

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

01 擘劃永續之路

1.1 關於東森	06
1.2 2021 年度亮點與關鍵績效	09
1.3 永續願景與發展策略	11
1.4 重大議題分析與利害關係人議合	13



1.1 關於東森

自 2000 年起，東森從既有的核心事業出發，轉投資事業先後跨足媒體、娛樂影音、商品零售、不動產事業、寵物及數位家外 (Digital Out-of-Home) 廣告產業，2021 年為深化轉投資事業 OMO (Online Merge Offline) 新經濟的佈局及加速自營商品發展與多通路整合綜效，再跨足美容美體事業，對消費者做出全面性生活服務，同時加乘帶動各轉投資事業業績成長，並透過多角化策略與資源共享，積極擴充電商銷售平台及通路、全方位發展自營產品及線上線下導客服務，有效整合「新零售」與「新媒體」，發揮集團雙核心之極致效益。

東森以「取之於社會、用之於社會」之初衷持續落實企業永續治理精神，以良好企業公民為己任，善盡企業社會責任，並發揮企業核心價值及能力，「栽下永續種子，建構出環境共存、社會共榮的東方森林」為我們的使命與願景，在追求股東利潤極大化之餘，也能帶動供應商 (承攬商) 共同減少對環境與社會之衝擊，推動價值鏈的永續發展，並同時提供健康、安全、美麗產品 (食品) 給消費者，期以營造出高優質的永續生活圈。



東森國際基本資料

公司全名	東森國際股份有限公司
員工人數	257 人
創立時間	民國 64 年 5 月 14 日
董事長與執行長	廖尚文
總部位置	台北市大安區復興南路一段 368 號 5、8 樓
資本額	5,289,503,950 元
股票代號	2614
主要關聯企業	東森得易購股份有限公司、 自然美生物科技有限公司、 香港草莓網 (StrawberryNET)、 熊媽媽電商股份有限公司

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

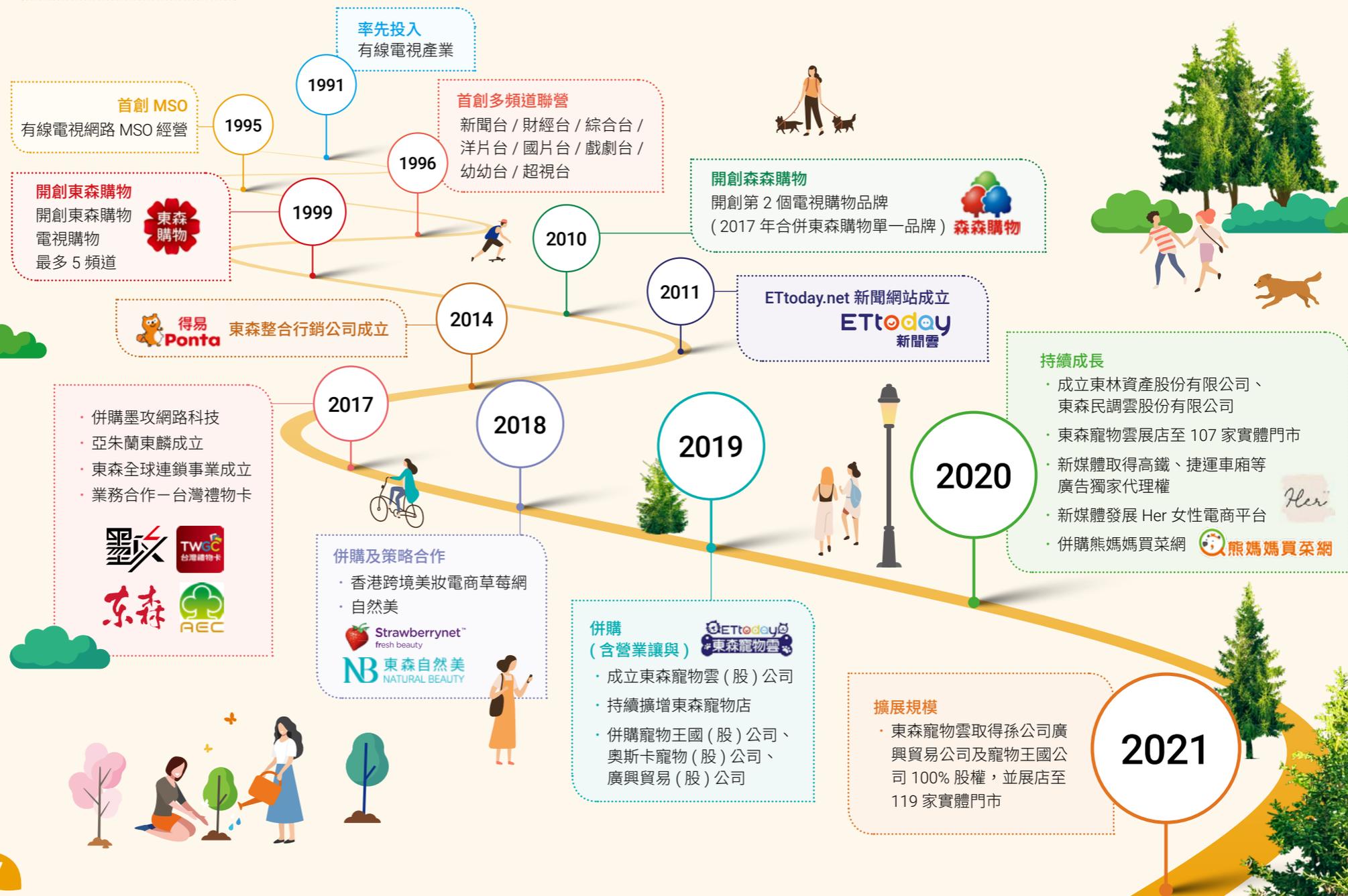
03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

