

4 關懷人文

中華郵政為善盡企業社會責任、促進社區發展、貫徹郵政服務社會及回饋社會之經營理念，透過整體公益活動的舉辦，讓社區民眾體驗郵政是親切、可靠的好鄰居，提升對郵政的情感連結，以創造郵政的優質企業形象。並以落實在地連結、郵政普及化及社會關懷經營理念，以達成「公益郵政，深耕在地」的目標並提高本公司在永續議題上的競爭力。



對應之 SDGs



郵政普及化服務 (自訂主題)

間接經濟衝擊 (GRI 203)

當地社區 (GRI 413)

政策

- 「積極推動各項公益，並持續辦理郵政不老運動及關懷獨居長者活動，善盡社會責任，塑造優質企業形象」
- 「公益郵政，深耕在地」
- 「加強資產管理與運用，積極活化房地資產，提升資產營運績效」
- 「提供普遍、低廉、安全之郵件通信服務」

當責組織

- 董事會
- 郵務處
- 壽險處
- 公共事務處

管理程序

- 關愛社區活動辦法
- 遞送普及服務標準

投入資源

- 「捐熱血郵愛心」活動總經費 260 餘萬元
- 郵政壽險保戶子女獎學金活動總經費 500 萬元
- 中華郵政樂齡運動系列活動 2020 年辦理 19 場次
- 辦理 24 檔關懷農產行銷活動
- 普設郵政機構：自辦機構 1,301 處、委辦機構 859 處
- 普設自動化設備：自動櫃員機 3,197 台、自動補摺機 1,614 台
- 仍維持每 1 村 (里) 至少有 1 具信筒箱之基本要求
- 建置包含 22 個具在地特色的「全臺好物」專區
- 建置「社會創新產品」專區

申訴機制

- 設置顧客意見箱及顧客服務專線
24 小時顧客服務專線：0800-700-365
- 各支局營業廳設置有免付費回郵「顧客意見函」，供客戶表達意見

有效性評量機制

- 「郵情傳遞 郵愛相隨」關愛社區主題活動成果表



2020 年福德護理之家
感謝狀



2020 年安新老人長期照顧中心
感謝狀

► 4.1 社會關懷

中華郵政為善盡企業社會責任、促進社區發展、貫徹郵政服務社會及回饋社會之經營理念，透過整體公益活動的舉辦，讓社區民眾體驗郵政是親切、可靠的好鄰居，提升對郵政的情感連結，以創造郵政的優質企業形象。並以落實在地連結、產業協助及社會關懷經營理念，以達成「公益郵政，深耕在地」的目標並提高本公司在永續議題上的競爭力。2020 年以「關愛社區」為主軸舉辦系列活動總計 182 場，參與人數達 4 萬 2,720 人。

「郵遞 i 心 守護弱勢」公益活動

中華郵政為善盡企業責任，傳遞社會關懷，於 2020 年 10 月 5 日至 11 月 5 日舉辦「郵遞 i 心 守護弱勢」公益活動，在社會各界發揮愛心踴躍認捐下，活動順利圓滿成功，透過「i 郵箱」將 1,631 項捐贈物品，送抵弱勢兒童及長者，落實「公益郵政，深耕在地」的理念。

「i 郵箱」具有 24 小時全年無休寄件功能，為郵政普及服務指標設備，亦可作為捐贈物最佳集散網點，藉由綿密的郵政投遞網絡，捐贈人只要在鄰近據點郵寄捐贈物，受贈人即可於 3 天內收到，感受社會各界傳遞的溫馨。參與此次

認捐活動之社團法人中華安得烈慈善協會、中華愛悅公益慈善發展協會、臺灣愛希望兒童關懷發展協會、財團法人臺北市緣兒童慈善基金會、門諾社會福利慈善事業基金會、第一社會福利基金會、蒲公英希望基金會及勵馨社會福利事業基金會等公益團體均對中華郵政藉由「i 郵箱」公益平台，凝聚社會關懷，表達高度肯定，受贈兒童也滿懷感恩，親繪卡片致贈主辦單位。

