

5.1 社區投資願景與目標

東森購物致力於將公益與本業服務結合，創造更多效益，2020 年臺灣受疫情籠罩，東森購物支援救災與防疫行動，捐贈前線醫護人員保健品、保養品等物資，東森農場更在第一時間配合農委會搶救農產品內銷市場，公益活動不因疫情而停滯，我們與社會一同並肩作戰。



東森購物參考社區投資評估模式，量化社會公益的投入，呈現我們社會參與累積的投入與成果。此外，我們也鼓勵員工參與志工活動，主動關懷與回饋社會，期許在東森購物全體員工共同努力之下，將善的力量擴及到社會各個角落之中。

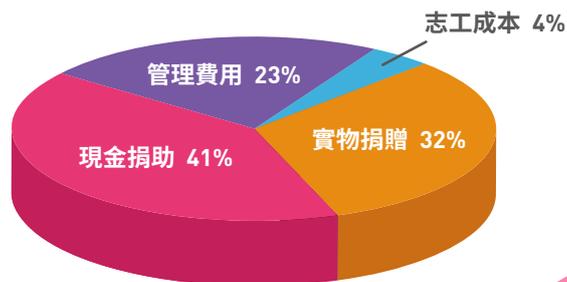
2020 年東森購物社區投入型態

投入型態	投入金額 (單位：新台幣元)	志工投入 (單位：人次)	志工投入 (單位：新台幣元)	占總投入 費用之比例
慈善活動	37,601,500	460	1,200,200	47%
社區投資	11,207,100	360	453,900	14%
商業活動	29,387,100	2,300	3,196,000	39%
總計	78,195,700	3,120	4,850,100	100%

2020 年東森購物社區投入金額與佔比

● 實物捐贈	34,951,500 元
● 現金捐助	43,244,200 元
● 管理費用	24,915,294 元
● 志工成本 ¹	4,850,100 元

註 1：志工成本以志工投入服務時數估算。



5.2 疫起做公益

新冠肺炎疫情持續在全球蔓延，2020 年各國相繼採取鎖國措施，不只觀光產業受到影響，也波及臺灣的外銷農產品，致使農民生計受到嚴重衝擊。而台灣中央政府也鼓勵民眾少外出、降低感染風險，因此東森購物義不容辭，在第一時間就與農委會合作，透過「東森農場」力挺小農促進內銷，讓消費者不用出門，就可以買到新鮮優質且具溯源、產銷履歷、有機或 CAS 驗證的國產農漁畜產品。

除此之外，疫情之下有許多社福機構募款大幅減少，東森購物在看見社會需求之後，迅速思考可以提供協助與支持的地方，號召有愛心的會員一起力挺臺灣，即時送暖創造社會善的循環。



5.2.1 東森農場新鮮直送

2020 年面對疫情挑戰，許多農民苦於外銷受阻影響生計，東森購物發揮「別人做生意，東森做公益」精神，加強推動「東森農場」，利用電視購物台與東森購物網 ETMall，來幫助全台各地小農銷售農產。隨著時代發展，多元平台的銷售已成為不可逆之趨勢，但傳統農民往往苦於不擅行銷，因東森農場除協助其順利上架販售之外，更是落實「去中間化」，有效減少農民被層層剝削、縮短產銷供應鏈流程。針對農產品供應商，東森購物根據銷售狀況向產銷班回報，產銷班就能針對銷售量回推，控管農產品的採收時程與數量。



東森農場官方網站

除此之外，考慮到新鮮蔬果保鮮期短、易腐性高，我們更研議出預購農產品的模式，與地方農會及產銷班簽約，避免生產過剩造成損失，在農民採收後，秉持嚴選品質層層把關，從產地直送宅配到府，消費者更可獲得更長的蔬果保鮮期。

