



2 創新服務



本公司本企業化經營原則，以提供普遍、公平、合理之郵政服務，促進郵政事業健全發展，增益全體國民福祉為目的。本公司之核心價值為「以客為尊、提供誠信效率的服務」，面臨科技及數位轉型浪潮來臨，中華郵政唯有持續在服務內容創新、提升客戶滿意度及保障顧客隱私安全朝數位化、智慧化方向邁進，方能達到「卓越服務與全民信賴的郵政公司」的策略願景。

創新服務 (自訂主題)
客戶滿意 (自訂主題)
郵件妥投率 (自訂主題)
客戶隱私 (GRI 418)

對應之SDGs



政策

- 「以客為尊、提供誠信效率的服務」
- 「卓越服務與全民信賴的郵政公司」
- 「爭取法令鬆綁，整合郵政資源，開發更多郵儲壽業務，提供普遍、優質服務」
- 「推動郵務轉型，發展智慧物流，建置郵政物流園區，提供產業支援服務，強化企業競爭力」
- 「因應金融服務數位化，推動金融科技，提供虛實整合服務」
- 「因應網路經濟潮流，建構全方位跨境物流公共服務平臺與體系，對內帶動傳統郵務轉型發展，對外支援國內產業拓展國際市場」
- 「善用數位科技，強化資訊安全，改進作業流程，增進服務效能」

當責組織

- 董事會
- 經營策略設計委員會
- 數位轉型推動小組
- 個人資料保護管理委員會
- 資安推動小組
- 提升服務品質小組

管理程序

- 郵政四法
- 郵政事業四年建設計畫
- 提升服務品質執行計畫
- 金融消費者保護法
- 金融服務業公平待客原則
- 儲匯業務消費爭議處理制度
- 顧客抱怨及處理程序流程
- 客戶滿意度內部管理審查程序
- ISO 27001 資訊安全管理 理制度
- BS 10012 個人資料保護管理制度

有效性評量機制

- 工作績效考成制度
- 為民服務不定期考核工作計畫
- 客戶滿意度內部管理審查
- ISO 27001 資訊安全管理審查
- BS 10012 個人資料保護管理審查
- 資訊安全有效性量測作業管理規範及資訊安全有效性量測指標
- 個人資料保護管理指標作業規範及個人資料保護管理指標

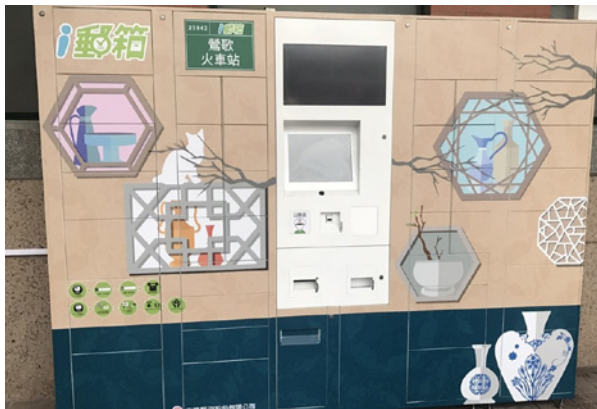
永續績效產出

- 積極布建智能櫃（i 郵箱），截至 2019 年底，已布建達 2,009 座
- 本公司共榮獲【2020 保險品質獎】之「知名度最高」、「業務員最優」、「理賠服務最好」及「最值得推薦」等四項優等獎
- 本公司受頒財金資訊公司舉辦之「108 年度金融資訊系統年會」之「最佳推展卓越獎」
- 2019 年特種郵件妥投率達 99.44%，較 2018 年成長了 0.11%
- 2019 年顧客滿意度平均 4.67 分，較基準年 2017 顧客滿意度成長 3.1%
- 2019 年無發生經證實之資訊洩露、失竊或遺失客戶資料事件

2.1 郵務創新

中華郵政之郵件業務包含國內郵件收寄投遞業務及國際郵件收寄投遞業務。依郵政法第5條之1，為保障國民基本通信權益，確保提供國內之遞送普及服務，明定中華郵政公司應提供遞送普及服務。因中華郵政公司須負擔遞送普及化責任，為客戶提供無遠弗屆全方位的服務，且不以獲利為目的，在城市都會區及偏鄉離島處均普設郵局，截至2019年底，共設置1,299處自辦機構（包括1,298處郵局及1處郵件處理中心）以及936處委辦機構（包括545處郵政代辦所及391處郵票代售處）。為兼顧郵政普及化服務，本公司目前仍維持每1村（里）至少有1具信筒箱之基本要求，以符公眾用郵需求。截至2020年1月底止，共計7,343座。

