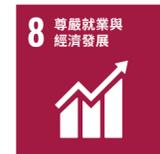




1 創新營運 穩健治理



1.1 關於東森購物	18
1.2 營運策略與成效	20
1.2.1 營運策略	21
1.2.2 經營成效	24
1.3 公司治理與誠信經營	25
1.3.1 公司治理	26
1.3.2 誠信經營	28
1.4 內部控制與風險管理	30
1.4.1 風險鑑別與管理	31
1.4.2 危機因應與管理	32

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，為台灣第一家電視購物業者，於 1999 年 12 月 21 日開台，帶領與見證台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，為遍及全台千萬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、影片直播輔助銷售物美價廉的商品，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。

東森購物基本資料

公司全名	東森得易購股份有限公司
員工人數	2,013 人 (截至 2023/12/31)
創立時間	1999 年 12 月
董事長	王令麟
總經理	彭鴻斌
總部位置	新北市中和區景平路 258 號
資本額	新台幣 1,019,163,600 元
主要關係企業	東森國際、東森新零售、香港草莓網、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

東森購物永續宣言

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，堅持高標準的品質檢核，開發優質自營商品，持續積極在經濟、社會、環境保育等方面不斷精進創新，打造與社會共榮共好的永續生態圈。



攜手關係企業 打造東森生態圈

東森購物以「打造台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、電商等關係企業，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
- » 寵物服務及消費性商
- » 新媒體影音廣告
- » 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

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

1.2 營運策略與成效

2023 年東森購物經營亮點



2023 年度
合併營收達 204 億元



台北車站東森廣場、台北榮
總東森廣場開幕，
開拓實體商場整合線
上與線下服務



東森直播 Channel 5 開台，
開創新零售結合新媒體的
創新模式



發行「E 幣」
可 100% 消費折抵。
2023 年共已發行 6,582
萬枚



東森直播電商「網紅聯播盛典」



台北車站東森廣場



台北榮總東森廣場



東森直播 Channel 5 開台

1.2.1 營運策略

拓展通路 繁榮「好吃、美麗、健康」東森生態圈

東森致力開發優質產品，多元開發自營商品滿足會員所需，秉持「人證、物證、科學做見證」精神，除了與學界產學合作，也攜手國內生技大廠，將生技研發的能量轉換為優質產品，透過大數據的科學分析，由「東森嚴選」品質把關，強化「好吃、美麗、健康」生態圈。



好好吃

- » 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
- » 藉助學術界、業界領導品牌力量，與輔仁大學、台北醫學大學及台安醫院共同開發機能養生食品
- » 料理之王料理包榮獲 iTQi 比利時國際風味絕佳獎，年銷 1 萬件，營業額 7 仟萬
- » 阿一鮑魚獲頒國家品牌玉山獎，年銷 1.7 萬件，營業額 6.7 仟萬



好美麗

- » 東森自然美 4 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，平價美妝品牌 BIO UP 在獎項肯定下，2023 年度熱銷 3.5 萬件，創造 6 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