中央地方助攻在地農產創佳績

2020 年全民防疫避免外出，造就宅經濟發酵，也讓東森農場銷售成績亮眼，除了蔬果、漁產之外，我們也預計在 2021 年將進一步推展銷售肉品市場，協助臺灣豬農擴大行銷市場。

農委會與縣市首長支持

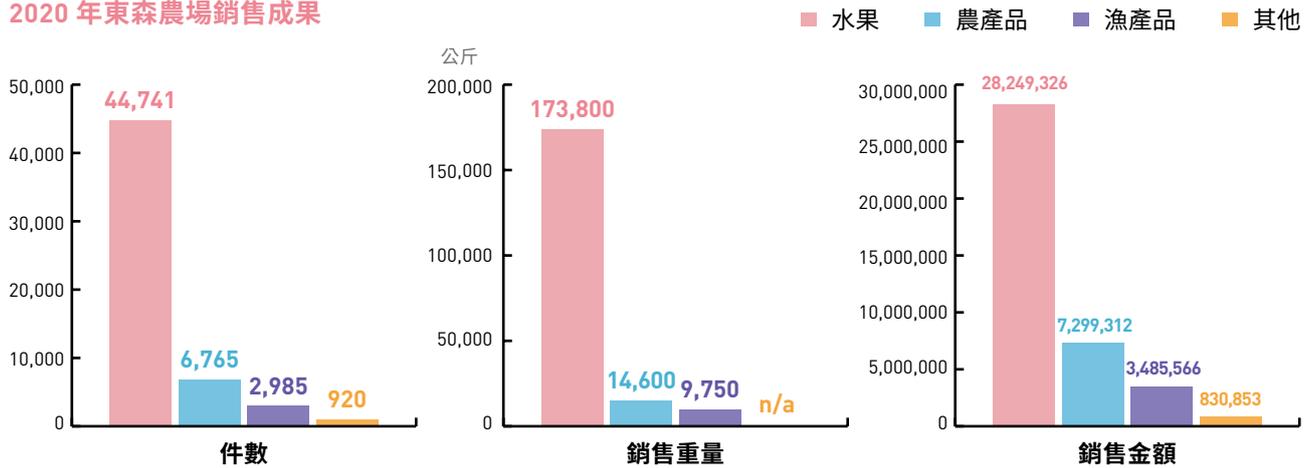
2020 上半年受大環境影響，間接影響國內農產銷售，當民眾為了防疫而減少到傳統市場、超市時，可以改到電商或電視購物等通路採買，東森集團長期關心地方小農，深耕「東森農場」系列商品，走訪全台鄉鎮、蒐羅各地新鮮優質農漁產，並與中央與地方官員合作，包括農委會主委陳吉仲，台北市長柯文哲、新北市長侯友宜、桃園市長鄭文燦、苗栗縣長徐耀昌、台中市長盧秀燕、彰化縣長王惠美、雲林縣長張麗善、嘉義縣長翁章梁、台南市長黃偉哲、高雄市長陳其邁、花蓮縣長徐榛蔚、台東縣長饒慶鈴、澎湖縣長賴峰偉等共 14 位中央及地方首長都多次合作站台，盼能與大家一起支持國內農產品，度過疫情風暴。



團結力量大創造銷售佳績

「東森農場」系列節目，2020 年嚴選臺灣各地品質上選好食材，從產地把關選品直送消費者餐桌，解決農產品外銷市場受阻問題也成功幫助穩定產地價格，銷售實績包括：台東鳳梨釋迦秒殺 3,500 組、台南東山柳丁火速完銷 36 萬顆、苗栗卓蘭葡萄 5,000 公斤等農產，午仔魚及龍虎斑熱賣 8,000 條等漁產，東森農場系列在 2020 年總共創下 39,865,057 元銷售佳績，保護農民免受中盤商剝削、創造更高收益。

