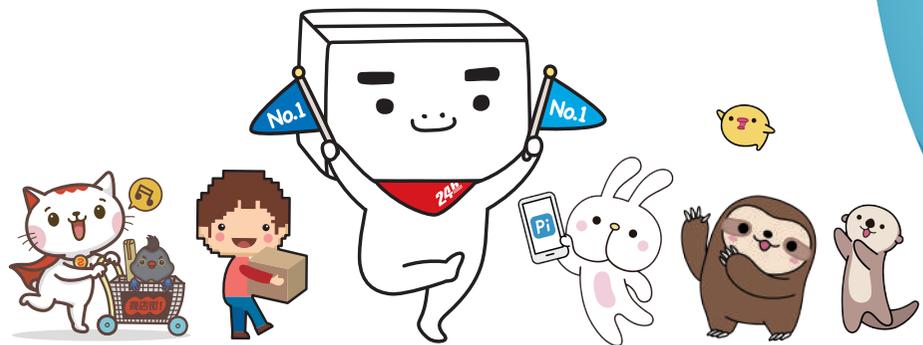
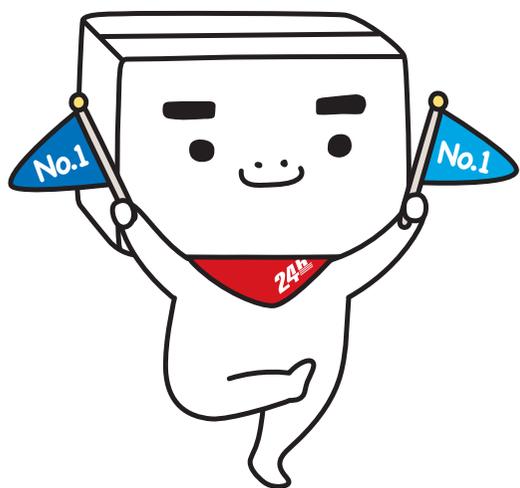


2021 永續報告書

Sustainability
Report



開箱本報告書	2
經營者聲明	3
榮耀與肯定	4
永續的行動夥伴	5



Ch.1 治理的誠心夥伴

1.1 PChome營運概況	15
1.2 誠信治理經營	17
1.3 穩健風險管理	21
1.4 商業夥伴協力	25

Ch.2 購物的創新夥伴

2.1 優質商品選購	28
2.2 安心消費體驗	37
2.3 可靠資安防護	41

Ch.3 環境的綠色夥伴

3.1 綠色購物計畫	47
3.2 氣候永續行動	57
3.3 綠色營運管理	61

Ch.4 職場的可靠夥伴

4.1 專業團隊構築	64
4.2 優渥薪酬福利	65
4.3 人才招募培育	70
4.4 健康友善職場	73

Ch.5 社會的暖心夥伴

5.1 擁抱社會公益	83
------------	----

附錄

GRI Standards 永續性報告準則揭露項目對照表	89
SASB 永續會計準則委員會指標對照表	91
第三方查證意見聲明書	92

開箱本報告書

歡迎閱讀網路家庭國際資訊股份有限公司（以下簡稱「PChome 網路家庭」或「PChome」）永續報告書（Sustainability Report）。本報告書同時發行中文、英文版本，可至 PChome 官方網站的永續專區下載。本報告書乃自願編製，呈現 PChome 於 2021 年實踐企業永續的績效與努力。未來 PChome 將每年定期出版永續報告書，以供利害關係人參詳。

編製依據

發布單位	依循項目
全球永續性報告協會(The Global Reporting Initiative, GRI)	GRI準則：核心選項
永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standards Board,SASB)	永續會計準則(Sustainability Accounting Standards)之電子商務(E-Commerce)準則
財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心	上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法
聯合國	永續發展目標(Sustainable Development Goals,SDGs)

內部稽核

本報告書之資訊及數據係經三階段內部審查後方可揭露：

- 第一階段：由各部門負責人提供資料並經部門主管審核；
- 第二階段：由 PChome 公共關係部與外部顧問協力彙整資訊，統籌完成永續報告書，並經各部門確認內容；
- 最後階段：由執行長進行核定以公開揭露。

外部認證

項目	獨立第三方報告	認證/確信機構
永續數據	中華民國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」之會計師有限確信報告	勤業眾信聯合會計師事務所 (Deloitte & Touche)
財務數據	會計師查核報告	安侯建業聯合會計師事務所 (KPMG Taiwan)

報告書期間與範疇

本報告書揭露 PChome 網路家庭於 2021 年（2021 年 01 月 01 日至 2021 年 12 月 31 日）之永續績效及表現，內容涵蓋 PChome 網路家庭在台灣地區主要營運據點之經濟、環境與社會相關資訊，部分章節將子公司網家速配股份有限公司（簡稱「網家速配」）納入範疇，涵蓋主題包含電子商務、倉儲貨運等事業。然部分數據受限於資料統計完整度，將於報告書中註明其揭露範疇。

發行概況

- 首次出版日期：2021 年 7 月
- 上一版本出版日期：2021 年 7 月
- 現行版本出版日期：2022 年 7 月
- 下一版本出版日期：2023 年 7 月

聯絡方式

如果有任何指教或建議，歡迎您提供寶貴意見或直接聯繫：

單位：公共關係部

地址：106 台北市大安區敦化南路二段 105 號 12 樓

電話：(02)2700-0898

Email：stakeholder@staff.pchome.com



PChome 永續專區

● 開箱本報告書

● 經營者聲明

● 榮耀與肯定

● 永續的行動夥伴

● Ch1 治理的誠心夥伴

● Ch2 購物的創新夥伴

● Ch3 環境的綠色夥伴

● Ch4 職場的可靠夥伴

● Ch5 社會的暖心夥伴

● 附錄

經營者聲明

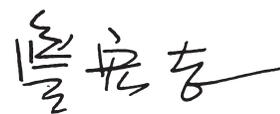
董事長的話

2021 年台灣受惠於後疫情時代的全球景氣復甦，但也遭受本土疫情爆發的嚴重衝擊，過程中台灣社會展現了面對疫情持續奮戰的精神和韌性，如同 PChome 努力不懈在重重挑戰下勇往直前，實踐「堅持創新、創造價值」的企業理念。疫情顛覆消費者既有的消費習慣，也加速線上零售產業的變革與蓬勃發展，因此為兼顧環境永續與社會共贏，我們積極調整營運模式，除了投入資源優化購物體驗與強化綠色購物計畫，更加速推動 AI 自動化智慧物流及短鏈物流系統，以因應瞬息萬變的網路產業。PChome 將秉持滿足每個人家庭日常所需的承諾，在台灣最佳綜合網路服務商的目標道路上穩健前行，成為每個人生活中的可靠夥伴。

PChome 整合集團旗下自有品牌會員帳號和服務，並以 Pi 拍錢包為發展重心，成功將服務拓展至繳費、搭乘大眾運輸、P 幣消費折抵等，打造橫跨實體通路與網路電商之 P 幣生態系。此外，預見消費者對線上購物需求的攀升，我們積極建置衛星倉以確保物流彈性，今年更攜手 Pickupp 物流配送攻佔超短鏈物流，結合「網家速配」與 Pickupp 各自的物流優勢，打造更具彈性、服務更多元的物流體系，強化關鍵「最後一哩」的配送。而預計於 2023 年啟用的 A7 智慧物流中心將顯著提升 PChome 的倉儲物流量與效能，進一步發揮 ONE PChome 生態圈綜效。在服務之外，為回應近年消費者對個人隱私重視的提升，我們強化員工資安教育訓練、內外部稽核等具體因應策略，期許以可靠的資安服務提供消費者安心的消費體驗。

展望未來，PChome 肩負台灣最佳綜合網路服務商之標竿地位的使命，將持續為廣大的利害關係人創造永續的價值，引領台灣進入全球新商務時代。

網路家庭國際資訊股份有限公司
董事長



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

榮耀與肯定



2017

- 「2017年亞洲影響力品牌」—網路相關服務優選
- 「2017 DTA Award數位服務創新獎」—貿易便捷化與跨境電子商務 優等獎
- 商業周刊「2016台灣原創品牌獎」



2018

- 資訊月 百大創新產品獎—創新金質獎 (PChome Fastag智慧標籤)



2019

- 第十五屆金炬獎「年度十大績優企業獎」與「優良顧客滿意度獎」
- 2019年環保署 網購包裝減量標章
- 1111人力銀行 電腦／消費性電子類別「2019幸福企業獎」



2020

- 教育部體育署運動企業認證
- 2020年亞太區「PR Awards Asia」促銷活動銅獎
- 第十二屆財團法人公共關係基金會傑出公關獎「品牌傳播獎(私部門類)傑出獎」(PChome八月心禮節)



2021

- 經濟部工業局2021年「台灣智慧財產管理制度」TIPS驗證通過
- 第3屆國家級企業環保獎—銅級獎 ★
- 執行長暨總經理蔡凱文獲頒2021安永企業家獎—奮進突圍企業家獎
- 經濟部—2021 Buying Power—特別獎
- 2021年第14屆TCSA台灣企業永續獎—銀獎 ★
- 第五屆資誠永續影響力獎—企業永續組—銀獎 ★
- 2021年國家品牌玉山獎—傑出企業獎、傑出企業類全國首獎、最佳人氣品牌獎 ★
- 執行長暨總經理蔡凱文獲頒2021年國家品牌玉山獎—傑出企業領導人獎 ★
- 亞洲企業商會—2021年亞太傑出企業獎—企業躍進獎、優異勵志品牌獎 ★
- 執行長暨總經理蔡凱文獲頒亞洲企業商會—2021年亞太傑出企業獎—卓越企業領袖獎 ★
- 第5屆TIPRA華文公關獎—「內容運用公關獎銀獎」



開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

永續的行動夥伴

ONE PChome 永續藍圖

PChome 永續價值鏈

永續推動框架

利害關係人溝通

重大性議題與發展目標

重要之利害關係人：顧客 員工 供應商 股東／投資人 政府組織 媒體 社區／非營利組織

PChome 堅信廣大社群的每一份子都是我們的利害關係人，大家都好，PChome 才會好。PChome 積極響應聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，運用電商平台影響力，除了滿足消費者的需求，亦聯合組織內外力量打造共好社會。

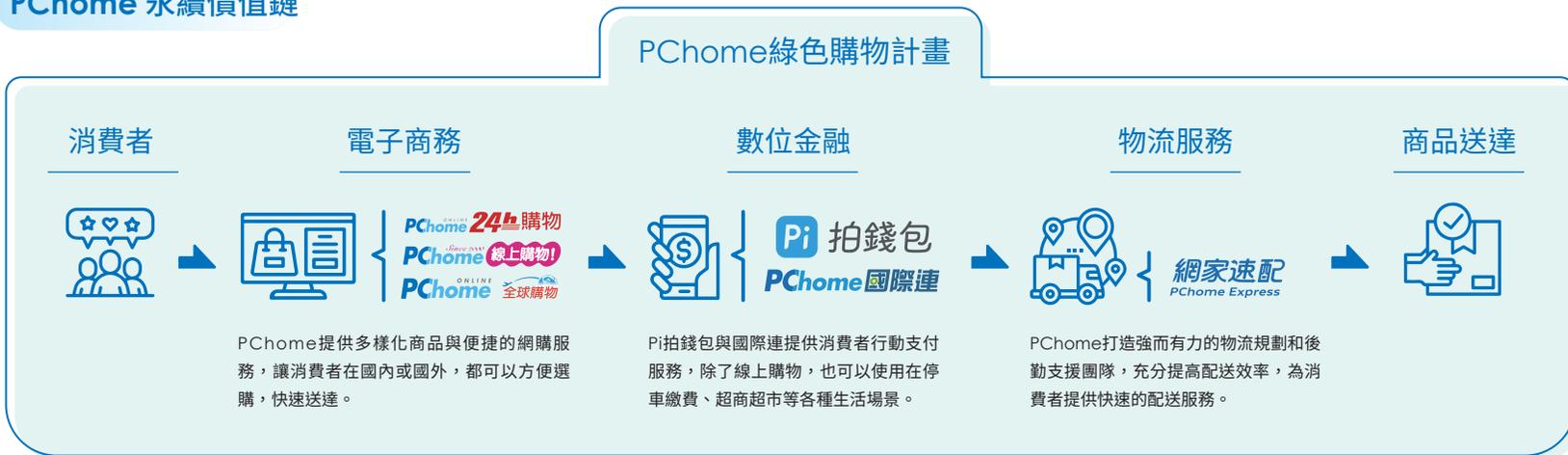
ONE PChome 永續藍圖

PChome 為台灣網路購物領導品牌，積極布局品牌發展、跨界結盟等策略，並串聯線上、線下資源，整合集團跨領域各項服務資源，滿足消費者在日常生活中的各種需求。在企業發展同時，PChome 特別關注社會，實踐企業永續。我們以「堅持創新，創造價值」的核心理念，持續為企業營運、環境保護，以及社會關懷注入新的能量，如推動綠色購物計畫、長期關懷弱勢、重視員工職場環境等，致力實踐企業公民的角色，成為大家每日生活中的可靠夥伴。



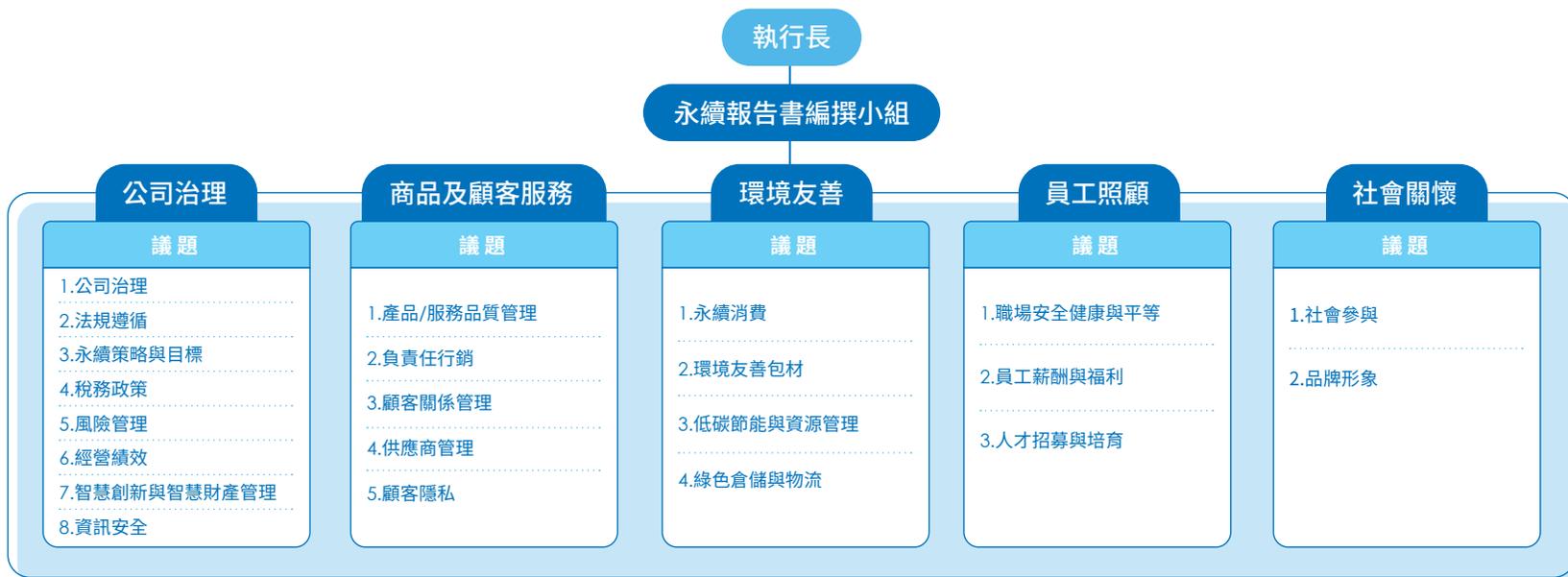
- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- **永續的行動夥伴**
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

PChome 永續價值鏈



永續推動框架

為有效管理組織內永續資訊，並就相關事務規劃進行跨部門溝通，PChome 設有永續報告書編撰小組，針對「公司治理」、「商品及顧客服務」、「環境友善」、「員工照顧」、「社會關懷」五大面向，就各相關議題進行管理方針研擬與利害關係人回應。執行上為利推動各項組織內、外之永續事務，相關議題之決策與權責分工，由執行長授權各部門最高主管依相關議題各自負責。平日將執行狀況及資源需求，不定期向董事長及董事會成員進行報告，以即時掌握進度並提供必要之資源。



開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

● 永續的行動夥伴

● Ch1 治理的誠心夥伴

● Ch2 購物的創新夥伴

● Ch3 環境的綠色夥伴

● Ch4 職場的可靠夥伴

● Ch5 社會的暖心夥伴

● 附錄

利害關係人溝通

無論是影響 PChome 營運或受 PChome 營運所影響，包含組織、團體或個人等，皆屬於 PChome 之利害關係人，您的意見與回饋，我們永遠在乎。為聚焦溝通，我們透過 AA1000 SES-2011 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES) 的五大原則 (依賴性、責任、影響、多元觀點、張力)，鑑別出七大類主要的利害關係人：供應商、政府組織、顧客、員工、股東/投資人、媒體、社區/非營利組織。

利害關係人	對 PChome 的重要性	關注重要議題	溝通機制	溝通頻率	2021 年溝通次數與績效	回應與行動
 供應商	有緊密合作的價值鏈夥伴，才能提供一流的產品與服務	<ul style="list-style-type: none"> 資訊安全 法規遵循 稅務政策 負責任行銷 顧客隱私 	供應商專線/即時通訊	即時	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 永續的行動夥伴 Ch1 治理的誠心夥伴 Ch2 購物的創新夥伴
			供應商申訴信箱	即時	不定期	
			設置供應商公告專區	即時	不定期	
 政府組織	所有產品與服務皆須遵循法規與主管機關監督	<ul style="list-style-type: none"> 法規遵循 資訊安全 稅務政策 供應商管理 永續消費 負責任行銷 低碳節能與資源管理 	參與政策研討會、座談會或公聽會	不定期	參與 10 場政策座談會	<ul style="list-style-type: none"> 永續的行動夥伴 Ch1 治理的誠心夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch3 環境的綠色夥伴
			拜會或邀訪主管機關 建立直接交流機會	不定期	拜會 8 個政府機關	
			公文往來、實體拜訪	不定期	公文來往、實體拜訪 40 回	
			電子郵件、電話溝通	即時	電話溝通與電子郵件 100 回	
			於官網利害關係人專區設置 政府單位聯絡人與信箱	不定期	不定期	
 顧客	企業能夠永續，源於客戶的信任。建立持續而良善的互動，企業才能茁壯	<ul style="list-style-type: none"> 顧客隱私 資訊安全 顧客關係管理 產品/服務品質管理 環境友善包材 	客服專線	即時	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 永續的行動夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch3 環境的綠色夥伴
			客戶留言	即時	不定期	
			客服公告	即時	不定期	
			社群媒體訊息回應	即時	不定期	
			舉辦行銷活動	每月進行	每月 1 個以上	
實體活動	每年約 3 次	辦理 1 場				
 員工	員工是公司最重要資產，是創造成長的根本基礎	<ul style="list-style-type: none"> 顧客隱私 資訊安全 員工薪酬與福利 顧客關係管理 負責任行銷 	勞資會議	每季 1 次	4 次	<ul style="list-style-type: none"> 永續的行動夥伴 Ch1 治理的誠心夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch4 職場的可靠夥伴
			績效考核制度說明會	每年 1 次	1 次	
			技術部門座談會	每年 1 次	2 次	
			顧客服務部座談會	每年 1 次	2 次	
			管理會議	不定期	不定期	
員工信箱	即時	即時				

開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄



利害關係人聯繫專區

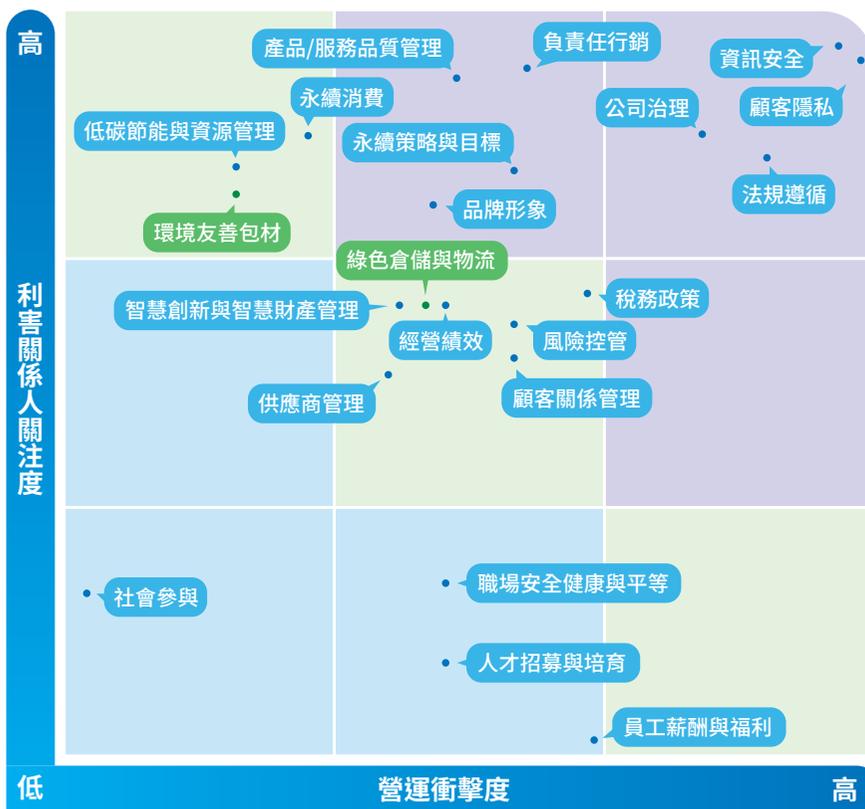
- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- **永續的行動夥伴**
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

利害關係人	對 PChome 的重要性	關注重要議題	溝通機制	溝通頻率	2021 年溝通次數與績效	回應與行動
 股東／投資人	股東及投資人之長期支持，是 PChome 穩健成長的重要力量	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司治理 ● 經營績效 ● 永續策略與目標 ● 智慧創新與智慧財產管理 ● 風險控管 	法人會議	不定期	150 場以上	<ul style="list-style-type: none"> ● 永續的行動夥伴 ● Ch1 治理的誠心夥伴 ● Ch2 購物的創新夥伴 ● Ch3 環境的綠色夥伴
			中英文法人說明會	季度	9 場	
			官網投資人專區及股東聯繫窗口	即時	不定期	
			重大訊息公布	不定期	93 則	
 媒體	媒體係傳遞品牌形象的重要管道	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司治理 ● 經營績效 ● 顧客隱私 ● 智慧創新與智慧財產管理 ● 永續消費 ● 環境友善包材 ● 產品/服務品質管理 ● 品牌形象 ● 永續策略與目標 	媒體關係維護/聯繫	不定期	每日進行	<ul style="list-style-type: none"> ● 永續的行動夥伴 ● Ch1 治理的誠心夥伴 ● Ch2 購物的創新夥伴 ● Ch3 環境的綠色夥伴 ● Ch5 社會的暖心夥伴
			新聞訊息發佈	不定期	發布約 173 則	
			媒體需求回應	不定期	逾 200 次	
			記者會(實體及線上)	不定期	5 場	
			媒體訪問(專訪及團訪)	不定期	10 場	
 社區/非營利組織	在地社區民眾的福祉係企業永續影響力的重要指標	<ul style="list-style-type: none"> ● 負責任行銷 ● 品牌形象 ● 永續消費 ● 低碳節能與資源管理 ● 社會參與 	舉辦行銷公益活動	2021 年 8 月後每月進行	5 次	<ul style="list-style-type: none"> ● 永續的行動夥伴 ● Ch2 購物的創新夥伴 ● Ch3 環境的綠色夥伴 ● Ch5 社會的暖心夥伴
			辦理實體活動	每年約 3 次	辦理 1 場	

重大新聞事件說明		
新聞事件說明	回應與處理方式	後續改善措施
(1) 因疫情升溫提升消費者網路購物需求，各家網購通路訂單湧進 PChome 24h 購物，造成商品運送延遲	<ul style="list-style-type: none"> ● 強化媒體溝通，指出訂單繁盛期不適用 24 小時到貨規則及「各庫不跨區支援」 ● 成立「PChome 便利店」，因應各倉庫疫情下不能即時調撥人力和庫存空間的狀況 ● 利用 AI 程式篩選重要大量出貨產品，調度至具有剩餘動能的倉庫 ● 部分選品集中，加速部分商品的出貨速度，包括日用品、3C、生活文具類產品 	建立倉庫自動化系統，將大幅縮短出貨人力及時間成本，並集結過往累積消費數據，事先備貨熱銷品類，以提前調度合作物流夥伴支援配送量能
(2) 2021 年 11 月 10 日，PChome 24h 購物晚間 9 點至 10 點的 LINE 購物 8% 回饋，因消費者反應超乎預期湧入龐大訂單，系統接單不順，在結帳時無法順利完成	<ul style="list-style-type: none"> ● 回饋消費者熱烈支持，即時延長加碼從當晚 22:00 至 23:59 ● 蒐集所有相關露出報導，並由公關向所有有新新聞露出的媒體進行澄清 ● 建立列表並持續追蹤媒體後續更新及報導 ● 於隔日發稿中澄清事件原由並祭出加碼優惠 	優化後台處理系統及持續測試網站承載之最大量，確保未來活動期間，順利消化瞬間湧入的大量訂單與進站流量

重大性議題與發展目標

為進一步了解利害關係人所關心的永續議題，並關注各議題對於利害關係人的影響程度，本報告書參考永續性報告準則（GRI Standards）建立重大性分析流程：



PChome 2021年度重大議題

- | | |
|---------|-------------|
| 1 顧客隱私 | 6 永續策略與目標 |
| 2 資訊安全 | 7 產品/服務品質管理 |
| 3 法規遵循 | 8 品牌形象 |
| 4 公司治理 | 9 綠色倉儲與物流 |
| 5 負責任行銷 | 10 環境友善包材 |

註：綠色倉儲與物流、環境友善包材為重大營運方針，並且為國際電子商務趨勢，故額外納為重大議題

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- **永續的行動夥伴**
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

重大性主題衝擊邊界

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- **永續的行動夥伴**
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

重大主題	衝擊邊界及涉入程度							
	內部		外部					
	PChome	員工	顧客	政府組織	供應商	股東 / 投資人	媒體	社區 / 非營利組織
1 顧客隱私	●		▲					
2 資訊安全	●		▲	●	▲			
3 法規遵循	●	●		●	▲	●		
4 公司治理	●	●		●		●		
5 負責任行銷	●		▲		▲			
6 永續策略與目標	●	●	▲	○	▲	●	○	○
7 產品 / 服務品質管理	●		▲		▲			
8 品牌形象	●		▲		▲	●	○	○
9 綠色倉儲與物流	●		▲	●	▲			
10 環境友善包材	●		▲	○	▲			

註：● PChome 直接造成此衝擊；○ PChome 與其他單位共同促成相關衝擊；▲ PChome 透過商業關係與此衝擊有直接關聯

PChome 2021 重大議題	對 PChome 之意義	對應 GRI 準則主題	管理方針	對應章節
1 顧客隱私	妥善處理顧客資訊才能建立顧客信賴，顧客信賴是我們業績成長的基礎	GRI 418：客戶隱私	<ul style="list-style-type: none"> 落實法規遵循與管理機制 定期辦理相關教育訓練，掌握隱私保護趨勢與新知 定期檢視、稽核相關規範有效性與流程可靠性 	● 2.3 可靠資安防護
2 資訊安全	作為大型網購電商平台，資訊處理能力係商業模式之核心，我們投注大量心力與資源建立穩定與可靠的系統環境	自訂重大主題－資訊安全 GRI 418：客戶隱私	<ul style="list-style-type: none"> 每季辦理資訊安全大會、安排外部資安教育訓練 透過資安演練與稽核提高系統可靠度 	● 2.3 可靠資安防護
3 法規遵循	誠信治理係營運的根本，PChome 經營層以最高標準自我約束，並要求所有員工需確實遵循相關法令	GRI 102：一般揭露 GRI 205：反貪腐 GRI 307：有關環境保護的法規遵循 GRI 417：行銷與標示 GRI 419：社會經濟法規遵循	<ul style="list-style-type: none"> 落實誠信經營與商業道德相關規範遵循 持續推動教育訓練，將誠信治理承諾體現於日常營運流程 	● 1.3 穩健風險管理

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- **永續的行動夥伴**
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

PChome 2021 重大議題	對 PChome 之意義	對應 GRI 準則主題	管理方針	對應章節
4 公司治理	董事會與管理階層透過良好的公司治理，為全體股東爭取最大利益，並善用企業資源、提升營運效率，創造企業競爭力，提升社會福祉	GRI 205：反貪腐	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年進行董事會與功能性委員會績效評估 ● 持續精進公司治理，提升公司治理評鑑結果 	● 1.2 誠信治理經營
5 負責任行銷	我們堅持帶給顧客有品質的商品與服務，顧客的滿意係重大營運目標	GRI 417：行銷與標示	<ul style="list-style-type: none"> ● 落實商品標示規範，提供完整售後服務與保障，清楚標示商品來源及產地 ● 依循商品審核機制及品質規範，自我稽查商品並進行商品檢驗 	● 1.3 穩健風險管理
6 永續策略與目標	持續落實永續策略與相關營運目標，係企業擴大影響力之關鍵	自訂重大主題－永續策略與目標	<ul style="list-style-type: none"> ● 參與企業永續相關評比，對標業界水準提升永續績效 ● 推動各類永續專案，深化社會參與與議題影響力 	<ul style="list-style-type: none"> ● ONE PChome 永續藍圖 ● 重大性議題與發展目標
7 產品 / 服務品質管理	PChome 持續優化選品策略與網購服務，提供消費者優質產品與最佳網購體驗	GRI 416：顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> ● 持續為消費者把關產品品質，建立商品審核與品管制度 ● 建立 ONE PChome 生態圈，串聯電子商務、金融科技、線上旅遊、跨境電商等服務 	● 1.3 穩健風險管理
8 品牌形象	建立良好品牌形象，並順應永續浪潮，提升品牌永續力，成為消費者心中的網購平台首選	自訂重大主題－品牌形象	<ul style="list-style-type: none"> ● 透過各大社群網站增加與消費者的互動，傳遞創新與便捷的服務形象 ● 持續推動與深化綠色購物計畫，打造 PChome 的綠色形象 	<ul style="list-style-type: none"> ● ONE PChome 永續藍圖 ● 2.1 優質商品選購 ● 3.1 綠色購物計畫
9 綠色倉儲與物流	因應氣候變遷衝擊，PChome 致力於降低營運所造成的環境衝擊，讓下一代有美好的未來	自訂主題－綠色倉儲與物流 GRI 302 能源 GRI 305 排放	<ul style="list-style-type: none"> ● 規劃導入電動機車等低碳運輸載具 ● 倉庫全面換裝 LED 節能照明 ● 規劃導入大數據科技進行配送流程路途最適化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 3.1 綠色購物計畫 ● 3.3 綠色營運管理
10 環境友善包材	守護地球，人人有責。PChome 肩負網購電商的企業社會責任，減少消費流程中的資源浪費是我們的使命	自訂主題－環境友善包材 GRI 301 物料	<ul style="list-style-type: none"> ● 導入環保紙箱與專利易撕膠帶，落實包裝回收政策 ● 提供多款紙箱、導入包裝規格最適化機制 	● 3.1 綠色購物計畫

