



2021

東森得易購股份有限公司

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
2021 年度永續亮點績效
利害關係人議合及重大議題分析
永續價值與策略
CHI 穩健治理 永續經營
CH2 嚴選品質 創新體驗
CH3 綠色營運 低碳家園
CH4 健康平權 幸福企業
CH5 熱心公益 共融社會
附錄

目錄

目錄	01
關於本報告書	02
董事長的話	03
東森購物大事紀	04
2021 年度永續亮點績效	05
利害關係人議合及重大議題分析	08
永續價值與策略	12

CHI 穩健治理 永續經營	16
1.1 關於東森購物	17
1.2 營運策略與成效	19
1.3 誠信治理	25
1.4 內部控制與風險管理	28

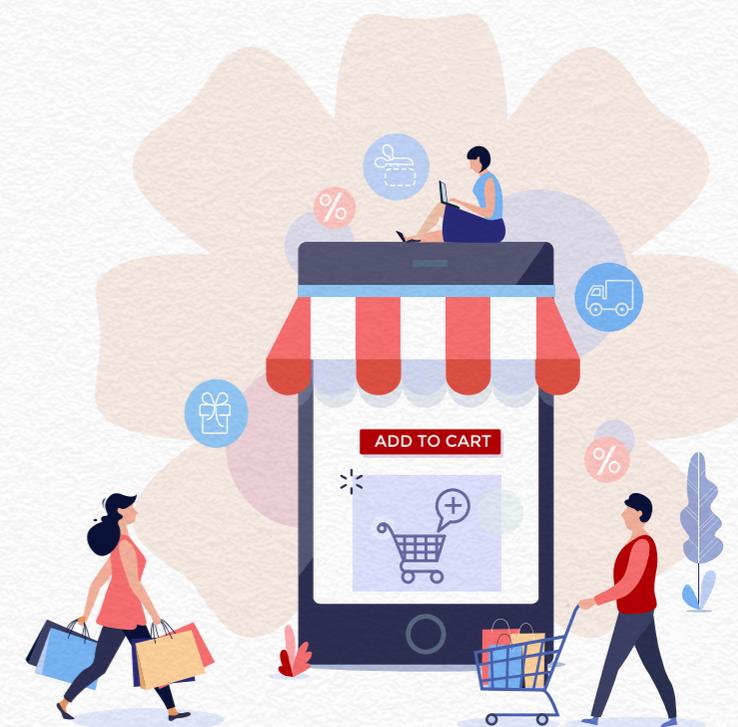
CH2 嚴選品質 創新體驗	30
2.1 創新的購物體驗	31
2.2 嚴選供應商與品質控管	33
2.3 客戶服務與安心保障	37
2.4 資訊安全與隱私保障	40

CH3 綠色營運 低碳家園	42
3.1 落實綠色環境管理	43
3.2 包材減量與綠色包裝	46
3.3 綠色物流	48
3.4 氣候變遷風險與機會	51

CH4 健康平權 幸福企業	54
4.1 多元聘僱	55
4.2 人才培訓與發展	58
4.3 幸福職場	62

CH5 熱心公益 共融社會	70
5.1 社區投資願景與目標	70
5.2 支持在地農業	72
5.3 疫起做公益	76
5.4 社會公益參與	77

附錄	
附錄一 GRI 永續性報導準則 (GRI 準則) 對照	84
附錄二 SASB 永續會計準則對照表	88
附錄三 參與公協會之名單	89
附錄四 2021 年董事會組成與運作	90
附錄五 確信報告	91



● 關於本報告書

2021 年東森得易購股份有限公司 (以下簡稱「東森購物」) 企業永續報告書，本書將以公開、透明的態度，詳實地向利害關係人揭露我們在企業永續議題上之成果與策略目標，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

