

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 2
嚴選品質 安心消費

2.1 購物新體驗

東森購物順應後疫情時代消費型態轉變，以多元通路並進發展的經營模式打造全新購物體驗，致力為消費者創造最大價值，樹立新零售服務標竿，讓消費者購好購幸福。

東森購物開展新通路，2022 年 11 月首度與全家便利超商合作，在全台 **4,100 間實體通路** 推出獨家規格「東森嚴選」商品，如：小包裝增強免疫力的日常保健品、保養型益生菌衛生棉、知名節目聯名特色料理包及寵物專用漢方保健品等，依消費者習性打入實體市場，也便於東森購物近千萬會員就近選購創造虛實整合 OMO (Online Merge Offline) 順暢無礙的購物體驗，自營商品於全家上架兩個月售出 **1.6 萬件**，營業額 **250 萬元**。另一方面，因應名人互動直播、網紅帶貨購物趨勢，東森購物也打開大門廣邀藝人網紅合作銷售，運用商品管理及採購優勢，與完善的平台服務機制，拓展線上通路，網羅年輕會員。



綜藝天王吳宗憲與新加坡直播天王王雷搭檔直播



東森自營商品進軍全家

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

購物新體驗 東森廣場

2022 年底，東森購物在新北市打造全新複合零售實體店「東森廣場」，提供多元生活服務包含主題餐廳、美食街、超市、寵物美容醫療等，為東森購物長期深耕的新北市再添榮景。東森廣場可謂東森購物線下經營的起手式，成為 OMO 商業模式的示範區，我們與全家便利商店強強聯手，在東森廣場內開設「全家東森 1 號店」，多樣化的商品服務滿足更多周邊鄰里居民需求；東森集團對於寵物關懷不遺餘力，在「東森廣場」開幕當天捐贈 600,000 元寵物飼料給新北市動保防疫處，更為毛孩家庭打造寵物友善餐飲空間，東森廣場附設慈愛動物醫院與東森寵物門市，也同步提供毛孩健康檢查、診療及美容健康照護服務，為在地居民建立便利理想之城，吸引民眾消費同時，也帶動地方經濟繁榮。



東森廣場



慈愛動物醫院東森廣場分院耗資千萬醫療設備



侯友宜感謝東森捐贈 60 萬元飼料予新北市政府



東森寵物把每位毛孩都當成家人



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



東森幣行銷

擴大東森幣運用場域，串聯線上、線下消費體驗，以遊戲、消費折抵增進會員互動、提升客戶黏著度。2022 年創造 45 億營收及 15 萬名新會員。



知名品牌合作

邀請港點專賣店「點 8 號」、網路名店門前隱味新品牌「一星名店人生的咖哩味」進駐東森廣場，藉助品牌知名度吸引新客，提升客單價。

東森購物生活全通路

東森購物持續以多角化通路布局，帶動業務量及營收穩定成長，平台涵蓋電視、網路、型錄、電話行銷及 Regal Club & Spa 實體通路，2022 年銷售商品數高達 38 萬項、累計服務超過 874 萬客戶數，東森購物更於 2022 年第 4 季增加網路直播、全家及東森廣場等全新通路，開拓更多渠道同時也擴大我們的服務範疇。

拓展跨境商品市場新商機

東森購物 2018 年投資全球跨境美妝電商 - 香港草莓網，透過網路線上銷售模式，累計販售超越 33,000 項產品，發展出 38 種語言，銷售觸及全球 200 個國家，年營收 7 億港幣。藉著發展香港草莓網，也顯著地提升了我們國際採購能力及整體商品力，同步促進台灣商品之全球行銷，拓展海外地區營收來源，完善東森智慧零售全球營運布局。香港草莓網致力提供最高層級安全可信的網路消費體驗，2022 年榮獲 HKRMA 香港零售管理協會頒發的《十大優質網店認證》銀獎殊榮。

永續商品 共善日常

我們響應永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）之「負責任的生產與消費」，攜手會員一起推動環境與社會永續。在東森購物官網設置環保集點專區，會員可以透過在專區選購具備環保標章之產品累積回饋點數，2022 年共 2,472 名會員響應，營收共計 2,485,471 元。2022 年第 4 季擴大環保集點活動於手機 APP 推廣，消費人數增加約 2 成，將持續增加環保標章品項數，並搭配環保署宣導政策規劃「綠點特別日」回饋活動，提升推廣效益。

