

Chapter 03 創新郵政服務



本公司以企業化經營原則，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，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，及朝數位化、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)

衝擊描述

若忽視服務對象意見回饋及提供服務品質不佳，不確保商品資訊或標示完整，導致顧客流失、公司聲譽的損失，與市場對公司產生不信任，對經濟與社會影響占比較高。

對應之SDGs



永續管理

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

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

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(Business Information Framework, BIF)
- 金融機構運用新興科技作業規範

2023年行動績效

- i 郵箱累計達2,408座
- i 郵購導購訂單金額達3,153萬元
- 郵政代售商品抽驗4次
- 數位典藏票品、博物圖像及資料12類221件
- 郵件妥投率98.86%
- 平均顧客滿意度4.80分
- 首發無實體卡片「數位VISA金融卡」
- 郵政智慧物流園區「郵政物流中心」正式啟用
- 舉辦「臺北2023第39屆亞洲國際郵展」
- 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
- 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



民國113年4月22日
永續郵票一創新

3.1 延伸郵務價值

本公司肩負國內及國際郵件收寄投遞「普及化服務」之法定任務，為保障國民基本通信權益，提供均一合理資費與全國性服務，於全臺廣設據點，並設定維持營業據點覆蓋率超過99%之目標，截至2023年12月止，共設置1,297處自辦機構（包括1,296處郵局及1處郵件處理中心）以及710處委辦機構（包括439處郵政代辦所及271處郵票代售處）。

為確保即時、可靠及服務效率，近年陸續設置各式的郵務自助機具，且維持每1村(里)至少有1具信筒箱，以符合公眾用郵所需，截至2023年12月底止共計8,956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	24臺
郵資票出售機	37臺

3.1.1 多元 i 郵箱服務

i郵箱係郵政轉型智慧物流之重要策略，可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，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，結合優質配送網、手機、物聯網 IoT、雲端科技等條件，提供顧客24小時全年無休自助取/寄郵件服務。

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，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郵箱陸續新增第三方支付付款方式：街口支付、悠遊付、icash Pay、全盈+PAY和全支付

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、街口支付、icash Pay、全盈+PAY及全支付繳付郵資服務。

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等條碼（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等帳戶內扣除款項。



i郵箱結合ESG之成果

為發展智慧物流並兼顧環保永續，「i郵箱」結合物聯網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；2023年回收23,364件。



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)作為網購循環袋(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)，目前參與回收活動之業者有momo購物網及PChome24h線上購物，2023年回收2,836件。

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

(一)GC贈物網媒合捐贈雙方，本公司提供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，2023年交換物資29,796件。
(二)合作專案於111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，2023年回收二手書5,381件。

3.1.2代售及電商平台

郵政代售業務

依郵政法第5條第7款，本公司可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，並訂有「郵政代售業務推廣作業要點」，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，且符合「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。商品上架後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。2023年共抽驗4次（每季抽驗1次）。

i 郵購

自2010年起開辦「郵政商城」網路開店平台，於2020年7月更名為「i郵購」，以郵政虛、實通路完整的物流、金流、資訊流及客戶流資源，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，截至2023年12月31日止i郵購會員人數逾39萬人。

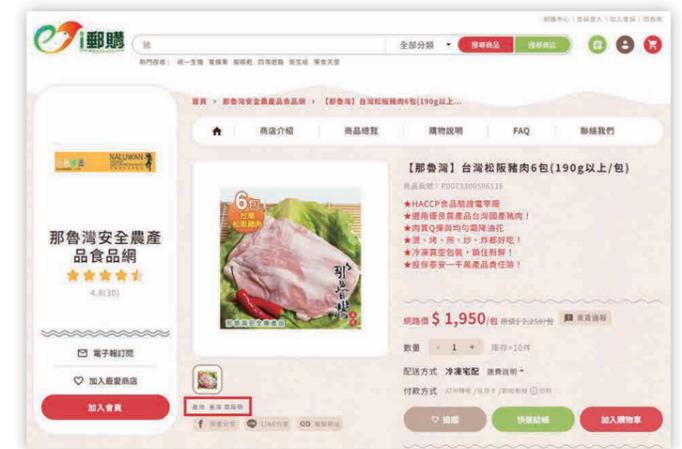
為提高消費者黏著度、增加開店平台內店家商品露出之機會，i郵購已串接工研院跨裝置與作業系統之導購機制-「Venraas個人化推薦服務」，用戶在i郵購站內特定頁面停留時，Venraas個人化推薦服務會自動推薦其可能感興趣的商品呈現於特定區塊，誘使其加入購物車。據Google Analytics績效報表統計，2023年度辦理強化站內導購機制，成功導購訂單數超過14,236筆，金額達3,153萬元，已達成年度目標。

