

## Chapter 5

# 創造優質服務



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。

### 包含的重大主題

顧客的健康與安全 (GRI 416)

行銷與標示 (GRI 417)

客戶滿意 (自訂主題)

郵件妥投率 (自訂主題)

創新服務 (自訂主題)

### 對應之SDGs



## 創造優質服務管理方針

### 永續管理投入

#### 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」

#### 當責組織

- 董事會
- 郵務處
- 儲匯處

- 壽險處
- 集郵處
- 電子商務室
- 經營策略設計委員會
- 數位發展委員會
- 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
- 郵政員工訓練作業BIF (Business Information Framework)

- 金融機構運用新興科技作業規範
- 郵政代售業務推廣作業要點
- 居家檢疫或居家隔離者之郵件領收之防疫規範
- 郵政簡易人壽保險業務招攬處理制度及程序要點

#### 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)
- 推出行動郵局APP
- 配合政府振興經濟刺激消費政策，提供發放及兌付紙本振興五倍券及兌付桃園好市乘雙券服務
- 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
- 每季抽驗1次代售商品

#### 預防或補救措施

- 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
- 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

#### 永續績效產出

- 相關績效請參閱第12頁「2022年永續成果與績效」創造優質服務績效

## 5.1

## 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。為落實「普及化服務」本公司郵務業務提供良好之收受及遞送「服務品質」、均一合理資費與全國性服務，並提供即時、可靠及效率服務與充足之郵政設施。中華郵政業務服務營運據點遍佈全臺，截至2022年12月止，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769處委辦機構(包括466處郵政代辦所及303處郵票代售處)，2023年目標仍維持營業據點覆蓋率超過99%。營業據點居金融機構之冠，並設置各式的郵務自助機具，其中i郵箱主要布建於郵局、臺鐵車站、捷運站、社區大樓、學校等人潮聚集處。除了自助機具，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2022年12月底止，共計9,197座，未來將搭配i郵箱建置，逐步檢討各地信筒箱數量。



自助機具種類	臺數
i 郵箱	2,408座
郵政票品出售機	29臺
郵資票出售機	45臺

## i 郵箱提供顧客24小時全年無休取/寄件自動化服務

- 1.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。
- 2.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。

## 中華郵政攜手洗衣業者 推透過i郵箱通路送洗衣物

為打造i郵箱成為多元智慧物流服務網絡，積極拓展異業結盟，提升使用可及性，中華郵政與U-Wash速喜樂美式洗衣合作，民眾可於「速喜樂線上預約」APP，選擇透過郵局i郵箱將待洗衣物或床組送至速喜樂各門市，進行洗滌烘乾與摺整後，再回送至民眾指定取件i郵箱，藉由雙向便利物流，提供民眾快速便捷的「送洗及取件」新服務。

## i郵箱「現場箱到箱」功能上線

中華郵政公司為提供多元便利的寄件選擇，全國i郵箱，新增「現場箱到箱」寄件功能，民眾到i郵箱交寄郵件至指定i郵箱，免預填託運單，依系統步驟點選，即能完成寄件、付款。當郵件送達指定i郵箱，收件人在三日內至指定i郵箱，輸入手機末三碼及簡訊取件碼，10秒內即可快速領取郵件。且因i郵箱具「零接觸、無現金支付」特性，提供24小時全年無休自助取、寄件服務，是防疫期間最佳物流方式，使民眾能落實防疫生活，降低接觸染疫風險。



## 新北地政案件交寄i郵箱擴大服務 取件超方便

為擴大便民服務，減少民眾申請案件往返次數，新北市各地政事務所自2022年4月1日起全面推辦「地政案件交寄i郵箱」服務，讓民眾享受便捷且不受時間地點限制的取件方式。

有鑒於民眾對此便民服務的肯定，除原有的登記案件外，只要是涉及核發或檢還文件的人民申請案，都可以申請透過i郵箱交寄取件，歡迎洽公民眾多加利用。



## i郵箱新增第三方支付付款方式：街口和悠遊付

繼開放郵政金融卡、儲值卡(悠遊卡、一卡通及愛金卡)及一卡通MONEY於i郵箱繳付郵資後，為擴增多元支付管道，本公司再增提供悠遊付及街口支付服務。

民眾使用i郵箱自助寄件時，只要將郵件封裝完妥，攜至鄰近i郵箱，於寄件郵資付款方式頁面，選擇行動掃碼支付，出示行動裝置上的悠遊付或街口支付條碼(如QR Code)，由i郵箱掃描器自動刷讀掃碼，掃碼成功支付後，將同時於i郵箱及行動裝置上顯示交易成功訊息(取消者也相同)，並自悠遊付或街口支付帳戶內扣除款項。



