

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

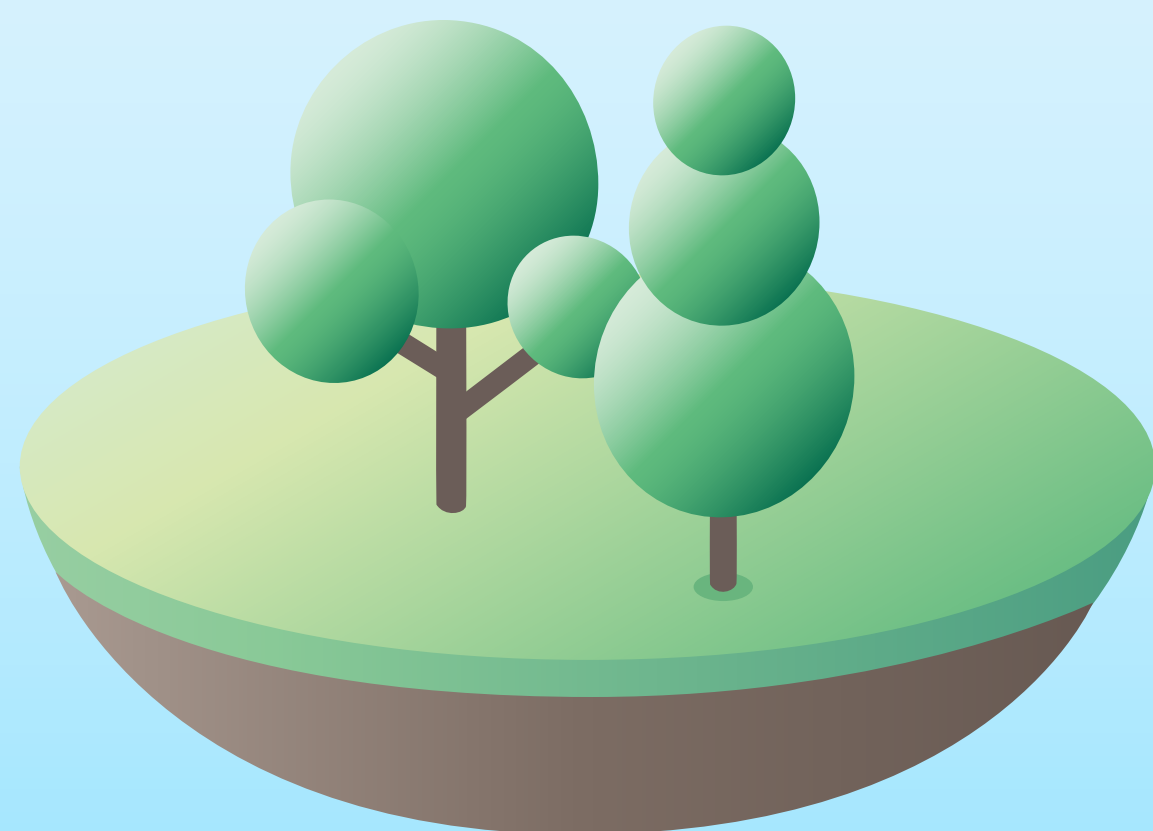
01 永續東森價值

1.1 關於東森

1.2 2024 年度亮點與關鍵績效

1.3 永續願景與發展策略

1.4 重大主題分析與利害關係人議合



目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

1.1 關於東森

多元佈局 × 數位轉型 × 永續前行：打造全方位生活服務平台

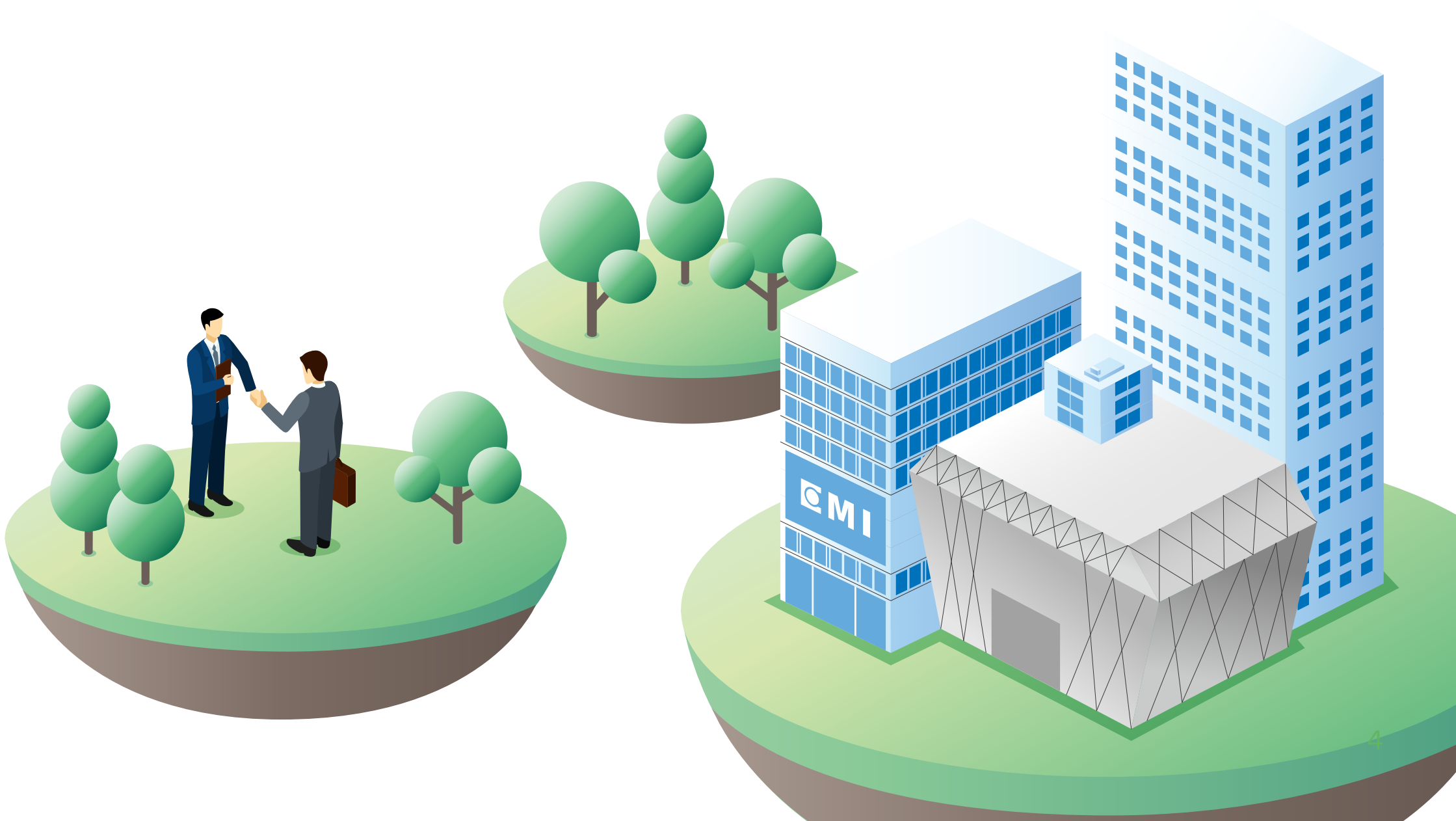
東森自 2000 年以倉儲核心事業起家，穩健發展並積極拓展多元版圖，歷年來橫跨媒體、娛樂影音、商品零售、不動產及數位家外（Digital Out-of-Home）廣告等產業。2018 年起，更進一步跨足寵物與美容美體領域，持續延伸與深化全方位生活服務的佈局。2021 年，為因應新經濟模式快速變遷，東森全面強化 OMO（Online Merge Offline）整合戰略，推動自營商品升級、多通路融合，朝向新零售與新媒體的深度整合邁進，發揮集團雙核心（媒體與通路）最大綜效，開啟集團轉型新篇章。2024 年，東森正式邁入「AI 元年」，全面導入人工智慧於各事業體經營策略中，應用於精準數據分析、消費行為預測與營運流程優化，進一步推動線上線下融合、提升客戶體驗與自營商品價值鏈競爭力，擴展創新多元的商業模式。

