

01

永續東森價值

1-1 關於東森	5
1-2 2025 年度亮點與關鍵績效	10
1-3 永續願景與發展策略	11
1-4 重大主題分析與利害關係人議合	16



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 年聚焦倉儲核心事業，穩健拓展至媒體、娛樂影音、商品零售、不動產及數位家外廣告等領域，並自 2018 年起延伸至寵物與美容美體事業，持續深化全方位生活服務布局。2021 年，因應新經濟模式快速變遷，東森推動 OMO（Online Merge Offline）整合策略，強化自營商品與多通路融合，發揮媒體與通路雙核心綜效。2024 年，東森進一步邁入「AI 元年」，將人工智慧導入各事業體經營策略，應用於數據分析、消費洞察與營運流程優化，持續提升客戶體驗與價值鏈競爭力，拓展創新商業模式。

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」為願景。除追求企業穩健成長外，我們亦持續推動價值鏈永續發展，從產品、服務、供應鏈到社會參與，全面強化對環境與社會的正向影響，致力打造兼具韌性、包容與永續價值的生活生態圈。



東森國際基本資料

員工人數	173
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	3,272,649,460 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)



東森多角化經營里程碑

1991~2010

2011~2020

2021~2025~

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)

2010

首創多頻道聯營
新聞台 / 財經台 / 綜合台 / 洋片台 / 國片台 / 戲劇台 / 幼幼台 / 超視台

1996

率先投入
有線電視產業

1991

開創東森購物
開創東森購物電視購物最多 5 頻道

1999

首創 MSO
有線電視網路
MSO 經營

1995

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

2019

* 併購墨攻網路科技
* 亞朱蘭東麟成立
* 東森全球連鎖事業成立

2017

ETtoday.net
新聞網站成立

2011

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)

2020

併購及策略合作

* 香港跨境美妝電商草莓網
* 自然美

2018

東森整合行銷公司
成立

2014

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。

2024

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。

2021

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

2025

* 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

2022

* 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)

註：

1. 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。

2. 亞朱蘭東麟公司已更名為萬喆 (股) 公司。

3. 東森整合行銷公司已更名為東森新零售百貨 (股) 公司。

倉儲事業 - 從國家糧安守門人邁向智慧永續穀倉領航者

東森國際倉儲事業肩負臺灣民生穀物儲運的重要任務，為國內糧食供應鏈關鍵基礎設施。2025 年，全國進口穀物約 844.8 萬噸，其中本公司穀倉營運量為 612.3 萬公噸，約占 72.5%，在維繫糧食供應穩定上具重要角色。面對氣候風險、人力結構變化與營運效率提升需求，東森持續推動智慧轉型，將科技應用轉化為具體的永續管理成果，提升作業效率與安全，更強化糧食供應鏈韌性，回應國家糧安、低碳轉型與永續治理的多重期待。

環境面

減碳與製程優化：

導入設備履歷管理系統，數位化追蹤機組效能，落實預防保養延長設備使用年限；建置 RFID 與車牌自動辨識出倉系統（ALPR），優化運輸物流動線，縮短車輛於港區等候時間，降低怠速造成的碳排放。

社會面

智慧巡檢與職場安全：

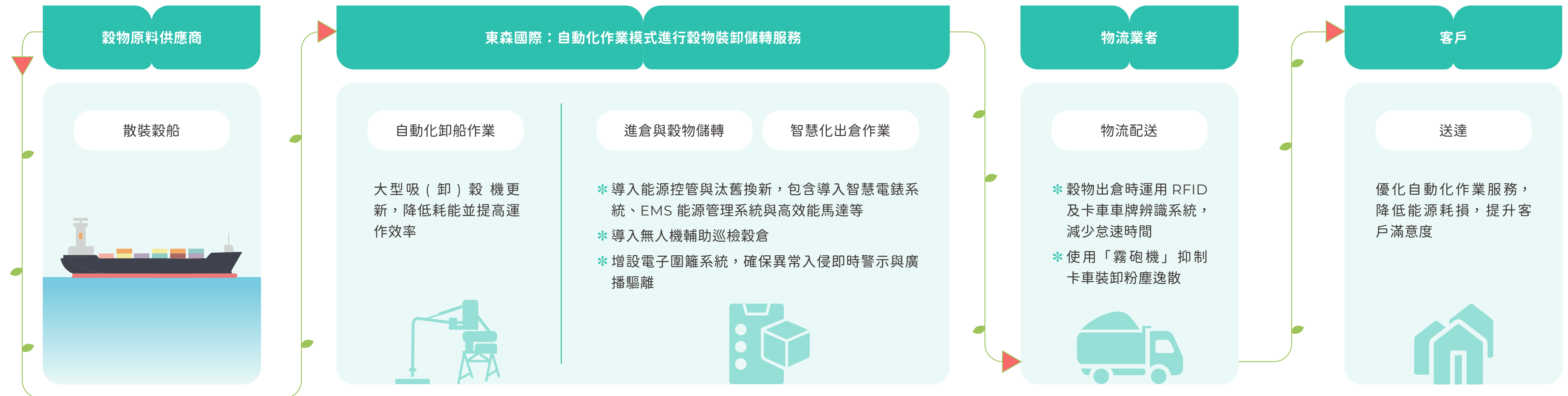
為降低高風險作業暴露，開發山貓及吸（卸）穀機遠端遙控系統，協助第一線同仁遠離危險作業環境；導入 AI 影像辨識結構巡檢平台，推進穀倉內壁清理自動化，提升高空作業安全性，朝本質安全與智慧巡檢目標持續精進。