中華郵政自 2016 年起於全國各地布建 i 郵箱，目前據點已突破 2,000 處。繼 2019 年舉辦「用 i 郵箱點亮弱勢兒童」心願，獲各界廣大迴響後，今年再汲取前次經驗、精進活動流程，並將捐贈物品由 1,057 項增至 1,631 項，除善用企業資源外，更利用「i 郵箱」服務據點密集度及創新功能，使服務與需求密切串連，讓各界體驗「i 郵箱」的安全便利，也透過別具意義的公益活動幫助弱勢團體，為社會挹注正能量。



關懷獨居長者



臺灣社會正面臨高齡化及少子化之雙重危機，老年人口之經濟問題及長期照護將成為臺灣社會發展之重要議題。中華郵政為積極參與公益，善盡企業社會責任，健全獨居長者社區照護系統，自 2008 年起辦理投遞人員投遞途中順道協助政府部門及社福機構實施關懷獨居長者活動，已具成效。

本公司目前辦理於投遞途中順道關懷獨居長者服務，其目的在於鼓勵投遞同仁提供自發性主動關懷、在地化服務為主，服務對象為各縣市政府、鄉鎮市區公所列冊之獨居長者，扮演訊息通報者角色。主要服務包括平常居家探視、異常緊急通報、年節慰問致贈生活日常用品、代辦郵寄手續及鼓勵自組愛心團隊利用假日前往慰問關懷等項目，2008 年至 2020 年 12 月止，共累計 81 萬 4,496 人次，辦理成效良好。

協助偏鄉學校午餐運送食材

因山區學校因路程遙遠、交通不便、學生數少，造成食材運送成本高且有風險，也常面臨道路土石坍方等災害因素致午餐食材運送困難，導致學生午餐菜色不易有變化也較不新鮮，為了讓偏鄉學生也能享有平地學校一樣的營養午餐，嘉義縣翁章梁縣長 2019 年 4 月於交通部在阿里山測試無人機運送抗蛇血清的活動中，請本公司協助阿里山鄉學校運送食材計畫可行性並試辦協助偏鄉學校運送食材，以解決山區偏鄉學校食材運送問題。



本公司除規劃「中華郵政協助偏鄉學校運送食材作業要點」，更積極與教育部接洽外，並於 2019 年 11 月 10 日參加教育部與各縣市教育局處代表會議，說明中華郵政全力配合協助之計畫，以擴大服務縣市，讓更多偏鄉學生也能享用新鮮食材所製作的營養午餐。

嘉義郵局已於 2019 年 8 月 30 日開始協助偏鄉學校運送食材計畫，於大埔鄉大埔國中小及阿里山鄉新美國小、山美國小、十字國小、香林國小和茶山國小等學校試辦，每週一、四運送 2 次，截至 2020 年 12 月止共協助運送 329 趟次（接送點至學校）。

中華郵政樂齡運動系列活動

為響應政府長照政策，善盡社會責任，中華郵政自 2017 年起開辦樂齡運動（原不老運動）系列活動，每年皆在全國各地與銀髮保戶同樂，關懷保戶、推廣健康觀念並深化保戶關係經營，歷年舉辦的活動內容相當多元，活動包含：

「銀髮踏青樂悠郵」－由各局帶領長者走出戶外從事有益身心健康之踏青活動，培養運動習慣，並結合知性導覽，增進活動豐富性。

「銀髮健康百分百」－由各局辦理健康講座及簡易健康檢測，配合當時節慶舉辦趣味活動，鼓勵保戶養成自主健康管理習慣。

「銀髮歡唱真郵趣」－由各局邀請社區里民或學校團體表演活動，並聘請音樂老師指導參加者歌唱技巧，且於進行歌唱交流時穿插趣味遊戲，增進活動豐富性及互動性，使銀髮保戶歡唱的同時亦能拓展人際關係。

透過本公司舉辦之各類樂齡運動，鼓勵銀髮保戶參與社會，提高生活自理觀念，並維持身心健康。本公司於 2020 年辦理 19 場次，參加人次共 2,322 人。



郵政壽險保戶子女獎學金活動

2020 年共有 1 萬 1,699 人申請郵政壽險保戶子女獎學金，得獎名額 2,998 名，核發獎學金總金額達 499 萬 3,000 元。



「捐熱血 郵愛心」公益活動

為紓解每年農曆春節後屢屢發生之血荒問題，中華郵政於每年 3 月舉辦「捐熱血 郵愛心」活動，帶動全體郵政員工以及社區民眾踴躍獻出自己的熱血幫助他人。2020 年於全臺各地共辦理 495 場捐血活動，募得 3 萬 6,377 袋熱血（每袋 250C.C.）。