中華郵政公司因應數位化時代來臨，積極推動郵務轉型，運用物聯網技術、大數據分析及新式自動化郵件分揀設備，達成郵件資訊數位化、處理自動化與流程透通化。為提升效率及服務品質，中華郵政公司透過資通訊技術優化郵遞流程，分階段導入智慧化手持裝置（PDA），建置數位地址資料庫，透過郵用車輛GPS通訊系統，即時遠距有效監控，輔以大數據資訊，提供民眾即時郵件投遞動態查詢服務，另為協助跨境電商發展，設立航郵進、出口貨棧及推動貨轉郵、自轉郵業務，並先後與13國郵政合作開辦「國際e小包」。



中華郵政提供顧客 24 小時全年無休取 / 寄件服務之自動化智能櫃 (i 郵箱)

中華郵政公司自2016年7月起，積極布建智能櫃(i郵箱)，截至2019年底，已布建達2,009座。2020年起將朝3,000座布建目標邁進，取/寄郵件量預估將逾300萬件。i郵箱係為提供顧客24小時全年無休取/寄件自動化服務，功用：

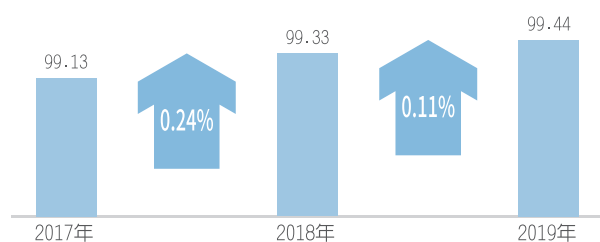
- (一) 結合中華郵政優質配送服務、手機、物聯網IoT、雲端科技等，以滿足電子商務時代用郵顧客最後一哩配送需求。
- (二) 有效延伸郵局服務時間與據點，提升遞送效率降低作業成本，係郵政轉型智慧物流之重要策略。

智慧
金流智慧
物流智慧
城市

郵件妥投率

「郵件妥投率」係統計掛號函件、包裹及快捷郵件由投遞單位依郵件地址送達之比率綜合設算。郵件遞送為本公司之本業，向來重視郵件投遞品質，並積極督促各等郵局提升投遞服務品質(如禮貌性問候、客訴事件等)及郵件妥投率，且本公司近3年郵件妥投率皆有呈逐年提升情形。2017年特種郵件妥投率為99.13%、2018年特種郵件妥投率為99.33%(較上年提升0.2%)、2019年特種郵件妥投率為99.44%(較上年提升0.11%)。未來本公司將廣續致力於提升投遞品質，督導投遞人員切實依規定投遞，俾提供長期穩定按址投遞妥投率，以提升本公司投遞人員投遞服務品質。

歷年特種郵件按址妥投率



i 郵箱微電影

i 郵箱點亮弱勢
兒童公益活動

2.2 儲匯創新

中華郵政是依據郵政儲金匯兌法經營儲匯業務，與一般傳統金融機構依據銀行法經營金融業務，有所不同，但作為一個準金融機構，我們無論在據點和資金方面，都穩居首位，是金融業界暱稱的「綠巨人」；存款結存總金額超過新臺幣6兆元，是臺灣最大的存款機構。另在以社區為中心提供人人完善之普及化金融服務，照顧偏遠地區與弱勢族群，以及推動友善的金融服務等各方面，不餘遺力。

為因應數位金融化時代來臨，中華郵政也與時俱進導入金融科技，在安全、便利及消費者保護的基礎上，提供網路郵局、e動郵局、ATM無卡提款、行動支付APP、跨境電子支付等各項數位金融服務，並運用儲金帳戶數量龐大的資源，建置「電子支付連結郵政儲金帳戶付款 (Account Link)」服務平台與各電子支付平台串接，建構數位金融生態圈，提供郵政儲戶多元化支付工具，進而提升日常生活各消費場景之便利性。未來更將積極導入AI應用、智慧客服、臉部辨識及利用大數據精準行銷，提升客戶更優質的金融服務。



依據本公司公平待客原則政策及策略，落實消費者保護，提供之服務除了於約定書及單據說明，本公司網站更完整說明各項業務服務範圍、相關費用及注意事項，同時依客戶需求之提供理財試算功能，協助自主規劃資產配置，確保客戶可以清楚瞭解並保障自身權益。

