

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

CH 1
誠信經營 穩健治理

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 1 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。

主責單位

稽核室、法務部及經營管理部

特定行動與績效

- 依年度查核計畫完成 32 項稽核報告，各項內控作業經查核未發現重大缺失，只有 1 項合約未用印缺失且已改善，相關事項執行尚稱允當
- 未有違反「勞動法規」、「衛生法規」、「環保法規」及「兒童及少年福利與權益保障法」等相關法規以致遭受罰款之情形
- 未發生任何貪腐事件

未來短期目標

- 依循董事會議事規範，持續強化董事會運作維持穩定與卓越經營成效
- 遵循內控制度與法規要求，落實各項稽核計劃
- 維持無任何重大（罰金超過新台幣 100 萬元整）之違法情事

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。

未來中長期目標

- 持續貫徹零容忍違反道德誠信相關規範
- 強化新興風險與氣候變遷風險評估，因應作為內部決策參考



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

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 1 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。

東森購物永續宣言

東森購物做為「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。

公司全名

東森得易購股份有限公司

創立時間

1999 年 12 月

總經理

彭鴻璵

總部位置

新北市中和區景平路 258 號

員工人數

2,074 人
(截至 2022/12/31)

董事長

王令麟

主要關係企業

- 東森國際
- 東森新零售
- 香港草莓網
- 熊媽媽電商
- 東森自然美
- 東森全球新連鎖
- 東森新媒體
- 分眾傳媒
- 東森房屋
- 東森保代
- 量子娛樂
- 東森慈善基金會
- 東森文化基金會

資本額

新台幣 1,019,163,600 元

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

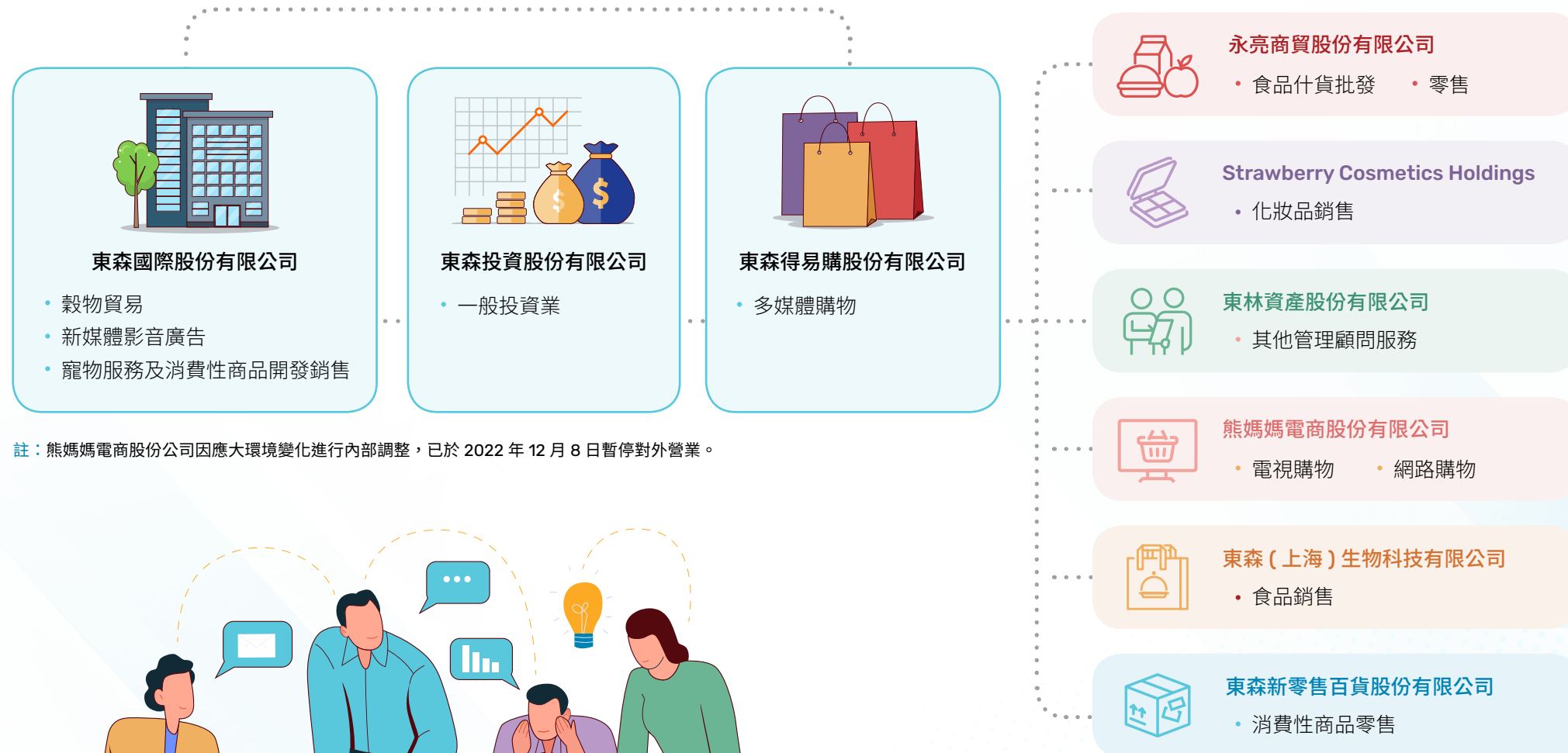
CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

