

2022

東森得易購股份有限公司 永續報告書

Sustainability Report



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

目錄

董事長的話 3

東森購物大事紀 4

2022 年度永續亮點績效 5

利害關係人議合及重大議題分析 8

永續議題衝擊矩陣圖 10

重大議題與價值鏈衝擊邊界 11

重大議題管理方針 12

永續願景 14

CH1

誠信經營 穩健治理 16

1.1 關於東森購物 17

1.2 營運策略與成效 19

1.3 穩健治理 25

1.4 內部控制與風險管理 31

CH2

嚴選品質 安心消費 34

2.1 購物新體驗 34

2.2 嚴選供應商與品質控管 37

2.3 客戶信賴與安心服務 41

2.4 資訊防護與隱私安全 45

CH3

綠色營運 減碳實踐 49

3.1 推動綠色環境管理 50

3.2 綠色物流與綠色包裝 53

3.3 氣候變遷風險與機會 59

CH4

人權守護 幸福企業 61

4.1 多元招募 62

4.2 策略人才發展 67

4.3 職場幸福感 70

CH5

傳遞關懷 共善社會 76

5.1 社區投資願景與目標 76

5.2 支持在地農業 78

5.3 協力齊抗疫 82

5.4 社會公益參與 83

5.5 環境共榮 87

附錄

附錄一 GRI 永續性報導準則
(GRI 準則) 對照表 88

附錄二 SASB 永續會計準則
對照表 93

附錄三 參與公協會之名單 94

附錄四 2022 年董事會組成
與運作 95

附錄五 確信報告 97





目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄



關於本報告書

2022 年東森得易購股份有限公司（以下簡稱東森購物）永續報告書，本書將以公開、透明的態度，務實地揭露我們在企業永續議題上之策略目標與行動，讓利害關係人理解東森購物之永續管理政策與執行績效。

報告邊界範疇

2022 年度報告書揭露期間為 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，我們規劃每年定期於官網發行報告，作為與利害關係人溝通之重要媒介。本報告書資訊涵蓋邊界東森得易購股份有限公司為主，資訊涵蓋經濟、環境與社會面的表現，並且呈現過去及未來規劃內容，以完整呈現企業永續相關資訊。

撰寫依據

本報告書依循全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standard Board, GSSB）2021 年頒布之 GRI 準則（GRI Standards），以及永續會計準則委員會（Sustainable Accounting Standards Board, SASB）所發布之行業準則編製，揭露之財務數據亦依據經會計師簽證之公開合併財務報告資訊，其他非財務之數據與資料，是由各權責單位提供並經由三大永續工作小組彙編撰寫而成，最後經董事長確認。

報告書確信

本報告書部份資訊係委託安永聯合會計師事務所，依據中華民國會計研究發展基金會所發布的確信準則第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行有限等級確信（Limited Assurance），有限確信報告書附於本報告書附錄。

發行時間

東森購物每年定期發行企業永續報告書

上一發行版本：2021 年 8 月發行 | 現行發行版本：2022 年 8 月發行

下一發行版本：預計 2023 年 8 月發行

意見回饋與聯絡資訊

若您對於 2022 年度東森得易購永續報告書有任何疑問與指教，非常歡迎您透過以下方式與我們聯繫，幫助我們持續改進。

東森購物 行銷廣宣部

聯絡人	吳淑嬪
地址	新北市中和區景平路 170 號 2 樓
電話	(02)2943-7888 #7236
E-mail	envy.wu@ehsn.com.tw
官方網站	http://www.ehsn.com.tw



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

■ 董事長的話

隨著後疫情時代的到來，電商及零售產業需要即時調整因應、保持彈性。東森購物看見消費型態轉變，秉持「創新、安心、貼心」的信念，致力於媒體、零售、線上與線下四面向之整合。2022 年東森購物在 OMO（Online Merge Offline）虛實整合上大有斬獲，從實體商場開幕、實體通路合作販售商品、到砸下重金培育線上直播主，也藉由「東森幣」創造 45 億營收及 15 萬名新會員加入，在自營商品服務貫行銷、銷售、會員服務、產品開發等結合大數據技術，融合線上與線下打通全通路，帶給消費者最有溫度的服務之互動感受。

