

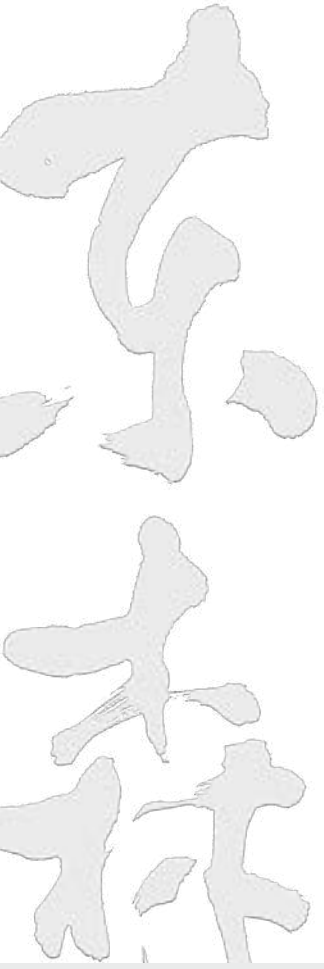
2017年

東森國際股份有限公司 企業社會責任報告書

Eastern Media International Corporation
Corporate Social Responsibility Report

東森





目錄 CONTENTS

關於報告書	03	東森大事紀	06
經營者的話	04	重大性議題分析與利害關係人溝通	06

CH1

落實公司治理 12

1.1	關於東森	13
1.2	永續發展策略	15
1.3	公司治理架構	17
1.3.1	董事會	18
1.3.2	薪資報酬委員會	18
1.3.3	審計委員會	19
1.3.4	東森企業社會責任委員會	19
1.4	財務績效	20
1.5	法規遵循與誠信經營	22
1.5.1	法規遵循	22
1.5.2	從業道德行為規範	22
1.5.3	舉報處理與意見申訴	23
1.5.4	外部公協會參與	24
1.6	風險管理	25

CH2

創新價值與服務 27

2.1	東森購物	29
2.1.1	東森購物創新成長策略	29
2.1.2	東森購物商品與服務	30
2.1.3	客戶關係維護	31
2.1.4	供應鏈與品質管理	34
2.1.5	多元通路發展	37
2.2	東森新聞雲	39
2.2.1	新聞雲創新發展策略	39
2.2.2	閱聽者關係管理	42
2.3	東森國際倉儲事業部	43
2.3.1	倉儲事業發展策略	43
2.3.2	客戶關係管理	44
2.4	綠色價值管理	45
2.4.1	綠色管理措施	45
2.4.2	節能管理	47

目錄 CONTENTS

CH3

創造友善職場 49

- 3.1 人力結構 51
- 3.2 訓練與發展 53
- 3.3 權益與福利 56
- 3.4 健康幸福職場 59

CH4

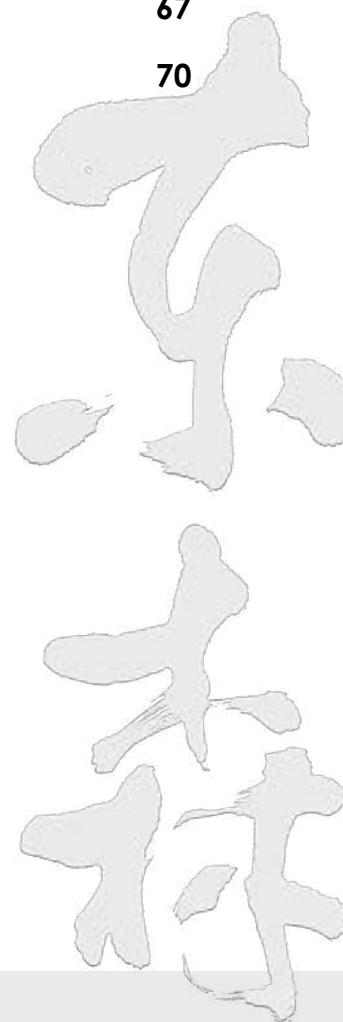
社會關懷與實踐 61

- 4.1 在地關懷與實踐 64
- 4.2 兩岸交流 67
- 4.3 愛無國界 70

附錄

GRI 索引表 71

- 全球永續性報告指標 GRI G4 對照表 72
- 確信報告 76



關於報告書

歡迎閱讀東森國際股份有限公司及其子公司（以下簡稱東森集團、東森）2017年發行的企業社會責任（以下簡稱 CSR）報告書，本書將以公開、透明的態度，向各界的利害關係人清楚揭露我們在 CSR 議題上之成果，內容區分為永續策略、營運概況、公司治理、創新價值與服務、員工關係、綠色環境、社會參與等，並針對我們所希冀的願景提出承諾，期待能透過此報告書讓利害關係人理解我們在近年所做的努力，以及持續邁向永續發展的決心。

報告邊界範疇

2017年度報告書揭露期間為2017年1月1日至2017年12月31日，本報告書發行日期為2018年12月，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以台灣區域的倉儲事業部（包含：台北總公司、台中港與高雄港倉儲營運處）、貿易事業部（東森得易購公司）與媒體事業部（東森新聞雲公司）為主，本報告書部分呈現過去及未來規劃內容，以完整呈現 CSR 相關資訊。

組織涵蓋範圍資訊

邊界	地址	電話
東森國際（總公司）	台北市大安區復興南路一段368號8樓	+886-2-2755-7565
倉儲事業部（台中港）	台中市清水區北五路23號	+886-4-2657-5960
倉儲事業部（高雄港）	高雄市小港區72號碼頭	+886-7-811-1131
貿易事業部（得易購）	新北市中和區景平路258號1樓	+886-2-5588-8888
媒體事業部（新聞雲）	台北市南港區重陽路72號	+886-2-5555-6366

撰寫依據

本報告書依循全球永續性報告倡議組織（The Global Reporting Initiative, GRI）於2013年頒布之 GRI 永續性報告指南 4.0 版（GRI G4）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。

外部保證

本報告書已委託獨立且具公信力之安永聯合會計師事務所依據確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之規定，對我們根據國際整合性報告書框架及 GRI G4 核心選項（Core）所編製的 2017 企業社會責任報告書，進行有限確信（limited assurance）。確信工作完成後之相關結果已與治理單位充分溝通，確信範圍及結論請詳本報告書附錄之獨立確信報告書。

意見回饋與聯絡資訊

若您對於 2017 年度東森集團企業社會責任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。

東森國際公司 投資人關係處

聯絡人 | 黃立文 經理

傳 真 | +886-2-2702-8079

地 址 | 台北市復興南路一段 368 號 8 樓

E-mail | daphnehuang@emic.com.tw

電 話 | +886-2-2755-7565 分機：737

官方網站 | <http://www.emic.com.tw>



經營者的話

以「創新、行動、分享」的組織文化，重新形塑產業樣貌

東森集團近年來在多角化經營策略下，考量大宗穀物倉儲市場胃納之限制及散裝航運市場之劇烈波動，逐步跨足具潛力新領域的投資經營以維持公司的持續成長並分散產業風險，歷經多年深耕於零售與媒體二項核心事業，結合「創新、行動、分享」的組織文化，以及東森人的專業與用心，時至今日，東森集團在台灣零售與媒體產業的影響力與貢獻度是有目共睹的。在組織中，我們要求迅速行動與反應，亦重視東森人的想法，透過各項溝通媒介及教育訓練中傳遞價值，同心方能同行，期望每一位東森人都是站在同一陣線上的精兵，都是樂於分享、開闊胸懷的創新行動者。

近年來，東森積極整合資源進行有效運用，持續投資新科技與新應用的研發，優化與深化現有的服務；同時，我們也持續關注潛在合作對象，透過併購、合資及業務合作等模式，期能發揮各自優勢能量，達到相加相乘效果，套用「快速行動、打破常規」的創新管理哲學，加速集團發展，以面對瞬息萬變的市場環境。

我們深知網路時代讓產業界線愈來愈模糊，我們必須勇敢跨界，在任何可能的競技場中保有強大競爭力。隨著科技發展大幅影響了零售與媒體產業的發展，也吸引了新的競爭者進入，因應「新零售」與「新媒體」事業發展。近年來東森透過新企業形象識別，積極延攬行銷、併購等專業領域人才，以確保東森在新零售與新媒體產業持續展現領頭優勢，重新形塑產業不同的樣貌。

以服務心和人結緣，以感恩心回饋社會

回顧 2017 年，東森持續深耕新零售與新媒體產業，透過多角化合作經營模式、人才投資與新科技研發等策略，開創營收新局達 142.11 億元，獲利也創下公司成立以來歷史新高，全年稅後淨利有 25.29 億元；員工關懷上，我們持續透過「馬上辦中心」提供同仁立即的急難救助協助；內外部溝通上，我們提供多元溝通管道，傾聽各利害關係人的意見；並檢視相對應的重要議題，作為東森企業社會責任實踐的重要基礎。

「東森慈善基金會」與「東森文化基金會」自 2000 年成立以來，秉持著回饋社會，服務人群的初衷，一步一腳印為公益志業紮根而努力，不論是在生命最艱難的時候，還是社會最需要關懷的角落，東森總是送上一份即時的溫暖、最實質的幫助。近年來透過專案的調整與深化，逐漸擴大影響範圍，如：「愛的早餐」從金錢捐助到更實際貼近需要的物資捐贈的方案，以創新模式並發揮購物平台的本業優勢，帶動購物平台會員、企業與主管機關等利害關係人齊心參與，又如「海峽兩岸小天使」也是持續多年舉辦，期許可以為兩岸的關係散播愛與和平的種子。

有感於極端氣候對台灣各地農漁民生計造成莫大影響，自 2018 年起，東森於購物平台上執行多檔盛產農產品的公益銷售專案，獲得政府與消費者的熱烈響應，未來我們將持續運用數位連結平台經濟的優勢，建立完善的產業生態系，協助農、漁及傳統產業於東森平台銷售，持續傳播善的種子與意識，邀請大眾共同關懷並實踐社會參與。

落實企業社會責任，實現產業生態系共榮願景

展望未來，東森為企業公民的一員，永續經營是我們的長期使命。因此，東森將持續提升企業資訊揭露的透明度，強化與利害關係人的互動，以誠正信實精神經營企業，創造友善的員工就業環境，扶植在地供應商，並持續贊助產業公協會（如：無店面零售商業同業公會、台灣資通訊傳播協會等），以促進相關產業的整體發展。我們將持續追求創新與成長，與利害關係人創造共榮共好的未來。



董事長

陳高文

東森大事紀

發展時期	重要里程碑
1973年～1979年 籌設及建倉時期	台灣區雜糧發展基金會陸續推動成立「民間籌建穀倉策劃小組」及「民營高雄港散裝穀倉籌備委員會」，負責推動建倉工作。於1975年正式成立「遠東倉儲股份有限公司」籌建高雄港 #71 碼頭八萬公噸、台中港 #1 碼頭六萬公噸散裝穀倉，首任董事長為趙常恕先生。
1980年～1994年 經營穀倉及航運業務時期	高雄港 #71 碼頭及台中港 #1 碼頭穀倉陸續於1980年及1981年正式營運，同時開始跨入海上散裝航運業務之經營。後於1992年起承租台中港 #3 碼頭六萬噸穀倉營運，再於1994年起承租高雄港 #72 碼頭八萬噸穀倉營運。 董事長變更歷程：1983年由袁忠渭先生榮任董事長，1986年由林坤鐘先生榮任董事長，1992年由王令麟先生榮任董事長。
1995年～2004年 股票上市及多角化事業雛形發展時期	1995年9月23日本公司股票掛牌上市，產業類別為航運類股；為配合多角化事業發展，2000年更名為「遠森網路科技(股)公司」，並陸續以成立新事業部門或轉投資成立公司之方式陸續跨入媒體(經營時期：1995年至今)、大陸物流(經營時期：1995年至2017年)、土地開發(經營時期：1997年至今)、基隆港 #32 卸煤碼頭營運(經營時期：1998年至2008年)、零售購物(1999年至今)、穀物貿易(經營時期：2000年至2013年)及休閒觀光事業(2004年至今)。
2005年～2013年 以兩岸零售、媒體及觀光三大事業為主軸之發展時期	2005年更名為「東森國際(股)公司」。隨兩岸往來經貿環境之改善，開始佈局大陸內需市場，陸續跨入大陸零售貿易、家庭購物、電子商務及媒體等事業，同時亦加大台灣電子商務、休閒觀光旅館及網路新聞市場之投資力度。2013年由廖尚文先生榮任董事長。
2014年～2018年 聚焦新零售及新媒體事業為核心發展	2014年上市產業類別調整為貿易百貨類股。面對大數據、移動裝置、雲端科技及通訊技術等相繼改變產業經營模式的時代，展開各項投資及併購，並擴大資訊研發團隊，投入相關研發聚焦新零售及新媒體產業的應用，並結合社群商務、點數經濟及O2O的各項新型態的發展，為消費者及閱聽大眾在食衣住行育樂的各個面向，創造跨產業、跨平台、並整合實體與虛擬的新體驗。

重大性議題分析與利害關係人溝通

東森重視利害關係人之權益與意見，我們透過以下程序進行鑑別利害關係人及其關注重大議題。



鑑別利害關係人

透過東森各部門代表鑑別六個與本公司相關的利害關係人：

▶ 員工 ▶ 客戶/閱聽者 ▶ 主管機關 ▶ 股東/投資人 ▶ 供應商/承攬商 ▶ 媒體

02

掌握永續議題

藉由全球永續性報告倡議組織（GRI）G4之考量面及國內外同業關注議題，聚焦與東森之貿易、倉儲與媒體事業業務相關的永續議題

03

分析重大議題

依據全球重大永續趨勢、標竿同業重大性議題、東森之貿易、倉儲與媒體業務特性及重要新聞事件等進行回顧與調整，並經內部進一步分析而成

04

歸納考量面與溝通

針對重大議題納入東森與利害關係人回應溝通要項，以及於本報告書說明

23項永續議題 10個重大議題

利害關係人鑑別

我們依據 AA1000 利害關係人議合標準（AA1000 Stakeholder Engagement Standard）原則作為判斷標準，由各部門主管與同仁鑑別出六類主要的利害關係人，包含員工、客戶／閱聽者、主管機關、股東及投資人、供應商／承攬商、媒體，針對不同利害關係人設有不同的溝通管道，用心傾聽利害關係人的聲音。

利害關係人	對公司的意義	溝通管道	頻率
員工	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。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	<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 	<ul style="list-style-type: none"> 每季一次 不定期 不定期 不定期 每季一次
客戶／閱聽者	東森重視消費者、閱聽者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。我們期待能預先一步提供客戶、閱聽者服務，共創價值	<ul style="list-style-type: none"> 定期／不定期會議 閱聽者深度訪談 顧客滿意度調查 面對面溝通 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期 每季一次 不定期 不定期
主管機關	各項業務經營的主管機關負責督導我們的各項營運，東森與主管機關保持暢通溝通，期能做到合規或是優於法規的管理	<ul style="list-style-type: none"> 正式公文往來 電話 電子郵件 會議及座談會 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期

利害關係人	對公司的意義	溝通管道	頻率
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，以良好的經營績效回饋他們	<ul style="list-style-type: none"> 股東大會 公司年報 於公司網站發布訊息 官網上設置網頁留言專區 	<ul style="list-style-type: none"> 每年至少一次 每年至少一次 不定期 不定期
供應商／承攬商	東森得易購提供多元商品選擇，各項商品與服務需靠堅實的供應商夥伴提供品質良好且符合法規要求的產品與服務，彼此建立互信的合作關係	<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 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期 不定期 定期與不定期
媒體	東森與大眾和對外溝通之重要媒介	<ul style="list-style-type: none"> 不定期於公司網站發布訊息 記者會 新聞稿 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期

重大性議題分析

我們參考 GRI 永續性報告指南及產業特性彙整出利害關係人關切之議題共 23 個議題，並透過內部主管問卷調查，於 CSR 內部導入會議上取得總經理及各高階主管回饋後進行重大性分析。今年共辨識出 10 項重大性議題，鑑別對公司及利害關係人最為關鍵之永續發展議題，確立報告書揭露範疇與內容，並說明相關管理方針，以確保報告書內容涵蓋重大永續議題，同時符合公司經營策略及利害關係人期待。

議題分類

議題類別	議題
公司治理	永續發展策略、公司治理、法規遵循、風險管理、市場形象、反貪腐
經濟面	財務績效、採購實務、供應商管理
產品與服務	產品與服務創新、品質管理、行銷溝通、客戶服務
社會面	勞資溝通、員工健康與安全、員工訓練與發展、員工平等性與無歧視、人才吸引與留任、社區參與及鄰里友善經營
環境面	環境政策與管理、節能減碳、溫室氣體排放、廢棄物及廢水管理

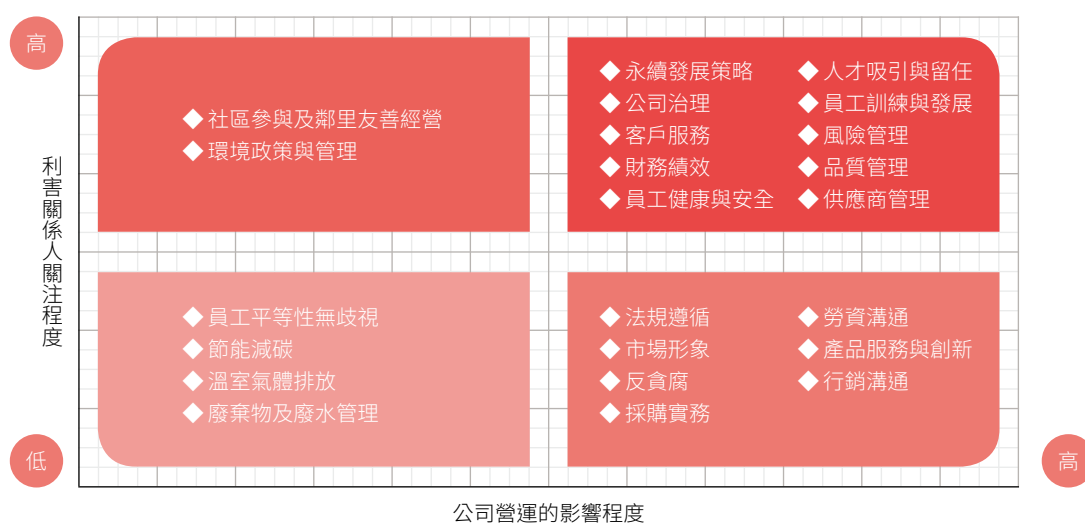
重大議題排序與分布

排序	重大議題
1	永續發展策略
2	公司治理

排序	重大議題
3	客戶服務
4	財務績效

排序	重大議題
5	員工健康與安全
6	人才吸引與留任
7	員工訓練與發展

排序	重大議題
8	風險管理
9	品質管理
10	供應商管理



重大性議題邊界分析與揭露章節

東森集團針對以下各項重大性議題，檢視其對公司組織內部及外部各類型利害關係人之衝擊，同時根據 GRI G4 指引、產業特性等考量因素，藉以界定其資訊揭露邊界，以回應利害關係人之關切。

重大議題	組織內		組織外				對應章節
	東森	客戶／閱聽者	股東／投資人	主管機關	供應商／承攬商	媒體	
永續發展策略	✓		✓	✓	✓	✓	1.2 永續發展策略
公司治理	✓	✓	✓	✓			1.3 公司治理架構
客戶服務	✓	✓	✓	✓	✓		2.1 東森購物 2.2 東森新聞雲 2.3 東森國際倉儲事業部
財務績效	✓	✓	✓	✓	✓		1.4 財務績效
員工健康與安全	✓	✓	✓	✓		✓	3.4 健康幸福職場
人才吸引與留任	✓	✓	✓	✓	✓		3.2 訓練與發展 3.3 權益與福利

重大議題	組織內		組織外				對應章節
	東森	客戶／ 閱聽者	股東／ 投資人	主管機關	供應商／ 承攬商	媒體	
員工訓練與發展	✓			✓		✓	3.2 訓練與發展
風險管理	✓	✓			✓		1.6 風險管理
品質管理	✓	✓	✓		✓		2.1.4 供應鏈與品質管理
供應商管理	✓	✓	✓		✓		2.1.4 供應鏈與品質管理

重大議題管理方針

重大議題	對東森的意義	管理方針	對應章節
永續發展策略	在集團核心精神【積極創新、勇敢執行】下，公司永續發展策略在其中都扮演了相當重要的角色	集團的經營決策小組及企業社會責任委員會擬定永續經營的策略方針，在跨界、多角化的競爭中創造優勢	1.2 永續發展策略
公司治理	落實企業誠信及企業道德標準是企業永續治理的關鍵，透過有效的公司治理架構與董事會職能強化公司治理之作為，以不斷創造企業的價值	1、東森國際為有效執行公司治理，設置隸屬於董事會之二功能性委員會，於2015年設立薪資報酬委員會以及2017年設立審計委員會 2、法規遵循措施上，除逐步完善內部規範外，東森也持續進行法規追蹤與鑑別，針對違法風險高的議題進行層層監督	1.3 公司治理架構
客戶服務	東森致力於成為客戶信賴與依賴的好夥伴，著重其多元需求，並尊重隱私，重視各方意見並持續改善品質	1、執行客戶服務滿意調查 2、提供「東森嚴選」商品 3、重視客戶每一筆訂單、每一通電話的意見	2.1 東森購物 2.2 東森新聞雲 2.3 東森國際倉儲事業部
財務績效	企業的財務績效主要表現在營業收入的成長與獲利能力的持續提升，更是企業能否永續經營的立基，東森肩負廣大投資人及利害關係人之期待，應以優異的財務績效做積極回應	東森近年來積極布局策略性跨區域及跨價值鏈合作，逐步站穩腳步。持續創造核心事業的成長動能，全集團協力創造更優異的營收表現，向關心東森的利害關係人負責	1.4 財務績效
員工健康與安全	提供安全且健康的職場環境，使員工可以全心全意地投入工作、發揮所長與創造價值	東森透過以下管理措施促進健康且安全的職場環境： 1、提供員工優於法令的健檢規格 2、實施勞安、消防等訓練及辦理身心健康促進活動	3.4 健康幸福職場