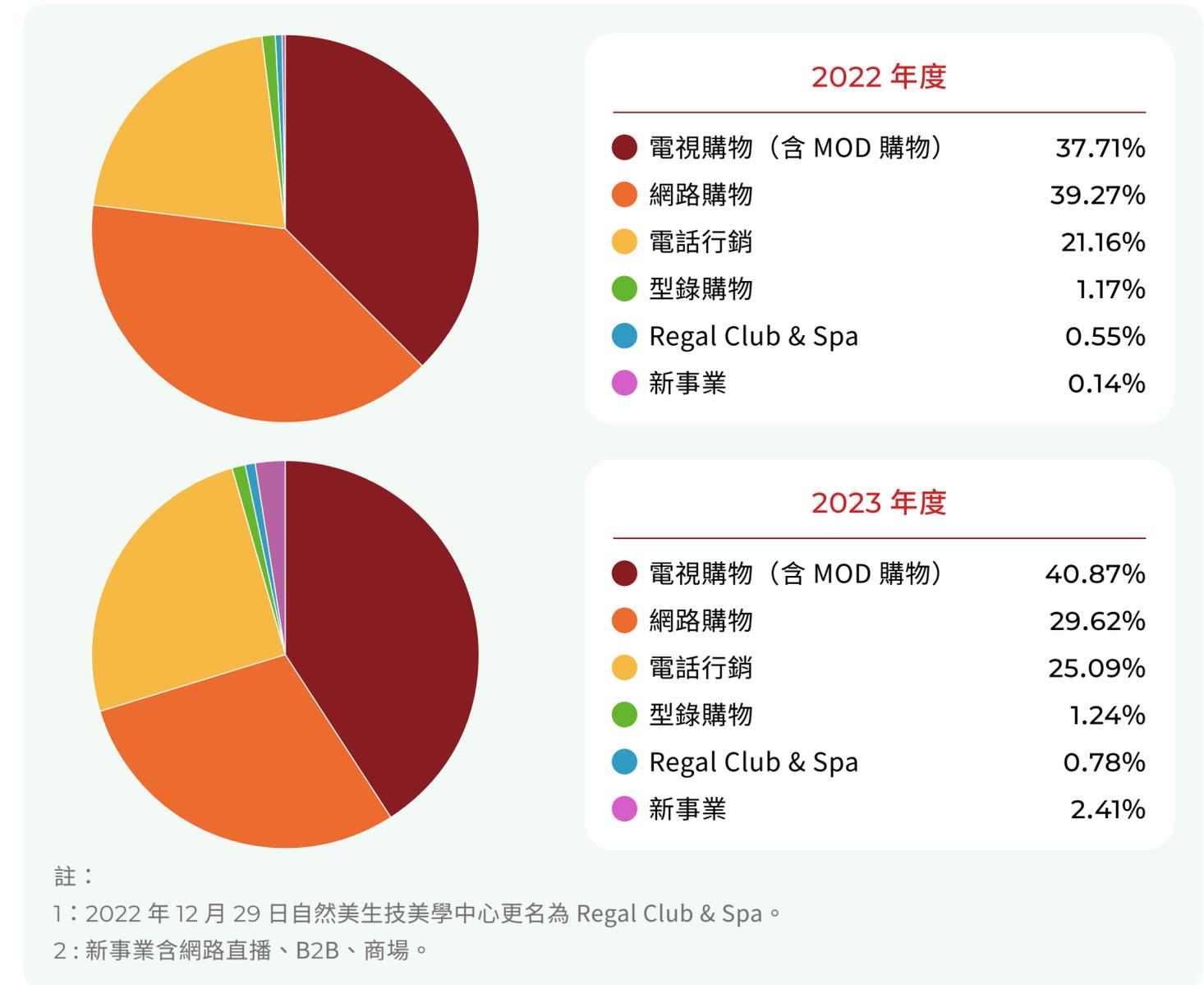


好健康

- » 運用集團產學合作資源，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

2023 年各通路營運表現

東森購物採取多通路布局，積極開發實體商場與直播電商業務，多元化拓展客戶互動管道，整合跨通路會員數據，運用 AI 大數據交叉導客，以 OMO 經營模式鞏固市場，持續擴展實體版圖，繼中和總部東森廣場開幕後，「台北榮總東森廣場」及「台北車站東森廣場」亦於 2023 年開幕，整合線上銷售線下服務，擴大觸角，成為新會員招募及客戶回流之助力，藉此提升會員滲透率。



開創自營商品 「東森嚴選」優良用心

「東森嚴選」是東森核心價值，展現對每一位消費者的「承諾、責任、榮譽」，我們以「東森嚴選」精神開發優良自營商品，並將此價值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，「東森嚴選」下每件商品皆須通過 70 項品管檢核項目，層層管控，用心把關，歷來消費者滿意度都達 95% 之上，讓「東森」兩個字成為一項保證。2023 年度的自營商品營收比重達 32%，較 2022 年提高 8%，其中又以保健食品類、食品和美容美材類的自營商品佔營收最大的比例。

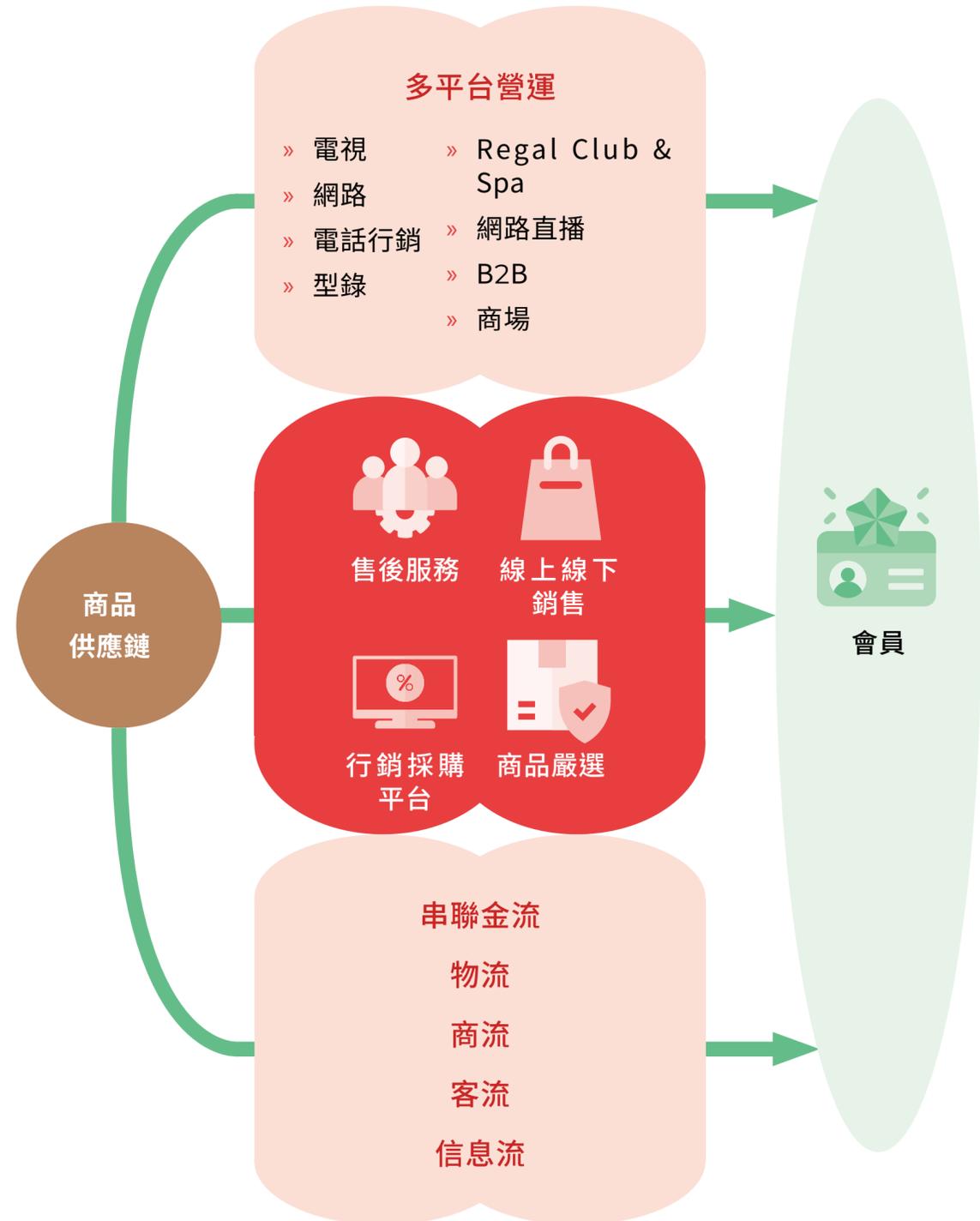
東森購物聯手關係企業，包含東森自然美、東森寵物雲等發展線上線下複合店，提供優質的會員服務及經營措施，並且為打造更完整的購物體驗，確保供貨品質，我們積極落實源頭管理，整合行銷採購平台，串聯金流、物流、商流、客流與信息流，掌握每一個客戶的需求，強化品牌的永續競爭力。



