2022

東森得易購股份有限公司
永續報告書

Sustainability Report

東森購物

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

2022
東森得易購 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

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　吳淑媜
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

2022
東森得易購 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

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，在自營商品服務貫穿行銷、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。

東森得易購 董事長 王令麟 Gary Wang

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！

2022
東森得易購 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

東森購物大事紀

1999 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

2002 多通路布局

- 東森購物網 ET Mall 上線

2009 多通路布局

- 森森百貨設立，開創東森第 2 個購物品牌

2012 多通路布局

- 成立電話行銷業務 (OB)

2015 多通路布局

- 推出 EHS 東森購物 APP

2017 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

2018 國際跨境布局

- 投資香港跨境美妝電商草莓網
- 發行東森幣

2020 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

2021 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

2022 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」

2022
東森得易購 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

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
彭鴻琄總經理
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

2022
東森得易購 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

2022 年度永續亮點績效

環境面

13 氣候行動

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%

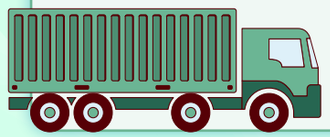
推行電子發票及公文無紙化
平均每年減少
812 萬張用紙量
相當於減少砍伐
95 棵樹

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

2022
東森得易購 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

2022 年度永續亮點績效

社會面

1 消除貧窮 | 2 終結饑餓 | 3 健康與福祉 | 8 就業與經濟成長

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

2022
東森得易購 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

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

2022
東森得易購 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

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

2022
東森得易購 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

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

2022
東森得易購 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

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	13 氣候行動		●	●		●		GRI 201
治理面 (G)	企業治理與營運	16 制度的正義與和平			●	●		●	GRI 205 GRI 206
社會面 (S)	人才管理與員工多元權益	5 性別平等 8 就業與經濟成長	●						GRI 405
治理面 (G)	資訊安全與隱私保障	16 制度的正義與和平		●	●			●	GRI 418
社會面 (S)	商品品質與顧客健康安全	3 健康與福祉		●		●	●		GRI 416
環境面 (E)	綠色物流與包裝	13 氣候行動			●		●		GRI 301 GR1 302

2022
東森得易購 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

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

2022
東森得易購 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

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安全、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

2022
東森得易購 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

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。

核心價值

東森嚴選 以客為尊

願景

打造臺灣家庭購物的新世界

使命

提供最高品質的商品與服務

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。

上游

商品供應商 / 製造商：

- 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
- 寵物

中游

東森購物：

- 電視購物
- 網路購物
- 電話行銷型錄購物
- 網路直播
- B2B
- Regal Club & Spa
- 複合式商場

下游

會員：

- 黃金會員 (ABC 級)
- 一般會員
- 停滯會員
- 新會員

2022
東森得易購 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

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

召集人：董事長

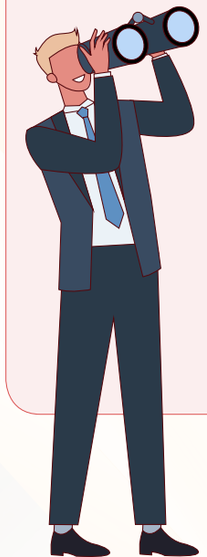
副召集人：副董事長

執行長 — 執行秘書組

環境永續計劃
- 企業環境永續宣導
- 環境管理政策之制定與推動
- 環保節能減碳
- 廢棄物、水資源管理
- 綠色物流與包材

社會共榮計劃
- 員工薪資福利及勞資關係管理
- 教育訓練及職場安全管理
- 職能及組織文化管理
- 人權維護及發展
- 社會關懷、社會參與、公益活動

公司治理計劃
- 董事會職能及其結構與運作
- 股東權益維護
- 誠信經營與法令遵循
- 資訊安全與隱私保障
- 客戶服務及客戶關係管理
- 商品品質與顧客健康安全
- 供應商管理
- 風險管理



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

8 就業與經濟成長
16 制度的正義與和平
17 永續發展夥伴關係

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。

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。

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

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

彭鴻琄

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

東森國際股份有限公司

- 穀物貿易
- 新媒體影音廣告
- 寵物服務及消費性商品開發銷售

東森投資股份有限公司

- 一般投資業

東森得易購股份有限公司

- 多媒體購物

永亮商貿股份有限公司

- 食品什貨批發
- 零售

Strawberry Cosmetics Holdings

- 化妝品銷售

東林資產股份有限公司

- 其他管理顧問服務

熊媽媽電商股份有限公司

- 電視購物
- 網路購物

東森 (上海) 生物科技有限公司

- 食品銷售

東森新零售百貨股份有限公司

- 消費性商品零售

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。

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 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**

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

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

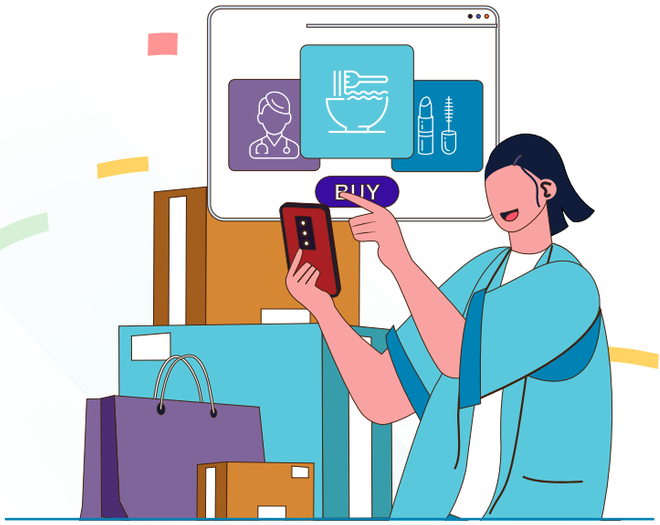
目錄
關於本報告書
董事長的話
東森購物大事紀
2022 年度永續亮點績效
利害關係人議合及重大議題分析
永續願景
CH1 誠信經營 穩健治理
CH2 嚴選品質 安心消費
CH3 綠色營運 減碳實踐
CH4 人權守護 幸福企業
CH5 傳遞關懷 共善社會
附錄

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

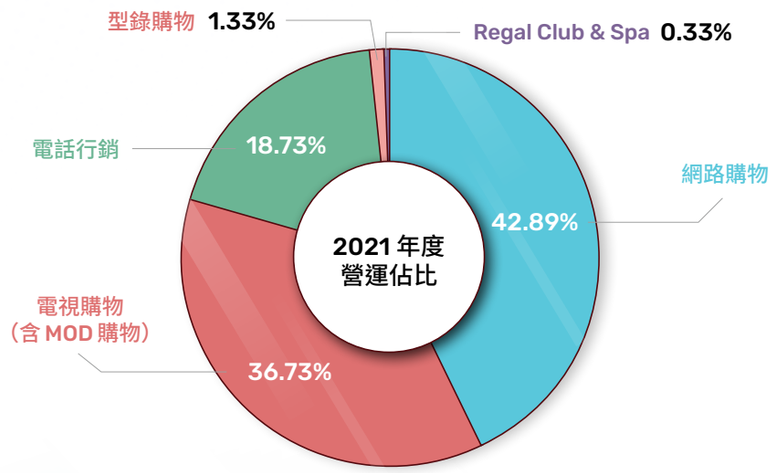
- 運用集團資源產學合作，引進專業醫師團隊及國際級製造商共同合作
- 與台灣大學簽訂產學合作 MOU，精進各項產品研發及功效驗證

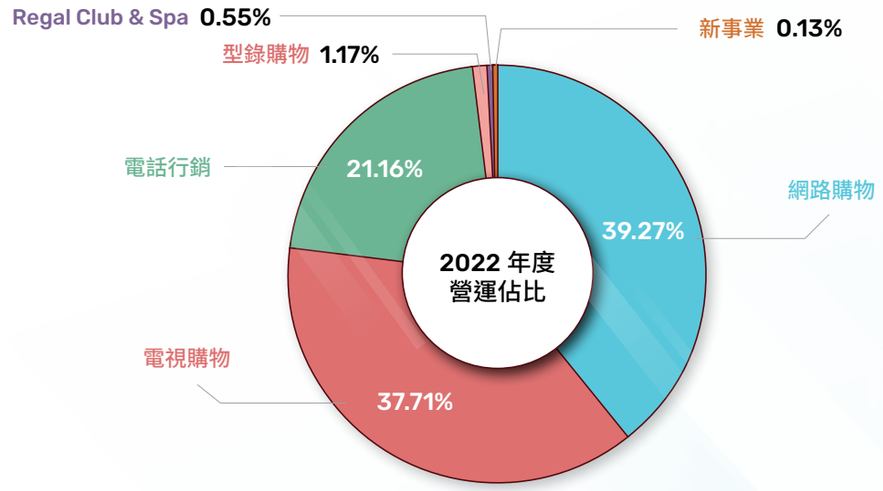
2022
東森得易購 永續報告書
Sustainability Report

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

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。

2022
東森得易購 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

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

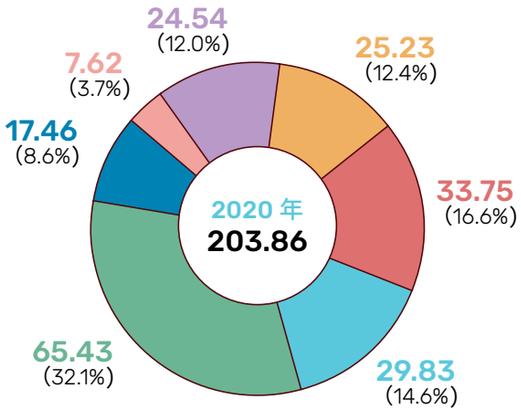
多平台營運：電視、網路、電話行銷、型錄、Regal Club & Spa、網路直播、OMO

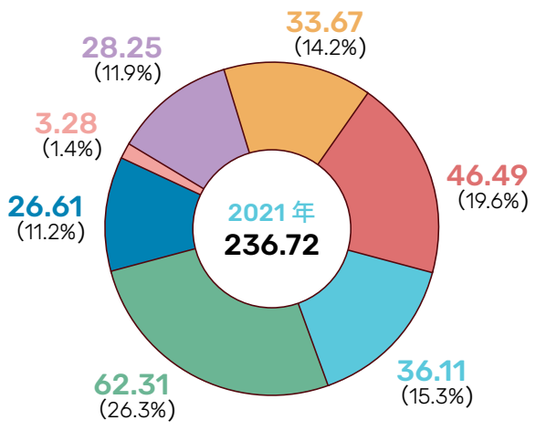
商品嚴選 → 行銷採購平台 → 線上線下銷售 → 售後服務

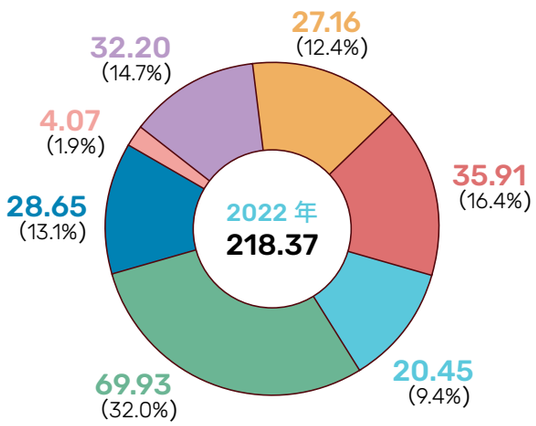
串聯金流、物流、商流、客流、信息流

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+ 蘆屋家石墨烯速還孅美身褲	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
	妍美会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

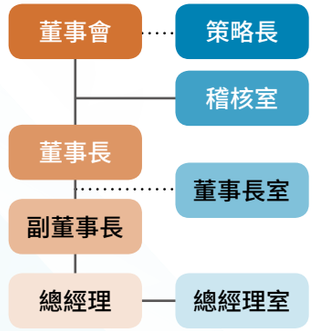
1.3.1 公司治理

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。

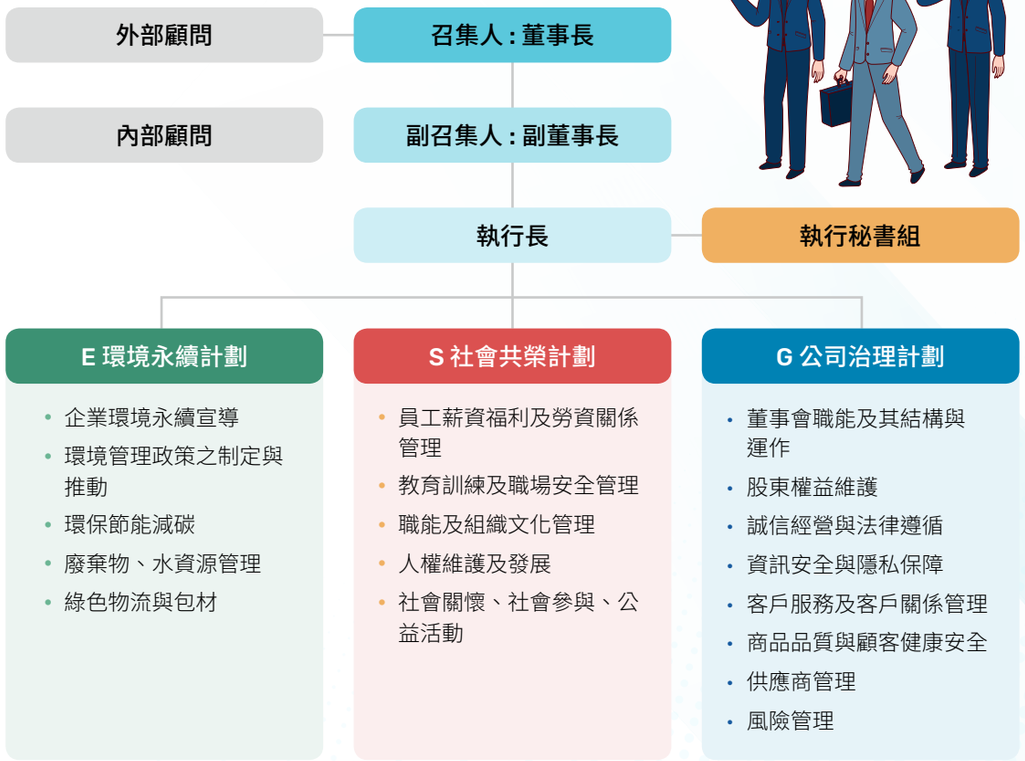
針對董事的利益迴避，東森購物董事會議事規範第十五條載明利益迴避原則，董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

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。



2022
東森得易購 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

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		

2022
東森得易購 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

稅務管理

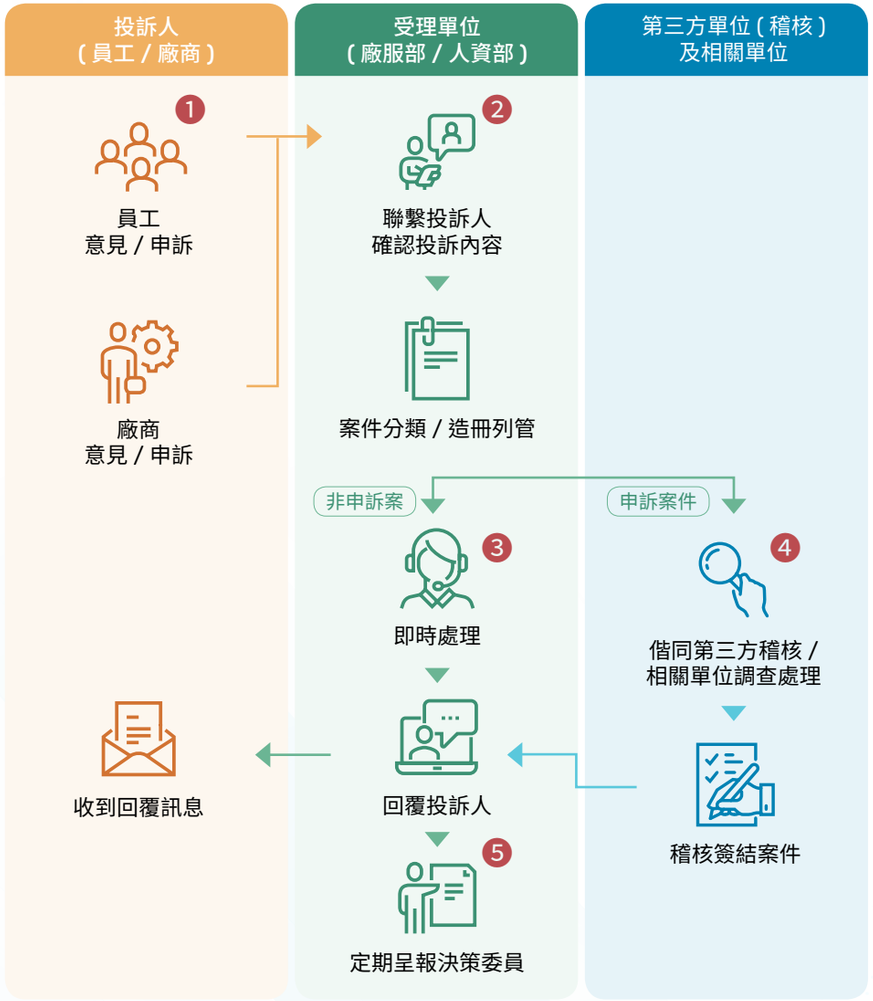
雖然東森購物並非上市公司，未制定稅務政策，但仍然透過以下四大稅務作為的落實，確保公司的實質運作誠實繳納稅捐：

