

財團法人中華電信基金會

中華民國 115 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115年度

## 壹、概況

### 一、設立依據

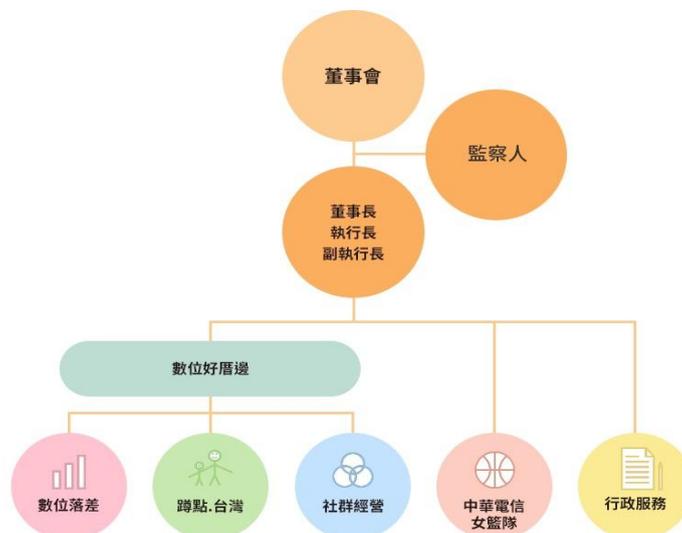
中華電信自2006年成立中華電信基金會，以「縮短數位落差」、「協助地方產業」、「耕耘社區生活」為三大核心，透過與在地組織長期合作，建立深厚夥伴關係，傾聽社區聲音，精準掌握痛點與需求，再將企業核心能量與外部資源串聯，一點一滴地注入，為永續發展灌溉養分，讓更多人看見台灣土地的美好姿態。

基金會積極推動數位平權，提升居民數位能力並強化資安防詐騙。一方面透過影像課程帶領學童使用數位工具進行拍攝創作，善用科技，另一方面則是帶領長輩學會辨識網路陷阱，保護個資與財產安全。為深耕地方永續發展，我們廣邀跨領域業師與專業團隊，透過多元主題探討，為在地注入創新思維、突破發展瓶頸，共創永續願景。有鑑於在地缺乏青年人力，導入青年志工專案，讓創意活力帶動地方。此外也將「中華電信女子籃球隊」的體育精神帶進社區，透過體能訓練、籃球教學等活動規劃，讓社區生活變得更有活力。

### 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

為將有限的資源落實到每一個需要的角落，中華電信基金會在全台及離島地區與在地夥伴合作建立「中華電信數位好厝邊」。這個網絡不僅是我們推動年度計畫的堅實根基，更是依據社區需求規劃方案、為地方累積養分、打造堅強軟實力的重要基地。

展望2026年，基金會將持續以「數位培力」、「青年培力」、「在地培力」及「故事行銷」為核心主軸，亦將深化專案作為，連結各方夥伴單位，為好厝邊據點提供所需資源。

### 一、計畫內容

#### (一) 數位培力

中華電信基金會以「數位好厝邊」作為重要載體，積極推動數位平權與能力培訓。我們持續為鄉村聚落與都市邊陲地區的據點導入多樣資源與課程規劃，讓不同年齡層、不同背景的民眾，都能輕鬆學習數位技能。面對網路世代的資安挑戰，我們特別關注並強化相關議題，課程內容涵蓋手機安全、網路使用規範及防詐騙案例分享，旨在提升民眾的數位風險意識，共同打造一個更可靠、更值得信賴的數位生態圈。

#### (二) 青年培力

暑假期間，許多社區面臨人力短缺，「蹲點·台灣」計畫為「數位好厝邊」據點帶入寶貴的青年人力。這項計畫鼓勵大專青年走出舒適圈，結合自身專業與專長，為在地社區設計符合需求的服務方案。在15至20天的蹲點歷程中，青年們不僅提供服務，更以獨特的方式深度認識這片土地，讓服務成為一場深刻的學習。為了讓更多人認識計畫，除了持續推廣，並與友好媒體、自媒體及大專院校建立合作，讓蹲點精神與在地故事被更多人看見。

#### (三) 在地培力

為陪伴社區永續發展，透過培力工作坊為「數位好厝邊」夥伴打造見習交流平台，透過跨域業師、專業團隊及成功案例的標竿學習，厚植地方人才的軟實力與執行力，並在過程中凝聚社區間的認同感和向心力，以期建立跨地域、互助支援的在地夥伴關係網絡。本年度也持續在企業內部推廣在地優質伴手禮，以企業採購的實際行動，為地方經濟開拓實質且可持續的銷售機會點。在培力的基礎上，本年度將以創客及STEAM為題，為社區學童規劃全新的學習課程，培力發現問題、解決問題的能力，為下一代所需面對的科技挑戰，扎下厚實的競爭力根基。

