

ONLINE
PChome

走入日常 · 有感改變

2022

永續報告書
SUSTAINABILITY
REPORT



目錄

開箱本報告書	3
經營者聲明	4
榮耀與肯定	6
永續行動夥伴	7

Ch1 治理的誠心夥伴 23

1.1 PChome 營運概況	26
1.2 公司治理與誠信經營	28
1.3 經營績效與風險管理	34
1.4 商業夥伴協力	40

Ch2 購物的創新夥伴 42

2.1 全方位優質商品選購	45
2.2 暖心消費體驗	54
2.3 可靠資安防護	56

Ch3 環境的綠色夥伴 61

3.1 綠色購物計畫	64
3.2 氣候永續行動	71
3.3 綠色營運管理	77

Ch4 職場的可靠夥伴 81

4.1 專業團隊構築	84
4.2 員工福利制度	86
4.3 人才招募培育	91
4.4 健康友善職場	97

Ch5 社會的暖心夥伴 104

5.1 在地化經營及文化傳承	105
5.2 環保愛台灣	107

附錄 108

GRI Standards 永續性報告準則揭露項目對照表	108
SASB 永續會計準則委員會指標對照表	116
外部認證	118



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 2022 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 Standards (2021)
永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB)	永續會計準則 (Sustainability Accounting Standard) 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)

外部認證

項目	獨立第三方報告	認證 / 確信機構
永續數據	確信準則 3000 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	資誠聯合會計師事務所 (PwC Taiwan)
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 2022 年（2022 年 01 月 01 日至 2022 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性，將於報告書中註明其揭露範疇。

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 ESG 永續發展委員會報告書編撰小組與外部顧問協力彙整資訊，統籌完成永續報告書，並經永續發展委員會委員及各部門確認內容
- 最後階段：由執行長進行核定以公開揭露

發行概況

- 首次出版日期：2021 年 7 月
- 上一版本出版日期：2022 年 7 月
- 現行版本出版日期：2023 年 7 月
- 下一版本出版日期：2024 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 公共事務室

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

經營者聲明 董事長的話

2022 年全球經濟成長放緩、烏俄戰爭開打危機，國內也因疫情管制措施逐步放寬，消費者回歸實體通路購買行為，這一切都考驗著企業的應變能力，挑戰即是機會，PChome 藉此積極審視營運模式並靈活應變，秉持「堅持創新、創造價值」以及「用戶為先」的企業理念與核心價值，推出各項創新服務，如業界首創「iPhone 訂閱方案」，攜手中國信託及中華電信推出國內首張三方跨界聯名卡「中國信託 ALL ME 卡」，串聯電商、電信、金融三大生態圈的消費應用場景、建立全新點數架構，與渣打銀行推出「PChome 幫手貸」，協助供應商解決營運資金痛點等，打造 PChome 永續價值鏈，串起消費者、電子商務服務、數位金融與物流服務，不斷優化消費者購物體驗、加速使用介面改版及強化綠色購物計畫，並加速 AI 自動化智慧物流及短鏈物流系統的發展，打造更全面的 One PChome 生態圈。

深化綠色購物計畫 實踐永續經營理念

隨著電子商務蓬勃發展，線上購物的普及已大幅改變市場消費型態，網購服務已深入消費者的日常生活，為了降低網購服務對環境的影響，作為台灣首家全方位推動的大型綠色電商平台，PChome 接軌聯合國永續發展目標 (SDGs)，自 2019 年起全面啟動綠色購物計畫，從「包裝、運輸、倉儲、金流」四大面向推廣綠色消費意識。首先，PChome 投入綠購包裝改善，紙箱全面使用再生原料、由 100% 回收紙漿製成，截至 2022 年底已減少逾 6 萬噸碳排放量，相當於 155 座大安森林公園一年之碳吸附量；第二、加強自有車隊—網家速配的配送運能及涵蓋率，有感提升配送服務，並採購電動機車投入配送服務，透過綠能運具全年總計減少 17.29 公噸二氧化碳排放量；第三、透過優化智慧倉儲之自動化設備，及針對產品類別調整倉庫合併收整，提升整體倉庫作業效率，林口 A7 智慧物流園區也於 2023 年啟用，此物流中心為當前台灣電商同業中、首座最高密度導入人工智慧技術與全自動化倉儲設備的物流中心，將有效強化倉儲物流量能；第四、持續推動統一發票及票券電子化，PChome 為業界首家實施電子發

票之電商，於 2022 年節省超過 1,350 萬張以上的紙本發票，相當於減少 1,620 萬顆的樹木砍伐，電子票券方面則售出近 75 萬張，減少超過 14.6 萬張 A4 紙用量。同時鼓勵消費者、員工及供應商一同響應永續議題，攜手各方力量，將永續經營理念落實在電商網購服務的各项環節中。

永續經營有成 深受外界肯定

秉持誠信透明的治理原則及經營團隊與全體同仁的持續努力下，PChome 在永續經營獲得肯定，於 2022 年獲得「FUTURE COMMERCE AWARDS 創新商務獎—最佳技術創新類-銅獎」、「第二屆 TCSA 台灣永續行動獎—銅獎」、「第四屆品牌金船獎—服務創新組」、「台北金融科技獎—商模創新獎」、「第五屆華人綠色永續金傳獎」、「第十五屆 TCSA 台灣企業永續獎—永續報告書白金獎」等殊榮肯定。

未來，PChome 將持續為各方利害關係人創造共贏永續價值，PChome 也承諾將堅守消費者每日生活、成為最受信賴的夥伴，朝持續打造綠色電商的目標邁進。

網路家庭國際資訊股份有限公司
董事長

吳忠奇



經營者聲明 執行長的話

2022 年對台灣、對全球都是風起雲湧且變化多端的一年，面對逐步進入後疫情時代與市場的挑戰，PChome 不斷提升對 ESG 的關注，檢視公司治理、環境保護及社會責任相關策略，提升既有行動的規模，並展開全新永續行動。我們成立永續發展委員會，從公司最高管理階層開始，嚴格把控公司永續方針，並擴大綠色商品選購數量，讓更多消費者與供應商一齊投入，同時持續延續無紙化計劃，從內外部三大面向切入，全方位實現減碳行動，我們亦長期關注社會議題，藉由企業之力喚起社會大眾的關注度，一起加入永續行動行列。

成立永續發展委員會 有效管理永續策略

PChome 於 2022 年成立永續發展委員會，針對「治理與責任」、「環保節能」及「員工與社會關懷」設立跨部門之 ESG 工作執行小組，並每年一次定期向公司董事會報告，讓董事會能即時掌握公司的 ESG 策略進展。展現出 PChome 從上至下每位員工，對公司永續發展積極參與的決心。

提升永續選品規模 消費者與供應商共同響應

PChome 持續優化選品策略與網購服務，持續藉由綠色商品的採購與銷售循環，提供消費者更多元的商品選擇來響應永續議題，2021 年即開始攜手經濟部中小企業處共同推廣「有 P ㄛ 商行」，是全台唯一電商合作通路，目前已扶植 50 個品牌，提供超過 1,300 種天然食品、有機食材、減塑生活用品等多樣化優質社創良品，與消費者及供應商協力創造綠色經濟規模，迎向綠色永續消費新生活。

三大面向同步開展 進行無紙化減碳計畫

為提升營運效率及降低資源消耗，PChome 從內部簽核無紙化、消費通路無紙化、供應商無紙化流程著手。表單簽核作業電子化已於 2021 年開始啟動，使用電子簽核之比例已達近七成，並持續推動統一發票及票券無紙化，採用電子書及電子票券形式取代傳統紙書及紙本發票，以降低

紙張使用量、提高消費者便利性，將消費者共同納入環保節能的重要一環，同時，於 2022 年起開始啟動供應商電子合約，透過廠商後台系統電子合約簽核完成的廠商家數已超過 2,400 家。

深耕社會公益不間斷 拋磚引玉邁向社會共榮

秉持取之於社會、用之於社會的精神，PChome 身為本土電商企業，除了使用在地資源以供營運，2022 年也持續整合資源，投入社會公益，包含支持國內運動賽事、投入在地文化發展，協助進行環保議題宣導等行動。接下來將打造公益平台，邀請公益團體進駐，透過 PChome 平台的聲量為更多弱勢群體發聲，亦會持續關注社會議題並給予協助，期藉由發揮企業力量，與全體利害關係人一同邁向社會共好。

持續強化公司治理 重視利害關係人利益

PChome 一直秉持誠信、透明的治理精神，以全體利害關係人利益為優先，重視公司治理相關議題，除遵循各類法規及落實內部控制，也透過董事會與功能性委員會績效評估，積極精進公司內部治理，111 年公司治理評鑑再獲第二級距佳績，此外於 2022 年 1 月成為全台電商首家通過台灣智慧財產管理規範 (TIPS) A 級驗證。未來期盼能更加善用企業資源、提升營運效率，創造企業競爭力之餘，更能提升社會福祉。

未來，PChome 將持續結合集團資源整合，結合既有開放生態系平台優勢與資源來推出創新服務，並發揮企業力量積極投入環境保護，我們自 108 年起即積極響應環保署「網購包裝減量」，未來針對「網購包裝減量指引 2.0」，PChome 自願持續採取高標準包裝減量措施，在提供消費者便捷的網購服務之時，也可達到減碳減廢。此外，秉承「用戶為先」理念，PChome 將朝「有感改變、走入日常」的目標邁進，讓 PChome 成為用戶日常生活可靠的夥伴，也讓永續發展成為 PChome 的 DNA，與產業共同實踐永續繁榮。

網路家庭國際資訊股份有限公司

執行長

張瑜珊



榮耀與肯定



2017年

- 「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年

- 資訊月百大創新產品獎－創新金質獎 (PChome Fastag 智慧標籤)

2019年

- 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年

- 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)

2022年

- 2022年 FUTURE COMMERCE AWARDS 創新商務獎－最佳技術創新類－銅獎 (智慧倉儲) ★
- 台北市政府－111年推廣節能產品活動－節能社群行銷獎 ★
- 第2屆 TSAA 台灣永續行動獎－銅獎 (綠色購物計畫) ★
- 第4屆品牌金舶獎－服務創新組 ★



- 2022 台北金融科技獎－商模創新獎 (PChome 幫手貸) ★
- 第5屆華人綠色永續金傳獎－金獎 ★
- 第15屆 TCSA 台灣企業永續獎－永續報告書白金獎 ★
- 經濟部－2022 Buying Power－貳獎
- 工商時報 2022 臺灣客服中心評鑑－數位媒體購物銅牌獎

2021年

- 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
- 經濟部－2021 Buying Power－特別獎
- 2021 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
- 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
- 第5屆 TIPRA 華文公關獎－「內容運用公關獎銀獎」

永續行動夥伴

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

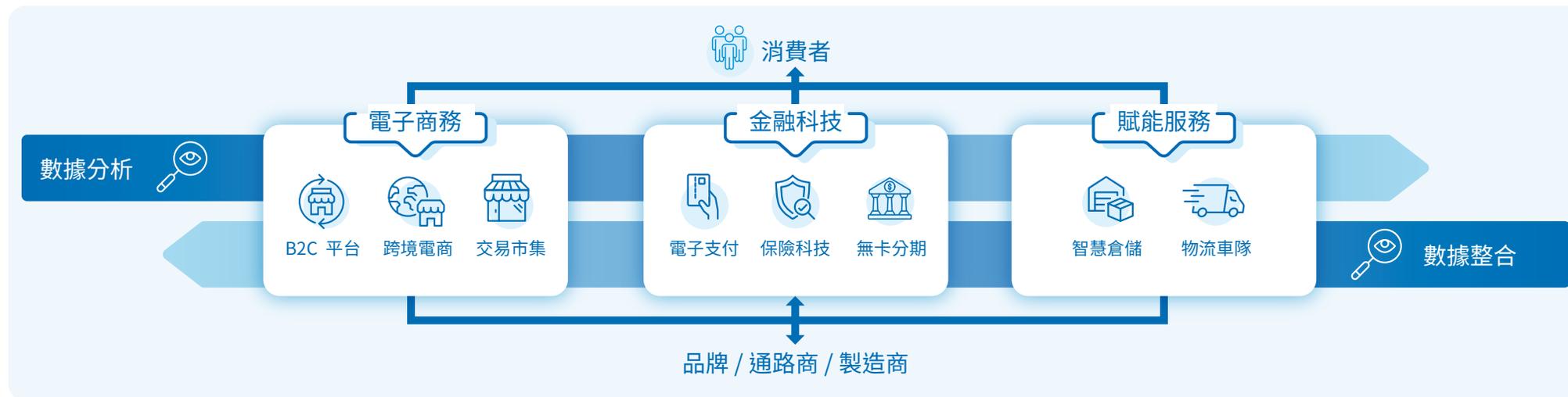
PChome 堅信廣大社群的每一份子都是我們的利害關係人，大家都好，PChome 才會好。PChome 積極響應聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，運用電商平台影響力，除了滿足消費者的需求，亦聯合組織內外力量打造共好社會。

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。PChome 以「堅持創新，創造價值」的核心理念，以「以用戶為先」，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、重視員工職場環境及推動公司治理等，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。

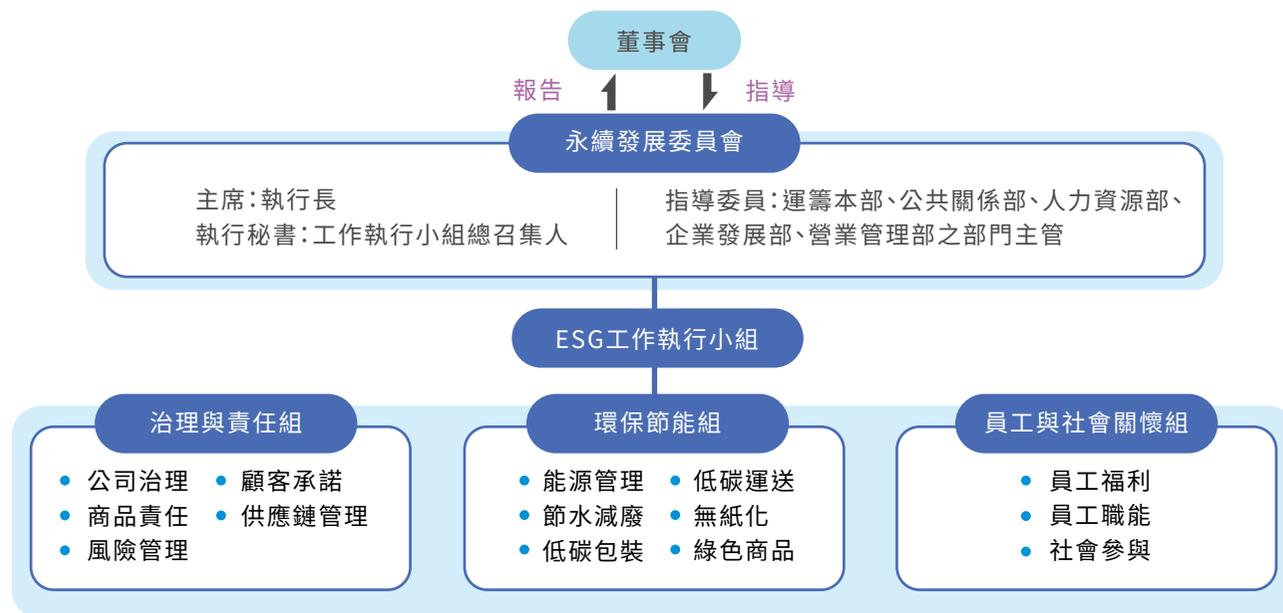


PChome 永續價值鏈



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 於 2022 年成立「永續發展委員會」，由執行長擔任委員會主席，召集不同領域的高階主管，對焦聯合國永續發展目標，共同檢視永續發展方向與執行成效，並設立 ESG 工作執行小組：治理與責任組、環保節能組、員工與社會關懷組，由各小組成員負責各項永續發展策略與行動方案，以具體行為落實永續發展目標。公司董事會定期聽取永續發展委員會之報告，即時掌握公司 ESG 策略的進展，並且在需要時敦促團隊進行策略調整及提供必要之資源。



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，皆為 PChome 之利害關係人，您的意見與回饋，PChome 永遠在乎。為聚焦溝通，PChome 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、張力、影響性、多元觀點)，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。

依賴性 Dependency	直接或間接依賴 PChome 的營運活動、產品或服務績效的利害關係人	影響性 Influence	對 PChome 的策略或經營決策，具有影響力的利害關係人
責任性 Responsibility	PChome 對其具有法令、商業、營運或道德責任的利害關係人	多元觀點 Diverse Perspective	具不同觀點，能啟發 PChome 獲得新的認知、機會的利害關係人
張力 Tension	關注 PChome 相關財務、經濟、社會及環境議題的利害關係人		

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	2022 年溝通次數與績效	回應與行動
<p>供應商</p>	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"> 公司治理與法規遵循 供應鏈管理 負責任行銷 稅務政策 經營績效與營運風險 資訊安全與顧客隱私 環境友善包材 	供應商專線 / 即時通訊	即時	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 永續行動夥伴 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	
<p>政府組織</p>	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"> 公司治理與法規遵循 供應鏈管理 負責任行銷 稅務治理 資訊安全與顧客隱私 永續採購 氣候永續行動 環境友善包材 綠色倉儲與物流 	參與政策研討會、座談會與公聽會	不定期	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 永續行動夥伴 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	不定期	
			公文往來、電子郵件、電話溝通及實體拜訪	不定期	不定期	
			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	

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	2022 年溝通次數與績效	回應與行動
<p>顧客</p>	<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> 智慧財產管理 資訊安全與顧客隱私 顧客安全與健康 / 產品及服務品質管理 永續採購 氣候永續行動 環境友善包材 綠色倉儲與物流 廢棄物與循環再生 	<p>客服專線</p> <p>客戶留言</p> <p>客服公告</p> <p>社群媒體訊息回應</p> <p>舉辦行銷活動</p>	<p>即時</p> <p>即時</p> <p>即時</p> <p>即時</p> <p>每月進行</p>	<p>不定期</p> <p>不定期</p> <p>不定期</p> <p>不定期</p> <p>每月一場以上</p>	<ul style="list-style-type: none"> 永續行動夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch3 環境的綠色夥伴
<p>員工</p>	<p>員工是公司最重要資產，是創造成長的根本基礎</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人才吸引及留任 員工多元化與平等機會 資訊安全與顧客隱私 職業安全與健康 經營績效與營運風險 	<p>勞資會議</p> <p>績效考核制度說明會</p> <p>員工大會</p> <p>員工專屬好康報報</p> <p>董事長談心室</p> <p>執行長聊天室</p> <p>給員工的信</p> <p>雙 11 激勵大會</p> <p>管理會議</p> <p>員工信箱</p>	<p>每季 1 次</p> <p>每半年 1 次</p> <p>每季 1 次</p> <p>不定期</p> <p>不定期</p> <p>不定期</p> <p>每月一次</p> <p>一年一次</p> <p>不定期</p> <p>即時</p>	<p>4 次</p> <p>2 次</p> <p>5 次</p> <p>24 則</p> <p>2 次</p> <p>12 場</p> <p>24 則</p> <p>1 次</p> <p>不定期</p> <p>即時</p>	<ul style="list-style-type: none"> 永續行動夥伴 Ch1 治理的誠心夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch4 職場的可靠夥伴
<p>股東 / 投資人</p>	<p>股東及投資人之長期支持，是 PChome 穩健成長的重要力量</p>	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理與法規遵循 智慧財產管理 經營績效與營運風險 氣候永續行動 環境友善包材 綠色倉儲與物流 	<p>法人會議</p> <p>中英文法人說明會</p> <p>官網投資人專區及股東聯繫窗口</p> <p>重大訊息公布</p>	<p>不定期</p> <p>季度</p> <p>即時</p> <p>不定期</p>	<p>100 場以上</p> <p>8 場</p> <p>不定期</p> <p>104 則</p>	<ul style="list-style-type: none"> 永續行動夥伴 Ch1 治理的誠心夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch3 環境的綠色夥伴

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	2022 年溝通次數與績效	回應與行動
<p>媒體</p>	<p>媒體是傳遞企業品牌形象的重要管道</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與法規遵循 • 社區參與 • 智慧財產管理 • 經營績效與營運風險 • 資訊安全與顧客隱私 • 顧客安全與健康 / 產品及服務品質管理 • 永續採購 • 氣候永續行動 • 環境友善包材 • 綠色倉儲與物流 	<p>媒體關係維護 / 聯繫</p>	不定期	每日進行	<ul style="list-style-type: none"> • 永續行動夥伴 • 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
			<p>新聞訊息發佈</p>	不定期	約 119 則	
<p>社區 / 非營利組織</p>	<p>在地社區民眾的福祉係企業永續影響力的重要指標</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 社區參與 • 負責任行銷 • 永續採購 • 氣候永續行動 • 環境友善包材 	<p>媒體需求回應</p>	不定期	逾 91 次	<ul style="list-style-type: none"> • 永續行動夥伴 • Ch2 購物的創新夥伴 • Ch3 環境的綠色夥伴 • Ch5 社會的暖心夥伴
			<p>媒體溝通會 / 記者會 (實體及線上)</p>	不定期	16 場	
			<p>媒體訪問 (專訪及團訪)</p>	不定期	11 次	
			<p>贊助地方運動賽事</p>	不定期	季賽	
			<p>支持藝文活動發展</p>	不定期	不定期	

PChome 於官網建立利害關係人專區，提供利害關係人填寫聯絡表單。各單位收到利害關係人回應後，會立即了解情況並回覆利害關係人。

管理階層除定期召開會議外，亦會定期將本公司重要報告及資訊提供董事：

- 會計部門：每月財務資訊及每季財務報告
- 內部稽核部門：每季內部稽核報告
- 公共關係部門：新聞

此外，董事會成員與高階管理階層間保持密切接觸，若有任何關鍵重大事件可隨時溝通，細節請參考本公司 111 年報：關於出席董事會及委員會 / 審計委員會運作情形；溝通關鍵重大事件、關鍵重大事件的性質和總數，請參考本公司於公開資訊觀測站發布之重大訊息，細節請參考本公司 111 年報各項關於企業風險管理架構中公司及其所屬子公司整合並管理對營運及獲利可能造成影響之各種策略、營運、財務及危害性等潛在的風險，建置企業資

安風險管理單位評估風險等級採取對應的風險管理策略。若有重大事件發生，即可依原訂定之機制進行應變處理。

以下為 PChome 2022 年之重大新聞事件及其回應。

新聞事件說明	影響之利害關係人	回應及處理方式	是否已結案
<p>2022 年 7 月份，多家新聞媒體接續以「網家人事大地震」、「網家高層又跳船 / 車」、「1 月內走掉 3 位高層」等負面聳動標題撰寫高階主管人事異動相關新聞報導</p>	<p>員工、供應商、股東 / 投資人、媒體</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 發布重大訊息公告 • 發布新聞稿 / 回應聲明稿向媒體進行說明 • 針對不實新聞報導進行澄清 	<p>是</p>

重大主題

PChome 依循最新出版 GRI Standards (2021) 的重大性鑑別四階段流程，重新定義重大性鑑別方法。有別於以往藉由問卷的方式了解利害關係人對於議題的「關注程度」。2022 年綜合考量議題與營運的關聯性、營運重大方針等要素外，因此加入「衝擊程度 (impact)」做為主題是否具重大性的評價原則。

決定重大之流程



蒐集行業永續議題

為了找出對 PChome 潛在的重大主題，PChome 依公司營運從國際永續標準與規範、SDGs、責任投資 (Responsible Investment)、產業趨勢及利害關係人的互動等永續相關議題，聚焦 18 項主題，並進一步調查議題所造成的衝擊。

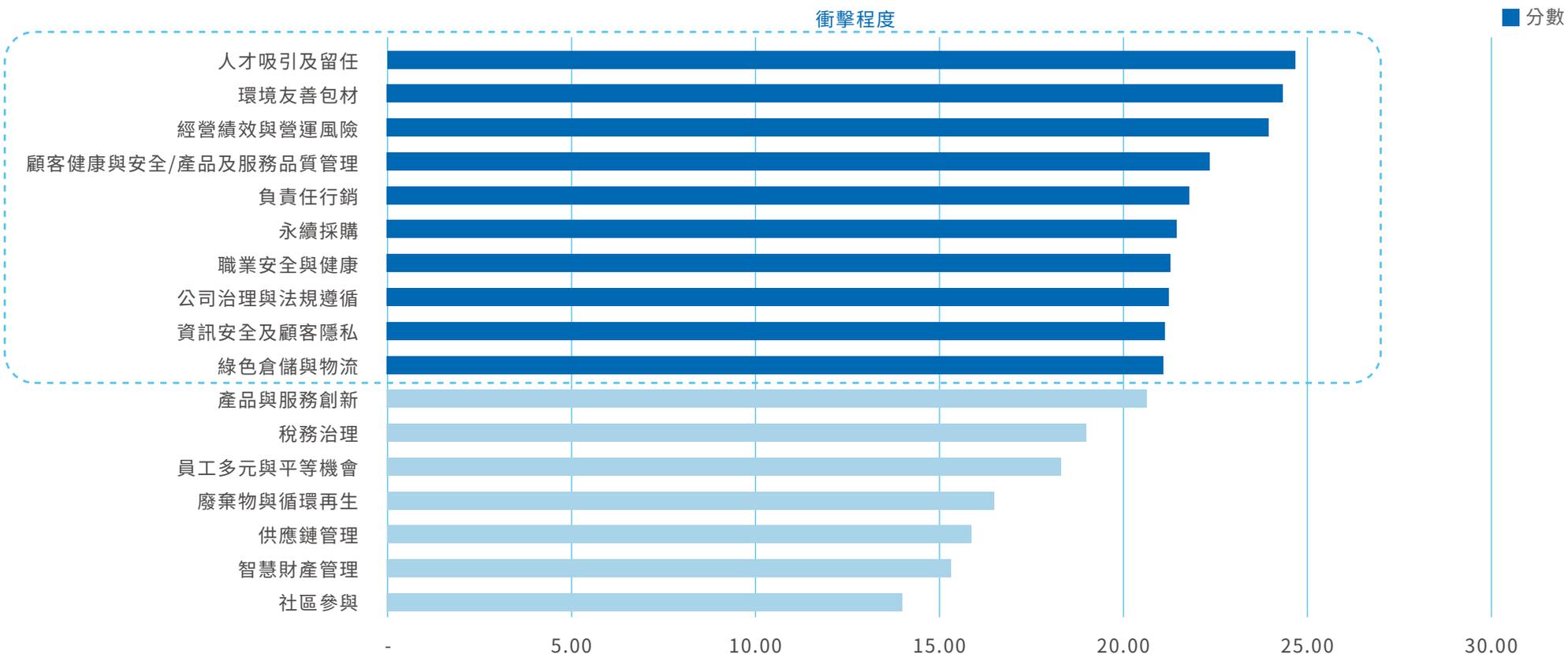
	永續發展面向	SDGs	永續主題
E	加速氣候行動、落實綠色營運		1. 廢棄物與循環再生 2. 永續採購 3. 環境友善包材 4. 綠色倉儲與物流
S	多元薪資福利、推動教育革新 維繫你我人權、共創友善環境 參與社會公益、驅動在地文化		1. 職業安全與健康 2. 員工多元化與平等機會 3. 社區參與 4. 人才吸引及留任
G	強化公司治理、深化誠信經營 落實資安防護、提供安心購物		1. 公司治理與法規遵循 2. 經營績效與營運風險 3. 稅務治理 4. 智慧財產管理 5. 資訊安全及顧客隱私 6. 供應鏈管理 7. 顧客健康與安全 8. 產品及服務品質管理 9. 產品與服務創新 10. 負責任行銷

鑑別實際及潛在衝擊

依循 GRI Standards (2021) 對於重大性的定義，PChome 經由問卷蒐集各永續議題對 PChome 之衝擊程度及發生之可能性進行綜合評估。其中衝擊的嚴重程度考量衝擊發生的規模、範圍、是否可逆、是否涉及對人權的影響等考量面進行評分。PChome 除參考平時與利害關係人議和取得之資訊外，另參酌內部營運策略，以實踐綠色電商為經營理念，加權考量環境議題、鑑別其潛在衝擊。

決定重大主題

PChome 依據衝擊的顯著程度將蒐集之永續議題排序如下，經永續發展委員會研討提請執行長檢視並核准前 10 項最具顯著衝擊者作為重大主題。



重大主題邊界

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. 環境友善包材	●		▲	●	▲	●	○	○
2. 永續採購	●		▲	○	▲	●	○	○
3. 綠色倉儲與物流	●		▲	●	▲			
4. 人才吸引及留任	●	●				●		
5. 職業安全與健康	●	●						
6. 經營績效與營運風險	●	●			▲	●	●	
7. 顧客健康與安全 / 產品及服務品質管理	●		▲		▲			
8. 負責任行銷	●		▲		▲			●
9. 公司治理與法規遵循	●	●		●	▲	●	●	
10. 資訊安全及顧客隱私	●		▲	●	▲			

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

重大主題

構面	議題	衝擊說明	對應章節
 <p>環境</p>	環境友善包材	運用包裝材料保障商品安全，可創造優良的消費體驗提升品牌信賴度，然而過度的包裝將造成資源浪費，增加廢棄物處理的環境與社會成本。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，故致力於推動環境友善的綠色包裝，設計 100% 使用回收廢紙製成之包材，並利用大數據科技來達成最適化紙箱選用，以創造循環經濟效益，減少對環境的衝擊。	3.1.1 綠購包裝
	永續採購	PChome 順應環保意識抬頭的消費型態，持續優化選品策略與網購服務，提供最佳購物體驗，並引導消費者購買環境友善及具社會責任的產品，進而促進社會的永續發展。	2.1.2 責任與永續選品
	綠色倉儲與物流	為確保消費者享有多元齊備的商品選擇與精準快速的配送服務，PChome 打造智慧倉儲系統及自有物流車隊，積極優化整體倉儲的自動化建設，提升撿貨包裝效率，及導入低碳綠色運具，輔以大數據科技運算最佳化配送路線，減少運輸時消耗的能源，降低整體倉儲與物流服務的環境足跡。	3.1.2 綠購運輸 3.1.3 綠購倉儲
 <p>社會及人權</p>	人才吸引及留任	PChome 秉持「堅持創新，創造價值」的理念，將人才視為最重要的資產，唯有吸引並培育優秀人才，才能提升企業整體的競爭力。因此 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。	4.1 專業團隊構築 4.2 員工福利制度 4.3 人才招募與培育
	職業安全與健康	PChome 致力於實現完善的工作條件、健康、福祉和實踐平等的承諾，並強化 ESG（環境，社會和治理）面向的組織，有效降低工作場所之危害及風險，加速職業災害率的降低，以成為電商巨頭安全衛生標竿。 PChome 目標為減少職業傷害和疾病，包括促進和保護身心健康，將傳統重點式職業安全衛生管理制度轉向「系統化」與「國際化」發展，更是引導 PChome 將安全衛生管理內化為企業營運管理之一環的重要工具，以落實推動及持續改善職業安全衛生管理系統及管理績效，有效控制職業災害風險，達到保障勞工安全健康，促進產業競爭力之雙重目標。	4.4 健康友善職場