2021 年度報告書揭露期間為 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，我們規劃於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購物公司，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) 2016 年頒布之 GRI 永續性報導準則 (GRI Standards)，及永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 所發布的相關產業標準撰寫編製，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五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 2021 年度東森購物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	吳淑嬪
地址	新北市中和區景平路 258 號 1 樓
電話	(02) 2943-7888 #7236
E-mail	envy.wu@ehsn.com.tw
官方網站	http://www.ehsn.com.tw





董事長的話

東森購物不畏懼 Covid 19 的影響，2021 年的營運獲利逆勢衝高，全年 EPS 達到 17.74 元，獲利能力已然穩居國內第二大電商。除了既有的電視、網路、電話行銷通路，我們積極整併多元通路，包含併購草莓網強大的美妝供應鏈，也納入熊媽媽買菜網加強生鮮線上通路。此外，東森購物一直以來都秉持著「東森嚴選」的精神，堅持最高標準的品管檢核，也持續發展旗下優良自營商品，2021 年度自營商品營收較去年成長 28.7%，整體獲利佔比達 37.1%。東森購物也透過 AI 大數據精準分析客群，持續經營「好吃、美麗、健康」的生態圈，串聯東森集團線上銷售與線下自然美、寵物雲及東森房屋等門市服務，為東森會員創造最溫暖、便捷的客戶體驗。

良好的營運績效，帶動員工福利的成長，2021 年東森購物員工平均調薪 5.7%，共調薪約新台幣 121 萬元，集團年終獎金最高更達 6 個月，總計發放新台幣 3 億元！除了高標準的薪酬之外，我們也為全體員工打造最安全、優質的工作環境，實施北中南共 5 場次 PCR 檢測，並且為所有的東森購物員工投保疫苗險，2021 全年度更是沒有任何一件職災案件和疫情案件發生。

在推動共融社會方面，東森購物多項社會參與專案都已延續多年，我們長期支持全台農業、關懷偏鄉學童、協助更生人復歸社會及深耕台灣基層體壇等。我們藉由電視購物台與購物網 ETMall，多年來持續幫助全台各地小農在多元平台上銷售，落實「去中間化」，讓小農能透過我們直接與消費者接觸，縮短產銷供應鏈，東森農場在 2021 年共創下 3,935 萬元的銷售成績。「愛的早餐」專案更是連續 15 年推動，透過東森購物會員響應「共善共好圈」踴躍捐贈發票，作為偏鄉學童的早餐經費來源，社會報酬率 (SROI) 為 2.2。

為了面對全球氣候變遷所造成的嚴峻考驗，東森購物將綠色營運視為重要議題，我們致力於發展綠色物流與綠色包材，投入研發新式電動機車，預計 2022 年導入 200 輛新式機車加入配送，並且持續增加我們的包材再生原料比例。我們的楊梅幼獅物流中心，已正式啟用 EC 倉的楊梅一倉，除了提升網路商品入倉比例及快速到貨的比重外，更進一步導入隔熱及綠能工程。為了推廣綠色標章商品，我們自 2019 年即在東森購物網站上設置綠色集點專區，會員數持續增長。