2023 年自營商品銷售成效

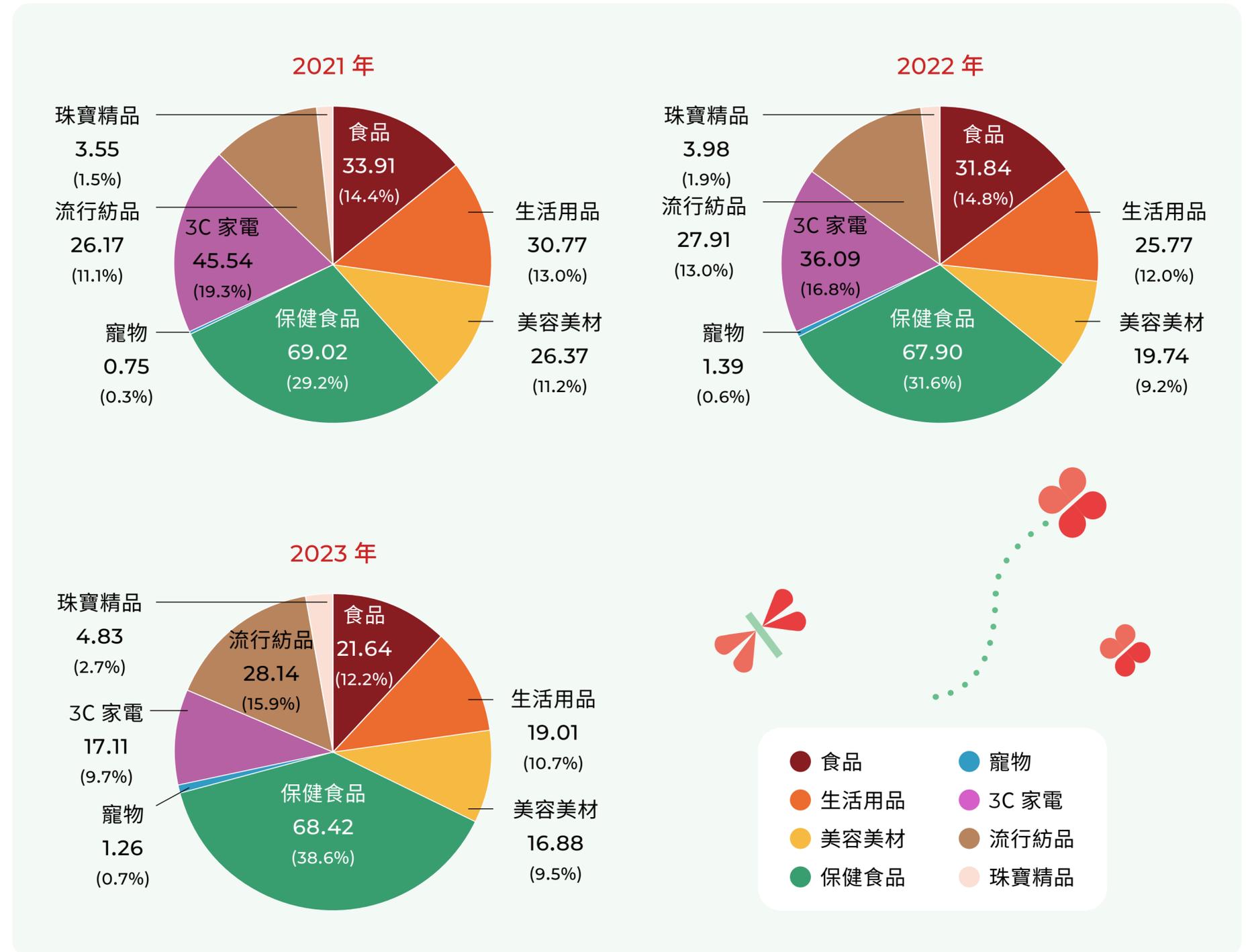
類別	項目	品項數量 (單位：項)	銷售數量 (單位：件)	銷售金額 (單位：仟元)
食品	萬歲牌堅果補給隨行包東森聯名款分享組	6	104,791	84,682
	萬歲牌東森獨家杏仁小魚靈活補給包	2	60,472	53,721
	泰國 COCOBURI 100% 純天然椰子水	4	32,625	27,275
生活用品	A+ 蘆屋家石墨烯太空光波能量超導被	2	2,217	62,210
	LUXWELL 天使能量床	4	1,332	60,076
	東風極柔 3 層抽取衛生紙	6	69,078	49,949
美容美材	自然美瑞昇超逆齡賦活膠囊	6	7,225	40,735
	自然美森美妍山蔘逆齡組	1	2,561	22,570
	瑞昇藍鑽活萃肽頂級禮盒套組	1	865	21,461
保健食品	東森活泉精華膠囊	40	34,204	513,615
	JACKY WU 日安玩美紅藜麥穀物粉	85	72,650	433,699
	妍美会日本專利激活再生安瓶	17	15,576	384,256

