

財團法人中華電信基金會

中華民國114年度預算

財團法人中華電信基金會 編

目次

壹、工作計畫2
一、概況2
二、年度工作計畫重點3
(一) 計畫內容3
(二) 經費需求4
(三) 預期效益9
貳、預算表10

財團法人中華電信基金會 工作計畫 中華民國114年度

壹、概況

一、設立依據

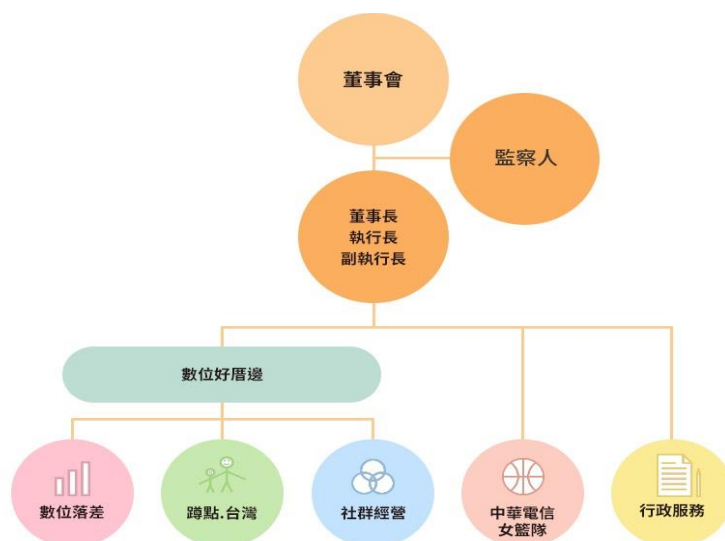
中華電信於95年2月成立中華電信基金會，以「縮短數位落差」、「協助地方產業」、「耕耘社區生活」三大主軸與社區產生連結互動，藉由與地方組織的長期合作，找出在地的痛點和需求、導入資源，提供永續所需的養份之外，並挖掘地方故事讓更多人認識台灣鄉鎮的多样姿態，結合企業核心能量及基金會軟實力，將「數位」與「人文」深耕在地，注入活水。

結合中華電信資通訊專業，基金會將寬頻網路、數位課程帶到有需要的據點，提升住民數位知能的同時，亦不忘建構資安防詐騙的知識，讓數位科技得以良善發揮；為協助地方產業，串聯企業資源、跨域團隊並帶入共創精神，藉以協助突破產業發展瓶頸、優化提升，捲動風土經濟、培育在地人才；耕耘社區的過程，基金會導入青年志工服務、電信女籃團隊，讓青年人力、青銀共學、體能鍛鍊等因子進入社區，創意運用多样資源，豐富生活體驗。

二、設立目的

中華電信基金會成立宗旨為改善城鄉、族群、貧富，在教育及傳播間之數位落差，並提倡身心健康以平衡資訊科技的過度使用，以「取之社會、用之社會」為出發點，為地方永續投入心力。以基金會作為串連共好的起點，締結企業核心能量與跨領域、跨產業資源，攜手為社區注入綿延不絕的力量。

三、組織概況



貳、年度工作計畫重點

為能將資源落實到有需求的據點，基金會在全台及離島與地方合作建置「中華電信數位好厝邊」，在此根基之上推展年度工作計畫，從社區需求規劃方案及資源配置，為地方儲備養分，打造堅強軟實力。114年，持續以「數位培力」、「青年培力」、「在地培力」及「故事行銷」為主軸，提供好厝邊所需軟硬體資源。

扣連基金會成立宗旨及目的，除持續深化在地運用數位科技的能力，「數位培力」計畫依據服務對象的年齡、數位應用能力及使用習慣等進行對應的課程設計，並將強化資安宣導，建構數位信任，營造健康的數位生態系；「青年培力」計畫鼓勵大專青年走出校園、進入社區，從服務的過程認識鄉鎮鄰里、實踐個人能量；「在地培力」計畫則是著力於社區產業的推進及地方人力的培育，基金會居中連結供需兩端，將業師和專業團隊帶進社區，捲動地方；為能讓各界有機會參與共好，認識基金會作為，「故事行銷」計畫善用自媒體與社群平台，讓公益行動被看見，傳遞地方溫暖故事。