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



註：熊媽媽電商股份公司因應大環境變化進行內部調整，已於 2022 年 12 月 8 日暫停對外營業。



1.2 營運策略與成效

2022 年東森購物經營亮點



2022 年度自結合併營收 **246 億元**，
營業淨利 **20 億** (營業淨利率 8%)



自營商品進駐全家便利商店，通路銷售兩個月營業額
250 萬元，銷售 **1.6 萬件**



2022 年度產品配送件數達 **1,368 萬件**



網路直播業務擴大，12 月與樂播、168
網紅共同舉辦 3 場大型直播活動，單場
直播營業額最高 **3 千萬**

東森廣場、全家東森一號
店中和總部開幕，跨足美
食商場及超商寵物雲複合
店營運



東森購物獲頒 **BSI 資訊
韌性精銳獎**，資安防護
努力獲得肯定



全家東森一號店開幕



東森自營商品進軍全家



東森購物斥資上億打造
複合式商場 - 東森廣場



東森廣場 - 美食街

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

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

1.2.1 營運策略

東森購物致力開發優質產品，推出多元自營商品滿足會員生活所需，除了與台大產學合作，也攜手國內生技大廠如大江生醫，將生技研發的能量轉換為最好的產品，秉持「人證、物證、科學做見證」，透過大數據的科學分析，由「東森嚴選」品質把關，今年也首度於全家便利商店上架推廣，將持續洽談線上線下多元通路合作，強化「好吃、美麗、健康」生態圈布局。

拓展通路 繁榮「好吃、美麗、健康」東森生態圈

東森生態圈



好好吃

- 民以食為天，食品為支援業績快速成長之策略性商品，透過與知名品牌（如：晶華、王品、六福皇宮、乾杯、阿一鮑魚等）強強聯手擴大異業合作
- 與輔大、北醫及臺安醫院共同開發機能養生食品，藉助學術界、業界領導品牌力量
- 料理之王料理包榮獲 iTQi 比利時國際風味絕佳獎，年銷 4 萬件，營業額 3 仟萬
- 阿一鮑魚獲頒國家品牌玉山獎，年銷 3 萬件，營業額 6 仟萬



料理之王料理包獲比利時 iTQi 風味絕佳獎



好美麗

- 東森自然美 3 度獲頒國家品牌玉山獎，並憑藉旗下子品牌勇奪 7 項最佳產品獎，新推出的平價美妝品牌 BIO UP 在獎項肯定下，2022 年度熱銷 4 萬件，創造 8 仟萬營業額，更成功打進直播帶貨市場
- 引進國際品牌美妝品，提供會員更多元且優質的商品選擇