東森購物也在 2022 年初開始與慈濟靜思書軒合作，共同推廣環保日用品、天然素食食品、書籍等 250 項商品，提倡「身體、心靈、大地的環保」理念，預計 2023 年將與慈濟更進一步攜手推動企業共善計劃，未來將針對共善專區商品主動提撥銷售金額 1%，以幫助台灣弱勢家庭、支持學童教育、協助偏鄉發展。



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

2.2 嚴選供應商與品質控管

2.2.1 永續供應鏈

東森購物的產品主要來自於 7 大類供應商，產品類別細分為美容保健類、食品類、3C 與大型家電類、休閒用品與小型家電類、流行紡品 (包括飾品) 類、珠寶精品類、農特產。在供應商的選擇上，我們秉持最嚴格的審核標準，供應鏈管理是我們信守「東森嚴選」對於消費者品質保證的必要環節。始自供應商篩選流程與簽訂、合作供應商之義務及權益管理、到供應之商品品質控管查核流程等，為各個流程建立機制並嚴格把關，致力維護消費者、供應商以及東森購物三方之權益，共創永續供應鏈新商模。

供應商管理機制

截至 2022 年東森購物 6 大商品合作的供應商共計 7,921 家，為有效管理供應商資格及其供應之產品的穩定度及安全性，依照供應商供貨情形劃分為 4 大層級，並依層級進行不同程度管理：自主檢驗廠商、A、B 及 C 級廠商。我們透過供應商審查 4 大流程與管理 6 大措施以確保客戶權益、供應商的資格及維持其產品之穩定及安全，我們最重要的目標之一為使客戶能夠得到最完善的服務與最高品質的產品。

供應商審查 4 大流程



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

合作效益

供應商可獲得免費廣告宣傳及商品倉儲管理輔導

商品分期免息

東森購物為消費者承擔其消費商品金額的分期付款利息 (2022 年約 7,615 萬元)，不會轉由廠商支付

供應商義務

供應商需簽訂「商品寄售契約書」，並配合東森購之商品銷售、行銷、送換貨的服務機制

供應商管理
6 大措施

04

供應商溝通申訴管道

2018-2022 年最主要處理之廠訴內容為商品銷售、作業協調及貨款費用等問題，其中，2022 年處理廠訴案件共計 29 件，均能即時協請相關部門提供相關資料回覆

05

消費者爭議處理

東森客訴專案部門將協助供應商處理消費者爭議

06

保固保障

自銷售日起供應商應就其銷售之商品提供至少 1 年保固保證

近 3 年供應商審查結果

年度	書面審查家數	實地審查家數	判定合格家數	合格比例	月檢抽驗家數
2020 年	13	85	98	100%	8
2021 年	10	79	82	92%	8
2022 年	21	54	74	99%	6

近 3 年在地採購成果

東森購物持續扶植在地 (國內) 供應商，投入在地採購的金額逐年增加，2022 年度的在地採購金額超過 146 億新台幣，占總採購金額比例高達 99%

單位：新台幣元

年份	國外採購金額	在地 (國內) 採購金額	在地 (國內) 採購占比
2020 年	65,025,914	2,447,661,373	97%
2021 年	96,870,457	16,419,590,330	99%
2022 年	56,697,615	14,640,953,508	99%

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 年供應商教育訓練之主題與內容

供應商教育訓練主題	參與家數
一般廠商商品提報、各種配送方式訂單進出貨及請款作業教育訓練	82 家
商城廠商商品提報、行銷作業、廠送訂單進出貨及請款作業教育訓練	17 家

近 3 年供應商教育訓練成果			
項目	2020 年	2021 年	2022 年
訓練家數	178	81	99
訓練總時數	98	63	83
受訓總人次	257	128	175

