



媒體素養教育

申訴媒體，真的只是打嘴砲？

媒體網站正式改版上線，其中我們將「媒體申訴」這一個項目進行再次改版，希望能更加簡化申訴流程與便利性。然而，為何我們要讓申訴的過程更加便利？想當然爾的答案就是媒體鼓勵大眾去申訴媒體，確實，這是答案之一，只是，這樣的答案絕對不是全貌。如果要說，為何我們要鼓勵民眾申訴媒體，其中一個答案一定是：媒體需要大眾的公民參與，在公民的共同監督下，媒體才會更好，正如同我們的政府需要我們的監督一般，這樣的答案絕對是無庸置疑。只是，要看到問題與答案的全貌，就必須要從公民監督媒體與媒體自律的歷史來看起。公民監督媒體最早可以追溯到1987年消費者文教基金會所設立的「消費者傳播權益委員會」，只是這個組織只是曇花一現，並沒有維持太久。直到1999年前後相繼成立的媽媽監督媒體基金會、媒體觀察教育基金會的共ㄍㄨㄛ聯盟...



活動預告

拓凱教育基金會

2018四季志工日開跑囉

拓凱教育基金會為了深化企業志工日的內涵，今年首度將企業志工日與四季節氣結合，配合節日慶典進行活動規畫，辦理多元創意志工服務方案，包含生態教育、環境保護、弱勢關懷、食農教育等，每梯次規劃招募至少200位企業志工進行服務，以符合更多企業在公益服務上的需求型態。更多活動...



快樂教育

海豚育兒法 教出懂事的孩子

每年的員工旅遊，昱嘉一向最為捧場，從進公司任職以來，他與孩子從來沒有缺席過。今年的員工旅遊，大家選在風景區野餐。這天，昱嘉將野餐墊攤開在草地上，發現上頭有些髒汙...「安叡，幫爸爸到車上拿罐礦泉水下來好嗎？」他轉頭喊了正在草地上奔跑的孩子。「我不要！」安叡不假思索的回應。「拜託啦，一下下而已啊。」昱嘉持續勸說。「不要！你自己去拿！」安叡聲音更大了。昱嘉嘆了口氣，走回車上取水。傍晚時刻，同事吶喊著該回家了。昱嘉聞聲，起身收拾剩餘的食物及飲料。「安叡，收一收，我們要走了...也當是幫忙爸爸啊...



公益資訊

3/17 家扶基金會兒童感恩音樂會

「因為家裡沒有錢，所以沒有辦法去學才藝，但跳舞是不用花錢的東西，所以我自己練習...，直到遇到家扶的老師提供了1個可以練舞技的地方，我才能越跳有自信！」依據家扶基金會「臺灣兒少資料庫」調查顯示，家扶基金會的兒少中，83%有1項或1項以上的特定專才，將近40%有音樂及表演上的天分，但這些才華與天賦...



活動報導

拓凱教育基金會 回顧2017與展望2018

感謝大家長年來的支持相挺，讓我們能夠持續推動各項社會教育的倡議工作。本會第三屆13位董監事與3名基金會成員在此向大家問好，祝福大家2018平安如意！回顧我們2017年的工作成果，在企業社會責任教育、青少年福利服務與全人教育及媒體素養教育等三大宗旨會務，皆有穩定的開展。展望2018，台灣社會面臨各項嚴峻挑戰：人口少子化及高齡化危機、低薪過勞、貧富差距過大、社會財富分配不公等，也因此，企業所需承擔的社會責任，日益重大，投入社會改革與教育的腳步更是刻不容緩。未來，我們仍將努力串連各民間團體...



CSR案例

富邦金控的「正向力量」

富邦金融控股股份有限公司旗下主要子公司包括富邦人壽、台北富邦銀行、富邦銀行(香港)、富邦華一銀行、富邦產險、富邦證券等。富邦金控深信，企業最大的...