治理面

以國際標準強化營運韌性：

以全面品質管理（TQM）思維建構兼具環境、安全、資訊與品質的營運管理基礎，持續維持 ISO 50001 能源管理、ISO 14001 環境管理、ISO 14064-1 溫室氣體盤查、ISO 45001 職業安全衛生、ISO 9001 品質管理及 ISO 27001 資訊安全管理等制度，強化糧食儲轉作業的穩定性、韌性與永續競爭力。

✿ 倉儲事業永續價值鏈



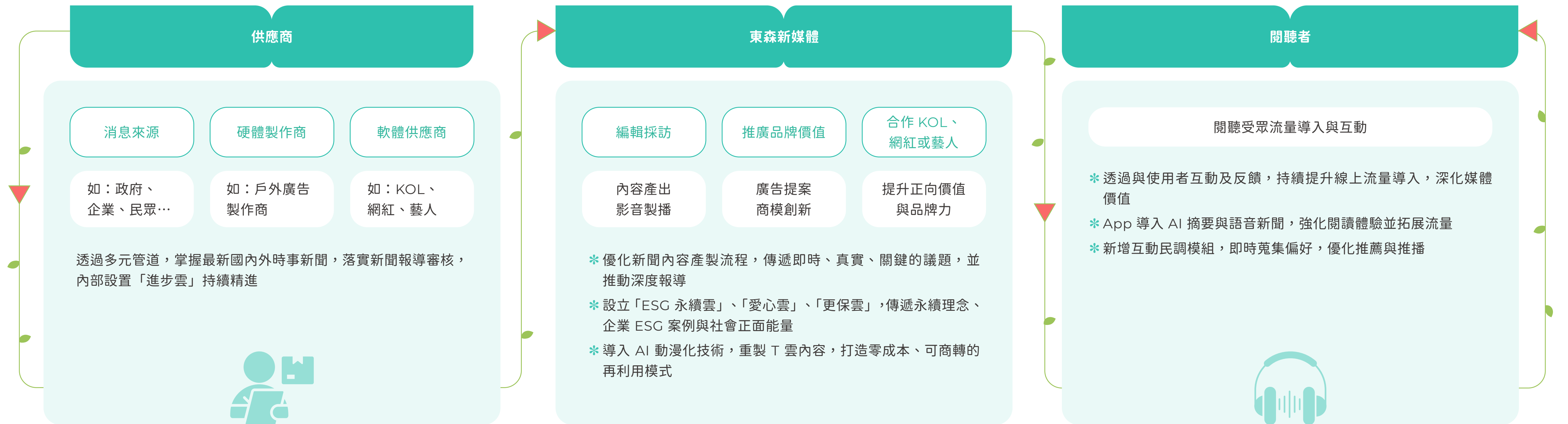
媒體事業－東森新媒體 - 以內容影響力與數位創新，打造可信賴的媒體生態系

2025 年，東森新媒體穩居臺灣數位媒體領導地位，持續以內容品質、科技應用與多元變現能力，強化品牌影響力與永續競爭力。面對媒體環境快速變動，不僅追求流量成長，更重視資訊可信度、內容價值與閱聽連結。

在流量經營上，東森新媒體於 2025 年 comScore 排名中，「單月造訪流量」與「APP 每日活躍人數（DAU）」等 7 項指標蟬聯全臺第一，月均造訪流量達 2.3 億，持續鞏固數位資訊入口地位。於內容品質上，連續 8 年獲路透新聞學研究所調查為臺灣網路媒體「使用率」第一，並於《銀響力新聞獎》、《社會光明面新聞獎》等專業評比中獲得肯定，展現兼具即時性、深度與社會責任的內容實力。

在數位創新上，運用 AI 輔助選題協作、影音再製與內容再利用，提升內容產製效率並優化受眾體驗，帶動影音與內容拆帳收入（含社群平台營利）年增率達 120%，展現科技應用已成為媒體事業提升效率、擴大影響力與推動永續成長的重要動能。

❁ 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

東森寵物雲為臺灣連鎖寵物用品通路業者，結合東森集團資源，發展線上線下整合之營運模式，提供寵物商品銷售、寵物美容與多元服務，持續打造更完整的寵物生活生態圈。自 2019 年成立以來，持續拓展營運版圖，至 2025 年底門店數達 115 家，結合醫療與複合店型發展，提升服務可近性與顧客體驗。