東森始終秉持「取之於社會、用之於社會」的理念，落實企業社會責任，並以「栽下永續種子，建構環境共存、社會共榮的東方森林」為長期願景。除了追求股東價值極大化，我們更積極推動價值鏈永續發展，從產品、服務、供應鏈到社會參與，全方位強化對環境與社會的正向影響，致力營造具韌性與包容力的永續生活生態圈。



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	239
創立時間	1975 年 5 月 14 日
董事長	廖尚文
總部位置	臺北市大安區復興南路一段 368 號 8 樓
資本額	3,002,430,700 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)



目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

東森多角化經營里程碑

2011

ETtoday.net 新聞網站成立

2010

開創森森購物

開創第 2 個電視購物品牌 (2017 年與東森購物合併，東森購物為存續公司)

1999

開創東森購物

- 開創東森購物電視
- 購物最多 5 頻道

1996

首創多頻道聯營

新聞臺 / 財經臺 / 綜合臺 / 洋片臺 / 國片臺 / 戲劇臺 / 幼幼臺 / 超視臺

1995

首創 MSO

有線電視網路 MSO 經營

1991

率先投入

有線電視產業

2014

東森整合行銷公司^{註 1} 成立

2017

- 併購墨攻網路科技^{註 2}
- 亞朱蘭東麟成立^{註 3}
- 東森全球連鎖事業成立

2018

併購及策略合作

- 香港跨境美妝電商草莓網
- 自然美

2019

併購 (含營業讓與)

- 成立東森寵物雲 (股) 公司
- 持續擴增東森寵物店
- 併購寵物王國 (股) 公司、奧斯卡寵物 (股) 公司、廣興貿易 (股) 公司

2020

持續成長

- 成立東林資產股份有限公司、東森民調雲股份有限公司
- 東森寵物雲展店至 107 家實體門市
- 新媒體取得高鐵、捷運車廂等廣告獨家代理權
- 新媒體發展 Her 女性電商平台
- 2020 併購熊媽媽買菜網 (已於 2022 年停業)

2025

慈愛生物科技取得寵瑞國際有限公司 50% 股權，將借與寵瑞公司的合作，導入寵物按摩及培訓按摩復健技術等。

2024

東森寵物雲持續調整組織結構與經營策略，截至 2024 年底，門店數共 112 家，以及 7 家慈愛生技門市，服務範圍涵蓋全臺灣 18 個縣市。

2022

- 東森寵物雲資源整合吸收合併消滅奧斯卡寵物 (股) 公司、廣興貿易 (股) 公司及寵物王國 (股) 公司等三家公司後，持續展店
- 成立慈愛生物科技 (股) 公司
- 成立東森慕德科技 (股) 公司 (已於 2024 年 2 月與東森新媒體整併後消滅)

2021

擴展規模

東森寵物雲取得孫公司廣興貿易公司及寵物王國公司 100% 股權，並持續拓展實體店面。

註 1 東森整合行銷公司已更名為東森新零售百貨 (股) 公司。

註 2 本公司已於 2024 年 5 月處分全部持有之墨攻網路科技公司股權。

註 3 亞朱蘭東麟公司已更名為萬喆 (股) 公司。



目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

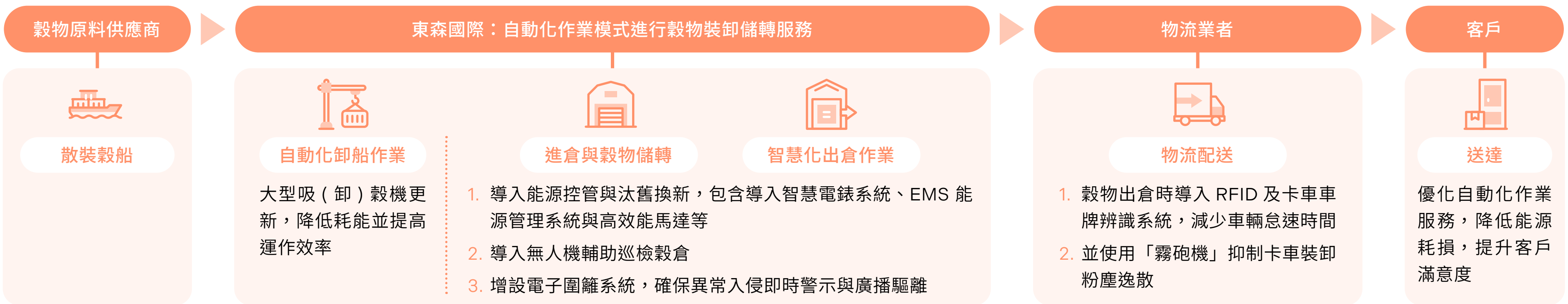
附錄

倉儲事業 - 從國家糧安守門人邁向智慧永續穀倉領航者

東森國際深耕港埠倉儲產業，長期配合政府糧食戰備儲備政策，肩負確保臺灣糧食供應穩定的關鍵使命。隨著時代與科技演進，倉儲事業不僅扮演糧安守護者的角色，更積極以「智慧化穀倉」為願景推動轉型，導入 AI 技術與永續管理，重塑產業核心價值鏈。

2024 年，東森啟動「AI 導入穀倉管理作業專案」，攜手工研院團隊，於既有自動化基礎上進一步導入 AI 決策與節能創新技術，擘劃六大智慧升級項目，涵蓋：設備履歷管理系統導入；穀倉出倉 RFID 及車牌辨識自動化建置；山貓遠端遙控系統開發；吸（卸）穀機遠端遙控系統開發；智慧穀倉結構巡檢導入 AI 影像辨識系統平台；穀倉倉筒內壁清理自動化設備等項目，亦成立 ISO 專案小組，全面強化管理制度與國際接軌，已完成 ISO 50001（能源管理）、ISO 14064-1（溫室氣體）、ISO 14001（環境管理）、ISO 45001（職安衛）、ISO 9001（品質管理）與 ISO 27001（資訊安全）等六項國際查證。展望未來，倉儲事業將持續結合內外部專業資源與技術力量，深化 AI 應用與永續治理雙軌轉型，發揮臺灣大宗穀物儲備關鍵據點的戰略價值，邁向數位驅動、智慧管理與永續發展的下一階段。