### i郵箱結合ESG之成果

為發展智慧物流並兼顧環保永續，中華郵政公司「i郵箱」結合物聯科技及郵局綿密之郵遞網絡，提供自助取、寄郵件服務。單點多件的配送方式有效減少車輛往返投遞能源消耗及碳排放，24小時全年無休亦有效延伸郵局服務時間及據點、減少顧客等候時間，近年來更發展成為環保、公益及資源再利用的平臺，為國內環境、社會創造更美好的生活感動。

近年來，隨著i郵箱功能精進，在環境保護與永續的議題上，成果如下：

#### 一、2020年5月起與奈斯派索 (Nespresso, 雀巢子公司) 合作咖啡膠囊回收服務

Nespresso咖啡膠囊採用鋁材包裝，熔化後即再次成為鋁錠，可製成自行車、筆、筆記本、刀具、藝術品等各種實用生活用品。除於全臺精品店及百貨專櫃設置回收箱外，於2020年5月17日國際回收日 (International Recycling Day) 新增郵局「i郵箱24小時郵寄」咖啡膠囊免郵資郵寄回收服務，提供會員更便利自由之回收時間選擇。

#### 二、2020年9月起配合行政院環境保護署推動「網購包裝循環」活動

以各地(綠)郵筒(含i郵箱智慧郵筒)作為購循環袋(箱)回收點，並採廣告回信模式配送至指定地點(龜山文化郵局及大園郵局投遞部門)，目前參與本公司回收活動之業者有momo購物網及PChome24h線上購物。

#### 三、2020年9月起與臺灣最大物資平台GC贈物網合作活化閒置物資

GC贈物網媒合捐贈雙方，中華郵政提供i郵箱物流方案，捐贈人利用全臺2,408座「i郵箱」寄出閒置物品予受贈人。合作以來每年約活化22,000件閒置物資，約減少3,847.3公斤碳排放。

合作專案於2022年得經濟部中小企業處舉辦之社會創新產品及服務採購獎勵(特別獎)之公務創新獎。

#### 四、2021年1月起與「書寶二手書店」合作推廣二手書籍

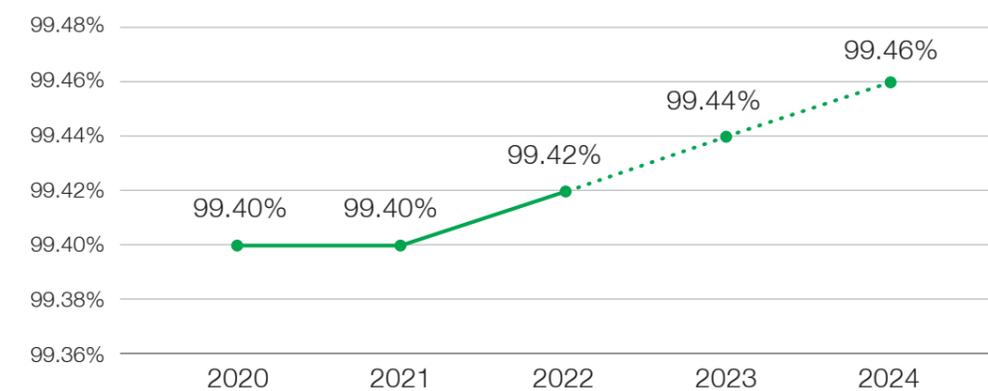
民眾捐書、賣書可隨時於郵局、捷運站、車站等處「i郵箱」寄件，推廣閱讀及傳遞書香文化。



### 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，本公司已明訂相關郵件投遞重點工作項目及作業要求，並重視人員教育訓練強化服務品質，加入主管及郵務稽查督導、管理及查核功能。本公司近年郵件妥投率皆達高水準之上，2020年郵件妥投率為99.40%、2021年郵件妥投率為99.40%、2022年郵件妥投率為99.42%。未來本公司將繼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。

