



2024

永續報告書
SUSTAINABILITY REPORT

目錄

開箱本報告書	2
經營者聲明	3
榮耀與肯定	5
永續行動夥伴	6

Ch1 治理的誠心夥伴 26

1.1 PChome 營運概況	29
1.2 公司治理與誠信經營	30
1.3 經營績效與風險管理	35
1.4 商業夥伴協力	41

Ch2 購物的創新夥伴 43

2.1 全方位的服務平台及優質商品選購	47
2.2 暖心消費體驗	56
2.3 可靠資安防護	58

Ch3 環境的綠色夥伴 63

3.1 綠色購物計畫	66
3.2 氣候永續行動	72
3.3 綠色營運管理	78

Ch4 職場的可靠夥伴 82

4.1 專業團隊構築	85
4.2 員工福利制度	87
4.3 人才招募與培訓	91
4.4 健康友善職場	95

Ch5 社會的暖心夥伴 102

5.1 愛心網路，隨手做公益	103
5.2 關懷全球與本土發展及傳承	105

附錄 106

● GRI Standards 永續性報告準則揭露項目對照表	107
● SASB 永續會計準則委員會指標對照表	114
● 氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 及上櫃公司氣候相關資訊索引表	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。本報告書呈現 PChome 於 2024 年實踐企業永續的績效與努力。PChome 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 (GRI 2-5)

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 (GRI 2-2)

本報告書揭露 PChome 網路家庭於 2024 年（2024 年 01 月 01 日至 2024 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、倉儲物流等事業。然部分數據受限於資料統計完整度，將於報告書中註明其揭露範疇。

發行概況 (GRI 2-3)

首次出版日期：2021 年 7 月
 上一版本出版日期：2024 年 8 月
 現行版本出版日期：2025 年 8 月
 下一版本出版日期：2026 年 8 月

內部稽核 (GRI 2-14)

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

聯絡方式 (GRI 2-3)

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：公共關係室 公共事務科
 地址：106 台北市大安區敦化南路二段 105 號 12 樓
 電話：+886-2700-0898
 Email：gr@staff.pchome.com.tw

PChome 永續專區



<https://corp.pchome.tw/corporate-social-responsibility/>

經營者聲明 (GRI 2-22)



董事長的話

各位利害關係人：

根據世界經濟論壇 (World Economic Forum) 發布的《2024 年全球風險報告》(The Global Risks Report 2024)，全球正處於前所未有的系統性轉變之中。氣候變遷與地緣政治衝突為未來十年最具衝擊力的雙重風險，並與科技加速演進、生成式 AI 崛起及人口結構變化等因素交互作用，進一步加劇企業經營環境的高度不確定性。面對這樣的時代挑戰，企業不僅需強化應變韌性，更須展現對社會與環境的責任，積極參與氣候治理、強化資訊透明與信任機制，同時正視假訊息與社會極化風險，建立更成熟的風險溝通與危機應對能力，攜手員工、供應鏈與顧客打造共信共榮的永續經濟體系。

對台灣而言，氣候與資訊風險已超越政策範疇，直接影響企業營運、產業韌性與社會穩定。從減碳治理、數位轉型，到建構可信的風險溝通體系，企業的積極投入已是不可或缺的行動力。唯有融合在地實踐與國際趨勢，建立更具韌性與透明度的治理架構，台灣社會與企業體系方能穩健走向永續未來。

早於規範前行 穩健推進永續治理實踐

我國金管會自 2013 年推動公司治理藍圖以來，持續建構企業永續發展制度。2023 年底更進一步宣布，自 2025 年起，全體上市櫃公司皆須編製永續報告書；2026 年起，應於年報揭露母公司層級之溫室氣體盤查資訊；並將於 2028 年起依循 IFRS 永續揭露準則編製永續資訊。面對揭露制度加速轉型，PChome 網路家庭早於規範實施前即主動應對，為回應社會期待，自 2021 年起發行《企業社會責任報告書》，並於隔年正式轉型為依準則編製的《永續報告書》，積極對齊國際揭露標準。2024 年度，我們更進一步提前完成母公司及重要子公司網家速配的溫室氣體盤查作業，並於本報告中首度揭露盤查結果，不僅為 2026 年法遵要求預作準備，更展現 PChome 邁向減碳治理的決心與行動力。在制度化治理的基礎上，我們亦同步強化內部治理機制。自 2022 年設立「永續發展委員會」以來，持續由執行長擔任主席，領導 ESG 工作執行小組，從公司治理、環境管理與社會責任三大面向推動跨部門協作。因應 2025 年起上市櫃公司應依規定建置「永續資訊之管理」的內部控制制度並納入稽核計畫，我們今年也於董事會正式通過「永續資訊之管理內控制度作業辦法」，進一步強化揭露流程與稽核監督效能。藉由前瞻性制度規劃與資訊透明化，PChome 將持續深化與利害關係人之溝通，奠定穩健轉型與永續經營的治理根基。

台灣綠色電商先行者 深化綠購生活圈實踐

PChome 作為台灣指標性網路購物平台，自 2019 年率先啟動「綠色購物計畫」，成為國內首家以系統化方式、全方位推動綠色營運的大型綜合電商。我們積極對齊聯合國永續發展目標 (SDGs)，以消費者購物旅程為核心，從「綠購包裝」、「綠購倉儲」、「綠購運輸」至「綠購電子化」四大面向著手，致力在提供優質服務的同時，實踐對環境的長期承諾。

