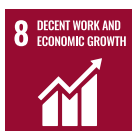


2 創新服務

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。



對應之 SDGs



- 客戶隱私 (GRI 418)
- 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)
- 顧客的健康與安全 (GRI 416)
- 行銷與標示 (GRI 417)

永續管理投入

► 管理方針

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」
- 「發展智慧物流及數位金融，提供普遍優質之郵儲壽服務」
- 「善用數位科技，強化創新能力改經營體質提升競爭力」
- 「持續拓展兩岸通郵、通匯業務，提供民眾便捷服務」

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 資訊安全管理制度
- BS 10012 個人資料保護管理制度
- 金融機構運用新興科技作業規範
- 居家檢疫或居家隔離者之郵件領收之防疫規範

當責組織

- 董事會
- 經營策略設計委員會
- 數位轉型推動小組
- 資訊安全暨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

投入資源

- 建置 i 郵購平台
- 建置郵政智慧物流園區
- 建置郵件智慧物流箱 (i 郵箱)
- 推出台灣 Pay 「郵政金融卡雲支付」
- 發行郵政 VISA 票證金融卡
- 建置數位化郵局
- 提供數位服務個人化 (MyData) 服務
- 建置啟用智能客服系統
- 導入智慧化手持裝置 (PDA) 簽收服務
- 中華郵政服務顧客滿意度調查
- 個資保護教育訓練
- 針對代售商品，2020 年共抽驗 4 次 (每季抽驗 1 次)

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

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

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，明定中華郵政應提供遞送普及服務。因中華郵政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 2020 年底，共設置 1,301 處自辦機構（包括 1,300 處郵局及 1 處郵件處理中心）以及 859 處委辦機構（包括 514 處郵政代辦所及 345 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 12 月底止，共計 9,143 座。

中華郵政自 2016 年 7 月起，積極布建智能櫃（i 郵箱），截至 2020 年底，已布建達 2,408 座。目前主要布建於臺鐵車站（111 座）、捷運站（108 座）、社區大樓、學校等人潮聚集處。2021 年起將朝 3,000 座布建目標邁進，取 / 寄郵件量預估將逾 500 萬件。

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」。

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，本公司近 3 年郵件妥投率皆達高水準之上，2018 年特種郵件妥投率為 99.33%、2019 年特種郵件妥投率為 99.44%、2020 年特種郵件妥投率為 99.40%。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，以提升投遞人員投遞服務品質。

▶ 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」。我們的營業據點廣布，包含偏遠地區及外島；設置自動櫃員機 (ATM) 3,197 台，其中包含 97 台視障語音 ATM 及 2,102 台無障礙 ATM 的貼心友善服務；存款結存總金額超過新臺幣 6 兆元，是國內最大的存款機構。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。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。

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，開辦具悠遊卡功能的郵政 VISA 金融卡服務，以提供郵政儲戶多元化支付工具，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、利用大數據精準行銷、優化自動化設備功能、開辦郵政 VISA 金融卡票證多卡通服務，提升客戶更優質的金融服務。

郵局多元便利與數位化服務

隨著科技進步、網際網路與行動裝置的普及，讓金融業務或交易的型態更加多元化，透過新興科技與金融串接運用或經由網路的虛擬通路，客戶以網路使用電腦或行動裝置，無須出門即可取得金融服務，不僅改變客戶之消費習慣，亦進而促進金融新形態發展。配合政府 FinTech 法令開放，以及推動 5 年電子支付普及率倍增的政策方向，中華郵政為因應數位科技、數位經濟發展，長期以來以客戶為導向思維，不斷地投入業務創新，積極發展多元支付服務，並推動虛實整合數位金融服務，朝數位化、智慧化方向邁進，打造客戶便利的支付生活圈，提供顧客優質的金融服務體驗，精進公司業務發展，並與臺灣經濟共同成長，以穩步向前永續經營。