秉持「寵物即家人」理念，透過多元商品、自有品牌與專業服務，滿足飼主與寵物需求，並持續整合健康諮詢、巡迴健檢及合作醫療資源，提升寵物照護便利性與專業性。在社會參與方面，長期與動物收容所及動保團體合作，推動認養與公益活動，關注流浪動物福祉；同時透過教育訓練與產學合作，強化員工專業能力與服務品質，作為支持企業永續發展的重要基礎。



1-2 2025年度亮點與關鍵績效

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



第 12 屆(2025 年)公司治理評鑑上市公司排名級距為 21%-35% (第三級距)



媒體事業**連續 8 年**獲牛津大學《數位新聞報告》
評選為臺灣網路媒體「使用率」No.1



環境面



倉儲事業 2025 年節能設備共投入 **2,315.5 萬元**，
年節省 **268,486** 度電、
減少約 **125.38** 公噸 CO₂ 排放



寵物事業於 2025 年已完成 **ISO 14064-1** 溫室氣體
盤查及查證，寵物事業 2025 年節能設備投入 200 萬元，
年節省 1,665,487 度電、減少約 777.78 公噸 CO₂ 排放



媒體事業 2025 年提升辦公空間有效運用，用電度數大幅
下降約 **20%**



倉儲事業於 2025 年已完成 **ISO 14064-1** 溫室氣體
盤查及查證；維持 **ISO 50001** 能源管理系
統、**ISO 14001** 環境管理系統內部稽核。



社會面



倉儲事業
**審議通過申請「2025 年衛福部國健署
健康職場自主認證」並取得證書**



倉儲事業臺中、高雄營運處獲得
「健康促進標章」 認證肯定



2025 年持續辦理**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



愛的早餐持續近 20 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」、「消費者權益報導獎」、「自殺防治優質媒體報導
獎」、Google「台灣新聞數位共榮基金」nDX 台灣新聞數
位創新計畫



1111 人力銀行 2025 年幸福企業金獎：
東森寵物首次參與即榮獲
「一般生活服務類」金獎

1-3 永續願景與發展策略

1-3-1 永續願景

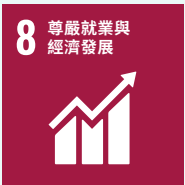
東森的永續願景「建構與環境共存、社會共榮的東方森林」，象徵我們將核心本業與永續價值融合的堅定承諾。我們持續將永續理念落實於倉儲、媒體與寵物等多元事業，從減碳節能、數位創新、社會參與到利害關係人溝通，推動企業在追求經濟效益的同時，也能不斷累積對環境與社會的正向影響。未來，東森將持續攜手員工、客戶、合作夥伴及社會大眾，共同打造包容、公平且具韌性的永續生活圈。

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。逐步依循法規導入 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，並預計於 2026 年第四季度成立跨部門專責工作小組，研擬導入計畫。同時也將參考《永續經濟活動認定參考指引》及 TNFD 架構（自然相關財務揭露），盤點營運活動與自然相關風險、衝擊及依賴性，作為未來投資與營運策略的重要基礎。

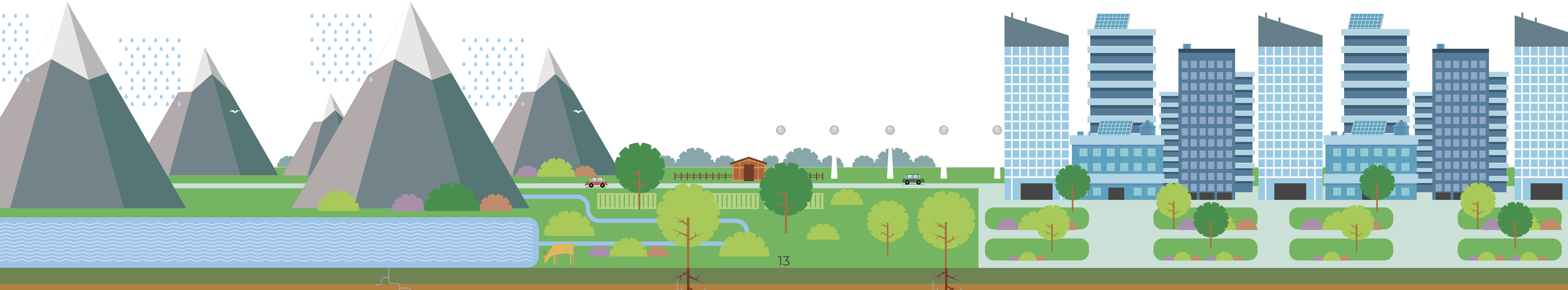
永續發展策略與回應聯合國永續發展目標 (SDGs)

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	2025 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 2026 年 1 月完成 2025 年度董事會績效委外評估，以及董事會、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	* 2025 年度本公司未有違反誠信經營之事件發生。