註：2021 年因應疫情，減少辦理實體教育訓練課程。

2.2.2 高規格品質控管

東森購物建置多重商品檢驗機制，實施例行性商品檢驗中的樣品預審機制、大貨入庫檢驗、透過非例行性檢驗機制，與祕密警察（月檢抽查）的方式，對通路廠商進行商品品質及合規性檢驗。我們還致力於加強品保人員的專業性，在人力派駐至各外倉之前，皆會進行完整的培訓，全方位確保商品品質。我們以最高標準進行品質管理也獲得外界肯定，多項商品榮獲國家玉山獎、比利時世界品質評鑑大賞、金鋒獎、亞太美業精品獎卓越品質獎等獎項。

01

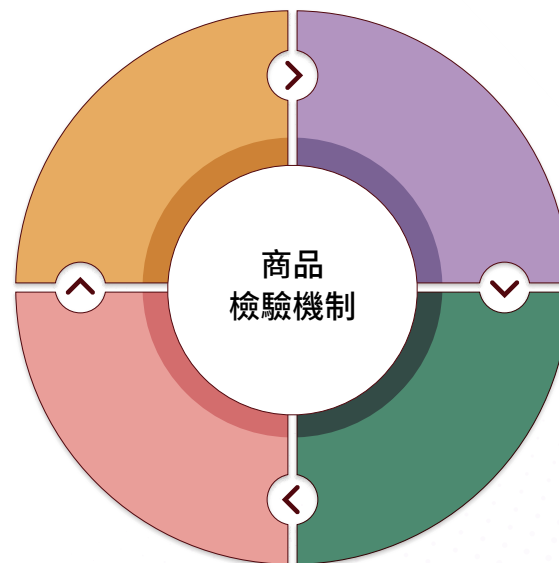
樣品預先審查

- 透過「商品管理系統」完成廠商樣品的品質檢驗單
- 如遇特殊類型之商品則送交衛生福利部認可的第三方實驗室進行檢驗

04

法規履歷更新

- 檢驗相關法規即時更新於系統中的檢驗規範
- 對消費者有疑慮之商品立即下架
- 2022 年各類商品檢驗比例與合格率皆為 98%



02

入庫商品品質檢驗

- 供應商通過樣品預先檢驗後，即可進行貨品入庫
- 依照 105E 表格隨機檢驗，並將檢驗結果留存於「東森購物營運系統」
- 若有缺失者會要求廠商改善完畢後再行複檢

03

祕密警察機制

- 每月固定抽驗商品，當涉及食品或有重大異常客訴時，會進行實地訪廠稽核
- 2022 年共完成 18 次訪廠，其中包含商品異常 0 間、委外代工查廠 5 間及年菜商品檢驗 7 間



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

東森嚴選好品質！檢驗石墨烯枕頭 確保商品無虞

我們的品保人員隨時掌握市場訊息，從收到資訊及有效了解新聞動向，例如在市面上部分石墨烯枕頭商品內容物為廢材混料一事爆發，品保人員獲知後立即採取在庫商品進行破壞性檢驗，並未發現此類似商品有此狀況發生。相較於其他競業處理方式為第一時間下架，我們對於「東森嚴選」的堅持及負責到底的態度，正因為「東森嚴選」商品必進行嚴格的檢驗，在其他競業採下架處理措施同時，東森仍未受影響照常銷售。完整的檢驗流程有效預防潛在的消費糾紛，更拉近與消費者之間的關係維繫。

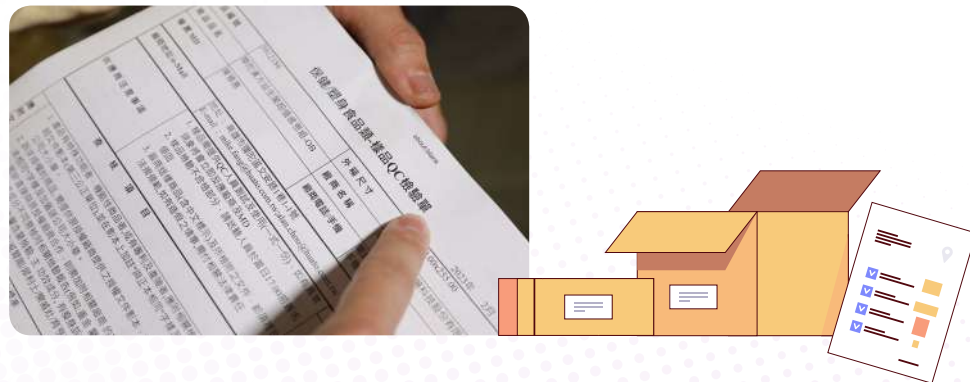
商品審議委員會

為了提供消費者收到最佳的商品品質與服務，我們設立商品審議委員會，2022 年回覆商審會議審查流程，由商品審議會委員抽票執行，總經理覆核。該委員會由商品部、節目部、型錄部、品保部等單位組成，成員針對每月預計銷售產品以「節目呈現、賣點、價格、品質」等面向跨部門商討與評分，各單位之評分資料將留存於系統內作為紀錄。