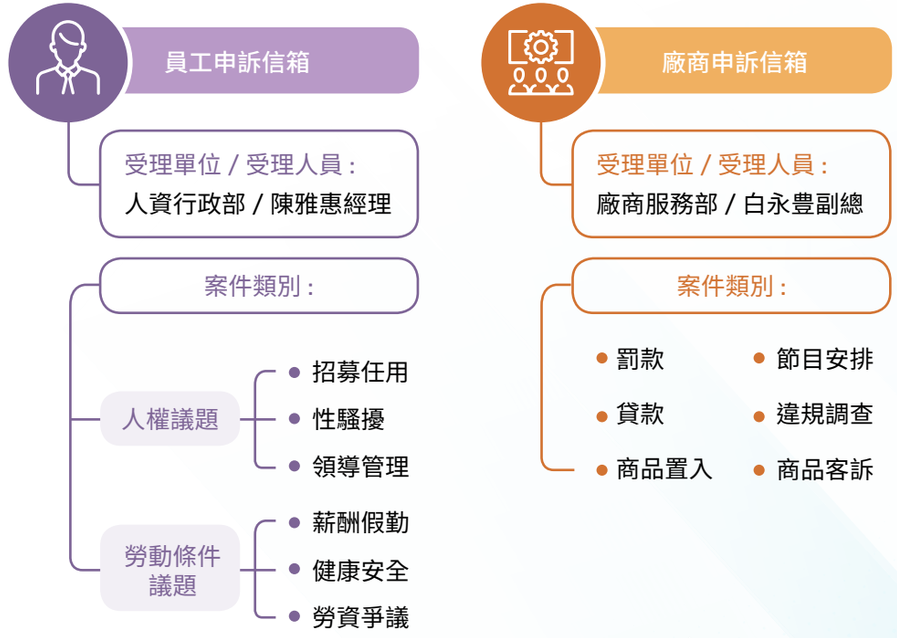
稅務管理	• 遵循稅務法規：依據各國稅務法令，妥適處理稅務及申報事務，誠實納稅，善盡納稅義務人的社會責任 • 管理稅務風險：重大營運決策皆考量租稅影響，執行前備妥完善之租稅評估，兼顧公司聲譽、風險控管及永續經營，並視業務需要，委任或諮詢外部專業顧問之意見，有效管控稅務風險 • 關係人交易遵循財政部公布的營利事業所得稅不合常規移轉訂價查核準則規範，落實常規交易原則
稅務關係	• 建立溝通管道：以誠實及開放的態度，與稅務機關保持適當之關係，適時進行重大稅務議題之溝通及釋疑 • 支持政府鼓勵企業創新及再投資的稅務相關政策 • 善用政府租稅優惠措施：如各項投資抵減措施，合理節稅，提升股東價值
稅務報導	• 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

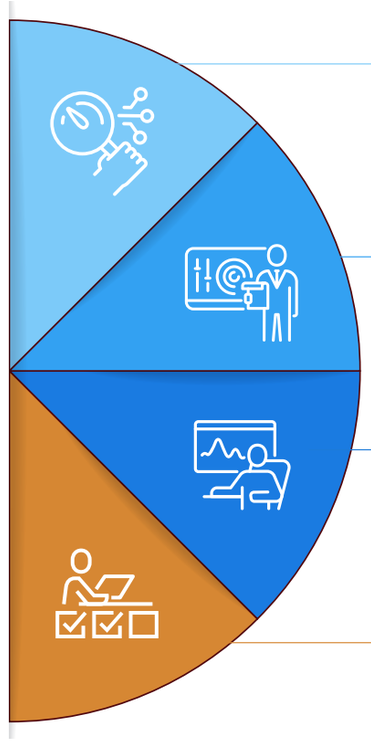
東森購物為確保組織所有利害關係人的權益，定期辨識、評估與控制日常營運風險，2017 年為配合國際會計準則適用及金融監督管理委員會「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」之修訂，於董事會中通過最新的「內部控制制度」與「內部稽核實施細則」，其中「內部控制制度」共有 9 大循環、63 項作業項目，另並訂有「背書保證作業程序」、「取得或處分資產處理程序」、「資金貸與他人作業程序」、「董事會議事規範」等四大辦法。

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：



01 各單位或業務承辦人

第一線的風險覺察、評估及控制。

02 各級主管

負責相關業務的風險管理，並根據實際業務運作，檢視作業細則、手冊，並注意主管機關公告之最新法規增修訂及業務相關函令，必要時得增修訂相關內部規範。

03 管理階層

依據公司風險類型，審視相關風險管理機制之完整性，並依風險管理辦法監控各單位之相關風險。

稽核室

評估各項業務風險之高低，作為排訂年度稽核計畫之依據。執行稽核作業，呈報稽核結果並追蹤缺失。

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

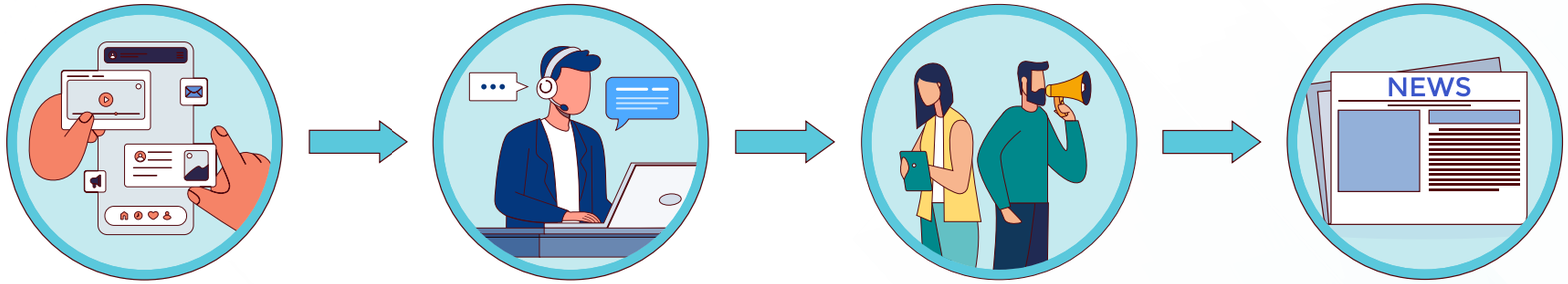
2022
東森得易購 永續報告書
Sustainability Report

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

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。

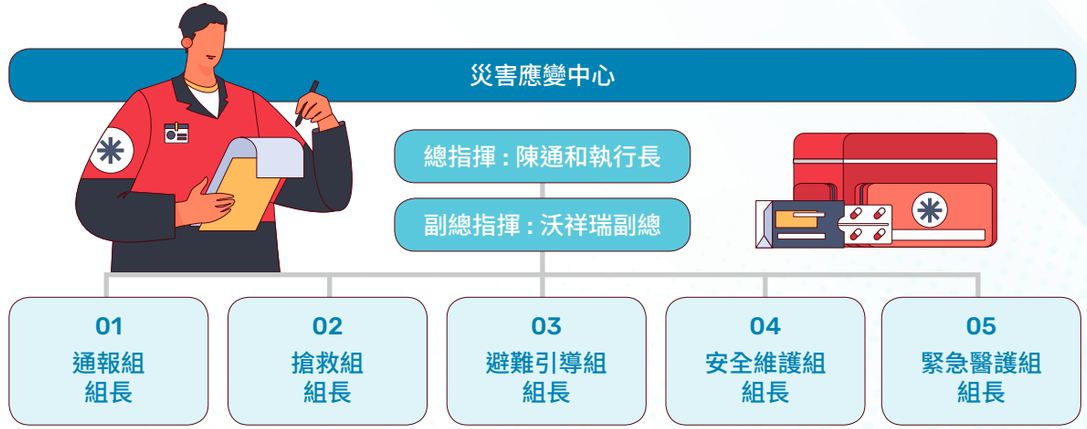
重要新聞應變組主要的任務：



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

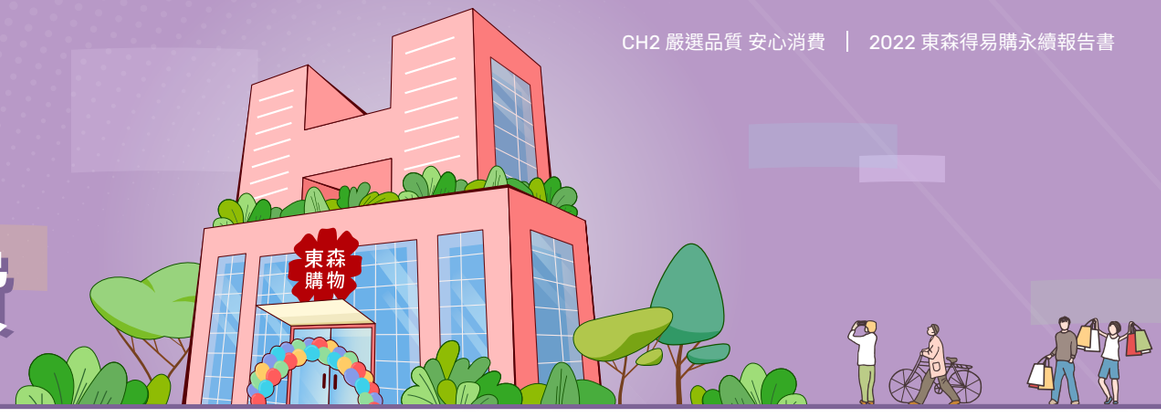
災害應變中心

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。



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

2022
東森得易購 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

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

便利在地生活
地方產經繁榮
創新商業模式
會員實體商品服務
寵物關懷投入

2022
東森得易購 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

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

1 依循準則

- 商品寄貨契約書
- 七大商品廠商資格與品質驗證機制
- 商品送檢須知
- 員工清廉守則

2 書面審查

- 廠商基本條件標準
- 認證標準查驗

3 實地審查

- 針對美容業、食品保健類供應商
- 審查公司治理、品質管理、生產出貨、包裝、品牌通路等

4 評鑑判定合格廠商

- 合格廠商合約簽署並歸檔至 B2 商品管理系統做日常管理
- 月檢抽驗程序

2022
東森得易購 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

01 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

02 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利息 (2022 年約 7,615 萬元)，不會轉由廠商支付

03 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

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

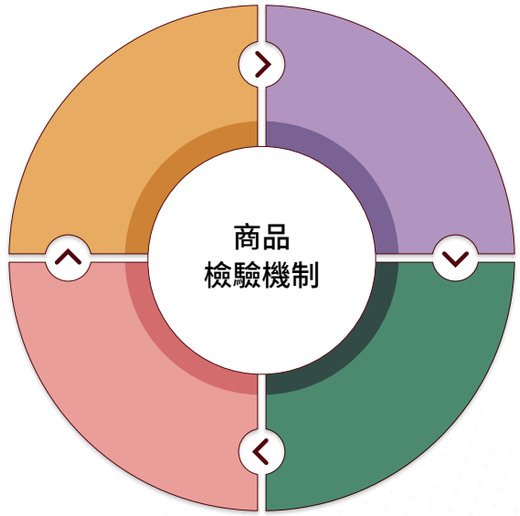
東森購物建置多重商品檢驗機制，實施例行性商品檢驗中的樣品預審機制、大貨入庫檢驗、透過非例行性檢驗機制，與祕密警察 (月檢抽查) 的方式，對通路廠商進行商品品質及合規性檢驗。我們還致力於加強品保人員的專業性，在人力派駐至各外倉之前，皆會進行完整的培訓，全方位確保商品品質。我們以最高標準進行品質管理也獲得外界肯定，多項商品榮獲國家玉山獎、比利時世界品質評鑑大賞、金鋒獎、亞太美業精品獎卓越品質獎等獎項。

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

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

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%

2022
東森得易購 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

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。

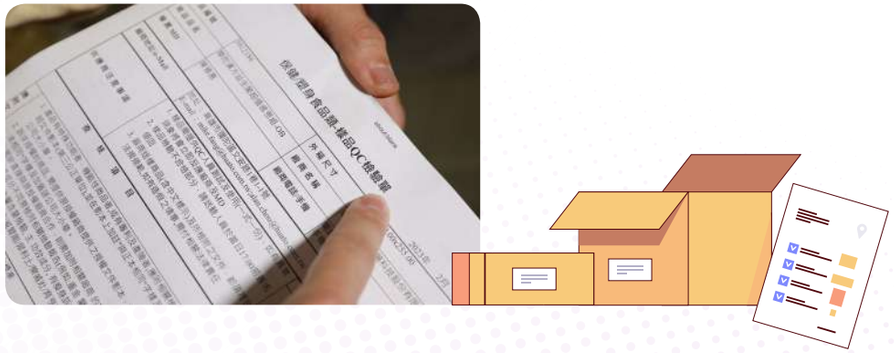
商品審議委員會

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

2022
東森得易購 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

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

8 就業與經濟成長
12 責任消費與生產

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

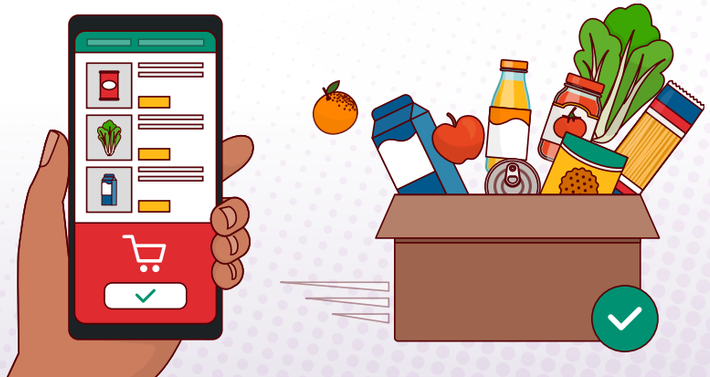
- 減少客戶操作或主觀判斷導致之短缺或故障瑕疵
- 鼓勵供應商積極以其長銷商品參獎，並加強對供應商的企業社會責任評估與要求
- 降低品質瑕疵退貨率至 1.5%
- 持續提高自營商品佔比，2028 年目標提高占比至 58%
- 客服團隊 2025 年目標成長至 1,488 人，以持續提供會員尊榮服務優勢

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，不只是要滿足客戶的期望，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

2022
東森得易購 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

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

2022
東森得易購 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

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

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%

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。

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。

2022
東森得易購 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

資訊安全與隱私保障管理方針

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%。

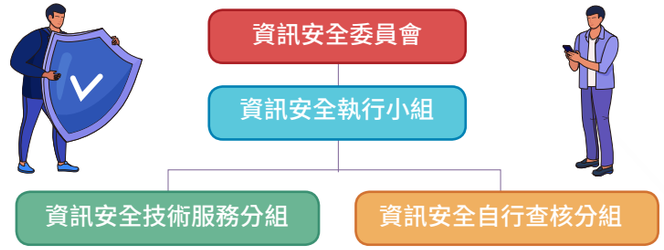
ISO 27001 資訊安全管理驗證

2022
東森得易購 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

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

2022
東森得易購 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

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 次網路弱點掃瞄，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。

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 3
綠色營運 減碳實踐

6 淨水與衛生 | 12 責任消費與生產 | 13 氣候行動

重大性議題：綠色物流與包裝

對東森購物的意義
東森購物致力於企業創新與環境永續，我們精進供應價值鏈上的綠色環境承諾，執行綠色採購、包裝耗材管理、綠色物流等行動。

政策與承諾
我們透過致力於包裝材料的減量作為，以多元的行動和倡議精進包材減廢與回收再利用技術，同時，我們也與供應商夥伴合作，推動低碳物流運輸，攜手帶動供應鏈的綠色永續。

主責單位
物流部

特定行動與績效
- 「永續循環包裝專案」前置規劃，進行循環袋設計、發包與製作
- 於台中地區擴大電動機車配送服務，落實降低運輸碳足跡的目標行動
- 致力於精進減廢回收行動，執行併件包裝機制， 2022 年共節省約 166 萬個紙箱
- 從機制面、系統面進行優化，引導客戶多使用超商取件，透過集運模式運輸，來減少運輸次數及過程中所產生的碳足跡，2022 年超商取貨件數已達 60 萬件，較 2021 年成長 3.4%

未來短期目標
- 紙箱印刷面積減量優化，印刷面積從總面積 50% 降至 30%
- 紙箱的再生料配比提高到 90%
- 持續推動「永續循環包裝專案」，2023 年預計使用循環袋出貨件數達 250 件 / 月、回收件數 70 件 / 月
- 建置楊梅物流中心太陽能發電設備

未來中長期目標
- 配合政府「溫室氣體減量及管理法」之政策管制目標，逐步增加引進電動載具 (機車) 佔比，預計電動機車佔比至 2025 年目標提升至 50%
- 遴選供應商以符合環境永續經營的企業為優先考量

重大性議題：氣候變遷與環境資源管理

對東森購物的意義
東森購物致力於企業創新與環境永續，除了依循政府政策訂定節約能源目標，更落實環境管理政策，訂定短中長期的環境績效目標。透過訂定相關具體績效目標方式，落實氣候變遷與節能減碳的推動。

政策與承諾
東森購物積極因應氣候變遷對環境與企業營運帶來的衝擊，我們辨識氣候變遷會帶來的風險與機會，並擬定對應的策略和業務計畫，除了將氣候變遷對營運帶來負面影響的可能性降到最低，也實踐永續的環境能資源管理。

主責單位
行政服務處

特定行動與績效
- 相較於去年減少了約 2,552 度的用水

未來短期目標
- 擴大內部宣導節電、節水、省紙、減廢，凝聚員工環保共識
- 東森購物總部辦公大樓更新空調冷卻水塔，預估每年可節省 150 萬元電費 (支出費用 800 萬元)
- 鼓勵會員響應植樹減碳，高貢獻會員消費搭贈及付費認購，搭配東森幣種滿 10 萬棵虛擬樹，東森將捐款種植 100 棵樹等活動
- 號召員工發動愛護海洋淨灘活動，預計於新北翡翠灣進行