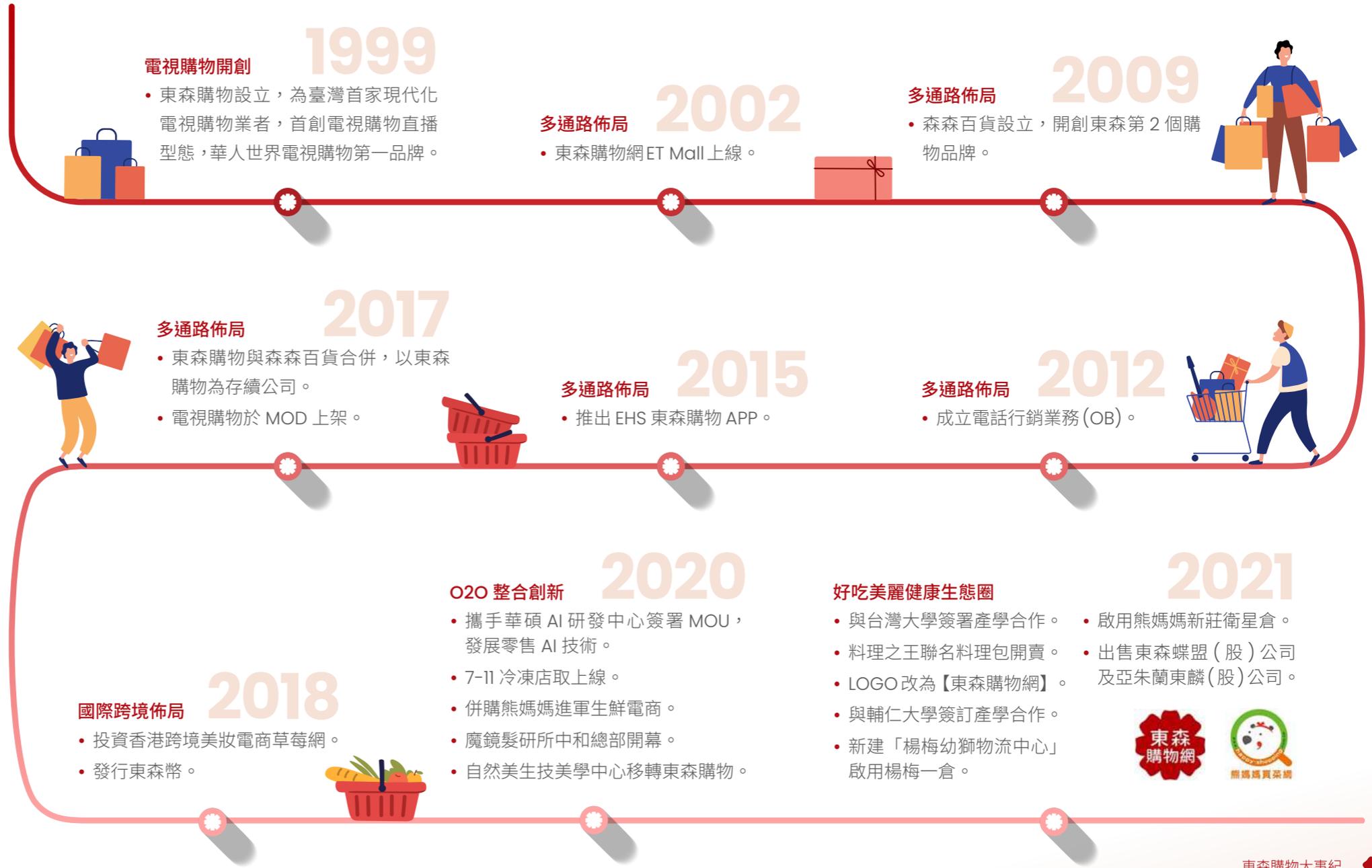
東森購物的努力，也獲得諸多外部獎項的肯定，2021 年我們榮獲 IIII 人力銀行「幸福企業金獎及特別獎」；體育推手「推展類銅質獎」、「贊助類長期贊助獎」；我們在《天下雜誌》「兩千大調查」中在服務業總成績單排名第 70，也是百貨批發零售業第 7 名，並在「營運績效 50 強」中位居第 23 名。此外，我們首度參加台灣企業永續獎，就榮獲「第 14 屆 TCSA 台灣企業永續報告書- 貿易百貨業金獎」，鼓舞我們持續向永續治理努力邁進！

東森集團已將 2022 年訂為 ESG 元年，將投入植樹、淨灘等綠色行動理念，也與新北市政府合作「新北山海造林計畫」，預計 3 年種 1.5 萬棵樹，我們亦結合「好吃、美麗、健康」的主軸，在經濟、環境、社會面持續精進，打造與社會共榮共好的東方森林。