構面	議題	衝擊說明	對應章節
 <p>治理</p>	經營績效與營運風險	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、相關法令遵循進行分析與因應，建立健全之風險管理作業，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。面對變化快速多端的零售市場，若未積極重視經營績效或落實各項營運風險管理，可能無法靈活調整營運策略，並帶來重大損失。	1.3 經營績效與風險管理
	顧客健康與安全 / 產品及服務品質管理	做為大型電商平台，讓消費者有良好、安全的商品品質以及優良的購物體驗是我們責無旁貸的使命。優良的商品及服務穩定提升消費者的信賴度，是公司業績成長的基石；相關爭議事件可能造成公司商譽受損、影響社會觀感，並導致消費者流失。PCHome 確保供應商皆為政府合法立案，且提供之產品符合國家標準；透過定期巡檢與不定期抽檢，確保在庫商品不受損壞或變質汙染，提高消費者購買信心，增加顧客對於公司服務之信賴。	2.1 全方位優質商品選購 2.2 暖心消費體驗
	負責任行銷	PCHome 堅持帶給顧客有品質的商品與服務，依循法規完整標示及揭露產品內容，杜絕供應商誇大不實的行銷，共同為消費者把關，增加消費者購買商品的安全感，建立與消費者間的信任，降低公司營運風險。	2.1 全方位優質商品選購
	公司治理與法規遵循	透過良好的公司治理，奠定企業良好形象，為全體股東爭取最大利益，並善用企業資源提升營運效率，創造競爭力，達成企業永續經營。秉持誠信治理為營運根本，以誠信、透明的治理原則，採最高標準自我約束，成為對環境友善、對社會有益、對人權尊重之企業。	1.2 公司治理與誠信經營 1.3.4 法規遵循
	資訊安全及顧客隱私	資訊安全是電商平台不容忽視的議題，提供穩定與可靠的系統環境，加強資訊安全防護措施，以保護消費者和企業的權益。若發生資安事件會對消費者、企業和整個社會產生負面影響，消費者可能會失去信心，不再使用該平台，企業可能會失去客戶和聲譽。	2.3 可靠資安防護

構面	議題	政策	短期目標 (2023)	中期目標 (2024-2025)	長期目標 (2026-2027)
環境	環境友善包材	<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 	<ul style="list-style-type: none"> 出貨配送之紙箱全數使用 100% 再生紙漿箱體 啟動全倉跨庫併箱，導入智能箱號推薦系統 2.0，箱號符合比例達 50% 包裝用量依商品重量分級以符合 15~40% 重量比值規範 紙箱印刷面積占箱體表面總面積下降至 40% 採用友善環境且含再生材料的塑膠包材，塑膠類再生料摻配比率大於 25% 原箱出貨占整體出貨件數 5% 	<ul style="list-style-type: none"> 提升全倉智能箱號推薦系統運用範圍，優化多品項訂單運算推薦，箱號符合比例達 55% 包裝用量依商品重量分級以符合 15~40% 重量比值規範 紙箱印刷面積占箱體表面總面積下降至 30% 採用友善環境且含再生材料的塑膠包材，塑膠類再生料摻配比率大於 30% 原箱出貨占整體出貨件數 8% 包材減重率較基準年減少 25% 	<ul style="list-style-type: none"> 內部倉儲建置智能箱號推薦系統，箱號符合比例達 65% 包裝用量依商品重量分級以符合 15~40% 重量比值規範 紙箱印刷面積占箱體表面總面積下降至 25% 採用友善環境且含再生材料的塑膠包材，塑膠類再生料摻配比率持續維持 30% 原箱出貨占整體出貨件數 12% 包材減重率較基準年減少 30-35%
	永續採購	<ul style="list-style-type: none"> 鼓勵綠色商品之採購及綠色廠商之招攬 	<p>推行綠色商品經濟循環</p> <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 <p>於廠商後台建置永續專區</p> <ul style="list-style-type: none"> 推動供應商永續自評問卷 	<ul style="list-style-type: none"> 持續採購對環境友善的綠色商品 完成合作供應商永續自評問卷回覆 1,000 家 	<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 完成供應商永續自評問卷回覆 4,000 家

構面	議題	政策	短期目標 (2023)	中期目標 (2024-2025)	長期目標 (2026-2027)
環境	綠色倉儲與物流	<ul style="list-style-type: none"> 規劃導入電動機車等低碳運輸載具 規劃導入大數據科技進行配送流程路途最適化，以及商品最佳倉儲配置 優化智能箱號推薦系統，減少不必要的包裹空間浪費，進而提升載貨運輸效率 	<ul style="list-style-type: none"> 採購高能源效率之貨、機車，2023年電動機車使用率提升5%、每年減少6.65噸碳排放 車隊行車效能（油耗）檢視管理、異常車輛排除 透過自動化倉儲有效整併出貨，減少包裹運送箱數 提升自動化倉儲出貨比例達65% 	<ul style="list-style-type: none"> 導入替代性能源之電動機車，2025年電動機車使用率提升至20%，並帶動合作物流商使用電動機車，每年減少20噸碳排放 依各路線到貨量，配置合適車款，提升裝載率至90%以上，並降低翻趟次數 妥善運用倉儲空間資源，服務其他中小型電子商務業者，資源共享減少浪費 透過供應商議合，與積極響應綠能環保政策之物流商擴大合作 倉儲平均每坪能源耗用量較前一年減少10% 提升自動化倉儲出貨比例達70% 	<ul style="list-style-type: none"> 2030年持續以電動機車汰換燃油機車，提升電動機車占比達100% 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，個別溝通最適化路線安排，進而降低燃油消耗及碳排放量 持續規劃中南部倉儲據點，達到現地出貨成效，減少南來北往的車輛運輸 溫室氣體排放量較前一年減少5% 提升自動化倉儲出貨比例達80%
	人才吸引及留任	<ul style="list-style-type: none"> 提供多元化的職缺、招募管道、實習生計畫 優渥薪酬福利、績效考核政策、勞資溝通管道 人才培育政策 	<ul style="list-style-type: none"> 導入人才管理平台，系統化管理人員績效與訓練資源 	<ul style="list-style-type: none"> 推展知識分享文化，建立內部講師制並豐富線上學習資源 	<ul style="list-style-type: none"> 讓自主學習成為員工的習慣，提供個人化的學習地圖與資源
社會及人權	職業安全與健康	<ul style="list-style-type: none"> 不定期舉辦職業安全規範教育訓練及講座 勞資會議實施辦法、每季一次員工大會 	<ul style="list-style-type: none"> 規劃建置ISO45001職業安全衛生管理系統的建置專案 依據法規規範每年落實員工健康管理，預防職業疾病發生 管控各項安全風險，建構安全安心的工作環境 不定時推動健康促進活動 	<ul style="list-style-type: none"> 建置職業安全衛生管理系統，依循法令政策保障工作環境安全 依據每季職業安全衛生委員會檢討年度安全衛生政策、目標、方案，並予以修正精進 配合勞動部於每年展開一系列「職場安全健康」推廣活動，內容包含職業傷害（病）預防宣導、推廣及作業安全衛生教育訓練等，以提升員工職場防災意識與技能，確保人員安全與健康 	<ul style="list-style-type: none"> 成立「員工健康管理專案」，將工作項目依照風險鑑別方式，找出可能導致職業疾病的五大危害因子，納入員工健康管理範疇 打造同仁有感幸福職場，貼近同仁的需求，滿足同仁在工作、生活與對待三個面向的需求，打造工作與生活平衡的幸福職場

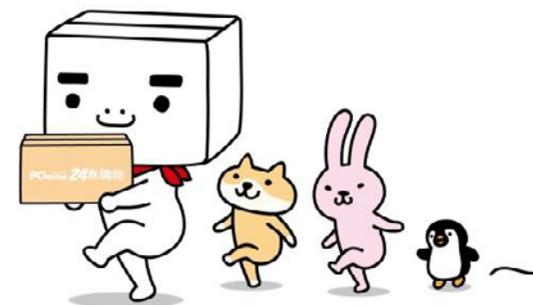
構面	議題	政策	短期目標 (2023)	中期目標 (2024-2025)	長期目標 (2026-2027)
治理	經營績效 與營運 風險	<ul style="list-style-type: none"> 秉持「以用戶為先」的核心價值，積極為消費者、合作夥伴推出有感改變來爭取消費者的回籠與新消費者的加入 	<ul style="list-style-type: none"> 檢視商品價格的競爭力，重視對消費者的回饋，營收成長與獲利增加 就營運有關營運目標、財務報導正確性及舞弊風險可能性進行分析與因應，建立健全之風險管理作業，提升內部營運效率 	<ul style="list-style-type: none"> 尋求行銷與管理費用的合理化，讓費用與業績更有效率的關聯，成為有競爭力的電商平台 回應消費者的批評與期待，大力改革公司長期以來的結構問題，並持續深化永續發展，進而成為長久有競爭力的公司 積極強化 ESG 永續策略之規劃與執行，並持續精進綠色購物計畫 	
	顧客健康 與安全 / 產品及服 務品質 管理	<ul style="list-style-type: none"> 確保供應商皆為政府合法立案，且產品皆符合國家標準 定期巡檢及不定期抽檢在庫商品，確保商品未損壞或變質 	<p>檢視在庫商品</p> <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 <p>在庫商品品質升級</p> <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 <p>推動供應商品質管理</p> <ul style="list-style-type: none"> 落實新供應商審核及評估程序 遵循所簽訂合約內容所載明之權利義務 針對進貨頻率異常高的廠商列入改善清單並輔導管理 	<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 持續強化高風險商品檢驗 挑出風險性高的廠商進行改善 落實廠商分級管理制度 	<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 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 建立優秀且穩定的供應商合作關係，確保產品質量的穩定 持續改善缺失廠商

構面	議題	政策	短期目標 (2023)	中期目標 (2024-2025)	長期目標 (2026-2027)			
治理	負責任行銷	<ul style="list-style-type: none"> 把關入庫商品 針對異常或不合規的商品，歸還廠商檢視處理 文案資訊正確透明 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 	<p>把關入庫商品</p> <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 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"> 持續強化銷售商品的品質，提供消費者買得安心的服務、吃得健康、用得放心的商品 			
			<p>文案資訊透明</p> <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"> 降低文案不明確所產生的退貨 增加消費者購買的安全感 			
			<p>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</p>			<ul style="list-style-type: none"> 持續運作有責商行活動頁 響應「世界關燈日」，於 Portal 首頁和 PChome 24h 購物首頁設計關燈機制 	<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

構面	議題	政策	短期目標 (2023)	中期目標 (2024-2025)	長期目標 (2026-2027)
治理	公司治 理與法 規遵循	<ul style="list-style-type: none"> 定期、不定期檢視及布達法令及政府政策變更資訊 依法進修與落實教育訓練 確實遵循法規、落實內部控制 	<p>提升並維持公司治理排名</p> <ul style="list-style-type: none"> 精進各項治理成效並維持排名級距 	<ul style="list-style-type: none"> 維持上櫃公司前 20% 之級距 	<p>持續強化強化同仁對法令遵循的意識，進而內化為 PChome 法令遵循文化，藉此主動降低 PChome 營運上的違法風險。並以公司治理 3.0 永續發展藍圖為本，同時參照 PChome 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之職能，創造利害關係人的長期價值</p>
			<p>落實董事會績效評估</p> <ul style="list-style-type: none"> 董事會績效評估維持 "極優" 等級 	<ul style="list-style-type: none"> 維持董事會績效評估持續維持 "極優" 等級的表現 	
<p>維持董事會出席率</p> <ul style="list-style-type: none"> 維持出席率 2/3 以上出席 	<ul style="list-style-type: none"> 出席率維持年平均 80% 以上 				
<p>強化資訊揭露</p> <ul style="list-style-type: none"> 持續提升財務暨非財務資訊揭露之品質，強化重大訊息及公司網站中英文資訊揭露透明度 	<ul style="list-style-type: none"> 持續提升財務暨非財務資訊揭露之品質，強化重大訊息及公司網站中英文資訊揭露透明度 				
<p>法規教育</p> <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 PChome 各部門同仁確實瞭解營運活動上需遵守之相關法規 				
<p>資訊安全及顧客隱私</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 持續優化惡意活動的偵測機制，提升偵測惡意活動的效率與回應速度，有效防堵擴散、縮小影響範圍 持續提升資安教育訓練與社交工程演練普及率 定期依照公司資安政策與實施辦法進行資訊系統查核 	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> 零資安事故 	<ul style="list-style-type: none"> 零資安事故 	<ul style="list-style-type: none"> 零資安事故 		
<p>持續降低偵測惡意活動與回應速度，縮小擴散的影響範圍</p> <ul style="list-style-type: none"> 回應速度縮短為 48 小時內 	<ul style="list-style-type: none"> 回應速度縮短為 24 小時內 	<ul style="list-style-type: none"> 回應速度縮短為 12 小時內 			
<p>持續提升資安教育訓練與社交工程演練</p> <ul style="list-style-type: none"> 普及率達 70% 	<ul style="list-style-type: none"> 普及率達 85% 	<ul style="list-style-type: none"> 普及率達 100% 			

本年度經重新檢視組織活動及未來營運目標，鑑別利害關係人之潛在衝擊，PChome 對重大主題做適當之調整，其變動說明如下：

2021 年度永續議題	2021 年度列為重大主題	變動情況	2022 年度調整說明
 <p>品牌形象</p>	是	整併	以「環境友善包材」及「永續採購」為 PChome 差異化營運策略，故併入各章節
 <p>永續策略與目標</p>	是	整併	以「環境友善包材」、「永續採購」及「氣候行動/綠色倉儲與物流」為 PChome 指標永續策略，故併入各章節
 <p>人才招聘與培育、員工薪酬與福利、職場安全健康與平等</p>	否	新增	PChome 一直以來均關注人才吸引與留任及員工職業安全健康與平等，近年來為持續提升企業競爭力，創造社會價值，更加強重心在員工相關議題，故將「人才吸引與留任」新增列為 2022 年度重大主題



Ch1 治理的誠心夥伴

- 1.1 PChome 營運概況
- 1.2 公司治理與誠信經營
- 1.3 經營績效與風險管理
- 1.4 商業夥伴協力



重要之利害關係人

▶ 員工、供應商、股東 / 投資人、政府組織、媒體

永續發展目標



PChome 投入數位金融生態圈經營，建置智慧物流中心，並積極申請智慧財產及專利權，守護先進技術成果，打造高價值服務進而創造永續經濟成長。



PChome 強化永續治理，打造誠信正直經營的企業文化與商業夥伴關係，攜手打造永續購物環境。

永續亮點績效



整體董事會績效評估
4.89 分 (優)



成立永續發展委員會



累積取得 8 項專利、
2 項商標



公司治理評鑑成績維持
6%~20% 級距佳績



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

PChome 堅守誠信經營的承諾並遵循法令規範，整合電子商務、物流倉儲與金融科技等賦能服務，持續發展創新技術，提供消費者可靠有品質的服務，進而建立與利害關係人長久且信任的關係，打造永續價值鏈，創造共贏永續價值。

管理方針

公司治理與法規遵循

承諾

- 打造誠信正直經營的企業文化與商業夥伴關係
- 保衛人權的職場環境
- 遵循法規規定的商業活動

行動方案

- 制定「反貪腐、反賄賂政策」，知悉利害關係人並協助其防止貪腐及賄賂行為
- 制定「網路家庭國際資訊股份有限公司人權政策」
- 追蹤法令和國際評比的趨勢，調整公司治理策略
- 強化公司治理與董事參與程度
 - ➔ 提升並維持公司治理排名
 - ➔ 落實董事會績效評估
 - ➔ 維持董事會出席率
- 強化資訊揭露

投入資源

- 持續向董事會、員工乃至價值鏈夥伴宣導誠信經營、反貪腐、反競爭法令
- 法務室定期辦理法令遵循之宣導及教育訓練
- 法務室研擬「廉潔條款」並納入對外採購與供應商合約，確保交易過程符合 PChome 誠信營運方針
- 建立公司處理違法侵權爭議之 SOP 流程

評估機制

- 董事會自評績效
- 維持董事出席率
- 公司治理評鑑
- 電子商務部新進人員法務教育訓練
- 法令及公司內部規定宣導

2022 實際成效

- 2022 年度整體董事會績效評估 4.89 分（優）
- 本屆董事會出席率均維持 94.45%
- 公司治理評鑑成績自 2021 連跳三級大躍進後，2022 年維持 6%~20% 級距成果
- 電子商務部新進人員法務教育訓練共 6 次（包括 2 次線上課程），授課內容包括著作權法、商標法跟公平交易法
- 於第一季發行之 PChome 法說 vol.1 宣導「個人資料保護法」及公司內部「吹哨者舉報及保護制度實施辦法」規定
- 為使 PChome 全體同仁確實知悉並遵守誠信經營之原則，於公司人資系統之佈告欄及電腦螢幕保護程式中宣導誠信經營守則等法治概念，以提升員工誠信及自律觀念

申訴機制

- 官方網站利害關係人溝通專區
- 違反廉潔條款聯絡單位：稽核室
電子郵件檢舉：audit@staff.pchome.com.tw
書面檢舉：台北市大安區敦化南路二段 105 號 12 樓「網路家庭國際資訊股份有限公司稽核室檢舉信箱」收
電話檢舉：(02) 2700-0898

權責單位

- 稽核室：反貪腐議題受理及調查單位
- 董事會秘書室：反競爭行為議題處理單位

管理方針

經營績效與營運風險

承諾

加速聚焦於集團資源整合、加強營運效能，結合既有開放生態系平台優勢與資源，創造集團綜效，持續推出創新型服務，將 PChome 網路家庭集團打造成與全台消費者生活密切相連的網路事業，變成最有競爭力的電商。

行動方案

- 檢視商品價格的競爭力，重視對消費者的回饋
- 尋求行銷與管理費用的合理化，讓費用與業績更有效率的關聯
- 就營運有關營運目標、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
- 回應消費者的批評與期待，大力改革公司長期以來的結構問題
- 積極強化 ESG 永續策略之規劃與執行，並持續精進綠色購物計畫

投入資源

PChome 投入多元資源，主要五大項目如下：

1. 串聯電商、金流與各式網路服務，打造數位金流生態圈（請詳本報告書「[2.1 全方位優質商品選購](#)」章節）
2. 優化倉儲自動化建設，建置智慧物流中心（請詳本報告書「[3.1.3 綠購倉儲](#)」章節）
3. 積極發展跨境電商平台、開發多元品項與建立綠色商品專區（請詳本報告書「[2.1 全方位優質商品選購](#)」章節）
4. 導入 TIPS（台灣智慧財產管理制度），保護智慧財產及鼓勵創新發展專利管理（請詳本報告書「[1.3.5 智慧財產管理](#)」章節）
5. 成立永續發展委員會，邁向永續經營（請詳本報告書「前言」章節）

評估機制

- 財務數據追蹤經營績效
- 由法務室進行法令遵循與適法性評估；稽核室定期對公司各項潛在風險進行控管

2022 實際成效

2022 年因集團金融科技事業受惠整合綜效，營收與獲利顯著成長，貢獻合併稅前淨利約新台幣 2.31 億元

申訴機制

官方網站利害關係人溝通專區

權責單位

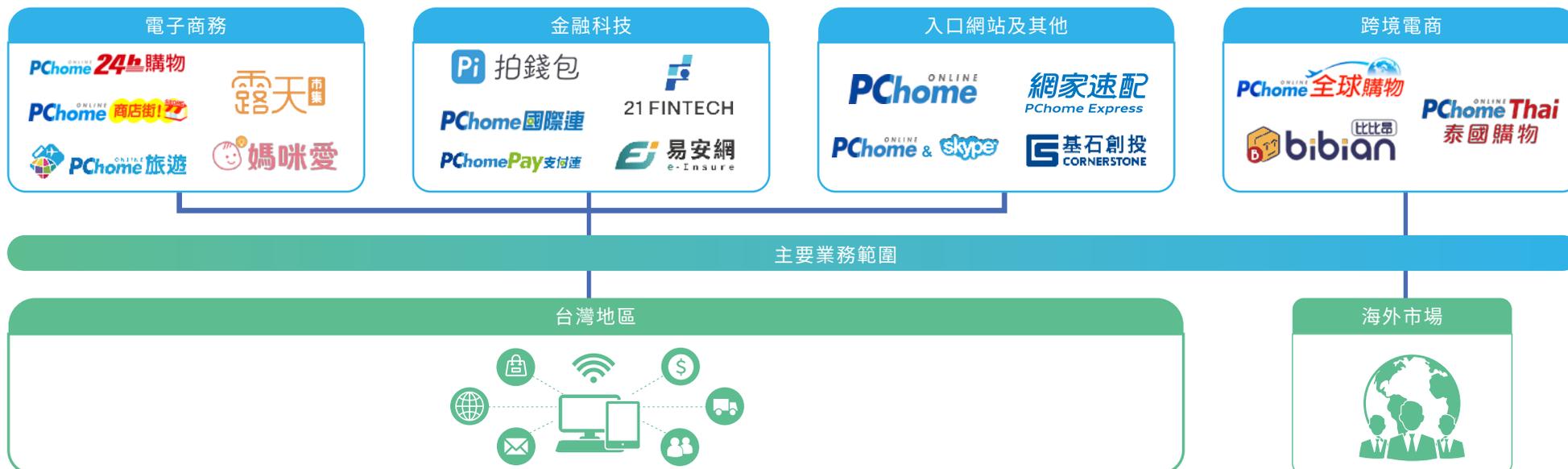
董事會與執行長室

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	執行長/總經理	張瑜珊
總部位置	台北市大安區敦化南路二段 105 號 12 樓		
主要營業據點	台灣		
資本額新	新臺幣 1,281,629,450 元		
員工數	1,886 人 (含全職與兼職員工, 截至 2022 年 12 月 31 日)		

PChome 為一綜合網路服務商集團，業務涵蓋電子商務、金融科技及入口網站等網路服務。集團旗下服務主要包含 B2C 網購平台－PChome 24h 購物、C2C 拍賣平台－露天市集、B2B2C 開店平台－PChome 商店街、跨境電商平台－比比昂、PChomeThai 泰國購物、PChome 全球購物；金融科技領域則有行動支付的 Pi 拍錢包、無卡分期的分期趣及慢點付、第三方支付的 PChomePay 支付連、電子支付的 PChome 國際連、網路保險的易安網。本公司之轉投資事業相關資訊請詳見年報。

PChome 為台灣最受歡迎也最具影響力的電商品牌，本公司持續強化服務創新與商品深度，結合供應商開發與管理、商品資訊管理、金流物流與客戶服務，並積極導入大數據科技優化整體倉儲的自動化設備，旨在為消費者帶來更優質的網路購物體驗。此外，PChome 響應聯合國永續發展目標 (SDGs)，在各購物環節中實踐永續經營之理念，並於 2019 年即正式啟動「綠色購物計畫」，致力於降低營運過程中所可能產生的環境衝擊。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，逐步實現綠色電商之目標。



年度	PCHome 大事記	
1996 年	PCHome Online 網站創立，同年起經營入口網站業務	
1998 年	網路家庭國際資訊股份有限公司成立	
2000 年	電子商務部門成立，推出 B2C 綜合網路商城「PCHome 線上購物」	
2004 年	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	「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	PCHome Online 與 eBay 合資新網路拍賣公司成立 - 露天拍賣	
2007 年	PCHome 線上購物推出全球首創 24 小時專區線上購物服務	
2008 年	成立「樂屋網」，進入不動產交易電子商務領域	
2010 年	PCHome 全球購物正式上線營運	
2012 年	PCHome US 上線，提供北美華人網路購物服務	
2015 年	推出 Pi 拍錢包服務，首創手機號碼交易行動支付服務	
2016 年	網路家庭集團旗下國際連正式開業	

年度	PCHome 大事記	
2018 年	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	PCHome 網路家庭和日本樂天 Rakuten 簽訂合作協議，組成策略聯盟 推出 Bibian 比比昂跨境電商服務，代標代購日本商品直送台灣，滿足消費者跨境網購需求 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	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	
2021 年	通過私募普通股案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 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	
2022 年	攜手渣打國際商業銀行推出「PCHome 幫手貸」 旗下 PChomeThai 泰國購物直送服務正式登台 「Pi 拍錢包 慢點付」正式亮相，全台首創串接第三方支付、無卡分期、行動支付三合一創新型金融服務 網家集團結盟中國信託、中華電信重磅推出「中國信託 ALL ME 卡」 「媽咪愛」正式加入集團，致力成為最值得信賴親子社群平台 推出業界首創「iPhone 訂閱方案」	

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，因此聯合各企業及組織之影響力，以深化社會參與。

公協會組織名稱	參與身分
台灣網際網路協會	會員
台灣數位媒體應用暨行銷協會 (DMA)	會員
台灣數位出版聯盟	理事
台北市電腦商業同業公會 (TCA)	會員
台灣服務業聯盟協會 (CSI)	會員
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)	會員
台灣董事學會	會員
台灣玉山科技協會	會員
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	會員
台灣聯合學習產業大聯盟	會員
台灣 CERT/CSIRT 聯盟	會員
台灣全球商貿運籌發展協會	會員
中華民國物流協會	會員
中華民國工商協進會	會員
台灣資安主管聯盟	會員
台灣客服中心發展協會	會員

1.2 公司治理與誠信經營

1.2.1 公司治理

PChome 秉持誠信、透明的治理精神，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

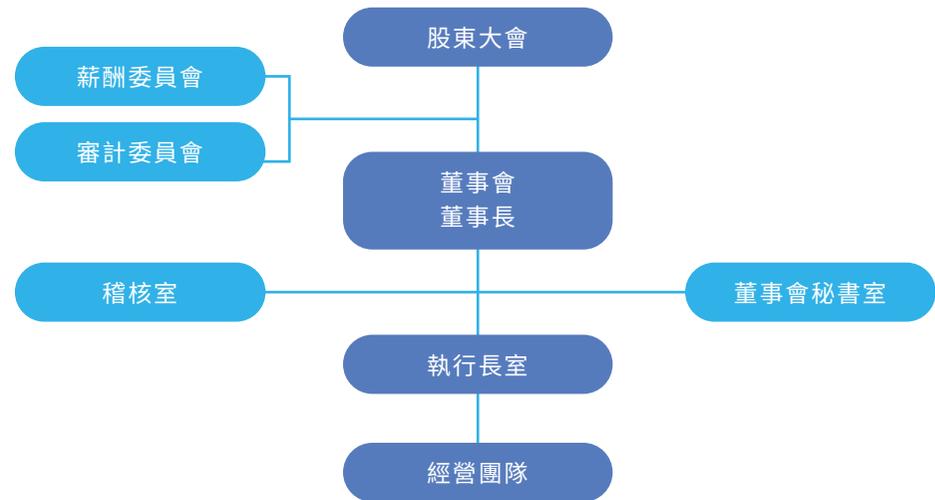
董事會為 PChome 最高治理單位，目前包含董事 7 位（其中含女性董事 1 位，2023 年 6 月股東常會後將補足 9 席，其中女性 2 席）、獨立董事 2 位，任期均為三年。詹宏志董事長為本集團創辦人，為台灣電子商務領域的指標人物。詹董事長以對於網路與社會趨勢之精闢觀點而備受敬重，多年來帶領 PChome 克服諸多競爭挑戰，營收與規模皆穩健成長。各董事會成員均具各類專業背景及工作領域，以落實董事會結構多元化之方針，廣納各方專業背景與產業傑出人才，不限性別、年齡、國籍、文化等，並朝兩性平衡方向規劃董事會席次。董事會成員學經歷、兼任職務及遴選辦法等詳細資訊，請參閱本公司官網與年報。



年報



董事會成員介紹



董事會每年基本召開 4 次（2022 年達 9 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 94.4%。此外，本公司經 2023 年 5 月 15 日董事會決議通過設置公司治理主管，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。

董事會績效評估

為提升董事會運作效率、治理品質，PChome 於 2022 年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」，於 2020 年 5 月 13 日董事會通過，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。本公司業依上述辦法辦理 2022 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，1 為極差（非常不同意）、2 為差（不同意）、3 為中等（普通）、4 為優（同意）、5 為極優（非常同意），並於 2023 年 3 月 20 日董事會議發出問卷方式統計自評結果及日後將持續強化之方向。本年度自評結果如下：

	整體董事會	功能性委員會	個別董事會成員
評估標準	<ul style="list-style-type: none"> 對公司營運之參與程度 提升董事會決策品質 董事會組成與結構 董事的選任及持續進修 內部控制 	<ul style="list-style-type: none"> 對公司營運之參與程度 功能性委員會職責認知 提升功能性委員會決策品質 功能性委員會組成及成員選任 內部控制 	<ul style="list-style-type: none"> 公司目標與任務執掌 董事職責認知 對公司營運之參與程度 內部關係經營與溝通 董事之專業及持續進修 內部控制
評估結果	4.89 分 / 優	5 分 / 極優	4.63 分 / 優

為強化董事會職能，PChome 董事會設置「審計委員會」、「薪資報酬委員會」兩個功能性委員會，依董事會授權行使職權，並將提議案向董事會報告，以供其決策之參考。

審計委員會

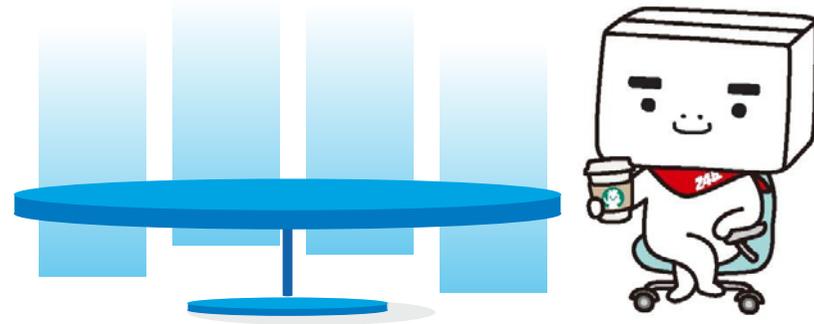
PChome 審計委員會由三位獨立董事組成（2022 年 12 月 31 日獨立董事席次為二位），並推選獨立董事賀陳旦先生擔任召集人，每季至少開會一次，負責執行公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則以及公司存在或潛在風險之管控等。2022 年度共召開 7 次審計委員會，審計委員實際出席率為 77.78%。審計委員會遴選辦法及職權請詳本公司年報。

薪酬委員會

PChome 薪酬委員會主要負責以下事項，並將所提建議提交董事會討論：

- 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。
- 定期評估並訂定董事、監察人及經理人之薪資報酬。