未來中長期目標
- 持續執行每年節電率達百分之一的目標
- 推動內部會議、簽核行政流程無紙化措施
- 推動「植樹減碳」公益活動，預計 3 年內於全台種植 15,000 棵樹
- 與台大合作，預計 10 年植樹 1,070 株，撫育 25,000 棵樹苗

2022
東森得易購 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

3.1 推動綠色環境管理

東森購物積極落實企業的永續環境管理，不只遵循政府相關的環保與能源管理法規，更是從辦公環境、能源與資源利用、員工與供應商參與等多方面的角度著手，制定各項相關的環境管理政策與目標，與內、外部利害關係人共倡環境永續、共創東森購物的綠色永續品牌。

3.1.1 環境管理政策

管理政策	政策作為
環境法令遵循	• 遵守政府環保及能源管理法令要求，積極將環境法令落實於公司整體經營策略，以提升能源使用效率並減少耗能為使命，達成永續的品牌承諾。
環保辦公空間	• 長期進行節電、省水、紙量減量、綠色植栽行動，並且以全面替換具環保性能的設備、逐年降低能耗為目標，持續精進辦公節能行動。
營運紙箱減量	• 致力於精進減廢回收行動，執行併件包裝機制。
綠色供應商優先	• 優先選用提供環境友善產品與服務的供應商，如採用電動交通工具以降低環境碳足跡。
員工參與提倡	• 定期辦理環境相關的教育訓練活動，倡議環保知識與理念於員工，提供工作執行階段的指引。
滾動修正改善	• 定期針對環境管理政策進行檢視與討論，針對各項政策目標的可行性、未來性與執行作為進行滾動式調整。

2022
東森得易購 永續報告書
Sustainability Report

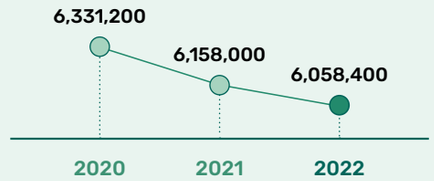
目錄
關於本報告書
董事長的話
東森購物大事紀
2022 年度永續亮點績效
利害關係人議合及重大議題分析
永續願景
CH1 誠信經營 穩健治理
CH2 嚴選品質 安心消費
CH3 綠色營運 減碳實踐
CH4 人權守護 幸福企業
CH5 傳遞關懷 共善社會
附錄

3.1.2 能源管理

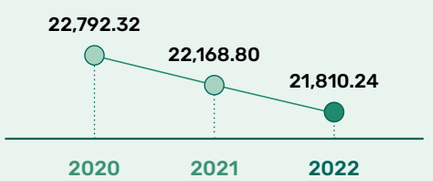
東森購物的能源耗用主要源自於辦公室用電、交通運輸和生產製程，來自於組織擁有或控制的排放源。2022 年我們的用電量較去年減少 99,600 度，預估減少 7.59 公噸的碳排放。東森購物近 3 年的內部能源使用狀況如下表格所述：

能源消耗用量統計

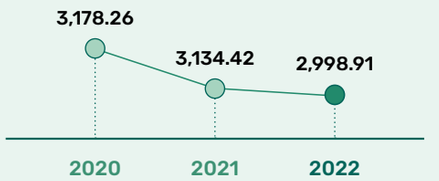
外購電力用電量(不含綠電)(度)



外購能源耗用量(GJ)



外購電力排碳量估算(範疇二)(公噸)[4]



註 1：GJ（十億焦耳）=10^{9}J（焦耳）。

註 2：總能源消耗量 (kcal)= 總用電量 x 電力熱值 (860kcal/kWh)，並換算成百萬焦耳 (1kcal=0.004184 百萬焦耳)。熱值依據為能源局公告之能源熱值。

註 3：2020 至 2022 年東森購物並無外購綠電。

註 4：範疇二的估算係參考溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版：以 2020 年度電力排放係數 (0.502)、2021 年度電力排放係數 (0.509) 及 2022 年度電力排放係數 (0.495)，估算 2020 至 2022 年之排碳量。

3.1.3 打造綠色工作環境

我們針對辦公環境的環境管理持續落實節電、省水、紙張減量、員工環保宣導與教育、增加綠色植栽等行動方案，並且持續更新辦公設備，透過設備的汰舊換新，提升辦公環境節能減碳成效。

空調冷卻水塔更新
投入 **800 萬**更新空調冷卻水塔，預計每年約可節省 **150 萬**電費

導入電力中央監控系統
即時**掌握電力需量**、調配夏季用電尖峰的電力使用

採購環保設備
設備汰換以**綠色環保標章**產品為優先

強化資源回收
各辦公室區域及賣場確實執行垃圾分類，達到**垃圾減量**之目的

採用省水設備
全面更換**水龍頭省水閥**

推動公文無紙化
主管直接使用手機進行簽核作業，減少紙張浪費，**節省 12 萬張紙**、節省人力達 20,849 小時 ，相當於**減少砍伐 15 棵樹木**

推行電子發票
平均每年可**減少消耗 800 萬張**用紙量，相當於**減少砍伐 80 棵樹木**

節約用電及用水宣導及執行
發布電子郵件宣導，並在夜間時間，由晚班保全及機電，及時加強巡邏**關閉電燈及空調**

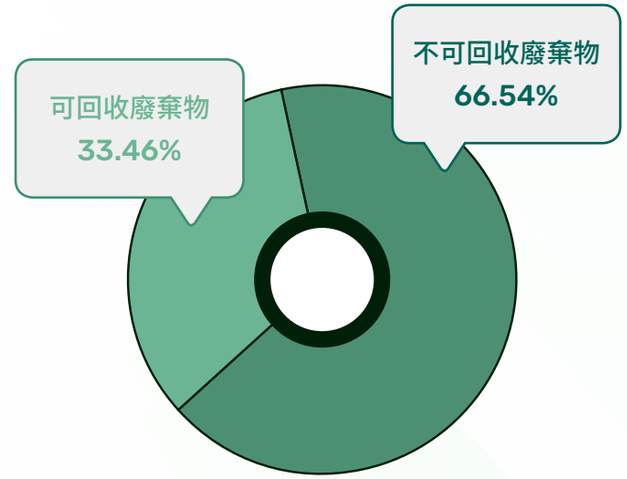
目錄
關於本報告書
董事長的話
東森購物大事紀
2022 年度永續亮點績效
利害關係人議合及重大議題分析
永續願景
CH1 誠信經營 穩健治理
CH2 嚴選品質 安心消費
CH3 綠色營運 減碳實踐
CH4 人權守護 幸福企業
CH5 傳遞關懷 共善社會
附錄

3.1.4 廢棄物及水資源管理

東森購物嚴格執行營運過程中的垃圾分類與資源回收，確保廢棄物的清理皆是委由合格的廠商進行處理，並且搭配包材減量（詳見 3.2 綠色物流與綠色包裝 ）的多元策略，致力於降低廢棄物的產生，2022 年相較去年減少 13 公噸不可回收廢棄物。此外，我們持續精進水資源管理作為，進行用水裝置的汰舊換新、定期向員工宣導愛習水資源，2022 年相較於去年減少了約 2,552 度的用水。

2022 年廢棄物回收統計

	類別	重量（公噸）
可回收廢棄物	紙箱	35
	塑膠類	18
	小計	**53**
不可回收廢棄物	廚餘	10.4
	焚化垃圾	95
	小計	**105.4**

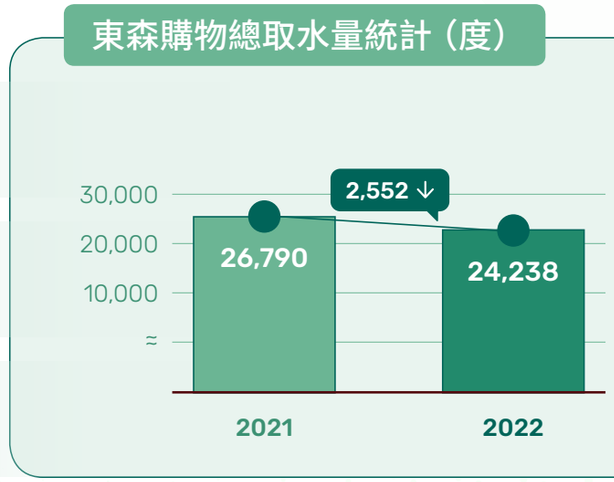


2021 年水資源使用情形

水資源取得來源
地表水

主要用水用途
空調冷卻、環境清潔、辦公區及商場用水

2022 年總取水量（百萬公升）
24.238



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

3.2 綠色物流與綠色包裝

東森購物深知在物流運輸過程中，降低運輸過程碳排放是邁向淨零的重要關鍵，持續提升同倉和併箱，以及與電動運輸載具供應商合作；此外包材減量法規即將正式上路，而東森購物也提前投入開發更加環保、更具有資源使用效率的包材研發和回收機制。

環保便利袋

導入再生料佔比達 **30% 以上**的環保便利袋，預計 2023 年達到 **6 萬件**的使用量

循環袋回收點

與中華郵政合作建立循環袋回收點，客戶可至全省綠色郵筒或 i 郵箱將環保袋直接投入後回收，2022 年回收率約 **5.85%**

提升同倉與併件率

商品入庫率提升、導入多倉備貨機制， 2022 年非 EC 通路的併件率約為 **17.8%**，較 2021 年的 13.4%，提升 **4.4%**。預計 2023 提升非 EC 通路併件率約 **5%**

太陽能發電

2023 年太陽能發電量預計達到約 **420 萬度 / 年**，為現行用電的 **4.6 倍**[註]

註： 詳細資訊請參閱報告書第 55 頁。

3.2.1 低碳運輸

為了在營運過程中落實綠色物流，東森購物從供應商合作、提升運輸效率和改善取換貨服務等方向著手，降低物流運輸過程中的碳足跡以及任何可能產生的環境汙染，落實以下綠色物流管理政策：

綠色物流管理政策

1. 遴選環保物流供應商
2. 集運出貨減低碳足跡
3. 全省超商門市取件服務
4. 落實短鏈布局，建置衛星倉
5. 建立來回件換貨服務

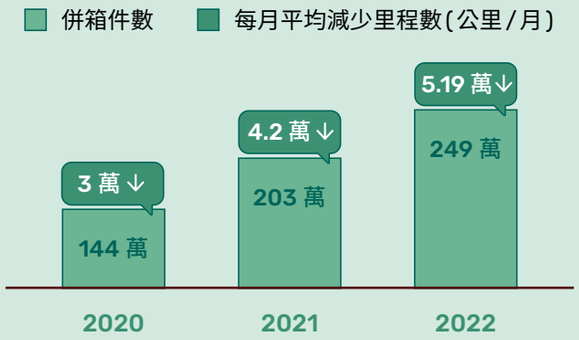
目錄
關於本報告書
董事長的話
東森購物大事紀
2022 年度永續亮點績效
利害關係人議合及重大議題分析
永續願景
CH1 誠信經營 穩健治理
CH2 嚴選品質 安心消費
CH3 綠色營運 減碳實踐
CH4 人權守護 幸福企業
CH5 傳遞關懷 共善社會
附錄

降低運輸碳足跡是東森購物在物流過程中的首要目標，我們透過集運出貨、超商統倉合作、減少逆物流等策略，以及依序完工啟用的衛星倉，不僅透過運輸效率的改善，提升了物流與取件服務的品質，更有效地朝永續物流的目標邁進。

集運合併 效率提升

導入「入統倉集運出貨」機制，簡化出貨作業流程，同步減少不同廠商分批配送的運輸里程，平均每年可減少 33 萬次的配送次數。在將產品從合作工廠運輸到商店的階段，透過合併集裝箱同時減少運輸過程中使用的瓦楞紙板，採用可折疊的容器來增加裝載空間，降低運輸的次數。

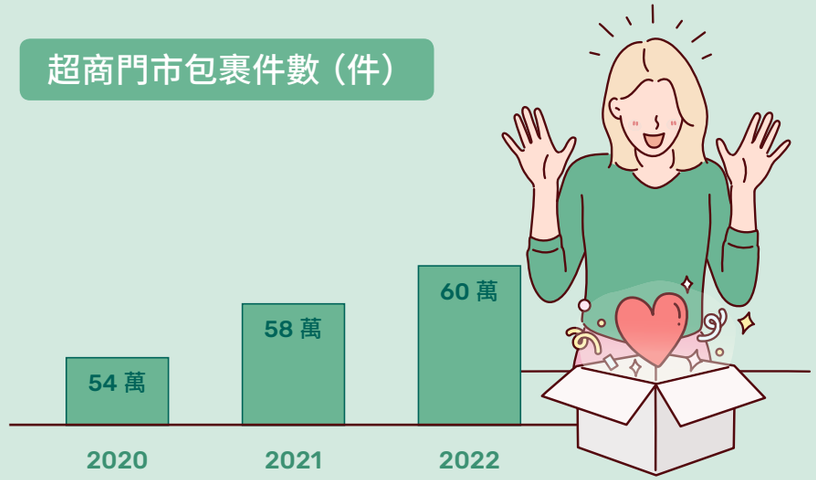
併箱件數與減少里程數



統倉合作 門市取件

我們從 2017 年開始便與超商的統倉合作，讓不同客戶的訂單可以透過集運的方式送達到單一的超商門市，有利於大幅減少宅配車輛的配送次數。至 2022 年東森購物已累計導入約 60 萬件超商包裹。

超商門市包裹件數（件）



衛星倉儲 短鏈布局

搭配 2021 年新北市新莊區和桃園市楊梅區的衛星倉儲的使用，透過數據分析事先挑選長銷和熱銷商品入倉，再透過集運方式，將商品分發到中繼倉後進行配送，除了能夠降低運輸過程的碳足跡，亦可有效地分散倉儲飽和的風險。

少逆物流 碳排降低

為了有效減少逆物流的產生，東森購物自 2020 年以來便導入了更為完善的來回件換貨服務，同步進行逆物流收取和新商品配送的作業、引導客戶採用宅配轉超商之服務，有效降低運輸次數，並降低換貨所需耗費的時效天數，2022 年每月平均減少 2,288 次的運輸次數。

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

楊梅倉——提升 EC 商品入庫率及豐富性

導入多倉機制 | 系統會依據訂單地址及存貨數來判斷出貨倉庫，以離訂單配送地最近為優先，降低運輸距離。

判斷商品入庫倉 | 可平衡各倉的庫存水位，同時分散揀貨與出貨的壅塞程度，並縮短運輸配送距離。

倉儲綠色節能設計

- 太子樓設計：增加熱氣排出速度、降低倉內溫度
- 隔熱板：TSL-750 型三溝屋頂板，可隔熱、隔音、減少滲水疑慮、防鏽、防腐
- 通風門：增設 10 門可加強倉內頂層熱氣交換效率
- 配合中華電信於楊梅園區建置太陽能板，透過再生能源裝置，預估能為台灣貢獻年發電量約 420 萬度電

外觀

隔熱及防火建材

通風鐵捲門

太子樓

中、南部衛星倉規劃

整合物流倉儲的庫存量、運輸承載及暢銷品等供給能量，縮短到貨時間及加快中南區配送速度：

- 中倉：預估有 15% 的訂單由中倉發出
- 南倉：預計有 20% 的訂單由南倉發出

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

3.2.2 串聯綠色物流供應商

東森購物深信要落實綠色環保的物流運輸，必須與供應商夥伴攜手合作，我們針對運輸過程的載具進行汰換與創新，著力於增加電動機車的配送和電動機車的研發，並淘汰易造成空氣汙染的大型柴油車輛。環境保護也被我們納入供應商評選要點之中，並與承運商共同推動電子簽名作業，以多元的形式和供應商共同落實環境永續。

導入電動機車配送

做為全台首家綠色宅配業者，我們在 2014 年起便與合作夥伴導入電動機車，截至 2022 年已導入了超過 700 輛電動機車，約佔整體機車載具的 25%。

研發新式電動機車

合作夥伴與光陽工業合作研發新式的電動機車，擬透過電動車之電力供應，來維持保冷袋之恆溫功能，以降低生鮮食品失溫情形。

舊式柴油車汰舊換新

配合政府推動的大型柴油車汙染改善計畫，鼓勵合作夥伴積極更換易產生污染的一、二期柴油車。累計至 2022 年已陸續汰換 520 輛一、二期柴油車，有效減低空氣污染的排放。

3.2.3 包裝減量

我們採取多角化的綠色包裝行動，與供應商合作開發更為環保、規格化、客製化和可循環使用的包裝材料，也期盼與消費者攜手共同落實包材減量，提供併箱的購物金獎勵和鼓勵包材回收使用，與供應商和消費者共創綠色包裝價值鏈。

