



# CHI 穩健治理 永續經營

重大性議題：企業治理與營運



## 對東森購物的意義

東森購物為台灣第一家現代化電視購物經營者，持續落實良好的公司治理，維持穩健的企業營運體質，以創新企業價值、維護股東權益，更與供應商及關係企業攜手打造幸福指標產業，為股東、投資人及所有利害關係人創造公司最大價值，朝永續發展目標邁進。

## 政策與承諾

東森購物以誠信為基礎，堅持顧客導向「東森嚴選」就是品質保證，對每一位消費者秉持「承諾、責任、榮譽」的精神，提供最優質的產品與服務。同時訂定「員工服務契約書」、「員工清廉守則」、「資訊安全暨保密同意書」，建立完善的內部風險管理與稽核機制及誠信正直獎勵與舞弊懲戒條款，由內而外落實監督機制及各項風險管控執行。

## 主責單位

稽核室、資訊部及經營管理部

## 特定行動與績效

- 依年度查核計畫完成 31 項稽核報告，各項內控作業經查核未發現重大缺失，相關事項執行尚稱允當
- 由外部專業廠商執行電腦系統安全評估，並針對其中重大風險及高風險項目改善完成率達 100%
- 未有違反「環保法規」及「兒童及少年福利與權益保障法」相關法規以致遭受罰款之情形
- 未發生任何貪腐事件



## 1.1 關於東森購物

東森購物主要的經營業務是電視購物、電子商務及會員電話行銷等新零售多通路，為臺灣第一家電視購物業者，於 1999 年 12 月 21 日開台，帶領及見證了臺灣電視購物產業的發展歷程。旗下擁有完善的商品供應鏈、嚴格的品質控管機制、優質的客戶服務、明星級的購物專家，透過購物型錄、購物網站、手機行動購物 APP，以及與中華電信共同開發的互動式購物平台，為遍及全台近 1,000 萬名會員創造前所未有的購物新體驗，近年來更是積極打造自營商品，透過社群經營、網站優化、視頻直播輔助銷售價廉質美的商品，並整合線上虛擬及線下實體通路，達到互補及加乘效益，締造出全新的企業價值。