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	2025 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。	  	* 完善資安管理制度，管理層級提升至董事會	* 每年完成 ISO 27001 查證 * 每年完成 ISO 9001 內稽	* 每年完成 ISO 27001 查證 * 每年完成 ISO 9001 內稽	* 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。 * 2025 年資訊安全管理執行成果及 2026 年執行計劃已於 2025 年 12 月 23 日提報董事會。 * 倉儲事業 2025 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，2025 年整體滿意度 4.63。
			* 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。 * 2025 年倉儲事業審議通過申請「2025 年衛福部國健署健康職場自主認證」並取得證書。
 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。	   	* 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 2025 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 及 ISO 50001 內稽	* 持續每年完成 ISO 14001、ISO 45001 及 ISO 50001 內稽	* 倉儲事業已完成 ISO 45001 內稽（臺中、高雄） * 倉儲事業已完成 ISO 14001 內稽（臺中、高雄） * 倉儲事業高雄處已完成 ISO 50001 查證、台中處已完成 ISO 50001 內稽
			* 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	* 2025 年持續進行綠建築候選標章相關查核程序。

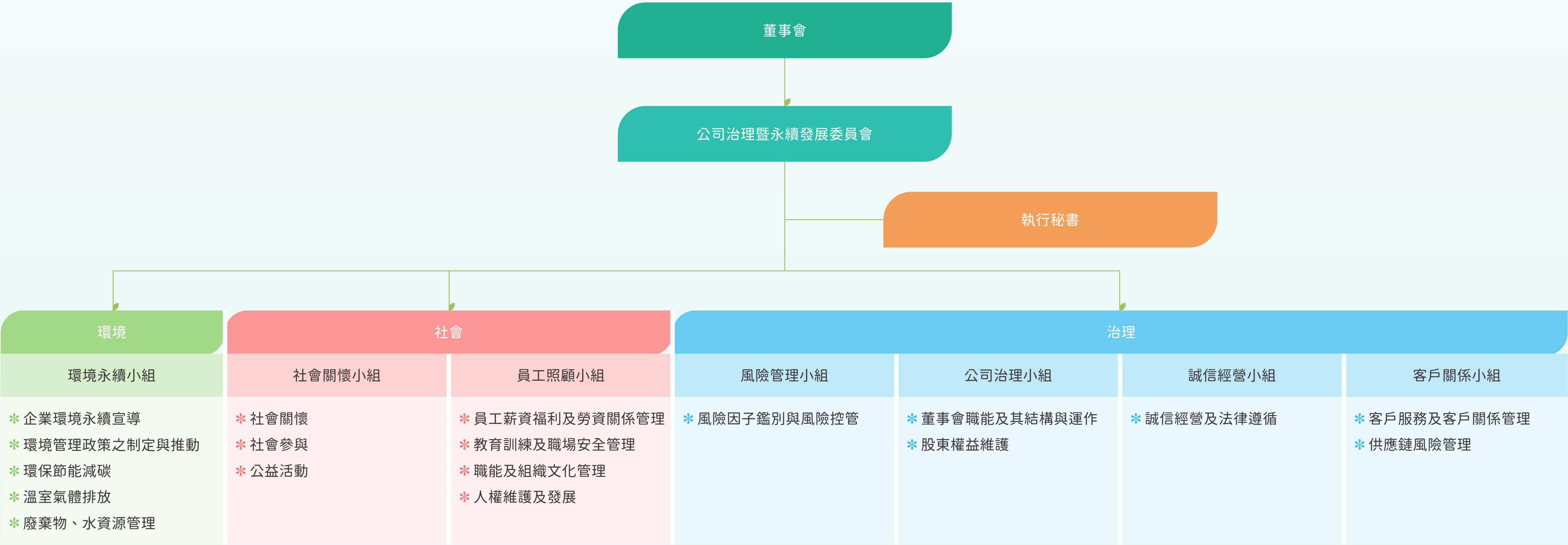
核心策略	理念	對應 SDGs	核心指標	短期 (1~2 年) 目標	中長期 (3~5 年) 目標	2025 年度執行進度 / 績效
 社會共榮 Creating Inclusive Society	東森傳愛社會，以核心本業長時間為社會善盡一己之力，散播社會正能量。	1 消除貧窮 	* 「愛的早餐」專案活動金額	* 500 萬 ~550 萬元 / 年	* 550~600 萬 / 年	* 2025 年達新臺幣 552 萬
		2 消除飢餓 	* 舉辦或協辦參與相關環保活動次數	* 1~2 次 / 年	* 2~3 次 / 年	* 自 2022 年起響應新北市府山海造林計畫，於 2024 年認養龍門公園樹木，也種植台灣原生種 65 株茄苳及 45 株苦楝，預計 5 年後 110 棵樹苗可長成林。
		3 良好健康 和福祉  4 優質教育  10 減少不平等 	* 銀髮族及更生人關懷	* 1~2 次 / 年	* 1~2 次 / 年	* 2025 年舉辦銀髮族過年圍爐活動、更生人就業安心計畫。