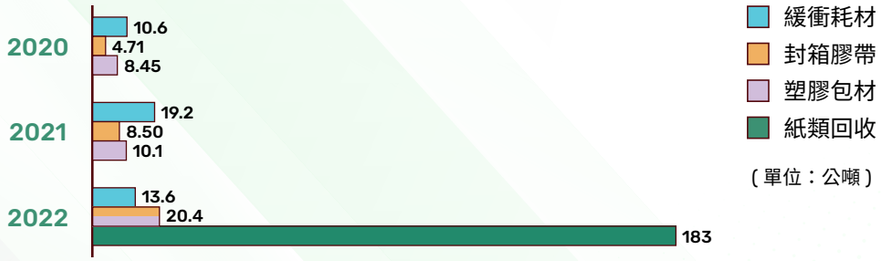
2022
東森得易購 永續報告書
Sustainability Report

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

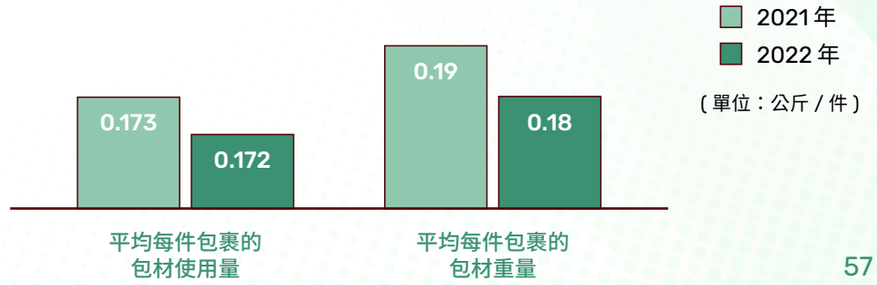
多角化的綠色包裝行動

行動方案	專案目標	專案作為
網購包裝減量	包裝減量	• 網購包裝以 90% 產品重量對應 10% 包裝重量為原則，將包材之重量低於包裹總重 10% • 封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和的 2.5 倍
	環保材質	• 使用的包裝材質採用可回收且為紙或 PE 的單一材質 • 包裝箱（袋）以 100% 回收紙或摻配 30% 以上的塑膠再生料 • 紙箱以保持紙板原色，包裝箱 (袋) 印刷面積小於 30% • 包裝箱（袋）、緩衝材、封箱膠帶不使用 PVC 材質
	循環包材	預計於 2023 年使用可回收循環的循環箱 (袋) 比例提升至 10%，並提升回收率至 20%
	紙箱規格化	• 將 120 款紙箱縮減為 25 款，用作併件包裝使用，推估年可節省 7.5 公噸紙箱 • 預計與其他電商平台合作設計規格化紙箱，減少不同大小的紙箱開版增加紙類的消耗 • 在紙箱上提醒消費者，退換貨時採原包裝箱退回，以達到重覆使用目的
	鼓勵併箱	透過購物金獎勵，鼓勵消費者選擇併箱寄送貨物，減少誤送趟數，提升物流運輸效率、降低運輸能源消耗。2022 年共節省約 166 萬個紙箱
	增加破壞袋包裝	採用再生料佔比達 30% 以上的破壞袋，除可提升裝載容積，亦符合環保訴求
產品客製化包裝	保健熱銷品	分析 30 種熱銷保健商品，調整原有縮小材積的方式，有效提高併件率且省去耗材費用
	保健飲品（玻璃瓶裝）	客製紙箱規格，使其貼合商品原有大小以強化可承受力，除了減少緩衝材的使用，更達到包裝減量的使命
	小型家電用品	導入小型家電商品特殊包裝，將紙箱改以側面開口，減少膠帶的使用量

歷年包耗材使用量統計



平均每件包裹的包材使用量與包材重量



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

產品客製化包裝效益

保健熱銷品

- 每個紙箱成本 4 元、人工包裝成本 6 元，約節省 **17,172 個紙箱** 的使用。
- 減少 17,172 份包耗材，年節省共約 **17 萬元**。

保健飲品（玻璃瓶裝）

- 每個氣泡袋成本 1.1 元、人工包裝成本 3.5 元，約節省 **50,652 個紙箱** 的使用。
- 減少 50,652 份包耗材，年節省共約 **23 萬元** 。

環保便利袋

東森購物採用再生材料佔比達 30% 的環保便利袋，預計 2023 年第 3 季達到月均使用量 6 萬個，約佔小材積商品出貨數的 40%

2022
東森得易購 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

3.3 氣候變遷風險與機會

東森購物了解氣候變遷可能會對企業營運產生衝擊，展開氣候相關的風險與機會評估，並制定相應的管理措施與業務計畫。

類別	辨識項目	對公司營運的衝擊 / 影響	因應管理措施 / 業務計劃
轉型風險	法規政策變動	政府頒布的相關法規或政策，溫室氣體相關法規或其他節能減碳政策與目標，導致營運成本增加	已採用 LED 燈具等節電措施，將逐步全面汰換具有環保節能標章的設備，同步落實物流運輸過程的碳足跡降低計畫
實體風險	極端性氣候災害增加	難以預測的極端性氣候災害（例如暴雨、淹水），可能造成物流運輸無法如期抵達，導致交期延遲，客戶滿意度下降，間接影響營收	完善物流業務執行團隊，強化供應鏈間的整合與彈性，提升物流供應鏈及時因應極端氣候性災害的韌性
氣候變遷相關機會	網購包裝政策獎勵	響應政府推廣的網購包裝減量政策，具有潛在節約包材消耗費用的效益	持續串聯包材業者、物流業者、政府單位與其他電商平台，階段性地落實包材減量、導入環保材質與循環包材
	消費者習慣改變	受全球氣候變遷影響，消費者逐漸培養起購買環境友善的產品的永續意識，這樣的消費者行為改變是我們創造新商機的機會	檢視所有產品與服務組合，結合大數據分析，有效地揀選和推廣具有環保效益的產品，並且選擇對環境影響低的產品
	物流運輸效率提升	高效節能的物流運輸，除了有助於降低運輸過程中的碳足跡，亦能夠提升整體服務品質與效率，並降低物流運輸上的營運成本	建立綠色物流管理政策，整合且完善物流的管理作為，並將環境保護列入供應商評選要點

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

保養品空瓶回收計畫

東森自然美直營門市 2022 年 4 月響應「世界地球日」，正式推出「EARTH DAY・THANK YOU EVENT 保養品空瓶回收計畫」，消費者將不限品牌的任一空瓶攜至指定地點回收，即可享有多重好禮的優惠，讓消費者透過行動落實環保愛地球的作為，也培育消費者環境永續的意識。

環保綠點

東森購物響應行政院環保署政策，攜手會員一起推動環境永續，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點數，獲得消費者回饋。

環保集點專區累計推動成果如下

項目	2020 年	2021 年	2022 年
集點會員人數	9,665	3,549	2,472
營收	**12,641,232**	**4,524,390**	**2,485,471**

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 4
人權守護 幸福企業

3 健康與福祉 | 5 性別平等 | 8 就業與經濟成長

重大性議題：人才管理與員工多元權益

對東森購物的意義

東森購物將人才視為最重要的資產，我們積極招募優秀的人才，並且對應公司未來的營運發展目標，使公司在高度競爭市場中更具優勢。此外，我們堅信和諧的勞資關係是促進公司整體營運向上成長重要原因。

政策與承諾

我們承諾遵循「聯合國世界人權宣言」、「國際人權兩公約」等國際人權原則，確保員工就業自由，不使用壓迫、強制性條件僱用員工。我們亦致力於打造和諧的勞資關係，透過提供優渥的薪酬福利、多元的溝通管道，使員工更具有向心力。

特定行動與績效

- 共開設 176 堂實體訓練課程、828 堂數位課程，受訓人次 18,038 人
- 員工福利受惠人次達 9,368 人次、共支出新台幣 567,952,311 元

主責單位

人力資源部

未來短期目標

- 2023 年預計對外招聘約 500 個職缺，創造 1,000 個就業機會，重點招募在經營管理人才、資訊研發、商品開發及電話行銷客服人員
- 東森集團全球營運總部預計 2025 年進駐，將創造超過 1.3 萬個就業機會，員工人數預計成長至 3,332 人 (較 2022 年預計成長 60%)
- 2023 年維持與 11 家大專院校之實習合作機會，因疫情關係暫不擴大產學合作，待各校園回歸正常上課機制後，再行推廣

未來中長期目標

- 修訂人力資源政策，優於法令及同業競爭者，加強對人才的吸引力。人才需求著重在美容美體產業、電子商務、電話行銷等領域，有效整合線上線下經營體系
- 人才儲備上，持續完善 360 度職能評鑑，每半年進行人員評鑑作業，總人數能至 500 人，達員工總數的 10%，並搭配個人發展計畫以搭建接班梯隊

2022
東森得易購 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

4.1 多元招募

4.1.1 人才招募與聘用

東森購物相信人才的「選、用、育、晉、留」是推動公司持續成長的關鍵，我們遵循「聯合國世界人權宣言」、「國際人權兩公約」等國際人權原則，確保員工就業自由，不使用壓迫、強制性條件僱用員工，並依據「勞動基準法」、「性別工作平等法」、「職業安全衛生法」等法規，發展健全的人力資本管理制度，營造「打破成規、快速行動」的企業文化，吸引優秀的人才加入。

2022 年東森購物新進員工組成

項目	男		女	
年齡層	新進人數	新進率	新進人數	新進率
30 歲以下	95	4.58%	190	9.16%
31-40 歲	106	5.11%	202	9.74%
40-50 歲	54	2.60%	129	6.22%
50 歲以上	6	0.29%	30	1.45%
總計	261	12.58%	551	26.57%

註：上表比例的計算方式為該類別人數除以總員工人數 2,074 人。

2022 年東森購物離職員工組成

項目	男		女	
年齡層	離職人數	離職率	離職人數	離職率
30 歲以下	84	4.05%	196	9.45%
31-40 歲	111	5.35%	194	9.35%
40-50 歲	54	2.60%	145	6.99%
50 歲以上	7	0.34%	27	1.30%
總計	256	12.34%	562	27.10%

註：上表比例的計算方式為該類別人數除以總員工人數 2,074 人。

2022
東森得易購 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

4.1.2 人才結構概況

2022 年東森購物擁有 2,074 位員工，包括正式員工 2,061 人、非正式員工 13 人，我們秉持「平等聘僱」的原則，提供公平的競爭及發展機會，對於員工的招募與留任、薪資福利、培訓與發展，不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙或其他因素，而有差別待遇；為促進弱勢就業及多元聘雇，2022 年共雇用原住民 24 人，身心障礙員工共 23 人，並聘有 11 位非台籍員工，多元聘僱之員工占總員工數約 2.7%。2022 年聘用員工未發生違反人權或歧視事件。

2022 年東森購物員工雇用情形

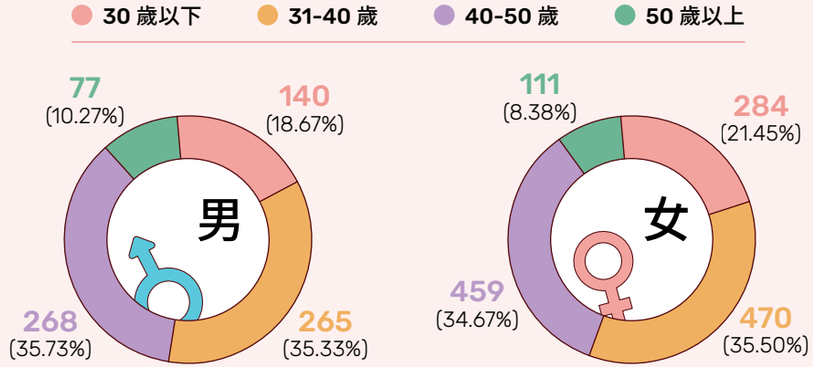
組別	男		女		總人數
	人數	比例	人數	比例	
正式人員	748	99.73%	1,313	99.17%	2,061
非正式人員（兼職約聘）	2	0.27%	11	0.83%	13

註 1：計算基準：2022 年 12 月 31 日在職的全職人數（含正式、非正式人員）。

註 2：目前並無「永久聘雇人員」、「臨時員工」、「無時數保證員工」；比例皆以四捨五日至小數點第 2 位。

註 3：實習人員若為 7-8 月大專院校暑期配合實習生，不列入總計人數。

2022 年東森購物員工年齡及性別分布



註 1：計算基準：2022 年 12 月 31 日在職的全職人數（含正式、非正式人員）。

註 2：實習人員若為 7-8 月大專院校暑期配合實習生，不列入總計人數。

2022 年東森購物員工多元聘用情形（人數及比例）

性別 / 年齡	男			女			總計	佔總員工人數比例
	30 歲以下	30-50 歲	51 歲以上	30 歲以下	30-50 歲	51 歲以上		
原住民	2	10	1	1	8	2	24	1.16%
領有身障手冊人數	2	7	4	0	6	4	23	1.11%
非台籍員工	0	1	0	0	10	0	11	0.53%

註：計算基準：2022 年 12 月 31 日在職的全職人數（含正式、非正式人員）。

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

4.1.3 人權維護

東森購物針對人權之相關規範主要依循東森集團之人權政策及其精神，認同並遵循「聯合國世界人權宣言」、「聯合國企業與人權指導原則」、「聯合國全球盟約」、「聯合國國際勞動組織」等各項國際人權公約，杜絕任何侵犯及違反人權的行為。為善盡本公司之企業社會責任與保障全體員工基本人權 (包含正職員工、工讀生) ，我們以人權政策作為人權保障的最高指導原則，並依其內容及配合法令規範訂定相關人力資源規章制度，使公司內、外部成員 (包括供應商 / 承攬商) 均能獲得合理、平等與有尊嚴的對待。

性別友善照顧

制定「工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，以維護員工工作權益，保障性別工作權之平等。

多元包容性與平等雇用原則

提供公開、公平、公正的機會予所有求職者，不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌五官、身心障礙，而有差別待遇，共同致力營造一個有尊嚴、平等、免於歧視與騷擾的工作環境。

尊重職場人權

本公司遵循政府勞動法規，不雇用童工，定期關心及管理員工出勤狀況，不強迫勞動，若延長工作時間，公司給予加班費或補休，並提供員工暢通的溝通管道，建構勞資關係和諧的職場環境。制定「執行勤務遭受不法侵害預防計畫」以預防工作場所發生肢體、言語、心理等職場暴力，確保本公司工作者身心健康。

健康安全職場

本公司除依法令規範提供安全與健康之工作環境外，並成立職業安全衛生專責單位與委員會組織，聘有臨場健康服務特約醫生、護理人員，且定期辦理安全衛生、消防等相關教育訓練，採取必要之預防措施以防止職業災害發生，進而降低工作環境之危險因素，以建構安全健康的工作場所及零職災為目標，並定期檢視員工健康安全風險。

和諧勞資關係

為保障員工權益、創造勞資雙贏制度、建立雙向溝通管道，依據「勞基法」與「勞資會議實施辦法」，定期舉辦勞資會議，確保勞資協商機制暢通。

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

人權風險辨識及減緩措施

項次	對象	人權議題	目標管理	風險來源	減緩措施	補救措施
1	求職者與新進員工	多元包容性、平等雇用原則	無雇用歧視案件	招募、拒絕聘用、平等報酬	• 「人權政策」明訂落實職場多元性，不因性別、性傾向、種族、膚色、階級、年齡、婚姻、 語言、思想、宗教、政黨、籍貫、容貌或身心障礙等為由，而為差別待遇或任何形式歧視。	• 落實職場多元性，遵守就業服務法相關規範。 • 不分性別、年齡、種族，同工同酬。
2	全體員工	尊重職場人權	禁用童工、無職場暴力案件	非法雇用、職場暴力	• 落實禁用童工。 • 不強迫勞動。 • 訂定「職場執行勤務遭受不法侵害預防計畫」，及明確之申訴管道，並由公司負責人簽署預防職場暴力之聲明書，宣示對職場暴力行為零容忍。	• 於招募期間要求應徵者載明出生日期，並確保資料之正確性。 • 公告禁止工作場所職場暴力聲明。
3	全體員工	性別友善照顧	無性騷擾案件	性騷擾、歧視	• 訂定「工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，以杜絕職場性騷擾。 • 確實遵循性別平等相關法令規定，禁止歧視與性騷擾，提供平等之職場環境。 • 性騷擾防治宣導教育訓練，提升員工性別平權之觀念。	• 成立性騷擾申訴處理委員會，公正處理相關案件。
4	妊娠中及分娩後未滿 1 年之女性員工	母性保護	保障母性安全與健康	健康狀況、工作負荷	• 確實遵循勞動法令、性別工作平等、女性勞工母性健康保護等法令規定。 • 提供彈性哺（集）乳措施，並設置哺（集）乳室。 • 推動職場母性健康保護計畫，保障母性安全與健康。 • 妊娠前後之女性同仁定期安排與職醫護進行產前產後衛教面談與健康風險評估。	• 妊娠前後之女性同仁定期安排與職醫護進行產前產後衛教面談與健康風險評估。
5	全體員工	健康安全職場	建構安全之工作環境、落實防疫工作	工作傷害、職業安全衛生	• 成立職業安全衛生專責單位與委員會組織，實遵循職業安全衛生相關法令規定。 • 定期實施在職員工勞工安全衛生教育訓練。 • 專任聘請護理師、約聘臨場健康服務特約醫生，以防止職業災害發生。定期辦理員工健康檢查。 • 定期進行工作場所飲水機、照明、消防設備等品質檢測。 • 嚴格要求所有員工、外賓及承攬商遵守之防疫措施、實聯制並加強廠區及辦公區域環境消毒作業。	• 啟動職災通報與處理程序。 • 主動提供關懷與相關保險資訊，協助員工了解如何申請相關補償。 • 視員工身心狀況，調整工作安排。
6	全體員工	和諧勞資關係	無勞資爭議事件	勞資糾紛	• 依據「勞基法」與「勞資會議實施辦法」，每季舉辦勞資會議。 • 員工申訴管道：郵件、電話、員工意見信箱、親自洽談，以確保員工暢通的溝通管道。	• 提供多元溝通管道，以確保員工權益。

