

壹

前言

回顧 109 年，嚴重特殊傳染性肺炎（COVID-19）疫情肆虐全球，各國經濟遭受重大衝擊，疫情考驗著各行各業的韌性與應變能力，但也讓中華郵政展現出百年老店誠信的品牌價值。

郵政公司肩負郵務、儲匯與壽險三大業務，與國民日常生活息息相關，在全體員工同心協力、團結合作下，於此艱困時刻，除創造逾新臺幣 2,992 億元之年營業收入，更全力配合政府承擔防疫、紓困及振興經濟各項政策之執行。防疫階段，本公司動員人力計 3 萬 8,000 餘人次，運送口罩 30 億 9,000 萬片、酒精 385 萬瓶；在政府啓動紓困振興措施後，更負責 2,200 餘萬份振興三倍券之載運及發放作業，兌付金額超過 42 億元，充分展現郵政員工的韌性，發揮安定人心與穩定社會之力量。

隨著疫情發展，許多新型態的營運模式與科技創新應運而生，郵政公司因應市場與顧客多元需求，積極投入數位轉型，發展智慧物流與倉儲網絡，活化資產運用，加強異業結盟，拓展數位金融生態圈，期能與時俱進，提升公司競爭力，並致力推動 ESG（環境、社會、公司治理），於 109 年首次發行「企業社會責任報告書」，參加台灣企業永續獎（TSCA）評選，榮獲「企業永續報告」類金融保險業白金獎、「卓越案例」創新成長獎及社會共融獎等 3 項殊榮。在環境友善方面，購置綠能機（汽）車、建置太陽能光電、推廣職業安全衛生及能源管理系統

董事長

吳宏謀



之相關節能減碳措施，並導入氣候相關財務揭露建議書（TCFD）架構，通過國際標準 ISO14064-1 溫室氣體盤查管理查證；在社會關懷方面，積極參與各項關愛社區活動，持續辦理關懷獨居長者及樂齡運動，運用郵政通路協助各地青農小農行銷農特產品，結合地方創生，活絡觀光產業；在公司治理方面，除注重品質、講求效率、遵守法規及創造盈餘外，並強化人力資源管理，協助員工職涯發展，改善薪資結構、增進福利措施，打造郵政幸福企業。

展望前景，隨著疫苗問世與疫情獲得控制之後，全球經濟可望逐漸邁向復甦之路，全球供應鏈亦將持續重組整合，郵政公司面對經營環境的變化，必須不斷求新求變，迎合時代趨勢，布局永續發展。各項業務除了重視安全、品質與效率，也要善用數位新科技加速郵政轉型，透過策略轉型、人力資源轉型、作業流程轉型、商品及服務轉型，提供消費者更貼心、便捷與多元的顧客體驗，持續精進競爭力。此外，大數據服務平臺的建立刻不容緩，透過數據分析掌握客戶需求，精進決策品質，優化作業流程，並可透過整合行銷建構郵政生活圈永續發展。

有效的人力資源管理是企業發展的關鍵，以人為本，才能永續經營。打造友善職場，重視員工學習及成長，培育多元人才，是公司一貫的目標，優秀的人才提升公司競爭力的基石。期勉所有同仁，在公司面臨轉型的關鍵時刻勇於接受挑戰，團結一心，攜手迎接郵政美好的未來。