

02

創新綠色轉型

2-1 創新產品服務

24

2-2 推動綠色管理

40



2-1 創新產品服務

2-1-1 數位轉型與永續轉型

倉儲事業

倉儲業務為東森國際發展基石，2025 年，臺灣大宗穀物進口量為 844.8 萬噸，東森國際穀倉卸載量達 612.3 萬噸，占全國進口量約 72.5%，年營收達新臺幣 14.12 億元，面對氣候變遷、出口國政策調控、地緣政治風險及海運市場波動等挑戰，持續強化風險管理與營運韌性，優化儲運調度流程，確保供應穩定不中斷。同時，因應永續趨勢與企業客戶對 ESG 管理的要求，逐步導入智慧倉儲管理系統與低碳作業模式，提升能源效率並降低環境衝擊，持續在糧食供應鏈穩定與永續轉型中發揮關鍵角色。

東森國際（倉儲事業）重大主題：營運韌性、設備完整性與緊急應變 – 管理方針（GRI 3-3）					
政策與承諾	✳ 持續推動設備全生命週期管理，透過系統性更新與汰換老舊設施，提升設備可靠性與營運穩定性，強化整體營運韌性。 ✳ 強化人工智慧及數位科技導入營運管理與風險預警機制，提升決策效率與應變能力，建構智慧化且具韌性之營運體系。				
評估機制與目標	評估機制	未來 1-2 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標	2025 年績效
	智慧化：穀倉智慧化管理	AI 應用可行性研究與試行	AI 應用導入營運與設備數位化管理	建構自動化與 AI 決策輔助的穀倉	✳ 持續整合創新技術應用與營運策略 ✳ 持續強化「穀倉智慧管理三大主軸」：AI 智慧化作業工作項目、AI 導入倉儲管理專案、生成式 AI 工具應用計畫
	自動化：作業流程自動化	✳ 導入無人機巡檢，建立數位巡檢與資料收集基礎 ✳ 完善設備履歷系統建置	✳ 建構並完善 AI 影像辨識與異常偵測，擴大部署 AI 火源辨識功能 ✳ 建立設備生命週期系統管理	規劃推動設備汰換升級計畫	已全面建置流程自動化設備，包含卡車出倉流程導入物聯網（IoT）、無線射頻辨識（RFID）與車牌自動辨識系統（ALPR），提升效率
	低碳化：設備能源效率	逐步完成現有高耗能設備盤點，針對高耗能的老舊大型設備（大型吸（卸）穀機）進行汰換	✳ 擴大設備汰換規模 ✳ 系統性紀錄及保養設備	完成設備全面低碳轉型	已更新大型吸（卸）穀機，降低耗能並提高運作效率
主責單位	東森國際倉儲臺中港穀倉、高雄港穀倉				
特定行動	詳細行動請參考下方段落內容				

倉儲事業智慧化轉型：以 AI 應對氣候與永續挑戰

東森國際倉儲事業積極推動數位與永續雙軸轉型。自 1980 年代營運以來，歷經設備老化與環境變遷等挑戰，近年來積極導入人工智慧（AI）與物聯網（IoT）技術，實現倉儲營運智慧化、自動化與低碳化。2025 年「永續新創組」持續整合創新技術應用與營運策略，強化「穀倉智慧管理三大主軸」：AI 智慧化作業工作項目、AI 導入倉儲管理專案、及生成式 AI 工具應用計畫，從管理層、現場操作到數據分析全面升級，持續擴展營收來源並有效分散營運風險。



倉儲事業穀倉與裝卸作業圖

1. AI 智慧化作業工作項目

- ✳️ **卡車出倉無人化作業**：高雄與臺中四座穀倉於卡車出倉流程導入物聯網（IoT）、無線射頻辨識（RFID）與車牌自動辨識系統（ALPR），大幅提升作業自動化，2025 年全面建置完成，成功精簡 50% 人力，人員轉任系統監控與巡查工作，提升人力使用效能。同時，有效降低卡車等候與怠速時間，進一步減少溫室氣體排放。
- ✳️ **無人機巡查戶外作業環境**：導入無人機穀倉巡檢作業，建置專屬訓練場並培訓合格飛手人員。能快速掌握倉儲結構與作業現況，並進行錄影建檔，進一步支援數據比對與風險預判。2025 年與工研院合作推動「AI 智慧穀倉結構巡檢計畫」，利用 AI 影像辨識模型進行結構耗損分析，強化巡檢準確性與降低工安風險。
- ✳️ **監視系統管理**：全面升級 IP 數位影像系統，顯著提升影像品質與系統穩定。2024 年導入 AI 影像辨識技術，針對作業區域進行即時監控與異常行為警示。2026 年擴大部署 AI 火源辨識功能，即時偵測火源與潛在燃爆風險，迅速通報處理，提升穀倉防災能力與韌性。

執行成果

臺中港穀倉

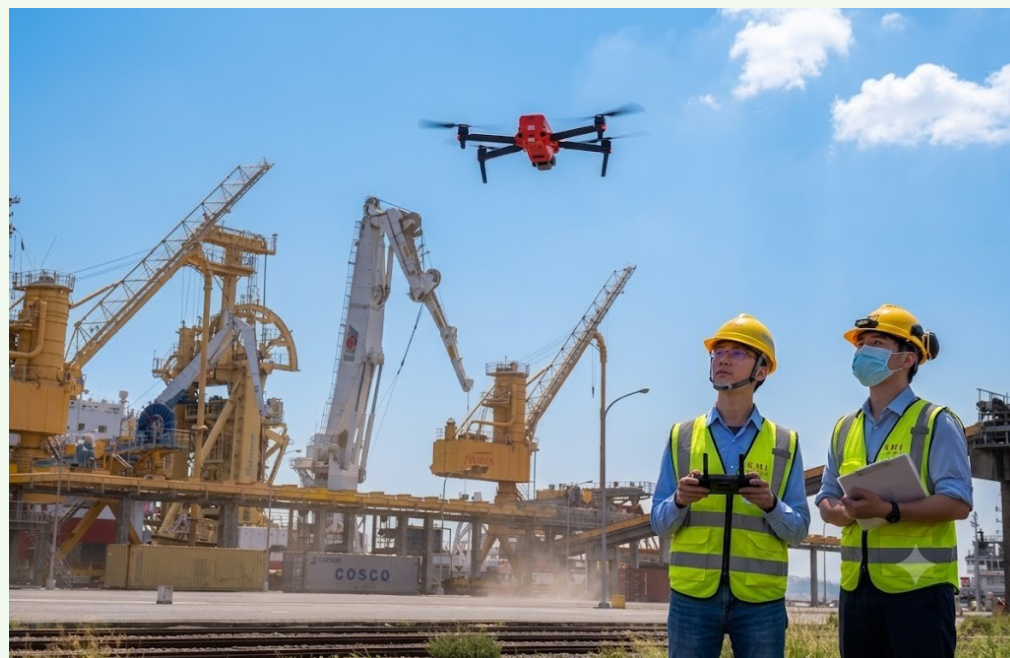
2023 年專案立項，派員受訓取得證照作為種子教官，共計取得 20 張無人機專業基本級證照，開始執行無人機巡檢任務。

2025 年累積飛行 20.5 小時影像數據資料，並與工研院合作完成 AI 影像辨識訓練及導入智慧穀倉結構巡檢計畫，提升巡檢效率、精準度及降低工安風險。

高雄港穀倉

2023 年共取得 22 張無人機專業基本級證照，針對穀倉機械塔及倉筒、場區死角等區域，依設定路線進行巡查。

2024 年起基於高雄港穀倉位於高雄國際機場紅區，禁止從事遙控無人機飛航活動，限制尚未解除，暫時回歸人力巡檢。



2. 與工研院合作推動 AI 智慧穀倉管理作業專案

因應氣候風險與作業自動化需求，自 2024 年攜手工研院推動 AI 導入穀倉管理作業專案，升級穀倉營運效率、節能效益與安全韌性。聚焦於「提升穀倉智慧化程度」、「發展節能新商業模式」與「強化人機協作操作安全」三大主軸，規劃六大創新應用：

- ✳️ **設備履歷管理系統**：2025 年於臺中與高雄穀倉全面建置數位履歷平台，系統化記錄設備保養與維修紀錄，提升保養效率與準確性，降低人為疏失風險。
- ✳️ **穀倉出倉流程自動化**：四座穀倉於 2025 年完成整合無線射頻辨識（RFID）與車牌自動辨識（ALPR）系統，優化出倉流程、減少車輛怠速時間與碳排放。
- ✳️ **穀倉倉筒內壁自動清理設備**：2025 年臺中港穀倉部署首台測試設備，應用於副倉筒清理作業。惟受限穀倉現場環境，尚未適用於大倉筒清理，仍持續優化與克服。
- ✳️ **智慧穀倉結構巡檢導入 AI 影像辨識系統**：2025 年與工研院完成初步實驗性合作，透過無人機巡檢搭配 AI 影像辨識，進行穀倉結構異常偵測。
- ✳️ **山貓掃艙機具遠端遙控系統開發**：為提升掃艙作業效率及降低工安風險，減少人員進入高溫、高粉塵船艙工作機會，已委由工研院完成「小山貓無人化控制系統先期研究」，2025 年由工研院進行第二階段系統開發研究，後續開發預計納入 2026 年規劃 5G + AIoT 智慧港口實驗場域計劃。
- ✳️ **吸（卸）穀機遠端遙控系統開發**：預計納入 2026 年規劃 5G + AIoT 智慧港口實驗場域計劃，導入遠端操控技術，提升卸穀作業效率與安全標準。

3. 生成式 AI 應用：ChatGPT 於倉儲管理的創新實踐

為提升內部知識管理效率與故障應變能力，自 2024 年起導入生成式人工智慧應用，將 ChatGPT、Gemini 等應用於穀倉營運管理。將歷年英文技術文件翻譯為中文操作指引，建置可查詢的設備資料庫與保養作業知識庫，支援現場同仁即時查詢與問題排除。

同時於 2025 年推動「企業 AI 工具應用競賽」，鼓勵全體員工積極探索 AI 於各項作業流程之應用，激發創新潛能並提升數位素養，落實智慧轉型目標。並初步發掘多項具潛力的 AI 實作案例，有效提升作業效率與資訊透明度，展現東森國際在 AI 時代的前瞻布局與執行力。

✿ 倉儲事業 2025 年創新作為

創新作為	我們的創新作法	效益
系統設置及升級更新	臺中港、高雄港穀倉導入設備履歷及供應商管理系統	整合設備維護保養數據，以期實現全生命週期數位履歷，提升維修效率及提前告警以降低故障率。
	監視系統升級為具電子圍籬功能監視設備	辦公大樓前方通道區域，汰換為具電子圍籬功能監視設備，提升保全夜間維安第一時間反應能力，增加港口保全韌性。
	高雄處車牌辨識系統，利用高解析度攝影機與影像辨識技術，實現卡車流程自動化，取代傳統人工報到與調度。	* 自動報到排班：卡車駛入報到區，系統即時掃描車牌，交叉比對排班繳費紀錄，自動分配排班順序，無需下車報到。 * 出倉口智慧派車：系統根據出倉口線路分配、排班順序，動態派發車輛至指定倉口，減少擁堵。 * 調度室減負整合：系統後台儀表板顯示穀倉出倉即時狀態（等待中 / 派車中 / 出倉完成），及異常（如車牌不符）自動警示，降低調度管理員作業量。
設備更新以符合節能之措施、創新節約用電方案		參見【2-2-2 環境、能源與資源管理】



媒體事業

持續拓展媒體內容與多元營運模式，深化既有線下廣告平台版圖，積極導入高科技工具與新興媒介，布局 IP 內容創作與新媒體經濟，打造全方位媒體生態，推動永續創新與營收成長。針對產業發展趨勢及消費行為轉變，持續深耕四大核心策略，作為中長期發展目標：

新布局、新戰術，引領內容新風潮

以提升短影音流量、Podcast 營收規模化、聯合自媒體開展 UGC 平台（User-Generated Content）、及擴大戶外媒體市占率為主要目標。內容策略聚焦「創新、潮流、共鳴」三大原則，致力於打造具影響力且能產生共鳴的優質內容，放大品牌聲量與市場競爭優勢。

線上線下整合，打造沉浸式品牌互動

融合虛實管道優勢，發展具商業可行性與市場潛力的創新媒體產品與服務，強化品牌形象，建立與受眾更緊密、正向的互動關係。透過大型活動、廣告投放與社群營運整合，提升品牌滲透率。

數位轉型與 AI 應用，驅動媒體智能革新

積極導入人工智慧（AI）與數據科學技術，運用演算法與行為分析深入洞察受眾需求、優化內容推薦機制、提升營運決策效率。並持續追蹤新媒體技術與平台演變趨勢，確保數位轉型過程中快速應變、持續創新，強化韌性與未來競爭力。

發展粉絲經濟，建構高黏著數位生態系

積極佈局社群共創與專屬平台技術，運用活動舉辦以及演算機制強化受眾的參與感與歸屬感，將單向的媒體傳播轉化為雙向的品牌信仰。不僅優化營運效能，更搭上粉絲經濟的新興商業浪潮，建構具備高變現潛力與社群黏性的數位生態系，確保在數位競爭中掌握長期流量紅利。

面對數位浪潮加速與媒體使用行為劇變，東森新媒體至今累積申請 21 項專利 (8 項已核准)、156 個商標 (78 個已核准)，2025 年再以創新內容、科技賦能、整合行銷為核心，全面布局發展機會，提升內容價值與營運效益：

積極佈建新業務，打造多元數位營收引擎

以「全方位數位媒體」為願景，拓展多元新興商業模式，包括：

- * **家外廣告**：強化高曝光、高流量據點的廣告資源整合與擴充，提升市佔率與營收效能。
- * **Podcast 與直式短影音**：以趨勢內容與創新語言觸及年輕世代，發展品牌合作與導流轉換。
- * **直播電商平台**：結合內容與消費場景，推動內容商業化與銷售轉化，打造媒體即通路的營運模式。
- * **線上學習平台**：建立知識型內容生態，整合 IP 資源與教育內容，拓展知識經濟新市場。
- * **AI 應用**：導入生成式 AI 強化內容製作效率與行銷自動化，創造智慧營運優勢。