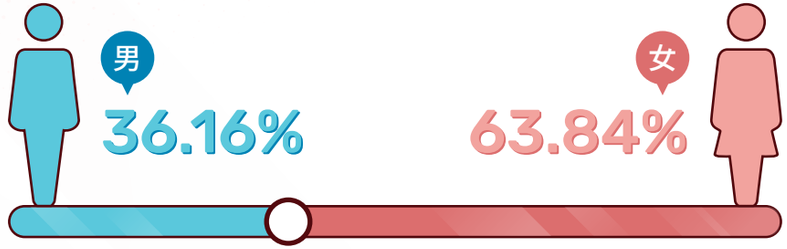
註：2022 年無相關歧視案件發生。

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

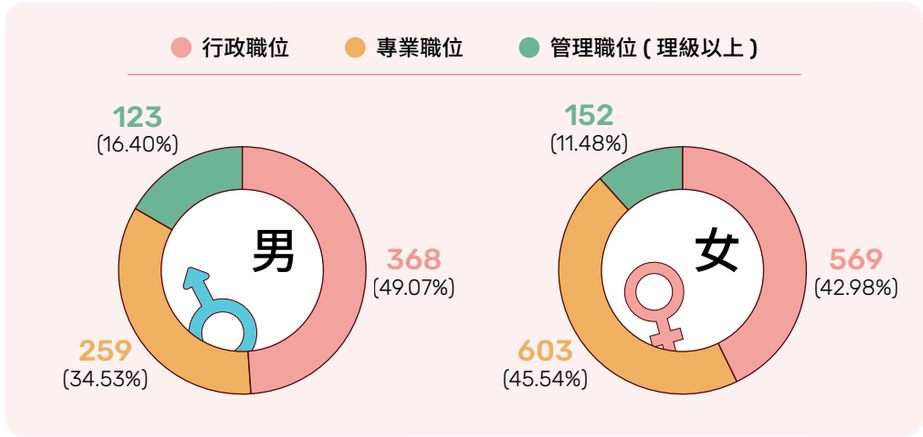
4.1.4 性別平等友善

為提供員工尊嚴的工作環境，我們強調對性別平等與個體差異之重視，定期對所有員工宣導性別平等及性騷擾防治概念，並且制定「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，設置完整的反應管道，以確保所有性別之平等工作權及消除性別歧視。2022 年東森購物女性員工佔總員工的 63.84%，管理職位中亦有 55.27% 為女性。公司發放員工之薪酬不因性別而有所不同。

2022 年東森購物男女比例



2022 年東森購物員工性別職位分布

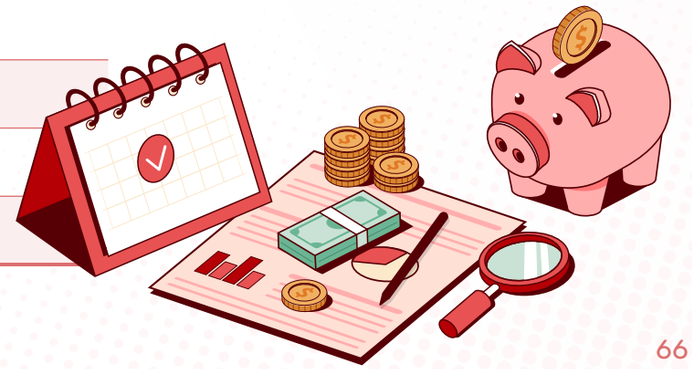


註：計算基準：2022 年 12 月 31 日在職的全職人數 (含正式、非正式人員)。

東森購物男女薪酬比例

員工群組	男	女
基層員工	1.12	1
初階主管	1.10	1
中階主管	1.15	1
高階主管	1.11	1

註：襄理、副理級為初階主管；經理、協理級為中階主管；副總級 (含) 以上為高階主管。



2022
東森得易購 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

4.2 策略人才發展

4.2.1 訓練發展模組

為培養具多元專業的電商人才，我們對接綜整集團未來發展策略與資源，制定完整的訓練制度，除了以四大模組，妥善規劃員工的發展藍圖外，更藉由建置內部線上 E-Learning 課程、提供天下創新學院課程等多元的學習管道，讓同仁可依需求安排自主學習計畫。

2021-2022 年雖因疫情因素減少實體訓練與外訓次數，數位平台學習使用成效卻大幅增加。2022 年數位學習平台共開設如遠距教學及通識等教育訓練，開課次數達 828 次，並於當年度累計總訓練時數達 17,174 小時、累計受訓人次達 14,637 人。

東森購物四大訓練模組

管理訓練

- 東森集團經營戰略研習營
- 激勵領導培訓
- 管理共識營
- 巔峰領導營

技能訓練

- 身心危機處理
- 創意視覺培訓
- 社群經營
- 行銷及銷售技巧

新人訓練

- 電銷 / 客服新人訓練課程
- Office365 應用技巧
- 商品新知

通識訓練

- 集團新人訓練
- 法規宣導教育
  如：勞動事件法、勞資關係處理
- 職業安全衛生教育
- 防火管理人培訓
- 消防安全訓練激勵營

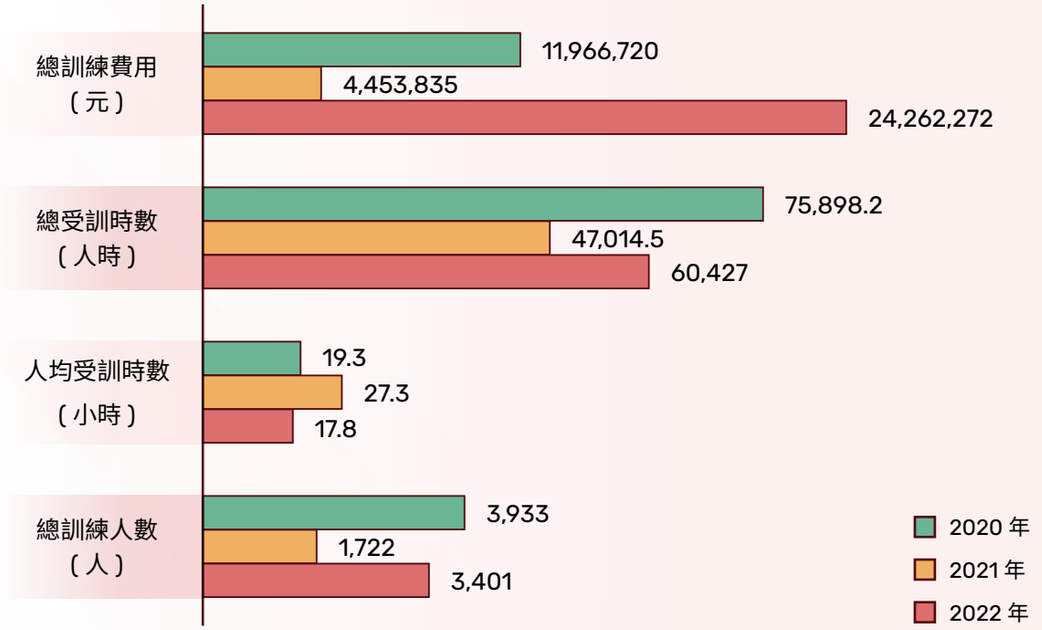
2022
東森得易購 永續報告書
Sustainability Report

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

2022 年東森購物教育訓練受訓情形

課程類別	開班次數 (堂)	受訓人次 (人次)	總受訓時數 (小時)
管理訓練	11	1,104	17,344
技能訓練	60	1,227	10,201
新人訓練	100	874	32,384
通識訓練	5	196	499
總計	176	3,401	60,427

近 3 年東森購物教育訓受訓練情形



新人訓練情形

網紅行銷策略課程

2022
東森得易購 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

4.2.2 人才培育計畫

為建構全方位的人才職涯發展，我們藉由召集擁有跨組織、跨職能的同仁，積極發展接班人計劃，以東森集團「18 大中心」為核心基礎，確保專業知識得以在各世代間傳承，並定期邀請外部講師授課，鼓勵員工開創「斜槓人生」，帶動企業達成營運目標及永續發展。

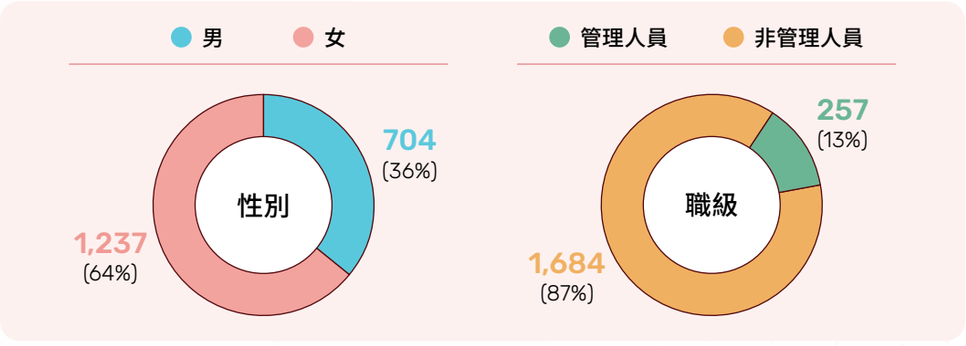
人才培育計畫	計畫說明	2022 年人才培育成果
東森集團 18 大中心	集團總管理處召集跨公司的研發、業務、宣傳、法務、管理等職能專長共 400 多位人才，形成跨公司支援的架構，提供人才更大的發展舞台與多元的歷練機會	2022 年發放 18 大獎勵金共新台幣 1,332 萬元
跨集團研習營	每年舉辦 3 場次戰略研習營，針對參與之績優新進同仁給予獎金獎勵	2022 年舉行 2 場研習營競賽，共發放新台幣 52.5 萬元之獎金
輔導人獎勵金	導入輔導員機制，並於新人試用期過後獎勵 3,000、5,000 元，透過此計畫增加新進員工定著率	執行輔導師制度成功降低新人流失率 24%；2021 年任職未滿一年即離職之人數為 692 人，2022 年降至 521 人

4.2.3 多元發展機會

績效考核

為落實績效管理，我們定期依「績效考核實施辦法」進行績效考核，以確保公司上下之目標與公司的發展目標一致，並將評核結果作為員工輪調、晉升、培訓發展、員工薪酬調整之參考，未達理想績效之員工將協助其改善與精進。2022 年接受績效考核的正式員工比例為 100%。此外，我們亦自行進行「360 度評量」，針對經理至總經理層級等中高階主管進行評核，讓管理階層瞭解人才適合的位置，以及檢視缺乏人才的種類、接班梯隊的備齊度。

2022 年東森購物依性別及職級進行績效評估的職員比例



註：計算範疇為 2022 年東森購物之正式員工。

東森購物獎金制度

東森購物提供多元的留才與激勵措施，幫助員工在提升員工專業職能之餘，更以各項獎勵員工優異的工作貢獻，進而留住優秀的人才，此外，特優及優等員工之工作獎金亦依季考核發放，2022 年度東森購物年終獎金總計發放約新台幣 3.5 億元。

集團 18 大中心獎勵

各部門依據跨公司參與之專案程度，由各職能中心主管，每季簽報獎勵，個人獎勵最高可達 1 個月薪資。

研發中心

每季獎勵，依據個人專案表現與跨公司支援項目，結合主管評價與個人績效表現進行獎勵，特優者獲頒 1 個月薪資，優等半個月薪資，特殊表現者可更高，不在此限。

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

4.3 職場幸福感

4.3.1 優渥福利待遇

東森購物提供最具競爭力的薪酬，以吸引優秀的人才，非主管之全時員工薪資中位數為法定薪資之 2.2 倍，並定期依據公司年度營運績效、工作職責與績效表現調整薪資，平均調薪幅度為 1.3%。

東森購物非擔任主管職務之全時員工薪資資訊

（單位：仟元）

項目	2022 年
非主管之全時員工薪資總額 (A)	1,471,362
非主管全時員工人數 (B)	1,799
非主管之全時員工「薪資平均數」(A/B)	817.878
非主管之全時員工「薪資中位數」	697.890

東森購物非擔任主管職務之全時員工薪資資訊

薪酬最高個人之年度總薪酬與其他員工（不包括該薪酬最高個人）年度總薪酬之中位數的比率（公式 a）	12.42%
薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比與其他員工（不包括該薪酬最高個人）平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比率（公式 b）	84.20%

註 1：（公式 a）年度總薪酬比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬 / 所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數。

註 2：（公式 b）年度總薪資報酬變化比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比 / 所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數增加百分比。

多元的福利制度

東森購物提供員工福利制度類型包括健康檢查、員工旅遊、節慶禮金、員工保險、活動獎勵、急難救助等，2022 年員工福利使用人次達 9,368 人，支出費用合計新台幣 567,952,311 元。

東森購物的員工享有以成本優惠價購買公司商品的福利，可以非常實惠的價格購買毛寶、耐斯、台鹽、正隆等知名大廠製造生產的洗衣精、洗髮精、沐浴乳、牙膏、衛生紙等生活日用品。此外，透過東森購物 2020 年底收購的熊媽媽買菜網，提供員工多元且價格實惠之生鮮食材與民生用品，讓員工即時購物並將商品送至公司，以減少同仁外出之疫情接觸風險。

自營員工福利商品

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

舒適的工作空間

為了幫助員工釋放工作壓力、激發創造力、提升工作效率，我們精心打造了如同新創公司的辦公空間。總部辦公區塊設有員工休息室、按摩室、K 歌間、淋浴間，廁所更全面裝設免治馬桶；而在辦公大樓外廣場，我們則設置了投幣式 7-11 便利店，引入 Knock Knock 咖啡廳，讓員工可以隨時享用香濃咖啡與小點心。

舒適休憩空間

員工專用按摩室

K 歌間

會談交流區

此外，我們亦獨步業界提供東森獨家的「4 美服務」，包含：自然美 SPA「美容」、「美睫」、「美甲」，以及名留「美髮」等服務，員工可在上班時間使用這些服務、不需請假，便捷貼心的服務有效提升員工的幸福感及生產力。

東森集團寵物日

員工美甲服務

2022
東森得易購 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

鼓勵生育

為鼓勵員工生育，東森購物不論性別，同時提供男性及女性員工生育補助津貼、產假及陪產假，育嬰留停的員工隨時可重返職場發展。此外，亦設有由專人定期管理、清潔與維護的哺 / 集乳室。2022 年共有 19 名女性申請育嬰留停，共 24 位同仁請領生育補助，並發放生育補助津貼。

2022 年東森購物員工申請育嬰假情形

項目	男性	女性	合計	說明
A. 2022 年符合申請育嬰留停人數	16	46	62	A. **2022 年符合申請育嬰留停人數：** 於 2022/01/01~2022/12/31 間申請過陪產假及產假之人數。 B. **2022 年實際申請育嬰留停人數：** 於 2022/01/01~2022/12/31 間申請育嬰留停之人數。 C. **2022 年預計育嬰留停復職人數：** 育嬰留停到期日為 2022/01/01~2022/12/31 期間之人數。 D. **2022 年實際育嬰留停復職人數：** 育嬰留停到期日為 2022/01/01~2022/12/31 期間且後來復職之人數。
B. 2022 年實際申請育嬰留停人數	5	19	24	
申請率 (%)=B/A	**31%**	**41%**	**39%**	
C. 2022 年預計育嬰留停復職人數	4	19	23	
D. 2022 年實際育嬰留停復職人數	4	12	16	
復職率 (%)=D/C	**100%**	**63%**	**70%**	
E. 2022 年實際育嬰留停復職人數	0	17	17	
F. 2022 年育嬰復職持續工作 1 年	0	5	5	
留任率 (%)=F/E	**0%**	**29%**	**29%**	

退休制度

我們依據勞工退休準備金提撥及管理辦法等相關法令，設置勞工退休準備金監督委員會，按月提撥勞工退休準備金。並於 2017 年起實施員工優惠退休方案。

- **自請退休申請資格**

員工合於下列情事之一者，得自請退休：

1. 服務本公司二十五年以上者
2. 服務本公司十五年以上，年滿五十五歲者
3. 服務本公司五年以上，年滿六十歲者

- **放寬退休申請資格**

員工如符合下列條件之一者，可申請自願退休，但需經公司同意：

1. 服務已滿二十年以上者
2. 服務滿十年以上，年滿五十歲者
3. 服務滿十五年以上，(年資 + 年齡) 達 60 者

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

4.3.2 健康安全職場

為建立優質的工作環境與氛圍，我們除了恪遵各項勞動法令規定，成立由勞、資方代表組成之「職業安全衛生委員會」定期召開會議外，亦依法為員工安排職業安全衛生教育訓練，力求減少意外事故的發生率，將職場健康與安全的正確觀念落實於同仁心中。

儘管根據現行職安法規，東森購物屬於「第三類事業」，亦未從事製造、處置或使用危害性物質，故未設置「職安衛管理系統」，我們仍以謹慎態度面對「職業安全衛生管理」議題，並籍由教育訓練、場地巡檢等方式，致力防範職安事故之發生。未來隨公司營運範圍之改變進化，將適時調整職安運作能量，建置相關的「風險管控系統」，以達到更加全面的安全工作環境。

職安宣導與教育訓練

東森購物於公司場域中具潛在安全威脅之區域 (如變電室) 均有張貼「危險標示」；各密閉聚集場所亦有「防疫告示」。為確保全面安全的工作環境，我們安排固定人力在全區巡檢，以能夠及時發現各區域之潛在危害因子，若有發現便能儘速處理，並且透過公告宣導提醒員工避免可能發生之風險。我們亦依法為員工安排職業安全衛生教育訓練，力求減少意外事故的發生率，將職場健康與安全的正確觀念落實於同仁心中，2022 年共辦理 90 場次職業安全衛生教育訓練課程，參訓人次達 812 人。

2022 年東森購物職場安全教育訓練成果

類別	課程名稱	參與人次統計
防火防災演習	員工消防安全教育訓練	53
	自衛消防編組訓練 (上半年度及下半年度各 1 次)	53
	員工消防逃生演練	2,074
職安訓練	新進人員職安教育	812