重大議題	對東森的意義	管理方針	對應章節
人才吸引與留任	人才是公司永續經營的重要元素，擁有優秀的人才使公司在這高度競爭力的市場中具備較好的競爭力，留住優秀人才是東森高度重視的重大課題之一	<ol style="list-style-type: none"> 1、每季執行績效考評，績優同仁的努力能立刻回饋 2、各項福利的提供，讓東森就像一個大家庭 3、透過開創新事業，晉升管道暢通 	3.2 訓練與發展 3.3 權益與福利
員工訓練與發展	東森認為員工的創新能量是集團永續發展的基礎，致力於打造多元學習與充滿挑戰的職場環境，透過團隊合作，跨部門整合與學習，尋求創新的解決方法	針對不同層級、不同專業領域的需要，提供集團內部與外部的教育訓練，或透過管理工具如 360 度評鑑系統挖掘潛在職能，期每一位員工都能適才適性的發展	3.2 訓練與發展
風險管理	企業的永續經營，需考量到各種潛在風險，如：財務、顧客隱私、人才管理等，也需相對應的管理程序，讓企業能在危機發生當下順利應對，並將可預期的衝擊降至最低	東森透過三道防線進行風險管控： <ol style="list-style-type: none"> 1、從風險鑑別開始，要求內部業務、作業及管理相關部門在執行相關業務時，皆須落實風險管理程序 2、針對關鍵風險之管控，由各公司總管理部門協助各單位規劃相關制度並提供教育訓練，監督各單位風險管控程序之執行並適時提出審查結果 3、由稽核室負責查核，定期提出糾正改善行動 	1.6 風險管理
品質管理	東森致力於提供高品質的產品與服務給客戶，商品的品質及安全性是得易購首重的議題，更是東森獲得客戶長期信賴的基礎	為維護商品品質，得易購建置多重商品檢驗機制，除了例行性商品檢驗中的樣品檢驗、大貨入庫檢驗外，更透過非例行性檢驗機制，祕密警察（月檢抽查）方式，對通路廠商進行商品品質及合規性檢驗	2.1.4 供應鏈與品質管理
供應商管理	東森得易購注重供應商供貨品質與貨品合規管理，並重視在地採購及提供多元銷售管道，期待創造供應商夥伴、東森客戶以及得易購多贏局面	得易購透過以下審查機制與供應商權益維護機制，確保消費者及供應商之權益不受侵害 <ol style="list-style-type: none"> 1、書面審查：東森得易購針對七大商品類別建置相對應之基本條件審查 2、實地審查：廠商服務部針對合作之美容類、食品保健類等新廠商進行到廠實地審查，審查範圍包含公司營運治理狀況、品質品檢執行實務、生產出貨能量、包裝及品牌通路經營狀況等面向 	2.1.4 供應鏈與品質管理



CH1

落實公司治理

2017 年公司治理績效



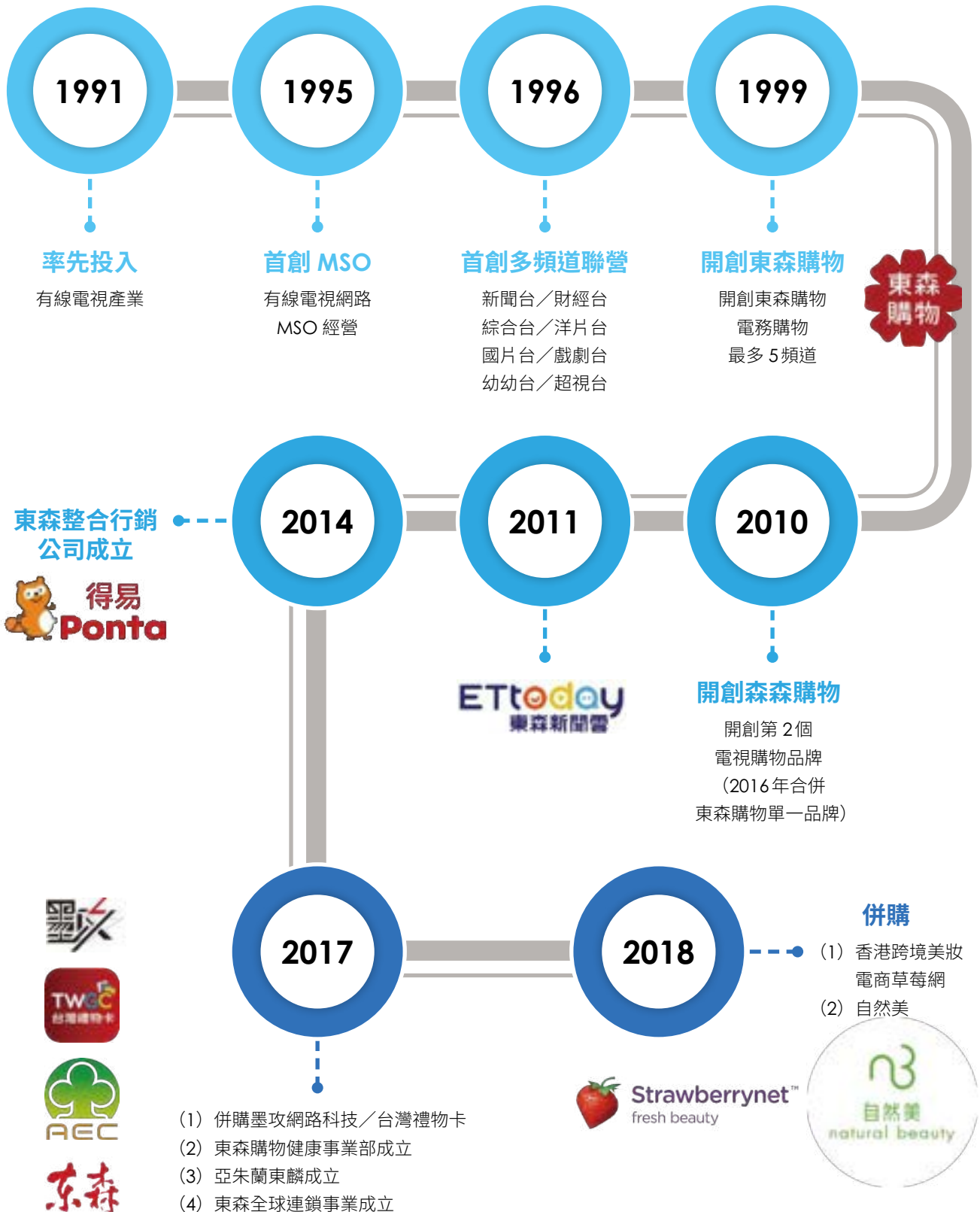
- 7位董事中有**3**位獨立董事
- 董事會及各委員會，共計召開**24**次，出席率**100%**
- 淨利 25.29 億元，EPS **3.63**元
- 營收由 105.33 億元，大幅成長**34.9%**至 142.11 億元

1.1 關於東森

自 2000 年起，東森國際股份有限公司及其子公司（以下簡稱東森集團、東森）從既有的核心事業出發，先後跨足媒體、商品零售、不動產事業及通訊科技產業，以及中國大陸國際物流中心事業與兩岸商貿平台事業，朝向多角化經營，東森集團創新與多角化的核心競爭力造就各項核心事業的亮眼成績表現。東森得易購（東森購物）持續締造銷售傳奇，東森新聞雲成為台灣觀眾最喜愛的網路媒體，倉儲事業穩定發展，奠定東森集團穩固基礎。



集團多角化經營里程碑



本公司旗下包含貿易、倉儲、媒體及其他事業體，以下分別就本報告書揭露邊界的主要三個事業體作簡介：

貿易事業部（東森得易購）

東森集團森森百貨於 2017 年 4 月 1 日與東森得易購合併，以東森得易購為存續公司。東森得易購平均每月銷售商品 77 萬件，累積會員數達 741 萬人。2017 年東森得易購致力改造通路，積極發展 MOD 導入新客戶，電視購物市佔率由 31% 提升至 55%，持續推廣 APP 及優化網路系統，提供顧客更體貼的購物環境。

媒體事業部（東森新聞雲）

根據 Comscore 所公布的跨平台裝置調查顯示，東森新聞雲觸及率達 81.6%，為新聞類網站第一名。東森新聞雲公司 2017 年營收達 5.24 億元，大幅成長 39.73%。因應寬頻行動時代來臨，積極投入線上影音內容的製作，以強化內容力及影響力，並持續開發行動 APP。在廣告營銷上，結合傳統媒體及網路行動新媒體的操作資源及優勢，推動跨媒體廣告整合行銷業務，並評估以分眾社群結合大數據精準行銷的應用，建立社群行銷平台拓展業務。

倉儲事業部

近年來台灣整體穀物進口量呈緩步上揚趨勢，主因為全球穀物豐收，導致穀物期貨價格下跌，且散裝運費仍屬便宜，若干穀物進口商遂順勢擴大進口量建立安全庫存。而於未來穀倉營運面臨具價格競爭優勢的貨櫃穀物及業已飽和的進口穀物成熟市場，唯適時汰換老舊設備，提升服務品質以爭取更多散裝穀物貨源。

1.2 永續發展策略

東森集團一路走來 43 年，從最初的倉儲事業發展至今，三大事業體：東森國際、東森得易購以及東森新聞雲皆表現亮眼，為台灣各產業之領先企業；而集團 2020 年的願景為能夠建構完善之東森生態系，服務消費者生活的多個面向，朝向 500 億企業目標邁進。

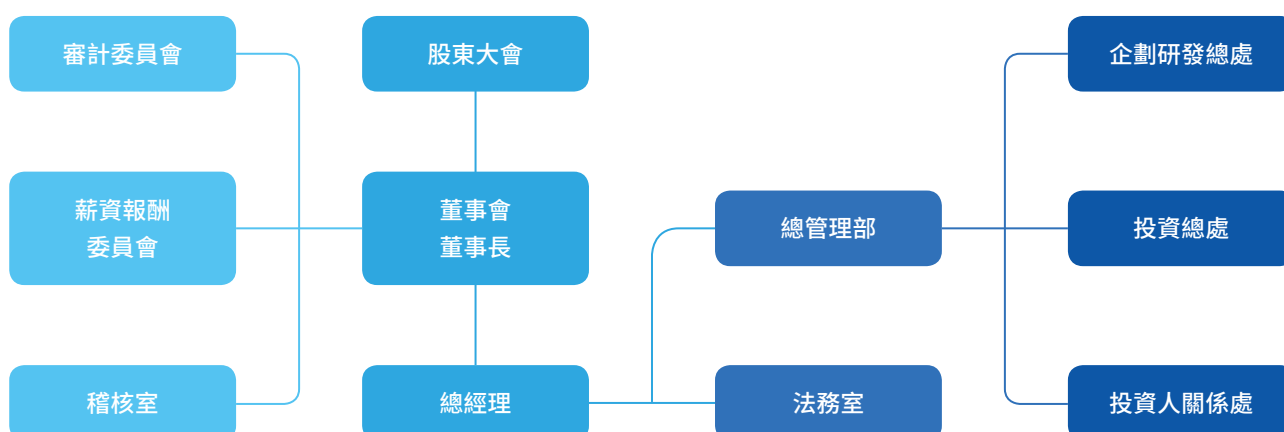
不論是過去的成就或者集團未來的目標，在集團核心精神【積極創新、勇敢執行】下，公司永續發展策略在其中都扮演了相當重要的角色，東森集團歷經多次國內外重大事件仍能有今天的成就，即是重視公司永續發展策略的最佳典範。

以下就東森集團針對「產品及服務」、「公司治理」、「社會」及「環境」訂定之短期及中長期目標，分別介紹如下。

面向	短期目標	中長期目標	截至 2017 年實績
產品與服務	<ol style="list-style-type: none"> 1、以新零售及新媒體事業為核心，強化競爭優勢並透過多角化投資及併購策略積極擴張，站穩國內零售及媒體創新先驅的角色。 2、得易購首重節目改造、電商優化、會員電話行銷成長、全通路／全行銷及自營商品開發。 3、2017年社群媒體策略全力朝向影音發展。2018年經營戰略重心：行動 APP 戰略，Mobile First；直播、影音戰略、內容行銷戰略、全媒體平台及 UGC 平台建立。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、整合所有營運事業體打國際盃，將產品與服務延伸至海外，壯大事業體之發展，保證企業的長期生存與發展。 2、得易購目標為積極轉型新零售。 3、希望成為華人的網路媒體平台，提供多元、影劇、生活、年輕化內容。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、整併東森得易購與森森百貨，以前者為存續公司。 2、東森購物網之系統及 APP 全面優化。 3、會員電話行銷持續運用大數據提升成交率，全力投入語音辨識，將電話內容轉為數據，以深入分析消費者喜好，落實精準推薦及行銷。 4、發展多元通路，開創多角化營收及獲利來源。行銷活動將全通路整合，商品亦將全面資源整合為大商品平台。 5、自營商品優先開發保健、美妝及生鮮食品，優質保健自營商品將進軍中國市場。 6、與國際企業策略結盟，目的為擴大國際合作，2017年起與韓國第二大電視購物現代購物積極展開合作。 7、新聞雲是台灣第一名的新聞網站，可觸及近 8 成台灣網友，近年營收皆維持二位數的成長，是全台營收成長第一名的新聞網站。 8、2017年全力發展影音，另爭取 2017 年 3 月 WBC 世界棒球經典賽網路版權，創造收視熱潮。 9、執行 UI/UX 品牌企業識別，2016 年做品牌調查，包含新聞雲與競業分析，並根據調查結果重新打造品牌 (rebranding)。
公司治理	<ol style="list-style-type: none"> 1、依照主管機關政策逐步提高公司治理之要求，完善公司相關規章及內部控制制度，並切實執行。 2、獨立董事專業性之充分發揮，及與管理階層之充分溝通。 3、提高股東權益報酬率。 4、建置新聞從業人員之道德行為管理機制。 5、強化風險管理機制，鑑別重要作業相關風險與因應措施。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、依據主管機關 2018 年～2020 年「新版公司治理藍圖」，深化公司治理及企業社會責任文化的發展。 2、加強新聞從業人員各項道德規範課程，透過教育訓練，加強記者和編輯的相關倫理意識。 3、建立企業永續管理策略。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、2017 年公司治理評鑑結果：名列 51%～65% 之級距名單。 2、以東森嚴選精神設立東森嚴選商品品質審議委員會，設立五關檢驗商品。 3、於安全資安認證方面，設立資訊安全委員會，通過 ISO 27001 國際資訊安全認證，對客戶做出最大安全承諾；資安內控方面，訂定資安規範，進行資安監控。 4、設立消費者權益維護中心，以確保會員消費權益。

面向	短期目標	中長期目標	截至 2017 年實績
社會	1、全力執行東森農場系列。 2、偏鄉原住民國小物資募集。 3、新聞雲以人為本的核心價值進行產學合作，建立實習生計畫。	1、善盡媒體社會責任，作為社會意見交流平台，促進民主社會發展。 2、參加全國大專院校商業競賽(ATCC)藉以挖掘適當人才。	1、新聞雲開放相關科系實習名額超過100位，並辦理六次跨集團研習營。 2、新聞雲設立線上即時聊天、回饋機制，與閱聽眾充分溝通，作為內容修訂、改善的依據。 3、電視購物事業群規劃於2018年起推出一系列東森農場系列，全面帶動水果業績成長兩成以上。 4、鼓勵消費者購買要募集的物資送至偏鄉原住民國小，讓小朋友因經濟問題無法達成購買的需求可以被滿足。 5、東森慈善基金會持續蒐集東森得易購事業中會員捐贈之發票，作為偏鄉原住民國小的早餐基金捐款來源。
環境	2018年度新北市節能產品暨電商平台推廣計畫，配合新北市政府經濟發展局推廣節能家電(冷氣、燈具)汰換補助活動。	1、建立完整回收作業系統，回收有關耗材(如：碳粉空匣)，並逐漸改善達到100%使用可回收性緩衝材料。 2、持續舉辦環保綠點活動。	1、碳粉空匣回收後再填充使用，減少垃圾製造，一年省80支新匣。 2、使用可回收性緩衝材料，並加印3R標示，傳達每位消費者綠色環保觀念。 3、使用具可回收性打包袋包裝，並定期執行回收作業，以製成可再利用材質(如環保絲)循環使用，每月回收約530公斤，年均6.36噸。 4、環保綠點活動：鼓勵消費者購買環保節能商品。

1.3 公司治理架構



東森國際為能有效執行公司治理，於 2015 年設立薪資報酬委員會以及 2017 年設立審計委員會，兩者皆全數由三位獨立董事組成，且直接隸屬於董事會。2017 年審計委員會，召集會議共 9 次；召集薪資報酬委員會 2 次；召集董事會 13 次，出席率 100%。

1.3.1 董事會

東森國際董事會為集團之最高治理單位，由董事長及六位董事組成，其中三位為獨立董事。董事組成背景多元，能為集團策略帶來各種面向的幫助，使集團能有更好的策略。董事會的主要職責包括監督經營績效、防制利益衝突及確保公司遵循各種法令，為公司治理之中樞，東森國際 2017 年共召開 13 次董事會，決議多項事項，且董事之出席率為 100%，為引領集團發展起到的關鍵的作用。董事會組成如下：

職稱	姓名	主要經歷／現職
董事長	廖尚文	經濟部工業局副組長 東森國際股份有限公司董事長
董事	邱兆鑫	全國商業總會秘書長 東森國際股份有限公司董事
董事	蔡高明	中華票券金融股份有限公司總經理 光頡科技股份有限公司董事長
董事	陳清吉	台灣區雜糧發展基金會執行長 東森國際股份有限公司監察人
獨立董事	李坤璋	寰宇智庫管理顧問股份有限公司執行長 東吳大學會計系系主任
獨立董事	陳甦彰	澎湖科技大學行銷與物流管理系專任教授 澎湖科技行銷與物流管理系教授
獨立董事	石天威	逢甲大學研發長 逢甲大學纖維與複合材料學系教授

1.3.2 薪資報酬委員會

東森國際之薪資報酬委員會主要職權為擬訂下列之建議案：

- 1、訂定並定期檢討董事、監察人及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
- 2、定期評估並訂定董事、監察人及經理人薪資報酬。

本公司之薪資報酬委員會由 3 為獨立董事所組成，2017 年共召開 2 次，主要修訂了「薪資報酬委員會組織規程」，並評核了經理人的績效與報酬。委員名單如下：

姓名	職稱	第一屆 審計委員會	第三屆 薪資報酬委員會
李坤璋	獨立董事	✓ (召集人)	✓
陳甦彰	獨立董事	✓	✓ (召集人)
石天威	獨立董事	✓	✓

1.3.3 審計委員會

本公司審計委員會由全體獨立董事組成，每季至少召開會議乙次，並得視需要隨時召開，2017年共召開9次。自2017.5.11股東會全面改選董事後，由審計委員會替代監察人。審計委員會職權監督事項：

- 1、公司財務報表之允當表達
- 2、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效
- 3、公司內部控制之有效實施
- 4、公司遵循相關法令及規則
- 5、公司存在或潛在風險之管控

審計委員會運作情形如下：

姓名	職稱	實際出席次數	委託出席次數	實際出席率
李坤璋	獨立董事	9 (召集人)	0	100%
陳甦彰	獨立董事	9	0	100%
石天威	獨立董事	8	1	89%