#### 郵件妥投率



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。

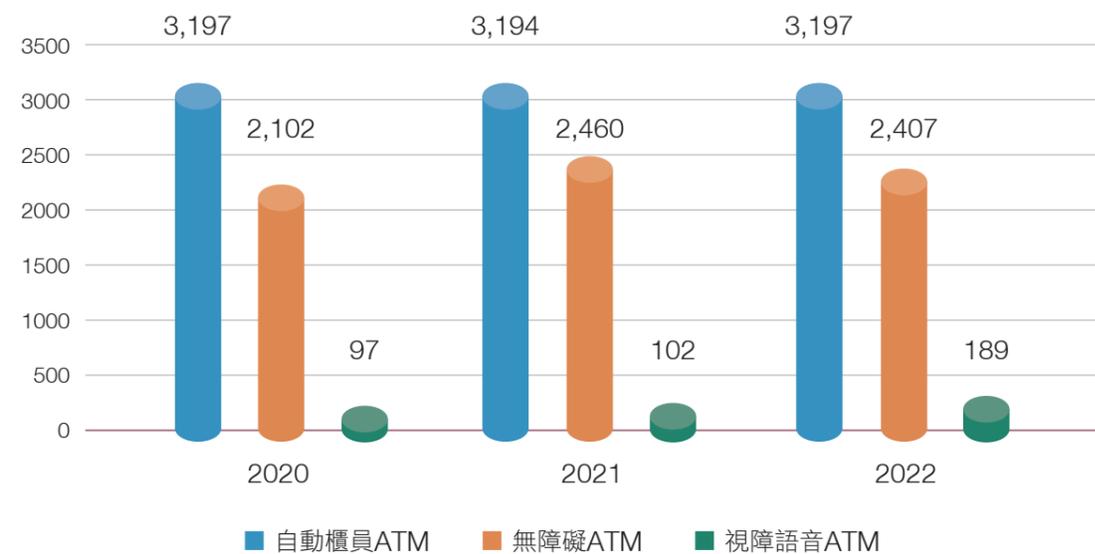
中華郵政自2017年與日本郵政首次開辦國際e小包後，又陸續與其他亞洲、歐洲、美洲及大洋洲等郵政合作開辦。為擴大服務範圍及周延本業務之完整性，2022年續與荷蘭及香港郵政合作開辦國際e小包服務，截至2022年共與20國(地區)郵政合作開辦本項業務，以提供臺灣企業拓展全球跨境電子商務市場，滿足用郵客戶不同之需求。

## 5.2

## 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，郵政儲金種類含存簿儲金、定期儲金及劃撥儲金，旨在利用郵政機構普及之特性，服務全國國民，配合政府鼓勵國民節約及儲蓄，匯集游資，協助國家重大建設及穩定金融市場。基於多年來穩健經營，雖歷經金融風暴、經濟不景氣、產業及資金外流等因素衝擊，郵政儲金之存款戶數及結存金額仍居國內金融機構之冠，存款結存總金額超過新臺幣6兆元，為國內最大的存款機構，是金融業界暱稱的「綠巨人」，已連續2年榮獲富比士(Forbes)雜誌「全球最佳銀行」(The World's Best Banks)殊榮。未來仍將廣續推展薪資存款、網路郵局、行動郵局、網路ATM、VISA金融卡、行動支付及數位存款帳戶等業務，以提升存簿儲金占有率，如儲匯業務發生行銷與標示不符事件，則依本公司訂定之「儲匯業務宣傳資料製作管理規範及散發公布控管作業流程注意事項」之儲匯業務宣傳資料散發、公布及停用控管流程辦理；本公司營業據點廣布，包含偏遠地區及外島，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，截至2022年底共設置自動櫃員機(ATM)3,197台，其中包含189台視障語音ATM及2,407台無障礙ATM的貼心友善服務；258處郵局辦理國際匯兌業務、285處郵局辦理買賣外幣現鈔及買回美金旅行支票業務。