重大議題變動說明

重大議題	變動情況	調整說明
公司治理	名稱調整	為分別呈現相關內容並對應各自章節，將原「誠信治理與法規遵循」調整為「公司治理」與「法規遵循」
法規遵循	名稱調整	為分別呈現相關內容並對應各自章節，將原「誠信治理與法規遵循」調整為「公司治理」與「法規遵循」
產品 / 服務品質管理	新增	強調 PChome 對產品／服務品質之要求，提升消費者網路購物體驗
品牌形象	新增	建立良好及永續之品牌形象，提升消費者購買意願

重大議題與推動目標

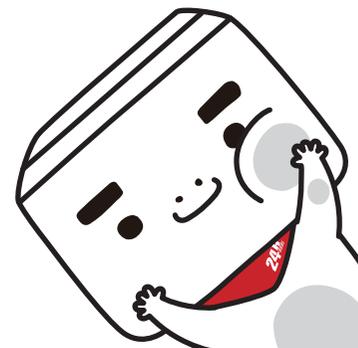
重大議題	永續策略	短期目標 (2022 年)	中期目標 (2023-2024 年)	長期目標 (2025-2026 年)
1 顧客隱私	維持個資保護教育訓練高普及率	100%	100%	100%
	持續強化防禦縱深，降低遭受駭客攻擊造成營運中斷的可能性	零資安事故	零資安事故	零資安事故
	持續降低偵測惡意活動與回應速度，縮小擴散的影響範圍	48 小時	24 小時	12 小時
2 資訊安全	持續提升資安教育訓練與社交工程演練普及率	70%	85%	100%
	定期彙整新修正之法令並提供相關單位即時應對，並依相關單位需求開辦法規遵循教育訓練課程	<ul style="list-style-type: none"> 整合現有資源，持續進行法規鑑別與法規宣導 	<ul style="list-style-type: none"> 開辦法令遵循教育訓練課程，使公司各部門同仁確實瞭解營運活動上需遵守之相關法規 	<ul style="list-style-type: none"> 提升同仁對法令遵循的意識，進而內化為公司的法令遵循文化，藉此主動降低公司營運上的違法風險
3 法規遵循	提升公司治理評鑑排名	<ul style="list-style-type: none"> 維持精進並提升排名成績 	<ul style="list-style-type: none"> 提升至前 20% 並維持 	<ul style="list-style-type: none"> 以「公司治理 3.0- 永續發展藍圖」為本，同時參照公司階段性發展策略，調整並擬定公司治理推動方案，並積極強化董事會及功能性委員會職能，創造利害關係人的長期價值
	落實董事會績效評估	<ul style="list-style-type: none"> 內部績效評估成績達 80% 以上 	<ul style="list-style-type: none"> 持續內外部績效評估並獲得優良成績 	
	維持董事會出席率	<ul style="list-style-type: none"> 維持三分之二以上 	<ul style="list-style-type: none"> 維持三分之二以上 	
	強化資訊揭露	<ul style="list-style-type: none"> 提升非財務資訊之揭露品質，強化重大訊息及公司英文網站資訊透明度 	<ul style="list-style-type: none"> 持續提升非財務資訊之揭露品質，持續強化重大訊息及公司英文網站資訊透明度 	
4 公司治理	把關入庫商品	<ul style="list-style-type: none"> 要求供應商須完整標示並於入倉時專人檢核 入倉商品須確實依循法規完整標示且揭露相關內容 隨時關注法規並即時調整商品入庫教育訓練手冊 嚴禁販售法律禁止販售之商品 須有認證許可且限制類商品需持有相關執照或許可證才得刊登販售 系統化計算商品效期，訂定商品的允收期，精準掌握商品效期 PChome 自營商品會找具公信力的認證機關自行送檢 禁止販售品絕對嚴格把關禁止入倉 	<ul style="list-style-type: none"> 定期/不定期透過教育訓練同仁、宣導供應商法令規範 持續把關符合法規完整標示的入庫商品 	<ul style="list-style-type: none"> 確保銷售商品的品質，提供消費者買得安心的服務、吃得健康、用得放心的商品
	文案資訊正確透明	<ul style="list-style-type: none"> 刊登商品圖檔文案確實擁有合法智慧財產權 建置關鍵字檢索系統維護文案正確性 專人管理關鍵字檢索系統 	<ul style="list-style-type: none"> 系統即時偵測違法關鍵字 未符合法規事件一律下架處理，待完成矯正措施並提供證明文件始能重新銷售，針對違規事件加強輔導人員及供應商法律觀念 	<ul style="list-style-type: none"> 降低文案不明確產生的退貨 增加消費者購買的安全感
	結合檔期或節慶，開發服務或產品以關懷大眾，回饋社會，累積良好聲量	<ul style="list-style-type: none"> 持續運作有責商行活動頁，並與大專院校及流浪動物相關單位合作 響應「世界關燈日」，於 3 月 26 日於 Portal 首頁和 PChome24 首頁設計關燈機制 	<ul style="list-style-type: none"> 年初或年末進行公益計劃推行 	<ul style="list-style-type: none"> 以豐厚品牌經歷持續回饋需要援助之單位，培育中小型企業成長
5 負責任行銷				

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

重大議題	永續策略	短期目標 (2022 年)	中期目標 (2023-2024 年)	長期目標 (2025-2026 年)
6 永續策略與目標	檢視國際永續評比表現，進行 PChome 永續健檢	<ul style="list-style-type: none"> 分析 PChome 於國際評比得分弱項 	<ul style="list-style-type: none"> 推動永續精進方案 	<ul style="list-style-type: none"> 提升國際永續評比分數，提高永續能見度
7 產品/服務品質管理	推行綠色商品經濟循環	<ul style="list-style-type: none"> 招商綠色商店 銷售對環境友善永續商品並於首頁專區曝光 	<ul style="list-style-type: none"> 持續採購對環境友善的綠色商品 	<ul style="list-style-type: none"> 持續藉由綠色商品的採購與銷售循環，共同協力創造綠色經濟規模，迎向綠色永續消費新生活
	檢視在庫商品	<ul style="list-style-type: none"> 倉庫設有專職稽核小組，定期/不定期抽檢商品 系統化計算商品效期，訂定庫內商品的允退期，精準掌握商品效期 執行異常下架作業 	<ul style="list-style-type: none"> 降低因商品品質問題產生的退貨 減少客訴的發生 	<ul style="list-style-type: none"> 確保銷售商品的品質，提供消費者買得安心的服務、吃得健康、用得放心的商品
	在庫商品品質升級	<ul style="list-style-type: none"> 針對進貨異常頻率高的廠商列入改善清單，並進行輔導管理 針對此類廠商加強抽驗商品 加強庫內商品防塵包裝 	<ul style="list-style-type: none"> 持續強化高風險商品檢驗 	<ul style="list-style-type: none"> 確保銷售商品的品質，提供消費者買得安心的服務、吃得健康、用得放心的商品
	於廠商後台建置永續專區	<ul style="list-style-type: none"> 推動供應商永續自評問卷 	<ul style="list-style-type: none"> 完成合作供應商永續自評問卷回覆 4,000 家 	<ul style="list-style-type: none"> 完成供應商永續自評問卷 100%
8 品牌形象	推動供應商品質管理	<ul style="list-style-type: none"> 遵循所簽訂合約內容所載明需負擔的責任義務 進行實地訪查評核 針對進貨異常頻率高的廠商列入改善清單，並進行輔導管理 	<ul style="list-style-type: none"> 每年頒授優良廠商 挑出風險性高的供應商進行改善 	<ul style="list-style-type: none"> 每年頒授優良廠商 持續改善缺失廠商
	加強品牌與關懷社會形象之連結	<ul style="list-style-type: none"> 規劃各項實體及線上公益活動，深化相關族群對於品牌與公益兩者之間的連結 	<ul style="list-style-type: none"> 於一年當中固定舉辦公益活動，透過此方式定期向社會大眾曝光，建立消費者對 PChome 與公益的連結 	<ul style="list-style-type: none"> 透過長期與公益單位合作，累積品牌關懷社會形象，成為公益單位未來合作首選電商品牌
	拉近品牌與消費者的距離	短期： <ul style="list-style-type: none"> 傳遞創新及特色服務以提升顧客的服務體驗滿意度與好感度 落實企業識別使用規範，打造一致性的品牌識別環境。提高利益關係人的品牌認同 傳遞企業願景與核心價值 	中期： <ul style="list-style-type: none"> 設立 ESG 永續發展專責單位，設定重點專案並推動，爭取利害關係人認同 傳遞集團發展多元服務事業的進展，增進利害關係人理解 	長期： <ul style="list-style-type: none"> 傳遞 ESG 重點專案的執行成績與成果 傳遞集團發展多元服務事業的具體成績，贏得利害關係人認同與肯定
9 綠色倉儲與物流	以社群觸及大眾，結合時事，消費和知識兼具，創造話題	<ul style="list-style-type: none"> IG 每月至少 30 篇以上貼文、每月至少 150 篇以上限時動態；FB 每月至少破百篇貼文 	<ul style="list-style-type: none"> 經營社群自有單元：小編貼文/抽獎/PM 投廣/全站/專案、營銷、APP 等，持續吸引不同族群 	<ul style="list-style-type: none"> 成為讓消費者能獲得齊全優惠資訊，以及傳遞時下新知的重點管道，凝聚品牌向心力
	車隊能源管理	<ul style="list-style-type: none"> 採購具能源效率之貨、機車 	<ul style="list-style-type: none"> 採購導入替代性能源之電動機車 	<ul style="list-style-type: none"> 持續以電動機車汰換燃油機車，提升電動機車佔比達 100%
10 環境友善包材	車隊效能提升	<ul style="list-style-type: none"> 車隊行車效能（油耗）檢視管理、異常車輛排除 	<ul style="list-style-type: none"> 依各路線到貨量，配置合適車款，提升一回裝載率至 90% 以上，並降低翻趟次數 	<ul style="list-style-type: none"> 律定單位主管以車機系統搭配貨件落點，產製報表檢視物流士行車軌跡，各別溝通最適化路線安排，進而降低燃油消耗及碳排放量
	依循環保署「網購包裝減量指引」推動循環包裝	<ul style="list-style-type: none"> 試辦循環包裝出貨，每使用一次循環包裝即減少一個一次性的包裝，如紙箱、便利袋 	<ul style="list-style-type: none"> 系統化紀錄循環包裝正逆物流貨態追蹤 提高循環包裝回收率 10% 	<ul style="list-style-type: none"> 增加整體循環包裝出貨比例 減少一次性包材使用，如緩衝材、封箱膠帶
10 環境友善包材	再生原料包裝規劃及一次性包裝材料減量	<ul style="list-style-type: none"> 出貨配送之紙箱全數使用再生紙漿箱體 推薦箱號功能導入，讓紙箱規格物盡其用 啟動全倉跨庫併箱，以減少訂單分箱出貨 	<ul style="list-style-type: none"> 提升全倉智能箱號推薦運用範圍，並針對多品項揀貨單進行運算推薦 採用友善環境且為可分解成分的塑料包材 	<ul style="list-style-type: none"> 提升再生塑料的包材使用量 降低包裝重量比，以達到商品內容物、外包裝及緩衝材規格最適化

Ch.1 治理的誠心夥伴



1.1 PChome營運概況 / 1.2 誠信治理經營 / 1.3 穩健風險管理 / 1.4 商業夥伴協力

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- **Ch1 治理的誠心夥伴**
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

永續發展目標

8 就業與經濟成長

17 全球夥伴

重要之利害關係人

員工、供應商、股東 / 投資人

政府組織、媒體

永續亮點績效

2021年合併營收高達新臺幣**485.79億元**，較去年同期**成長10.74%**

全台首家取得「台灣智慧財產管理制度」**TIPS A級認證**的電商企業

選任**2名女性董事**

啟動**合作廠商評分機制**，挑選優良廠商予以公開表揚

整體董事會績效評估**4.95分（極優）**

累積取得**13項專利**

以經營入口網站為起點，PChome Online網站最早創立於1996年，1998年7月14日，網路家庭國際資訊股份有限公司(PChome Online Inc.)正式成立，歷經多年淬鍊，PChome目前已經是全台首屈一指的綜合網路服務商集團，以電子商務、金融科技服務及入口網站等業務為使用者提供最在地、最優質的網路服務。

1.1 PChome 營運概況

公司名稱	網路家庭國際資訊股份有限公司
創立日期	1998年7月14日
上櫃日期	2005年1月24日
董事長	詹宏志
總部位置	台北市大安區敦化南路二段 105 號 12 樓
資本額	新臺幣1,285,139,450元
員工數	1,903人 (含全職與兼職員工, 截至2021年12月31日)

PChome 網路家庭為一綜合網路服務商集團，業務範疇涵蓋電子商務、數位金融及入口網站等。目前旗下服務已超過 20 個，主要包含 B2C 網購平台－PChome 24h 購物／線上購物、C2C 拍賣平台－露天拍賣、B2B2C 開店平台－PChome 商店街、旅遊電商平台－PChome 旅遊、時尚選貨電商－MITCH，以及跨境電商平台－PChome 全球購物、比比昂、PChomeSEA、PChome Thai 泰國購物，還有行動支付領域的 Pi 拍錢包、第三方支付的 PChomePay 支付連、電子支付的 PChome 國際連、金融科技領域的易安網與廿一世紀數位科技。集團關係企業資訊請詳見年報。

PChome 24h 購物服務為台灣最受歡迎也最具影響力的電商品牌，我們持續強化服務創新與商品深度，提供超乎消費者想像的品項選擇，並導入大數據科技優化物流配送的時間和路線，邀請供應商將商品存放於本公司建置管理之倉庫，大幅縮短從消費者下單至出貨的處理時間。除了持續優化營運效率，回應近年全球關注氣候變遷之趨勢，我們也致力降低營運過程中，所有可能產生的環境衝擊，以實現對市場永續經營之承諾。我們於 2019 年正式啟動「綠色購物計畫」，未來將持續運用電商平台影響力推動友善環境策略，邁向包裝包材全循環、零廢棄的願景，逐步實現我們綠色電商之目標。

年度	PChome大事記
1996年	<ul style="list-style-type: none"> PChome Online網站創立，同年起經營入口網站業務
1998年	<ul style="list-style-type: none"> 網路家庭國際資訊股份有限公司成立
2000年	<ul style="list-style-type: none"> 電子商務部門成立，推出B2C綜合網路商城「PChome線上購物」
2004年	<ul style="list-style-type: none"> 與Skype成為全球首位策略合作夥伴，於台灣推出「PChome & Skype網路電話」服務
2005年	<ul style="list-style-type: none"> 「PChome商店街」誕生，協助國內微型創業店家及中小企業發展電子商務 PChome Online以「網家」代號8044掛牌上櫃
2006年	<ul style="list-style-type: none"> PChome Online與eBay合資新網路拍賣公司成立-露天拍賣
2007年	<ul style="list-style-type: none"> PChome 線上購物推出全球首創24小時專區線上購物服務
2008年	<ul style="list-style-type: none"> 成立「樂屋網」，進入不動產交易電子商務領域
2010年	<ul style="list-style-type: none"> PChome全球購物正式上線營運
2012年	<ul style="list-style-type: none"> PChome US上線，提供北美華人網路購物服務
2015年	<ul style="list-style-type: none"> 推出Pi拍錢包服務，首創手機號碼交易行動支付服務
2016年	<ul style="list-style-type: none"> 網路家庭集團旗下國際連正式開業
2017年	<ul style="list-style-type: none"> 網路家庭攜手Skype創始團隊推出AI語言學習「Lingvist」
2018年	<ul style="list-style-type: none"> 與中華電信首次策略合作建立平台創投，成立「中華網家一號」創投基金 成立自有車隊「網家速配」提供宅配物流服務
2019年	<ul style="list-style-type: none"> PChome網路家庭和日本樂天Rakuten簽訂合作協議，組成策略聯盟 PChome網路家庭啟動「綠色購物計畫」首創31款友善環境包裝之環保紙箱
2020年	<ul style="list-style-type: none"> 全台首家取得環保署「碳標籤」之大型綜合網購平台企業，並領先使用新款易撕膠帶 推出「PChomeSEA」一站式跨境電商服務，協助台灣商家銷售商品至東南亞市場
2021年	<ul style="list-style-type: none"> 通過私募普通股索引進策略投資人中華開發金控集團、中華電信集團，以及廿一世紀數位經營團隊，驅動PChome數位金融科技之發展 策略投資易安網，共創數位投保新契機 策略投資Pickupp強化最後一哩物流，布建更具彈性物流鏈 旗下Pi拍錢包與樂天國際銀行合作，兩大生態圈攜手布建金融場景

開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

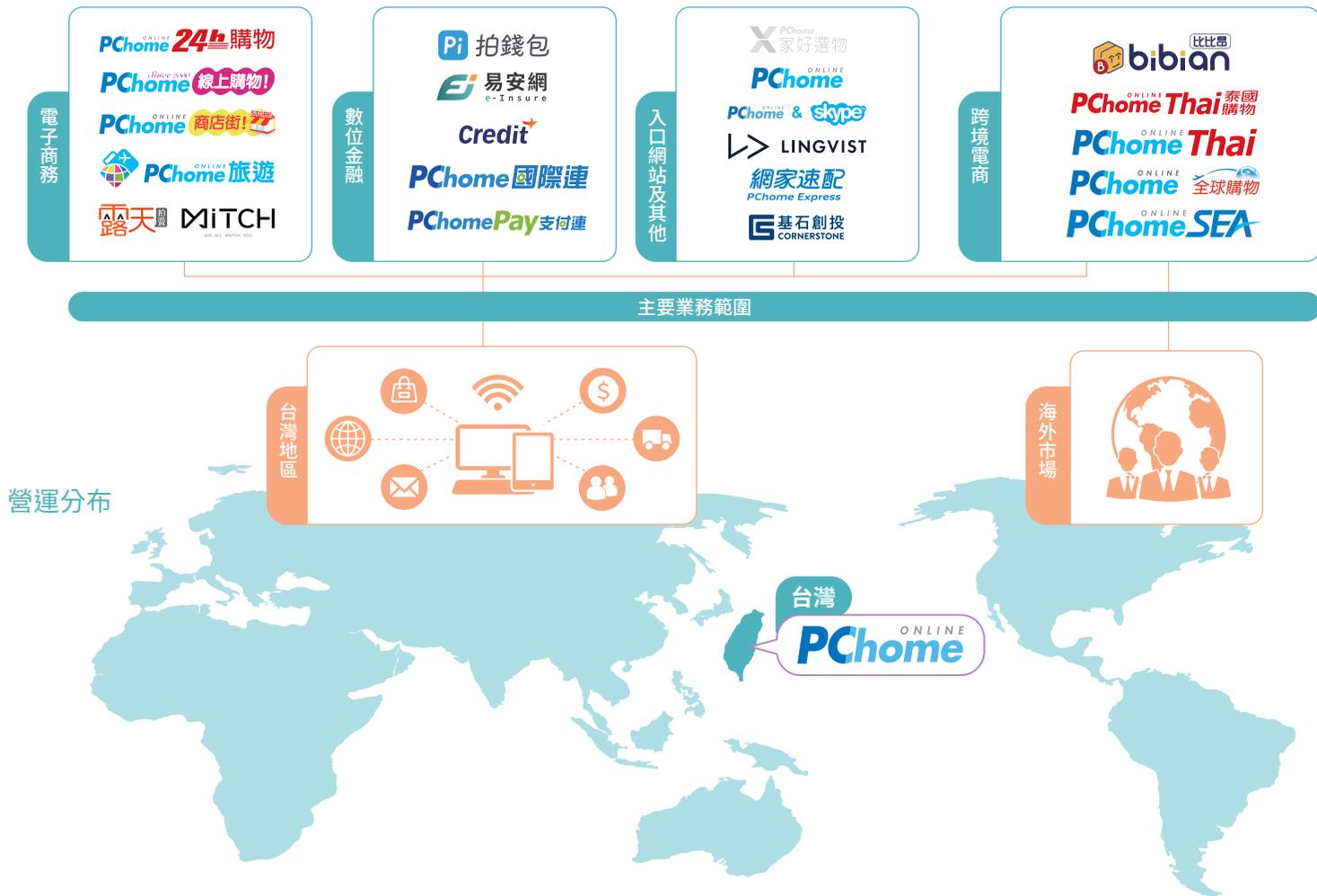
Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄



外部參與

PChome積極參與營運推動相關公協會組織，期待藉由與業界交流集思廣益，因此串聯各企業及組織之影響力，以深化社會參與。

網路家庭國際資訊股份有限公司	參與身分
台灣網際網路協會	理事
台灣數位媒體應用暨行銷協會 (DMA)	理事
台灣數位出版聯盟	理事
台北市電腦商業同業公會 (TCA)	會員
台北市消費者電子商務協會 (SOSA)	理事
兩岸企業家峰會	會員
台灣網路暨電子商務產業發展協會 (TiEA)	理事
台灣董事學會	會員
台灣玉山科技協會	會員

網路家庭國際資訊股份有限公司	參與身分
中華民國資訊軟體協會	會員
台灣區農業暨食品電子商務協會	理事
台灣聯合學習產業大聯盟	會員
台灣服務業聯盟協會 (CSI)	監事
台灣CERT/CSIRT聯盟	會員
中華民國物流協會	會員
台灣全球商貿運籌發展協會	會員
臺灣客服中心發展協會	會員

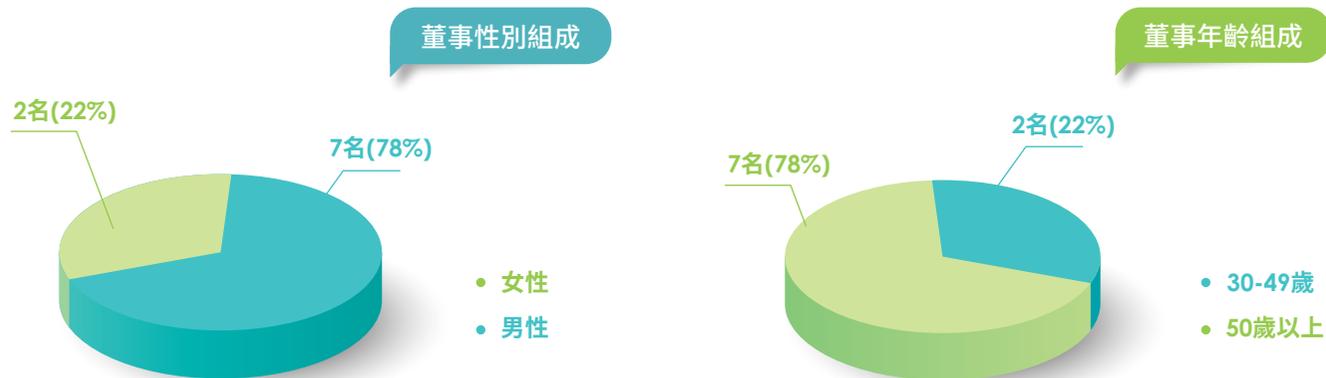
1.2 誠信治理經營

1.2.1 公司治理

秉持誠信、透明的治理精神，PChome 團隊以保障全體利害關係人之權益為優先考量，遵循各類法規，落實內部控制，以不負全體股東之託付。

董事會

董事會為 PChome 最高治理單位，包含董事 9 位（其中含女性董事 2 位）、獨立董事 3 位，任期均為三年。詹宏志董事長為本集團創辦人，為台灣電子商務領域的指標人物。詹董事長以對於網路與社會趨勢之精闢觀點而備受敬重，多年來帶領 PChome 克服諸多競爭挑戰，營收與規模皆穩健成長。各董事會成員均具各類專業背景及工作領域，以落實董事會結構多元化之方針，廣納各方專業背景與產業傑出人才，不限性別、年齡、國籍、文化等，並朝兩性平衡方向規劃董事會席次。董事會成員學經歷、兼任職務等詳細資訊，請參閱本公司官網與年報。



年報



董事會成員介紹

董事會每年基本召開 4 次 (2021 年達 10 次)，PChome 於 2021 年改選董事會成員，新任董事會之全體董事出席率為 91.67%。為確保董事會議之獨立性，本公司依循金管會修訂之「公開發行公司董事會議事辦法」，制定有「董事會議事規範」作為議事程序指導原則，於討論及表決時均恪遵相關應迴避規範，以避免利益衝突產生。此外，並設有公司治理專責人員，負責提供董事執行業務所需資料、依法辦理董事會及股東會之會議相關事宜、製作董事會及股東會議事錄等，以保障股東權益，強化董事會職能。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

董事會績效評估

為提升董事會運作效率、治理品質，PChome 於本年度推動落實董事會績效評估制度，依循「上市上櫃公司治理實務守則」之意旨，制定「網路家庭國際資訊股份有限公司董事會績效評估辦法」，依此規範進行評估程序。依規範每年須至少執行一次，以董事會內部自評、董事成員自評、同儕評估、或其他適當方式進行，評估結果並呈交董事會報告以檢討、改進，並得將相關情形揭露於年報。2021 年度董事會績效自評採問卷方式，考核結果以 5 個等級呈現，並於 2022 年 02 月 25 日董事會議統計自評結果及日後將持續強化之方向。本次自評結果如下：



審計委員會

依循「公開發行公司審計委員會行使職權辦法」，PChome 於 2018 年 6 月 13 日正式設置審計委員會替代原監察人職權。PChome 第二屆審計委員會於 110 年 7 月 29 日正式成立，由三位獨立董事組成，並推選獨立董事賀陳旦先生擔任召集人，每季至少開會一次，負責執行公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則以及公司存在或潛在風險之管控等。2021 年度已召開 8 次審計委員會，審計委員實際出席率為 95.8%。

薪酬委員會

依循「股票上市或於證券商營業處所買賣公司薪資報酬委員會設置及行使職權辦法」及本公司董事會通過之「薪資報酬委員會組織規程」，於 2018 年 6 月 21 日正式成立薪酬委員會。委員會主要負責以下事項，並將所提建議提交董事會討論：（1）訂定並定期檢討董事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、監察人及經理人之薪資報酬。委員會由三位獨立董事組成，每年至少開會二次，2021 年度已召開 3 次薪酬委員會，薪酬委員實際出席率為 77.7%。



薪資報酬委員會組織規程

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

董事進修情形

PChome 每年均為董事提供進修機會，鼓勵董事參與外部課程或論壇，以即時吸收管理知識與產業新知，厚植穩健公司治理的基礎。未來亦將投入更多資源積極為董事會成員提供多元進修管道，以達「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」所建議之董事進修目標。

2021 年度董事進修課程

進修董事	課程名稱	主辦單位
詹宏志	區塊鏈的技術發展與商業模式	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	洗錢防制與打擊資恐實務探討	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	數位機會與數位人才	社團法人中華公司治理協會
	不動產永續思維與品牌發展分享	社團法人中華公司治理協會
	公司治理 3.0 與觀光產業的永續發展藍圖	中華民國工商協進會
	利用數位化轉型實現信義新騰飛	社團法人中華公司治理協會
	高階主管薪酬治理國際趨勢與案例分享	社團法人中華公司治理協會
	作業價值管理(AVM)理論基礎與創新及其對企業管理決策之實際應用	社團法人中華公司治理協會
蔡凱文	區塊鏈的技術發展與商業模式	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	洗錢防制與打擊資恐實務探討	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
曾薰儀	區塊鏈的技術發展與商業模式	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	洗錢防制與打擊資恐實務探討	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
馮宏璋	區塊鏈的技術發展與商業模式	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	洗錢防制與打擊資恐實務探討	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
周磊	區塊鏈的技術發展與商業模式	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	洗錢防制與打擊資恐實務探討	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	內線交易之防範與最新實務發展	社團法人中華公司治理協會
	國泰永續金融暨氣候變遷高峰論壇	臺灣證券交易所
郭大經	區塊鏈的技術發展與商業模式	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	洗錢防制與打擊資恐實務探討	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
童子賢	從實務案例瞭解關係人交易、非常規交易及內線交易	社團法人中華公司治理協會
	談誠信經營、CSR 與 ESG 之實務案例解析	社團法人中華公司治理協會
	企業永續發展－「環境保護」與法律遵循管理	社團法人中華公司治理協會
	全面啟動企業數位韌性－從勒索病毒談事件緊急應變與回覆	社團法人中華公司治理協會
	由企業重大舞弊案例探討公司治理	社團法人中華公司治理協會
賀陳旦	區塊鏈的技術發展與商業模式	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
	洗錢防制與打擊資恐實務探討	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會

深化誠信經營

PChome 重視誠信、透明的治理原則，整體團隊乃至價值鏈夥伴均受誠信經營相關規範之約束。相關規範如「誠信經營守則」、「道德行為準則」、「公司治理實務守則」等均於公司官網上公開，並於每年年報中充分揭露公司治理相關推動成果。PChome 願盡最大努力以讓公司治理運作情形得受公眾檢視，並竭誠歡迎各界之指教與回饋，並視不同狀況，責成包括投資人關係、股務、人力資源、顧客服務及採購等部門與利害關係人溝通，於公司網站上設有發言人及各相關業務部門之聯絡資訊，且另設有利害關係人專區，以妥適回應利害關係人所關切之相關議題。