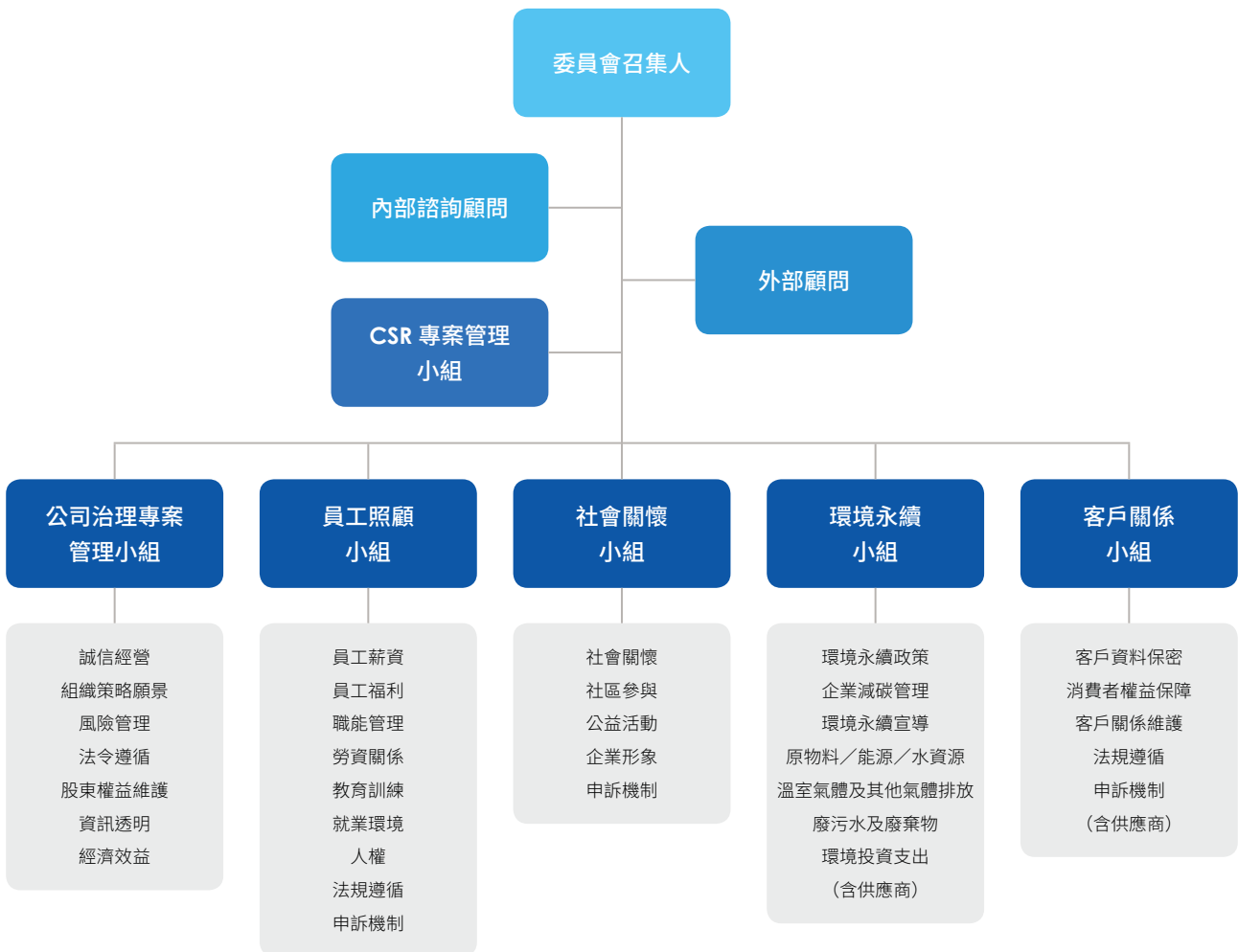
2017年審計委員會重大決議事項如下：

- 1、同意通過本公司處分子公司東森休閒育樂股份有限公司全部股權乙案
- 2、同意通過本公司增資遠東倉儲航運（巴拿馬）股份有限公司2,500萬美元乙案
- 3、同意通過本公司處分東森電視事業股份有限公司股權案
- 4、同意通過本公司處分東森企業發展（上海）有限公司股權乙案

1.3.4 東森企業社會責任委員會

為實踐企業社會責任，並促成經濟、環境及社會之進步，以達永續發展之目標，東森集團發心發願「以服務心和人結緣，以感恩心回饋社會」，善盡「企業社會責任」。不論在人才培育、文化深耕、環境保護、媒體公益、消費者權益以及弱勢族群的關愛扶助上，東森集團都沒有缺席。

為健全企業社會責任之管理，東森設置「企業社會責任委員會」（CSR 委員會），由董事長為召集人，發言人為副召集人，業務執行分為五組，分別為公司治理、員工照顧、社會關懷、環境永續以及客戶關係小組，皆由集團各副總經理及基金會副執行長擔任。此外另設 CSR 專案管理小組，統整各項專案事項，集團內高階主管亦為內部之諮詢顧問。

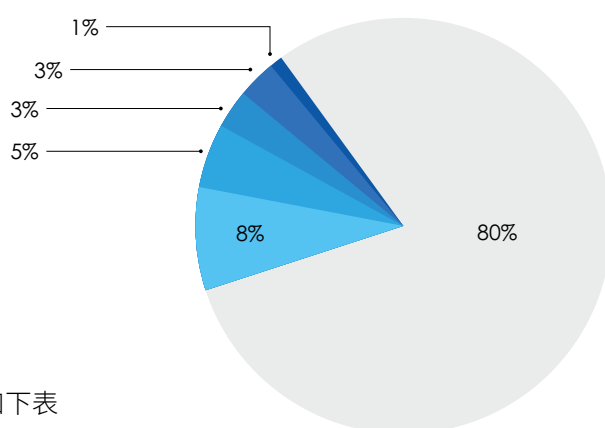


1.4 財務績效

東森集團在 2017 年 11 月處分東森電視股權的獲利挹注下，全年表現交出漂亮的成績單，全年淨利有 25.29 億元，EPS 3.63 元，另營業收入亦在 4 月東森得易購合併森森百貨後大幅成長，成長 34.9% 達 142.11 億元。在活化資產並聚焦科技零售及新媒體事業發展的策略下，於去年 12 月暫停東森海洋溫泉酒店的經營，期能將來台觀光旅客人數銳減的影響降至最低，而同時亦加大了東森得易購及東森新聞雲於新零售及新媒體領域的投資力度。

項目	年度（查核後合併財報） 單位：千元		
	2017年	2016年	2015年
營業收入	14,210,657	10,533,185	11,382,594
營業成本	10,715,711	7,063,102	9,368,546
營業費用	3,837,216	3,586,490	3,591,854
營業外收入及支出	3,210,927	205,245	(677,435)
稅前淨利	2,868,657	88,838	(2,255,241)
本期綜合損益總額	2,637,242	(47,574)	(2,354,875)
每股盈餘	3.63	0.35	(3.10)
用人費用	2,330,770	1,742,991	1,772,975
對政府之財務貢獻 (稅賦、捐款、規費)	49,235	9,517	47,926

各事業部門營收占比
如下：



各事業部營收占比

- 貿易
- 倉儲
- 航運
- 媒體
- 其他
- 休閒觀光

各事業部門營運績效如下表
(單位：新台幣千元)：

事業部	營業收入	佔比 %	稅後淨利 (損)	淨利 (損) 率 %
貿易	11,383,175	80.1%	267,954	2.4 %
倉儲	1,165,571	8.2%	417,535	35.8 %
航運	635,948	4.5%	(413,726)	(65.1) %
媒體	493,500	3.5%	(95,147)	(19.3) %
休閒觀光	106,215	0.7%	(238,687)	(224.7) %
其他	426,248	3.0%	2,736,055	641.9 %
合計	14,210,657	100.0%	2,673,984	18.8 %

註：東森集團營運概況更多詳細資料請參閱官方網站。(http://www.emic.com.tw/)

1.5 法規遵循與誠信經營

1.5.1 法規遵循

為了確保誠信經營與法令遵循之落實，東森集團定期宣導誠信經營核心價值觀，並持續關注可能影響公司業務及財務之國內外政策與法令，以深化誠信企業文化。在遵循法令方面，東森集團訂定各項公司治理規章與辦法，並遵守相關規章及商業行為有關法令。

為確保集團營運能遵循法規並支持政府政策，本集團各公司總管理單位掌握相關之法規並追蹤立法／修法情形，並適時提出立法／修法建議。同時也會定期／不定期宣導及協助業務單位瞭解法令規定要求，並訂定業務規範、透過合約條款分散可能的法律風險。而針對可能抵觸法令之案件，總管理單位也會對管理階層發出預警及建議改善措施。

東森集團極力遵循法規，面臨違規及裁罰時，也絕不逃避並立即改善，2017年集團裁罰案件及後續處理歸納如下：

違規或罰鍰狀況	原因說明	後續處理
違規狀況：違反商港法第 37 條第 4 款 罰 金：10 萬元	2017/5/26 台中 #1 穀倉碼頭後線穀物裝車作業區因集塵效率不佳、未即時清掃落地穀物及未能妥善做好相關污染防治措施，致廠區及周邊道路產生穀物及粒狀污染物逸散情形，違反商港法第 37 條第 4 款，依同法第 64 條規定裁罰新台幣 10 萬元	改善措施： 1、於 #1 穀倉卡車裝車口作業區增設防塵網及抑塵灑水設備。 2、作業期間增加環境清掃頻率。
違規狀況：違反藥事法第 66 條第 3 項 罰 金：28 萬元	商品「孫翠鳳代言船井溫灸酸痛按摩機、米可白代言船井纖盈機速效版、孫翠鳳代言船井醫卡膝關節機」廣告違反藥事法	1、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。 2、依法進行調整（包括但不限於商品、移除爭議廣告等）。
違規狀況：違反醫療法第 84 條 罰 金：5 萬元	商品「瑞士皇家立提膠原電波回春專案」廣告違反醫療法	

1.5.2 從業道德行為規範

為了維護企業誠信經營文化的核心價值，東森集團要求董事、經理人、員工或具有實質管理權者，應以誠信經營的核心價值為最高準則，秉持誠信從事所有公司經營活動及業務。東森得易購為倡導員工清廉行為，訂有員工清廉守則，凡成為公司員工者皆須簽署，主要明定不得有以下行為：

- 接受不當餽贈
- 接受不當請託事項
- 當利益發生衝突時，有任何隱瞞，未報告長官知悉，如有需要未自行迴避
- 接受不當利益
- 破壞公司形象

除此之外，東森集團分析營運活動中具較高潛在不誠信行為風險，訂定相關規範並加強防範措施。

東森集團另訂有內外部舉報機制及內部稽核單位定期及不定期查核，確保當有任何員工違反內部行為準則時，能夠即時發現與補救，並依「道德行為準則」予以記錄、調查及處罰。

集團亦舉辦與誠信經營相關之內部訓練課程，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。有關從業道德行為規範請參閱右方 QR code。



倫理與誠信政策辦法與成果

預防措施	檢測頻率	2017年執行狀況
於「員工獎懲管理辦法」與「員工工作規則」中訂有員工誠信行為的標準，規範員工道德行為的違反處理程序	隨時	2017年無違反記錄
宣導並簽署員工服務契約	1、新進員工報到時說明 2、不定期	員工總訓練時數共 256小時

1.5.3 舉報處理與意見申訴

舉報處理

東森集團訂定「道德行為準則」絕不允許貪污及任何形式之舞弊行為，當利害關係人發現可疑的貪污舞弊行為時，可透過電話、電子郵件或投函舉報，舉報事件交由公司副總經理慎重審查處理。除法律另有規定外，舉報人所提供之個人資料與舉報資料，予以保密，並依法採取適當之保護措施。

舉報事項包括但不限於下列事項：

- 向供應商或客戶收取回扣或其他不正當利益
- 利用職權機會或身份，行直接或間接圖利之行為，以獲取不當利益或其他舞弊情事
- 賄賂政府官員；利用職務上之機會，詐取他人財物、侵佔或竊取公司之器材、財物

2017年主要申訴案件及後續處理如下：

類別	申訴管道與管理程序	主要申訴後續處理
法遵與反貪腐	得易購管道： 1、官網設立舉報管道－廠商信箱 2、員工入職時簽立員工清廉守則，倡導員工清廉行為 程序： 1、廠商信箱與員工信箱 2、員工清廉守則	處置： 無相關申訴案例

類別	申訴管道與管理程序	主要申訴後續處理
人權與員工意見	得易購管道： 1、官網設立舉報管道—員工信箱 2、成立性騷擾申訴處理委員會，人資設立專線受理調查及審議性騷擾事件 程序： 1、廠商信箱與員工信箱 SOP 2、性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法	處置： 無相關申訴案例
	新聞雲管道： 1、反性騷擾防治委員會 2、福利委員會 程序： 1、員工反應→委員會討論→確認執行→結案	處置： 針對員工希望辦理活動，舉行寵物日和慶生會
讀者與用戶	新聞雲管道： 1、客戶電子郵件信箱 2、讀者訪談 程序： 1、客戶電子郵件之後→轉請各業務主管單位協助→開始辦理讀者、用戶反應事件→完成→詢問讀者的意見，如無問題，結案 2、讀者訪談意見做成半月報發送給公司全體同仁參考，並且針對客戶意見進行策略調整和修正。	處置： 1、針對需更正之報導內容進行確認並調整。 2、接獲讀者需求，贊助國內一所大學民族舞蹈社團，後經評估，予以贊助，並藉此和學校建立良好關係、實踐媒體社會責任。

1.5.4 外部公協會參與

為了能夠對整體產業發揮貢獻，東森集團積極參與相關產業協會、公會等組織，並分別擔任部份團體之董事長、理事長、監事、董事、理事或秘書長等職務，透過自身長期的公司營運經驗與同業交流，互相分享最新的市場變化及國際視野，參與名單如下：

1、中華民國仲裁協會	2、中華民國工商協進會	3、基隆律師公會	4、台北市米穀商業同業公會
5、台北市食油商業同業公會	6、台灣食品安全暨產業發展策進會	7、中華海運研究協會	8、中華民國航運學會
9、台北市不動產開發商業同業公會	10、亞洲物聯網聯盟會	11、台灣國際物流暨供應鏈協會	12、中華民國無店面零售商業同業公會
13、台灣資通訊傳播協會	14、台灣服務業聯盟協會	15、財團法人台北市私立東森社會福利慈善基金會	16、財團法人台北市東森文化基金會
17、中華民國警察之友總會 台中港警友會	18、台中市雜糧商業同業公會	19、高雄市國際輪船商業同業公會	20、高雄市雜糧商業同業公會

其中如中華民國無店面零售商業同業公會於 2017 年之重要事蹟如下：

- 一、12月25日在台北福華飯店舉行「行政院長賴清德與商業領袖座談會」，無店面公會由廖尚文理事長代表出席，會中廖理事長提出電商產業 8 大項建言。
- 二、10月18日舉辦開放網路販售醫療器材、酒類商品討論會議，共 15 家網路平台業者熱烈參與討論。
- 三、10月24日請邱志偉立法委員協助召開「虛擬零售通路業者商標權侵權責任之釐清公聽會」。



無店面公會產業論壇



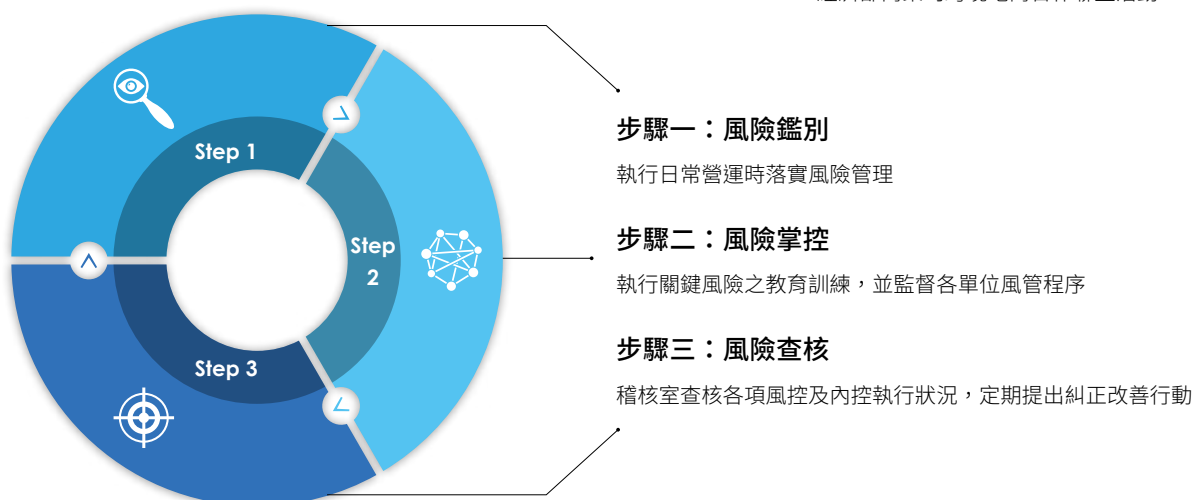
經濟部商業司網路零售業個資資安說明會



經濟部商業司跨境電商合作聯盟活動

1.6 風險管理

企業若要永續經營，需考量到各種潛在風險，如：財務、顧客隱私、人才管理等，各面向對企業的衝擊與影響，也需要相對應的控管方式，讓企業能在危機發生當下順利應對並將不可預期的衝擊降至最低。東森集團擁有完善的風險管理機制與組織，縝密的管控潛在風險及危機。東森集團透過三道防線，首先從風險鑑別開始，要求內部業務、作業及管理等相關部門在執行相關業務時，皆須落實風險管理程序。第二步則是針對關鍵風險之管控，由各公司之總管理部門協助各單位規劃相關制度並提供教育訓練，監督各單位風險管控程序之執行並適時提出審查結果。最後，由稽核室負責查核各項規章與內部控制制度之遵循與執行狀況，定期提出糾正改善行動。



以下分別就東森鑑別出的重大風險與管控方式做說明：

風險類型	管控風險方式
業務	<p>新聞雲：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 業務單位直接聽取使用者需求，若確認有需改善之問題，業務單位得自行調整內容。 ■ 總管理室定期或不定期蒐集使用者意見，並提出改善建議，主要的作法說明如下： <ol style="list-style-type: none"> (1) 每日商情：針對外在環境的變化，總管理室每日收集各報章雜誌的資訊，並發送給公司主管參考。 (2) 半月報：每半月會針對廣告市場、產業發展、影音趨勢等各項主題，發送給公司全體同仁參考。 (3) 讀者座談：每個月定期與讀者進行焦點訪談，整理成重點，反饋給公司全體同仁參考。 <p>得易購：</p> <p>針對產品庫存風險部分，每月定期舉行會議檢視庫存現狀，管控庫存風險。</p>
財務	<ul style="list-style-type: none"> ■ 訂定授信額度、應收帳款等相關辦法，由財會單位監督款項進出情形，確保資金流動安全性。 ■ 業務單位若發現帳款預期末收回之狀況，則須提出報告，確定屬異常狀態則由總管理室採取催收機制。 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ■ 另每兩年財務部會查核以下項目，且自開始查核至今未曾出現缺失：短期借款、中長期借款、現金暨銀行存款、庫存保證票。 ■ 策略性投資風險上，針對控股公司或已進入清算解散程序及停止營運活動之子公司，評估其各項收入、成本及費用率，分析其成本費用內容之重要性以評估是否有查核之必要。目前執行成效如下：視風險評估之結果，決定控股公司或已進入清算解散程序及停止營運活動之子公司是否納入年度稽核計畫排程。 ■ 除上述外，有營運之子公司每年一律納入稽核計畫查核，且每年至少查核一次。
法規	<ul style="list-style-type: none"> ■ 總管理室定期或不定期進行法令規定宣導（如：著作權、廣告法及個資安全等），並協助評估各項業務、法律文件及契約所涉及之法律風險。主要作法如下： <ol style="list-style-type: none"> (1) 教育訓練：法務定期開立內部訓練課程，講述著作權法等相關規定，宣導正確的著作權概念。 (2) 平時宣導：不定期透過各種會議，反饋正確的法律概念。 ■ 若有權利人主張權益或政府機關來函之狀況，總管理室協助釐清事實，如確認有侵權或法律疑慮，則啟動爭議處理機制。 <ol style="list-style-type: none"> (1) 針對外部來函，法務協助釐清案情，並回覆法院、主管機關等單位。 (2) 遇有爭議事件，會協助陪同出席、說明。
資安	<ul style="list-style-type: none"> ■ 嚴密保護使用者資料，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。 ■ 若收到系統預警或使用者通知，則由資訊單位確認是否有資安漏洞，若確認有資安疑慮，則啟動資安處理機制。 <hr/> <p>資安認證方面，通過 ISO 27001 國際資訊安全認證，對客戶做出最大安全承諾。資安內控方面，訂定資安規範，依政策於開放資訊服務過程中，進行相關資安監控及違反資安行為通報等作業。另嚴禁私人電腦或設備與內部網路連結，確保外部 USB 隨身碟、Bluetooth 藍牙、智慧型手機／平板電腦等行動裝置、Floppy 磁碟、Wifi 無限上網及 CD / DVD 等皆無法儲存及複製內部網路資料，以避免內部資料外泄及病毒入侵，確保會員隱私不受侵害。</p>



CH2

創新價值與服務

東森深信創新價值是集團永續經營的基礎

自 2000 年起，東森國際股份有限公司（以下簡稱東森國際）從既有的國際散裝航運事業及穩定發展的倉儲事業出發，以多角化經營策略先後跨足媒體、商品零售、不動產事業及通訊科技產業，以及中國大陸國際物流中心事業與兩岸商貿平台事業。近年來積極布局策略性跨區域及跨價值鏈合作，逐步站穩腳步，在科技零售以及新媒體事業都有亮眼成績，展望未來，我們將持續創造各核心事業的成長動能，引領整個集團協力創造最大化價值與最優質服務。



現在及未來多角化核心事業

- * 加速轉型 (1) 新零售事業
- * 全力升級 (2) 新媒體事業

過去立基

- (1) 倉儲業務 * 穩定獲利、營運
- (2) 國際散裝航運業務 * 逐步淡出



臺灣有線電視創新教父
東森集團 王令麟執行策略長

2.1 東森購物

東森購物是台灣第一家電視購物業者，一路走來，等同於台灣電視購物產業的發展歷程。我們以專業的電視購物頻道，明星級的購物專家，優質且有溫度的客服機制，配合實力堅強的海內、外商品供應鏈，為台灣消費者創造前所未有的購物新體驗。十餘年來，東森購物肩負產業領頭羊的責任，建構領先同業的各項高規格服務，致力於照顧每一年齡階層消費者之日常所需。對消費者的尊重與關懷具體落實在企業文化中，延伸成為「承諾、責任、榮譽」。從前端商品開發、行銷企劃、銷售、客戶服務到後端物流配送，每一流程完全秉持「東森嚴選」的精神，層層管控，為消費者權益嚴選把關，站在顧客的立場，滿足顧客的需求。