中華郵政歷年ATM建置數量



中華郵政近年因應數位科技蓬勃發展，全力發展數位金融，並以顧客需求出發，積極建置虛實整合數位金融服務、營造多元友善金融環境及進行跨領域合作，提供數位存款帳戶、行動郵局APP、電子支付服務(連結帳戶付款)、VISA金融卡、開放銀行、數位身分驗證等多元服務，將郵政金融服務嵌入人民生活場景，提供完善之郵政數位金融服務生態圈。另積極規劃開辦創新業務、拓展電子化服務管道及結合第三方服務業者(Third-party Service Providers, TSP)，運用金融科技將郵政金融服務嵌入人民生活場景，以完善郵政數位金融服務生態圈。

## 多元便利與數位化服務

開辦數位存款帳戶，提供本國成年客戶以網路或行動設備免臨櫃申請開戶，開戶時同步申辦郵政VISA金融卡、網路郵局及行動郵局APP，線上申辦流程簡易省時，大幅提升開戶便利性。



推出新版「行動郵局APP」，藉由使用者體驗研究，設計簡易明瞭的操作介面，並同時兼具服務個人化、無密碼化及整合實體與數位服務之亮點，提升民眾操作之便利性。



於行動郵局APP新增「設定非約定轉帳功能」，儲戶可於行動郵局APP申請網路非約定轉帳及設備綁定密碼，並持金融卡至本公司ATM或網路ATM啟用，提升便民服務並降低窗口臨櫃等待時間。



與遠傳電信(股)公司合作，儲戶可透過「friDay理財+」APP，經「行動郵局」APP完成授權認證後，查詢郵政存簿儲金帳戶餘額及交易資訊，提升管理帳戶便利性。



於特定郵局營業廳內設置智慧型自助服務機(Intelligent Service Machine)，智慧型自助服務機運用智慧掃碼及辨識技術，提供自動掃描帳單並辨識繳費資訊功能，由客戶自行使用郵政金融卡完成繳費作業，降低臨櫃等候時間。



與全支付電子支付(股)公司及全盈支付金融科技(股)公司合作，儲戶可於全支付(PXPay Plus)APP、「全盈支付」APP設定連結郵政儲金帳戶付款服務，截至2022年12月底止本公司已與街口支付、一卡通Money、Pchome Pay支付連、橘子支付、歐付寶、icash Pay、悠遊付、全支付及全盈支付合作，提供更多元支付場域。



### 振興經濟臺灣隊

因應後疫情時代，配合政府振興經濟刺激消費政策，本公司提供發放及兌付紙本振興五倍券及兌付桃園好市乘雙券服務；另為順應數位發展趨勢，提供客戶使用郵政VISA金融卡及郵政金融卡掃碼交易(台灣Pay)數位綁定，並配合各部會辦理數位振興券加碼活動。



配合政府提振國內經濟政策，接受經濟部委託及臺灣銀行轉委託，辦理紙本振興五倍券配發、發放及兌付等作業。

自2021年10月12日起至2022年4月底止於窗口發放紙本振興五倍券，合計發放571萬4,454件；另自2021年10月15日起至2022年6月底止於窗口兌付五倍券，合計兌付868萬8,753張，金額共38億8,334萬餘元。

桃園市政府配合中央振興五倍券推出「桃園好市乘雙券」方案

自2022年1月3日起至6月30日止，開放桃園郵局所轄各級郵局辦理兌付「桃園好市乘雙券」，合計兌付3萬3,193張。

數位振興五倍券綁定郵政VISA金融卡及台灣Pay服務

自2021年9月22日起至2022年4月底止，數位振興五倍券綁定人數共11萬9,247人(含共綁人數)，其中數位綁定VISA金融卡為9萬2,258人，台灣Pay為2萬6,989人，共撥付回饋金新臺幣5億8,506萬餘元。

各部會數位振興券加碼活動

- 1.配合行政院經濟部推出「好食券」加碼方案，自2021年10月8日起至2022年4月30日，撥付金額為新臺幣4,920萬餘元。
- 2.配合國家發展委員會推出「地方創生券」數位加碼方案，自2021年12月1日起至2022年8月30日止，撥付金額為新臺幣385萬餘元。
- 3.配合原住民族委員會推出「i原券」數位加碼方案，自2021年12月1日起至2022年4月30日止，撥付金額為新臺幣707萬餘元。
- 4.配合國家發展委員會因應春節假期推出「地方創生春節加碼券」，2022年1月1日起至8月31日止，撥付金額為新臺幣3,118萬餘元。