國際最前線

英國星巴克的「拿鐵稅」

咖啡廳及便利超商的盛行，時常能看見人手一杯咖啡。你知道咖啡紙杯無法完全回收嗎？而且比人們想像的更難回收嗎？大多數人認為免洗餐具、拋棄式餐具是可回收的，畢竟他們是紙類，但事實並非如此。以免洗紙杯來說，每個紙杯內層都含有一層緊密結合的聚乙烯塑料塗層，簡單來說，你手中所認為可回收的紙杯，實際上是一個偽裝的塑料杯。英國每年使用並丟棄25億個免洗咖啡杯，但回收率卻不到0.25%。從英國環境審計委員會1月份的報告中發現，每400個杯子中只有一個能被回收。因為在英國，僅有兩個回收廠可以處理塑料塗層紙...



發薪日，邀您一起來發心 社會是土地，企業是樹木

發行人：沈文振
編輯顧問：朱東鎮、沈輝雄、李芳裕、林天來、林志誠、林俊男、莊照約、張英陣、陳敬達、劉昌奇、賴光雄(依姓氏筆畫排序)
總編輯：許雅惠
執行編輯：薛妙賢
版面設計：黃郁惠

發行單位：財團法人拓凱教育基金會
地址：台中市南屯區工業區二十路18號
電話：04-23591869
網址：<http://www.topkeycsr.org.tw/>
電子郵件：topkeyfoundation@gmail.com

文／李子瑋（台灣媒體觀察教育基金會辦公室主任）

上週媒體網站正式改版上線，其中我們將「媒體申訴」這一個項目進行再次改版，希望能更加簡化申訴流程與便利性。然而，為何我們要讓申訴的過程更加便利？想當然爾的答案就是媒體鼓勵大眾去申訴媒體，確實，這是答案之一，只是，這樣的答案絕對不是全貌。

如果要說，為何我們要鼓勵民眾申訴媒體，其中一個答案一定是：媒體需要大眾的公民參與，在公民的共同監督下，媒體才會更好，正如同我們的政府需要我們的監督一般，這樣的答案絕對是無庸置疑。只是，要看到問題與答案的全貌，就必須從公民監督媒體與媒體自律的歷史來看起了。

公民監督媒體最早可以追溯到1987年消費者文教基金會所設立的「消費者傳播權益委員會」，只是這個組織只是曇花一現，並沒有維持太久。直到1999年前後相繼成立的媽媽監督媒體基金會、媒體觀察教育基金會的共々X聯盟、與媒體對抗網站，公民們才開始以組織性與持續性的方式進行媒體觀察與監督，而在這個基礎上，2003年則是有18個民間團體共同組織成立「閱聽人監督媒體聯盟」，該聯盟成立後不但發動閱聽人共同監督媒體外，同時更造成壓力讓廣告主抽廣告，使當時的一兩個綜藝節目被迫改名。

對於公民團體開始針對媒體進行監督的潮流，官方也開始有些作為，當時的新聞局便在2002年成立了「電視妙管家」網站，開放民眾申訴媒體，後來這一個申訴工程委由媒觀進行，同時也建立了媒體申訴的申訴模式，直到後來，負責國內傳播監理事務的國家通訊傳播委員會成立後，這一項申訴業務就轉移到了其所屬的傳播內容處全權負責。

如同前幾段所言，民眾參與媒體監督的機制與做法，相繼由民間開始累積後，或多或少也蓄積了不少能量，因此，2005年因為有線電視爆發假新聞進而引發換照爭議，當時由媒觀、婦女新知、台灣新聞記者協會、婦援會、勵馨、台少盟等60多個團體舉行記者會，宣佈組成「公民參與媒體改造聯盟」。同時，也開始與「衛星廣播電視事業商業同業公會(STBA)」合作，推動「新聞諮詢委員會」，成為媒體與公民團體定期溝通與推動新聞自律之平台。而這一個自律機制不論在規範上或是運作模式上，也成為現今國內自律組織運作的雛型。

上述所論及的自律機制，在之後不但具體落實於廣電三法中，作為電子媒體換照的評判標準，另一方面，在平面媒體上，除了2009年蘋果日報因為動新聞開播，公民團體抗議，而促成蘋果日報自律委員會成立外，之後國內的報業更因為兒少法修法的關係，便在台北市商業報業同業公會之下設置兒少新聞自律委員會，而此，也使得平面媒體的自律機制更加健全。

從上述的歷史來看，就不難理解公民團體與民眾之間集合起來，共同監督媒體的「他律力量」，以及媒體自身必須擁有的「自律機制」，這兩者之間是如何互為表裡，相互影響。更根本的說，如果沒有一個強大且由民眾參與的他律機制，那麼空有媒體自律，便真的是「請鬼拿藥單」。