誠信經營守則



道德行為守則



公司治理實務守則



利害關係人專區

1.2.2 營運績效

2021 年消費型態產生巨大轉變，消費行為大量自實體通路轉移至線上，帶動旗下電商平台亮眼銷售成績。此外，為協助實體店面數位轉型，旗下商店街市集已帶動超過 12 萬店家進駐，穩居全台最多中小企業開店平台。隨著 ONE PChome 網路生態圈效益湧現，我們積極朝擴大營收規模、持續獲利步伐前進。PChome 近三年公司整體營收持續成長，2021 年營收創新高達新臺幣 48,579 百萬元，體現整體經營備受市場肯定。詳細財務數據請參閱財務報告。

產生的直接經濟價值：（單位：新臺幣仟元）

項目	2021 年	2020 年
營業收入	48,579,367	43,869,852
營業成本	43,023,627	38,875,441
營業毛利	5,555,740	4,994,411
營業費用	5,314,263	4,678,123
本期淨利	62,245	220,874
每股盈餘	0.84 元	2.16 元
總資產	24,430,526	16,461,729
總負債	16,776,216	12,377,727
總權益	7,654,310	4,084,002

稅務治理

PChome 秉持透明、負責之稅務治理原則，且遵循當地稅務法規及國際反避稅之精神而建立稅務治理文化，全球各營運據點皆遵循所屬國家稅法規範，落實常規交易原則，不進行激進的稅務規劃，並於財務報告揭露稅務資訊予利害關係人以提升整體資訊透明。

PChome 稅務承諾

- ★ 以誠實申報納稅及善盡納稅義務人之責任為原則。
- ★ 遵守各國稅務法令，政策有重大變動時，立即評估相關影響及如何回應。
- ★ 集團各公司皆依當地法規，按時進行稅務申報繳納。
- ★ 日常交易活動皆考量相關稅務風險及稅賦影響再行決策。
- ★ 關係人交易皆遵循移轉訂價相關法規，並執行符合商業實質之活動。
- ★ 不進行激進的跨境稅務安排以規避稅負或移轉利潤。



開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

1.3 穩健風險管理

企業永續經營之關鍵在於風險與機會之鑑別與管理，若無法察覺風險，或欠缺系統性的風險因應作為，將使企業難以避免重大損失，無法靈活調整營運策略。PChome 由執行長擔任總召集人，統籌指揮全集團之風險管理計劃推動及執行，各業務單位則負責各項風險管理及應變。PChome 已就營運中有關營運目標、財務報導正確性及舞弊風險可能性進行分析與因應，建立健全之風險管理作業。風險管理政策主要係建立風險及早辨識、準確衡量、有效監督及嚴格控管之風險管理機制，以適切風險管理為導向之經營模式，將風險控制於可接受的範圍內。稽核室透過風險評估及法令規範，擬定年度稽核計畫與檢查程序，藉由稽核計畫及相關作業之執行，持續對經營管理層面、安全衛生層面、資訊安全層面等進行各項潛在風險進行控管，並定期將結果報告董事會。

面向	風險類型	管理措施
經濟	財務、流動性及信用風險	由財務部門依據法規及市場變化，制定相應策略與程序，定期分析相關風險變化狀況並採取適當因應措施，如動態避險操作、報價調整等
經濟	營運策略風險	因應電子商務市場的快速變化，技術部門將持續深化研發投入，以提出前瞻性的產品與服務。研發成果聚焦網路購物流程系統、網路服務的前台網站系統，以及後台相關管理系統
經濟	資訊安全風險	<ol style="list-style-type: none"> 1. 透過每年檢視和評估網路安全規章及程序，以確保其適當性和有效性 2. 每年辦理通報演練及電子郵件社交工程演練，並透過攻防演練，主動發現網站系統弱點，並及時完成弱點修補 3. 每年定期辦理資安稽核，持續改善並降低資安風險 4. 擴大資安職能及教育訓練，培育所需資安人才
公司治理	市場風險	由法務單位進行公司法令遵循及決策適法性評估，並隨時因應業務發展與外部監管法規變動，採取必要之因應措施以降低治理風險
環境	氣候風險	將氣候風險整合至整體風險管理架構，並納入董事會討論議程；經由各類風險因子的鑑別、排序，分析氣候對營運可能之衝擊與因應措施，並交由相關業務單位落實執行

1.3.1 內部稽核與內控

PChome 內部稽核與內部控制業務由稽核室主責，其執行監督及查核，以確保內部控制制度之有效運作。結合審計委員會職能，內部稽核主管每年定期依年度稽核計畫向審計委員進行報告。每年例行性會計師內部控制查核，會計師將列席董事會提供相關意見，內部稽核主管亦提出稽核報告。

- 1 一般事務稽核** 為瞭解受稽單位全盤業務之實際狀況，對受稽單位每年至少辦理一次一般稽核
- 2 專案稽核** 為瞭解受稽單位特定業務之狀況或管理階層指定之特定事項，應進行專案稽核
- 3 追蹤稽核** 為督促受稽單位，針對其經前二種稽核所發現之缺失事項，切實檢討改善，應不定期辦理追蹤稽核



2021 年度內部稽核執行，提報董事會核准內稽查核作業計畫計 57 項，經檢核後並未有重大異常及缺失情形

開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

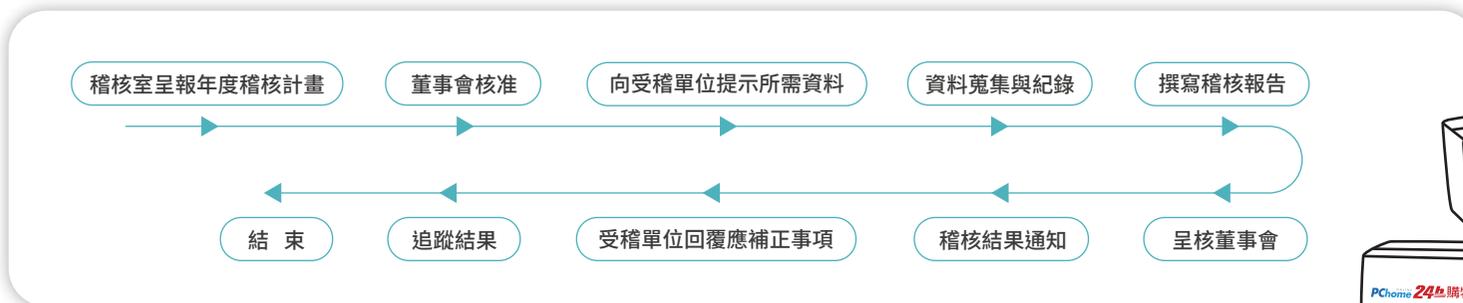
Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄



1.3.2 法規遵循

本公司法規遵循相關機制由法務處作為主責單位，其負責法律風險管理，協助其他各業務單位與決策高層進行法規變動理解、適法性評估並辦理相關法律教育訓練，以提升組織內守法意識，落實誠信、透明之治理方針。PChome 服務以客為尊，處理客戶資訊均依循內部嚴格程序與多重檢核，而本年度經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴為 0 件。

PChome 2021 年違反勞動法令事件為 0 件，其他違反社會與經濟領域之法規說明如下：違反行銷傳播（包括廣告、促銷及贊助）的法規及自願性規約相關事件共計有 20 件，其中導致罰款處分為 4 件，導致警告的違規事件為 16 件。針對公平會廣告不實之來函，於接獲通知時立即轉知合作廠商並將商品下架移除或改正文案內容。違反產品與服務之資訊與標示相關法規的事件，本年度計有 1 件，且為警告處分。PChome 於接獲通知時立即轉知合作廠商並由合作廠商將商品改正標示內容。就違反產品與服務相關健康與安全法規事件，本年度計有 31 件，且為警告處分，PChome 亦均於第一時間轉知合作廠商並將系爭商品下架移除或改正文案內容。前述違反社會與經濟領域之法規情形統整如下：

違反法規類型	件數	處罰類型	後續改善作為
違反有關行銷傳播 (包括廣告、促銷及贊助) 的法規	20	<ul style="list-style-type: none"> 警告 罰款 (新臺幣60萬元) 	<ul style="list-style-type: none"> 文案補正 移除文案 下架
違反產品與服務之資訊與標示規定	1	<ul style="list-style-type: none"> 警告 	<ul style="list-style-type: none"> 文案補正 下架
違反有關產品與服務的健康和安全法規	31	<ul style="list-style-type: none"> 警告 	<ul style="list-style-type: none"> 文案補正 下架



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- **Ch1 治理的誠心夥伴**
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

法律教育訓練

為提高組織內同仁守法認知，落實誠信、透明治理機制，PChome 內部均定期就各類法律知識與實務進行宣導，以確保我們所提供之服務乃至整體組織運作，為可受市場信賴的，尤其針對電子商務事業部之新進人員，均需接受一定時數之法規遵循培訓。

本年度共辦理兩次、每次 2 小時之法律教育訓練課程予本公司各部門（包括電子商務事業部、技術 / 大數據 / 人工智能部、顧客服務部）新進人員，辦理日期分別為 2021 年 3 月 22 日、2021 年 4 月 27 日，授課內容為著作權法、商標法，使同仁於執行日常業務時具備基礎法律概念不致侵害他人權益及降低公司營運風險，課後並進行選擇題之測驗及檢討。

1.3.3 智慧財產管理

PChome 自 2020 年底正式導入台灣智慧財產管理制度，並於 2022 年 1 月 24 日榮獲經濟部工業局頒發驗證通過證書，首次申請 TIPS 驗證即順利通過審查，更是全台首家取得 TIPS A 級認證的電商企業，充分展現出對於智慧財產管理與公司治理品質的高度重視。我們期待透過 TIPS 的建立與推動，除提升企業價值、市場競爭力外，更能提高消費者對 PChome 的信賴度、促進夥伴及投資人合作意願，有效達到創造穩定營運成長及降低營運風險的企業目標。

智慧財產管理及保護措施

PChome 的智財管理策略主要朝著持續優化智慧財產管理制度、建立注重創新及專利申請的組織文化以及重視客戶關係與永續經營，保護客戶交付機密資訊等方向發展。同時，透過適當的評核機制、獎勵制度、宣導教育及人才培訓等執行層面的落實，保護公司研發成果及技術之領先地位。

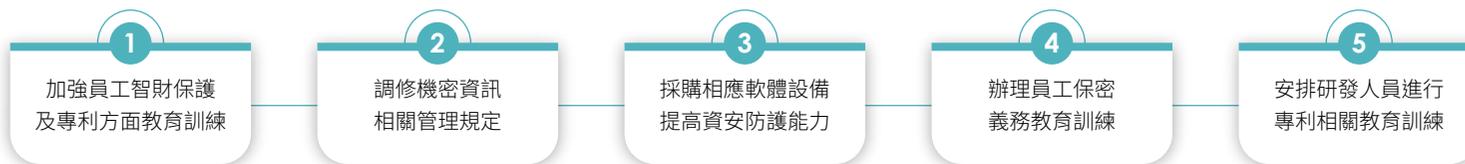


專利管理及保護措施	PChome 為建構堅實的專利組合，對內於【專利申請暨獎勵辦法】中設計獎勵核發制度，激勵員工持續提出專利申請；同時建立專利申請審查和專利權維護評估的審核流程，兼顧員工專利申請的數量與品質。
營業秘密管理及保護措施	營業秘密管理不僅是著眼於特定智慧資產之保護，更是攸關公司技術領先、製造卓越、客戶信賴等競爭優勢。為全面有效地管理營業秘密，PChome 針對書面文件和電子檔案皆建立嚴謹完善的機密分級制度，從分級定義、處理原則、使用者資格、標示、複製、保管、對外傳遞以及銷毀等面向進行全方位控管，紀錄並整合運用具有公司競爭優勢的機密資訊與營業秘密，並舉辦相應的員工教育訓練、溝通宣導以及內部稽核。



智財風險與因應措施

對內，為加強員工對智財管理之認識、保護客戶提供的各種資訊及文件，以達到持續改善智慧財產管理制度，並建立注重創新之組織文化，PChome 進行以下應對策略：

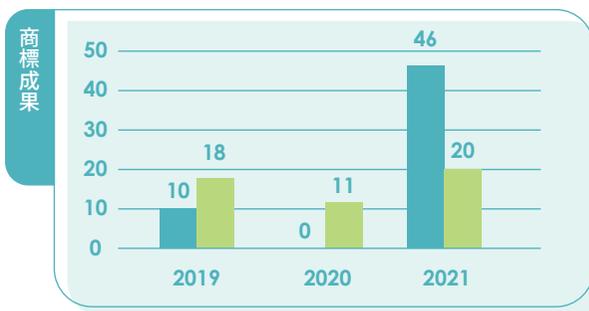


智慧財產管理成果

PChome 自 2020 年起積極推動智慧財產管理計畫，近年來主要執行內容包含：

2020 年	統整本公司 [智慧財產管理制度與計畫]	2021 年	規劃研發人員 [智財暨專利教育訓練]
2021 年	陸續建置智慧財產權管理制度與相關系統	2021 年	將 [智慧財產基礎認知課程] 列入新進人員必修課程，共 1 小時以強化本公司智慧財產保護意識及認知

截止 2021 年底，PChome 已累積獲得 44 件專利及 578 件商標，其中近三年成果如下：



智慧財產/專利相關教育訓練

課程名稱	授課對象
智慧財產權年度教育訓練	全體員工
專利申請實務教育訓練	技術同仁
智慧財產基礎認知課程	新進同仁
TIPS 規範教育訓練	TIPS 導入部門同仁

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

1.4 商業夥伴協力

二十年來，PChome 始終以提供消費者一流服務、一流商品為念，所提供的服務與產品，不但合法合規，更完美滿足市場需求，創造溫暖的購物體驗。我們規劃完善的機制為您把關各類商品，為所有「ONE PChome」生態圈中的消費者提供值得信賴的服務。

供應商管理與商品查核

PChome 重視發展與每位廠商的長期合作關係，於內部規範明確要求每位業務人員，須與供應商維持良好正向的互動與溝通，並與供應商建成立長期發展、值得信賴的合作關係。於此前提下，透過內部管理規範與程序，我們對於每個供應商有以下七大管理面向：

1. 定期訪廠	規劃定期前往供應商處檢視其安全措施之操作情況與商品品質是否符合本公司產品檢驗要求與品質規範
2. 維護智慧財產權	供應商須遵循智慧財產權相關法令，保證所提供之資料、文件等確實擁有合法權利
3. 商品檢驗許可	網站交易限制需事先取得檢驗許可後始可刊登出售之商品，供應商應先自行送檢，取得相關許可證號後，才可進行刊登商品，並於商品頁面上清楚標示核准字號，經本公司審核後方可上架販售
4. 食品應記載事項	依循「食品安全衛生管理法」及「食品安全衛生管理法施行細則」等法規，所有食品類商品供應商均應清楚載明相關規範要求之資訊，經審核後方可上架販售
5. 禁止收取不當利益	業務人員與供應商不得直接或間接提供及收受賄賂、佣金、回扣、招待等不當餽贈或不當利益
6. 保密責任	供應商須遵循個人資料保護法規定，將客戶個資進行嚴謹加密管理，不得擅自進行蒐集、處理、利用或將個資洩漏予第三人
7. 產品責任險	為確保消費者權益，所有商品須依其性質投保產品責任險



商品品質多重把關

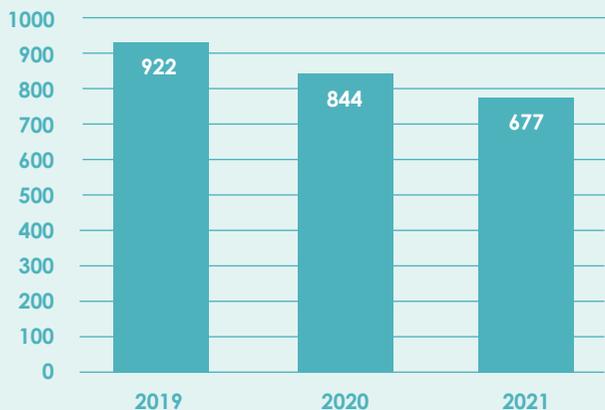
針對每一件要送到消費者手上的商品，PChome 均予以最高規格之檢視。除與供應商簽訂合作契約階段，即以完備之交付及驗收要求、瑕疵擔保條款，從法律上為消費者立下第一道防線，後續並以商品檢核程序、預防性下架措施，為消費者樹立第二道、第三道等多重防線。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- **Ch1 治理的誠心夥伴**
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

供應商查核與評比機制

為落實品質規範，PChome 執行針對每個供應商的書面審核，並於有必要時進行實地查核，另不定期主動以電話、電子郵件了解供應商運作情形，維繫與供應鏈之緊密溝通。此外，PChome 為期許合作之供應商能共同邁向企業永續，我們也著手規劃供應商的永續自評表，從環境、社會、公司治理三大面向評估供應商的永續力，並且將來將永續績效選選供應商之參考，以確保其是值得 PChome 進行長期合作的商業夥伴。

供應商書面評核家數



供應商永續自評表

環境

- 節能
- 減碳
- 環保

社會

- 人權
- 勞工權益
- 職業安全衛生

公司治理

- 利害關係人溝通管道
- 行為準則
- 資訊安全
- 企業永續揭露

PChome 優秀供應商頒獎



供應鏈管理精進規劃

為深化與供應鏈的長期合作與信賴關係，PChome 自2021年啟動合作廠商評分機制，藉由針對供應商的產品內容、銷售狀況、進出貨狀況、經營能力、合規程度等多面向評比管理供應鏈風險，挑選優良廠商予以公開表揚。期盼透過此一機制，來協助PChome 整體價值鏈夥伴共同往永續經營的目標邁進，為利害關係人創造更大的價值。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

Ch.2 購物的創新夥伴

2.1 優質商品選購 / 2.2 安心消費體驗 / 2.3 可靠資安防護



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- **Ch2 購物的創新夥伴**
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

永續發展目標

9 工業、創新
基礎建設



12 責任消費
與生產



重要之利害關係人

顧客、員工、供應商、股東/投資人
政府組織、媒體、
社區/非營利組織



永續亮點績效

**PChome 24h購物會員數突
破1,300萬**



攜手經濟部中小企業處共同
推廣「有P才商行」



成立「**資訊安全小組**」負責
資訊安全預防、稽核、治理
與危機處理作業



持續以Pi拍錢包為發展重心積
極打造**ONE PChome**生態圈



PChome致力於在電子商務、金融科技及入口網站等服務中提供值得信賴的全方位電商服務，讓每一位顧客獲得安心且舒適的消費體驗。

2.1 優質商品選購

2.1.1 品牌策略與規劃

PChome 持續深耕現有品牌、持續拓展新的自有品牌，也攜手經濟部共推「有P才商行」扶植社創品牌數位轉型，同時積極整合集團旗下服務，打造能滿足顧客各項需求的 ONE PChome 生態圈。PChome 不僅啟動超過千萬會員的帳號直通功能，更使任一會員帳號即可登入集團旗下 10 個服務平台。此外我們也透過 P 幣打造會員忠誠獎勵回饋，不僅串聯電商、金流與各式網路服務，也成功將服務拓展至繳費、大眾運輸搭乘、P 幣消費折抵等，打造橫跨實體通路與網路電商之 P 幣生態系。

電子商務

電子商務服務分別為：PChome 24h 購物、PChome 線上購物、PChome 全球購物。目前網站銷售商品超過 500 萬種，其中有超過 200 萬種商品在庫，是台灣最多商品在庫的電子商務集團。我們也首創全台 24 小時到貨、台北市 6 小時到貨（試營運），提供消費者最便捷的及時到貨服務。



PChome Online 網路家庭於 2007 年 1 月推出業界創舉—PChome 24h 購物服務，成為台灣最受歡迎，也最具影響力的網購服務，更成為台灣速度經濟的領導品牌，目前擁有超過 200 萬種商品在庫，小至隨身碟、手機、日常用品，大至冰箱、電視、洗衣機，都可在購買後 24 小時內全台送達，給予消費者準確快速的網購消費體驗。我們更進一步於 2013 年 12 月推出台北市 6 小時到貨服務，目前採試營運方式進行，週末假日照常出貨，以滿足消費者對快速到貨需求的提升。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄



PChome Online 網路家庭於 2000 年正式開始電子商務業務，首先成立 B2C 購物網站「PChome 線上購物」，當購物網站系統接收來自消費者訂單，即透過「轉單模式」將訂單轉發給廠商進行後續出貨作業。過程結合供應商開發與管理、商品資訊管理、金物流與客戶服務，除了大幅縮短消費者與供應商的銷售層級，更能降低整體營運成本與產品銷售價格，使消費者享受流程效率提升帶來的優質網路購物體驗。



PChome Online 網路家庭於 2010 年 7 月起推出台灣出貨到海外的「PChome 全球購物」，藉由網路連結全球貿易市場，以服務全球將近 80 億的消費人口對於華文商品與「中文化介面」3C 設備的需求，提供更多元的商品選擇和愉快的跨境購物體驗。透過 PChome 自營中央倉儲中心的倉儲管理系統運作，使消費者可輕鬆上網選購外國商品，貨品會盡快送達至全球 104 個地區（國家）。PChome 全球購物目前共有繁體中文、簡體中文和英文三種語言，並可使用信用卡、Paypal 等多元支付方式，為全世界各地的消費者提供更豐富的消費選擇。

PChome 24h 購物在積極經營銷售客層之下，會員數在 2021 年突破 1,300 萬。在用戶活動成長數據，對比 2021 年全站活躍用戶年增率 (YoY) 為 9%，APP 活躍用戶 YoY 為 23%、APP 下載量 YoY 為 34%。PChome 24h 購物的主力客群消費習慣更偏好行動裝置，因此我們積極經營包含 Facebook 粉絲團、Instagram、LINE、YouTube 等社群媒體，促進與消費者的互動以及提升接收最新購物資訊的便利性。消費者亦能透過社群平台傳遞即時的消費反饋，讓我們能不斷優化購物流程與消費體驗。此外我們也持續追蹤市場話題動向，掌握時下消費者的需求，將最新熱門商品推薦給消費者。同時我們也致力於發揮社會影響力，例如透過結合檔期和節慶話題與 iGoods 愛物資、台北霞海城隍廟等單位合作，攜手消費者一同參與公益活動，回饋社會。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄



PChome 24h購物各社群網站資料統計

訂閱者: **5.29萬**(位)
 影片數: **1,493**(部)
 累計觀看次數: **6,252萬**(次)

追蹤者: **25萬**(位)
 貼文數: **1,381**(則)

按讚數: **168萬**(個)
 訂閱數: **166萬**(位)

好友人數: **500萬**(位)

註：截至 2022 年 6 月 30 號

除了線上購物平台，PChome 亦積極發展獨具特色的自有品牌，如 2021 年是我們推出「PChomeX 家好選物」屆滿一週年，透過與不同職人及品牌合作，推出專屬 PChome 全方位的商品選物服務，讓每位消費者都能感受「加好質感、家好生活」帶來的幸福感。

選物，是家的藝術 PChomeX 家好選物

詹宏志董事長期許著 PChome 能善盡電商的責任，將高品質購物體驗傳遞給顧客，滿足大眾對生活品質的需求。PChome 自有品牌 PChomeX 在過去一年致力於縮短顧客與質感商品的體驗距離，2021 年除了持續為商品創造「賦能」及「再造」的價值，更突破過去營運框架，廣布銷售通路至便利商店、超市、量販店等近 5,000 間實體店家，擴展全方位的銷售場域，激發更多線上、線下的發展可能性。PChomeX 期許團隊能致力於提供日常生活中所需之食、衣、住、行、育、樂等各項商品，全心全力為消費者提供健康、安全、安心的優良商品，並且嚴格控管產品品質，從原物料及供應鏈管理到生產製程及產品檢驗等，皆以符合「食品安全」及「政府法規」為首要職責，建立「Quality」大於「Quantity」的核心理念，商品也經全國公證、FDA 等第三方驗證，以確保最佳食安品質。

隨時「家」點獨特

「隨時家點獨特」簡單的一句話，反映 PChome X 的首波營運重點，致力於讓消費者在家簡便但不隨便地滿足五臟廟的生理需求，同時也能提升心理層級，隨時為生活儀式感加點獨特！

隨著現代人生活節奏的加快，無法隨時注重飲食品質，因此我們用心嚴選商品，希望每個顧客都能隨時在常日的飲食習慣中加點獨特。2021 年台灣遭受疫情衝擊，徹底改變消費者的飲食習慣和文化，從以前多在線下購買食品，逐漸以線上替代；PChomeX 未來除了擴增更多常溫系列食品外，也將持續協助更多餐飲品牌進行零售轉型，並延續以「家」為出發點的精神，預計引進更多跨領域的家居系列產品，攜手所有合作夥伴開發差異化商品，以達到市場區隔性，譬如麻膳堂水餃／鮮肉包、桃城雞排、星級主廚牛肉麵、澳洲 Coopers 精釀啤酒等傳統及在地美食，希望提供消費者在疫情下更多的飲食選擇。



麻膳堂



桃城雞排



星級主廚牛肉麵



Coopers 庫珀啤酒



baan



PChomeX家好選物



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

入口網站 PChome ONLINE

PChome Online 網路家庭同時整合各類網路服務，包括個人新聞台、股市、電子信箱、Kaza 隨拍、新聞、旅行團、買車、相簿、找東西等頻道，創造廣大的會員數與流量；入口網站也提供展示型、聯播網等網路廣告服務。PChome Online 目前擁有超過 2 千萬名會員，為因應現代人對網路平台的依賴，PChome Online 入口網站將持續優化各頻道的功能，提供優質的網路服務體驗。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2.1.2 責任與永續選品

PChome 期許每一天都能提供消費者最可靠的商品。在商品的選擇上，我們嚴格確保消費者能夠購買到最理想的商品，因此我們在 PChome 24h 購物推出「品牌旗艦館」網羅國際各大品牌的商品，或直接由原廠供貨，確保消費者購買到的商品真實性。而隨著消費者的環保意識抬頭，PChome 也以行動回應對環保的重視，積極開發具有環保概念的商品，包含選擇具有環保、節能標章的商品，亦在每年 3 月 26 日同步推出「Earth Hour 關燈一小時」的系列活動等，提供消費者更多的綠色選擇。

品牌旗艦館

隨著商品購入管道持續增加，以及網路平台資訊的氾濫，導致消費者難以在眾多品牌資訊中清楚辨識網購商品的真偽。為解決消費者的線上購物困境，PChome24h 購物透過取得原廠授權在品牌旗艦館打造專屬各大品牌的網購平台，提供顧客最安心、優質的商品、服務與優惠，並串聯全台 24 小時保證到貨的物流服務，持續升級消費者的服務體驗。

我們在 PChome24h 購物品牌旗艦館所販售的商品皆具備多項品質認證，並享有產品保固期、完善的售後服務保障，更不定期釋出限定優惠回饋消費者，希望藉由與各品牌的原廠合作，創造讓消費者安心、便利的購物環境。

有 P ㄛ 商行



在全台發布三級警戒屆滿 2 個月之際，PChome 為協助更多中小企業數位轉型以因應疫情的衝擊及挑戰，同時響應經濟部中小企業處「Buying Power」理念，我們攜手經濟部中小企業處共同推廣「有 P ㄛ 商行」，提供行銷、金流、物流等平台資源共享，協助社創商家數位轉型，並精選出對環境、社會友善，品質也優良的商品。目前 PChome「有 P ㄛ 商行」架上共有 24 個品牌與 530 件商品且不斷持續增加品項，讓商家有責生產也讓消費者有擇消費。此外，我們也將「有 P ㄛ 商行」首月營業額的 17% 捐贈予家扶基金會，讓消費環境永續經營，也為弱勢孩童盡一份心力。PChome 期望能藉「責」任生產傳遞環境永續發展理念，讓消費者享受有選「擇」的購物體驗，也助於打造共榮循環生態系。

綠色商品選購

隨著消費者的環保意識日益提升，綠色生活的概念席捲消費市場。PChome 作為電子商務領導者，我們秉持與消費者一同守護地球的理念，持續提供消費者環境友善商品，讓日常生活中的購物也可以為地球盡一份心力。

在 PChome 的購物網站上，消費者可以找到眾多優惠的國內外知名綠色商品，例如歐洲第一家擁有全系列環保節能家電品牌 - 伊萊克斯、百分百採用再生塑膠瓶的歐萊德、遵行環境效益進行產品設計的 ecover 宜珂等品牌，都是在產品研發到生產過程中，將環境因素納入考量的環境友善商品，同時也榮獲「零殘忍認證」、「搖籃到搖籃」等國際專業環保認證。PChome 致力於提供這些多樣化的綠色商品，讓消費者認知到我們的購物與生活也可以很綠色、很友善。

環保認證標章小知識

零殘忍標章



由國際零殘忍組織 (Cruelty-Free International) 認證許可的零殘忍標章，推廣無動物實驗理念、替代方案等，並要求產品從開發到生產過程中，都沒有進行任何動物實驗。因認證審核嚴格，且需每年不定期的對品牌抽查稽核，是目前最有公信力的零殘忍標章。

PChome購物平台上經認證之商品：Astonish英國潔、Eco-Me、ANDALOU安德魯等。

搖籃到搖籃



搖籃到搖籃認證是廣受國際認可的「循環經濟產品認證」，認證的標準包含材料的安全性、材料的循環再利用性、能源的使用與碳管理、水資源的管理及企業社會責任的實施等五大面向，鼓勵產品從設計階段納入環境保護、資源永續循環利用等思維。

PChome購物平台上經認證之商品：method美則、ecover宜珂等。

PChome 環保集點

近年來台灣的供電穩定性與能源結構轉型議題持續受到民眾關注，而極端氣候加劇所造成的缺水、缺電問題也嚴重影響我們的生活，因此我們在選品上十分重視商品本身的綠色要素，包含產品是否具有節能標章、環保標章、FSC 標章及節水標章等，透過提供消費者此類綠色產品以有效降低人類活動對環境的衝擊。PChome 24h 購物不僅是國內第一間取得「碳足跡標籤」的大型電商平台，更於 2021 年攜手行政院環保署「環保集點計畫」，消費者只要註冊環保集點會員，並綁定 PChome 24h 購物會員帳號，之後的每筆訂單可獲得 500 綠點，綠點則可作為下次消費折抵。希望能透過與環保署合作推廣碳足跡標籤，也吸引消費者能從有趣的集點兌換活動中，逐漸讓綠色生活與消費成為日常習慣。