### ● 東森購物基本資料

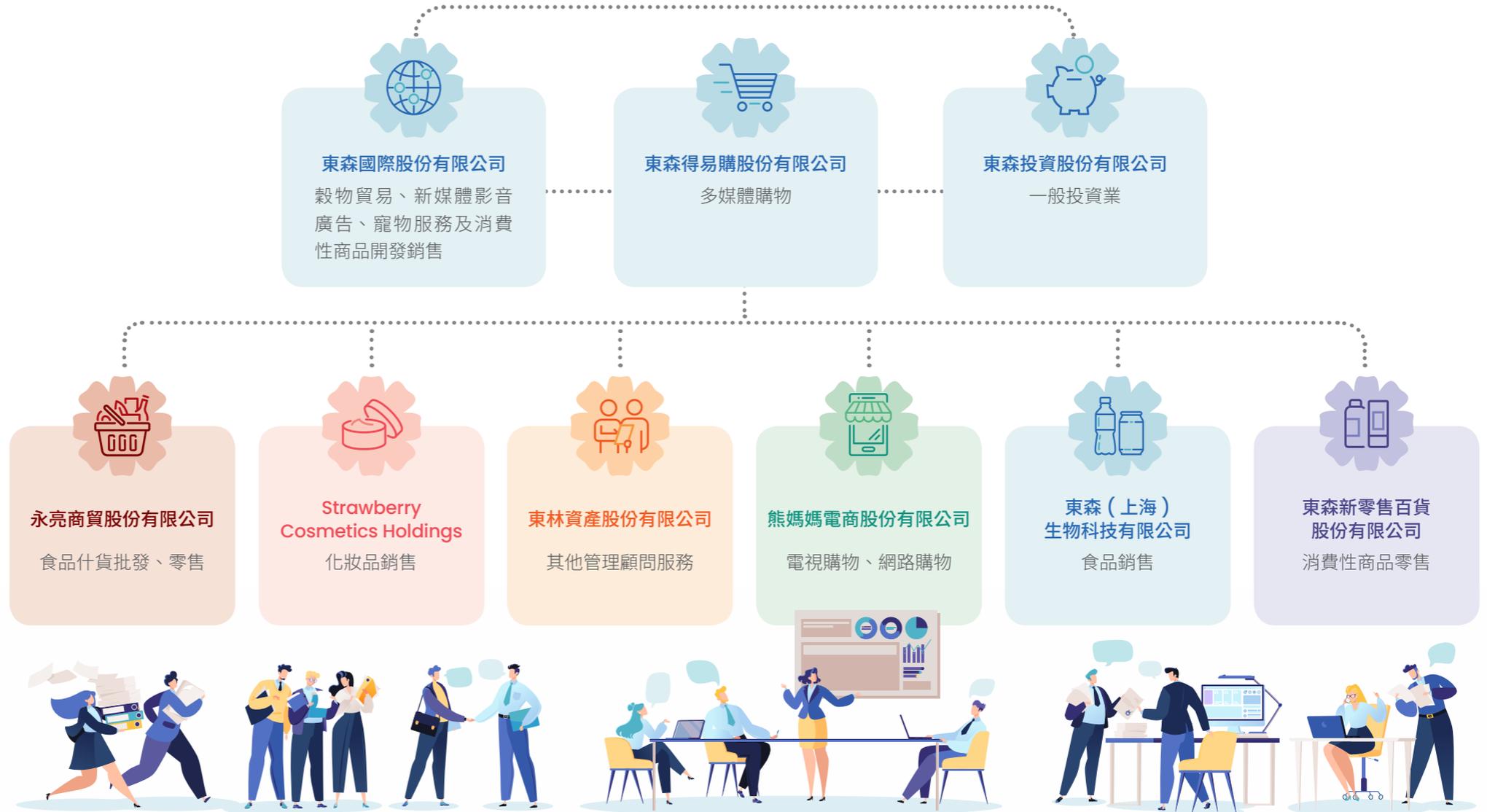
<p><b>公司全名</b> 東森得易購股份有限公司</p>	<p><b>員工人數</b> 2,071 人</p>	<p><b>創立時間</b> 1999 年 12 月</p>
<p><b>董事長</b> 王令麟</p>	<p><b>總經理</b> 彭鴻斌</p>	<p><b>總部位置</b> 新北市中和區 景平路 258 號</p>
<p><b>資本額</b> 新台幣 1,019,163,600 元</p>	<p><b>主要關係企業</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 東森國際</li> <li>• 東森新零售</li> <li>• 香港草莓網</li> <li>• 熊媽媽電商</li> <li>• 東森自然美</li> <li>• 東森全球新連鎖</li> <li>• 東森新媒體</li> <li>• 分眾傳媒</li> <li>• 東森房屋</li> <li>• 東森保代</li> <li>• 量子娛樂</li> <li>• 東森慈善基金會</li> <li>• 東森文化基金會</li> </ul>	



## 攜手關係企業 打造東森生態圈

東森購物以「打造臺灣家庭購物的新世界」為願景、「東森嚴選」為核心價值，引領東森新零售、香港草莓網、及熊媽媽電商等關係企業，打造新零售品牌，建構以東森各大品牌為核心的線上線下生活圈，為消費者提供全面的生活服務。

### 關係企業與主要業務



## 1.2 營運策略與成效

### ● 1.2.1 營運策略

電視購物與電商市場已漸趨飽和，東森購物透過整合集團資源，採取多通路銷售拓展客源除了電視購物、網路購物及電話行銷，近年來併購全球跨境電商草莓網及生鮮電商熊媽媽買菜網，更積極發展旗下自營商品，強化自有流量。