那麼這時就要回到一個更根本的問題：「我是一般公民，要到哪邊申訴媒體？」、「我對媒體的申訴，真的有效嗎？」，首先針對媒體申訴是否有效這個問題，筆者過去在媒體工作的前輩曾經告訴我，一般民眾申訴媒體一直以為在該則新聞留言板下面留言就會有效果。其實，並非如此，申訴若是要正式被受理，就必須要寫信到該公司內部，如此，這一則申訴才會被受理。

也就是如此，這次媒觀在「媒體申訴」頁面的改版便依此邏輯來進行。過去民眾的申訴在受理後，我們大多協助轉發至各家媒體，但此次改版後，則是將申訴信件直接轉發到各家媒體的申訴信箱，交由該媒體的自律委員會進行，而民眾則是可到該媒體的自律委員會中，針對其自律委員會的討論案與會議結果進行監督。

當然，媒體申訴管道不只有媒觀一個，其他諸如：

- 一、國家通訊傳播委員會「傳播內容申訴網」：針對電視、廣播部分。
- 二、iWIN網路內容防護機構：針對網路內容部分。
- 三、報業公會兒少新聞自律委員會：針對平面媒體的兒少內容部分。
- 四、直接跟媒體聯絡：這是最快，也是最直接的方式。

最後，筆者還是想跟大家分享一個觀念，要落實媒體自律當然有所難度，尤其若是沒有大眾與公民團體強有力的監督，要完全仰賴「自律」那還真的是請鬼拿藥單，但，若是當大眾能發揮力量，與公民團體一同聯合並強化他律的力量，那麼，媒體自律一定有辦法發揮力量，台灣媒體一定會變得更好。只是，這關鍵的第一步：民眾自主監督、申訴媒體，是否有辦法落實，就要端看大家的努力與決心了。

感謝財團法人台灣媒體觀察教育基金會惠賜稿件

文章選自：<http://www.storm.mg/article/343894>



每年的員工旅遊，昱嘉一向最為捧場，從進公司任職以來，他與孩子從來沒有缺席過。

今年的員工旅遊，大家選在風景區野餐。這天，昱嘉將野餐墊攤開在草地上，發現上頭有些髒汗...

「安叡，幫爸爸到車上拿罐礦泉水下來好嗎？」他轉頭喊了正在草地上奔跑的孩子。

「我不要！」安叡不假思索的回應。

「拜託啦，一下下而已啊。」昱嘉持續勸說。

「不要！你自己去拿！」安叡聲音更大了。

昱嘉嘆了口氣，走回車上取水。

傍晚時刻，同事吶喊著該回家了。昱嘉聞聲，起身收拾剩餘的食物及飲料。

「安叡，收一收，我們要走了...也當是幫忙爸爸啊，好不好？」

「不好，我又沒有說要幫你。」安叡沒好氣地白了他爸爸一眼。

昱嘉碰了一鼻子灰，只得自己收拾。

一旁的同事見狀，低聲問了昱嘉，「欸，我發現你小孩好像很有主見喔？」昱嘉聽得出同事話裡的委婉提醒，尷尬地回應「喔...對啊，我跟我老婆覺得孩子是有人權的，所以一向都很尊重小孩的意見。」

這一代的父母受民主思維的洗禮，往往認為不該強加父母權威在孩子身上，凡與孩子相關的事，都應先徵詢孩子的意見，盡量溝通、說明，讓孩子充分理解、選擇後再進行，以期教出快樂、具獨立思考能力且為負責任的孩子。然而，許多父母應該會發現，這樣的期待卻經常成效有限，社團法人中華民國紅十字會副秘書長李顯文認為，原因有三：

- ◆在實際的生活場景中，父母沒有那麼多的時間和孩子慢慢溝通
當上班或上學時間快遲到，父母還有時間或耐性跟孩子好多歹說著天冷要加衣嗎？
- ◆孩子有時並未具備理解複雜事務的能力
當孩子只喜歡吃飲料、零食，又不吃正餐時，父母確定要順著孩子的意願嗎？
- ◆父母錯誤的給予孩子太多選擇、決定的權力
無意間讓孩子知道，原來只要堅持己見、拒絕溝通，就可以牢牢控制住父母。