2020 年東森農場銷售成果



註：因其他銷售類別中的品項未統計銷售重量，故此處以 n/a 呈現。

5.2.2 支持公共醫療衛生體系

臺灣疫情成為全世界典範國家，第一線醫護人員的日夜把關功不可沒，為體恤前線醫護人員，也支持在地優質農產，董事長王令麟提撥 100 萬元公益金，攜手農委會選購 2,500 箱、約 7.5 萬顆高雄燕巢新鮮珍珠芭樂，讓醫護吃得健康，贈予雙和醫院、護理師公會、三軍總醫院及仁愛醫院，幫助 6,900 位醫護人員與全體會員一起助小農、挺醫護，用心守護臺灣。



優化長照設備

我們也關懷銀髮照護，透過提撥電視購物營收，捐贈市值逾 100 萬元的長照專車 2 輛予臺北市政府社會局，提供北投區與中正區社區長照機構使用，減輕照顧者攙扶長者的體力負擔，更提升乘車安全性。

號召社區熱血做公益

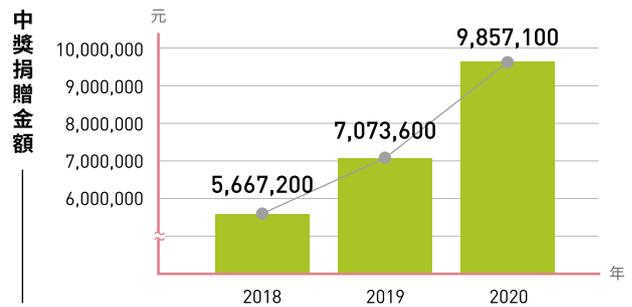
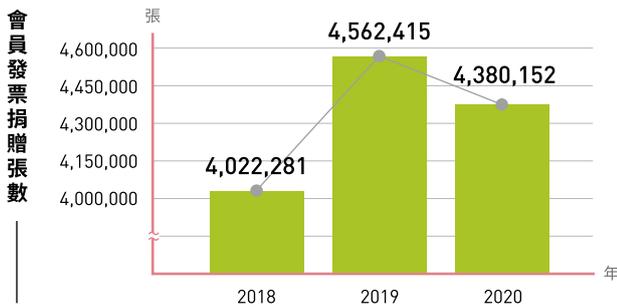
疫情之下民眾紛紛避免外出，這卻使得台灣血庫嚴重缺血，捐血行動刻不容緩，東森購物於中和總部廣場舉辦「東森捐愛，熱血常在」活動，除東森購物同仁外，我們也邀請中和區社區鄰里共同參與，並加碼贈送捐血民眾阿一鮑魚雞湯、專屬醫療級口罩等禮品，感謝社區鄰里投入公益，獲得社區居民大力響應，共計 300 位善士獻上熱血。



5.3 偏鄉傳愛

東森購物公益不間斷，我們時刻觀察社會之所需，2020 年我們結合數位科技，號召會員與員工「為愛行動」，只要在東森購物每捐出東森幣 1 枚，我們就捐 1 元現金贈予東森慈善基金會，讓愛傳播的更廣、更容易，提供民眾更快速簡單響應公益的模式，邀請大眾一同把愛與溫暖送到社會各角落。

發票對於購物民眾而言可能僅有微小的影響，然而我們每年持續向購物民眾募捐發票就可以發揮積沙成塔的力量，發揮更大的影響力。



5.3.1 點亮孩童希望

原住民愛的早餐

SR0I=2.2

東森購物長期關注偏鄉孩童，愛的早餐專案開展 14 年，能夠給予孩子快樂童年，是我們與會員朋友共同的希望。為力求精進，2020 年我們委託專業顧問團隊為「原住民愛的早餐」專案進行社會影響力評估，依循 Social Value UK 所發表的 SROI (Social Return on Investment, 社會投資回報率) 指引進行計算，社會影響力換算下來相當於 2,353,076 元，社會投資報酬率為 2.2 倍！獲得英國社會價值協會 (Social Value International, SVI) 正面評價，並於 2021 年 2 月取得 Social Value International 認證。