❖ 倉儲事業永續價值鏈



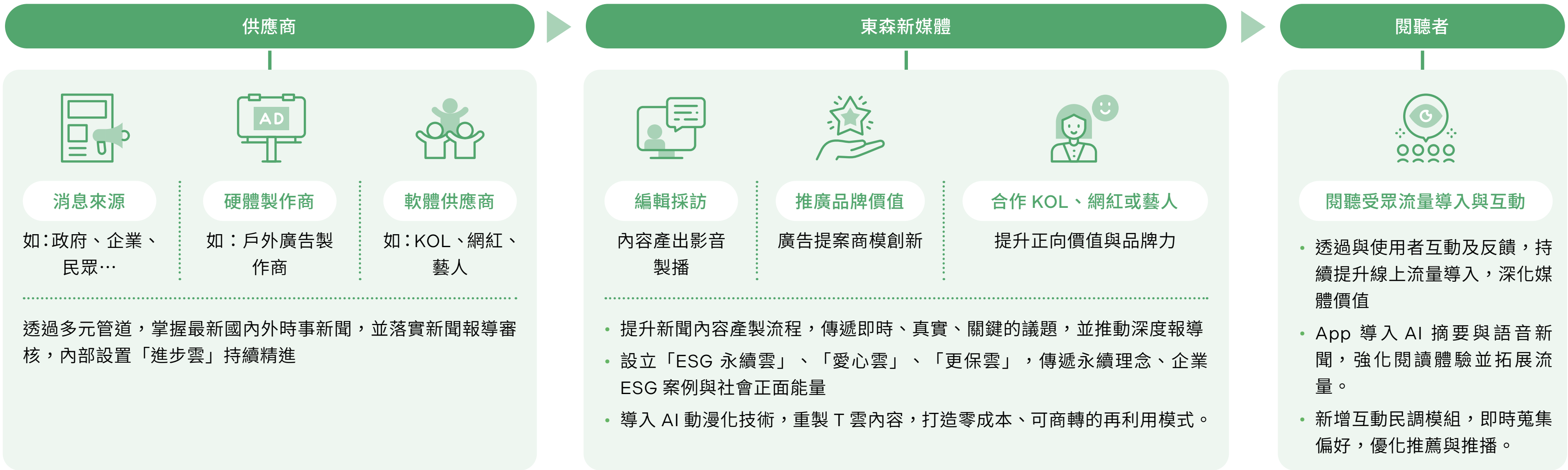
媒體事業 - 東森新媒體 - 進化 3.0：打造全方位數位內容與流量經濟生態系

2024 年東森新媒體聚焦在內容創新、技術升級、流量經營與廣告多元化，主要有以下幾個策略：

- **整合集團資源，打造一站式 OMO 廣告業務平台：**東森新媒體擁有豐富的媒體資源，包括新聞、娛樂、購物、生活等多個頻道，以及遍佈全臺的家外媒體版位。東森新媒體將這些資源整合在一起，打造了一個一站式的 OMO 廣告業務平台，為廣告主提供全方位的廣告解決方案。
- **AI 導入全面展開，驅動內容與業務雙升級：**東森新媒體於 2024 年正式成立 24 組 ChatGPT 應用精進小組，積極推動 AI 技術應用，包括選題協作、文章生成、語音新聞與即時快訊編採自動化。透過與交通部氣象局、中華職棒等 API 串接，自製快訊新聞生成器，撰稿效率提升 80~85%，深度報導提升 54%，讀者信任度提高至 4.2 分（提升 23.5%）。
- **多點布局擴展流量，強化自有平台經營力：**2024 年 ETtoday 新聞雲在 comScore 數據排名三項全臺第一（總流量、每人月訪次、每人月頁數），突顯高用戶黏著度。App 端亦導入 AI 摘要＋語音新聞模組，打造多感官閱讀體驗，擴大流量來源。新聞列表中更新增互動民調模組，即時蒐集用戶偏好數據，提升推薦新聞精準度與推播效能。
- **影音內容再製創新應用，開拓次級流量與商模：**為延伸內容生命週期，2024 年導入 AI 動漫化技術，重製 T 雲既有節目內容，形成零成本、可商轉的內容再利用循環，亦開啟周邊商品、IP 合作、廣告投放等商業潛力。

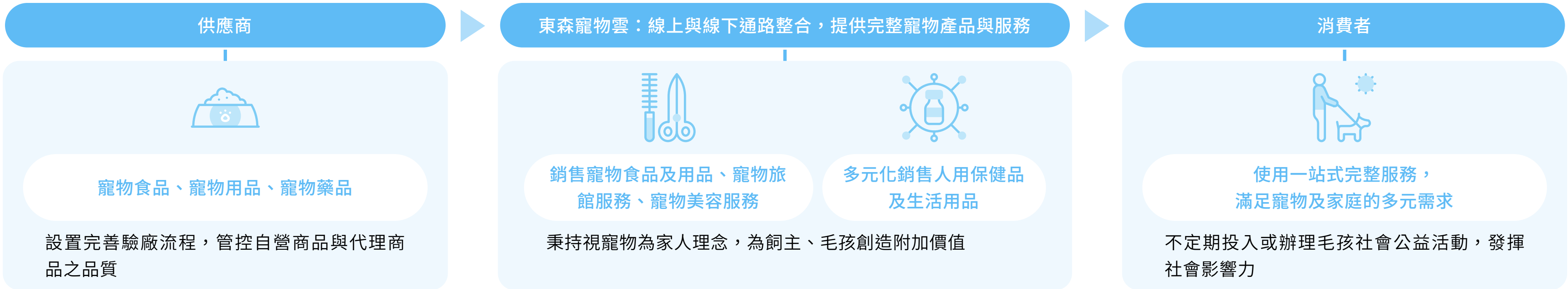
- 目錄
- 關於本報告書
- 經營者的話
- 01 永續東森價值**
- 02 創新綠色轉型
- 03 實踐幸福職場
- 04 散播社會關懷
- 05 扎根永續治理
- 附錄

❖ 媒體事業永續價值鏈



貿易 (寵物) 事業 - 東森寵物雲 - 打造全方位寵物生活生態圈，實現人寵共好願景

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。2024 年底實體店家數總計 112 家，縣市覆蓋率達 85%，更為首家進駐離島的連鎖寵物品牌，亦為全臺唯一提供美容、醫療、特寵一條龍專業服務的寵物零售通路。除此之外，2022 年東森寵物轉投資成立慈愛生物科技股份有限公司，2024 年底慈愛生技總計 7 家實體門市，與慈愛醫院聯盟合作打造寵物生態圈，合作項目包含結合寵物零售與醫療服務的複合門市；並積極與國際機構 - 韓國動物醫療集團 Royal AMG 推動獸醫師培訓、大型醫療中心建置、幹細胞臨床研究、寵物健康食品開發，打造整合寵物零售、醫療與保健的完整生態系統。持續與流浪動物收容所及民間動保團體合作，推動浪浪送養、獸醫巡迴健檢及施打疫苗等公益活動，秉持「寵物即家人」致力為飼主和寵物打造「共好共幸福」的生活理念，營造友善寵物環境。



1.2 2024 年度亮點與關鍵績效

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

經濟治理面



榮獲「TCSA 臺灣永續報告書獎」
貿易百貨類 - 第一類金獎



倉儲事業 2024 年度獲臺灣港務公司頒發
「裝卸承攬業金舫獎」
及「港埠永續金舫獎」



媒體事業連續 7 年 獲牛津大學
《數位新聞報告》評選為
臺灣網路媒體「使用率」與「信任度」No.1



寵物事業榮獲第 21 屆
國家品牌玉山獎
「最佳產品類」獎項



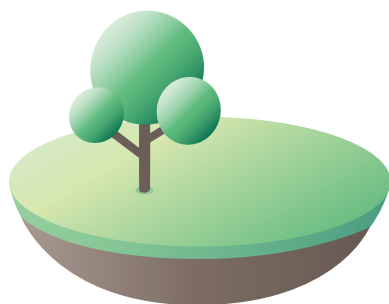
第 11 屆 (2024 年) 公司治理評鑑
上市公司排名級距為
21%~35% (第三級距)