1-3-2 永續治理

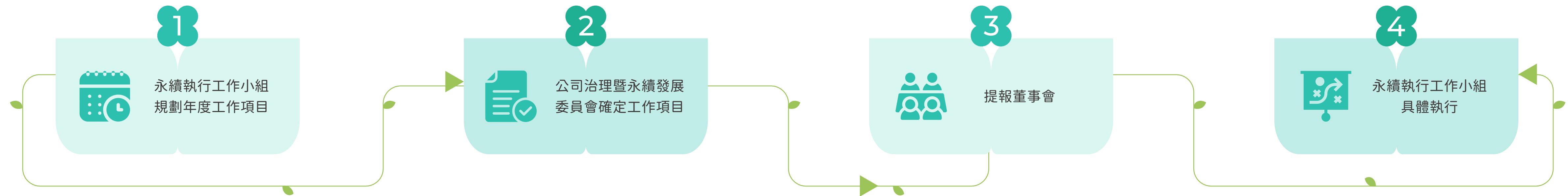
GRI 2-13、GRI 2-16

東森國際為落實永續發展營運目標，成立「公司治理暨永續發展委員會」(以下簡稱委員會)，由獨立董事、董事長、董事、發言人及公司治理主管所組成，由 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（ESG）評鑑指標績效外，也針對利害關係人關注的議題，訂定短中長期目標，持續追蹤及檢討成果，以回應社會大眾期待。



委員會治理模式

各功能性小組依委員會組織規程推動各自職掌業務，每年向委員會報告年度執行計畫及成果，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，且皆經委員會同意及提報董事會通過。同時於各季財報經董事會通過當日召開委員會，報告當季辦理情形及執行進度。2025 年委員會共召開 5 次會議。



委員會推動方式

東森的永續治理採由上而下推動，並落實於日常營運管理中。由董事會成員參與各部門專案小組，親自關注專案推動與重要決策，促進跨部門橫向協作與垂直溝通，並就永續議題與實務整合方案進行討論。透過董事會的直接參與，東森得以持續追蹤 ESG 推動進度、滾動檢討執行成果並擬定改善措施，確保各項永續作為得以有效落實，同時逐步深化全體同仁的永續意識。

培養永續意識，激盪永續火花

為持續深化永續發展觀念並推動企業文化內化，委員會各工作小組組長負責協調跨部門相關業務，並規劃與執行永續策略及專案，定期辦理永續相關教育訓練，傳遞最新永續發展趨勢、法規要求及標竿企業案例。除實體課程與內部宣導外，東森亦持續運用數位學習平台，推廣公司治理、誠信經營及企業永續發展相關內容。2025 年舉辦誠信經營及商業祕密相關教育訓練，全體員工均全程參與。

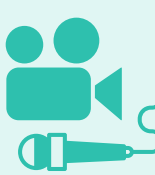


1-4 重大主題分析與利害關係人議合

1-4-1 利害關係人議合

東森高度重視利害關係人的意見，並將其作為永續管理與策略規劃的重要基礎。為確保永續議題的辨識與管理能有效回應各方關注，由各部門主管及同仁共同參與，每年定期檢視並鑑別利害關係人類別。經重要性分析後，2025 年延續 2024 年鑑別結果，維持六大核心利害關係人類別，包括員工、客戶／閱聽者、主管機關、股東／投資人、供應商／承攬商及媒體，作為議合及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	2025 年利害關係人回應與溝通實績
 員工	優秀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。視員工為重要資產，致力打造更優質之工作環境。	* 職業安全與健康 * 人權	年度績效考核作業	每年二次	* 2025 年各事業體持續透過工會協商及勞資會議等溝通機制，就勞動條件、薪酬福利、工時管理、職場安全及員工權益保障等議題進行討論與制度優化，並透過定期檢視及意見整合，強化勞資合作關係，提升員工福祉與工作保障。 * 舉辦 49 場職業安全衛生訓練課程 * 審議通過申請「2025 年衛福部國健署健康職場自主認證」並取得證書。 * 照顧員工福利，連續五年獲頒幸福企業金獎 * 2025 年度新增 138 門課程 * 持續舉辦人權及職場性騷擾教育訓練 * 2025 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
			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	重視客戶需求，致力為客戶提升效率、節省成本、創造價值，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	會議溝通	每季一次	* 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 * 2025 年共發放 26 份問卷，回收率達 100%。 * 非常滿意／滿意達 92%、普通 8%。 * 官網專區： 聯絡窗口 EMI 東森國際 * 請詳見第二章、第五章內容
			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	2025 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；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 12 屆（2025 年）公司治理評鑑上市公司排名級距為 21%-35%(第三級距) * 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資本，是邁向永續經營的重要根基，持續用心創造市場競爭力，以良好經營績效回饋股東 / 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	多元化商品及服務之提供，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	* 倉儲事業 2025 年度共完成 70 家供應商／承攬商評鑑，A 級 (優良) 廠商 27 家，B 級 (合格) 廠商 43 家。 * 倉儲事業 2025 年共 59 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 74% * 請詳見第五章
			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」近 20 年累計超過 3 萬 5 千名學童受惠 * 獲銀響力新聞獎優選獎項 * 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	