嚴謹的商品標示管理

東森購物的商品，包含自營商品與廠送商品，皆遵循各商品類別法令，並設有嚴格的商品預審與查驗制度，商品若未依法規進行標示者即無法入庫上架，並透過品保之秘密警察機制，每月固定訂購廠送商品，對商品規格、包裝、標示、效期、組合及品質檢驗，若發現異常即請所屬商開通知廠商立即修正。

2022 年我們未發生產品標示的違規事件；在商品廣告宣傳的部分，共計有 3 件爭議，我們皆已立即採取相應管理與改善措施，除了向違規廠商求償之外也依法調整爭議性之商品及廣告，並向廠商宣導公平交易法相關規範。



商品類別	現行法令依據
美容美材	• 化妝品衛生安全管理條例，確認化妝保養品標示內容完整性 ※ 化妝品衛生安全管理法第 6 條標示內容自 2021/7/1 起正式實施
食品	• 食品安全衛生管理法，確認食品標示內容正確性 • 健康食品管理法，並登錄「衛生福利部審核通過之健康食品一覽表」，確認健康食品標示內容正確性
3C 家電	• 電器及電子商品標示基準，確認大小家電及 3C 商品標示正確性
家庭用品	• 一般商品標示法，確認商品標示正確性
流行用品	• 服飾與飾品標示基準，確認服飾、布標標示正確性 • 精品類皆遵循一般商品標示法規定
貴重珠寶	• 一般商品標示法，確認商品標示內容正確性

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 年產品服務與行銷推廣資訊標示相關違規事件

違規類型	違規件數	違規金額	管理與改善措施
商品廣告資訊	1	10 萬	• 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
	1	8 萬	
	1	10 萬	
	1	20 萬	

食品類效期管理制度

東森購物之食品類商品效期皆須符合管理制度，商品保存期限區分為半年以下、半年以上1年以下及1年以上3種，各有規定入庫及最短銷售時間，確保客戶能購買到最新鮮的食品。

商品保存期限	商品保存期限≤半年	商品保存期限≤1年	商品保存期限>1年
入庫及最短銷售時間	入庫剩於效期須滿1/2，最少不得低於30天	入庫剩於效期須滿3/4	入庫剩於效期須滿1年

2.3 客戶信賴與安心服務

東森購物持續提供的優質服務、精選商品、客戶體驗等，持續獲得業界與廣大會員肯定，2022年榮獲國家品牌玉山獎多項大獎，包含「國家品牌玉山獎」、「最佳產品獎」、「最佳人氣品牌獎」；此外，更榮獲新北精典企業「多元服務、精典非凡企業」雙項大獎、「新北建築工程圍籬綠美化」《城市森林組 - 特優獎》、BSI 資訊韌性精銳獎等獎項，堅持為東森購物會員提供超越期望的優質服務。



國家品牌玉山獎



新北精典企業獎

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

商品品質與顧客健康安全管理方針



重大性議題：商品品質與顧客健康安全

對東森購物的意義

東森購物致力開發多元化商品，協同供應商採嚴謹的品質控管，並透過大數據分析客戶體驗，提供多元平台為我們的會員客製化消費旅程，及創造最貼近人心的客戶服務。在強化金流與資訊安全上亦堅持不懈，皆因為消費者的健康與安全是我們的首要任務，也是我們創造最大的價值。