## 5.3

## 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。相較其他大型民營保險公司，在壽險業務服務上，兼具深度及廣度，特別是在東部及離島地區，均涵蓋在其服務網絡中，提供普及性、不分城鄉的郵務、儲匯、壽險業務。於各地之郵政營業場所提供全民投保、理賠一站式的便利服務，商品具免體檢、投保簡便等特色，並致力於貼近市場需求，持續推出保險保障商品，以有效提供社會大眾基本經濟保障，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。本公司於保險商品正式開發作業時，成立「商品開發小組」、「商品評議小組」及「保險商品管理小組」，依據「保險商品銷售前程序作業準則」、「人身保險商品審查應注意事項」、「郵政簡易人壽保險監督管理辦法」、「郵政簡易人壽保險投保規則」及「保險業風險管理實務守則」審慎進行商品設計開發，檢視費率之適足性、合理性及公平性，用制度化、組織化為導向，設計符合政府政策與社會需要之保險商品。2022年現售商品共15種，包含：主約11種（生死合險8種及純保障型商品3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2022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25,460人，除招攬郵政壽險外亦可隨時提供相關保戶服務。截至2022年底有效契約件數為204萬8,184件，保額6,561億9,552萬元，總保費收入達840億4,534萬元。

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，另保險商品依「人身保險商品審查應注意事項」之規定標示。

因應高齡化社會來臨，本公司2022年推出如郵政簡易人壽金歡喜增額保險、郵政簡易人壽常樂增額保險、郵政簡易人壽金幸福保險、郵政簡易人壽常鴻增額保險等商品供民眾選擇，又因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、網路郵局及行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。2022年行動投保成立件數共1萬2,583件，達成率為193.58%，自開辦日起累計行動投保共計2萬3,343件。

人身保險商品審查  
應注意事項

## 壽險服務效能提升

## 網路投保

為因應金融科技發展與後疫情時代非接觸式消費趨勢，積極推動數位金融服務為，本公司於2022年3月21日開辦網路投保業務，並同時推出首張網路投保商品「郵政簡易人壽e68定期壽險」，提供不受時間、空間場域限制的投保服務；另為增進全民福祉及豐富網路投保選擇性，續於同年11月1日推出第2張網路投保商品「郵政簡易人壽郵e靠保險」，民眾可依自身需求選擇適合的商品投保，並以貼近新型態消費者之消費習慣，強化本公司壽險業務經營，並優化客戶體驗，創造品牌新價值。



## 提供壽險公會聯盟鏈服務

加入壽險公會建置「保險科技運用共享平台」之「保全/理賠聯盟鏈」及「保險理賠醫起通」服務，並於2022年6月30日以轉收家上線，9月30日以首家上線。保戶於首家保險公司提出個人基本資料變更/理賠申請，並同意過「保險科技運用共享平台」將該項變更/理賠申請通知其他保險公司一併申請，達成單一契約申請，文件共通之效益。



## 開辦電子保單業務

為落實節能減碳政策及永續經營發展，推行電子保單及電子批註單服務，加入壽險公會建置「保險科技運用共享平台」之「電子保單暨存證」服務，自2022年12月27日起保戶得選擇以電子保單取代紙本保單，電子保單經由壽險公會第三方認證機構平台進行驗證與存證，紀錄投保與資料異動歷程，日後若保戶對電子保單真偽有爭議時，得由公正第三方提供保單內容作為佐證，確保保單的保障範圍。



5.4

# 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。郵票設計及印刷朝主題、造型及印刷技術創新發展，並加強年輕族群喜愛之題材；另為開拓集郵市場，本公司積極開發符合市場需求之各項集郵商品，如結合國際知名卡通圖案周邊商品、系列性推出金銀鑄錠等商品，帶動商品購買及收藏熱潮。