為推廣優質農產品，扶植在地小農，自 2014 年 5 月起，i 郵購推出「關懷農產行銷」系列活動，整合郵政虛擬、實體行銷體系及宅配系統服務，計劃性協助小農獲益，小農每箱提撥 10 元捐助給弱勢團體，達到「小農」、「消費者」及「公益團體」三贏。2020 年度行銷預算 200 萬元，共協助 208 位小農，銷售金額約 3,231 萬元，公益捐助約 73 萬元。



「挺小農做公益 - 水林大溝黃金薯」

為整合郵政資源，連結在地、協助產業、推動社會關懷，善盡郵政企業社會責任，2020 年 11 月 26 日於雲林水林郵局，辦理「挺小農做公益 - 水林大溝黃金薯」上市記者會暨現場暖心義賣活動，邀集 15 位在地小農一起送愛心，每售出一箱即捐 10 元予「創世基金會 - 斗六分會」及「一心育幼院」，現場暖心義賣銷售總額亦全數捐贈予在地弱勢團體，力邀民眾用行動支持臺灣農產。



發行「防疫郵票」



國內嚴重特殊傳染性肺炎（COVID-19）疫情趨緩，全民團結抗疫有成，為向防疫人員致敬，於 2020 年 7 月 21 日發行防疫郵票 1 套 2 枚，並於同日在郵政博物館 10 樓舉辦郵票發行典禮。活動由中華郵政董事長吳宏謀主持，行政院院長蘇貞昌、政務委員唐鳳、前交通部部長林佳龍、中央流行疫情指揮中心指揮官陳時中偕同防疫相關成員、經濟部政務次長曾文生、本公司總經理江瑞堂與防疫國家隊代表及多位貴賓共同為郵票揭幕。

發行「蘇花改全線通車郵票」

台 9 線蘇花公路山區路段改善計畫(簡稱蘇花改)將於 2020 年 1 月 6 日全線通車，為誌蘇花改竣工通車，中華郵政特以宜蘭蘇澳的白米高架橋及南澳的南澳北溪河川橋為題材，訂於 2020 年 1 月 3 日發行「蘇花改全線通車郵票」1 套 2 枚，並於同日上午 10 時在郵政博物館 10 樓舉辦郵票發行典禮。



典禮開場以沙畫表演描繪蘇花改工程一路以來的艱辛歷程，中華郵政董事長吳宏謀、交通部郵電司司長王廷俊、公路總局局長陳彥伯、蘇花改工程處處長邵厚潔及中華集郵團體聯合會理事長林茂興等多位貴賓共同與會為郵票揭幕。現場亦特別展示曾發行過的交通建設郵票郵集、蘇花改工程相關照片、白米高架橋模型及蘇花改隧道貫通石供民眾欣賞。

為饗郵迷，郵政博物館配合於郵票發行當日上午 9 時至下午 2 時於該館 1 樓設置臨時郵局，銷售集郵票商品、限量發行典禮紀念卡，並提供銷蓋臨時郵局戳服務。

「敬老郵展」



為弘揚敬老、尊老傳統美德，並感謝國內郵壇耆老長期支持集郵活動，每年固定舉辦敬老郵展。展示郵政博物館典藏主題郵票、郵壇耆老製作之郵集，並配合展覽辦理健康講座及臨時郵局，鼓勵長者參與活動，藉此宣傳集郵怡情、養性、延壽之益處。2020 年敬老郵展展期為 9 月 18 日至 10 月 18 日，郵展首日亦辦理健康講座及慶生會，累積參與人次 9,691 人。

「2020 城南有意思—春日晒書市集」、「牯嶺街書香創意市集」

郵政博物館參與中華文化總會主辦之「2020 城南有意思—春日晒書市集」及臺北市中正區龍福里辦公室「牯嶺街書香創意市集」活動，透過社區總體營造與在地文化結合，落實中華郵政關懷社區、回饋社會之理念，深化郵政與地方之連結。