倉儲事業推動導入 ISO 9001 品質管理系統
並取得認證



倉儲事業通過 ISO 27001 資訊安全管理系統
驗證



環境面



東森國際 2024 年參獎第三屆 ESG 物流永續
獎，獲「物流作業永續組」企業金獎



倉儲事業 2024 年節能設備共投入 2,742.3
萬元，年節省 334,346 度電、
減少 162,169 公斤 CO₂ 排放



寵物事業於 2024 年已完成 ISO 14064-1
溫室氣體盤查查證



倉儲事業於 2024 年已完成 ISO 14064-1
溫室氣體。維持 ISO 50001 能源管理系統、
ISO 14001 環境管理系統、有效認證。



媒體事業 2024 年提升辦公空間有效運用，用
電度數大幅下降約 20.24%



社會面



東森國際榮獲「全國績優健康職場 -
活力躍動獎」



倉儲事業臺中、高雄營運處獲得「健康促
進標章」認證肯定



2024 年辦理東森盃·海峽兩岸（連城）
青少年棒球邀請賽暨第五屆海峽
兩岸（連城）青少年棒球文化節，
促進兩岸青少年文化交流。



東森集團再度獲頒 1111 人力銀行「幸福企
業」金獎



倉儲事業維持 ISO 45001 職業安全衛生管
理系統有效認證



愛的早餐持續 18 年累計超過 35,000 名
學童受惠



媒體事業榮獲「銀響力新聞獎優選」、
「社會光明面新聞報導獎」、「平
冤年度新聞獎」、「自殺防治優
質媒體報導獎」



東森寵物 2024 年正式啟用「東森寵物人
資幫幫忙」LINE@ 一對一溝通平台



倉儲事業於 2024 年首次執行供應商評鑑。

1.3 永續願景與發展策略

1.3.1 永續願景

東森的永續願景「建構與環境共存、社會共榮的東方森林」，象徵融合核心本業與永續價值的堅定信念。我們積極將永續理念融入倉儲、媒體、寵物等多元事業中，從減碳節能、數位創新、社會參與到利害關係人溝通，推動企業在經濟效益之外，亦能在環境保護與社會福祉上累積深遠貢獻。未來，東森將持續扮演永續價值鏈的推動者，攜手員工、客戶、合作夥伴及社會大眾，共築包容、公平、具韌性的永續生活圈。

面對全球氣候變遷與永續治理趨勢，東森將持續精進永續管理體系。未來，我們將依據法規逐步導入 IFRS S1 與 S2 永續揭露準則，強化永續與氣候相關風險與機會的財務影響評估。同時為與永續金融標準接軌，亦將評估及參考金管會發布之《永續經濟活動認定參考指引》，盤點各項營運活動與永續經濟類別之關聯，作為公司未來投資與營運策略規劃的基礎，引導資源朝向真正具有環境與社會效益的事業領域投入。此外，自然相關風險與機會及生物多樣性也漸漸受到重視，未來我們也將參考 TNFD（自然相關財務揭露架構），盤點自然依賴性與衝擊，回應全球生態保護與自然資本責任的需求。

永續發展策略與回應聯合國永續發展目標 (SDGs)

東森持續精進永續願景 4 大核心策略，包含：「永續營運」、「穩健經營」、「友善環境」、「社會共榮」，深化各項核心策略的理念，並且對接聯合國永續發展目標（SDGs），透過各個事業體的核心本業與永續投入，與利害關係人共創長期價值。

核心策略	理念	對應 SDGs	核心指標	短期 (1~2 年) 目標	中長期 (3~5 年) 目標	2024 年度執行進度 / 績效
永續營運 Sustainable Operation	落實公司治理與誠信經營之責，提升企業價值，並且由董事高層由上而下支持與督導核心本業導入永續轉型，建構東森永續韌性。	12 負責任的消費與生產 16 和平正義與有利的制度 17 夥伴關係	定期進行董事會績效評估	每年至少一次內部董事會績效評估、每三年至少一次委請外部專業機構辦理董事會績效評估	每年至少一次內部董事會績效評估、每三年至少一次委請外部專業機構辦理董事會績效評估	已於 2025 年 1 月完成 2024 年度董事會、董事成員及各委員會內部績效評估。
			董事、高階經理人薪酬與 ESG 績效進行連結	董事、高階經理人績效酬勞中的 5%，應連結各部門訂定之 ESG 重大議題 KPI 指標達成情形	董事、高階經理人績效酬勞中的 10%，應連結各部門訂定之 ESG 重大議題 KPI 指標達成情形	- 本公司高階經理人之績效表現，已納入本公司「永續發展責任中心」所訂定之獎酬制度整體評估架構中，並依據永續發展目標及 ESG 重大議題 KPI 指標之達成情形進行綜合評估。除傳統財務指標（如公司營收、淨利率等）外，另就永續執行工作小組（涵蓋環境永續、社會關懷、員工照顧、風險管理、公司治理、誠信經營及客戶關係等面向）之年度執行情形及 KPI 達成率，作為調整變動薪酬之依據。 - 變動薪酬之發放係依據年終獎金月數，乘以各該 KPI 達成率所對應之加乘百分比後進行核算，以強化永續目標與個人績效獎酬之連結，落實公司永續發展承諾。
			違反誠信經營之事件	0 件 / 年	0 件 / 年	2024 年度本公司未有違反誠信經營之事件發生。



目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄



核心策略	理念	對應 SDGs	核心指標	短期 (1~2 年) 目標	中長期 (3~5 年) 目標	2024 年度執行進度 / 績效
穩健經營 Steady Economic Growth	多角化經營各項事業體，開創新興商業模式，並且兼顧員工發展與福祉，打造東森創新精神、穩健經營的組織文化。	3 良好健康和福祉 8 尊嚴就業與經濟發展 9 產業創新與基礎設施	完善資安管理制度，管理層級提升至董事會	- 建立資訊安全管理委員會與專責人員 - 導入 ISO 27001 架構建置資訊安全管理系統，並定期就管理制度、規劃與成效提報董事會 - 導入 ISO 9001 架構建置品質管理系統，定期檢視品質政策與目標執行成效。	取得 ISO 9001、ISO 27001 資訊安全管理系統查證	- 為強化本公司之資訊安全管理，本公司已於 2023 年 6 月 27 日設置「資訊安全管理委員會」，負責規劃、執行及推動本公司資訊安全事項，每年至少一次向董事會提出報告。 - 本公司為改善整體資訊安全管理制度能力，並建立與落實資訊安全管理相關作業及程序，於 2024 年 9 月 1 日發布「資通安全政策聲明」公告。 2024 年 5 月起開始導入 ISO 27001 國際資訊安全管理制度建置及驗證作業；後於 2024 年 12 月通過第三方驗證、2025 年 3 月 19 日取得正式證書。 2024 年資訊安全管理執行成果及 2025 年執行計劃已於 2024 年 12 月 31 日提請董事會報告。 - 倉儲事業 2024 年已完成 ISO 9001 查證（臺中、高雄）
			定期進行員工滿意度調查	滿意度達 80%	滿意度達 85%	評估成果以六點量表評量尺度呈現，1 分為非常不同意，6 分為非常同意，2024 年整體滿意度 4.46。
			- 取得健康職場認證 - 健康促進標章	- 每場健促活動員工參與度達 60% - 申請健康促進標章	- 每場健促活動員工參與度達 70% - 申請健康促進標章	- 臺北辦公室、臺中營運處每場健促活動員工參與度達 60%。 - 舉辦線上健走挑戰賽、推動健康運動社團。 2024 年獲頒衛生福利部國民健康署「全國績優健康職場 - 活力躍動獎」及「健康職場認證 - 健康促進標章」。
友善環境 Sustainable Green Environment	提升能源使用效率，導入永續轉型，降低營運過程中對環境的負面影響，以達成環境永續的目標。	7 可負擔的潔淨能源 9 產業創新與基礎設施 11 永續城市與社區 13 氣候行動	全公司減碳量	每年完成 ISO 14064-1 查證	達成較基準年 (2021) 之年減溫室氣體碳排放量 1% 目標	- 倉儲事業、新媒體事業、寵物雲事業已依據 ISO 14064-1 完成溫室氣體排放盤查 - 倉儲事業臺中、高雄穀倉 2024 年溫室氣體排放密集度較基準年減量 達成 1%之目標。
			倉儲事業部導入環境永續相關 ISO 管理系統之輔導及查證	每年完成 ISO 14001、ISO 45001 內稽	持續每年完成 ISO 14001、ISO 45001 內稽	- 倉儲事業已完成 ISO 45001 查證（臺中、高雄） - 倉儲事業已完成 ISO 14001 查證（臺中、高雄）
			林口 A9 新建總部大樓綠建築、智慧建築指標	規劃申請鑽石級智慧建築及綠建築標章	取得鑽石級智慧建築及綠建築標章	規劃 2025 年申請綠建築候選標章。