會員導向



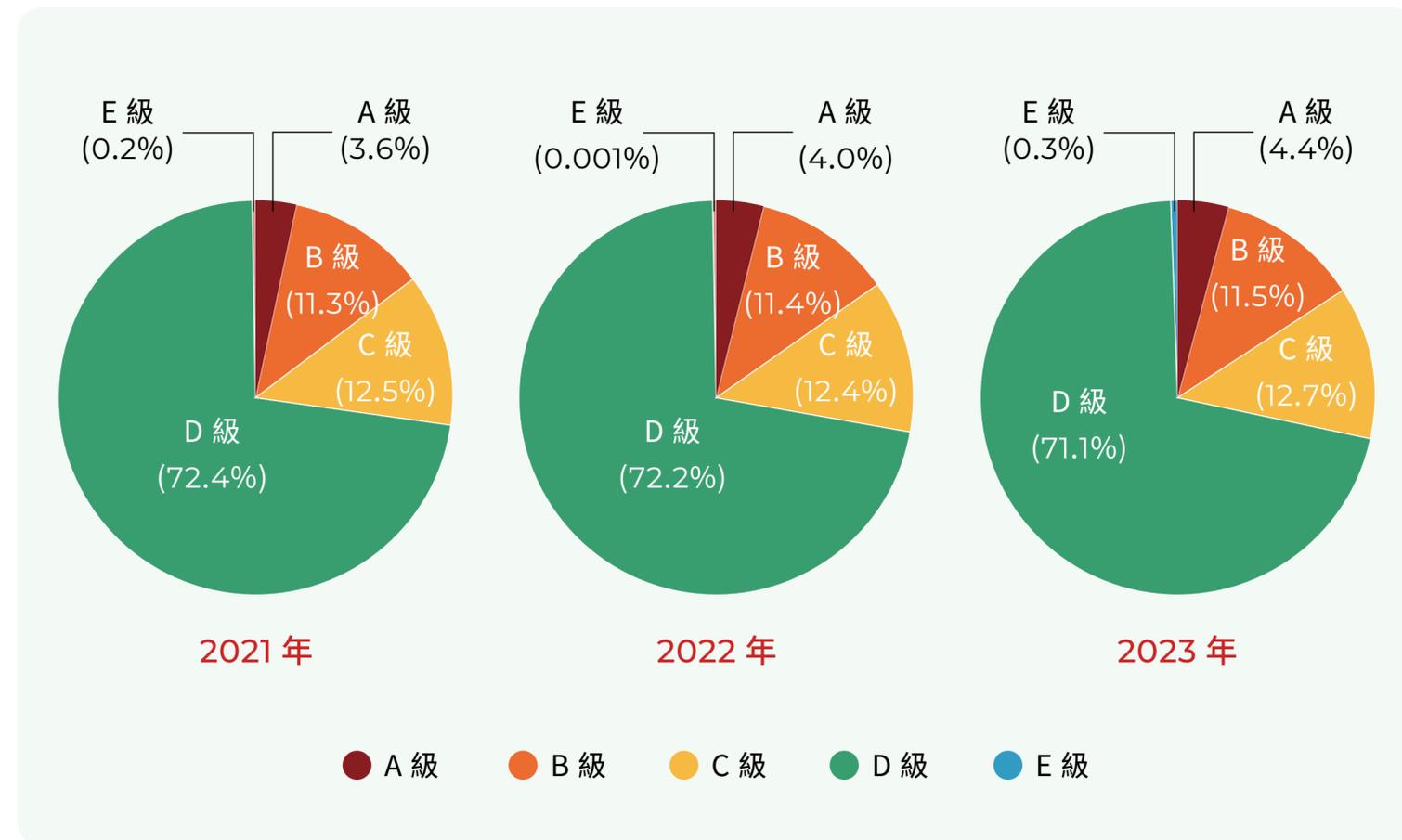
近3年商品類別營收佔比

單位：新台幣億元



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，運用線上、線下消費大數據，掌握會員輪廓與喜好精準行銷，亦運用自然語言處理與自然語言理解系統建構商品標籤，自動化為最適合會員需求的商品貼標，滿足不同類別消費者的需求。



