Chamber of Commerce Taipei	無
GSM	無
中華徵信所（股份有限公司）	N/A
美商鄧白氏（股份有限公司台灣分公司）	N/A
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	常務理事：1位
中華民國企業永續發展協會	無
台灣智慧航空城產業聯盟（TIAA）	無
台灣車聯網產業協會（TTIA）	無
台灣企業永續研訓中心（CCS）	理事：1位、執行主管：1位
社團法人台灣資通產業標準協會（TAICS）	無
台灣智慧能源產業協會（TaiSEIA）	無

5

附錄

5.1 GRI G4指標索引

5.2 第三方查證聲明書

5.1 GRI G4指標索引

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	致利害關係人		P.5
G4-2	描述關鍵衝擊、風險及機會	2.1企業外部環境分析		P. 17
組織概況				
G4-3	組織名稱	2016年度營運概況		P.6
G4-4	主要品牌、產品與服務	1.1.1遠傳商業模式		P.9
G4-5	組織總部所在位置	2016年度營運概況		P.6
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	2016年度營運概況		P.6
G4-7	所有權的性質與法律形式	2016年度營運概況		P.6
G4-8	組織所提供服務的市場	1.1.1遠傳商業模式		P.9
G4-9	組織規模	3.1.1營運規模擴展		P.32
G4-10	員工人數	3.3.4友善工作環境		P.58
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	

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明	頁次
G4-12	描述組織的供應鏈	3.4.1創造供應鏈永續價值		P.65
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		P.93
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	4.5外部參與		P.94
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	4.5外部參與		P.94
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		P. 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		P. 4
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	2.3 遠傳重大性議題分析		P.24
G4-20	針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	2.3 遠傳重大性議題分析		P.26
G4-21	針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	2.3 遠傳重大性議題分析		P.26
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		P.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		P.4
利害關係人議合				

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明	頁次
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	2.2.1利害關係人鑑別		P.21
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利害關係人鑑別		P.21
G4-26	與利害關係人議合的方式	3.3.1利害關係人溝通		P.49
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利害關係人鑑別		P.23
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		P.4
G4-29	上一次報告的日期	關於本報告書		P.4
G4-30	報告週期	關於本報告書		P.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		P.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 5.1GRI G4指標索引 5.2查證聲明書		P.4 P.97 P.111
G4-33	保證 / 確信	關於本報告書 5.2查證聲明書		P.4 P.111
治理				
G4-34	組織的治理結構	4.1公司治理架構		P.85
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		P.90

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明	頁次
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		P.90
G4-38	最高治理機構及其委員會的組成	4.1公司治理架構		P.85
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		P.85
G4-40	最高治理機構及其委員會提名、遴選流程及準則	4.1.1董事會組成與運作		P.87
G4-41	避免及管理最高治理機構利益衝突之流程	4.1.4透明及誠信運作		P.89
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	4.1.1董事會組成與運作 4.2企業永續治理		P.87 P.90
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	關於本報告書		P.4
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		P.85
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關鍵企業永續風險		P.85 P.19
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		P.85
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		P.85
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	4.1公司治理架構		P.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		P.85

一般標準揭露

指標	指標描述	回應章節	其他說明	頁次
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		P.85
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	4.1.3薪資報酬委員會		P.89
G4-52	薪酬決定的流程	4.1.3薪資報酬委員會		P.89
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企業誠信經營		P.92
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企業誠信經營		P.92
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企業誠信經營		P.92

特定標準揭露

重大考量面	DMA與指標	回應章節	指標描述	指標描述	頁次
經濟面向					
經濟績效	DMA		3.1成長力 Go Prosperous		P.30
	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3.1.2重大財務績效 3.1.3經濟價值分配		P.34 P.35
	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		P.19 P.93
	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	3.3.4友善工作環境		P.60
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	3.1.3經濟價值分配		P.35
市場形象	DMA		3.3.4友善工作環境		P.58
	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	3.3.4友善工作環境		P.58
	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（執行副總以上） 100%為本國員工		
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		P.36
	G4-EC8	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	2.1.3關鍵企業永續風險 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		P.19 P.30 P.37 P.48 P.64
採購實務	DMA		3.4.1創造供應鏈永續價值		P.65
	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創造供應鏈永續價值		P.68