東森多角化經營里程碑



倉儲事業

東森國際根植於港埠倉儲事業，於 2020 年 COVID-19 疫情爆發時，除積極配合政府制定糧食戰備計畫，確保全台糧食供應無虞外，更展現出東森國際對於大宗穀物儲備之核心價值及能力，於 2021 年以智慧化穀倉守護台灣糧食安全為主題，拿下首屆「TSAA 台灣永續行動獎」- 銅獎，以實際行動呼應聯合國永續發展目標消除飢餓（SDG2）、工業、創新與基礎建設（SDG9）與氣候行動（SDG13）之目標，持續發揮企業核心價值及能力，並建立東森國際倉儲本業之長期服務競爭優勢。

媒體事業 - 東森新媒體

因應寬頻行動時代來臨，新媒體事業分別從「流量變現」、「影音內容」、「粉絲轉會員」、「線上線下整合」、「內容電商」等方向全面轉型，在 ETtoday 新聞點擊量稱冠，並打通家外線下廣告之助益下，2021 年營收較去年成長 39%，積極整合線上廣告、線下交通媒體、街道及樓宇廣告，並攜手多家知名美髮業者，以螢幕內嵌進鏡子的新創魔鏡技術打造「AI 美髮沙龍」，使廣告廣泛觸及手機、商辦、社區、日常交通，深入消費者生活，結合眼球辨識系統與創意廣告提案，提升媒體效益，另亦發展線上購物商模，打造成全台最大的一站式精準廣告服務媒體。

貿易 (寵物) 事業 - 東森寵物雲

東森寵物雲自 2019 年元月設立以來，持續擴大營業規模與市佔，2021 年底實體店家數總計 119 家，門店數達全台 8.5% 市占，以營業額推估約占 10.1%，穩居寵物連鎖店第一名，未來將持續發展寵物自營商品、寵物醫療服務、與異業合作共同開設複合式實體門市擴大經營規模，並透過與流浪動物收容所、動保團體合作，共同推動流浪送養、獸醫巡迴醫療等公益活動，致力打造友善寵物的環境。