馬偕小兒感染科醫生黃琮寧就指出，成長過程中，尊重孩子與讓孩子快樂，絕非等同於討好孩子或讓孩子予取予求。甚至，有些人認為要讓孩子感到幸福，就是給他們自由。但其實研究結果發現，給孩子太多的自由，不設定任何界限，反而會讓孩子更加焦慮。因此，父母不要再藉由「尊重孩子」之名，放任他們在各種錯誤的選擇中摸索，父母應承擔父應盡的責任，給孩子設立一個適當的框架，讓他在裡面學習與成長。

不想當高壓「虎媽/虎爸」，又怕變溺愛型的「水母媽/水母爸」嗎？強調親子關係應該是「權威又平衡」的「海豚家長」也許適合你/妳：

- ◆堅持原則，但仍有彈性
海豚家長講究平衡，在育兒上是權威而不獨裁，尊重但不忘管教。例如，在飲食上，盡力提供孩子均衡健康的飲食，但是在生日會、聯歡會，或慶祝場合上，也會允許孩子吃披薩、薯條、炸雞等垃圾食物。
- ◆孩子該做的事，別再問好不好
當孩子表現優秀，海豚家長從不吝惜讚美，當孩子做錯事時，也絕對不會放任不管。若孩子在牆壁上塗鴉，就要負責把塗鴉清理乾淨。若是偷懶沒有寫作業，就得再找時間另外完成。當把玩具弄得一團亂，就要自己負責把玩具收好。當孩子嘗到行為的「自然後果」，印象最深刻。

與孩子溝通有一定的時機，選錯時機，則父母的民主與尊重，反而變成放任，就會教養出霸道、無理的孩子。提出海豚育兒哲學的加拿大兒童精神科醫生、英屬哥倫比亞兒童心理醫療中心主任希米·康（Shimi Kang）就相信，「有溝通，才能讓孩子明理；有約束，才能抑制偏差；給空間，才能培養獨立思考。」溫和而堅定、尊重而不放任的教養，不僅能幫助孩子適應社會的規矩，對孩子的影響也才能正向、深遠又持久喔！

參考資料：

- 王怡棻（2016）。海豚育兒法，讓孩子愈玩愈聰明。<https://goo.gl/tCebHw>。
李顯文（2016）。放任的民主，只會讓孩子變成小霸王。<https://goo.gl/NGQgQk>。
黃琮寧（2017）。「孩子快樂就好」是尊重還是討好？<https://goo.gl/2AeWgR>。



感謝大家長年來的支持相挺，讓我們能夠持續推動各項社會教育的倡議工作。本會第三屆13位董監事與3名基金會成員在此向大家問好，祝福大家2018平安如意！

回顧我們2017年的工作成果，在企業社會責任教育、青少年福利服務與全人教育及媒體素養教育等三大宗旨會務，皆有穩定的開展（詳見下表）：

拓凱教育基金會 2017年成果摘要表

企業社會責任教育	專案	效益
	2017年大台中企業志工日	60家企業、43家公益團體參與，約1,850人參與
	其他專案：北市政志願服務推廣中心來訪、輔導拓凱小太陽志工社、外部企業志工輔導及媒合、響應靜思人文閱讀空間等	
青少年全人教育與福利服務	專案	效益
	2017拓凱全國青少年高峰論壇	74校報名，12隊入圍約372名師生參與
	2017拓凱青少年公民咖啡館	19校45名高中職青少年參與
	心靈講座	嚴長壽《在世界地圖上找到自己》，約2500人參與
	106年拓凱青年勵行基金	8所公私立大專院校申請，補助16案
	2017青少年改變世界服務學習	補助1間高中學校、1間國小
媒體素養教育	專案	效益
	媒體素養教育營隊	辦理3場次營隊，共計78名國小中高年級學童參與
	2017拓凱青少年公民咖啡館	19校45名高中職青少年參與
	親子好樂電影院	辦理5場次電影賞析活動，共計服務150人次
	其他專案：支持優良書籍出版，購置「誠品時光」、「靜思語袖珍本」等書	