「東森廣場」在新北市中和總部開幕，對我們來說具有指標性的意義，2022 年藉由落實採購集中化及商品跨通路販售擴大線下實體通路，「東森廣場」提供在地市民更優質便利的休閒服務場域，因為我們看到了「需求」，疫情後人們的消費行為將回歸出門購物的模式，從買商品、服務進階到買「體驗」，這都是消費趨勢的演進。東森購物能做到滿足居家生活、健康、陪伴、體驗四大需求，也進而帶動供應鏈發展、提升在地就業力，接軌聯合國「永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）」。「東森購物」勇於嘗試機會，積極與異業合作進入線下，不僅自營商品進軍全家，並開設「全家東森一號店」，實現東森多角化策略發展模式。我們也在思考如何將線上購物體驗打造得更真實，在直播帶貨行銷上我們做到了高頻率互動與即時反應。2022 年東森購物線上直播業務屢屢創下千萬銷售額的驚人紀錄，再再證明我們「東森嚴選」精神，以客為尊並創造全新價值，這也是頂級電商平台應有的風範。

2022 年是東森集團的「ESG 永續發展元年」，我們從包材及能源等面向著手進行低碳轉型，除了透過設備的汰舊換新，提升辦公環境節能減碳成效之外，也加速推動太陽能發電使用；在商品包裝上導入再生料佔比達 30% 以上的環保便利袋，同時有效減少逆物流的運輸次數，在物流網絡與交付環節上持續減少對環境影響。在社會公益方面則延續東森集團「別人做生意、東森做公益」的精神，向不同族群持續送暖支持。「東森農場」除了挑選好食好物，也幫農漁產品找通路，與地方政府合作建置平台為在地農業拚銷售，成為小農最強支柱。東森購物在環境保護與社會公益上非但不會置身事外，更義無反顧率先力行，追求與利害關係人共益共榮的永續發展，讓我們一起行動吧！



東森得易購 董事長

王令麟 Wang Lingpin

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

東森購物大事紀

電視購物開創

- 東森購物設立，為臺灣首家現代化電視購物業者，首創電視購物直播型態，華人世界電視購物第一品牌

多通路布局

- 東森購物網 ET Mall 上線

多通路布局

- 森森百貨設立，開創東森第 2 個購物品牌

多通路布局

- 成立電話行銷業務 (OB)

多通路布局

- 推出 EHS 東森購物 APP

多通路布局

- 東森購物與森森百貨合併，以東森購物為存續公司
- 電視購物於 MOD 上架

1999

2002

2009

2012

2015

2017

2022

2021

2020

2018

OMO 虛實整合新商模

- 啟動網紅直播帶貨合作
- 啟用全新複合型線下商場「東森廣場」
- 自營商品全台全家便利商店上架販售
- 全台首家結合寵物門市、動物醫院服務的便利店「全家東森一號店」

好吃美麗健康生態圈

- 與台灣大學簽署產學合作
- 料理之王聯名料理包開賣
- 與輔仁大學簽訂產學合作
- 新建「楊梅幼獅物流中心」啟用楊梅一倉
- 出售東森蝶盟 (股) 公司及亞朱蘭東麟 (股) 公司

O2O 整合創新

- 攜手華碩 AI 研發中心簽署 MOU，發展零售 AI 技術
- 7-11 冷凍店取上線
- 併購熊媽媽進軍生鮮電商
- 魔鏡髮研所中和總部開幕
- 自然美生技美學中心移轉東森購物

國際跨境布局

- 投資香港跨境美妝電商草莓網
- 發行東森幣

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

2022 年度永續亮點績效

經濟治理面

5 性別平等



12 責任消費
與生產



榮獲新北企業精典獎
「多元服務企業」、
「精典非凡企業」雙料大獎



扶植國內供應商，連
續 2 年在地採購金額
占比超過 **99%**



東森幣創造
45 億營收、
15 萬名新會員



網紅直播業務擴展
2022 年 12 月單場
直播營業額已達
3,000 萬元



連續 2 年蟬聯
「TCSA 台灣企
業永續獎貿易百
貨第 1 類金獎」



獲頒
「BSI 資訊韌性精銳獎」



2022 天下雜誌「兩千大調查」

東森購物於**服務業** 排名 **第 70 名**
於**百貨批發零售業** 排名 **第 7 名**
於**營運績效 50 強** 排名 **第 23 名**