發展多元支付服務方面，中華郵政持續強化及優化網路郵局及手機「e 動郵局」功能，增加設計各種貼心服務功能，簡化操作流程，提升客戶體驗。從開辦 ATM 無卡提款服務，擴展到跨行無卡提款、台灣 Pay 手機 QR Code 掃碼跨行無卡提款；在行動支付方面，推出「行動 VISA 卡」、「行動金融卡」，將實體金融卡整合進 NFC〈近距離無線通訊〉手機，並進而推出「郵政 HCE(主機卡模擬) 手機 VISA 卡」行動支付服務、台灣 Pay 手機 QR Code 掃碼購物轉帳服務及台灣 Pay「金融卡雲

支付」行動支付服務；在日常生活繳費上，開辦財金資訊公司 e-Bill 全國繳費網、聯合信用卡中心「公務機關信用卡繳費平台」及財金資訊公司「電子化繳費稅處理平台」及「醫指付」APP 等之多元線上繳費服務；另因應電子商務蓬勃發展，與支付寶合作開辦跨境電子支付服務，並與異業聯盟促進多元行動支付服務，建置電子支付約定連結郵政儲金帳戶付款 (Account Link) 平台，提供電子支付平台用戶可設定連結本人之郵政儲金帳戶，於購物付款時，直接由郵局帳戶扣款，截至 2020 年 12 月底止已與街口支付、Line Pay Money、支付連、橘子支付、歐付寶及愛金卡合作，提供更多元支付場域。並於 2020 年 11 月 24 日開辦具票證功能 VISA 金融卡發卡服務，增加郵政 VISA 金融卡之悠遊卡票證交易及自動儲值附加功能，擴大用卡範圍，成為大眾出門必備之生活卡。自 2020 年 3 月 28 日起於全國營業據點正式開辦儲戶至窗口辦理存簿儲金存、提款免填單據服務，節省儲戶書寫時間，提升顧客滿意度。截至 2020 年 12 月止，相關存、提款交易合計 128 萬 3,151 件。

配合智慧政府行動方案政策，自 2020 年 7 月 31 日起，於國家發展委員會數位服務個人化 (MyData) 平台提供儲戶查詢或下載「存簿儲金交易明細資料 (3 個月內)」服務。儲戶使用自然人憑證或臺灣行動身分證識別驗證成功後，即可查詢及下載資料。

除此之外，中華郵政為提供民眾虛實整合的數位金融體驗，已於臺北金南、板橋國慶、臺中英才、高雄新興、臺北體育場、桃園成功路、臺南成功路、桃園中央大學、臺南成功大學等 9 處郵局，啟用「數位金融郵局」服務，藉由營業廳改造及建置各式自助服務機、i 郵箱、平板電腦等行動上網設備與數位互動牆，提供客戶虛實整合 (Online to Offline, O2O) 線上線下數位消費新體驗。

未來中華郵政更將積極導入 AI 應用、智慧客服、臉部辨識及利用大數據精準行銷，以提升營運績效。



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10種，包含：主約6種（生死合險2種及保障型商品4種）及附約4種（傷害險3種、健康險1種），其中附約需依主約要保人之申請，附加於主約銷售。截至2020年底，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26,136人，除招攬郵政壽險外亦可隨時提供相關保戶服務。另有效契約件數為218萬4,668件，保額7,130億7,198萬元，總保費收入達1,185億242萬元。

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，提供網路預約投保、網路ATM保單借款、網路郵局及e動郵局線上申請及查詢功能等項目，保戶免臨櫃，僅需透過網路，即可享受快速便利服務，另自2018年7月25日起開辦行動投保業務，以提供消費者便利的投保服務。自開辦日起至2020年12月底止，行動投保共計9,174件。