委員會由二位獨立董事及一席外部專家組成，每年至少開會 2 次，2022 年度共召開 2 次薪酬委員會，薪酬委員實際出席率為 66.7%。薪酬委員會遴選辦法及職權請詳閱本公司年報。



利益衝突管理

PChome 為確保獨立性，於董事會議事規範及審計委員會組織規程中，皆有利益迴避之規定。董事會之決議事項，有自身利害關係^{註1}時，於討論該等議案時均採當事人迴避方式進行議案討論及表決。董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權；相關董事姓名、重要內容說明及迴避情形均載明於會議記錄。(註1：「自身利害關係」係依據公司法第206條之定義)

PChome 訂有誠信經營守則、關係人交易管理作業辦法、董事及經理人道德行為準則及員工從業道德守則，對利益衝突之迴避訂有明文，並將員工從業道德守則執行情形提報審計委員會。

PChome 之公司網站利害關係人專區詳細揭露相關規範及資訊，作為與利害關係人溝通之管道；本公司並設有發言人及電子信箱，由專責人員負責各利害關係人之疑問及建議。



利害關係人專區

董事會利益衝突之情形：

2022年5月康迅數位整合股份有限公司因應其資本市場規劃，欲辦理增資案以優化股權結構及強化業務發展。董事詹宏志先生因有利害關係，故利益迴避未參與該議案之討論及決議。

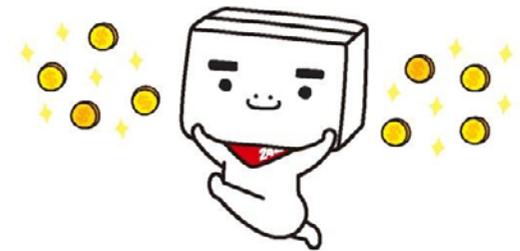
董事 / 高階經理人薪酬政策

董事及經理人之績效評估及薪資報酬，由薪酬委員會訂定，並參考同業通常水準支給情形，及考量個人所投入之時間、所擔負之職責、達成個人目標情形、擔任其他職位表現、公司近年給予同等職位者之薪資報酬，暨由公司短期及長期業務目標之達成、公司財務狀況等評估個人表現與公司經營績效及未來風險之關連合理性。近三年最高薪酬與其他員工總收入比例如下表，顯示經營高層為經營績效負責。

年度最高薪酬總收入與其他員工總收入比例：

	2020	2021	2022
組織中薪酬最高個人之年度總薪酬與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）年度總薪酬之中位數的比率	55.04	66.02	26.47
組織中薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比率	1.71	-6.65	-18.08

註：總薪酬包含：固定薪（包含本薪及相關津貼）、獎金（包含工作獎金及三節等福利金）、離職金（退職所得）



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，並涵蓋 ESG 面向。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。2022 年董事之進修時數符合上市上櫃公司董事進修時數比例。

2022 年董事進修課程

職稱	董事姓名	主辦單位	課程名稱	進修時數	ESG 面向		
					經濟	環境	社會
董事	詹宏志	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	勒索軟體威脅下資安管理法的適法性	3	V		
		財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	以公司角度淺談新興金融科技犯罪與防制洗錢	3			V
董事	周磊	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	勒索軟體威脅下資安管理法的適法性	3	V		
		財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	以公司角度淺談新興金融科技犯罪與防制洗錢	3			V
董事	曾薰儀	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	勒索軟體威脅下資安管理法的適法性	3	V		
		財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	以公司角度淺談新興金融科技犯罪與防制洗錢	3			V
董事	馮宏璋	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	勒索軟體威脅下資安管理法的適法性	3	V		
		財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	以公司角度淺談新興金融科技犯罪與防制洗錢	3			V
董事	郭大經	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	勒索軟體威脅下資安管理法的適法性	3	V		
		財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	以公司角度淺談新興金融科技犯罪與防制洗錢	3			V
董事	賀陳旦	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	勒索軟體威脅下資安管理法的適法性	3	V		
		財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	以公司角度淺談新興金融科技犯罪與防制洗錢	3			V
董事	童子賢	社團法人中華公司治理協會	淨零排放、碳中和與企業法規遵循	3		V	
		社團法人中華公司治理協會	董事決策如何避免背信與非常規交易	3			V
		社團法人中華公司治理協會	從商標案例談企業如何有效維護品牌價值	3	V		
		社團法人中華公司治理協會	營業秘密保護及內線交易防制	3			V

1.2.2 誠信經營

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」等均公開於公司官網，並於每年年報中充分揭露公司治理相關推動成果。PChome 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。

為確保 PChome 誠信的營運方針，落實公平正義的企業品德，PChome 之「誠信經營作業程序及行為指南」及「誠信經營守則」，規定禁止從事不公平競爭之行為。2022 年 PChome 無涉入反競爭行為及違反反托拉斯和壟斷法規相關之訴訟。



董事與高階經理人承諾

PChome「誠信經營守則」已具體規範董事及高階經理人應簽署遵循誠信經營政策聲明書，內容包括承諾於執行業務過程中，絕不為獲得或維持利益，而有直接或間接提供、收受、承諾或要求任何不正當利益，或從事其他違反誠信、不法或違背受託義務之情事。



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

吹哨者舉報機制

PChome 為建立誠信、透明的企業文化，落實 PChome 道德行為準則及誠信經營守則對於誠信與道德價值的具體承諾，及鼓勵發現本公司有任何舞弊行為或違反法令之虞時，均得提出檢舉，制定「吹哨者舉報及保護制度實施辦法」，於 2022 年 2 月 25 日董事會討論通過，具體化調查過程保密與吹哨者保護機制，設有獨立檢舉管道，確保吹哨者不因檢舉情事而遭受如資遣、免職、減薪或其他不當處置，及就吹哨者因舉報行為有受侵害之虞時公司得採取之緊急保護措施。吹哨者舉報管道提供任何人（含公司內部同仁、供應商、股東、投資人及相關利害關係人）發現本公司及集團企業之董事、經理人、受僱員工及具有實質控制能力之人，於本公司有犯罪、舞弊或違反法令之虞時，均得提出檢舉。



吹哨者舉報及保護制度實施辦法

申訴管道

檢舉人得以電子信箱或書面郵寄等方式向本公司受理人員舉報：

- 電子信箱：audit@staff.pchome.com.tw
- 書面收件地址：台北市敦化南路二段 105 號 12 樓「網路家庭國際資訊股份有限公司稽核室檢舉信箱」收

廉潔條款

依據「吹哨者舉報及保護制度實施辦法」，落實 PChome 對於誠信與道德價值的具體承諾，已擬定「企業廉潔條款」，並將其納入 PChome 對外之採購及供應商之相關合約外，另就具較高不誠信行為風險之營業活動，建立有效之內部控制制度，隨時檢討，確保該制度之設計及執行持續有效。2022 年 PChome 無相關已證實的貪腐事件。



1.2.3 人權政策

PChome 為善盡企業社會責任，落實人權保障，並形塑有尊嚴的工作環境，認同並支持「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、「聯合國企業與人權指導原則」、「國際勞動組織公約」等各項國際人權公約，爰訂立「網路家庭國際資訊股份有限公司人權政策」，以要求合作廠商之營運活動，不得有任何違反人權的行為。

人權議題

- 尊重職場人權

PChome 不因性別、種族、社經階級、年齡、婚姻、家庭狀況等因素而為差別待遇，以落實就業、雇用、薪酬、福利、訓練、考評及升遷機會的平等與公允。（請參閱本報告書「CH4. 職場的可靠夥伴」章節）

- 提供安全與健康的工作環境

PChome 遵守職業安全衛生有關法令，保障員工安全及身體健康，提供安全工作場域，禁止強迫勞動、使用童工，設有護理室並聘有專業護理人員，定期檢視員工健康安全風險，並依據辨識結果進行改善計劃，提升工作環境之安全衛生條件，降低職業災害發生風險，提供同仁安全與健康的職場環境。（請參閱本報告書「4.4 健康友善職場」章節）

- 保障結社自由及團體協商權

尊重員工的基本人權保障，維護同仁享有組織工會及團體協商之權利。

- 資訊安全及個資保障

為落實保護所有客戶、員工及利害關係人之個人資料及商業資訊，PChome 建置完善且嚴格之個人資料與資訊安全控管機制及防護措施，確保資料安全，防止遭竊取、竄改、損毀、滅失或洩漏。（請參閱本報告書「2.3 可靠資安防護」章節）

推動做法

- 人權政策宣導

PChome 為增進人權保護意識，定期辦理不法侵害教育訓練及相關人權教育訓練，2022 年度人權相關教育訓練包含「提倡平等包容及多元的職場環境、提供安全與健康的工作環境」以及「資訊安全及個資保障」等，訓練總時數為 2,058.5 小時。另不定期進行人權政策宣導，以提升同仁人權相關議題之關注及可能風險之辨識與管理，降低違反人權情事發生之可能性。

- 定期檢視與評估人權政策及相關作為

2022 年 PChome 針對全體員工進行「VOE 員工心聲調查」、「職場健康調查問卷」，部門主管另進行「職場不法侵害行為自主檢核表」，職安室亦制定「執行職務遭受不法侵害預防計畫」，PChome 將定期檢討人權管理政策之實效，包括權責單位是否定期辦理不法侵害教育訓練及人權教育訓練，具以研議改善制度並持續追蹤，俾有效控制及降低人權風險，達成人權管理政策之目標。

申訴機制

- 建立暢通勞資溝通管道

對於危害勞工權益之情事，PChome 提供有效及適當之申訴機制，同仁於公司內部遇有各種問題，可向各級主管、人力資源單位提出申訴，以確保下情能充分上達。

- 其他利害關係人

依據「吹哨者舉報及保護制度實施辦法」，檢舉人得以電子信箱或書面郵寄等方式向 PChome 受理人員舉報。



人權政策

1.3 經營績效與風險管理

1.3.1 經營績效

台灣受 COVID-19 影響已逾兩年，當 2022 年逐步進入後疫情時代，PChome 也迎來新挑戰。相較於疫情期間創造高基期的 3C 及防疫生活用品等，消費趨勢重整回歸民生基本面。另一方面則受惠於後疫情時代消費者更重視身體保健、外出旅遊與信賴品牌挑選，整體消費趨勢在保健食品、電子票券、旅遊商品成長顯著，並強化深耕與各品牌大廠合作，與供應夥伴共創品牌規模帶來的成果。全體員工與公司並肩前行，專注於「用戶為先」的核心價值並全力以赴，同時透過提升營運效率、檢視費用合理性及效率，共同強化營運體質。除電商本業外，PChome 也積極調整子公司結構，集中資源發揮整合綜效，金融科技及跨境電商服務皆貢獻集團獲利。2022 年合併營業收入 461 億元，合併稅後淨利 4,359 萬元。詳細財務數據請參閱財務報告（請詳 PChome 官方網站投資人專區）。

產生的直接經濟價值

項目	2020 年	2021 年	2022 年
營業收入	43,870	48,579	46,100
營業成本	38,875	43,024	40,660
營業毛利	4,995	5,555	5,440
營業費用	4,678	5,314	5,500
本期淨利	221	62	44
總資產	16,462	24,430	26,592
總負債	12,378	16,776	18,152
總權益	4,084	7,654	8,440

(單位：新臺幣佰萬元)

1.3.2 稅務治理

稅務政策

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，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

稅務治理

PChome 之財務部下設有稅務單位專職負責稅務管理相關事宜，如稅務作業及稅務風險管理等。於處理稅務如有法令適用之疑慮，皆主動與稅務機關洽詢，若需要適時委任外部專業稅務顧問之協助；如接獲稅務機關來函要求提供資訊時，亦積極配合、如期繳交文件及說明。稅務單位並定期向管理階層報告各營運據點之稅務管理實無與結果，以便公司經營團隊充分掌握公司稅務政策執行狀況。

國別報告

PChome 依中華民國政府經濟合作暨發展組織 (OECD) 簽訂之協議，各年度以經查核之合併財務報表，提交所需之業務資訊至國別報告系統，該資訊僅由政府稅務機關保存。

1.3.3 穩健營運風險管理

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、相關法令遵循進行分析與因應，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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 財務部門依據法規及市場變化，制定相應策略與程序 2. 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	<p>因應電子商務市場於後疫情時代的快速變化：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 技術部門聚焦於第一方行銷成效追蹤系統、自動化行銷系統、第三方物流系統及導入雲端架構進行數位化轉型，密切觀察消費趨勢與市場需求快速進行反應，同步提升服務穩定度及營運效率 2. 藉由 SaaS 服務龐大的危機應變能力及擴展能力，降低資安及流量攻擊等人為風險，同時也可降低非必要的行銷及伺服器支出，使企業穩健發展
經濟	資訊安全風險	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為有效落實資安管理，本公司透過「資訊安全小組」定期審查資訊安全政策適用性與資安防護措施，並定期與執行長回報風險管理與執行成效 2. PChome 致力於成為讓消費者安心的線上購物平台，不用擔心資訊安全或個人隱私受到侵犯，並確保營業能力及線上服務的效能，訂立完整的資安管理政策 3. PChome 積極監督資安管理成效，依據定期內部資安查核結果進行資安風險衡量、分析與改善措施，並透過各種資安攻擊演練，來確保資安防禦能力 4. 提升全體同仁的資訊安全認知與知識，PChome 定期辦理資訊安全大會與資安教育訓練且不定期安排同仁進行外部資安訓練，確保掌握資訊安全最新趨勢與新知
公司治理	市場風險	<ol style="list-style-type: none"> 1. 法務室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 2. 稽核室藉由稽核計畫及相關作業之執行，定期對公司各項潛在風險進行控管 <p>以上兩者將視情況採取必要之因應措施以降低治理風險</p>
環境	氣候風險	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. 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

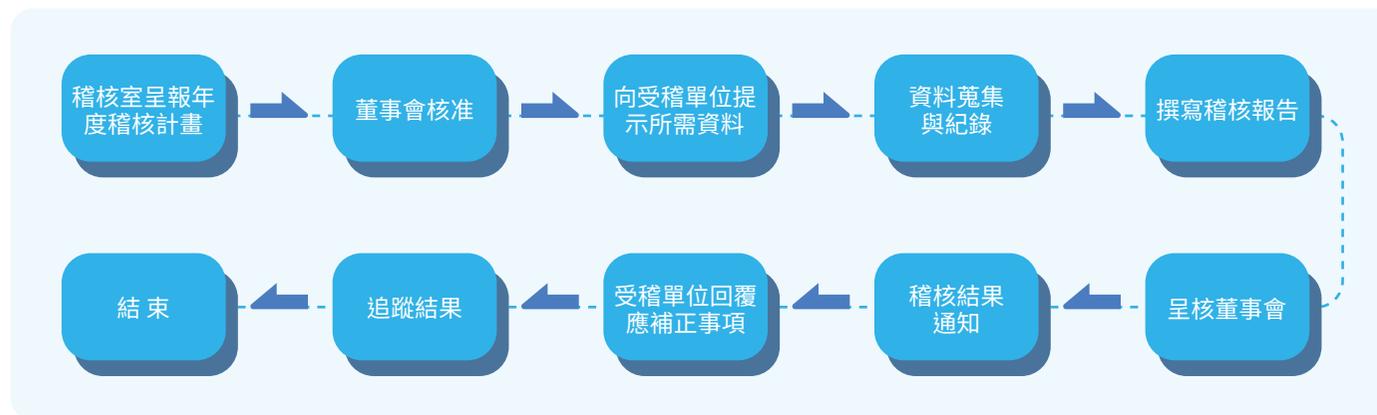
內部稽核

PChome 內部稽核與內部控制業務由稽核室主責，係依法設立隸屬於董事會的獨立單位，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。

2022 年度內部稽核執行，提報董事會核准內稽查核作業計畫計 55 項，稽核結果定期呈報董事會及管理階層，並依規定向主管機關申報內部控制制度缺失及異常改善情形。

稽核作業流程



1.3.4 法規遵循

法規遵循

本公司法規遵循相關機制由法務室作為主責單位，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 為確保廠商落實應遵循之法規，於廠商後台增加相關公告及圖示，經濟部標準檢驗局 (BSMI) 標示亦直接透過系統面做調整，並於接獲各項違規通知時，立即採取必要之改善措施。如與合作廠商攸關，會立即轉知並將其商品移除下架或改正相關違規內容。

2022 年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	21	<ul style="list-style-type: none"> • 20 件警告 • 1 件罰款（新臺幣 10 萬元） 	商品移除下架
違反產品與服務之資訊與標示規定	24	均為警告	商品移除下架
違反有關產品與服務的健康和安全法規	109	均為警告	商品移除下架
違反勞動基準法	0	無	無
違反職業安全衛生法	0	無	無
違反個人資料保護法	0	無	無



* 重大違反勞動法令事件係指裁罰金額單起超過 100 萬元之事件。

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，以確保所提供之服務乃至整體組織運作，為可受市場信賴的。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，內容包括著作權法、商標法跟公平交易法，並即時宣導公司受裁罰案件，提醒涉及之法規。

2022 年共辦理 6 次、每次 2 小時之法律教育訓練課程予本公司各部門新進人員，授課內容包含著作權法、商標法等，課後並進行測驗及檢討，使同仁於執行日常業務時具備基礎法律概念，避免侵害他人權益以及降低公司營運風險。

1.3.5 智慧財產管理

PChome 網路家庭是台灣綜合網路服務的領導品牌，提供優質電子商務、網路金融及物流服務。2020 年導入智慧財產管理制度，於 2022 年 1 月 24 日榮獲經濟部工業局頒發 A 級驗證通過證書，並於年底通過再驗，續獲 TIPS A 級驗證。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。PChome 以大數據強化營運效能及風險控管，結合 AI 人工智慧與自動化倉儲，配合專利獎勵制度，將智財目標與營運策略完美連動。



"強化智權管理！PChome 通過台灣智慧財產管理制度 A 級驗證 全台唯一獲國家級認證肯定之電商企業"



智慧財產管理及保護措施

為強化產業領導地位並維護得之不易的先進技術成果，PChome 結合公司營運目標與研發資源的智慧財產策略，建立一套藉由智慧財產權來創造公司價值的運作模式，不僅保護公司營運自由、降低營運風險及維持創新能量，另一方面亦可強化競爭優勢，並可援引用來幫助企業獲利，達成營運目標。



專利管理及保護措施

PChome 為提升客戶的消費旅程及體驗，運用了許多科技與技術進行支撐，內容更涵蓋電子支付服務、倉儲物流管理系統、電商模式預測、網路服務優化等多元面向，搭配上明確的內部專利獎勵制度，最後不僅有效鼓勵員工進行技術研發並積極申請專利，結合了業務與技術，將智財目標與公司營運策略進行完美連動。



營業秘密管理及保護措施

在無形的智慧財產當中，營業秘密管理不僅與公司產品、技術、核心競爭力息息相關，更是企業至關重要的經營智慧。為妥善執行營業秘密管理，PChome 強化機密資料保護，防止公司或客戶重要資料外洩，除視智財內外稽改善建議，適時調修機密資訊相關管理規定，且調整員工教育訓練教材並納入保密意識宣導，並採購資訊管制設備，以增加資安防護能力。

智財風險與因應措施

對內，為深化員工對智財管理之認識、建立機密保護機制，以制度化管理智慧財產，並塑造著重創新之企業核心文化，PChome 透過以下策略應對：

- ☆ 加強員工智財保護及專利方面教育訓練
- ☆ 調修機密資訊相關管理規定
- ☆ 採購相應軟體設備提高資安防護能力
- ☆ 辦理員工保密義務教育訓練
- ☆ 安排研發人員進行專利相關教育訓練

智慧財產管理成果

PChome 專注於服務創新，並持續強化智財能量與產出，截至 2022 年底，PChome 已累計取得共 43 件專利，包含發明專利 15 件，新型專利 27 件，設計專利 1 件，以及 574 件商標。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

- 陸續建置智慧財產權管理制度與相關系統
- 規劃研發人員「智財暨專利教育訓練」
- 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

2022 年

- 通過 TIPS 專利抽驗，維持 TIPS A 級驗證，並於年底通過再驗，續獲 TIPS A 級驗證
- 發布商標授權申請暨使用辦法，強化智財管理制度
- 為新進、研發人員，以及導入單位等進行教育訓練，強化團隊智財保護意識
- 制定專利獎勵辦法，鼓勵創新工作氛圍

智慧財產 / 專利相關教育訓練

課程名稱	授課對象	授課頻率
智慧財產基礎認知課程	新進同仁	3 次 / 月
TIPS 權責人員教育訓練	導入部門及技術同仁	2 次 / 年
智財教育訓練 (含子公司)	需求部門	1 次 / 年
智財資訊月報	全體同仁	1 次 / 月



1.4 商業夥伴協力

PChome 身為國內知名電商平台，是企業、商品與消費者間的重要橋梁，積極深化與商業夥伴之關係，持續強化供應商管理，確保供應商商品品質，以期能穩定提供安心且可靠的商品予消費者。

供應商管理

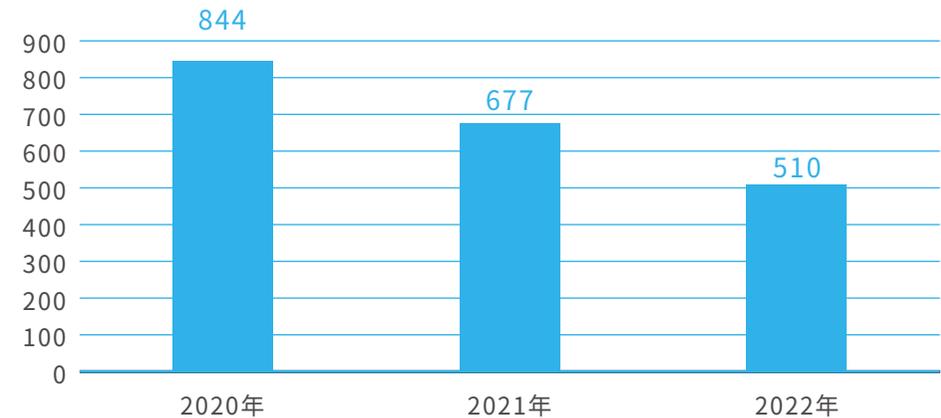
PChome 重視發展與每位廠商的長期合作關係，於內部規範明確要求每位業務人員，須與供應商維持良好正向的互動與溝通，並與供應商建立為長期發展、值得信賴的合作關係。於此前提下，透過內部管理規範與程序，對於每個供應商有以下七大管理面向：

不定期訪廠	規劃不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。
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。
商品檢驗許可	網站交易限制需事先得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。
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。
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。
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。
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。

供應商查核與評比機制

為落實品質規範，PChome 執行供應商的書面審核，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，維繫與供應商之緊密溝通。2020 至 2022 年間因新冠疫情影響，供應商審查不易，使新增供應商核評家數數量下降，惟 PChome 仍堅守新增供應商執行 100% 審核。

新增供應商評核家數



此外，PChome 為期許合作之供應商能共同邁向企業永續，規劃自 2023 年起將永續績效納入供應商自評表，從環境、社會、公司治理三大面向評估供應商的永續力，並將永續績效納入遴選供應商之參考，以確保是值得 PChome 進行長期合作的商業夥伴。

供應商永續自評表

環境	社會	公司治理
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 節能 ✓ 減碳 ✓ 環保 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 人權 ✓ 勞工權益 ✓ 職業安全衛生 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利害關係人溝通管道 ✓ 行為準則 ✓ 資訊安全 ✓ 企業永續揭露

供應商管理精進規劃

為深化與供應商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。



在地商品採購

PChome 重視台灣在地品牌，積極開發在地供應商，期盼透過平台的力量，提升在地企業的能見度，間接增加就業機會以及促進社會經濟的發展，並將優質的在地產品及服務傳遞給消費者手中。PChome 在地採購比例連續三年超過 99%，凸顯對在地經營之行動。

單位：新台幣佰萬元

類別	2020 年採購量	2020 年採購百分比	2021 年採購量	2021 年採購百分比	2022 年採購量	2022 年採購百分比
當地採購	12,646	99.98%	14,728	99.95%	15,961	99.95%
非當地採購	3	0.02%	8	0.05%	8	0.05%

* 當地之定義：採購對象為註冊地為台灣的供應商。

五倍券振興方案

PChome 為促進在地經濟發展，搭配五倍券振興方案，同步提供 MIT 專區，並給予中小型廠商平台振興合作方案。凡是合作達半年以上，符合中小企業之定義，且屬於台灣微笑標章、台灣在地生產、台灣小農、文創之產品，皆可申請平台費用減免。振興方案共投入 540 萬，期間提供廠商費用減免共計 1,533 筆，期以此方案穩定在地產業、增加就業機會，同時提供消費者更多元的消費選擇。

Ch.2 購物的創新夥伴

- 2.1 全方位優質商品選購
- 2.2 暖心消費體驗
- 2.3 可靠資安防護



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

永續發展目標



9 工業、創新
基礎建設

PChome 結合銀行資源，提供中小企業便捷的貸款服務，滿足其因應市場快速變化的資金需求。



12 責任消費
與生產

PChome 建立商家與消費者之間的溝通平台，促進供應商社會創新與責任生產，消費者選擇責任消費，共創友善環境。

永續亮點績效



PChome 24h 購物會員數
突破 **1,300 萬**



積極控管庫存產品，讓消費者買得**更安心**



積極發展**金融科技**營運，提供消費者友善消費環境



榮獲臺灣客服中心評鑑數位媒體購物**銅牌獎**



攜手經濟部中小企業處共同推廣「有P才商行」，商品數大幅增加 **59%**



推動各項資訊安全措施，維持**零**資訊安全事故



持續以 **Pi 拍錢包** 為發展重心積極打造 One PChome 生態圈



擴大綠色商品專區規模與消費者一同創造**綠色生活環境**



榮獲經濟部－2022 Buying Power – **貳獎**

「提供值得信賴的商品及服務」是 PChome 20 餘年堅守的價值。隨時代趨勢，PChome 自電子商務拓展至數位金融服務，不忘以「永續價值」為指路石，持續滿足供應商與顧客全方位的需求，努力讓供應商有發展的平台，讓每一位顧客獲得安心且舒適的消費體驗。

管理方針

永續採購

承諾

持續推動對環境友善的採購行為，以協力創造綠色經濟產業並淘汰對環境有疑慮的商品和服務，共同迎向永續消費新生活。

行動方案

- 開發綠色、環境友善之產品，提供消費者更多樣化的產品選擇
- 減少採購化學品、碳排放較高之耗品

投入資源

- 提供採購額度供綠色商品採購、商開資源進行綠色商品開發

評估機制

- 每季檢核綠色商品採購額度使用率、每週檢核綠色商品廠商開發進度「有P才 / 商行」之商品數年度增幅

申訴機制

- 廠商服務 (02)2326-1497
- E-mail : supplier@response.pchome.com.tw

權責單位

商品責任、綠色商品小組

2022 實際成效

- 「有P才 / 商行」商品數較前一年度增加 59%

負責任行銷

承諾

PChome 所採購之產品均符合食品安全及政府法規，為消費者提供健康、安全、安心的優良商品為首要職責。

行動方案

- 增加公司品質把關、維護良好商譽，減少因商品問題而退貨的訂單、提升消費者信任
- 訓練供應商重視商品供應循環經濟
- 同仁及系統教學供應商，正確的進倉規範
- 進貨不符規範退還至供應商，給予適當指導

投入資源

- 專責單位負責檢驗入倉的商品
- 倉庫稽查人員定期抽驗，確保商品品質、外觀等各項要件符合規範
- 導入系統監控機制來精準掌握商品效期

評估機制

- 不定期檢視倉庫內商品狀態及標示，若不符合規範者退還至供應商
- 每接獲客訴、法務或倉庫反應異常之商品，立即進行商品下架及庫內商品檢查確認處理，如屬實將商品退還至供應商作業

申訴機制

- 供應商服務專線、供應商申訴信箱、設置供應商公告專區

權責單位

商品部、營運管理處、倉物部

2022 實際成效

- 2022 年度 PChome 異常商品退回約佔進貨 7.49%

管理方針

顧客健康與安全 / 產品及服務品質管理

承諾

提供消費者買的安心的服務，吃得健康、用的放心的產品。

行動方案

- 確認採購之產品均符合供應商現行法規
- 商品審核杜絕高風險產品
- 降低庫齡天數，退回高庫齡產品，確保產品品質，以減少風險之產生
- 遇客訴爭議時，抽樣倉儲商品貨況，評估處置方式

投入資源

- 成立倉庫專職稽核小組、客服專線

評估機制

- 每半年員工資安教育訓練
- 每周檢討重大客訴
- 每月檢核退回倉庫存放之高庫齡的產品，並定期盤點，確保產品品質

申訴機制

- 客服專線：02-2704-0999

權責單位

商品責任小組、顧客承諾小組

2022 實際成效

- 2022 年經檢核後退回供應商的產品總金額逾 2021 年的兩倍，顯見 PChome 對於品質管理與消費體驗的重視

資訊安全及顧客隱私

承諾

- 打造安全無虞的資訊系統與作業環境
- 依官網提供之隱私權聲明，維護消費者的個人隱私

行動方案

- 資安管理：制定資安框架與政策，設立流程檢查點，並定期檢視與矯正，防止未依照政策與流程的活動
- 弱點識別與管理：委由公正第三方執行攻擊與滲透的演練，提前發現可被駭客利用的弱點並持續修正，預防造成更大範圍的衝擊影響
- 資安防護：透過各種風險管理工具進行資安偵測與防護，防止駭客入侵與內部惡意程式活動，造成營運損失與資料外洩
- 課程測驗：透過不定期舉辦教育訓練內化資安思維，防止程式漏洞不斷出現，預防員工遭受社交工程攻擊而成為入侵內部的破口

投入資源

- 舉辦紅隊演練、滲透測試、DDoS 攻擊演練、社交工程演練，以演練或測試結果調整資源比重，優化系統，降低風險
- 注重資訊安全稽核、資安風險評鑑、供應鏈風險管理
- 建立弱點管理系統、上網隔離系統、遠距辦公安全
- 舉辦資安通識課程、OWASP Top10、開發安全課程、資安事件實例研討等教育訓練

評估機制

- 每季執行資訊系統內稽內控查驗
- 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
- 舉辦駭客攻防演練，鑑別資安風險所在，並及時修補改正。
- 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，完成供應鏈合約資安評估
- 員工完成資安意識教育訓練
- IT 人員通過進階開發安全課程與測驗
- 新進員工完成資安與個人資料保護訓練

申訴機制

- 利害關係人可至官網「利害關係溝通」中填寫聯絡表單 <https://corp.pchome.tw/corporate-social-responsibility/stakeholder-communication>