2022 年誠信經營
參訓人數共
812 人



東森購物
彭鴻斌總經理
榮獲
百大 MVP
經理人



榮獲
「國家品牌玉山獎」多項大獎



榮獲新北市企業精典獎

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

2022 年度永續亮點績效

環境面



新北萬里淨灘活動

約 **800** 人響應

共清出 **1,395.8** 公斤
的廢棄物



執行併件包裝機制

2022 年共節省約

166 萬個紙箱

非 EC 通路的併件率約達

17.8%



推行電子發票及公文無紙化
平均每年減少

812 萬張用紙量

相當於減少砍伐

95 棵樹



2022 年相較於前一年

減少了共 **2,552** 度、

9.5% 的用水量



使用再生料佔比達

30% 以上的環保便利袋

預計 2023 年

達到 **6** 萬件

的使用量



推動綠色消費

東森購物網與環保署合作設置

「環保集點」專區

2022 年共 **2,472** 名會員響應

消費金額 **2,485,471** 元



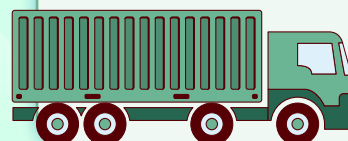
引導客戶多使用超商取件
透過集運模式

減少運輸碳足跡

2022 年超商取貨件數

已達 **60** 萬件

較 2021 年成長 **3.4%**



致力於降低廢棄物的產生

2022 年相較前一年

減少 **13** 公噸

不可回收廢棄物



減少逆物流

每年平均減少

27,456 次

的運輸次數

榮獲

「新北市建築工程施工圍籬

綠美化城市森林組特優獎」



榮獲新北市建築工程圍籬綠美化獎

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

2022 年度永續亮點績效

社會面



東森購物持續蟬聯
1111 人力銀行
「幸福企業金獎」



2022 年
重大職災案件數
0 件



共開設 **1,004** 堂
實體及數位訓練課程
受訓人次 **18,038** 人



年終獎金最高 **5** 個月
發放總額逾
3.5 億元



於新北市中和總部斥資
上億打造「東森廣場」
複合式商場
繁榮地方經濟



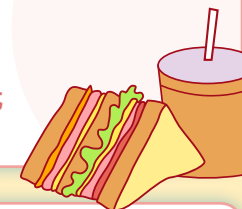
東森農場與中央部會及縣市首長
協力推廣在地農、漁業，2022
年銷售額超過 **3,700** 萬元



2022 年員工福利受惠
人次達 **9,368** 人次
共支出新台幣 **5.6** 億元



愛的早餐計畫連續開展 **16** 年
累計幫助超過 **3** 萬名學童
投入金額已超過 **5,400** 萬元



2022 年投入超過
7,000 萬 於
社區投資
活動中



捐贈醫護 **39** 萬片
口罩及 **20** 頂
防疫帳篷，齊心抗疫



榮獲 1111 人力銀行幸福企業獎



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

■ 利害關係人議合及重大議題分析

東森購物參照 AA1000 SES 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard 2015) 的 5 大原則進行利害關係人鑑別，包括依賴性 (Dependency)、責任 (Responsibility)、影響力 (Influence)、張力 / 關注 (Tension) 與多元觀點 (Diverse Perspectives)，由各部門主管與同仁鑑別出 6 大類主要利害關係人，包含員工、客戶、主管機關、股東 / 投資人、供應商、媒體等。

東森購物為持續了解利害關係人之需求，於企業官網利害關係人專區設有總經理信箱、消費者信箱、招商信箱、員工信箱、廠商信箱、行銷 / 公關信箱等聯絡管道，歡迎各方利害關係人即時的意見回饋；此外，ESG 委員會亦持續運用電話、面對面溝通或問卷調查、會議等方式與各方利害關係人溝通，以利即時察覺、鑑別因公司營運產生的負面影響，有效回應各方利害關係人需求，並於每年的永續報告書中檢視和核准有關東森購物重大議題報導資訊的內容，確實透過公開揭露向利害關係人溝通東森購物的重大議題管理作為。

利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道	頻率	溝通實績	對應章節
 員工	我們將人才視為立業之本，員工為重要資產，應給予健康平等之職場環境。擁有優秀的經營團隊及人才，才能追求企業永續經營及成長。	人才管理與員工多元權益	- 勞資會議 - 員工信箱 - 面對面溝通 - 電子郵件 - 福利委員會	每季一次 不定期	- 共開設 1,004 堂實體及數位訓練課程，受訓人次 18,038 人 - 執行輔導師制度成功降低新人流失率 20% - 勞資會議 2022 年共辦理 4 次	CH4
 客戶	企業永續經營源自於客戶的信賴，透過持續了解客戶的各項需求，建立有溫度的良善互動關係，優先為客戶想得更多更廣，創造更好的服務價值，建立長期信任感。	氣候變遷與環境資源管理、商品品質與顧客健康安全、資訊安全與隱私保障、永續消費模式、企業的社會價值認知	- 定期 / 不定期會議 - 顧客滿意度調查 - 面對面溝通 - 客服申訴管道	每季一次 不定期	客戶滿意度 4.3 分 (滿分 5 分)	CH2 CH3