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

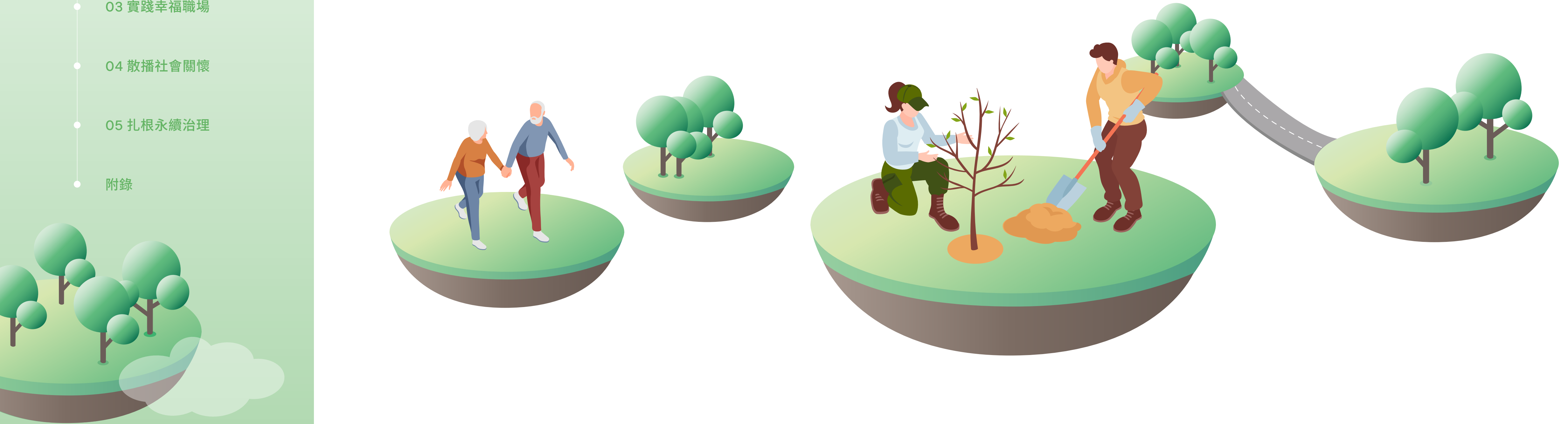
03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

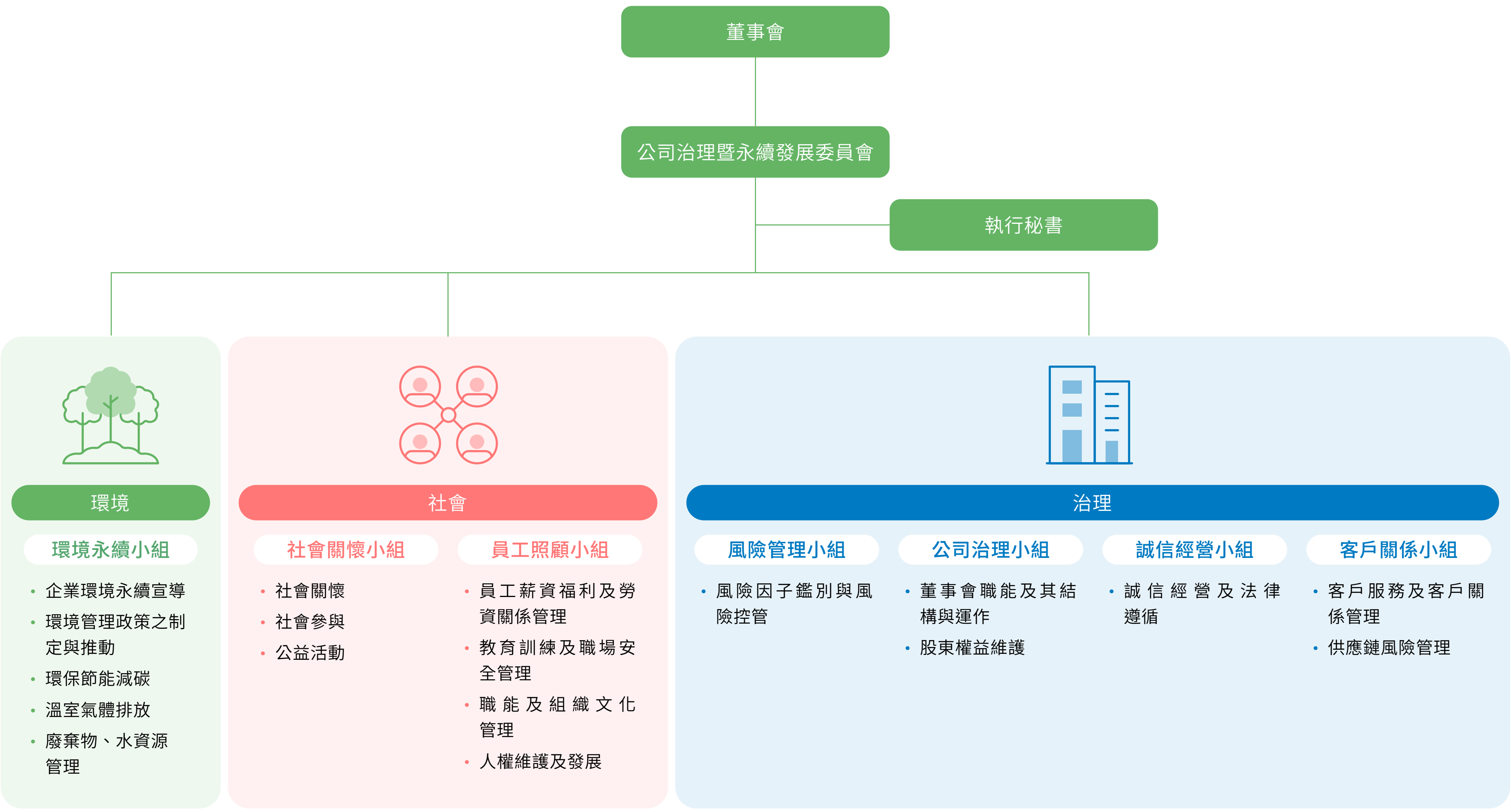
核心策略	理念	對應 SDGs	核心指標	短期 (1~2 年) 目標	中長期 (3~5 年) 目標	2024 年度執行進度 / 績效
社會共榮 Creating Inclusive Society	東森傳愛社會，以核心本業長時間為社會善盡一己之力，散播社會正能量。		「愛的早餐」專案活動金額	500 萬 ~ 550 萬元 / 年	550~600 萬 / 年	• 2024 年達新臺幣 834 萬元
						