豬肉類製品產地標示

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：

- 1.於i郵購平臺系統後臺增修商品上架流程，店家需明確標示肉類成份產地才准予上架，此系統功能配合系統商品頁改版作業已於2022年上線。
- 2.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。
- 3.持續於i郵購網站上明顯處公告相關法令遵循事項。

目前i郵購站內約有160多項食品應符合上述改善作為，約占總商品數(11.6萬)的0.14%。



i郵購豬肉類製品產地標示

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，經濟部中小及新創企業處辦理「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2023年底，「社會創新產品」專區共有30家商店、「i推薦」專區約有84家商店919項商品，較2022年增加249件。



3.1.3 郵政特色業務

郵票販售

集郵業務為本公司專營業務之一，隨著時代演進，郵票功能已由單純的郵資支付，轉向專業的集郵領域及禮品市場 2 大區塊，因此郵票設計、印製及發行策略亦配合不斷調整，朝禮品化、精緻化、客製化及物以稀為貴等顧客導向作規劃，投入發展創新印刷技術，並加強年輕族群喜愛之題材，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，積極開發符合市場需求之各項集郵商品，帶動商品購買及收藏熱潮。

2023 年度發行 18 套郵票、郵資票 2 款、專冊郵摺 10 款、原圖明信片 5 款及集郵商品 16 項 41 款，其中以三麗鷗家族 SANRIO CHARACTERS 為主題，續推出聯名集郵商品，引發民眾搶購收藏；以我國第一套郵票—大龍票為主題發行大龍獻瑞金銀鑄錠系列商品，採面值參分銀圖案，歷史意義非凡，圖案大器威嚴；以國立故宮博物院典藏之「清郎世寧聚瑞圖」結合郵票製作黃金複製畫，將藝術與生活結合，引起廣大熱烈迴響。

而為開拓集郵市場，每年透過各式行銷策略、推廣活動積極向外宣傳，2023 年辦理國民法官新制實施啟動儀式暨「國民法官新制實施紀念郵票小全張」發行典禮、「寶島風情郵票—金門縣」發行典禮及「人權郵票」發行典禮等活動，並舉辦「臺北 2023 第 39 屆亞洲國際郵展」，共邀請 26 個亞洲集郵聯合會會員國家及地區共襄盛舉，展出 1,050 框國內、外各類珍貴郵集，逾 18 萬參觀人數。