2.4 集郵創新

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 2020 年 5 月 20 日發售之總統就職紀念黃金鑄錠、銀鑄錠及金、銀鑄錠珍藏組、2020 年 10 月 5 日發售之福牛黃金鑄錠、福牛銀鑄錠、福牛銀鑄錠珍藏版、福牛高浮雕銅章及福牛金鑄錠•銀鑄錠•銅章典藏組，製作精美，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。



第十五任總統副總統就職紀念金、銀鑄錠珍藏組

2.5 電商創新

i 郵購

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 i 郵購網路開店平台，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。本公司網路開店平台原名「郵政商城」，為傳達郵政電子商務服務年輕化、數位化、受消費者喜愛之形象，自 2020 年 7 月 1 日起更名為「i 郵購」。「i 郵購」提供一個完善、安全的交易平台，協助臺灣中小企業、自行創業者、農家等開創「宅經濟」新商機。據 Google Analytics 績效報表統計，2020 年度辦理 2 檔新形態推播導購活動，期間共計 12 個月，成功導購訂單數超過 1,500 筆，金額達 300 萬元以上，已達成年度目標。另據合作廠商報表數據統計，截至 2020 年 12 月底 i 郵購商品資訊訂閱戶數約達 8 萬人。

豬肉類製品產地標示

本公司配合國家為防範非洲豬瘟等動物疫病藉由電商平台網購管道入侵、透明豬肉原料原產地資訊，維護全體國民食安與健康，依據「動物傳染病防治條例」以及「包裝食品之豬肉及豬可食部位原料之原產地標示規定」，施行以下作為：

- 於 i 郵購平台系統後台增修商品上架流程，店家需明確標示肉類成份產地才准予上架，此系統功能計於 2021 年上線。
- 於 2020 年底對 i 郵購平台店家進行豬肉類製品產地標示宣導，於上述系統功能上線前，店家應自主於網頁上標示豬肉成分產地。
- 持續於 i 郵購網站上明顯處公告相關法令遵循事項。

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、i 郵購：i 郵購與加盟店家簽訂之「商品線上訂購合作契約書」約定下列事項

- (一) 第8條第3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8條第4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8條第5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8條第8項：店家保證不得於i郵購網站、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」。

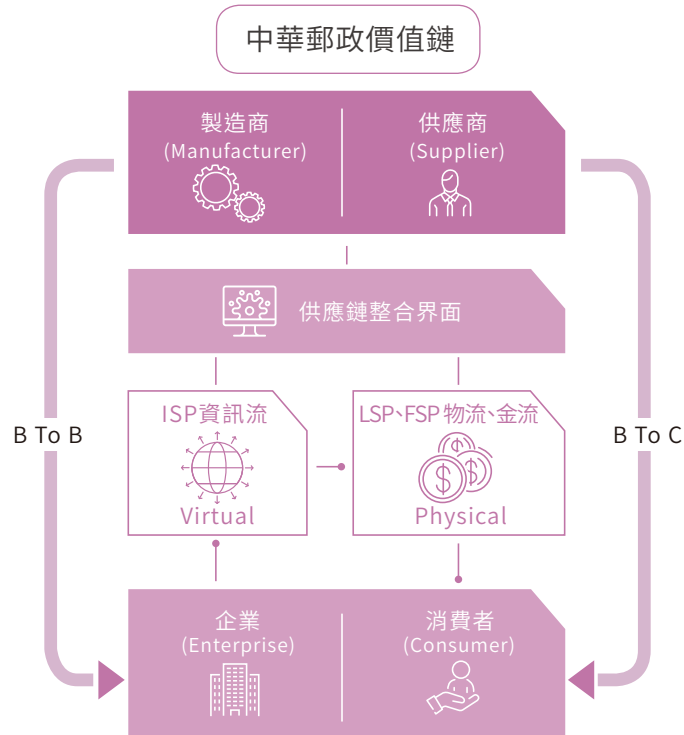
三、資訊安全宣告

i 郵購網站隱私權宣告中申明維護所有個人資料之安全，在部分情況下本網站使用通行標準的 TLS (Transport Layer Security) 機制，且每筆交易都經過 TLS 安全加密處理，以保障資料傳送的安全性。本公司同時將應遵守個人資料保護法令規定，納入與店家簽訂契約條文中，以共同承諾對個人資料保密的責任。