特定標準揭露

重大考量面	DMA與指標	回應章節	指標描述	指標描述	頁次
環境面向					
能源	DMA		3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN5	能源密集度	3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN6	減少能源的消耗	3.4.2降低環境影響衝擊		P.70
	G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	3.4.2降低環境影響衝擊		P.70
排放	DMA		3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN15	直接溫室氣體排放（範疇一）	3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN18	溫室氣體排放強度	3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	3.4.2降低環境影響衝擊		P.70
廢污水和廢棄物	DMA		3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	3.4.2降低環境影響衝擊		P.71 P.75
產品及服務	DMA		3.4.2降低環境影響衝擊		P.69
	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	3.4.2降低環境影響衝擊		P.75

特定標準揭露

重大考量面	DMA與指標	回應章節	指標描述	指標描述	頁次
法規遵循	DMA		4.3.1法規遵循		P.92
	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		2016年無相關情事	
供應商環境評估	DMA		3.4.1創造供應鏈永續價值		P.66
	G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的的比例	3.4.1創造供應鏈永續價值		P.67
	G4-EN33	供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動	3.4.1創造供應鏈永續價值		P.66
勞工實務與尊嚴勞動					
勞雇關係	DMA		3.3.4友善工作環境		P.58
	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	3.3.4友善工作環境		P.58
	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	3.3.4友善工作環境		P.60
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	3.3.4友善工作環境		P.60
勞/資關係	DMA				
	G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期		遠傳無工會組織職業	
職業健康與安全	DMA		3.3.4友善工作環境		P.58
	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	3.3.4友善工作環境		P.62

特定標準揭露

重大考量面	DMA與指標	回應章節	指標描述	指標描述	頁次
職業健康與安全	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	3.3.4友善工作環境		P.63
	G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工	3.3.4友善工作環境		P.63
訓練與教育	DMA		3.3.4友善工作環境		P.60
	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	3.3.4友善工作環境		P.61
	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	3.3.4友善工作環境		P.61
	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	3.3.4友善工作環境	所有員工皆會進行定期績效考評	
員工多元化與平等機會	DMA		3.3.4友善工作環境		P.58
	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	3.3.4友善工作環境		P.59
女男同酬	DMA		3.3.4友善工作環境		P.60
	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	3.3.4友善工作環境		P.60
供應商勞工實務評估	DMA		3.4.1創造供應鏈永續價值		P.67
	G4-LA14	針對新供應商使用勞工實務準則篩選的比例	3.4.1創造供應鏈永續價值		P.67
	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創造供應鏈永續價值		P.67

特定標準揭露

重大考量面	DMA與指標	回應章節	指標描述	指標描述	頁次
勞工實務問題 申訴機制	DMA		3.3.4友善工作環境		P.63
	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	3.3.4友善工作環境		P.63
人權面向					
不歧視	DMA		3.3.4友善工作環境		P.58
	G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動		2016年無相關情事	
供應商人權評估	DMA		3.4.1創造供應鏈永續價值		P.65
	G4-HR10	針對新供應商使用人權標準篩選的比例	3.4.1創造供應鏈永續價值		P.67
	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創造供應鏈永續價值		P.67
人權實務申訴機制	DMA		3.3.4友善工作環境		P.63
	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	3.3.4友善工作環境		P.63
社會面向					
當地社區	DMA		3.3.3零距離心服務 3.4.2降低環境影響衝擊 3.4.3發揮社會影響力		P.52 P.69 P.76
	G4-SO1	營運據點中，以執行當地社區議和、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	3.3.3零距離心服務 3.4.2降低環境影響衝擊 3.4.3發揮社會影響力		P.52 P.69 P.76
	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降低環境影響衝擊		P.69

特定標準揭露

重大考量面	DMA與指標	回應章節	指標描述	指標描述	頁次
反貪腐	DMA		4.3.2誠信經營守則		P.92
	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企業誠信經營		P.92
	G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	4.3.2誠信經營守則 4.3.3道德行為準則		P.92
	G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動		2016年無相關情事	
反競爭行為	DMA		4.3.2誠信經營守則		P.92
	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		2016年無相關情事	
法規遵循	DMA		4.3.1法規遵循		P.92
	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		2016年無相關情事	
供應商社會衝擊評估	DMA		3.4.1創造供應鏈永續價值		P.65
	G4-SO9	針對新供應商使用社會衝擊標準篩選的比例	3.4.1創造供應鏈永續價值		P.67
	G4-SO10	供應鏈對社會的顯著實際或潛在負面衝擊以及所採取的行動	3.4.1創造供應鏈永續價值		P.67
社會衝擊問題申訴機制	DMA		3.3.3零距離心服務		P.55
	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		2016年無相關情事	
產品責任					