東森得易購 董事長



東森購物大事紀



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄

2021 年度永續亮點績效



經濟治理面



東森購物榮獲
「第 14 屆 TCSA 台灣企業永續報告書
- 貿易百貨業金獎」



東森購物榮獲北區國稅局頒贈
「績優營業人」



東森購物榮獲第十六屆金炬獎
「年度十大績優企業」、
「優良顧客滿意度獎」 雙獎



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

東森購物自營商品「東森農場料理之王料理包」
榮獲「國家品質金牌獎」及
「台灣優良產品金鑽獎」



在地採購金額超過 164 億 新台幣，
占總採購金額比例高達 99.41%



2021 年東森購物營收 272 億元
較去年成長 14.72%

2021 年東森購物
每股盈餘 17.74，
較去年成長 25.73%

女性員工佔總員工的
64.4%
管理職位中有
58.3% 為女性



加入台灣 CERT/CSIRT 聯盟
強化企業資安通報及資安聯防體系

領先業界推出「訂購可視化服務」，
全年度可締造近 1,460 萬元 業績

積極發展自營商品，2021 年度營收佔比高達 33.4%

東森購物聯名商品熱銷，創下 9.4 億元 的年營收

新通路「網連通」2021 年營運快速成長
營收 17.9 億，年增 137.2%；
獲利 1.3 億，年增 382.5%



2021 年度永續亮點績效



環境面



空調水塔更新，
每年約節省 **150 萬** 電費



2021 年用電量較前一年
減少 **173,200 度**，
預估減少 **86.94 公噸** 的碳排放



重視綠色包材，
紙箱印刷面積減量優化，
印刷面積由 50% 降至 **30%**



致力於精進減廢回收行動，
執行併件包裝機制，
2021 年共節省約 **134 萬個** 紙箱



預計 2022 年導入 **200 輛**
新式電動機車投入配送



正式啟用 **楊梅幼獅物流中心楊梅一倉**
除了提升網路商品入倉與快速到貨比例外，
更導入隔熱及綠能工程，
前者工程可降低室溫 1-2 度



導入「**入統倉集運出貨**」機制，
平均每年可減少 **33 萬次** 的配送次數



導入來回件換貨服務，同步進行逆物流收取和新商品配送的作業，
2021 年每月平均可減少約 **650 次** 的運輸次數

與新北市政府合作「**新北山海造林計畫**」，
預計 3 年種 **1.5 萬** 棵樹



推動綠色消費，東森購物網與環保署合作
成立「**環保集點**」專區，
2021 年共 **3,549** 會員響應，
消費金額 **498 萬元**



2021 年度永續亮點績效



社會面



東森購物榮獲 IIII 人力銀行
「幸福企業金獎及特別獎」



東森慈善基金會榮獲體育推手獎「推展類銅質獎」
「贊助類長期贊助獎」 雙獎



員工平均調薪 **5.7%**，
共調薪約新台幣 **122 萬元**



集團年終獎金最高達 **6 個月**，
總計發放新台幣 **3 億元**

投入新台幣 **4,453,835 元** 培訓員工
開設 **137 堂** 實體訓練課程，
受訓人次 **1,722 人**，
總受訓時數 **47,014.5 小時**



2021 年數位學習平台，較去年
學習受訓人次成長 **70%**、
受訓時數成長 **149%**



2021 年
公司重大職災案件數 **0 件**、
疫情案件數 **0 件**



東森集團總裁王令麟獲
「更生保護會」頒獎表揚，
協助更生人復歸社會

為全體員工實施北中南
共 **5 場次** PCR 檢測，
支出費用達新台幣 **1,298 萬元**



東森購物為員工投保疫苗險涵蓋率 **100%**

東森農場與 13 名縣市首長協力推廣在地農業，
銷售額為 **3,935 萬元**，較去年成長 **8%**

捐贈雙北市
1,000 萬元



與 **臺大** 強強聯手，
捐贈 **生技大樓**，
齊心抗疫，守護家園
促進產學合作及人才培育

愛的早餐計畫連續開展 15 年，
2021 年共捐贈 **64 所** 學校，共 **589 萬元**
2020 年計算社會投資報酬率 (SROI) 為 **2.2**