2024 年，我們持續聚焦上述四大綠色行動主軸，進一步擴展永續實踐的廣度與深度。除了持續優化綠色營運流程，我們也攜手供應商、物流商等合作夥伴，推動多元面向的永續行動，包括強化包裝減量策略、持續擴大永續商品選品、導入低碳營運機制，並積極探索資源循環設計與環境友善材料等創新應用，共同打造更具韌性與協力力的綠色生態體系。PChome 積極運用 AI 及大數據賦能，全面提升綠色營運效率。自 2021 年建置「全倉智能箱號推薦系統」，透過演算法分析訂單內容、推薦最適出貨箱號，已有效減少過度包裝與緩衝材使用，並逐年擴大應用範圍、提升箱號精準符合率，展現數據導向下的綠色包裝實效。我們也打造全台電商首座以最高密度導入 AI 人工智慧技術與全自動化倉儲設備的「林口 A7 智慧物流園區」，自 2023 年 10 月起全樓層啟用以來，營運效能持續優化，2024 年隨著倉儲整併計畫推進，林口 A7 倉已正式成為主要出貨中心，全年出貨量占 PChome 24h 購物整體訂單數之 68%，展現集中作業模式在作業效率、倉儲管理與資源調度等層面的顯著成效。物流配送方面，旗下網家速配自 2023 年 9 月導入「最佳排單路線系統」，以 AI 技術計算每日最適配送路線，提升整體物流效率。2024 年，在自有物流能量穩健擴張下，全年配送箱數佔比已達近六成，進一步減降「最後一哩路」的運輸碳足跡，實踐綠色物流的可持續進程。我們重視與員工、供應商、消費者之間的對話與協作，致力共築綠色永續消費生態圈。隨著破有價時代來臨，企業減碳已從選項轉化為責任，更是通往下一個世代競爭力的關鍵。PChome 將持續深化「綠購生活圈」策略，堅持以兼顧效率與環境責任的營運模式，積極落實減碳行動，打造兼具韌性與永續價值的電商服務體系。我們相信，唯有以長遠眼光擘劃轉型，以具體作為履行責任，企業方能在劇變的時代中穩健前行，為社會、環境與下一世代創造更值得信賴的未來。



網路家庭國際資訊股份有限公司

董事長 林煥生

經營者聲明



網路家庭國際資訊股份有限公司

執行長 張瑜珮

執行長的話

2024 年，全球經濟的不確定性加劇，氣候風險與數位科技的浪潮交錯推進，加速改變企業經營環境。面對台灣電商與零售市場競爭持續升溫，PChome 網路家庭堅守「用戶為先」的核心價值，聚焦強化平台韌性與差異化經營動能，穩健推動「有感改變」，持續深化企業內在結構，奠定穩健轉型與永續經營的堅實基礎。

積極推動平台創新與營運韌性 厚植核心競爭力

旗下 PChome 24h 購物聚焦強化 3C 家電的核心服務價值、提升生活百貨商品的供應齊全度，並透過異業結盟與 OMO 服務創新，深化會員經營，積極重塑品牌形象，使數位零售更貼近消費者日常生活。繼 2023 年上線大型綜合電商首見的「大家電延長保固服務」後，2024 年再推出「大家電快速安裝」，實現隔日配送與安裝到府的一站式體驗，進一步提升網購家電的便利性與信賴感。同時，平台亦全面升級原有的「手機舊換金服務」，擴大為涵蓋手機、筆電、平板與穿戴裝置的「3C 舊換金服務」，並於 2024 年新增「筆電延長保固」，加乘「線下安裝服務中心」的售後支援，提供從購物前到購後的全方位保障。藉此強化「買 3C 家電，就上 PChome」的品牌印象。我們也積極擴展第三方倉儲物流業務，為產業夥伴提供優質的賦能解決方案。2024 年，更推出零售媒體聯播網服務「PChome Ads」，整合平台龐大的第一方數據資源，導入 AI 與數據分析技術，協助品牌精準投放、提升行銷效益，擴大平台的商業價值與成長潛力。

此外，金融科技子公司 21st FinTech 繼首創手機、筆電訂閱服務後，2024 年再與捷安特推出「單車訂閱制」，並與德誼數位推行「iPhone 訂閱方案」，擴大消費情境與產品選擇，深化訂閱經濟布局。專營日本跨境代標代購電商的比比昂，2024 年則藉由進駐全家便利商店會員 App 開設「比比昂日貨專區」，成功觸及全新客群，為台灣消費者帶來更多元便捷的跨境購物選擇。

深化會員經營與顧客信任 落實數位時代的信任價值

在數位經濟快速發展的浪潮中，顧客信任成為平台邁向永續的根本。PChome 以會員經營、服務體驗與資訊安全為三大核心，持續深化與用戶的連結與互信基礎。2024 年，我們推進 App 與網頁端的全面改版，導入多項新功能，積極優化消費者的購物體驗。平台推出「以圖搜尋」功能，讓商品搜尋更直覺便捷，並導入「AI 智能客服系統」，大幅提升即時應答能力與問題處理

效率，打造更貼近用戶需求的互動體驗。在資訊安全與個資保障方面，PChome 持續強化防護機制，落實客戶資料保護與隱私管理，致力提供安全無虞的網購環境。

2024 年，我們在消費者保護、安全購物環境與企業永續經營三大面向的深耕，獲得主管機關肯定，榮獲數位發展部首屆「友善電商獎」，實證我們在顧客信任經營上的長期投入與成果。我們將持續透過科技創新與機制優化，深化會員經營與顧客信任，落實以信任為核心的服務價值主張，鞏固品牌的長期競爭力，回應用戶對電商平台的高度期待。

串聯永續選品與數位公益 擴大平台正向影響力

在永續浪潮與責任消費意識日益高漲的趨勢下，PChome 持續強化平台的永續價值實踐，攜手品牌夥伴與社會各界，共創正向影響力。我們長期重視「責任與永續選品」以及「可靠且暖心的消費體驗」，已連續三年與經濟部中小企業處合作推動「有責商行」，並持續擴大「綠色商品專區」選品規模，數量已突破上萬項。平台積極與具備環境友善與社會使命的在地品牌協作，協助提升綠色商品能見度與銷售動能，同時透過策展與內容設計，深化消費教育，鼓勵消費者以實際行動支持永續理念。在公益面向，PChome 積極發揮電商平台的連結力與號召力，透過「PChome 揪愛公益平台」串聯多元公益團體與社福組織，持續發起線上線下公益活動，讓公益參與走入消費者日常，2024 年累計合作單位已達 10 家。PChome 24h 購物亦持續推廣「發票愛心捐」機制，引導會員下單後隨手捐出發票給受捐贈機關或團體，擴大善的循環與參與門檻。同時，企業內部也持續推動「揪團送愛·捐物暖心」活動，鼓勵同仁主動參與，集結善意物資支持弱勢家庭，展現企業由內而外的社會行動力。