平價美妝品牌 BIOUP 成功打入直播帶貨市場



好健康

- 運用集團資源產學合作，引進專業醫師團隊及國際級製造商共同合作
- 與台灣大學簽訂產學合作 MOU，精進各項產品研發及功效驗證



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

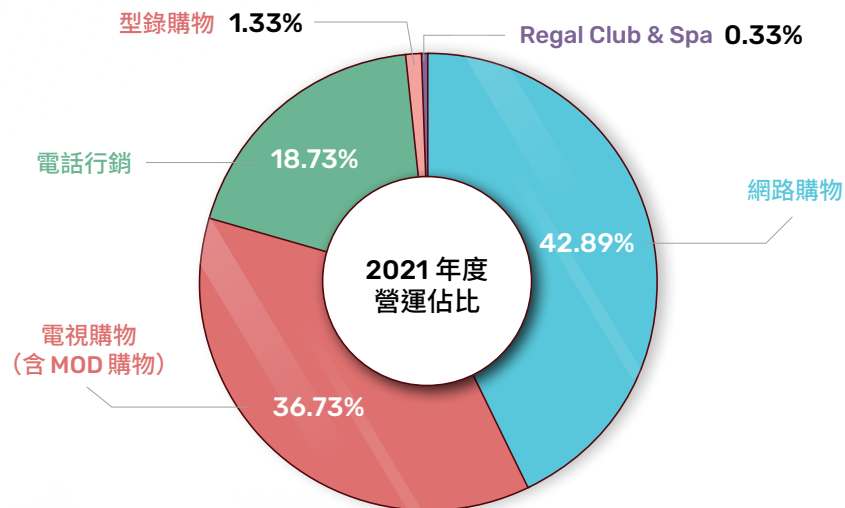
CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

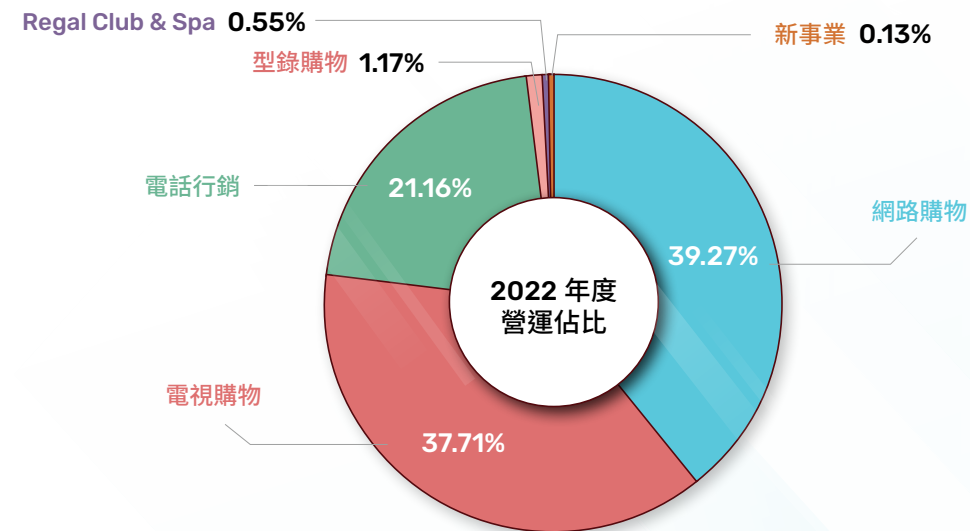
2022 年各通路營運表現

近年全球通膨，經濟不確定性持續提升，東森購物採取多角化布局，提升營運績效，保障獲利能力，主要通路電視購物、網路購物、電話行銷穩健發展，而面對後疫情時代實體消費復甦，東森購物以 2022 年 12 月中和總部開設的第 1 間複合式商場「東森廣場」做為起點，整合虛實服務，擴大觸角，深度經營區域會員，提升會員滲透率。



註 1：2022 年 12 月 29 日自然美生技美學中心更名為 Regal Club & Spa。

註 2：新事業含網紅直播、全家、東森廣場。



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。



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

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，確保供貨品質，我們積極落實源頭管理，整合行銷採購平台，串聯金流、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，2022 年度的自營商品營收比重達 35.8%，貢獻整體獲利達 35.4%，較去年成長 15.2%，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。