「國民法官新制實施紀念郵票小全張」發行典禮



「寶島風情郵票-金門縣」發行典禮



「人權郵票」發行典禮



臺北 2023 第 39 屆亞洲國際郵展

臺北 2023 第 39 屆亞洲國際郵展

品項/特色說明

發行時間

臺北 2023 第 39 屆亞洲國際郵展 紀念郵票

小全張彩波浪造型，左側版銘茶葉圖案以特殊油墨印製，散發茶香，極具特色



8月11日

郵票小全張-彩瓷展風華

以國立故宮博物院典藏之「清 乾隆 洋彩開光花鳥紋雙連瓶」及「清 乾隆 霽青描金游魚轉心瓶」為題材，值得收藏

8月11日

郵票小全張-SANRIO CHARACTERS

以知名的三麗鷗家族 SANRIO CHARACTERS 主角結合「傳遞幸福」與「寶島觀光」為主題，發行小全張 2 張，深獲民眾喜愛

8月11日

郵票-藝寫寶島情

以余光中〈車過枋寮〉及許地山〈落花生〉為題材，突顯濃厚的鄉土藝術，並呈現精緻印刷工藝

8月12日

郵票-百蝶耀經典

以國立故宮博物院典藏之「清余省百蝶圖 卷」為題材，採聯刷方式印製

8月12日



集郵推廣活動

「樂齡集郵社團」

鑒於臺灣邁入高齡社會，為擴大推展集郵活動，進行社區推廣，自2023年起積極協助各局成立「樂齡集郵社團」。

- 1.活動由各等郵局洽攬轄內較具規模之社區發展協會、樂齡學習中心或公益團體，對象以年齡55歲以上之社區民眾為原則，規劃每個社團每月活動1至2次，每次2節課，由各單位推薦、當地集郵協會邀請資深集郵家或各校集郵教室退休教師擔任授課講座。
- 2.共計19個責任中心局，成立28個樂齡集郵社團，學員人數643人，社團活動積極熱絡，將持續推展樂齡集郵社團，以善盡企業社會責任。

「112年暑期親子集郵研習營活動」

為推展集郵風氣，落實集郵扎根工作，由各等郵局及郵政博物館於2023年8月12、13日（週六、日）及8月19、20日（週六、日）辦理「112年暑期親子集郵研習營」。共開辦24個研習營，學員人數1,090人。



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。

郵政博物館

郵政博物館創立於1965年12月1日，承續置郵傳命理念，弘揚郵政文化，基於館藏資源分享之理念，除臺北重慶南路本館，另於2015年1月18日在臺北北門郵局2樓成立臺北館、2021年12月2日於高雄郵局站前大樓2樓設立高雄館。為深化郵政與地方關係，並提升郵政公益形象，博物館透過參與社區活動，營造與在地文化結合，落實關懷社區、回饋社會理念。

- 2023年4月1日至2日，參與中華文化總會主辦「2023城南有意思—春日晒書市集」。設攤展售集郵票(商)品，並辦理「閱讀·悅讀·樂讀」、「一封信·一份思念與祝福」、「今天我「郵」力—小郵俠闖關活動」等；2日吸引近1,000人次熱情參與及入館參觀。



郵政博物館



當期展覽

- 2023年12月16日至17日，配合臺北市中正區公所南門口社區發展協會舉辦「2023第23屆牯嶺街書香創意市集」，辦理「漫郵時光—未來信」、「童玩彩繪郵票」、「閱讀·悅讀—Fun書去旅郵—漂書活動」、「喜迎聖誕郵你我」摺紙教學等；共吸引近900人次共襄盛舉。



2023城南有意思-春日晒書市集



2023第23屆牯嶺街書香創意市集

郵政博物館常態活動

- (一) 常設展：透過郵史、大事紀要介紹，郵政文物、郵票展示，增進大眾對郵政文化及郵票世界之認識；並設置互動體驗區，以「寓教於樂」方式，讓民眾瞭解郵政業務及用郵常識。
- (二) 特展：為推動郵藝美學，配合國家重要慶典、民俗節日、新郵發行，不定期於郵政博物館本館、臺北館及高雄館舉辦特展。內容豐富多元，並結合科技多媒體設計，提供互動體驗，打造兼具知識性與趣味性的展示空間，吸引民眾入館參觀。

展示導覽

典藏票品、博物

蒐羅古今中外郵票近百萬枚，博物6,628件。為提升館藏文物能見度，截至2023年12月完成數位典藏上傳組物件12類220件之圖像及資料供大眾閱覽及公益授權，期透過數位科技，強化加值應用效益。

文史研究

設有郵政專業圖書室，截至2023年12月止度藏郵政專業圖書1萬2,210冊、一般圖書1萬5,138冊及67種專業期刊等供郵學研究。

社教及休閒

郵政博物館本館定期舉辦「郵博譚郵」講座、說故事活動，並提供展示、會議空間供外界租借舉辦各類研討會或推廣社會文教活動等；高雄館每季舉辦「南臺譚郵」講座，促進郵學交流。郵政博物館具藝術、文化、教育及休閒多元功能，並成為觀光新景點。