強化閱聽新體驗，深化內容創新與智能化呈現

持續提升用戶互動與內容沉浸感，發展具差異化的閱聽體驗，包括：

- * **虛擬主播與 AI 生成內容**：運用 AI 生成技術打造虛擬主播，提升內容產製效率與話題性。
- * **新聞深度與資訊整合**：提供更具深度與價值的資訊內容，滿足受眾對公共議題與生活知識的高品質需求。



整合式廣告服務，提升客戶價值與媒體整合力

深化「OMO 廣告業務平台」策略（線上整合線下，Online-Merge-Offline），以一站式廣告解決方案提供品牌高效的跨媒體曝光效益。



✿ 2025 年創新成果

5 大創新

發展短影音，滿足民眾需求

具體作法

- * 涵蓋多元主題，包括新聞、娛樂、生活等
- * 組建專業短影音製作團隊
- * 聘請關鍵意見領袖 (KOL) 與網紅加入合作拍攝
- * 爭取知名品牌廣告商贊助

2025 年達成情形

- * 自有短影音節目「泰格與雪兒」已成為與民眾拉近距離的最佳管道，且逐漸具備可商業化之規模。

發展 Podcast，順應耳朵經濟崛起

具體作法

- * 打響品牌知名度與建立品牌形象個性，吸引更多潛在顧客
- * 導引流量至官網、社群媒體等其他行銷管道
- * 植入式廣告、贊助等方式創造額外營收

2025 年達成情形

- * 製作多個自製 Podcast 節目：不管啦給我錢、小編沒收工、娜你知道嗎、我在案發現場、地產詹哥老實說、尚恩帶你上車、有點毛毛的、譚兵讀武等

維繫客戶商情，開發多元商品

具體作法

- * 定期與客戶溝通、舉辦座談會等，掌握需求
- * 開發多元廣告商品：新聞專題、大型 IP 節目、短影音、Podcast、戶外廣告版位等
- * 提供優質廣告服務：製作、投放、效果追蹤等

2025 年達成情形

- * 配合政府打擊詐騙舉辦 " 打詐論壇 "，除維繫客戶外同時開發多元服務

發展深度內容，增加讀者黏著度

具體作法

- * 深度新聞專題報導，橫跨政治、經濟、社 會、科技等領域
- * 深度分析與實地考察，搭配多媒體元素 (如影音、圖表)
- * 建置新聞專題中心專職編採團隊
- * 每季舉辦內部評審會議，持續提升內容品質

2025 年達成情形

- * 第 2 度入選 nDX 台灣新聞數位創新計畫，《雙引擎新聞革命》獲得影響力獎助
- * 「銀響力新聞獎」即時新聞獎、專題報導獎兩項優選
- * 《當生命枯萎，該如何翩然離去？》獲得「自殺防治優質媒體報導獎」優勝
- * 《AI 詐騙時代來臨》獲得「社會光明面新聞報導獎」佳作
- * 《掠奪性放貸成災》獲得「消費者權益報導獎」佳作
- * 卓越新聞獎兩項入圍、曾虛白先生新聞獎 1 項入圍

發展多元有效的廣告形式，提升廣告效果

具體作法

- * 將廣告投放至最有可能感興趣的受眾
- * 製作吸睛的廣告創意，吸引受眾目光
- * 追蹤廣告曝光率、點擊率、轉換率等指標，衡量廣告 效果

2025 年達成情形

- * 內部成立 AI 運用創新小組，針對新聞內容與影音產製，流量追蹤管理建立平台與 Gen AI 應用工具

❁ 創新專案行銷內容與成果

5 大面向	創新專案	內容與成果
 社群化	心情留言板	提升會員互動與黏著度並增加新聞雲流量，於 ETtoday 新聞雲 APP 內設置心情留言板功能，讀者可在每篇新聞點選心情符號與留言，從被動接收新聞訊息轉為主動訊息交流分享。
	擴大社群經營	❁ ETtoday 新聞雲 共有 38 個 臉 書 粉 絲 團、18 個 Instagram 帳 號、35 個 YouTube 頻道，以及 8 個 LINE 官方帳號。 ❁ 擁有 6 個破百萬的粉絲團，期許將「粉絲」轉化成「會員」，再將「會員」轉化成「消費者」。
	民調雲	目前民調雲會員數近兩百萬，藉由「網路」和「電話」調查，大幅提高民調和市調準確度，藉此更了解閱聽眾的想法與需求。
 影音化	直播及影音戰略	❁ 推出自製 Podcast，目前有 8 個節目，內容涵蓋社會、房產、寵物等，已有 2 個節目 (我在案發現場、小編沒收工) 擠進全球前百大排行榜。 ❁ 自製 (短) 影音：建置影音平台及建立影音製作團隊，積極經營短影音 Reels 與 Shorts，針對不同網友需求、流行時事等製作短影音內容。
	大型活動策略合作	積極與大型活動合作，如參與金鐘及金馬節目直播以及影像畫面提供。
 行動化	創新數位整合	結合數位科技、大數據分析與讀者焦點訪談等策略，強化對閱聽需求的了解，作為服務發展時的參考依據。
 線上 & 線下布局	線上與線下活動	❁ 線上活動 - 第 13 屆梅竹黑客松支援 2 篇客供稿 ❁ 線下活動 - 文化大學至本公司進行內部參訪
	線下廣告布局	除臺北捷運外，陸續新增新北三環三線、桃園捷運、臺灣高鐵、臺北市公車街道家具、長廊式候車亭的廣告經營，擴大廣告經營規模，拓展家外廣告市場版圖。
 線上學習	學習雲	提升會員使用體驗與黏著度，以「學習雲」線上學習平台提供用戶線上多元學習選擇。

寵物事業

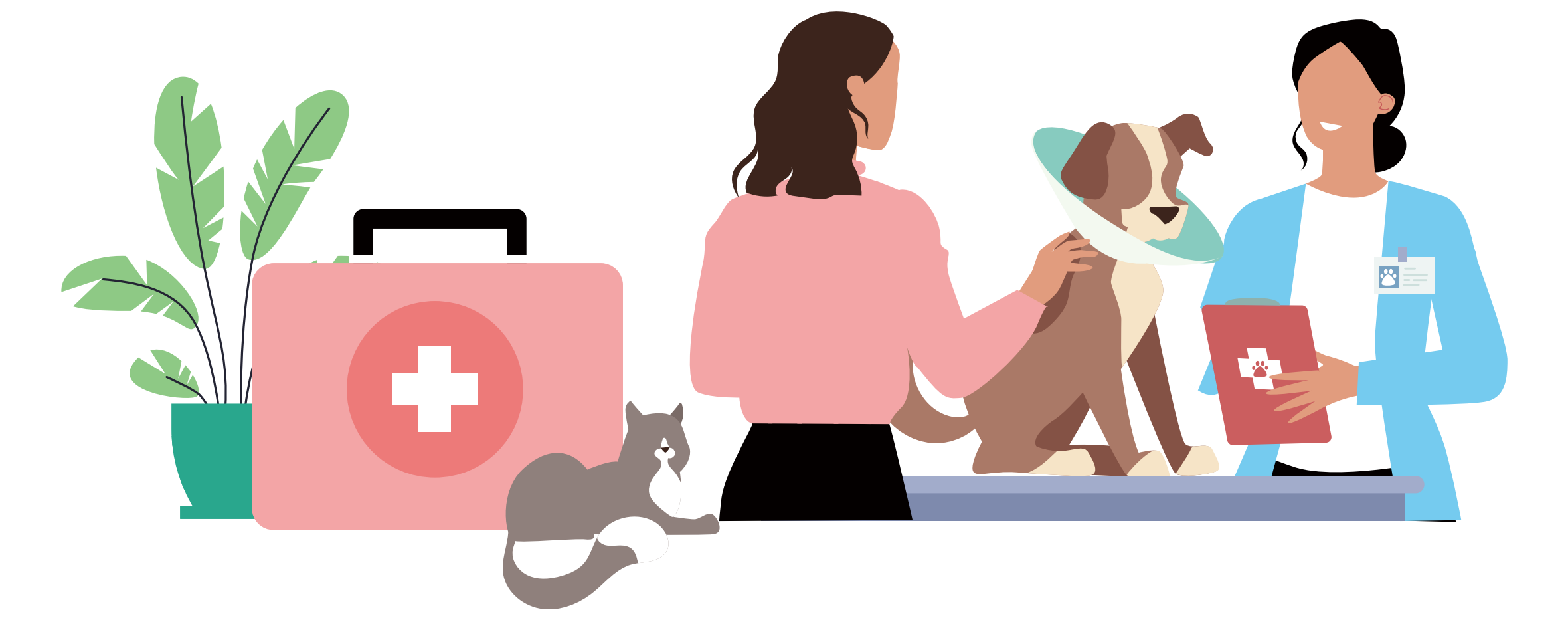
東森寵物於 2025 年持續秉持「毛孩就是家人」之核心理念，深化寵物產業之服務整合與創新發展，以顧客需求為導向，持續推動全通路（OMO）經營模式。透過優化實體門市服務量能，再深化與慈愛動物醫院的「店中院」合作模式，整合獸醫醫療、美容服務與商品銷售，打造具差異化的複合式服務，提供飼主從日常照護、健康管理至專業醫療之完整解決方案，強化顧客體驗與品牌信任。

在通路與會員經營方面，串聯集團內外資源，拓展異業合作，包含與電商平台、會員點數體系之整合，透過 E 幣機制、點數兌換及門市導客活動，建構「線上導流、線下體驗、會員再經營」之循環式消費生態，提升會員轉換效益與顧客終身價值（Customer Lifetime Value, CLV），強化品牌於多元消費場景之滲透。同時，亦持續優化 APP 服務應用，逐步整合美容、醫療預約及商品導購功能，提升顧客使用便利性與自有流量轉換效益。東森寵物亦積極導入人工智慧應用，提升營運效率與顧客滿意度，強化品牌競爭力，持續完善智慧寵物服務生態。

❁ **智慧供應鏈管理**：攜手 AWS 進行 ERP 系統升級，應用 AI 預測演算法掌握庫存變化趨勢，優化倉儲配置，降低缺貨與滯銷風險，提升營運彈性與成本控制能力。

❁ **智慧營運管理**：門市營運管理應用數位工具，透過「店務小幫手」協助前線同仁查詢商品資訊、執行活動及遵循標準流程，提升作業效率與服務一致性；逐步導入電子型錄及門市多媒體展示工具，優化資訊傳遞與顧客體驗。

❁ **智慧會員經營應用**：運用 AI 分析會員消費行為與購買軌跡，進行商品偏好判斷與需求預測，透過個人化推薦與提醒機制，提供顧客更貼近需求之商品與服務建議，提升購物便利性與整體消費體驗。



🌸 寵物事業創新機會與累積成果

創新作為		2025 年成果
 線上與線下整合	🌸 寵快送 / 第三方外送平台：透過「寵快送」服務及第三方外送平台合作，提升商品配送便利性，滿足顧客即時購物需求。 🌸 多元導購通路整合：同步推動社群與 LINE Pay 導購機制，串聯內外部平台流量，強化線上線下整合效益。	🌸 外送平台累積訂單數約 52,500 筆。 🌸 拓展多元導購管道，提升平台導流效益與顧客轉換表現。
 會員經營與社群活動	🌸 持續優化金卡會員方案，除點數回饋、專屬優惠及每月門市領禮機制外，亦結合新辦與續卡活動提供人寵禮包及實用贈品，強化長期會員經營與家庭照顧價值。 🌸 結合外部資源導入會員回饋，包含樂子餐廳導購及文博會活動，擴大會員服務體驗。	🌸 金卡會員制度持續升級，帶動會員活躍表現，提升回店率與顧客黏著度。 🌸 異業資源導入，擴大會員經營效益與品牌影響力。
 發展自營商品	🌸 2025 年「日日好」貓砂系列，開發木薯砂混合豆腐貓砂，結合植物原料與循環經濟概念，透過木薯與豆腐副產物的再利用，降低礦物開採與環境負擔，可自然分解特性，減少垃圾處理壓力，並以低粉塵配方守護毛孩與飼主健康。	🌸 木薯砂累計使用植物性原料貓砂 70,522 公斤，減少礦物型貓砂使用，降低不可再生資源開採依賴。 🌸 混合豆腐貓砂累計減少家庭垃圾量 5,142 公斤，仿礦砂的設計，可分解可沖散特性，降低焚化與掩埋處理壓力。

🌸 2025 年寵物事業亮點活動

寵快送平台推廣與幸福企業認證

活動內涵與目標

- 🌸 推出自營外送平台「寵快送」，結合促銷活動，提升數位服務便利性與顧客體驗，擴大品牌觸及與使用情境。
- 🌸 「2025 幸福企業」榮獲「一般生活服務類」金獎，展現員工照護、職場環境與教育訓練投入成果，強化企業永續經營與品牌形象。