1.2 2021 年度亮點與關鍵績效

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

治理面

榮獲「TCSA 台灣永續報告書獎」
倉儲事業榮獲「TSAA 台灣永續行動獎」

金獎
銅獎



《天下雜誌》「兩千大調查」在「韌性企業 200 強 - 全年成長 TOP100」
排名 **第 23 名** (服務業第 3 名、
服務業「成長最快 50 家企業」第 11 名)

媒體事業榮獲《經理人雜誌》
SUPER MVP 獎



媒體事業 **連續四年**
獲英國牛津大學評為
台灣網路使用率跟
信賴度最高的新媒體



第八屆 (2021) 公司治理評鑑
成績排名在整體上市公司
前 21% - 35% (第三級距)

媒體事業榮獲行政院消保會
「消費者權益報導獎」 **佳作**

媒體事業獲 CrowdTangle 評為
台灣社群互動表現為新媒體
第一名



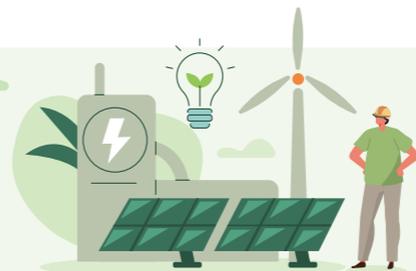
媒體事業榮獲金炬獎

「十大傑出企業」
「優良顧客滿意度獎」



環境面

倉儲事業 2021 年在能源管理上投入 **1,022 萬元**
年節省 **773,881 度** 電，減少 **388,488 公斤** CO₂ 排放



倉儲事業 2021 年用水量
較 2020 年降低 **2,895 公噸**



媒體事業 2021 年用水量
較 2020 年降低 **324 公噸**



倉儲事業完成能源管理系統
ISO 50001
的建置並取得
第三方驗證



目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

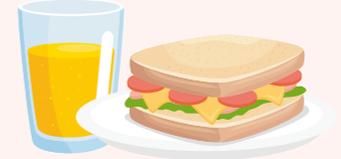
社會面

榮獲教育部體育署第 13 屆
「推展類銅質獎」及
「贊助類長期贊助獎」



免費提供所有員工高規格 PCR 篩檢，
打造 **健康安心職場**

愛的早餐持續投入 **第 15 年**，
總受益孩童超過 **3 萬人**



榮獲
2021「幸福企業大賞」
民生服務類 **金獎**



E-Learning 數位平台整體
使用人次達 **13,744 人次**
閱讀時數總計 **3,070 小時**



員工福利支出達新台幣
57,306,542 元
總受益員工達 **5,258 人次**



取得
健康職場認證 及
健康啟動標章



社會參與所有型態
總投入金額達新台幣
23,244,580 元



教育訓練投入費用達
新台幣 **2,392,922 元**
總受訓員工達 **2,955 人次**



1.3 永續願景與發展策略

1.3.1 永續願景

東森以實踐經濟、社會及環境之進步為使命，深信企業社會責任不單單僅只是口號，更需要關注企業內部及外部利害關係人的需求，以此研擬明確的發展前景及管理機制，落實我們對各利害關係人的責任與承諾。東森的永續願景朝著「建構與環境共存、社會共榮的東方森林」前進，我們期以自身核心能力不斷激盪出永續價值，進而對環境及社會作出貢獻。

永續發展策略與回應聯合國永續發展目標 (SDGs)

東森由永續願景延伸出 4 大核心策略「永續營運」、「穩健經營」、「社會共榮」與「友善環境」以及 3 項中長期營運計畫「落實公司治理精神，為股東創造更多企業價值」、「事業擴張與低碳經濟並進，開創永續新商模」、「攜手價值鏈夥伴，共創永續新生活」，並呼應聯合國於 2015 年訂定之 17 項永續發展目標 (Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs)，持續投入人才培育、媒體公益、消費者權益、文化深耕、環境保護以及弱勢族群扶助，履行「以服務心和人結緣，以感恩心回饋社會」之理念，並打造各個事業體的永續價值鏈，與利害關係人共創價值。