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

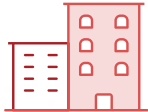
CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄



利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道	頻率	溝通實績	對應章節
 主管機關	堅守主管機關的法規要求，並且保持彈性及暢通的溝通管道，積極配合政府要求事項。	企業治理與營運、氣候變遷與環境資源管理、資訊安全與隱私保障、綠色物流與包裝、環境與社會互動指標	- 正式公文往來 - 電話 - 電子郵件 - 拜會或邀訪主管機關建立直接交流機會 - 參與政策研討會、公聽會或會議及座談會	不定期	參與環保署網購包裝減量指引研商會議共 5 次	CH1 CH3
 股東 / 投資人	對於信賴我們、給予營運支持的股東與投資人，我們持續用心維持市場競爭力、重視永續發展議題，致力以良好的經營績效回饋他們。	企業治理與營運、商品品質與顧客健康安全、人才管理與員工多元權益、研發與創新	- 股東大會 - 公司年報 - 網站訊息 - 官網留言專區	每年 1 次 不定期	2022 年 4 月 15 日舉行年度股東會	CH1 CH2 CH4
 供應商	選擇符合法規的優質供應商及承攬商，並且建立緊密的合作關係，攜手落實永續發展。	氣候變遷與環境資源管理、商品品質與顧客健康安全、綠色物流與包裝、永續供應鏈、企業夥伴的維繫與管道	- 外部溝通信箱(即時) - 業務即時溝通 - 定期與不定期查驗或拜訪 - 供應商教育訓練	不定期	共進行廠商教育訓練 99 家、訓練總人數 175 人	CH2 CH3
 媒體	東森購物與大眾和對外溝通之重要媒介。	企業治理與營運、資訊安全與隱私保障、永續消費模式、環境與社會互動指標	- 不定期於公司網站發布訊息 - 記者會、新聞稿	不定期	共辦理 16 場記者會、發布 141 篇新聞稿	CH1 CH2 CH3 CH5

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄



重大議題分析

東森購物依循 GRI Standards 2021 對於決定重大主題之指引，從衝擊 (impact) 角度出發，審視 12 項永續關注議題「對於東森購物」及「對於環境、治理與人群」的衝擊影響程度，並廣納利害關係人及經營團隊的建議，鑑別出本年度 6 個重大議題。

01 永續脈絡調查

參考 GRI 永續性報告指南、永續會計準則 (SASB)、國內外永續評鑑、國內外產業標竿及國際永續趨勢進行永續議題蒐整，共蒐整出 12 個永續關注議題。

與 6 大類利害關係人進行議合，調查利害關係人對於各面向之議題的關注度，掌握各個利害關係人重視之重大議題。

02 衝擊鑑別評估

根據問卷結果進行其對公司衝擊程度之評估，分別掌握 12 個永續關注議題對於東森購物及環境、治理與人群的衝擊程度。

03 重大性確認

藉由利害關係人與高階主管之議合，透過交叉分析將 12 項關注議題依利害關係人關注程度與對公司營運衝擊程度篩選出 6 項重大議題，完成本年度之重大議題分析與鑑別。

04 揭露與溝通

ESG 委員會建立各重大議題的管理方針及短、中長期目標，並分派給各小組進行定期追蹤與管理。

針對 2022 年度之重大執行事項，公開揭露於本年度的永續報告書中。

永續議題衝擊矩陣圖

高

對東森購物之影響程度

研發與創新

氣候變遷與環境資源管理、企業治理與營運、人才管理與員工多元權益、
資訊安全與隱私保障、商品品質與顧客健康安全、綠色物流與包裝

企業夥伴的維繫與管道、環境與社會互動指標

永續供應鏈、永續消費模式、企業的社會價值認知

對經濟、環境和社會之顯著衝擊程度

高

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄



重大議題與價值鏈衝擊邊界

面向	重大議題	貢獻 SDGs	價值鏈衝擊邊界						對應 GRI 特定主題
			內部			外部			
			員工	客戶 閱聽者	主管機關	股東 投資人	供應商 承攬商	媒體	
 環境面 (E)	氣候變遷與環境資源管理			●	●		●		GRI 201
 治理面 (G)	企業治理與營運				●	●		●	GRI 205 GRI 206
 社會面 (S)	人才管理與員工多元權益	 	●						GRI 405
 治理面 (G)	資訊安全與隱私保障			●	●			●	GRI 418
 社會面 (S)	商品品質與顧客健康安全			●		●	●		GRI 416
 環境面 (E)	綠色物流與包裝				●		●		GRI 301 GR1 302