權責單位

資安辦公室

2022 實際成效

- 完成 1,955 項資訊循環稽核
- 完成 160 次弱點掃描，並及時修改了 4,628 個弱點
- 進行 457 個人天駭客攻防演練
- 完成 399 份供應鏈合約資安評估
- 1,564 名員工完成資安意識教育訓練
- 111 名 IT 人員通過進階開發安全課程與測驗
- 336 名新進員工完成資安與個人資料保護訓練

2.1 全方位優質商品選購

2.1.1 One PChome 生態圈

PChome 以現有品牌為基石，同步整合集團旗下服務，積極發展金融科技服務，建立 ONE PChome 生態圈，滿足客戶多樣化的需求。超過千萬名會員受惠於我們啟動的帳號直通功能，能夠輕鬆登入集團旗下 10 個服務平台，享受全方位的商品選擇。此外，我們結合金融科技，提供安全便捷的全通路金融科技收付款方式、採用 P 幣建立會員忠誠獎勵，折抵生活消費，與消費者建立更緊密的連結，創造新興消費體驗，共創美好未來。

電子商務

國內電商

結合供應商開發與管理、商品資訊管理、金物流與客戶服務，超越傳統零售業之營運模式。PChome 24h 購物全站提供橫跨食、衣、住、行、育、樂超過 500 萬種商品，其中逾 200 萬種在庫商品可全台 24 小時到貨，為台灣擁有最多在庫商品的購物網站，當網站上接受來自消費者訂單後，由倉庫直接快速出貨與配達，大幅縮短消費者與供應商的銷售層級，降低營運成本與銷售價格，使消費者享受流程效率所帶來的物美價廉的網路購物體驗。期盼藉此能滿足消費者從 3C 家電到生活百貨、從實體商品到服務型商品、從線上到線下，360 度全方位的日常購物需求，積極延伸一站式購物服務情境。此外，網家集團旗下亦有 C2C 拍賣平台 - 露天市集與 B2B2C 開店平台 - PChome 商店街，提供消費者多元購物選擇。



海外跨境電商

海外跨境購物近年在疫情驅動下，不僅已深入台灣人的日常生活，消費者對於跨境購物的頻率及規模也加速成長中。為滿足日趨多元的跨境購物需求，網家集團旗下唯一專營日本跨境代標代購電商比比昂，於 2022 年 8 月全新推出「比比昂日本藥妝商城」，以中文化介面、與日本同步超過萬種的藥妝店必買商品、當地直購的價格等三大優勢迅速搶佔消費者眼球，12 月再宣布將日本藥妝商城全面升級為「比比昂日本嚴選商城」，為愛好日本商品的台灣消費者帶來零時差、更便利的跨境購物體驗。旗下 PChome Thai 深耕泰國電商市場多年，2022 年更擴大雙向跨境電商的布局，將泰國熱銷品牌及商品賣回台灣，3 月宣布泰國購物直送服務正式登台，提供業界最低免空運費門檻、台幣計價零匯損、價金含關稅等服務優勢，致力讓 PChomeThai 泰國購物成為台灣用戶購買泰國商品的首選。



入口網站

PChome Online 網路家庭為因應現代人對網路生活的依賴，並為集團提供整合性服務入口，包括對一般網友提供股市、新聞、個人新聞台、Youtuber 開箱、旅遊美食生活、車訊、發票兌獎、星座運勢、輿情聲量等服務；也提供 B 端用戶福委採購、買網址、大量簡訊發送、買虛擬主機、數位憑證等企業服務；入口網站除了上述資訊服務外，針對 PChome 24h 購物的廠商提供網路廣告購買服務。PChome online 將持續優化各頻道，提供與時俱進的網路服務體驗。

金融科技

PChome 網路家庭集團 2021 年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股份有限公司（下稱廿一世紀）經營團隊參與認購其私募普通股，借重策略投資人在金融服務、大數據和人工智慧科技的發展經驗及資源，以數據為核心驅動數位金融科技發展。2022 年 PChome 網路家庭集團旗下的子公司廿一世紀宣布策略合併喬睿科技股份有限公司，旗下 TapPay 為支付閘道 Payment Gateway 產品，首創推出 Cross-site 免跳轉技術，致力於為線上商店與消費者打造安全且快速的支付體驗，並發展尖端 AI 設備指紋為基礎的盜刷風險識別監控技術。廿一世紀未來將借助喬睿在金融服務市場之科技領導地位，積極擴張第三方支付、行動支付、無卡分期等金融科技服務，以提供商家與消費者更便捷安全之全通路金融科技產品，聯手擴張金融科技版圖。



21 FINTECH

有感升級一、P 幣生活圈

PChome 串聯各項服務與跨領域整合，使行動支付深入消費者生活，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 Pi 拍錢包會員數已超過 150 萬，合作店點更超過 38 萬，包含全台覆蓋率超過 99% 的停車繳費服務、超商超市、百貨購物、綜合生活、餐飲美食、休閒娛樂、生活繳費、交通運輸、美妝藥局、線上購物等，並透過其消費獲得的 P 幣，持續擴大 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、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。

有感升級二、中國信託 All me 卡

2022 年 7 月 PChome 結盟中國信託及中華電信推出國內首張三方跨界聯名卡「中國信託 ALL ME 卡」，突破過往點數跨業轉換不易的痛點，創業界之先，建立全新點數架構，讓回饋點數能夠在 Pi 拍錢包與 Hami Pay 雙平台間同時累點、兌點，更提供橫跨電商、電信、四大超商、生活繳費等消費應用場景最高回饋達 12%，旗下 PChome 24h 購物、露天市集、PChome 商店街、PChome 旅遊皆共享優惠，是 P 幣同時也是 Hami Point，並可透過 Pi 拍錢包於全台逾 38 萬個合作店點使用，全面升級 P 幣點數生態圈的服務體驗。



有感升級三、PChome 幫手貸

2022 年 2 月攜手渣打銀行推出「PChome 幫手貸」服務，以創新技術搭配大數據運算模組及人工智慧預審機制，滿足旗下 PChome 24h 購物平台供應商即時融資需求，實踐普惠金融、加速業務推展並創造就業機會。



有感升級四、無卡分期

2022 年 4 月 PChome 推出業界首創全新服務一將「慢點付」導入 Pi 拍錢包，提供台灣第一個完整串接第三方支付、無卡分期、行動支付三大服務的創新型金融服務，藉由差異化支付服務、線上線下多元廣泛的應用場景、以及結合 P 幣點數回饋及生態圈的循環應用等三大優勢，不只全面升級台灣無卡分期產品的應用廣度與服務體驗，也為 Pi 拍錢包會員提供更加多元的數位金融服務。



有感升級五、iPhone 訂閱方案

2022 年 9 月 PChome 24h 購物作為台灣電商唯一 Apple 全系列授權經銷商，與集團旗下無卡分期支付服務一分期趣、網路保險服務一易安網保經，推出台灣業界獨家的「iPhone 訂閱方案」，主打「0 利率低月付額、免預繳免押金、專屬保險、方案到期更自由、年年換新很可以」等五大服務特點。



有感升級六、電子票券

PChome 24h 購物在今年 10 月聯手都會享樂預訂平台 FunNow，推出「吃喝玩樂」即時預訂服務，結合電子票券與即時訂位功能，上架逾 5,000 個吃喝玩樂方案滿足消費者從實體商品到服務型商品、從線上到線下，生活 360 度的消費需求。

2.1.2 責任與永續選品

為確保消費者購買到最優質的商品，PChome 24h 購物推出「品牌旗艦館」提供國際知名品牌的商品，或直接由原廠供貨，為消費者提供最可靠的商品。隨著消費者的環保意識抬頭，PChome 響應眾多環境倡議活動，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，提供消費者更多的綠色選擇。此外，為擴大永續產品的影響力，在世界地球日、國際關燈日等節日與合作夥伴舉辦系列活動，提倡環境友善行動，推動串聯人與環境共好的力量。

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，消費者難以辨識網購商品的真偽。為解決消費者的線上購物疑慮，PChome24h 購物打造專屬各大品牌原廠授權的「品牌旗艦館」，販售具備多項品質認證、享有產品保固期、完善的售後服務保障，以及不定期的優惠回饋，同步串聯全台 24 小時保證到貨、台北市 6 小時到貨（試營運）的物流服務，創造讓消費者安心、便利的購物環境。



有 P ㄗ 商行

為擴大推廣社會創新與聯合國永續發展目標第 12 項「SDGs12 責任生產與消費」，PChome 響應經濟部中小企業處「Buying Power」理念，共同推廣「有 P ㄗ 商行」，與社會大眾溝通社會創新與責任消費議題。鼓勵民眾以實際的購買行動來改變生活環境、影響消費體系，做出積極改變。

PChome「有 P ㄗ 商行」透過共享行銷、金流、物流等平台資源，協助中小企業數位轉型，並精選出對環境、社會友善，品質也優良的商品，於經濟部中小企業處主辦財團法人台灣經濟研究院執行之「社會創新平台」認證。目前 PChome「有 P ㄗ 商行」架上共有 50 個品牌，2022 年架上商品數 884 項，較 2021 年的 530 項大幅增加 59%，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。



永續採購

全球日益提升的永續浪潮下，消費者透過金錢做出對環境、對社會友善的選擇、商家經由永續生產，賺取利潤也同時守護地球。PChome 作為電子商務領導者，秉持與生產消費雙方一同守護地球的理念，持續增加採購環境友善商品，並減少採購對環境有害、碳排放量高以及高耗能的商品，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環境友善商品，各項品牌永續特色包含：全系列環保節能家電、百分百採用再生包裝、遵行環境效益進行產品設計等，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環境友善商品，為地球的未來盡一份心力。



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。



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 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 年起攜手行政院環保署「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

當我們享受電子設備為生活帶來便利的同時，往往忽略產品的低生命週期，衍生大量電子垃圾的回收問題。PCHome 以自有平台資源出發，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 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。除了手機，PCHome 逐步增加平板、筆電、穿戴裝置等電子產品回收項目。期許我們往前走的每一步，都是地球的一分助力。

舊機回收數量統計



舊機回收流程

- 線上估價: 進入網頁回收入口 / 手機回收APP
- 到府收件: 回收申請後, 宅配依約取件
- 人工檢測: 依各項裝置功能狀況評估與鑑價
- 通知報價: 簡訊 / Email 通知最終報價及確認回收
- 身分驗證: 上傳個人證件, 完成交易
- 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)

回收不擔心，3C 舊換金 - 舊機回收

手機回收



對地球有意，
幫助資源永續發展

回收您的舊手機



手機訂閱制



推廣電子書

2022年4月PChome 24h購物書店獨家與全球第二大電子書平台樂天 Kobo 合作，為全台唯一官方授權電商，引進近400萬本電子書，亦與Readmoo 讀墨電子書合作，引進超過10萬本店子書，打造台灣藏書量最多的網路書店，期能透過推廣電子書，降低樹木砍伐數量與油墨印刷量，為永續環境盡份心力。

響應世界地球日·關燈一小時

PChome 發揮網購平台的力量，號召消費者於線上一同響應2022年世界地球日，推出「投資我們的星球 綠行動響應 Earth Day」活動，打造五大主題綠色購物專區，包含「投資你的餐桌」、「投資你的美麗」、「投資你的生活」、「投資你的健康」、「投資你的知識」，提供食、衣、住、行等面向的綠色商品優惠，讓消費者從日常生活24小時都能落實環保低碳生活，共同守護地球及下一代的居住環境。



此外，PChome 也參與由世界自然基金會 (WWF) 發起的「Earth Hour 關燈一小時」倡議活動，旗下包含 PChome 24h 購物、Pi 拍錢包、露天拍賣、PChome 旅遊、PChome 商店街、PChome Thai 泰國購物、日本跨境電商 - Bibian 比比昂皆加入響應行列，當天晚間 8:30~9:30 於 PChome 辦公大樓同步關燈一小時，攜手節電減碳愛地球。為呼籲大眾關注全球暖化議題，當日進入 PChome 24h 購物及 PChome 入口網站首頁，即可體驗關燈一小時互動小遊戲，鼓勵大眾隨手關閉不需使用的燈與電器，為改善地球環境盡心力。



2.1.3 商品審核與品質規範

PCHome 建立商品審核機制與品質規範，積極落實並審查每項商品的安全性及合法性。商品上架前須經審查，以符合相關法令和規範。依嚴謹的內部規範，我們要求廠商填寫必要資訊。商品入倉後，由商品稽查人員定期抽檢，確保商品品質、外觀等各項要件符合規範。針對不符合規範的商品，制定下架機制。從接洽廠商到商品送達消費者手中，各個環節我們都嚴加監督，給予消費者可靠和值得信賴的消費環境。

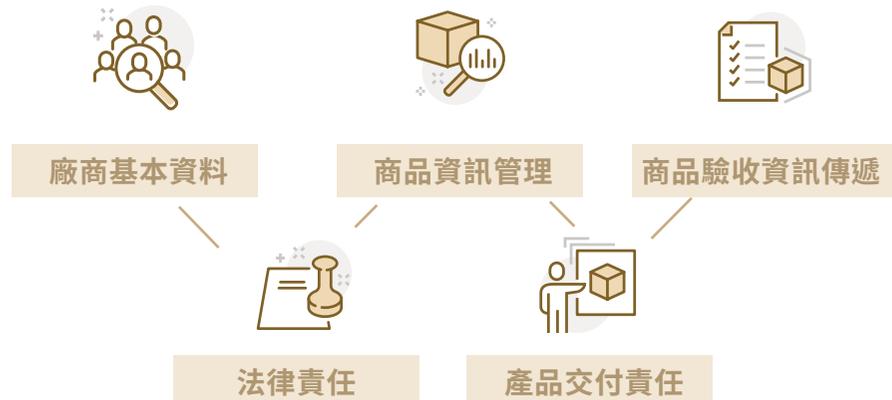
商品品質多重把關

每一件送到消費者手上的商品，均受最高規格之檢視。我們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、瑕疵擔保條款外，後續並以商品檢核程序、預防性下架措施等要項為消費者層層把關。

商品審核項目

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。不同商品也訂有對應的審核規範，PCHome 隨時關注法規並納入業務人員教育訓練，嚴格要求其遵照規範為消費者把關。

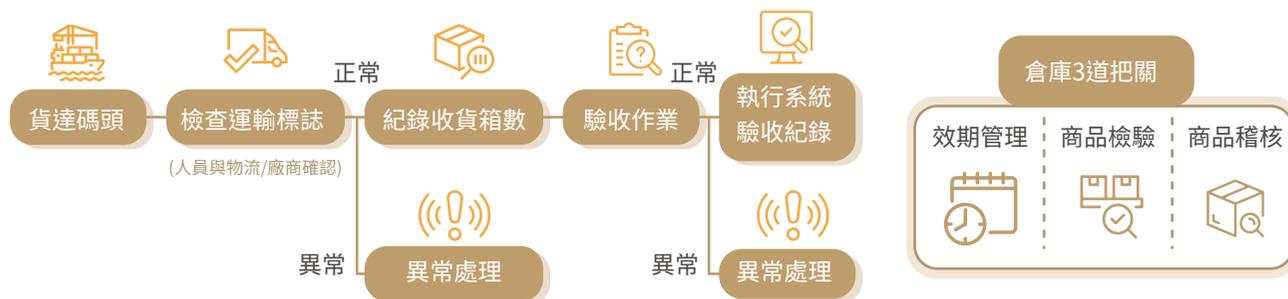
商品檢核項目



 <p>1. 禁止販售之商品</p>	<p>禁止菸品、爆竹煙火、色情或暴力出版品、毒品、藥品（乙類成藥除外）、武器彈藥等法律禁止販售之商品。</p>
 <p>2. 限制刊登出售之商品</p>	<p>一般食品、健康食品、環境用藥、美妝商品、健康食品、藥品與醫療器材等，是否符合政府法規與PCHome之相關要求，如充分揭露商品資訊、取得許可執照、商品核准字號等。</p>
 <p>3. 認證許可</p>	<p>限制類商品如一般食品、健康食品、有機農產品、食品用洗潔劑、化粧品、乙類成藥、醫療器材、環境用藥、電信管制射頻器材、應施檢驗商品，供應商需依照法律、規則或行政命令之規定，持有相關執照或許可證才得刊登販售。</p>
 <p>4. 商品標示</p>	<p>針對本國與進口商品，要求確實標示商品名稱、主要原料、商品原產地、製造及有效日期等資訊，以確保商品資訊完整性，增加消費者信心。</p>
 <p>5. 智慧財產權</p>	<p>要求合作供應商保證商品文案資訊正確透明，以確保確實擁有合法智慧財產權。</p>
 <p>6. 環保標章</p>	<p>所有耗能產品皆須標示「能源效率標示」；洗衣機、馬桶必須有省水標章方可販售。</p>

入倉流程與管理

PChome 訂定標準化的商品入倉流程，針對每項貨品進行檢驗，確保商品在入倉時狀況良好。倉庫控管方面，我們設置了三重品質監控機制，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。



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確保商品品質及效期無虞後，再將商品送往消費者。

商品檢驗

PChome 與供應商簽訂採購契約時，皆要求供應商提供商品檢驗證明。而 PChome 自有品牌的商品，會自行檢送如 Intertek 全國公證檢驗、FDA 等第三方機構，驗證項目包括生菌數、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。



倉庫商品稽核

PChome 於倉庫設有稽核小組，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。

倉庫商品稽核



▲ 透過系統進行驗收及列印標籤，提升稽核小組檢驗效率



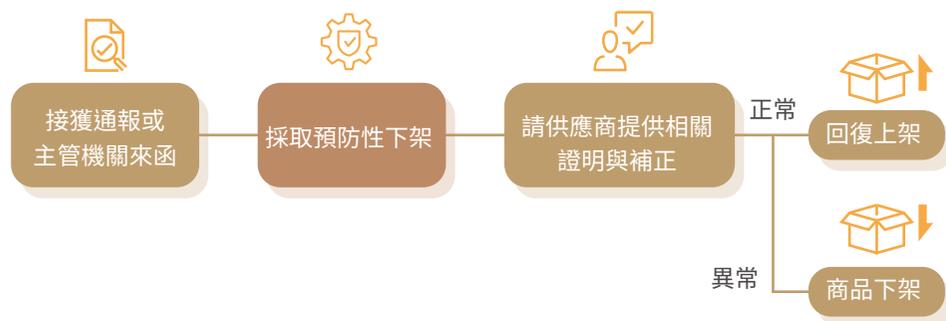
▲ 商品進行二次檢驗，刷入容器商品資訊，確保內容物無誤

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，即可下架處理。
- 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停止販賣，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，PChome 將立即執行全部或部分商品下架事宜。

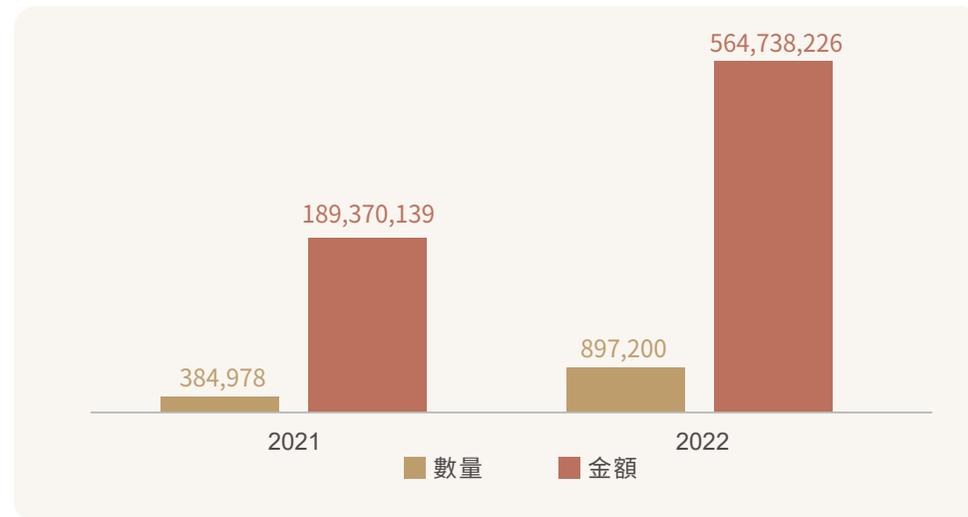
下架流程圖



PChome 致力於執行上述商品審核與品質規範，提高消費者的消費體驗，退回高風險的產品除了可預防可能的客訴以及與其後續可能衍伸之訴訟成本，也有效的減少倉庫儲存成本。實際發生客訴時，PChome 倉庫人員會抽樣盤點倉儲商品貨況，若非為個案，將針對此品整批退倉不再販售，以保障消費者權益。

PChome 每年定期盤點高庫齡商品，此類產品存放過久，可能會產生變質、泛黃、脆化等品質劣化，此類產品也可能造成顧客使用風險而影響消費者對 PChome 的信賴。為給予消費者更優良的產品品質，我們提高了高庫齡盤點標準，2022 年產品自行檢查退回供應商總額為 2021 年的兩倍以上，顯見公司對於消費者消費體驗的重視。

高庫齡產品退貨情形



2.2 暖心消費體驗

2.2.1 暖心客戶服務

客戶服務是電子商務產業中最重要的一環，自 2021 年起成立客戶心聲 (Voice of Customer, VOC) 指導委員會，2022 年收集 1,749 項改善建議，經嚴格的審查流程及內部討論，最終於年底完成 77 筆優化項目，130 筆持續推動中。優化內容包括中獎發票超商列印服務，於 2023 年上線，讓消費者透過前端功能自行列印和兌獎，提供更方便的服務體驗。PChome 一路以來秉持服務消費者的初心，聚焦於提供優質的客戶服務。客服內部亦設定每人每月目標 3 件 VOC 提案目標，並隨著公司營運需求做適切調整，2022 年整體達成率百分之百，今年度更榮獲臺灣客服中心評鑑數位媒體購物銅牌獎，顯示外部專業機構對我們客戶服務領域的肯定。

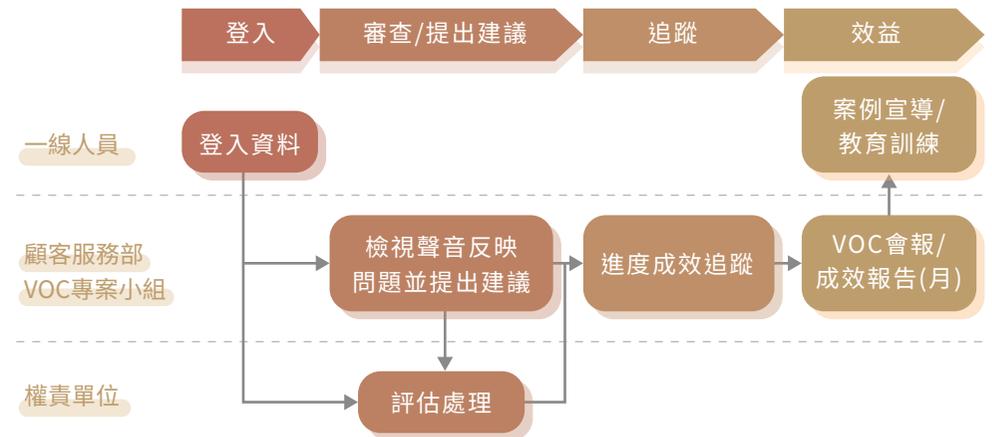
VOC 指導委員會架構

專案負責人	VOC 專案小組	相關單位窗口
角色	權責單位 / 人員	職掌內容
專案負責人	顧客服務部主管	專案運作規劃及推動
VOC 專案小組	顧客服務部專案科	<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
提案單位窗口	單位主管指派之人員擔任	<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

PChome 提供有溫度的服務，我們期望成為顧客購買產品時的貼心幫手。當有商品資訊、訂單追蹤、售後事宜等問題，都可以透過客服專線、網站顧客中心留言等方式與客服中心聯繫。客服中心若接獲客戶留言反映，依規定須於 2 個工作天內，透過電話或電子郵件完成初次回覆，且每件顧客留言皆會由專員協助處理至結案。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。

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：問題回覆效率、問題解決能力及人員服務態度，期望透過滿意度調查傾聽顧客對客服中心的建議，以更精準掌握客戶需求，讓服務能夠不斷升級且更加完善。

VOC 提案審查流程



PChome 顧客服務流程



2.2.2 專業客服訓練

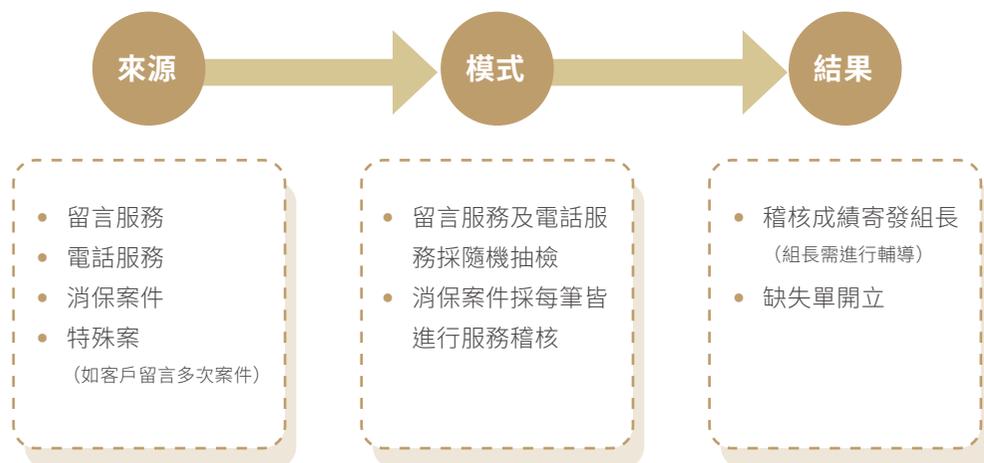
PChome 的每位客服人員必須遵守內部品質稽核流程規範，並進行定期考核，以確保服務品質達到公司標準。此外，為了提供客服人員專業知識的幫助，我們優化了新人訓練的課程規劃並提升了教學品質，在 2022 年，新人訓練的滿意程度達到了 4.8 分（五分量表），並在 2022 年開展了數位課程專案，共完成了 89 小時的課程規劃，希望透過完善的訓練課程，能有效讓客服人員精進服務技能和專業知識，提供給客戶更完善的服務。

客戶服務訓練

2022 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	390	309	2,914	1,268

註：管理職定義為理級以上之同仁

品質稽核流程圖



此外，為鼓勵同仁給予顧客優質的服務，客服中心也定期舉辦優良人員頒獎典禮表揚優秀同仁。2022 年共有 10 位同仁獲選優良客服人員。

優良客服人員頒獎



暖心來函

因購買的產品有瑕疵，故須辦理退貨退款，原本很擔心流程會曠日廢時，但沒想到 PChome 客服會主動來電詢問狀況及進度，過程中客服人員的態度良好，解說也清楚明瞭，令我感到很放心，真的要給 PChome 大大的讚！

感謝客服在處理過程中，詳細的解說、良好的服務品質及，積極為消費者爭取權益的態度，讓我感受到 PChome 的專業，也對 PChome 的平台更有信心，以後我與親朋好友都會繼續支持 PChome 平台。

2.3 可靠資安防護

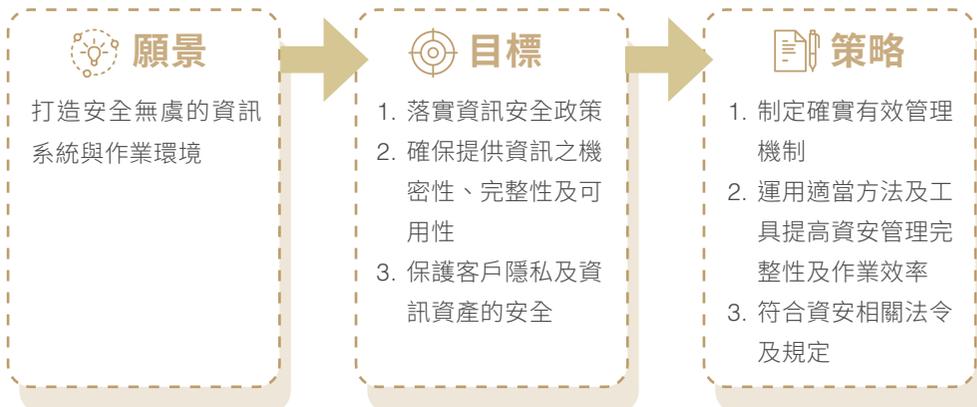
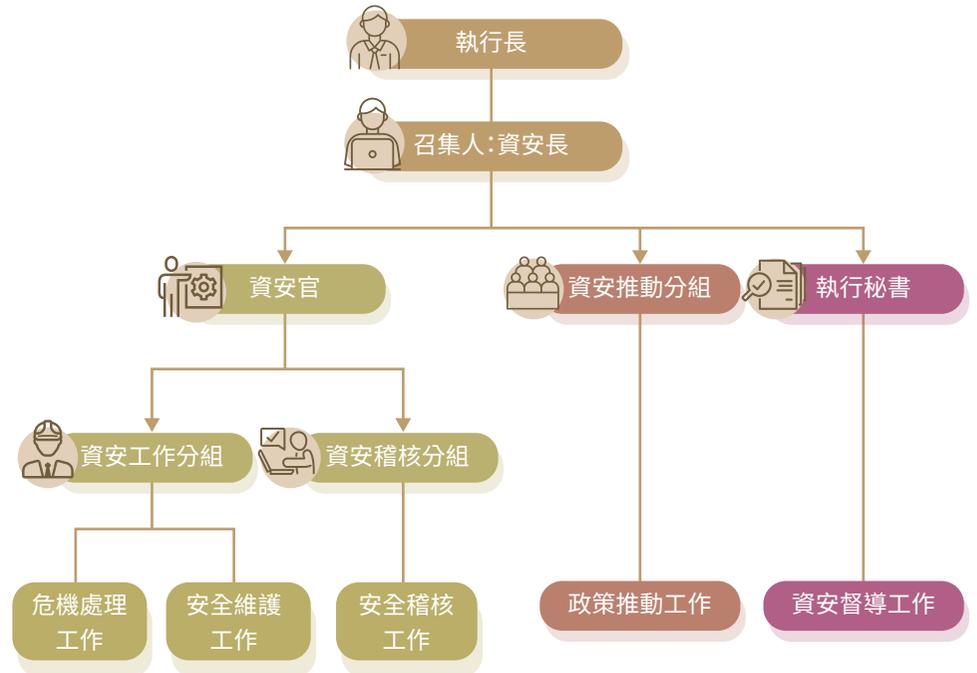
PChome 致力於提供消費者健全安心的網購環境，除了不斷優化作業系統，提升操作的便利性，對於保護客戶的消費資訊、個人隱私更是最基本的堅持。因網購消費需求攀升，網路攻擊數量也隨之攀升，PChome 從內部架構、風險評估、系統升級等面向著手，防範任何可能的資安風險。我們持續強化防禦縱深，降低遭受駭客攻擊造成營運中斷的可能；持續降低偵測惡意活動與回應速度，有效防堵擴散、縮小影響範圍；持續提升資安教育訓練與社交工程演練普及率，定期依照公司資安政策與實施辦法進行資訊系統查核。為了將來更嚴峻的資安挑戰 PChome 將會保持最嚴格的標準，打造安全無虞的資訊系統與作業環境，以保障消費者的用戶權益。