寵快送平台 2025 年 7 月上線累積約 **1,200** 筆訂單

2-1-2 產品品質堅持

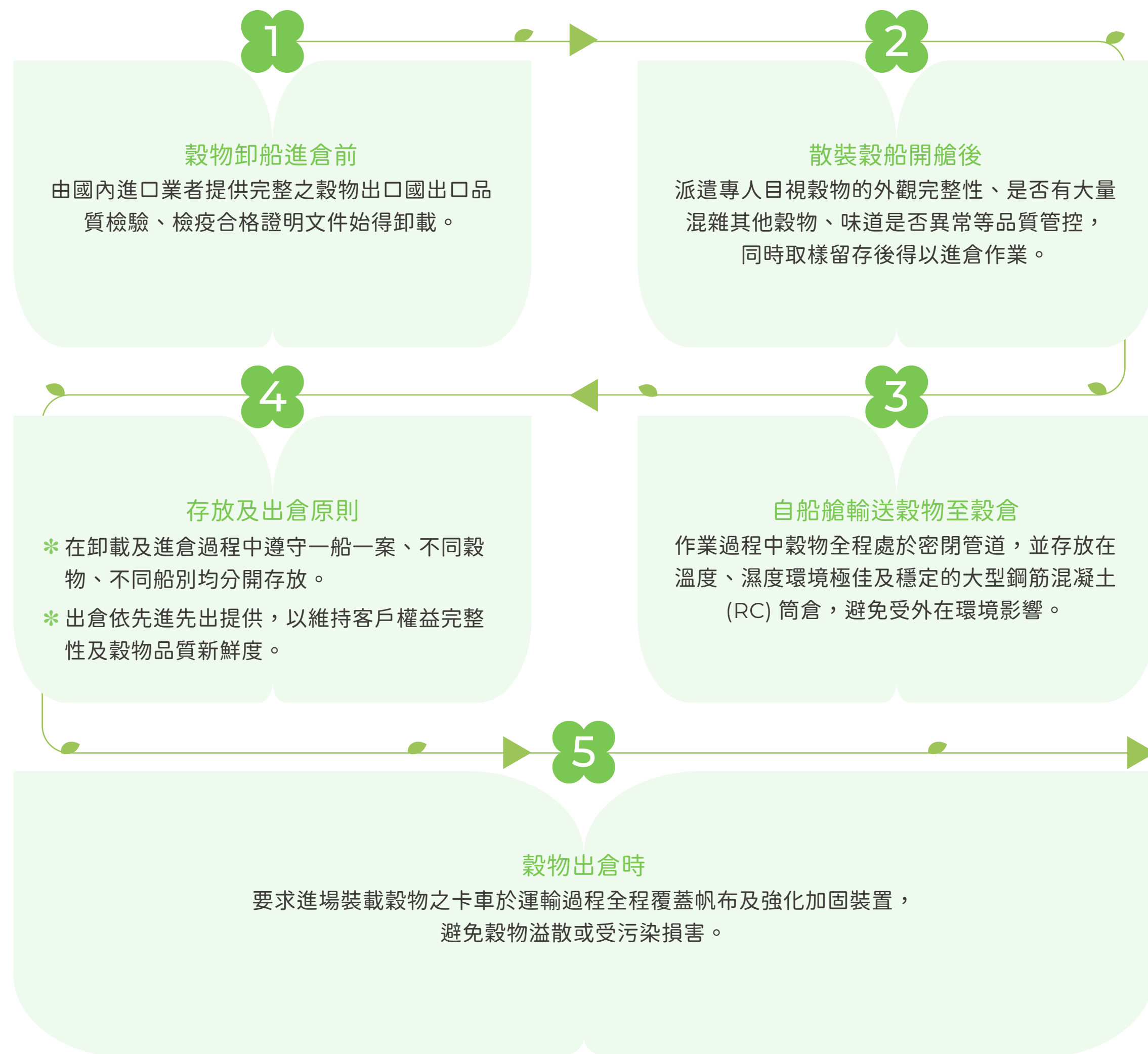
倉儲事業：以制度化管理與科技導入，落實高品質營運承諾

東森國際倉儲事業作為關係民生穩定的重要基礎產業，嚴格依循《職業安全衛生法》、《商港法》、《環境保護法》等法規，訂定完備的作業要點與管理原則，落實自主管理機制，針對空氣污染、水污染、廢棄物處理與周界噪音管制等項目全面監控與申報，保障作業環境安全與周邊社區的永續共存。

2025 年遵循 ISO 9001 品質管理系統規範，從現場作業、客服服務、持續改善、風險與機會識別等核心營運流程建立系統化品質控管架構，強化跨部門溝通協作，提升流程效率與服務一致性，展現對品質的高度承諾。



我們全面導入紅外線溫度量測技術，提升設施安全與維運品質，即時掌握設備電力狀態，從傳統「定期維修」與「故障搶修」，邁向預知式維護管理（Predictive Maintenance），降低營運風險，確保穀倉機械設施作業安全。同時全面導入自動化裝卸系統，杜絕人工操作之誤差與風險，從穀物卸船入倉、儲放管理到出倉作業，皆以自動化機械設備執行，並結合以下品質管理步驟，確保穀物作業的精準度與可追溯性：



作為臺灣重要的港區散裝穀物暫儲與轉運之事業單位，我們將倉儲的利用率最大化，以滿足國內穀物的進口需求運能，同時建置嚴謹的倉儲品質管理原則如下：

品質管理原則	內涵說明
提高倉容周轉率	作為暫儲與轉運倉儲，應避免長時間維持高比率倉容，以應對變化性高的散裝船期排程變動及客戶進、出倉需求。
避免穀物存倉天數過久	穀物存倉天數過久恐導致穀物品質下降或變質，惟存倉時間長短取決於客戶決策，與東森國際無涉，故東森國際基於維護客戶利益考量，時時監控並依據穀物儲放時間及品質變化進行必要之翻倉作業，以調節存放溫度保持在最佳狀態。並設置倉溫及濕度感應系統以監控穀倉環境溫濕度，利於維持穀物存倉期間的環境最適化。



鋼筋混凝土 (RC) 筒倉小檔案

東森國際穀倉為鋼筋混凝土 (RC) 結構的巨大圓型筒倉，四座穀倉總計 33 萬噸倉容，提供穀物相對穩定的溫、濕度儲存空間。同時配合自動化倉儲作業及先進先出管理機制，確保穀物品質維持穩定。



避免營運過程中可能產生之環境與社會影響，全面落實穀物粉塵回收再利用，達成零排放、零污染：

- ✳ **集塵設備回收粉塵（細碎穀粉）**：100% 回歸至出倉穀物中，隨貨返還予客戶使用。
- ✳ **地腳品再利用**：運輸過程中散落或倉底清理出的劣質粉塵，經打包儲存，委由合格廠商作為天然土壤堆肥使用。



媒體事業：以專業自律與數位創新，堅守內容公信力與影響力

GRI 416-1

本公司針對媒體服務進行 100% 健康與安全衝擊評估。嚴格遵守相關法令規範，包含但不限於透過「內容審議機制」確保報導不含血腥、暴力等損及大眾心理健康之資訊。亦持續透過資訊過濾機制與適當警語標示，保障閱聽眾身心健康及未成年者網路使用安全。本年度未發生任何違反健康安全規約之事件。

東森新媒體（媒體事業）重大主題：新聞倫理、內容品質與資訊可信度 – 管理方針（GRI 3-3）					
政策與承諾	以新聞客觀與公正為最高原則，參酌「廣播衛星電視新聞自律執行綱要」、「電視學會新聞自律公約」，制定內部自律機制，包括「新聞節目製播規範」、「新聞編採守則」等，透過嚴謹制度，確保新聞內容的真實性與可信度。				
評估機制與目標	評估機制	未來 1-2 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標	2025 年績效
	建立新聞及時除錯機制	於民眾反映後 8 小時內進行回覆	導入 AI 應用協助進行新聞審查以及除錯	導入 AI 自動化預警與全流程智慧防錯	安排專責人員進行新聞申訴工作，民眾反映後 8 小時內回覆率達 90% 以上
	新聞錯誤率（更正件數）	建立新聞錯誤減量目標： * 每季重大更正件數控制在 5 件以下。 * 建立新聞錯誤分類與檢討機制。	精準化控管與流程優化： * 年度整體新聞錯誤率（更正件數 / 總發稿數）控制在 0.05% 以下。 * 惡意或重大侵權引發訴訟之錯誤率為 0。	全面自動化與零重大爭議： * 結合 AI 審查，落實發稿前預警。 * 持續維持極低錯誤率，樹立業界公信力標竿。	每季重大更正件數控制在 5 件以下，建立新聞錯誤分類與檢討機制
	記者與倫理訓練覆蓋率	建立新進人員法規與倫理培訓機制	深化培訓與全員覆蓋： * 全體新聞同仁年度倫理與法律訓練覆蓋率達 80% 以上。 * 針對假新聞辨識、AI 倫理納入必修。	* 全體新聞同仁年度訓練覆蓋率達 90%。	完成新聞法規線上課程，提供新聞部作為教育訓練加強項目。
主責單位	新聞部				
特定行動	詳細行動請參考下方段落內容				

三階段新聞審查流程，從採訪、編審至播出層層把關，致力於提供公正、優質的內容，維護閱聽人信賴。

新聞報導審查標準及原則

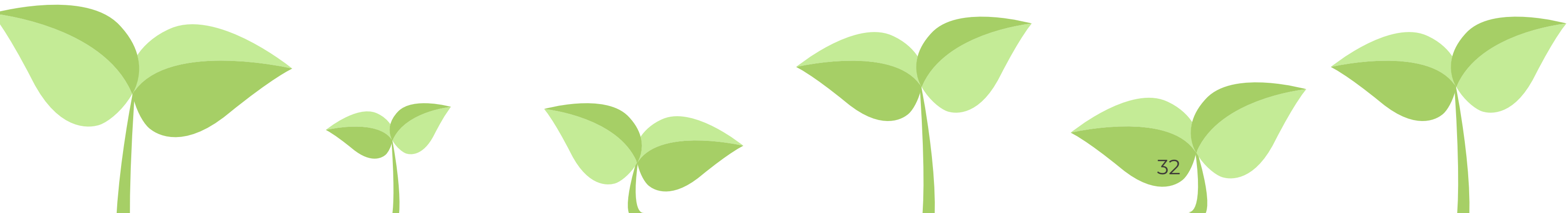
- * 新聞節目製播規範
- * 新聞編採守則
- * 內部自律新聞倫理委員會組織章程
- * 外部媒體自律組織配合準則

採訪內容三階段審查

- * 不合格
- * 不報導
- * 再次查證

審查重點

- * 內容製作須確認新聞採訪必須查證的對象與單位，及可能造成民眾誤解之處；若主管認為新聞採訪查證不實，應立刻要求採訪記者補充查證，否則不可公開該則新聞。
- * 內容是否符合普級標準、真實性、公眾利益、版權與多元價值等考量。
- * 報導應保持中立，避免歧視性語彙或刺激性字句引導閱聽眾。



✿ 新聞報導內容審核五大原則

1

層層把關

新聞內容來自記者採訪、內勤編輯監看各方資訊 (包括競媒、電視、廣播、通訊社、外電、直播訊號、網路等)，並經與新聞部主管討論進行篩選、整理及查證工作。

2

編輯會議

各中心主管在早、晚兩場編輯會議中通報稿件內容或進度，並於編輯會議中初步定調；對於非經編輯會議掌握的突發事件，則由各中心主管監控文稿查證及內容品質 (包括內文、標題及圖片)，如涉及影音內容，則須進行驗帶作業。

3

內部培訓

- ✱ 每日專人教導新進同仁進行採訪寫作訓練、教授新聞專業知識及如何嚴防假新聞之方法。
- ✱ 於內部開設 FB「進步雲」與「守望相助雲」即時針對報導文稿提出檢討及精進建議。

4

重視來源

- 對於新聞，我們要求記者、編輯要「勤查證、慎分享」：
- ✱ 報導前須確實訪問消息來源，並追溯確認資訊原始出處。
 - ✱ 運用網路公開資料比對事件真偽。
 - ✱ 文稿原則採受訪者具名呈現，僅於受訪者要求時例外不具名。

5

責任核實

為展現對新聞核實的責任，對寫稿者實施實名制，並與事實查核中心建立管道，除派人上課之外，亦即時進行溝通與文稿真偽查證。

廣告業務方面，對內要求遵循既有管理原則與法規規範，對外向客戶進行宣導，並要求其廣告內容之合規性：

不定期對內部員工舉辦教育訓練

講述著作權法、商標法、醫療法、化妝品衛生管理法、醫療法、食品衛生管理法等相關法規。

宣導面

針對客戶所屬產業類型之不同，宣導相關法律觀念，尤其是可能涉及美妝、醫療、保健等產品的客戶，並即時與客戶溝通廣告呈現方式之合規性。

對內（員工）

對外（客戶）

視個案需求進行宣導

於各會議、講座、專案討論會議中，配合實際案例作為宣導教材，加強各部門同仁正確的法律觀念。

規範面

於廣告委刊合約中清楚載明，客戶需保證其提出之廣告素材及相關廣告內容具有合法權利來源，且相關廣告素材及相關廣告不得違反法令規範。



寵物事業：以專業把關與品質管理制度，持續強化產品安全與毛孩健康福祉

東森寵物雲（寵物事業）重大主題：顧客／飼主體驗與專業服務－管理方針（GRI 3-3）					
政策與承諾	* 本公司承諾以飼主與寵物需求為核心，持續提升服務品質與顧客體驗，提供專業、安全且值得信賴的寵物照護與諮詢服務。 * 嚴格把關商品來源與品質，確保產品符合安全標準，以維護寵物健康與消費者權益。				
評估機制與目標	評估機制	未來 1-2 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標	2025 年績效
	顧客服務：強化客戶服務流程	顧客服務滿意度系統建置	服務滿意度達 4 顆星（共 5 顆星）	服務滿意度達 4.5 顆星（共 5 顆星）	建置規劃中
	專業培訓：專業服務能力培訓	2025 年績效建立門市人員基礎專業服務能力，目標為每位門市人員每年平均須完成 8 小時以上專業培訓，推估年度總培訓時數約 5,840 人時。培訓內容聚焦 AI 工具應用、顧客服務話術、客訴應對、門市營運數據判讀及日常行政效率提升，協助門市同仁提升第一線服務品質與店務執行效率。	推動門市人員專業服務能力培訓制度化與分級化，目標為每位門市人員每年平均須完成 12 小時以上專業培訓，推估年度總培訓時數約 8,760 人時。並依職級與職務建立分層學習路徑，搭配課後測驗、實作任務與學習成效追蹤，逐步將培訓成果連結服務品質、客訴處理效率、門市營運效率及銷售表現。	建構智慧化門市人才發展體系，目標為每位門市人員每年平均須完成 16 小時以上專業培訓，推估年度總培訓時數約 11,680 人時。未來將導入 AI 輔助學習平台、門市知識庫、個人化學習推薦與職能認證制度，作為門市人才晉升、接班梯隊培育及品牌服務品質一致化的重要基礎。	2025 年已啟動門市人員專業服務能力培訓，課程內容包含 AI 提升門市營運效率入門、AI 顧客服務話術應用實戰、AI 數據分析輕鬆上手、AI 助理工具實作等主題。依完整課程規劃，每位學員完成 4.5 小時專業培訓；年度培訓量約達 3,285 人時。
	產品品質：商品合格率	建立商品品質抽驗制度並完成年度抽驗計畫	商品抽驗合格率達 95% 以上	商品抽驗合格率達 98% 以上	目前以供應商資格審核、商品標示及檢驗文件審查作為品質管理措施，尚未建立商品抽驗制度
主責單位	顧客服務：行銷處 培訓：人才培育處 產品品質：商品部				
特定行動	詳細行動請參考下方段落內容				