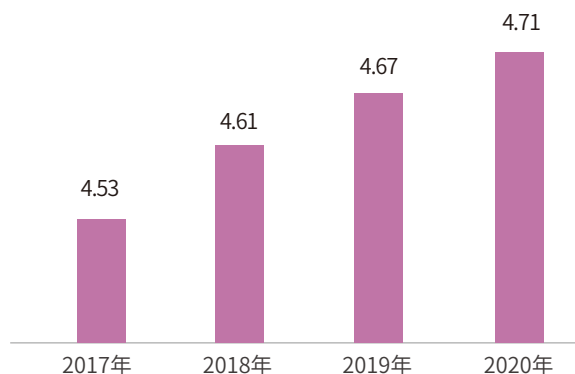
2.6 客戶關係管理

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，供應鏈為軟硬體製造商或供應商。



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。此外，為有效提供客戶滿意之服務，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，2020年顧客滿意度較2017基準年顧客滿意度成長4.0%，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



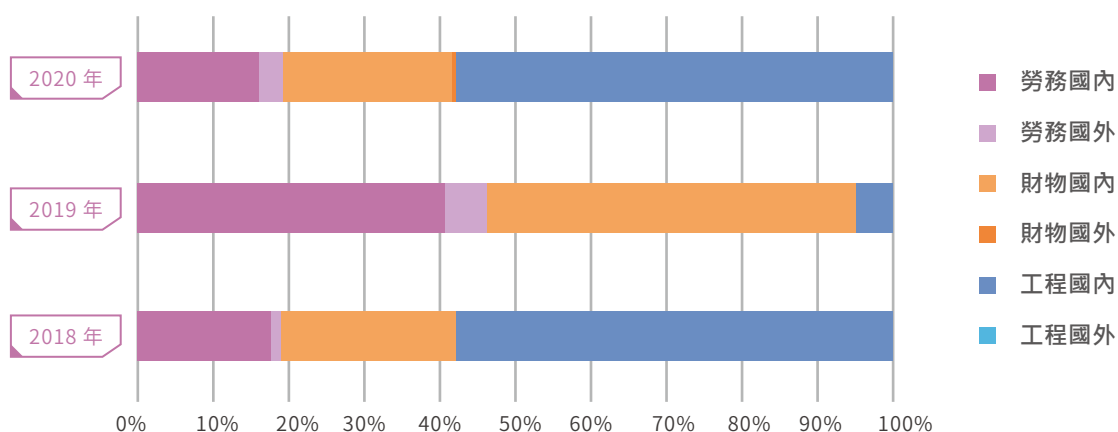
2.7 供應鏈管理

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），2020 年供應商共有 534 家，國內採購比率約 96.36%。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，2020 年符合綠色採購之比例為 99.48%。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。