主責單位

品保部、客戶體驗中心、廠商服務部、電視商品行銷部及 EC 商品行銷部

未來短期目標

- 維持商品瑕疵率及短缺率至 3 % 以下、廠商商品入庫檢驗不良率 3% 以下
- 供應商交易持續擴大與知名品牌及製造大廠合作開發自營商品

未來中長期目標

- 減少客戶操作或主觀判斷導致之短缺或故障瑕疵
- 鼓勵供應商積極以其長銷商品參獎，並加強對供應商的企業社會責任評估與要求
- 降低品質瑕疵退貨率至 1.5%
- 持續提高自營商品佔比，2028 年目標提高佔比至 58%
- 客服團隊 2025 年目標成長至 1,488 人，以持續提供會員尊榮服務優勢

政策與承諾

東森購物嚴密的系統化管理，始自最上游供應商生產線管理，每件商品逐項把關須通過 50 項品管檢核項目，確保供貨品質優良穩定。透過優良的品質管理累積的品牌力與好感度是東森購物最大資產，我們將持續堅持「東森嚴選」精神以客為尊，供應高品質的商品與服務照顧客戶需求。

特定行動與績效

- 專業的客服團隊：超過 1,239 位客服與電話行銷專家，每日電話交流多達 9 萬通，配合即時配送及完整售後服務，以台灣規模第一的客營團隊提供最有溫度的營銷服務。
- 在地供應商：截至 2022 年底合作在地供應商總計達 7,963 家。
- 即時配送：「楊梅幼獅物流中心」提升網路商品入倉比例及快速到貨比重；2022 年物流作業每日進貨量最大可達 6 萬件，出貨量 5 萬件，倉儲容量最高可達 120 萬件。



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

2.3.1 客製化消費體驗

因應使用智能手機消費趨勢及提供會員更多元快速優質服務，東森購物提供網站服務查詢及聯絡客服，並開發全台電視購物首創自助語音及可視化語音服務功能，提供會員產品訂購、退換貨、商品配送、帳務查詢等多項服務功能，藉由大數據精準判斷、加速會員服務效率。東森購物持續演進各項服務機制，提供給客戶更多感動驚喜的使用體驗與滿意的購物旅程。

客戶的問題就是我們的問題，東森購物秉持「將客戶放在上帝的位置」精神，藉由同理心來思考、與客戶溝通。持續優化服務，不只要滿足客戶的期望，更要超越客戶的期待，也因此近年來我們不斷培養菁英客服團隊，並在尖端科技應用的幫助下，持續創造新零售服務標竿。

2.3.2 傾聽客戶心聲

菁英客服團隊

東森購物的菁英客服團隊分為「客服專家」與「行銷專家」，2022 年東森購物擁有 286 位客服專家，在服務的品質與數量皆領先同業水準。而我們突破千人的行銷專家團隊則是透過客製化的購物諮詢創新服務模式，讓每一位顧客得到有溫度的服務與諮詢。

客服團隊教育訓練模式

客服團隊 MVP 選拔：東森購物每年舉辦客服團隊 MVP 選拔活動，依據人員實際產能表現，並對東森集團有具體貢獻者，每年遴選出個人、小組、團隊年度最佳 MVP，提供實質獎勵；同步將各項成功模式進行分享，鼓勵全體團隊學習及仿效。



「客服專家」提供

- 全通路商品訂單承接及商品專業諮詢
- 優質商品加購服務
- 全通路售後及行銷活動之服務諮詢受理
- 民調問卷執行及專案導客業務運營

「電話行銷專家」提供

- 主動出擊關懷客戶，提供有溫度的服務諮詢
- 客製化商品購物服務
- 東森自營優質產品推廣

客服專家團隊人數 / 平均年資

286 人 / 9 年

電話行銷專家團隊人數 / 平均年資

953 人 / 3.6 年



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

豐沛的專業培訓



2022 年度針對客服團隊的培訓課程共 223 堂、超過 230 小時；同時開立 91 場次新人培訓課程時數高達 5,423 小時

服務品質評量



我們參考 ISO 9001 品質管理系統的 PDCA 模式 (Plan-Do-Check-Act)，固定進行客服人員服務品質檢查及改善作業

客服之星選拔



東森購物每月舉辦客服之星選拔活動，遴選出每月表現優異客服，提供實質獎勵並將成功模式分享給全體團隊學習



客戶滿意度調查

東森購物持續透過電訪、官網信箱與商城留言等多重管道溝通來傾聽客戶的心聲，以精進更貼近廣大客戶群眾之需求服務。運用不定期進行滿意度調查及客戶焦點訪談的質化調查，深入瞭解客戶想法並即時調整優化。