展望未來，PChome 將持續以穩健步伐深化營運基礎，從技術驅動、服務創新到 ESG 實踐，不斷強化我們在電商產業的核心競爭力。我們相信，唯有堅持以使用者為本、數據為驅動、永續為目標，方能在快速變動的環境中掌握轉型契機，厚植長期競爭優勢，為市場與社會創造真正具意義的成長價值。

榮耀與肯定

- ★ 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」



2021

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

- ★ 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)



2020



2018



2017

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

- ★ 2024 第十七屆 TCSA 台灣企業永續獎－永續報告類－貿易百貨－第 1 類金級
- ★ 數位發展部 2024 年首屆友善電商獎



2024



2022

- ★ 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 屆品牌金船獎－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



2023

- ★ 環保署－網購包裝減量標章 2.0
- ★ 2023 第十六屆 TCSA 台灣企業永續獎－永續報告類－貿易百貨－第 1 類金級
- ★ 交通部 112 年度招商大會投資貢獻獎



永續行動夥伴

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。

PChome 永續藍圖

作為台灣網路購物領導品牌，PChome 積極布局品牌發展與跨界合作，並串聯線上、線下資源，整合集團跨領域多元服務資源，致力滿足消費者在日常生活中的全方位需求。在追求企業成長的同時，PChome 亦將實踐企業永續視為重要使命，秉持「堅持創新，創造價值」的核心理念，以「用戶為先」為出發點，持續投入綠色營運、社會關懷與員工福祉。從推動綠色購物計畫、關懷弱勢族群、營造友善職場到強化公司治理等，PChome 積極落實企業公民責任，期許成為消費者日常生活中值得信賴的可靠夥伴，為社會與環境創造持續且正向的影響。



PChome 永續價值鏈



永續推動框架 (GRI 2-12, GRI 2-13)

為有效管理組織內永續資訊，並強化跨部門溝通機制，PChome 自 2022 年起成立「永續發展委員會」，由執行長擔任主席，負責統籌永續發展方向與治理策略，委員會下設總召集人及指導委員，負責規劃與推動各項永續發展專案並組成立 ESG 工作執行小組，涵蓋「治理與責任組」、「環保節能組」及「員工與社會關懷組」，由跨部門人員共同組成。ESG 工作執行小組每月定期向各單位追蹤執行進度，並適時彙整向委員主席報告，以確保各項措施得以有效執行，並與企業永續目標保持一致。公司董事會每年定期聽取永續發展委員會之報告，掌握公司 ESG 策略推動的進展，必要時提供決策指引與資源支持，以提升永續治理效能與整體推動成果。



利害關係人溝通 (GRI 2-29, GRI 3-3)

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。





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	2024 年溝通次數與績效	回應與行動
<p>供應商</p>	<p>有緊密合作的價值鏈夥伴，才能提供一流的產品與服務</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與法規遵循 • 經營績效與營運風險 • 供應商管理 • 資訊安全與顧客隱私 • 負責任行銷 • 環境友善包材 • 稅務政策 	供應商專線／即時通訊	即時	不定期	<p>永續的行動夥伴</p> <p>Ch1 治理的誠心夥伴</p> <p>Ch2 購物的創新夥伴</p> <p>Ch3 環境的綠色夥伴</p>
			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>	<p>所有產品與服務皆須遵循法規與主管機關監督</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與法規遵循 • 供應商管理 • 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	<p>永續的行動夥伴</p> <p>Ch1 治理的誠心夥伴</p> <p>Ch2 購物的創新夥伴</p> <p>Ch3 環境的綠色夥伴</p>
			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連絡人與信箱	不定期	不定期	
<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 	客服專線	即時	不定期	<p>永續的行動夥伴</p> <p>Ch1 治理的誠心夥伴</p> <p>Ch2 購物的創新夥伴</p> <p>Ch3 環境的綠色夥伴</p>
			客戶留言	即時	不定期	
			客服公告	即時	不定期	
			社群媒體訊息回應	即時	不定期	
			舉辦行銷活動	即時	不定期	
<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 	勞資會議	每季 1 次	4 次	<p>永續的行動夥伴</p> <p>Ch1 治理的誠心夥伴</p> <p>Ch2 購物的創新夥伴</p> <p>Ch4 職場的可靠夥伴</p>
			績效考核制度說明會	每半年 1 次	2 次	
			員工大會	每季 1 次	4 次	
			員工專屬好康報報	不定期	15 則以上	
			雙 11 激勵大會	一年一次	1 次	
			管理會議	不定期	不定期	
			員工信箱	即時	即時	

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	2024 年溝通次數與績效	回應與行動
<p>股東／投資人</p>	股東及投資人之長期支持，是 PChome 穩健成長的重要力量	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與法規遵循 • 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 	法人會議	不定期	100 場以上	永續的行動夥伴 Ch1 治理的誠心夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch3 環境的綠色夥伴
			中英文法人說明會	每季至少一場	6 場	
			官網投資人專區及股東聯繫窗口	即時	不定期	
			重大訊息公布	不定期	66 則	
<p>媒體</p>	媒體是傳遞企業品牌形象的重要管道	<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 	媒體關係維護／聯繫	不定期	每日進行	永續的行動夥伴 Ch1 治理的誠心夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch3 環境的綠色夥伴 Ch5 社會的暖心夥伴
			新聞訊息發布	不定期	超過 100 篇	
			媒體需求回應	不定期	超過 10 則	
			記者會／媒體溝通會	不定期	6 場	
			媒體訪問（包含但不限於媒體專訪、專題報導、公開論壇等）	不定期	超過 10 則	
<p>社區 / 非營利組織</p>	在地社區民眾的福祉係企業永續影響力的重要指標	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	PChome 揪愛公益平台宣傳	不定期	<ul style="list-style-type: none"> • 公益團體合作家數 10 家 • 官方新聞稿宣傳 54 則 	永續的行動夥伴 Ch2 購物的創新夥伴 Ch3 環境的綠色夥伴 Ch5 社會的暖心夥伴
			物資捐贈	不定期	4 次	
			2024 中央書局第五屆「閱讀島中央×週三讀書會」	不定期	7 次	

(GRI 2-16, GRI 2-25)

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：新聞稿

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 113 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 113 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 2024 年之重大新聞事件及其回應：