			舉辦或協辦參與相關環保活動次數	1~2 次 / 年	2~3 次 / 年	• 2024 年 3 月舉辦集團植樹活動。
						
			銀髮族及更生人關懷	1~2 次 / 年	1~2 次 / 年	• 2024 年舉辦銀髮族過年圍爐活動、更生人就業安心計畫。



- 目錄
- 關於本報告書
- 經營者的話
- 01 永續東森價值
- 02 創新綠色轉型
- 03 實踐幸福職場
- 04 散播社會關懷
- 05 扎根永續治理
- 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，成立「公司治理暨永續發展委員會」（以下簡稱委員會），由 4 位獨立董事、董事長、董事、發言人及公司治理主管所組成，其中 1 位獨立董事擔任召集人及主席。委員會下設 7 個永續執行工作小組，完整涵蓋 ESG 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。



目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

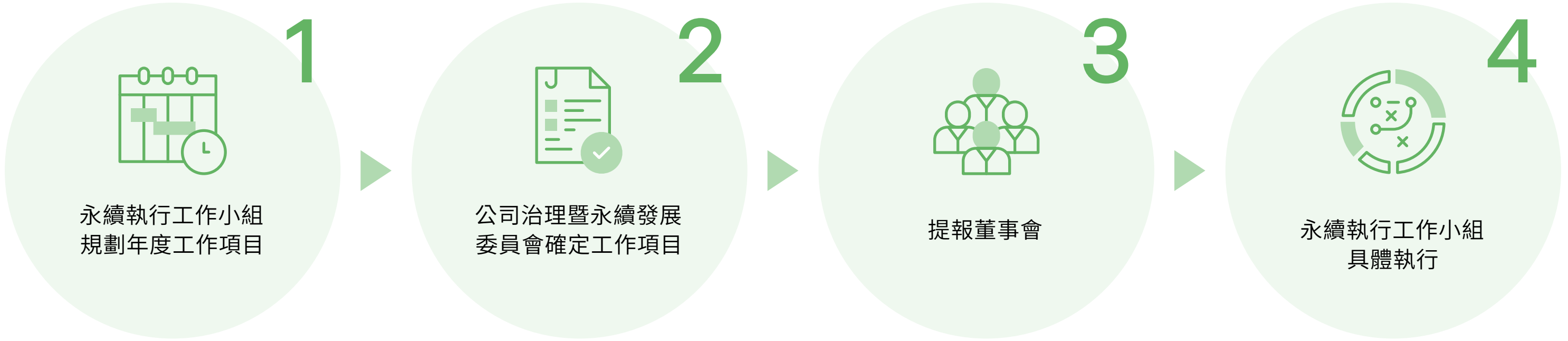
05 扎根永續治理

附錄

委員會治理模式

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，且應每年向委員會提出年度執行計畫及成果。2024 年度共召開 6 次會議，皆經委員會同意及提報董事會通過，包含溫室氣體盤查結果、永續發展、誠信經營、資訊安全、智慧財產管理、利害關係人溝通等關鍵議題。

2024 年度共召開會議次數
6 次



委員會推動方式

東森的永續治理，採取由上而下扎根在日常營運作業。由董事會成員籌組部門專案小組，並且親自參與專案工作過程和重要決策，推動跨部門橫向聯繫與合作，也發揮垂直溝通職能，直接與同仁討論實務與永續整合的可行方案，並在實踐中滾動檢討和調整。董事會成員直接參與的推動方式，協助東森快速推動 ESG 進展、追蹤和擬定改善措施，確保及控管其完整性和落實程度，也在過程中持續培養和扎根東森同仁的永續意識。

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，至少一年一次舉辦永續相關教育訓練，傳遞最新永續發展趨勢與標竿企業永續作為相關案例。

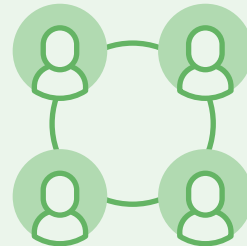
2024 年分別舉辦永續研討會並邀請獨立董事擔任講師，內容包含與氣候相關財務揭露最新實務與趨勢、ESG 報導現況及公司治理評鑑之 ESG，亦不定期於公司「數位學習平台」置入公司治理、誠信經營及企業永續發展相關課程，持續提升所有同仁對於永續概念的理解與認同，與東森一同努力實踐永續發展。



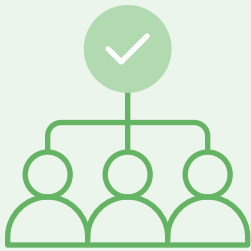
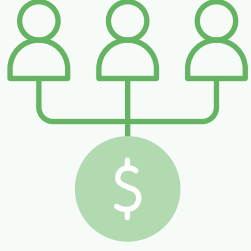
1.4 重大主題分析與利害關係人議合

1.4.1 利害關係人議合

東森高度重視利害關係人的意見，為確保永續策略規劃能確實回應各方關注，我們由各部門主管及同仁共同參與，每年持續檢視並鑑別利害關係人類別。經由重要性分析後，2024 年六大核心利害關係人，分別為：員工、客戶／閱聽者、主管機關、股東／投資人、供應商／承攬商，以及媒體，作為溝通與永續管理的優先對象。

利害關係人	對東森的意義	關注之重大主題	溝通管道	頻率	2024 年利害關係人回應與溝通實績																	
 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。	- 職業安全與健康 - 人權	<table><tr><td>年度績效考核作業</td><td>每年二次</td></tr><tr><td>勞資會議</td><td>每季一次</td></tr><tr><td>職業安全衛生委員會</td><td>每季一次</td></tr><tr><td>福利委員會</td><td>每年至少一次</td></tr><tr><td>勞工退休準備金監督委員會</td><td>視需求安排</td></tr><tr><td>內部教育訓練及 E-learning 數位學習平台</td><td>即時（視員工自行安排）</td></tr><tr><td>外部教育訓練補助</td><td>視情況安排</td></tr><tr><td>性騷擾申訴管道、面對面溝通及檢舉信箱</td><td>即時</td></tr><tr><td>官網設置利害關係人專區：Email/ 問卷調查</td><td>即時</td></tr></table>	年度績效考核作業	每年二次	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	視需求安排	內部教育訓練及 E-learning 數位學習平台	即時（視員工自行安排）	外部教育訓練補助	視情況安排	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	2024 年共計發放獎金達新臺幣 99,518,186 元。 113 年 9 月 13 日、113 年 10 月 9 日與臺中處工會、高雄處工會就團體協約草案進行討論建議，就會員勞動條件、福利措施、職業安全、內部申訴制度、工會組織運作活動及企業設施之利用等勞資事務相關事項進行協商。 - 舉辦 59 場職業安全衛生訓練課程 - 舉辦線上健走挑戰賽、推動健康運動社團，獲頒衛生福利部國民健康署「全國績優健康職場 - 活力躍動獎」及「健康職場認證 - 健康促進標章」 - 照顧員工福利，連續四年獲頒幸福企業金獎 2024 年度新增 63 門課程 - 舉辦人權及職場性騷擾教育訓練 18 堂課 2024 年度無申訴性騷擾案件發生 官網專區：聯絡窗口 EMI 東森國際 請詳見第三章節內容
年度績效考核作業	每年二次																					
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	視需求安排																					
內部教育訓練及 E-learning 數位學習平台	即時（視員工自行安排）																					
外部教育訓練補助	視情況安排																					
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。	- 公司治理 - 資訊隱私與安全	<table><tr><td>會議溝通</td><td>每季一次</td></tr><tr><td>顧客滿意度調查</td><td>視情況安排</td></tr><tr><td>客服申訴管道</td><td>即時</td></tr><tr><td>業務溝通</td><td>即時</td></tr><tr><td>官網設置利害關係人專區：電話 /Email/ 問卷調查</td><td>即時</td></tr></table>	會議溝通	每季一次	顧客滿意度調查	視情況安排	客服申訴管道	即時	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	- 定期發放滿意度問卷及客戶拜訪，了解客戶需求 - 導入 ISO 27001 建置資安系統，各事業群未發生客戶隱私洩漏事件 2024 年共發放 33 份問卷，回收率達 100%。 - 非常滿意／滿意達 97%、普通 2%、不滿意 1%。 官網專區：聯絡窗口 EMI 東森國際 請詳見第二章、第五章內容								
會議溝通	每季一次																					
顧客滿意度調查	視情況安排																					
客服申訴管道	即時																					
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																					