客戶溝通回饋管道

溝通回饋管道	回饋數量	回饋比例
售後服務專線	974,884	74.3%
官網信箱	1,921	0.1%
商城留言	336,057	25.6%

近 3 年滿意度調查成果 (滿分 5 分)

2020 年	2021 年	2022 年
4.1	4.1	4.3

客戶滿意度調查改善措施

東森購物持續優化業界首創的互動式語音問答 (Interactive Voice Response, IVR) 問卷調查功能，讓客戶聆聽問卷語音後，更直覺化的挑選適合選項作答。透過 IVR 問卷作為集團業務推廣、名單轉介、會員消費輪廓及產品開發等的重要依據。

近 3 年 IVR 問卷調查

項目	2020 年	2021 年	2022 年
問卷數量	9	7	19
回覆筆數	1,034,501	137,703	285,836



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



客戶申訴

近 3 年之客訴率與結案率			
項目	2020	2021	2022
客訴 7 日內結案率	97.00%	96.20%	97.3%
客訴率	0.57%	0.63%	0.52%
網站案件平均處理時效 (單位：天)	0.25 天	0.23 天	0.20 天

面對客訴案件，我們第一時間即給予會員關懷，並召開緊急會議商討最適處理方案，若客訴案嚴重者則立即成立重案客訴小組以快速因應客戶需求。綜觀 2020 年至 2022 年的各項申訴指標，東森購物皆有高績效表現，我們持續提升客戶消費體驗，朝最高目標 0% 客訴率努力邁進。我們在意、珍視每位客戶的建議批評，待客如親、設身處地的服務態度也獲得客戶的好評，經常蒙受客戶主動讚美及肯定之來電、信函；同時持續優化精進各類服務內容，致力提昇客戶消費體驗。

近 3 年即時申訴服務			
類目	送貨相關	網站服務	商品類
2020 年	27%	23%	8%
2021 年	25%	30%	8%
2022 年	28%	27%	9%

2.4 資訊防護與隱私安全

落實資安管理 東森購物獲獎

數位購物商機近年擴張，東森購物善用大數據做到精準行銷的同時，也保護消費者的消費權益與交易安全。通過 ISO27001 國際資訊安全認證，以最嚴謹標準稽核並強化資訊系統，讓消費者在虛擬商場中安心購物。多年來在資訊安全維護上素來不遺餘力，2022 年東森購物榮獲 BSI 英國標準協會的肯定，獲頒「資訊韌性精銳獎」，顯現東森購物以誠信為基礎、在資安的高度維護下的『東森嚴選』品質保證。



資訊安全與隱私保障管理方針

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

重大性議題：資訊安全與隱私保障

對東森購物的意義

東森購物堅持提供客戶安心便捷之購物環境，確保公司之資訊與資訊系統獲得適當保護，特依據 ISO 27001 資訊安全管理國際標準之要求建立、記載、實施及維護資訊安全管理體系，以提昇個人及交易資料之機密性、完整性及可用性，使交易資料及客戶個人資料之處理全程均獲安全保障。

政策與承諾

依照 ISO 國際標準建立資訊安全管理系統 (ISMS)，並且透過公開設置「隱私專區」、「資安事件通報暨緊急應變機制」、「資訊安全事件管理辦法」及「個資危機事件應變辦法」，應變及預防各種資安事件。

未來短期目標

- 每年取得 ISO27001 資安認證，公司內部至少 2 人取得 ISO27001 資訊安全主導稽核員證照

特定行動與績效

- 由外部專業廠商執行電腦系統安全評估，其中重大風險及高風險項目改善完成率達 100%
- 未有重大違反「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
- 東森購物網手機行動應用程式，涵蓋 iOS 和 Android，2022 年取得行動應用 App 基本資安標章 V3.1

主責單位

資訊部、法務部、研發中心

未來中長期目標

- 持續每年辦理 1 次 ISO 27001 國際資訊安全認證
- 強化資安監控與隱私風險評估，因應作為內部決策參考
- 透過資安演練與稽核提高系統可靠度至 99.7%