與輔大產學合作，共同建置「**輔大東森樂活健康產學中心**」，秉持「東森嚴選」精神，提供消費者更優質的好吃、美麗、健康商品與服務



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄

利害關係人議合及重大議題分析

東森購物參照 AAI000 SES 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard 2015) 的五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六大類主要的利害關係人，包含員工、客戶、主管機關、股東 / 投資人、供應商、媒體等。



● 利害關係人鑑別與議合

利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道	頻率	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。	<ul style="list-style-type: none"> 人才管理與員工多元權益 	<ul style="list-style-type: none"> 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	CH4
 客戶	透過了解客戶的各項需求對產品以及報導內容之需求，倉儲業務亦著重為客戶節省成本、創造價值，期待能夠優先於客戶想得更廣，創造更好的服務。	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	CH2 CH5

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄



利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道	頻率	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。	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 正式公文往來 電話 電子郵件 會議及座談會 	不定期	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。	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 股東大會 公司年報 網站訊息 官網留言專區 	每年一次 不定期	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。	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	不定期	CH2 CH3
 媒體	東森與大眾和對外溝通之重要媒介。	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期於公司網站發布訊息 記者會、新聞稿 	不定期	CH1 CH2 CH3 CH5



● 重大議題分析與排序

東森購物參考 GRI 永續性報告指南、永續會計準則 (SASB)、分析國內外標竿，及組織年度目標彙整出包含「產品與服務面」、「公司治理面」、「社會面」、「環境面」等四大面向 13 項永續議題，藉由利害關係人議合、公司治理暨永續發展委員會審議等程序，進一步辨識出 6 項關於企業永續發展及利害關係人權益之重大永續發展議題。



產品與服務

資訊安全與隱私保障、商品品質與顧客健康安全、永續供應鏈、研發與創新、永續消費模式



公司治理

企業治理與營運、企業夥伴的維繫與管道



社會面

人才管理與員工多元權益、企業的社會價值認知、環境與社會互動指標



環境面

氣候變遷與環境資源管理、綠色物流與包裝、環境與社會互動指標

重大議題分析結果排序

排序	面向	重大議題	對應 GRI 特定主題	回應章節	頁碼
1	環境面	氣候變遷與環境資源管理	GRI 302	3.1 落實綠色環境管理	43
2	公司治理面	企業治理與營運	GRI 205	1.3 誠信治理	25
3	社會面	人才管理與員工多元權益	GRI 403	4.3 幸福職場	62
4	產品與服務面	資訊安全與隱私保障	GRI 418	2.4 資訊安全與隱私保障	40
5	產品與服務面	商品品質與顧客健康安全	GRI 204	2.2 嚴選供應商與品質控管	33
6	環境面	綠色包裝與物流	GRI 301	3.2 包材減量與綠色包裝 3.3 綠色物流	46 48

重大議題矩陣圖



重大議題對東森購物價值鏈的衝擊涉入程度

重大議題	價值鏈衝擊邊界					
	內部	外部				
	東森	客戶 / 閱聽者	股東 / 投資人	主管機關	供應 / 承攬商	媒體
氣候變遷與環境資源管理	✿	✿		✿	✿	
企業治理與營運	✿		✿	✿		✿
人才管理與員工多元權益	✿		✿			
資訊安全與隱私保障	✿	✿		✿		✿
商品品質與顧客健康安全	✿	✿	✿		✿	
綠色物流與包裝	✿			✿	✿	

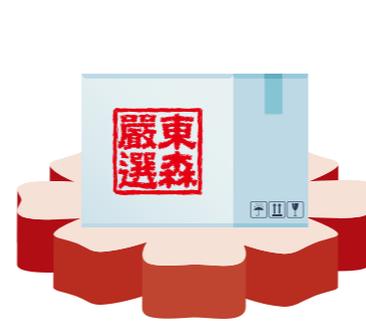




永續價值與策略

● 永續願景與使命

東森得易購股份有限公司（以下簡稱東森購物）為台灣電視購物的第一品牌，我們的願景是「打造台灣家庭購物的新世界」，自成立以來即將「東森嚴選」的核心精神落實在企業營運的每一個環節當中，並以「提供最高品質的商品與服務」為使命，從前端的商品開發、品質管控、節目製作、客戶服務、金流安全到後端的物流配送，層層管控，用心把關，積極實踐對每一位消費者的承諾，使「東森購物」成為品質保證的代表。