新聞事件說明	案件說明	影響之利害關係人	回應及處理方式	是否已結案
 (一) 澄清不實匿名訊息	<p>2024 年 3 月 28 日針對匿名人士散發對公司營運狀況之不實言論，本公司發布重訊進行澄清。</p> <p>近日有匿名人士於網路社群散發「內線消息 PChome 近期倒閉」等消息，均為虛構不實之謠言，已嚴重損害本公司聲譽。個別自媒體無端造謠，於諸多社群平台發布不實內容，並經其他網友二手傳播，造成極大負面影響，行徑極為惡劣。為維護公司聲譽與股東權益，避免不實謠言誤導投資大眾而影響股價，特此澄清說明並無謠言指稱之情事。本公司運營及資金運用一切正常，公司財報均為公開資訊，現金水位充足且資金運用無虞。籲請大眾明辨是非，切勿轉傳不實言論。網路家庭也持續蒐證中，將保留對相關謠言散布者的法律追訴權。</p>	員工、顧客、 供應商、 股東投資人、媒體	<p>【對員工】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 對內發布公告向員工說明事件 <p>【對供應商】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 對供應商發布事件聲明 <p>【對顧客／媒體／股東投資人】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 針對不實新聞報導進行澄清、請求更正 ● 主動發布聲明稿向媒體說明事件 ● 發布重大訊息公告並轉告媒體 ● 持續追蹤媒體報導 	是
 (二) 澄清資料庫外洩為不實謠言	<p>2024 年 10 月 5 日週六下午 2:19，本公司監測到有網友於 PTT 批踢踢實業坊發布「PCHOME 資料庫外洩鎖定高儲值帳號盜用」之文章。上述該篇 PTT 文章在短時間內即引起網友高度關注，並於 PTT、Dcard 等社群論壇上皆陸續出現事件相關主題的轉載與討論，因網路聲量升高致後續引起新聞媒體之關注。針對此不實謠言，網路家庭特此鄭重澄清，絕無資料庫外洩之情事。</p> <p>由於 PChome 24h 購物系統內並無儲存用戶之密碼，本事件實際情況經查後研判應是不肖人士先於其他網站盜取成功後，再以手上握有數組用戶的 email 及密碼資訊，嘗試於 PChome 24h 購物登入，此情況屬於用戶在多個網站皆使用相同密碼易導致的常見盜用案例。本公司第一時間即全面清查，針對疑似受影響之帳號進行強制登出，並通知用戶修改密碼，也建議用戶盡可能在不同的網站間，使用不同的密碼。為保障消費者權益，本公司對於用戶個資與密碼保存有嚴格要求，也長期委託外部專業資安公司進行線上檢測與演練。經過多年不斷調整精進，近年來並未發生任何資料洩露、失竊或遺失客戶資料之事件。未來我們仍將持續精進資安防護工作，並強化顧客提醒防範，以保障公司資訊安全與維護顧客權益。</p>	員工、顧客、 供應商、 股東投資人、媒體	<p>【對員工】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 對內發布公告向員工說明事件 <p>【對供應商】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 對供應商發布事件聲明 <p>【對顧客／媒體／股東投資人】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 針對不實新聞報導進行澄清、請求更正 ● 主動發布聲明稿向媒體說明事件 ● 發布重大訊息公告並轉告媒體 ● 持續追蹤媒體報導 	是

決定重大主題之流程

重大主題

(GRI 3-1)

PChome 依循最新出版 GRI Standards (2021) 的重大性鑑別四階段流程，綜合考量議題與營運的關聯性、營運重大方針等要素，以「衝擊程度 (impact)」做為主題是否具重大性的評價原則。