東森購物建立電視購物高規格服務



品質保證



多元付款方式



刷卡分期免息



10天鑑賞期



免費到府收送



免付費電話



全年無休

秉持促進產業鏈共榮共好的願景，持續扶植在地供應商，並促進在地產業發展，為電視購物產業注入活水，導以正向發展！展望未來，東森購物在電視購物與電子商務競爭激烈的市場環境下，透過通路、營運與品牌創新策略，持續為電視購物產業注入活力，創造新局。

2.1.1 東森購物創新成長策略

東森購物秉持其核心理念、承諾、責任與榮譽，持續透過創新成長策略，從營運、品牌及通路的三重革新方向出發，落實購物節目改造、電商優化、會員電話行銷服務（Outbound）擴展、全通路與全行銷，以及自營商品開發等多角化策略，在已趨成熟的電視購物與電商市場屢創佳績。



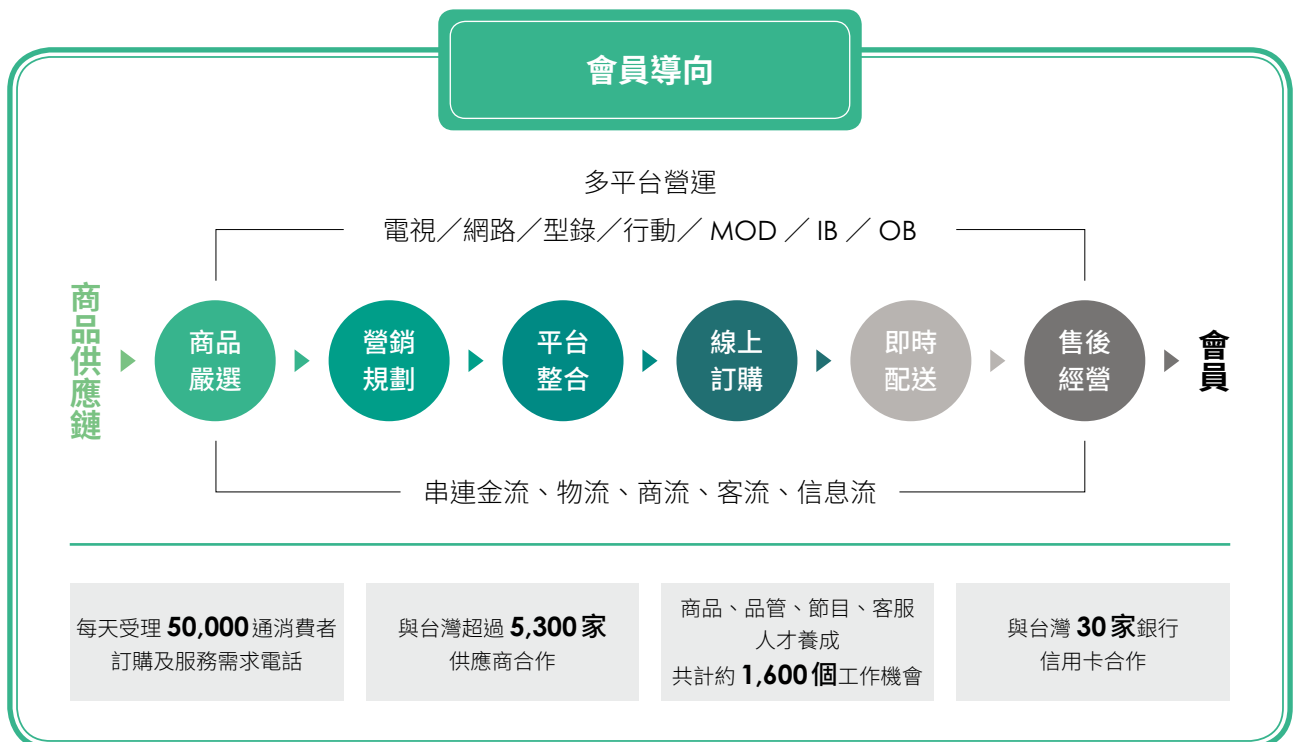
2.1.2 東森購物商品與服務

東森購物位居產業中游，主要經營業務為電視購物及電子商務。銷售商品來源是由各商品供應商購入，因此產業上游為商品供應商，主要分為 3C 家電、流行紡品、珠寶精品、美妝保健及家庭用品廠商。透過電視、網路、行動、型錄、MOD 及會員電話行銷等通路將商品銷售予東森購物會員。



東森購物的跨價值鏈營運模式

自 2016 年起，東森購物的會員已突破 880 萬，居於電視購物產業會員人數第一位。對於長期以來支持我們的廣大會員，我們以「會員導向」的核心理念出發，致力於提供會員最佳商品與服務，透過供貨品質與安全的源頭管理模式、完整且多平台營運模式、及時配送與完善售後服務等經營流程，串聯金流、物流、商流、客流與信息流的優勢，在每一筆訂單的背後創造多重價值，創造出購物產業中的跨價值鏈營運模式（如下圖所示）。



透過跨價值營運模式，我們不僅為廣大會員提供完善的購物流程，也為東森購物員工以及廣大供應商合作夥伴，創造出多元價值。東森購物的價值營運特色分述如下：

- **東森嚴選：**「東森嚴選」是東森購物的核心價值，將對消費者的關懷與尊重具體落實在企業文化中，從前端商品開發、行銷企劃、銷售、客戶服務到後端物流配送，每一流程秉持「東森嚴選」以及「承諾、責任、榮譽」的精神，為消費者權益嚴選把關，並兼顧顧客多元需求，確保最優質商品送交會員。
- **多平台營運模式：**涵蓋電視、網路、型錄、行動 App、MOD、IB 與 OB 等多平台，提供多元銷售、消費管道與互動平台。
- **客營團隊：**1,000 多位客服專家，每日 50,000 通電話交流，配合即時配送及完整售後服務，以台灣第一客營團隊執行全台最有溫度行銷。
- **多元化供應商：**與全台灣超過 5,300 家供應商合作，商品種類遍及 3C 家電、流行紡品、珠寶精品、美妝保健及家庭用品等。
- **節目製播：**200 多人節目編導製播，台灣第一視頻製作能力，並持續培育專業商品、品管與客服人才，共計創造超過 1,600 個工作機會。
- **付款方式：**與台灣 30 家銀行信用卡合作，提供快速便捷付款模式。
- **及時配送：**東森購物建置完善倉儲物流系統，恆溫、自營、網路與電視型錄倉共計 10,500 坪，成為東森購物最有力的後盾。物流作業最大量能每日超過 50,000 件進貨量，40,000 件出貨量，倉儲容量最高可達 80 萬件。



東森購物榮獲 2016 年遠見五星服務獎

2.1.3 客戶關係維護

東森購物以優質的客戶服務為傲，有賴每位東森「客服專家」提供顧客最有溫度且專業的服務。東森購物共有約 1,000 位客服專家、客戶體驗中心線上人力約 220 位，每位線上客服專家都須經過完整且多重的專業培訓，並培養優質服務態度，透過完善的「服務品質檢測評量」，以及優良服務標竿的多元獎勵措施，得以成為客服專家。

此外，OB（Outbound）電話行銷專家，以客戶關懷、專屬購物諮詢的創型服務模式，提供有溫度的服務與諮詢，在 2017 年創造亮眼營收佳績。

有溫度的服務

故事緣起

一位來自榮民之家超過 90 歲的老爺爺，反映於台內購買的電動刮鬍刀充電器無法插進插座內進行充電。

經客服專家的深入瞭解，發現該款電鬍刀所附充電器為 USB 接頭，經過說明老爺爺仍無

法明白如何使用。考量顧客的年齡與客戶體驗的感受性，客服主動購買 USB 充電轉接頭，寄贈至榮民之家，並透過電話方式委請榮民之家照護人員協助簡易安裝，讓老爺爺可以順利充電並使用。老爺爺非常感激，榮民之家的同袍及照護人員們也對於東森購物的貼心服務深受感動。



客服專家培育

- 新進訓練：每位新進同仁上線前須接受 120 小時的完整訓練，包括系統操作、應對話術、商品專業等職能基礎訓練課程。
- 在職訓練：安排包含商品專業知識、行銷技巧、客戶經營、資訊安全認知、激勵與績效管理共識營等進階訓練課程，2017 年執行總時數累計達 400 小時。
- 完善留才措施：提供完善透明的留才辦法、獎勵旅遊、高額獎金、身心靈輔導、健康照顧、保險福利、員購優惠等，對員工提供全方位的照顧。
- 優秀人員表揚：建立優良服務標竿的公開表揚平台，利用線上與線下多管道彰顯優良成績之重要與重視。線上建置內部網路交流平台名人榜，線下以專家迴廊管道進行分享。



圖 1、2：2017 年激勵與績效管理營

圖 3：2017 年度電銷客服獎勵旅遊

圖 4：2017 年度客服表揚—透過公開表揚機制發揚指標性的服務精神及專業表現

大數據應用深化客制化服務

透過 880 萬會員資料庫的再運用與運用大數據分析兩大策略，以大數據分析瞭解會員的行為、特徵與興趣偏好等等，將顧客分群，提供差異化與客制化服務，滿足不同群體顧客的需求。

客戶滿意度調查

東森購物透過電訪、面談、官網等溝通方式，期望能更貼近廣大客戶群眾之需求，傾聽客戶的心聲，因此我們不定期進行商品品質、到貨速度、客服處理品質、客訴解決品質等項目進行年度滿意度調查。2017 年度整體滿意度較去年提升 2%。



電話數量：每天 **5 萬通**

項目	整體滿意度	2017 年主要意見反應與改善措施
2016	95%	待加強部分 ＊應提供更彈性便捷的行銷優惠，滿足客戶對於長效期、方便使用及娛樂性的期待 因應措施與改善方向
2017	97%	1、維持客服人員服務滿意度領先指標，並持續提供更好、更便利的服務平台與機制 2、未來目標為建立新客戶主動關懷機制，掌握新客消費滿意度與建議，即時調整並優化購物體驗

客戶資訊保障

層層把關，完善客戶資訊保全機制

- 資訊安全系統：導入 ISO27001 國際資訊安全認證並定期執行稽核，建立無紙化的完善管控作業環境
- 人員管理機制：在人員的聘僱上重視刑事警察紀錄證明書及個人信用報告等操守紀錄，並於新進、在職訓練中深化人員道德操守理念

為確保客戶個人與交易資料以及公司相關營運資料的機密性、完整性及可用性，維持公司業務的正常維運，東森參照國際資訊安全標準以風險管理為基礎，依規劃評估 (Plan)、設計建置 (Do)、覆核稽查 (Check) 及檢討改善 (Act) 管理循環建置的資訊安全管理體系，提供資料產出、處理、傳送、儲存及廢除之完善安全環境，以保障廣大東森客戶的隱私與權益。資訊安全系統的管理與稽核重點如下：



東森購物 ISO27001



森森購物 ISO27001

項目	管理與稽核重點
1、系統開發稽核	自行開發系統之相關流程與安控要求、委外開發系統之相關流程與安控要求
2、安全區域相關稽核	門禁授權、消防設備有效性
3、機房安全相關稽核	環控系統之溫度及溼度管控、維護廠商維護紀錄、儲存媒體攜出入及相關存取控制、消防設備有效性
4、資訊服務相關稽核	工作日誌結果驗證、設備異常及排除處理
5、系統管理相關稽核	系統及網路設備之備份
6、網路管理相關稽核	系統及網路設備之備份
7、人力資源管理相關稽核	人員之進用及調派之安全評估
8、辦公室資訊環境相關稽核	是否使用自網際網路下載或其他管道取得未經核可之共用軟體或免費軟體
9、資訊安全事件相關稽核	員工是否瞭解緊急資安事件處理流程
10、營運持續計畫相關稽核	擬定書面測試計畫、相關演練紀錄之完整性

2.1.4 供應鏈與品質管理

供應鏈管理系統

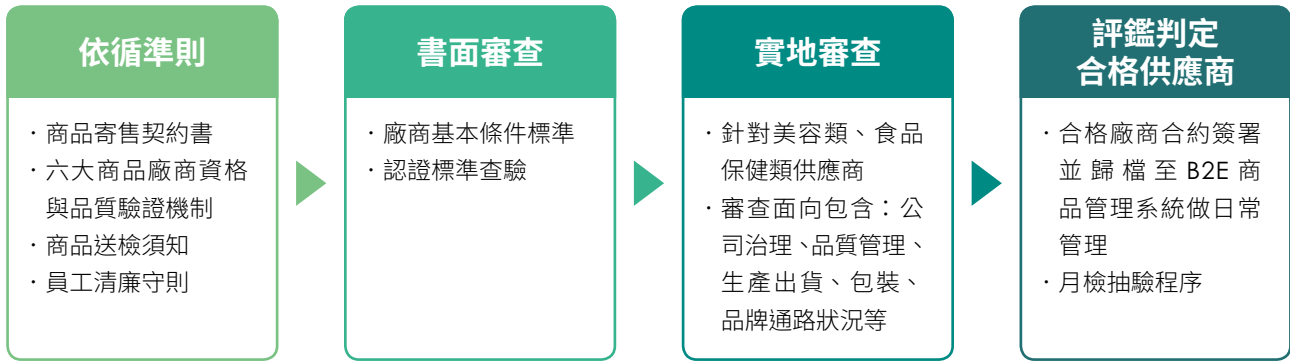
秉持東森購物的嚴選精神，體現於供應上的採購與源頭管理流程中，重點程序包含新供應商篩選流程、商品品質控管查核流程以及供應商義務與權益管理等機制，力求共同維護消費者、供應商以及東森購物三方之權益並消弭爭議，創造多贏之商業新局。

1、供應商篩選與審核管理

截至 2017 年，共有超過 5,300 家供應商提供美容保健類、食品類、三 C 與大家電類、休閒用品與小家電類、流行紡品（包括飾品）類及珠寶精品類共六大商品，東森購物依商品分類建置供應商篩選機制，透過準則制定、書面審查、實地訪廠審查之執行以及合格供應商認可並列入日常管理的四大流程，以確保電視購物與購物網供應商的資格與供貨產品之穩定度、安全性，保障廣大消費者之權益。

2、供應商篩選與審核四大步驟

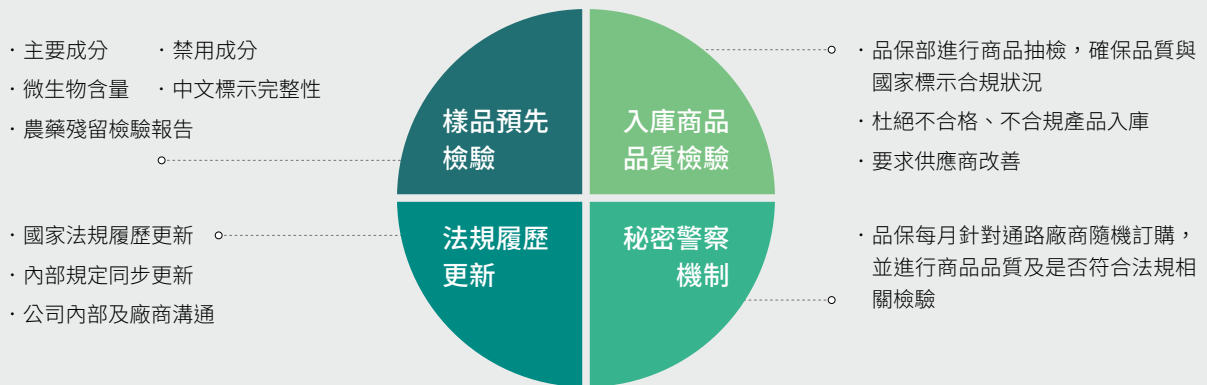
- 書面審查：東森購物針對六大商品類別建置相對應之基本條件，如：資本額、產品投保產物保險之額度、合格檢驗報告與合格標識等條件，以及實地審查訪商報告送交合約審核單位與在 B2E 行動商務商品管理系統進行日常管理，並列入後續月檢抽驗程序。
- 實地審查：廠商服務部針對合作之美容類、食品保健類等新廠商進行到廠實地審查，審查範圍包含公司營運治理狀況、品質品檢執行實務、生產出貨能量、包裝、品牌通路經營狀況等面向進行整體性的評鑑，2017 年接受實地審查廠商共計 127 家。



3、商品品質控管機制

為維護商品品質，東森購物建置多重商品檢驗機制，除了例行性商品檢驗中的樣品檢驗、大貨入庫檢驗外，更透過非例行性檢驗機制，秘密警察（月檢抽查）方式，對通路廠商進行商品品質及合規性檢驗。

2017年商品檢驗績效

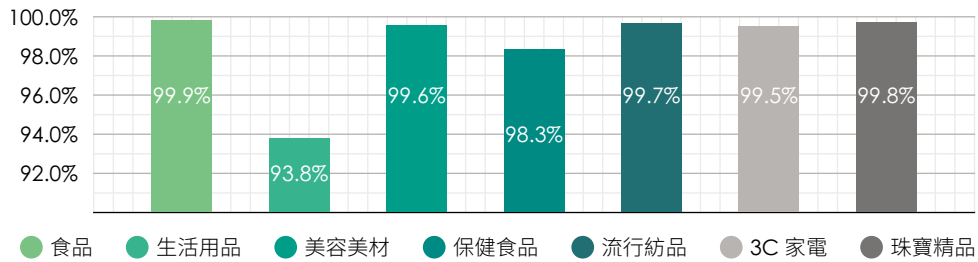


產品類別	檢驗次數／年	檢驗數量	檢驗比例 (檢驗數量／總數)	說明
樣品預先檢驗	5,705次	5,063	100%	略
一般商品大貨入庫檢驗	80,736次	511,866	-	依 105E 表抽驗 (註：105E 表為美軍軍用抽樣標準，目前抽樣檢查最常用標準)
貴重商品樣品檢驗	380次	380	100%	全檢
貴重商品大貨入庫檢驗	12,000次	12,000	100%	全檢
國際精品樣品檢驗	10次	10	100%	電視通路減少國際精品銷售
秘密警察機制抽檢商品	79次	543品項	-	略
到廠供應商稽核	127家	127家	100%	略

4、扶植在地供應商

東森購物在嚴格篩選商品之外，也期許與在地供應商建立長期合作、共榮共好的在地生態體系，除了維持高佔比的採購比例外，東森購物持續維護供應商權益並要求應盡的義務。2017年度的在地採購比例近98%（以採購金額計算），下表為七大主要產品類別之在地採購比例。

在地採購比例（依採購金額）



5、供應商之權益與義務

東森購物透過六大措施，建立供應商公平公正、透明合規且具備商業效益的購物平台：



■ 合作效益：體恤東森購物事業夥伴，供應商可獲免費廣告宣傳，進而降低通路費用、提高銷售營收、獲取長期經營品牌的合作關係及開發新客戶與潛在客戶等多項效益。

■ 商品分期免息：消費者消費商品金額分期利息均由購東森購物負擔（約 3,749 萬元），不會轉由廠商支應。

- 供應商應盡的義務：供應商所負責商品、服務及相關宣傳素材之提供與授權有關，商品內容、價格、數量、收送方式及雙方責任義務等，均依簽訂之「商品寄售契約書」，並於東森購物之商品銷售、行銷、送貨、換貨均須依照東森購物對於消費者的服務機制執行。
- 供應商溝通申訴管道：東森購物推出「供應商即時申訴服務平台」，以解決申訴與爭議困擾，維護雙方權益與商譽，打造溝通零距離環境，2017年處理廠訴案件計有 127 件。另透過溝通信箱 (ceo.venders@ehsn.com.tw)，傾聽並協助廠商們的建議、意見與申訴。

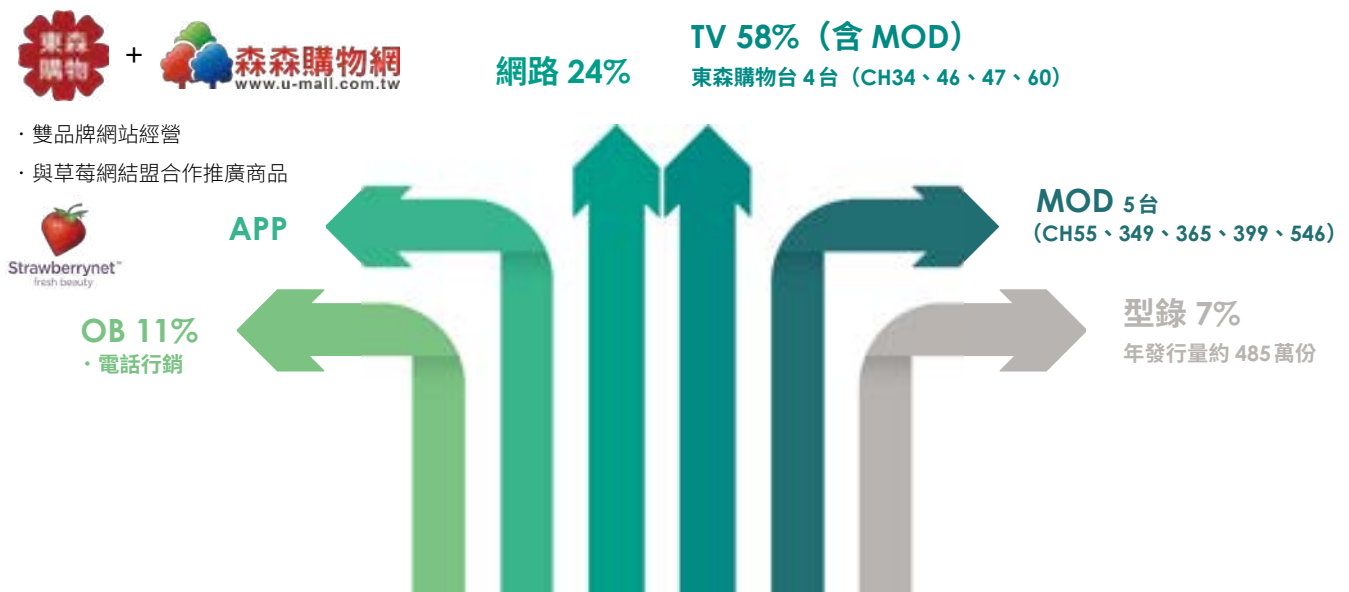
供應商即時申訴服務平台

- 明白講：接受供應商申訴後進行調查
- 保護您：對於申訴廠商與內容均負有保密義務
- 立馬辦：東森購物總經理與廠商服務部主管每日讀取廠商意見；確認屬申訴案件後進行調查與後續處理
- 客觀調查：申訴案件的調查，由第三方稽核單位參與進行調查、結案與呈報，確保公平公正