2.3.1 資訊安全治理架構

為強化資訊安全管理，建立可信賴之資訊應用系統與環境，本公司於 2018 年即成立資安專責部門，下轄中央管理單位，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，以達到提升網路服務之資訊安全及服務品質，讓 PChome 成為消費者安心的線上購物平台，不用擔心資訊安全或個人隱私受到侵犯，確保營業能力及資訊服務效能，並由資訊安全部門最高主管定期向執行長與董事會審計委員會彙報資安管理成效、資安相關議題及方向。

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，特別成立「資訊安全小組」，由執行長指派資安長擔任召集人，召集資安專責單位負責資訊安全預防、稽核、治理與危機處理作業、同時指派各事業單位高階主管組成資安推動分組來進行各項政策推動工作並由執行秘書負責會議舉行、安全事務協調及資安教育訓練辦理之相關執行業務。同時每季召開會議，檢視及決議資訊安全與個資保護方針及政策，落實資訊安全管理措施的有效性。

資訊安全小組



2.3.2 資訊安全措施

為深化資訊安全防範並落實制度化規範之具體作為，PChome 訂立完整的資安管理政策，從系統面、技術面、程序面評估資訊安全風險，依據風險高低、發生機率、影響層面與規避風險所需成本等多方考量來訂定處理的優先等級，明確識別業務與資安造成衝擊的重大風險，並透過 PDCA (Plan-Do-Check-Act 的簡稱) 循環管理的方法論，確保風險降低的有效性，建立符合客戶需求、最高規格的機密資訊保護服務。

同時建構多層資安防護措施，持續導入資安防禦技術，建立包含 Identify 識別、Protect 防護、Detect 偵測、Respond 回應、Recover 復原能力的資安監控與維運機制，以及制訂供應鏈風險管理流程，從各面向控制風險發生率，以維護公司重要資產，如個人資料、營業秘密及線上服務等的機密性、完整性及可用性。

PChome 也積極監督資安管理成效，依據定期內部資安查核結果進行資安風險衡量、分析與改善措施，並透過各種資安攻擊演練，來確保資安防禦能力，並系統性地強化資安意識與警覺性，防範資安風險於未然。此外為提升全體同仁的資訊安全認知與知識，PChome 定期辦理資訊安全大會與資安教育訓練，傳遞資訊安全相關訊息，並蒐集資安事件，即時提醒各單位應注意事項與防護方式。同時也不定期安排同仁進行資安訓練，協助同仁掌握資訊安全最新趨勢與新知，強化資安防護能力。



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進階持續性的網路攻擊。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

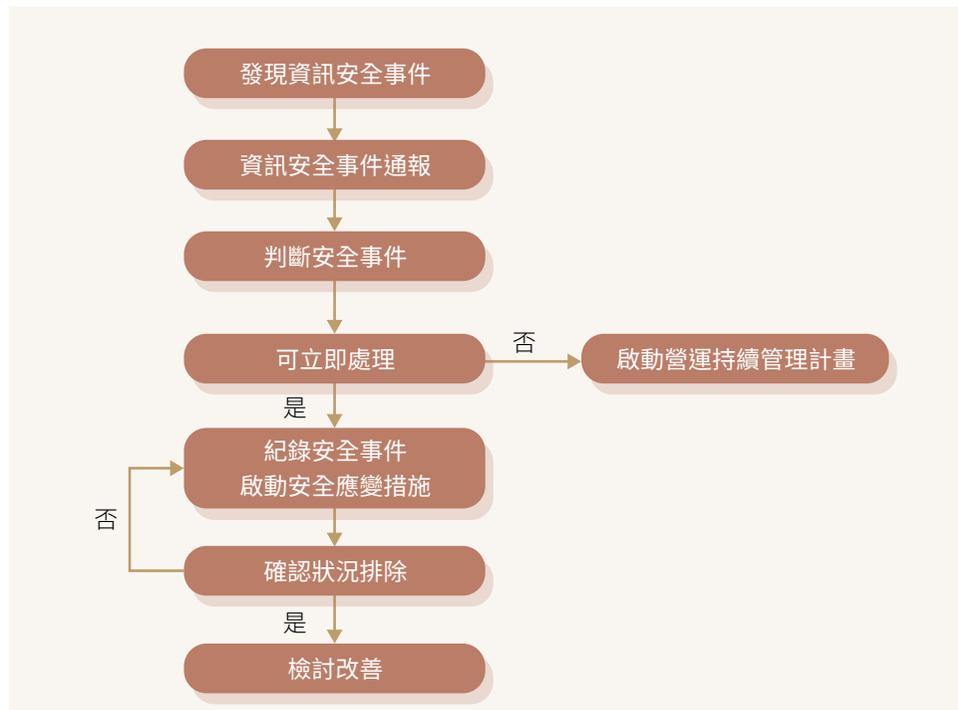
1. 每季定期執行資訊系統內稽內控查驗
2. 每季使用自動化工具與流程識別資訊系統的潛在風險
3. 每年檢視和評估網路安全規章及程序，確保其適當性和有效性
4. 每年定期辦理資安稽核，持續改善並降低資安風險
5. 不定期針對營運資訊系統舉辦攻防演練

解決已鑑別出的潛在風險的方法

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 2022 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



2022 年度資安管理四大成效

完成 1955 項資訊循環稽核	完成 160 次弱點掃描，並及時修改了 4628 個弱點	進行 457 個人天的駭客攻防演練	完成 399 份供應鏈合約資安評估
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。	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。	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。	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。

2.3.3 資安教育訓練

為提升集團同仁的資訊安全認知與知識，PChome 持續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。

常見的社交工程可疑徵兆

- 久未連絡的朋友突然傳來反常的訊息
- 訊息的內容讓你感到恐懼、緊張、焦慮
- 訊息所需的資料異常急迫，要求馬上要給
- 突然被告知贏得了過於龐大的金額或獎品
- 在工作上被滿足了未曾提出的技術需求
- 無法辨識訊息發送者的真實身分

2022 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	336	168
在職人員	1,564	782
IT 人員	111	378



2022 年度資安訓練三大成效

111 名 IT 人員通過進階開發安全課程與測驗	1,564 名員工完成資安意識教育訓練	336 名新進員工完成資安與個資保護訓練
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。111 名員工參加，總時數 378 小時。	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。1564 名員工參加，總時數 782 小時。	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。336 名新進員工參加，總時數 168 小時。

2.3.4 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，2022 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™ 會員服務使用條款」與「隱私權聲明」。

資料階段	說明
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
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
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>
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>
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
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护自己的安全及隱私。更多詳細內容可參考 PChome 「兒童網路安全指南」。



會員服務使用條款



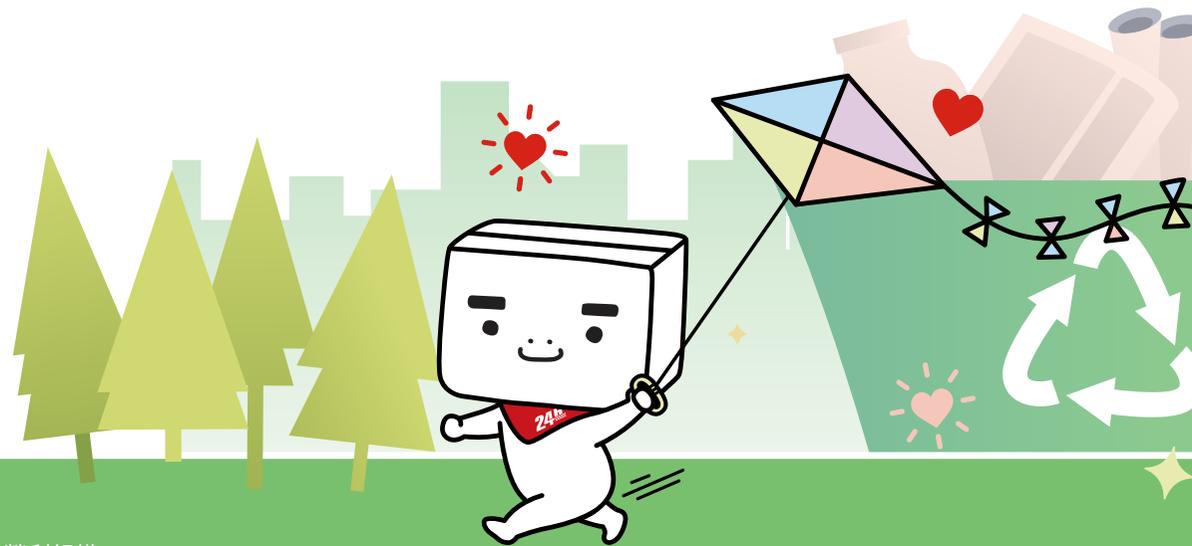
隱私權聲明



兒童網路安全指南

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



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

永續發展目標



PChome 串連供應商與消費者，創造低碳綠色的網路購物價值鏈



PChome 鑑別氣候相關風險與機會，致力降低自身營運對環境造成的衝擊

永續亮點績效



出貨配送之紙箱全數使用 **100%** 再生紙漿箱體，截至 2022 年底已減少逾 6 萬噸碳排放量，相當於 155 座大安森林公園一年之碳吸附量



成立電子票券及電子書專館，年度售出票券可省下 **14.6 萬** 張 A4 紙



內部倉儲建置智能箱號推薦系統，箱號符合準確率達 **54.7%**



公司戶與個人戶採電子發票比例合計達 **99.35%**，省下紙張共可堆疊出 **2.7 座** 台北 101 大樓



遵循氣候相關財務揭露建議書 (TCFD)，鑑別出與 PChome 相關之 **6 項氣候變遷風險**，**3 項氣候變遷機會**

PChome 響應聯合國永續發展目標推動「綠色購物計畫」，重新檢視各營運環節，以減低環境負面衝擊。為採取相應的行動，PChome 設立環保節能小組，負責環境相關策略規劃與執行，優化服務過程中的資源使用效率並降低對環境的負面衝擊。在各營運據點，不論辦公場域或是倉儲，一律推行綠色營運管理，並邀集各部門一同辨識氣候相關風險與機會，擬定因應措施及管理計畫，實踐在電商網購服務中融入永續經營的理念。

管理方針

環境友善包材

承諾

- 包裝箱印刷油墨皆通過 RoHS 檢驗，不使用有害物質
- 出貨配送之紙箱全數使用 100% 再生紙漿箱體
- 紙箱印刷面積僅占箱體表面總面積之 50%，減少印刷油墨使用

行動方案

- 以環保紙箱全面取代舊有箱款，並調整緩衝塑膠材的材質與用量
- 透過大數據精算，減少分箱出貨，降低網購紙箱使用量
- 發生有關包裝之客訴事件時，已以客服程序妥善處理，並將客戶期待納入未來產品包裝優化之參考依據
- 規劃耗材使用規範，調整倉庫現場出貨流程，以大幅減少耗材使用量，包括紙箱、緩衝材、膠帶
- 塑膠再生料大於 25%，預計 2023 年上線
- 規劃紙箱外觀設計改版，其紙箱印刷面積僅占箱體表面總面積之 40%，預計於 2023 年上線

投入資源

- 設立低碳包裝小組負責統籌及制定相關行動計畫

評估機制

- 訂立「推廣循環包材、出貨配送紙箱全面使用再生紙漿箱體、減少一次性包材使用、部分緩衝材使用環保可回收材質」四大策略規劃，並設定短中長期量化目標定期追蹤檢視

2022 實際成效

- 攜手環保新創 PackAge+ 配客嘉，推廣環保循環箱
- 內部倉儲建置智能箱號推薦系統，箱號符合比例達 54.7%
- 箱體以 100% 回收紙漿製成，有效減少樹木砍伐
- 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
- 提高紙質密度，增加重複使用率，減少碳排放量
- 啟動全倉跨庫併箱，減少訂單分箱出貨，減少碳排放量與樹木砍伐

申訴機制

- 客服專線：02-2704-0999
- 服務時間：週一 ~ 週五 09:30 ~ 21:00，週六 ~ 週日 09:30 ~ 18:00

權責單位

- 低碳包裝小組

管理方針

綠色倉儲與物流

承諾

- 持續導入電動載具使用並提升運具裝載率，避免車載空間浪費進而減低每件包裹碳排放量
- 為確保永續經營與減低環境衝擊，致力推動短鏈物流減少人工作業及提升出貨效率
- 持續透過大數據優化最適商品配置，減少分倉分箱出貨比例
- 發揮自動化倉儲優勢，提升倉儲空間使用坪效，增加出貨效率
- 運用自動化倉儲空間體現無照明倉儲環境

行動方案

- 以智慧科技協助配送路線最佳化，有效減少貨物運送路程，並降低能源消耗與碳排放量
- 建置 AI 智能自動化倉儲，提升出貨效率減低包裹作業時間
- 採購電動機車進行配送服務，減低配送過程中造成的環境衝擊
- 優先選用具有綠能運輸之物流商作為合作夥伴
- 妥善運用倉儲空間資源，持續招商協助有需求的中小企業電子商務業者，資源共享減少浪費

投入資源

- 設立低碳運輸小組負責統籌及制定相關行動計畫
- 投資自動化倉儲，將「林口 A7 智慧物流園區」規劃為 AI 智慧倉儲

評估機制

- 持續強化倉儲和配送服務能力，並設定短中長期量化目標定期追蹤檢視

2022 實際成效

- 導入綠色運具，每年減少 6.65 噸碳排放量
- 推廣超商取貨、智能櫃取貨方式減低車輛運行延車公里數
- 啟用穿梭式貨架系統 (Shuttle Rack) 及無人搬運車 (AGV)，全年度倉儲自動化出貨占比達 10%，較 2021 年提升 52%

申訴機制

- 客服專線：02-2704-0999
- 服務時間：週一 ~ 週五 09:30 ~ 21:00，週六 ~ 週日 09:30 ~ 18:00

權責單位

- 低碳運輸小組與倉儲物流部

3.1 綠色購物計畫

隨著電子商務科技的發展，線上購物的普及已大幅改變市場的消費型態，翻轉消費者的購物習慣。2022 年在疫情的影響下，更強化消費者對網購的依賴，造就電子商務蓬勃的發展。PChome 2022 全年出貨商品超過 3,400 萬件，為降低電子商務服務對環境的衝擊，PChome 於 2019 年起推動「綠色購物計畫」，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，持續透過合作和創新，串連供應商與消費者，共同創造網路購物的永續價值鏈。

PChome 綠色購物計畫

<p>綠購包裝</p>	<ul style="list-style-type: none"> 出貨紙箱全數使用 100% 回收紙漿，印刷面積僅占 50% 建置 AI 大數據智能箱號推薦系統，使用最適尺寸併箱出貨 試辦循環包裝出貨，減少一次性包裝材料使用
<p>綠購運輸</p>	<ul style="list-style-type: none"> 成立綠色車隊，導入電動機車等低碳運輸載具 推動短鏈物流減少運輸距離，提升出貨效率 導入大數據分析貨件落點，安排最佳化配送路線
<p>綠購倉儲</p>	<ul style="list-style-type: none"> 建置 AI 智能自動化倉儲，提升撿貨包裝作業效率 全面採用 LED 節能燈具，有效減低能源使用量 規劃穿梭式貨架、無人搬運車等自動化設備，減少架區照明需求
<p>綠購金流</p>	<ul style="list-style-type: none"> 推行電子發票，公司戶與個人戶採電子發票比例合計達 99.35%

PChome 24h 網路零售服務碳標籤

為向消費者透明化揭露使用網購服務產生的碳排放量，PChome 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碳策略，成為全台灣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。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節能減廢，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。



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	生效日期：2020 年 07 月 11 日 有效期限：2025 年 07 月 12 日 狀態：有效
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. 進駐綠建築倉儲，全面調整庫內作業模式 3. 使用低碳車進行貨品運輸 4. 持續與環保署合作環保集點活動，鼓勵更多消費者購買綠色標章產品	

3.1.1 綠購包裝

穩固的包裝是網購服務中至關重要的一環，以確保商品安全無損地送到消費者手上，有鑑於傳統的網購模式需消耗大量一次性包材，為實踐友善環境的經營理念，維護森林資源的永續發展，PChome 以「推廣循環包材、出貨配送紙箱全面使用再生紙漿箱體、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，致力於攜手包材製造夥伴，設計開發更永續的綠購包裝材料，自 2019 年起推出 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。PChome 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 全面使用原色環保紙箱較一般使用傳統紙箱更為減碳，出貨配送之紙箱全數使用 100% 再生紙漿箱體，使用每公斤再生紙箱可減少排放量 5.29kg CO₂e^(註1)，截至 2022 年底已減少逾 6 萬噸碳排放量，相當於 155 座大安森林公園一年之碳吸附量^(註2)，然除全面採用環保紙箱之外，PChome 亦持續優化輔助材料的設計，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。(註 1: 參考榮成紙業及台灣區造紙公會統計、註 2: 以大安森林公園一年約 389 噸之碳吸附量計算)

包裝材料	單位	2020 年	2021 年	2022 年
可再生材料				
原色環保紙箱 100% 使用再生紙漿製成	公噸	4,285.56	4,094.01	3,627.25
非再生材料				
環保膠帶	公尺	684,236,376	21,569,670	19,058,355
環保膠帶	公噸	57.74	43.11	36.32
塑膠包材		13.76	10.31	8.29
緩衝材		151.32	163.16	129.28
包材總重量		4,508.4	4,310.6	3,801.1

註 1：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。



▲ 環保紙箱與易撕膠帶



- 包裝減量
- 環保材質
- 循環包材

2019 年 PChome 響應由環保署主辦之「網購包裝減量計畫」，針對「包裝減量」、「環保材質」以及「循環包材」三大目標，自主提報網購包裝減量執行計畫書，並獲環保署授予「網購包裝減量標章」，肯定 PChome 的目標達成進度。

2023 年環保署即將施行「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」，要求網購包裝箱須至少含 90% 再生料、塑膠類包材須至少含 25% 再生料，且不得使用含聚氯乙烯 (PVC) 材質之物品。PChome 已率先發起相應措施，紙類包裝箱更優於限制，已達到 100% 使用再生紙。未來 PChome 將持續優化平均包材減重率，成為網購業者之典範，以有效從源頭進行包裝減量。

此外，PChome 更進一步導入 AI 人工智慧，以「跨庫併箱」與「推薦箱號」兩大方法，提升整體出貨包材的使用效率。當多件商品需跨庫出貨時，系統自動將訂單發貨品項集中，在不影響訂單 24h 到貨時效及不增加額外成本的情況下併箱出貨，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件貨品運送的碳足跡。

透過 AI 運算的輔助，消費者可收到大小適中的商品包裝箱，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，每月可改善 5% 之出貨箱數，且全年約可省下超過 130 萬元之包裝耗材及運輸成本。推薦箱號機制於 2021 年 9 月正式上線後，2022 年推薦箱號準確率達到 54.7%。未來將持續優化準確率，結合環保署專案，將包材減重目標納入智能箱號推薦系統，以降低各項耗材使用量，減少網購包裝廢棄物之產生。

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 年起更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」，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。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。



3.1.2 綠購運輸

導入電動機車

因應物流運輸業務擴張，PChome 建立可靠的長短程運輸解決方案，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，持續強化倉儲和配送服務能力。PChome 車隊運輸工具以貨車與機車為主，自 2020 年開始響應「綠色購物計畫」的推展，積極改造車隊型態，朝向綠色運輸轉型，迄今共採購 13 台電動機車，正式組成 PChome 綠能機車隊，以雙北市人口及配送密度較高之區域先行導入，降低物流配送服務所需油耗及間接產生的碳排放量。每輛電動機車每年預估可減少 1.33 公噸碳排，綠能機車隊全年總計減少 17.29 公噸 CO₂e 排放量。未來機車選購方針皆以電動機車為主，後續將依設備耐用年限，逐年以電動機車汰換汽油機車，2023 年預計將再投入更多的電動機車，預期每年可再減少 6.65 公噸 CO₂e 排放量，目標是 2030 年前電動機車占比達 100%。

此外，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。除自有物流車隊之外，PChome 亦落實供應鏈減碳管理方針，優先選用具有綠能運輸之物流商作為合作夥伴，並鼓勵現有配送物流商擴充綠能車隊，至 2023 年合作物流商預計可投入 18 輛電動機車配送。

2022 年綠色物流車隊資訊統計

車種	標準		數量
貨車	能效等級	1 級	5
	排放標準	六期柴油車	5
		五期柴油車	76
汽油機車	1 級		41
電動機車			13



3.1.3 綠購倉儲

PChome 不斷提升出貨作業效率，以降低倉儲營運的環境足跡，已在逾 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 年將林口 A7 智慧物流園區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。

PChome 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
- 總體作業人力節省可達 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

林口 A7 智慧物流園區

由於電商零售日益成熟，於零售業市占率亦穩健地成長，且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 已於 2019 年開始將「林口 A7 智慧物流園區」規劃為自動化與 AI 人工智慧雙軌結合的智慧倉儲設計，並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。

「林口 A7 智慧物流園區」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 4.5 萬坪，為一立體化倉儲物流中心，並特別規劃為高度自動化倉儲，包含導入料盒式與棧板式梭車貨架系統 (Shuttle Rack)、無人搬運車 (AGV) 等自動化設備，在自動化設備的協助之下，從過往的「以人就貨」轉變為「以貨就人」，再透過自動化集貨場，將分區揀貨的物流箱聚集後至包裝場包裝，由系統建議最佳箱號與包材包裝，提高效率降低包材的耗用，達成節能減碳的效益，目前整體的每日包裹可處理量可望增加 1 倍以上，針對大幅訂單波動問題皆能有效解決，再加上大數據的分析，能讓訂單分區分時段最佳化的與網家自有車隊和其他物流商交接，將貨品更有效率地送達到消費者手上。林口 A7 智慧物流園區將於 2023 年 1 月起逐步分層分區啟用，為當前台灣電商同業中、首座最高密度導入 AI 人工智慧技術與全自動化倉儲設備的物流中心。



▲ 智慧物流中心示意圖 (圖片來源：中華郵政)

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能，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性；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



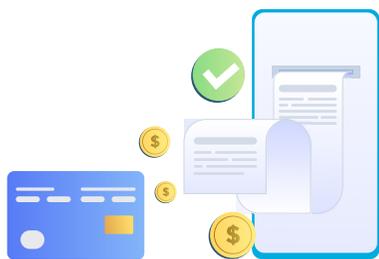
3.1.4 綠購金流

統一發票電子化

傳統的紙本發票需要消耗大量的紙張和印刷油墨，且使用後即成為一次性廢棄物，PChome 期望由自身做起，將永續作法應用於消費者生活中，故發展綠色電子商務模式，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。PChome 以「增加客戶電子發票張數、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，不僅可減少紙張和油墨的使用，保育森林資源，同時也減少廢棄物產生，並節省發票郵寄的時間成本和運輸能源消耗，有效消除不必要的碳排放量。2022 年度電子發票使用比例合計達到 99.35%，廠商發票更已 100% 改為 PDF 檔提供廠商自行下載，節省超過 1,350 萬張以上的紙本發票，相當於減少 1,620 萬顆的樹木砍伐，共可堆疊出 2.7 座台北 101 大樓（樓高 509 公尺）。

2022 年度發票數量統計（單位：張）

項目	公司戶	個人戶	合計
全年開立張數	2,128,983	11,559,772	13,688,755
電子發票張數 (其他通用載具：捐贈、會員載具等)	2,121,776	11,477,433	13,599,209
紙本發票張數	7,207	82,339	89,546
電子發票比例	99.66%	99.29%	99.35%

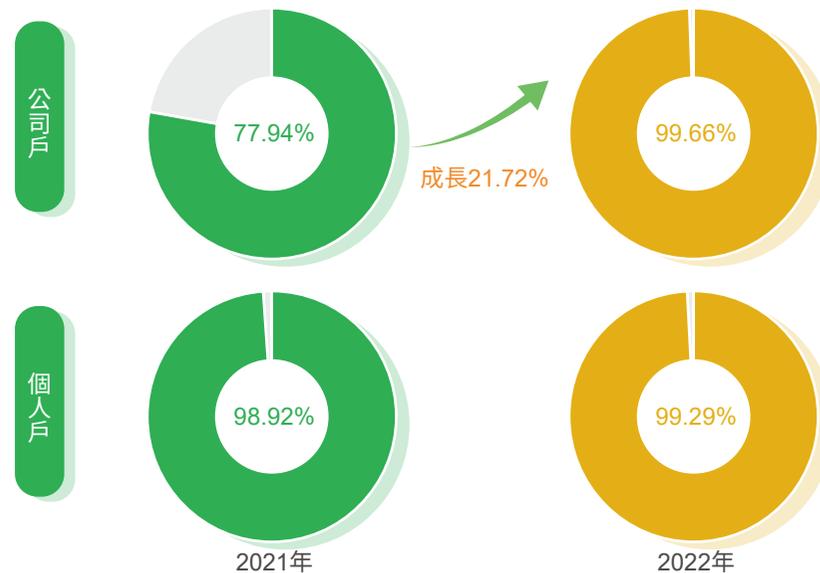


電子票券無紙化及成立電子書專館

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。PChome 致力推動票券電子化，成立電子票券專館，2022 年共計上架 4,954 項商品，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、QRcode 或憑證，即可兌換使用。PChome 2022 年度售出之票券數為 746,746 張，成功減少超過 14.6 萬張 A4 紙，相當於 1,055 公斤二氧化碳排放量。

此外，PChome 也成立電子書專館，首波與國內平台讀墨進行串接，2022 年共計上架 11 餘萬本電子書，2023 年與全球最大電子書平台 KOBO 合作，預期將達到百萬商品數，提供多元豐富的藏書滿足電子書使用者需求。PChome 提供多元的電子化商品選擇，使消費者購買後可立即下載使用，不僅減少紙張消耗，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。

電子發票使用比例



PChome 電子票匣

Step 1

進入顧客中心
點擊「電子票匣」



Step 2

進入電子票匣列表，選擇欲兌換
的電子票券後，點擊下一步



Step 3

進入券樣頁後 即可兌換使用



行政流程無紙化

PChome 自 2021 年起積極推動內部公文電子化，使用電子簽核之比例已近七成，除減少紙張使用之外更加速各項單據簽核流程，截至 2022 年電子簽核已使用 42,423 張，較前一年度成長 5 倍。另一方面，PChome 於 2022 年起開始啟動供應商電子合約，原有廠商可透過後台系統直接收到電子合約進行簽約，除了減少紙本列印與資源消耗外，透明化的簽核流程進度可讓供廠商即時了解進度，2022 年透過廠商後台系統電子合約簽核完成的廠商家數已有 2,423 家。



3.2 氣候永續行動

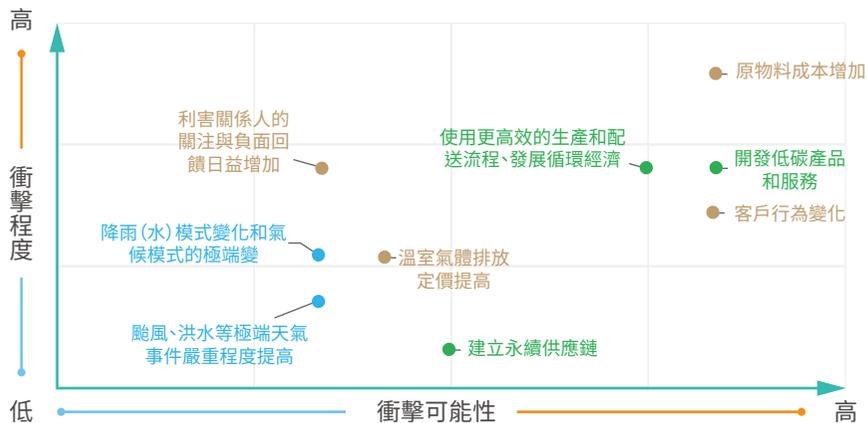
2022 年極端氣候事件肆虐全球，氣候變遷議題已成為組織不可忽視的管理要素之一。2022 年舉辦的第 27 屆聯合國氣候變遷大會 (UN Climate Change Conference, COP27)，將重點放在如何讓減碳「從承諾轉向實踐」，期盼各國提出更具野心的減碳承諾，我國於 2023 年初正式完成《氣候變遷因應法》修法，將 2050 年達成淨零的減碳目標納入法律，並強化我國對氣候變遷調適與溫室氣體減量的治理方針。此外，國內外投資人與各界利害關係人亦開始聚焦關注氣候變遷對企業所帶來之影響，以及企業如何因應氣候變遷相關之風險與機會。為了掌握氣候變遷對營運的潛在衝擊，PChome 於 2021 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。

 <p>治理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 於 2022 年或立永續發展委員會，其中設立環保節能小組負責環境相關策略規劃與執行，定期向董事會報告執行表現 提升管理階層對氣候議題的認知，建立跨部門合作機制 評估於企業永續或風險管理政策中，納入氣候變遷要素
 <p>策略</p>	<ul style="list-style-type: none"> 依據 TCFD 架構分析氣候變遷風險與機會對 PChome 營運之正負面衝擊 透過評估議題衝擊可能性和衝擊程度，判斷風險與機會對 PChome 財務、生產 / 產品、人員、聲譽與形象的衝擊，並定義影響期短期為 3 年以內、中期為 3 至 10 年、長期為 10 年以上 環保節能小組定期盤點與擬定氣候相關風險與機會之因應措施
 <p>風險管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 為更敏銳地察覺氣候相關的風險和機會，PChome 將持關注產業和政府最新的資訊和趨勢，並將這些資訊納入氣候風險和機會分析以及公司整體風險管理制度中 建立候相關風險機會評估流程與追蹤機制，邀請各部門代表參與氣候相關財務風險與機會的討論，確認 PChome 可能面臨的氣候相關風險和機會，並提出因應和管理措施，以減少風險並充分利用機會
 <p>指標與目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> PChome 逐年檢視和修正公司的能源耗用情況盤查「碳」及「溫室氣體」的實際排放量，並持續推動碳管理相關作業擬定明確改善措施 以增加電動車的使用率為目標，減少傳統燃油運輸車之溫室氣體排放量 擬定氣候相關風險與機會的管理目標與指標，定期將執行狀況揭露於永續報告書中

PChome 在經營管理團隊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。為因應國際和產業趨勢，本次於議題鑑別中增加溫室氣體排放定價和客戶行為變化兩項轉型風險，並針對每項風險和機會說明相關衝擊和管理因應。據鑑別結果顯示，造成短期（0-3 年）影響的風險與機會包含：颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高、客戶行為變化、原物料成本增加、開發低碳產品和服務；造成中期（3-10 年）影響的風險與機會包含：降雨（水）模式變化和氣候模式的極端變化、溫室氣體排放定價提高、使用更高效的生產和配送流程、發展循環經濟；造成長期（>10 年）影響的風險與機會包含：利害關係人的關注與負面回饋日益增加、建立永續供應鏈。未來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。