單位：新臺幣億元

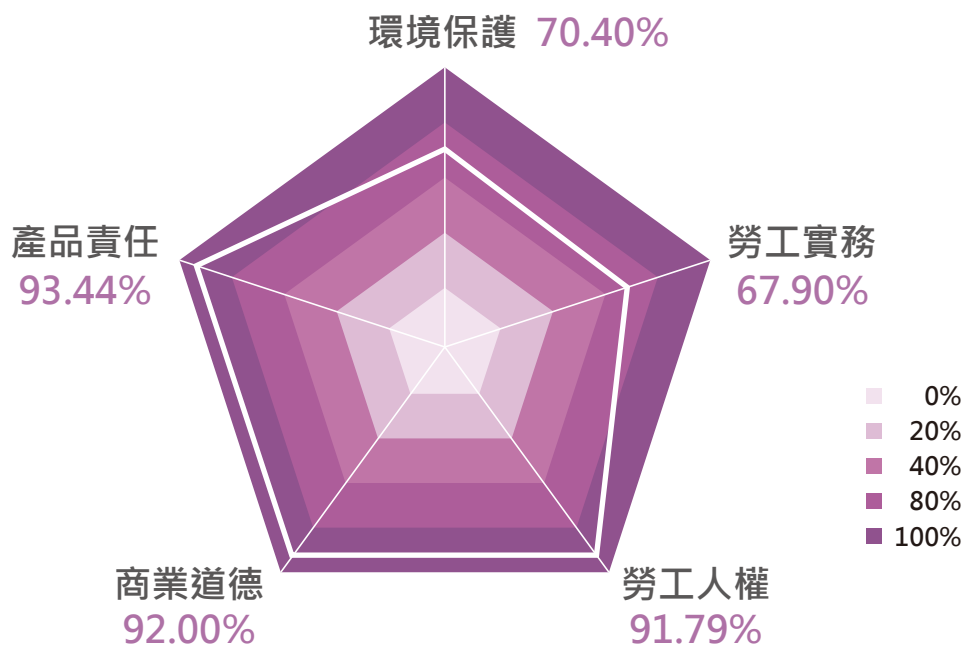
中華郵政歷年供應商概況							
契約種類	採購地區	2018 年		2019 年		2020 年	
		家數	該項採購金額	家數	該項採購金額	家數	該項採購金額
勞務	國內	242	17.04	272	22.81	252	24.06
	國外	12	1.13	17	3.18	15	5.30
財物	國內	268	22.02	267	27.35	238	33.34
	國外	1	0.02	1	0.02	5	0.12
工程	國內	21	54.76	17	2.54	24	85.88
	國外	0	0.00	0	0.00	0	0.00
家數合計	國內採購金額占比	544	98.79%	574	94.28%	534	96.36%
	國外採購金額占比		1.21%		5.72%		3.64%

中華郵政歷年供應商採購金額比例

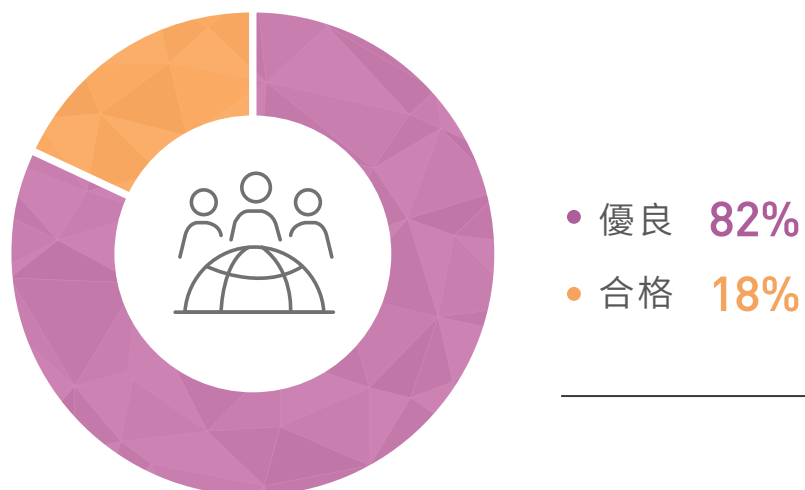


中華郵政為國營事業機構，在供應商的選擇受政府採購法規定。為強化供應商管理，中華郵政於 2020 年導入「供應商 CSR 自評問卷」，問卷內容涵蓋環境保護面、勞工實務面、勞工人權面、商業道德面、產品責任面五大構面，並依供應商自評分數分為優良 (85 分以上)、合格 (60 分以上)、待改善 (不滿 60 分) 三個等級。2020 年共回收 44 份問卷，100% 合格，其中 36 家供應商為優良，惟整體在環境保護面及勞工實務面得分較低，具一定改善空間。供應商自評結果可作為中華郵政供應鏈管理參考之依據，掌握各供應商永續作為現況，冀能於未來攜手供應商一同落實企業社會責任。