一、計畫內容

(一) 數位培力：

以座落在全國及離島的「數位好厝邊」為載體，共推數位平權、培力數位知能。中華電信資通訊專業成為基金會推展數位的最佳奧援，一方面為偏鄉或都市邊陲據點建構穩定的網路使用環境，另一方面由基金會導入課程規劃等軟體資源，讓跨年齡、跨族群的受眾都能接觸多元課程。網路世代所面臨的資安挑戰亦是本計畫關注的議題，從強化手機資安、網路使用安全及防詐騙等題材進行案例分享，讓數位生態更可靠。

(二) 青年培力：

暑假期間社區人力空缺，「蹲點.台灣」計畫為「數位好厝邊」據點帶入青年人力。本計畫鼓勵大專青年勇於跳脫舒適圈，結合各自的專業及擅長，設計規劃出符合在地需求的服務方案，在15-20天的歷程中，以另一種方式深度認識蹲點社區，是服務更是學習。除了持續辦理，也將計畫精神向外延伸，藉由友好媒體、自媒體及大專院校的合作，提升計畫能見度。

(三) 在地培力：

為扶植在地永續經營，挹注資源的同時也著重在地人力的培育及專業養成。基金會以共創協作的概念，協同「數位好厝邊」、設計團隊及業師梳理產業現況、發展瓶頸及未來期待，從方方面面提升產業競爭力，以期創造在地就業機會，捲動地方經濟，而跨界團隊的參與更為地方帶入不同視角和領域專業。此外，基金會為社區間搭起共學橋樑，以創建地方互助聯盟為目標，不定期辦理交流會、工作坊，增加內聚力、認同感，

成為在地運作的最佳夥伴。

(四) 故事行銷：

基金會合作據點擴及全台及離島地區，族群包括閩南、客家、原鄉部落，每個好厝邊擁有獨特的文化傳統、生活樣貌及地景特色，運用基金會的自媒體和社群平台，說出屬於地方的故事。此外，中華電信女子籃球隊在賽事訓練之餘，一起加入公益事務，推廣籃球運動，讓社區部落的學童得以近身接觸專業球隊，在數位3C使用與健康體魄之中取得平衡。

二、經費需求

本會114年業務收入為中華電信捐贈之5870萬元，無其它業外收入，預估定存孳息為35萬元。預算經費包括：專案支出4470萬元（內含業務計畫1600萬、志工費用370萬、電信女籃隊費用2500萬元），會務推廣、教育訓練及人事行政費用為1435萬元，總計5905萬元。

114年各項業務計畫實施內容及經費需求如下：

工作項目	實施內容(計畫重點)	經費需求 (新臺幣千元)
數位培力	<p>依「數位好厝邊」據點的發展現況及資源需求，導入軟硬體資源，如下說明：</p> <p>1. 深耕「數位好厝邊」 中華電信基金會以「數位」為題，深入有需求的偏鄉聚落或是都市邊陲據點，以長期陪伴、深度耕耘的模式與地方建立共好互信的關係，一起推動地方公益事務，回應企業ESG作為。</p> <p>數位科技世代，住民面臨的挑戰已非單純來自硬體設備，更多是來自於軟體應用及資安危機，因此結合企業核心價值普及數位服務量能、營造健康的數位生態系之外，更因應「數位好厝邊」的需求，從學童影像培力、青年志工服務、地方產業優化、體育活動等面向彌平城鄉資源落差。</p> <p>為能讓有限資源獲得最好的發揮，逐年檢視社區動能及運作情形，透過資源的輪動讓供需之間更具備彈性，更能關照到有需求的組織。基金會鼓勵合作單位勇於向外爭取所需，不僅能從過程中建立多樣化的夥伴關係、強化組織運作的能力，和不同單位的合作、提案，也都會成為日後組織發展的重要基石。</p> <p>2. 好厝邊小導演</p>	4250