會員導向



商品
供應鏈

多平台營運：電視、網路、電話行銷、型錄、Regal Club & Spa、網路直播、OMO



商品嚴選



行銷採購平台



線上線下銷售



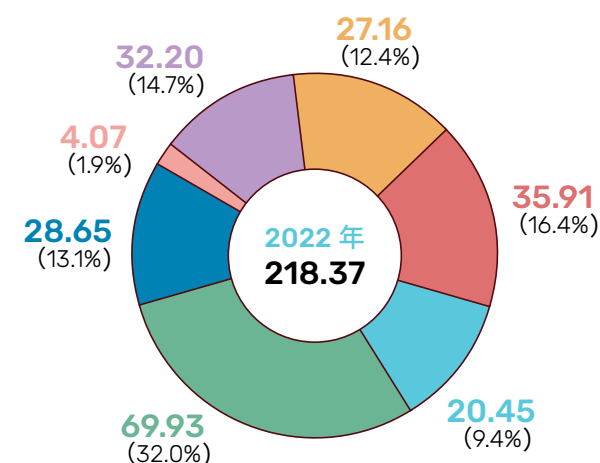
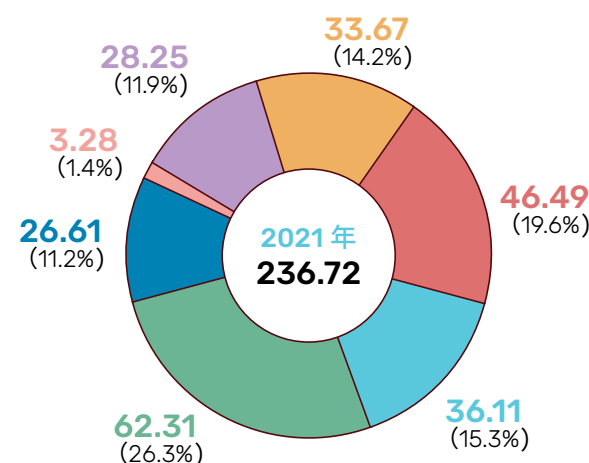
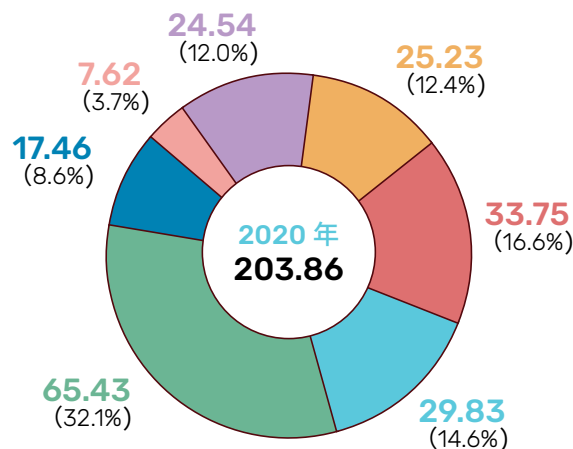
售後服務

串聯金流、物流、商流、客流、信息流



近 3 年商品類別營收佔比

● 食品 ● 生活用品 ● 3C 家電 ● 美容美材 ● 保健食品 ● 流行紡品 ● 珠寶精品 單位：新台幣億元



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)
食品	萬歲牌堅果補給隨行包東森聯名款分享組	8	138,361	120,877
	萬歲牌 DHA 藻油堅果補給充電包東森聯名款	4	115,945	52,978
	料理之王調理包	26	41,755	31,262
生活用品	A+ 蘆屋家石墨烯遠紅外線膠原美肌被	2	2,493	62,456
	LUXWELL 天使能量帶	4	2,624	48,342
	A+ 蘆屋家石墨烯速還纖美身褲	4	5,978	37,792
美容美材	NB-1 胜肽水光微導全效精裝組	5	2,146	39,732
	自然美瑞昇蔘萃多肽秘齡霜	9	5,278	37,669
	自然美瑞昇超逆齡賦活膠囊	13	8,637	37,032
保健食品	東森活泉精華膠囊	15	13,407	273,994
	妍美會專利葉黃素滋養倍效膠囊 EX	3	59,788	261,861
	華陀蔘鹿精華	7	9,176	239,994

東森購物會員

為積極增加新會員、鞏固廣大的 VIP 會員，我們依據會員消費貢獻分為 5 群，善用大數據經營，掌握消費者行為進行導客，透過精準數據分析找出顧客族群，根據顧客消費傾向，設計出多元的行銷策略，達到精準行銷，發揮更好的企業效率。

會員類別	A	B	C	D	E
2021 年度	3.6%	11.3%	12.5%	72.4%	0.2%
2022 年度	4.0%	11.4%	12.4%	72.2%	0.001%

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

1.2.2 經營成效

後疫情時代，顧客消費習慣改變，東森購物整合集團資源，發揮完整供應鏈的綜效，發展實體通路結合既有線上經營優勢，布局 OMO (Online Merge Offline) 虛實整合銷售管道，擴大消費者服務，乘著環境趨勢的變動，掌握變革的契機，維持穩健獲利。

單位：新台幣仟元

項目		2020 年	2021 年	2022 年
 經營能力	總資產	12,074,514	12,207,915	10,971,220
	總負債	9,882,194	9,944,589	10,709,994
	總股東權益	2,192,320	2,263,326	261,226
	營業收入	23,709,345	27,200,172	24,656,410
	營業淨利	1,796,232	2,241,793	1,994,507
	稅後淨利	1,438,367	1,808,488	(511,875)
 分配經濟價值	員工薪資及福利	2,945,088	3,298,558	3,144,006
	股利分配	1,222,996	1,426,829	305,749
	支付利息	157,646	161,154	196,637
	繳納所得稅	258,266	339,624	366,032
	公益捐助	4,890	6,400	2,400
 獲利能力	資產報酬率 (%)	13.1%	15%	-4%
	權益報酬率 (%)	72.2%	81%	-41%
	每股盈餘 (元)	14.11	17.74	-5.02