供應商資訊揭露各面向得分



供應商資訊揭露分級



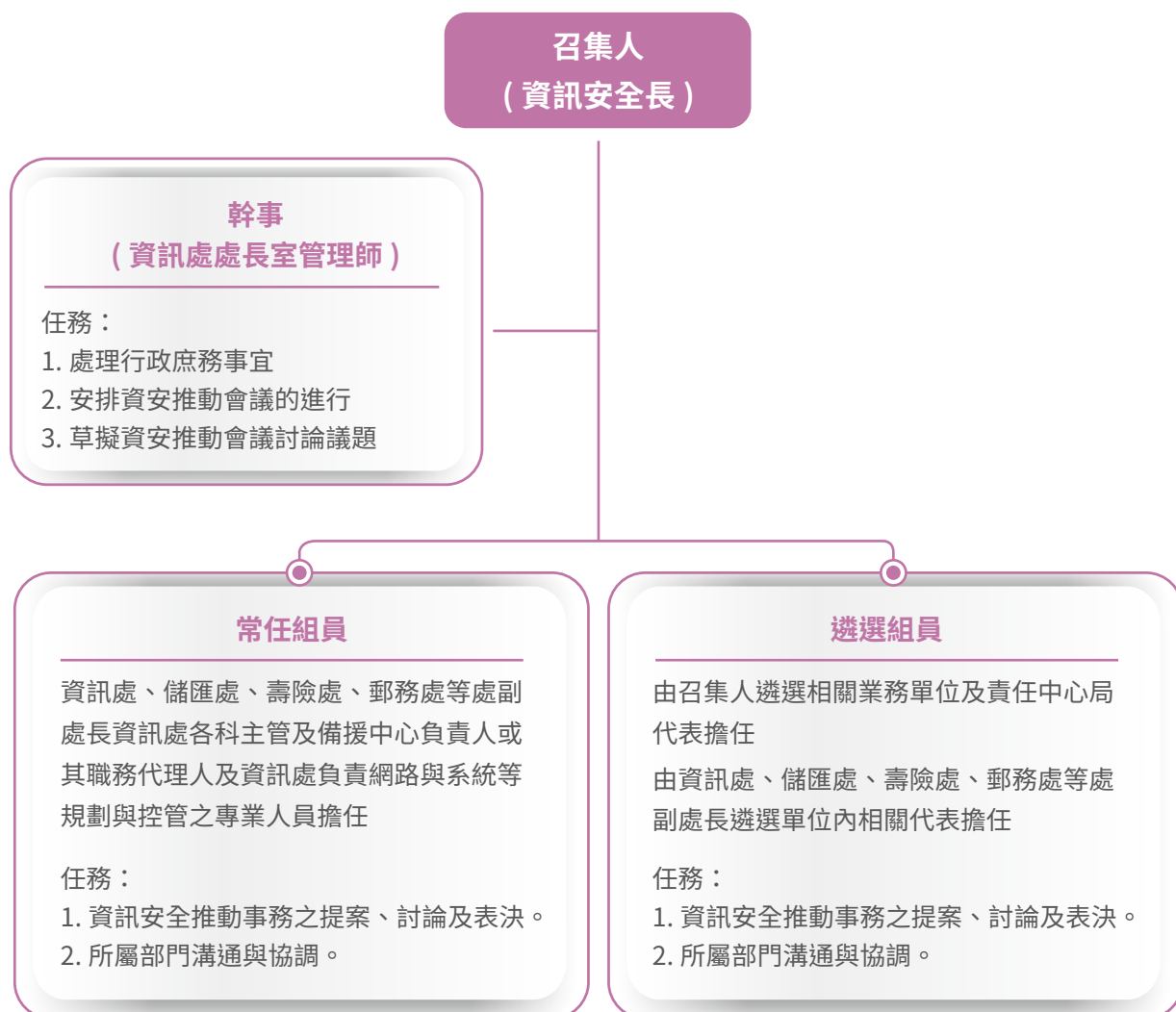
► 2.8 客戶隱私與資訊安全

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，2020 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，2020 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。