職場安全教育訓練

消防逃生演練

職場安全教育訓練

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

職業安全衛生委員會

東森購物採用優於職安法規的標準成立「職業安全衛生委員會」，由董事長擔任主任委員，並有各部門之勞、資方代表共計 13 位，每 3 個月固定召開委員會 1 次，就公司各類職安相關作為與職安防護計畫，進行研討、審查，亦以簡易圖表讓員工瞭解自己身、心狀況，防範職場疾病於未然，相關會議紀錄均簽報董事長核示並據以實施各項職安作業。該委員會以建置「安全、安心工作環境」為期許，以人力巡檢、宣導教育等方式致力達到「職安零事故」、「員工都健康」之目標。2022 年度公司並未發生重大職災事件，且未發生職業病相關案件。

2022 年東森購物職業傷害統計結果

項目		男性	女性	總計
職業傷害	A 受傷人數	11	0	11
	B 死亡人數	0	0	0
C 總工作員工數		1,324	750	2,074
D 工傷總數 (=A+B)		11	0	11
E 總工作時數 (=C*8*249)		2,637,408	1,494,000	4,131,408
F 工傷率 (=D/E*200,000)		0.83	0.00	0.53
G 嚴重職業傷害率 (=E/B*200,000)		0	0	0
H 總缺勤天數		17,587.125	7,714.000	25,301.125
I 總工作人天數 (=C*249)		329,676	186,750	516,426
J 缺勤率 (=G/Hx100%)		5.33%	4.13%	4.90%
K 工傷損失天數		104.25	0	104.25
L 損失工作日比 (K/E*200,000)		7.91	-	5.05

註 1：計算對象含正式與非正式的全職員工。
註 2：損工總日數為員工因職業事故或職業疾病而不能從事日常工作的時間換算「日數」。
註 3：2022 年以 249 天計。

員工身心靈健康照顧

東森購物按照職安法規，於公司內部設置醫護室，聘請專業護理人員進駐，為員工提供護理協助，亦聘任專業醫師每 3 個月臨場實施醫療諮詢服務，提供員工健康、保健之專業諮詢。我們持續在各方面提供員工關懷與諮詢，因應疫情時事演變、節氣變化等因素，透過 E-mail 向同仁進行疫情期間之衛教宣導、駐點醫生等資訊，以及以職安會電子公告信箱向員工宣導各類防疫、防災等職安防護資訊，亦不定期提供員工健康資訊、衛教講座，並將相關活動改以線上方式進行。

東森禱告殿維護員工身心健康

我們注重員工心理之健康維護，於東森購物總部設立「東森禱告殿」，同仁如遇瓶頸可透過專屬網頁填寫代禱事項，由禱告志工代為禱告，禱告事項會進行保密，為員工提供精神寄託及紓壓管道。東森禱告殿每週做一支禱告影片，發信告知全體員工「有人在為你禱告」，同時接受「個人特別禱告需求」。

2022 年度
員工接受關懷
超過 1,555 人次
Email 代禱的共計
超過 31,000 封

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

防疫措施

東森購物在疫情期間非常重視同仁健康安全，謹慎訂定防疫措施，並透過各項防疫政策宣導、防疫及健康資源的提供，讓員工受到全方位的照顧並在疫情之下安心工作。

防疫資訊宣導

透過職業安全衛生委員會之電子信箱持續向同仁宣導政府宣布及公司訂定之最新防疫政策等相關資訊，持續提供員工防疫關心與健康叮嚀。

員工 PCR 檢測

聘請「桃園榮民總醫院團隊」為公司全體員工實施「PCR 檢測」，並且事先規劃若發生員工染疫情形之送醫就診照顧事宜，所有費用均由公司負擔。

保健食品發放

為全體員工發放「東森倍護膠囊」防疫保健品，提升員工健康與抗疫能力。

防疫酒精

於公司各區域準備充足之「防疫酒精」等防疫物資，提供員工隨時使用，保護自身安全。

快篩劑檢測服務

醫護室提供員工新冠肺炎「快篩劑檢測」之服務，指導或協助同仁操作快篩檢測，為有染疫疑慮之員工進行篩檢，藉此讓公司達到及時掌握疫情案件並儘速隔絕傳染的能力。

定期環境消毒

每週固定實施各區域之全面性殺菌與消毒作業，為員工建置一個安全、衛生之工作環境。

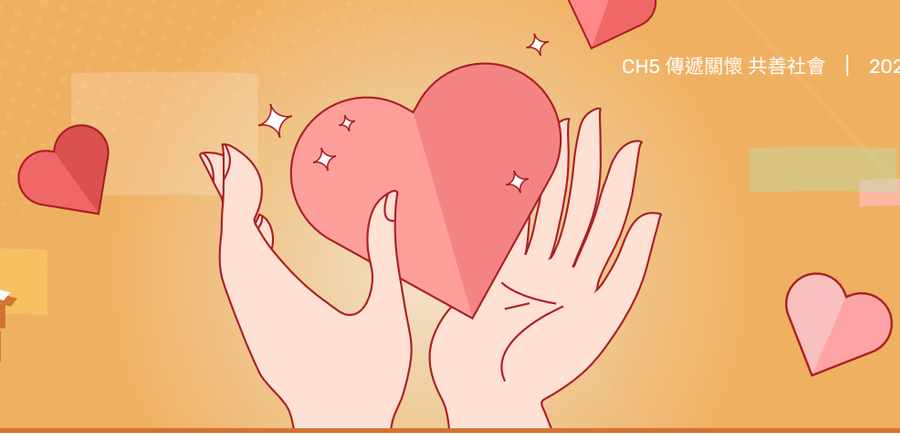
4.3.3 有效溝通管道

為提升員工雙向溝通的效率，我們提供包含勞資會議 (勞、資雙方各佔委員數之 50%)、福利委員會會議、員工信箱等多元的溝通管道，並遵循《勞動基準法》，當公司即將發生重大營運變化，將影響員工就業權利或各項勞務條件時，皆會進行事前預告，以確保守護員工的權利，並建立開放、和諧的企業文化與勞資關係。2022 年度無發生透過內部管道進行員工申訴之案件。

東森購物員工溝通管道

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 5
傳遞關懷 共善社會



5.1 社區投資願景與目標

東森購物 2022 年的五大社區投資主軸：

支持在地農業

透過東森農場與各縣市首長合作開發銷售管道，讓各地區優質農產品被看見，藉由直接與消費者接觸提升農民收益，同時縮短產品供應鏈提供顧客新鮮的蔬果。

疫起做公益

在疫情嚴峻的情形下，透過捐贈自營商品、防疫物資及捐款予醫護人員，與社會大眾站在一起齊心抗疫。

偏鄉送愛

藉由各式關懷專案陪伴偏鄉孩童成長及老年族群，並號召社會大眾加入捐款行列，擴大專案影響力。

寵物關懷

秉持「毛孩就是家人」的理念，結合寵物醫院及捐贈飼料等行動，讓每個生命都能夠得到應有的尊重及照料。

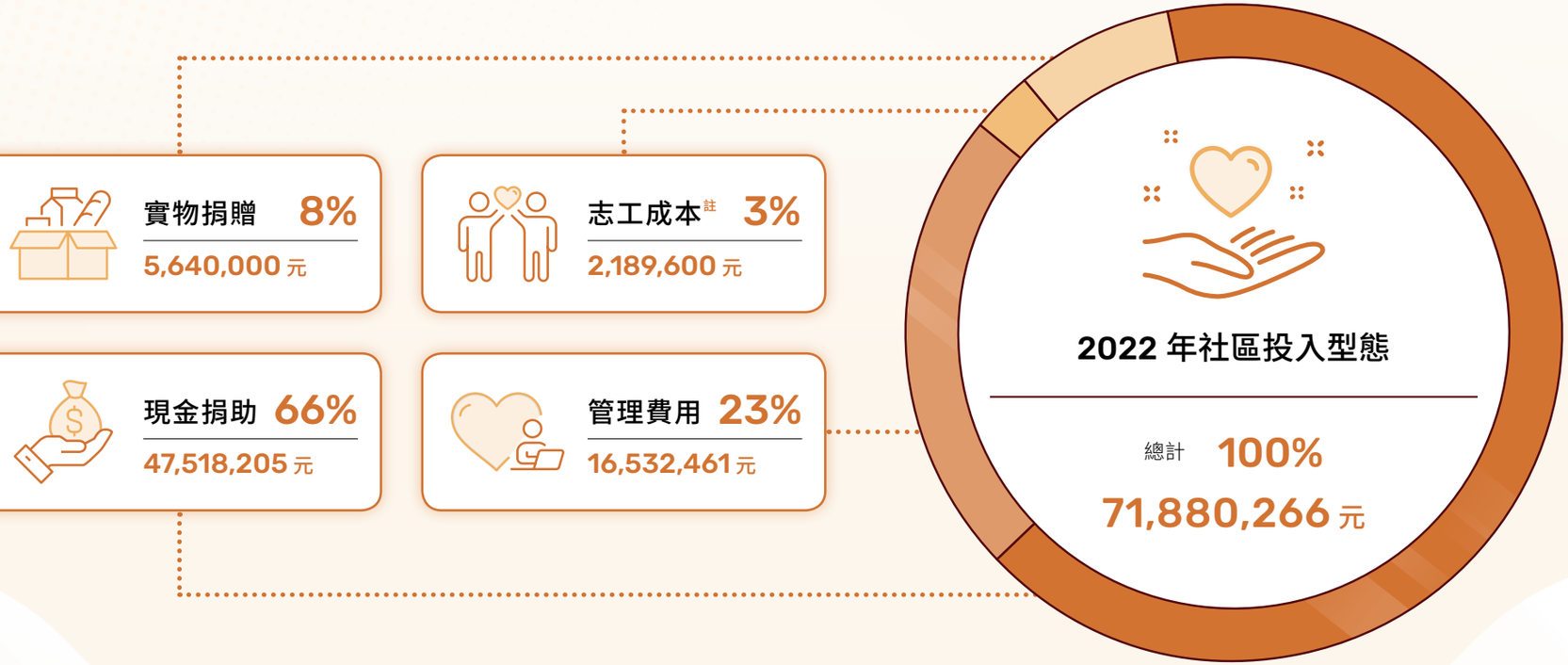
環境共榮

面對近年來全球暖化危機日漸嚴峻，企業於經營過程中更要方方面面地守護我們生長的這片土地，為下一代子孫留下美麗的未來。

2022
東森得易購 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

2022 年東森購物社區投入金額與佔比 （單位：新台幣元）



註：志工成本以志工投入服務時數估算。

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

5.2 支持在地農業

5.2.1 東森農場 小農扶植

2018 年台灣桶柑生產過剩，造成滯銷危機，東森購物在 10 天內成立專案小組，「東森農場」自此展開！我們共售出 36 萬顆桶柑、受惠農民達 20 多位。秉持「別人做生意，東森做公益」的宗旨，4 年來我們與中央部會首長及 13 位縣市首長攜手，藉由東森購物台與東森購物網 ETMall 等多元平台，推廣台灣在地優質農、漁業產品，幫助農、漁民創造更高收益，並提供消費者優良生鮮產品。

侯友宜市長推廣文山包種茶

邱鏡淳縣長感謝東森挺小農

東森農場至產地實地拍攝

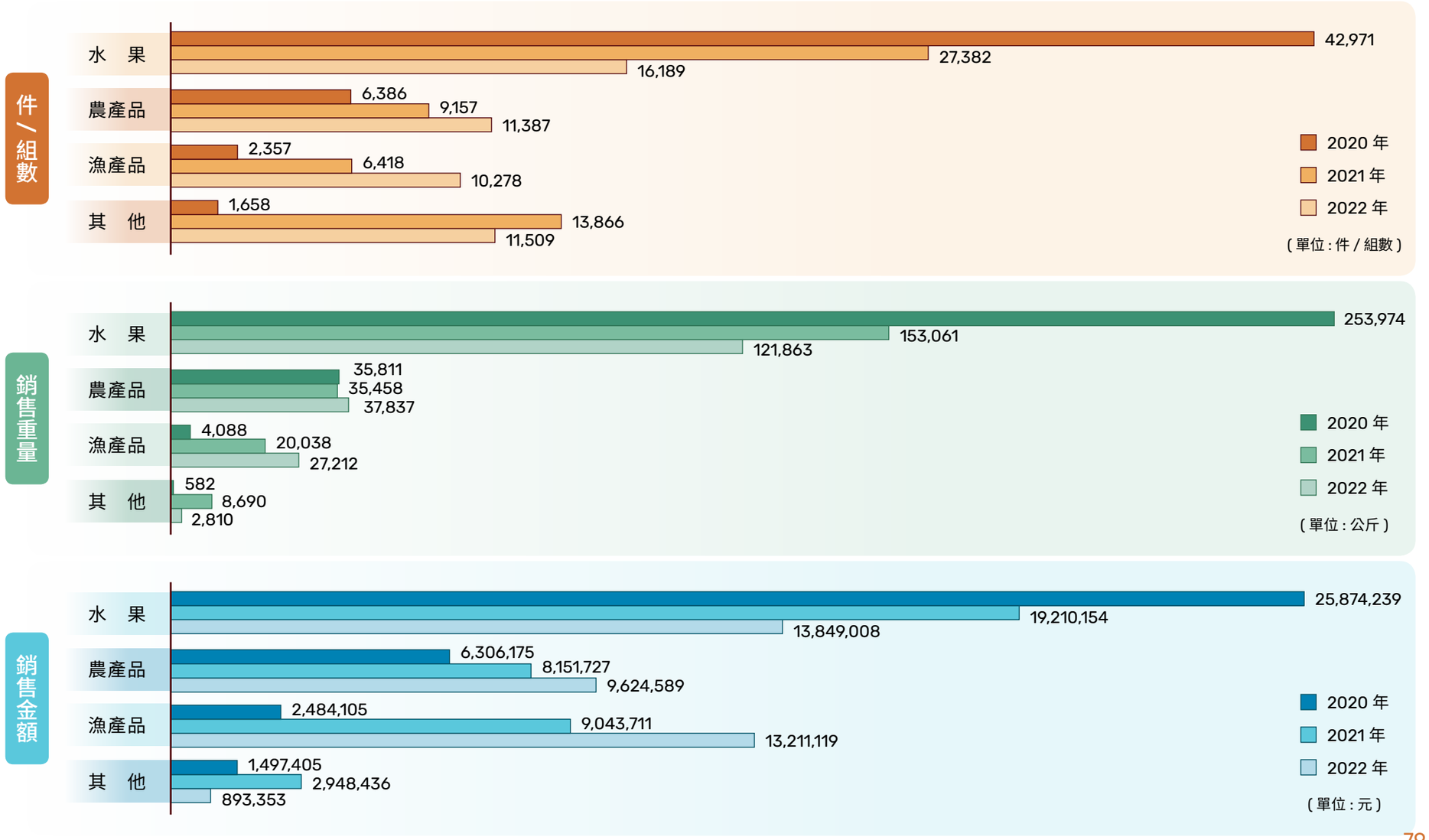
多次與善導書院合作推廣希望鳳梨

2022
東森得易購 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

「東森農場」擺脫傳統需要經過層層經銷商轉手的農產傳銷模式，落實「去中間化」的理念，讓小農能透過我們直接與消費者接觸，在提升農民利潤的同時，也縮短產銷供應鏈，讓新鮮的蔬果可以更快速地送到消費者手中。此外，東森購物也與農會和產銷班合作，回傳銷售端數據給產銷班，控管農產品的採收數量與時程，並建立預購農產品的流程，避免生產過剩的情形產生，最後透過東森嚴選嚴謹的品管，產地直送的運銷模式，將好吃、健康、新鮮的蔬果交予消費者手中。

近 3 年東森農場銷售成果



註：2022 年因疫情嚴峻，縣市長蒞臨東森農場推廣的檔次減少。

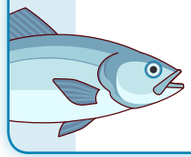
目錄
關於本報告書
董事長的話
東森購物大事紀
2022 年度永續亮點績效
利害關係人議合及重大議題分析
永續願景
CH1 誠信經營 穩健治理
CH2 嚴選品質 安心消費
CH3 綠色營運 減碳實踐
CH4 人權守護 幸福企業
CH5 傳遞關懷 共善社會
附錄

5.2.2 道地農產好滋味

2022 年東森購物與漁業署、農委會及地方縣市首長合作，推出各縣市具代表性、優質的農漁牧產品，讓民眾能透過電商或電視購物等通路線上購買，減少外出染疫的風險。東森農場系列在 2022 年總共創下超過 3,700 萬元銷售成績，幫助台灣農業及農民打開新通路，創造更高收益。

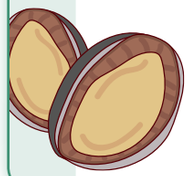
東森農產全台推廣地圖

龍虎斑及午仔魚



漁業署
- 銷售件數：1,000 組
- 銷售重量：1,500 公斤
- 銷售金額：950,000 元

貢寮鮑魚



新北市
- 銷售件數：1,000 組
- 銷售重量：1,200 公斤
- 銷售金額：1,380,000 元

文山包種茶

新北市
- 銷售件數：500 組
- 銷售重量：150 公斤
- 銷售金額：549,500 元

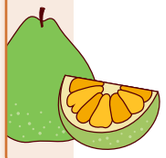
桃園有機伴手禮

桃園市
- 銷售件數：500 組
- 銷售重量：250 公斤
- 銷售金額：499,500 元

2022
東森得易購 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

斗六文旦

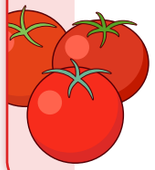


- 雲林縣
- 銷售件數：400 組（6,400 顆）
- 銷售重量：2,400 公斤
- 銷售金額：432,000 元

雲林茂谷柑

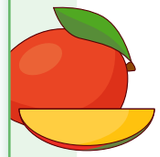
- 雲林縣
- 銷售件數：1,050 組（50,000 顆）
- 銷售重量：9,450 公斤
- 銷售金額：8,279,712 元