2022年度發行18套郵票、郵資票1款、專冊郵摺7款、原圖明信片5款及集郵商品10項48款。其中4月25日發行之「臺中捷運郵票小全張」外型採用捷運車頭造型，增添集郵樂趣；5月12日發行之「寶島風情郵票-雲林縣」推出供套印用之虛擬齒孔無版銘圖案個人化郵票，供顧客製作珍藏；5月20日發行之「賀喜郵票(111年版)」以結婚賀詞為題材，適合新人貼寄請柬；8月3日及11月3日系列規劃並分次發行之「故宮古畫郵票-二十四節氣(秋)、(冬)」以聯刷方式印製，每枚郵票長邊中間有異形齒孔，巧妙展現故宮經典畫作；8月17日發行之「鳳飛飛郵票」因主題特殊，廣受民眾喜愛，並配合發行鳳飛飛郵票專冊1款。另配合不同目標客群開發「翠渲福祿經

典茶具組」、「謝謝媽媽·寸草春暉黃金鑄錠」、「SNOOPY郵你真好系列商品」、「喜迎財神黃金鑄錠」、「幸福郵你幾米系列集郵商品」及「鴻兔系列商品」等集郵商品，不斷追求創新。

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。

為宣傳郵票之美，本公司於2022年3月1日至3月31日舉辦「111年郵票選美活動」，4月22日公布票選結果，總投票數共32萬8,559票，得票數最高前3名郵票依序為「感恩郵票小全張-向防疫人員致敬」、「新年郵票(110年版)-小全張」、「澎湖南方四島國家公園郵票：西吉嶼-藍洞」。



故宮古畫郵票-二十四節氣

5.5

# 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，2022年度辦理強化站內導購機制，期間共計7個月，成功導購訂單數超過8,000筆，金額達2,000萬元以上，已達成年度目標。截至2022年12月31日止i郵購會員人數逾56萬人。

為提高消費者黏著度、增加i郵購店家商品露出機會，串接工研院「Venraas個人化推薦服務」，屬跨裝置與作業系統之導購機制，部署於i郵購站內特定網頁區塊。進入i郵購網站之用戶在i郵購站內特定頁面停留時，Venraas個人化推薦服務會自動推薦其可能感興趣的商品呈現於特定區塊，誘使其加入購物車。

## 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，此外，本公司於商品上架前，會仔細檢視並核對提報商品標示是否符合「商品標示法」或該商品類別母法之規範(如：酒類標示管理辦法)，以確保消費者選購商品時能獲得正確資訊，讓民眾放心買，送禮體面，自用安心。

本公司訂有「郵政代售業務推廣作業要點」，定期抽驗代售廠商出貨至本公司之產品，每1家廠商每1份契約每年度至少抽驗1項商品，如有疑慮者，得隨時抽驗。針對代售商品，2022年共抽驗4次(每季抽驗1次)。



### 中華郵政電子商務保障顧客安全

招商文件下載/契約條款及經營收費標準/  
商品線上訂購合作契約書



## 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：

- 2022年i郵購平台商品上架流程上線，店家需明確標示肉類成份產地才准予上架，新上架商品100%符合該規定。
- 積極對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已上架之商品，店家應自主於網頁上標示豬肉成分產地，並於2023年前完成相關標示。
- 持續於i郵購網站上明顯處公告相關法令遵循事項。



## Buying Power 社會創新產品

### 與社會創新組織跨界合作 雙贏共好

為推動社會創新發展，協助社會創新組織拓展行銷通路，經濟部中小企業處辦理「Buying Power - 社會創新產品及服務採購獎勵機制」，鼓勵中央及地方政府機關、國營事業、民營企業及團體率先採購社會創新組織產品或服務，鼓勵實踐永續之企業組織將相關資源投入，協助社會創新組織取得資源及開拓市場商機。截至2022年底，「社會創新產品」專區共有20家商店、「i推薦」專區約有71家商店670項商品。