「郵博譚郵」及「南臺譚郵」

郵政博物館長期舉辦郵學講座，藉此提升國人集郵風氣，
傳遞郵學知識，提供郵學郵識交流平台

為促進郵學交流、提升集郵風氣，郵政博物館每月第三週週六舉辦「郵博譚郵」講座；
高雄館按季舉辦「南臺譚郵」講座。邀請集郵領域專家講授、分享集郵知識與經驗，提供郵友觀摩學習、教學相長的場所。

2023年度	舉辦場次	參與人次
郵博譚郵	12場	645人次
南臺譚郵	4場	136人次



「聽鴿說故事」

郵政博物館開辦「說故事」活動，發揮教育推廣功能

「聽鴿說故事」活動富含趣味及教育性，故事主題配合郵博館特展、民俗節慶或社會關注議題，運用郵票元素或取材自優良故事繪本，帶領孩童走入綺麗方寸世界，領略郵政文化的廣袤，並推動生活品格教育，提供親子互動與共學之溫馨時光。該活動每月雙週六下午於郵政博物館4樓「兒童郵園」-森林教室舉行，2023年共辦理22場次，深獲大小朋友喜愛，場場爆滿，座無虛席。



中華郵政迎龍年「龍昇福聚」聯展

為迎接甲辰龍農曆新年的到來，本公司於2023年12月15日至2024年4月7日與中華文物郵學會共同主辦、國立歷史博物館協辦，在郵政博物館辦理「龍昇福聚 | 生肖郵票與文物特展」，展出國內、外與「龍」主題相關的郵票、封片、及國立歷史博物館珍藏之版畫、陶器、瓷器、玉器、漆器、織品、琺瑯器與銅器等文物，以及臺灣在地文化藝術工作者創作精采之龍舟模型及各式特色龍年賀年明信片，同時也舉辦多項活動，邀請民眾共同感受龍年過節歡欣氣氛。



3.2 推動流程自動化

順應數位化時代來臨，本公司積極運用物聯網技術、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，可有效提升服務品質及效率。透過資通訊技術優化郵遞流程，已分階段導入智慧化手持裝置（PDA），建置數位地址資料庫、並串聯郵用車輛GPS通訊系統，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，則設立航郵進、出口貨棧，同時推動貨轉郵、自轉郵業務。

為進一步推動作業及服務流程優化、提升營運效能，自2021年起啟動機器人流程自動化(Robotic Process Automation, RPA)導入專案，並規劃分三階段推動，逐步擴大導入範疇。第一階段採取主題式導入，透過儲匯處、壽險處及電子商務室各1條示範流程的建立，取得短期、快速成果，讓同仁實際感受RPA所帶來的好處；2022年起續推動第二階段，擴大導入單位及業務流程，並透過總公司業務單位的帶動，積極將RPA應用推廣至各等郵局，同時舉辦內部RPA競賽活動，開始培養RPA種子人員，為下一階段的全面推廣儲備動能。

RPA應用發展藍圖



RPA第二階段在RPA種子成員努力下，截至2023年止已導入總公司11個單位、19個各等郵局及1個郵件處理中心，累計完成68條自動化流程，每條流程不僅節省65%至100%不等的人工作業時間，每年共可釋出2,973人天的人力，且多數流程的作業時間減少達50%以上，大幅提升作業效率。

為讓更多同仁認識RPA並帶動公司內部數位轉型風氣，持續透過舉辦競賽及儲備人才培訓活動，提升同仁的數位能力，培養創新思維，激發其成長潛力，為公司注入更多發展動能。許多同仁在學會RPA開發技術後，成為單位內部RPA種子，投入自行開發工作。過去兩年，這些種子成員共完成了46條自動化流程開發，應用在公文處理、數據資料收集及報表製作等作業流程，讓RPA應用在公司內部逐漸發芽。

未來第三階段除持續擴大RPA應用範圍外，將逐步整合AI技術工具，如智能影像辨識(AI-OCR)平台、自然語意工具(NLP)或聊天機器人(Chatbot)等技術，進一步實現智能自動化。