註：2022 年東森購物每股虧損 5.02 元，係因進行商譽減損 20 億，若不計商譽減損，每股盈餘為 14.60 元。

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

1.3 穩健治理

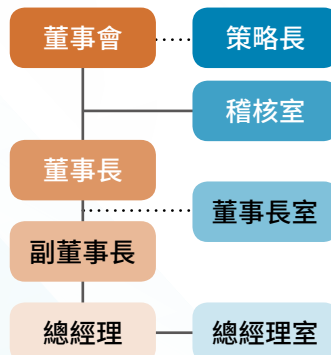
1.3.1 公司治理

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 1 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 1 次會議，2022 年共召開 5 次會議。東森購物雖然沒有設立獨立董事席次，但 2 席外部董事（劉煌基與何俊英）皆具有法律背景，嚴格把關公司各項法遵。董事會成員組成詳細資訊請參閱附錄四。

針對董事的利益迴避，東森購物董事會議事規範第十五條載明利益迴避原則，董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

董事會下設有稽核室，負責檢視公司業務是否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。



ESG 委員會

東森購物於 2022 年 6 月設置「ESG 委員會」，由董事長、副董事長召集 9 位副總級以上主管及 4 位協理、經理級主管，分設 3 個工作小組：E 環境永續計劃、S 社會共榮計劃、G 公司治理計劃，各小組就相關議題辨別風險與機會，針對可能合作的主題成立跨組別的專案小組不定期開會，2022 年共進行 6 次會議，持續各項永續專案推動。



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

董事會薪酬

董監報酬依公司章程第十九條規定，一律以現金發放，以年度獲利不高於 1% 提撥於帳上，因應 2022 年東森購物累積虧損，已預先保留彌補數額再依前項比例提撥。實際發放金額及日期須由董事會決議，再提股東會報告。2022 年度東森購物合併報表發放董監報酬金額 506 千元 (該年度東森購物關係企業東森新零售於董事會通過發放董監報酬 506 千元)，佔稅後淨利之 -0.10%。

單位：新台幣元

東森購物最高個人年度總薪酬與員工年度總薪酬中位數比例	2021 年	2022 年
公司最高個人之年度總薪酬 (A)	9,681,000	9,018,600
所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數 (B)	451,125	559,602
年度總薪酬比率 (A/B)	21.46	16.12
年度總薪酬報酬變化比率	-0.28	

註：年度總薪酬報酬變化比率為 A 增加百分比 / B 增加百分比。

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、董事長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。2022 年東森購物無重大人事議題，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。



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

公協會參與

東森購物積極參與公協會，擴大與外部盟友的交流。詳細公協會參與名單請見[附錄三 參與公協會之名單](#)。

積極參與無店面零售商業同業公會		
理監事聯席會議	2022 年參與理監事聯席會議共 4 次，會中與經濟部、數位發展部、工業局等長官進行交流	
無店面論壇 - 2022 年零接觸經濟下智慧零售商機與展望	以沙龍座談形式與跨領域代表分就零售產業、AI 賦能、資安防護的挑戰與發展等議題交流實務經驗與洞見	
會員大會	第三屆第 3 次會員大會邀請各界公私部門代表分享公平交易、網購包裝減量、資安保險、數位轉型等多項主題	
無店面公會與唐鳳部長有約	邀請數位發展部唐鳳部長、李懷仁政務次長、數位產業署呂正華署長及相關部會同仁蒞臨，與全體理監事交流	
無店面理律論壇 - 「永續創新與法律前瞻論壇」	與理律法律事務所共同舉辦「無店面理律論壇」，主題為「永續創新與法律前瞻論壇」，在公部門、產業、智庫等領域代表就新型態商業模式下的員工新關係、網路經濟的租賃及不動產布局、數位經濟下的競爭法議題、ESG 策略與展望等議題進行交流	