氣候變遷風險與機會矩陣圖



實體風險

1. 颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高
2. 降雨（水）模式變化和氣候模式的極端變化

轉型風險

1. 溫室氣體排放定價提高
2. 客戶行為變化
3. 原物料成本增加
4. 利害關係人的關注與負面回饋日益增加

氣候機會

1. 開發低碳產品和服務
2. 使用更高效的生產和配送流程、發展循環經濟
3. 建立永續供應鏈

實體風險

風險類型	風險名稱	風險情境	影響期程	潛在衝擊	關鍵管理措施
立即性	颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高	台灣颱風、梅雨等降水事件強度增加，將衝擊日常營運，如倉庫淹水、電力中斷、運送延遲、上下游供應鏈斷鏈等	短期 0~3年	<p>營運衝擊</p> <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 <p>財務衝擊</p> <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"> PChome 制定天災通應變機制，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，確保員工安全與業務執行穩定 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
長期性	降雨（水）模式變化和氣候模式的極端變化	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。此外，台灣降雨分布愈趨不平均，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	中期 3~10年	<p>營運衝擊</p> <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 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 缺水造成機房空調無法運作，導致網路系統中斷，嚴重影響公司正常營運 <p>財務衝擊</p> <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 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 缺水導致的網路系統中斷，使產能下降支出成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 強化員工對環境永續及企業社會責任的認知，並持續宣導節能減廢 改善營運據點環境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 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並定期查檢大樓水槽儲水情況，維持抽水馬達正常運轉，確保備用水源穩定無虞 活化職場空間，適當調整空調設備，適當運用水資源 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	影響期程	潛在財務衝擊	關鍵管理措施
政策與法規	溫室氣體排放定價提高	若溫室氣體排放定價過高，使營運成本增加，進一步影響公司業務合作模式及獲利	中期 3~10年	<p><u>營運衝擊</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 公司新業務之開發及既有業務執行如未減少溫室氣體排放，將因考量溫室氣體排放之成本而受限制 <p><u>財務衝擊</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 公司將提列更多營運成本支付高額溫室氣體排放費用，進而造成公司營運成本增加 為降低受溫室氣體旁放定價的影響，企業積極尋找減少溫室氣體排放量的方法，PChome 以電力為主要排放源的結構，積極尋求綠電的使用，而目前綠電價格高於一般電力，故為增加綠電比例導致營運成本上升 	<ul style="list-style-type: none"> 法務室將定期檢視各主管機關法規更新資訊並佈達給相關單位知悉，以掌握相關法規或命令最新狀態使公司政策能即時配合調整 透過全面導入無紙化作業，及建置綠色倉儲、調整倉庫內節能省電作業模式、使用低碳車進行貨品運輸，並積極向同仁提倡節能減廢，從全方位行動減少溫室氣體排放，進而降低溫室氣體排放定價提高帶來的衝擊
市場	客戶行為變化	因氣候變遷改變，使消費者之環保意識提升，期望平台提供環保商品，且重視包材的使用是否符合減碳減量，若未積極開發相關服務可能流失對此議題關注之顧客	短期 0~3年	<p><u>營運衝擊</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 未積極開發及上架低碳或綠色產品可能流失對此議題關注之顧客，進而導致公司市占率下滑，衝擊營運 因消費者偏好低碳或綠色產品，若不進行耗材減量與綠色包裝，將違反政府網購包裝管理法令規範，以及客訴反映包材過度包裝問題 <p><u>財務衝擊</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 近年消費者對低碳 / 綠色產品的偏好提升，若無增加耗材減量與綠色包裝比例，將致消費者轉至他家電商使營收下滑 	<ul style="list-style-type: none"> 積極開發含有標章之綠色產品 對於綠色產品進行行銷宣傳，強化消費者印象 集中綠色產品使其便於消費者購買 以「推廣循環包材、出貨配送紙箱全面使用再生紙漿箱體、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，符合消費者對於環保及綠色消費的期待，實踐友善環境行動
市場	原物料成本增加	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	短期 0~3年	<p><u>營運衝擊</u></p> <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 <p><u>財務衝擊</u></p> <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 增加環保包材的使用比例，及重複使用頻率

轉型風險

風險類型	風險名稱	風險情境	影響期程	潛在財務衝擊	關鍵管理措施
名譽	利害關係人的關注與負面回饋日益增加	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	長期 >10年	<p>營運衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> 恐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積極實踐永續經營的綠色電商，造成客源流失。 <p>財務衝擊</p> <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 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

氣候機會

機會類型	機會	機會情境	影響期程	潛在財務衝擊	關鍵管理措施
產品與服務	開發低碳產品和服務	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	短期 0~3年	<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 採購綠能運具投入自有車隊配送，減低最後一哩路碳排 與具有綠色運具之物流商合作，由PChome 領導形成綠色配送路網 <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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 2021年推出之有責商行，2022年度提升59%商品數、增加100%品牌數，提供更多元的商品以供消費者選擇來響應環保、永續的議題 2023年預備推出綠色商品專區以供消費者更便捷的綠色選物 自有車隊採購電動機車投入配送，逐年減低燃油機車占比減少配送產生之碳排放 優先選用具有綠能運具之物流商成為配送重要夥伴，逐步形成綠色配送生態

氣候機會

機會類型	機會	機會情境	影響期程	潛在財務衝擊	關鍵管理措施
資源利用效率	使用更高效的生產和配送流程、發展循環經濟	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	中期 3~10年	<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，降低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 手機回收穩定維持其服務水準，並於 2022 年 9 月同步推出 iPhone 訂閱制，讓新款 iPhone 手機販售後即可納入未來回收的服務中 提高流程效率： <ol style="list-style-type: none"> 內部倉儲建置智能箱號推薦系統，箱號符合比例達 54.7% 啟動全倉跨庫併箱，減少訂單分箱出貨，減少碳排放量 & 樹木砍伐 環保包裝： <ol style="list-style-type: none"> 箱體以 100% 回收紙漿製成，有效減少樹木砍伐 箱體維持紙漿原色，箱面印刷面積小於 40%，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 紙質密度高，可增加重複使用率，減少碳排放量
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	長期 >10年	<p>營運衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> 對供應鏈進行永續管理，提升供應鏈的氣候韌性，穩定品質良好之供貨源 透過永續供應鏈管理擴大公司影響力，提升與供應商之緊密度，建立業界永續形象，增加與永續供應商合作機會 <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 藉由永續供應鏈管理，降低供應鏈受環境影響之損失，減少成本上升風險 	<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 2021年推出有責商行專區，展現 PChome 對於環保永續議題的關注，也讓供應商更明確 PChome 對此的資源挹注，來讓供應商共同響應，2022 年度提升 59% 商品數、增加 100% 品牌數 在世界關燈日、世界地球日等永續重要日子，建立專題活動頁，以便消費者更快速的找到相關的綠色商品，參與的供應商可同步提高消費者的心占率、強化其品牌的環保意象 2023 年開始推廣供應商後台教育訓練，加強資安觀念之宣導

3.3 綠色營運管理

3.3.1 環境管理政策及架構

PCHome 深知電子商務雖然創造更便利和高效率的生活環境，但也對自然環境帶來挑戰與衝擊，秉持愛惜地球資源的原則，除對外推動環保作為，對內亦落實綠色營運管理。本公司設立明確的環境管理架構，由 ESG 工作執行小組負責統籌及制定相關政策，並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，降低總公司與倉儲區等營運據點的環境足跡，定期評估能源、水、廢棄物等管理績效。同時，PCHome 持續提供員工環境永續方面的觀念宣導及教育訓練，並鼓勵供應商和合作夥伴也加入友善環境的行列，以善盡保護地球責任與心力。

3.3.2 能源管理

PCHome 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。實際作為包括導入綠色物流車隊、更換 LED 相關照明設備及點滅裝置等，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。2022 年度辦公室將 T8 傳統燈具汰換為 LED 節能燈具，共計 80 盞，全年可節約 8,176 度電，相當於 4.16 公噸二氧化碳排放量。

PCHome 能源消耗主要來自於倉儲與辦公室之照明、空調設備，以及車隊之油耗。其中，2022 年起將辦公室公務車用油量及用電量納入統計，2021 年則因新開桃園、台中、台南站所，聯繫轉運距離及配送幅員擴大，因此整體能源消耗量及溫室氣體排放量較前期提升。



2020 至 2022 年各類能源使用情形

能源類型		單位	2020 年	2021 年	2022 年
倉儲用油	柴油	公升	3,236	4,713	3,362
	汽油	公升	30	12	13
車隊用油 ^{註 2}	柴油	公升	243,653	509,765	483,328
	汽油	公升	17,974	25,727	35,138
辦公室公務車	汽油	公升	-	-	733
外購電力	電力	度 (kWh)	8,149,054	8,917,928	11,028,216
能源單位轉換					
用油耗能	GJ		9,269	18,931	18,285
用電耗能			29,337	32,105	39,702
合計耗能			38,606	51,035	57,986
電網能源比例 ^{註 3}	%		76.0	62.9	68.5
能源密集度 ^{註 4}	GJ/百萬 營收		0.9	1.1	1.3

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 2：2022 年因部分接駁貨物流轉為外包，使柴油使用量下降；另因配送範圍增加及添購新運具，致汽油使用量上升

註 3：PCHome 使用之能源均屬於非再生能源，用電均來自電網電力，故電網能源比例 (%)= 用電耗能 / 合計耗能 * 100

註 4：2021 年因增設站所及 2022 年納入辦公室能源使用量統計之故，能源消耗量及能源密集度皆較前兩年提升

各排放源溫室氣體排放

能源類型		二氧化碳當量 (公噸)	2020 年	2021 年	2022 年
倉儲用油	柴油	範疇一	8.58	12.49	8.91
	汽油		0.07	0.03	0.03
車隊用油 ^{註2}	柴油		645.68	1,350.88	1280.82
	汽油		42.44	60.74	82.96
辦公室公務車	汽油		-	-	1.73
小計 (範疇一)				696.77	1,424.14
外購電力	電力	範疇二	4,090.83	4,476.80	5,613.45
合計 (範疇一加範疇二) ^{註3}			4,787.60	5,900.94	6,987.81
排放強度 (公噸 CO ₂ e/ 百萬營收) ^{註4}			0.11	0.12	0.15

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 2：2022 年因部分接駁貨物流轉為外包，使柴油排放量下降；另因配送範圍增加及添購新運具，致汽油排放量上升

註 3：範疇一引用環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版次汽油排放係數 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當年或前一年度公告之電力排放係數

註 4：2021 年因增設站所及 2022 年納入辦公室能源使用量統計之故，總排放量及排放強度皆較前兩年提升



3.3.3 水資源管理

企業的穩定營運取決於水資源供應情形，若地區供水中斷或價格上漲，營運成本也會隨之增加。PChome 雖非高耗水產業，若遇限水情形，仍可能導致停工影響營運。本公司取水來源均為自來水，主要用途為生活用水，倉儲區多位於桃園地區，仰賴石門水庫供給，位於台北市之辦公室則由翡翠水庫供給，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，讓社會大眾意識到珍惜水資源的重要性，PChome 亦積極採取水風險管理及調適措施。

因應氣候變遷風險可能導致的缺水危機，PChome 將節水宣導目視化，建立員工的節水習慣及意識，並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。此外，定期查檢大樓水槽儲水情況，維持抽水馬達正常運轉，確保備用水源穩定無虞。

營運據點	取水來源	河川流域	單位	2020年	2021年	2022年
倉儲	石門水庫	大漢溪	公噸	18,602	22,774	19,100
辦公室	翡翠水庫	北勢溪		-	-	16,800
總用水量				18,602	22,774	35,900
用水密集度 ^{註3}			公噸 / 百萬營收	0.42	0.47	0.77

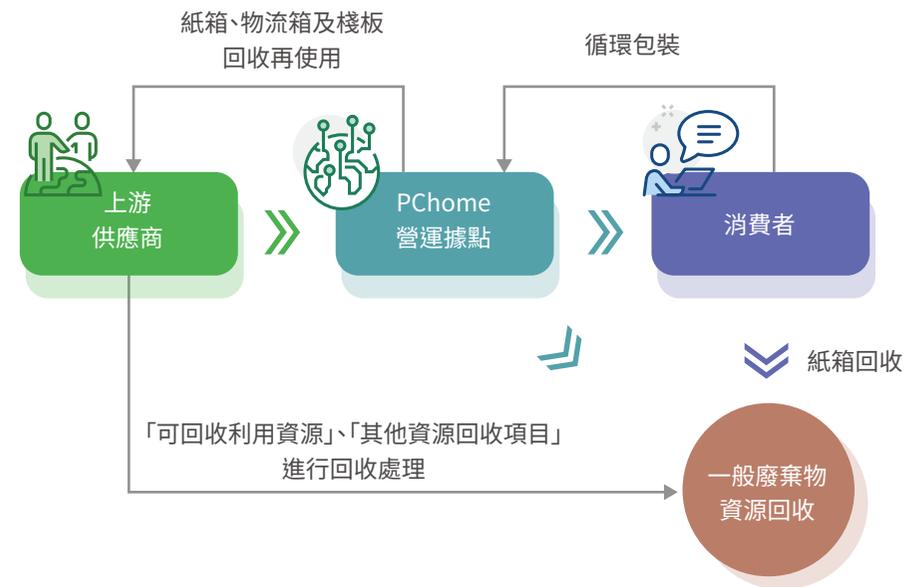
註 1：PChome 取水來源均為自來水，屬來自第三方之淡水

註 2：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

註 3：2021 年因增設站所及 2022 年納入辦公室用水量統計之故，因此總用水量及密集度皆較前兩年提升

3.3.4 廢棄物管理

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事業廢棄物。PChome 之一般廢棄物係委託外部合格之廠商清運及焚化處理，可回收再利用之資源主要為廢紙（箱），其他資源回收分類項目包含 PE 膜、綜合鐵類及寶特瓶等，皆交由合格廠商妥善進行回收處理。為減少廢棄物的產生，創造循環經濟效益，PChome 不僅透過研發環境友善包材、鼓勵消費者使用循環箱來提升資源使用效率，也與上游供應商合作紙箱、物流箱及棧板回收再使用，整合價值鏈上下游利害關係人，不遺餘力地推動資源回收再利用，將廢棄物轉化為新的再生材料。



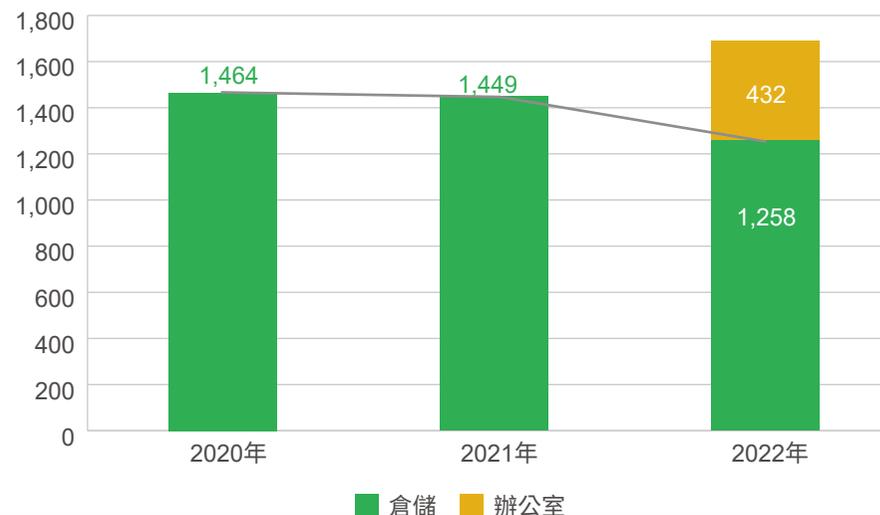
2022年除倉儲區以外將總公司廢棄物處理量納入統計，以焚化處置之一般廢棄物重量為301.2公噸，而回收再利用之廢棄物重量為1,388.9公噸。因此，2022全年廢棄物總重量為1,690.1公噸，資源回收率達82.2%，其中倉儲區的廢棄物總重量在垃圾減量的宣導下逐年遞減，PChome期望在廢棄物減量與資源回收再利用的雙軌並行下，能有效達到廢棄物管理之目標，並促使落實資源回收成為每位網家人的日常習慣。

項目	處理方式	單位	2020年	2021年	2022年	
			倉儲	倉儲	倉儲	辦公室
一般廢棄物	交由合格廠商清運及焚化	公噸	102.4	108.2	100.8	200.4
資源回收	交由合格廠商回收再利用		1,362.0	1,341.0	1,157.0	231.9
營運據點小計			1,464.4	1,449.2	1,257.8	432.3
廢棄物總重量			1,464.4	1,449.2	1,690.1	

註 1：PChome 無有害廢棄物，且均為離場處理

註 2：辦公室廢棄物重量自 2022 年開始納入統計，導致當年度廢棄物總重量增加

各營運據點廢棄物總重量 (公噸)



CH4. 職場的可靠夥伴

- 4.1 專業團隊構築
- 4.2 員工福利制度
- 4.3 人才招募與培訓
- 4.4 健康友善職場



重要之利害關係人

▶ 員工

永續發展目標



PChome 致力營建多元包容職場，提供多元招募管道，不因性別而有差別待遇。



PChome 重視員工健康及員工福利，打造健康安全的職場。



PChome 重視員工教育，提供實體及線上的多元學習管道，培育優秀人才。

永續亮點績效



職場性別平等，女性員工比例達 **56%**，女性管理職占比達 **47%**



違反勞動法令事件為 **0 件**，人權相關申訴事件 **0 件**



平均員工教育訓練總時數逐年提升，較 2021 年提升近 **3 倍**



規劃員工教育訓練課程，課程滿意度平均 **4.5 分**（滿分 5 分）

「人才」是 PChome 最重要的資產，PChome 堅信培育優秀的人才、打造平等健康快樂的職場是企業提升競爭力，邁向永續經營的不二法門，PChome 善盡台灣電子商務標竿的責任，提供優渥的經濟及非經濟的員工福利，提倡不歧視、尊重及平權的職場文化，並且投入大量資源培育電商人才，並致力打造健康安全的職場環境，希望能在這後疫情時代為台灣經濟注入活水，持續執行「堅持創新，創造價值」的理念，提供顧客最高品質的商品及服務。

管理方針

人才吸引及留任

承諾

- 營建多元包容的職場
- 提供員工完善的職涯發展
- 打造具競爭力的薪資與福利

行動方案

- 定期進行市場薪資福利調查，作為提高薪酬福利的競爭力依據
- 經營企業形象與品牌，使企業招募更加順利，並提升同仁留任率
- 為培養人才提升公司競爭力，針對不同部門之同仁提供教育訓練

評估機制

- 透過檢視績優員工留任率及人力市場現況，對外滾動式調整多元的招募策略：例如員工推薦員工、展開不同型式的產學合作方案、利用多元的社群媒體來經營雇主品牌，並執行員工心聲調查 (VOE) 來優化員工體驗。

投入資源

- PChome 在人才策略上，是以「人才培養皿」的方針在推動不同時期加入 PChome 的夥伴
- 【實習生計劃】近年透過多元的實習生計劃及產學合作方案，前進校園，超前佈署人才
- 【專業能力提昇 upskill】2022 年正式啟用訓練平台 (LMS)，讓內部知識得以有效傳遞及分享給各個工作地的同仁，也透過各部門的專業類別訓練，加強同仁於各自領域的專業能力
- 【管理趨勢能力再造 Reskill】提供管理及趨勢類的訓練，拓展同仁視野，培養專業技能外的第二專長
- 【多元講座】透過各領域職人分享演講，傳遞企業文化的精神，激發同仁內在工作動機
- 【學習獎勵】鼓勵同仁在職進修，儲備自身能力

2022 實際成效

- 至 2022 年底，共計培訓 390 位實習生，共有 152 位同學留任，留任率達 43%
- 2022 年實施第一次的員工心聲調查 (VOE)，共有 71% 同仁參與並提供回饋。其中 47% 的員工表示對工作感到滿意，41% 的員工表示對公司感到滿意
- 2022 年度員工訓練時數達 18,394.3 小時，訓練費用共投入 NT\$3,164,219 元

申訴機制

- 勞資會議
- 員工申訴信箱 (hrservice@staff.pchome.com.tw)
- 離職面談

權責單位

- 人力資源部

管理方針

職業安全與健康

承諾

- 朝「系統化」與「國際化」發展，促進和保護身心健康，完善工作條件，減少職業傷害和疾病
- 職場不法侵害「零容忍」，建立安全、尊嚴、無歧視、互相尊重及包容、機會均等之職場文化

行動方案

- 職安室規劃透過國際 ISO 45001 和 TOSHMS 職業安全衛生管理系統，以確保完善的工作條件、健康、福祉和實踐平等的承諾，並強化 ESG（環境、社會和治理）面向的組織，期許桃園各倉儲推動職業安全衛生管理系統以符合世界潮流趨勢，並有效降低工作場所之危害及風險，加速職業災害率的降低，成為電商巨頭安全衛生標竿。

投入資源

- 成立職業安全衛生委員會
- 訂定職場不法侵害管理規章
- 不定期辦理職業安全衛生教育訓練
- 不定期辦理健康促進講座

評估機制

- 依《職業安全衛生法》規定，設立「職業安全衛生委員會」，每季開會一次；委員會總人數 9 人，其中勞工代表佔 1/3。為了提供員工健康安心的工作環境，訂有職業安全衛生管理計畫，包含職場安全維護、作業環境之採樣策略規劃及監測、緊急應變處理機制、職業病預防、職場不法侵害管理辦法等，並定期進行職業安全衛生相關教育訓練課程，以提升員工健康安全意識並將傷害降到最低。
- 訂定勞工健康保護的四大計畫內容，包括執行職務遭受不法侵害預防計畫、人因性危害預防計畫、母性健康保護計畫、異常工作負荷促發疾病預防計畫，評估相關危害及高風險族群、訂定改善方法，落實保障員工的安全及健康，以及預防職業災害發生。

申訴機制

- 書面郵寄予人力資源部
- 透過勞工意見 Email 信箱寄給高階主管

權責單位

- 人力資源部之職安室

2022 實際成效

- 2022 年度無勞資糾紛
- 2022 年度無重大職業安全法規違規事項
- 2022 年共舉辦 373 場職業安全衛生教育訓練，合計參與人次達 2,463 人次，教育訓練總時數 1,128 小時

4.1 專業團隊構築

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，並提供員工一展長才的空間，不因性別、年齡、種族（國籍）、宗教信仰、婚姻狀況、政黨等因素而有不同的待遇。2022 年度未發生違反勞基法的案件。

在員工組成方面，截至 2022 年底共有 1,886 名員工，包含 14 位身心障礙同仁（佔比 0.5%）、102 位原住民同仁（佔比 5.4%）。其中，超過 5 成的員工為女性，有將近五成的女性主管，針對女性同仁提出相關福利措施，包含育嬰假及母性保護計畫等外，更保持男女平權的晉升管道，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。就同仁的年齡層而言，30 歲至 49 歲的同仁是公司的主要戰力，超過 6 成以上，值得一提的是，30 歲以下的管理職人數較 2021 年度成長 1 倍，30 至 49 歲管理職人數較 2021 年度成長 15%，顯示 PChome 看重年輕世代員工的創新思維、實踐改革的特性，讓員工參與各類專案並實際執行的權限，使新世代人才累積更多實務經驗，並給予足夠的空間發揮，激發員工的工作熱忱與發展潛能，輔以提供員工平等的升遷機會，將跨世代思維融入公司文化，希望為企業服務注入活水，以因應這個社會需求快速變化的時代，持續推進企業的競爭力。

PChome 多元人力組成

2022 年度員工多元組成

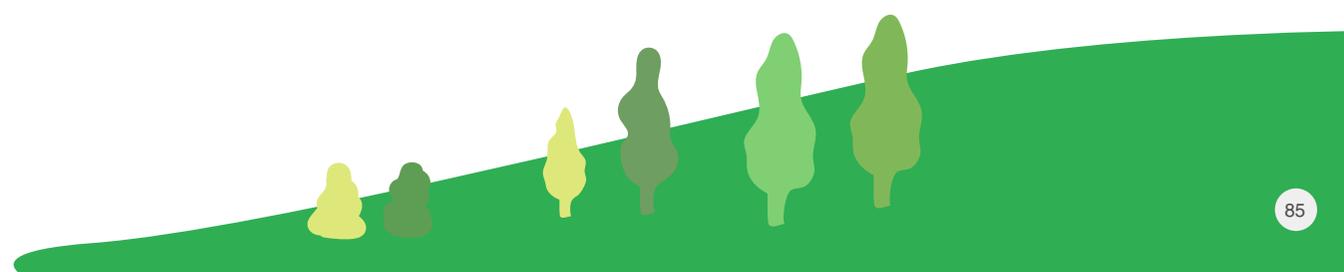
各項員工分類		員工類別							
		管理職 *		技術人員		所有其他員工		員工合計數	
		人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
性別	女	102	47%	65	42%	881	58%	1,048	56%
	男	113	53%	88	58%	637	42%	838	44%
	未揭露	0		0		0			
年齡	未滿 30 歲	7	3%	63	41%	471	31%	541	29%
	30-49 歲	192	89%	85	56%	968	64%	1,245	66%
	50 歲以上	16	8%	5	3%	79	5%	100	5%
種族 / 族裔 (國籍)	本國籍 - 非原住民	214	99%	151	99%	1,410	93%	1,775	94%
	本國籍 - 原住民	1	1%	2	1%	99	6%	102	5%
	外國籍	0		0		9	1%	9	1%
合計		215	12%	153	8%	1,518	80%	1,886	100%

* 管理職定義為有人員管理責任之主管，但不包含治理單位。

PChome 近三年人力組成架構

PChome 歷年人力逐漸成長，人力組成架構正職員工及全職員工均佔9成以上且幾乎聘自台灣地區，對台灣在地市場了解，有穩定的戰力，就年齡結構而言，30歲至49歲的員工佔6成以上，歷年約略相等。

			2020年				2021年				2022年			
			女	男	合計	百分比	女	男	合計	百分比	女	男	合計	百分比
勞雇合約	正職員工	台灣地區	910	745	1,655	96.3%	1,031	824	1,855	97.4%	1,036	828	1,864	98.8%
		其他地區	2	1	3	0.1%	4	1	5	0.3%	7	2	9	0.4%
	臨時員工	台灣地區	5	5	10	0.5%	4	2	6	0.3%	2	3	5	0.4%
		其他地區	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0%	0%
	實習生	台灣地區	31	20	51	3.1%	19	18	37	2.0%	3	5	8	0.4%
		其他地區	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0%	0%
勞雇類型	全職員工	台灣地區	938	755	1,693	98.5%	1,051	833	1,884	99.0%	1,039	833	1,872	99.2%
		其他地區	2	1	3	0.2%	4	1	5	0.3%	7	2	9	0.5%
	兼職員工	台灣地區	8	15	23	1.3%	3	11	14	0.7%	2	3	5	0.3%
		其他地區	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0	0%
年齡	未滿 30 歲		327	220	547	32%	352	235	587	30%	332	209	541	29%
	30-49 歲		590	513	1,103	64%	665	565	1,230	65%	672	573	1,245	66%
	50 歲以上		31	38	69	4%	41	45	86	5%	44	56	100	5%



4.2 員工福利制度

PChome 提供優於業界水平的薪資福利，以招募具潛力的電商人才，包含：優於勞基法的特休天數、三班制彈性工時、語言學習獎勵金、在職進修補助、節慶禮金等，並且不斷精進推出員購優惠及福委會活動，讓企業優秀人才得以留任，打造健康快樂的職場環境，與工作夥伴們一同成長，一同共享經營成果，提升員工的職場幸福感。

4.2.1 有競爭力的薪資制度

PChome 一路以來都將員工視為企業的核心，為了吸引與留任優秀人才，PChome 致力於提供優於業界平均水準的薪資制度，為提供員工基本之薪資保障，人力資源部每年定期依據勞動部公告當年度最低薪資為標準檢視薪酬水準並執行審查，以提供合理且具競爭力的薪酬制度，近三年來，PChome 之基本薪資優於台灣地區基本薪資。

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（例如：交通補貼、育兒補貼）。2022 年度，公司最高個人年度總薪酬與其他員工（不包含該薪酬最高之個人）之中位數比率為 26.47，但在後疫情時代，電商經營面臨挑戰，公司最高個人年度總薪酬調升百分比與組織其他員工（不包含該薪酬最高之個人）平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比率為 -18.08，PChome 為落實公平、公正的雇用原則，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，按照公司的績效考核管理規章進行績效評估，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。綜觀近三年來，女男基本薪資及薪酬的平均比率趨於穩定。



女男基本薪資比例

員工類別	2020 年度		2021 年度		2022 年度	
	管理職	非管理職	管理職	非管理職	管理職	非管理職
女性	0.95	1.23	1.06	1.22	0.91	1.34
男性	1	1	1	1	1	1

註：女男薪酬比例以男性固定為 1

女男薪酬比例

員工類別	2020 年度		2021 年度		2022 年度	
	管理職	非管理職	管理職	非管理職	管理職	非管理職
女性	0.91	1.14	1.01	1.13	0.86	1.25
男性	1	1	1	1	1	1

註：女男薪酬比例以男性固定為 1。

基本薪資與當地基本薪資的比例

員工類別	2020 年度	2021 年度	2022 年度
女性	1.03	1.05	1.01
男性	1.03	1.05	1

4.2.2 豐富的員工福利

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，共同設計符合員工需求的福利政策及活動，主要分為：薪資福利、身心健康、生活照顧、員工同樂及進修獎勵六大類，打造一個舒適、富有彈性又有溫度的職場環境，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增加與彼此交流的機會，凝聚公司同仁的向心力。

PChome 員工福利內容

1. 薪資福利	<ul style="list-style-type: none"> 員工到職即享有團體保險，包含：意外險、傷害醫療、住院醫療、定期壽險、癌症險等一次到位 到職日滿六個月起即享有優於勞基法的休假制度 勞工退休金提撥 保證年薪 13 個月 端午節、中秋節及生日禮金 三班制彈性工時 免費咖啡、開工紅包
2. 節日歡慶	<ul style="list-style-type: none"> 生日禮金 五一勞動節禮金 中秋節禮金 端午節 / 雙 11 快閃活動 雙 11 購物禮金 節慶下午茶
3. 身心健康	<ul style="list-style-type: none"> 提供員工健康檢查 舉辦健康促進及心理師諮商講座
4. 生活照顧	<ul style="list-style-type: none"> 發放生育禮金，提供育嬰假等母性保護計畫 結婚禮金、員工及家屬死亡慰問金、特約商店優惠、貸款購車優惠
5. 員工同樂	<ul style="list-style-type: none"> 年終聚餐補助金、不定期團購優惠 社團活動
6. 進修獎勵	<ul style="list-style-type: none"> 提供英 / 日語獎勵補助 在職期間經公司核可於教育部認可之公（私）立大學研究所攻讀碩士學位，且進修科系與現行職務有關