RPA導入推動及成果

在RPA導入過程中，藉由重新梳理作業環節，推動流程數位化、無紙化，減少紙張消耗，降低碳足跡。以公文函詢答覆作業為例，全流程自動化後每年共節省25.2萬張A4用紙量，減少碳排放量1.92公噸CO₂e。同時，流程數位化也促進跨單位資訊及數據共享，使各單位得以提供更有效率的服務，為客戶帶來更便利的服務體驗。

RPA產學合作：

2023年上半年，與RPA軟體UiPath公司共同攜手國立臺灣大學辦理產學合作，由本公司提出兩項自動化流程需求，並擔任企業導師，指導臺大學生進行自動化流程開發。這項合作計畫展現了本公司對於數位科技應用發展的高度重視，更實踐了企業社會責任，協助臺大培育數位轉型的優秀人才。

TSAA台灣永續行動獎：

近幾年本公司持續擴大RPA應用範圍，提升作業效率，釋放員工勞動力，並將流程數位化，減少紙張消耗，積極實踐環境保護。2023年以「創造自動化郵政服務」為題，參加TSAA台灣永續行動獎評選，榮獲「銀級」肯定。

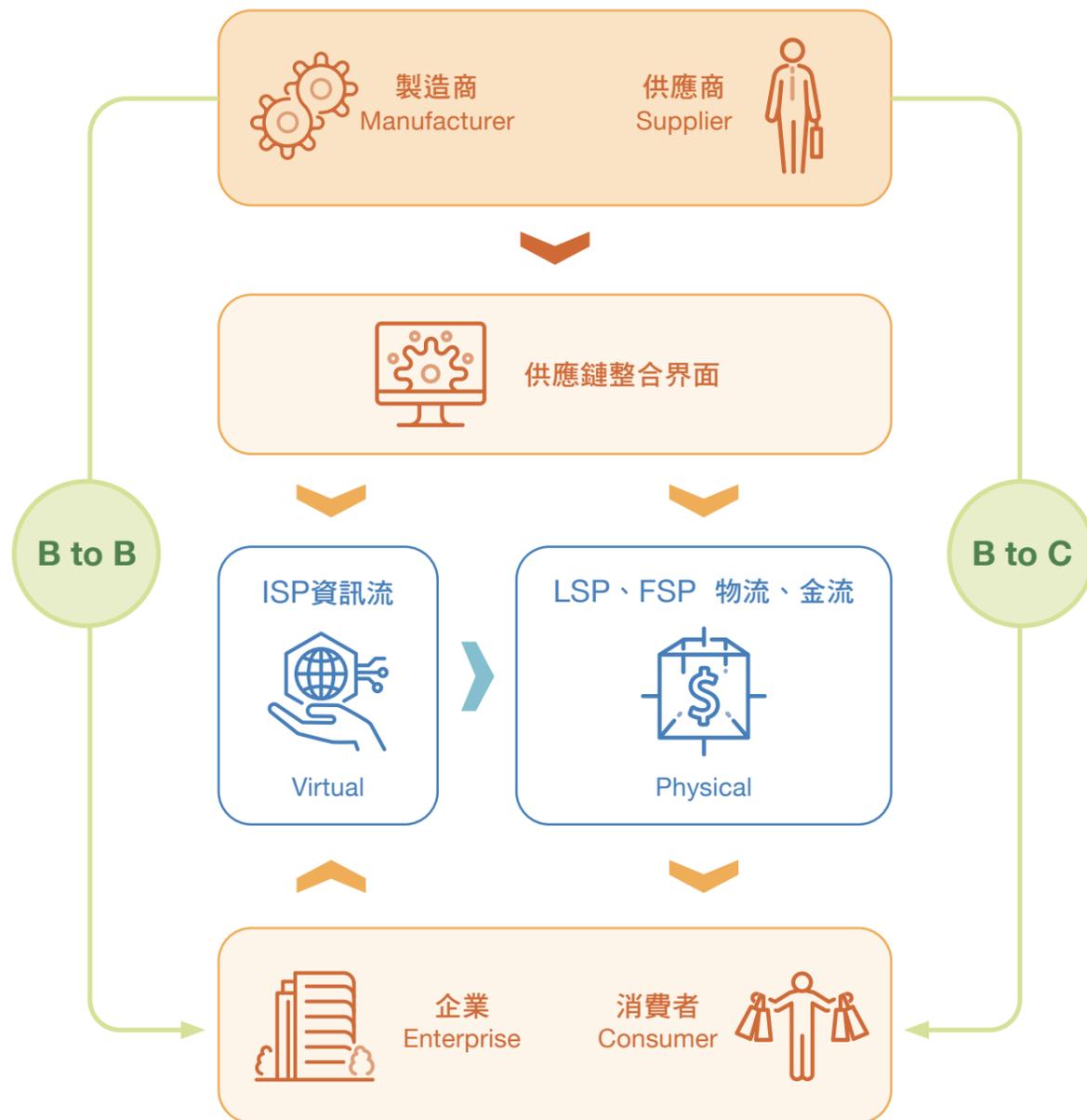


「RPA產學合作」啟動會議大合照

3.3 精進服務品質

本公司戮力提升自身軟硬體整合能力，將物流、金流、資訊流等資源串聯，提供企業與一般民眾全方位的郵政服務，而為推進「卓越服務與全民信賴」之願景，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」，由各業務單位成立提升服務品質工作小組，擬定具體的提升策略與方法，並透過加強查核以促進目標達成。

中華郵政價值鏈



3.3.1 郵政物流中心

本公司因應貿易市場國際化趨勢，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、營運中心等建物及相關公共設施，共占地17.14公頃，各建物於2023年起漸次落成啟用；其中郵政物流中心建置地上8層(主要樓層4層，每層4倉儲單元，共16倉儲單元，倉儲面積約48,000坪)、地下1層，總樓地板面積達6萬9,686坪，設置2座立體迴旋車道及218個裝(卸)貨月臺。



配合電商業者進駐營運，將是全臺首座國際級電商運籌園區，更是臺灣電商同業中，首座高度導入AI人工智慧技術與全自動化倉儲設備的物流中心；營運規劃導入倉儲管理系統，搭配各種自動化設備，大幅提高物品儲存、揀貨及出貨的效率。