東森寵物雲重視商品品質與消費安全，針對上架商品建立審核與管理機制，確保符合相關法規、品質標準及檢驗規範。並持續投入自有商品開發與產品研發，攜手生技夥伴、營養師、藥師及獸醫等專業團隊，共同強化品質與安全管理。同時，持續優化供應商管理、商品檢核、效期控管及倉儲管理機制，依商品效期進行分級管理，並透過系統提醒門市即時掌握商品狀態，提供消費者安心、安全且值得信賴的商品選擇。

研發保障

與外部產品製造商共同合作研發寵物商品，並送第三方檢驗單位。

投保保障

投保產品責任險 1 億元，為東森寵物雲消費者做最貼心的保障。



此外，東森寵物雲確保消費者能隨時取得產品品質與安全相關資訊，提供包括來源、成分、使用須知等，助其做出明智的消費選擇，並保障產品使用者的安全與健康。

產品成分之來源

- * 自有品牌商品皆註明產地來源與委製 / 代工廠名稱，採用符合國際檢驗標準之原料
- * 商品包裝與電商頁面清楚標示供應者資訊

產品內容物成分， 特別是可能產生環境或社會衝擊的物質

- * 飼料、罐頭與保健品，詳列主要成分與添加物，包括是否含人工香料、防腐劑等資訊
- * 避免使用來源不明之動物性原料，並強調產品未採用動物實驗

產品之使用安全

- * 商品標示使用方式、保存條件、建議用量，針對過敏犬貓另設立「敏感食材警示標章」
- * 美容服務操作皆由具證照人員執行，並強化教育訓練與標準化作業流程

其他資訊揭露渠道

- * 設立顧客教育專區，透過社群、電商與門市，傳遞商品、毛孩健康等知識與正確飼養觀念，確保資訊透明協助消費者做出正確選擇
- * 自有品牌商品皆依規定完成農業部寵物食品申報，強化產品資訊揭露與法規遵循

東森寵物雲以三大服務，提供客戶優質的服務品質：

寵物美容服務

- * 美容師專業之內外訓培訓課程，持續提升專業技能與服務品質
- * 寵物美容犬貓身體狀況記錄
- * 寵物美容預約及定期電訪關心



商品銷售服務

- * 與專業獸醫師團隊合作開發優質自營寵物食品及保健用品
- * 與國內外優質供應商合作，以具競爭力價格販售優質商品
- * 聘請專業門市人員提供產品使用相關諮詢



整合性照護服務

- * 已有 20 家門市取得動物用藥品販賣業許可證並聘有獸醫師，提供寵物照護飼養相關諮詢
- * 與特約動物醫院合作，會員可享寵物健檢優惠、到院預約等服務，設立動物醫院與賣場結合之複合性門市
- * 2025 年結合慈愛動物醫院，於 11 間複合型門市成立「獸醫師常駐制試點」，提供醫療照護與諮詢服務，深化店內多元服務模式。



2-1-3 資訊隱私安全管理

重大主題：資訊安全與個資隱私保護（包含系統韌性） - 管理方針（GRI 3-3）					
政策與承諾	為強化本公司資訊安全管理，確保資訊系統、設備、網路及資料之安全，訂有「資訊安全風險管理政策與架構」；東森建立與時俱進的資訊、安全體系與機制，並成立「資訊安全管理委員會」導入國際標準 ISO 27001 的架構，強化資訊安全管理，落實資料、系統、設備及網路之保護與控管，以確保資訊系統、設備、網路及資料之安全。				
評估機制與目標	評估機制	未來 1-2 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標	2025 年績效
	* 完善資安管理制度將資安制度管理層級提升至董事會	* 定期進行 ISO 27001 續評 * 定期進行資訊安全管理系統的績效評估、內部稽核、管理審查、透過 PDCA 流程持續改善	* 定期進行 ISO 27001 續評 * 定期進行資訊安全管理系統的績效評估、內部稽核、管理審查，透過 PDCA 流程持續改善	* 定期進行 ISO 27001 續評 * 定期進行資訊安全管理系統的績效評估、內部稽核、管理審查，透過 PDCA 流程持續改善	* 取得 ISO 27001 查證 * 於董事會完成提報 2025 年資訊安全管理執行成果及 2026 年執行計畫
	* 透過弱點掃描的方法定期評估及改善資通安全	* 每半年一次	* 每季一次	* 每季一次	* 完成每半年評估及改善資通安全
	* 辦理資訊安全教育訓練、進行社交工程演練	* 每半年一次	* 每季一次	* 每季一次	* 完成每半年辦理資訊安全教育訓練、進行社交工程演練
主責單位	* 東森資訊安全管理委員會 * 倉儲事業資訊處、稽核室、倉儲事業部臺中及高雄營運管理處 * 媒體事業研發中心 * 寵物事業資訊部				
特定行動	* 制訂各項資訊安全風險管理之制度與重要指導綱要，例如資訊安全風險管理政策與架構等，以降低新興資訊科技應用及環境變遷所帶來未知的資安威脅風險。 * 應用系統伺服器定期辦理安全性更新、弱點掃描與入侵滲透測試檢測，確保資安防護與漏洞修補等安全措施。 * 透過教育訓練宣導防範注意事項，於日常作業中提高資安意識。 * 倉儲事業部營運處資安遵循聲明： 本公司倉儲事業部台中營運管理處、高雄營運管理處之日常營運、自動化倉儲控制系統及港區作業，均全面納入公司「資訊安全風險管理政策與架構」之管轄範疇。台中及高雄營運處嚴格遵循國際標準 ISO 27001 資訊安全管理系統（ISMS）之核心原則，落實「機密性、完整性、可用性」之三要素管理。 » 在資訊安全與個資隱私保護方面：針對營運處特有之控制系統及管理系統，均配合倉儲事業部及資訊處執行定期弱點掃描、系統伺服器安全性更新與權限控管。針對客戶進出倉數據、物流提單及協力廠商等涉及個人資料與商業隱私之敏感情資，採取嚴格的去識別化傳輸與最小權限控管原則，嚴防未授權存取與資料外洩，落實合規之隱私保護。 » 在系統韌性強化方面：為因應極端氣候、港區突發災害或惡意網路攻擊等多重風險，台中及高雄營運處常態性建置異地備援與資料定時備份機制。並由營運處管理階層督導第一線作業人員定期參與資訊安全教育訓練與社交工程演練，確保港區第一線倉儲營運具備高度系統韌性與災害應變能力，杜絕資安漏洞引發之營運中斷風險。				

東森國際致力於客戶隱私的保護，以「打造安全無虞的資訊系統與環境」目標，為確保客戶個人與交易資料，以及營運資料的機密性、完整性及可用性，我們參照 ISO 27001 資訊安全管理標準，訂立「資訊安全政策」作為管理依據，並以風險管理為基礎，確實管控並制定管理權責，完善東森資訊安全管理體系。

資訊安全系統的管理與稽核重點：



系統開發
自行開發系統之流程與安控要求、委外開發系統之流程與安控要求。



安全區域
門禁授權、消防設備有效性、監視器。



機房安全
環控系統之溫度及溼度管控、維護廠商維運記錄、儲存媒體攜出入及相關存取控制、消防設備有效性。



資訊服務
系統工作日誌結果驗證、設備異常及排除處理。



系統及網路管理
系統及網路設備之備份。



人力資源管理
人員之進用及調派之安全評估。



辦公室資訊環境
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或免費軟體。



資訊安全事件
員工是否瞭解緊急資安事件處理流程。



營運持續計畫
擬定書面測試計畫、相關演練記錄之完整性。

為提升資訊專責同仁、在職及新進同仁的資安專業能力與意識，2025 年資安相關教育訓練如下：

事業體	課程主題	受訓員工類別	受訓成效	受訓總人數	受訓總時數
 倉儲事業	ISO 27001 顧問系統建置及運作輔導	管理代表、資訊安全工程師及執行人員	資訊資產 (含物聯網設備) 盤點與鑑別實務、風險評鑑報告研討、ISMS 營運持續演練計畫研討等	90	218
	ISO 27001 顧問系統建置及運作輔導	資訊安全工程師及執行人員	資訊資產風險評估分析與風險處理實務、ISMS 紀錄檢視 (含弱掃與修正 - 台北)、ISMS 內部稽核實務演練	29	73
	資通安全及個資保護通識教育訓練	全體員工	辨識資安風險	185	555
	AI 對資訊安全的影響及因應	資訊安全人員	參與金融研訓院課程，增加資安管理相關能力	2	4
	駭客攻擊手法及防禦要點	資訊安全人員		2	4
	資安攻防技術及事後處理與補救措施	資訊安全人員		2	4
 媒體事業	資訊安全基礎實務	新進資訊人員	協助新進資訊同仁 ^註 加強公司內部系統管理、運作及安全性認知	1	3

註：
1. 新進資訊同仁皆須參加與聆聽線上共 2.5 小時的課程說明。

倉儲事業資安作為

GRI 418-1

針對客戶、貨主及報關行皆設有各自獨立的帳號密碼，並鎖定固定 IP 及客戶 IP 審核管理，亦設有客戶隱私保護專責單位，藉由日常管理與因應措施，杜絕外部攻擊及資料外洩。2025 年倉儲事業未有違反客戶隱私與保護之申訴案件。

客戶隱私保護專責單位	導入 ISO 27001 資訊安全管理系統，設置專責單位，負責客戶資訊及隱私保護作業。倉儲事業部客戶資訊均屬業務機密，由臺中、高雄營運管理處「控制中心（控制組）」專責保護及管理。
策略	* 強化人員訓練：定期辦理資訊安全教育訓練，強化全體員工對資安政策、個資保護義務的認識，並要求簽署保密協定。 * 制訂資安管理機制與政策：涵蓋資料存取控制、授權管理、存取最小化原則，防止未經授權的資料存取、洩露與修改。 * 強化系統作業安全：部署防火牆、防毒系統與端點防護，並建立定期備份災害復原計畫，確保公司關鍵核心系統及服務運作正常可用。 * 內部稽核與持續改善：定期執行資訊安全內部稽核與管理審查，針對缺失提出矯正措施與預防計畫，強化整體防護力。
客戶隱私保護作為	* 不定期盤點各組使用客戶資訊之情況、客戶資料蒐集程序建立。 * 進出倉作業系統均採封閉式系統，非內部授權人員禁止列印相關報表資料；非作業必要人員禁止進入控制中心。 * 透過內部稽核制度，確保落實資訊安全管理及缺失檢討改進。
資訊安全事件通報程序	針對外部資料查詢設有防火牆及防毒軟體達到資訊安全阻隔。當發生資安事件，第一線防火牆即可擋下大部分攻擊，並有備援系統可於短時間內恢復所有客戶之資料。當遭受攻擊時，控制中心在第一時間啟動防護措施，並採取對應措施。 * 防護措施與偵測：網路層設有防火牆與防毒軟體，阻擋未授權存取與惡意攻擊。 * 事件通報流程：當偵測到資安事件，控制中心立即啟動通報流程，包含事件鑑別、初步處理、影響評估與通報上層主管。 * 後續處置：進行事件調查、根本原因分析，並依據 ISO 27001 標準要求紀錄、報告及改進，防止類似事件再發生。
未來規劃	* 成立跨部門個人資料保護專案小組，定期執行個資盤點、風險分析、制度內評、通報修訂、資料銷毀、教育訓練等工作。 * 持續提升資訊安全防護層級，確保公司資訊安全與客戶隱私保護符合國際標準及相關法規要求。

媒體及寵物事業資安作為

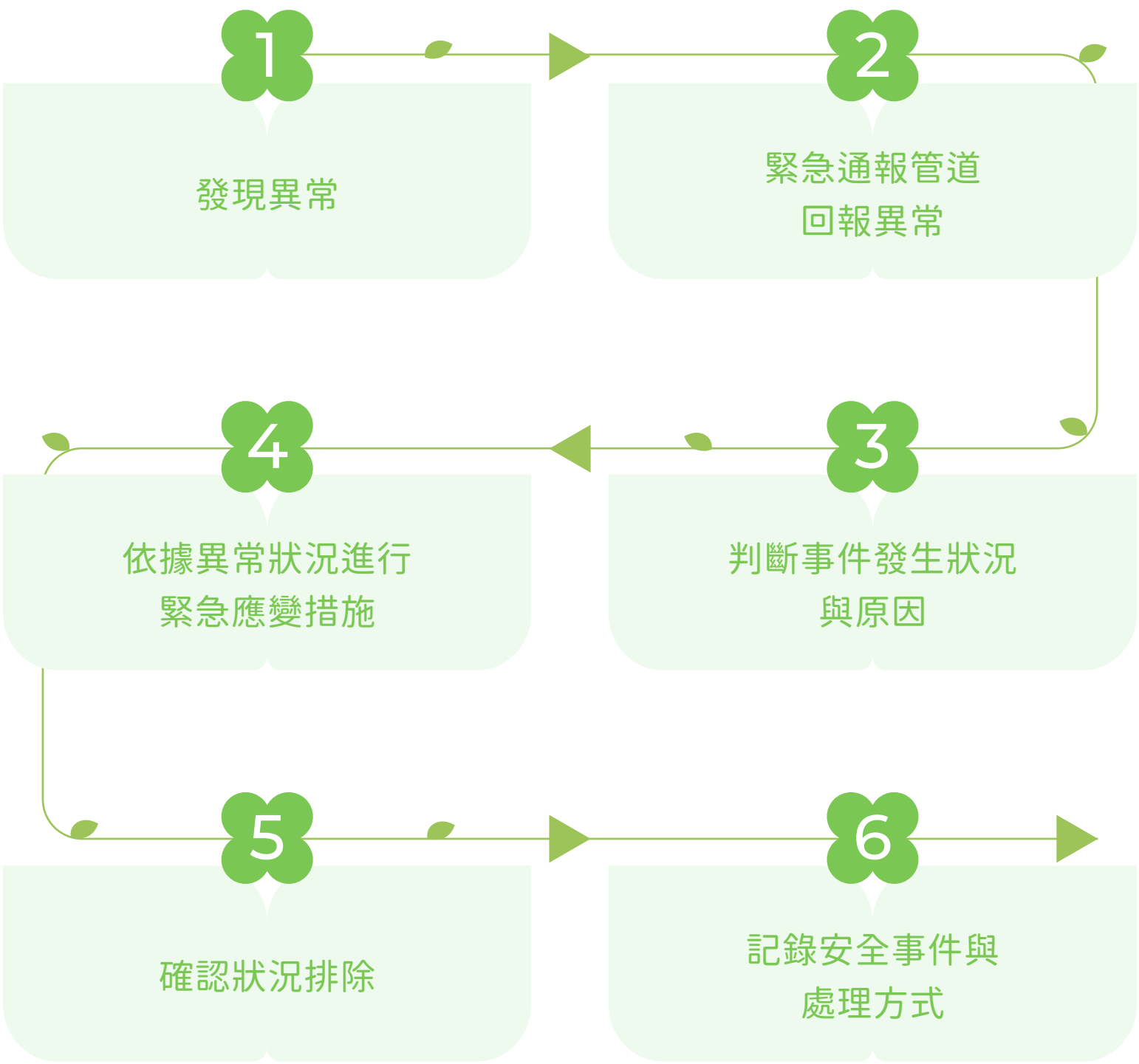
媒體及寵物事業由專責單位規劃執行資訊安全管理事項，並推展資訊安全意識。我們攜手外部單位進行研發，做好資訊安全防護，尊重客戶隱私及遵守商業資訊保密原則，持續優化自有的會員經營系統，並提供公開透明之申訴管道。2025 年媒體及寵物事業皆無違反客戶隱私與保護相關之申訴案件。

