

# 03 Chapter 創新郵政服務

## 重要性

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，唯有持續創新服務、提升客戶滿意度、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」策略願景。

## 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，改善經營體質提升競爭力
- 持續拓展兩岸通郵、通匯業務，提供便捷服務

### 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
- 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

### 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
- 各支局營業廳設置免付費回郵「顧客意見函」供客戶意見反映

## 對應之 SDGs



## 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服務品質不佳，不確保商品資訊或標示完整，將導致顧客流失、公司聲譽損失，市場對公司產生不信任，對經濟與社會影響占比較高。

## 2024 年行動績效

- i 郵箱累計達 2,408 座
- i 郵購導購訂單金額約 2,580 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 14 類 271 件
- 特種郵件妥投率 99.53%
- 平均顧客滿意度 4.78 分

### 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，於全臺廣設據點並維持覆蓋率超過 99% 之目標，截至 2024 年底，共設置自辦機構 1,296 處（各級郵局 1,295 處及臺北郵件處理中心 1 處），以及委辦機構 678 處（郵政代辦所 422 處及郵票代售處 256 處），提供均一合理資費與全國性服務，保障國民基本通信權益。為符合公眾用郵所需，目前每 1 村（里）至少有 1 具信筒箱，近年更陸續設置各式郵務自助機具，確保即時、高效及可靠之郵務服務。

自助機具種類	數量	營運量或營業金額
i 郵箱	2,408 座	約 543 萬餘件
郵政票品出售機	26 臺	441,248 元
郵資票出售機	31 臺	497,091 元

#### 3.1.1 多元平台服務

##### 便捷 i 郵箱

i 郵箱主要布建於郵局、捷運站、社區大樓等人潮聚集處，可有效延伸郵局服務時間與據點，結合物聯網科技及郵局綿密之郵遞網絡，提供 24 小時全年無休自助取 / 寄郵件服務，且可使用郵政金融卡、儲值卡（悠遊卡、一卡通及愛金卡）、一卡通 MONEY、悠遊付、街口支付、icash Pay、全盈 +PAY 及全支付等方式繳付郵資。

為發展智慧物流並提升使用可及性，i 郵箱積極拓展異業結盟，透過單點多件配送方式，有效減少車輛往返投遞能源消耗及碳排放，為環境及社會創造正面效益。

##### 郵政代售業務

本公司可依郵政法第 5 條第 7 款，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，代售商品上架前皆依「郵政代售業務推廣作業要點」嚴格審查，並經公正第三方檢驗合格，且須符合「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），確保消費者選購商品時能獲得正確資訊；商品上架後則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。2024 年共抽驗 4 次（每季抽驗 1 次）。

##### i 郵購

以郵政虛、實通路完整之物流、金流、資訊流及客戶流資源，提供完善安全交易平台，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 2024 年底 i 郵購會員人數約 41 萬人、店家數 2,385 家。2024 年營業額約 5 億 6,163 萬元。



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

#### 3.1.2 郵政特色業務

##### 集郵推廣

隨著時代演進，本公司不斷精進郵票設計、印製及發行策略，現已轉向禮品化、精緻化及客製化導向，發展創新印刷技術，並加強年輕族群喜愛題材，如結合國際知名卡通圖案開發周邊商品、系列性推出金銀鑄錠等商品，積極創新符合市場需求之各項集郵商品，帶動購買及收藏熱潮。

##### i 郵箱異業結盟成果



##### 咖啡膠囊回收

2020 年 5 月起與奈斯派索 (Nespresso, 雀巢子公司) 合作，回收鋁材包裝之咖啡膠囊，可熔化再製成鋁錠原料，2024 年共回收 22,776 件。

##### 活化閒置物資

2020 年 9 月起與 GC 購物網合作，捐贈人可利用 i 郵箱物流方案，寄出閒置物品予受贈人，2024 年共交換物資 39,572 件。

##### 網購包裝回收

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，回收 momo 購物網、PChome24h 線上購物及東森得易購等平台之網購循環袋（箱），2024 年共回收 6,405 件。