東森購物依循 ISO 國際標準建立資安管理系統 (ISMS)，適用範圍包含提供電視購物營運系統及電子商務系統服務之系統開發、設計、維護與營運及機房管理等，使客戶個人資料處理獲得保障。對於重要主機或網路設備我們定期進行弱點掃描與修正，並且每年委請外部廠商執行資安稽核作業，2022 年稽核出的重大風險及高風險項目改善完成率均達 100%。



ISO 27001 資訊安全管理驗證

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

2.4.1 資訊安全管理政策及組織權責

為貫徹東森購物各項資訊管理制度能有效運作執行，特由總經理擔任主任委員設立跨部門、跨功能之資訊安全專責單位—「資訊安全委員會」，負責資訊安全管理系統及個資保護的管理，推動跨單位協調等相關工作，主要的執掌包含：「建立資訊安全管理制度與程序」、「培養專業資安技術人才」、「舉辦資安教育課程」、「定期年度內 / 外部稽核」、「執行營運衝擊分析報告」、「系統異地備援切換演練」及「建構網路、主機系統、應用程式及防火牆之多層次縱深防禦架構」。



近 3 年資安教育訓練

類別	2020 年	2021 年	2022 年
課程場次	1	2	1
課程人次	1,500 人次	1,800 人次	1,500 人次

2022 年資訊安全教育訓練

課程名稱	時數	參與人數
「防詐騙及社交工程防範」資安通識課程	2 小時	1,500 人

2.4.2 嚴守客戶個資與隱私

個人資料保護與侵害管理作業

為打造優質安全的線上購物體驗，東森購物將全網站改為 https 加密傳輸協定，為提升網路傳輸層安全性協定 (Transport Layer Security, TLS) 的安全性已升級至 TLS1.2，同時符合支付卡產業資料安全標準 (Payment Card Industry Data Security Standard, PCI DSS Level 3) 資料保護規範。有鑑於行動裝置消費更加普及，東森購物網手機行動應用程式 (ETMALL 東森購物網 APP 涵蓋 iOS 和 Android)，已取得行動應用 APP 基本資安標章 (V3.1)，給予消費者更多保障。

東森購物官網設有「隱私聲明專區」及「安全機制」，並制訂「資訊安全事件管理辦法」及「個資生命週期及當事人權益管理辦法」，規定任何人均須在明定的授權規劃內，才得處理必要之個資。



官網加強反詐騙宣導



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

客戶隱私受損事件及改善措施

當發生網路攻擊及惡意程式入侵等資安事件時，東森購物會立即啟動「資安事件通報暨緊急應變機制」，同時強化二次驗證(reCAPTCHA)及監控機制，依循「資訊安全事件管理辦法」及「個資危機事件應變辦法」，即時彙整重大資安事件呈報資安委員會，採取必要因應措施保障消費者的隱私權益，同時降低對公司營運損失及聲譽的衝擊。東森購物在 2022 年經未有證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴。

2022 年接獲可能影響個資安全事件者為 3 件，經查證及分析此為不法集團利用撞庫(常見密碼)攻擊方式，用不正當方式登入本公司會員帳戶取得資訊；且該年度並未發生任何使用會員個資於其他用途之情況。東森購物致力改善與降低資安風險，於網站上加入反詐騙宣導，提醒及幫助消費者避免受到詐騙訊息的不法侵害。



東森購物隱私權保護政策

資訊安全事件通報管理流程



電子支付資安風險管理

為提升消費者信用卡交易安全程度，我們每年辦理 PCI DSS 支付卡產業資料安全之 Level 3 標準，進行 1 年 4 次網路弱點掃描，並提交年度自我評量問卷合規報告，持續降低持卡人資料洩漏的風險。我們視國際發卡組織 (VISA 及 MasterCard 等) 認可的信用卡 3D 驗證服務機制，為必要降低偽冒風險的動作。在使用發卡銀行有提供 3D 驗證服務的信用卡進行特定商品交易時，系統將主動要求持卡人輸入 3D 認證密碼或透過 OTP 一次性動態密碼驗證模式以進行交易認證，發卡機構經由認證密碼查核持卡人身份正確後，即進行授權程序並完成本次刷卡交易。