1.2.2 經營成效

隨著後疫情時代，顧客消費習慣改變，因應環境趨勢的變動，東森購物整合集團資源，發展實體通路的同時，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，掌握變革的契機，維持穩健獲利。

2023 年東森購物經營成效

單位：新台幣仟元

項目		2021 年	2022 年	2023 年
經營能力	總資產	12,207,915	10,971,220	10,977,665
	總負債	9,944,589	10,709,994	10,839,126
	總股東權益	2,263,326	261,226	138,539
	營業收入	27,200,172	24,656,410	20,424,296
	營業淨利	2,241,793	1,994,507	1,248,922
	稅後淨利	1,808,488	(511,875)	(101,869)
分配經濟價值	員工薪資及福利	3,194,064	3,144,006	3,142,048
	股利分配	1,426,829	305,749	0
	支付利息	161,154	196,637	203,136
	繳納所得稅	339,624	366,032	346,489
	公益捐助	6,400	2,400	4,156
獲利能力	資產報酬率 (%)	15%	-4%	-1%
	權益報酬率 (%)	81%	-41%	-51%
	每股盈餘 (元)	17.74	-5.02	-1.00

註：2022、2023 年因打消商譽，導致年度淨損。

1.3 公司治理與誠信經營

重大主題：企業治理與營運

對東森購物的意義

東森購物是台灣第一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。

未來短期目標 (2024 年)

- » 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 (2025-2028 年)

- » 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

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，以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。

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，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

主責單位

稽核室、法務部、經營管理部



東森
嚴選

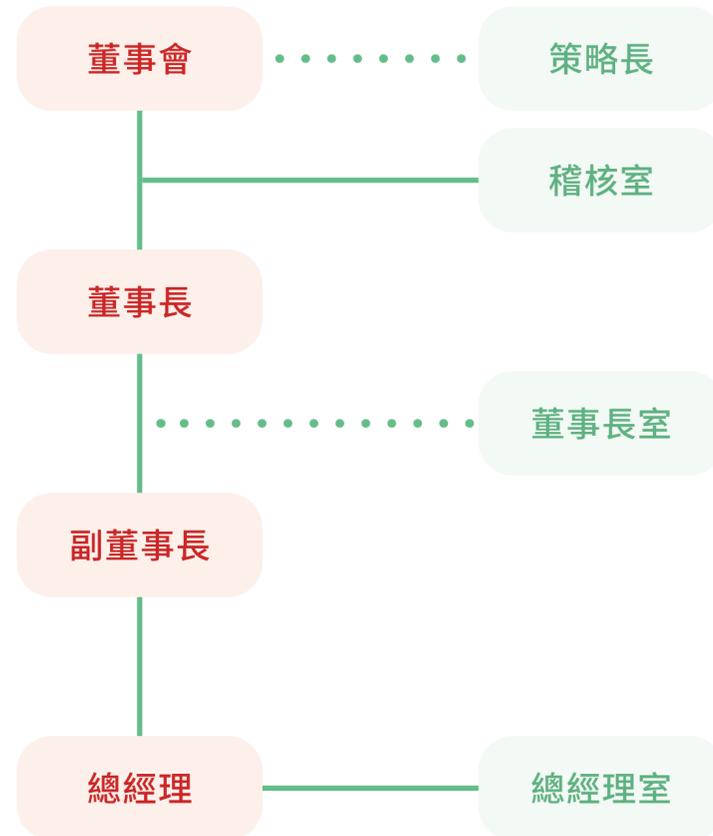
1.3.1 公司治理

東森購物實踐透明誠信企業經營理念，以董事會為最高治理單位，秉持永續經營核心，廣邀具有媒體、法律、財務背景之專業人士組成董事會，以持續落實董事會成員多元化目標，並訂定「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，2023 年第 2 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，2023 年共召開 5 次會議。東森購物雖然沒有設立獨立董事席次規範，但考量董事會成員多元性，其中 2 位外部董事（劉煌基與何俊英）皆具有律師背景，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。

東森購物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。



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，而當公司尚有累積虧損時，將預先保留彌補數額，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。2023 年商譽減損致淨損，未發放董監報酬。

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

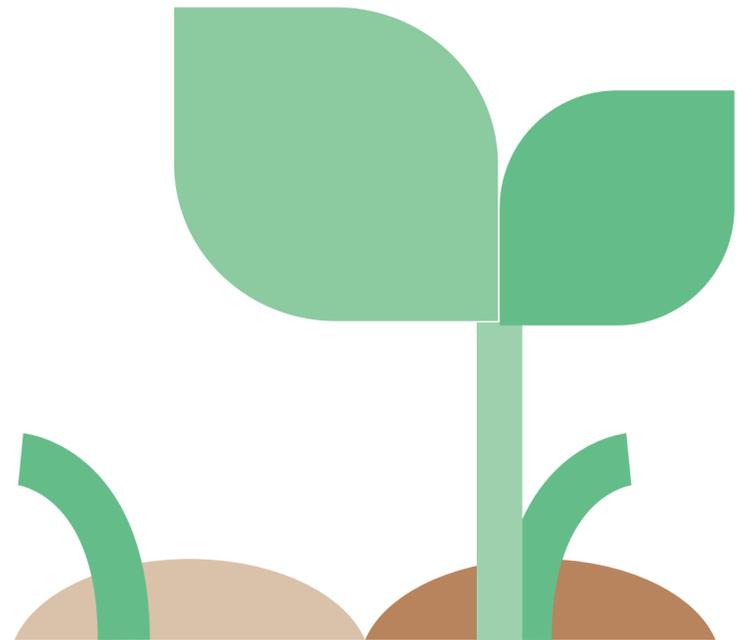
單位：新台幣元



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。2023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議討論並結案。