- 消費者爭議處理：廠商對銷售之商品經消費者主張有瑕疵、危害人體健康或任何其他爭議時，廠商應儘速與該客戶聯繫，並以真誠之態度與合理之方式解決。
- 保固保障：廠商對提供商品之品質、規格及使用安全性，應自銷售日起至少一年之保固保證。

2.1.5 多元通路發展

東森購物持續蓬勃發展，有賴多元通路發展、完善軟硬體設備的支援，提供最強而有力的後盾。近年來我們積極發展多元通路與平台，除擴張購物台與 MOD 傳播權與優化購物網站的使用體驗外，更透過社群網路結盟、APP 優化、電話行銷深化服務以及型錄宣傳等多元管道，開創商機。



網路購物

商品上架主要透過東森購物網與森森購物雙平台，積極搶市。

APP 行動購物

透過影音優勢提供便利介面。

東森購物 APP 2015年 3月 31日正式上線，善用本身的影音優勢，讓消費者在通勤或閒暇時間，可透過智慧手機即時收看影音購物節目，提供便利的行動介面。



購物頻道擴展

2017年 4月於中華電信 MOD 正式上架，MOD 收視族群消費潛力龐大，造就2017年亮眼營收，未來也將與即將開出專售日本與韓國商品的購物頻道結盟合作。



特約商店拓展計劃

得易 Ponda 提供的是具有時尚、便利、休閒功能的會員卡將憑藉消費累積點數、點數折抵現金、點數兌換商品、點數加價購，並以資料庫行銷及點數轉移交易平台做為營運核心，精實的 IT 資訊技術，專業陣容的客服團隊及大數據精準資源整合行銷之強大營運能力，進行會員及特約店拓展計畫，建立永續經營市場競爭能力。



搶進 OTT 平台

攜手遠傳於 friDay 影音上架，東森購物為首家進駐 OTT 平臺的虛擬購物業者，預期能增加 160萬收視戶。

2.2 東森新聞雲

以「互動、影音與社群」品牌精神，並朝全球華人信息交流第一平台的目標精進。

東森新聞雲（以下簡稱新聞雲）為東森集團的入口，亦是 B2C 的重要入口，能接觸到廣大的群眾，以高度社群互動優勢、高度公信力與高速訊息傳達等優勢與能量，帶動貿易事業的發展。新聞雲自成立以來以倍速成長的流量，帶動廣告主的投放意願，廣告量快速成長，並與廣告主深度結合線上及線下行銷活動，成功寫下新媒體整合行銷的亮眼實績。

新聞雲近年來在台灣傳播媒體業屢創佳績，根據 Comscore 所公布的跨平台裝置調查顯示，東森新聞雲觸及率 81.6%，為新聞類網站第一名，榮獲 Google 2016 年所頒的「前瞻性大獎」，以及「2016 網路服務流量 100 強」台灣傳播媒體類第一名，成為近年崛起速度最快、最受關注的傳播媒體品牌。即使面對多角化、多樣化的市場，新聞雲仍掌握新媒體產業的未來發展趨勢及網路廣告快速成長利基，朝全球華人信息交流第一平台的目標前進。

東森新聞雲近三年來重要里程碑

直播表現	第一	每周直播產量已達 25 小時；最高同時在線人數 3.5 萬人
粉絲黏著	第一	25 個粉絲團透過有「人情味」的操作，領先競業的粉絲團黏著度，Facebook 粉絲數破 1,500 萬
觸及率	第一	根據 ComScore 數據，ETtoday 新聞雲以超過 8 成 的觸及率，勇奪新聞類網站第一名
網站排名	第一	依據台灣熱門網站 1,000 大排行榜，榮獲新聞類網站第一名
前瞻創新	第一	榮獲 Google 2016 年「 前瞻性大獎 」
營收成長	第一	2017 年度營收成長近 50%



備註：根據 Comscore 跨平臺裝置的資料顯示，ETtoday 新聞雲從 2016 年 8 月至 2017 年 3 月連續 8 個月勇奪新聞網站觸及率第一名，穩居台灣最具影響力的新聞網站

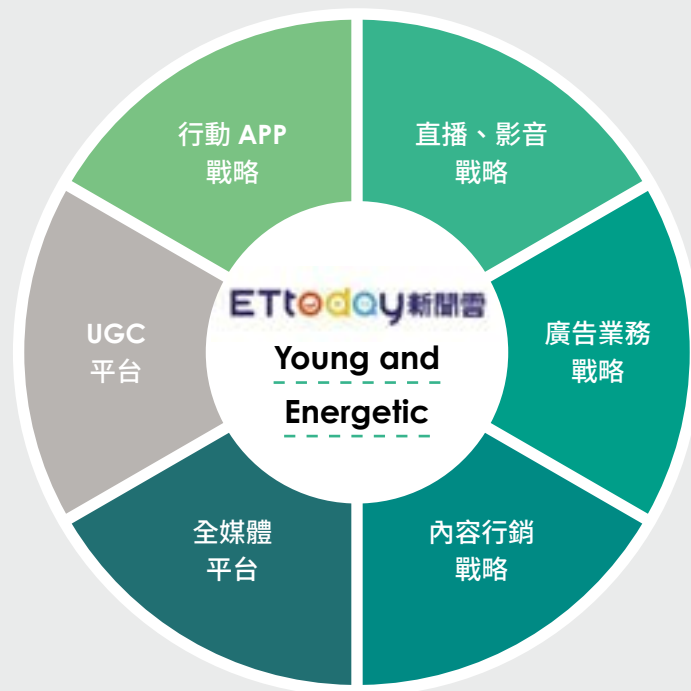
根據路透新聞學研究 (Reuters Institute) 2018 數位新聞學報告，新聞雲榮登台灣網路媒體使用率寶座、台灣媒體品牌可信度第五名

2.2.1 新聞雲創新發展策略

新聞雲以 Young and Energetic 品牌文化出發，透過「品牌創新」、「APP 升級」、「電商合作」以及「直播新聞」為因應寬頻行動時代趨勢，帶來新媒體「行動化」、「影音化」及「社群化」之需求。

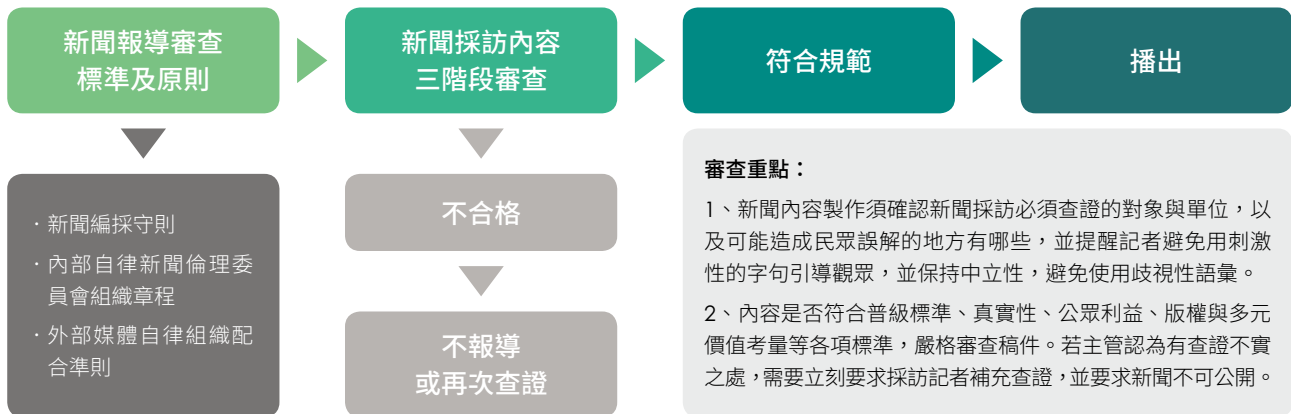
新聞雲從早期 1.0 圖文新聞，進入到 2.0 之影音視頻與直播內容，並邁向 3.0 的全方位數位內容平台。新聞雲深知線上影音內容對閱聽者之強大影響力，積極投入具備深度、廣度之線上影音內容，並透過廣告營銷方面，結合傳統媒體及網路行動新媒體的操作資源及優勢，推動跨媒體廣告整合行銷業務；讓客戶感受新聞雲總是帶給閱聽眾多更多的服務精神，以達到新聞雲「互動、影音與社群」品牌精神，並朝全球華人信息交流第一平台的目標精進。具體策略與作為如下：

- EToday 分眾經營策略：成功經營 6 個破百萬粉絲團，包含新聞雲、星光雲、寵物雲、美女雲、分享雲及即新聞。
- 行動 APP 戰略：擴大用戶族群，強化使用者黏著度。
- 跨媒體廣告整合行銷業務：憑藉成功的社群經營經驗，透過社群分眾結合大數據精準行銷的應用，建構社群行銷平台之動能，持續擴展業務。
- 創新數位整合能量：長期以來堅持不斷創新，利用數位科技，大數據分析與高頻率的讀者焦點訪談等策略，強化對讀者需求的了解，以提高報導內容的品質、即時性、溝通性準確性，提供有「溫度」的服務。



報導內容管理

新聞雲報導內容秉持新聞專業為製播準則，力求提供民眾更優質的新聞性節目，依照相關法律，以及自律準則，如：廣播衛星電視新聞自律執行綱要、電視學會新聞自律公約，擬定「新聞節目製播規範」、「新聞編採守則」、「內部自律新聞倫理委員會組織章程」、「外部媒體自律組織配合準則」等內部章程，以確立節目品質並進行合規管理。報導內容之採訪與編審流程如下：



新聞雲創新價值展現

以 Young and Energetic 品牌文化出發，為廣大閱聽者製作優質報導內容與影音節目

組織	工作環節	創造之價值
讀者、粉絲	<p>1、內容面：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 致力於提供最即時、最專業的海內外新聞訊息給讀者，新聞團隊包含內部記者之外，還有外部專業主筆、意見領袖等專業人士提供對於社會時事的評論，以及與眾多優質媒體業者（包含東森電視、鏡周刊）等合作。 ■ 更積極製作優質影音節目如《雲端最前線》、《星光雲 RUN 新聞》等，並廣邀海內外影音創作者提供優質影音內容，給予政治上、娛樂上及各種專業領域上的人物發聲管道。 <p>2、平台面：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 持續改善自有平台（包含「ETtoday 新聞雲」網站、「ETtoday 新聞雲」APP 等）的使用者體驗，包含版面美觀、開啟速度、語音新聞及聊天室等，希望讀者不只是在「閱讀新聞」，而是在享受優質的「聽新聞的服務」。 ■ 與除了經營自有平台，也透過 Facebook、Youtube 等知名社群平台提供最即時的新聞訊息給讀者，以及在前述網路媒體平台上以詼諧、輕鬆的方式與讀者互動，讓讀者不是只有「讀」，也能夠即時分享自己的感受。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 以「互動、影音與社群」品牌精神，並朝全球華人信息交流和娛樂第一平台的目標精進。 ■ 讓讀者透過手機便能即時掌握最新、最快的新聞訊息和社會動態，除此之外，運動賽事、大型選秀賽事等活動的直播，體現了掌上生活圈的可能性，隨時隨地都可以收看節目，還可以在直播當時加入聊天室，與其他讀者一起分享運動賽事的觀點和心情。 <p>25 個粉絲團透過有「人情味」的操作 破 1,500 萬 Facebook 粉絲數</p>

組織	工作環節	創造之價值
協力廠商、廣告客戶	<ul style="list-style-type: none"> ■ 廣告客戶：提供廣告內容，業務窗口收件後通知有關單位執行（如上刊廣告內容、拍攝宣傳影片等）。 ■ 協力廠商：協力廠商包含安排藝人、演員的演藝經紀公司、公司所需硬體設備的供應廠商，以及廣告合作的承包廠商等。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 廣告客戶獲得良好、合適的廣告提案，以及專業的廣告服務，創造比廣告費用更高的價值（形象、消費者反應）及更有效率的觸及效果。 ■ 協力廠商完成承包案件獲得合作款項，如果是演藝經紀公司，還可以藉由媒體平台的曝光提高知名度，讓更多讀者認識其藝人、演員。 <div style="background-color: #008080; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> <p>1,000個廣告客戶創造 每個月約 8,000 萬的廣告</p> </div>

2.2.2 閱聽者關係管理

新聞雲致力於了解廣大讀者需求，一直以來我們以與閱聽者建立高度互動性的特點為傲，我們也透過多元的閱聽者溝通、申訴管理機制，期望能從全方位滿足讀者需求、提升讀者體驗、提供多元化影音資訊平台。新聞雲自 2018 年起每月至少進行一次「讀者焦點訪談」，透過深度訪談了解閱聽眾之閱讀需求、各年齡分眾之喜好等，做為未來報導題材與影音製播與 APP 優化等的重點參考資訊，2018 年閱聽眾滿意度如下：

服務類型	滿意度平均分數（滿分 10 分）	2018 年閱聽者主要反應事項
APP	8.85	喜歡 APP 的行銷活動
圖文新聞	7.75	新聞雲軟性新聞表現佳，未來需加強硬性新聞內容
影音節目	7.4	《社畜時代》、《雲端最前線》的節目口碑佳

讀者權益保障及申訴機制

溝通管道與權益保障	措施
讀者焦點訪談	<ul style="list-style-type: none"> ■ 挑選出合適的閱聽者後，主動邀請讀者參與訪談。 ■ 訪談結束後，提供予有關單位參考。
讀者聯繫	<ul style="list-style-type: none"> ■ 讀者透過客服信箱（service@ettoday.net）或客服專線（+886-2-5555-6366）與我們聯繫，收到當天便會立即通知有關單位處理，有關單位依照情節處理及回覆。 1、專責人員收到讀者意見，會立即通知有關單位了解及處理。 2、相關單位了解及處理：明顯錯誤（如文字勘誤），將立即修正並回覆讀者；涉及新聞內容爭議（如未取得照片授權），則會於內部討論後將處理結果回覆讀者。 3、2017 年重要爭議案件：約 30 件／月，通常會在兩週內獲得處理及解決。

溝通管道與權益保障	措施
讀者個資管理系統	<ul style="list-style-type: none"> ■ 會員資料存放於中華電信機房內，要求中華電信高規格嚴密管理。 ■ 不定期向所有同仁宣導管理個資的重要性，以及盤點個人資料的管理情形，並確保留存個資有其特定目的及取得會員同意等法令要求事項。 ■ 隨時依照蒐集的會員資料情節強化資安管理機制。 <p>(備註：歷年來無閱聽眾之個資外洩情事發生)</p>

2.3 東森國際倉儲事業部

東森國際倉儲事業部主要從事大宗穀物散裝船隻碼頭裝卸儲轉，主要運用高效率自動卸穀機將進口之穀物，迅速從船艙卸入倉桶儲轉，裝車出倉，提供國內大宗物資業者，如：飼料廠、沙拉油廠、麵粉廠及進口貿易商等，安全、快捷的原料進倉、儲轉與出倉需求。一直以來，倉儲事業部致力於提供高效率自動化設備，提供安全穩定、高品質及優質服務。

倉儲事業部	
主要客戶	國內大宗物資相關產業業主
2017年績效	<ul style="list-style-type: none"> ■ 100%配合客戶需求、人員及時間進行穀物進出倉作業 ■ 為客戶創造更多間接利益，高效率卸船取得快卸獎金 ■ 在現有作業系統架構下強化環保設備大幅降低粉塵外溢造成之環保問題 ■ 維繫良好客情關係，100%無客訴
未來展望	<ul style="list-style-type: none"> ■ 維持與客戶良好互動與溝通 ■ 在公平公正原則下做好進口穀物儲轉作業

2.3.1 倉儲事業發展策略

倉儲事業部面對的客戶均屬國內大宗物資產業業者，多年來穩定發展；亦同樣地提供穩定的工作機會，提供客戶高效、安全的倉儲環境，高效的運載作業不僅減少船舶等待靠泊卸貨時間，同時增加台灣港口國際形象。

■ 短期業務發展計畫：

充份發揮碼頭穀倉自動化設備優勢，加速卸船進出倉作業效率，大幅降低散裝進口穀物客戶慢卸罰款之機率，並增加快卸獎金收入而得降低進口成本，加強客戶向心力。

■ 長期業務發展計畫：

- 1、擴大穀倉營運利基，掌握港口穀倉優勢，提供更便利加值服務，發揮最佳綜效。
- 2、多角化經營。

2.3.2 客戶關係管理

倉儲事業部的客戶關係管理核心思維在於建構一個互利的、信賴的、穩定的、不斷優化的、可傳承的客戶關係和客戶關係管理，以便在我方人員或客戶方人員變化的情況下，依然可以通過客戶關係來維持業務的有效運作。

倉儲事業部創新價值展現

用心做好倉儲管理工作

組織	工作環節	創造之價值
倉儲事業部	<p>■ 倉儲事業本部</p> <p>(1) 隨時關注及深入研究分析產業趨勢與動向，出具作業日報，包含內部營運數據掌握、外部市場資訊掌握如產業供應鏈發展與趨勢</p> <p>(2) 長期規劃設備汰舊換新及維護保養，以維持工安與作業順暢</p> <p>(3) 年度預算規劃與執行，以精準掌握營運績效</p> <p>■ 營運處</p> <p>做好客戶服務，包含配合船期到港時間順利進行卸穀作業、進出倉作業線路安排順暢及數量掌控，順暢的作業可協助客戶取得快卸獎金</p>	基於產業差異之故，倉儲事業部面對的客戶均屬國內大宗物資產業業者，多年以來改變不大；亦同樣地提供穩定的工作機會
協力廠商	引進科技作業系統以優化作業流程，如設置無線射頻識別系統（RFID）以簡化卡車出倉流程、減少卡車於港區待車時間及出錯機率，故可大幅減少卡車碳排放	與廠商建立長期穩定的合作關係及機會，順暢作業可降低廠商營運成本。
客戶	<p>1、順暢卸穀作業，協助客戶取得快卸獎金</p> <p>2、順暢作業可減少穀船進港等待時間，增加港口國際形象</p> <p>3、進出倉作業系統維護良好，減少穀物短卸率</p> <p>4、提供相同標準的服務內容及態度</p> <p>5、提供自動化作業之業務相關報表與客戶，以利客戶充分掌握其進口穀物之品質、數量資訊</p>	可降低客戶管理成本

近年來獲獎殊榮

獲獎／證書名稱	執行重點
2006年 台中港績優廠商	當年度績效斐然
2006年～2016年蟬聯殊榮 高雄港貨物作業量績效卓越、貨物作業量績效卓越獎	該年在高雄港貨物作業量成績排名優異

獲獎／證書名稱	執行重點
2016年～2017年 「裝卸承攬業散雜貨類」金舫獎	依據整體營運績效、工業安全、環境維護、履行契約責任等綜合評比
2017年度「裝卸承攬業散雜貨類」金舫獎	依據整體營運績效、工業安全、環境維護、履行契約責任等綜合評比

2.4 綠色價值管理

東森重視與環境和諧相處，主動落實節能減碳，集團除關注消費者需求，亦透過各項內外部綠色營運管理措施，偕同員工與廣大東森客戶共同創造綠色生活。

東森環境管理政策

東森在秉持致力於降低營運所造成之環境衝擊，善盡企業社會責任，為達上述目的，我們承諾做到下列事項：

- 遵守政府環保及能源管理法令與相關規範。
- 配合公司經營策略，展開環境保護承諾，落實節能減碳，珍惜資能源，提昇減廢與回收再利用技術，提升預防並減少污染排放，保護地球生態環境。
- 發展綠色營運管理，逐步強化綠色供應鏈管理。
- 落實溝通協調與環境教育訓練。

2.4.1 綠色管理措施

工作場域綠色管理措施

東森重視環境友善管理，營運辦公空間與人員的日常活動，皆透過宣導與行動主動落實節能減碳，並透過室內外之節能以及綠化措施，營造合宜、健康之辦公空間。

綠色管理措施	
倉儲事業區域	防塵措施：倉儲區出倉口架設防塵網及灑水設備以減少穀塵飛揚
	降低廢氣排放措施：改善出倉作業流程，降低卡車等待之廢氣排放量
辦公區域	省水措施：水龍頭及沖水器安裝省水裝置，裝設省水馬桶，節約用水