展望2018，台灣社會面臨各項嚴峻挑戰：人口少子女化及高齡化危機、低薪過勞、貧富差距過大、社會財富分配不公等，也因此，企業所需承擔的社會責任，日益重大，投入社會改革與教育的腳步更是刻不容緩。未來，我們仍將努力串連各民間團體、企業及政府單位，共同協力落實公共事務的推展：企業志工日常化、媒體素養生活化、青少年教育國際化等，在這些原則下，規劃2018相關年度專案（詳見下表）

拓凱教育基金會 2018年度專案

企業社會責任教育

企業志工管理工作坊、企業志工教育訓練（含富宇建設志工訓練）、CSR標竿企業參訪、企業志工成效評估、四季志工日、新凱造福系列計畫等六項專案。

青少年全人教育與福利服務

2018拓凱全國青少年高峰論壇、2018拓凱青少年服務學習、107年拓凱青年勵行基金、青少年專欄、兒童視力保健計畫等五項專案。

媒體素養教育

發心e報、媒觀講堂、心靈講座、拓凱青少年媒體素養營、拓凱媒體素養創意影音大賽、台灣之光系列講座等六項專案。

詳細活動說明請洽04-23591869，拓凱教育基金會（topkeyfoundation@gmail.com）

咖啡廳及便利超商的盛行，時常能看見人手一杯咖啡。你知道咖啡紙杯無法完全回收嗎？而且比人們想像的更難回收嗎？

大多數人認為免洗餐具、拋棄式餐具是可回收的，畢竟他們是紙類，但事實並非如此。以免洗紙杯來說，每個紙杯內層都含有一層緊密結合的聚乙烯塑料塗層，簡單來說，你手中所認為可回收的紙杯，實際上是一個偽裝的塑料杯。



英國每年使用並丟棄25億個免洗咖啡杯，但回收率卻不到0.25%。從英國環境審計委員會1月份的報告中發現，每400個杯子中只有一個能被回收。因為在英國，僅有兩個回收廠可以處理塑料塗層紙，其他的回收場無法處理，因為塑料內襯會堵塞了機器，最終都會被送到垃圾填埋場。這是非常浪費、不環保的，因為免洗紙杯是使用高質量的紙製成，如果能有效回收，將可以多次重複使用。針對這份報告，國會議員認為需要改善目前的垃圾數量，要求所有免洗咖啡杯都要收取25便士(0.25英鎊)的「拿鐵稅」，若在五年內免洗紙杯無法回收再利用，將全面禁止使用。

英國連鎖咖啡業者-星巴克，在2/26開始實行國會提倡的「拿鐵稅」，進入三個月的試辦階段。成為英國率先徵收「拿鐵稅」的咖啡店，在倫敦35家分店實行，顧客若使用免洗紙杯，將額外負擔5便士(0.05英鎊)。期待能鼓勵顧客攜帶可重複使用的杯子，響應環保。並將徵收的費用將捐贈環保慈善機構「Hubbub」。未來也將與「Hubbub」合作，了解徵收「拿鐵稅」是否能幫助改變行為並減少浪費。

在這項措施推出，已有48%的星巴克顧客表示他們將攜帶可重複使用的杯子以避免5便士(0.05英鎊)的收費。星巴克祭出優惠機制，如果您攜帶自己的杯子或可重複使用的杯子消費，星巴克將提供25便士(0.25英鎊)的折扣。

不只是英國星巴克提供折扣給攜帶環保杯的顧客，Costa Coffee、Pret a Manger也提供相同的優惠。台灣許多的咖啡廳、飲料店一樣有類似的折扣優惠。只是據環保慈善機構Hubbub的調查指出，收取額外費用比折扣優惠更有效。英國的「塑膠袋稅」就是成功的案例，在2015年10月推出後，一年內塑膠袋使用量減少了83%，相當於減少了90億袋。相信徵收「拿鐵稅」一樣能有改善免洗紙杯的使用量。

台灣在年初進入擴大限塑政策，預計在2030年全面禁用塑膠袋、免洗餐具等。自從擴大限塑上路後，消費者漸漸習慣，隨身攜帶著提袋，或者乾脆不使用，避免支付額外的費用。在未來台灣或許能仿效英國，將免洗吸管、免洗餐具也納入加購項目中，減少垃圾量並降低對身體的危言。