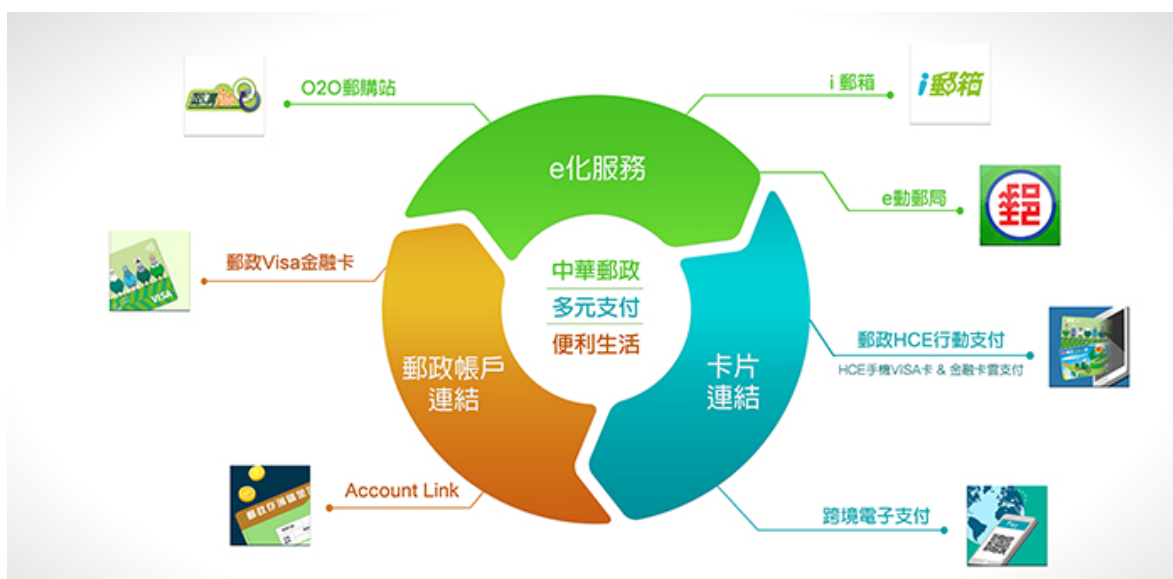


臺灣Pay「郵政金融卡雲支付」



為提供消費者安全、多元、便捷的行動支付服務，於2019年3月推出臺灣Pay「郵政金融卡雲支付」發卡服務，提供郵政金融卡（含VISA金融卡）儲戶於「臺灣行動支付」APP內申請下載後，即可在iOS及Android手機上進行轉帳、提款、繳費（稅）、感應購物及掃碼支付等交易，不須更換SIM卡及臨櫃申辦，便利又安全，截至2019年12月底止已發卡8萬5,337張。為強化交易安全及提供郵政VISA金融卡良好體驗，於2019年5月起開辦持卡人得使用手機之掃碼工具或下載「臺灣行動支付」APP，掃描指定信用卡帳單之繳費QR Code，以郵政VISA金融卡刷卡繳納信用卡費用。此外，自2019年8月新增跨境電子支付QR Code掃碼支付服務，免用金融卡憑手機即可掃碼支付完成付款作業。

為提升客戶體驗及增加客戶群，本公司與合作之電子支付平台提供儲戶線上約定「連結郵政儲金帳戶付款」，除現行以郵保鑰或網路ATM驗證身分外，於2019年11月新增「網路郵局+簡訊OTP (One Time Password)」驗證方式，使設定作業更為便捷。



郵局多元便利與數位化服務

2019年共設置7處數位郵局示範郵局，建置數位互動牆、預約取號及預填表單系統，並設置自動櫃員機、補摺機、票品自動販賣機、智慧物流箱(iBox)、郵購e指通(ECpost)等自助服務區，讓民眾體驗並瞭解郵局提供的數位化服務。

為提供客戶便利化臨櫃服務，2019年9月增加168間郵政金融卡即時發卡郵局，合計全臺共521間各地郵局提供即時製卡服務；此外，2019年10月於160間郵局提供郵務窗口金融卡支付作業，提供更為便利安全的支付方式。

為增加多元支付方式，自2019年12月起，提供國際包裹QRCode支付作業，於臺北關試辦郵務士遞送國際包裹時，收件人得以行動裝置掃描國際包裹之QRCode繳納郵包進口稅款。此外，國內包裹亦可配合i郵箱布建，以臺灣PayQRCode掃碼支付代收貨款。為利民眾逕於i郵箱上完成領取代收貨款郵件，除以現行郵局實體ATM(自動櫃員機)、網路ATM或e動郵局APP(限已申請非約定轉帳及設備綁定服務-郵保鑣功能)轉帳繳付貨款外，於2019年12月新增以臺灣Pay掃碼繳付寄至i郵箱取件之代收貨款郵件服務，提供客戶快速便利支付i郵箱代收貨款。

為提供儲戶於消費時得使用郵政VISA金融卡儲存電子發票，另可於財政部網站或便利商店KIOSK機台輸入卡號、身分證號及生日末4碼後，查詢3個月內之消費及中獎發票明細等資料，於2019年11月開辦郵政VISA金融卡電子發票載具服務。