#### (四) 故事行銷

基金會的足跡遍布全台及離島，從閩南聚落、客家庄到原鄉部落，每一個合作的「好厝邊」都擁有獨特的文化與故事。我們深信，這些地方的生命力值得被更多人看見，因此運用基金會自媒體和社群平台，記錄並

分享每一段溫暖而真實的故事。除了人文關懷，也將體育精神帶入社區。中華電信女子籃球隊在繁忙的訓練與賽事之餘，熱情投入公益，將專業的籃球教學帶給社區與部落的學童。不僅讓孩子們有機會親近專業球隊，更重要的是，鼓勵他們在充滿3C產品的數位世界中，找到運動的樂趣與健康的平衡，培養強健的體魄。

## 二、經費需求

本會115年業務收入為中華電信捐贈之5870萬元，無其它業外收入，預估創立基金孳息收入及銀行利息收入合計為100萬元。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1500萬元，總計5970萬元。

115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」 以「數位」為起點，走進有需求的偏鄉聚落或都市邊陲區域，用長時間的陪伴與深度耕耘，與地方建立起互信共好的深厚關係，共同推動地方公益，讓企業 ESG 承諾成為實際行動。</p> <p>我們結合中華電信的核心價值，致力於普及數位服務量能，從學童的影像培力到產業優化，從青年志工的服務到體育活動，多元地回應「數位好厝邊」的需求，為城鄉之間的資源鴻溝搭起橋樑。</p> <p>為了讓每一分資源都用在刀口上，每年會檢視社區的運作與成長，並透過彈性的資源輪動，支持地方永續。在此同時，亦鼓勵合作夥伴不只依賴單一資源，更要勇於向外連結。因為每一次的提案、每一次與不同單位的合作，都會成為強化組織體質與建立多元夥伴關係的寶貴經驗，為日後發展奠定基石。</p> <p>2. 好厝邊小導演 中華電信基金會長期致力於推廣數位應用，並深信在數位載具與多元社群平台的時代，培養下一代善用數位工具的</p>	4500

	<p>能力至關重要。我們期待透過孩子的視角，記錄家鄉及生活中最真實而美好的故事。</p> <p>本計劃邀請業界導演擔任專案講師，從畫面構圖、鏡頭語言、敘事結構、訪談技巧，到剪輯後製，帶領學童逐步進入影像創作的世界。課程結合理論與實作，透過小組團隊運作，讓孩子們體驗團隊的分工與合作模式，從不同層面認識影像工作的專業。</p> <p>結訓後，基金會持續鼓勵「小導演」進行創作。他們的作品充滿真摯情感與天馬行空的創意，介紹著地方故事、部落傳說、家鄉產業與人文。在田野調查與影像採集的過程中，孩子們不僅找回對土地的深度連結，也開始更主動地關心在地議題。</p> <p>3. 社區應用課程</p> <p>以「數位好厝邊」據點作為我們導入資源的場域，針對學員的年齡層、數位能力及使用習慣，規劃客製化的課程，提供使用者所需及適合的學習內容。</p> <p>我們帶著社區樂齡長輩學習手機運用，讓他們輕鬆融入數位生活、增加生活樂趣，並針對時下關注的資安議題，透過案例說明及宣導，強化資安意識；另一方面則是善用網路特性，將大學端的教學人力帶入資源相對缺乏的社區部落，以線上課業輔導的模式，提升孩子們的學習動力，並為他們帶來溫暖和關懷，讓數位科技多一份溫度與互動。</p> <p>面對最新的 AI 科技時代，另一項重點工作是把科技體驗和實作能力訓練結合起來，藉由 VR 行動智慧車開到各個社區和部落，讓孩子們親身感受數位科技的厲害及未來的各種可能，打開對科技的想像力。</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>自2009年起，基金會與政大廣電系攜手合作「蹲點·台灣」計畫。本計畫以「數位好厝邊」作為執行場域，鼓勵大專青年利用暑假，深入社區進行為期15至20天的服務與紀錄。青年學子們將所學專業轉化為實際的服務方案，同時運用數位網路工具，真實記錄下當地的生活點滴。透過「一手服務，一手記錄」的精神，為社區帶來幫助，也透過專案網頁與自媒體平台，分享蹲點過程的成長與感動。</p>	4400