本園區肩負起大臺北地區及桃園、新竹、基隆、宜蘭、花蓮等縣、市之各類郵件(約計占全國郵件量70%的封發及運輸作業量能)處理，期藉由善用地理區位與發揮物流集散轉運功能，輔以關、檢等跨單位協同作業機制，有效縮短各環節作業處理時效，加速入境及出境物品運輸流通，整合我國都市消費物流、區域轉運物流及國際運籌物流，以吸引電商、零售等相關產業的進駐，形塑物流產業鏈聚落，透過倉儲及郵務作業環節之垂直整合，提供一條龍式服務，協助政府達到「數位國家、智慧島嶼」的施政目標。

3.3.2 客戶關係管理

郵件妥投率

郵件遞送是本公司之本業，本公司向來重視郵件投遞品質，因此統計掛號函件、包裹及快捷郵件由投遞單位依郵件地址送達之比率，並以綜合設算之「郵件妥投率」做為服務指標，近年郵件妥投率皆達高水準之上。2023年特種郵件妥投率為98.86%，各局轄下投遞單位自2023年起陸續實

施區段群組化及精簡用人措施，致各區段工作負荷增加，間接導致妥投率下降，爰建議調整2024年以後之預計特種郵件妥投率，以符實際情形。

本公司已明訂相關郵件投遞重點工作項目及作業要求，透過主管及郵務稽查督導、管理及查核，確保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，並強化人員教育訓練，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）。

郵件妥投率



推動智能客服

為提升整體服務品質，強化溝通管道之便利性，於2021年2月23日推動啟用智能(文字)客服系統，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。智能客服上線後，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，2023年度月平均量達5萬2,828通(次)。

客戶滿意度

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項，做為與顧客間溝通之橋樑，客服中心每月均進行滿意度問卷調查分析評估，並針對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，2023年度取得4.80分，已符合短期目標之設定。另針對i郵購「關懷農產行銷」統計整體滿意度，2023年度店家平均滿意度為4.7顆星（共40個店家，不重覆為34家），亦達成設定之短期目標。

歷年整體公司顧客滿意度調查結果