##### 送洗衣物

與 U-Wash 速喜樂美式洗衣合作，民眾可透過郵局 i 郵箱將待洗衣物或床組送至速喜樂各門市，再回送至民眾指定取件之 i 郵箱。

##### 二手書回收

2021 年 1 月起與「書寶二手書店」合作推廣閱讀及傳遞書香文化，2024 年共回收二手書 5,442 件。

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，2024 年辦理「臺南 400 紀念郵票小全張」發行典禮、「臺灣鐵道觀光郵票 (113 年版)」發行典禮等活動；並於 10 月 9 日至 12 日舉辦「中華民國 113 年全國郵展」開幕暨「寶島風情郵票—臺北市」發行典禮，為第 28 次全國郵展，秉持推展集郵風氣，提供國人優質文化體驗之精神，本次郵展展出來自全臺各地郵集共 262 框，包括競賽類 211 框、邀請類 40 框、集郵教室最佳集郵作品 11 框。

### 中華民國 113 年全國郵展開幕暨 「寶島風情郵票—臺北市」發行典禮



### 郵政寶寶郵票



郵票寶藏



郵品專區

### 「臺南 400 紀念郵票小全張」發行典禮



### 「臺灣鐵道觀光郵票」發行典禮



### 寶島風情郵票—臺北市



### 寶島風情郵票—基隆市



### 新年郵票 (113 年版)



為迎接新年來臨，本公司持續發行「新年郵票 (113 年版)」，以「蛇化龍形慶新春」為設計概念。

為推展集郵風氣，自 2023 年起積極進行社區推廣，協助成立「樂齡集郵社團」，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 歲以上社區民眾為原則，推薦、邀請資深集郵家或各校集郵教室退休教師擔任授課講座，規劃每個社團每月活動 1 至 2 次，每次 2 節課，2024 年成立 44 個樂齡集郵社團，學員人數 1,046 人。



郵政博物館固定每月第三週之週六舉辦「郵博譚郵」講座，邀請集郵領域專家講授、分享集郵知識與經驗；高雄館則按季舉辦「南臺譚郵」講座，提供郵友觀摩學習、教學相長之場域。

### 郵博譚郵

12 場

653 人

2024

舉辦場次

參與人次

### 南臺譚郵

4 場

147 人



另外，為落實集郵扎根教育，由各等郵局及郵政博物館辦理「113年暑期親子集郵研習營」，共開辦24個研習營，學員人數1,272人。本次研習營考量2024年4月3日大地震對花蓮地區衝擊甚鉅，特別優惠花蓮居民參加花蓮郵局研習營之學員免收報名費，以實際行動支持災區，善盡企業社會責任。



113年暑期親子集郵研習營

### 呼籲生態保育

為喚起國人關心生態、重視自然保育與永續發展，本公司先後發行多套生態相關主題郵票及郵資票，且於2024年發行「保育鳥類郵票(113年版)」，並以永續發展理念發行「永續郵票」。

臺灣擁有豐富的鳥類資源，為使國人透過對鳥類欣賞進而提升保育意識，特以紅隼、松雀鷹、花澤鶯及林鵰4種保育鳥類猛禽為主題。



保育鳥類郵票(113年版)

以永續發展理念「環保、誠信、傳承、創新、共享、公益」為主題，圖案設計採用幾何元素及鮮明色彩，適合個人、企業傳達永續發展之精神，促進社會共融。



永續郵票

### 郵政博物館

郵政博物館創立於1965年12月1日，為具典藏、研究、展示與教育功能之郵政專業博物館，長期致力保存郵政文物史料，傳揚郵政使命文化，對內輔助同仁教育，激發敬業樂業精神，對外作為郵學郵識交流平台，兼具社教與休閒功能。近年來，本公司基於活化資產價值，分享典藏資源及促進文化觀光，運用臺北、臺中及高雄郵局轄屬大樓節餘場地，布設臺北館、臺中館及高雄館三區郵政藝文展示空間。