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

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。

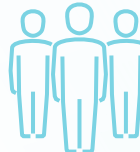
對外東森購物訂有完整的業務規範、合約條款來分散法律風險，對內則以「員工服務契約書」、「員工清廉守則」、「資訊安全暨保密同意書」等誠信正直獎勵與舞弊懲戒條款，做為員工執行業務活動之指南與規範。2022 年東森購物未發生貪腐事件，有違反 4 件「公平交易法」以致遭受罰款情形，皆於期限內改善，然未違反「勞動法規」、「衛生法規」、「環保法規」及「兒童及少年福利與權益保障法」、「個資法」等。

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。

2022 年違規事件與處理情形

違規或罰鍰狀況	原因說明	後續處理
處新臺幣 10 萬元罰鍰	循環扇廠商之商品廣告屬虛偽不實及引人錯誤之表示，違反【公平交易法】。	- 依與廠商簽署之商品寄售契約書約定逕自廠商貨款中扣抵該罰鍰金額。 - 依法進行調整（包括但不限於商品、移除爭議廣告等）。 - 不定期於系統上向廠商公告宣導法令規範。
處新臺幣 8 萬元罰鍰	美體束褲廠商之商品廣告屬虛偽不實及引人錯誤之表示，違反【公平交易法】。	
處新臺幣 10 萬元罰鍰	空氣清淨機廠商之商品廣告屬虛偽不實及引人錯誤之表示，違反【公平交易法】。	
處新台幣 20 萬元罰鍰	男士上衣廠商之商品廣告屬虛偽不實及引人錯誤之表示，違反【公平交易法】。	

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	 812 人	 68 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		

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

稅務管理

雖然東森購物並非上市公司，未制定稅務政策，但仍然透過以下四大稅務作為的落實，確保公司的實質運作誠實繳納稅捐：

 稅務管理	• 遵循稅務法規：依據各國稅務法令，妥適處理稅務及申報事務，誠實納稅，善盡納稅義務人的社會責任 • 管理稅務風險：重大營運決策皆考量租稅影響，執行前備妥完善之租稅評估，兼顧公司聲譽、風險控管及永續經營，並視業務需要，委任或諮詢外部專業顧問之意見，有效管控稅務風險 • 關係人交易遵循財政部公布的營利事業所得稅不合常規移轉訂價查核準則規範，落實常規交易原則
 稅務關係	• 建立溝通管道：以誠實及開放的態度，與稅務機關保持適當之關係，適時進行重大稅務議題之溝通及釋疑 • 支持政府鼓勵企業創新及再投資的稅務相關政策 • 善用政府租稅優惠措施：如各項投資抵減措施，合理節稅，提升股東價值
 稅務報導	• 依照財務準則公報及相關法規規定於財務報表中揭露所得稅資訊 • 定期向稅務機關提交移轉訂價報告 • 透過適當的報導體系，提升公司透明度
 專業素質及人才培訓	• 持續了解稅務法令新知及變化，並藉由教育訓練強化財會人員專業能力，以具備即時發現及因應各項稅務議題之能力