三班制彈性工時

延續 2021 年，PChome 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，體貼員工同時照顧家庭及兼顧工作的需求，藉此提升員工工作效率，維持職場彈性。

員工酬勞分配及認股辦法

員工酬勞分配及認股是讓員工實際共享公司營運成果，並將員工表現與公司營運目標相結合，留下優秀的人才。依據 PChome 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。

語言獎勵及在職進修補助

PChome 鼓勵員工持續進修外語課程及參加英語 TOEIC 及日語 JLPT 測驗，並依據興趣及需求進行在職進修，提倡終身學習，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 將提供語言獎勵金；員工依據相關辦法規定申請在職進修，符合規定時，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能力方面持續進益。

母性健康保護計畫

PChome 超過 5 成的員工為女性，為保障女性同仁的權益，PChome 嚴守「性別工作平等法」與「育嬰留職停薪辦法」，落實育嬰留職停薪的相關規範，讓同仁們在生育期間能夠安心兼顧家庭與工作，減輕同仁們照顧家庭的壓力，也鼓勵同仁們在育嬰假期間到後可以重返工作崗位，讓個人的職涯發展不受影響。

近 3 年育嬰留停統計：

員工類別	2020		2021		2022	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
當年度享有育嬰假的員工總數 (A)	14	38	38	82	54	110
當年度實際使用育嬰假的員工總數 (B)	1	34	7	31	6	24
申請率 (B/A)	7%	89%	18%	38%	11%	22%
當年度育嬰假後應該復職的員工總數 (C)	4	31	4	21	4	18
當年度育嬰假後實際復職的員工總數 (D)	4	26	3	18	1	8
復職率 (D/C)	100%	84%	75%	86%	25%	44%
上一年度育嬰留停復職的員工總數 (E)	11	21	3	25	3	20
上一年度育嬰留停復職後持續工作一年的員工總數 (F)	7	16	3	21	3	15
留任率 (F/E)	64%	76%	100%	84%	100%	75%

另外，PChome 透過訂立母性保護計畫政策來落實母性相關權益，維護女性同仁在懷孕、產後、哺乳期間，能在家庭與工作上維持平衡及身心健康。PChome 從女性同仁知曉懷孕起，主動和同仁說明，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」，以此做為後續提供孕期的健康指導、管理與危害控制建議的評估依據。同時，本公司將檢視懷孕同仁的工作環境，協助改善並移除潛在的危害因子，邀請專業醫師提供面談指導，協助同仁解決孕期身心靈上的疑難雜症，並在各個辦公場域都有設置哺乳室，該哺乳室通過台北市政府衛生局優良哺乳室證。為了讓公司的母性保護計畫更臻完善並切中同仁的需求，PChome 徵詢同仁的意見，持續檢視並調整相關的措施，希望能讓同仁們安心生育，兼顧家庭與工作，給予員工更完善的照護。

照護員工退休生活

作為員工堅強的後盾，PChome 恪守法規，依據「勞動基準法」及「勞工退休金條例」訂定之員工退休辦法，分別訂定確定福利之退休金辦法（舊制退休金）及確定提撥之退休金辦法（新制退休金），符合新制退休金辦法之員工，公司依月投保金額 6% 按月提繳至員工個人勞保局的勞工退休金專戶，符合舊制退休金辦法之員工，公司每月按薪資 2% 提撥退休準備金，由勞工退休準備金監督委員會負責管理，以其名義存入台灣銀行，並在每年年底委託精算師，依據國際會計準則第 19 號之精算評估報告，估計每年 12 月 31 日應準備之退休金負債，保障員工的權益。

近三年來，PChome 每年底均有退休金淨資產，顯示公司超額提撥退休金至台灣銀行退休金專戶，力行保障員工退休福利。

項目	2020 年	2021 年	2022 年
退休金計畫名稱	舊制退休金	舊制退休金	舊制退休金
估計退休金淨資產	9,115	3,935	32,491

(單位：新台幣仟元)

活力滿滿社團活動

PChome 鼓勵員工成立與參與社團或相關集會，期待透過社團活動的參與，豐富員工的生活，打造活力滿滿、充滿元氣的職場環境，讓員工在工作之餘，可以放鬆紓壓，同時培養自己多元的興趣與專長。本公司目前一共成立了 11 個社團，社團主題橫跨運動、生活、學習、娛樂、心靈成長等面向。

社團名稱	活動內容
織友社	為鼓勵同仁開發第二專長及興趣，讓同仁學習體驗手工編織的樂趣。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	除了對外支持籃球運動，對內也提倡運動風氣，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，增加員工的向心力。
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，減少 3C 職業病的產生。
咖啡社	咖啡是新一代的國民飲品，提供咖啡暢飲，不定期換豆，讓大家品嚐不同的咖啡風味，進而提升同仁工作效率。
網家書齋	閱讀的知識性書籍為主的讀書，並由成員共同決定閱讀書籍。每兩週舉辦一次聚會，由參與者輪流導讀書中的章節，除了豐富同仁的視野，也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簡報的能力。
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，在懸疑又有趣的情境中，訓練同仁邏輯思考應用、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	適合男女、老少咸宜的格鬥運動，除了可增加身體的柔韌性、協調性、反應能力外，更能提高身體的敏捷度，同時又能紓解壓力，有益身心靈健康。
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。
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。
心靈洗滌社	希望藉由社課活動，包括冥想、親近大自然、電影欣賞，洗去雜塵，讓社員達到身心靈放鬆、洗滌之效益。

4.2.3 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，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，先由員工自評後給直屬主管初評，再經處級主管覆評，最後由部級主管核決，同時將員工之績效評比與薪資及獎金連結，達到激勵員工的目標。

就治理單位的考核，PChome 依法成立薪酬委員會，以專業客觀之地位，就本公司董事、監察人及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，並向董事會提出建議，以供其決策之參考。該委員會成員人數不少於三人，由董事會決議委任之，其中一人為召集人。而該委員會成員對於其個人薪資報酬之決定，不得加入討論及表決，且對於會議事項，與其自身或其所代表之法人有利害關係，致有害於公司利益之虞者，應予迴避。

2022 年度績效考核員工比例

類別	男性			女性		
	受績效考核人數	總人數	受績效考核比例	受績效考核人數	總人數	受績效考核比例
總公司 - 主管	57	57	100%	57	62	92%
總公司 - 非主管	249	251	99%	516	546	95%
倉庫同仁 - 主管	107	107	100%	63	63	100%
倉庫同仁 - 非主管	356	430	83%	307	377	81%
合計	769	845	91%	943	1,048	90%

註 1：因績效考核時期有人員異動，故受績效考核總人數與章節 4.1.1 多元人才組成之總員工人數有差異

註 2：PChome 於 2022 年度績效考核之對象須滿三個月包含：正職員工、2022 年 9 月 30 日前到職員工、2022 年當年度留職停薪 6 個月（含）以內之員工，未符合上述條件之員工，依 2022 年公司整體獎酬辦法給予



4.3 人才招募與培育

4.3.1 多元人才招募計畫

PChome 的理念是「堅持創新、創造價值」，致力推展創新服務。PChome 深信「人才」是推進企業的核心動能，是提升企業競爭力的根本，PChome 不斷地積極投入資源延攬各方優秀人才，開出的職缺包含 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、運籌物流管理等多元服務，力邀對電子商務充滿熱情、能迅速應變這快速變遷商業環境的 π 型人才，並超前部屬、深入校園，培育年輕族群加入 PChome 團隊，一同打造台灣網路新服務的標竿，帶領台灣加入全球新商務時代。

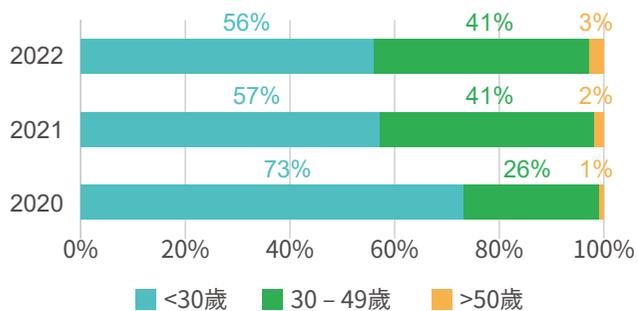
近三年新進及離職員工統計

年齡	性別	新進員工						離職員工					
		2020		2021		2022		2020		2021		2022	
		人數	比例										
<30 歲	女	148	45%	194	55%	202	61%	135	41%	136	39%	170	51%
	男	67	30%	143	61%	101	48%	83	38%	93	40%	89	43%
30 – 49 歲	女	57	10%	132	20%	110	16%	100	17%	106	16%	162	24%
	男	21	4%	112	20%	113	20%	56	11%	89	16%	129	23%
>50 歲	女	1	3%	6	15%	7	16%	6	19%	4	10%	11	25%
	男	2	5%	7	16%	10	18%	7	18%	2	4%	14	25%
全體	女	206	22%	332	31%	319	30%	241	25%	246	23%	343	33%
	男	90	12%	262	31%	224	27%	146	19%	184	22%	232	28%
	合計	296	17%	594	31%	543	29%	387	23%	430	23%	575	30%

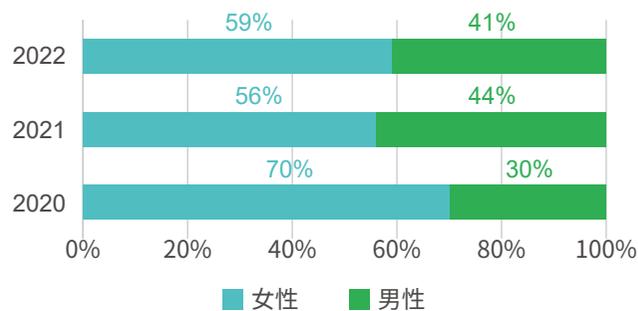
註 1：新進、離職員工比例 = 新進、離職員工人數 / 該年齡層、該性別員工總人數

註 2：聘僱之員工全數分布在台灣

新進員工年齡層占比

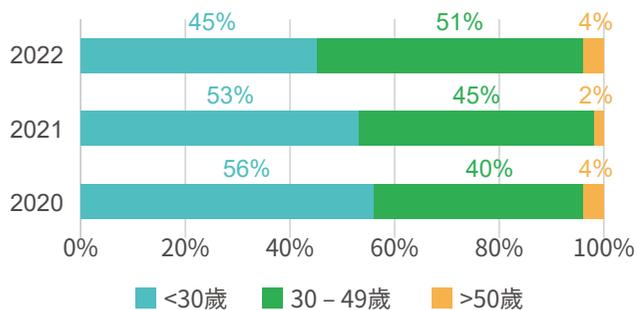


新進員工性別占比

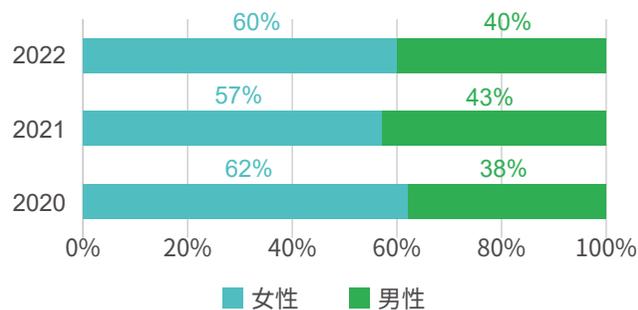


性別	2022	
	人數	佔總員工數百分比
自願離職	558	29.60%
非自願離職	17	0.90%
合計	575	30.49%

離職員工年齡層占比



離職員工性別占比



2022 年產學實習與合作

名稱



實習內容

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

一年期實習計畫，與學校合作招募為期一年的產學實習，透過日常部門的工作任務執行，習得該領域的專業知識與技能

提供大專院校的在學學士 / 碩士生，於課餘時間提前進入職場實踐並應用所學專業，同時瞭解職場生態累積實務經驗。時間及空間由學生與單位主管約定為主，每週不低於 20 小時，工作以專業性質為主

工作內容

主管依部門工作性質指派專案主題，由實習生進行產出

主管依部門工作性質指派工作內容，交由產學實習生完成

主管依部門工作性質，指派本質學能相關的專案，交由職場體驗實習生完成

如何參與

由實習生自行投遞履歷，每年 3 月展開招募活動

與學校簽定合約，每年 3 月與學校聯繫展開招募活動

依各單位專案需求，不定期開放名額，公佈於招募平台中，由實習生自行投遞

成效

- 2022 年共招募 12 位暑期實習生
- 依據問卷調查結果，超過 9 成實習生滿意暑期豐富課程訓練
- 帶進新世代創新思維

2022 年共招募 31 位產學實習生

2022 年共計招募 3 名職場體驗實習生

開箱你的無限可能

激發 Z 世代的創意競賽，透過多元主題如：「PChome24h 購物體驗」、「行銷活動發想」、「客製化型錄與搜尋結果推薦」以及「使用者介面建議」，讓 Z 世代的優秀人才激發許多新穎的創意，也讓 PChome 能夠更了解年輕族群的視角及觀點，希望能規劃出更豐富、更貼近數位原生世代的多元服務。



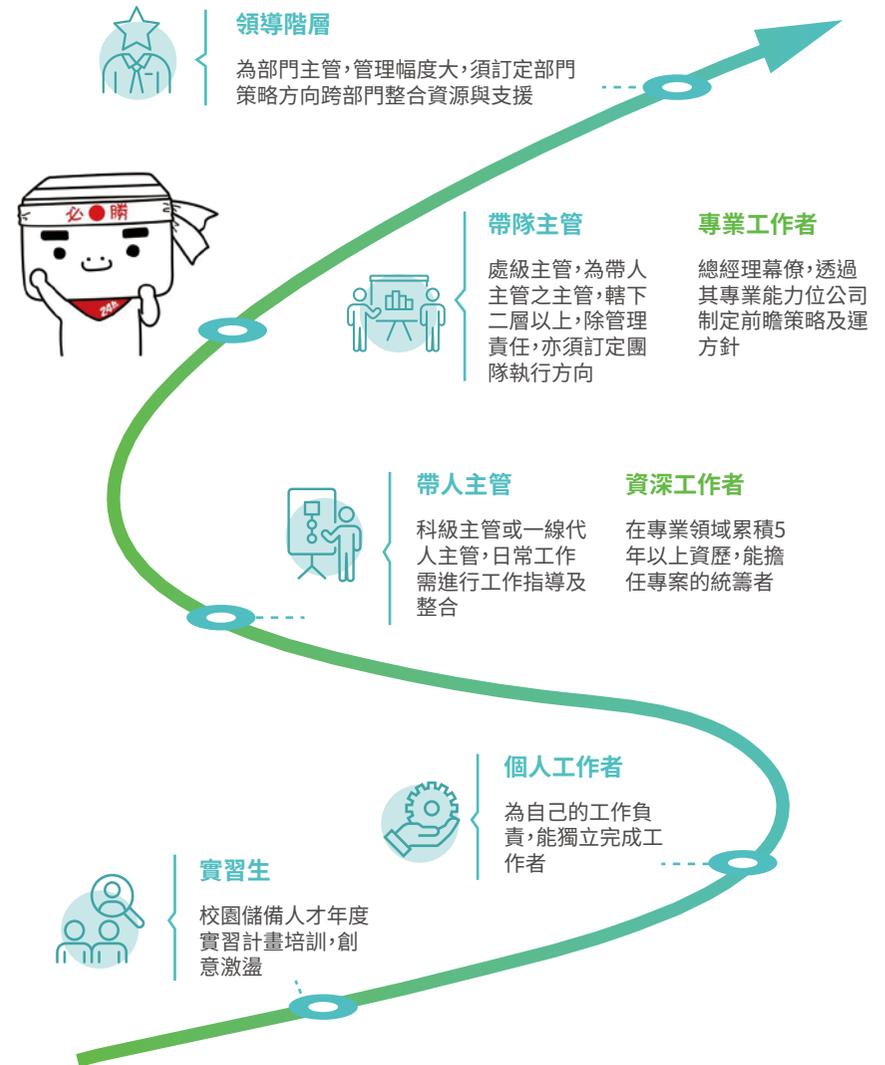
4.3.2 專業人才培育計畫

PCHome 建立員工發展職能地圖，將職能體系分為三個發展層次，從「網家職能」培養出發，讓同仁們具備身為網家人必備的專業知識，到進階的「工作職能」及「核心職能」，全力提升同仁們工作的效率及效果，包含專業知識及職場軟實力，進而發展到「商業職能」及「領導職能」的終極目標，讓同仁們可以具備商業思維及培養領導能力，以發揮影響力，亦針對法規要求的人員設定「法規職能」，針對這五大職能設計完整的培訓計畫，同時綜合考量同仁的年資、績效表現、個人意願及擅長項目等，量身打造適合同仁們的訓練課程，讓同仁可以了解自己在公司的職涯發展地圖，成為兼具執行力及領導力的電商人才。

PCHome 三階段五大職能



PCHome 職涯發展地圖



教育訓練課程

PChome 每年均投入大量的資源舉行各種教育訓練課程，包含：新進人員職前訓練、職務基礎訓練、職務專業訓練、企業外訓等。因應後疫情時代的市場環境變革，公司會檢視訓練教材，評估訓練教材是否有調整之需要，讓同仁可以獲取當下最新，最切合公司走向及同仁需求的專業知識。另外，為了讓員工可以更有彈性的運用時間吸取專業知識，PChome 更安排了大量的線上訓練課程，並且購買線上學習的影片及資料庫，讓同仁們不受時間及空間的限制，自由的安排自己的時間，在衝刺事業的同時，也能達到自我進修成長的雙贏目的。

依據五大職能，PChome 安排各類必修課及同仁選修課，同仁在必修課修畢之餘，可以視自己的興趣及需求參與選修課，2022 年度受訓總人次超過 4,700 人次，完訓率達 100%！

職能	培訓課程	受訓同仁	完訓總人數	完訓百分比
工作職能	<ul style="list-style-type: none"> 技術研發研討會 物流系統知識 資安意識_勒索軟體 TIPS 權責人員教育訓練 堆高機操作人員培訓課程 	部門指定派訓 同仁自行選修精進	1,819	100%
商業職能	<ul style="list-style-type: none"> 知識萃取工作坊 專案管理一日特訓 創新科技講座 	自由選修	332	100%
網家職能	<ul style="list-style-type: none"> 員工績效溝通訓練課程 新進人員教育訓練 	全體同仁必修課	2,016	100%
領導職能	<ul style="list-style-type: none"> 主管必備勞動法令與管理應用實務 招募面談技巧 	帶人主管必修	300	100%
法規職能	<ul style="list-style-type: none"> 新人法律教育訓練 	法規規範人員	144	100%

2022 年度員工訓練範疇增加，涵蓋技術部門辦理「系統開發課程」及「知識分享會」、人力資源部門籌辦「內部講師培訓班」及「知識萃取工作坊」等，傳承公司內部知識。2022 年度訓練總時數為 18,394.3 小時，將近為 2021 年度的 3 倍，尤其是非主管人員的訓練總時數，較 2021 年度成長 4 倍，就整體員工平均總訓練時數而言，2022 年度為每人 9.75 小時，將近是 2021 年度的每人 3.31 小時的 3 倍，且教育訓練滿意度調查結果為 4.5/5 分。可見 PChome 在 2022 年度擴大整體員工教育訓練的範圍，彈性運用雲端科技及網際網絡，讓學習資源可以普及每位同仁，用最有效率的方式提升同仁整體的專業能力，持續推進公司的競爭力。

教育訓練總時數及平均時數統計

		2020		2021		2022	
		平均	總時數	平均	總時數	平均	總時數
性別	女	1.10	1,047.5	3.11	3,292	9.76	10,230.8
	男	2.08	1,604	3.56	3,007	9.74	8,163.5
職級	主管人員	4.08	824.5	13.84	2,546	11.62	2,497.5
	非主管人員	1.20	1,827	2.18	3,753	9.51	15,896.8

註 1：平均時數 = 該類別訓練總時數 / 該類別員工總數

註 2：部分線上學習課程係同一部門一組帳號，該部門同仁均可上線學習，時數計算以該線上學習課程播放一次之小時數計算

註 3：網家集團培育人才係以集團整體為考量，故時有集團內人員轉調之情事，讓同仁適才適所發揮所長，上表之時數統計，係以截至年底為網家員工之當年度訓練小時總數計算

新進人員職前訓練

PChome 近三年每年新進同仁佔整體員工 2 至 3 成，為了讓新進生力軍快速融入 PChome，於新進同仁入職第一天安排新人教育訓練，介紹組織架構、資訊網路系統操作、勞工安全衛生及認識公司內部環境，同時說明員工福利政策、獎勵補助等資訊。除此之外，強調 PChome 的公司文化及核心價值，讓新進同仁成為網家即戰力。

職務基礎訓練

新進同仁入職後，公司也會依據同仁不同的工作職掌，安排各種不同的基礎訓練，例如：電動拖板車教育訓練、倉庫實地訓練等，讓同仁們可以快速掌握工作內容，也希望透過一連串的基礎訓練，強調工作環境的安全規章及管理制度，包含倉儲、運輸等現場作業人員的工作安全，提升同仁的工作安全意識，以保護自身的工作安全，也保護整體健康安全的工作環境。



4.4 健康友善職場

4.4.1 職業安全衛生管理

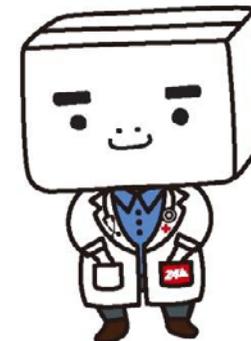
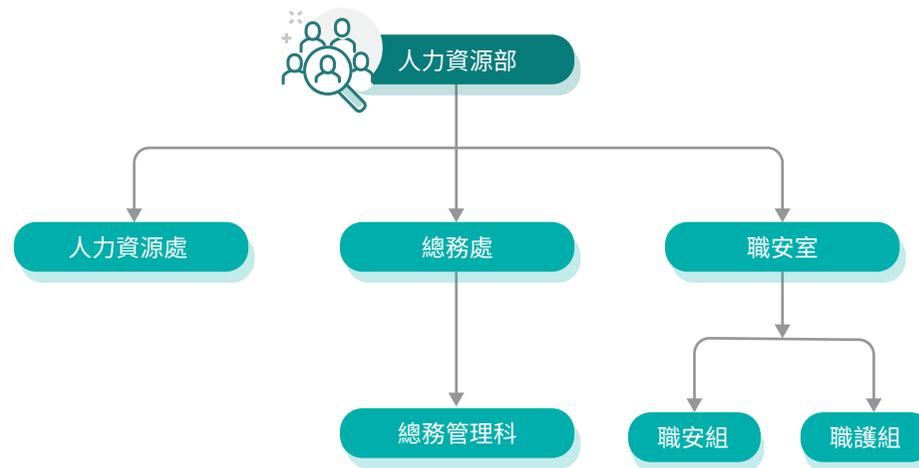
職業安全衛生委員會

為保障公司所有員工的職業安全健康，PCHome 恪守職業安全衛生法，設置職安室，並設有職業安全衛生委員會，委員會之成員組成勞工代表佔委員人數三分之一以上，勞方代表由勞資會議之勞方代表擔任，若人數不足委員人數三分之一以上時，則由勞工共同推選。委員會開會頻率為每三個月召開一次，必要時得召開臨時會議：

- ✓ 針對職業安全衛生政策提出建議
- ✓ 研議事業單位自動檢查及安全衛生稽核事項
- ✓ 協調、建議安全衛生自主管理計畫
- ✓ 研議機械、設備或原料、材料危害之預防措施
- ✓ 研議安全、衛生教育訓練實施計劃
- ✓ 研議作業環境監測結果應採取對策
- ✓ 研議健康管理及健康促進事項
- ✓ 現場安全衛生管理事項報告
- ✓ 研議職業災害調查報告

同時員工得參與職業安全衛生相關提案，每季至少一次，定期於公司職業安全衛生委員會檢討各單位績效指標，職業安全衛生委員會於蒐集各工作者之意見後，會針對職業安全衛生管理計畫方針進行修正，以規劃優於法規之規範，以防止職業災害，保障工作者安全及健康。

PCHome 職業安全衛生管理組織



職業安全衛生風險管理

PChome 透過「自動檢查計畫」，落實執行職業災害防止暨自動檢查，以達到零災害目標。PChome 設有「安全衛生管理」、「安全衛生教育及訓練」、「標準作業程序及工作安全分析」、「安全衛生檢查」、「緊急應變」、「健康管理與促進」等六個方針，訂定各項管理辦法及規範，並將防止職業災害列入廠區最優先管理項目。各項執行方針彙列如下：

六大執行方針	內容說明
安全衛生管理	定期向檢查機構報核涵蓋災害統計、災害調查分析、召開職業安全衛生委員會會議、災害預防管理巡查及承攬商廠商管理
安全衛生教育及訓練	定期執行各類環境安全衛生相關課程，包含：新進同仁教育訓練、一般勞工在職教育訓練、堆高機、拖板車、急救人員、AED+CPR、職業安全衛生業務主管教育訓練、防火管理人教育等
標準作業程序及工作安全分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訂定操作規範 2. 維護規範與安全工作程序 3. 訂安全衛生工作守則
安全衛生檢查	針對各種工作環境、設施與消防進行定期性檢驗作業，亦包含每半年一次的作業環境二氧化碳監測、作業環境之照度與噪音測定，及 5S 評核（整理、整頓、清潔、清掃、紀律），相關缺失將通知現場主管及幹部進行改善
緊急應變	<ol style="list-style-type: none"> 1. 排定年度的應變計畫，實施緊急應變狀況演練 2. 敦南職場於各樓層皆設置 AED 設備，並指派部門代表參與 AED 訓練，以利當意外發生時能第一時間進行處置 3. 桃園倉儲則於職場重要出入口或人員密集區域設置 AED 設備
健康管理與促進	<ol style="list-style-type: none"> 1. 購置醫療耗材、新進人員體格檢查、在職人員的健康檢查與異常追蹤管理 2. 各年度依據上年度健康分析結果規劃年度健康促進計畫及活動

同時，為了有效打造健康安全的職場環境，PChome 為辨識職場中可能存在之危害風險，設有建置作業中發生之事故或職業災害通報機制，接獲通報後進行事件調查釐清事情發生經過，確認現場人員、環境、設備有無損傷，並檢討作業過程中有無缺失或環境不佳等狀況進行檢討與改善。另外，PChome 定期對於事故、職災案件進行統計，了解現場較高發生之事故或災害類型，發現大多數之職業災害類型為人為疏失產生之機具碰撞和人因性的肌肉骨骼傷害，針對該災害類型，PChome 展開安全衛生宣導、現場環境巡視等措施及 5S 評核（整理、整頓、清潔、清掃、紀律），相關缺失通知現場主管及幹部進行改善，同時提供同仁正確的安全衛生教育資訊與知識，預防該職業災害事件再次發生。

針對員工健康方面，PChome 透過員工健康問卷進行風險評估，並安排醫師訪談；另外，透過員工健康檢查辨識高風險族群，包含異常工作負荷促發疾病、重複性肌肉骨骼疾病等，針對高風險族群安排醫師訪談、提出書面告知風險、衛生教育指導、工作調整等適性工作評估與建議，並依據員工本年度評估結果，進行相關危害的改善，規劃下年度健康促進活動。

在多重職業安全衛生系統的防護與檢視下，2022 年度 PChome 年並無任何違反職災的重大法規之情事，亦無任何受主管機關制裁及罰款紀錄。2022 年職業傷害統計如下：

	員工	非員工
主要職業傷害類型	肌肉骨骼傷害	碰撞
總經歷工時	1,971,221	423,606
一般職業傷害人次 (可記錄)	10	1
損工日數	325	1
可記錄之職業傷害比率	5.07	2.36
損工日數比率	164.87	2.36
綜合傷害指數	0.91	0.07
嚴重職業傷害人次 / 比率	0	0
職業傷害所造成的死亡人數 / 比率	0	0
公司後續改善計畫	<ul style="list-style-type: none"> ● 加強各項安全衛生教育訓練 ● 進行適性工作調整 ● 不定時提供同仁健康關懷 	

4.4.2 職場健康促進活動

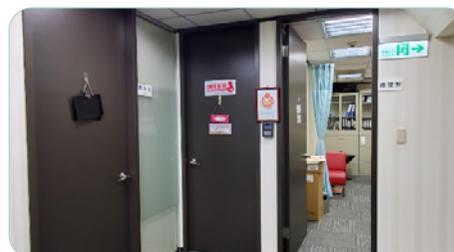
PChome 相信唯有健康安全的職場，才能讓網家人安心工作，保持身心靈的健康，企業才能邁向永續，進而為顧客提供最高品質的服務。因此，為了守護同仁的健康，PChome 提供舒適安全的工作環境，進行一系列的職業安全衛生訓練課程，並推出一系列的健康促進活動，邁向幸福企業。

舒適安全的工作環境

- ☆ 建立舒適的工作環境，讓同仁在開放的工作環境下發揮創意
- ☆ 設置護理室，照顧同仁的健康
- ☆ 設置哺乳室，完善母性保護計畫
- ☆ 備妥 AED 設備，隨時因應緊急需求
- ☆ 確保倉儲環境明亮乾淨，降低潛在危險因子