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。進一步調查議題所造成的衝擊。



01 Step 蒐集行業永續議題

永續議題來源: 永續標準與規範 (GRI、SASB、TCFD等)、聯合國永續發展目標 (SDGs)，整併彙整共18項議題進行衝擊評估



02 Step 鑑別實際及潛在衝擊

與第三方專家研討經濟活動產生之直接與間接、實際與潛在影響



03 Step 決定重大主題

統整永續發展委員會與管理階層之評估及利害關係人觀點，決定10項高度衝擊議題



04 Step 定期審視

建立高度重大主題的管理方針與目標，每月審視管理

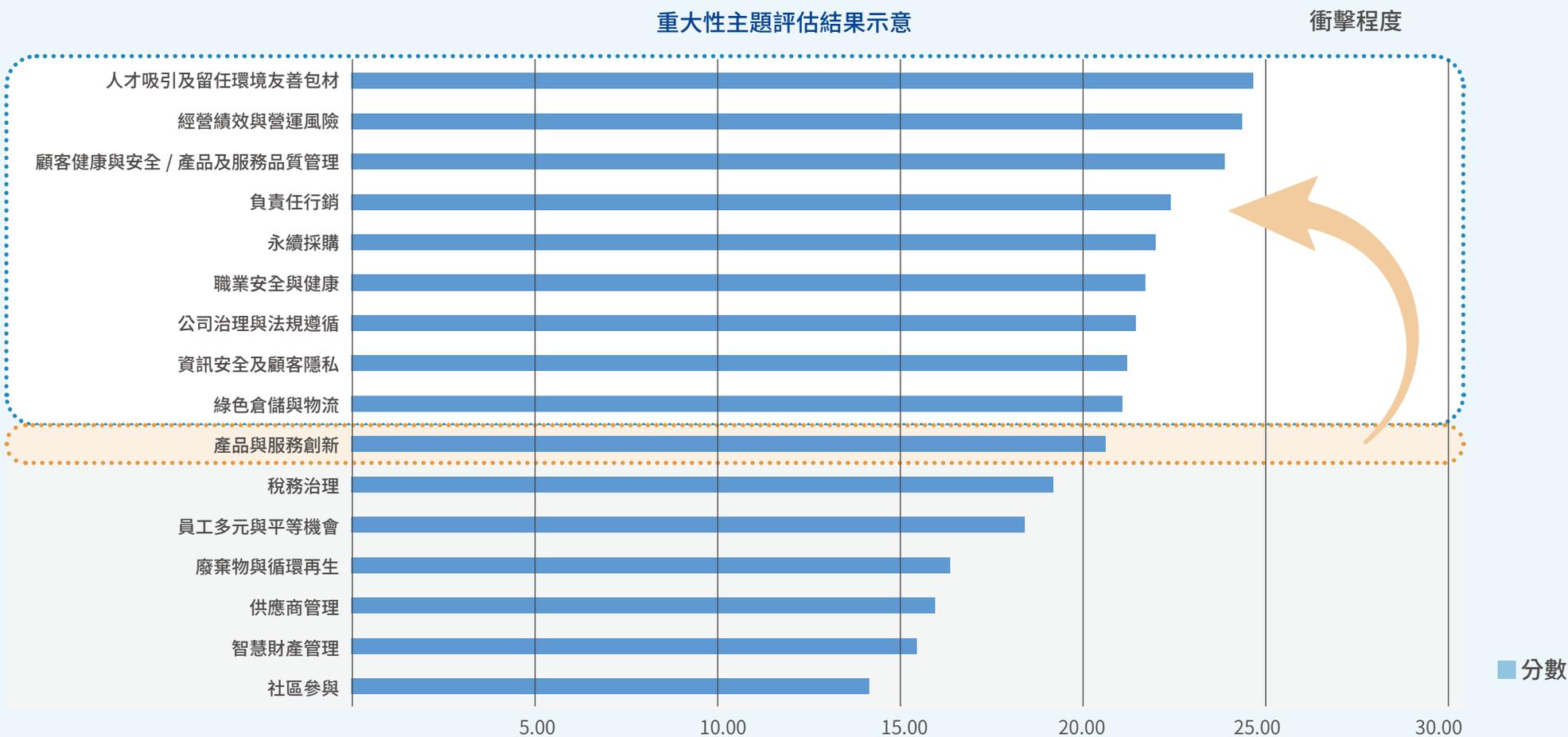
	永續發展面向	SDGs	永續主題
E	加速氣候行動、落實綠色營運		<ul style="list-style-type: none"> ● 廢棄物與循環再生 ● 環境友善包材 ● 綠色倉儲與物流
S	多元薪資福利、推動教育革新 維繫你我人權、共創友善環境 參與社會公益、驅動在地文化		<ul style="list-style-type: none"> ● 職業安全與健康 ● 員工多元化與平等機會 ● 社區參與 ● 人才吸引及留任
G	強化公司治理、深化誠信經營 落實資安防護、提供安心購物		<ul style="list-style-type: none"> ● 公司治理與法規遵循 ● 經營績效與營運風險 ● 稅務治理 ● 智慧財產管理 ● 資訊安全及顧客隱私 ● 供應商管理 ● 顧客健康與安全 ● 產品及服務品質管理 ● 產品與服務創新 ● 負責任行銷 ● 永續採購

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向進行評分。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 (GRI 3-2)

PChome 依據衝擊的顯著程度將蒐集之永續議題排序如下。2024 年經永續發展委員會研討提請執行長檢視，延續 2023 年度核准前 10 項最具顯著衝擊者作為重大主題。





重大性主題衝擊邊界

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 / 產品與服務創新	●	-	▲	-	▲	●	○	-
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

(GRI 3-3)

構面	議題	衝擊說明	對應章節
 環境	環境友善包材	透過運用適當的包裝耗材不僅能確保商品安全亦可節約空間和資源，我們除了創造出優質的消費體驗外，還能提升品牌的信譽。過度包裝會導致資源的浪費增加廢棄物的處理，倘若處理不當將可能造成對環境的二次污染進而提高社會成本。作為網路購物電商，PChome 肩負起企業社會責任，我們的使命是致力於減少消費流程中的資源浪費，同時推廣並普及消費者對於綠色環保的概念。因此，我們積極推動環境友好的綠色包裝方案，不斷優化策略並加強合作，確保超過 90% 的包材採用回收廢紙製成，同時運用大數據技術實現紙箱選擇的最優化，並強化對供應鏈標準的監督，以創造循環經濟效益，減少對環境的負面影響。	3.1.1 綠購包裝
	綠色倉儲與物流	傳統倉儲工作效率及能源使用效率較低，除了增加營運成本，也造成排碳量增加，對環境造成負面衝擊；傳統物流使用傳統運具，加上配送路線多且繁鎖，所造成的排碳量相當可觀；故 PChome 打造智慧倉儲系統及自有物流車隊，提供最即時可靠的服務，並積極優化整體倉儲的自動化建設，提升揀貨包裝效率，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
 社會 及人權	人才吸引及留任	PChome 秉持「堅持創新，創造價值」的理念，視人才為推動企業永續發展的核心資產。唯有持續吸引、培育並留任優秀人才，方能強化企業競爭力，推動組織長遠成長。為實踐對人才的承諾，PChome 規劃雙軌制的職涯發展地圖，依據同仁的年資、績效表現與職涯意願等綜合要素，提供階段性、系統化的專業訓練，協助員工累積能力、明確職涯目標，並提升工作滿意度與留任意願，打造正向循環的職場文化。	4.1 專業團隊構築 4.2 員工福利制度 4.3 人才招聘與培訓
	職業安全與健康	PChome 致力於提供安全、健康、平等的工作環境，實踐對員工福祉與職場平權的承諾，並強化 ESG（環境、社會與治理）治理架構中對職業安全的重視。為系統化落實職業安全衛生管理，本年度推動 ISO 45001 與 TOSHMS 雙軌職安衛管理系統的輔導與驗證專案，導入 PDCA 管理循環，建構具一致性的安全管理機制。此舉旨在降低職業災害風險、保障員工身心健康，並透過持續優化管理流程，提升職場安全文化，推進職場安全管理的實務典範。	4.4 健康友善職場
 治理	經營績效與營運風險	PChome 已針對營運目標、財務報導的正確性、舞弊風險可能性及相關法規遵循進行風險辨識與管理，建立完善的風險管理機制，以適切風險管理為導向之經營模式，將潛在風險控制在可接受範圍內。面對變化快速、競爭激烈的零售市場環境，若未能及時掌握經營績效或落實關鍵營運風險控管，將可能削弱企業調整營運策略的彈性，進而對整體營運表現造成實質衝擊。	1.3 經營績效與風險管理