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

第3屆第9次、第10次理監事聯席會議

分別於2月9日、6月15日舉辦第3屆第9次與第10次理監事聯席會議，會中邀請數發部數位產業署長官蒞臨交流。

第4屆第1次會員大會暨第1次理監事聯席會議

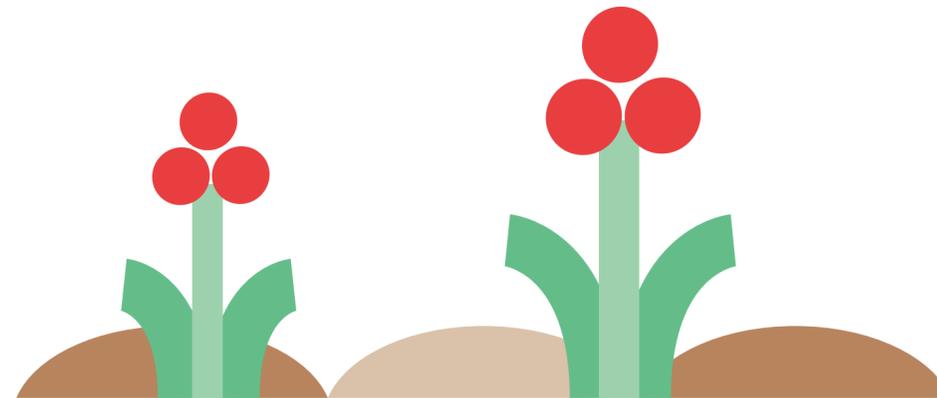
於8月11日邀請數位發展部數位產業署呂正華署長、農業部動植物防疫檢疫署鄒慧娟副署長蒞臨致詞，以及邀請街口支付梅驊董事長、走著瞧林伯翰商務長及台灣微軟李光耀總經理等人，分享未來金融、防詐、AI等議題。

數發部與無店面公會交流會議

9月11日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出席，與全體理監事交流。

第4屆第2次理監事聯席會議

於11月23日舉辦第4屆第2次理監事聯席會議，會中邀請數發部數位產業署長官蒞臨交流。



第3屆第9次理監事聯席會議



無店面公會會員大會



1.3.2 誠信經營

東森購物積極建立良好的誠信經營文化，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，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。

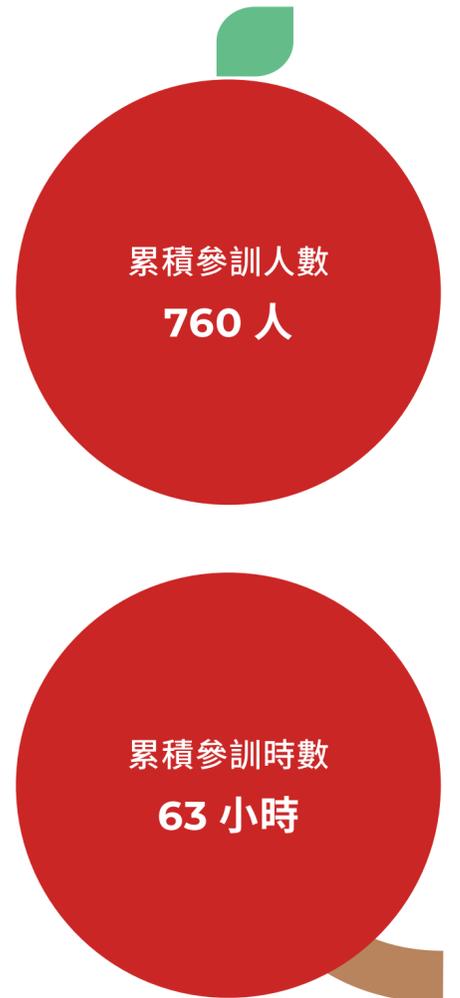
為保障公司運營的透明和誠信，對外東森購物訂有完整的業務規範、合約條款來分散法律風險，對內針對反賄賂、反貪腐定有「員工服務契約書」、「員工清廉守則」、「資訊安全暨保密同意書」等誠信正直獎勵與舞弊懲戒條款，員工入職時均須簽署，作為員工執行業務活動之指南與規範，員工亦須於簽訂「員工服務契約書」、「員工清廉守則」時，接受誠信經營相關之內部訓練課程，學習包括不當行為管理、智慧財產權資訊管理、內線交易防範、營業秘密侵害防範，內部及客戶溝通合規政策等知識。2023 年東森購物未發生貪腐事件，且未違反「勞動法規」、「衛生法規」、「環保法規」及「兒童及少年福利與權益保障法」、「個資法」等，僅有 1 件違反「公平交易法」遭受罰款情形，並已於期限內改善。

2023 年違規事件與處理情形

違規或罰鍰狀況	處新台幣 10 萬元罰鍰
原因說明	支票機廠商之商品屬虛偽不實及引人錯誤之表示，違反【公平交易法】
後續處理	
<ul style="list-style-type: none"> » 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。 	