#### 建立「好吃、美麗、健康」東森生態圈 佈局快速物流





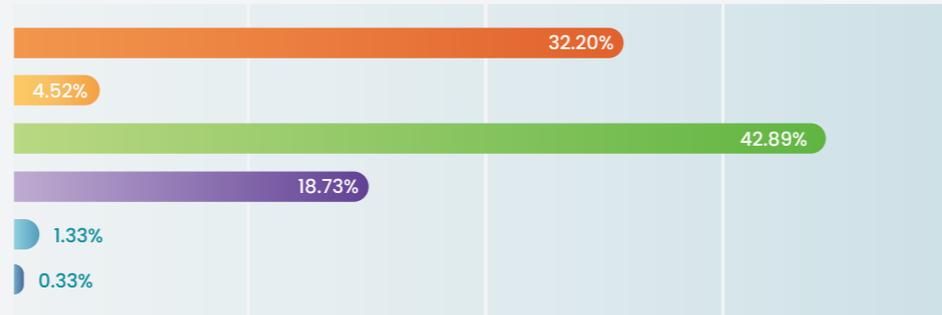
## 力抗疫情振興商機 創造營運高峰

疫情爆發後消費型態改變，宅經濟帶動起一波自煮潮，東森購物透過跨領域、跨品牌的合作，強化食品產品線，如開發料理之王聯名料理包及啟用熊媽媽買菜網之衛星倉儲；並藉助學術界、業界領導品牌的力量，與輔大、北醫及臺安醫院共同開發機能養生食品，也與星級飯店、知名品牌及餐廳聯名開發自營食品，同時各通路推出五倍券行銷方案搶振興商機，使電商業績大幅成長。

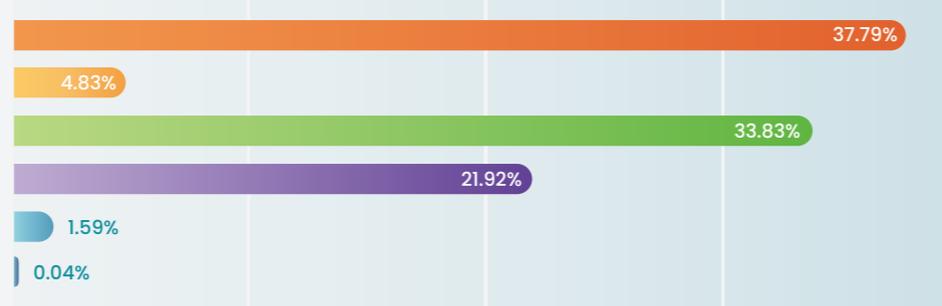
## 近兩年各通路營運表現

東森購物秉持嚴選商品精神並拓展旗下各通路類型將銷售觸角延伸至消費者眼前，隨著疫情爆發，消費者網購習慣成形，網路購物需求增加，2021 年度躍升東森購物第 1 大通路，獲利穩健攀升。

### 2021 年營運占比



### 2020 年營運占比



## 保證商品品質 「東森嚴選」優良用心

「東森嚴選」為東森購物核心價值，亦落實於每一個環節的企業文化中。從前端之商品開發、品質管控、節目製作、客戶服務、金流安全到後端之物流配送，層層管控，用心把關，對消費者負責。「東森嚴選」正是東森對每一位消費者的「承諾、責任、榮譽」，也讓「東森」兩個字成為一項保證。「東森嚴選」下每件商品皆須通過 70 項品管檢核項目，歷來消費者滿意度都達 95% 之上。



### 開創自營商品強化品牌 深耕會員經營

東森購物聯手關係企業，包含東森自然美、東森寵物雲及東森房屋等發展線上線下複合店，提供最頂級的會員服務及經營措施，並且為打造更完整的購物體驗，確保供貨品的品質，我們積極落實源頭管理，整合營銷規劃與平台，串聯結合金流、物流、商流、客流與信息流，掌握每一個客戶的需求，強化品牌的永續競爭力。