	<p>中華電信基金會長期致力於推廣數位應用，隨著數位載具使用的普遍及社群平台的多元，期待培育下一代善用數位工具，透過孩子的視角紀錄家鄉故事及美好。</p> <p>本專案邀請業界導演擔任課堂講師，從畫面構圖、鏡頭語言、敘事結構、訪談技巧、剪輯後製等理論課程，帶領學童一步步進入影像世界，除了理論課程，同步搭配實作拍攝以融合所學，小組團隊的進行有助於讓學童認識影像團隊的分工形態及工作內容，從不同層面認識影像工作。</p> <p>結束課程後，持續鼓勵這群未來的小導演進行影像創作，透過在地小導演真實的情感、可愛無框架的方式，介紹地方故事、部落傳說或者家鄉的產業與人文等，田調及影像採集的過程中，找回對家鄉土地的深度連結，進而更關注在地議題。</p> <p>3. 社區應用課程</p> <p>以好厝邊據點做為導入社區應用課程的場域，針對不同年齡層、數位知能及對數位設備的使用能力習慣，規劃相對應的課程，而為了延伸服務、展現數位網路特色，課程進行採實體及線上課程並進的方式。</p> <p>樂齡長輩藉由實體課程學習手機應用，一同進入數位世代、增加生活樂趣；為能提供偏鄉學童更充裕的學習資源，經由網路將大學端教學人力帶入社區商落，為有需求的學生進行線上課業輔導，解決課業問題之外也給予孩子們多一份關懷，讓數位科技加入了更多的溫暖與互動。</p> <p>運用數位科技的同時，也為提供更安全的網路使用經驗而努力，針對手機資安、家用連網設備資安等進行課程融入，強化資安意識。</p>	
青年培力	<p>本計劃以「蹲點·台灣」為核心，串連起各大專院校、青年學子、數位好厝邊，如下說明：</p> <p>1. 蹲點·台灣</p> <p>2009年起，基金會與政大廣電系共同辦理「蹲點·台灣」，以「數位好厝邊」為計劃執行場域，鼓勵大專青年在暑假期間，以15-20天的時間進入社區，落實「一手服務，一手紀錄」精神，將所學所長化為服務方案，結合數位網路紀錄地方生活，本專案也建置活動網頁，結合自媒體分享青年學子參與過程的點滴。</p> <p>2. 校園巡迴影展</p>	4000

	<p>「蹲點·台灣」校園巡迴影展近年開始獲得各校通識中心、通識課程教師的關注，透過合辦巡迴分享，邀請各校所有科系大學生一起從蹲點青年的分享中，感受蹲低一點發現台灣的不同視野與感動，也從蹲點青年從台灣各地帶回來的影像中看見台灣每一個角落的文化風景，藉此拉近大學生與土地的連結，並強化公民精神。</p> <p>本專案邀集歷屆參與者進行宣傳，以期擴散效益。另也結合線上宣傳方式，將蹲點故事與感動歷程分享給更多人。</p> <p>3. 心南向線上座談暨實體活動</p> <p>著眼於台灣鄉鎮的多樣來自豐富的人文物種，基金會期許為不同文化橋接融合，讓多元文化在寶島共好。本專案規劃線上或線下活動，藉由座談、營隊、在地走讀或遊戲等方式，讓更多人認識東南亞文化的特色，並藉此提供發聲平台予新二代。</p> <p>4. 蹲點頒獎典禮暨成果發表</p> <p>為鼓勵大專青年投入蹲點，基金會於12月辦理公開頒獎典禮暨成果發表，表揚當年度優秀團隊和傑出作品之外，也藉此分享各組蹲點故事，並感謝給予支持和協力的「數位好厝邊」。</p>	
<p>在地培力</p>	<p>為活化社區產業，厚實地方軟實力，達到永續發展的目標，規劃系列專案：</p> <p>1. 蹲點創新設計暨社區深耕個案</p> <p>中華電信基金會長期深耕在地，過程中觀察到社區努力創造地方經濟、為返鄉、留鄉青年創造機會，囿於在地人力物力及專業資源相對不足，難以突破瓶頸，導致地方產業停滯不前。</p> <p>以扶植地方產業的心出發，自2020年起展開第一屆「蹲點創新設計行動」計劃，將企業資源、創新設計、專業團隊加以整合，以共創的模式和地方產業一同執行專案，以期產出符合地方需求的設計解方，終端由基金會支持社區落實設計項目，帶動地方產業永續經營。</p> <p>本年度除了延續計劃的共創精神、厚植地方軟實力，也將結合企業能量，從全方位協力在地永續前進。</p> <p>2. 交流工作坊</p>	<p>2400</p>