目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

1.3.2 永續治理

東森國際為落實永續發展營運之目標，在董事會的支持下於 2021 年 11 月 4 日成立「公司治理暨永續發展委員會」，由三名獨立董事、董事長、發言人及公司治理主管所組成，其中一位獨董擔任召集人及主席。委員會下設七個永續執行工作小組，完整涵蓋 ESG 三面向，各小組組長皆由高階主管擔任，除定期追蹤公司治理評鑑指標績效外，也針對利害關係人關注的議題，訂定對應之短中長期目標，並持續追蹤及檢討成果，以回應社會大眾的期待。



委員會開會頻率、次數、重要決議

各功能性小組依委員會組織規程之規定推動各自職掌之業務，同時於各季財報經董事會通過之當日召開委員會，報告當季執行進度及辦理情形。2021 年 12 月 23 日召開第 1 次會議，呈報永續執行工作小組短期目標及目前執行情況、公司治理評鑑指標改善及達成情形，並訂定「風險管理政策與程序辦法」，經委員會同意及提報董事會通過。

培養永續意識，激盪永續火花

為更進一步導入永續發展意識，由下而上培養同仁對於永續從認識、行動到形塑為整個企業文化，委員會各小組組長負責協調跨部門相關業務，並規劃及執行永續策略和專案，同時聘請外部專家團隊，至少一年一次舉辦永續相關教育訓練，傳遞最新國內外永續發展趨勢與標竿企業永續作為相關案例予高階主管及委員會執行小組同仁們。

2022 年 2 月 16 日為強化各執行工作小組訂定 ESG 明確之策略與目標，我們舉辦永續研討會並邀請獨立董事擔任講師，內容包含 ESG 與公司治理 3.0 之重點，同時分享氣候相關財務資訊揭露 (TCFD) 相關知識，協同同仁提升對於永續概念的理解與認同，並與東森一同努力實踐永續發展。

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

1.4 重大議題分析與利害關係人議合

1.4.1 利害關係人議合

東森重視利害關係人的看法，為確保在進行永續策略規劃時，能獲得來自利害關係人的回饋，我們參照 AA 1000 SES (2015) 利害關係人參與指標 (AA 1000 Stakeholder Engagement Standard)，由各部門主管與同仁進行重要利害關係人之鑑別，最後依重要性篩選出六類重要利害關係人，包含：員工、客戶、主管機關、股東 / 投資人、供應商 / 承攬商以及媒體。

利害關係人	對東森的意義	關注之重大議題	溝通管道	頻率	回應章節
 員工	擁有優秀的經營團隊及人才為立業之本，方能追求企業永續經營及成長。東森視員工為公司重要之資產，致力於為員工打造更優質之工作環境。	<ul style="list-style-type: none"> 職業安全與衛生 尊重人權 	年度績效考核作業	每年二次	04 營造友善職場
			勞資會議	每季一次	
			職業安全衛生委員會	每季一次	
			福利委員會	每年至少一次	
			勞工退休準備金監督委員會	不定期	
			內部教育訓練及 E-learning 數位學習平台	不定期	
			外部教育訓練補助	不定期	
			性騷擾申訴管道、面對面溝通及檢舉信箱	即時	
官網設置利害關係人專區：Email / 問卷調查	即時				
 客戶 / 閱聽者	東森重視客戶之需求，致力於為客戶提升效率、節省成本、創造價值，東森期待能持續提升企業價值，提供消費者更加領先且完整之服務。	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 以良好服務與商品提升生活品質 數據隱私與安全 	會議溝通	每季一次	02 開創綠色服務 03 穩健誠信治理
			顧客滿意度調查	不定期	
			客服申訴管道	不定期	
			業務溝通	即時	
			官網設置利害關係人專區：電話 / Email / 問卷調查	即時	