利害關係人	對東森的意義	關注之重大主題	溝通管道	頻率	2024 年利害關係人回應與溝通實績
 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。	• 公司治理 • 氣候變遷之策略與管理	正式公文往來	即時	• 強化氣候相關風險與機會管理與揭露 • 第 11 屆（2024 年）公司治理評鑑上市公司排名級距為 21%-35%(第三級距)，得分 95.62 分，較上一屆增加 4.04 分 請詳見 第二章 、 第五章 內容
			電話	即時	
			電子郵件	即時	
			會議及座談會	視情況安排	
			官網設置利害關係人專區：電話 /Email/ 問卷調查	即時	
 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。	• 公司治理 • 誠信經營	年度股東會 / 年報	每年一次	請詳見 第五章
			法說會	每年至少一次	
			營運概況公告	每月一次	
			各季財報	每年 3、5、8、11 月	
			新聞揭露 / 重大訊息	即時	
			法人來訪	視情況安排	
			官網設置利害關係人專區：電話 /Email/ 問卷調查	即時	
 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。	• 公司治理 • 誠信經營 • 資訊隱私與安全	外部溝通信箱	即時	• 2024 年度共完成 81 家供應商／承攬商評鑑，A 級 (優良) 廠商 29 家，B 級 (合格) 廠商 52 家 • 2024 年共 63 家供應商／承攬商簽署行為準則與道德規範承諾書，簽署率達 77% 請詳見 第五章 內容
			業務隨時溝通	即時	
			查驗、拜訪與會議	視情況	
			官網設置利害關係人專區：電話 /Email/ 問卷調查	即時	
 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。	• 公司治理 • 誠信經營 • 資訊隱私與安全 • 社會參與和關懷	公司官網發布訊息	即時	• 「愛的早餐」18 年累計超過 3 萬 5 千名學童受惠 • 獲銀響力新聞獎優選、臺灣新聞普立茲獎、新聞先鋒獎等獎項 請詳見 第四章 、 第五章 內容
			記者會	視需求安排	
			新聞稿	視需求安排	
			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 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

1.4.2 重大主題鑑別與排序

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主題，本年度依循 GRI Standards 2021 對於重大性之定義，從衝擊 (Impact) 的角度出發，審視永續議題對於環境、經濟、人（群）的正面及負面的發生可能性、影響程度，並廣納利害關係人及經營團隊的建議，鑑別出本年度 7 個重大主題。

1
永續脈絡
調查



逐年參考 GRI Standards 2021、永續會計準則 (SASB)、國內外永續評鑑、國內外產業標竿分析及國際永續趨勢進行永續議題蒐整與檢視。

2024 年由各權責單位與 6 大類利害關係人持續進行議合，並藉由線上填寫問卷，對於各面向之議題進行關注度調查，以確實掌握各個利害關係人重視之重大主題。

2
衝擊評估與
重大性確認



藉由利害關係人與高階主管之議合，並透過重大主題衝擊評估問卷，由各事業群高階主管填答評估各項重大主題，對外部經濟、社會、環境、人群的正面及負面影響程度、發生可能性，分析並鑑別出 7 項重大主題，完成本年度之重大主題分析與鑑別。

3
揭露與溝通

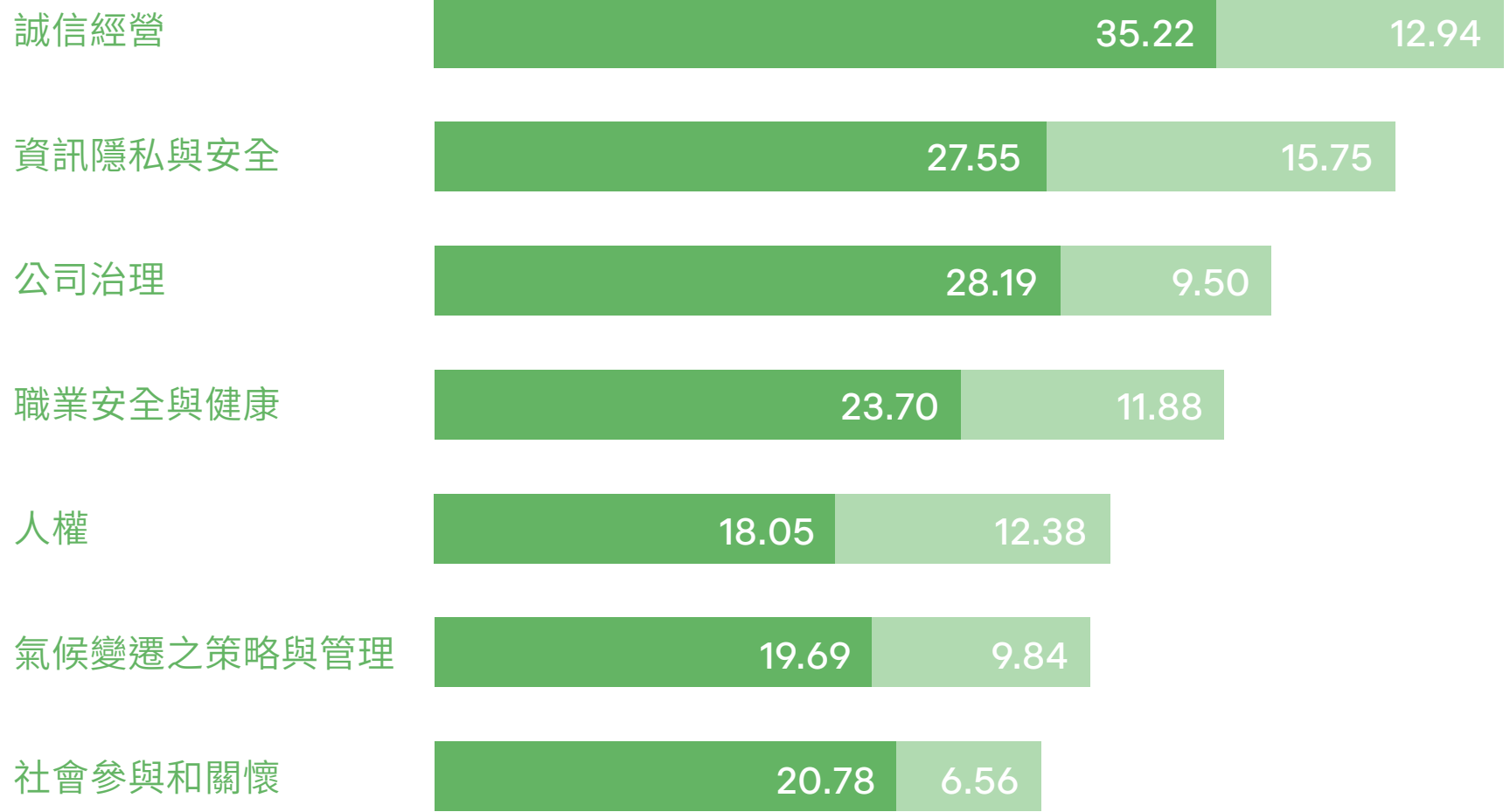


永續執行小組建立各重大主題的管理方針及短、中長期目標，並進行定期追蹤與管理。

針對 2024 年度之重大執行事項與進度，公開揭露於本年度的永續報告書中。

重大主題衝擊評估成果

● 正面衝擊 ● 負面衝擊



註：2024 年東森國際重大性門檻為正負向影響加總分數之前七大。

重大主題排序變動

排序	2024 重大議題衝擊排序	與 2023 年度比較	2023 重大議題衝擊排序
1	誠信經營	-	誠信經營
2	資訊隱私與安全	▲1	職業安全與健康
3	公司治理	▲1	資訊隱私與安全
4	職業安全與健康	▼2	公司治理
5	人權	-	人權
6	氣候變遷之策略與管理	▲1	社會參與和關懷
7	社會參與和關懷	▼1	氣候變遷之策略與管理