「原住民愛的早餐」

表示每投入 1 塊錢，就為全台偏鄉小學創造 2.2 元的社會效益！



「原住民愛的早餐」專案資金的募得來自於東森購物會員所捐贈發票中的中獎金額，2020 年共計投入 4,991,675 元補助 26 所學校、2,673 人次的學童。除了「愛的早餐」之外也作為協助偏遠地區原住民學童改善部落學習環境、推廣閱讀活動及急難救助等項目之用，我們相信，教育是促使社會流動的方式之一，東森購物透過給予釣竿的方式支持偏鄉教育，期待弱勢家庭的孩子透過良好的教育品質及營養食品，擁有更好的童年發展。回首多年前，東森購物進入偏鄉傳遞愛與關懷，吃著「愛的早餐」的孩子如今都已大學畢業進入職場並以行動回饋社會，成為善的循環。

補助狀況	學校 (所)	學童 (人次)	金額 (新台幣)
2007~2018 年	294	16,895	31,622,060
2019 年	28	2,490	7,005,600
2020 年	26	2,673	4,991,675

支持偏鄉學童教育

屏東善導書院用愛灌溉孩童與鳳梨

東森購物自 2018 年與屏東善導書院合作後，2020 年再度協助善導書院推廣販售「愛心希望鳳梨」。善導書院是由院長陳女士帶領一群單親媽媽發起成立，為偏鄉弱勢孩童提供課後輔導及品格教育，教導孩子手向下、自給自足的精神，在屏東縣高樹鄉水源保護區，帶領孩子親手耕種金鑽「愛心希望鳳梨」。我們號召東森購物會員化愛心為行動，透過實際行動支持愛心希望鳳梨，2020 年總共銷售出 12,000 顆，同時更加碼東森幣回饋 30%，銷售總額 1,301,196 元。



5.3.2 送愛到部落

東森響起部落亮起來

2020 年新冠肺炎疫情影響許多長照機構，花蓮富里原住民家庭服務中心捐款大幅縮水，連帶影響當地族人生活困難，東森購物特別捐贈 30 萬元現金幫助中心度過難關。當地族人聽到這個消息都非常激動又開心，由衷感謝東森總裁王令麟及時伸出援手。這次專案將優先幫助最急需幫助的富南部落，同時也會幫助到部落長輩、外籍配偶、隔代教養的孩子等獲得急難救助金。

同時，地處偏鄉的花蓮紅葉國小，有許多原住民太魯閣族孩子，正值需要許多營養的年紀，東森購物由王令麟總裁親自將奶粉、番茄汁、小黑蚊防蚊液及東森農場合作的農特產禮盒等總價值 35 萬的物資給紅葉國小的孩子們，看見孩子開心的笑容，東森購物不僅僅是善盡企業社會責任，反而從孩子身上，得到了更多的溫暖。



送愛到部落蒲公英衛生紙



東森購物推出兼具環保與公益的自營 MIT 商品「送愛到部落蒲公英衛生紙」，其 100% 使用回收紙，易溶不堵塞，有助減少 75% 的空氣污染以及 35% 的水污染，同時我們更捐助所得的 10% 以資助「原住民愛的早餐」專案。東森邀請消費者一起送愛到部落，讓每次消費更具意義，獲得各界肯定，2020 年總銷售金額 10% 共 4,913,993 元捐助原住民愛的早餐專案中，透過購買日常用品還能做公益，深受會員們的支持。

5.4 弱勢賦能

5.4.1 更生人支持

每個人都會犯錯，但更生人因曾經犯過嚴重的過錯，入監服刑後難以被社會接納，東森購物深刻了解其處境，希望透過我們的報導，幫助更多更生人獲得社會支持，讓他們能夠早日重返社會。