為保障會員個資安全，我們採取以下作為：

機房管理	會員資料存放於中華電信機房內，確保中華電信高規格嚴密管理。
內部培訓	針對內部人員進行個資保護教育訓練，定期舉辦讀書與技術研討會、業界專家分享，並參與各資安講座進行技術交流。
資安流程設計	我們從系統初步的架構設計與規劃，導入隱私與資料安全設計審核流程，確保服務符合隱私保護及資訊安全要求。
資訊資產管理準則	* 將所有資訊資產進行分類與分級，並依其等級進行授權層級之控管，並將所有資訊加密，降低會員個資外洩風險。 * 資料轉匯至大數據中心也會進行加密，避免資料外流。 * 會員密碼使用加密技術儲存，以保證密碼在存儲和傳輸過程中的安全性。 * App 的後端系統具有防火牆控制，防止不當的進入和攻擊。防火牆限制不必要的網路流量，並且在發現異常活動時進行警告。 * API 應使用 SSL (Secure Socket Layer) 傳輸，以保證資料在傳輸過程中的安全性。
多層次網路安全機制	內部重要網站及應用系統部署多層次的網路安全機制，運用防火牆以及入侵偵測防禦、VPN 存取控管等與外部網際網路隔離，建立資料資產的多方保護。
評估與測試	不定期評估、測試網路系統安全，加強運作環境之安全性風險與漏洞修補，並積極優化自身系統保護強度。
申訴管道	遵循個人資料保護法之要求，當事人得就其個人資料依法行使相關權利，並於網站平台設立當事人權利行使與申訴之受理管道。

媒體事業資安通報程序

東森新媒體高度依賴數位平台與即時資訊傳遞，一旦遭遇資安事件（如帳號盜用、資料外洩、假新聞植入或服務中斷），不僅可能損害閱聽人權益，更恐影響品牌公信力與新聞內容的可信度。因此，建立資安通報程序可及早偵測與應對潛在威脅，快速進行隔離、調查與修復，有效降低營運中斷風險，同時符合法規要求，展現媒體自律與數位治理能力，確保平台資訊安全與內容公正性。



2-1-4 客戶服務與回饋

為持續提升服務品質，東森集團透過電話訪談、面對面交流、官網互動等多元溝通管道，積極傾聽客戶聲音，深入掌握其實際需求與使用體驗。各事業體每年均定期執行客戶滿意度調查與意見回饋機制，藉此全面瞭解客戶對產品與服務的感受與期待，作為內部優化流程與創新服務的重要依據。

東森客戶回饋調查方式與成果：

事業體	調查方式與內容	調查成果
 倉儲事業	* 定期透過客戶滿意度調查，瞭解進出倉作業、作業人員服務態度與配合度、電子化作業、整體服務品質之滿意度。 * 配合穀倉裝卸作業，每天隨時與客戶針對穀倉提貨情形保持彈性聯繫。	* 2025 年共發放 26 份問卷，回收率達 100%。 * 問卷回覆非常滿意／滿意達 92%、普通 8%。
 媒體及寵物事業	透過 ETtoday 新聞雲社群及發送 EDM，調查民眾對於會員服務及定期發送 EDM 與 ETtoday 品牌之看法。	* 「參加抽獎」的滿意度最高，並期待 EDM 內容偏向旅遊、美食、生活、消費等軟性新聞。 * ETtoday 的品牌個性，包含快速即時、創新、內容豐富、流行，是受試者最先想到、最常瀏覽的網路新聞媒體，也是網路媒體品牌首選。
	調查年輕閱聽眾喜愛之周邊、活動和社群內容。	* 音樂祭為時下年輕人喜愛參加的活動，可與大專院校社團合作。 * 支持偶像受現下年輕人喜愛，粉絲經濟具備發展潛力。
	調查創作者的資源使用習慣，以掌握如何吸引更多創作者使用東森資源。	* ETtoday 可提供廣宣、攝影棚等資源供創作者使用。



2-2 推動綠色管理

重大主題：氣候變遷因應 - 管理方針（GRI 3-3）					
東森國際已導入 ISO 50001 能源管理系統、ISO 14064-1 溫室氣體盤查、ISO 14001 環境管理與 ISO 45001 職業安全衛生管理等各項管理作業系統。持續精進及深化各項管理作業系統，同時進一步加深供應鏈的綠色行動與實踐，持續朝向企業永續發展目標邁進。重大主題：氣候變遷之策略與管理					
政策與承諾	* 參考 TCFD 架構辨識氣候相關風險與機會，並建立因應機制。 * 透過教育訓練、會議積極溝通及協助各業務部門，辨識其業務與氣候變遷之關聯性及潛在的風險與機會。 * 評估及導入各項與永續發展、改善營運績效相關措施，降低營運風險。 * 以消耗最少能源及資源，興建具生態、節能、健康特性與減廢的建築物為目標。 * 結合核心職能協助企業降低生產或服務過程中所產生之汙染及資源浪費，支持低碳經濟轉型。				
評估機制與目標	評估機制	未來 1-2 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標	2025 年績效
	東森集團 / 倉儲事業				
	* 全公司減碳量 (公噸 CO₂e)	* 完成 ISO 14064-1 查證。 * 完成合併報表子公司之盤查，重新定義減碳基準年為 2026 年並訂定具體減量目標及計劃 * 逐步評估導入 GHG Protocol 盤查方法	* 達成較基準年 (2026) 之年減溫室氣體碳排放量目標 (2026 年設定) ；持續完成查證 * 接軌 IFRS 永續揭露準則後，依時程推進 GHG Protocol 盤查方法 * 依 GHG Protocol 方法逐步完善範疇三盤查	* 達成較基準年 (2026) 之年減溫室氣體碳排放量目標 (2026 年設定) * 每年持續完成溫室氣體盤查及查證	* 2025 年度已完成 ISO14064-1 查證，取得聲明書 * 臺中、高雄穀倉每年編列預算汰換老舊耗能設備 * 2025 年東森國際個體溫室氣體排放密集度 (kt-CO₂e/ 百萬元) 較基準年減量 8.95%，達成超越 1%之目標。
	* 維持年度監測總粉塵量在容許濃度標準值以內	* 持續改善設備，每年定期委託第三方單位實施作業環境監測，維持總粉塵量在容許濃度標準值以內			* 2025 年 5 月及 11 月委託第三方單位實施作業環境監測，總粉塵濃度介於 0.054~1.358mg /m³，符合容許濃度標準值 10 mg/m³ 以內
	* 倉儲營運處年節電率	* 持續汰換老舊耗能設備及設置節能設備，使年均節電率達 1%~3%	* 持續汰換老舊耗能設備，使年均節電率達 1%~3% * 評估再生能源發電可行性		* 持續執行汰換老舊耗能及設置節能設備，年均節電率達 1%~3% * 高雄穀倉已完成 2025 年度第三方外部稽核，持續維持 ISO 50001 認證有效性 * 台中穀倉 2025 年遵循 ISO50001 管理系統規範完成內稽

重大主題：氣候變遷因應 - 管理方針（GRI 3-3）					
	評估機制	未來 1-2 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標	2025 年績效
評估機制 與目標	東森集團 / 倉儲事業				
	* 培訓作業人員取得遙控無人機操作證照，執行全場區及高空作業範圍之工安巡檢任務	* 臺中處同仁維持操作證照有效性，排除一年 5 個月風季期間無法執行工安巡檢任務之外，一年 7 個月期間執行每週至少一次戶外高處建物結構巡檢任務 * 高雄處因位處小港機場紅區內為禁止空拍機及遙控無人機飛行範圍，故無法執行無人機巡檢任務	* 持續維持操作人員證照之有效性及執行無人機工安巡檢任務		* 2025 年臺中處同仁操作證照仍維持有效，完成 7 個月期間每週至少一次戶外高處建物結構巡檢任務 (已排除風季) * 高雄處因位處小港機場紅區內禁止無人機飛行，目前仍無法執行無人機巡檢任務
	* 舉辦或鼓勵員工參與友善環境教育訓練課程 (例如：環境安全、工安及環保、節能減碳、能源管理)	* 每位員工每年至少參與 1 場次內部或外部教育訓練	* 每位員工每年至少參與 2 場次內部或外部教育訓練	* 每位員工每年至少參與 3 場次內部或外部教育訓練	* 2025 年每位員工已完成至少參與 1 場次內部或外部教育訓練
	* 導入環境永續相關 ISO 管理系統之輔導及查證	* 遵循 ISO 50001、ISO 14001、ISO 45001、ISO 9001 管理系統作業規範及流程			* 2025 年已完成 ISO 14001、ISO 45001 內稽 * 2025 年已完成 ISO 9001 內稽、ISO 27001 查證
	* 參與臺電電力交易平台需量反應輔助服務方案	* 參與並持續執行			* 2025 年持續參與臺電電力交易平台需量反應輔助服務方案
	* 強化氣候相關財務揭露，逐步完成 IFRS S2 接軌準備	* 持續精進 TCFD 架構揭露，完成 IFRS S2 差異分析、資料盤點與導入規劃	* 依接軌時程推動 IFRS S2 導入，完成氣候相關治理、策略、風險管理、指標與目標之揭露準備，並銜接年報永續資訊專章編製需求	* 依適用年度完成 IFRS S2 揭露，並持續提升揭露品質、可比較性與決策有用性，逐步強化氣候資訊與財務資訊之連結	* 2025 年已參考 TCFD 架構進行揭露 * 已展開導入 IFRS S2 之評估
主責單位	東森集團環境永續小組、東森新媒體總管理室、東森寵物雲管理部 / 商品部				
特定行動	* 導入並取得 ISO 50001、ISO 14064-1 查證，自主遵循 ISO 14001 環境管理原則落實常態化內稽，持續提升能源管理績效與使用效率。 * 蒐研環保、減碳議題與法規趨勢，辦理教育訓練，強化業務單位對氣候風險管理框架及流程之認知，並諮詢顧問研擬對應方針。 * 匡列可能受到衝擊之設備，並積極尋找國內外相關節能項目，提前規劃設備替換時程。 * 計算進行裝卸作業產生之粉塵量，若即將超標則暫停作業，及盡可能有效率地執行裝卸作業。 * 永續新創組持續推動環境永續與創新業務，如：導入無人機巡檢以強化環境工安；參與臺電電力交易平台需量反應輔助服務方案；持續提升穀倉智慧化；導入環境永續相關之 ISO 輔導查證；評估設置再生能源等。				



2-2-1 氣候變遷因應策略與管理

東森持續關注氣候變遷所帶來之環境、法規與市場變化，並以氣候相關財務揭露架構（TCFD）作為現階段氣候治理與資訊揭露之重要參考，持續強化面對氣候風險與機會之辨識、因應及管理能力。為提升對氣候變遷可能造成之營運與財務影響的掌握及接軌 IFRS S2，持續盤點既有資訊揭露架構與實務流程，逐步完善氣候風險管理及財務影響評估機制，依下列步驟推動氣候風險與機會之鑑別、討論及追蹤管理。



TCFD 四大核心要素及 11 項建議揭露事項：

核心	揭露事項	因應作為
 治理	董事會監督情形	* 氣候議題納入董事會督導範疇，由公司治理暨永續發展委員會（下稱委員會）為管理與監督單位，獨立董事擔任召集人，持續檢視推動情形。 * 委員會依董事會通過「氣候變遷風險與機會評估管理辦法」推動各功能性小組職責分工，定期將評估結果與執行進度提報董事會，作為後續管理與決策參考。 * 董事會與委員會透過定期會議掌握氣候相關風險、機會與因應進度，並適時向利害關係人揭露。
	管理階層的角色	* 管理階層負責委員會下設之環境永續、風險管理、公司治理及客戶關係等功能性小組，協調氣候相關議題之辨識、評估與執行。 * 落實氣候風險與機會鑑別，提出減緩或調適措施、對外揭露及溝通。
 策略	短、中、長期氣候相關風險與機會鑑別	持續依營運特性與重大性原則，辨識短、中、長期之氣候相關風險與機會，滾動檢視外部政策、市場趨勢及營運環境變化所帶來之影響。詳見「氣候風險 / 機會議題與因應方案」。
	業務、策略和財務規劃上與氣候相關的風險與機會衝擊	逐步將氣候變遷可能帶來之潛在衝擊納入營運管理考量，評估極端天氣、能源使用、設備能效與低碳轉型等議題對營運之可能影響，並規劃因應與調適作法。 轉型風險評估聚焦於設備能效改善、低碳設備汰換與能源管理；實體風險評估則著重天災、海平面上升等風險對倉儲據點與作業流程之潛在影響，並持續評估再生能源導入之可行性。
	策略上的韌性，以及不同氣候相關情境	* 風險管理部門定期會同相關業務單位透過情境分析、管理檢視或壓力測試等方式，評估不同氣候情境下可能產生之營運變化與潛在風險，作為強化營運韌性之參考。 * 於 2027 年完成 2026 年合併報表子公司之盤查後，以 2026 年為基準年持續推動階段性減量路徑，並定期檢視進度與目標適切性，逐步精進氣候因應策略。