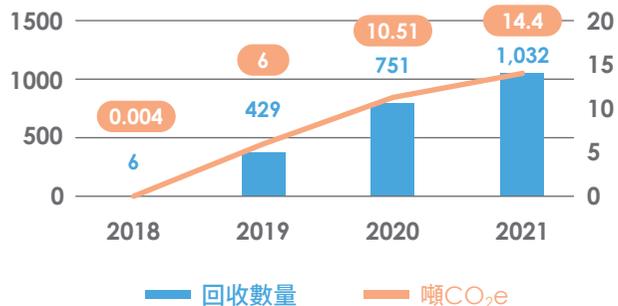
回收不擔心，3C 舊換金 - 舊機回收

我們除了享受智慧型手機普及帶來的便利，卻往往忽略低產品生命週期衍生出的回收問題。PChome 在銷售手機的同時也考量到消費者對回收手機的需求。因此我們在網站上提供消費者舊機狀態評估與回收管道，並以現金、禮券及 10% 現金積點等多方回饋鼓勵消費者參與，讓手機產品在生命週期的末端可以妥善回收處理，達到循環經濟的目的。PChome 於 24 小時購物網中提供「3C 舊換金」網頁，並訂定出完善且明確的回收流程，讓消費者可以透過網頁或手機回收 APP 對舊機進行評估，申請完後我們將提供到府取件的服務，讓消費者在家即可完成所有程序。後續也以線上方式進行通知、驗證，與回收金的發放。整體回收流程亦符合「線上回收作業管理規範 (ITS)」之標準規範。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

舊機回收數量與減少碳排放統計



註：手機回收網頁於2018年12月上線

舊機回收流程

1. 線上估價：進入網頁回收入口/手機回收APP
2. 到府收件：回收申請後，宅配依約取件
3. 人工檢測：依各項裝置功能狀況評估與鑑價
4. 通知報價：簡訊/Email通知最終報價及確認回收
5. 身分驗證：上傳個人證件，完成交易
6. 回收金發放：禮券-歸戶至PC帳號/現金-匯款至個人帳戶(含10%現金積點)

手機回收網頁



回收您的舊手機



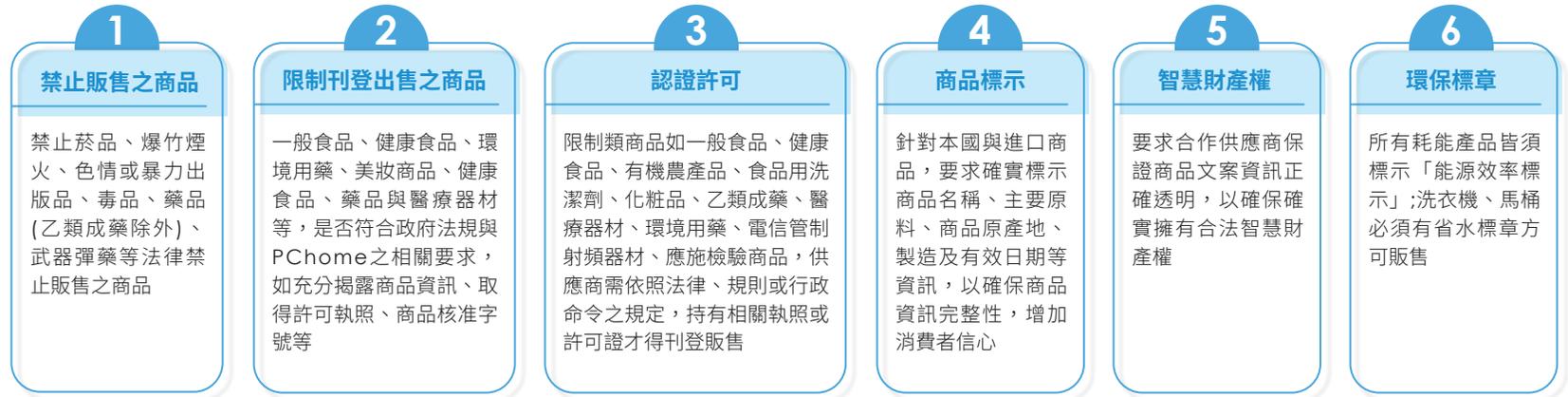
對地球有益
幫助資源永續發展

2.1.3 商品審核與品質規範

PChome 為消費者提供各項商品的同時，也積極落實商品審核機制及品質規範，並設立嚴密的防線以確保每項商品都是安全無虞的。因此我們在與廠商洽談合作時，會先審查即將上架的商品是否符合相關法令規範，並在商品建檔時要求填妥必要相關資料，以確保符合公司促銷時間、價格等規定。後續商品在入倉時也必須符合公司內部規範方可入倉，而倉庫內也編制商品稽查人員定期抽驗，確保商品品質、外觀等各項要件符合規範。我們為消費者在商品從進貨到送至消費者手上的每個環節嚴格把關，讓 PChome 的每一項商品都是可靠且值得信賴。

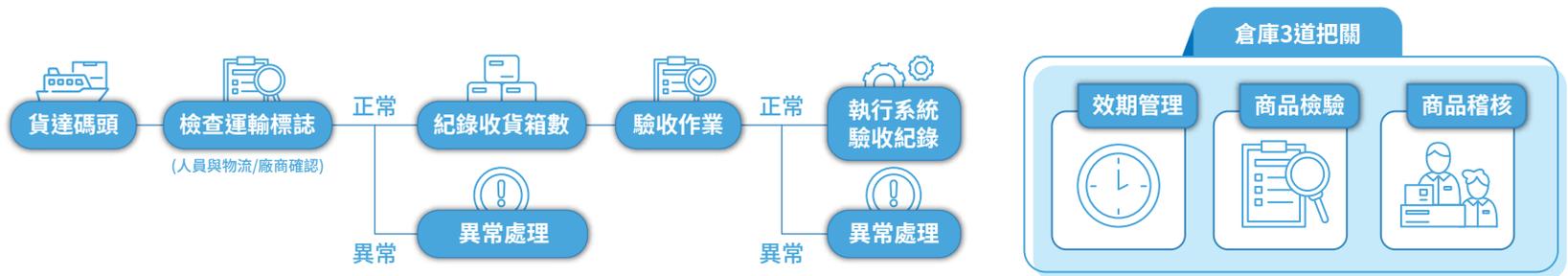
商品審核

PChome 的商品審核項目可分為五大面向，包含廠商基本資料、商品管理、產品交付責任、法律責任，以及商品驗收資訊傳遞。我們針對不同商品也訂有對應的審核規範，並嚴格要求業務人員遵照規範來對商品進行把關。



入倉流程與管理

PChome 訂有標準化的商品入倉流程，針對各項貨品進行查驗，以確保商品是在無異常的情況下入倉。對於倉庫控管，我們也設有三道品質把關防線，包含商品入倉後的效期管理、品質抽驗與稽核，確保商品在倉儲期間不會有過期或變質的情形。



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

商品效期管理

PChome 針對不同效期的商品，訂有不同的入倉允收期限及在倉品退回期限，並導入系統監控機制來精準掌握商品狀況。而在出貨前同仁也會再次確保商品品質無虞後，才會放心將商品送往消費者。

商品檢驗

PChome 與供應商簽訂採購契約時，都會要求供應商提供商品檢驗證明。而 PChome 自行經營的商品，我們也與 Intertek 全國公證檢驗、FDA 等第三方驗證進行簽約合作，由我們自行送檢如生菌數、大腸桿菌等微生物、食品添加物、毒素檢測、重金屬、多重農藥殘留、食品標示、化妝品標示、配方審核等，以向消費者保證商品品質與安全。



- 微生物檢測
- 食品添加物檢測
- 農藥殘留檢測
- 食品 / 化妝品標示及配方審核
- 毒素檢測

接獲通報或
主管機關來函

採取預防性下架

請供應商提供
相關證明與補正

正常

回復上架

異常

商品下架

倉庫商品稽核

PChome 在倉庫編制稽核小組，每日安排人員至指定區域儲位進行商品稽核，檢視架上商品是否有破損、發霉、變質、過期等異常狀況，並透過對良品進行擦拭、整理，來確保商品維持在最佳狀態。若有發現不良品，稽核小組將會進行建檔、拍照、異常狀況確認，以利後續處理。



商品下架機制

商品下架原因區分為正常下架與異常下架。

正常下架：即該商品確定停產，或代理權轉換等因素，在收到廠商通知後主動下架。

異常下架：當公司接獲顧客、新聞媒體，或是主管機關與其他法務單位來函時，PChome 為確保消費者的購物權益不受損，會先主動將有疑慮之商品採取預防性下架，並同步通知業務人員，由同仁偕同供應商儘速針對相關通報或函文內容進行妥善處理，並請供應商協助提供相關授權證明文件，並將證明文件附註在商品頁面。若廠商無法提出合理說明或相關證明文件佐證，以致商品未符合要求，我們將立即執行全部或部分商品下架事宜。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2.2 安心消費體驗

2.2.1 P 幣生態圈

PChome 一直以 Pi 拍錢包為發展重心，積極打造 ONE PChome 生態圈，串聯各項服務與跨領域整合。為了使行動支付深入消費者生活，Pi 拍錢包持續打造橫跨實體通路與網路電商之 P 幣生態系，目前 Pi 拍錢包已擴展超過全台 38 萬個合作店點，讓民眾能順利將 Pi 錢包運用於各項服務範疇，享受快速的網路金融服務、體驗更便利的行動生活，成功打造滿足食、衣、住、行、育、樂的 P 幣生活圈。同時為了讓用戶得以安心使用 Pi 拍錢包，我們持續專注於開發操作更便捷、卻又不失安全性的支付服務，讓消費者透過行動應用程式即可安心地完成各種支付交易。目前我們提供「個人會員」與「商業會員」交易功能，消費者可於 Pi 拍錢包 APP 註冊加入並進行交易，交易服務經雙層密碼保護使用者的帳號，並採用支付卡產業資料安全標準 (PCI-DSS) 保障每筆交易。

輕鬆付款



用手機就能付款
像傳訊息一樣簡單

拿起手機一點，輕鬆訂好餐點外帶和外送，店家即時回覆取餐/外送序號，免排隊、免等待、免零錢，直接取餐更省時

繳停車費



拍一下停車繳費
還能約定車號

停車繳費掃碼即付，還能約定車號。繳各縣市路邊停車費享優惠折扣，再享各銀行刷卡金回饋

快速結帳



超過380,000個店點
秀條碼就能結帳

出示付款條碼給店員掃描，3秒內完成付款！支援全台7-ELEVEN、全家便利商店、萊爾富、OK超商、美聯社等超商超市，用手機就能快速結帳，手機不連網也能付款，還可綁定雲端發票

安全交易



PCI-DSS認證交易
安全有保障

PCI-DSS(Payment Card Industry Data Security Standard)是由信用卡國際發卡組織要求，為了提高持卡人交易資料安全，商店及服務供應商對於儲存、處理或傳輸信用卡資料的規範，都必須符合PCI-DSS認證，為使用者打造安心有保障的支付環境

PChome 近年也陸續與玉山、花旗、樂天銀行合作，分別推出 PChome Prime 聯名卡與玉山 Pi 拍錢包信用卡，並結合悠遊卡功能，透過整合點數兌換及消費行為，強化線上線下應用場域，並持續與各大銀行合作推動 PChome 儲值優惠方案。刷卡消費所獲得的 P 幣，可以透過 Pi 拍錢包 APP 在實體超商、百貨、量販、線上購物、加油、大眾運輸、水電瓦斯費、路邊停車費、保險等 38 萬個環繞民生消費為主的使用場景進行消費折抵，一拍即享，滿足更多顧客用卡需求，成為卡友消費生活的最佳 Pi 檔。



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2.2.2 安心客戶服務

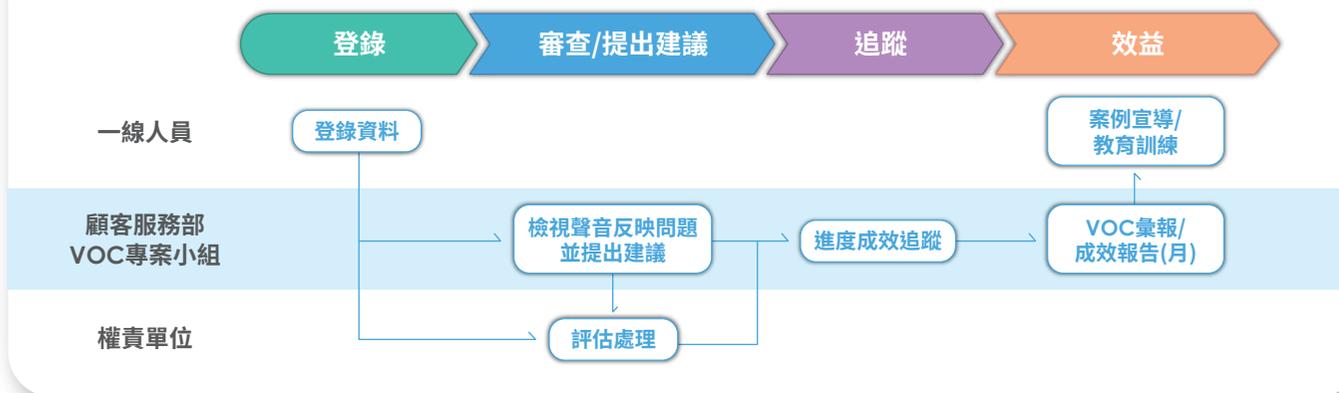
給予每一位顧客最好的服務一直是 PChome 的堅持，顧客給予 PChome 的回饋都是我們持續進步的動力。在 2021 年 10 月，PChome 更榮獲國家品牌玉山獎「最佳人氣品牌獎」之殊榮，成為唯一獲獎的電子商務企業，突顯 PChome 在品牌經營與顧客服務表現，深受產、官、學界與消費者的青睞與肯定。為了使客戶服務機制更加完善，我們於 2021 年成立客戶心聲（Voice of Customer, VOC）指導委員會，由執行長擔任主席，各部門主管擔任委員，預計透過兩階段建立由上而下的明確權責區分機制。第一階段先制定規範、建立提案暨審查流程，並以人工方式蒐集外部客戶問題反映；第二階段將導入系統提案審查平台，推廣使用單位並增設提案／採納獎勵制度，同時訂定內部 KPI，以確實掌握專案的執行成效。

VOC指導委員會



角色	權責單位/人員	職掌內容
專案負責人	網家顧客服務部主管	<ul style="list-style-type: none"> 專案運作規劃及推動
VOC專案小組	網家顧客服務部客服專案科	<ul style="list-style-type: none"> 執行與成效追蹤 跨單位溝通協調與問題解決
網家/子公司提案單位主管	單位主管	<ul style="list-style-type: none"> 部門內專案推動 擔任指導委員會委員 定期參與委員會聽取執行報告
單位窗口	單位主管指派人員擔任	<ul style="list-style-type: none"> 單位提案管理 提案審查 跨單位評估案件窗口

VOC提案審查流程



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2022年目標

- 2022年客服內部每人每月目標件數3件，達成率≥85%，再逐步擴及PChome各單位及子公司

我們致力於提供顧客暢通的溝通管道，不論是商品資訊、訂單追蹤、售後事宜等問題，PChome 都將即時回應，協助客戶解決各種購物的疑難雜症。顧客可以透過客服專線由專人服務，亦可透過網站顧客中心留下欲反應的問題，客服將透過電話或電子郵件及時給予回覆，顧客中心亦有「問答記錄」提供顧客隨時查看客服人員回覆資訊。



PChome 客服中心若接獲客戶留言反映，依規定須於 2 個工作天內完成初次回覆，且每件客戶留言皆會由專員協助顧客處理至結案。我們期望提供有溫度的服務，且為持續優化消費者的服務體驗，未來每年將不定期進行客戶滿意度調查，內容包含：1. 問題回覆效率 2. 問題解決能力 3. 人員服務態度，期望透過滿意度調查瞭解客戶對客服中心整體滿意度，以更精準掌握客戶需求，讓服務能夠不斷升級且更加完善。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2.2.3 專業客服訓練

PChome 優質的顧客服務奠基在同仁們的努力及專業能力之上，為提升人員的專業表現，我們為每位新進人員提供為期 5 週的專業課程與實戰模擬，讓每一位新進同仁能夠在教育訓練期間以扎實的訓練提升自信心，磨練面對突發狀況的應變能力，最終成為能獨當一面，提供優質服務的客服人員，同時亦會定期舉行內外部教育訓練，以持續精進同仁專業能力，如 2021 年舉辦客服 Team Building 活動、客戶協商談判技巧、電話溝通等多面向訓練課程。

客戶服務訓練					
2021 年度	員工類別	管理職		非管理職	
		女性	男性	女性	男性
	受訓總時數		91	173	4,949.5



註：管理職定義為理級以上之同仁

依據 PChome 內部品質稽核流程規範，每位客服人員須對照品質稽核指標進行年度考核，並依同仁表現得分按比例配置 A+ 至 C 的評等級數。此外，為鼓勵同仁提供最好的服務，客服中心也定期舉辦優良人員頒獎典禮表揚優秀同仁。2021 年共有 21 位同仁獲選優良客服人員，1 位同仁獲選客服新人獎。



優良客服人員頒獎

客戶暖心來函

來函1

收到客服的回信，這一次的回信終於讓我感到安心，證明了我在PChome買東西還是能受到該有的保障，感謝客服人員努力幫忙爭取對於維護PChome的商譽做出了漂亮的舉措，以後我還是會繼續在PChome買我需要的東西。

來函2

衷心感謝客服同仁為消費者爭取權益，作為PChome十八年的消費者，最敬佩與感心的就是PChome一直很努力的讓台灣的消費環境能夠一直在「善」的循環中茁壯。PChome真正的做到了企業的「社會責任」。

開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

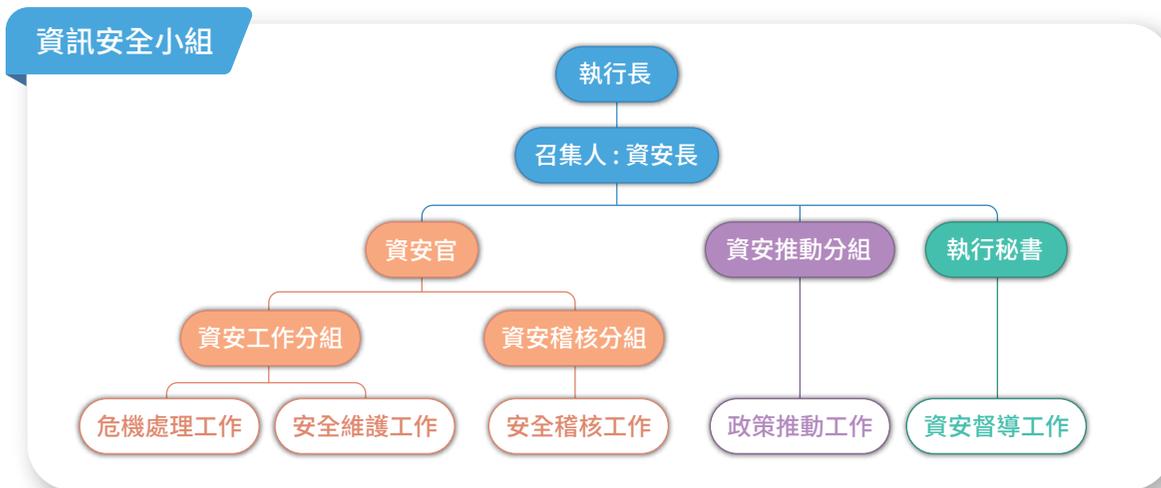
2.3 可靠資安防護

PChome 致力於提供消費者健全安心的網購環境，除了不斷優化作業系統，提升操作的便利性，對於保護客戶的消費資訊、個人隱私更是最基本的堅持。隨著消費需求的攀升，我們將從內部架構、風險評估、系統升級等面向著手，打造更為完善、強韌的資訊系統。

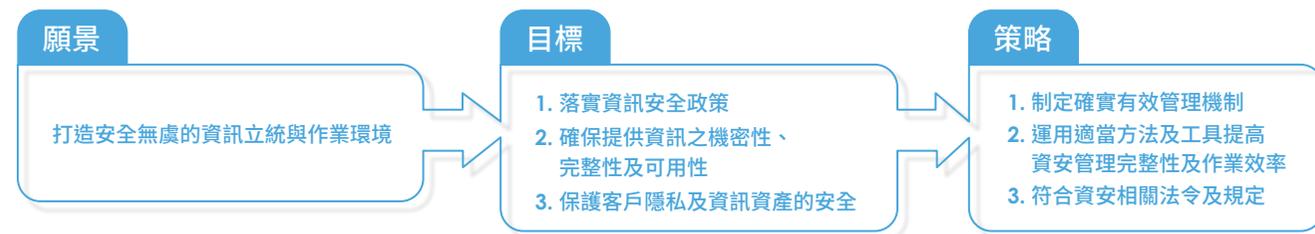
2.3.1 資訊安全治理架構

PChome 於 2018 年度成立專責「資訊安全部門」，統籌集團資訊安全及保護相關政策制定、執行、風險評鑑、控制與遵循度查核。但為執行資訊安全部門訂定的資安策略，確保內部遵循資安相關準則、程序與法規，我們於 2021 年度正式成立「資訊安全小組」，由執行長指派之資安長擔任小組召集人，召集資安工作小組負責資訊安全預防、稽核、治理與危機處理作業，同時指派各事業單位高階管理者組成「資安推動分組」來進行各項政策推動工作。

PChome 於每季召開資安大會，檢視及決議資訊安全與資訊保護方針及政策，落實資訊安全管理措施的有效性。為深化資訊安全防範並落實制度化規範之具體作為，我們於 2021 年 12 月依照 ISO27001 訂定 12 大項資通安全政策，且每年定期審查政策完整性、適用性與適法性，以進一步確保資安規定與時俱進，符合實際業務所需，並保障客戶之交易過程安全無虞。



為了讓消費者安心的在線上購物，不必擔心資訊安全或個人隱私受到侵犯，PChome 設有資訊部建立各項可信賴的資訊應用系統，提升網路服務之資訊安全及服務品質，並確保營業能力及資訊服務的效能，讓每一位消費者都可以安全、便利地暢遊在我們的線上服務中。



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

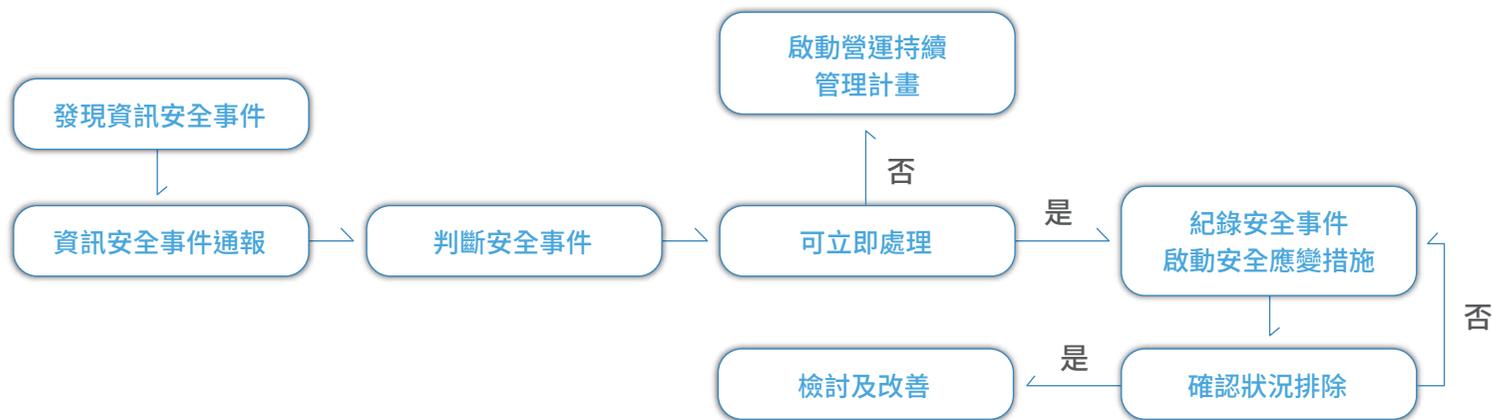
2.3.2 資訊安全管理

在資訊科技的發展下也伴隨許多資訊安全風險。PChome 建立了一套完整的網路及電腦安全防護系統，並透過存取控制、資產管理等措施，控管或維持公司營運、資料庫安全管理等重要企業運作的功能。依據 PChome 資訊安全風險分析評估，我們的潛在風險主要來自任何第三方癱瘓系統的網路攻擊。為避免這些攻擊導致公司的營業祕密遭受竊取、消費者個資等機密資訊外洩，以及其他損及公司權益及聲譽之情事，PChome 透過下列因應策略來主動鑑別任何可能的潛在資安風險，並訂有解決方針，我們的策略包含：

鑑別潛在資安風險的方法	解決已鑑別出的潛在風險的方法
<ol style="list-style-type: none"> 1. 每季定期執行資訊系統內稽內控查驗 2. 每季使用自動化工具與流程識別資訊系統的潛在風險 3. 每年檢視和評估網路安全規章及程序，確保其適當性和有效性 4. 每年定期辦理資安稽核，持續改善並降低資安風險 5. 不定期針對營運資訊系統舉辦攻防演練 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 透過資訊稽核內稽內控循環管理風險的處理狀態，確保資訊安全政策實施績效 2. 針對營運資訊系統攻防演練之結果，發現未知弱點與失當設定，防止遭受不法利用與駭客入侵 3. 針對異常之委外合約深入盤查，確保委外廠商的資安保密義務

針對資安事件的通報與處理流程，PChome 訂有「事故通報暨緊急通報程序」，以系統化方式整合通報、判讀與分析、處置、檢討與改善等一系列流程，確保能在資安事件發生時以最迅速且適切之方式解決，防堵類似事件再次發生。PChome 在 2021 年並未發生任何資料洩露、失竊或遺失客戶資料之事件，而我們仍將持續落實內部資安策略，以保障公司資訊安全與客戶權益。

PChome 資安事故通報暨緊急通報程序



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2.3.3 資訊安全措施

PChome 在 2021 年制定四大資訊安全重點管理方案，包含資安管理、課程測驗、內部稽核，以及外部稽核，我們也在每季辦理全集團的資訊安全大會時，向全部同仁布達各季的資訊安全重點。有鑑於近年國內外資安事件頻仍，再加上所屬產業之特殊性，因此我們在 2021 年度大幅提升資訊系統測試頻率與強度，藉由頻繁進行資訊防護演練，系統性地強化每位同仁的資安意識與警覺性，防範資安風險於未然。未來，除了延續所有資安工作項目外，再分析國際資安事件與評估自身資安防護措施後，也預計將雲端安全與勒索病毒防治列為重點工作目標。



2021年度資安管理四大成效

1. 完成1562項 資訊循環稽核

依照資訊安全政策，每季定期執行資訊系統內稽內控查驗，確保資訊安全政策實施績效。

2. 完成136次弱點掃描

每季使用自動化工具與流程識別資訊系統的潛在風險，並透過資訊稽核內稽內控循環管理風險的處理狀態。

3. 進行527個人天的 駭客攻防演練

營運資訊系統環境不定期舉辦攻防演練，提早發現未知弱點與設定失當，防止遭受不法利用與駭客入侵。

4. 完成了595份 供應鏈合約資安評估

審閱委合約內容風險與機敏性外，落實簽署保密同意書與違反合約之處置條款，確保並落實委外廠商的資安保密義務。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2.3.4 資安教育訓練

為提升集團同仁的資訊安全認知與知識，PChome 於每季辦理全集團的資訊安全大會，分享近期國內外發生之重大資安事件及法規修訂要求，傳遞資安相關訊息，同時與各單位同步資安工作項進度與狀態跟催，並蒐集與各單位相關之資安事件或新聞，提醒各單位應注意事項與防護方式，以及須熟悉事故發生通報程序。此外，今年我們也安排同仁進行線上外部資安訓練，以確實掌握最新的資訊安全趨勢與新知。

PChome 資訊安全教室

常見的社交工程可疑徵兆



1
久未連絡的朋友
突然傳來反常的訊息



2
訊息的內容讓你感到
恐懼、緊張、焦慮



3
訊息所需的資料
異常急迫要求馬上要給



4
突然被告知贏得了
過於龐大的金額或獎品



5
在工作上被滿足了
未曾提出的技術需求



6
無法辨識訊息發送者
的真實身分



2021 年度員工資訊安全訓練統計

員工類別	受訓總人數	受訓總時數
新進人員	751	239
在職人員	861	430.5
IT 人員	216	324

註：主管定義為理級以上之同仁

2021年度資安訓練三大成效



216名IT人員通過
進階開發安全課程與測驗

針對技術人員進行資安教育訓練，內容包括駭客攻擊手法、安全開發程式與網路系統加固防護等，並於課程完成後隨即進行測驗。216名員工參加，總時數324小時。



861名員工完成資安意識教育訓練

針對有電腦操作需求人員進行資安意識線上教育訓練課程，內容包括安全的使用電腦、個資保護與常見的網路陷阱等，並於課程完成後隨即進行測驗。861名員工參加，總時數430.5小時。



751名新進員工完成
資安與個資保護訓練

所有新進人員皆需完成資訊安全與個資保護教育訓練課程。751名新進員工參加，總時數239小時。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2.3.5 客戶資料保護

為維護消費者的個人隱私，PChome 依循內部訂定之《會員服務使用條款》與《隱私權聲明》進行客戶資料保護，其中隱私權聲明及其所包含之告知事項，僅適用於本公司所擁有及經營的網站與行動應用程式。除非事先說明或為完成提供服務或履行合約義務之必要、依照相關法令規範或主管機關來函等特殊情況，否則本公司不得將足以識別使用者身分的個人資料提供給第三人或移作蒐集目的以外之使用。因此，2021 年度涉及行銷、客戶管理與服務、提供網路購物及其他電子商務服務、保護當事人及相關利害關係人之權益、售後服務、辦理贈獎活動以及經營合於營業登記項目或組織章程所定之業務等次要目的營業行為之會員人數，共計 0 人。此外，為推行電子商務相關業務，PChome 可能藉由使用者註冊資訊暨消費行為紀錄，蒐集客戶的行為資料與個人識別資訊，並在遵循資料安全之情況下，有條件地評估有利推進公司業務之商業行為。

除此之外，PChome 針對資訊生命週期的各階段也訂有明確的規範，更多詳細內容可參考「PChome Online 網路家庭 TM 會員服務使用條款」與「隱私權聲明」。