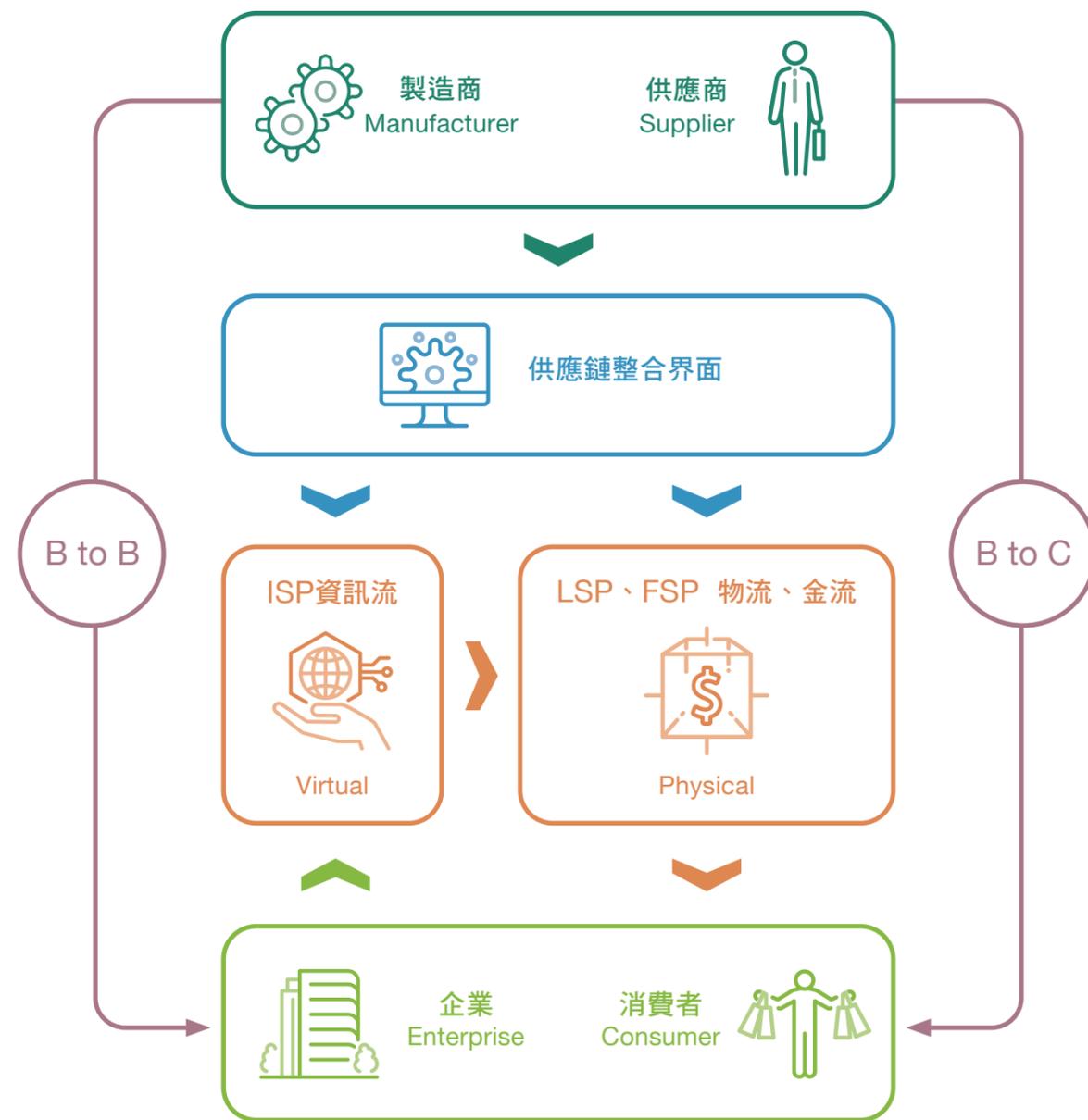


5.6

# 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，供應鏈為軟體製造商或供應商。

## 中華郵政價值鏈



## 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。

### 推動智能客服

為提升服務品質，強化溝通管道之便利性，中華郵政於2021年2月23日推動啟用智能(文字)客服系統，並持續精進優化系統服務，除顧客服務專線提供客戶用郵諮詢外，另提供客戶多元選擇服務管道，俾提升郵政服務效能及競爭力。

智能客服客戶使用量逐月遞增，除營運初始3個月平均約1.4萬通外，2022年度月平均量達63,042通(次)。該平台如係客戶轉換平台體驗方式，以取代撥打該專線轉接專人服務電話通數，可節省電話服務專線委外專人服務費用及電話費用，並提升整體服務品質。



## 客戶滿意度

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，2022年度4.71分符合短期目標之設定。2022年度「關懷農產行銷」之整體滿意度，店家平均滿意度為4.6顆星(共34個店家)，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