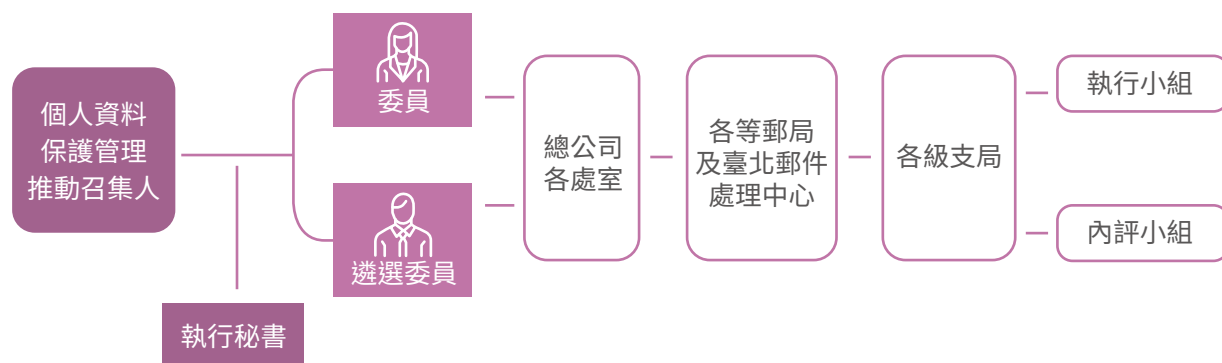


為落實及強化個人資料保護管理系統，並遵循個人資料保護法要求及保障資料當事人權利，以降低任何個人資料侵害事件可能帶來之衝擊。為符合個人資料保護相關法令及中央目的事業主管機關之規定，並提供個人資料檔案適當之安全措施，以確保本公司得以盡善良管理之責任，特依據 BS 10012:2017 個人資料保護管理國際標準建立、記載、實施及維護個人資料保護管理系統，並持續改進其有效性。個人資料保護管理量測指標共計 8 項，2020 年量測週期內之統計結果，各項指標均已達成既定目標。2020 年無發生經證實之資訊洩露、失竊或遺失客戶資料事件。