郵政博物館是大家的好厝邊，透過參與社區活動，結合在地文化，落實本公司關懷社區、回饋社會理念，深化郵政與地方關係，並提升郵政公益形象。



郵政博物館



當期展覽

### 郵政博物館常態活動



#### 展示導覽

##### (一) 常設展

透過郵史、大事紀要介紹、郵政文物與郵票展示，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

為推動郵藝美學或配合國家重要慶典、民俗節日、新郵發行，不定期於郵政博物館本館、臺北館、臺中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之展示空間，吸引民眾入館參觀。



#### 典藏票品、博物

蒐羅古今中外郵票近百萬枚，博物6,524件。為提升館藏文物能見度，截至2024年12月完成上傳數位典藏組物件14類271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 2024 年底度藏郵政專業圖書 1 萬 2,230 冊、一般圖書 1 萬 5,150 冊及 67 種專業期刊等供郵學研究。

### 社教及休閒

郵政博物館定期舉辦郵學講座、說故事活動，並提供展示、會議空間供外界舉辦各類研討活動或推廣社會文化教育。各檔特展展覽期間，規劃演講、手作、彩繪等多元體驗活動，致力發揚郵政文化，推廣集郵及藝文活動，期許成為博物館群標竿及都會觀光新景點。

2024 年 4 月 20 日至 21 日，參與農業部所轄財團法人豐年社主辦之「城南有意思春日好好市集」活動，郵博館攤位備有拍照版，供民眾打卡、拍照，兌領「樂享親子情拚圖」，廣受大小朋友喜愛，活動期間吸引近千人次參與。

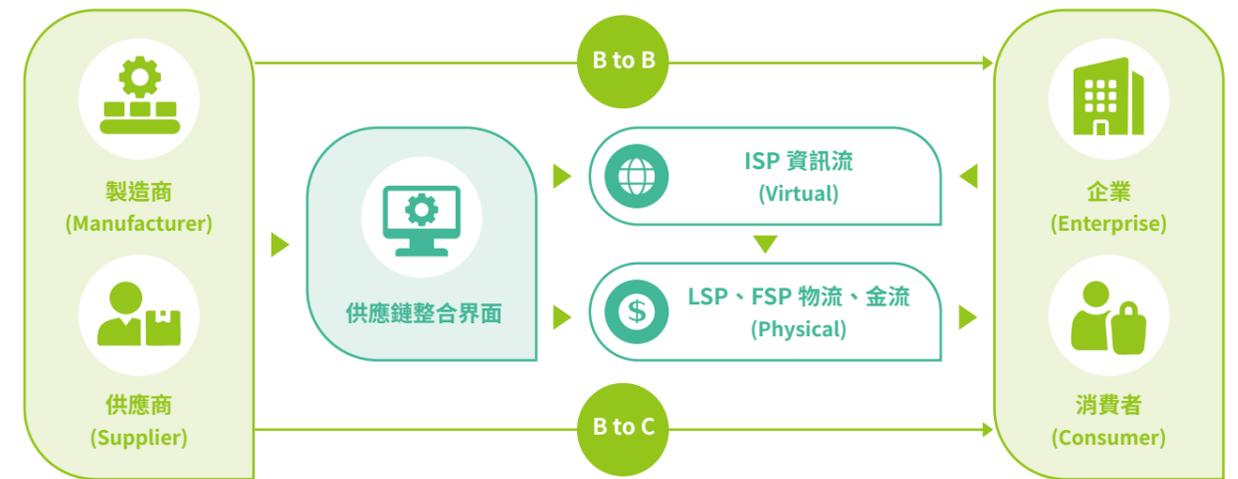


2024 年 12 月 14 日至 15 日，配合臺北市中正區公所南門口社區發展協會舉辦之「2024 第 24 屆牯嶺街書香創意市集」，辦理「漫郵時光 - 未來信」、「貓頭鷹彩繪郵票」、「閱讀·悅讀 - Fun 書去旅郵」等多樣活動，並舉辦闖關集章及打卡活動，共吸引 583 人次共襄盛舉，書寫信件達 261 封。

## 3.2 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之郵政服務，而為推進「卓越服務與全民信賴」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，擬定具體提升策略與方法，並透過加強查核促進目標達成。