	<p>基金會目前計有近九十個長期合作的「數位好厝邊」據點，服務對象觸及閩南、客家、原鄉部落及新住民等，據點關注的議題更從學童課輔、品格教育、地方產業、樂齡學習到數位學習等，為了協助社區在各自的領域永續發展，基金會辦理交流工作坊，以育成平台的概念，邀請各領域業師及第一線社區工作者提供寶貴的實務經驗，以期強化社區經營的能力。</p> <p>交流工作坊同時著重理論與實務課程，一方面藉由講堂課程累積專業知能，另一方面則是將學員帶往現地取經，實地了解相關單位的運作模式及心法，從環境中觀察成功案例的要件。此外，藉此機會連結好厝邊之間的往來互動，創造見習互學、互相結盟的機會。</p> <p>3. 協助社區產業</p> <p>為捲動地方經濟，基金會從不同層面進行產業優化、拓展行銷管道，以期讓更廣大的消費者認識散落在各鄉鎮聚落的豐富物產。本專案以協助開創產業銷售通路為立基，結合企業送禮需求，於企業內部推廣來自「數位好厝邊」的伴手禮，有來自地方產業的嚴選好物，亦有客製化的年節手禮，為地方品牌擴展銷售管道的同時，也讓地方物產被認識，邀集企業長官同仁以實際行動支持地方產業。</p>	
故事行銷	<p>扣合基金會宗旨與信念，推廣籃球運動精神，亦結合其他專案活動，經營線上社群媒體相關專案如下：</p> <p>1. 社群經營</p> <p>基金會長年透過官方網站及社群平台發聲，建立與大眾溝通的平台及橋樑，分享來自「數位好厝邊」的故事，將台灣在地的正能量向外擴散。為能增加與大眾的互動、提高黏著度，一方面依會內專案執行進行貼文，同時視節氣或時下關注議題進行相關規劃，以圖文或影音呈現，增加平台內容的豐富度。</p> <p>2. 媒體行銷</p> <p>為了讓基金會作為獲得共鳴，並提升品牌形象及公眾信任，除了自媒體經營之外，同步串連友好廣宣平台及資源進行媒體行銷、專案合作，以期突破同溫層，將基金會宗旨及信念觸及更廣大的受眾。</p> <p>有鑑於故事行銷更能深植人心，結合深度採訪報導、平面宣傳、影音製作等多元形態，為公益展開新的篇章。</p>	5350

3. 籃球推廣

電信女籃的公益足跡已遍布新北、桃園、新竹、苗栗、台中、彰化、嘉義、台南、高雄、花蓮、台東、宜蘭、澎湖等地，並獲得各界好評，本年度延續專案精神，由國手級電信女籃球員一同前往各鄉鎮縣市辦理籃球活動，推廣運動、投身公益。

歷年辦理的「籃球小子夏令營」獲得好厝邊學童的喜愛，以營隊式課程進行規劃，融合籃球、數位科技、藝文等不同的元素，讓參與的學童同時接觸多方面的學習。

籃球運動屬全民運動，除了前述夏令營之外，基金會秉持「提倡身心健康以平衡資訊科技的過度使用」理念，擬辦理「三對三公益鬥牛賽」，公開辦理大型賽事，邀集各方好手、不同年齡層組隊報名，以球會友、推廣籃球運動。