中華郵政資安推動小組－組織架構



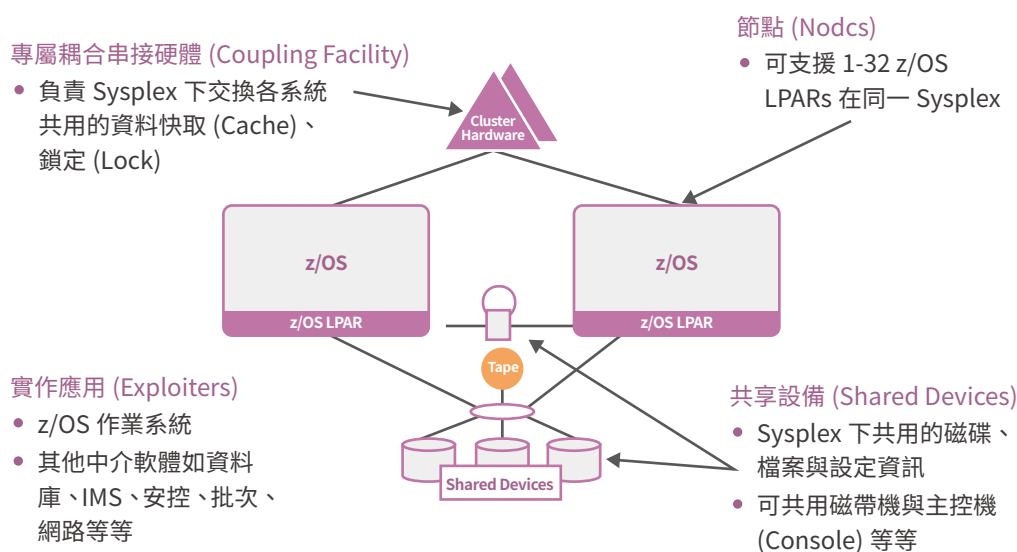
中華郵政資訊安全暨個人資料保護管理委員會



資訊創新系統 - 「平行處理架構 (Sysplex)」

鑑於業務發展及營運對於資訊系統依賴度持續增加，同時考量未來通路發展對 24 小時不中斷服務作業壓力與日俱增，中華郵政建置平行處理架構 (Sysplex) 提高系統可用性 (Availability) 與交易處理擴充性 (Scalability)。考量平行處理架構為國內外各同業發展趨勢，且雙主機平行處理架構將可大幅減少郵政物流園區（機場捷運 A7 站）資訊中心搬遷停機時間，本公司規劃以雙主機平行處理架構環境為最終目標，俾強化本公司資訊服務能力，提升服務品質，以臻資訊服務零中斷目標，進一步確保本公司資訊系統重要個人及交易等資訊之機密性、完整性及可用性，維持各項服務之穩定運作，在遭遇重大異常事故或威脅，導致業務中斷時，能快速復原持續提供服務並回復服務水準。

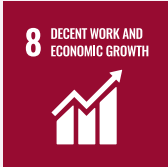
Sysplex 基本概念圖



平行處理系統 (Sysplex)

創新服務特輯

VISA 悠遊好生活



中華郵政參與「2020 臺北・金融博覽會」

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

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。

中華郵政於 2020 年 11 月 27 日至 29 日參與在臺北世貿一館舉辦之「2020 臺北・金融博覽會」，以多元支付及便利生活為主軸，設置「VISA 悠遊好生活」、「虛實整合郵購站」及「i 郵箱智慧物流」三大服務展區，透過便利多元支付方式，串連 O2O 郵購站及 i 郵箱，呈現郵政數位金融服務帶給民眾的生活便利。

中華郵政於 11 月 24 日推出首張具悠遊卡票證功能的 VISA 金融卡，嶄新郵鴿卡面也於展場亮相，新型態 VISA 金融卡加載悠遊卡票證及小額支付功能，藉由提款、簽帳、悠遊，三卡合一，搭乘大眾運輸工具、超商購物或小額消費，皆可便利使用。中華郵政為展現響應政府振興經濟之十萬誠意，針對郵政晶片金融卡及 VISA 金融卡卡友，推出數位振興三倍券加碼回饋優惠活動，共計 10 萬名，總金額 3,000 萬元。持有郵政 VISA 金融卡之卡友，可於中華郵政全球資訊網「振興三倍券」專區(7 月 1 日啟用)，選擇登錄綁定郵政 VISA 金融卡，累計消費滿 3,000 元之前 9 萬名客戶，可獲得限量加碼回饋金 300 元。





展區亦設置「郵政 O2O 郵購站」，以新零售營運模式及店中店型態展現，結合實體商品展售、會員福利加碼及多元郵政物流服務，邀請民眾藉由郵政 VISA 金融卡的悠遊卡支付功能，體驗購物樂趣。

另為讓民眾體驗「i 郵箱」取件的便捷以鷗翼車搭載「i 郵箱」的首部「行動 i 郵車」亦於會場展示同時舉辦「開箱送好禮」活動，與民眾同樂。

中華郵政為提供有感金融服務，持續開發網路郵局、e 動郵局及網路 ATM 等多元 e 化功能，廣續優化線上金融服務及友善操作介面，提供民眾更多元流暢的郵政數位服務。