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、美妝保健及家庭用品等廠商，透過電視、網路、行動、型錄、MOD、會員電話行銷、生技美學中心及網連通等多種通路將商品銷售予我們的客戶。



上游

- 商品供應商
- 3C 家電
- 美妝保健
- 食品
- 流行紡品
- 家庭用品
- 生活用品
- 珠寶精品



中游

- 東森購物
- 行動購物
- 會員電話行銷
- 電視購物
- 型錄購物
- 生技美學中心
- 網路購物
- MOD 電視購物
- 網連通



下游

- 會員
- 黃金 (ABC 級) 會員
- D 級會員

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄



● 東森購物重大永續議題發展目標

面向	章節	重大議題	短期目標	中長期目標
<p>E</p>	綠色營運 低碳家園	氣候變遷 與環境資源管理	<ul style="list-style-type: none"> 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，預計於新北市翡翠灣進行 	<ul style="list-style-type: none"> 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
		綠色物流 與包裝	<ul style="list-style-type: none"> 紙箱印刷面積減量優化，印刷面積從總面積 50% 降至 30% 持續推動「永續循環包裝專案」 2022 年 Q1 試營運：提供回收獎勵 2022 年 Q2 - Q3 擴大操作：推動環保會員 預估每月出貨量 1,380 件，回收 356 件，回收率 25.8%，一年支出費用約 61 萬元 建置楊梅物流中心太陽能發電設備 	<ul style="list-style-type: none"> 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，預計至 2022 年底，電動機車佔比可由 25% 提升至 27%，推估 CO₂ 可減少 136.02 公噸 / 年 電動機車佔比，至 2025 年目標是提至 50% 遴選供應商以符合環境永續經營的企業為優先考量
<p>S</p>	健康平權 幸福企業	人才管理 與員工多元權益	<ul style="list-style-type: none"> 2021 年對外招聘約 235 項職缺，創造 1,000 個就業機會，預計 2022 年擴大對外招募至少 500 個職缺，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 2021 年預計成長 60%） 2021 年維持與 11 家大專院校之實習合作機會，因疫情關係 2022 年暫不擴大產學合作，待疫情趨緩，各校園回歸正常上課機制後，再行推廣 	<ul style="list-style-type: none"> 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

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄



面向	章節	重大議題	短期目標	中長期目標
<p>G</p>	穩健治理 永續經營	企業治理 與營運	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 因應上市計畫，獨立董事席次達到董事席次三分之一，落實公司治理 3.0 董事會成員多元化目標
	嚴選品質 創新體驗	商品品質 與顧客健 康安全	<ul style="list-style-type: none"> 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 供應商交易額達 240 億元 持續擴大與知名品牌及製造大廠合作開發自營商品 	<ul style="list-style-type: none"> 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 2% 供應商交易額達 660 億元 持續提高自營商品佔比，2026 年目標 48% 客服團隊 4 年內成長至 1,300 人，以持續提供會員尊榮服務優勢
		資訊安全 與隱私保 障	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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%

● 永續治理架構

東森購物以關係企業的身分參與東森集團的「公司治理暨永續發展委員會」，委員會由東森集團之獨董擔任召集人及主席，以聯合國永續發展目標 SDGs (Sustainable Development Goals) 為核心所設立。東森購物則設有「公司治理」、「員工照顧」、「社會關懷」、「環境永續」以及「客戶關係」五個工作小組，負責針對利害關係人所關注的議題訂定短中長期目標，並且統整各項永續專案計畫，及統籌規畫每年出版之永續報告書。