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄



重大主題排序與衝擊邊界涉入程度

排序	面向	重大主題	貢獻 SDGs	價值鏈衝擊邊界						對應 GRI 特定主題
				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	
1	治理面 (G)	誠信經營	8 尊嚴就業與經濟發展							GRI 205 GRI 206
2	治理面 (G)	資訊隱私與安全	16 和平正義與有利的制度							GRI 418
3	治理面 (G)	公司治理	8 尊嚴就業與經濟發展							自訂議題
4	社會面 (S)	職業安全與健康	3 良好健康和福祉							GRI 403
5	社會面 (S)	人權	5 性別平等 10 減少不平等							GRI 402 GRI 406 GRI 408 GRI 409
6	環境面 (E)	氣候變遷之策略與管理	13 氣候行動							GRI 201
7	社會面 (S)	社會參與和關懷	1 消除貧窮 2 消除飢餓 4 優質教育							自訂議題

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

❖ 重大主題衝擊說明

重大主題	對東森的意義	對東森的衝擊說明 (風險與機會因應之道)	對外部的衝擊說明	行動回應章節
 誠信經營	秉持廉潔、透明及負責之經營理念，制定以誠信為基礎之政策，並落實與供應商、客戶及相關利害關係人間各項道德規範政策與風險控管機制，維持公司穩定經營，為永續經營與創造價值的重要基石。	- 若公司無完善之內控制度，建立不誠信行為之風險評估及防範機制，將可能造成公司、客戶及投資人損失或遭主管機關裁罰並影響公司形象及經營績效。 - 落實誠信經營，避免發生貪腐事件等不誠信情事，可避免遭受財務損失並樹立公司正派經營，提升客戶信任及忠誠度。	當發生不誠信事件影響公司穩定營運，將可能對經濟產生負面影響。	5-1-2 誠信經營與法規遵循
 資訊隱私與安全	面對數位轉型之商業模式及網路攻擊日新月異，唯有不斷精進資訊安全系統及管理策略，方能有效保護東森及投資人之權益，以利企業永續發展。	- 建置系統備援中心，當災害發生時主中心資料即時傳送，可啟動連線系統對外服務。 - 制定資訊系統業務持續營運相關計畫及網路威脅等緊急應變計畫，有效保護公司維持核心系統正常運作。 - 若內部員工資安意識不足及外部駭客攻擊致生資安事件，將造成公司及客戶損失。	當負面資安事件發生，可能造成客戶隱私損失，對人權造成負面影響。	2-1-3 資訊隱私安全管理
 公司治理	良好的公司治理，可強化企業營運的穩定度與透明度，提升企業長期價值與競爭力，是東森得以永續發展的基礎。	- 持續精進公司治理可強化董事會運作及職責，提升公司永續發展之價值，受利害關係人信賴。若無法持續精進公司治理架構與制度，將影響企業之競爭力及創新成長。 - 公司 ESG 管理若受國際機構肯定，將提升國際投資人投資機會。	當持續完善公司治理作為，有助維持公司營運穩健並擴展規模，對經濟和利害關係人帶來正面影響。	5-1-1 公司治理與董事會職能
 職業安全與健康	員工是企业核心竞争力最重要的基石，也是東森持續成長的主要動力。唯有建構安全舒適的工作環境及擁有健康、快樂的員工，才能不斷為集團及社會激發創造力與競爭力。	- 若企業未建構職業安全衛生管理制度，將使員工發生意外事件或健康危害的機率提高，造成人事成本增加。 - 設置職業安全衛生委員會管理及監督職安計畫，除保障員工安全與健康，更可提升工作效率及降低缺勤率。	當員工在工作崗位中發生意外或健康危害事件，可能影響其家庭，並對人權造成負面影響。	3-4 職業安全與衛生

目錄

關於本報告書

經營者的話

01 永續東森價值

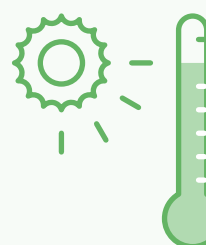
02 創新綠色轉型

03 實踐幸福職場

04 散播社會關懷

05 扎根永續治理

附錄

重大主題	對東森的意義	對東森的衝擊說明（風險與機會因應之道）	對外部的衝擊說明	行動回應章節
 人權	東森致力打造和諧平等之勞資關係，建立良好的薪酬制度及多元、平等的溝通管道，杜絕任何違反人權之行為，不使用壓迫、強制性條件僱用員工，以創造多元、平等與友善的健康職場。	• 未能保障勞動人權，落實性別平等，除影響人才招募與留任，甚至會影響商譽及品牌形象，進而造成業務流失。 • 未創造平等之就業環境，易引發勞資爭議，或因違反法令而遭受裁罰。 • 落實政策執行人權保障，辦理人權教育訓練課程，建立員工平權觀念，防範不當歧視發生，有助提升企業形象及人員留任率，亦可降低新進人員離職率及人才培育成本。	當未能保障勞動人權或未創造平等之就業環境，可能會對員工及外部人群造成負面影響。	3-5 尊重人權
 氣候變遷之策略與管理	極端氣候對全球經濟造成衝擊，對我們最主要獲利來源之大宗穀物碼頭倉儲構成潛在風險，故東森期以透過營運效能的提升，減輕營運過程中所產生的環境負擔，再創永續生存環境之新契機。	• 若未能有效節能減碳，未來可能受法令裁罰增加額外支出。 • 未來轉型發展較節能環保的產品與技術，或汰換機器設備，可能增加額外的成本。 • 發生環境污染情事，將間接影響本公司商譽。 • 海平面上升，港口租借可能受搬遷或租借位置減少之風險。 • 高溫日數增加，預估未來電價將升高，以及若未來須設置再生能源或購買綠電、碳權憑證，將增加公司營運成本。 • 參考 TCFD 架構量化氣候變遷風險的財務衝擊，建立系統性的治理架構，有助提升應變能力並減降財務衝擊。	當發生環境汙染、使用高耗能設備，所造成的排放將對環境造成負面影響。	2-2-1 氣候變遷因應策略與管理
 社會參與和關懷	東森秉持「取之於社會、用之於社會」精神，透過集團全方位的投入，讓社會的每個需要被關懷的角落，即時送上一份溫暖與最實質的幫助。	• 碳管理成為全球重要議題，除了營業行為的減碳，應投入資源結合外部活動，參與環境的改造。積極參與環境永續並結合員工、會員，能使大眾知悉東森的積極作為與成果。 • 弱勢團體資源取得艱難，如何將企業有限資源發揮最大效益，並與核心職能結合，同時獲得股東認同，需周全考量與計劃。東森關懷弱勢族群，給予最即時的協助，從教育出發到工作機會的提供，有助大眾提升對東森的認識與認同。	當長時間投入社會參與與環境永續，提供需要群體必要的支持，將會對環境和人群產出正面影響。	四、散播社會關懷