東森購物堅持以「東森嚴選」的精神開發優良自營商品，2021 年度的自營商品營收比重達 33.4%，貢獻整體獲利達 37.1%，較去年成長 28.7%，其中又以保健食品類、3C 家電類和食品類的自營商品佔營收最大的比例。

### 近三年商品類別營收佔比



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大  
議題分析

永續價值與策略

**CHI 穩健治理 永續經營**

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄

2021 年自營商品銷售成效

類別	項目	品項數量 (單位：項)	銷售數量 (單位：件)	銷售金額 (單位：仟元)
 <b>保健食品</b>	妍美會葉黃素高純度保濕滋養升級版	17	80,893	316,693
	華陀蔘鹿精華	15	9,188	215,601
	華陀駝鳥龜鹿精 PLUS	21	10,560	197,153
 <b>美容美材</b>	自然美瑞昇超逆齡賦活膠囊	12	24,973	96,820
	自然美瑞昇 樂活精油禮盒套組	7	17,545	81,272
	自然美積雪草煥活全能超值組	8	6,453	69,670
 <b>食品</b>	萬歲牌堅果補給隨行包東森聯名款	10	135,401	117,974
	料理之王調理包	38	45,324	30,567
	晶華酒店紅燒牛肉麵東森嚴選熱銷搶購組	5	15,542	26,103
 <b>生活用品</b>	東森嚴選蒲公英環保抽取式衛生紙	14	67,439	56,400
	東森毛寶防蟎抗菌洗衣精	14	82,786	37,138
	韓國 PN 楓年花崗石鍋具組	8	17,499	30,498





## ● 1.2.2 經營成效

受 COVID-19 疫情持續影響，顧客消費習慣改變，線上購物成為疫情時代下最大消費戰場，東森購物整合集團資源，發揮完整供應鏈的綜效，使得經營成效不受疫情影響逆勢成長。

### 近三年東森購物經營成效

單位：新台幣仟元

項目		2019 年	2020 年	2021 年
 經營能力	總資產	9,955,757	12,074,514	12,207,915
	總負債	8,163,538	9,882,194	9,944,589
	總股東權益	1,792,219	2,192,320	2,263,326
	營業收入	20,460,741	23,709,345	27,200,172
	營業淨利	823,887	1,796,232	2,241,793
	稅後淨利	622,251	1,438,367	1,808,488
 分配經濟價值	員工薪資及福利	2,607,189	2,945,088	3,298,558
	股利分配	560,540	1,222,996	1,426,829
	支付利息	152,917	157,646	161,154
	繳納所得稅	154,682	258,266	339,624
	公益捐助	771	4,890	6,400
 獲利能力	資產報酬率 (%)	6.6%	13.1%	15%
	權益酬率 (%)	32.1%	72.2%	81%
	每股盈餘 (元)	6.11	14.11	17.74