1-4-2 重大主題鑑別與排序

GRI 3-1

為完整掌握東森營運對經濟、環境與人群可能產生之重大衝擊，並回應利害關係人關注，本年度依循 GRI Standards 2021 重大性原則，透過利害關係人鑑別、議題蒐研、衝擊評估與重大主題排序等步驟，辨識本年度重大永續議題。

01 利害關係人鑑別

2025 年由內部跨部門討論確認利害關係人類別，參考 AA1000 利害關係人議合標準及同業實務，檢視各類利害關係人對公司營運及永續議題之影響程度與關聯性，最終維持六大核心利害關係人類別，作為後續議合與重大主題分析基礎。



六大核心利害關係人

02 永續議題蒐研與建構

蒐研 GRI 主題準則、SASB 行業準則、同業關注議題及東森各事業體營運特性，建立 19 項重大主題候選議題池，並彙整跨事業體共通議題 (10 項) 與各事業體特有議題 (各 3 項)，形成後續評估基礎。



19項永續議題

03 衝擊評估與重大主題排序

本年度依循 GRI 衝擊重大性原則，並參考雙重重大性概念，將公司營運對外部經濟、環境與人群之永續衝擊，以及對公司營運與財務表現之影響納入評估。透過內外部問卷蒐集利害關係人與內部主管意見，評估各議題之衝擊程度與發生可能性，據以繪製重大性矩陣，並結合內部審議與專家議合，確認本年度重大主題。

依據以上問卷之統計與分析產出重大性矩陣。經過內部討論及專家議合，考量到重大永續議題應涵蓋各事業體，最終彙整 5 項集團共通重大永續議題及 3 項事業體特有永續議題。

8項重大永續議題

(5項共通議題+3項事業體特有議題)

04 管理方針建立與揭露溝通

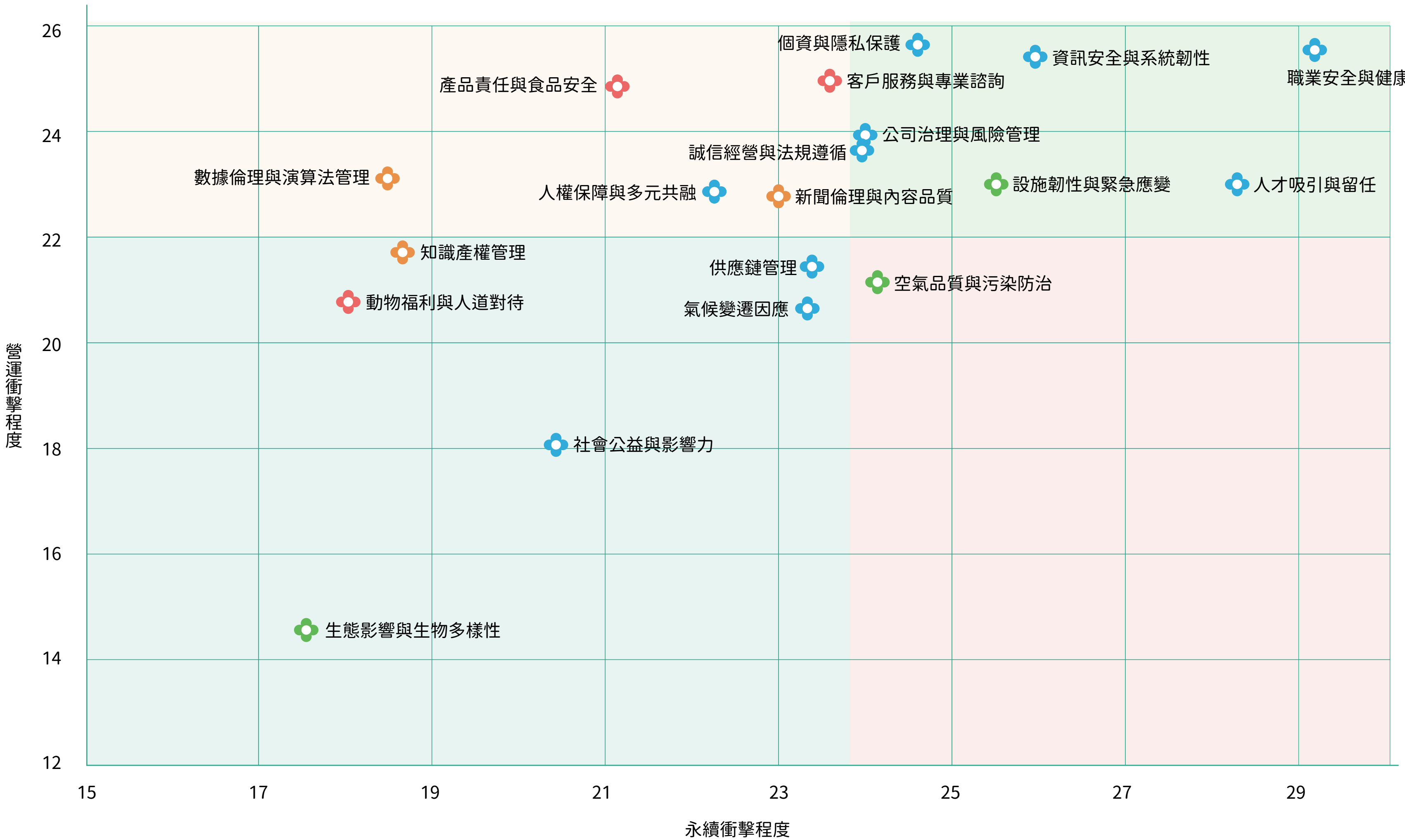
依重大主題分析結果，由永續執行工作小組建立各重大主題之管理方針、對應策略與追蹤方向，並揭露於本年度永續報告書相關章節，作為後續管理、績效追蹤及利害關係人溝通的重要依據。