資料階段	說明
1. 蒐集資料	<p>PChome 透過下列方式蒐集客戶的個人資料：</p> <ol style="list-style-type: none"> 申請註冊成為本公司之會員時 使用本公司網站與行動應用程式所提供的各項服務時 於本公司所經營之網站、APP 進行網路購物時 參與本公司與其他合作夥伴辦理的贈獎活動、行銷活動時 會員服務及顧客意見處理
2. 資料使用	<p>PChome 將所蒐集的個人識別資訊(PII)，進行以下利用：</p> <ol style="list-style-type: none"> 廣告行銷 商品配送 金融交易授權 活動中獎通知、贈品配送 其他業務附隨事項 市場分析
3. 資料保存	<p>客戶之個人資料將嚴密保存於 PChome 暨各子公司的資料處理系統，並於必要時依法委託具有高度安全性、穩定性且管理嚴格的資訊公司，儲存及保管客戶之敏感資料。此外，PChome 暨各子公司用以儲存及保管客戶資料的資料處理系統，皆建置有防火牆機制以防止入侵，以防止第三人不法入侵或內部之非法使用</p>
4. 資料處理	<p>PChome 依照提供予客戶的各該服務、活動的性質，於下列之特定目的範圍內，蒐集、處理、利用及傳輸其個人資料：人身保險、行銷非公務機關依法定義務所進行個人資料之蒐集處理及利用、信用卡、現金卡等其他經營合於營業登記項目或組織章程所定之業務</p>
5. 資料揭露	<p>除有下列原因之一，否則 PChome 不會將個人識別資訊(PII)提供給第三人(包括境內及境外)、或移作蒐集目的以外之使用：</p> <ol style="list-style-type: none"> 經事先向客戶說明，並經過同意 為完成提供服務或履行合約義務之必要 因協助辦理保險事故出險而提供給保險人 依照相關法令規定或有權主管機關之命令或要求 在緊急情況下，為了維護客戶及其他會員或第三人之合法權益 為了維持本公司會員服務系統正常運作 有合於《個人資料保護法》第 20 條但書規定，得為特定目的外之利用之情況
6. 資料銷毀	<p>當蒐集個人資料之目的消失或期限屆滿時，客戶可要求停止蒐集、處理或利用以及刪除個人資料，但因 PChome 執行職務或業務所必須，或依相關法令規定，該等資料不適用於刪除權之行使時，不在此限</p>

除了保護客戶資料安全與隱私，PChome 也致力於保護兒童網路安全，提供相關技巧教導兒童如何安全的使用網路，讓兒童及其家長都了解如何保護自己的安全及隱私。更多詳細內容可參考 PChome「兒童網路安全指南」。



兒童網路安全指南



隱私權聲明

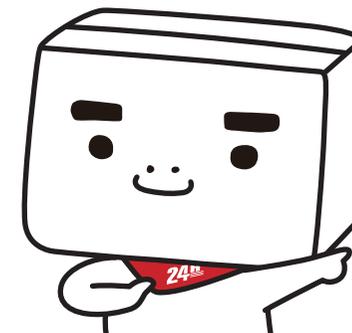


PChome Online網路家庭
TM會員服務使用條款

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

Ch.3 環境的綠色夥伴

3.1 綠色購物計畫 / 3.2 氣候永續行動 / 3.3 綠色營運管理



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- **Ch3 環境的綠色夥伴**
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

永續發展目標

12 責任消費
與生產



13 氣候行動



重要之利害關係人

顧客、股東/投資人、政府組織
媒體、社區/非營利組織



永續亮點績效

攜手環保新創PackAge+配客嘉，推廣環保循環箱



於世界地球日串聯PChome三大首頁打造「關燈」1小時的熄燈愛地球活動



公司戶與個人戶採電子發票比例合計**95.95%**



內部倉儲建置智能箱號推薦系統，箱號符合比例達**48.6%**



採購**13台**電動機車，正式組成PChome**綠能機車隊**



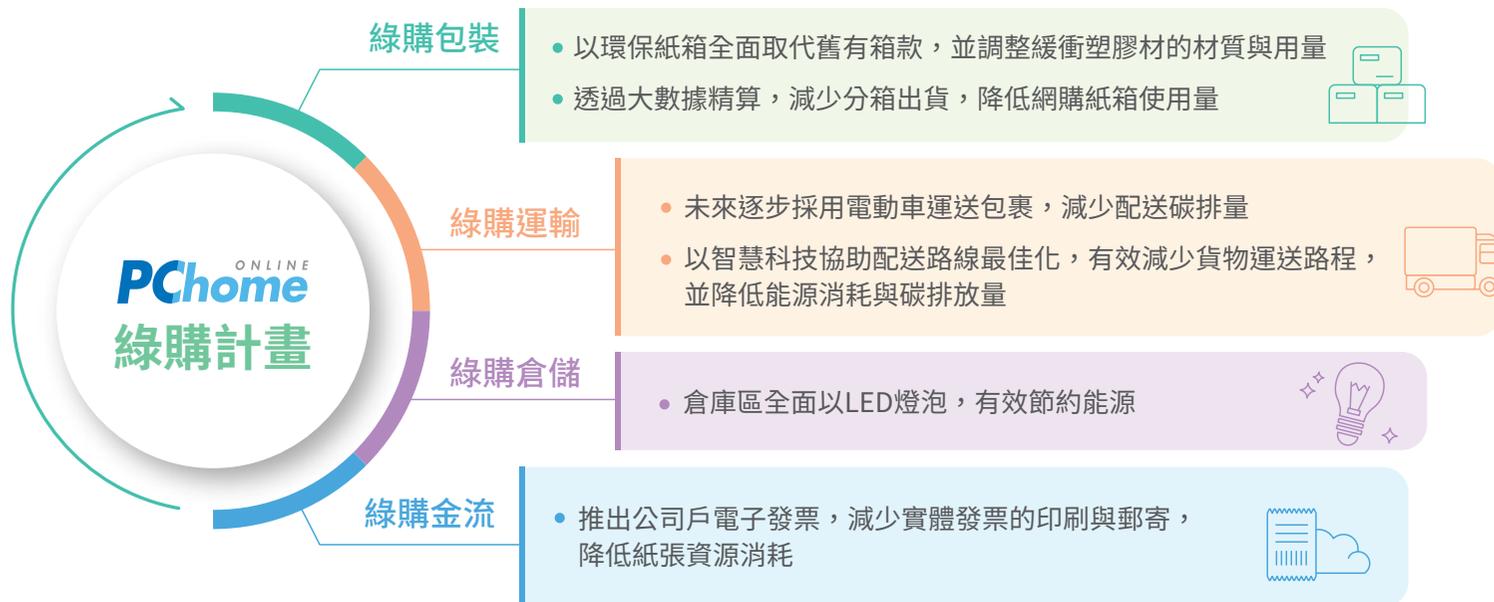
遵循氣候相關財務揭露建議書(TCFD)，鑑別出與PChome相關之**5項**氣候變遷風險，**3項**氣候變遷機會



在電商平台提供網路購物服務的過程中，需要消耗包裝材料、水電、汽柴油等資源。為了降低資源消耗對台灣環境的負面衝擊，PChome決定採取實際行動來幫助減緩自然環境受到的衝擊，除了在各營運據點（辦公室、倉儲）推行環保措施，我們更響應聯合國永續發展目標推動「綠色購物計畫」，以環境友善為基礎，重新檢視各營運環節，實踐在電商網購服務中融入永續經營理念。此外，PChome首度參與「第3屆國家企業環保獎」即榮獲銅級獎肯定，為全國首家奪得最高環保榮譽的電商企業。

3.1 綠色購物計畫

網路科技的發展與普及化改變了市場的消費型態，疫情全球肆虐對人類生活的影響更強化消費者對線上購物的依賴，造就電子商務蓬勃的發展。PChome 2021 全年出貨商品超過 4,000 萬件，為了降低電子商務服務對環境的影響，PChome 於 2019 年起推動「綠色購物計畫」，在綠色購物計畫中，PChome 主動從「綠購包裝」、「綠購運輸」、「綠購倉儲」及「綠購金流」四大面向著手提升標準，積極邁進電商減碳新時代。



PChome 24h網路零售服務碳標籤

PChome 於 2020 年 7 月成為全台第一個取得行政院環保署「碳標籤」之大型綜合網購平台企業，我們主動盤查網路零售服務在生命週期各階段的碳足跡，從產品服務（產品檢核、產品分裝等）、環境服務（官網、網域、伺服器、跨平台串接等）及運輸服務（取貨、配送、退貨、換貨等）三個面向進行分析，取得量化數據並進一步檢討減排策略。PChome 也鼓勵消費者可優先選購具碳標籤的產品，發揮消費端的綠色影響力，更將號召全台中小企業、供應鏈合作夥伴共同投入社會永續，攜手一同邁入電商減碳新時代。PChome 也積極爭取申請「減碳標籤」，以彰顯對減碳的決心與承諾。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

PChome 產品與碳足跡相關資訊

產品名稱	PChome 24h 網路零售服務 (實體服務)		
產品類型	服務		
碳標籤證書	編號：2014879001 狀態：有效	有效期限：2025 年 07 月 12 日 生效日期：2020 年 07 月 11 日	
產品碳足跡計算	碳足跡數據／標示單位	1.4kg CO ₂ e / 每件零售服務 (實體)	
產品生命週期各階段碳足跡比例	原料取得：51.78%	服務：46.22%	廢棄處理：2.00%
其他	碳排放減量承諾，預計執行下列減碳措施： 1. 全面導入倉庫無紙化作業 2. 裝置太陽能板響應政府再生能源政策 3. 進駐綠建築倉儲，全面調整庫內作業模式 4. 使用低碳車進行貨品運輸 5. 與環保署合作推出環保集點活動，鼓勵更多消費者購買綠色標章產品		



碳標字第2014879001號
每件零售服務(實體)
不含內容物之碳足跡

3.1.1 綠購包裝

有鑑於傳統的網購模式需消耗大量一次性包材，PChome 為了實踐友善環境的經營理念，我們以「推廣循環包材、提高出貨配送紙箱使用再生紙漿箱體之比例、減少一次性包材使用、部分緩衝材使用環保可回收材質」四大策略作為改善包材的方向，因而在 2019 年設計出 31 款新式環保包裝紙箱，以有效降低網購包材消耗對環境的影響。全新設計環保紙箱包含以下特色：

箱體以100%回收紙漿製成，有效減少樹木砍伐	紙質密度高，可增加重複使用率，減少碳排放量
箱體維持紙漿原色，箱面印刷面積小於50%，減少油墨耗用	外觀採用通過RoHS檢驗的環保水性油墨小面積印刷

PChome 亦持續深化綠色包材，於 2020 年推出新款易撕膠帶與環保紙箱搭配使用。新款環保膠帶使用水性壓克力環保膠水，主打環保安全、方便易撕，且經歐盟 RoHS、美國 FDA 等國際認證，不含有害物質、可間接接觸食品。透過環保膠帶的使用，消費者於回收紙箱時不僅能快速撕取膠帶本體、不留任何殘膠，更能有效達成紙箱 100% 回收的環保理念，實踐友善環境行動。

● 開箱本報告書

● 經營者聲明

● 榮耀與肯定

● 永續的行動夥伴

● Ch1 治理的誠心夥伴

● Ch2 購物的創新夥伴

● Ch3 環境的綠色夥伴

● Ch4 職場的可靠夥伴

● Ch5 社會的暖心夥伴

● 附錄

項目	2021 年使用量
環保耗材使用	
1. 原色環保紙箱 (噸)	4,094.01
2. 環保膠帶 (公尺)	21,569,670
其他耗材使用	
1. 塑膠包材 (噸)	10.31
2. 緩衝材 (噸)	163.16

註：PChome 線上購物係由廠商直接出貨予消費者，故此部分未使用 PChome 環保紙箱

在 2019 年由環保署主辦之「網購包裝減量計畫」，PChome 為參與響應之網購平台業者之一，該計畫含括了三大目標：包裝減量、環保材質以及循環包材，網購平台業者可自主提報網購包裝減量執行計畫書，經環保署審查內容是否符合網購包裝減量指引之減量原則，環保署將授予通過的業者「網購包裝減量標章」，並可公告於平台網站。2019 年 PChome 旗下的 PChome 線上購物、PChome 商店街已分別在 B2C、B2B2C 平台類別中獲得網購包裝減量標章，肯定 PChome 的目標達成進度。

攜手環保新創 PackAge+ 配客嘉，推廣環保循環箱

繼 2020 年 PChome 響應行政院環保署政策，推出小規模保冰循環袋試行計畫，以減少網購產生的一次性包裝浪費，2021 年則進一步攜手環保新創 PackAge+ 配客嘉，助網購循環包裝試行計畫再升級。PChome 24h 購物將以雙北地區作為試行，選擇超商取貨之消費者，於訂購結帳流程時可自行勾選願意使用「環保循環箱」，當消費者收到商品後將使用過的循環箱，前往 PackAge+ 配客嘉的合作歸還點歸還，包含指定的 7-ELEVEN、全家便利商店、家樂福、屈臣氏、moshi 等連鎖通路或獨立店家。PackAge+ 循環箱選用抗污、防撞的環保材質，可重複使用 30 次以上，且消費者歸還後皆會進行完整的清潔消毒，才再次提供給消費者使用。因此，我們樂觀看待透過 PackAge+ 配客嘉的網購循環包裝系統，將有助於提升消費者對循環包材的接受度與回收歸還率，強化綠色消費意識。

新款環保紙箱



新款易撕環保膠帶



● 包裝減量

● 環保材質

● 循環包材

循環回收步驟

STEP 1

您的訂單將運用AI大數據篩選是否合適此方案，結帳時將再詢問您是否有意願使用循環包材出貨，您同意，且出貨同仁判斷合適，則以循環袋/箱出貨。

STEP 3

歸還成功視合作店家可領取優惠。
(詳見每月合作店家優惠)
再抽iPhone等好禮!

STEP 2 | 循環袋/循環箱歸還



PChome循環袋

1. 取出訂購的商品
2. 將循環袋摺疊好回郵吊卡朝上
3. 免付郵資投入中華郵政郵箱下方的綠色郵筒或全國各地綠色郵筒



PackAge+循環箱

下載 PackAge+ LINE

1. 取出商品
2. 收到商品後於14天內歸還循環箱
3. 下載PackAge+LINE，找尋附近歸還點
4. 掃描歸還點的回收箱QR Code後，再掃描您將回收的循環箱側邊QR Code
5. 依照LINE中指示，將包裝投入歸還箱

循環包裝特性



重複使用

可重複使用30次以上

清潔消毒

消費者歸還後
皆進行完整清潔消毒

環保材質

選用抗汙、防撞環保材



開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

另一方面，PChome 為了提升整體出貨包材的使用效率，以「跨庫併箱」與「推薦箱號」兩大方法，將訂單發貨品項在不影響訂單 24h 到貨時效及不增加額外成本的情況盡可能集中收攏，亦在內部倉儲建置智能箱號推薦系統。透過大數據商品資料的運算，以最少出貨箱數及最適合尺寸為準則，來達到減少紙箱及包材的使用量之目標。而最適紙箱對空間的有效運用，亦可提高物流運輸車輛的積載率，提升物流效率的同時也有效降低每個貨品運送的碳足跡。經 PChome 評估，相比過往依賴作業員人工判斷，透過智能箱號推薦系統進行選箱，估計每月總計可改善 5% 之箱數，而減少箱數推估可節省之包裝耗材及運輸費用，全年約可省下超過 130 萬元之成本。推薦箱號機制於 2021 年 9 月正式上線後，至年底推薦精準度有逐月上升的趨勢。後續目標是將精準度提升至 80% 以上，期望能藉此降低人工判斷誤差與提升作業效能。

3.1.2 綠購運輸

導入電動機車

PChome 為因應物流運輸業務的擴大，於 2018 年成立 100% 持有之運輸物流公司「網家速配」，成為台灣首家跨足最後一哩路物流的電商集團，並持續致力於強化倉儲和配送服務能力。PChome 車隊運輸工具以貨車與汽油機車為主，但自 2020 年開始響應「綠色購物計畫」的推展，我們在 2021 年共採購 13 台電動機車，正式組成 PChome 綠能機車隊，初期規劃以雙北市，人口及配送密度較高之區域先行導入，以降低物流配送服務所需油耗及間接產生的碳排放量。未來機車選購方針則以電動機車為主，後續將依設備耐用年限，逐年以電動機車汰換汽油機車，預計於 2025 年底前電動機車佔比可達 100%。

在整體物流管理策略上，目前由各單位主管以人工檢視的方式確認各車油耗率是否異常，針對異常車輛、運輸動線不佳、怠速過久等異常行為進行檢討修正，減少公司物流車輛的空轉率，並提出能優化運送時間的策略，以期能提升「最後一哩」的配送效率。

2021年底系統推薦箱號符合比例(%)



導入電動車



- 每年可減少3.6公噸的碳排放量

開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

貨車／機車資訊統計

車種	標準		2021 年 採購數量	2021 年 底累計數量	2022 年 預計採購數量
貨車	能效等級	1 級	5	5	5
	排放標準	六期柴油車	5	5	10
		五期柴油車	0	76	0
汽油機車	1 級		0	41	0
電動機車			13	13	15



攜手戰略夥伴 -Pickupp，強化最後一哩物流



在台灣疫情最嚴峻的 2021 年 7 月，PChome 決定攜手戰略夥伴 Pickupp 合作物流配送攻佔短鏈物流新戰場。PChome 將利用 Pickupp 的科技物流解決方案，以彈性的思維構築雙方合作模式，優化整體物流布建，提升整體配送效率及配送路線，強化關鍵「最後一哩」配送。我們期待透過與 Pickupp 的合作，促進整體物流資源的補給與運用會更具彈性，也希望藉此機會，以短距配送為基石開創更多便利於消費者的商業模式。未來也規劃整合雙方的優勢與服務，強化 ONE PChome 網路生態圈綜效，以專業化、科技化的營運管理，將電商物流帶入全新里程碑。

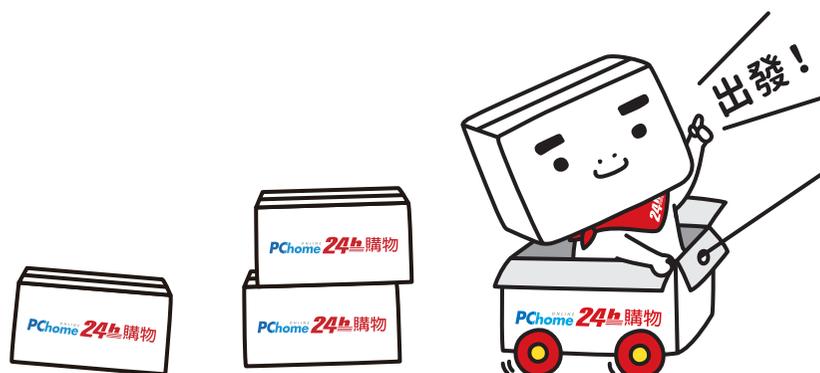
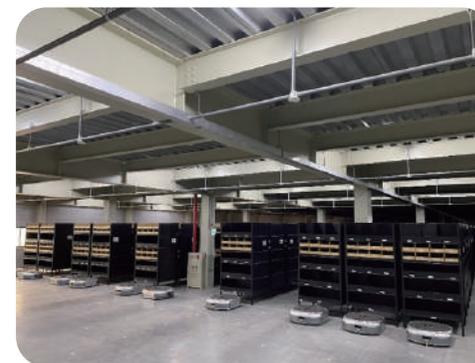


3.1.3 綠購倉儲

在倉儲部分，PChome 在逾 7 萬坪的倉庫區全面汰換傳統燈泡，目前已超過 90% 改用省電 LED 照明設備，相較於傳統燈具消耗的能源少 50%~70%，大大提升節能效益。PChome 也積極優化整體倉儲的自動化建設，並於 2019 年將 A7 智慧物流中心（以下稱 A7 專案）規劃為高度自動化倉儲，包含導入穿梭式貨架系統（Shuttle Rack）、無人搬運車（AGV）等自動化設備，同時推動訂單配庫最適選擇、庫存預先調度、儲位配置優化、揀貨智慧引導，以及最適選箱裝填等自動化作業，預計 2023 年將全面啟用。我們預期透過倉儲自動化的導入，可達成的效益包括：

- ✔ 架區無須照明，可實現關燈倉庫情境
- ✔ 總體作業人力約減省30~35%
- ✔ 在相同接單量之下，上架、揀貨人力約可減省50~60%，可達到與人工倉相同的工作產能
- ✔ 採「以貨就人」作業型態，縮短步行距離，減緩上架、撿貨作業人員疲勞度，有利於作業可靠度的提升
- ✔ 人員為定點作業，貨物抵達工作站前，無法得知下一刻要揀取的商品品項，有助於高單價商品的保全

穿梭式貨架系統(Shuttle Rack)及無人搬運車(AGV)



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

A7智慧物流中心(A7專案)

A7智慧物流中心(以下稱A7專案)位於機場捷運A7站地區區段徵收產業專區範圍內，開發單位為中華郵政，共計4個主要倉儲樓層，樓地板面積約4.2萬坪，為一立體化倉儲物流中心。由於電商零售日益成熟，於零售業市佔率亦穩健地成長，PChome預定將目前分散於桃園地區的部分倉庫整併於A7，藉以擴大規模效應，提升物流效率與品質，以優質消費體驗作為「開源」的基礎；並採集中式管理，有效地控制物流成本，以達「節流」之效。由於商品類型多元以及訂單量龐大，對於倉儲物流出貨更是很大的挑戰，為此PChome已規劃自動化與AI人工智慧雙軌結合的智慧倉儲設計。PChome向中華郵政承租桃園捷運 A7新林口站旁的郵政物流園區，規劃作為跨境電商及物流中心，估計在2022上半年完工，下半年進駐使用，並最快於2023年將全面啟用，整體預期每日包裹處理量可增加1倍以上。

智慧物流人才轉型教育計畫

因應智慧物流中心未來將規劃為高度自動化倉儲，避免原先倉儲人員因倉儲自動化而被取代，PChome同時亦安排人力轉型與教育訓練，讓自動化所釋出的勞動量，可順利投入至高質化的作業型態中，藉此提升作業品質，穩定客戶消費體驗的可靠度；此外，釋出之人力同時亦可投入新的作業樣態，從創新的角度創造新的消費體驗。PChome規劃之人力轉型培訓，包括但不限於：

智慧物流中心示意圖



(圖片來源：中華郵政)



智能揀貨系統
操作培訓



商品進貨品質
管理深化



商品保存管理深化



增值加工作業培訓



各類作業異常
識別培訓

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

3.1.4 綠購金流

統一發票電子化

PChome 在 2005 年 10 月成為全台第一家統一發票電子化並通過政府核准的電商公司，除了積極鼓勵消費者使用電子發票，同時於 2018 年 1 月推出公司戶電子發票。我們以「增加客人電子發票張數、節省發票紙本列印張數、廠商對帳全面改用電子發票」三大電子發票發展目標，提升電子發票普及率，2021 年度更節省超過 1,490 萬張以上的紙本發票，廠商發票更已 100% 改為 PDF 檔提供廠商自行下載。除了能有效節省紙張之浪費，讓原始樹林免於砍伐，同時也省去郵寄發票之物流成本，有效降低運輸之排碳量，展現節能減碳之具體效果。

2021 年度發票數量統計 (單位：張)			
	公司戶	個人戶	合計
全年開立張數	2,148,761	12,999,125	15,147,886
電子發票張數 (其他通用載具：捐贈、會員載具等)	1,674,809	12,859,014	14,533,823
紙本發票張數	473,952	140,111	614,063
電子發票比例	77.94%	98.92%	95.95%

電子票券無紙化

PChome 也致力推動票券電子化，消費者購買後於電子票匣開啟電子票券，前往指定店家出示所呈現的序號、條碼、QR Code 或憑證，即可兌換使用。隨著手機普及率的大幅攀升，電子票券的應用除了帶給消費者便利性，更包含環保意義。相較於傳統紙本票券，無紙化的電子票券可減少紙張消耗，減少樹木砍伐與水資源耗用，同時也可節省包裝耗材、降低物流配送所造成的環境負擔。



PChome 電子票匣

- 1 進入顧客中心，點擊「電子票匣」
- 2 進入電子票匣列表頁，點擊欲兌換的電子票券
- 3 選擇欲兌換的票券數量後，點擊【下一步】
- 4 進入券樣頁後即可兌換使用

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

PChome 於 2021 年起開始啟動內部行政流程無紙化，推動表單簽核作業電子化，目的為減少紙本列印成本與資源消耗，加速各項單據簽核流程。我們陸續導入 BPM 電子簽核表單系統及 ERP 維尼系統程式建置電子簽核流程，2021 年 12 月共節省張數為 6,346 張，計畫剩餘電子簽核系統將於 2022 年陸續到位，全年預估可節省紙張約 198,564 張。

世界地球日 · 「關燈」1 小時

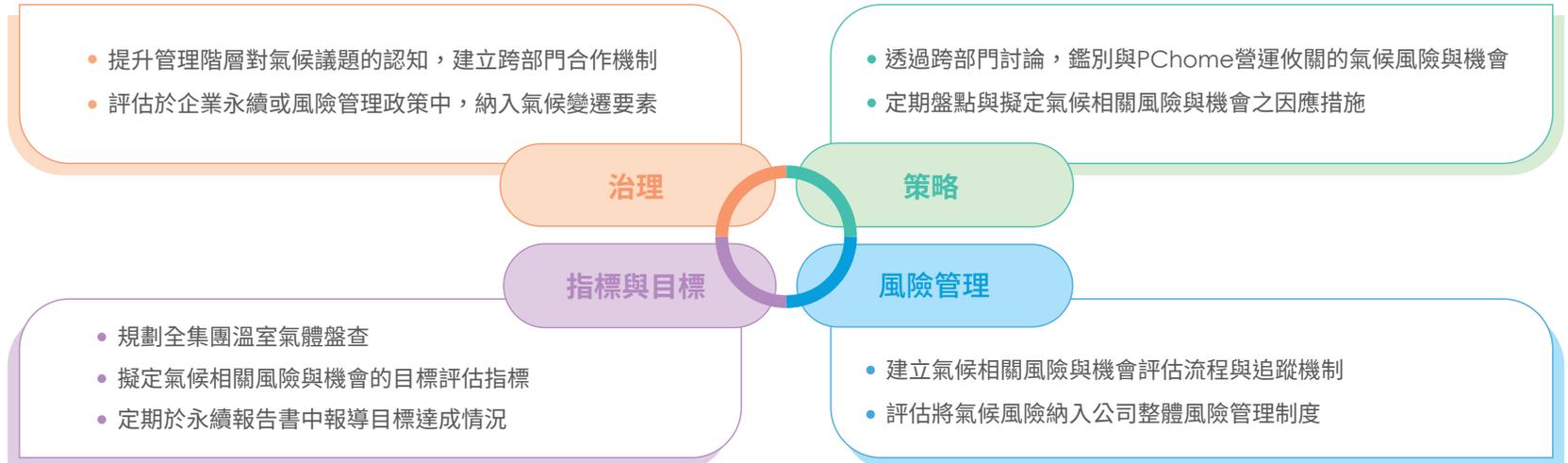
世界地球日不是只有一天，愛護地球也不是只有一天。在 2021 年的「世界地球日」，PChome 以「修復我們的地球」為口號，推出各項環境友善商品優惠，為了一個地球而守候，與消費者一起做環保。PChome 24h 購物在這一以實際行動支持，串聯 PChome 三大首頁打造「熄燈愛地球」活動，消費者於當日進入首頁即可選擇參與首頁「關燈」1 小時活動，一同與 PChome 24h 購物守護地球。



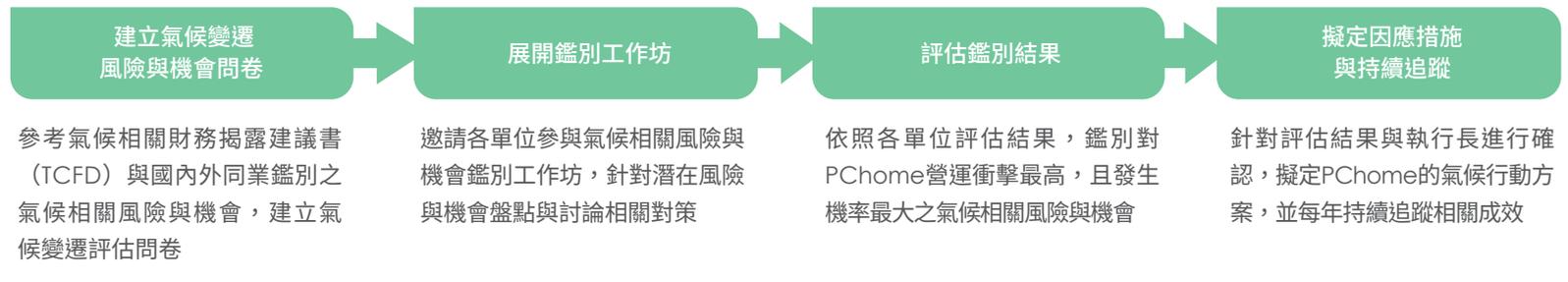
- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

3.2 氣候永續行動

近年氣候變遷議題持續受到全球關注，在 2021 年舉辦之第 26 屆聯合國氣候變遷大會（UN Climate Change Conference, COP26），各國在此次會議更達成守住升溫臨界值攝氏 1.5 度的目標，也促使著我國政府提出更積極的永續路徑，目標在 2050 年讓台灣達到淨零排放。此外，國內外投資人與各界利害關係人亦開始聚焦關注氣候變遷對企業所帶來之影響，以及企業如何因應氣候變遷相關之風險與機會。為了掌握氣候變遷對營運的潛在衝擊，PChome 於 2021 年起運用金融穩定委員會（Financial Stability Board, FSB）所發布之「氣候相關財務揭露建議書（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）」，針對四大核心要素建構氣候資訊框架，並邀請各單位一同鑑別 PChome 相關之氣候變遷風險及機會，依鑑別結果擬定因應措施與管理目標。



PChome 在高階主管支持及各部門的參與下，透過跨單位的協力討論，一同鑑別與 PChome 最為攸關之氣候相關實體風險、轉型風險及機會，並判斷其對 PChome 潛在財務影響。本次鑑別具有中度以上之衝擊程度與發生機率之氣候風險包含：極端降水、平均氣溫上升、旱災、原物料成本提升，以及公司聲譽衝擊；具有中度以上之衝擊程度與發生機率之氣候機會包含：低碳／綠色產品需求增加、循環經濟設計，以及建立永續供應鏈。未來我們也將持續推動各項氣候行動方案，希望降低氣候變遷對營運與財務衝擊，並抓住氣候所帶來的成長機會。