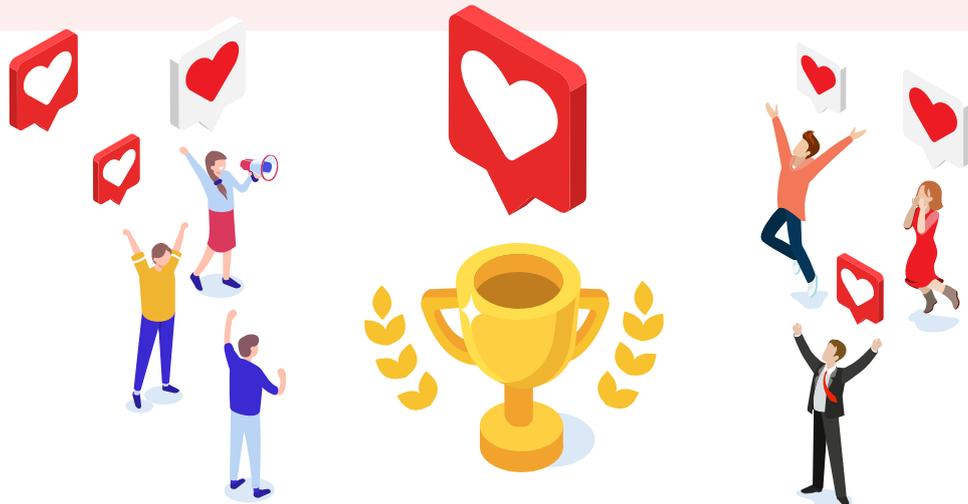
銅聲若響 愛與重生

東森購物王令麟董事長長期力挺更生人獄後重生，法務部、更生保護會偕東森慈善基金會，首度於東森購物台舉辦銅雕公益勸募活動「銅聲若響，愛與重生」，不計利潤協助行銷，收入扣除必要支出後專款專用，6 件義賣作品，超過 68 萬元，所得全數贈予創作的更生人，幫助其建立自信心。



更生人復歸創業

艾格諾先生手工蛋捲是由重刑犯所創業，年紀輕輕遭判無期徒刑入監，直到 18 年後，才獲得假釋出獄，在這期間，早年矯正署正發展「一監所一特色」，台南監獄便以手工蛋捲打響知名度，這也是艾格諾先生創業的起點，成立了「艾格諾先生」手工蛋捲品牌，東森購物除了在電商平台上販賣，在 2020 年「東森捐愛，熱血常在」活動之際更是邀請艾格諾先生前來東森中和總部展售，員工也大力消費給予最直接的支持與力量。



◆ 5.4.2 銀髮照護

與失智長者共度母親節

東森購物在母親節前夕，特別前往台北市萬華區天主教失智老人基金會捐贈 30 萬協助基金會運作，持續關懷社區獨居及失智老人，同時偕東森購物主持人增釗及玉雙與現場超過 60 位以上的獨居長者同歡，提前慶祝母親節，讓爺爺奶奶開心大讚：「好久沒有這麼熱鬧過」。



重陽敬老

東森購物在 2019 年與汐止山區「翠柏新村安養中心」結下良緣，延續去年與爺爺奶奶的約定，在疫情穩定之際，前往與長輩互動並為高齡長者歡度生日，同時邀請邀請鼓霸樂團、關懷小丑協會共襄盛舉，為安養院注入活力與歡樂時光，更希望爺爺奶奶吃得健康，捐贈 200 包東森農場嚴選的台東池上米，透過高品質白米照顧長輩。



歲末年終澎湃辦桌

位於宜蘭南澳天主教修道仁愛之家目前安置長輩多為低收、遊民、無親屬的弱勢長者，東森購物準備上百包來自「東森農場」的池上新米，希望長輩吃得美味又健康。我們也了解長輩最需要的就是陪伴，因此東森購物專家增釗與玉雙也全程陪伴爺奶歡唱卡拉 OK、手作羊毛氈皂，透過互動活絡氣氛，在歲末年終之際準備好料辦桌，希望幫爺奶加菜添飯提振元氣與心情。