中華郵政「e動郵局」

「e動郵局」提供多元、安全及便利之郵政業務查詢服務，內容包含儲匯牌告利率及匯率資訊、集郵、郵務、壽險、生活理財資訊、儲金帳戶查詢、轉帳及繳費稅等。為提升e動郵局登入之便利性及交易安全，結合行動裝置生物特徵辨識功能，於2019年11月起開辦儲戶得以人臉、指紋或圖形密碼登入e動郵局。



2.3 壽險創新

中華郵政簡易人壽保險成立之宗旨在提供國民基本經濟保障，藉由遍布全國各地之郵政據點，便利全民投保，增進社會福祉。由於具免體檢、投保手續簡便之特色，並致力於貼近市場需求，持續推出保險保障商品，深得一般民眾之喜愛與信賴。依「簡易人壽保險法」第4條規定，本公司可銷售之商品種類包括生存保險、死亡保險及生死合險，並得以附約方式經營健康保險及傷害保險。本公司現售商品共14種，包含：主約10種[生死合險5種(含利率變動型保險1種)及保障型商品5種]、附約4種(傷害險3種、健康險1種)。依「郵政簡易人壽保險業務員管理要點」相關規定辦理登記之業務員共2萬6,136人，除招攬郵政壽險外亦可隨時提供相關保戶服務。截至2019年底，有效契約件數為226萬9,987件，保額7,654億6,055萬元，總保費收入達1,277億9,401萬元。

壽險處新保險商品之銷售前程序，包含保險商品設計、保險商品審查及準備銷售等3項，皆依主管機關相關規定辦理。研發保險商品時，均召集各部門主管及簽署人員討論，評估政策目標並確立可行作法，對於保險商品設計之專業注意義務、善良管理人義務、目標市場及消費者權益保障等事項均有具體構想。保險商品依「人身保險商品審查應注意事項」之規定標示。

因應金融科技發展趨勢及強化壽險業務服務效能，除了於本公司全球資訊網及e動郵局開放線上申請及查詢功能外，並提供客戶郵政壽險預約投保功能，另自2018年7月25日起開辦行動投保業務。



2.4 集郵創新

集郵業務

集郵業務為本公司專營業務之一，是具競爭優勢且應積極發展的業務。因應郵票功能轉變、新消費者及新市場之改變，本公司郵票設計、印製及發行策略亦配合不斷調整、集郵票(商)品朝禮品化、精緻化、客製化及物以稀為貴等顧客導向規劃，以提高集郵票(商)品品質及競爭力；並透過各式行銷策略、推廣活動(如舉辦郵票發行典禮、郵展或成立集郵社團等)積極向外宣傳。主要係服務國內集郵愛好者，顧客多以集郵為收集嗜好，亦有部分民眾購買本公司集郵票(商)品做為送禮之用，所以集郵業務市場主要包含專業的集郵領域及禮品市場2大區塊，如本公司自庚子鼠年為始，推出首輪生肖主題金、銀鑄錠及高浮雕銅章，於2019年12月3日起發售，本系列商品皆印有限量序號，彌足珍藏。

集郵商品於招標時即於採購規範明定，應符合「商品標示法」及「商品檢驗法」等相關法令之規定標示，驗收前應請廠商備齊應檢具之文件，如：材質證明、輸入證明等。驗收時請主驗人員就交貨之商品抽樣後，送「財團法人全國認證基金會」認證合格之檢驗機構檢測(如：SGS、全國公證等)，俟檢驗合格後，始完成驗收。



2.5 電商創新

電子商務業務

郵政商城：本公司利用完整的物流、金流、資訊流及客戶流等優勢資源，自2010年起開辦郵政商城網路開店平臺，透過郵政虛、實通路整合，提供加盟店家更多元的經營觸角，開創宅經濟銷售商機。2014年起推動「關懷農產行銷」活動，協助各地小農運銷服務，並提供消費者具安全認證、鮮採直送之優質農產品，小農也同步回饋在地公益，讓愛分享。2019年起，郵政商城規劃建置「臺灣農特產品館」專區，透過縣市政府、在地農漁會及相關單位之把關、推薦，洽攬更多安心優質之在地特色商品，期成為「臺灣最具安心、優質、信賴商品的創業平臺」，善盡企業社會責任、活絡地方特色產業。

郵政代售業務：依郵政法第5條第7款規定應運而生，本公司接受代售廠商委託代銷各類商品，並於郵政實體通路（各地郵局）及虛擬通路（郵政網購中心）銷售。代售商品上架須經過嚴格之審查機制，所有商品皆須經過公正第三方檢驗合格，讓民眾放心買，送禮體面，自用安心。