構面	議題	衝擊說明	對應章節
 治理	顧客健康與安全 ／產品及服務品質管理 ／產品與服務創新	<p>PChome 作為大型電商平台，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，提高消費者購買信心，增加顧客對於公司服務之信賴。除建立內部控管流程外，亦致力監控外部評分機制（Google Maps 評論、App Store 評論、Google Play 評論）；也同步建立站內產品評價機制，讓顧客溝通管道更加多元，也讓優良產品更容易被消費者看見。</p> <p>提供消費者嶄新、便利、信賴的瀏覽過程與數位體驗，精進網頁友善搜尋經驗，是我們的職責。良好的購物體驗可提高營銷效率，網站效益增加，並做到更精準的行銷策略；若未持續優化相關服務，重視用戶體驗，可能導致客源流失、顧客滿意度下降，甚至是整體銷售額的減少，造成重大損失。PChome 作為大型綜合電商平台，確保商品品質與提供優良的購物體驗是我們責無旁貸的使命。優良的產品與服務能強化消費者信賴，是公司業績成長的關鍵；反之，若產品品質控管不當或消費者服務處理不善，將可能造成商譽受損與用戶流失。為此，PChome 要求所有供應商須為政府合法立案，並確保所提供商品符合國家法規與品質標準。透過定期巡檢與不定期抽查，確保在庫商品維持良好狀態，降低瑕疵與損壞風險。同時，我們也透過站內產品評價機制與外部公開評分平台（如 Google Map、App Store、Google Play）建立多元顧客回饋管道，強化與用戶之間的即時溝通與服務回應。</p> <p>在服務創新面向，PChome 致力於優化網站功能與數位體驗，提升搜尋效率與瀏覽流暢度，讓消費者享有快速、便利且可信賴的購物歷程。數位體驗的持續優化，不僅有助於強化品牌價值與營銷精準度，更是維持客戶黏著度與競爭優勢的關鍵。若未持續投入相關服務優化，將可能導致顧客滿意度下降、消費意願減弱，進而影響整體營收表現。</p>	2.1 全方位優質商品選購 2.2 暖心消費體驗
	負責任行銷	<p>PChome 秉持誠信經營原則，致力於提供具品質保障的商品與服務，並嚴格遵循相關法規，確保產品資訊透明揭露，杜絕誇大或不實行銷。平台亦要求供應商落實標示義務，攜手為消費者權益把關，強化消費者信任與選購安全感。透過負責任行銷的實踐，PChome 不僅降低因誤導性資訊所衍生的法規與聲譽風險，也穩固顧客關係與企業信譽，進一步提升長期競爭力，回應投資者與社會大眾對企業責任的期望。</p>	2.1 全方位優質商品選購
	公司治理與法規遵循	<p>健全的公司治理是企業穩健發展與永續經營的基礎。PChome 透過強化治理架構與內部監督機制，善用企業資源以提升營運效率，為全體股東創造長期價值，並穩固企業良好形象與市場信任。公司秉持誠信治理為核心，遵循誠信、透明、公正原則，採取高標準自律要求，落實法規遵循與風險控管，致力成為對環境友善、對社會有益、對人權尊重的責任企業，實踐企業治理與永續價值的雙重目標。</p>	1.2 公司治理與誠信經營 1.3.4 法規遵循



構面	議題	衝擊說明	對應章節
 治理	資訊安全及顧客隱私	資訊安全是電商平台營運穩定的關鍵要素，尤其對以數據處理與交易信任為基礎的網購平台而言，更是不可忽視的核心議題。PChome 持續投入資源，建構穩定、可靠的資訊系統環境，致力於保護消費者個資安全與交易隱私，提供安心的數位消費體驗。一旦發生資安事件，將對消費者權益、企業聲譽及社會信任造成重大衝擊。消費者信心受損，可能導致平台使用率下降，企業亦將面臨客戶流失、營收損害、法規責任等連鎖風險。因此，PChome 將資訊安全視為公司治理與營運風險控管的重要一環，持續強化資安防護與內控機制，以確保平台服務穩定，守護顧客信任。	2.3 可靠資安防護
	永續採購	PChome 順應碳足跡減量議題，積極開發自有商品，將日常耗品類採購轉換為自有商品，除達到碳足跡減量目的，也同步帶給消費者更優質且環境友善之產品。永續採購已成為企業營運與價值鏈管理中的重要議題。PChome 順應碳足跡減量趨勢，積極導入永續採購概念，推動日常耗品類採購轉向開發自有商品，同時上架具環保設計與取得永續標章的產品，不僅實踐碳排減量目標，也為消費者提供兼具品質與環境友善價值的商品選擇，進一步深化企業在綠色供應鏈與產品責任上的永續承諾。	2.1.2 責任與永續選品

構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 環境	環境友善包材	提供多款紙箱、導入包裝規格最適化機制，並且針對無須裝箱重型商品的紙箱，完成紙箱減磅數計畫，以符合政府規範	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%	達成 在多品項訂單情境中，透過演算法調整與規則優化，單一箱型推薦成功率提升至 55%，顯著提高包裝效率與系統適用性	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	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	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	達成 限制包裝重量比值： ● 商品 250 公克以上未滿 1 公斤：小於 40% ● 商品 1 公斤以上未滿 3 公斤：小於 30% ● 商品大於 3 公斤：小於 15%	包裝用量依商品重量分級以符合重量比值規範	包裝用量依商品重量分級以符合 15~40% 重量比值規範	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%	達成 紙箱印刷面積已降至 30%	降低紙箱印刷面積占箱體表面總面積	紙箱印刷面積占箱體表面總面積下降至 25%	紙箱印刷面積占箱體表面總面積下降至 25%