綠色管理措施

辦公區域

節電措施：

- 1、空調更新為變頻式主機，保養每兩個月執行一次
- 2、LED 燈具置換並汰換傳統燈具，執行隨手關燈宣導以降低耗能
- 3、視訊會議減少交通往返產生的碳排量
- 4、日曬區域裝設玻璃帷幕有助室內降溫
- 5、辦公區空調溫控

垃圾減量措施：減少垃圾量，確實垃圾分類

綠化措施：室內外盆栽綠化及植樹



強化視訊會議設備，減少交通往返產生之碳排



日曬區裝設玻璃帷幕有助室內降溫



LED 燈具置換

東森購物綠色管理措施

東森購物除關注廣大客戶需求外，透過包耗材循環使用、綠色物流及電子發票無紙化及鼓勵環保採購等措施，將綠色環保觀念傳達給消費者並創造綠色消費價值。

1、包耗材管理

使用具可回收性包裝袋，並定期執行回收作業，以製成可再利用材質（如環保絲）循環使用，每月回收約 530 公斤，年均 6.36 噸。另，包裝材料則使用可回收性緩衝材料，並加印 3R 標示，傳達每位消費者綠色環保觀念。



2、綠色物流

東森購物為了減少往來運輸所產生的碳排量，積極導入商品進倉，目前約有 70%~75% 的商品為入統倉集運出貨，藉由此機制的推動，東森購物可減少不同廠商分批配送所造成的碳排放，每年可減少 33 萬次的配送次數。東森購物在遴選合作運輸業者方面，亦將環境保護列入評選要點之一，鼓勵運輸業者能共同響應節能減碳，為永續環境善盡一份心力，以合作夥伴「統一速達」為例，自 2014 年起導入電動機車加入配送服務，不但有效地減低噪音量與排碳量，更成為全台首家綠色宅配業者，2018 年規劃導入了 725 輛電動機車，預估減

低的二氧化碳排放量達 46.5 萬公斤。其次，『統一速達』為持續響應綠色節能，在中壢綜合轉運中心設置了 120 噸雨水回收系統，作為綠化澆灌及洗車供水使用，辦公室區域也採用節能 30% 的環保 LED 燈具，並透過負壓扇與通風採光開口，利用大自然通風優點達到室內散熱，力行節能減碳。



3、電子發票無紙化策略

東森購物為了環保保護地球及加強客戶服務作業，自 2014 年起推行電子發票，2017 年共減少消耗 867 萬張用紙量，約減少砍伐 1,040 棵樹木，等同減少 15 萬噸碳排放。



4、環保綠點

透過東森購物多元平台能接觸廣大消費者、高瀏覽量的優勢，結合政府節能補助專案，鼓勵消費者購買環保節能商品，傳達綠色環保消費觀念，近年來東森購物參與新北市節能補助專案（1/2 級能效冷氣機及 100 流明瓦以上燈具），並持續配合政府環保節能計畫，於 2018 年 5 月起參與新北市節能產品暨電商平台推廣計畫。



2.4.2 節能管理

各事業部用電管理

主要來源為來自於組織所擁有或控制的排放源如生產製程及交通運輸工具等排放源。東森三大事業部近三年來的組織內部能源耗用量如下：



組織內部能源耗用量

類別	事業部	2015	2016	2017
用電量 (度)	倉儲事業部	17,185,660	18,952,364	18,259,733
	東森購物	6,649,600	6,083,600	6,096,400
	新聞雲	2,073,968	1,994,200	1,690,000
三事業部總用電量		25,909,228	27,030,164	26,046,133
汽油 (公升)	倉儲事業部	25,765	18,999	20,278

備註 1：倉儲事業部範圍包含台北總公司、台中港與高雄港倉儲營運處，其中，台中與高雄營運處用電量與該年度進口穀物營運量呈正相關性

備註 2：汽油僅使用於倉儲事業部公務車使用

節能措施與效益

集團/公司	節能設備投入項目	投入經費 (萬元)	效益
東森集團	LED 燈具置換	285	共投入約 285 萬元， 年度總節電度數共計約 448,878 度
東森購物	契約容量調降	0	每年節省 1,085,728 元基本電費
	冰水區域增設變頻器	38	年節電度數 86,876 度
新聞雲	(1) 強化視訊會議設備減少交通往返 (2) 陽光區玻璃帷幕等減少用電 (3) 汰換省水型龍頭、沖水器	85	年節省金費 40 萬元 年節電度數 7,976 度 每節水度數 377 度
倉儲事業部 台中港	(1) 穀倉集塵系統更新 (2) 機械塔六、七樓電氣室冷氣更新變頻式	291.25	(1) 提高集塵效益，降低粉塵 (2) 節能率 20%
倉儲事業部 高雄港	(1) 裝設能源管理監測系統 (2) 卸穀機 UL02 垂直提昇機 (SKT) 油壓馬達 HUGGLUDS CA140-120 更換 1 只 (3) 穀倉吸穀機電氣室、機械塔八樓電氣室冷氣更新變頻式 (4) 穀倉 LED 投射燈具更新 (5) 空氣壓縮系統洩漏改善	173.51	(1) 年節電度數 35,895 度 (2) 年節電度數 84,060.4 度 (3) 節能率 20% (4) 節能率 2% (5) 年節電度數 147,037 度

CH3

創造友善職場



2017年友善職場績效



- **新北市** 獎勵金 🏆 2017年超額進用身心障礙員工
- **300**小時 🏆 飛行時數計畫：工作額滿 300小時之後即進行調薪
- **549 萬**元 🏆 2017年員工總訓練費用達約新台幣 549萬元
- **9.2 萬**小時 🏆 2017年總訓練人時達約 9.2萬小時
- **20**小時 🏆 2017年每人平均訓練時數達 20小時
- **18個月** 薪資 🏆 優秀人才年薪最高可領 18個月薪資
- **100 萬**元 🏆 每年投入 100萬經費於「馬上辦中心」，投入員工全方位照顧
- **11,422**人次 🏆 各項員工福利惠及 11,422人次
- **2.3 億**元 🏆 東森投入各項員工福利超過新台幣 2.3億元
- **94.8%** 🏆 2017年女性自育嬰留停留任率 94.8%

東森期待成為國內培育優秀專業人才之匯聚處，以人為本的核心價值為東森集團的願景，由集合、整合、到融合，鼓勵年輕同仁多方嘗試，提供多樣化且適才的課程，希望讓同仁發揮所長，創造有活力且勞資和諧的企業文化，與同仁共同成長，創造雙贏。

我們積極營造多元學習發展機會、優於同業薪酬制度的工作環境，配合完善的福利方案、豐富的溝通管道以及勞資會議機制，提高工作績效，達到不斷強化員工專業能力，協助員工多元發展。

項目	短期目標	中長期目標	截至 2017 年實績
員工健康與安全	1、定期實施健康檢查 2、駐點醫護人員提供員工健康諮詢	1、健康管理運動 2、零職災	實施健康檢查、辦理職業安全衛生教育訓練、消防安全教育訓練
人才留任與發展	1、各部門人力編制及成本管控 2、年度訓練費用規劃、執行與管控 3、協助各部門迅速補齊人力缺口 4、因應法令修訂人事規章	1、完善職務代理人機制 2、培育優秀人才為儲備幹部 3、透過產學合作深耕校園 4、建立優於市場之薪酬獎勵制度	實施接班人計畫、實施內部教育訓練及派外訓練、與中國科技大學、德明財經技術學院…等 9 家學校簽訂產學合作以及校外實習合約
員工訓練與發展	1、「人力農場」培養新人才 2、執行 360 度多維度評量 3、以「飛行時數計畫」培養新進同仁 4、管理、技能、新人、通識共四大核心主軸課程安排	1、成為國內培育優秀專業人才之匯聚處 2、創造有活力且勞資和諧的企業文化	總訓練人時達約 9.2 萬小時、每人平均訓練時數達 20 小時、員工總訓練費用達約新台幣 549 萬元

3.1 人力結構

東森集團的勞動規範及人事規章皆依據「勞動基準法」、「性別工作平等法」、「職業安全衛生法」等法令相關規定辦理，2017 年正職員工為 2,275 人，非正職員工 92 人，兩者合計 2,367 人。為促進弱勢團體充份就業，雇用之身心障礙員工共 27 人，占員工人數 1.1%，100% 符合政府身心障礙者權益保障法令，其中得易購於 2017 年超額進用身心障礙員工獲新北市表揚。我們在主要營業據點所在地，以當地員工為優先聘雇對象，聘用當地員工佔 98%。

2017 年東森集團人力狀況

事業部	東森國際	新聞雲	得易購	總計
本籍員工	259	494	1,568	2,321
外籍員工	0	4	1	5
原住民員工	0	0	14	14
身心障礙員工	4	3	20	27
小計	263	501	1,603	2,367

2017年東森集團人力狀況

性別／年齡	女		男		總計
	30-50歲	51歲以上	30-50歲	51歲以上	
原住民	9	0	5	0	14
領有身障手冊員工人數	5	4	11	7	27
總計	14	4	16	7	41

2017年東森集團員工情形

類別	組別	男		女	
		人數	比例	人數	比例
雇用 類別	正式人員	971	42.68%	1,304	57.32%
	非正式人員（派遣／約聘等）	18	19.57%	74	80.43%

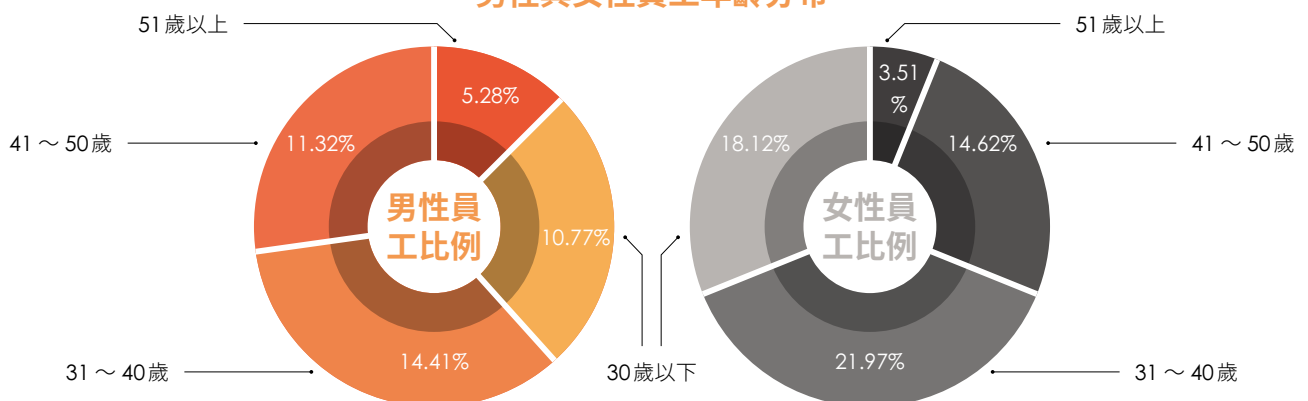
- 1、計算基準：2017.12.31 公司現職人數（含正式、非正式人員）
- 2、實習人員為 7-8月大專院校暑期配合實習生，不列入總計人數

東森集團同仁男性佔 41.78%，女性佔 58.22%，所有同仁不論性別、年齡或種族，均享有平等的學習發展機會。同仁年齡多分布於 40歲以內的年輕員工，共佔約 65%，我們致力於營造氣氛更開放、活潑、平等、自由及樂在工作的企業文化，打造「新世代人才」嚮往的職場。

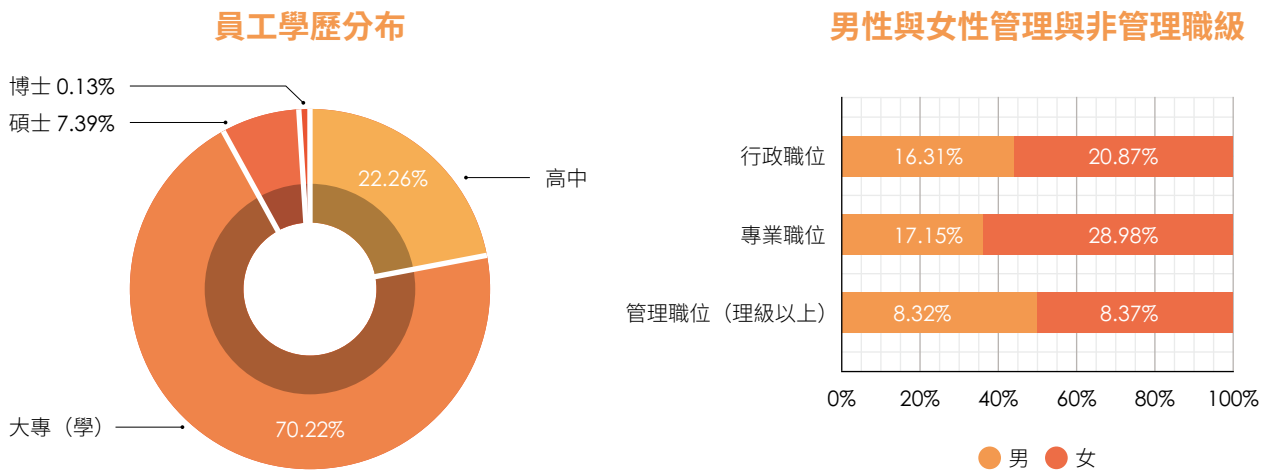
2017年男女比例



男性與女性員工年齡分布



東森管理階層佔全體同仁數的 16.69%，男性及女性主管分別佔主管總人數之 8.32%、8.37%，其中女性主管人數佔所有主管人數 50.1%，顯示東森在人員任用與晉升方面不因性別而有所差異，而我們超過 77.7% 的同仁具有大學／專科以上之學歷。



2017年東森男性員工離職率為 10.6%，新進率為 27.2%，女性員工離職率為 24.9%，新進率為 46.9%，因產業及工作內容特性，男性與女性電話客服人員比例約為 1:2，故女性員工離職率較男性為高。為達留住優秀人才，人資主管皆對每位離職員工進行訪談以了解原因與可進步空間。

2017年東森集團新進／離職員工情形

年齡層	男				女			
	離職人數	離職率	新進人數	新進率	離職人數	離職率	新進人數	新進率
30以下	100	14.62%	229	33.48%	195	28.51%	347	50.73%
31～40	106	12.31%	247	28.69%	209	24.27%	421	48.90%
41～50	27	4.40%	147	23.94%	133	21.66%	262	42.67%
51以上	18	8.65%	21	10.10%	53	25.48%	80	38.46%
合計	251	10.60%	644	27.20%	590	24.93%	1,110	46.89%

3.2 訓練與發展

東森尋求跳脫傳統想法的人才，於「人力農場」培養新人才，定時請外部講師開課。我們運用 360 度多維度評量，進行不同人才種類、人才接班齊備程度的評量，及職能落差進行界定。

為鼓勵年輕人才，我們以「飛行時數計畫」培養新進同仁。鼓勵同仁持續學習，我們每年透過大量的教育訓練資源，強化東森競爭力。我們的教育訓練體系包括管理、技能、新人、通識共四大核心主軸，從新進人員至領導管理，皆依照同仁各階段所需具備之能力安排課程。

人才培育計畫	說明
飛行時數計畫	工作滿 300 小時即進行調薪
一／二／三線接班人規劃	具有未來主管的特質，運用較好的聘用條件，讓適合的人才可以長久留任
輔導人獎勵金	2016 年導入輔導員機制，並於新人試用期過後獎勵 5,000 元
跨集團研習營	一年辦理三場次，鼓勵 20% 不滿一年的新人，如最佳新人獎
委託外部顧問執行 360 度評量	主要對象為總經理至經理層級，受評者超過 100 位，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

我們制定了多項的選才標準，主要以專業及能快速融入團隊的人才為招募對象，並遵循公開招聘、徵選及錄用的原則，透明化職缺條件等程序，東森的招募管道包含招募公司、校園徵才以及員工介紹。我們藉由培養專業人才以核心職能和職業道德操守與原則為主要培訓基礎，透過客服、電話行銷、節目製作、後勤幕僚、進出口報關、穀物產業教育訓練等課程培訓同仁。



東森 2017 年共舉辦各項實體教育訓練課程 109 班次，參加受訓共計 3,693 人次，2017 年總受訓時數達 91,854 小時，總訓練費用投入約 549 萬元，較 2016 年成長 54%，每人平均訓練時數由 2015 年 10.4 小時增加至 20 小時。

2017年東森各課程受訓情形

課程類別	受訓人次	開課次數
管理訓練	213	9
技能訓練	1,367	34
新人訓練	737	49

課程類別	受訓人次	開課次數
通識訓練	1,376	17
總計	3,693	109

項目	2015	2016	2017
總訓練費用(元)	2,128,746	3,572,279	5,490,226
總受訓時數人時(小時)	24,630	36,048	91,854
人均訓練時數(小時)	10.4	11.7	20.0

2017年總訓練
費用達約
549萬元

2017年總訓練
人時達約
9.2萬小時

2017年每人平均
訓練時數達
20小時

產學合作

東森集團近年積極深耕科技零售、新媒體產業，新聞雲為培育人才匯聚處，以人為本的核心價值，推廣產學合作，開放暑期實習機會，提供相關科系實習生，2017年以來除大舉徵才近千人，吸引各界好手加入東森集團，同時更向下扎根，深入各大學校園，透過產學合作，讓學生在學期間，就有機會可以到集團實習、工讀，可說提供台灣年輕人最佳就業環境。

東森集團深入各大學校園進行產學合作，包括已在文化大學開設新媒體、科技零售相關課程，另亦於世新、政大廣電、德明等學校進行授課，講授多媒體、大數據、電視購物、節目製作、數位行銷等課程，由東森購物、東森新聞雲等一級主管到學校傳授電子商務、新媒體實務，讓學生提早瞭解市場環境最新變化，同時也有助發掘校園優秀人才；東森新聞雲和東森購物並提供各種實習與工讀機會，學生還在就學期間，就能利用寒暑假或課餘時間，實際到公司各部門投入第一線的工作。



於世新、文化、銘傳大學等
授課時數近三年內達

115小時

投入人力**43**人次

年度	大學授課業師之課程主題	授課學校	總投入時數/人力
2015	廣電學產合作專題	世新大學	24小時/12人次
2016	新聞雲橋接課程	文化大學	45小時/15人次
2017	新聞雲橋接課程	文化大學	42小時/14人次
		銘傳大學	4小時/2人次

年度	錄取實習生總數	總實習時數	專案特色
2017	暑期：21 專案：2（輔仁大學大天使計畫，跟著總經理貼身實習）	240	專案結束後可簽約校園記者（工讀） 成績優異者給予獎勵金5,000元

人才績效考核

東森集團依照同仁不同職級，將績效考核作為調薪、獎金發放及升遷之參考依據，並透過績效考核制度落實績效管理，每位到職滿三個月之員工均需參與考核。考核頻率分為季、半年及年度。提升員工「工作技能、工作貢獻、留住人才、學習演進」等，按季考核發放特優及優等員工之工作獎金，以鼓勵 30% 年輕、具專業長才及有貢獻產值之員工。

新聞雲 留才措施

每季 KPI 如流量、稿則數、單則點閱率、每季點閱數等項目，以即時鼓勵嘉獎員工，包含最佳採訪獎、獨家獎、特殊貢獻獎、採訪力獎、社群操作獎、影響力獎、攝影獎等個人獎，特優者獲頒一個月薪資，優等半個月薪資；團體獎以總薪資的 15% 當作獎勵，優秀人才年薪最高可領 18 個月薪資

3.3 權益與福利

為了讓員工享有穩定幸福的生活，東森提供員工節慶獎金、各項福利補助（如：婚喪生育、育樂活動、健康檢查）、勞／健／團保、退休金、休假、員工急難救助和撫卹、員工旅遊、每日提供免費茶點、咖啡等多元福利。我們另於 2015 年成立「馬上辦中心」，每年投入 100 萬經費，提供員工醫療協助、急難協助、法律諮詢、保險理賠與諮詢及其他諮商服務全方位的照顧；另惠及員工家屬，家屬亦可參與眷屬團保，我們亦針對外勤人員提高保險金額。此外，東森依據職工福利金條例設置職工福利委員會，提撥職工福利金，辦理各項福利事項。

2017 年投入員工福利相關費用金額超過 2.3 億元，惠及員工達 11,422 人次。

福利項目	福利內容
健康檢查	為關懷員工身體健康，提供定期健康檢查，讓同仁能擁有完善的身心照護
員工旅遊	為鼓勵同仁調劑身心，推動員工參與旅遊活動
節慶禮金	每年端午、中秋及農曆春節與生日發放同仁慰勞禮金
員工保險	勞保、全民健保、團體保險（涵蓋壽險、意外險、住院醫療險、意外醫療險等）
其他補助	針對員工結婚、生育及喪葬等提供禮（慰助）金
急難救助	員工（眷屬）發生重大事件對家庭經濟影響至鉅者，提供適時適當之補助款
活動獎勵	慶生會、寵物日、中秋烤肉、電影欣賞會、情人節電影票

惠及
11,422
人次

投入金額
超過
2.3 億元



哺乳室設置



職場按摩室



寵物日

性別友善的工作環境

東森強調性別平等，為吸引優秀人才，總體薪酬不因性別、年齡、宗教、種族、國籍、黨派之差異而有所不同，皆平等對待員工。以 2017 年度各事業部之男、女整體薪資報酬而言，在主管職中男性整體報酬是女性的 88 ~ 122%；一般員工中男性整體報酬是女性的 99 ~ 113%。