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

利害關係人	對東森的意義	關注之重大議題	溝通管道	頻率	回應章節
 主管機關	各項業務主管機關負責督導公司各項營運；東森致力與各主管機關保持暢通之溝通，以達到合規進而優於法令規定之相關要求。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理 • 以良好服務與商品提升生活品質 • 氣候變遷與能資源管理 	正式公文往來 電話 電子郵件 會議及座談會 官網設置利害關係人專區：電話 / Email / 問卷調查	不定期 不定期 不定期 不定期 即時	02 開創綠色服務 03 穩健誠信治理
 股東 / 投資人	股東 / 投資人提供企業長期發展所需之資本，是公司邁向永續經營的重要根基，東森持續用心創造市場競爭力，以良好的經營績效回饋股東 / 投資人。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理 • 氣候變遷與能資源管理 	年度股東會 / 年報 法說會 營運概況公告 各季財報 新聞揭露 / 重大訊息 法人來訪 官網設置利害關係人專區：電話 / Email / 問卷調查	每年一次 每年至少一次 每月一次 每年3、5、8、11月 不定期 不定期 即時	03 穩健誠信治理 04 營造友善職場
 供應商 / 承攬商	東森的多元化商品及服務之提供，皆需仰賴供應商 / 承攬商提供優良且符合法令規定之產品及勞務。	<ul style="list-style-type: none"> • 以良好服務與商品提升生活品質 • 永續供應鏈 	外部溝通信箱 業務隨時溝通 查驗、拜訪與會議 官網設置利害關係人專區：電話 / Email / 問卷調查	即時 即時 不定期 即時	02 開創綠色服務 03 穩健誠信治理
 媒體	媒體是東森對外溝通、融入社會議題、參與社會公益及創造企業品牌價值最重要之媒介。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理 	公司官網發布訊息 記者會 新聞稿 官網設置利害關係人專區：電話 / Email / 問卷調查	不定期 不定期 不定期 即時	03 穩健誠信治理