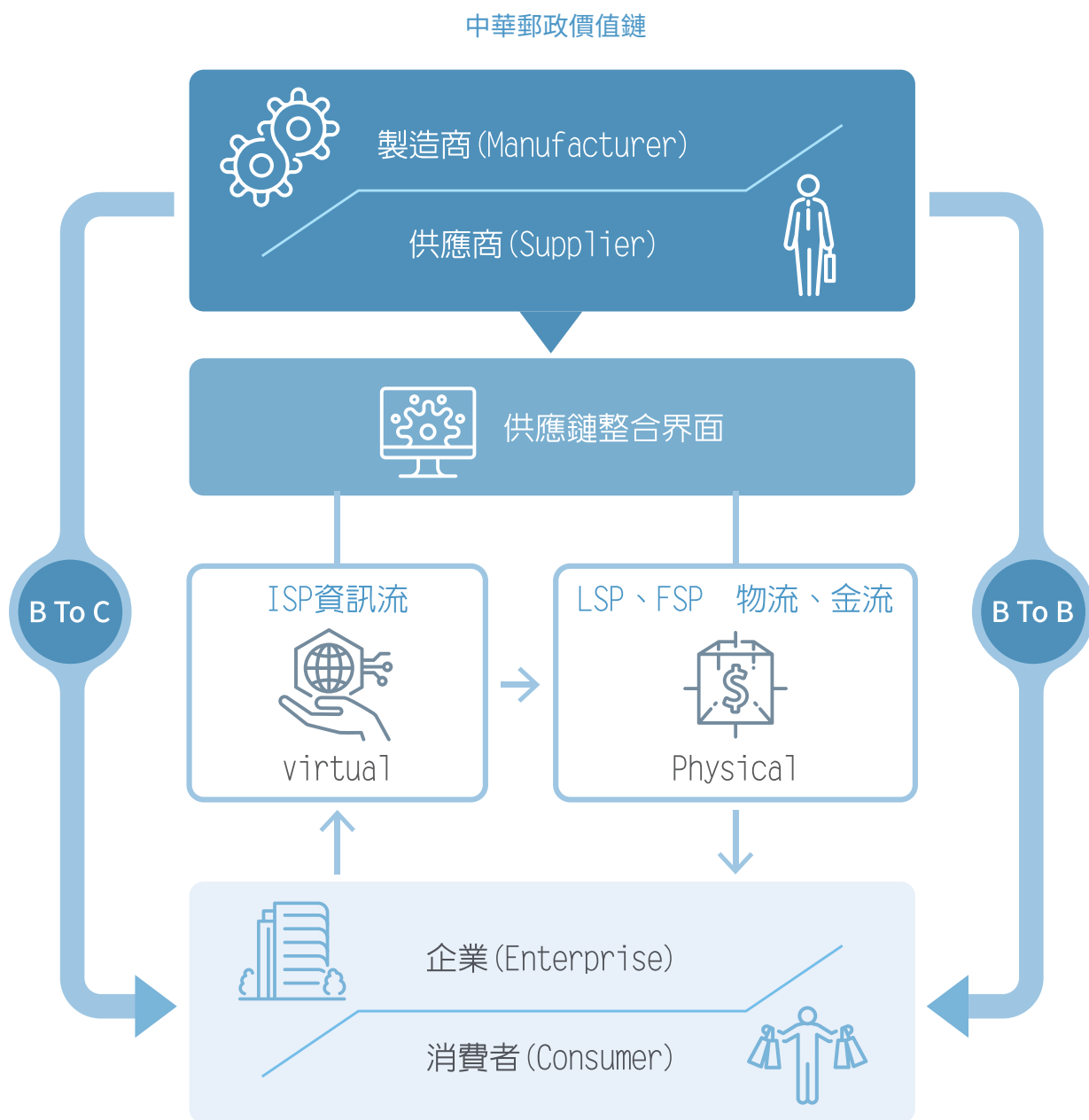


中華郵政電子商務保障顧客安全之作為

- 一、郵政商城：郵政商城與加盟店家簽訂之「商品線上訂購合作契約書」約定下列事項：
 - (一) 第八條第三項：倘依法令相關規定，店家販售之商品應先取得相關檢驗通過或證照者，店家保證於銷售前持有合法證照，並具有提供及銷售該商品之正當權利。
 - (二) 第八條第四項：店家應嚴格遵守藥事法、化粧品衛生管理條例、食品安全衛生管理法、健康食品管理法、菸酒管理法、菸害防制法、公平交易法、消費者保護法、刑法、個人資料保護法、信用卡收單機構簽訂「提供代收代付服務平台業者」為特約商店自律規範及其他法令與公告等規定。
 - (三) 第八條第五項：店家需依法令規定或本公司之要求投保產品責任險，但若為食品者，店家應主動投保產品責任保險。
 - (四) 第八條第八項：店家保證不得於郵政商城網站、店家商店網頁或其他相關廣告文案上，明示或暗示商品之療效、指稱為藥品或健康食品（已獲准按「健食字號」上架者除外）、引人錯誤或為不當比較、或為其他任何不實或虛偽之陳述。
- 二、郵政代售業務：
 - (一) 本公司代售業務依不同代售商品類別規範應檢驗項目，如食品類須百分之百檢驗大腸桿菌及大腸桿菌群、美容商品類須百分之百檢驗重金屬及微生物等。除應檢驗項目外，本公司亦依商品外包裝相關宣稱、食品包材等向廠商索取檢驗合格證明，並將提報商品及檢驗合格文件送審查會通過後，方得於郵政通路上架銷售。嗣後輔以定期抽驗機制，每 1 家廠商每 1 份契約每年度至少抽驗 1 項商品為原則，抽檢項目原則上同之前送審提供之檢驗項目，送檢結果合格者方得繼續上架銷售。
 - (二) 本公司作為受託代售通路業者，各地郵局均依法取得食品業者登錄字號，並每年上傳更新資訊至食品藥物業者登錄平台「非登不可」。