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

氣候變遷風險與機會矩陣



實體風險	轉型風險	氣候機會
1 極端降水	1 原物料成本提升	1 低碳/綠色產品需求增加
2 平均氣溫上升	2 碳制度實施	2 建立永續供應鏈
3 旱災	3 環保法規增加	3 新市場與新型資產
4 水資源危機	4 能源轉型	4 循環經濟設計
	5 供應鏈永續要求	5 再生能源使用
	6 公司聲譽衝擊	6 建立氣候管理架構

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

實體風險				
風險類型	風險名稱	風險情境	潛在衝擊	關鍵管理措施
立即可性	極端降水	台灣颱風、梅雨等降水事件強度增加，將衝擊公司日常營運，如倉庫淹水、電力中斷、運送延遲、上下游供應鏈斷鏈等	營運衝擊 <ul style="list-style-type: none"> ● 淹水致使營運中斷，造成原定營運推展計畫延遲 ● 因作業區域淹水，或運送商品過程中發生強降水，造成員工職業傷害 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> - 因營運受阻或中斷，造成營收下滑 - 商品因倉庫淹水而損壞，使在庫商品減損 - 淹水造成設備損壞或使用年限減少 	<ul style="list-style-type: none"> ● 規劃相關因應辦法。當極端降水發生時，除即時災情回報外，另備妥防水柵欄、抽水系統、緊急電源設備 ● 增加衛星倉的建置，分散倉儲空間的淹水風險，並將環境風險因子納入建置考量 ● 善用廣告資源揭示極端氣候事件帶來的貨品配送影響，明確讓消費者知曉物流延宕時程

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

實體風險				
風險類型	風險名稱	風險情境	潛在衝擊	關鍵管理措施
長期性	平均氣溫上升	在全球持續升溫下，台灣未來氣溫可能持續增高，極端高溫天數也將拉長，將造成營運空調使用頻率增加，進而使用電成本提升、空調設備的負載增加，以及加速設備折舊。而高溫亦可能使熱危害機率增加	營運衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 氣溫上升造成作業區域溫度升高，使員工發生熱危害機率上升 持續高溫可能衝擊部分商品或原物料供應，提高取得的難度 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 為使辦公室或倉庫維持一定溫度，空調使用頻率上升將使電力成本增加 因空調使用頻率增加，將使設備加速折舊並提前淘汰 部分商品因高溫無法穩定供貨，造成營收下降 	<ul style="list-style-type: none"> 強化員工氣候變遷教育，提升員工對環境永續及企業社會責任的認知，並持續宣導隨手關燈、下班關電腦等措施 改善營運據點環境，評估增設節能空調、正負壓風扇，或增購工業用風扇等，加強工作場域內空氣循環，減緩作業環境悶熱情形 不定時追蹤現場工作人員身體狀況，降低人員熱危害的發生機率
長期性	旱災	台灣降雨分布愈趨平均，且長時間不降雨之機率明顯增加，將使水資源供應緊張，造成營運用水短缺	營運衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 部分供應商因缺水而衝擊商品生產，供貨減少將使供應鏈面臨斷鏈危機 因供水減少造成營運用水短缺 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 缺水所導致之供應鏈斷鏈，將使公司營收減少 為取得營運所需之商品或原物料，公司將付出更多成本取得 	<ul style="list-style-type: none"> 規劃相關因應辦法，如開發生活用水再利用、維護水管狀況降低漏水機率、缺水時啟動緊急水車送水的機制等，以確保營運供水穩定 加強節水觀念的教育訓練，建立員工的節水習慣及意識 與供應商談定穩定的供貨數量，以確保商品價格穩定與供貨無虞
轉型風險				
風險類型	風險名稱	風險情境	潛在財務衝擊	關鍵管理措施
市場	原物料成本提升	因天氣災害衝擊原物料供應，使營運所需之商品或包材等原物料市場報價上揚，進一步影響營運成本	營運衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 商品或原物料短缺，造成供應不穩或斷鏈，致使公司無法順利供貨 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 因原物料短缺造成取得成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 開發多樣化原物料，增加使用的選擇性，以避免供應鏈斷貨 規劃耗材及紙箱等環保重覆使用
名譽	公司聲譽衝擊	若未積極進行溫室氣體管理與減量，將可能使投資人信心下降，衝擊公司聲譽，進而公司整體營運	營運衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 無法符合投資人對企業永續的期待，降低投資人投資意願 消費者傾向尋找其他綠色電商，造成客源流失 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> 投資人投資意願下降，造成股價下跌 消費者轉向其他電商，降低公司營收 	<ul style="list-style-type: none"> 推動各項減碳措施，如擴大綠能車隊、建置綠色倉儲等，並擬訂減碳目標，邁向低碳營運 執行溫室氣體盤查，定期檢討溫室氣體減量措施及成果，並揭露於永續報告書中 持續鼓勵消費者一同支持低碳消費，增加消費對公司永續之認同，提升公司永續商譽

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

氣候機會				
	機會	機會情境	潛在財務衝擊	關鍵管理措施
市場	低碳/綠色產品需求增加	消費者對低碳/綠色產品與服務需求增加，是否提供永續產品儼然成為消費者購買與否的重要條件	<p>營運衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 順應消費者偏好改變，推出更多類型的低碳/綠色產品，將有助提升公司品牌的綠色形象，強化永續競爭力 ● 與低碳/綠色產品供應商建立合作模式，強化彼此在永續市場的共生關係 <p>財務衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> + 當公司掌握市場對低碳/綠色產品增加的需求，將推升相關產品營收成長，進而提升公司市值與股價 	順應消費者購買偏好及市場需求，多推動更多低碳購物方案；如開發低碳商品、規劃低碳館區或活動，開拓減碳市場
資源效率	循環經濟設計	消費者的永續消費意識提升，透過循環經濟的概念設計，如採用可回收材料等方式，增加資源使用效率與降低包材浪費，以獲得消費者青睞	<p>營運衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 提高資源使用效率，有效降低網購所產生之廢棄物，減緩公司營運對環境之負面衝擊 ● 將網購納入循環經濟的概念，提升公司的綠色電商形象 <p>財務衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> - 透過減量與重複使用，提升包材的使用效率，降低使用包材所產生的營運成本 + 將循環經濟概念納入網購流程的設計，提升消費者購買意願，讓綠色購物引領公司獲利成長 	<ul style="list-style-type: none"> ● 增加循環包裝種類，擴大應用方式與情境 ● 持續向消費者宣導公司的循環方案，將此良好消費循環向外擴散
韌性	建立永續供應鏈	透過建立永續供應鏈，促進產品及服務轉型並延伸新商機。除開發及擴大低碳產品類型，亦透過供應鏈管理敦促供應商永續營運，強化與供應商的永續合作關係	<p>營運衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 對供應鏈進行永續管理，鑑別與因應供應鏈中的永續風險 ● 透過永續供應鏈管理發揮公司影響力，建立業界永續形象 <p>財務衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> + 落實供應商永續管理，讓消費者對商品來源放心，增加消費意願 	<ul style="list-style-type: none"> ● 積極招商綠色供應商，並設置企業採購減碳用品專區，強化與減碳供應商合作關係，共同打造低碳永續供應鏈 ● 研擬供應商轉型方案，輔導供應商邁向永續經營，並規劃與供應商簽訂減碳意向 ● 評估對供應商提供永續相關教育訓練

3.3 綠色營運管理

3.3.1 環境管理政策及架構

PChome 秉持愛惜地球資源的原則，除對外推動環保作為，對內也致力落實綠色營運管理。我們設立明確的環境管理架構，由總經理室負責統籌及制定相關政策，後續由行政管理部帶領各部門共同推動能資源管理。PChome 依產業特性推行內部環境管理規定，建立合適的環境管理制度，持續推動節能減碳方案，如全廠使用節能照明燈具、公司施行資源分類再利用以節省資源之耗費，並訂立每週固定時間資源回收。持續提供員工相關環保知識觀念，以善盡保護地球責任與心力。

3.3.2 能源管理

PChome 深刻體悟能源耗用對於氣候變遷之影響，逐年針對公司能源耗用情況進行檢視與修正，持續推動碳管理相關作業，落實盤查「碳」及「溫室氣體」的實際排放量，根據現況擬定明確改善措施，以求達成二氧化碳排放減量之目標。實際作為包括更換 LED 相關照明設備及點滅裝置，以展現本公司對於環境保護之決心，降低氣候變遷對公司營運風險之影響。PChome 能源消耗主要來自於倉儲之照明、空調設備，以及車隊之油耗。其中，2021 年新開桃園、台中、台南站所，聯繫轉運距離及配送幅員擴大，因此整體油耗量較 2020 年增加。此外，由於辦公室為租用無法分攤用電資料，以下用電資訊未包含辦公室。

2019 至 2021 年各類能源使用情形					
能源類型		單位	2019 年	2020 年	2021 年
倉儲用油	柴油	公升	4,369	3,236	4,713
	汽油	公升	31	30	12
車隊用油	柴油	公升	125,827	243,653	509,765
	汽油	公升	11,066	17,974	25,727
外購電力	電力	度(kWh)	7,781,940	8,149,054	8,917,928
能源單位轉換					
用油耗能			4,940	9,269	18,931
用電耗能		GJ	28,015	29,337	32,104
合計耗能			32,955	38,606	51,035

註 1：本數據參考經濟部能源局每公升柴油 8,400kcal、汽油 7,800kcal、每度電 360 萬 J，每 kcal=4,186J 換算

註 2：PChome 使用之能源均屬於非再生能源

各排放源溫室氣體排放						
能源類型		二氧化碳當量(噸)	2019 年	2020 年	2021 年	
倉儲用油	柴油	範疇一	11.58	8.58	12.49	
	汽油		0.07	0.07	0.03	
車隊用油	柴油		333.44	645.68	1,350.88	
	汽油		26.13	42.44	60.74	
小計 (範疇一)			371.22	696.77	1,424.14	
外購電力	電力		範疇二	3,906.53	4,090.83	4,476.80
合計 (範疇一加範疇二)			4,277.75	4,787.60	5,900.94	

註 1：溫室氣體排放計算採營運控制權法進行盤查，以活動數據*排放係數*GWP 值計算。採用環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版排放係數值，以及 IPCC 第四次評估報告 (2007) GWP 值，溫室氣體包含 CO₂、CH₄、N₂O

註 2：2019 至 2021 年數據範疇一引用環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版汽油排放係數 2.361kg CO₂e / L；柴油排放係數 2.650kg CO₂e / L；範疇二引用經濟部能源局 2020 年電力排放係數 0.502kg CO₂e / 度

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

3.3.3 水資源管理

水是生命的泉源，水資源在現代人類生存更是扮演許多民生不可或缺的角色，台灣往年雨量豐沛，但因河川河短流急，若降雨分配不均，加上水庫資源不足，就可能面臨旱災。PChome 倉儲區多位於桃園地區，仰賴石門水庫供給，雖皆非屬於水資源短缺地域，但近年台灣缺雨面臨缺水旱災問題，桃園亦面臨限水問題，讓社會大眾意識到珍惜水資源的重要性。

3.3.4 廢棄物管理

提升資源的使用效率、推動循環經濟發展，進而減少廢棄物的產生已是全球共識，因此在全球關注海洋廢棄物議題，台灣提倡減塑生活的同時，PChome 不僅透過研發環境友善包材來提升資源使用效率，也不遺餘力地推動資源回收再利用。PChome 作為網路通路平台，資源使用情形單純，依循環保署廢棄物相關法規並無產生有害廢棄物。PChome 之一般廢棄物係委託外部合格之廢棄物清運廠商處理，經統計 2021 年度以焚化處置之一般廢棄物重量為 108.2 公噸。而以回收處置之一般廢棄物，經統計為 1,341 公噸。因此，2021 全年一般廢棄物總量為 1,449.2 公噸，資源回收率約達 92.5%。在資源回收的分類統計上，PChome 近四年各類回收物均穩步成長，期望在廢棄物減量與資源回收再利用的雙軌並行下，能有效達到廢棄物管理之目標，並促使落實資源回收成為每位網家人的日常習慣。

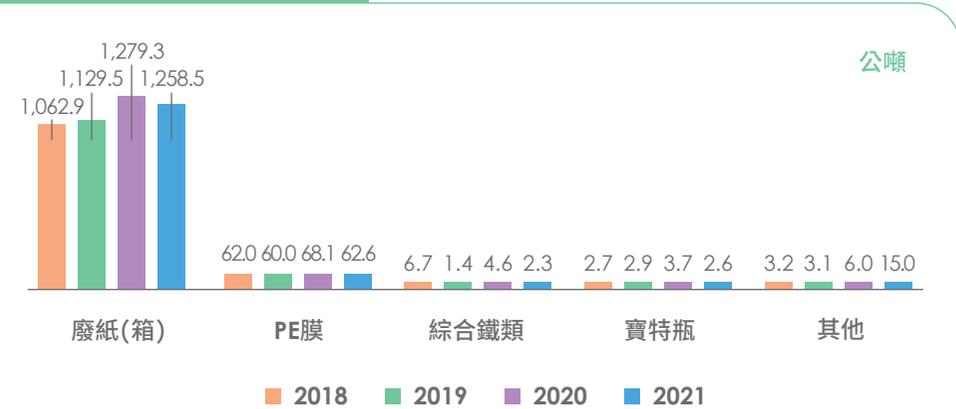
倉儲用水來源	計量單位	2019 年	2020 年	2021 年
自來水	度數	20,009	18,602	22,774
	百萬公升	20.0	18.6	22.8

註 1：由於辦公室水費係包含在租金費用，故無法分攤用水資料，此表未包含辦公室用水
 註 2：PChome 取水來源為自來水，屬來自第三方之淡水
 註 3：經參考世界水資源研究所 (World Water Institute) 提供的公開資料，PChome 台灣地區取水源均非屬於水壓力地區

2018至2021一般廢棄物回收量

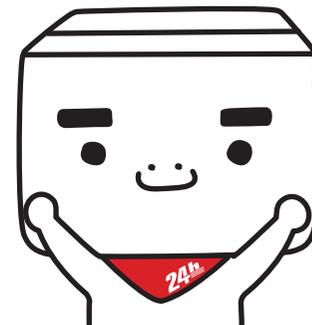


資源回收分類統計圖



Ch.4 職場的可靠夥伴

4.1 專業團隊構築 / 4.2 優渥薪酬福利 / 4.3 人才招募培育 / 4.4 健康友善職場



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- **Ch4 職場的可靠夥伴**
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

永續發展目標

3 健康與福祉

5 性別平等

重要之利害關係人

員工

永續亮點績效

職場性別平等，女性員工比例達**55%**，女性管理職達**57%**

違反勞動法令事件為**0**件，人權相關申訴事件**0**件

女男薪酬比例為**1.1 : 1**

實施**三班制**彈性工時制度

規劃員工健康系列課程，員工課程滿意度平均**4.42**分(滿分5分)

為了提供消費者優質的商品及服務，PChome秉持著「堅持創新，創造價值」的理念，持續致力於培育優秀電商人才，為電商市場注入活水，善盡PChome作為台灣電子商務產業領導者的責任，同時借重網路原生世代快速學習、活躍的社交媒體能力，打造能快速因應市場需求變化的團隊，提供更加創新，更加貼近消費者需求的電商服務。

4.1 專業團隊構築

4.1.1 多元人才組成

PChome 提供多元化的職缺，並秉持著開放包容的心態歡迎各屆優秀人才的加入，不因性別、年齡、種族（國籍）、宗教、婚姻狀況、政黨等因素而有不同的待遇。截至 2021 年共有 1,903 名員工，包含 10 位身心障礙同仁（佔比 0.5%）、54 位原住民同仁（佔比 2.8%）。其中 35 歲以下之員工超過 5 成，主要集中於電子商務事業、技術／大數據兩大部門，突顯我們在人才招募時看準年輕世代員工的創新思維、實踐創意的特性，並提供各部門團隊自由發揮的空間，賦予員工參與各類型專案並實際執行的權限，讓新世代人才累積更多實務經驗，激發員工的工作熱忱與發展潛能。因應電商產業快速變遷的性質，PChome 也重視員工性別比例的均衡發展，提供完善平等的升遷機會。PChome 目前已有超過 5 成的女性主管，期盼藉由女性的專業能力與特質，能發揮更多元的優勢及所長，創造團隊合作綜效，持續推升營運動能。

依勞雇合約與性別之員工組成分布

性別	勞雇合約			勞雇類型		性別合計	百分比
	正職員工	臨時員工	實習生	全職員工	兼職員工		
女性	1,038	4	16	1,055	3	1,058	56%
男性	836	2	7	834	11	845	44%
勞雇合約與類型合計	1,874	6	23	1,889	14	1,903	100%
百分比	98.5%	0.3%	1.2%	99.3%	0.7%		

註 1：正職員工為簽訂的無固定期限合約之全職或兼職員工

註 2：臨時員工為簽訂的固定期限合約之員工

4.1.2 新進與離職員工統計

近年全球電子商務業務規模急遽擴張，PChome 看好國內電商產業的發展潛力擴大招募多元人才，包含 IT 技術開發、產品企劃、影音編輯、行銷企劃、大數據分析、經營管理、運籌物流管理等職務，並同步推動實習生計畫，從校園開始著手培育電商人才，與全台 15 所大學簽署產學合作計畫，提供各類科系一年期實習機會，歡迎具備創新思維且有熱忱的年輕新血加入電商產業。

2021 年 PChome 新進總人數為 594 人，新進員工比例為 31.2%；在離職方面，離職總人數為 430 人，離職員工比例為 22.6%，其中自願離職人數為 418 人，自願離職率為 22.0%，而非自願離職人數為 12 人，非自願離職率為 0.6%。

員工多元組成

各項員工分類	員工類別						
	管理職		技術人員		所有其他員工		
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	
性別	女	106	58%	60	40%	892	57%
	男	78	42%	91	60%	676	43%
	未揭露/未提供	0	0%	0	0%	0	0%
	合計	184	100%	151	100%	1,568	100%
年齡	未滿 30 歲	3	2%	57	38%	527	34%
	30-49 歲	167	91%	91	60%	972	62%
	50 歲以上	14	7%	3	2%	69	4%
	合計	184	100%	151	100%	1,568	100%
種族/族裔(國籍)	本國籍 - 非原住民	184	100%	150	99%	1,510	96%
	本國籍 - 原住民	0	0%	1	1%	53	3%
	外國籍	0	0%	0	0%	5	1%
	合計	184	100%	151	100%	1,568	100%

開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

2021 年新進員工統計

	未滿 30 歲	30-49 歲	50 歲以上	女性	男性	合計
新進員工統計	337	244	13	332	262	594
佔總員工數百分比	17.7%	12.8%	0.7%	17.4%	13.8%	31.2%

2021 年離職員工統計

	未滿 30 歲	30-49 歲	50 歲以上	女性	男性	合計
自願離職人數	227	185	6	240	178	418
非自願離職人數	2	10	0	6	6	12
小計	229	195	6	246	184	430
佔總員工數百分比	12.0%	10.2%	0.3%	12.9%	9.7%	22.6%

4.2 優渥薪酬福利

PChome 致力於打造讓員工樂於工作的友善環境，提供優於業界水平的福利制度，包含優於勞基法之特休天數、優於防疫政策的疫苗安薪假、三班制彈性工時、語言學習獎勵金、不定期推出員購優惠及福委活動等內容。PChome 未來也將持續推動更多元的福利辦法，營造幸福溫暖的職場，並與工作夥伴共享市場成長帶來的獲利，激勵員工更專注在專業領域中，一同為電商產業注入年輕新活力，成為創新發展的電商領導品牌。

4.2.1 優渥薪資制度

員工一直以來都是 PChome 成長的重要根基，為了吸引與留任優秀人才，PChome 致力於提供優於業界平均薪資水準的薪酬制度。而員工薪資水準的核定，主要依據員工的學經歷背景、專業知識技術、年資經驗及個人績效表現，不因性別、年齡、種族（國籍）、宗教、婚姻狀況、政黨等因素而有差別待遇。PChome 除了嚴格遵守法令規範，包含基本工資、加班給付、相關保險及退休金制度，同時也透過了解員工需求來完善福利措施，全心為員工打造具有競爭力的薪酬福利制度。

PChome 整體的薪酬結構，主要包含基本薪資、薪酬兩大部分：基本薪資為支付員工履行其職責而支付的最低固定金額；薪酬則是支付給工作者的額外金額可包括獎金（包括現金和股權，如股票和股份）、福利、加班費及任何其他補貼（如交通補貼、及育兒補貼）。

2021 年度女男薪酬比例

員工類別	管理職	非管理職	不分類合計
女性	1.13	1.01	1.1
男性	1	1	1

註 1：管理職定義為理級以上之同仁

註 2：女男薪酬比例以男性固定為 1

企業非擔任主管職務之全時員工人數、非擔任主管職務之全時員工薪資平均數及中位數，及前三者與前一年度之差異。

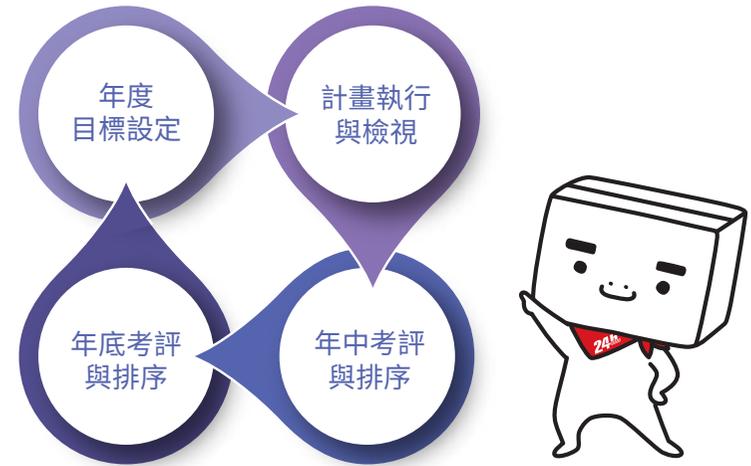
員工類別	2020 年	2021 年	差異
非擔任主管職務之全時員工人數	1,673 人	1,628 人	(45 人)
非擔任主管職務之全時員工「薪資平均數」	\$707,000	\$668,000	(\$39,000)
非擔任主管職務之全時員工「薪資中位數」	\$502,000	\$527,000	\$25,000

註 1：非擔任主管職務之全時員工，係排除經理人及兼職人員等，以一般常僱員工之薪資水準作為揭露範疇

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

4.2.2 績效考評與管理

PChome 依公司人事管理規章定有員工績效考核制度。在績效考核方面，為有效追蹤同仁工作狀況，PChome 於年初為員工設定工作目標，分別於年中及年底進行評核與檢視目標達成情況，並將員工之績效評比與薪資及獎金連結，達到員工與公司共榮成長的目標。2021 年我們對通過試用期之員工 100% 進行考核，而仍處試用期之員工則另設有考核制度。實習生則排除於員工績效考核，改由學校負責進行考評，實習生如工作滿 3 個月則亦享有年終獎金。



4.2.3 多元福利措施

PChome 依法設立職工福利委員會，按月提撥經費，定期舉辦各種福利活動。在福利規劃上，我們以符合法規為前提下，鼓勵員工提出公司福利政策的改善建議，共同設計讓員工可共好共享的福利措施，包括節慶活動、生日禮金、年末聚餐等各項活動，以及成立各式社團、提供健康檢查、勞健團保等，打造一個舒適且溫暖的職場環境，讓同仁能夠在工作與生活之間達到平衡，工作之餘也能有更多發展與彼此交流的機會，也藉此凝聚公司同仁的向心力。

PChome 員工福利總覽

- 1 **職場福利** 員工專屬的團體保險(包含傷害、醫療、癌症、意外醫療、人壽)、到職日三個月起即享有優於勞基法的休假制度、勞工退休金提撥、三班制彈性工時、免費咖啡、開工紅包
- 2 **節日歡慶** 生日禮金、五一勞動節禮金、中秋節禮金、端午節／情人節／雙11快閃活動、節慶下午茶、年終禮券、年終抽獎活動
- 3 **健康關懷** 疫苗安薪假、流感疫苗免費施打補助
- 4 **生活照顧** 結婚禮金、生育禮金、傷患住院慰問金、員工及家屬死亡慰問金、特約商店優惠、貸款購車優惠、電信費優惠、國內旅遊員工優惠
- 5 **員工同樂** 年終聚餐補助金、不定期的團購優惠、社團活動
- 6 **進修獎勵** 語言(英日語)獎勵補助、外部訓練

多元社團活動

為了打造溫馨與健康的職場，PChome 鼓勵員工成立與參與社團或相關集會，我們目前一共成立了 11 個社團，社團主題橫跨運動、生活、學習、娛樂等面向，讓員工在工作之餘有多元的放鬆選擇。我們期待同仁透過社團活動的參與，能夠平衡身心與紓解工作壓力，同時發展自己多元化的興趣以及專長。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

織友社

手工藝編織，為同仁開發第二專長與興趣，每次社課活動將設定不同主題，包括飾品、圍巾、帽子等，有效充實空間時間，更能激發創意與成就感。

籃球社

為強健體能，舉辦籃球社課活動，以全場5對5比賽，先滿13分勝，提升團隊協作能力，同時有助於拓展人際關係。

瑜珈社

特別外聘專業瑜珈導師授課，以有氧瑜珈、伸展瑜珈為主，帶動身體完整的伸展，有效移除肌肉僵硬及緊張感。

咖啡社

供咖啡暢飲，提升同仁工作效率，且不定期換豆，讓大家品嚐不同的咖啡風味。

網家書齋

讀書會性質社團，閱讀的書籍以知識性為主並由成員共同決定。本社團每兩週舉辦一次聚會，由參與者輪流導讀書中的章節，旨在培養同儕學習與分享的氣氛，並藉由導讀來鍛鍊知識整理與 presentation 的能力。

羽球社

藉由羽球活動(單、雙打輪流上場)增進羽球技巧、同事間情誼，促進團隊精神、互助合作關係。

桌密社(桌遊暨密室逃脫社)

參與益智型桌遊或密室逃脫遊戲，有助於訓練邏輯思考應用、增進團隊情誼、激發創意與整合能力，使員工增進臨機應變能力、肯定自我價值，進而帶動工作效率。

網家拳館

格鬥運動適合男女、老少咸宜，可增加身體的柔軟性協調性、快速增加反應能力、並提高身體的敏捷度，有益身心健康。

健力有氧社

每月一次團體教練課，由專業重訓教練動作諮詢指導，社課內容包括有氧基礎動作、舒緩筋骨、調整體態等。

拳擊有氧社

每週開設兩堂團體教練課(時間分別為每週三 18:00、19:00)，結合「拳擊」和「有氧舞蹈」的高燃脂全身性運動。保證很爆汗、舒壓，特別推薦給想減重、健身或想釋放壓力的同仁。

心靈洗滌社

希望藉社課活動，包括冥想、親近大自然、電影欣賞，讓社員達到身心靈放鬆、洗滌之效益。

羽球社



瑜珈社



拳擊有氧社



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

三班制彈性工時

PChome 於 2021 年度實施三班制彈性工時制度，工作時間維持 8 個小時，員工可依個人及部門需求選擇 8:30、9:00、9:30 其中一個出勤時段，並取得單位主管核可後實施，每季可更換一次出勤時段。透過彈性工時制度的實施，提升員工工作效率和彈性。

員工酬勞分配及認股辦法

員工分潤計劃是讓員工實際參與共享公司營運成果，並將員工表現與公司營運目標相結合。在 PChome 的公司章程規定，公司稅後若有盈餘，應依比例提撥 1%~15% 作為員工酬勞。此外公司也會在每次辦理現金增資發行新股時，提撥一定比例供全體員工認購，員工則可依個人意願認購股票。

4.2.4 勞資和諧與溝通

PChome 努力促進勞資雙方和諧關係的長期發展，致力於建立一個重視人權、免於歧視與騷擾、保障員工權益的工作環境，秉持「用人唯才」、「適才適所」的理念，讓同仁能在一個包容、平等、多元的環境發揮所長。PChome 以嚴格守法的精神，提供同仁優於法律規定的薪酬、福利、休假制度，以及友善環境。回顧 2021 年 PChome 並未發生人權相關申訴事件，我們也將會持續維護勞動人權，打造多元的勞資溝通管道，創造勞資雙方共榮的雙贏局面。

PChome 勞資和諧精神



自由選擇職業

- PChome 提供公開透明的招募管道廣邀人才加入，並嚴格禁止使用強逼、擔保、抵債或在契約中納入不合理條款來束縛勞工的職業選擇自由



青年勞工

- PChome 恪遵《勞動基準法》禁止聘用童工
- 對於學生勞工，我們與簽約學校密切合作，依法保障學生的權利，從而確保對學生勞工適當管理，並提供所有學生勞工充分的支援與教育訓練



不歧視

- PChome 承諾讓同仁在職場上免於歧視與騷擾，並且不因種族、膚色、年齡、性別、性傾向、性別認同、國籍、殘疾、懷孕、信仰、政治立場、婚姻狀況等因素，於招聘、工資、晉升、獎勵等職場工作中有差別待遇



人道的待遇

- PChome 保護同仁於職場上免於遭受不人道待遇，包含性騷擾、性侵犯、體罰、威脅、霸凌、精神或身體逼迫等狀況。同時我們也設立性騷擾、不法侵害等政策與申訴管道，杜絕任何職場中的人道待遇



工時

- PChome 除了嚴格遵守勞基法之規定員工安排員工工時與班表外，我們也提供同仁彈性上下班時間，以及優於法規的休假制度，讓同仁工作時間有更多彈性



同工同酬

- PChome 遵守勞基法同工同酬之規定，確保不同員工提供相同的勞動量時，所獲得的勞動報酬皆相同，不因年齡、性別、身分等而有所差別

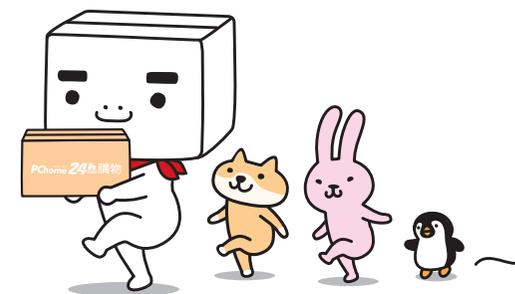
語言獎勵及在職進修補助

PChome 為鼓勵員工持續進修外語課程，以及參加英語 TOEIC 及日語 JLPT 測驗，訂定進修補助及檢定成績獎勵辦法，其中在英日語檢定獎勵的部分，只要同仁的語言檢定成績達一定門檻並符合相關條件，PChome 提供語言獎勵金；以及員工符合相關辦法規定申請在職進修，亦提供每學期最高三萬元的補助，用實際行動支持同仁在語文及工作技能方面持續深造。