◆ 5.4.3 弱勢扶助

支持身障就業

愛盲基金會鑑於視障者在求職上有高度困難，成立庇護工廠讓視障者能夠倚靠自身能力獲得收入，然而，2020 年受到疫情衝擊，訂單數量不如預期，東森購物在得知後第一時間大力響應。為幫助其度過難關，無償提供銷售平台，這也是臺灣公益團體首次與電視購物合作，給予身障青年最直接的支持，限量 700 份的「平安討洗禮盒組」公益禮盒全數賣出，金額共 525,000 元，扣除運費物流成本後全數回饋給愛盲基金會。



歲末年終好過年

2020 年受到疫情影響，許多弱勢家庭及動保團體收到的募款金額及毛小孩領養率都下降，因此東森購物於雙 12 當天製作特別節目「浪愛之夜」，邀請會員一起消費做公益，讓每一筆消費都更有意義。

2020 年雙 12 活動有別其他家電商的回饋方式，我們秉持「別人做生意、東森做公益」的精神推出雙 12 電視公益活動，凡消費者購買活動商品，東森購物將提撥銷售金額 10% 做公益，共捐出 100 萬現金及 50 萬物資協助新北市社會局的弱勢家庭及新北市動物收容中心。



年年有餘年節送暖

農曆新年是台灣重要、溫馨的節慶，但對於弱勢家庭來說，經濟上的不允許，難有過節的氛圍，東森購物特別與新北市政府社會局合作，結合新北市特色伴手禮、觀光工廠及社會企業一同參與「新北幸福市集」活動，幫助地方產業發展外，也將銷售所得 20% 回饋予弱勢團體，並捐贈現金 50 萬元及 2,000 條白鯧魚，為弱勢家庭團圓飯桌上添道好菜，年年有餘。



5.5 跨界串聯

5.5.1 產學合作

東森購物為追求更好及更深化的服務，透過產學合作整合研發資源，強化青年人才的技術與實務能力，提早與市場接軌，提升競爭力，東森購物將觸角擴及全台高等教育體系，希望透過跨領域的整合，擴大雙方量能，以成就更優質的服務及產品。

臺灣大學農學院

為精進產品服務廣大會員，東森農場進一步提升規模，全面銷售優質生鮮蔬果、農漁產品，與台大生物資源暨農學院進行產學交流，針對食品安全、追蹤機制、提升銷售獨特性等多項議題給予專業指導，2020年雙方進行交流座談會，透過實務經驗及學術知識的結合在農產品食用、銷售以及如何提升販售獨特性等各方面進行交流，也包含平台對接、產品開發、客製化服務、技術轉移，甚至是透過區塊鏈新技術應用，期待做出1+1大於2、更具價值性的產品來服務社會大眾。



未來，將持續與學界合作，預計於2021年正式與臺灣大學簽署產學合作意向書，共同培育生技、生農相關領域人才，不僅深化產學合作的機會，精進各項產品研發，提供更好的消費服務給廣大會員，更是提供未來就業機會給合作學生，早日佈局未來職涯規劃。

台北醫學大學營養學院



東森購物多年來不停力求創新，唯一不變的是「東森嚴選」對產品與服務的堅持，我們攜手臺北醫學大學營養學院，結合醫療衛生專業基礎，投入食品安全、疾病營養、代謝與肥胖等學術領域，以維持健康、兼顧飲食攝取與營養均衡為出發點，推出多款銀髮友善的美味調理包，幫助其預防三高與維持體重，讓消費者食得營養、食得安全。



5.5.2 支持國軍

2020年東森購物與國防部福利事業管理處舉辦特約商店簽約儀式，成為「企業敬軍特約商店」，國軍為捍衛家園盡心盡力，東森購物也積極響應敬軍活動，持續作為國軍堅實的後盾，持續提供嚴選商品，並以實質優惠回饋國軍官兵及軍榮譽屬。