核心	揭露事項	因應作為
 風險管理	氣候相關風險的鑑別和評估流程	持續依既有評估架構鑑別氣候風險與機會，流程包括：各權責單位蒐集氣候風險與機會資訊、辨識相關議題、繪製風險／機會矩陣，並依影響程度與發生可能性進行排序與重大性確認。
	氣候相關風險的管理流程	氣候風險與機會的管理流程：(1) 氣候風險與機會鑑別；(2) 確認重大風險財務衝擊；(3) 依實際需求制定專案並執行；(4) 追蹤成果並調整因應措施；(5) 報告與揭露。
	氣候相關風險整合在組織的整體風險管理制度	氣候風險鑑別與管理流程已整合於既有風險管理程序，包含將委員會納入風險管理第三線責任，由召集人監督風險管理小組進行風險辨別及制定因應措施。
 指標和目標	評估氣候相關風險與機會所使用的指標	* 針對重大性風險制定專案的指標與目標，並推動 KPI 與高階主管薪酬連結。 * 每年以節電率 1% 為目標，據此執行老舊耗能設備汰舊換新計畫。 * 預計 2027 年完成合併報表子公司溫室氣體盤查後，評估未來 5 年內達成較新基準年 (2026) 之溫室氣體減量目標，並持續追蹤量化減碳成效。
	範疇 1、範疇 2 和範疇 3 溫室氣體排放	目前已定期執行 ISO14064-1 溫室氣體盤查與查證，後續導入 GHG Protocol 盤查方法及完善範疇三之盤查，詳見【2-2-2 環境、能源與資源管理】。
	管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	成立溫室氣體排放小組及能源審查小組，對於裝卸業務活動的投入，包含用電量、溫室氣體排放量等建立管理指標，提高資源使用效率和節約成本。並持續推動製成改善、導入節能技術、優先採購節能設備、評估購買綠電等措施。

氣候風險議題與因應方案：

GRI 201-2

類別	風險構面	子類別	議題	因應方案	投入成本
 轉型風險	技術	導入低碳轉型	* 倉儲設備汰舊與低碳轉型將增加資本支出與營運成本 * 寵物事業門市節能設備導入需求持續增加	* 倉儲設備汰換除考量節能效益外，亦納入抗海風、耐候性與作業安全等因素，提升卸穀效率與服務品質 * 寵物事業汰換老舊空調及照明設備，導入高效率設備（如變頻空調、LED），建立設備管理機制	* 倉儲事業預計 2020 年～ 2033 年投入總額約新臺幣 15 億元，用於老舊設備汰換與改善 * 寵物事業預計 2022 年 ~2032 年投入總額約新臺幣 1,000 萬元，汰換與改善老舊設備
			配合法規要求，未來排放管理成本可能增加，進而提升營運成本	* 已導入 ISO 50001 與 ISO 14064-1 管理制度，並設置專責人員，每年持續追蹤管理成效及推動減量目標	* 自 2024 年導入 ISO 能源管理系統、提升老舊設備效能及能源使用效率，投入新臺幣 2,315.5 萬元汰換老舊耗能設施
	政策與法規	溫室氣體相關法規	配合法規增加再生能源裝置建置或綠電憑證採購，可能增加營運成本	* 依政府法規與政策方向，評估設置再生能源設施或採購綠電憑證 * 持續推動高耗能設備汰換與節能替代措施，以達節能減碳目標	* 每年編列預算汰換及維護保養老舊耗能設備 * 持續評估再生能源建置
		再生能源相關法規	配合法規增加再生能源裝置建置或綠電憑證採購，可能增加營運成本	* 整合既有資源發展創新應用業務，如活化空地出租以增加收益 * 配合臺電公司電力調度政策，參與需量反應輔助服務方案，提升電力資產效益 * 配合國家糧食政策，協助建置國家儲備糧庫調控與安全庫存機制，以維持國內大宗穀物基本進口需求	* 依不同創新業務發展專案，編列相應投入成本 * 現有空地資產活化，無須額外投入增建設施或改善成本

類別	風險構面	子類別	議題	因應方案	投入成本
 實體風險	長期	海平面升高	可能造成設備受損或淹沒，增加維修與營運成本	透過產物保險機制分散部份災害損失風險	- 倉儲事業持續編列災害風險保險支出。每年至少投入新臺幣 1,000 萬元購買產物保險 - 寵物事業每年至少投入新臺幣 180 萬元購買商業火險及公共意外險
	急性	颱風（颶風）、暴雨、海嘯	極端天氣事件可能導致設備受損、加速資產折舊，並提高維修與營運風險	- 透過產物保險機制分散部份災害損失風險 - 制訂「穀倉作業一般安全措施及緊急應變辦法」及「海嘯緊急應變計劃」，降低人員傷害與財產損失 - 持續完善防災應變措施並投保相關保險	

氣候機會議題與因應方案：

類別	機會類別	子類別	議題	因應方案	投入成本
 機會	資源效率	減少用電量與用水量	推動節能、節水與循環管理措施，有助提升資源使用效率，並創造額外營運效益	- 每年執行 ISO 50001 能源管理計劃 - 持續推動自願性節水方案 - 每年參與臺電需量反應輔助服務方案 - 評估 AI 自動化作業可行性，推動穀倉智慧化升級，提升作業效能	依年度節能管理計畫編列預算
	能源來源	採用低碳能源	評估導入再生或低碳能源，有助回應法規趨勢並提升未來營運彈性與商機	持續評估設置海洋發電或其他綠電方案之可行性，並檢視穀倉場域之適用條件與後續擴大導入可能	2025 年投入新臺幣 52 萬元，於高雄穀倉辦理 10.2 kW 小規模太陽能板建置測試，評估場域適用性及後續擴大可行性
	產品和服務	開發或擴展低碳排放商品和服務	與產業供應鏈共同推動減碳與資源循環，有助提升企業形象與商品、服務競爭力	階段性推動供應商管理： - 依供應商基本條件、財務狀況、服務內容、採購金額訂定稽核條件與辦法 - 建立供應商篩選條件及風險等級 - 就稽核缺失項目提出改善措施並持續追蹤	依據各項專案措施編列預算
	市場	進入新市場	客戶對低碳／綠色服務需求增加，可促進服務升級與合作模式創新，並拓展新市場機會	- 持續推動各項低碳管理措施 - 透過物聯網與數位化作業系統升級，導入 RFID 與車牌辨識系統，即時傳輸貨況資訊至客戶端，降低報關、提貨等行政作業耗時與耗能 - 推動電子發票系統，減少紙張使用並提升作業效率	依據各項專案措施編列預算
	韌性	建立永續供應鏈	提升供應鏈適應力與韌性，有助降低氣候變遷衝擊，並維持供貨穩定	- 多元化供應鏈布局，與多個供應商建立合作關係，降低對單一供應條件之依賴 - 推動合作與培訓：強化供應商對氣候變遷調適與減碳管理能力	依據各項專案措施編列預算

2-2-2 環境、能源與資源管理

東森制訂 ESG 管理政策，透過九大承諾，降低營運所造成之環境衝擊，逐步落實低碳轉型：

- ✔ 遵守相關法令與規範；配合經營策略，落實環境、工作者保護及節能減碳的承諾。

✔ 落實溝通協調與教育訓練，逐步強化綠色供應鏈管理，履行保護生態環境的承諾。

✔ 發展綠色營運管理，提升能資源使用效率並減少耗能，精進減廢與回收再利用技術，達到污染預防目標。

✔ 建立工作者參與及諮商溝通管道，瞭解利害相關者需求與期望。

✔ 力行節能減碳政策，持續汰換老舊耗能設備及推動節電措施。

✔ 持續推動各項量化管理目標，定期檢討改善，提升管理績效。

✔ 支持降低環境衝擊及提升能源效率的設計、產品採購與活動。

✔ 改善穀倉作業環境粉塵，汰換老舊集塵設備、增加粉塵清理及廠區巡檢頻次，以創造安全衛生的工作環境為目標。

✔ 配合穀倉環境，設置小規模太陽能光電設施。

同時，東森在倉儲設施及各事業體的辦公區域落實綠色管理措施，打造環保、節約、節能的綠色永續工作環境，2025 年環境管理成果如下：

區域	行動項目	行動內容
倉儲設施	提升能源使用效率及減少環境衝擊	✱ 汰換 LED 照明、老舊減速機、變頻式空壓機、高效能 IE3 ／ IE4 馬達、高效能變壓器及總路容設備，提升整體設備能效。 ✱ 導入 EMS 能源管理系統，分析與優化用電成效，降低經常契約容量。 ✱ 執行即時備轉輔助服務及功率因數改善措施，降低線路損失並提升輸電效率。 ✱ 持續落實 ISO 50001 與 ISO 14001 管理系統，提升能源效率並降低環境衝擊。 ✱ 持續執行即時備轉輔助服務措施 (間接減少能源備載成本) 。 ✱ 設置小規模太陽能光電再生能源設施。
	粉塵逸散管理	✱ 定期清潔吸（卸）穀機、集塵器、濾布袋、斗昇機及中繼儲料槽等關鍵設備。 ✱ 於磅秤區、卡車出倉區等場域設置定點粉塵偵測儀器，強化環境監控與管理。 ✱ 增設卸穀機集塵系統、更新機械塔集塵設備，並於卡車裝載區增設霧炮機系統，改善粉塵逸散。 ✱ 每年委由專業檢測商辦理兩次作業環境粉塵檢測，以符合法規並維持友善工作環境。
	優化出倉作業流程	✱ 完成卡車辨識系統，降低卡車排班怠速時間，減少廢氣排放。 ✱ 更新卡車區卸料口為上下雙閘門設計，提升裝車穩定性，減少揚塵、磨損、清理頻率與耗能。
	降低用水量	✱ 依循《水資源管理辦法》持續推動用水管理。
	空調節能	✱ 夏季辦公室空調溫度維持 26 度，冬季適度導入外部空氣，減少空調使用。 ✱ 每日 07:00 前及 18:00 後關閉冰水主機系統，降低離峰時段耗電。 ✱ 定期清洗冷氣室內外機、濾網、散熱鰭片，並辦理排水與冷媒檢查，提升冷房效率、降低能耗。
	節約能源	✱ 汰換 LED 燈具、採用省水水龍頭及一級能源效率設備 ✱ 由專人依每日氣候與室外溫度調整冰水主機開關時程，提升用電調度效率。 ✱ 冬季於每日下班前 1 小時關閉冷卻水塔，降低不必要耗能。 ✱ 寵物事業夏季門市空調維持體感 26 度，冬季減少空調區域開啟，降低空調用電。
媒體、寵物事業辦公及營業區域	減少廢棄物與紙張用量	✱ 報表採雙面列印，單面紙張回收作二次使用。 ✱ 辦公室全面停止提供紙杯，並導入線上簽核系統及電子帳單，減少紙張耗用。 ✱ 媒體事業辦公室累積回收各類資源物 525 公斤（含寶特瓶 355 公斤、鋁罐 70 公斤、鐵罐 50 公斤及廢五金 50 公斤），約減少 1.5 公噸二氧化碳排放。 ✱ 台中、高雄設倉 2025 年度可回收垃圾總量達 859.9 公斤。

溫室氣體管理

GRI 305-1、GRI 305-2、GRI 305-3

倉儲事業自 2022 年起導入 ISO 14064-1 標準盤查 2021 年溫室氣體，並暫訂 2021 年為基準年，計畫於 2027 年完成合併報表子公司盤查，重新定義基準年為 2026 年，並據此設定減碳目標、策略與行動計畫，每年將持續定期盤查與查證，並逐步接軌 GHG Protocol 盤查標準及完善範疇三之盤查，建立完整且透明的排放資料管理機制。

事業體	排放種類	2023 年 (單位：公噸 CO ₂ e)	2024 年 (單位：公噸 CO ₂ e)	2025 年 (單位：公噸 CO ₂ e)
倉儲事業	範疇一	109.81	113.62	97.63
	範疇二	10,582.49	11,294.49	9,734.72
	範疇三	2,120.60	2,270.73	2,308.03
	溫室氣體排放總量	12,812.90	13,678.85	12,140.38
媒體事業	範疇一	429.10	104.80	77.34
	範疇二	722.00	672.08	528.44
	範疇三	6,924.45	189.52	174.74
	溫室氣體排放總量	8,075.55	966.41	780.52
寵物事業	範疇一	365.54	419.82	365.91
	範疇二	5,707.20	5,153.68	4,299.79
	範疇三	1,836.85	1,660.93	1,544.99
	溫室氣體排放總量	7,909.58	7,234.43	6,210.68
集團溫室氣體排放總量		28,798.03	21,879.69	19,131.58
集團溫室氣體排放密集度 (公噸 CO ₂ e/ 百萬元)		4.93	3.81	3.50