特定標準揭露

重大考量面	DMA與指標	回應章節	指標描述	指標描述	頁次
顧客的健康與安全	DMA		3.4.2降低環境影響衝擊		P.72
	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	3.4.2降低環境影響衝擊		P.72
	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		2016 年無相關情事	
產品及服務標示	DMA				P.53
	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	3.3.3零距離心服務 3.4.2降低環境影響衝擊		P.53 P.75
	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		2016 年無相關情事	
	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	3.3.3零距離心服務		P.55
行銷溝通	DMA		3.3.3零距離心服務		P.53
	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	3.3.3零距離心服務		P.53
	G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	3.3.3零距離心服務		P.53
顧客隱私	DMA		3.3.3零距離心服務		P.54
	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		2016 年無相關情事	
法規遵循	DMA		3.4.2降低環境影響衝擊		P.74
	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降低環境影響衝擊		P.74

電信業附加指標

重大考量面	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		P.36
	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		P.36
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	3.3.4友善工作環境		P.62
	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降低環境影響衝擊		P.74
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降低環境影響衝擊		P.74
	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降低環境影響衝擊		P.74
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		P.36
	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	3.3.3零距離心服務		P.52
	PA3	確保電信服務可取得性和穩定性所採取的政策與措施	2.1.4遠傳競爭利基 3.1.4優良通訊品質 3.1.5基礎建設投入		P.20 P.35 P.36
	PA4	在有營運的地區，量化通訊產品與服務的普及程度	3.1成長力 Go Prosperous 3.1.5基礎建設投入		P.30 P.36
	PA5	提供低/無收入族群使用通信產品與服務之數量與種類	3.3.3零距離心服務		P.52
	PA6	在緊急狀況與救援時，提供通訊產品及服務的方案	3.4.3發揮社會影響力		P.77
內容禁用與保護	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	3.3.3零距離心服務 3.4.2降低環境影響衝擊 3.4.3發揮社會影響力		P.52 P.74 P.76

電信業附加指標

重大考量面	指標	指標描述	回應章節	未揭露資訊原因說明	頁次
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降低環境影響衝擊		P.74
	PA9	投入電磁波議題研究的總金額與方案說明	3.4.2降低環境影響衝擊		P.74
	PA10	確保資費透明化之措施	3.3.3零距離心服務		P.53
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 Go Innovative		P.37
	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 Go Innovative		P.37
	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 Go Innovative		P.37
	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 Go Innovative		P.37
	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 Go Innovative		P.37

5.2 第三方查證聲明書

SGS查證聲明書-AA1000第二類高度保證(GRI G4 & IR Framework)



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE Far Eastone Telecommunications Co., Ltd.'s CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2016

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION
 SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by Far Eastone Telecommunications Co., Ltd. (hereinafter referred to as FET) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2016 (hereinafter referred to as CSR Report). 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 2016 and its presentation are the responsibility of the management of FET. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in FET's CSR Report of 2016.

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

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Guidelines (2013) for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- evaluation of content veracity at a high level of scrutiny for FET and moderate level of scrutiny for subsidiaries, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008);
- evaluation of the report against the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (G4 2013);
- evaluation of the report against the GRI Telecommunications Sector Supplement (Pilot Version 1.0); and
- evaluation of the report against the IIRC International <IR> Framework (Chinese version 2015) requirements for content elements.

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts 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 affirm our independence from FET, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, 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 2016 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of FET sustainability activities in 01/01/2016 to 12/31/2016. The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI G4 Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2, High level assurance. The report also appropriately responds to the content elements requirements of The IIRC International <IR> Framework.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity
 FET has demonstrated a great commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, local communities, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, FET may proactively consider having more direct multi-ways 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.

Responsiveness
 The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES (G4 2013) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Principles
 The report, FET's CSR Report of 2016, is adequately in line with the GRI G4 Core Option. The material aspects and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material aspects and boundaries, and stakeholder engagement, G4-17 to G4-27, are correctly located in content index and report.

General Standard Disclosures
 More disclosures on corporate governance GSDs are encouraged.

Specific Standard Disclosures
 Disclosures on Management Approach components for other material aspects, such as specific actions and stakeholder feedback, are recommended. Disclosures on EN17 are encouraged in future reports.

Signed:
 For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



David Huang, Director
 Taipei, Taiwan
 May 15, 2017
 WWW.SGS.COM



F A R E A S T O N E

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