勞資多元溝通管道

PChome 除了提供優於業界的薪酬與福利來吸引及留任人才，也同樣重視每位同仁的想法與感受，並將其落實在暢通的勞資溝通管道上。PChome 根據「勞資會議實施辦法」於每季定期辦理勞資會議，2021 年共召開 4 次會議，邀請勞方代表針對不同議題陳述員工意見，由勞資雙方代表在會議上充分討論員工關心的議題，以確保能在雙方有共識的基礎下合作成長。迄今為止，公司內部勞資關係和諧且無任何糾紛，突顯 PChome 多年來經營勞資關係正向發展的成果。

在勞資會議之外，PChome 也定期舉行管理會議，廣泛收集員工意見，並予以適當的回應及改善方案。我們也歡迎員工將意見以書面方式郵寄傳送至人力資源單位，或直接寄送給人力資源主管。同時公司內部網路及公司網站也設有 Email 信箱，該信箱可直接與公司高階主管溝通，讓同仁可以放心透過此管道申訴或表達意見。員工若是對公司經營有任何建議或自認權益受損，都可以透過上述管道回饋意見和想法。未來我們也預計推動員工滿意度調查，透過系統化的方式詳細掌握員工身心和工作狀況，讓員工遭遇的問題能及時獲得解決。



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

4.3 人才招募培育

4.3.1 多元人才招募管道

「人才」是 PChome 最重要的資產，也是能提供更優質消費體驗、持續升級內部服務效能的關鍵。PChome 不斷積極延攬各領域優秀人才加入，2021 年我們也積極前進全國逾 20 個科大所，推出「暑期、產學、職場體驗」三大實習方案，釋出電子商務、行銷、公關、人資、倉儲、投資等職缺，更首度開出像是技術、入口網站、支付、物流等，共計近 80 個名額，讓各領域人才體驗無限發展可能的電商世界，同時發揮各自專長、貢獻創新思維。透過多元化的招募管道，期待能夠延攬具有熱忱的新血加入，與 PChome 一同打造更加優質的電子商務服務。



產學實習與合作

PChome 2021 實習計畫			
項目	暑期實習	產學實習	職場體驗實習
1. 實習內容	暑期實習是為期兩個月的短期實習計畫，獨立招募各大專院校優秀的大學、研究生加入，以小型專案的型式作為實習任務，並於結業向執行長及一級主管進行成果彙報	產學實習為一年期實習計畫，透過日常部門的工作任務執行，包含行銷部門、人力資源部、公共事務處及倉儲物流等單位，讓學生習得該領域的專業知識與技能	職場體驗實習主要是提供大專院校的在學學 / 碩 / 博士生，於課餘時間提前進入職場，瞭解職場生態與工作型態，並利用專業學以致用。時間及空間以學生與主管約定為主，每週不低於 20 小時，工作以專案性質為主
2. 參與人數	16 人 (其中有 3 位實習生於 2021 年繼續留任)	29 人 (其中 13 位實習生於 2021 年轉為正職)	實習期間除了單位主管給予專業指導外，人資也定期以對談或講座型式，給予學生關懷以瞭解學生實習狀況，並適時介入給予協助



公開透明的職缺管道

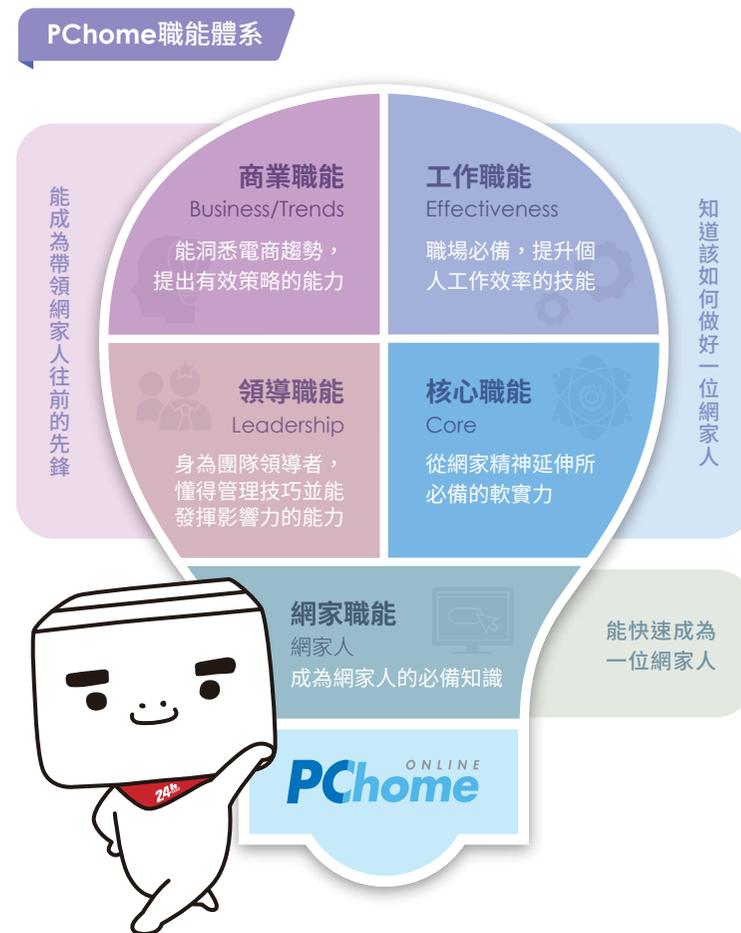
PChome 的企業文化是鼓勵人人具備「創業精神、大膽創新、創造價值」的 DNA，且基於對人才的渴望，我們提供的職缺包括 IT 技術開發、產品企劃、影音編輯、行銷企劃、大數據分析、經營管理、運籌物流管理等多元職務，歡迎對電商滿懷熱情，並能跨界學習、自我迭代的 π 型人才，一同打造更好本土電商，更好的 PChome！

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

4.3.2 人才培育藍圖

PChome 不僅廣邀各領域人才加入，對於後續的專業培訓與員工的職涯規劃也有明確的制度。PChome 在人才培育上規劃雙軌制的職涯發展地圖，根據同仁的年資、績效表現、個人意願等綜合要素，提供階段性的專業培訓，也讓同仁對於職涯發展有更明確的長期目標。為了讓每位加入 PChome 的同仁都能夠發揮專才與價值，因此在 PChome 的職能體系中我們規劃三個職能發展層次，循序漸進從基礎的「網家職能」、進階的「工作與核心職能」，到更具高度的「商業與領導職能」，透過三階段的完整培訓計畫培養同仁的五大職能，使其成為兼具專業判斷及管理實務之優秀人才。

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄



4.3.3 專業人才養成

因應後疫情時代的上場轉型需求、布局海外市場等長期規劃，PChome 致力於全面性強化企業與同仁的產業競爭力。因此在我們的訓練體系中納入新進人員職前訓練、職務基礎訓練、職務專業訓練、企業外訓練等學習資源，讓同仁充分具備工作上所需的正確知識、觀念與技巧，以因應市場的快速轉變與挑戰。為因應疫情，我們也採取線上或混合等課程設計，以更彈性多元的方式推動各項訓練活動與人才培訓方案。透過在整個職涯各階段完整之培訓計劃，促使每一位網家人能在循序漸進培訓之下自我成長，並在瞬息萬變的電商市場持續保有競爭力。

新進人員職前訓練

為了讓每位新進人員能夠快速成為網家人，我們在新人入職首日會安排為期半天的新人教育訓練。訓練內容包含組織架構介紹、資訊及網路系統的操作說明，勞工安全衛生及內部環境認識等，同時也介紹 PChome 各項福利措施，提供進修相關獎勵與補助資訊以鼓勵同仁持續學習。我們也對每位新人特別強調公司文化與核心價值，將 PChome 打造成最值得消費者信賴的電商品牌。2021 年合計有 595 位新進員工完成職前教育訓練。

新進人員教育訓練



職務基礎訓練

PChome 不僅提供多元的職務選擇，也對不同的職務性質提供專屬基礎訓練課程，藉此來幫助每一位網家人能夠快速掌握業務內容，縮短剛入職的磨合期。此外我們也透過定期的教育訓練提醒同仁工作上的注意事項，讓同仁熟悉業務的同時也不忘對日常業務需保持嚴謹的態度。除了關注公司內部人員的工作狀況，PChome 也非常重視倉儲、運輸等現場作業人員的工作安全，我們除了建立並持續改善作業安全相關制度與機制，也透過教育訓練來不斷強化現場作業人員的安全意識，嚴格做好每一個工作環節以確保自身安全。

電動拖板車教育訓練



倉庫實地訓練



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

職務專業訓練與企業外訓練

2021 年正式在人力資源部設立組織發展科，專責建立多元化的訓練課程，啟動 e-Learning 線上課程。2021 年新增管理技巧相關的訓練項目，包括領導力、有效溝通及專案管理等；不但提高教育訓練的深度與廣度，總訓練時數也明顯增加。

除了公司內部定期舉辦的教育訓練外，PChome 也會不定期邀請同仁參與企業外的訓練，讓同仁可以在與外界交流的過程中不斷深化自己專業能力與新知。

PChome 的內外部訓練主題多元，近年課程設計搭上電商大數據及資訊安全的熱潮，PChome 也安排同仁進修資訊相關的訓練課程，包括程式應用、資訊安全、專利知識等，全面性提升同仁善用資訊科技的能力及對資安維護的意識，掌握電商的最新趨勢。2021 年因疫情爆發，為了確保員工健康並降低人員接觸，我們隨即將大部分教育訓練帶到線上，讓員工仍不斷學習成長。

員工類別	性別	受訓總時數 (小時)	員工人數 (人)	平均受訓時數 (小時/人)
主管人員	女性	1,363	106	12.86
	男性	1,183	78	15.17
	合計	2,546	184	13.84
非主管人員	女性	1,929	952	2.03
	男性	1,824	767	2.38
	合計	3,753	1,719	2.18
人員合計		6,299	1,903	3.31

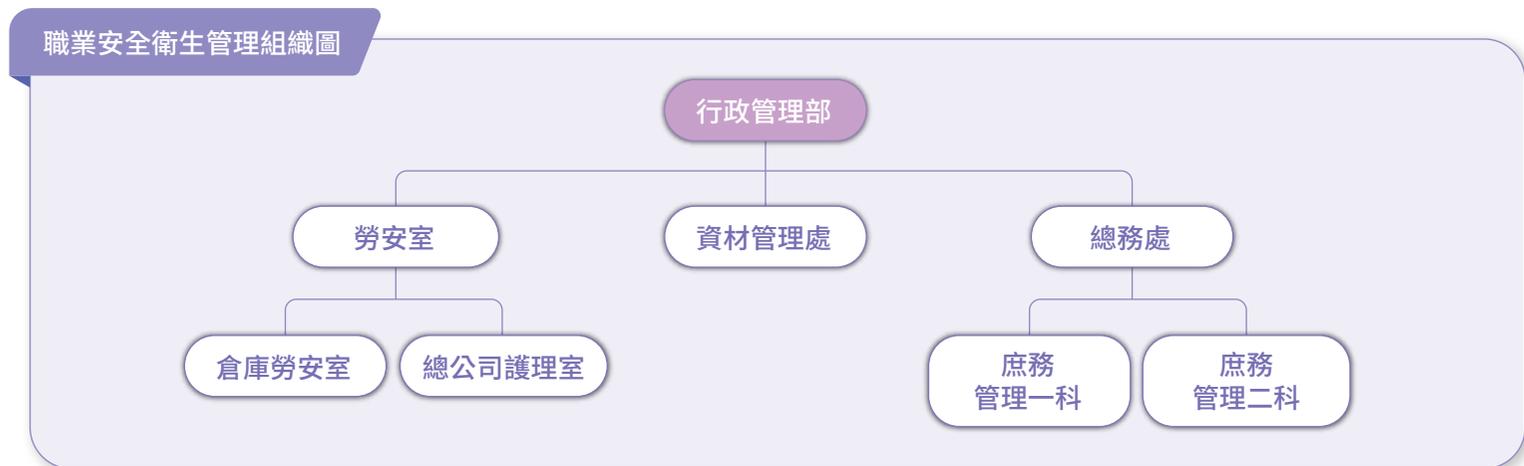
註 1：主管定義為理級以上之同仁

4.4 健康友善職場

4.4.1 職業安全衛生管理

人才是 PChome 成長的基石，也是成為電商產業領導者的關鍵。因此為了保障每一位工作夥伴的安全與健康，PChome 由行政管理部統籌管理總公司的職業安全衛生作業，並於行政管理部下設有勞安室，負責管理各倉儲的職業安全衛生事宜。我們積極遵循職業安全衛生法等法規要求，並推動各項職業安全衛生措施及制定相關政策，在此架構下推動「人因性危害預防計畫」、「異常工作負荷促發疾病預防計畫」、「執行職務遭受不法侵害預防計畫」與「母性健康保護計畫」四大保護計畫。PChome 也運用 PDCA「計劃 - 執行 - 查核 - 行動」的循環架構及適切的管理方式進行風險評估與管理，讓全體同仁都能享有安全無虞之工作環境。為因應法規修訂，我們透過持續推動及改善內部管理措施，包含加強職業災害預防及降低職業災害發生率，以達到職業安全衛生之管理績效，並持續以零災害事故為目標，建立一個健康友善之職場氛圍。

職業安全衛生管理組織圖



● 開箱本報告書

● 經營者聲明

● 榮耀與肯定

● 永續的行動夥伴

● Ch1 治理的誠心夥伴

● Ch2 購物的創新夥伴

● Ch3 環境的綠色夥伴

● Ch4 職場的可靠夥伴

● Ch5 社會的暖心夥伴

● 附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

四大保護計畫

四大計畫	A. 人因性危害預防計畫	B. 異常工作負荷促發疾病預防計畫	C. 執行職務遭受不法侵害預防計畫	D. 母性健康保護計畫
說明	為維護公司同仁的健康福祉，PChome 運用人因工程相關知識進行工作環境的評估改善，以預防同仁可能因長期暴露在設計不理想的工作環境、不良的作業姿勢及工作時間管理不當下，所引起相關肌肉骨骼傷害或疾病。2021 年 PChome 延續關注重點，在倉儲內推動多項環境改善措施，消弭第一線人員的潛在傷害風險	為預防輪班、夜間工作及長時間工作等異常工作負荷促發疾病，PChome 透過工作負荷風險評估、醫師面談後的健康指導、健康管理保護等措施，預防同仁因工作負荷而促發腦心血管疾病，期望能達到過勞防護及壓力管理之目的	為預防 PChome 同仁間，或第三方人員對同仁在執行職務過程中造成身體或精神遭受不法侵害，我們訂立相應的防護措施與申訴管道，定期辦理不法侵害教育訓練，並提供受侵害同仁專業輔導，確保同仁的工作安全及身心健康	PChome 針對女性同仁從事之作業，如有母性健康危害之疑慮者，將會主動列為保護對象。我們採取危害評估與控制、醫師面談指導、風險分級管理、工作適性安排及其他相關措施，以確保女性同仁在懷孕期間、產後、哺乳期間能維持身心健康，以達到訂定母性健康保護計畫之目的
2021 年計畫執行成果	<ul style="list-style-type: none"> ● 共計 77 位，完成人員肌肉骨骼傷病現況調查 ● 共計 57 位，需護理師／臨場服務醫師面談與指導 	<ul style="list-style-type: none"> ● 共計 28 位，辨識為高風險個案 ● 共計 108 位，完成護理師/臨場服務醫師面談與指導（含高風險及中高風險） ● 共計 105 位，需後續定期追蹤管理與評估 	<p>共計 1 件不法侵害行為立案(肢體暴力)，後續立即採取因應與改善措施</p> <p>後續因應：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 加害者於當日解聘 ● 受害者於下班後至派出所備案，雙方已至派出所和解 <p>改善措施：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 加強實施教育訓練，建立認同彼此之間價值觀及認知之差異，相互接受及尊重 ● 加強提醒同仁，現場若發生衝突事件時，請盡速通報幹部，切勿延遲通報而累積更多衝突 	<ul style="list-style-type: none"> ● 共計 36 位，完成護理師／臨場服務醫師面談與指導 ● 共計 12 位，需進行母性健康保護工作場所環境及作業危害評估 ● 共計 4 位，作業現場有危險因子存在並完成改善(減少或移除因子)

疫情防護措施

新冠肺炎衝擊全球，PChome 為確保每位同仁能夠有著安心、安全的工作環境，管理階層於第一時間即啟動緊急應變機制，提出九大因應作為，以確保營運可穩定持續：

項次	措施	說明
1	制訂重大傳染病防疫應變程序	● 有鑑於發生法定傳染病可能造成危害及影響甚大，PChome 透過本程序採行之安全衛生防護管理及相關措施，以提升本公司工作者警覺性，有效防止疫情於職場擴散
2	成立防疫小組	● 成立防疫小組，針對疫情變化，做出即時判斷及應變措施。小組成員定期召開會議，針對防疫相關事項之討論、防疫訊息之布達等

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

項次	措施	說明
3	環境監控	<ul style="list-style-type: none"> ● 執行環境清潔並保持空氣流通 ● 提供工作場所清潔用品 ● 整體環境消毒 ● 重點區域消毒，如：洗手間、茶水間、會議室，及手常觸摸的物品或位置
4	門禁管制	<ul style="list-style-type: none"> ● 量測體溫，溫度異常者謝絕進入 ● 接待者引導訪客至櫃檯，進行手部消毒後，填寫健康問卷 ● 進入室內全程戴口罩
5	啟動人員分流	<ul style="list-style-type: none"> ● 實施彈性上班時間，錯開交通人流 ● 實施分區（組）異地辦公，降低群聚感染風險 ● 實施同棟分層（區）辦公，降低群聚感染風險
6	人員健康管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 加強職場衛生管理 ● 因應疫情變化狀況，適時提供衛教宣導及防疫用品 ● 因應疫情狀況進行人員足跡調查
7	體溫監測	<ul style="list-style-type: none"> ● 由單位內專責人員再次量測並記錄結果 ● 量測體溫結果如有異常者，通報職護追蹤
8	緊急應變	<ul style="list-style-type: none"> ● 當有疑似確診案例時，採取相關應變措施
9	居家辦公規劃及演練	<ul style="list-style-type: none"> ● 啟動居家辦公，並要求同仁每日進行健康回報

疫情期間無論是熱區或是醫院周邊，PChome 仍保持配送，在疫情驟升的第一時間裡，倉儲配送便立即分倉分流，讓物流士根據所在地進行不跨區運送，降低接觸感染的風險，確保貨品與消費者的安全，出貨的動能因此受限。2021 年 5 月我們也幫全體員工購買疫苗險，至今物流士們也已陸續施打疫苗，針對已接種疫苗的物流士，也提供辨識胸章佩戴在胸口上，方便員工及消費者確認身分，也更加安心。

-  每日均配發3枚口罩供外勤同仁替換
-  每輛貨車均備有酒精消毒噴瓶
-  各站所均設立「自動消毒站」，每日進出站均需量測體溫及手部消毒
-  已施打二劑以上之外勤同仁均有配戴「已施打疫苗臂章」以使收貨之民眾安心辨別

已施打疫苗臂章



4.4.2 舒適安全職場

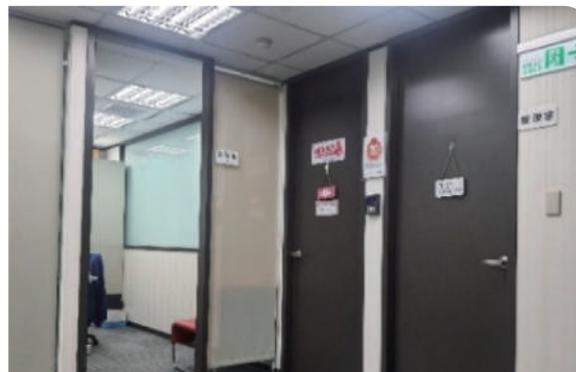
PChome 秉持者為消費者提供高品質服務的精神，提供消費者每一天可靠的高品質服務。同樣的精神也反映在我們對職場安全、健康的堅持，讓同仁在與 PChome 創造價值的同時，也能夠有可靠安心的職場環境。

為了讓 PChome 的同仁在安心、舒適與健康的環境盡情發揮創意，提供消費者每一天可靠的高品質服務。我們致力於將辦公區域、休憩空間、醫療設施等規畫得更加完善，並持續檢視及評估各工作場域的潛在安全風險，及時提出改善方針。在辦公場域我們也設置護理站、AED（自動體外心臟去顫器），以及安排專業醫療人員駐點，守護同仁安全健康及預防可能突發的健康狀況。隨著後疫情時代消費者對購物需求的大幅提升，使我們積極在第一線倉儲端的工作環境上進行諸多加強，讓倉儲人員能夠在完善的動線規劃下，安全的取得顧客商品，及時送達到每位消費者手中。

舒適工作環境



護理室設置



辦公室AED設置



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

倉儲環境改善

措施：作業區熱危害改善

倉儲改善說明

作業區雖為開放空間，但因台灣夏季時溫度偏高且悶熱，故進行開牆安裝54吋大排風扇，增加全區空氣對流及降低濕度，改善該作業環境的熱危害。

改善前

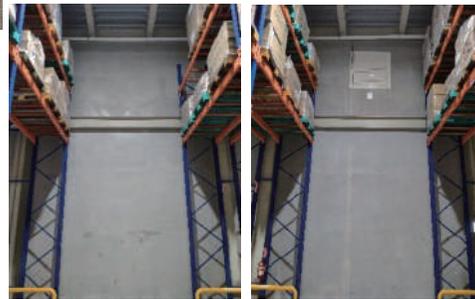


改善後



改善前

改善後



教育訓練與日常宣導

為強化同仁對職業安全衛生的認知，PChome 透過舉辦職業安全衛生相關之教育訓練，提升同仁有關職場安全的知識和防範意識。我們每年都對新進及在職人員進行一般職業安全衛生教育訓練，並針對特定職務安排相關人員進行專屬訓練，如倉儲端的堆高機、電動拖板車安全訓練，網家速配的行車安全訓練、熱危害預防訓練等。為了將貨品安全送到每位消費者手中，網家速配訂有新人手冊，針對新進同仁在行車安全、服務禮儀與話術、車輛介紹與檢查三大面向進行基本教育，每年也會辦理多場行車安全會議，向同仁強調行車安全的重要性。2021 年網家速配持續與同仁召開行車安全會議，會議內容包含安全駕駛重點、防衛駕駛觀念、業務過失相關刑責及事故案例的宣導，讓正確安全駕駛的意識深植同仁心中。此外為預防潛在發生之火災、職業傷害事件，我們秉持著未雨綢繆的態度定期對同仁進行相關訓練，包含消防演練、AED 操作訓練、心肺復甦術訓練等。

措施：重型層架支柱補強

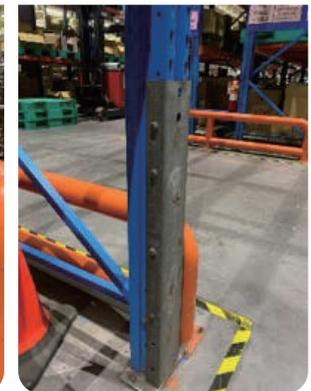
倉儲改善說明

不定期檢視重型層架的狀況，針對微變形的支柱利用白鐵加以補強。

改善前



改善後



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

回顧 2021 年，PChome 投入職業安全衛生訓練的資訊如下：

類別	訓練課程	2021 年度訓練績效
一般職安訓練	一般人員安全衛生教育訓練	辦理場次：133 場 / 參與人次：754 人 / 總時數：200 小時 / 測驗合格率：100%
	職業安全衛生管理人員在職教育訓練	辦理場次：12 場 / 參與人次：11 人 / 總時數：59.5 小時
	職業安全衛生宣導會議(含安委會)	辦理場次：31 場 / 參與人次：337 人 / 總時數：34 小時
	有機溶劑作業主管初訓	辦理場次：2 場 / 參與人次：2 人 / 總時數：36 小時 / 測驗合格率：100%
倉儲與物流 職安訓練	堆高機操作人員教育訓練(複訓)	辦理場次：9 場 / 參與人次：49 人 / 總時數：27 小時 / 測驗合格率：100%
	電動運搬機安全衛生教育訓練(堆、拖)	辦理場次：56 場 / 參與人次：1,144 人 / 總時數：29 小時
	承攬商作業現場危害告知/教育訓練	辦理場次：161 場 / 參與人次：482 人 / 總時數：80.5 小時
消防與 急救訓練	消防演練	辦理場次：6 場 / 參與人次：182 人 / 總時數：7 小時
	防火管理人員教育訓練(複訓)	辦理場次：2 場 / 參與人次：2 人 / 總時數：12 小時 / 測驗合格率：100%
	急救人員安全衛生教育訓練(初訓)	辦理場次：1 場 / 參與人次：11 人 / 總時數：18 小時 / 測驗合格率：100%
	急救人員安全衛生教育訓練(複訓)	辦理場次：6 場 / 參與人次：41 人 / 總時數：18 小時 / 測驗合格率：100%

行車安全教育訓練



CPR教育訓練



消防訓練



堆高機安全教育訓練



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

職業安全與傷害預防

為確保同仁職場安全，PChome 每年定期對工作環境進行危害辨識與風險評估，以掌握並消弭任何潛在危害與風險。經評估後，PChome 2021 年度可能造成人員危害或促成嚴重傷害之風險，主要為倉庫端機械操作或因環境因素導致之物理性風險，而 2021 年度一共發生 4 起職業傷害事件，我們也立即釐清工傷原因，並提出後續改善措施。為預防類似事件再度發生，PChome 積極於倉庫端推動改善工程，包含改進電動機具充電方式、請廠商加強檢查機具元件狀態、優化同仁作業流程等。PChome 將持續對各作業環境進行評估與改善，以提供同仁安全無虞的工作環境。

2021 年職業傷害統計	員工			實習生		
	女性	男性	合計	女性	男性	合計
工作總時數	2,067,696	1,667,304	3,735,000	31,872	13,944	45,816
1.1 職業傷害所造成的死亡人數	0	0	0	0	0	0
1.2 嚴重的職業傷害數量 (排除死亡人數)	1	0	1	0	0	0
1.3 可記錄之職業傷害數量	3	1	4	0	0	0
2.1 職業傷害所造成的死亡比率	0	0	0	0	0	0
2.2 嚴重的職業傷害比率 (排除死亡人數)	0.48	0	0.27	0	0	0
2.3 可記錄之職業傷害比率	1.45	0.6	1.07	0	0	0

註：1. 因 2021 年尚未統計承攬商職業傷害件數及工作總時數，故未揭露其相關資訊 2. 職業傷害所造成的死亡比率 = (職業傷害所造成的死亡人數 / 工作總時數) * 1,000,000 3. 嚴重的職業傷害數量比率 = (嚴重的職業傷害數量 / 工作總時數) * 1,000,000 4. 可記錄之職業傷害比率 = (可記錄之職業傷害數量 / 工作總時數) * 1,000,000

職業傷害事件	工傷原因說明	傷害類型	後續改善措施
事件 1	作業時，移動正在運轉中的 18 吋立扇，導致電扇葉片割傷手部	物理性	1. 使用護網降低立扇外蓋孔距 2. 加強宣導移動立扇 / 設備時，應先關閉其電源
事件 2	人員處理異常時，不慎踢到棧板跌倒，造成左手腕左膝及背後左半部受傷	物理性	加強宣導及教育訓練
事件 3	同仁上廁所未注意階梯高度而不慎跌	物理性	加強宣導及教育訓練
事件 4 (嚴重的職災事故)	人員不慎遭電動拖板車撞傷	物理性	加強宣導及教育訓練

另一方面，隨著網購及倉儲需求的提升，PChome 加速擴編物流運輸端的業務規模，卻也同時衍生出相關的行車違規及事故案件。為避免行車違規或事故造成同仁傷害，相關事件發生時，我們皆積極釐清每件違規及事故案件的發生原因及肇責，並透過加強宣導、將駕駛表現連結 KPI 獎金等方式，提高同仁駕駛的安全意識。

事件	後續因應措施
行車違規	貨車停車格一位難求，且未能普遍設立，因此違規停車遭罰是宅配物流業在所難免，故網家速配管理群僅就動態違規及重大違規，例如消防栓前停車、併排停車、逆向行停車等，依外勤作業管理規範，執行減發當月份 KPI 獎金，以約束同仁慎選適當停車點
行車事故	事故發生當天即該站所召開檢討會議，並於次日起，全部營業所連續三日晨間案例宣導，提高同仁行車安全意識

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

母性健康保護

PChome 女性同仁佔有五成以上的比例，為保障女性同仁的權益，我們遵守「性別工作平等法」與「育嬰留職停薪辦法」來落實育嬰留職停薪的相關規範，讓女性同仁於生育期間得以安心兼顧工作與家庭。

育嬰留職統計			
項目	男性	女性	合計
A：2021 年度申請育嬰留職停總人數	7	31	38
B：2021 年度育嬰留職應復職人數	4	21	25
C：2021 年度育嬰留職實際復職人數	3	18	21
D：2020 年度育嬰留職復職人數	3	25	28
E：2020 年度育嬰留職復職後持續工作一年人數	3	21	24
復職率 %= C / B	75%	86%	84%
留任率 %= E / D	100%	84%	86%

PChome 透過訂立母性保護計畫政策來落實母性相關權益，用實際行動陪伴同仁走過孕育新生兒的歷程，並確保女性同仁在懷孕、產後、哺乳期間，能在家庭與工作崗位上維持身心健康。從女性同仁得知身孕起，我們將主動讓同仁了解其具備的相關權益，同時協助同仁填寫「妊娠及分娩後未滿一年之勞工健康情形自我評估表」，作為後續提供健康指導、管理與危害控制建議之依據。我們也將懷孕同仁的工作環境進行危害評估，協助改善、移除潛在危險因子，也邀請專業醫師提供面談指導，協助解決同仁懷孕期間身心靈的疑難雜症。為了打造母性友善工作環境，我們在各個辦公場域都有設置哺集乳室，並且通過臺北市政府衛生局優良哺集乳室認證。未來我們也將傾聽同仁需求與建議，持續檢視與調整相關措施，讓我們的母性健康保護計畫能日臻完善。