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



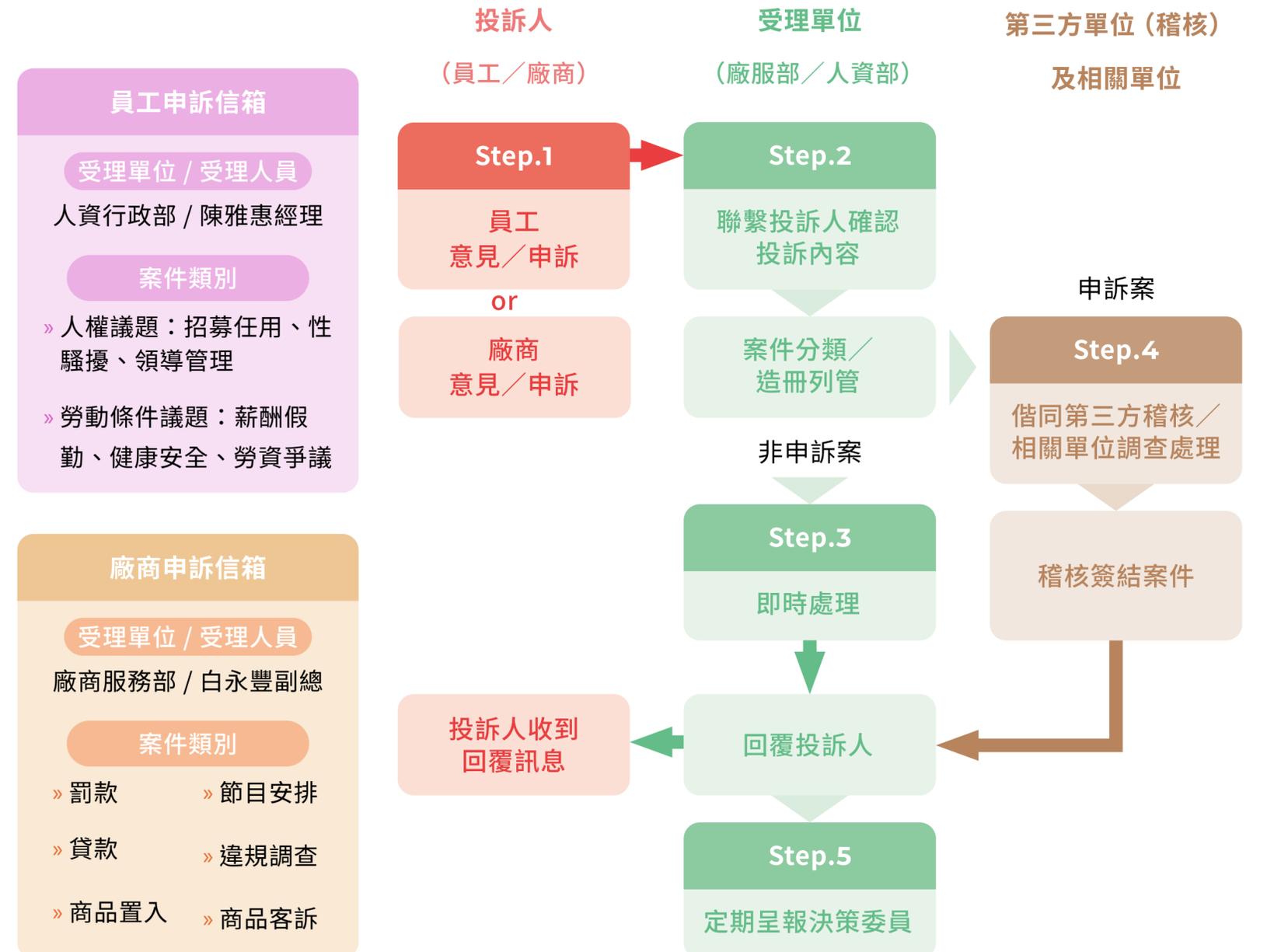
稅務管理

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



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，所有申訴案件皆會由受理單位造冊列管、依法處置，亦會立即呈報相關決策委員會。2023 年共處理 28 件廠商申訴事件、3 件勞資爭議、無性騷擾申訴事件。勞資爭議皆透過多方人員訪談、書面記錄、相關人調查、雙方協商後解決。



1.4 內部控制與風險管理

東森購物定期針對日常營運風險進行辨識、評估與控制，以維持穩定的公司運作，保障所有利害關係人的權益。東森購物已於 2017 年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，由董事會通過最新的「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。

我們每年依據內部控制制度九大循環與法規要求，針對各循環及各作業項目根據「必要性」、「重要性」及「風險性」進行評分評估風險，並依照風險結果制定稽核計劃及執行相關作業查核。

東森購物雖非上市公司，稽核計畫與結果報告不須呈報董事會，我們仍然於每年年底，將稽核計畫上呈專責主管，並根據法令規範查核必查、非必查項目，2023 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，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採取「全員全面風險控管」，由總經理根據風險類型，與相關權責單位評估各項風險因子發生之可能性及衝擊影響程度，討論與執行風險管理措施，並視需要徵詢外部顧問意見，依照風險評估結果調整營運策略，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。

東森購物的管理階層將隨時監控執行進度、適時調整對策並審核資源需求，確保有效防範新興風險之餘，仍達成公司各項營運目標。另外由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，確保公司全體人員具備充分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。