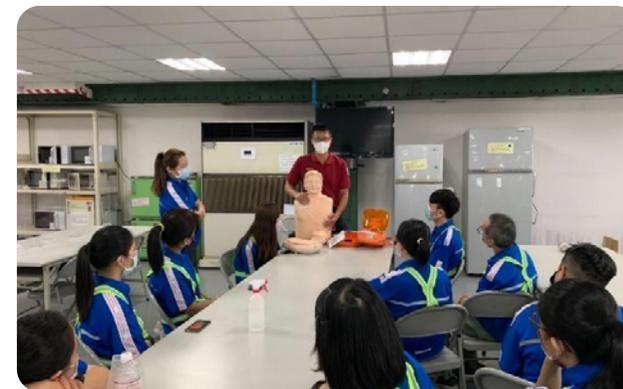
▲ 舒適工作環境



▲ 哺乳室與 AED 設置

2022 年度職業安全衛生訓練課程

類別	訓練課程	訓練課程內容說明	頻率及參與人數
一般職業安全訓練	職業安全衛生新進人員教育訓練	職業安全衛生相關法令介紹、防疫政策及注意事項宣導	辦理場次：1 次 參與人數：53 人
	消防逃生演練	模擬火災發生於消防人員抵達前，場所內部人員在確保自身安全之前提下，能迅速進行狀況判斷，有效進行避難引導及應變	敦南辦公室參與率達 78%
倉儲及工程職業安全訓練	職業安全衛生新進及一般在職人員教育訓練	職業安全衛生相關法令介紹、防疫政策及注意事項宣導、調倉人員現場安全衛生宣導	辦理場次：105 次 參與人數：399 人
	操作機具訓練	堆高機安全宣導會、主管 / 幹部安全衛生宣導會、種子幹部進行教育訓練、堆高機操作人員複訓、電拖鋰電系統充電步驟及注意事項說明	辦理場次：94 次 參與人數：1,589 人
	承攬商作業現場危害告知	堆高機外借填單及危害告知、更換內哨自動玻璃門、升降設備（大貨梯）自動門修繕、消防設備維修	辦理場次：164 次 參與人數：356 人
	安全衛生宣導	職業安全衛生宣導會議、電動機具安全宣導	辦理場次：7 次 參與人數：51 人
	承攬商安全會議	每月一次工程安全會議，透過照片檢討現場缺失進行改善	辦理場次：2 次 參與人數：15 人
消防與急救訓練	急救技能	透過課程及實作，使同仁對於急救知能有基本認識，如遇緊急事故發生時，能第一時間施予心肺復甦術及操作自動體外心臟電擊去顫器。敦南辦公室係分階段受訓，第一階段為 2022 年，部門受訓代表，總計 36 位部門代表參與，第二階段為 2023 年，預計敦南辦公室各部門受訓率達 70%	辦理場次：1 次 參與人數：36 人



▲ 消防與急救訓練

加油加油加油~



2022 年度健康促進活動

除了必備的職業安全教育訓練，我們也理解在現代的工作環境中，同仁們長時間的坐在辦公室，因為工作壓力及忙碌可能忽略健康飲食及適當的紓解压力的重要性，而導致暴露在罹患身心疾病的風險中。PCHome 重視的不只是法規要求的職業安全規範，更重視每一位同仁是否快樂健康的工作與生活，因此推出一系列的講座及活動，讓同仁們有舒緩的方法及管道，同時，也在課後安排課後滿意度調查，檢視講座的安排是否切合同仁的需求。

健康促進活動與宣導	活動內容說明	頻率及參與人數
人因保護	下背痛防治與健檢講座	辦理場次：2 次 參與人數：45 人
職業安全衛生委員會	「冬日慎防心血管疾病」衛教宣導 「不良姿勢危害」衛教宣導 「網家防疫中心 - 防疫指引」宣導	辦理場次：3 次 參與人數：29 人
團體諮商	心理師諮商講座	辦理場次：2 次 參與人數：24 人
醫護人員辦理勞工健康服務事項	工作相關傷病之預防、健康諮詢與急救及緊急處置	辦理場次：105 次 參與人數：1,621 人
醫師臨場服務	敦南二個月一次，倉庫每個月一次職醫臨場訪談	辦理場次：7 次 參與人數：131 人
員工健康檢查 – 一般健康檢查	依法規定執行員工健康檢查，每年度皆實施健康檢查，讓同仁能了解掌握身體狀況，適時尋求醫療協助，讓員工能持續於發揮所長。2022 年度敦南總公司辦理員工健檢時間，原配合醫療院所皆已滿額，故開放同仁可自由選擇醫療院所完成健檢；桃園各倉儲同仁則參與公司安排之巡迴健檢於公司上班時間完成健檢，無須額外請假完成檢查，並搭配與醫療院所談定之優惠加值項目讓同仁自由選擇，以提高同仁定期健檢意願，追蹤掌握個人健康狀況	總參與健檢人數 1,352 人，佔全體員工 72.4%

4.4.3 和諧的勞資關係

PChome 積極打造平等、互敬互重的職場，善盡企業社會責任，落實人權保障，並形塑有尊嚴的工作環境，認同並支持「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、「聯合國企業與人權指導原則」、「國際勞動組織公約」等各項國際人權公約，訂定人權管理政策：

- 尊重職場人權，落實就業、雇用、薪酬、福利、訓練、考評及升遷的平等與公允
- 提供安全與健康的工作環境
- 保障結社自由及團體協商權
- 建立暢通勞資溝通管道，確保下情上達
- 資訊安全及個人資料保護
- 人權政策宣導
- 定期檢視人權管理政策及相關作為



以此制定七大管理原則：

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
人道待遇	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，杜絕任何職場中的不人道待遇
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
工時管理	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，也提供三班工時制度，讓同仁彈性上下班，以及優於法規的休假制度，讓同仁工作時間有更多彈性
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
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
營運活動變更預告	為確實保障員工工作權益，若公司發生重大營運變化或要終止與員工之勞雇關係，與員工之勞動契約皆依政府規定終止，依照勞基法第 11 條或第 13 條但書規定終止勞動契約者，其預告期間依下列規定辦理： <ul style="list-style-type: none"> ● 繼續工作 3 個月以上未滿 1 年者，於 10 日前預告之 ● 繼續工作 1 年以上未滿 3 年者，於 20 日前預告之 ● 繼續工作 3 年以上者，於 30 日前預告之

PChome 部門主管與職安室分別定期以「職場不法侵害行為自主檢核表」及「執行職務遭受不法侵害預防計畫」，以檢視員工的職場安全，保障員工權益。

同時，PChome 建立內部管理機制和與員工的會議來與員工溝通，並依據「勞資會議實施辦法」於每季定期辦理勞資會議，邀請勞方代表針對不同的議題陳述員工意見，由勞資雙方代表在交心會議上討論員工關心的議題，並制定未來的解決方案，以建立勞資雙方的共識，齊心合作一同成長。員工個人若有意見時，公司也歡迎員工將意見以書面的方式郵寄至人力資源單位或直接寄送給人力資源主管，同時，公司內部也設有電子信箱，員工可透過該電子信箱直接將意見反應予高階主管，若員工覺得自身權益受損，也可以透過上述管道進行申訴。2022 年，公司內部勞資關係和諧，未有任何糾紛。

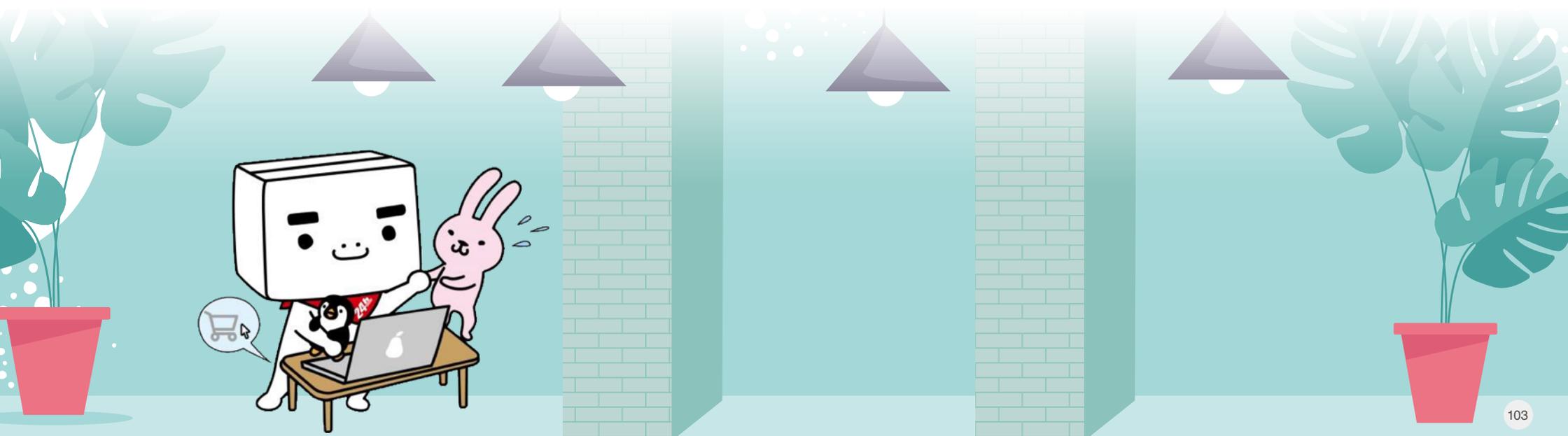
為了更了解員工的心聲，2022 年度公司建立員工心聲調查的評分標準，並邀請 15 個部門共計 1,823 位在職同仁參與員工心聲調查，參與比率超過 7 成。人力資源部門取得調查結果後，舉辦說明會向經營團隊揭曉調查成果，並啟動各部門「Voice of Employee, VOE」專案小組，透過 VOE 擬定部門改善項目及解決方案，而公司各部門普遍評選較低分的項目，則進行跨部門的改善小組來推動改善計畫。

2022 年度員工心聲調查

2022 年度	
滿意	48%
中立	40%
不滿意	12%
問卷填答人數	1,303

註：員工心聲調查為 5 點量表。其中高「滿意」定義為選填 5 分或 4 分者，「中立」定義為選填 3 分者，「不滿意」定義為選填 2 分或 1 分者

此外，自 2022 年起，平均每月發布一則內部溝通信，藉此向同仁傳遞公司重要資訊及理念，凝聚全公司的向心力；每一季舉辦一次全員的員工大會，會前開放員工提問，邀請權責單位主管進行說明，透過開放式的溝通與互動，有 76.6% 的員工對於員工大會表達滿意；88.4% 對公司文化有更深刻的理解；85.2% 清楚未來公司的營運方向。2023 年將持續每季舉辦員工大會，從同仁的反饋中優化 PChome 的職場環境。



Ch.5 社會的暖心夥伴

5.1 在地化經營及文化傳承

5.2 環保愛台灣



重要之利害關係人

▶ 員工、媒體、社區 / 非營利組織

永續發展目標



PChome 透過支持運動賽事，鼓勵民眾參與體育活動，並響應台灣傳統文化、舉辦線上線下讀書會，不斷耕耘在地社區文化發展，促進社區凝聚力，打造永續城市。



PChome 關注氣候變遷議題，透過支持永續倡導影片，提高社會對環境保護的關注度，並推廣氣候行動、鼓勵減碳、運用可再生能源和生態保護，為實現永續發展作出貢獻。

永續亮點績效



支持國內運動賽事，透過舉辦活動成功引發運動熱題。



董事長三屆舉辦台中中央書局週三讀書會推廣終身學習，超過 5 萬人次參與。



支持台灣傳統文化，贊助大甲媽祖遶境活動，延續台灣傳統文化香火。



贊助「極島森林」，推廣環保與自然共存。

社會及環境永續一直是 PChome 關注的議題，在後疫情時代，PChome 除用心經營網路購物服務，活絡台灣經濟，亦關注這片土地的人文教育、傳統文化及環境永續發展，與這片土地共榮共存。

5.1 在地化經營及文化傳承

PChome 深耕電子商務平台，努力實現滿足每個人家庭日常所需的承諾，因此深入台灣社會，關注著這片土地的脈動，希望藉由電商的力量為社會帶來正向能量，也希望透過電商的力量，促進社會的文化發展及傳承，健全國人的身心靈健康，打造永續社會。

5.1.1 支持國內運動賽事

PChome 於 2020 年度取得教育部體育署的運動企業標章，身為運動企業，PChome 持續運用企業的力量，致力於推廣國內運動賽事，支持國內體育產業的發展，希望能夠培養國內體壇菁英，提升國民對體育賽事的重視，並引領全民運動風潮，打造健康有活力的社會。有鑑於棒球及籃球為國內兩大指標運動賽事，因此 PChome 於 2022 年度，集中資源投入棒球及籃球兩大運動賽事。

贊助中信兄弟職業球隊

PChome 於 2022 年度贊助「中信兄弟職業球隊」，並透過社群媒體 Instagram 舉辦貼文抽獎活動，貼近年輕族群，藉此提升民眾參與度及入場觀賽的意願，在 2022 年職業棒球上半季例行賽期間 4 月 2 日至 7 月 22 日中，共計 60 場例行賽及 30 場主場賽事，而 Instagram 貼文抽獎活動的貼文按讚數 842 次、留言共 447 則。



贊助中信特攻籃球隊

PChome 力挺台灣籃球，贊助支持「中信特攻籃球隊」，2022 年 3 月在 Instagram 上推出球員人物專訪，讓國人可以瞭解國內籃球發展的意義，並透過球員分享的小故事，拉近年輕族群，引起民眾對國內籃球賽事的興趣，並於社群媒體上舉辦抽獎活動，創造出一波籃球熱度，成功促動國內民眾支持籃球賽事。



藉由贊助中信兄弟職業球隊及中信特攻籃球隊，彰顯 PChome 對於國內棒球及籃球發展的重視，我們希望藉此能夠拋磚引玉帶動社會資源投入，提升民眾對棒球及籃球的關注度及觀賽意願，進而促進棒球及籃球產業人才發展，讓台灣未來在國際賽事的競爭力能持續壯大。

5.1.2 投入在地文化發展

以「民眾生活的可靠夥伴」為己志的 PChome，服務遍及台灣各鄉鎮，發現因為社會及文化的變遷，部份傳統文化正在日漸流失中，因此 PChome 持續深耕在地文化，希望透過支持台灣傳統文化，讓年輕世代能感受到傳統文化的美，讓台灣的傳統文化精隨能夠代代相傳，與在地文化共生共榮。

2022 年大甲媽祖國際觀光文化節

「大甲媽祖遶境進香活動」在 2010 年列為台灣文化資產，其歷史悠久且享譽國際，能夠展現台灣傳統文化的典型特色，是每年台灣最盛大、自發性參加人數最多的文化活動。PChome 連續第三年與大甲媽祖遶境活動合作，透過發行獨家聯名商品「祈福令旗」及「保庇小神衣」，將商品設計完美融合傳統文化元素與媽祖圖案，民眾在 PChome 24h 購物消費時，不限金額即可加價購買，同時也在 PChome 的 Instagram 帳號上舉辦抽獎活動，提高民眾的參與熱度，讓無法蒞臨現場的民眾也能共同參與，傳播台灣傳統文化不再受時空限制。2022 年大甲媽祖遶境進香活動參與人數約 60 萬人，期盼透過這樣的活動，讓更多台灣人認識傳統文化，體會歷史文化的價值，將文化的香火傳承下去。



台中中央書局週三讀書會

延續 2021 年舉辦電商大學，協助年輕學子或對網路電商有興趣的個人及店家建立經營電商的基礎知識，以豐厚的經驗回饋社會，PChome 更進一步投入社會文化，營造台灣藝文氛圍，PChome 董事長詹宏志先生對此不遺餘力。詹宏志先生偕同中央書局開啟「週三讀書會」，且為了突破場地空間與距離的限制，「週三讀書會」也推出線上方式，讓更多人接觸到讀書的魅力。三屆以來，累計 72 場次讀書會，超過 5 萬人次參與。透過「週三讀書會」，讓與會人透過實體或線上的方式，和領讀人一起拿起書本，感受文字的魅力，讓很多已經不覺得讀書很有意思的人可以重拾書本，獲得讀書的樂趣，進而提升國人的文化涵養，營造終生學習的氛圍。



5.2 環保愛台灣

PChome 身為環境的最佳綠色夥伴，長期投入環境友善發展，並且積極提倡綠色公民意識，希望透過企業的影響力，號召社會大眾一同加入環保愛台灣、愛地球的行列。

贊助「極島森林」節目拍攝

PChome 於 2022 年贊助「極島森林」節目拍攝，透過實境秀，探索台灣的海岸線風光、山林的美景以及生態園區，讓更多民眾認識台灣的美，同時也藉著節目各集不同的主題，包含：海岸線生態、尊重山林友善環境、醫樹知識、培育瀕危植物等，來宣揚環保與自然共存的觀念，將此一概念推播到民眾心中。



作為地球公民，作為台灣在地電商，PChome 持續回應環境永續的趨勢，PChome 理解電商不僅是電商，更是社會暖心的好夥伴，希望能透過一系列的倡議友善這片土地，並從自身做起，2022 年 PChome 全年出貨商品數量超過 1,300 萬件，從包裝、運輸、倉儲、金流等都對環境帶來龐大的壓力，因此從 2019 年起，PChome 展開綠色購物計畫，包含綠購包裝、綠購運輸、綠購倉儲、綠購金流四大面向，提供消費者便利的購物體驗時，也降低營運活動所帶來的衝擊，以實際的方式愛這片土地，與環境共存。（「綠色購物計畫」請詳 [Ch3 環境的綠色夥伴](#)）



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
GRI 2：一般揭露 (2021)			
1. 組織及報導實務			
2-1	組織詳細資訊	1.1 PChome 營運概況	26
2-2	組織永續報導中包含的實體	開箱本報告書	3
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	開箱本報告書	3
2-4	資訊重編	無資訊重編情事	-
2-5	外部保證 / 確信	開箱本報告書	3
2. 活動與工作者			
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1 PChome 營運概況	26
2-7	員工	4.1 專業團隊構築	84
2-8	非員工的工作者	本年度無非員工之工作者	-
3. 治理			
2-9	治理結構及組成	1.2 公司治理與誠信經營	28
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.1 公司治理	28
2-11	最高治理單位的主席	1.2 公司治理與誠信經營	28
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	永續行動夥伴	7

一般揭露		報告書章節與說明	頁碼
2-13	衝擊管理的負責人	永續行動夥伴	7
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	開箱本報告書	3
2-15	利益衝突	1.2 公司治理與誠信經營	30
2-16	溝通關鍵重大事件	永續行動夥伴	11
2-17	最高治理單位的群體智識	1.2 公司治理與誠信經營	31
2-18	最高治理單位的績效評估	1.2 公司治理與誠信經營	29
2-19	薪酬政策	1.2 公司治理與誠信經營	30
2-20	薪酬決定流程	1.2 公司治理與誠信經營	29
2-21	年度總薪酬比率	1.2 公司治理與誠信經營	30
4. 策略、政策與實務			
2-22	永續發展策略的聲明	開箱本報告書	4
2-23	政策承諾	1.2 公司治理與誠信經營	32, 33
2-24	納入政策承諾	1.3 經營績效與風險管理 1.3.4 法規遵循	32, 36, 37
2-25	補救負面衝擊的程序	永續行動夥伴	11
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.2 公司治理與誠信經營	32
2-27	法規遵循	1.3.4 法規遵循	37
2-28	公協會的會員資格	1.1 PChome 營運概況	28
5. 利害關係人議和			
2-29	利害關係人議合方針	永續行動夥伴	9

一般揭露		報告書章節與說明	頁碼
2-30	團體協約	本公司未有團體協商約定，但透過每季辦理勞資會議，凝聚勞資雙方共識	-
GRI 3：重大主題 (2021)			
3-1	決定重大主題的流程	永續行動夥伴	12
3-2	重大主題列表	永續行動夥伴	13
3-3	重大主題管理	永續行動夥伴	15, 17
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	1.3 經營績效與風險管理	34
201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險	3.2 氣候永續行動	71
201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	4.2.2 豐富的員工福利	88
201-4	取自政府之財務援助	本年度無取得政府之財務援助	-
GRI 202：市場地位 (2016)			
202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.2.1 有競爭力的薪資制度	86
202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	4.1 專業團隊構築	84
GRI 203：間接經濟衝擊 (2016)			
203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	3.1.2 綠購運輸	67
203-2	顯著的間接經濟衝擊	1.4. 商業夥伴協力	41
GRI 204：採購實務 (2016)			
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	1.4. 商業夥伴協力	41

一般揭露		報告書章節與說明	頁碼
GRI 205：反貪腐 (2016)			
205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	1.2 公司治理與誠信經營	32
205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.2 公司治理與誠信經營 1.3.4 法規遵循	32 37
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	-
GRI 206：反競爭行為 (2016)			
206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	本年度無涉入反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	-
GRI 207：稅務 (2019)			
207-1	稅務方針	1.3 經營績效與風險管理	34
207-2	稅務治理、管控與風險管理	1.3 經營績效與風險管理	34
207-3	稅務相關議題之利害關係人議合與管理	1.3 經營績效與風險管理	34
207-4	國別報告	1.3 經營績效與風險管理	34
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	3.1.1 綠購包裝	65
301-2	使用回收再利用的物料	3.1.1 綠購包裝	65
301-3	回收產品及其包材	本年度有使用循環包材，目前尚未量化使用量	-

一般揭露

報告書章節與說明

頁碼

GRI 302：能源 (2016)			
302-1	組織內部的能源消耗量	3.3.2 能源管理	77
302-2	組織外部的能源消耗量	目前尚未統計組織外部的能源消耗量	-
302-3	能源密集度	3.3.2 能源管理	77
302-4	減少能源消耗	3.3.2 能源管理	77
302-5	降低產品和服務的能源需求	3.3.2 能源管理	77
GRI 303：水與放流水 (2018)			
303-1	共享水資源之相互影響	3.3.3 水資源管理	79
303-3	取水量	3.3.3 水資源管理	79
GRI 305：排放 (2016)			
305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	3.3.2 能源管理	78
305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	3.3.2 能源管理	78
305-3	其它間接（範疇三）溫室氣體排放	目前尚未盤查範疇三溫室氣體排放量	-
305-4	溫室氣體排放強度	3.3.2 能源管理	78
305-5	溫室氣體排放減量	3.3.2 能源管理	78

一般揭露		報告書章節與說明	頁碼
GRI 306：廢棄物 (2020)			
306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	3.3.4 廢棄物管理	79
306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	3.3.4 廢棄物管理	79
306-3	廢棄物的產生	3.3.4 廢棄物管理	79
306-4	廢棄物的處置移轉	3.3.4 廢棄物管理	79
306-5	廢棄物的直接處置	3.3.4 廢棄物管理	79
GRI 308 供應商環境評估 (2016)			
308-1	使用環境標準篩選新供應商	規劃於 2023 年將供應商環境評估標準納入自評問卷中	-
308-2	供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動		-
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	4.3.1 多元人才招募計畫	91
401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4.2.2 豐富的員工福利	87
401-3	育嬰假	4.2.2 豐富的員工福利	88
GRI 402 勞資關係 (2016)			
402-1	關於營運變化的最短預告期	4.4.3 和諧的勞資關係	102

一般揭露

報告書章節與說明

頁碼

GRI 403：職業安全衛生 (2018)

403-1	職業安全衛生管理系統	4.4.1 職業安全衛生管理	97
403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	4.4.1 職業安全衛生管理	97
403-3	職業健康服務	4.4.2 職場健康促進活動	101
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	4.4.1 職業安全衛生管理	97
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	4.4.2 職場健康促進活動	100
403-6	工作者健康促進	4.4.2 職場健康促進活動	101
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	4.4.1 職業安全衛生管理	98
403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	4.4.1 職業安全衛生管理	97
403-9	職業傷害	4.4.1 職業安全衛生管理	99
403-10	職業病	2022 年度未有員工因職業病死亡或傷害之情事	-

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	4.3.2 專業人才培育計畫	95
404-2	提升員工職能及過渡協助方案數	4.3.2 專業人才培育計畫	94
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.2.3 績效考評與管理	90

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 公司治理與誠信經營	28
405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	4.2.1 有競爭力的薪資制度	86

一般揭露

報告書章節與說明

頁碼

GRI 406：不歧視 (2016)

406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	2022 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 413 當地社區 (2016)

413-1	經當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的營運活動	Ch.5 社會的暖心夥伴	104
413-2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運活動	Ch.5 社會的暖心夥伴	104

GRI 414 供應商社會評估 (2016)

414-1	使用社會標準篩選新供應商	規劃於 2023 年將供應商社會評估標準納入自評問卷中	-
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動		-

GRI 415 公共政策 (2016)

415-1	政治捐獻	2022 年度無政治捐獻。	-
-------	------	---------------	---

GRI 416：行銷與標示 (2016)

416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2.1.3 商品審核與品質規範	51
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.3.4 法規遵循	37

GRI 417：行銷與標示 (2016)

417-1	產品和服務資訊與標示的要求	1.3.4 法規遵循	37
		2.1.3 商品審核與品質規範	51
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	1.3.4 法規遵循	37
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3.4 法規遵循	37

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	1.3.4 法規遵循	37
-------	---------------------	------------	----

SASB 永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 指標對照表

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	<ol style="list-style-type: none"> 總能源消耗量 網能源比例 再生能源比例 	<ol style="list-style-type: none"> 總能源消耗量 57,986 GJ 電網能源比例 68.5%% 再生能源比例 0%。能源資訊請參見章節 3.3 綠色營運管理 	77
	CG-EC-130a.2	量化	<ol style="list-style-type: none"> 總取水量 總耗水量，在水資源壓力高或極高地區所佔的百分比 	<ol style="list-style-type: none"> PChome 2022 年取水量為 35.9 百萬公升，即 35,900 公噸 PChome 目前尚未統計總耗水量 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 	79
	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	<p>為避免受到極端氣候事件影響，造成資料損毀或遺失，PChome 資料中心採取以下策略，以降低環境風險：</p> <ol style="list-style-type: none"> IDC 機房廠商之電力設備為雙迴路供電，並設有發電機及 UPS 不斷電系統，且每月會定期進行發電機測試。IDC 服務亦取得「ISO/IEC 27001 資訊安全管理系統」暨 NCC「ISO/IEC 27011 增項稽核表」國際證書 雲端服務廠商擁有完善的業務持續性和災難復原措施，萬一發生任何中斷情況，系統會自動將資料存取權順暢地轉移到另一個資料中心。如遇停電狀況，廠商亦備有緊急備用發電機支援電力供應 	-
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	59

揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	說明	對應頁數
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	請參見章節 2.3 可靠資安防護	56
	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	4.4.3 和諧的勞資關係	103
	CG-EC-330a.2	量化	全體員工之 (1) 自願和 (2) 非自願離職率	4.3.1 多元人才招聘計畫	92
	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	4.1 專業團隊構築	84
	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	64
	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, 成立綠色物流車隊, 並導入大數據計算最適化路線安排, 進而降低產品運送過程的燃油消耗及碳排放量。相關計畫策略及成效請參見章節 3.1 綠色購物計畫	64
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	42
	CG-EC-000.B	量化	資料處理能力與外包百分比	同時 10 萬名消費者在線瀏覽, 每分鐘處理 4,000 筆訂單付款 程式外包: 0% 伺服器外包: 50% 服務使用 GCP 搭建	-
	CG-EC-000.C	量化	產品運送數量	2022 年出貨商品數為 34,535,119 件	-

外部認證



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：

本事務所受網路家庭國際資訊股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，對貴公司選定民國111年度永續報告書報導之關鍵績效指標（以下稱「所選定之關鍵績效指標」）執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

標的資訊與適用基準

本確信案件之標的資訊係貴公司上開所選定之關鍵績效指標，有關所選定之關鍵績效指標及其適用基準詳列於「貴公司民國111年度永續報告書第118頁之「確信項目彙總表」」。前述所選定之關鍵績效指標之報導範圍業於永續報告書第3頁之「報告書期間與範疇」段落說明。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照適當基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標，且維持與所選定之關鍵績效指標編製有關之必要內部控制，以確保所選定之關鍵績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依照確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對所選定之關鍵績效指標執行確信工作，以發現前述資訊在所有重大方面是否有未依適用基準編製而須作修正之情事，並出具有限確信報告。

本會計師依照上述準則所執行之有限確信工作，包括辨認所選定之關鍵績效指標可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執行程序。因有限確信案件取得之確信程度明顯低於合理確信案件取得者，就有有限確信案件所執行程序之性質及時間適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。

本會計師係依據所辨認之風險領域及重大性以決定實際執行確信工作之範圍，並依據本委任案件之特定情況設計及執行下列確信程序：

- 對參與編製所選定之關鍵績效指標之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程，以及攸關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。
- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，對所選定之關鍵績效指標選取樣本進行包括查詢、觀察、檢查等測試，以取得有限確信之證據。

普華永道會計師事務所 PricewaterhouseCoopers, Taiwan
110208 臺北市信義區基隆路一段333號27樓
27F, No. 333, Sec. 1, Keelung Rd., Xinyi Dist., Taipei 110208, Taiwan
T: +886 (2) 2729 6666, F: +886 (2) 2729 6666, www.pwc.tw



會計師之獨立性及品質管理規範

本會計師及本事務所已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、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所適用品質管理準則1號「會計師事務所之品質管理」，因此維持完備之品質管理制度，包含與連續職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制，對於資料之相關性、重大性及正確性等之實質解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

有限確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現所選定之關鍵績效指標在所有重大方面有未依適用基準編製而須作修正之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係貴公司管理階層之責任，對於確信報告於貴公司網站公告後任何所選定之關鍵績效指標或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

普華永道聯合會計師事務所

會計師

梁如華



中華民國112年7月14日

附件一

編號	項目	標的資訊	報導基準	頁碼
1	組織內部的能源消耗量	<圖表>2022年各類能源使用情形 2022年網路家庭能源消耗量 <ul style="list-style-type: none"> 倉儲用油：柴油 3,362 公升、汽油：13 公升。 車隊用油：柴油 483,328 公升、汽油：35,138 公升。 辦公室公務車汽油用油：汽油 733 公升 外購電力 11,028,216 度(kWh)。 	統計民國 111 年度倉儲、車隊與辦公室之柴油、汽油及用電之能源消耗總量。	第 77 頁
2	網路網路包裝材料重量	<圖表>包裝材料 2022 年網路家庭包裝材料 <ul style="list-style-type: none"> 原生環保紙箱總重量 3,627.25 公噸。 環保膠帶總重量 36.32 公噸。 塑膠包材總重量 8.29 公噸。 緩衝材 129.28 公噸。 	統計民國 111 年度包裝材料使用重量。	第 65 頁
3	違反社會與經濟領域之法律和規定	<圖表> 2022 年違反社會與經濟領域之法規情形統整 <ul style="list-style-type: none"> 違反有關行銷傳播（包括廣告、促銷及贊助）的法規為 21 件。 違反產品與服務之資訊與標示規定為 24 件。 違反有關產品與服務的健康和安全法規為 109 件。 違反勞動基準法為 0 件 違反個人資料保護法為 0 件 	統計民國 111 年度確認違反社會與經濟領域之法律（勞動基準法、個人資料保護法、化粧品衛生安全管理法、食品安全衛生管理法、健康食品管理法、醫療器材管理法、商品標示法、服飾標示基準、玩具商品標示基準、藥事法、公平交易法、電器及電子商品標示法）重大罰款和非金錢制裁總數。	第 37 頁
4	員工教育訓練時數	<圖表>教育訓練總時數及平均時數統計 <ul style="list-style-type: none"> 2022 年網路家庭員工訓練總時數達 18,394.3 小時。 	統計民國 111 年度員工教育訓練時數之總數。	第 95 頁
5	違反勞工職業災害之法律和規定	<圖表> 2022 年違反社會與經濟領域之法規情形統整 <ul style="list-style-type: none"> 2022 網路家庭違反勞工職業災害之法律和規定件數為 0。 	統計民國 111 年度確認違反勞工職業災害法規（職業安全衛生法）的重大罰款和非金錢制裁總數。	第 37 頁

ONLINE
PChome