## 1.3 誠信治理

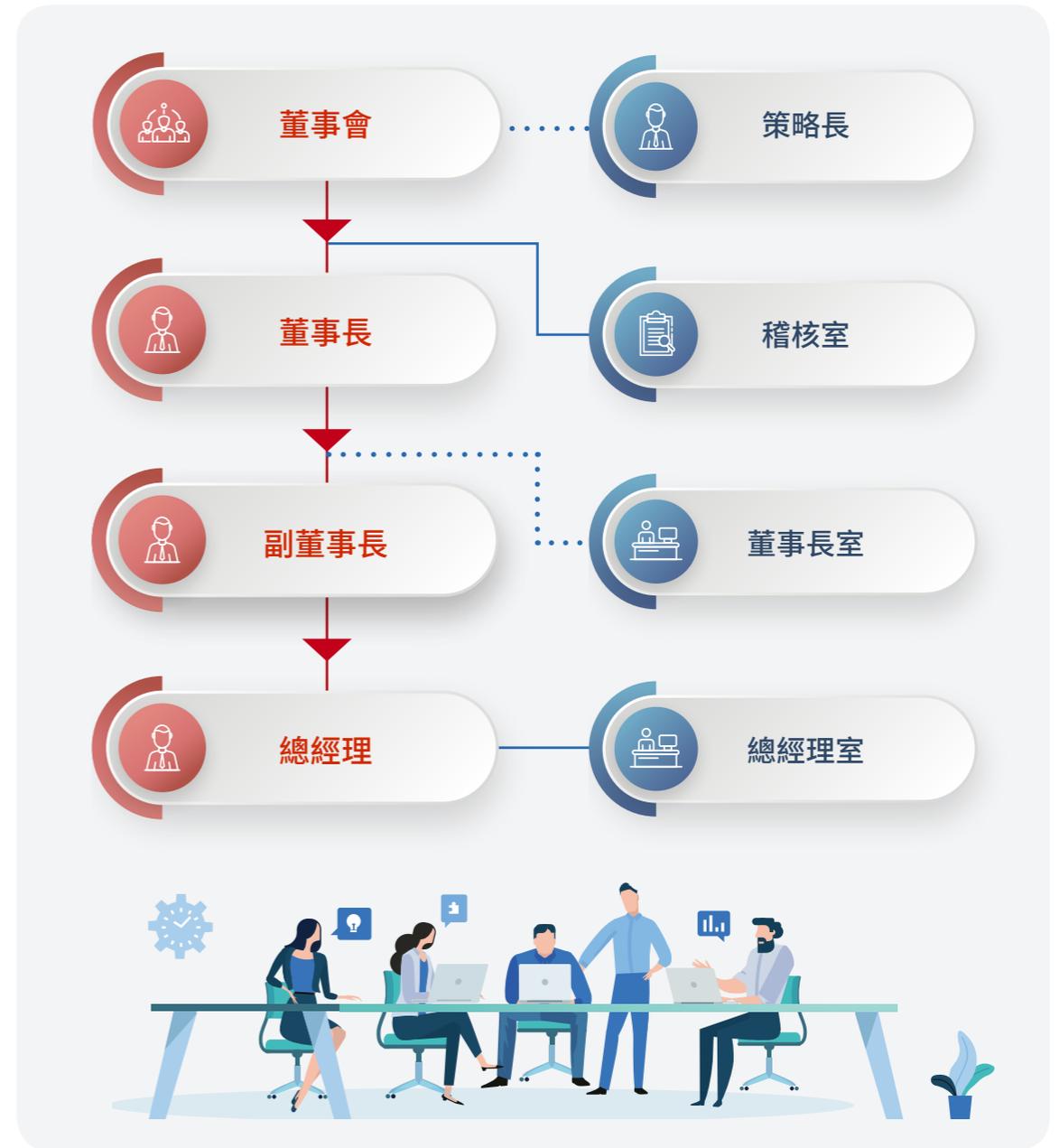
### 1.3.1 公司治理

東森購物將透明誠信視為企業穩健經營的核心，以董事會為最高治理單位，訂有「董事會議事規範」，規範董事會主要議事內容、作業程序、議事錄應載明事項、公告及其他應遵循事項。公司章程亦規範本公司董事長、董事及監察人之報酬，依其對本公司營運參與之程度及貢獻之價值，並參酌國內外業界水準，授權由董事會議訂之，並得給付相當之交通費或其他津貼，積極落實東森購物的誠信治理。

董事會成員任期為 3 年一任，2018 年第 8 次董事會選任具有多元背景與豐富經驗的董事 12 人，分別為男性 10 名、女性 2 名，每 2 個月召開一次會議，2021 年共召開 7 次會議。董事會下設有稽核室，負責檢視公司業務依照訂定之規章辦法運作，包含董事會議事規範、內部控制制度、員工獎懲管理辦法、員工工作規則、員工清廉守則、資訊安全暨保密同意書及服務契約書等，以公司營運方針為最高指導原則，創造公司最大利益。