Risk Management

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。

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。

1.4.1 風險鑑別與管理

東森購物由管理階層依據多年經驗與專業判斷，評估公司日常運營可能面臨的風險來源，並針對各風險類別制定因應措施：

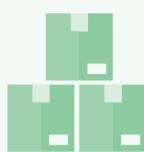
管控風險方式



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，確保商品品質。投入產品責任險 2 億元

管控風險方式



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

管控風險方式



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

管控風險方式



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

管控風險方式



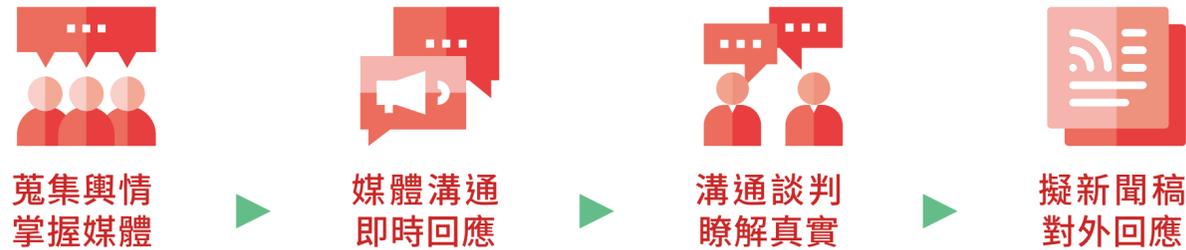
資安

- » 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

1.4.2 危機因應與管理

為因應危機事件，東森集團於 21 大中心之行銷社群中心設有「重要新聞應變組」，主責隨時應變包含東森購物及其他關係企業之突發緊急事件，藉由完善的處理標準作業流程，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，避免各類媒體採信未經證實資料對公司進行不實報導，進而嚴重傷害公司商譽與銷售業績，公司提前做好預防準備，將潛在危機化為轉機。

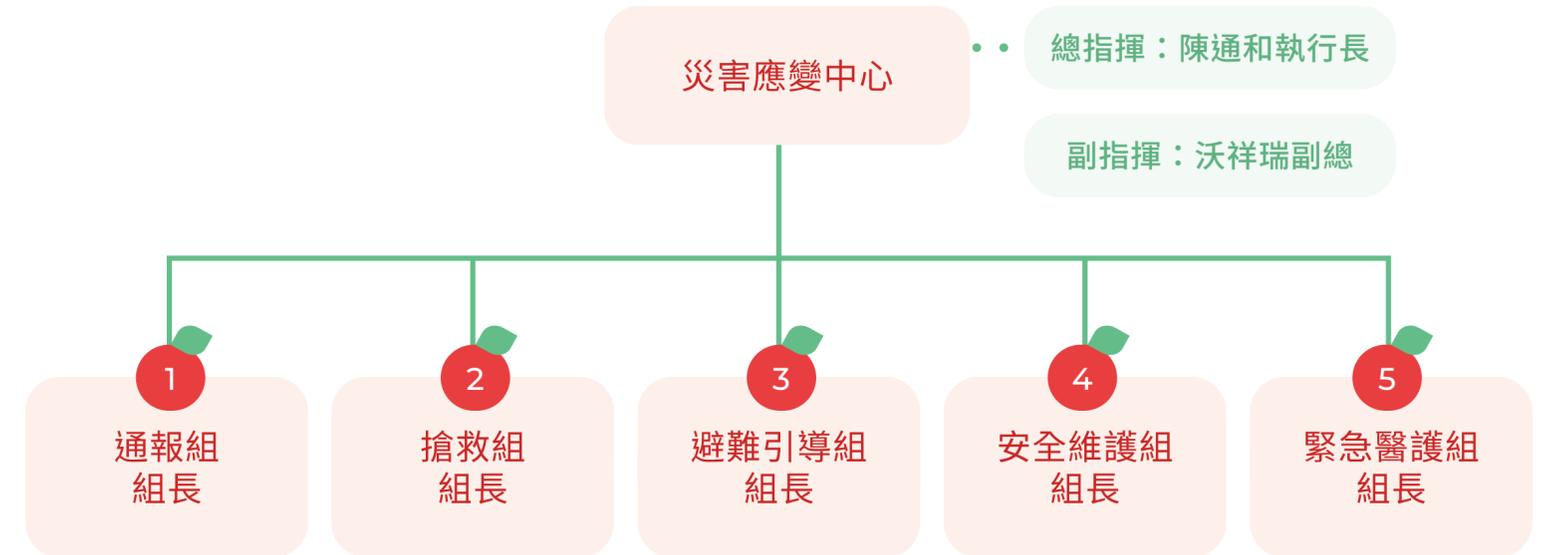
重要新聞應變組主要的任務



災害應變中心

東森集團 2022 年成立「災害應變中心」，勘查各辦公區塊避難動線、避難場所及防災物資集中地，擬制防災民生物資檢查表，定期由管理部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。因應實體商場開設，災害應變中心 2023 年針對台北榮總東森廣場、台北車站東森廣場辦理公安教育訓練，並且訂定公安及緊急意外事件之標準作業流程，以應變商場緊急事件。此外亦制定發生停電、斷網等事件的標準通報流程。未來規劃將針對地震事件擬定預防措施及發生後的標準作業流程，將員工安全及公司財產傷害風險降至最低。

災害應變中心架構圖



緊急意外事件之標準作業流程