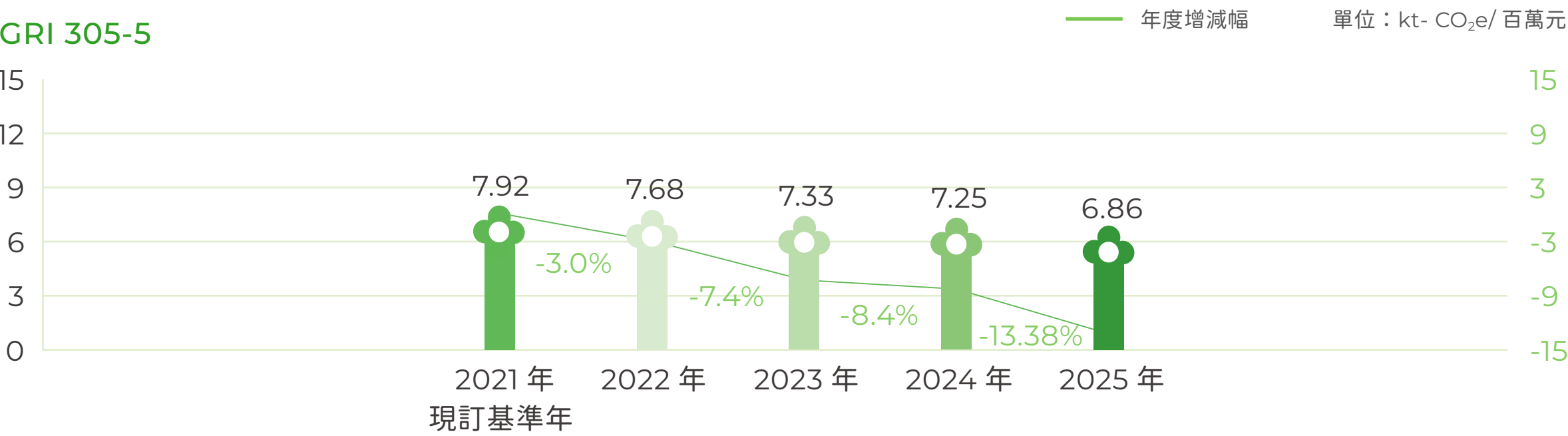
註

- 倉儲事業：溫室氣體盤查基準年為 2021 年，盤查邊界涵蓋臺北辦公室、臺中營運處、高雄營運處。
- 寵物事業：溫室氣體盤查基準年為 2022 年，盤查邊界涵蓋中和辦公室及東森寵物雲 108 家 (不含慈愛生計門市) 。修正 2023 年度永續報告書溫室氣體數據，因調整使用之係數，並經第三方單位查證後確認。（GRI 2-4）
- 新媒體事業：溫室氣體盤查基準年 2022 年，盤查邊界涵蓋臺北辦公室。前一年度數據因外部查證程序尚未完成，係以推估數據進行揭露；本年度依最終查證結果更新 2024 年度溫室氣體排放數據進行資訊重編。2024 年度因新媒體事業據點整併、租賃空間調整及員工人數變動以及公司節約能源政策實施成效之下，使能源使用量及相關排放量下降。
- 電力排放係數採用能源局公告之係數，2024 年係數為 0.474 (kgCO₂e/kWh) ；2025 年係數為 0.467 (kgCO₂e/kWh) 。

倉儲事業臺中、高雄穀倉之電力消耗與當年度進口量成正相關，2025 年營運量較 2024 年減少 48.6 萬噸，降幅 7.3%，無論營運量增或減，每年編列預算，計劃性汰換老舊耗能設備，以降低用電量、提升能源效益。自 2022 年，臺中、高雄穀倉之範疇二溫室氣體排放密集度年減幅均逾 3%，逐步落實低碳轉型。

✿ 臺中、高雄穀倉範疇二溫室氣體排放密集度

GRI 305-5



環境與能源管理

溫室氣體減量與能源管理之揭露，考量各事業體營運特性不同，現階段倉儲事業及寵物事業之能源使用情境與節能改善以具體做法推進；媒體事業則以辦公場域能源管理為主，持續推動日常節能管理、設備使用效率提升及用電行為優化，逐步強化內部資料蒐集與管理基礎。

倉儲事業

- ✿ 導入 ISO 50001 能源管理系統，列管作業現場耗電量大的機械設備（馬達、空壓機、散熱風扇）並建立能源基線，識別能源績效參數（EnPIs），推動節電措施，促使電力間接排放量下降。
- ✿ 節能設備汰換共計新臺幣 2,315.5 萬元，年節省 268,486.41 度電、年減少 125,383.153 公斤 CO₂ 排放，能源密集度 (度數 / 百萬營收) 較目前定義基準年減少 66%。

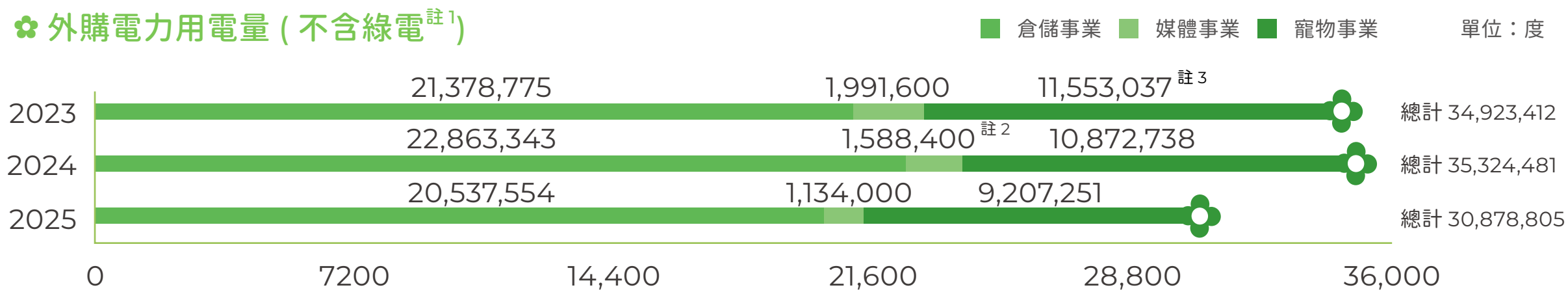
寵物事業

- ✿ 燈具及空調汰換共新臺幣 2,051,293 元。
- ✿ 2025 年完成 70% 門市汰換為節能燈具，於 2026 年將完成 90% 門市照明設備汰換。
- ✿ 汰換為一級能效空調，2025 年更換 127 台。
- ✿ 採用新款無毒購物袋 (二號 HDPE 材質) 。

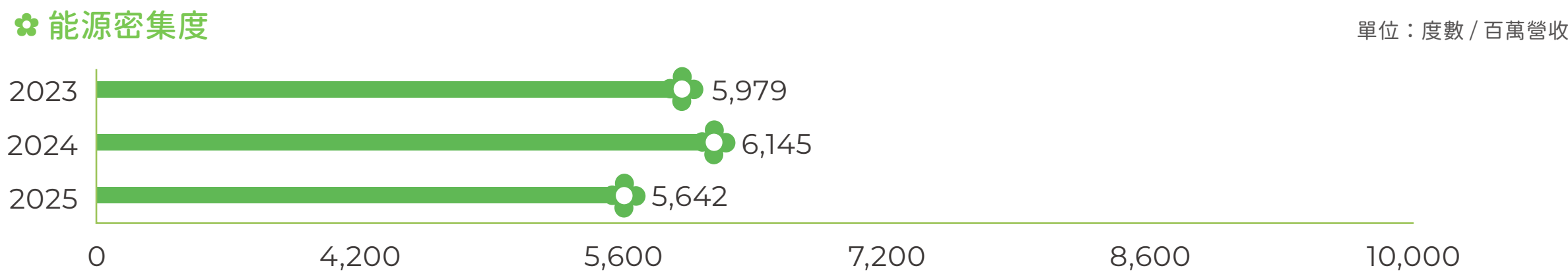
各事業體能源耗用量統計：

GRI 302-1、GRI 302-3

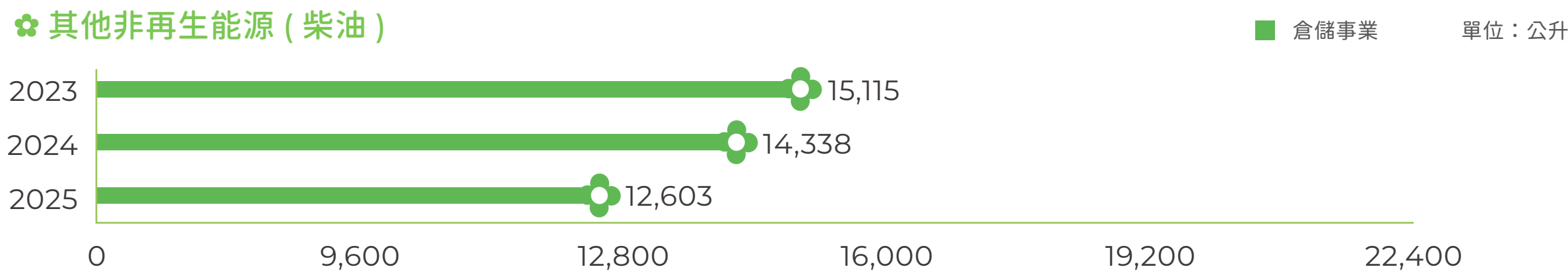
✿ 外購電力用電量 (不含綠電^{註1)}



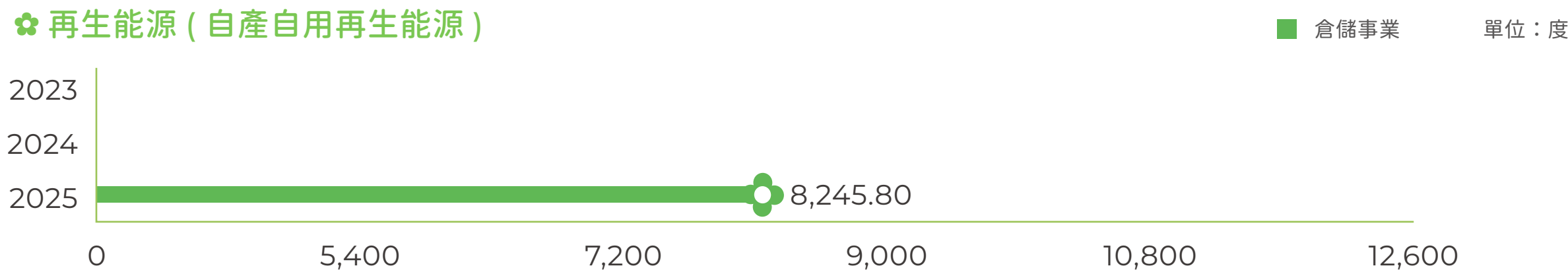
✿ 能源密集度



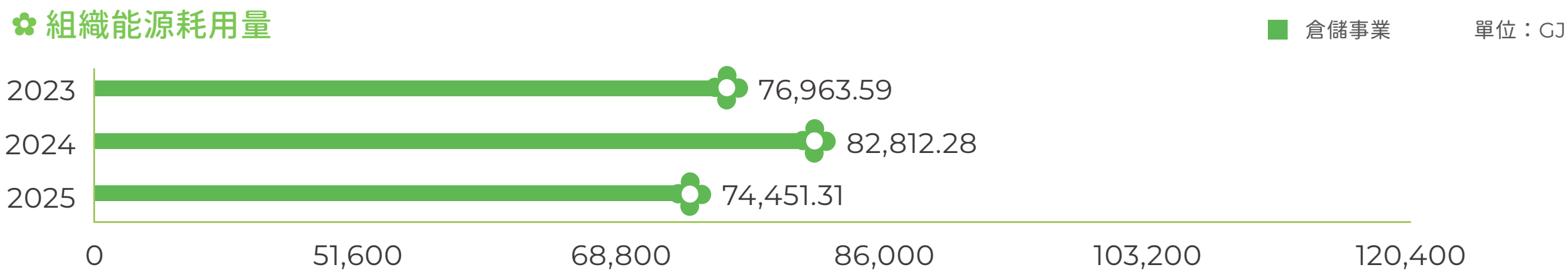
✿ 其他非再生能源 (柴油)



✿ 再生能源 (自產自用再生能源)



✿ 組織能源耗用量



註

1. 2023 年至 2025 年皆無外購綠電等再生能源。

2. 媒體事業於 2024 年提升空間使用效率，關閉部分辦公空間，達到用電度數大幅下降成果。

3. 2023 年寵物事業外購電力用電量依照經第三方查證 2023 年度溫室氣體盤查範疇二數據進行資訊重編。總外購電力用電量及組織能源耗用量依寵物事業更新數據調整。(GRI 2-4)

4. 用電量統計捨去小數點後數字。

✿ 倉儲事業其他能源管理專案推動概況

穀倉設置小型太陽能光電系統實驗場域專案

專案內容

高雄 72 號穀倉辦公大樓設置總計 10.2kW 太陽能光電板 (包含兩種不同材質之平面 8.1kW 與立面 2.1kW)，以降低辦公大樓外購用電及驗證不同型式太陽能板發電效益。

專案啟始時間

2025 年 10 月 30 日完工

投入金額

新臺幣 52 萬元

節能量 (度)

2025 年 4 月至 12 月總計發電量 8245.8 度 (kWh)

減碳量 (公噸 CO₂e / 年)

3.909

註：

1. 以上能源管理專案減碳量計算使用 2026 年經濟部能源局公告之 2025 年電力排放係數 0.467 (kg CO₂e/kWh)。

同時，倉儲事業透過各類宣傳、教育訓練與實體課程，向同仁傳達環境議題的重要性。2025 年倉儲事業共辦理 8 堂環境議題相關教育訓練與研討會，對象包含新進員工、臺中與高雄處同仁與服務合約駐廠人員。累計參與總人數達 190 人，參與總時數達 716 小時。

課程主題		受訓 / 參與員工類別	受訓 / 參與總人數	受訓 / 參與總時數
1	新高壓設備使用操作安全教育訓練	臺中處同仁	19	57
2	智慧電表圖形介面軟體概要	臺中處同仁	26	78
3	能源管理人員訓練班	臺中處同仁	1	18
4	新卸穀機 (UL101) 電氣控制操作教育訓練	臺中處同仁	19	133
5	氣候韌性應變 - 台中處海嘯避難 SOP 永續守護防災訓練	臺中處同仁	48	144
6	ISO50001 內部稽核訓練	高雄處同仁	11	33
7	ISO14001、ISO45001 內部稽核訓練	高雄處同仁	11	33
8	自衛消防編組暨地震與海嘯防災應變教育訓練	高雄處同仁	55	220
總計			190	716