參考資料：

James Hitchings-Hales(2018).GLOBAL CITIZEN.This Coffee Chain Is the First in the UK to Charge a 'Latte Levy' for Disposable Cups. <https://ppt.cc/fEaT0x>

Katherine Martinko(2018).TREEHUGGER.Starbucks introduces 5p surcharge on disposable cups in London. <https://ppt.cc/fUiLJx>

Katherine Martinko(2017). TREEHUGGER. Starbucks cups are not recyclable, which means 4 billion go to landfill each year. <https://ppt.cc/fuKpsx>

活動預告

拓凱教育基金會 2018四季志工日開跑嘍

拓凱教育基金會為了深化企業志工日的內涵，今年首度將企業志工日與四季節氣結合，配合節日慶典進行活動規畫，辦理多元創意志工服務方案，包含生態教育、環境保護、弱勢關懷、食農教育等，每梯次規劃招募至少200位企業志工進行服務，以符合更多企業在公益服務上的需求型態。

更多活動詳情請洽拓凱教育基金會
電話：04-23591869，蔡孟均 組長



2018四季志工日活動規劃

節氣	月份	服務內容	活動內容說明	人數
春耕	4月	水田生態教育暨插秧活動 高美濕地除草	結合生態教育及協助插秧播種 清除互花米草	200人
夏耘	6月或7月	淨溪 魚苗放流 端午包粽社區關懷	淨掃柳川/綠川/梅川 復育漁業資源 協助包粽/烹煮等服務，送餐至弱勢家庭	200人
秋收	9月	花博公益日	陪伴獨老/身障者等服務對象遊花博	200人
冬藏	10月	採收農物 重陽關懷	協助收割、採收農作物 協助月餅製作及禮盒包裝，送至弱勢家庭	200人

您也想在企業內部推行志工？或您也想跟我們分享做志工的心得？歡迎您來信topkeyfoundation@gmail.com

「因 為家裡沒有錢，所以沒有辦法去學才藝，但跳舞是不用花錢的東西，所以我可以自己練習...，直到遇到家扶的老師提供了 1 個可以練舞技的地方，我才能越跳有自信！」

依據家扶基金會「臺灣兒少資料庫」調查顯示，家扶基金會的兒少中，83% 有 1 項或 1 項以上的特定專才，將近 40% 有音樂及表演上的天分，但這些才華與天賦實際能夠被注意到，且獲得好的養分，穩定培養卻是少數……

有感於經濟弱勢兒少於才藝學習資源匱乏，家扶自 2006 年起，制度性的提供扶助兒少才藝學習的資源與機會，目前共有 53 個團隊，1135 人接受此項服務。

此次才藝成果音樂晚會為家扶才藝隊孩子第 1 次在公開、正式的舞臺演出。過往皆為地區性的表演，這次為了能在中正堂演出，家扶從 50 支隊伍挑選出 12 支隊伍和個人（包含跳舞、唱歌、樂器類），他們歷經了半年的練習，從入選到確定演出，不斷的練習再練習，為了可以將最好的一面，讓大家能看見他們的努力成果，獲得肯定，所以希望社會大眾能一起參與，給他們一點鼓勵。

您的參與對他們來說都是莫大的肯定，都是未來繼續邁向人生道路的正向力量與溫暖記憶。



活動資訊

活動日期	2018 年 3 月 17 日 (星期六)
活動時間	18:30 入場，19:00 開始
活動地點	臺中市北區學士路 98 號
主辦單位	家扶基金會
聯絡電話	04-22061234 轉 238、358
索票方式	填妥報名資訊系統
憑 6 張有效發票可索票 1 張	



報名系統



拓凱教育基金會
Topkey Foundation

富 邦金融控股股份有限公司旗下主要子公司包括富邦人壽、台北富邦銀行、富邦銀行(香港)、富邦華一銀行、富邦產險、富邦證券等。富邦金控深信，企業最大的責任就是與社會共好。隨著「富邦金控永續經營(ESG)願景工程」的展開，秉持著「正向的力量」核心精神，發揮金融影響力，創造新典範，讓世界持續美好！

富邦金控鑒於氣候變遷對環境生態的衝擊，持續響應政府環保政策推動節能減碳，並自2013年起參與台灣企業永續論壇，致力打造綠色金融品牌、創造綠色價值服務。藉由對內、外部的理念溝通，以及各項政策、計畫的具體實踐以善盡企業社會責任，促進永續發展。