### 中華郵政價值鏈



### 3.2.1 智慧郵政

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，提升服務品質及效率，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，達成郵件資訊數位化、處理自動化與流程透通化，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，同時推動貨轉郵及自轉郵業務。

### 郵政物流園區

基於業務轉型發展物流需要及配合政府「數位國家、智慧島嶼」政策，本公司於機場捷運 A7 站第二產業專用區地建置「中華郵政物流園區」，整合商流、物流、金流及資訊流功能，串聯臺北金融政經中心及新竹科技園區，形成物流產業群聚效應，期有效整合我國都市消費物流、區域轉運物流及國際運籌物流，提供民眾及企業安心、安全、安穩之跨境物流服務。園區共占地 17.14 公頃，設有「郵政物流中心」、「北臺灣郵件作業中心」、「資訊中心」、「營運中心 (原訓練中心)」、「工商服務中心」(暫緩興建) 及興建公共設施，園區公共設施及物流中心已完工，其他工程興建中，預計 2025 年完工，2026 年啟用營運。

郵政物流中心身兼物流平台角色，期可構建現代化郵件作業中心，透過自動化設備，精進郵件處理作業流程，匯聚物流及其支援性產業進駐，其中 15 個倉儲單元已由網路家庭國際資訊股份有限公司承租，成為臺灣首座具備高密度 AI 人工智慧技術與全自動化倉儲設備之物流中心，亦可直接帶動全國電子商務供應鏈相關產能顯著提升。



郵政物流中心為全台首座國際級電商運籌中心



北臺灣郵件中心將發揮地利優勢，加速物流作業效率

北臺灣郵件中心已於 2024 年竣工，將整併桃園郵件處理中心及臺北郵件處理中心業務，結合郵政物流中心調度理貨能力，充分發揮物流作業效能，減少郵件運輸成本，同時降低長途幹線運郵大貨車在臺北市區之運行，加速國內及國際郵件進出口轉運時效，嘉惠及保障全民用郵權益。

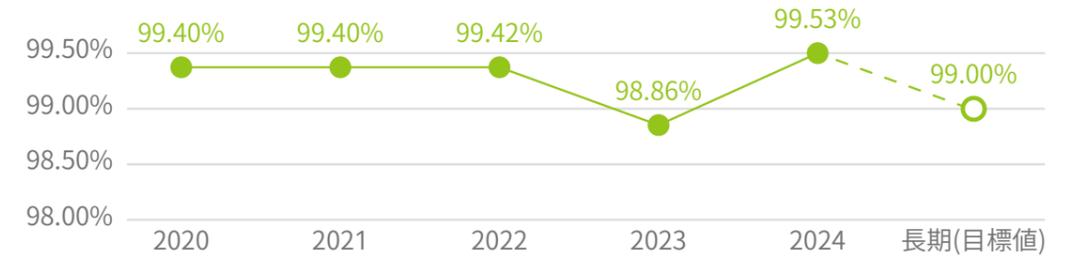
### 3.2.2 客戶關係管理

#### 郵件妥投率

郵件遞送為本公司本業，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「郵件妥投率」作為服務指標，近年郵件妥投率皆達高水準之上。2024 年特種郵件妥投率為 99.53%。

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）。

#### 特種郵件妥投率



#### 客戶滿意度

為確保顧客能夠便捷地與我們聯繫並獲得即時協助，本公司提供多元業務諮詢管道，含臨櫃、電話、視訊、顧客意見箱（Email）、顧客意見函、線上智能客服（含線上文字客服、真人文字客服）等溝通管道，並設有顧客服務中心，受理顧客查詢、申請、建議、抱怨、讚譽及商機通報等事項，作為與顧客間溝通之橋梁。

顧客服務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持續改善，以 2017 年顧客滿意度平均 4.53 分為基準，2024 年取得 4.78 分，已符合短期目標設定。另針對 i 郵購「關懷農產行銷」統計整體滿意度，2024 年店家平均滿意度為 4.7 顆星（共 33 個店家）。

#### 歷年顧客滿意度調查結果



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 日啟用智能（文字）客服系統，以取代撥打客服專線轉接專人服務電話通數，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。2024 年月平均量達 5 萬 1,280 通（次）。