### 1.3.2 人事評議委員會

東森購物設有人事評議委員會，由董事長擔任主任委員，人資主管擔任執行秘書，評審委員為副董事長、執行董事、總經理及各執行長，另視審議議題需求彈性召集諮詢委員數人，以法務、財務及專業技術主管為主，召開人事評議委員會之議題包含：協理級以上人事異動、接班人選之晉升考核、開除、資遣員工等涉及與勞動主管機關通報或接受稽查之勞資議題、公司收購、整併外部事業體所衍生之勞資議題、公司特定、重大的人事規章辦法之擬定或修正、總裁裁示之人資政策的規劃與執行及其他具有爭議性的人事問題或重大爭議案件之評議等。2021 年無重大人事議題，故無單獨召開人事評議委員會，相關議題已併入人資專案會討論並結案。



### ● 1.3.2 誠信經營

東森購物積極將公平、誠實、透明、守信、反貪腐等原則落實於日常營運作為當中，持續倡導誠信及法遵理念之實踐，定期追蹤可能影響公司業務及財務之國內外政策與法令，並訂定各項公司治理規章與辦法，由上而下營造良善誠信的企業文化。

對外東森購物訂有完整的業務規範、合約條款來分散法律風險，對內則以「員工服務契約書」、「員工清廉守則」、「資訊安全暨保密同意書」等誠信正直獎勵與舞弊懲戒條款，做為員工執行業務活動之指南與規範。2021 年東森購物未發生貪腐事件，有違反 3 件「行銷傳播與廣告」相關法規以致遭受罰款情形，皆於期限內改善，然未違反「環保法規」及「兒童及少年福利與權益保障法」。

東森購物之員工於簽訂「員工服務契約書」、「員工清廉守則」時，皆會同時接受誠信經營相關之內部訓練課程，以學習包括不當行為管理、智慧財產權資訊管理、內線交易防範、營業秘密侵害防範，內部及客戶溝通合規政策等知識。

### ● 誠信經營訓練情形



課程名稱	累積參訓人數	累積參訓時數
不當行為管理	1,043 人	87 小時
智慧財產權資訊管理		
內線交易防範		
營業秘密侵害防範		
客戶溝通合規政策		



## ● 申訴管道與處理流程

東森購物設有「員工申訴信箱」及「廠商申訴信箱」等申訴管道，同時建立申訴保密及保護措施，保護申訴者免於因主動申訴或參與調查而遭受報復。當相關利害關係人發現違反誠信經營、法規遵循之情事時，可透過申訴管道即時反應，任何申訴案件皆會由受理單位造冊列管、依法處置，所有申訴案件皆會定期（每 10 日）呈報總裁及相關決策委員會。2021 年共處理 50 件廠商申訴事件、無性騷擾申訴事件、3 場勞資爭議（1 場協調合解；1 場本人撤銷；1 場新北市政府罰款 16 萬）。



## 1.4 內部控制與風險管理

東森購物為確保組織所有利害關係人的權益，定期辨識、評估與控制日常營運風險，2017 年為配合國際會計準則適用及金融監督管理委員會「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」之修訂，於董事會中通過最新的「內部控制制度」與「內部稽核實施細則」，其中「內部控制制度」共有 9 大循環、63 項作業項目。

我們每年根據內部控制制度九大循環與法規要求，對各循環各作業項目依必要性、重要性及風險性進行評分評估風險，訂定稽核計劃及進行作業查核。由於東森購物為非上市公司，稽核計畫與稽核報告不須呈報董事會，然稽核計畫會於每年底上呈專責主管，並根據法令規範查核必查、非必查項目。2021 年完成 31 項稽核報告，各項內控作業經查核未發現重大缺失，相關事項執行尚稱允當。