配合活動主軸設計體驗互動遊戲，吸引民眾入館參觀。另有受親子喜愛的「彩繪郵票」及「傳遞愛與關懷」、「漫遊。慢郵」寫信等活動，創作獨一無二的郵票彩繪作品，並鼓勵民眾提筆寫信，表達對親友的愛與祝福。郵政博物館更提供近千冊圖書加入「快樂晒書」行列，圖書資源再利用，與社區居民共享閱讀之樂趣。

藉由社區活動的參與，形塑中華郵政清新優質的公益企業形象，發揮郵政博物館之社會教育功能，提升社區文化素養，引領民眾一同進入郵學的殿堂。

城南有意思 – 春日晒書市集			牯嶺街書香創意市集		
2020 年 6 月 25 日～ 26 日			2020 年 12 月 12 日～ 13 日		
「傳遞愛與關懷」寫信活動		參與人次	「漫遊。慢郵」寫信活動		參與人次
明信片	造型明信片	1,483	賀年明信片	時光信	1,174
183 張	726 張		381 張	510 張	



► 4.2 資產營運

郵政物流園區

由於資通訊科技發達，使傳統的函件量日漸減少，網路、電子商務等持續高速創新發展，帶動小包、包裹等郵件大幅成長，各國郵政正遭受到嚴峻的考驗及衝擊。中華郵政在面對大環境的改變時，除持續肩負國營企業的社會責任，提供普遍、便利的用郵服務外，也正積極調整經營策略，加速業務轉型，並充分運用自身的核心優勢，結合科技，以「智慧物流」、「數位金融」及「長照服務」3大經營方向，持續為客戶提供優質服務。

近年來，為配合轉型及業務發展需要，斥資 283 億元資金在機場捷運 A7 站附近基地建置打造「中華郵政物流園區」，以智慧園區為目標，規劃有郵政物流中心、郵政資訊中心、北臺灣郵件作業中心、郵政訓練中心、工商服務中心及相關公共設施，預計在 2021 年起陸續完工。並輔以關、檢等跨單位協同作業機制，預期可縮短各環節作業處理時效，加速入境及出境物品運輸流通，有效連結整合我國都市消費物流、區域轉運物流及國際運籌物流，以吸引物流相關產業的進駐，進而促進當地就業（預估可為當地增加 4,000 個就業機會）並帶動整個 A7 及周邊區域的商業活動與繁榮發展，協助政府達到輔助相關產業與拓展跨境電商業務的施政目標。





地理位置

本物流園區計畫位於桃園市龜山區境內之機場捷運 A7 站區周邊地區（桃園市龜山區樂捷段 207 地號）。本物流園區計畫面積為 17.14 公頃，基地位處樞紐地利優勢，鄰近國道、省道、桃園航空城及臺北港，交通便利。本基地距離臺北郵件處理中心現址約 19 公里，至板橋、新莊、五股、桃園郵局均在 12 公里路程內，至臺北郵局約 16 公里，至新店、永和郵局約 22 公里。主要對外聯絡道路為文化 1 路，離國道 1 號中山高速公路林口交流道約 4 公里，另沿山谷之青山路及壽山路（現為文桃路）可通聯至省道臺 1 線；往桃園地區則經由振興路。壽山路計畫拓寬為 40 公尺（現為文桃路，路寬 40 公尺），青山路拓寬為 20 公尺。另距離機場捷運 A7 站約 1.5 公里。



服務行業及受惠者

機場捷運 A7 站區周邊土地開發，主要目的為規劃產業專用區以利科技廠商進駐，郵政物流園區建置可提供科技廠商相關物流服務，包含倉儲、流通加工、報關、清關、資訊、商務、展售等加值功能，預估可為當地增加 4,000 個就業機會。

中華郵政為國營公用服務事業，規模鉅大、資金充裕，亦具有高度開發能力，對該土地開發可提供財務穩健性、即時投入開發，並提供穩定的長期經營保障，可將該基地作最有效運用與經營，除可興建物流中心及大型郵件處理中心外，並可配合投資興建商辦大樓及工商展場等設施，以提供核心產業辦公及商展需求，提升郵政事業及周邊產業經營競爭力與永續發展，更能助益政府「經濟動能推升方案」執行，發揮產業專區最大功能。