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

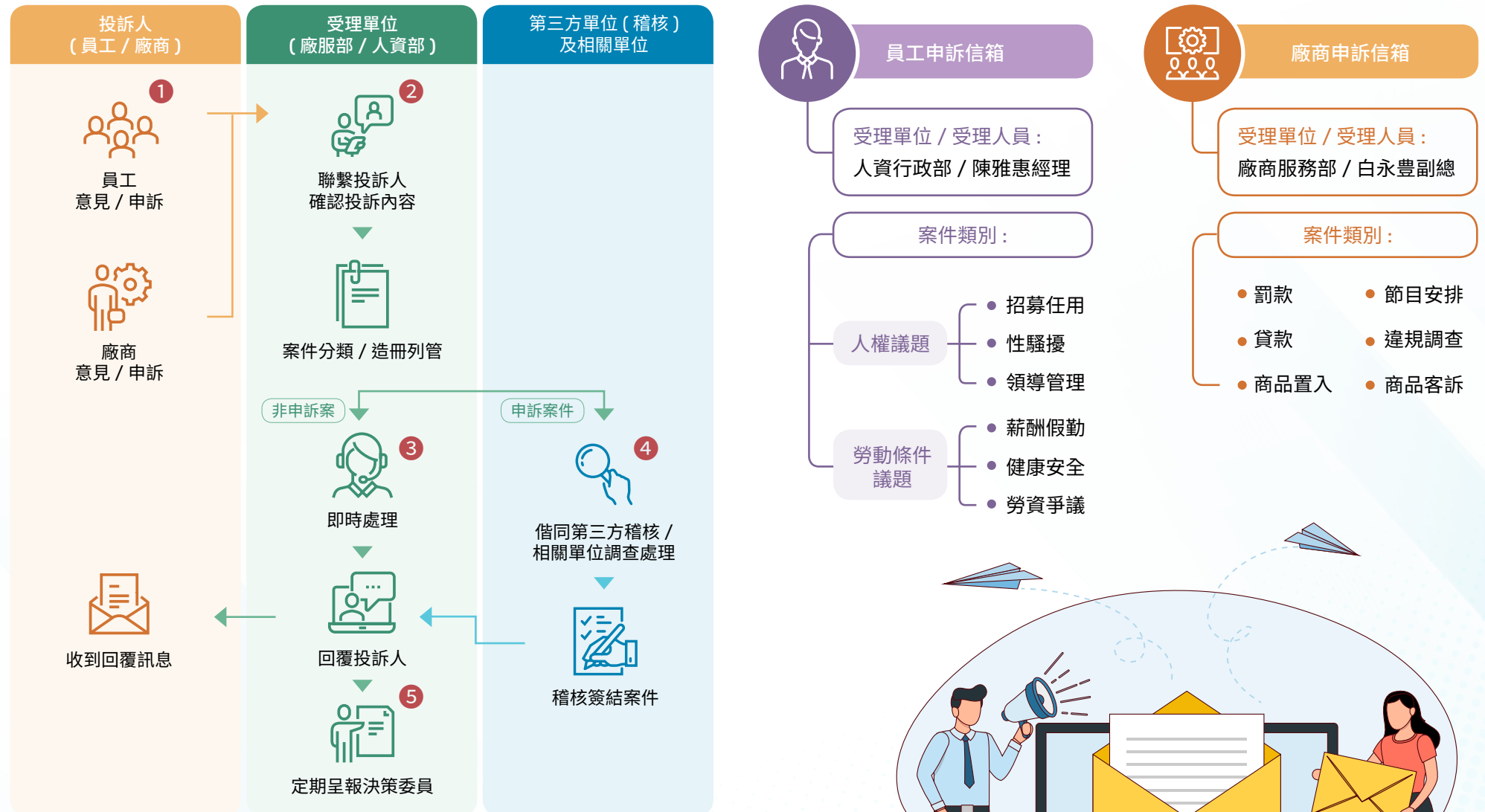
CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

申訴管道與處理流程

東森購物設有「員工申訴信箱」、「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。2022 年共處理 28 件廠商申訴事件、無性騷擾申訴事件、無勞資爭議。



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

1.4 內部控制與風險管理

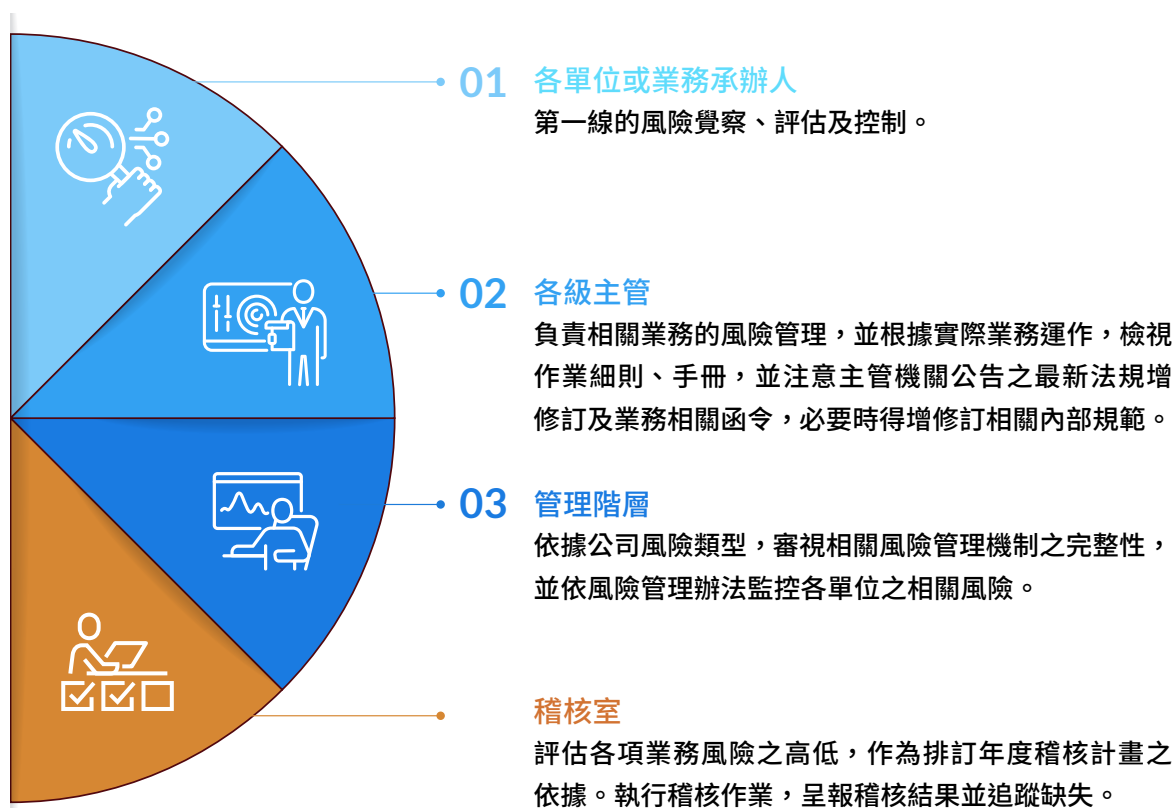
東森購物為確保組織所有利害關係人的權益，定期辨識、評估與控制日常營運風險，2017 年為配合國際會計準則適用及金融監督管理委員會「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」之修訂，於董事會中通過最新的「內部控制制度」與「內部稽核實施細則」，其中「內部控制制度」共有 9 大循環、63 項作業項目，另並訂有「背書保證作業程序」、「取得或處分資產處理程序」、「資金貸與他人作業程序」、「董事會議事規範」等四大辦法。