	<p>經過多年的穩健累積，本計畫的成果已經成功在大學校園中帶動了一股青年服務的風潮。為了有效深化執行成效並擴大影響力，我們積極與大專院校進行課程合作，除了將蹲點核心概念與精神傳遞給更多學生，再者透過歷屆蹲點學生的親身經驗分享，鼓舞新一代青年學子勇敢「踏出舒適圈」，加入蹲點行列，持續為地方服務注入青年活力與創新的能量。</p> <p>2. 校園巡迴影展</p> <p>「蹲點·台灣」校園巡迴影展廣受各大專院校通識中心與教師的肯定，透過合辦巡迴分享，邀請各科系學生一同參與，希望他們從蹲點青年的分享中，感受「蹲低一點」所發現的台灣之美與動人故事。影展精選的影像，展現台灣各個角落獨特的文化風景，更希望藉此拉近大學生與這片土地的連結，進而強化公民精神。</p> <p>為了擴大影響力，特別邀請歷屆參與者共同投入宣傳，並結合線上平台，將每一個蹲點故事與感動歷程傳遞給更多人，讓這份正向的力量持續擴散。</p> <p>3. 蹲點頒獎典禮暨成果發表</p> <p>為了隆重表揚並激勵積極投入地方服務的大專青年，基金會每年年底都會盛大辦理公開頒獎典禮暨成果發表會，作為本專案對外最重要的廣宣舞台。典禮不僅公開表揚當年度優秀團隊，同時也深度分享各組感人的蹲點故事與實踐成果，透過媒體傳播擴大專案的社會影響力。此外，我們也藉此機會公開感謝在執行期間給予寶貴支持與無私協力的「數位好厝邊」夥伴，突顯在地共榮的夥伴關係價值。</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. 培力工作坊</p> <p>基金會與「數位好厝邊」據點建立長期合作關係，這些據點服務的對象涵蓋閩南、客家、原鄉部落及新住民等多元族群，關注的議題也相當廣泛，從學童課輔、品格教育、地方產業、樂齡學習到數位應用等。</p> <p>為了支持社區永續發展，我們辦理規劃培工作坊，以「育成平台」為核心理念，邀請各領域的專家及第一線社區工作者，分享寶貴的實務經驗，藉此強化社區的經營能力，透過專業講堂累積新知，為學員建立紮實的理論基礎，同時將學員帶往成功案例現場，實地了解其運作模式與核心</p>	<p>1800</p>

	<p>精神，從中觀察成功的關鍵要素。我們也希望透過這個平台，促進好厝邊據點之間的交流與互動，創造互學、結盟的機會，讓彼此能共同成長。</p> <p>2. 協助社區產業</p> <p>為了活絡地方經濟，基金會從多元角度切入，協助產業優化並拓展行銷通路，讓更多消費者認識在各鄉鎮聚落的豐富物產。結合企業年節送禮需求，於企業內部推廣「數位好厝邊」的精選伴手禮。涵蓋了地方嚴選的好物，以及能滿足年節需求的客製化禮盒，不僅為地方品牌擴展了銷售管道，更透過邀請企業主管與員工的實際消費，讓地方物產被看見、被支持，創造企業與在地社區的雙贏。</p> <p>3. STEAM 創客培力</p> <p>進入AI世代，要面臨的挑戰不再侷限於載具使用，還包括察覺問題、解決問題的能力，因此延續基金會在數位培力的作為，除了持續朝數位賦能的目標努力，再者則是透過基金會連結資源的強項，讓好厝邊學童能養成AI世代所需要的關鍵能力。因此在本年度以創客及STEAM為題，為社區學童規劃全新的學習課程，培育數位網路世代所需的多元能力及科技人才。</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>基金會長期經營官方網站與社群平台，作為與大眾溝通的重要橋樑。我們持續分享來自「數位好厝邊」的動人故事，將台灣在地正向的力量傳播出去。</p> <p>為了增加互動、提升社群黏著度，我們的內容規劃多元而豐富，配合會內各項專案進度，發布相關貼文與資訊，並根據節氣或熱門時事議題，規劃主題式內容，結合圖文影音等多媒體形式，讓平台內容更加生動活潑，希望能吸引更多關注並參與，共同創造正向的社會影響力。</p> <p>2. 媒體行銷</p> <p>為有效提升基金會的品牌識別度與公信力，並深化對基金會的認同感，除了持續優化自媒體內容經營，更積極串聯友好廣宣平台與外部資源，透過跨界專案合作與媒體資源交換，發揮資源加乘的綜效，以期成功地將基金會的理念傳遞給年輕世代及更廣大的受眾。</p>	5300