建置郵政物流園區，發展整合型物流產業，除遷建臺北郵件處理中心及規劃結合物流產業、人才訓練、提供資訊設施等之外，為建構完善之物流園區，以符合產業及都市發展需要，並規劃設置工商服務中心，提供完善之工商服務及生活機能，以促進就業與帶動地方發展。

郵政物流園區預計於 2024 年全區完工，2025 年預估產值為 57 億元。



周邊效益

郵政物流園區建置目標之一為建立性別平等空間，營造健全兩性平權工作環境：

規劃設計階段考量女性從業者需求，營造性別友善環境，提升女性參與工作意願，並於各建物打造性別友善空間；計畫執行期間進行從業者性別統計，以了解本計畫是否有助於女性參與；計畫完成後鼓勵進駐單位考量女性從業者需求，營造性別友善工作環境提升其參與意願，改善郵件處理中心及物流中心員工以男性為主情形；計畫執行後每年年底依照相關規定列入考核評估，未來將考量不同性別、性傾向或性別認同者之年齡、族群、地區等面向檢討考核方式。

公共設施之建置除支援本計畫區外，亦可服務周邊社區，以增進周邊地區整體居住品質：

- (1) 公園、綠地、廣場、兒童遊樂場用地等設施，除供區內做為鄰里型公園，可增進周邊住宅區之居住品質外，亦可在地震等天然災害發生時作為臨時避難所，提供防救災功能。
- (2) 良好及正確的污水及垃圾處理設施等環保設施與台電配電場設施規劃，將可提升日常生活品質。
- (3) 滯洪沈砂池等水土保持設施及備援蓄水池，可防範汛期暴雨可能造成之水土災害。

郵政資產營運業務

本公司辦理房地資產再開發及節餘空間活化出租，皆以既有房地（各郵局營業據點）為主。另持有壽險資金不動產投資標的共計 9 處，其中臺北市 5 處、新北市 4 處（2 處為 2020 年新增）。前述房地資產之投資、開發、節餘空間出租活化等業務，其出租對象包括旅宿業、影城業、零售業、餐飲業、電信業或政府機關…等，出租用途皆須符合都市計畫及建築管理等相關法規。



► 4.3 文化保存

郵政博物館創立於 1965 年，承續置郵傳命理念，弘揚郵政文化。館徽以鴻雁為中心，彰顯中國數千年來「鴻雁傳書」的意涵；生機盎然的綠色，代表郵政的職業光榮及國家付託專辦的權威，外圍梅花象徵中華民國，館名恭集國父手澤而成。郵政博物館為郵政專業博物館，涵蓋四大功能：

一、展示導覽：

- （一）常設展：四大主題依序是重溫經典在郵博、郵政歷史、兒童郵園、郵票世界。2019 年更新「郵政歷史」常設展，以嶄新的展場體驗呈現郵政歷史發展脈絡。
- （二）特展：配合國家重要慶典、民俗節日或新郵發行，不定期於郵政博物館本館 6 樓及臺北館舉辦特展。特展內容豐富多元，結合互動設施，打造兼具知識性與趣味性的展示空間，吸引民眾入館參觀。

二、典藏票品、博物：蒐羅古今中外近百萬枚郵票，博物 6,000 餘件。2019 年起導入數位化技術，透過典藏品數位化，提升文物維護品質，加值應用效益。

三、文史研究：設有郵政專業圖書室，庋存郵政專業圖書約 1 萬 2,000 冊、一般圖書約 1 萬 5,000 冊、70 種專業期刊等供郵學研究。

四、社教及休閒：定期舉辦郵學講座、研習營，並提供展示、會議空間供外界舉辦藝文活動，推廣郵政文化。

郵政博物館集藝術、文化、教育及休閒多元功能，致力發揚郵政文化，傳播郵識不遺餘力，期許成為首都博物館群標竿及都會觀光新景點。郵政博物館除本館外，尚有臺北館（親子互動館）。