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。2022 年完成 32 項稽核報告，各項內控作業經查核未發現重大缺失，只有 1 項合約未用印缺失且已改善，相關事項執行尚稱允當。

風險控管 3 道防線

東森購物之風險政策由總經理依風險類型召集權責單位執行風險管理措施，採取全員全面風險控管，針對可能威脅公司經營的風險，召集相關可能受衝擊單位討論對策，評估各項風險因子發生之可能性及衝擊影響程度，並視需要徵詢外部顧問意見，依據風險衝擊程度評估並適時調整營運策略，管理階層決策後由相關單位進行風險回應措施，包含營運規劃、預計執行時程、所需資源等。管理階層將持續監控執行進度、適時調整對策並審核資源需求，確保於新興風險下公司目標之達成。稽核室檢視各執行單位遵循核決權限與相關管理辦法及程序，確保全體員工的風險管理意識和執行力度。

東森購物落實風險控管 3 道防線防範及管控風險：



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



1.4.1 風險鑑別與管理

管理階層評估公司日常運營可能面臨的風險來源，依經驗及專業判斷辨識出主要營運風險如下，依風險性質採取風險規避、分散、移轉的措施。

風險類型	管控風險方式
 業務	• 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 • 開發企業福委及社區團購，營運實體商場、複合店以提升營收、獲利及導入新客 • 強化 QA 預審機制與商品 QC 作業，依據商品影響性與風險性加強委外抽檢與秘密警察查驗，確保商品質量。投入產品責任險 13 億元
 庫存	• 每月召開集團行銷採購平台專案會，檢視庫存現狀，提出降低庫存策略，減輕存貨呆滯風險以利有效運用物流儲位 • 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
 財務	• 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 • 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 • 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 • 子公司每年納入稽核計畫查核
 法規	• 法務部定期或不定期進行法令規定（智慧財產權、廣告法規及個資安全等）之宣導與教育訓練 • 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 • 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 • 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
 資安	• 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 • 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 • 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 • 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 • 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 • 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

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

1.4.2 危機因應與管理

東森集團於 18 大中心之行銷社群中新設有「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，化危機為轉機。

重要新聞應變組主要的任務：



蒐集輿情掌握媒體



媒體溝通即時回應



溝通談判瞭解真實



擬新聞稿對外回應

災害應變中心

為因應突如其來的天然災害、戰爭空襲事件，東森集團於 2022 年 11 月 21 日成立「災害應變中心」，由集團管理中心陳通和執行長擔任總指揮，各公司管理人員依任務編入通報組、搶救組、避難引導組、安全維護組、緊急醫護組等 5 組。災害應變中心首先勘查各辦公區塊避難動線、避難場所及防災物資集中地，接著擬制防災民生物資檢查表，每月定期由管理部檢查人員查巡物資狀態及效期，並製作「空襲緊急應變措施」、「建築物倒塌應變措施」、「距離辦公區塊最近防空避難所地點」等宣導影片。透過積極宣導、定期演練，以利於災害來臨時，將員工安全及公司財產傷害降至最低。