2.6 客戶關係管理

中華郵政客戶涵蓋企業與一般消費者，本公司提供客戶最佳的全方位郵政服務，供應鏈為軟體硬體製造商或供應商。



提升服務品質

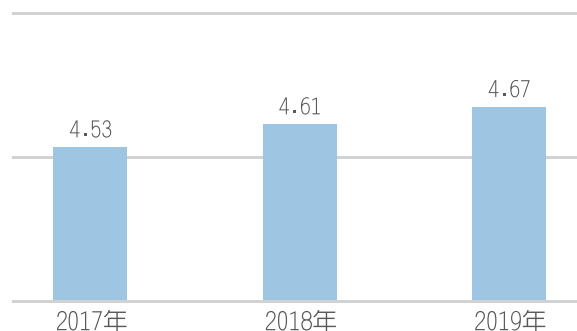
本公司願景為「卓越服務與全民信賴的郵政公司」。為達成卓越服務之願景，本公司訂有「提升服務品質執行計畫」及「為民服務不定期考核工作計畫」，藉由各業務單位成立提升服務品質工作小組訂定提升服務之策略與方法，並加強查核以達到提升服務品質的目標。2018年本公司高雄郵局參與由國家發展委員會辦理之第1屆「政府服務獎」評選，本著「斟酌聽，客戶聲」的服務初衷，以「LISTEN」為服務理念—「在地結合」(Localization)、「創新加值」(Innovation)、「顧客滿意」(Satisfaction)、「信賴安全」(Trust)、「熱忱投入」(Enthusiasm)，榮獲「整體服務類機關」獎項。



客戶關係管理

為有效提供客戶滿意之服務，並成為本公司與顧客間溝通之橋樑，本公司設有公共事務處顧客服務中心，受理顧客查詢、申請、建議、抱怨、讚譽及商機通報等事前、事中、事後之客訴或售後服務，對強化客服功能及提升公司形象極有助益。每月進行客戶滿意度問卷調查分析評估，並針對客戶不滿意部分通知業管單位續處改善，以2017年度顧客滿意度平均4.53分為基準，2018年度增加1.8% (4.61分)，2019年增加3.1% (4.67分)，符合短期目標之設定，未來將持續提供貼心的服務，以提升郵政服務品質。

歷年整體公司顧客滿意度調查結果



2.7 供應鏈管理

中華郵政供應商依契約種類大致可分為三類：勞務（承攬與服務）、財物（原物料與設備）及工程（建築與工程），2019年供應商共有574家，國內採購比率約94.28%。本公司均參照各年度機關綠色採購績效評核作業評分方法規定辦理綠色採購作業，以落實政府採購法及資源回收再利用法相關規範，2019年符合綠色採購之比例為99.54%。如供應商有違反政府採購法第101條各款規定，依其規定辦理。

中華郵政歷年供應商概況							
單位：新臺幣億元							
契約種類	採購地區	2017年		2018年		2019年	
		家數	該項採購金額	家數	該項採購金額	家數	該項採購金額
勞務	國內	264	21.58	242	17.04	272	22.81
	國外	19	6.22	12	1.13	17	3.18
財物	國內	237	26.20	268	22.02	267	27.35
	國外	1	0.02	1	0.02	1	0.02
工程	國內	26	7.65	21	54.76	17	2.54
	國外	0	0.00	0	0.00	0	0.00
家數合計	國內採購金額占比	547	89.88%	544	98.79%	574	94.28%
	國外採購金額占比		10.12%		1.21%		5.72%