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 擘劃永續之路

02 開創綠色服務

03 穩健誠信治理

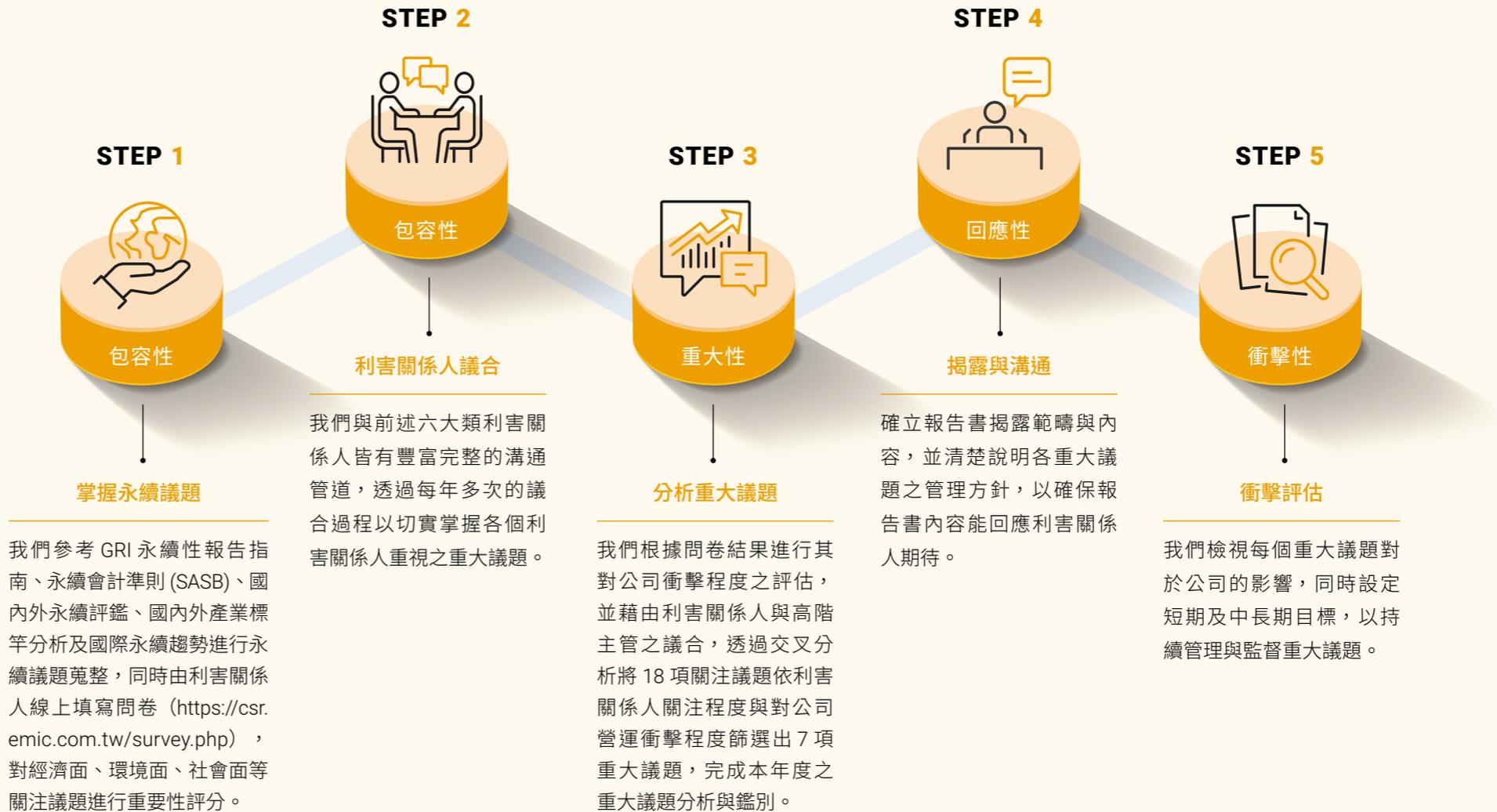
04 營造友善職場

05 編織共好社會

附錄

1.4.2 重大議題鑑別與排序

為完整掌握可能對公司營運及環境社會有重大影響之重大議題，我們參考 AA 1000 當責性原則 (AA 1000 Accountability Principle: 2018)，依循包容性 (Inclusivity)、重大性 (Materiality)、回應性 (Responsiveness) 與衝擊性 (Impact) 四大原則，建立系統化分析模式及五大步驟。



議題分類



環境面 (E)

氣候變遷與能資源管理、廢污水與廢棄物管理、綠色包裝與物流、生物多樣性



社會面 (S)

勞資關係、職業安全與衛生、員工訓練與發展、員工多元與包容性、人才吸引與留任、社會參與、尊重人權



治理面 (G)

公司治理、數據隱私與安全、風險管理、法規遵循、財務績效、以良好服務與商品提升生活品質、永續供應鏈

重大議題矩陣圖



重大議題分析結果排序與永續發展目標 (SDGs)

排序	面向	議題	SDGs	可對應 GRI 之特定主題	回應章節
1	治理面 (G)	公司治理	GOAL 8	GRI 205	3.1 永續治理
2	治理面 (G)	以良好服務與商品提升生活品質	GOAL 9	GRI 416	2.1 優質產品服務
3	環境面 (E)	氣候變遷與能資源管理	GOAL 13	GRI 302	2.2 綠色永續價值
4	治理面 (G)	數據隱私與安全	GOAL 16	GRI 418	2.1 優質產品服務
5	社會面 (S)	職業安全與衛生	GOAL 3	GRI 403	4.4 職業安全與衛生
6	治理面 (G)	永續供應鏈	GOAL 12	GRI 414	3.2 永續供應鏈
7	社會面 (S)	尊重人權	GOAL 5, GOAL 10	GRI 412	4.5 尊重人權

重大議題衝擊邊界與涉入程度

重大議題	價值鏈衝擊邊界					
	內部	外部				
	東森	客戶 / 閱聽者	主管機關	股東 / 投資人	供應商 / 承攬商	媒體
公司治理	■	■	■	■		■
以良好服務與商品提升生活品質	■	■	■		■	
氣候變遷與能資源管理	■		■	■		
數據隱私與安全	■	■				
職業安全與衛生	■					
永續供應鏈	■				■	
尊重人權	■					