### ● 1.4.1 風險鑑別與管理

風險類型	管控風險方式
<p>業務</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 因應有線電視收視戶逐年下滑，拓展電視商品及自營商品於外部虛擬及實體多渠通路上架</li> <li>• 開發企業福委及社區團購，以提升營收、獲利及導入新客</li> </ul>
<p>庫存</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每月召開集團採購行銷平台專案會，檢視庫存現狀，提出降低庫存策略，減輕庫存風險</li> <li>• 檢討自營及買斷商品庫存去化行銷方案，將庫存商品依效期區分無有效期限、綠燈（效期1年以上）、黃燈（效期半年-1年）及紅燈（效期少於半年），業務單位均定期檢視商品庫存，於會議提報黃燈及紅燈商品出清方案</li> </ul>
<p>財務</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 財務部建立授信政策，針對客戶個別分析信用評等，訂定授信額度、應收帳款條件等相關辦法，並監督款項進出情形，確保資金流動安全性</li> <li>• 設有備抵減損帳戶，反映對應收款項及投資已發生損失之估計</li> <li>• 業務單位針對帳款逾期未收回之狀況須提出報告，確定屬異常狀態則須採取催收機制</li> <li>• 財務部衡量並監控銀行存款、固定收益投資及其他金融工具之信用風險</li> <li>• 子公司每年一律納入稽核計畫查核，且每年至少查核一次</li> </ul>



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續價值與策略

CHI 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄

風險類型	管控風險方式
 <p>法規</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>法務部定期或不定期進行法令規定（著作權、廣告法及個資安全等）之宣導與教育訓練</li> <li>法務部協助各單位評估各項業務、法律文件及契約所涉及之法律風險</li> <li>若有權利人主張權益或政府機關來函，法務部協助釐清事實，如確認有侵權或法律疑慮，則啟動爭議處理機制，陪同出席、說明、回覆法院與主管機關</li> <li>針對性騷擾風險，設立性騷擾防治委員會，規劃性騷擾防治與事件因應措施</li> </ul>
 <p>資安</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>設置網際網路傳輸的安全加密機制、個人資料檔案及資料庫存取與保護措施，並針對非法或異常使用行為加以監控並因應</li> <li>針對系統預警或使用者通知，資訊單位評估是否有資安漏洞，啟動資安處理機制</li> <li>持續通過 ISO 27001 國際資訊安全認證，對客戶做出最大安全承諾</li> <li>訂定資安規範，於開放資訊服務過程，進行資安監控及違反資安行為通報等作業</li> <li>嚴禁私人電腦或行動設備連結內部網路，避免資料外洩及病毒入侵，確保會員隱私</li> <li>加入台灣 CERT_CSIRT 聯盟，強化企業資安通報及資安聯防體系，事前預防各項資安警訊</li> <li>設置端點防護機制及端點管理監控偵防功能，強化分析可疑程式與惡意行為機制</li> </ul>

### 1.4.2 危機因應與管理

東森集團於十七大中心之行銷社群中心設有「重要新聞應變組」，專責處理包含東森購物及其他關係企業之突發緊急事件，透過完善的危機處理標準作業流程，降低集團的營運風險及商譽損失，另有制訂媒體危機處理程序書，因應電視、報紙、雜誌、網路及廣播等媒體因採信未經證實資料，對公司進行不實報導，而嚴重傷害公司商譽與銷售業績，做好事前預防與化危機為轉機。

重要新聞應變組主要的任務如下：



針對資安事件，東森購物設有「資安事件通報暨緊急應變機制」，最高應變層級為總經理，2021 年加入台灣 CERT\_CSIRT 聯盟，強化企業資安通報及資安聯防體系，事前預防各項資安警訊。設置端點防護機制及端點管理監控偵防功能，強化分析可疑程式與惡意行為機制。關於東森購物之資訊安全管理作為詳情，請見「2.4.2 保護客戶個資與隱私」章節。