**各重大主題管理方針與
對應揭露內容**

✿ 重大主題衝擊矩陣

本年度以「影響程度」及「發生可能性」之平均值相乘計算衝擊程度，並綜合正負面衝擊結果進行排序；矩陣圖以 X 軸表示「對經濟、環境、人群之衝擊」（永續衝擊），Y 軸表示「對東森營運之影響程度」（營運衝擊），並將各議題區分為四個象限。



象限說明

象限一

重大永續主題
(高營運影響 × 高永續衝擊)

同時對公司營運與外部永續議題具高度重要性，屬優先管理與揭露重點，應設定明確目標與追蹤機制。

象限二

永續關注主題
(低營運影響 × 高永續衝擊)

對外部永續衝擊較高，但短期營運影響相對較低，應納入永續策略規劃，逐步建立管理制度與資料基礎。

象限三

營運關注主題
(高營運影響 × 低永續衝擊)

對營運穩定、成本效率或風險管理影響較大，應以內部管理與風險控管為主，並持續關注其外部衝擊變化。

象限四

一般關注議題
(低營運影響 × 低永續衝擊)

目前對公司營運與外部衝擊的重要性相對較低，維持基礎管理與定期檢視，並視外部環境變化適時調整。



共通



倉儲



寵物雲



新媒體

重大主題排序變動

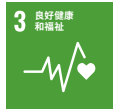
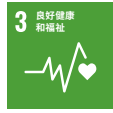
相較 2024 年度重大議題（7 項），本年度依重大性分析結果，經由內部審議及外部顧問議合，並考量各事業體營運特性與利害關係人關注重點，確認 2025 年 8 項重大永續議題。遴選方式以前五項集團共通重大議題為基礎，並納入倉儲、新媒體及寵物雲各 1 項特有議題，以完整反映本公司營運與永續管理重點。

本年度調整包括：延續「職業安全與健康」及「氣候變遷因應」；將「資訊隱私與安全」擴充為「資訊安全與個資隱私保護（包含系統韌性）」；整合「公司治理」與「誠信經營」為「公司治理與誠信經營（包含風險管理及法遵）」；新增集團共通議題「人才吸引與留任」；並納入倉儲、新媒體及寵物雲各 1 項特有議題。重大主題調整不僅反映分析排序結果，亦納入法規趨勢、事業體特性與跨年度管理延續性考量，以提升重大主題管理與揭露之一致性及決策參考價值。

✿ 2025 年重大永續議題清單

重大永續議題	對應事業體
1. 職業安全與健康	共通
2. 資訊安全與個資隱私保護（包含系統韌性）	共通
3. 人才吸引與留任	共通
4. 公司治理與誠信經營（包含風險管理及法遵）	共通
5. 氣候變遷因應	共通
6. 營運韌性、設備完整性與緊急應變	倉儲事業
7. 顧客 / 飼主體驗與專業服務	寵物雲事業
8. 新聞倫理、內容品質與資訊可信度	新媒體事業

✿ 重大主題排序與價值鏈衝擊邊界

排序	面向	重大主題	貢獻 SDGs	價值鏈衝擊邊界						對應 GRI 主題準則
				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	社會（S）	職業安全與健康		●		●		●	●	GRI 403
2	治理（G）	資訊安全與個資隱私保護 （包含系統韌性）		●	●	●		●	●	GRI 418
3	社會（S）	人才吸引與留任	 	●		●		●	●	GRI 402 GRI 406 GRI 408 GRI 409
4	治理（G）	公司治理與誠信經營 （包含風險管理及法遵）		●		●	●	●		GRI 205 GRI 206
5	環境（E）	氣候變遷因應		●	●	●	●	●		GRI 201
6	環境（E）	營運韌性、設備完整性與緊急應變	 	●			●	●		自訂主題
7	社會（S）	顧客 / 飼主體驗與專業服務	 	●	●				●	自訂主題
8	社會（S）	新聞倫理、內容品質與資訊可信度		●	●	●			●	自訂主題