水資源管理

因氣候變化，不可預測的缺水和暴雨越來越頻繁發生，我們持續推進水資源及廢水管理等多項節水措施，確保有效運用水資源。

事業	水資源管理作為	水資源管理目標	執行成效
 倉儲事業	* 水源系統維護管理：定期查檢維護，記錄每月用水度數，監控用水趨勢，預防滲漏，及早發現異常。 * 推動節水宣導：設計張貼視覺化節水標語、貼紙及海報，強化同仁節水認知與行動。 * 導入節水設備與優化設施管理：辦公區域全面採用省水標章設備；關閉廠區自動灑水系統，減少非必要用水。	* 持續追蹤與降低用水量。 * 採用節水標章產品。 * 設定灑水系統啟用條件與時段，避免浪費。	* 2025 年倉儲事業部臺中、高雄四座穀倉總用水量較 2024 年減少約 4%。主要原因係卡車出倉口用於維護環境衛生之灑水設施用水量較前一年少所致。
 寵物事業	* 設有冷卻水塔之門市，於氣溫較低或氣候涼爽時段，評估實際營運需求，提前一小時關閉冷卻水塔，以利節能降耗。 * 宣導並要求門市進行節水。	* 較前一年度減少用水量。	* 寵物事業 2025 年較 2024 年減少 17.87% 之用水量。
 媒體事業	* 採取主動巡檢與數據追蹤，定期核對水費單與現場流量。 * 針對破損節點實施源頭開關控管與節流，以「非工程型」的手動調度替代高成本維修，從源頭降低溢流損耗。	* 持續追蹤及降低用水量。 * 大樓戶外埋設管線因地震造成破損滲漏，考量 2026 年既定之搬遷計畫，在不宜投入高額成本進行修繕的前提下，在有限資源內有效避免水資源浪費。	* 透過日常巡檢與即時處置，有效穩定搬遷過渡期用水成本，減少因破損管線產生的資源浪費。 * 零維護經費投入，且達成資源保全與營運成本控管目標。

廢水管理

事業	廢水管理政策 計畫與目標	污水排放量	污水回收量及廢水回收率	污水減量措施
 寵物事業	部分門市提供寵物美容服務，產生之污水屬一般生活污水，並納入整體營運管理，依所在地法規規範辦理。	寵物美容用水量占整體用水比例低，並依規定納入公共污水下水道系統處理。相關污水排放已包含於門市整體用水量中，未單獨統計污水排放量。	目前未針對寵物美容相關污水進行回收或再利用。	透過作業流程管理，降低寵物美容服務用水量及污水產生。
 媒體事業	以「環境衛生保全」與「合規穩定排放」為核心政策。針對傳統化糞池系統，建立預防性維護計畫，目標於 2026 年搬遷前，確保設施運行穩定，達成「零溢流、零異味、零投訴」之管理目標。	本年度推估污水排放量為 8,054 公噸。依據年度實際用水量 9,475 度，參考環境部建議之民生廢水排放轉換係數 85% 推估計算。	所在建物採傳統化糞池與排水設計，目前尚未設置回收系統，故本年度實際污水回收量及回收率皆為 0。	* 源頭監控：每日觀察與水單數據追蹤，精準控管地震災後之管線滲漏，減少非必要自來水進入污水系統，有效減輕化糞池處理負荷。 * 維護管理：落實定期抽肥與消毒，維持化糞池生物分解效率。 * 節水巡檢：針對廁所與茶水間進行定期巡修，降低因設備漏水產生的廢水排量。

註
1. 倉儲事業核心業務不涉及生產製程，亦無工業用水及製程廢水排放，故不適用廢污水水質監測等相關指標。本公司用水主要為員工民生用水，並依港區環境管理規範及環保法令妥善管理，以「水資源投入（民生用水量）」作為核心揭露指標，呈現本公司在民生節水與水資源管理上的基礎績效。

水資源壓力評估

本公司參考世界資源研究所 (World Resources Institute, WRI) 繪製之 Aqueduct 渡槽水風險地圖集，瞭解全球營運據點之水緊缺程度指標（Water Stress）。以基準水壓力（Baseline Water Stress）數值超過 40%（即「高」及「極高」等級）之區域，定義為水資源壓力敏感區域，並列為年度水管理與風險因應追蹤核心。

倉儲事業

臺中港穀倉：取水來源為大甲溪與大安溪水源系統（由鯉魚潭及德基水庫調節）。經比對 WRI Aqueduct 資料庫，所在區域屬「低至中度」水資源壓力地區（水資源壓力約 10~20%）。

高雄港穀倉：取水來源為高屏溪攔河堰及地下水補助系統。經比對 WRI Aqueduct 資料庫，所在區域屬「低至中度」水資源壓力地區（水資源壓力約 10~20%）。

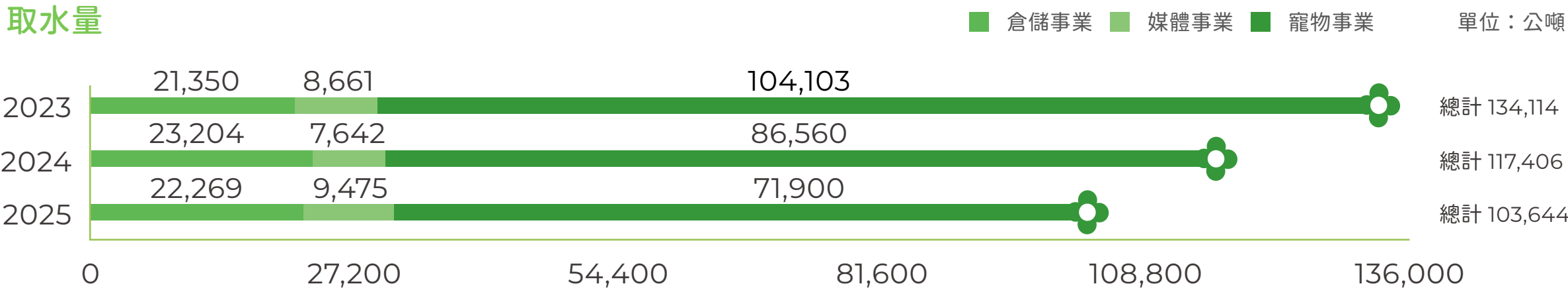
根據評估，倉儲事業目前主要營運據點均未處於極高風險區域，將持續監控氣候變遷下之缺水風險，並優化穀倉設備降塵灑水效率，落實水資源永續管理。

寵物及媒體事業

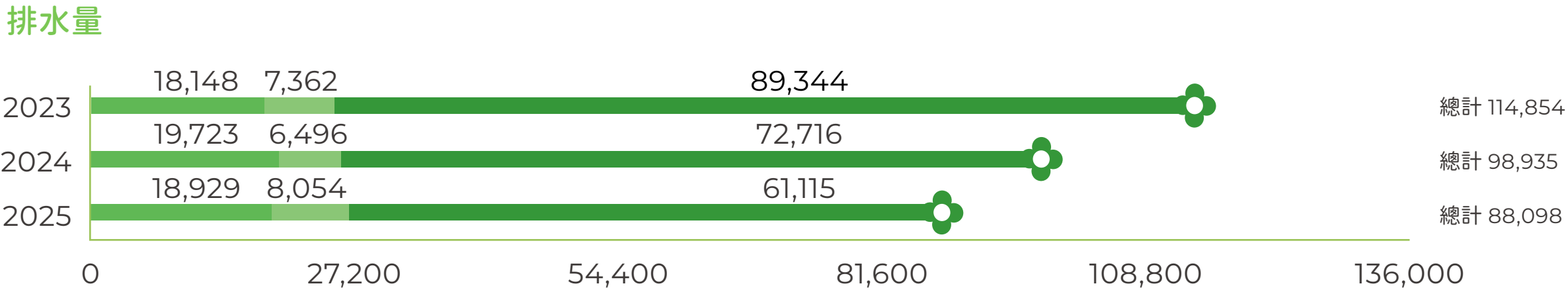
經比對 WRI 資料庫，兩事業主要位於低至中度水資源壓力區（約 10% ～ 20%）。用水以自來水為主，無直接取用地下水或地表水，整體水資源風險屬相對可控，並持續關注相關變化。

東森集團各事業體水資源用量

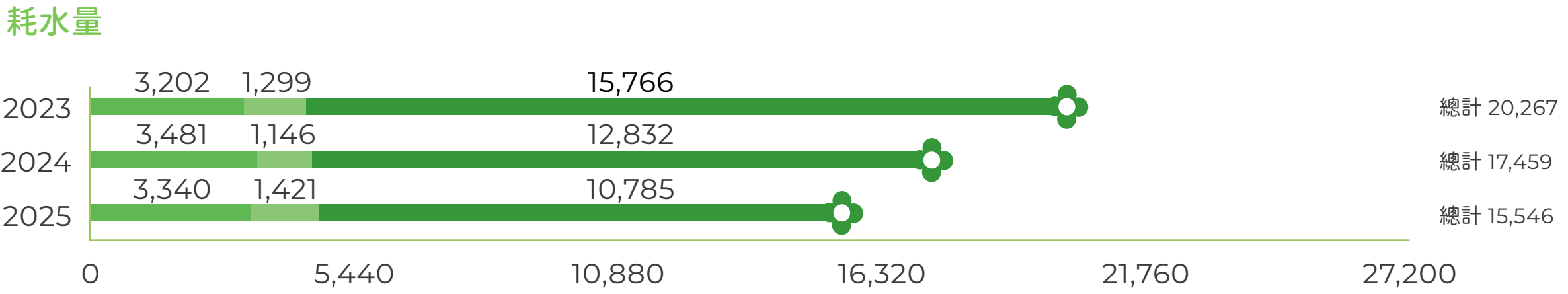
取水量



排水量



耗水量



註

1. 2025 年度倉儲、媒體、寵物事業取水量僅包含第三方水取用 (如：自來水、水車叫水、購買水等)，不含地表水 (冷凝水、回收水、雨水使用量)、地下水、海水，及產出水。

2. 2025 年度倉儲、媒體、寵物事業排水量僅包含第三方水排放至下水道，不含地表水 (冷凝水、回收水、雨水使用量)、地下水，及海水。

3. 倉儲事業、寵物事業門市排水量以取水量之 85% 推估。

廢棄物管理

東森集團遵循「廢棄物管理辦法」，落實各事業體之廢棄物管理倉儲事業持續分類控管，依廢棄物種類再利用或尋求合適處理業者，確保資源妥善處置；媒體事業則落實資源回收工作，強化廢棄電池及資源回收；寵物事業透過電子簽核系統及數位化管理（如 APP 與雲端作業系統），減少紙本文件使用，減少一般事業廢棄物，朝向無紙化目標邁進。同時，持續落實日常營運減廢措施，有效降低營運過程中的廢棄物產生。

廢棄物管理作為

- * 日常廢棄物量紀錄與分析
專人每日統計廢棄物總量，並建立資料檔案，以利後續追蹤分析及檢討。
- * 資源回收分類管理
依金屬、塑膠、紙類與玻璃四大類進行資源回收物分類，集中放置指定回收區，強化回收效率與分類正確性。
- * 定期回收作業
由簽約清潔公司每週定期（每週六次）收取資源回收物，確保流程順暢符合環保法規。
- * 推動垃圾分類教育與落實
持續宣導並嚴格執行垃圾分類，提升員工環保意識，達成一般垃圾減量目標。

廢棄物管理目標

- * 落實一般廢棄物分類管理。
- * 年度「單位廢棄物產生量」較前一年減少 1%。
- * 推動源頭減量與分類宣導。
- * 事業廢棄物依規定回收、處理及再利用，持續維持 100% 回收率。

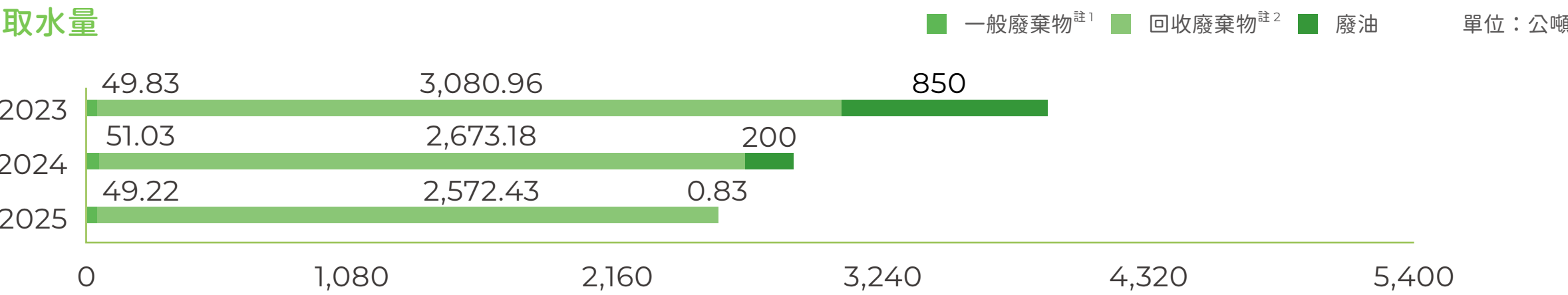
執行成效

- 廢棄物分類及減量達成率：
- * 一般廢棄物：廢棄物減量目標以發生量較前一年之單位廢棄物發生量降 1% 為目標，2025 年不可回收之一般廢棄物相較前一年減少 3.5%。
 - * 事業廢棄物：包含廢鐵、廢油等，維持每年 100% 回收再利用，2025 年目標達成率 100%。
 - * 2025 年可回收廢棄物總計 2,573.26 公噸，相較前一年減量 3.8%。

✿ 倉儲事業廢棄物處理流程



✿ 倉儲事業廢棄物數量統計



註

1. 本公司一般廢棄物處理方式包含直接處置，即不再利用及處置移轉之再生利用，不含處置移轉中之再使用準備、其他回收作業；本公司 2025 年度未產生有害廢棄物。

2. 回收廢棄物包含廢紙、寶特瓶罐、電池、鐵鋁罐、穀物地腳品等。

邁向綠色智慧建築：東森林口 A9 總部大樓

東森集團持續推進林口 A9 總部大樓建設計畫，作為未來集團全球營運總部的重要據點。整體設計結合環境永續、節能效率與以人為本理念，延續東森對永續經營與智慧辦公環境的長期規劃。現階段已完成綠建築相關查核程序，後續將持續朝「鑽石級綠建築」及國際級綠建築、健康建築與智慧建築等多元認證方向精進。



林口 A9 總部大樓模擬圖