構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 環境	環境友善包材	提供多款紙箱、導入包裝規格最適化機制，並且針對無須裝箱重型商品的紙箱，完成紙箱減磅數計畫，以符合政府規範	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等於 30%	達成 使用再生包裝材料 <ul style="list-style-type: none"> ● 不使用 PVC 材質；紙類原色優先 ● 9 成以上回收紙；塑膠再生料 30% 以上 	採用友善環境且含再生材料的塑膠包材	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%	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 8%	達成 原箱出貨占整體出貨件數 8%	提升原箱出貨占整體出貨件數之比例	原箱出貨占整體出貨件數 15%	原箱出貨占整體出貨件數 17%
			包材減重率較基準年減少 25%	達成 達成包材減重率較基準年減少 25%	提升包材減重率較基準年之減少比例	包材減重率較基準年減少 30%	包材減重率較基準年減少 35%
 環境	綠色倉儲與物流	建置出貨秤重系統符合環境部 ESG 規範，減少不必要的包裝與緩衝材浪費，進而提升載貨運輸效率	透過自動化倉儲有效整併出貨，減少包裹運送箱數	未達成 <ul style="list-style-type: none"> ● 推薦箱號系統因其他較急迫系統需求，工程尚無量能進行優化 ● 2024 年因八德收倉商品集中至林口倉，空間與人力問題，自動化存放空間與跨併時段有所調整 (全時段 → 部分時段) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品集中林口倉管理：整合出貨至單一倉儲據點，降低分倉出貨與包裝重複率 ● 跨併出貨時段擴大：新增全時段執行整併作業，提升包裝整併效率 ● 異常單分析機制：建置系統化標記與數據追蹤，作為流程優化依據 ● 出貨秤重系統試行：導入秤重與比對流程，強化包材使用控管並符合 ESG 標準 	<ul style="list-style-type: none"> ● 推薦箱號系統優化：改善演算法與邏輯，提高箱型推薦準確度，減少不必要的箱數 ● 推薦箱號與跨併整併全時段上線：全面啟用推薦與整併作業，提升自動化效能與全天整併作業能力 ● 跨併系統優化：改變跨庫併箱方式，提升併箱人工效率 ● 推薦包裝邏輯優化：結合秤重與歷史數據，精準推薦箱型與緩衝材，降低包裝浪費與碳排放 ● 整合倉儲資源：推動倉儲共享機制，提升空間使用率並降低能源密度，實現永續營運 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全倉智慧感測與數據決策導入：運用 IoT 即時掌握倉內狀態，強化排程與儲位配置的自動化決策能力 ● 自適應整併平台建置：透過系統學習訂單與商品特性，動態優化整併與包裝策略 ● 與物流平台串接：結合物流排程與整併計畫，提升配載效率並減少重複運輸 ● 智慧秤重 + ESG 包裝模組全面啟用：實現自動化秤重與包裝建議，打造兼顧效率與永續的出貨流程



構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 環境	綠色倉儲與物流	建置出貨秤重系統符合環境部 ESG 規範，減少不必要的包裝與緩衝材浪費，進而提升載貨運輸效率	提升自動化倉儲出貨比例達 65%	達成 2024 第四季林口倉，訂單佔比 68%	提升自動化倉儲出貨比例	提升自動化倉儲出貨比例達 70%	提升自動化倉儲出貨比例達 80%
			車隊行車效能 (油耗) 檢視管理、異常車輛排除，定期定點原廠保養	達成 設立專責車輛管理人，負責監管所有車輛載具的油耗使用、定期保養、維修適性等，並指導簡易故障排除，確保車齡持續老化下，載具仍發揮應有能效	依各路線到貨量，配置合適車款，提升裝載率，降低翻趟次數及哩程	依各路線到貨量，配置合適車款，提升裝載率，降低翻趟次數及哩程	
 社會及人權	人才吸引及留任	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	優化人才管理平台，系統化管理人員績效與訓練資源	達成 ● 強化企業與同仁的競爭力，制定六大職能訓練體系。 ● 2024 年總受訓人數達 5,560 人次、總受訓時數 8,320 小時。	優化人才管理平台，系統化管理人員績效與訓練資源	推展知識分享文化，建立內部講師制並豐富線上學習資源	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
	職業安全與健康	敦南辦公室定期召開職業安全衛生委員會，以及實施新進員工教育訓練、健康促進課程與健康促進活動 倉庫端定期召開職業安全衛生委員會、主管幹部安全衛生會議，會議後向下宣導	委請顧問公司協助建置 ISO 45001 職業安全衛生管理系統	達成 PChome 於 2025 年取得驗證	<ul style="list-style-type: none"> ● 委請顧問公司協助建置 ISO45001 職業安全衛生管理系統 ● 持續維持管理系統運作 ● 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"> ● 維持職業安全衛生管理系統有效運作，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，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	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 社會 及 人權	職業安全與健康	敦南辦公室定期召開職業安全衛生委員會，以及實施新進員工教育訓練、健康促進課程與健康促進活動 倉庫端定期召開職業安全衛生委員會、主管幹部安全衛生會議，會議後向下宣導。	依據法規規範每年落實員工健康管理，預防職業疾病發生	達成 健康檢查後進行分級管理，依照風險程度不同，納入健康諮詢對象，應持續追蹤關懷	<ul style="list-style-type: none"> ● 委請顧問公司協助建置 ISO45001 職業安全衛生管理系統 ● 持續維持管理系統運作 ● 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"> ● 維持職業安全衛生管理系統有效運作，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，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
			管控各項安全風險，建構安全安心的工作環境	達成 <ul style="list-style-type: none"> ● 投入職業安全衛生訓練的人 / 時數合計逾 3,900 小時 ● 進行各項安全衛生教育訓練，參與人次逾 3,378 人 ● 倉庫端每年定期實施 2 次自衛消防綜合演練 			
			不定時推動健康促進活動	達成 <ul style="list-style-type: none"> ● 八德倉舉辦 11 場次 AED+CPR 訓練，參與率達 70% 以上 ● 敦南總公司及桃園各倉辦理健康講座，課程合計 20 小時，參與人數 403 人 			