玉女小番茄



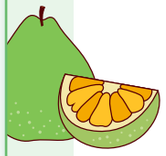
- 嘉義縣
- 銷售件數：850 組
- 銷售重量：2,040 公斤
- 銷售金額：679,150 元

南化芒果



- 台南市
- 銷售件數：1,500 組
- 銷售重量：9,000 公斤
- 銷售金額：1,200,000 元

麻豆文旦



- 台南市
- 銷售件數：1,350 組（32,000 顆）
- 銷售重量：12,000 公斤
- 銷售金額：1,348,650 元

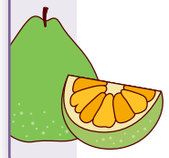
椪柑

- 台南市
- 銷售件數：1,000 箱（45,000 顆）
- 銷售重量：9,500 公斤
- 銷售金額：699,000 元

鳳梨釋迦

- 台東縣
- 銷售件數：600 組
- 銷售重量：3,600 公斤
- 銷售金額：420,000 元

鶴岡文旦



- 花蓮縣
- 銷售件數：450 組
- 銷售重量：2,700 公斤
- 銷售金額：324,000 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

5.3 協力齊抗疫

自 2020 年起，COVID-19 肆虐全球經濟，不只是民生經濟受到嚴重的衝擊，也讓許多台灣在地社福機構募款大幅減少，這些弱勢團體處境愈發艱難。身為台灣指標性的購物平台，東森購物本著「同島一命，疫起做公益」的使命感，希望能夠從自身的核心價值出發，除了捐贈防疫物資外，更號召旗下會員共襄盛舉，齊心讓台灣社會往更好的方向邁進。

攜手會員做公益

東森購物攜手 283 位 VIP 會員，發起愛心捐贈保健品物資給長照機構的長者，活動共捐出元氣蔘飲、滴黑蜆及官燕蘆醇閃耀美妍等 386 件，價值 86 萬的保健品給新北及桃園的淞嶸、懷寧及新翔 3 間長照機構。

此外，服務團隊更加碼捐贈東森倍護膠囊 200 盒給桃園懷寧護理之家，由於機構內有不少長者在這波疫情中確診，除了祝福機構照護人員及長者能恢復健康，也希望透過保健品捐贈，讓老人家能夠增強免疫力，抵抗病毒入侵。

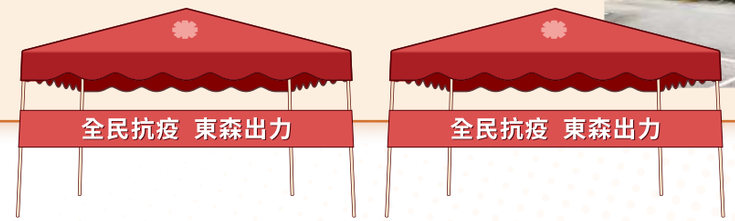
特製口罩挺醫護

為感謝臺北榮總全力投入抗疫，守護全民健康，捐贈價值 200 萬特製雙鋼印醫療級口罩共 39 萬片予台北榮民總醫院。

希望以全新的口罩設計及 6 種顏色讓醫護人員周一到周六搭配心情，搭配衣服來配戴，在保護自己和病人的安全同時，也不忘保持愉快心情。

防疫帳篷為民眾遮陽擋雨

東森購物無償贊助 20 座大型帳篷予三軍總醫院，希望能協助減緩病患因醫院外排隊等候期間，可能會面臨到大雨或烈日照射而致使身體苦不堪言的問題。



2022
東森得易購 永續報告書
Sustainability Report

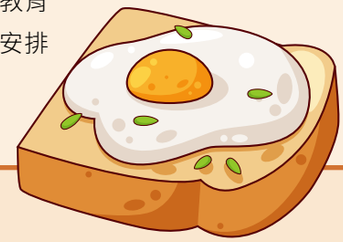
目錄
關於本報告書
董事長的話
東森購物大事紀
2022 年度永續亮點績效
利害關係人議合及重大議題分析
永續願景
CH1 誠信經營 穩健治理
CH2 嚴選品質 安心消費
CH3 綠色營運 減碳實踐
CH4 人權守護 幸福企業
CH5 傳遞關懷 共善社會
附錄

5.4 社會公益參與

5.4.1 偏鄉送愛

愛的早餐

東森購物已連續 16 年舉辦「愛的早餐」專案，並積極鼓勵認同理念的購物會員捐贈發票，成為愛的早餐經費來源之一，塑造與偏鄉及東森購物會員間的「共善共好圈」。愛的早餐在中短期的規劃為確保孩童在學期間的營養與教育資源無虞，長期則規劃提供受惠學童大學獎助學金，及安排實習工作提前與職場接軌。



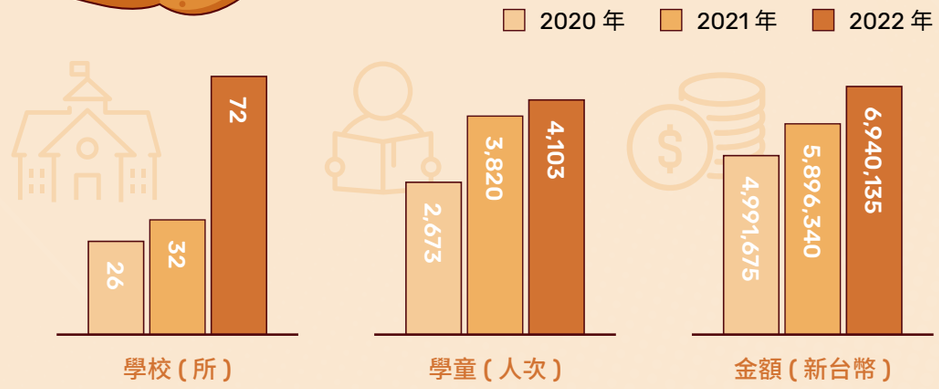
東森傳愛繪畫比賽受獎照片

專案成果

1. 董事會通過獎助吃愛早餐長大學生獎助學金，今年共獎助 **11 位**學生，每人獎助 **2 萬元**，共獎助 **22 萬元**。
2. 受益影響與總募資金額：

   2020 年委託專業顧問團隊對專案進行社會影響力評估，經 SROI 指引進行計算，社會影響力換算後相當於 **2,353,076 元**，社會投資報酬率為 **2.2 倍**。

   推動 16 年來，共計投入 **54,875,908 元**、補助 **463 所**學校、**31,084 人次**的學童。



2022
東森得易購 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

部落抓風味

我們與政大合作規劃 1 年期的拍攝企劃，希冀藉由產學合作形式讓民眾重視文化保存的重要性與當地觀光產業的復振。「愛的早餐」受惠師生也熱心協助拍攝，顯見東森在地關懷的努力，獲得極大肯定。

部落抓風味開播記者會

專案成果

1. 捐贈金額：**300 萬元**
2. 宣傳與製播費用：**200 萬元**
3. 志工投入：共 **10 人**，參與時間 **1 個月**

送愛到部落

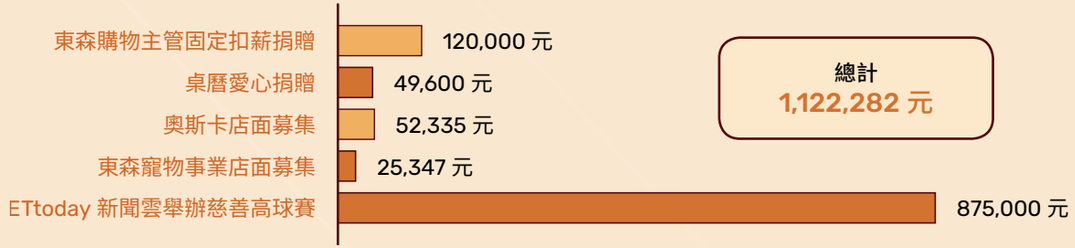
我們已連續 10 年在花蓮山興部落開設課輔班， 除了認養山興部落並補助學校體育、歌謠隊訓練。

在全省東森寵物及奧斯卡等寵物店門市放置公益箱募集零錢及發票，也與 ETtoday 新聞雲合作向客戶慈善募捐。

與偏鄉學童一同歡慶聖誕

專案成果

2022 年募款如下：



ETtoday 新聞雲舉辦慈善高爾夫球賽

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

5.4.2 弱勢家庭關懷

送暖弱勢家庭

東森購物總部位於新北市中和區，秉持回饋在地的理念，長期與新北市政府合作，每年捐贈金額逾百萬元。本次捐贈為東森購物年菜暢銷組合「金牌師傅方政裕幸福團圓年菜組」，共有松露鮑翅佛跳牆、東坡肉、醬燒三味雞、東北酸白菜鍋、新鮮鮑魚等 5 道年菜，分送新北市 29 區弱勢家庭、新住民的家庭以及街友單位，讓弱勢民眾可以福氣滿滿，安心過好年。

專案成果

捐贈 **1,000 組** 年菜，市價 **118 萬元** 給新北市社會局。

攜手新北市社會局捐贈年菜組合

5.4.3 產學共榮

我們相信，藉由產學合作的過程，能夠將學界的研究量能與東森購物及其他東森集團子公司的職能進行結合，研發出更優質、更健康的產品造福社會大眾。

繼 2021 年分別與臺灣大學、輔仁大學成立「臺大東森生技暨生醫研發中心」、「輔大東森樂活健康產學中心」及「輔大東森智慧數據中心」以來，為持續貫徹東森集團進入生技業的決心及「東森嚴選」對於產品品質的負責任態度，我們首次於 2022 年舉辦「台大東森生技產學高峰會」，以「探索生計大未來．升級健康新生活」為主軸，邀請產官學界重量級專業人士，展開一系列討論。本次高峰會中，除了發表東森為產品研發所投入的資源，以及發表與台大聯手合作的各項成果外，也就保健營養品發展趨勢進行分享，與產官學界共同探討台灣健康產業最新發展與未來。

未來東森購物每年預計將投入千萬預算，從開發、測試到檢驗功效於產學合作中，從產業角度協助，將研發成果打造為優秀的產品，創造「好吃、美麗、健康、生活、寵物」的東森生態圈，並且行銷全球，讓台灣的生技產品成為台灣之光。

臺大東森生技產學高峰會

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

5.4.4 毛小孩關懷

毛孩選美 捐飼料做公益

2022 金萌獎結合毛孩選美與公益活動，得獎者除了獲得精美獎品外，本次活動中只要毛孩獲得 1 票，東森寵物就會捐出1元飼料，給流浪動物之家，讓毛孩「選美也能做公益」，飼主秀出自家寶貝的同時，還能號召同樣喜愛動物的朋友們一起投票，協助這些需要幫助的浪浪們。

專案成果

1. 本屆有超過 4,000 多個毛小孩參與，共募得 **60 萬元**，高達 **1,200 多公斤**的歐斯恩飼料，全數捐贈至新北市板橋動物之家。
2. 幫助新北市公立動物之家 **1,300 多隻** 毛小孩寒冬加菜。

捐贈 60 萬元飼料予板橋流浪動物之家

東森廣場慈愛動物醫院

東森廣場慈愛動物醫院耗資千萬醫療設備，提供毛小孩更專業便利的診療照護。不同於一般動物醫院僅是單純看診，慈愛動物醫院東森廣場分院更與複合式商場結合，設有「東森寵物店」提供毛孩美容等服務；在等待寵物診療過程中，飼主可以去逛賣場、用餐，順便幫毛孩採買飼料、零食、玩具，服務多元貼心。

此外，醫院貼心打造貓咪診間，貓狗分流，讓貓咪看診不害怕，並設有寵物友善廁所，即使帶著大型犬也能輕鬆進入。

全台最美寵物友善廁所

慈愛動物醫院提供寵物醫療、健診等服務

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

5.5 環境共榮

攜手淨灘 守護海洋

環境永續與減少海洋廢棄物一直都是國際上備受關注的議題，致力公益 21 年的東森集團響應國際淨灘日，號召集團員工、6 所學校師生及「更生人企業家」一同前往新北市萬里舉辦「攜手淨灘、守護海岸」的淨灘活動，以實際行動呼籲大眾共同為守護海洋盡一份心力。

東森集團至新北萬里淨灘

專案成果

1. 參與大專院校及周邊學校：輔仁大學、醒吾科技大學、世新大學、台北醫學大學、馬偕醫護及萬里國小。
2. 「更生人企業家」有 **8 位** 更生人到場參與。
3. 約 **800 人**響應，共清出 **1,395.8 公斤** 的廢棄物。

植樹減碳 公益計畫

東森集團率先響應由新北市政府自 2022 年 3 月 12 日植樹節所發起的「新北山海造林計畫」。東森集團預計提供樹苗及樹木養護基金，規劃在文山農場植樹種植 200 棵喬木樹苗，並邀請東森購物會員及東森消費聯盟的經銷商共同響應參與。

此外，東森集團持續推動「植樹減碳公益計畫」更將擴大到全台灣，預計在全台羅東、新竹、東勢、南投、嘉義、屏東、花蓮及東台等 8 個林場認養 9.3 公頃的土地，種植樹木，初步規畫 3 年內將種植逾 15,000 棵樹苗， 關心我們的環境，愛護地球。

於文山農場種植樹苗

融入森林綠化 推動都市美學

東森集團新北市林口全球營運總部外的「東森城市恩典藝廊」，2022 年榮獲了新北市工務局舉辦的「建築工程施工圍籬綠美化評選活動」中的「城市森林組 - 城市特優獎」。該藝廊除了種植超過數十種植物外，植栽之間還架設東森集團關企 LED 燈箱，不僅兼顧夜間照明，守護行人與行車的安全；植栽的光合作用也能淨化空氣、調節氣候，成為一座牆上的城市花園。

東森集團全球總部綠色植栽牆

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

附錄一 GRI 永續性報導準則 (GRI 準則) 對照表

使用聲明	東森得易購永續報告書已依循 GRI 準則編制，本報告書資訊揭露期間為 2022 年度 (2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日)
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	尚未有適用之 GRI 行業準則；參考 SASB 行業永續會計標準則進行揭露

GRI 2：一般揭露 2021

GRI 準則	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	省略 / 備註
組織及報導實務					
GRI 2：一般揭露 2021	2-1	組織詳細資訊	1.1 關於東森購物	17	
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	2	
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	2	
	2-4	資訊重編	—	—	報導期間無重大改變
	2-5	外部保證 / 確信	關於本報告書 附錄五 確信報告	2 91	
活動與工作者					
GRI 2：一般揭露 2021	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1 關於東森購物	17	
	2-7	員工	4.1.2 人才結構概況	63	
	2-8	非員工的工作者	4.1.2 人才結構概況	63	
治理					
GRI 2：一般揭露 2021	2-9	治理結構及組成	1.3.1 公司治理	25	
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.3.1 公司治理	25	

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

治理					
GRI 2：一般揭露 2021	2-11	最高治理單位的主席	1.3.1 公司治理	25	
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	永續願景	14	
	2-13	衝擊管理的負責人	利害關係人議合及重大議題分析	8	
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	利害關係人議合及重大議題分析	8	
	2-15	利益衝突	1.3 穩健治理	25	
	2-16	溝通關鍵重大事件	1.3 穩健治理 4.1.3 人權維護	25 64	
	2-17	最高治理單位的群體智識	1.3 穩健治理	25	
	2-18	最高治理單位的績效評估	1.3 穩健治理	25	
	2-19	薪酬政策	1.3 穩健治理	25	
	2-20	薪酬決定流程	1.3 穩健治理 4.3.1 優渥福利待遇	25 70	
	2-21	年度總薪酬比率	4.3.1 優渥福利待遇	70	
策略、政策與實務					
GRI 2：一般揭露 2021	2-22	永續發展策略的聲明	永續願景 4.1.3 人權維護	14 64	
	2-23	政策承諾	永續願景 4.1.3 人權維護	14 64	
	2-24	納入政策承諾	永續願景	14	
	2-25	補救負面衝擊的程序	1.3 穩健治理	25	
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.3 穩健治理 4.3.3 有效溝通管道	25 75	
	2-27	法規遵循	1.3.2 誠信經營	28	
	2-28	公協會的會員資格	附錄三 參與公協會之名單	94	

2022
東森得易購 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

利害關係人議合					
GRI 2：一般揭露 2021	2-29	利害關係人議合方針	利害關係人議合及重大議題分析	8	
	2-30	團體協約	—		東森購物未簽訂團體協約，故 a. 涵蓋之團體協約總員工數百分比為 0，b. 無其他團體協約涵蓋組織員工

GRI 3：重大議題揭露項目 2021

GRI 準則	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	省略 / 備註
GRI 3：重大議題 2021	3-1	重大議題決定流程	利害關係人議合及重大議題分析	8	
	3-2	重大議題清單	利害關係人議合及重大議題分析	8	
重大議題：公司治理與營運					
GRI 3：重大議題 2021	3-3	重大議題管理	利害關係人議合及重大議題分析 1.3 穩健治理	8 25	
GRI 205：反貪腐 2016	205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	1.3.2 誠信經營	28	
	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.3.2 誠信經營	28	
	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.3.2 誠信經營	28	
GRI 206：反競爭行為 2016	206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.3.2 誠信經營	28	無涉入反競爭行為及反托拉斯及壟斷法規
重大議題：商品品質與顧客健康安全					
GRI 3：重大議題 2021	3-3	重大議題管理	利害關係人議合及重大議題分析	8	
GRI 416：顧客健康與安全 2016	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.3.2 誠信經營	28	
GRI 417：行銷與標示 2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	1.3.2 誠信經營 2.2.2 高規格品質控管	28 37	
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3.2 誠信經營 2.2.2 高規格品質控管	28 37	