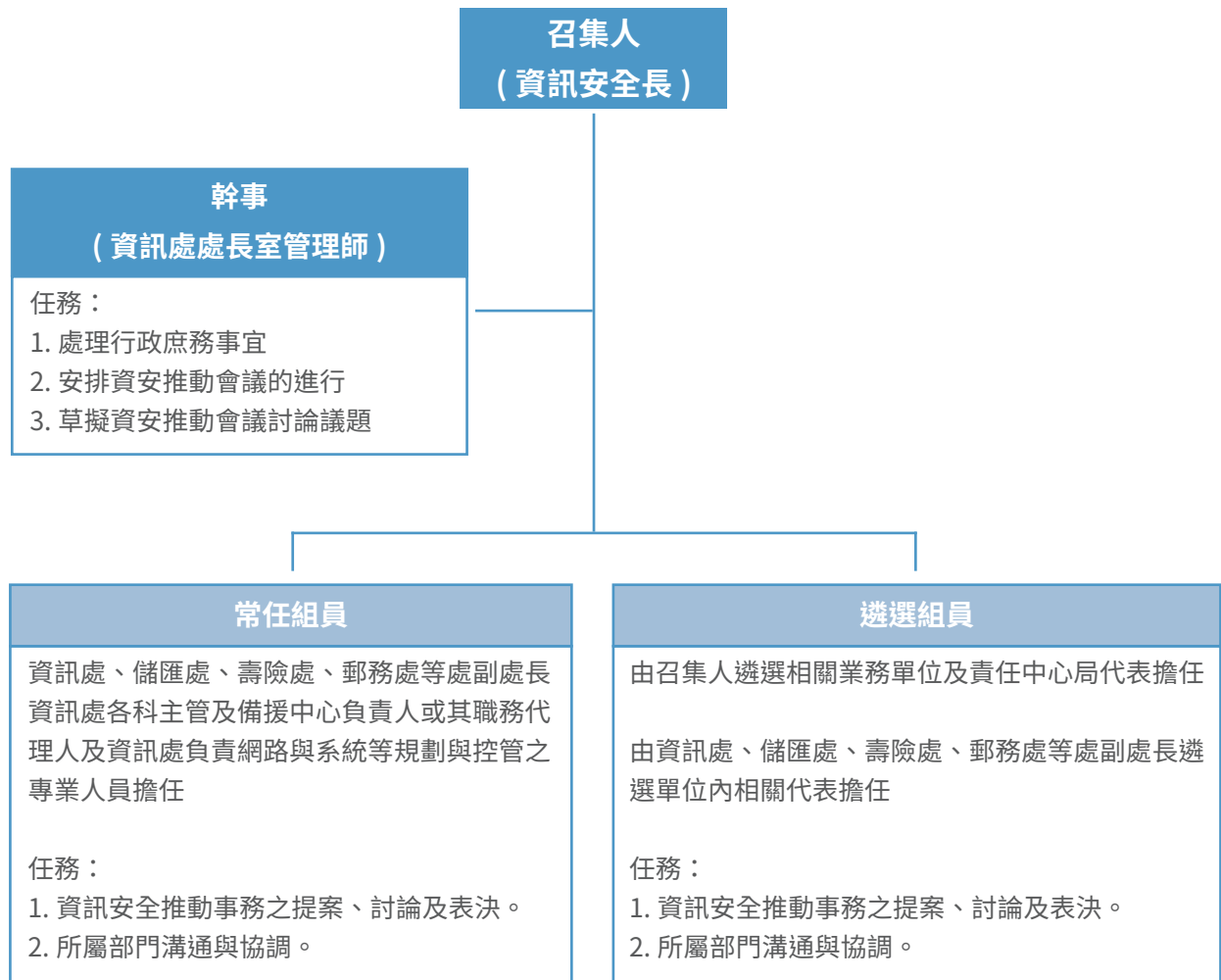
2.8 客戶隱私與資訊安全

本公司一向致力於維護資訊環境之安全，然因資訊科技發展日新月異，整體經營環境變遷迅速，本公司除了業務朝多元化發展，提供客戶更完善的服務外，亟須加強資訊安全管理，以確保本公司資訊資產之機密性、完整性與可用性，進而保障客戶的隱私權並降低安全上的風險。本公司為展現貫徹資訊安全管理的決心，確保儲匯作業系統之資訊與資訊系統獲得適當保護，特依據ISO 27001:2013資安管理國際標準之要求建立、記載、實施、監督、審查及維護資訊安全管理系統，並持續改進系統的有效性。儲匯作業系統「資安目標」共計33項，2019年量測週期內之統計結果，各項指標均已達成既定目標。本公司依據「資通安全管理法」辦理資訊安全教育訓練，2019年資安專責人員每人每年均接受12小時以上之資通安全專業課程訓練或資通安全職能訓練；此外，一般同仁每人每年均完成4小時資通安全線上學習課程並通過測驗。