體壇人才的培力需逐步扎根方能有成，「電信女籃回娘家」即是安排球隊回到母校，以自身經驗向學弟妹分享，邁向職業球員之路所必經的過程及努力，鼓勵大家勇於追夢，亦是回饋母校栽培。

三、預期效益

以「縮短數位落差」、「協助地方產業」、「耕耘社區生活」三大主軸，持續導入「數位培力」、「青年培力」、「在地培力」、「故事行銷」專案，為在地厚實發展基礎。透過年度專案規劃，預期達成下列效益：

（一）數位培力，厚實數位能力

中華電信基金會與全國及離島地區的「數位好厝邊」共推數位應用，結合企業資通訊專業及各地營運處所，協助地方建構穩定的網路使用環境，在此基礎之上，為好厝邊量身客製課程內容，厚實數位能力。

為樂齡長輩開辦手機課程，開啟數位新世代；為偏鄉學童提供網路課輔資源，強化學習競爭力；為年經世代開辦數位影像課程，引導善用數位載具紀錄地方故事；帶入資安防詐騙課程，建置更安全的網路使用環境，遠離網路陷阱；此外透過基金會自有平台的耕耘，持續累積地方故事文化、推展地方產業。

（二）青年培力，導入青年人力

「蹲點.台灣」募集全國大專青年勇於跳脫舒適圈，以15-20天展開服務旅程，實踐自我的創意和專業能力之餘，也為地方導入青年人力。

本專案以「一手服務，一手記錄」為核心精神，從好厝邊需求出發，為其製訂服務方案，投入社區公益的過程，亦讓大專青年能認識台灣鄉土風情，藉由文字及動態影音、社群媒體的擴散，讓更多人藉此參與計劃過程，一同走看台灣之美。

（三）在地培力，捲動風土經濟

偏鄉部落、鄉鎮鄰里有許多獨特的產業亮點，但因為青壯年人口外移、專業人才及資源不足等因素，迫使地方發展走走停停。透過企業資源、創新設計、專業團隊的協力，優化產業質量，共同捲動風土經濟。

結合企業ESG精神，以嚴選好物的概念推薦來自在地的伴手禮，邀請企業同仁以實際行動支持地方經濟，認識地方物產的豐饒及多元。

（四）故事行銷，擴散公益影響力

結合自有頻道經營、第三方友好媒體專案合作，加速擴散公益影響力，讓外界認識基金會作為及地方故事之美。

此外電信女籃與基金會一同進入社區服務，結合專業帶給社區學童運動課程及不同的生活體驗，將電信女籃的影響力從球場延伸到在地，共同扎根好厝邊，回饋鄉里。

貳、預算表

財團法人中華電信基金會

114年度預算表

單位：新臺幣千元

前年度決算數	項目	本年度預算數	上年度預算數
	財務收支		
52,714	收入	59,050	59,050
51,700	業務收入	58,700	58,700
1,015	業務外收入	350	350
56,344	支出	59,050	59,050
56,344	業務支出	59,050	59,050
0	業務外支出	0	0
0	所得稅費用(利益)	0	0
-3,630	本期賸餘(短絀)	0	0
	資產負債		
125,100	資產	101,566	101,566
6,520	負債	7,000	7,000
118,580	淨值	94,566	94,566

填表說明：

1. 資產負債之上年度預算數，係就原預算數按實際業務狀況調整後之數額。
2. 除特殊情形外，當年度淨值=上年度淨值+當年度餘絀。「特殊情形」係指年度收支餘絀預計有重大差異、淨值其他項目、以前年度賸餘經財政部專案同意留供以後年度專案支出等情形，請予備註說明。
3. 倘有接受政府委辦或補助計畫，應於表格下方備註予以分別列示政府委辦或補助計畫收入數。