註：●表示該重大主題對該利害關係人或價值鏈節點具有較高衝擊關聯性，作為管理與揭露之重點對象。

✿ 重大主題衝擊說明

重大主題	對東森的意義	對東森的衝擊 (風險與機會因應之道)	對外部的衝擊	行動回應章節
 職業安全與健康	員工是東森持續營運與服務品質的重要基礎，建構安全健康的工作環境，有助穩定人力、提升效率並強化組織韌性。	完善的職安衛管理可降低事故與職業病風險，減少營運中斷與相關成本，並提升員工留任與工作投入；若管理不足，可能造成職災、法律責任及聲譽損失。	良好的職安管理可保障員工與承攬商勞工安全，降低事故對家庭、社會及供應鏈的負面影響，並有助提升整體工作環境與勞動保障水準。	3-4 職業安全與衛生 3-1 人才資源與結構 3-2 員工培育與發展
 資訊安全與個資隱私保護 (包含系統韌性)	在數位轉型與多元平台經營下，資訊安全、個資保護與系統韌性已成為東森維持營運穩定與客戶信任的重要基礎。	強化資安治理與系統備援，有助降低資料外洩、系統中斷與營運停擺風險，維持服務穩定與品牌信任；若管理不足，將衍生法遵、財務及聲譽風險。	完善的資訊安全與個資保護，可保障客戶、會員及合作夥伴權益，降低詐騙、資料濫用與服務中斷風險，並提升數位服務使用安全與信任。	5-1 永續治理實踐(資訊安全管理) 1-3 永續願景與發展策略 2-1 創新產品服務
 人才吸引與留任	人才是東森推動創新轉型、維持服務品質與強化競爭力的重要動能，穩定且具專業的人力資本是企業永續成長的關鍵。	有效的人才管理可降低流動率、保留關鍵能力並提升組織效率；若人才流失或缺工加劇，將影響服務品質、營運效能與企業長期發展。	穩定且專業的人才供給，有助提升客戶體驗與服務品質，也能對就業市場、地方經濟及人才培育產生正向影響。	3-1 人才資源與結構 3-2 員工培育與發展 3-3 員工福利與參與
 公司治理與誠信經營 (包含風險管理及法遵)	健全治理與誠信經營是東森穩健決策、風險控管與永續發展的基礎，也是維持企業透明度與外部信任的重要前提。	完善的治理架構與風險管理機制，可提升決策品質、內控有效性與法遵能力；若治理不足，可能導致重大營運風險、法規違反及聲譽受損。	良好的治理與誠信管理，有助提升投資人、合作夥伴、主管機關及社會大眾對企業透明度、可靠性與長期穩定經營的信任。	5-1 永續治理實踐 (公司治理、誠信經營、風險管理) 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



重大主題	對東森的意義	對東森的衝擊（風險與機會因應之道）	對外部的衝擊	行動回應章節
 氣候變遷因應	氣候變遷已成為影響營運韌性、能源成本、供應穩定與長期競爭力的重要議題，東森需及早辨識風險並規劃轉型方向。	及早納入氣候風險與減碳管理，有助降低極端氣候、能源價格波動及法規轉型帶來的影響；若準備不足，將提高營運中斷、成本上升及財務風險。	積極推動減碳與韌性措施，有助降低環境負荷、提升供應鏈穩定性，並強化社會與市場面對氣候衝擊的應變能力。	2-2 推動綠色管理 1-3 永續願景與發展策略 附錄四 TCFD 對照表
 營運韌性、 設備完整性與緊急應變	倉儲事業屬關鍵基礎營運，設備穩定性與緊急應變能力，直接影響作業安全、穀物儲轉效率及供應鏈穩定。	強化設備維護、預防保養與應變機制，可降低故障、事故與作業中斷風險，維持營運連續性與服務品質；若管理不足，將影響供應穩定與客戶信任。	完善的營運韌性與應變能力，可降低突發事件對客戶、物流體系及糧食供應鏈的衝擊，並維持市場與社會基本運作穩定。	2-1 創新產品服務(倉儲事業) 1-1 倉儲事業永續價值鏈 2-2 推動綠色管理
 顧客／飼主體驗與專業服務	優質服務與專業體驗是東森寵物雲提升顧客黏著度、建立品牌信任及發展長期競爭力的重要核心。	持續優化服務流程、專業諮詢與門市體驗，有助提升顧客滿意度、回購意願與品牌認同；若服務品質不足，將影響口碑、信任與營運表現。	專業且友善的服務可提升消費者與飼主體驗，並有助推動正確照護觀念、提升寵物福祉與人寵共好價值。	2-1 創新產品服務(寵物事業) 1-1 貿易(寵物)事業永續價值鏈 1-4 利害關係人議合
 新聞倫理、 內容品質與資訊可信度	新聞倫理與內容品質是東森新媒體維持品牌公信力、社會影響力與永續經營的重要基礎。	落實內容審核、新聞倫理與品質管理，有助鞏固閱聽者信任、提升品牌價值與平台黏著度；若管理不足，將損及公信力並擴大聲譽風險。	可信且具品質的內容，可協助閱聽者獲取正確資訊、降低誤導風險，並促進更健康、透明的資訊環境與公共討論。	2-1 創新產品服務(媒體事業) 1-1 媒體事業永續價值鏈 1-2 2025 年度亮點與關鍵績效