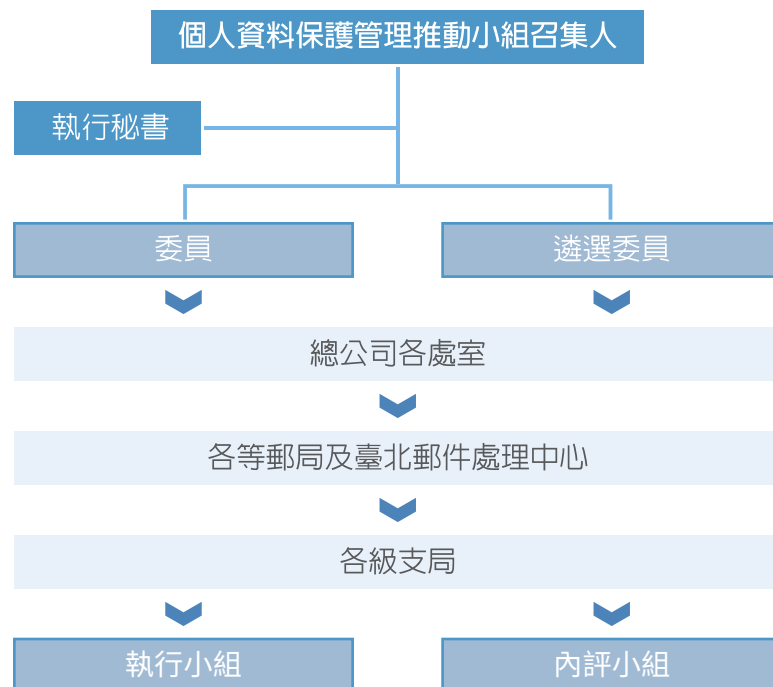


為落實及強化個人資料保護管理系統，並遵循個人資料保護法要求及保障資料當事人權利，以降低任何個人資料侵害事件可能帶來之衝擊。為符合個人資料保護相關法令及中央目的事業主管機關之規定，並提供個人資料檔案適當之安全措施，以確保本公司得以盡善良管理之責任，特依據BS 10012:2017個人資料保護管理國際標準建立、記載、實施及維護個人資料保護管理系統，並持續改進其有效性。個人資料保護管理量測指標共計8項，2019年量測週期內之統計結果，各項指標均已達成既定目標。2019年接獲1件違反個人資料保護法訴訟案件，經法院認定本公司未違反個人資料保護法，2019年無發生經證實之資訊洩露、失竊或遺失客戶資料事件。

中華郵政資安推動小組 組織架構



中華郵政資訊安全暨個人資料保護管理委員會



「大數據競賽」

中華郵政首度舉辦大數據競賽



目標 8. 促進包容且永續的經濟成長，達到全面且生產力的就業，讓每一個人都有一份好工作

具體目標 8.3 促進以開發為導向的政策，支援生產活動、就業創造、企業管理、創意與創新，並鼓勵微型與中小企業的正式化與成長，包括取得財務服務的管道。

中華郵政公司首次舉辦之「2019中華郵政大數據競賽」活動，已於2019年6月28日舉行決賽暨頒獎典禮，第1名由成功大學「來自很多系的隊」以「智慧投遞系統與i郵箱智慧運用」獲頒新臺幣30萬元獎金、第2名為東吳大學「DATA 4MERS」以「告訴你哦 你的信明天十點到」獲得新臺幣20萬元獎金、第3名由政治大學、臺灣師範大學學生及校外人士組成的「三個船長」以「如何藉由通知系統及地址追蹤系統提升投遞成功率」奪下新臺幣15萬元獎金。

此競賽自2019年2月19日至4月2日開放組隊報名，因主題契合民眾生活且為中華郵政公司首度釋出郵務大數據資料，共計77所大專院校、401隊報名，總參賽人數1,413人，為激勵多元創新提案，另新增15個獎項，總獎項為30個、總獎金亦提高至150萬元。



初賽階段中華郵政公司釋出郵用車輛、特種郵件及企業客戶等類別約5億筆數據資料，供參賽隊伍分析探討；續經評審會議選出60組隊伍晉級複賽，並提供總數約20億筆數據供深入剖析，競賽過程中亦邀請專家顧問團，以世界咖啡館方式引導討論，協助優化方向與提供意見，最終錄取30組隊伍入圍決賽。

本競賽藉由參賽者數據運用、實務推演及交互探討下，激發出多元面向的創新思維與數位發展觀點，必能對未來郵務體系轉型與躍升，導入高價值且具執行力的服務模式，帶給民眾更多元、便捷的郵政體驗。



第1名由成功大學「來自很多系的隊」以「智慧投遞系統與i郵箱智慧運用」獲頒新臺幣30萬元獎金。



第2名為東吳大學「DATA 4MERS」以「告訴你哦你的信明天十點到」獲得新臺幣20萬元獎金。



第3名由政治大學、臺灣師範大學學生及校外人士組成的「三個船長」以「如何藉由通知系統及地址追蹤系統提升投遞成功率」奪下新臺幣15萬元獎金。