支持綠色能源及節能減碳作為

- ◆ 2016年認購綠色電力126萬度
- ◆ 2016年於產險屏東大樓設置太陽能光電板。
- ◆ 辦公大樓LED節能燈具更換，共約9,622盞。
- ◆ 響應減塑，宣導拒用寶特瓶裝水。

秉持「取之於社會，用之於社會」之精神，以實際行動表達對社會的關懷，先後創辦了台北富邦銀行基金會、富邦慈善基金會、富邦文教基金會、富邦藝術基金會。每個基金會都有各司其職的業務項目，為社會付出點心力，關懷社會。

台北富邦銀行基金會

長期關懷長者、身心障礙關懷與社會公益三大面向。在身心障礙關懷方面，規劃了「富邦身心障礙才藝獎」、「愛無限樂團」，鼓勵勇敢的生命鬥士，並持續為這些優秀的得獎者打造讓他們發光發熱的舞台。到全國各地展現精湛的演出，分享他們的生命故事，鼓勵大家珍惜生命及對懷抱永不放棄的態度。

長者關懷服務的部分，因應高齡化社會的來臨，盼望能為長者創造一個更友善的環境與社會，辦理「銀髮樂活列車」、「關懷長者」及「富邦友善失智計畫」。並針對失智症家庭亦有「家庭照顧者」喘息之旅，對失能症家庭照顧者提供協助與支持。

在社會公益的規畫，以脫貧方案為核心思考，協助弱勢族群脫離貧窮，以「資產」為基礎的社會福利模式值得推行，協助低收入家戶累積資產，增強其抗貧能力，以期走向經濟自立。

富邦慈善基金會

「人溺己溺，人飢己飢」為創立的中心思想，以扶助社會弱勢為宗旨。分別規劃了「用愛心做朋友」助學活動，協助經濟弱勢學生順利就學，以及「急難救助」專案，對遭逢緊急變故的個案提供即時的幫助等，為其提供生活、醫療、喪葬等方面補助。照顧弱勢、發揮正面向上影響力的態度；並結合富邦集團「愛心志工社」眾志與眾力，扮演台灣社會弱勢團體最強而有力的後援。

富邦藝術基金會

以「藝術生活化，生活藝術化」的理念，分享所有創意與無限可能。將藝術在生活之內落實，與大眾分享生活中的美學滋味，除了透過藝文知識傳遞與推廣之外，更打造多元無牆藝術平台，以達到回饋在地社區街坊、提升社會藝術文化素質之目的，例如：知識交流《富邦講堂》，藝術推廣《無牆美術館》及各種藝術教育推廣活動。為了讓藝術更貼近生活，「用」是最直接的體驗方式，這其中除了觀賞與感受之外，透過藝術家原創手稿與人性化貼心的設計轉換，開發出實用美觀的生活用品，讓人充分感受生活中美學的應用巧思。

富邦文教基金會

期望透過各種正向休閒活動、行為教育的推展，有效防範青少年犯罪，進而協助他們培養健全的身心，將來能承先啟後成為社會中堅。

近年來，全力投入推動媒體素養教育：包括協助政府制訂媒體素養教育政策，深入校園、社區作觀念宣導，以及藉由出版刊物、培訓種子教師、推動策略聯盟等一連串實質行動，提醒社會大眾成為擁有解讀媒體訊息能力的聰明閱聽人。除了媒體素養外，也規劃了理財、天材及生命教育及原鄉服務。相信每個孩子都有獨特天賦，只要用對方法，就能成為「天材」。並鼓勵青少年碰到任何困境，只要抱持「永不放棄」的信念，都可以勇敢再出發，走出自己的道路。

資料來源：

<https://ppt.cc/f5fbqx> 富邦金控企業社會責任網站

<https://ppt.cc/f1yDRx> 富邦金控臉書粉絲專頁

<http://www.taipeifubon.org.tw/welcome> 台北富邦銀行基金會官網

<http://www.fuboncharity.org.tw/chinese/index.php> 富邦慈善基金會官網

<http://www.fubonart.org.tw/?ref> 富邦藝術基金會官網

<http://www.fubonedu.org.tw/index.aspx> 富邦文教基金會官網

富邦金控