東森集團男女薪酬比例

員工群組	得易購		東森國際		新聞雲	
	男	女	男	女	男	女
基層員工	1.13	1	0.99	1	1.12	1
初階主管	1.07	1	1.14	1	1.12	1
中階主管	1.01	1	1.07	1	0.89	1
高階主管	0.88	1	1.13	1	1.22	1

我們提供身為母親的女性員工友善貼心的工作環境，辦公環境設有哺／集乳室，並由專人定期管理、清潔與維護，另鼓勵生育，提供生育補助津貼、產假及陪產假。2017 年育嬰留職停薪應復職為 37 人次，復職率為 59.5%，女性自育嬰留停之復職率為 58.8%、留任率 94.1%，顯見東森對於性別平等的重視。

2017 年東森集團員工申請育嬰假情形

項目	男性	女性	合計
A、2017 年符合申請育嬰留停人數	23	59	82
B、2017 年實際申請育嬰留停人數	5	30	35
C、2017 年預計育嬰留停復職人數	3	34	37
D、2017 年實際育嬰留停復職人數	2	20	22
E、2016 年育嬰復職持續工作一年	1	16	17

項目	男性	女性	合計
F、2016年育嬰留停復職人數	1	17	18
復職率 (%) =D/C	66.7%	58.8%	59.5%
留任率 (%) =E/F	100.0%	94.1%	94.4%

A、2017年符合申請育嬰留停人數：於 2017/01/01 ~ 2017/12/31 間申請過陪產假及產假之人數

B、2017年實際申請育嬰留停人數：於 2017/01/01 ~ 2017/12/31 間申請育嬰留停之人數

C、2017年預計育嬰留停復職人數：育嬰留停到期日為 2017/01/01 ~ 2017/12/31 期間之人數

D、2017年實際育嬰留停復職人數：育嬰留停到期日為 2017/01/01 ~ 2017/12/31 且於此期間復職之人數

E、2016年育嬰復職持續工作一年：於 2016/01/01 ~ 2016/12/31 期間育嬰留停復職且復職一年後仍在職之人數

F、2016年育嬰留停復職人數：於 2016/01/01 ~ 2016/12/31 期間育嬰留停復職且復職已逾一年之人數

退休制度

東森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，儲存於中央信託局專戶，依規定保管及動支，並於 2017 年實施員工優惠退休方案：

1、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。

2、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) 達六十者。

東森重視與工會溝通，每季固定召開勞資會議以協調勞資關係與合作，2017年協商事項包括變形工時、女性夜間工時、勞工退休、排班與加班事項等。

2017年東森集團勞資會議執行情況

事業部	委員組成狀況	勞工佔比	討論項目
得易購	資方委員 6人 勞方委員 7人	54%	組織異動公告、新增輔導師獎金、推選職業安全委員會委員
東森國際	資方代表 7位 勞工代表 7位	50%	勞工退休事項、排班與加班事項等
新聞雲	資方代表 8位 勞方代表 8位	50%	延長工時、變形工時、女性夜間工時、颱風天出勤

東森重視員工意見，為充分瞭解透員工需求及對公司營運建議，我們透過不同的溝通管道與員工交流，如新進員工透過輔導員機制、定期工會參與處務會議、離職面談，如業務系統速度調整等，期望能達到和諧、幸福的勞資關係。

東森集團員工溝通管道

管道	處理流程	2017年溝通重點
勞資會議	員工透過勞資會議表達需求與建議	勞資雙方意見溝通、重要政策宣達、勞基法令變更宣達及因應措施
福利委員會	定期討論與員工福利相關事項	年度工作計劃討論、年度福利金運用規劃、部門旅遊餐敘及員工健康檢查補助金額提高案
工會	員工透過工會代表參與定期處務會議	排班、加班、員工福利相關
員工信箱	隨時接受各項需求與建議	出勤、薪資、福利、心靈諮商等
新人輔導員	單位主管指派 mentor，mentor 再提供新人輔導回饋予 HR	輔導員 mentor 協助新人快速熟悉全新環境
離職面談	離職員工經由 HR、管理部長官簽核、至總經理簽核	每位離職員工，HR 皆親自訪談，讓員工充份感受到公司的重視與關懷

3.4 健康幸福職場

提供員工健康幸福的職場是東森成長與競爭力的基礎，東森注重員工福利，並適時提供協助，東森關懷員工健康，公司以優於政府「勞工健康保護規則」第 15 條規定之健檢規格，辦理員工年度健康檢查作業，以保障員工身心健康，提昇工作效率，2017 年健檢達 1,517 人次。

我們定期辦理職業安全衛生教育訓練、消防安全教育訓練等課程，如起重機、堆高機操作人員在職訓練班、急救人員回訓課程，藉由種子教官之訓練，將各項職業安全衛生規定與權利，以及安全防災之觀念與知識擴及宣導至公司所有員工，以期防範災損於未然，建立友善安全之職安工作環境。2017 年參與職業安全衛生教育訓練課程達 1,623 人次，參與消防安全教育訓練課程達 1,056 人次。

為期新進同仁可瞭解相關職安法規與公司安全措施，於新進同仁報到時瞭解公司環境安全配置、職安權利與義務，使員工安心於所處工作環境中。

類別	課程名稱	參與人次
防火防災演習	員工消防安全教育訓練	1,056
	員工消防逃生演練	
	穀倉自衛消防演練	
	防火管理人講習訓練複訓班	

類別	課程名稱	參與人次
防火防災演習	自衛消防編組訓練（上半年度及下半年度各一次）	
職安訓練	員工職業安全衛生教育訓練	1,623
	職安人員專業教育訓練	
	新進人員職安教育	
	吊升荷重在三公噸以上之固定式起重機安全衛生教育訓練回訓班	
	駕駛荷重在一公噸以上堆高機操作人員在職訓練班	
	急救人員回訓課程	
	全員職安衛生教育訓練	
	總計	2,679



員工職業安全衛生教育訓練



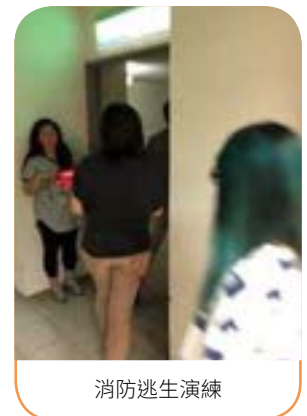
台灣大宗穀物產業教育訓練



穀倉自衛消防演練

2017年東森集團發生之職業災害多為天候不佳摔傷等事故，男性缺勤率0.05%、女性缺勤率0.01%。2017年東森集團職業傷害統計結果整理如下：

性別	職業災害		損失工作日數	工傷總數	缺勤總天數	損工率(%)	缺勤率(%)
	受傷人數	死亡人數					
女	11	0	85.25	682	85.25	12.33	0.05%
男	5	0	43	344	43	3.71	0.01%
總計	16	0	128.25	1,026	128.25	6.93	0.03%



消防逃生演練

- 1、缺勤率計算依據為員工因失去勞動能力而缺勤，不限於工作傷害或疾病。不包括經核准的假期，如節慶假日、受訓、產假/陪產假和喪假
- 2、勞動者因職業事故或職業疾病而不能從事日常工作「損失」的時間「日數」
- 3、員工職業病之認定方式須經醫院職業醫學科之專業醫生診斷
- 4、計算公式如下，須包含正式與非正式員工
 - a. 工傷率 = 工傷總數 / 總工作時數 × 200,000
 - b. 總工作時數 = 總工作員工數 × 每日工作時數 × 一年實際工作天數
 - c. 缺勤率 = 總缺勤天數 / 總工作天數 × 100%
 - d. 損失工作日比 = 工傷損失天數 / 總工時 × 200,000



CH4

社會關懷與實踐



東森深信企業社會責任是企業 21 世紀的競爭力，東森站穩腳步之後，也審慎思考一個企業該有的社會責任和文化使命，積極扮演社會公民的角色。長期關注台灣在地、兩岸以及國際之社會需求，東森橫向整合集團各核心事業部的專業與資源，透過基金會與相關部門的長期規劃與行動，我們從台灣在地出發，懷抱愛無國界的起心動念，期望善的種子能在各地發揮正向影響力。

東森慈善基金會



1999 年，一場九二一大地震，台灣遭受百年浩劫，東森大家長王令麟先生立刻號召旗下員工，全力投入賑災；憑藉媒體事業部的專業以及媒體使命感，首創災區直播服務，讓社會大眾能即時掌握災區狀況，提供後續支援協助。正因看到重大災變所帶來的創傷與偏遠地區的資源匱乏，我們在 2000 年春天成立「東森慈善基金會」，蓄積慈悲的能量，以具體行動投入慈善事業，為台灣種福田。

東森文化基金會



東森文化基金會的目標：建立一個充滿人文關懷的新文化台灣。

自 2000 年成立以來，逐漸累積經驗與成果，更深刻體認到文化事業需要長期耕耘，用心紮根。基金會以提升國人文化素養、關懷原住民文化、落實藝術常民化、發揚傳承傳統文化、促進兩岸文化交流為工作主軸，透過東森創新傳播科技和整合行銷的能力，東森文化基金會以深耕、播種的務實作為，為文化議題發聲。

東森歷年來社會關懷專案執行成果

執行摘要		至 2017 年 累積之執行成果	實績與未來目標	投入資源 (人力/金額)
在地與偏鄉關懷	<ul style="list-style-type: none"> ■送愛到部落 ■愛的早餐由東慈提供 ■愛心認捐公益平台 ■送愛到部落 	<ol style="list-style-type: none"> 1、提供 248 所偏鄉學校，共超過 25,000 名 2、提供 8 所小學共 303 件物資（包含：電腦、冷風扇、烏克蘭麗麗、運動鞋等） 	東森慈善基金會愛的早餐專案從「給魚吃」的第一階段之後，持續執行，並且向「給釣竿」的方向規劃	2017 年投入新台幣 4,247,625 元 註：2007 ~ 2017 年累計投入 26,414,840 元
國際關懷	愛無國界，超越藩籬	<ol style="list-style-type: none"> 1、搶救早產兒的「送保溫箱到宏都拉斯」 2、關懷貧困兒童的「麵包有愛、貧窮不再」 3、重大災難緊急援助行動：「台灣 1000 個小時、世界 10000 個奇蹟」、「送愛到印度」、「送愛到南亞」等，東森都在第一時間站上第一線，彙集台灣的愛心送達異國他鄉 4、2004 年，整合媒體資源與力量，美洲東森慈善基金會成立，為殘障兒童募款，為亞洲弱勢族群代言，為華裔孩童募集中文圖書、為颶風賑災出錢出力 	2004 年，東森集團董事長王令麟獲國際一日志工協會頒發「最佳領導志工獎」，榮耀與感恩之餘，東森也持續深耕公益事業，不分地域或種族，把愛傳得更遠、讓愛更有力量 2011 年（民國 100 年）東森基金會獲得外交部百大優良基金會殊榮	全集團投入人力物力，包括媒體資源、員工動員等

執行摘要		至 2017年 累積之執行成果	實績與未來目標	投入資源 (人力/金額)
教育文化	獎助學金	<p>成立八項獎助學金計劃。從小學到大學到出國留學，從台灣到海峽對岸到美國，以實質的行動，給家境清寒的孩子</p> <p>贊助運動、棋藝等技能好手不遺餘力：如：詹詠然、詹皓晴</p> 	未來贊助對象經費來源亦從集團捐款到部分採用對外募款	<p>1、2003年起，東森從盈餘中提撥新台幣 5 千萬元</p> <p>2、超過三萬名台灣清寒學子得以順利完成學業、甚至繼續深造、出國圓夢。東森紮根教育、投資未來的用心和努力獲頒第一屆「灌溉台灣 教育貢獻獎」</p>

4.1 在地關懷與實踐



九二一地震過後，走過殘破的大地、破碎的家園，讓人心疼又心急；於是，2000年的春天，東森慈善基金會、東森文化基金會成立了…



從南投、蘭嶼、花蓮、台東、屏東、阿里山到拉拉山，十多年來深入各個原住民部落，用心貼近原鄉的泥土和子民。連續四年獎勵「部落小博士、小畫家」計畫，從書本中、彩筆下激發孩子豐富無邊的創意。「山海精靈快樂頌」募集二手樂器計畫，讓孩子吹奏出心中快樂的旋律。連續十年實施「愛的早餐」計畫，已讓近一萬名部落孩子不再餓肚子上學。各式獎助學金，讓 4 萬青年學子安心就學。東森珍視原鄉在地文化發展，如：布農族的校長發展打耳祭，發掘部落孩子體育細胞，發揚射箭文化；或是八部合聲合唱等社團，更有孩子利用這些才藝透過學校申請入學機制，藉由各項比賽而獲得更好的升學機會。

愛的早餐，十年有成

東森集團於 2007 年實施開始「愛的早餐方案」，透過東森基金會、東森購物會員所捐贈的發票，化作一份份愛的早餐，送到偏鄉部落的學童手中，至今超過 11 年，累計幫助超過 25,000 名部落孩子。透過為孩子準備早餐，增加上學動機，讓孩子們從一頓溫飽的早餐開始，蓄足了體力，影響持續發酵，有些如桃園、新竹等縣市政府或各方民間團體已經介入提供餐費補助。



愛的早餐運作流程



愛的早餐小專欄

愛的早餐合作學校若處於早餐店偏遠地帶，連校長、老師都會幫忙採買，學生家長甚至願意至學校當廚工幫忙料理；透過增加早餐多樣化如漢堡等選擇與潮流接軌，試圖縮短城鄉差距，找到合適的食材，將經費妥善使用，又顧及營養均衡。另對於參與體育型社團的高度消耗體力的學童，董事會也大力支持，提高餐費。

更多愛的早餐故事，請至官網閱讀：

『原住民孩子不是弱勢，只是欠缺關懷、支持、陪伴，希望社會能給予偏鄉部落學童一個舞台，相信他們就能發光發熱，也期許孩子們未來也能成為其他人生命中的貴人。』

呂國良——古風國小校長



愛的早餐 十年有成

影像紀錄

「平常這些編導、攝影、記者等工作人員都屬於集團內企業員工，有例行的工作；當基金會需要深入部落探訪時，就會請各單位支援人力，這一點真的非常感謝集團的支援。更令人感動的是，到部落參與公益活動的員工，因為眼見基金會務實的公益及對偏鄉部落孩子的幫助，都會自動為基金會宣傳或捐款參與。」



——東森慈善基金會

愛的早餐歷年來補助狀況

2007～2017年	學校 (所)	學童 (人次)	金額 (新台幣)
合計	248	25,000	26,414,840

統計 2017 年東森得易購會員發票捐贈及中獎統計如下

2017年	捐發票 (張)	中獎 (張)	金額 (元)
合計	3,667,081	17,933	6,200,600

送愛到部落

從南投、蘭嶼、花蓮、台東、屏東、阿里山到拉拉山，多年來東森深入各個原住民部落，持續 17 年「送愛到部落」開啟原住民孩子希望的明天，每年年底，基金會將為部落學童準備保暖的衣物、聖誕禮物，以及童書，希望孩子們有溫暖豐盛的冬天。2003 年，東森慈善基金會獲頒「促進原住民社會發展有功團體獎」，這是東森莫大的肯定與榮耀。對偏遠學校之需求，東森也以實際行動做出回應，例如：花蓮山興國小廢校，有 20 多位孩子需要到外地上學，東森慈善基金會捐助車輛，方便接送學童上下學，並發起集團員工認養山興部落。

從書本中、彩筆下激發豐富的創意；從歌聲中、樂器裡吹奏出快樂的旋律；也透過無遠弗屆的網路，開啟一扇扇知識與希望的窗口。2017 年增設網路募管管道，增加與東森會員互動，為部落學童募集所需資源。

愛心認捐公益平台

東森慈善基金會於 2017 年透過東森購物成立「愛心認捐公益平台」，將孩子們所需的物資如電腦、運動鞋、外套、泳衣泳褲、柔道隊需要的傷藥等，開放會員認購，每筆認購成功的單品都會直接送達所需小學，2017 年總計有三次認購活動，皆於短時間內募集完畢，總共募集 263 件，總價值超過新台幣 60 萬元的各種物品。未來也將持續關注偏鄉部落孩子們的需求，零時差送愛到部落。

「愛心認捐公益平台」是東森持續推動「愛的早餐」第 12 年送愛到偏鄉的第二部曲，由東森購物會員發票捐贈活動進化為募資平台模式，讓善心民眾與需要支援的偏鄉學校媒合所需物資，並直接寄送到學校供學童使用。

花蓮縣富里鄉東里國小及秀林鄉崇德社區透過東森購物會員及網友的力量，順利募齊各 50 顆足球、20~29 套的球衣球鞋等，讓每個孩子人人有球踢。看著他們天真又興奮的神情與積極練球的模樣，相信有了外界的愛心作陪，孩子的成长之路自然地偏心不偏。



花蓮東竹國小

<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 台</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>	<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 雙</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>	<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 雙</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>	<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 雙</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>
<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 雙</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>	<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 雙</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>	<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 雙</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>	<p>認捐完成</p> <p>共計募 1 雙</p> <p>愛心 BOSTON 電腦桌多媒體電子書</p> <p>1,500</p>

『謝謝東森叔叔（阿姨）給我踢球的機會！』
——崇德社區小朋友

愛心雲

東森秉持取之於社會，用之於社會之理念，透過新聞雲將社會需關懷的面向透過愛心雲平台傳遞正面訊息與報導需要關懷的角落，已逐漸發展成為凝聚社會愛心與資源的溝通平台。此平台關注偏鄉兒童、身心障礙兒、獨居者、流浪動物等議題，傳遞提供大眾人生的指引、集結人道的關懷、傳達正向理念，用愛溫暖社會。



4.2 兩岸交流

兩岸文化交流亦是東森長期投注的社會參與事務之一，近年來透過「We 愛·兩岸青年短片大賽」、「兩岸小天使」、「兩岸尋親」與「兩岸公益論壇」，以民間文化交流與公益活動合作的方式，促進兩岸民間和平交流。

We 愛·兩岸青年短片大賽

為促進兩岸青年文化交流與合作，培養兩岸影視創意人才，『We 愛·第二屆兩岸青年短片大賽』2017年2月至今已成功舉辦兩屆。兩年來，兩岸青年踴躍報名參與，大賽徵集到上千部作品，彙聚了無數愛的溫暖和創意的力量；東森為活動合作夥伴之一，全心投入並落實每一個活動細節、每一項工作。



於自有影音平台 BOBA 開設專區，上架 24 則影音作品，提高作品能見度，發揮實質支持年輕人創作的效果。

年份	投入資源 (人力/金額)	活動亮點
2017 年	<ol style="list-style-type: none"> 1、本屆《ETtoday 新聞雲》雖未參與媒體協辦，但有協助本活動的宣傳，並發布於新聞稿中。 2、於自有影音平台 BOBA 開設專區，上架 24 則影音作品，提高作品能見度，發揮實質支持年輕人創作的效果。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、本屆共募集 1,203 部作品，17 部入圍。 2、前金馬獎執委會主席李行導演、知名導演朱延平、導演蔡康永、人氣偶像王大陸等知名影視界人士均熱情參加啟動儀式。 3、「電影大師交流營」於 6 月 23 日～ 30 日在上海舉辦。 4、優秀作品除獲得獎項，還將參與 7 月開始在上海和台灣高校、影院的巡迴展映，更有機會在上海國際電影節期間專場展映。 5、最後由台灣的創作作品「拾荒」勇奪金獎。

兩岸小天使

為了促進兩岸小朋友文化的交流，東森慈善基金會與福建廣電集團 2007 年起共同進行「陽光海峽一兩岸快樂小天使」互訪活動，由雙方輪流主辦，舉辦已有超過 10 年的歷史，投入約新台幣 520 萬元的費用。東森和大陸福建、台灣小朋友設計互相參訪交流活動，透過平台交流，於關懷人性上有共鳴，並建立互訪機制。



年度	屆次	主辦方	參與人數	投入金額 (元)
2007	第一屆	福建廣電	60	510,452
2008	第二屆	東森基金會	55	1,127,165
2010	第三屆	福建廣電	105	409,036
2011	第四屆	東森基金會	99	2,573,596
2013	第五屆	福建廣電	102	595,031

兩岸尋親

《ETtoday 新聞雲》整合新聞宣傳資源並發揮媒體影響力，於 2017 年 3 月起與大陸網路企業《今日頭條》合作兩岸尋親服務，為更多老兵圓夢，透過合作，發布了尋親訊息 46 條，通過「地圖彈窗」的功能，在委託人的老家位置投放尋親訊息。