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

重大議題管理方針

重大議題	衝擊說明	評估機制	行動回應章節
 氣候變遷與環境 資源管理	氣候變遷增加極端氣候發生可能性，若公司未提前評估溫升、極端降雨等災害對物流、倉儲、人員工作可能帶來的風險，將無法提前因應和降低災害所帶來的損失	- 全年度用電量 (度) - 全年度取水量 (度) - 全年度可回收與不可回收廢棄物重量 - 老舊設備汰換比例 - 環保節能標章設備使用比例 - 太陽能發電量 (度)	CH3
 企業治理與營運	- 若公司無完善的公司治理架構，將無法落實有效的分層管理與監督機制，影響公司的穩定營運和創新可能 - 若公司無完善之內稽內控制度、未鑑別公司營運風險，無法提前因應及防範，將可能造成公司、客戶及股東損失，或遭主管機關裁罰，影響公司形象及經營績效	- 違反法規致遭受裁罰情形 - 董事會出席率 - 年度查核計畫與各項內控作業查核成果 - 各項風險類型的對應管控情形	CH1
 人才管理與員工 多元權益	多元的人才和充分的員工權益保障，是公司持續成長的基石，若未建立平等與包容的制度，將致使特定群體的員工權益受損，甚至造成人才流失，影響公司的穩定運作	- 對外招聘職缺數 - 員工人數成長率 - 與大專院校合作數 360 度職能評鑑涵蓋率 - 人力資源政策執行情形	CH4
 資訊安全與 隱私保障	- 零售消費產業需落實完善的消費者資訊保護機制，若發生個資外洩事件，將影響消費者信任與公司形象 - 若員工資安意識不足導致資安事件發生，將造成公司及客戶損失	- ISO27001 國際資訊安全認證 - 違反「行銷傳播與廣告」、「個人資料保護法」、「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 - App 基本資安標章 V3.1 - 資安系統可靠度 - 電腦系統安全評估重大風險及高風險項目改善完成率	CH2

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

重大議題	衝擊說明	評估機制	行動回應章節
 商品品質與 顧客健康安全	商品品質的管控需要建立完善的供應商管理與商品檢驗機制，若未能完善管控商品品質，將可能影響消費者健康和 safety、使消費者權益受損、使公司受到裁罰、影響消費者信任和公司形象	- 供應商審查合格比例 - 供應商月檢抽驗家數 - 入庫商品品質檢驗不良率 - 商品瑕疵率及短缺率 - 品質瑕疵退貨率 - 商品審議委員會議題追蹤 - 商品品質相關獎項獲獎 - 客服團隊培訓堂數與人次 - 客戶滿意度調查成果 - 客訴率與結案率	CH2
 綠色物流與包裝	因應政府 2050 淨零排放的目標，需要與供應商合作，投入環保包材研發和提升物流運輸效率、降低運輸碳足跡，以因應政府針對節能減碳、包材減量等日趨嚴格政策的規範	- 環保便利袋使用量與使用佔比 - 平均每件包裹的包材使用量 - 平均每件包裹的包材重量 - 包耗材使用量 - 推動併箱減少紙箱使用數量 - 推動併箱減少運輸里程數 - 非 EC 通路併件率 - 循環袋回收率 - 超商包裹數量 - 減少運輸次數 - 累計導入電動機車數量	CH3

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

永續願景

永續願景與使命

東森購物作為「服務消費者的零售平台」，提供線上線下全方位消費服務，秉持「東森嚴選」的精神，堅持高標準的品管檢核，開發優質自營商品，將持續在經濟、社會、環境保育方面不斷精進創新，打造與社會共榮共好的永續生態圈。



永續價值鏈

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，位居產業的中游，銷售商品由各商品供應商、製造商作為產業上游寄售及購入，主要分為食品、生活用品、3C 家電、流行紡品、珠寶精品、美妝保健、家庭用品及寵物等廠商，透過電視 (含 MOD)、網路、電話行銷、型錄、網路直播、Regal Club & Spa、B2B 及複合式商場等多種通路將商品銷售予我們的客戶。



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

永續治理架構

東森購物於 2022 年設置「ESG 委員會」，由董事長、副董事長擔任總召集人及副召集人，擬定經濟、環境、社會面向之永續政策，由上而下持續推動永續務實正向作為。詳細 ESG 委員會資訊請參閱 [1.3.1 公司治理](#)。

東森購物 ESG 委員會組織架構圖