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：資訊安全與隱私保護					
GRI 3：重大議題 2021	3-3	重大議題管理	利害關係人議合及重大議題分析	8	
GRI 418：客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.4 資訊防護與隱私安全	45	
重大議題：氣候變遷與環境資源管理					
GRI 3：重大議題 2021	3-3	重大議題管理	利害關係人議合及重大議題分析	8	
GRI 201：經濟績效 2016	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	1.4 內部控制與風險管理 3.3 氣候風險與機會	31 59	
GRI 302：能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	3.1.2 能源管理	51	
GRI 306：廢棄物 2020	306-3	廢棄物的產生	3.1.4 廢棄物及水資源管理	52	
重大議題：綠色物流與包裝					
GRI 3：重大議題 2021	3-3	重大議題管理	利害關係人議合及重大議題分析	8	
GRI 301：物料 2016	301-1	所用物料的重量或體積	3.2 綠色物流與綠色包裝	53	
	301-2	使用回收再利用的物料	3.2 綠色物流與綠色包裝	53	
	301-3	回收產品及其包材	3.2 綠色物流與綠色包裝	53	
重大議題：人才管理與員工多元權益					
GRI 3：重大議題 2021	3-3	重大議題管理	利害關係人議合及重大議題分析	8	
GRI 401：勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	4.1.1 人才招募與聘用	62	
	401-2	提供給全職員工的福利	4.3.1 優渥福利待遇	70	
GRI 402：勞資關係 2016	402-1	關於營運變化的最短預告期	4.3.3 有效溝通管道	75	
GRI 405：員工多元化與平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	1.3.1 公司治理 4.1.2 人才結構概況 4.1.4 性別平等友善	25 63 66	
	405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4.1.4 性別平等友善	66	

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

其他特定主題標準

GRI 準則	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	省略 / 備註
特定主題準則：GRI 200 經濟					
GRI 201：經濟績效 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.2 營運策略與成效	19	
GRI 204：採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	2.2.1 永續供應鏈	37	
特定主題準則：GRI 300 環境					
GRI 308：供應商環境評估 2016	308-1	採用環境標準篩選新供應商	2.2.1 永續供應鏈	37	
特定主題準則：GRI 400 社會					
GRI 401：勞雇關係 2016	401-3	育嬰假	4.3.1 優渥福利待遇	70	
GRI 403：職業安全衛生 2016	403-1	職業安全衛生管理系統	4.3.2 健康安全職場	73	
	402-3	職業健康服務	4.3.2 健康安全職場	73	
	402-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	4.3.2 健康安全職場	73	
	402-6	工作者健康促進	4.3.2 健康安全職場	73	
	402-9	職業傷害	4.3.2 健康安全職場	73	
GRI 404：訓練與教育 2016	404-1	每名員工每年接受的訓練平均時數	4.2 策略人才發展	67	
GRI 414：供應商社會評估 2016	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.2.3 多元發展機會	69	
	414-1	使用社會標準篩選之新供應商	2.2.1 永續供應鏈	37	

2022
東森得易購 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

附錄二 SASB 永續會計準則對照表

永續會計準則委員會 (SASB) 之行業準則索引表 - 電子商務行業 (E-commerce)

類別	會計指標		對應章節	頁碼
基礎硬體設施（能源與水管理）	CG-EC-130a.1	(1) 總能源耗損 (2) 能源採用外購電力占總耗電百分比 (3) 採用再生能源的比例	3.1.2 能源管理	51
	CG-EC-130a.2	(1) 總取水量 (2) 總耗水量、由水資源高壓力、極高壓力地區取水的百分比	3.1.4 廢棄物及水資源管理 (2) 因台灣非屬水資源壓力地區，故取水來自水資源壓力地區之百分比為 0%	52
	CG-EC-130a.3	資料中心 (Data Center) 的規劃應整合環境考量	無相關內容	
資料隱私與廣告標準	CG-EC-220a.1	使用者資訊被使用於次要目的的用戶數	2.4.2 嚴守客戶個資與隱私	47
	CG-EC-220a.2	說明使用者隱私政策及行為廣告相關政策	2.4.2 保護客戶個資與隱私	47
資料安全	CG-EC-230a.1	說明鑑別及因應資料安全風險的方法	2.4.1 資訊安全管理政策及組織權責	46
	CG-EC-230a.2	(1) 資料外洩次數 (2) 涉及個人識別資訊 (PII) 外洩之比例 (3) 帳戶持有人受影響數量	2.4.2 保護客戶個資與隱私	47
資料安全	CG-EC-330a.1	員工敬業度百分比	預計未來將導入	
人才招募、包容性與績效	CG-EC-330a.2	全體員工的： (1) 自願離職率 (2) 非自願離職率	(1) 自願離職率：38.04% (2) 非自願離職率：1.40%	
	CG-EC-330a.3	全球員工的性別分布佔比、各種族 / 民族分布佔比： (1) 管理階層 (2) 技術人員 (3) 所有其餘員工	4.1.2 人才結構概況 4.1.3 性別平權職場	63 64
	CG-EC-330a.4	技術人員中持有 H-1B 簽證 * 的比例	不適用	

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

類別	會計指標		對應章節	頁碼
產品包裝與配送	CG-EC-410a.1	產品配送的碳足跡總量	3.3.1 低碳運輸 3.3.2 串聯綠色物流供應商	53 56
	CG-EC-410a.2	揭露產品配送造成環境衝擊的減量策略	3.3.1 低碳運輸 3.3.2 串聯綠色物流供應商	53 56
活動指標	CG-EC-000.A	最適衡量使用者活動指標	1.2 營運策略與成效	19
	CG-EC-000.B	數據處理能力暨外包百分比	2.4.1 資訊安全管理政策及組織權責	47
	CG-EC-000.C	產品配送量	1.2.1 營運策略	20

附錄三 參與公協會之名單

項次	外部公協會	參與方式
1	中華民國仲裁協會	常務理事
2	兩岸企業家峰會	會員
3	新北市米穀商業同業公會	會員
4	新北市藥師公會	會員
5	新北市護理師護士公會	會員
6	新北市醫療器材商業同業公會	會員
7	條碼策進會	會員
8	臺灣客服中心發展協會	會員
9	台北市律師公會	會員
10	中華民國稽核學會	會員

項次	外部公協會	參與方式
11	台北市進出口商業同業公會	會員
12	台北市內科園區發展協會	會員
13	台北市電腦公會	會員
14	中華民國無店面零售商業同業公會	理事長、常務理事、常務監事、理事
15	臺灣資通訊傳播協會	常務理事
16	亞洲生技美容協會	理事長、常務理事、理事、監事
17	中華新媒體產業發展協會	理事長、常務理事、理事
18	亞太智慧樓宇發展協會	常務理事、監事
19	台北市商業會	榮譽理事長
20	亞洲動物醫療協會	理事

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

附錄四 2022 年董事會組成與運作

姓名	性別	職稱	實際出席次數	委託出席次數	實際出席率	任期 (年)			主要經歷 / 現職
						<3 年	3-6 年	>6 年	
王令麟	男	董事長	5	0	100%		✓		• 立法委員 • 全國商業總會理事長 • 東森集團總裁 • 東森得易購 (股) 公司董事長 • 東森全球事業 (股) 公司董事長 • 東森網紅 (股) 公司董事長 • 東森房屋 (股) 公司董事 • 自然美生物科技 (股) 公司董事
趙世亨	男	副董事長	5	0	100%		✓		• 鼎豐傳播事業 (股) 公司董事長 • 東森新零售 (股) 公司董事長 • 東森寵物雲 (股) 公司董事長 • 東森得易購 (股) 公司副董事長 • 東森全球事業 (股) 公司副董事長兼總經理 • 自然美生物科技 (股) 公司董事
廖尚文	男	董事	4	1	80%		✓		• 東森集團副總裁 • 東森國際 (股) 公司董事長兼總經理 • 自然美生物科技 (股) 公司董事長 • 東森新聞雲 (股) 公司董事長 • 東林資產 (股) 公司董事長
蔡紹中	男	董事	1	4	20%		✓		• 旺旺寬頻媒體 (股) 公司董事長 • 旺中寬頻媒體 (股) 公司董事長 • 旺旺集團副董事長

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

姓名	性別	職稱	實際出席次數	委託出席次數	實際出席率	任期 (年)			主要經歷 / 現職
						<3 年	3-6 年	>6 年	
李錫欽	男	董事	5	0	100%		✓		• 聯維有線電視 (股) 公司董事長 • 旺旺寬頻媒體 (股) 公司董事
吳振隆	男	董事	4	1	80%		✓		• 永鑫多媒體 (股) 公司董事長 • 俊貿國際 (股) 公司董事長 • 俊貿企業 (股) 公司董事長
楊建國	男	董事	4	1	80%		✓		• 丰鼎媒體 (股) 公司董事長 • 鐳羅廣告 (股) 公司董事長 • 智敦通訊科技 (股) 公司董事長
雷倩	女	董事	4	1	80%		✓		• 立法委員 • 自然美生物科技 (股) 公司主席 • 中華民國婦女聯合會主任
宋湘嵐	女	董事	5	0	100%		✓		• 東森全球事業 (股) 公司董事 • 自然美生物科技 (股) 公司董事
劉煌基	男	董事	5	0	100%		✓		• 台北地方法院法官兼審判長 • 佐誠法律事務所主持律師
紀坤傑	男	董事	5	0	100%	✓			• 東森新零售 (股) 公司總經理 • 東森得易購 (股) 公司電話行銷事業部執行長 • 東森全球事業 (股) 公司董事
何俊英	男	董事	5	0	100%		✓		• 臺灣高等檢察署檢察官 • 臺灣桃園地方檢察署主任檢察官 • 伯衡法律事務所榮譽所長

2022
東森得易購 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

附錄五 確信報告

安永聯合會計師事務所
11012 台北市基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.
Tel: 886 2 2757 8888
Fax: 886 2 2757 6050
www.ey.com/tw

會計師有限確信報告

東森得易購股份有限公司 公鑒

確信範圍

本會計師接受東森得易購股份有限公司(以下簡稱「東森購物」)之委任，對2022年度永續報告書中所選定之永續績效資訊 (以下稱「標的資訊」)，執行財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則所定義之「有限確信案件」並出具報告。

標的資訊及其適用基準

有關東森購物之標的資訊及其適用基準詳列於附件一。

管理階層之責任

東森購物管理階層之責任係參考適當之基準編製標的資訊，包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之2021年GRI準則(GRI Standards)及永續會計準則(Sustainability Accounting Standard Board (SASB) Standards)，東森購物管理階層應選擇所適用之基準，並對標的資訊在所有重大方面是否依據該適用基準報導負責，此責任包括建立及維持與標的資訊編製有關之內部控制、維持適當之記錄並作成相關之估計，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

本會計師之責任

本會計師之責任係依據所取得之證據對標的資訊作成結論。

本會計師依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作，以對標的資訊是否存有重大不實表達出具有限確信報告。本會計師依據專業判斷，包括對導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估，以決定確信程序之性質、時間及範圍。

本會計師相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示有限確信結論之基礎。

會計師之獨立性及品質管理

本會計師及所隸屬組織遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

A member firm of Ernst & Young Global Limited

本事務所遵循品質管理準則1號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定組織設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及適用之法令規範相關之政策或程序。

所執行程序之說明

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，因此，有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。本會計師所設計之程序係為取得有限確信並據此作成結論，並不提供合理確信必要之所有證據。

儘管本會計師於決定確信程序之性質及範圍時曾考量東森購物內部控制之有效性，惟本確信案件並非對東森購物內部控制之有效性表示意見。本會計師所執行之程序不包括測試控制或執行與檢查資訊科技(IT)系統內資料之彙總或計算相關之程序。

有限確信案件包括進行查詢，主要係對負責編製標的資訊及相關資訊之人員進行查詢，並應用分析及其他適當程序。

本會計師所執行之程序包括：

- 與東森購物人員進行訪談，以瞭解東森購物之業務與履行永續發展之整體情況，以及永續報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解東森購物之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道，以及東森購物如何回應該等期望與需求；
- 與東森購物攸關人員進行訪談，以瞭解用以蒐集、整理及報導標的資訊之相關流程；
- 檢查計算標準是否已依據適用基準中概述的方法正確應用；
- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀東森購物之永續報告書，確認其與本會計師取得關於永續發展整體履行情況之瞭解一致；

A member firm of Ernst & Young Global Limited

2022
東森得易購 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

EY安永
Building a better working world

先天限制

因永續報告中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

結論

依據所執行之程序及所取得之證據，本會計師未發現標的資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：林素雯

民國一一二年七月十九日

A member firm of Ernst & Young Global Limited

EY安永
Building a better working world

附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準
1	第一章 第三節 第二項	誠信經營	**誠信經營訓練情形** 課程名稱：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；客戶溝通合規政策 累積參訓人數：812 人 累積參訓時數：68 小時	2022 年東森購物之員工於簽訂「員工服務契約書」、「員工清廉守則」時，是否同時接受誠信經營相關之內部訓練課程。
2	第三章 第一節 第二項	能源管理	**東森購物能源消耗用量統計** 類別：外購電力用電量(不含綠電)(度)；外購能源耗用量(GJ)；外購電力排碳量估算(範疇二)(公噸)* 2020：6,331,200；22,792.32；3,178.26 2021：6,158,000；22,168.80；3,134.42 2022：6,058,400；21,810.24；2,998.91 註 1：GJ (十億焦耳)=10^9 J (焦耳)。 註 2：總能源消耗量(kcal)=總用電量 x 電力熱值(860kcal/kWh)，並換算成百萬焦耳(1kcal=0.004184 百萬焦耳)。熱值依據為能源局公告之能源熱值。 註 3：2020 至 2022 年東森購物並無外購綠電。 *範疇二的估算係參考溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版：以 2020 年度電力排放係數(0.502)、2021 年度電力排放係數(0.509)及 2022 年度電力排放係數(0.495)，估算 2020 至 2022 年之排碳量。	**SASB CG-EC-130a.1** 2022 年東森購物的外購電力(辦公區域用電)，係自台電公司統計之用電資訊。

A member firm of Ernst & Young Global Limited

2022
東森得易購 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

EY 安永 Building a better working world

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準
3	第三章 第一節 第四項	廢棄物及水資源管理	**2022 年水資源使用情形** 水資源取得來源：地表水 主要用水用途：空調冷卻、環境清潔、辦公區及商場用水 2022 年總取水量（百萬公升）：24.238 **東森購物總取水量統計（度）** 2021 年：26,790 2022 年：24,238	SASB CG-EC-130a.2 2022 年東森購物的總取水量，係自自來水公司統計之用水資訊。
4	第四章 第一節 第一項	人才招募與聘用	**2022 年東森購物新進員工組成** 男：年齡層／新進人數／新進率 30 歲以下：95／4.58% 31-40 歲：106／5.11% 40-50 歲：54／2.60% 50 歲以上：6／0.29% 總計：261／12.58% 女：新進人數／新進率 30 歲以下：190／9.16% 31-40 歲：202／9.74% 40-50 歲：129／6.22% 50 歲以上：30／1.45% 總計：551／26.57% 註：上表比例的計算方式為該類別人數除以總員工人數 2,074 人。 **2022 年東森購物離職員工組成** 男：年齡層／離職人數／離職率 30 歲以下：84／4.05% 31-40 歲：111／5.35% 40-50 歲：54／2.60% 50 歲以上：7／0.34% 總計：256／12.34% 女：離職人數／離職率 30 歲以下：196／9.45% 31-40 歲：194／9.35% 40-50 歲：145／6.99% 50 歲以上：27／1.30% 總計：562／27.10% 註：上表比例的計算方式為該類別人數除以總員工人數 2,074 人。	GRI401-1: 2016 2022 年東森購物男性與女性依年齡層之新進員工人數除以報導期間結束時總員工人數之比率。 2022 年東森購物男性與女性依年齡層之離職員工人數除以報導期間結束時總員工人數之比率。

A member firm of Ernst & Young Global Limited

EY 安永 Building a better working world

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準
5	第四章 第三節 第一項	優渥福利待遇	**2022 年東森購物員工申請育嬰假情形** 項目／男性／女性／合計 A. 2022 年符合申請育嬰留停人數：16／46／62 B. 2022 年實際申請育嬰留停人數：5／19／24 申請率(%)=B/A：31%／41%／39% C. 2022 年預計育嬰留停復職人數：4／19／23 D. 2022 年實際育嬰留停復職人數：4／12／16 復職率(%)=D/C：100%／63%／70% E. 2021 年實際育嬰留停復職人數：0／17／17 F. 2021 年育嬰復職持續工作一年：0／5／5 留任率(%)=F/E：0%／29%／29% A. 2022 年符合申請育嬰留停人數：於 2022/01/01~2022/12/31 間申請過陪產假及產假之人數 B. 2022 年實際申請育嬰留停人數：於 2022/01/01~2022/12/31 間申請育嬰留停之人數 C. 2022 年預計育嬰留停復職人數：育嬰留停到期日為 2022/01/01~2022/12/31 期間之人數 D. 2022 年實際育嬰留停復職人數：育嬰留停到期日為 2022/01/01~2022/12/31 期間且後來復職之人數 E. 2021 年實際育嬰留停復職人數：於 2021/01/01~2021/12/31 期間育嬰留停，後來復職之人數。 F. 2021 年育嬰復職持續工作 1 年：於 2021/01/01~2021/12/31 期間育嬰留停，復職 1 年後仍在職之人數。	GRI401-3: 2016 2022 年東森購物男性與女性員工依其當年度是否請過產假與陪產假判斷其是否符合申請育嬰留停的資格。 2022 年東森購物男性與女性員工如提出申請育嬰留停，即視為休假期滿預計復職，並於申請單上註明預計復職日期。

A member firm of Ernst & Young Global Limited

東森購物

東森得易購股份有限公司