我們的目標不只是曝光，更是要突破既有的公益同溫層，將基金會的宗旨與永續理念，精準傳遞給更多元的潛在受眾。我們深信內容力就是影響力，因著全台各地好厝邊的人事物所發生的故事，就是我們和外界溝通最好的橋樑，透過平面文宣、動態影音、網路平台等管道，讓這些具感染力和穿透力的故事可能被社會大眾看見。

### 3. 籃球推廣

電信女籃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，將延續專案執行，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「電信女籃夏令營」獲得好厝邊學童的喜愛，營隊課程融合了籃球、數位科技與藝文等元素，讓學童們在學習籃球技巧的同時，也能接觸多方面的知識，擁有一個充滿樂趣與收穫的夏天。籃球為全民運動，除了夏令營的辦理，秉持「提倡身心健康以平衡資訊科技的過度使用」的理念，規劃相關活動，邀集各方好手、不同年齡層愛好運動的好手，以球會友、推廣籃球運動。

### 三、預期效益

#### (一) 數位培力，提升數位技能與競爭力

基金會致力於推動多元的數位培力課程，讓不同年齡層都能從中獲益。我們為樂齡長輩開辦手機課程，幫助他們進入數位世界，享受科技帶來的便利，並將資安防詐騙議題融入，讓他們遠離潛在的網路陷阱。

針對年輕世代，我們提供數位影像課程，鼓勵他們運用科技工具，記錄與傳承家鄉的珍貴故事，為偏鄉學童提供線上課輔資源，強化他們的學習競爭力，縮短城鄉差距。此外，透過基金會自有平台，持續累積地方文化故事，並推廣在地產業，讓更多人看見台灣的美好。

#### (二) 青年培力，鼓勵青年走出舒適圈

基金會鼓勵青年學子將課堂所學帶入社區部落，透過服務落地，感受台灣鄉鎮的脈動。這段旅程不僅是付出，更是讓他們看見自身潛力與價值。

「蹲點·台灣」計畫，號召全國大專青年勇於跳脫舒適圈，用15至20天的時間，深入社區展開服務旅程。他們將自身的創意與專業能力，轉化為實際的服務方案，同時為地方注入青年活力。計畫以「一手服務，一手記錄」為核心精神，從社區需求出發，為在地量身打造服務方案。青年們在投入公益的同時，也透過文字、動態影音與社群媒體，將台灣的風土人情傳播出去，讓更多人一同看見這片土地的美麗與感動。

#### (三) 在地培力，支持永續培力在地人才

基金會持續提供社區跨領域資源，培育地方關鍵人才，以期達成在地永續的目標。透過培力工作坊，引入外部業師帶來新觀點、創造社區間討論交流的機會，見習互學的過程能讓社區產生連結。此外，結合企業推動 ESG 的精神，推廣地方物產，共同感受台灣土地的溫度與多元魅力。

另，從培力下一代成為 AI 世代所需的科技人才出發，結合創客和 STEAM 精神，帶領社區學童從觀察、發現問題進一步動手解決問題，藉此厚植適應未來的關鍵素養。

#### (四) 故事行銷，讓在地的真善美向外傳遞

基金會將持續經營自媒體，讓大眾看見基金會的行動，及一個個充滿溫度的故事，傳遞地方的堅韌與美好，吸引更多人一同加入，讓「共好」的力量持續擴大。

結合自有頻道經營與第三方友好媒體，加速擴大公益影響力，讓外界認識地方故事之美。此外，電信女籃也與基金會走進社區，結合專業為學童提供運動課程與多元的生活體驗。透過這樣的合作，我們將電信女籃的影響力從球場延伸到在地，共同深耕地方，回饋鄉里。

## 貳、預算表

### 財團法人中華電信基金會

### 115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
	<b>財務收支</b>		
61,336	收入	59,700	59,050
58,700	業務收入	58,700	58,700
2,636	業務外收入	1,000	350
56,445	支出	59,700	59,050
56,445	業務支出	59,700	59,050
0	業務外支出	0	0
0	所得稅費用(利益)	0	0
4,891	本期賸餘(短絀)	0	0
	<b>資產負債</b>		
130,949	資產	101,566	101,566
7,478	負債	7,000	7,000
123,471	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。

承 辦 人：

首 長：