郵博譚郵		
年度	舉辦場次	參與人次
2020 年度	12 場	564 人次

郵政博物館為擴大館際交流，延伸展覽觸角，冀透過與其他博物館舉辦聯展，激盪出不一樣的花火，從不一樣的視野發現郵票之美、傳揚集郵文化，並喚起社會大眾對集郵的熱情。

館際聯展

展期	聯展名稱	協辦單位
2020 年 3 月 12 日 ~ 2020 年 9 月 8 日	《郵傳 · 郵藝映蘭陽郵票展》	蘭陽博物館
2020 年 6 月 24 日 ~ 2021 年 2 月 21 日	《郵說昆蟲特展》	國立自然科學博物館
2020 年 7 月 13 日 ~ 2021 年 6 月 20 日	《茶山學》	新北市坪林茶業博物館



郵傳 · 郵藝映蘭陽郵票展



郵博譚郵講座

臺北郵局

臺北郵局始建於 1928 年 4 月，並於 1930 年 6 月落成，建築風格富含日治中期仿西洋歷史樣式建築風格，為當時臺灣最大的郵局。本棟建築為日治時期西方工程與美學經驗的實踐，興建過程引入當時的先進技術，以供其他工程參考研究，有助提升當時臺灣營造技術水準。

1992 年臺北郵局經內政部指定為第三級古蹟，為致力於文化古蹟保存，分別於 2013 年進行外牆修復工作，2014 年進行燈光設置工作、2015 年進行臺北郵局內之北門郵局營業廳裝修工作，並於 2017 年開始進行臺北郵局車寄門廊規劃及審查作業，於 2018 年 11 月開始進行車寄門廊修復工程，預計 2021 年中完成，以期完整呈現臺北郵局歷史原貌給社會大眾。



關懷人文特輯

地方創生

10
REDUCED
INEQUALITIES



推出「關懷農產行銷」公益系列活動，秉持在地連結及社會共好的理念，發揮郵政既有優勢資源

目標 10. 減少國內及國家間不平等

10.2 在西元 2030 年以前，促進社經政治的融合，無論年齡、性別、身心障礙、種族、人種、祖國、宗教、經濟或其他身份地位。

臺灣各地的優秀小農、二代青農或原農，陸續返鄉進行農業傳承或接棒，屢因天候因素及產銷資訊不對稱等因素，面臨投注心血可能付之一炬之困境。本公司服務網絡遍及全國，係最在地化的國營企業，自 2014 年起推出「關懷農產行銷」公益系列活動，秉持在地連結及社會共好的理念，發揮郵政既有優勢資源，深度結合郵局虛實通路行銷體系及運輸投遞網絡，主要目的就是希望為農民生產的優質農產品，打開產銷通路，增加農民收入，同時又能關懷弱勢，讓愛能有更多的分享。本公司另於 i 郵購開闢「郵好青農」專區，集結臺灣各地青小農優質農特產品，讓消費者隨時可選購在地、新鮮及安心的農特產品。

2020 年 i 郵購特與向來關注土地、食材、生產者、產地之間關係的「東臺灣食通信」合作，以關懷農產行銷「花蓮山苦瓜茶」、「花蓮深山米」及「臺東臍橙」為採訪對象，製作主題影片及系列介紹圖文，發布於「東臺灣食通信」FB 粉絲團，以行腳臺灣東部在地記錄者的角度介紹當地小農，推展關懷農產行銷理念。

新冠肺炎疫情衝擊國內農產市場，小農外銷通路受阻，為紓解農產品滯銷及避免價格崩跌，本公司整合郵政資源，擴大辦理推出 i 郵購關懷農產行銷 - 臺東鳳梨釋迦、屏東金鑽鳳梨及臺南關廟鳳梨等推廣活動，透過 i 郵購平台銷售，將小農生產之優質在地農產，以郵政物流「鮮採直送」方式，遞送到消費者手中。此外，每箱捐助 10 元予在地公益團體，響應公益並善盡企業社會責任。

2020 年 3 月 20 日郵政節當天，更於全臺實體郵局「O2O 郵購站」舉辦「郵挺鳳農」展售會，提供試吃及預購現折 50 元等優惠活動，期透過郵政虛實通路推廣，整合既有業務及公益運用多元途徑，並鼓勵往來企業團購，共同協助銷售臺灣優質認證鳳梨，以實際行動力挺臺灣農民。



郵挺鳳農展售會試吃



臺南芒果活動開跑記者會



彰化二林紅龍果青農陳致嘉