哺集乳室



臺北市政府衛生局優良哺集乳室認證



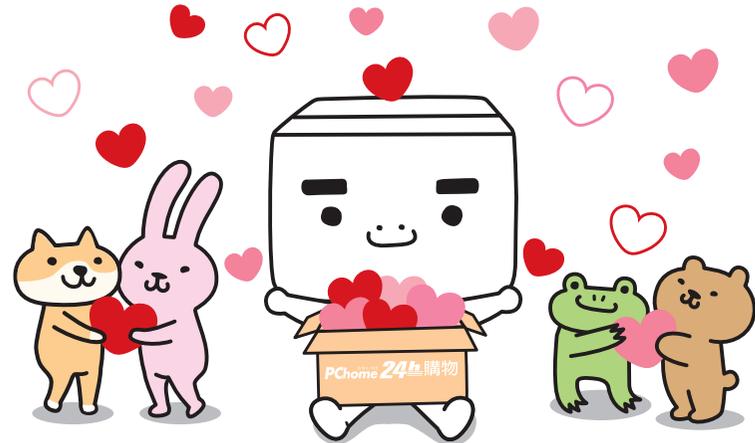
- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

4.4.3 樂活健康職場

現代人時常因工作與生活壓力忽略均衡飲食及身心健康，無意間讓自己暴露在罹患疾病的風險當中。PChome 十分重視每一位員工的身心狀況，我們不僅每年提供同仁健檢補助金及給薪的健檢假，我們也專為同仁設計一系列的健康講座課程。我們的健康系列課程涵蓋多元的主題，包含健康飲食、健康運動、健康心理等面向，而我們也在課程後安排參與同仁進行滿意度調查，了解每一次的課程安排對同仁的幫助，蒐集各方對課程安排的建議，讓每一次的課程越來越貼近同仁的健康需求。透過每年舉辦一系列的健康課程，期望可以排解同仁日常工作中累積的疲勞與壓力，幫助維持工作與健康之間的良好平衡。

課程名稱	課程說明	活動參與狀況	課程滿意度(五分制)
健康生活 - 運動紓壓系列課程	2021 年度特別針對 2020 年同仁有興趣及符合同仁健康需求主題規劃「運動紓壓系列課程」且特聘專業運動教練，使同仁除靜態課程增進之能外，能有動態課程相輔相成並增加課程多元性	課程總時數 10 小時 員工實際參與總人數：41 人 參與率：70.24%	未進行調查
健康心理 - 主管敏感度：如何察覺情緒及高壓力員工	2021 年度特別規劃職場心理健康之「健康心理系列講座」，此講座與中崙諮商中心合作，特邀看見中崙諮商中心臨床心理師，增進主管察覺情緒相關知能	課程總時數 4 小時 員工實際參與總人數：93 人 參與率：90%；88%	場次一：4.53 場次二：4.70
健康心理 - 員工關懷及情緒支持	2021 年度特別規劃職場心理健康之「健康心理系列講座」，此講座與中崙諮商中心合作，特邀看見中崙諮商中心臨床心理師，增進主管關懷及支持健康情緒相關知能	課程總時數 4 小時 員工實際參與總人數：96 人 參與率：96.08%；87.04%	場次一：3.59 場次二：4.10
健康心理 - 情緒調節第一課：心理情緒察覺	2021 年度特別規劃職場心理健康之「健康心理系列講座」，此講座與中崙諮商中心合作，特邀看見中崙諮商中心臨床心理師，增進同仁健康情緒紓壓相關知能	課程總時數 2 小時 員工實際參與總人數：32 人 參與率：80%	4.89
健康生活 - 職安職護教育訓練：人因痠痛評估及協助同仁預防	2021 年度特別針對痠痛預防先行規劃職安職護之「人因痠痛評估及協助同仁預防課程」，此講座與職醫龔晏平主任合作，以增進職安職護相關知能，以期予同仁健康適切協助	課程總時數 2.5 小時 員工實際參與總人數：8 人 參與率：100%	4.71

有氧運動課程



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

Ch.5 社會的暖心夥伴



5.1 擁抱社會公益

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- **Ch5 社會的暖心夥伴**
- 附錄

永續發展目標

1 消除貧窮

4 教育品質

重要之利害關係人

員工、媒體、社區/非營利組織

永續亮點績效

開設「PChome電商大學」線上課程，幫助逾**500**位學員完成訓練

攜手**伊甸基金會**舉辦「PC抱抱熊 愛心催下去」公益活動，吸引近**500**位熱心民眾獻愛支持與捐款

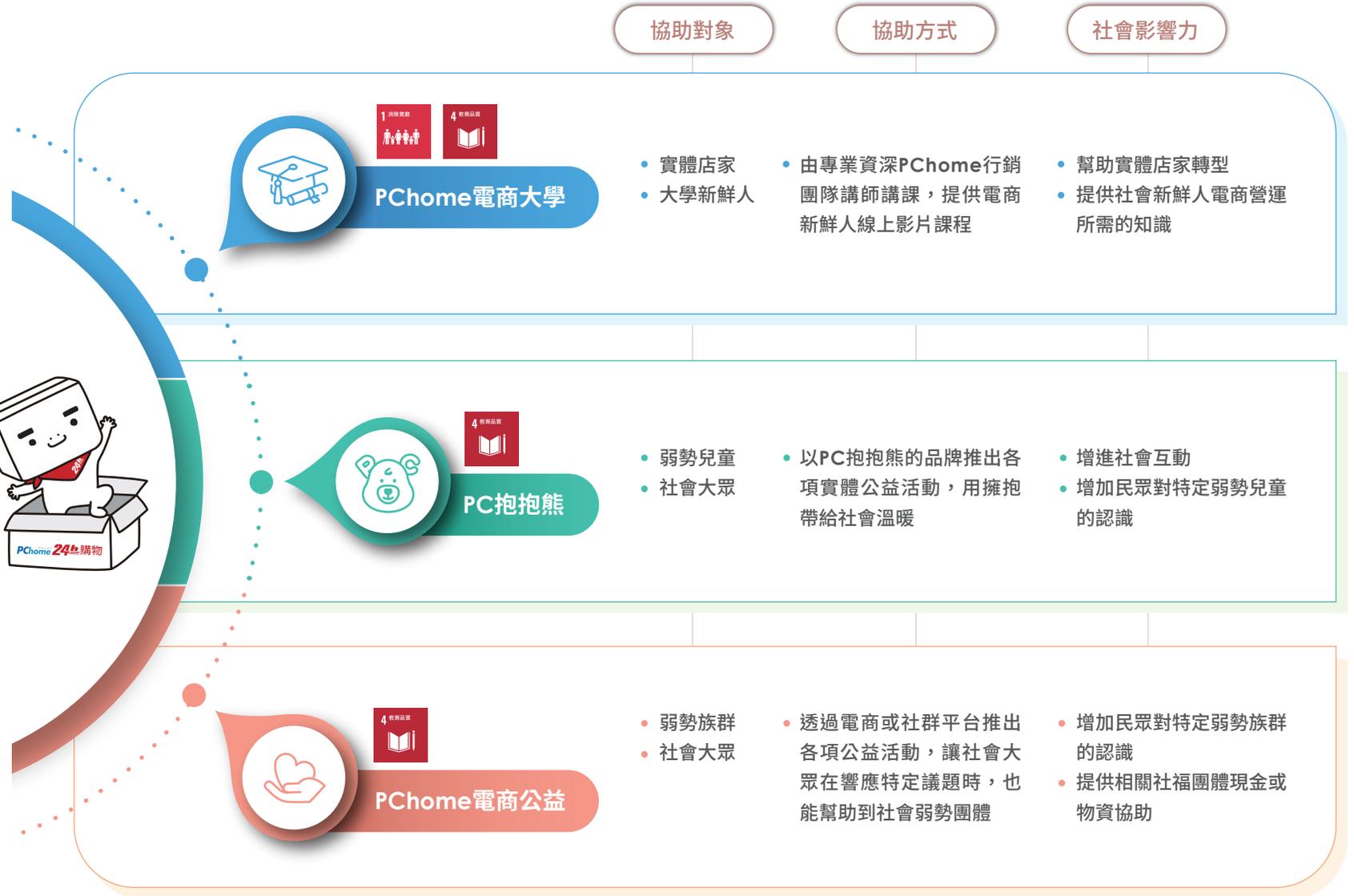
與**流浪動物花園**合作「浪愛箱遇」活動，向社會大眾傳遞寵物領養與照顧知識

與**iGoods愛物資**攜手舉辦「聖誕有你，不留遺憾」活動，捐贈**240**箱物資予社福團體

當疫情衝擊全球社會，PChome除用心以網路購物服務的力量彌補民眾心中的不安，讓民眾在家也能安心過防疫新生活，更不忘送暖支持以行動關注社會公益，積極以愛心競標及捐助設備等行動支持弱勢兒少，並且呼籲各界共盡心力，透過防疫與環保行動守護我們的家。

5.1 擁抱社會公益

PChome 在營運之於，同時也關注著社會脈動與需要幫助的群體，希望藉由電商的職能為社會帶來正向能量。2021 年我們持續透過 PC 抱抱熊、以及電商平台的力量推動公益活動外，我們也首次推出 PChome 電商大學線上課程，向社會不特定大眾分享電商營運的知識與經驗。



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

5.1.1 PChome 電商大學

 商業效益	<ul style="list-style-type: none"> • 觸及近900位電商人才
 社會效益	<ul style="list-style-type: none"> • 逾500位學員完成訓練

疫情驅使數位轉型，實體店家或大學新鮮人對電商平台經營好奇但往往不得其門而入。PChome 做為台灣大型電商，我們在 2021 年 9 月開學季舉辦 PChome 電商大學課程、透過線上報名活動集結頁，免費開設線上影片課程，由專業資深 PChome 行銷團隊講師講課，樹立電商基礎認識，以豐厚電商經驗回饋社會，更良善接觸對電商經營感興趣的廣大消費者們。

	了解電商行銷的線上線下布局，如檔期策略、異業合作到話題擴散
	認識電商行銷在社群經營的思考面向
	認識撰寫一份數位行銷提案需要的的元素和概念
	透過章節一的電商行銷操作實際案例分享，認識電商行銷策略

PChome 電商大學



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

5.1.2 PC 抱抱熊

PC 抱抱熊的品牌誕生，是希望可以藉由品牌力量，幫助社會中需要關懷的族群，因此 PC 抱抱熊熱心於參與各式公益活動，並關懷社會中需要幫忙的弱勢兒童。PC 抱抱熊了解孩童是社會的基礎、未來的國家棟樑，現在社會中發生的多數社會事件，大多與幼時的教育成長環境有關，於是 PC 抱抱熊更加關注孩子相關公益議題，希望能夠藉由品牌的力量，為弱勢孩童的成長過程帶來正向能量與幫助，以期讓未來的社會更加美好。

名字 PC抱抱熊

個性 溫暖、喜歡幫助弱勢族群、關注孩童議題



耳朵的PC代表著PChome，更有People Care的意涵

額頭中間的呆毛是Love的草寫

衣服上有PChome品牌IP-BOX-MAN，代表抱抱熊帶著品牌的精神，一起關注社會議題

PChome 在 2021 年初與 KKBOX 跨界合作，首度於 KKBOX 催下去音樂節中規劃「PChome 公益抱抱熊專區」，以「PC 抱抱熊 愛心催下去」為主題，攜手伊甸基金會共同為公益投注心力，並號召民眾透過捐款，為偏鄉學童盡一份心力。此外，活動當天更邀請到 MV 鬼才導演廖人帥、YouTuber 亞歷三小擔任「PChome 公益抱抱熊」活動大使，透過公益大使宣傳分享與音樂節現場人流，不僅大幅提升品牌聲量，更吸引近 500 位熱心民眾獻愛支持，短短兩天即創下近新臺幣 50,000 元募款金額，募得款項金額全數捐出予伊甸基金會，讓偏鄉學童擁有更好的學習環境及學習潛能，增加自我價值，擁有實踐夢想的勇氣。

PC抱抱熊活動照片



活動影片

商業效益

- 活動參與人數：逾5,000人
- 活動社群貼文：單篇讚數皆破百、觸及近5,000人次
- 活動專屬hashtag「#PChome和你熊麻吉」，使用貼文破百則

社會效益

- 捐款伊甸基金會新臺幣50,000元

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

5.1.3 PChome 電商公益

PChome 浪愛箱遇

疫情的衝擊不只大大影響人們，也造成流浪動物數量攀升，PChome 24h 購物觀察到此一社會議題，與流浪動物花園合作「浪愛箱遇活動」，透過活動集結頁、Instagram 濾鏡、流浪貓狗紙箱、官方 Instagram 及 Facebook 貼文、Instagram 網紅貼文及限時動態的曝光，不只呼籲消費者購入戶外運動用品獲得限量紙箱、Facebook 按讚參與公益捐贈，當消費者分享正確觀念時，PChome 就捐出 24 元給流浪動物花園，促進消費者領養待收養的流浪貓狗，正向關懷社會每一個角落，傳遞正確領養觀念。



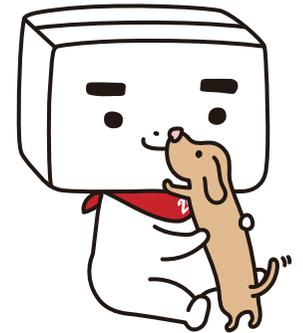
商業效益

- 1,000個貓狗限量紙箱在兩週內發送完畢
- 互動近1,000人次



社會效益

- 捐款流浪動物花園協會新臺幣50,000元



- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

聖誕有你，不留遺憾

2021 年台灣受到疫情的嚴重衝擊，各個社福單位更是遇上資源募集的寒冬。因此 2021 年 12 月，PChome 與「iGoods 愛物資」攜手合作，一同先向社福單位蒐集其物資需求，並由 PChome 與贊助廠商們率先捐出一批全新物資，運用我們的影響力與號召力，在網站上對消費者進行物資募集，向社會大眾宣傳正確捐物觀念。為了讓這份溫暖傳得更遠，PChome 24h 購物同仁與我們最專業的網家速配物流士，一起到「iGoods 愛物資」的倉庫參與物資整理、清潔、媒合與裝箱過程，也親自將一部分物資送達社福單位，讓今年的聖誕充滿溫馨而不留遺憾。



商業效益

- 11月29日上線，12月9日募集超標，共計有120位消費者參與



社會效益

- 捐贈240箱物資予社福團體
- 12月25日募集成果拍攝成影片發表，佳節關懷社福單位，也讓一般的消費購物、送貨物流行為增添故事性與人情溫度，讓品牌形象更有層次



活動影片

虎哩平安，幸福有春

迎接 2022 福虎年到來！PChome 24h 購物推出虎年限定春聯，與消費者一同歡喜過好年。我們攜手台北霞海城隍廟與插畫角色「快樂虎虎」，推出三方限量聯名春聯，相關販售收入 10% 於站上購買偏鄉小學所需物資，由台北霞海城隍廟統一分發，為弱勢族群送上溫暖，共度暖心好年！



商業效益

- 1月10日上線，1月21日銷售一空



社會效益

- 販售收入10%於站上購買偏鄉小學所需物資



開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

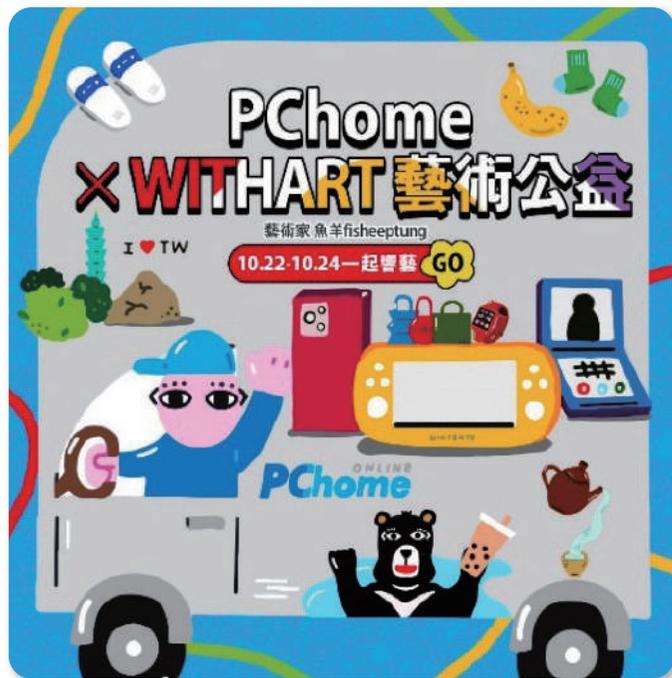
Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

PChome 24h 購物與藝術平台「WITHART 在藝起」及參與台灣 NFT 首展的新銳藝術家魚羊合作，邀請魚羊聯名設計桌布，於 Facebook 桌布下載貼文按讚、分享，即支持台灣藝術，透過作品傳遞台灣在地藝術、文化理念，並回饋給 PChome 及 WITHART 在藝起的粉絲。



開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄

附錄

GRI Standards 永續性報告準則揭露項目對照表

一般揭露		報告書章節與說明	頁碼
組織概況 (2016)			
102-1	組織名稱	開箱本報告書	p.02
102-2	活動、品牌、產品與服務	1.1 PChome 營運概況	p.15
102-3	總部位置	1.1 PChome 營運概況	p.15
102-4	營運活動地點	1.1 PChome 營運概況	p.16
102-5	所有權與法律形式	1.1 PChome 營運概況	p.15
102-6	提供服務的市場	1.1 PChome 營運概況	p.16
102-7	組織規模	1.1 PChome 營運概況 1.2 誠信治理經營 4.1 專業團隊構築	p.15 p.20 p.64
102-8	員工與其他工作者的資訊	4.1 專業團隊構築	p.64
102-9	供應鏈	永續的行動夥伴 1.1. PChome 營運概況 1.4 商業夥伴管理	p.06 p.15 p.25-26
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	本年度無重大變化	-
102-11	預警原則或方針	1.3 穩健風險管理	p.21
102-12	外部倡議	本年度未簽署任何倡議	-
102-13	公協會的會員資格	1.1. PChome 營運概況	p.16
策略 (2016)			
102-14	決策者的聲明	經營者聲明	p.03
102-15	關鍵衝擊、風險及機會	1.3 穩健風險管理 3.2 氣候永續行動	p.21 p.57-59
倫理與誠信 (2016)			
102-16	價值、原則、標準及行為規範	1.2 誠信治理經營	p.20
治理 (2016)			
102-18	治理結構	永續的行動夥伴 - 永續推動框架 1.2 誠信治理經營	p.06 p.17-18
102-27	最高治理單位的群體智識	1.2 誠信治理經營	p.19
102-32	最高治理單位於永續性報導的角色	開箱本報告書	p.02
102-36	薪酬決定的流程	1.2 誠信治理經營 4.2 優渥薪酬福利 本年度未有薪資顧問參與薪酬制定	p.18 p.65

利害關係人溝通 (2016)			
102-40	利害關係人團體	永續的行動夥伴	p.07-08
102-41	團體協約	本公司未有集體協商約定，但透過每季辦理勞資會議，凝聚勞資雙方共識	-
102-42	鑑別與選擇利害關係人	永續的行動夥伴	p.07-08
102-43	與利害關係人溝通的方針	永續的行動夥伴	p.07-08
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	永續的行動夥伴	p.07-08
報導實務 (2016)			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	開箱本報告書 1.2 誠信治理經營	p.02
102-46	界定報告書內容與主題邊界	開箱本報告書 永續的行動夥伴	p.02
102-47	重大主題表列	永續的行動夥伴	p.09-11
102-48	資訊重編	無資訊重編情事	-
102-49	報導改變	永續的行動夥伴	p.11
102-50	報導期間	開箱本報告書	p.02
102-51	上一次報告書的日期	開箱本報告書	p.02
102-52	報導週期	開箱本報告書	p.02
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	開箱本報告書	p.02
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	開箱本報告書	p.02
102-55	GRI 內容索引	附錄 GRI Standards 永續性報告準則揭露項目對照表	p.89-90
102-56	外部保證/確信	開箱本報告書 附錄 第三方查證意見聲明書	p.92
管理方針 (2016)			
103-1	解釋重大主題及其邊界	永續的行動夥伴	p.10
103-2	管理方針及其要素	永續的行動夥伴	p.10-11
103-3	管理方針的評估	永續的行動夥伴 Chapter 1 治理的誠心夥伴 Chapter 2 購物的創新夥伴 Chapter 3 環境的綠色夥伴 Chapter 4 職場的可靠夥伴 Chapter 5 社會的暖心夥伴	p.06 p.14 p.27 p.46 p.63 p.82

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

經濟面向		報告書章節	頁碼
GRI 201：經濟績效 (2016)			
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.2 誠信治理經營	p.20
GRI 205：反貪腐 (2016)			
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	本年度無相關已證實的貪腐事件	-
環境面向		報告書章節	頁碼
GRI 301：物料 (2016)			
301-1	所用物料的重量或體積	3.1 綠色購物計畫	p.49
GRI 302：能源 (2016)			
302-1	組織內部的能源消耗量	3.3 綠色營運管理	p.61
GRI 303：水與放流水 (2018)			
303-3	取水量	3.3 綠色營運管理	p.62
GRI 305：排放 (2016)			
305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	3.3 綠色營運管理	p.61
305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放量	3.3 綠色營運管理	p.61
GRI 306：廢棄物 (2020)			
306-3	廢棄物的產生	3.3 綠色營運管理	p.62
GRI 307：有關環境保護的法規遵循 (2016)			
307-1	違反環保法規	無此情事	-
社會面向		報告書章節	頁碼
GRI 401：勞雇關係 (2016)			
401-1	新進員工和離職員工	4.1 專業團隊構築	p.65
401-2	提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	4.2 優渥薪酬福利 4.4 健康友善職場 對應章節說明之福利皆為全職員工享有之福利	p.66-68 p.80
401-3	育嬰假	4.4 健康友善職場	p.80
GRI 403：職業安全衛生 (2018)			
403-1	職業安全衛生管理系統	4.4 健康友善職場	p.73
403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	1.2 穩健風險管理 4.4 健康友善職場	p.73
403-3	職業健康服務	4.4 健康友善職場	p.74-75
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	4.2 優渥薪酬福利	p.69

403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	4.4 健康友善職場	p.77-78
403-6	工作者健康促進	4.4 健康友善職場	p.81
403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	4.4 健康友善職場	p.77-79
403-9	職業傷害	4.4 健康友善職場	p.79
GRI 404：訓練與教育 (2016)			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	4.3 人才招聘培育	p.73
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.2 優渥薪酬福利	p.66
GRI 405：員工多元化與平等機會 (2016)			
405-1	治理單位與員工的多元化	1.2 誠信治理經營 4.1 專業團隊構築	p.17 p.64
GRI 406：不歧視 (2016)			
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	2021 年度未有國際勞工組織所定義對種族、膚色、性別、宗教、政治、國籍或社會出身、以及涉及組織內/外部利害關係人的相關歧視事件	-
GRI 408：童工 (2016)			
408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	本年度無具有使用童工重大風險之營運據點和供應商	-
GRI 411：原住民權利 (2016)			
411-1	涉及侵害原住民權利的事件	2021 年度未鑑別出侵害原住民權利的事件，亦未發生相關情事	-
GRI 416：行銷與標示 (2016)			
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.3 穩健風險管理	p.22
GRI 417：行銷與標示 (2016)			
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	1.3 穩健風險管理	p.22
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3 穩健風險管理	p.22
GRI 418：客戶隱私 (2016)			
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	無此情事	-
GRI 419：社會經濟法規遵循 (2016)			
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	1.3 穩健風險管理	p.22

揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	說明	對應頁數
基礎硬體設施的能源與水管理	CG-EC-130a.1	量化	(1)總能源消耗量、(2)電網能源比例、(3)再生能源比例	2021年(1)總能源消耗量 51,036GJ、(2)電網能源比例 62.9%、(3)再生能源比例 0%	p.61
	CG-EC-130a.2	量化	(1)總取水量、(2)總耗水量，在水資源壓力高或極高地區所佔的百分比	(1)PChome 2021 年度取水量為 22,774m ³ ；(2)PChome 目前尚未統計總耗水量；(3)因台灣非屬水資源壓力地區，故取水來自水資源壓力地區之百分比為 0%。取水資訊請參見章節 3.3 綠色營運管理	p.62
	CG-EC-130a.3	質化	說明將環境考量整合至資料中心需求的策略規劃	尚未將環境因素考量整合在數據資料中心的策略規劃之中	-
資訊隱私及廣告標準	CG-EC-220a.1	量化	使用者資訊被使用於次要目的的用戶數	0 戶	-
	CG-EC-220a.2	質化	說明與行為定向廣告及用戶隱私相關之政策與措施	請參見章節 2.3 可靠資安防護	p.45
資訊安全	CG-EC-230a.1	質化	說明鑑別及因應資訊安全風險的方法	資訊安全請參見章節 2.3 可靠資安防護	p.42-43
	CG-EC-230a.2	量化	(1)資料外洩次數、(2)涉及個人識別資訊(PII)外洩之百分比、(3)受影響之用戶數	(1)0 件，(2)0%，(3)0 戶	-
員工招募、多元化及表現	CG-EC-330a.1	量化	員工敬業度百分比	規劃中，2021 年度尚未進行	-
	CG-EC-330a.2	量化	全體員工之(1)自願和(2)非自願離職率	(1)自願離職率 22.0%；(2)非自願離職率 0.6%。離職率資訊請參見章節 4.1 專業團隊構築	p.64-65
	CG-EC-330a.3	量化	(1)管理職，(2)技術人員及(3)所有其他員工之性別與種族 / 族裔群體所佔的百分比	詳細資訊請參見章節 4.1 專業團隊構築	p.64
	CG-EC-330a.4	量化	持有 H-1B 簽證之技術人員的百分比	不適用	-
產品包裝與配送	CG-EC-410a.1	量化	產品運送的溫室氣體 (GHG) 足跡總量	產品運輸之碳足跡請參見章節 3.1 綠色購物計畫，及 3.3 綠色營運管理	p.48、61
	CG-EC-410a.2	質化	說明降低產品運送對環境影響之策略	PChome 於 2019 年啟動綠色購物計畫，旨在降低服務過程中對環境之衝擊。相關計畫策略及成效請參見章節 3.1 綠色購物計畫	p.47-56
活動指標	CG-EC-000.A	量化	企業自定義之用戶活動衡量指標	PChome 24h 購物會員數超過 1,300 萬人	-
	CG-EC-000.B	量化	資料處理能力與外包百分比	未揭露相關資訊	-
	CG-EC-000.C	量化	產品運送數量	出貨商品數超過 4,000 萬件	-

- 開箱本報告書
- 經營者聲明
- 榮耀與肯定
- 永續的行動夥伴
- Ch1 治理的誠心夥伴
- Ch2 購物的創新夥伴
- Ch3 環境的綠色夥伴
- Ch4 職場的可靠夥伴
- Ch5 社會的暖心夥伴
- 附錄

開箱本報告書

經營者聲明

榮耀與肯定

永續的行動夥伴

Ch1 治理的誠心夥伴

Ch2 購物的創新夥伴

Ch3 環境的綠色夥伴

Ch4 職場的可靠夥伴

Ch5 社會的暖心夥伴

附錄



勤業眾信
勤業眾信聯合會計師事務所
 11073 台北市信義區松仁路101號4樓

Deloitte & Touche
 250 Temple Street Plaza
 40, 102, Singapore 04, Singapore
 Tel: +65 (0) 2773 8888
 Fax: +65 (0) 2701 6888
 www.deloitte.com.tw

會計師有限確信報告

網路家庭國際資訊股份有限公司 公鑒：

網路家庭國際資訊股份有限公司民國 110 年度永續報告書，業經本會計師對所選定之標的資訊執行確信程序後，並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層對永續報告書之責任

管理階層之責任係依據財團法人中華民國證會各種查核中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」、全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiatives, GRI) 發布之 GRI 準則 (GRI Standards) 及依行業特性參採其他適用之準則編製永續報告書，且維持與編製永續報告書有關之必要控制，以確保永續報告書所列標的資訊未存有重大不實表達。

會計師對永續報告書執行確信程序之責任

本會計師係依照確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊及其他相關之確信案件」，對上開永續報告書所選定之標的資訊 (詳附件一) 在所有重大方面是否依照第二段所述準則編製，提出有限確信報告。相較於合理確信，有限確信案件所執行程序之性質及時間與適用合理確信案件不同，其範圍亦較小，因是取得之確信程度明顯低於合理確信。

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關標的資訊之有限確信證據，且任何內部控制均受有先天限制，因此未必能查盡所有業已存在之重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 取得及閱讀永續報告書；
- 訪談管理階層及相關人員，以瞭解公司編製永續報告書有關政策及程序；
- 訪談相關人員了解所選定標的資訊產生之流程、內部控制及資訊系統；
- 分析及以抽查方式測試標的資訊相關文件及紀錄。

- 1 -

先天限制

由於諸多確信項目係屬非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天限制，就該等資訊之相關性、重大性及正確性之解釋可能涉及更多管理階層之重大判斷、假設與解釋，不同利害關係人對該等資訊亦可能有不同之解釋。

獨立性及品質管制進修聲明

本會計師及所隸屬會計師事務所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。此外，本會計師所隸屬會計師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」，以維持完備之品質管制制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

確信結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現網路家庭國際資訊股份有限公司民國 110 年度永續報告書中所選定之標的資訊在所有重大方面未遵循其衡量基準財團法人中華民國證會各種查核中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」、全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiatives, GRI) 發布之 GRI 準則 (GRI Standards) 及依行業特性參採其他適用之準則之情事。

其他事項

本確信報告出具後，貴公司對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

勤業眾信聯合會計師事務所

會計師 方 涵 妮

中華民國 111 年 7 月 29 日

- 2 -

附件一

確信項目彙總表

編號	確信項目	目標	執行標準	查核程序	影響基準
1	GRI 302-1: 2016	組織內部的能源消耗量	3.3 綠色營運管理	會核與車隊外購電力、會核與車隊之柴油與汽油的能源消耗總量。	
2	GRI 305-1: 2016	直接 (範疇一) 溫室氣	3.3 綠色營運管理	會核與車隊之範疇一 (柴油、汽油) 溫室氣體排放量。	
3	GRI 305-2: 2016	範圍內之範疇二) 溫室氣	3.3 綠色營運管理	會核與車隊之範疇二 (外購電力) 溫室氣體消耗量。	
4	GRI 401-1: 2016	新進員工和離職員工	4.1 專業團隊發展	依年齡層及性別劃分，確認新進與離職員工的總數及比例。	
5	GRI 419-1: 2016	違反社會與經濟領域之法律	1.5 穩健風險管理	確認違反社會與經濟領域法規的重大罰款和非金融制裁的總數。	

- 3 -