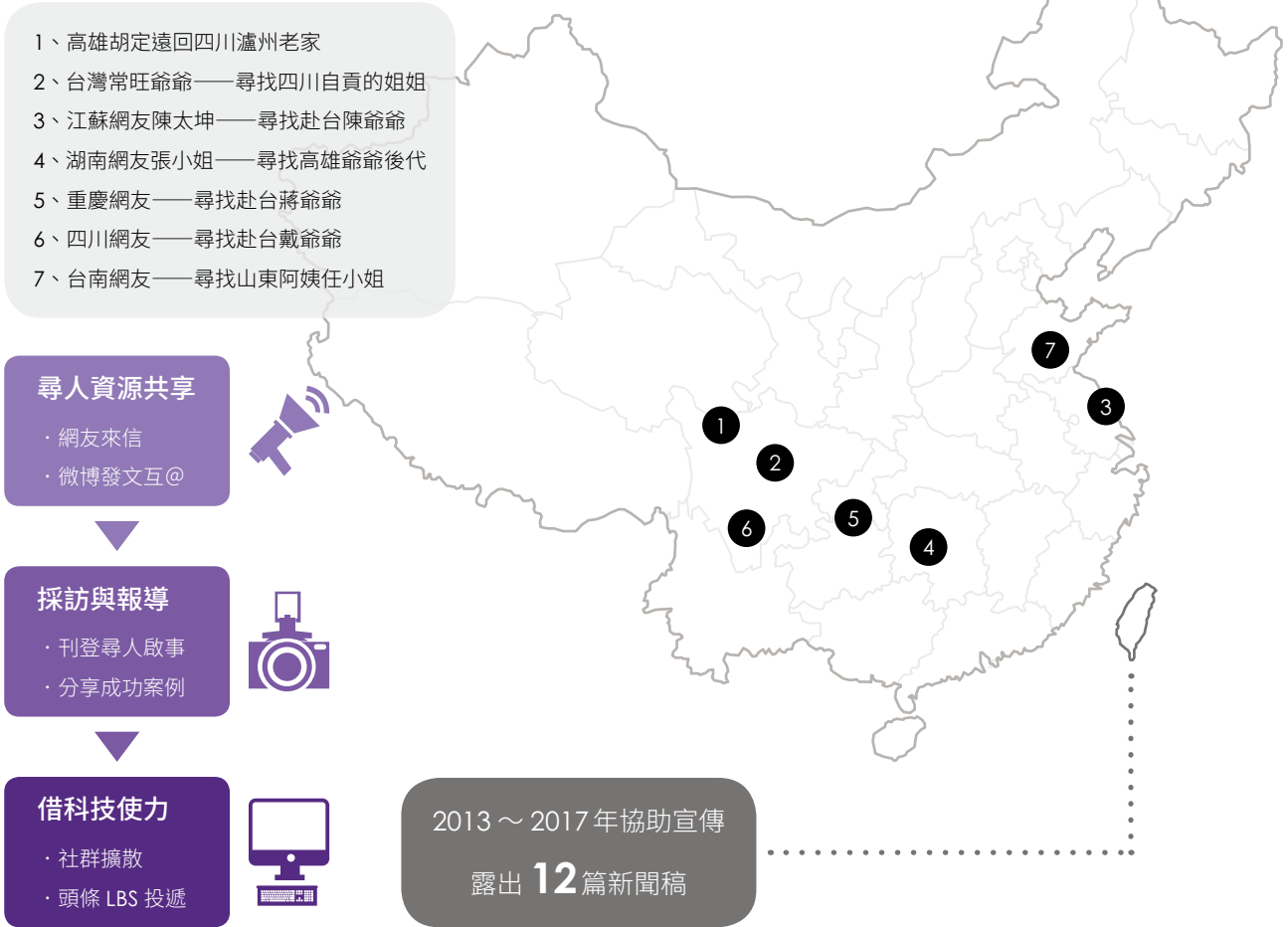
《ETtoday 新聞雲》搭建起兩岸尋親任務的橋樑，未來也將致力深化兩岸更多的交流模式。如透過即新聞以短秒數的影音關懷到社會上需要大眾關心的對象。



截至目前利用大數據

共幫助 **38** 個兩岸家庭團圓

兩岸尋親任務報導



投入資源	專案成果
<ul style="list-style-type: none"> ■ 媒體資源報導 ■ 兩岸合作 ■ 透過媒體的穿透力，讓兩岸有尋親的民眾知曉本服務與你同在，並宣告大眾諸多成功尋人的案例，2017年共有 6 則新聞露出 	<p>兩岸尋親共同利用大數據，至今共協助 38 個兩岸家庭團圓，其中 25 個成功案例是老兵的後代尋找大陸親屬，另有 13 位赴台老兵本人尋親</p>



兩岸公益論壇

東森於 2012 年起的每年 6 月皆與大陸國台辦一同舉辦「兩岸公益論壇」，透過互相交流公益平台，結合傳播媒體的力量，報導更多的公益事務並傳遞正向影響力。

4.3 愛無國界

超越藩籬 愛無國界

東森不只關懷本土，也把關愛的觸角伸向國際。從搶救早產兒的「送保溫箱到宏都拉斯」；關懷貧困兒童的「麵包有愛、貧窮不再」；「台灣 1000 個小時、世界 10000 個奇蹟」；到「送愛到印度」；「送愛到南亞」等重大災難緊急援助行動，東森都在第一時間站上第一線，彙集台灣的愛心送達異國他鄉。2004 年，整合媒體資源與力量，美洲東森慈善基金會成立，致力為殘障兒童募款，為亞洲弱勢族群代言，為華裔孩童募集中文圖書、為颶風賑災出錢出力、凝聚更多華裔朋友為社區公益盡一份心力。2004 年，東森集團大家長王令麟獲國際一日志工協會頒發「最佳領導志工獎」，榮耀與感恩之餘，東森也持續深耕公益事業，不分地域或種族，把愛傳得更遠、讓愛更有力量。



2011 年（民國 100 年）東森基金會
獲得外交部百大優良基金會殊榮



附錄

GRI 索引表



全球永續性報告指標 GRI G4 對照表

1、一般標準揭露

類別／考量面	編號	GRI 指標內容	對應章節	頁碼	備註
報告書基本資料					
核心	G4-28	報告期間	關於報告書	3	
核心	G4-29	最近一次報告的日期	關於報告書	3	首年編製報告
核心	G4-30	報告週期	關於報告書	3	首年編製報告
核心	G4-31	針對報告書及其內容有問題時的聯絡人	關於報告書	3-4	
核心	G4-32	報告之「依循選項」及外部查證	關於報告書	3	
核心	G4-33	對本報告尋求外部保證的政策和現行作法	關於報告書	3	
策略與分析					
核心	G4-1	組織的最高決策者對其組織與策略的永續性之相關聲明	經營者的話	5	
組織概況					
核心	G4-3	企業的名稱	1.1 關於東森	13	
核心	G4-4	主要品牌、產品和服務	1.1 關於東森	13	
核心	G4-5	企業總部所在位置	關於報告書	3	
核心	G4-6	公司營運所在國家數及國家名	關於報告書	3	
核心	G4-7	所有權性質與法律形式	1.1 關於東森	13	
核心	G4-8	提供服務的市場	1.1 關於東森	13-15	
核心	G4-9	報告公司之規模	1.4 財務績效 3.1 人力結構	21 51	
核心	G4-10	員工組成簡介	3.1 人力結構	51-53	
核心	G4-11	受勞資雙方共同協議保障之員工比例	3.3 權益與福利	58-59	
核心	G4-12	描述組織的供應鏈	2.1.4 供應鏈與品質管理	34-37	設有工會組織
核心	G4-13	報告報告期間有關組織規模、架構、所有權或供應鏈之任何重要改變	1.4 財務績效	20-21	
核心	G4-14	說明組織是否具有因應之預警方針或原則	1.6 風險管理	25-26	
核心	G4-15	列出經公司簽署或認可，由外部產生發起的經濟、環境和社會憲章、原則或其他倡議	-	-	無簽署相關倡議

類別／考量面	編號	GRI 指標內容	對應章節	頁碼	備註
核心	G4-16	列出公司參與協會（如商業協會），和全國或國際性擁護機構的會員資格	1.5.4 外部公協會參與	24-25	
鑑別重大考量面與邊界					
核心	G4-17	組織合併財務報表所包含的實體	1.4 財務績效	20-21	
核心	G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程	關於報告書、重大性議題分析與利害關係人溝通	3、6-11	
核心	G4-19	列出所鑑別的所有重大考量面	重大性議題分析與利害關係人溝通	8-9	
核心	G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界	重大性議題分析與利害關係人溝通	9-10	
核心	G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界	重大性議題分析與利害關係人溝通	9-10	
核心	G4-22	報告在以前報告中所提供資訊任何重編的影響及重編原因	-	-	首年編製報告
核心	G4-23	報告與前個報告期在範圍和考量面邊界的顯著改變	-	-	首年編製報告
利害關係人議合					
核心	G4-24	利害關係人列表	重大性議題分析與利害關係人溝通	7-8	
核心	G4-25	鑑別和選擇利害關係人的基礎	重大性議題分析與利害關係人溝通	6-7	
核心	G4-26	利害關係人參與的方法	重大性議題分析與利害關係人溝通	7-8	
核心	G4-27	利害關係人參與所提出之關鍵議題和關注事項，及組織如何回應這些關鍵議題和關注事項	重大性議題分析與利害關係人溝通	9-10	
治理					
核心	G4-34	組織的治理架構，包括最高治理單位的委員會／鑑別任何對經濟、環境和社會衝擊負有決策責任之委員會	1.3 公司治理架構	17-20	
倫理與誠信					
核心	G4-56	組織的價值觀、原則、標準和行為規範，如行為準則與道德守則	1.5 法規遵循與誠信經營	22-23	

2、特定標準揭露

*重大主題

類別／考量面	編號	GRI 指標內容	對應章節	頁碼	備註
經濟面					
經濟績效*	G4-DMA	管理方針	1.2 永續發展策略	15-17	
	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.4 財務績效	20-21	
	G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	3.3 權益與福利	56	
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	-	-	無接受補助
採購實務	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	2.1.4 供應鏈與品質管理	36	
環境面					
能源	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	2.4 綠色價值管理	48	
排放	G4-EN15	直接溫室氣體排放（範疇一）	2.4 綠色價值管理	48	
	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	2.4 綠色價值管理	48	
法規遵循	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	-	-	未有相關事件發生
社會面					
勞僱關係*	G4-DMA	管理方針	3 創造友善職場	51	
	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	3.1 人力結構	53	
	G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	3.3 權益與福利	56-58	
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	3.3 權益與福利	57-58	
	G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	3.4 健康幸福職場	60	
訓練與教育*	G4-DMA	管理方針	3.2 訓練與發展	53-55	
	G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	3.2 訓練與發展	55	
員工多元化與平等機會	G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	3.1 人力結構	51-53	
女男同酬	G4-LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	3.1 人力結構	52-53	

類別／考量面	編號	GRI 指標內容	對應章節	頁碼	備註
勞工實務申訴機制	G4-LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	3.3 權益與福利	58-59	無申訴案件發生
顧客的健康與安全	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	1.5 法規遵循與誠信經營	22-24	未有相關事件發生
產品及服務標示*	G4-DMA	管理方針	1.5 法規遵循與誠信經營	22-24	
	G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	1.5 法規遵循與誠信經營	22-24	未有相關事件發生
	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	2.1.3 客戶關係維護 2.2.2 閱聽者關係管理	33、42	
行銷溝通	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	1.5 法規遵循與誠信經營	22-24	
	G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	1.5 法規遵循與誠信經營	22	
顧客隱私	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	1.5 法規遵循與誠信經營	22-24	未有相關事件發生
法規遵循	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	1.5 法規遵循與誠信經營	22-24	
	G4-SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	1.5 法規遵循與誠信經營	22-24	

其他

永續發展策略	非 GRI G4 指標	1.2 永續發展策略	15	
公司治理	非 GRI G4 指標	1.3 公司治理架構	17	
風險管理	非 GRI G4 指標	1.6 風險管理	25	
品質管理	非 GRI G4 指標	2.1.4 供應鏈與品質管理	34	
供應商管理	非 GRI G4 指標	2.1.4 供應鏈與品質管理	34	

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

會計師獨立確信報告

東森國際股份有限公司 公鑒

一、確信範圍

本事務所接受東森國際股份有限公司及其子公司（以下簡稱東森集團）之委任，對 2017 年度企業社會責任報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具報告。

有關東森集團所選定之標的資訊及其適用基準，詳附件一。

管理階層責任

東森集團管理階層應依據適當之基準編製 2017 年度企業社會責任報告書，包括參考全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiatives, GRI) 所發布之第四代永續性報告指南 (G4) 及行業補充指南，並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係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公報第一號「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。

二、確信工作

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，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量東森集團內部控制之有效性，但目的並非對東森國際內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 與東森集團之管理階層及員工進行訪談，以瞭解東森集團履行企業社會責任之整體情況，以及報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解東森集團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，以及東森集團如何回應該等期望與需求；



- 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；
- 閱讀東森集團之企業社會責任報告書，確認其與本事務所取得關於企業社會責任整體履行情況之瞭解一致。

三、先天限制

因企業社會責任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，且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。

四、品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦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、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現東森集團所選定之永續績效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



民國一〇七年十二月七日



附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準								
1	第一章	法規遵循	<p>東森集團極力遵循法規，面臨違規及裁罰時，也絕不逃避並立即改善，2017年集團裁罰案件及後續處理歸納如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>原因說明</th> <th>後續處理</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>台中穀倉碼頭後線穀物裝車作業區因集塵效率不佳、未即時清掃落地穀物及未能妥善做好相關污染防治措施，致廠區及周邊道路產生穀物及粒狀污染物逸散情形。違反商港法第37條第4款，依同法第64條規定裁罰新台幣10萬元</td> <td>1. 於穀倉卡車裝車口作業區增設防塵網及抑塵灑水設備 2. 作業期間增加環境清掃頻率</td> </tr> <tr> <td>商品「孫翠鳳代言船井溫灸酸痛按摩機、米可白代言船井纖盈機速效版、孫翠鳳代言船井醫卡膝關節機」廣告違反藥事法第66條第3項規定裁罰新台幣28萬元</td> <td>1. 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 2. 依法進行調整（包括但不限於商品、移除爭議廣告等）</td> </tr> <tr> <td>商品「瑞士皇家立提膠原電波回春專案」廣告違反醫療法第84條規定裁罰新台幣5萬元</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	原因說明	後續處理	台中穀倉碼頭後線穀物裝車作業區因集塵效率不佳、未即時清掃落地穀物及未能妥善做好相關污染防治措施，致廠區及周邊道路產生穀物及粒狀污染物逸散情形。違反商港法第37條第4款，依同法第64條規定裁罰新台幣10萬元	1. 於穀倉卡車裝車口作業區增設防塵網及抑塵灑水設備 2. 作業期間增加環境清掃頻率	商品「孫翠鳳代言船井溫灸酸痛按摩機、米可白代言船井纖盈機速效版、孫翠鳳代言船井醫卡膝關節機」廣告違反藥事法第66條第3項規定裁罰新台幣28萬元	1. 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 2. 依法進行調整（包括但不限於商品、移除爭議廣告等）	商品「瑞士皇家立提膠原電波回春專案」廣告違反醫療法第84條規定裁罰新台幣5萬元		1. 公司資料 2. 政府機關裁罰書
原因說明	後續處理											
台中穀倉碼頭後線穀物裝車作業區因集塵效率不佳、未即時清掃落地穀物及未能妥善做好相關污染防治措施，致廠區及周邊道路產生穀物及粒狀污染物逸散情形。違反商港法第37條第4款，依同法第64條規定裁罰新台幣10萬元	1. 於穀倉卡車裝車口作業區增設防塵網及抑塵灑水設備 2. 作業期間增加環境清掃頻率											
商品「孫翠鳳代言船井溫灸酸痛按摩機、米可白代言船井纖盈機速效版、孫翠鳳代言船井醫卡膝關節機」廣告違反藥事法第66條第3項規定裁罰新台幣28萬元	1. 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 2. 依法進行調整（包括但不限於商品、移除爭議廣告等）											
商品「瑞士皇家立提膠原電波回春專案」廣告違反醫療法第84條規定裁罰新台幣5萬元												
2	第二章	扶植在地供應商	<p>東森集團在嚴格篩選商品之外，也期許與在地供應商建立長期合作、共榮共好的在地生態體系，除了維持高佔比的採購比例外，東森集團持續維護供應商權益並要求應盡的義務。2017年度的在地採購比例近98%</p>	公司統計資料								



編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準																																																																						
3	第一章	財務績效	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">項目</th> <th colspan="2">年度(查核後合併財報)單位(千元)</th> </tr> <tr> <th>2017年</th> <th>2016年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>營業收入</td> <td>14,210,657</td> <td>10,533,185</td> </tr> <tr> <td>營業成本</td> <td>10,715,711</td> <td>7,063,102</td> </tr> <tr> <td>用人費用</td> <td>2,330,770</td> <td>1,742,991</td> </tr> <tr> <td>對政府之財務貢獻 (稅賦、捐款、規費)</td> <td>49,235</td> <td>9,517</td> </tr> </tbody> </table>	項目	年度(查核後合併財報)單位(千元)		2017年	2016年	營業收入	14,210,657	10,533,185	營業成本	10,715,711	7,063,102	用人費用	2,330,770	1,742,991	對政府之財務貢獻 (稅賦、捐款、規費)	49,235	9,517	1. 公司統計資料 2. 合併財務報告																																																					
項目	年度(查核後合併財報)單位(千元)																																																																									
	2017年	2016年																																																																								
營業收入	14,210,657	10,533,185																																																																								
營業成本	10,715,711	7,063,102																																																																								
用人費用	2,330,770	1,742,991																																																																								
對政府之財務貢獻 (稅賦、捐款、規費)	49,235	9,517																																																																								
4	第三章	人力結構	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">年齡層</th> <th colspan="8">2017年東森集團新進/離職員工情形</th> </tr> <tr> <th colspan="4">男</th> <th colspan="4">女</th> </tr> <tr> <th>離職 人數</th> <th>離職 率(%)</th> <th>新進 人數</th> <th>新進 率(%)</th> <th>離職 人數</th> <th>離職 率(%)</th> <th>新進 人數</th> <th>新進 率(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30以下</td> <td>100</td> <td>14.62</td> <td>229</td> <td>33.48</td> <td>195</td> <td>28.51</td> <td>347</td> <td>50.73</td> </tr> <tr> <td>31-40</td> <td>106</td> <td>12.31</td> <td>247</td> <td>28.69</td> <td>209</td> <td>24.27</td> <td>421</td> <td>48.90</td> </tr> <tr> <td>41-50</td> <td>27</td> <td>4.40</td> <td>147</td> <td>23.94</td> <td>133</td> <td>21.66</td> <td>262</td> <td>42.67</td> </tr> <tr> <td>51以上</td> <td>18</td> <td>8.65</td> <td>21</td> <td>10.10</td> <td>53</td> <td>25.48</td> <td>80</td> <td>38.46</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>251</td> <td>10.60</td> <td>644</td> <td>27.20</td> <td>590</td> <td>24.93</td> <td>1,110</td> <td>46.89</td> </tr> </tbody> </table>	年齡層	2017年東森集團新進/離職員工情形								男				女				離職 人數	離職 率(%)	新進 人數	新進 率(%)	離職 人數	離職 率(%)	新進 人數	新進 率(%)	30以下	100	14.62	229	33.48	195	28.51	347	50.73	31-40	106	12.31	247	28.69	209	24.27	421	48.90	41-50	27	4.40	147	23.94	133	21.66	262	42.67	51以上	18	8.65	21	10.10	53	25.48	80	38.46	合計	251	10.60	644	27.20	590	24.93	1,110	46.89	公司統計資料
年齡層	2017年東森集團新進/離職員工情形																																																																									
	男				女																																																																					
	離職 人數	離職 率(%)	新進 人數	新進 率(%)	離職 人數	離職 率(%)	新進 人數	新進 率(%)																																																																		
30以下	100	14.62	229	33.48	195	28.51	347	50.73																																																																		
31-40	106	12.31	247	28.69	209	24.27	421	48.90																																																																		
41-50	27	4.40	147	23.94	133	21.66	262	42.67																																																																		
51以上	18	8.65	21	10.10	53	25.48	80	38.46																																																																		
合計	251	10.60	644	27.20	590	24.93	1,110	46.89																																																																		
5	第三章	健康幸福職場	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">職業災害</th> <th colspan="2">性別</th> <th rowspan="2">總計</th> </tr> <tr> <th>女</th> <th>男</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>受傷人數</td> <td>11</td> <td>5</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>死亡人數</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>損失工作日數</td> <td>85.25</td> <td>43</td> <td>128.25</td> </tr> <tr> <td>工傷總數</td> <td>682</td> <td>344</td> <td>1,026</td> </tr> <tr> <td>缺勤總天數</td> <td>85.25</td> <td>43</td> <td>128.25</td> </tr> <tr> <td>損工率(%)</td> <td>12.33</td> <td>3.71</td> <td>6.93</td> </tr> <tr> <td>缺勤率(%)</td> <td>0.05</td> <td>0.01</td> <td>0.03</td> </tr> </tbody> </table>	職業災害	性別		總計	女	男	受傷人數	11	5	16	死亡人數	0	0	0	損失工作日數	85.25	43	128.25	工傷總數	682	344	1,026	缺勤總天數	85.25	43	128.25	損工率(%)	12.33	3.71	6.93	缺勤率(%)	0.05	0.01	0.03	公司統計資料																																				
職業災害	性別		總計																																																																							
	女	男																																																																								
受傷人數	11	5	16																																																																							
死亡人數	0	0	0																																																																							
損失工作日數	85.25	43	128.25																																																																							
工傷總數	682	344	1,026																																																																							
缺勤總天數	85.25	43	128.25																																																																							
損工率(%)	12.33	3.71	6.93																																																																							
缺勤率(%)	0.05	0.01	0.03																																																																							



東森國際股份有限公司

服務地址：台北市復興南路一段 368 號 8 樓

客服電話：02-2755-7565

客服郵件：ir@emic.com.tw