構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 治理	經營績效與營運風險	<p>全力聚焦從根本面調整營運體質，重塑品牌形象、優化購物體驗、提升營運效率，秉持「用戶為先」的核心價值，致力讓消費者與合作夥伴真切感受到「有感改變」</p> <p>同時積極整合集團資源，結合既有的開放生態系平台優勢，發揮集團綜效，持續推出創新型服務，打造成與全台消費者日常生活緊密連結的網路事業，邁向具備長期競爭力的電商</p>	<p>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</p>	<p>達成</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 深化「買 3C 家電，當然要上 PChome」品牌形象，持續推出創新差異化服務，鞏固平台競爭力 (達成) ● 全新推出「大家電快速安裝」、「手機舊機換金服務」全面升級為「3C 舊換金服務」 ● 導入「筆電延長保固服務」 	<ul style="list-style-type: none"> ● 鞏固 3C 家電的市場領導優勢，並強化生活百貨類商品布局，強化商品競爭力 ● 持續優化使用者介面改版與行動裝置端體驗，強化用戶互動與留存 ● 聚焦會員經營，提升活躍用戶比例，重塑品牌形象與心占率，並深化強化供應商夥伴關係 ● 持續優化產品銷售組成、毛利結構、以及行銷與管理費用面的控制，強化整體營運體質 ● 深化數據應用，並透過與策略夥伴多元深度合作，構建更具競爭力的電商生態系 	<ul style="list-style-type: none"> ● 積極強化營運體質，力拼營收與獲利重返成長軌道 ● 完善 ESG 永續策略規劃與執行機制，並持續精進綠色購物計畫 	<ul style="list-style-type: none"> ● 深化 ESG 策略與永續發展實踐，全面融入營運決策與品牌核心 ● 建構具韌性的營運體質與差異化服務能力，提升長期市場競爭力
			<p>不定時推動健康促進活動拓展異業合作與策略結盟</p>	<p>達成</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 攜手中華電信推動雙向會員計畫，推出「5G 輕鬆點 + 年度聯合資費方案」與「Hami 購物導購」 ● 聯手星展銀行深耕忠誠會員經營，打造極具網購市場競爭力的聯名卡 			
			<p>積極提升倉儲效能，優化營運費用</p>	<p>達成</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 全台電商首座以最高密度導入 AI 技術和全自動化倉儲設備的「PChome 林口 A7 智慧物流園區」，自 2023 年 10 月全樓層啟用後，持續優化整體倉儲的營運效 ● 針對既有倉儲區進行合併收整，已大幅收減人工倉維運費用，並同步拓展第三方倉儲業務 			
			<p>投資技術創新以優化購物動線，消費者體驗升級</p>	<p>達成</p> <p>個資安全性提升、販售模式多樣性、集結頁功能性優化、提高搜尋精準度、並持續導入 AI 優化消費體驗等，全新上線「智能客服」及「以圖搜尋」功能</p>			
			<p>拓展電商賦能服務，嶄新推出零售媒體廣告聯播網 (Retail Media Network)</p>	<p>達成</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在持續擴張第三方倉儲業務，為電商產業提供優質的賦能服務的同時，2024 年全新推出零售媒體廣告服務「PChome Ads」 			
			<p>強化集團資源整合及架構調整</p>	<p>達成</p> <p>各轉投資子公司皆朝獲利增長或虧損收斂的方向發展</p>			



構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)		
			目標	達成說明					
 治理	顧客健康與安全／產品及服務品質管理／產品與服務創新	<p>專注監控 Google、App 等外部評分，由專人深入了解評論內容，積極排解問題並持續優化服務</p> <p>嚴格審核供應商，確保皆為政府合法立案，所有上架商品均經嚴謹的品質控管</p> <p>高度重視產品網頁上的消費者回饋評論，並不定期抽檢遭檢舉之商品評價，一旦發現問題，將立即協助供應商查證，確保內容正確呈現；同時，針對客戶反映之問題，也將立即協助查證</p> <p>PChome 建立完善的廠商申訴機制，供應商可針對惡意評價提出申訴，經查證屬實即撤除；我們重視每一位消費者的心聲，並主動檢視和改善既有的網站功能與服務不足之處，致力於提供更優質的購物體驗</p>	檢視在庫商品						
			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	達成	<ul style="list-style-type: none"> ●系統化計算商品效期，訂定庫內商品的允退期，精準掌握商品效期 ●執行異常下架作業 	<ul style="list-style-type: none"> ●降低因商品品質問題產生的退貨 ●減少客訴的發生 	<ul style="list-style-type: none"> ●確保銷售商品的品質，提供消費者買得安心的服務、吃得健康、用得放心的商品 		
			執行異常下架作業	達成					
			在庫商品品質升級						
		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	達成	<ul style="list-style-type: none"> ●持續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 ●持續針對此類廠商加強抽驗商品 ●持續加強庫內商品防塵包裝 				<ul style="list-style-type: none"> ●持續強化高風險商品檢驗 	<ul style="list-style-type: none"> ●確保銷售商品的品質，提供消費者買得安心的服務、吃得健康、用得心的商品
		針對此類廠商加強抽驗商品	達成						
		加強庫內商品防塵包裝	達成		推動供應商品質管理				
		落實新供應商審核及評估程序	達成	<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"> ●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"> ●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 			
		遵循所簽訂合約內容所載明之權利義務	達成						
		針對進貨頻率異常高的廠商列入改善清單並輔導管理	達成						



構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 治理	顧客健康與安全／產品及服務品質管理／產品與服務創新	PChome 建立完善的廠商申訴機制，供應商可針對惡意評價提出申訴，經查證屬實即撤除；我們重視每一位消費者的心聲，並主動檢視和改善既有的網站功能與服務不足之處，致力於提供更優質的購物體驗	監控外部評分機制				
			力求系統完善、友善提醒消費者善用評論	達成	● 力求系統完善、友善提醒消費者善用評論	● 鼓勵評價，提供消費者評論獎勵措施	● 依評價分級，提升優質商品之曝光率
			產品與服務創新				
			提升服務效率與品質來實現客戶需求多元與服務期望	達成 成功導入智能客服系統，顯著提高了智能客服觸發率，有效縮短了信件結案時效，提升了電話接聽率並優化了退貨退款處理時效，成功實現了預期的服務提升，顯著增強了客戶體驗	● 重視消費者心聲，並主動檢視和改善既有網站功能、服務不足之處	● 搭配最新科技，提供消費者最優質、最便利之創新服務	● 增進顧客滿意度，增加網站整體價值，提升品牌形象
	負責任行銷	教育員工對商品進貨的須知，把關入庫商品。針對異常或不合規的商品，將採還貨／進貨退出，歸還廠商檢視處理	把關入庫商品				
			要求供應商須完整標示並於入倉時專人檢核	達成 廠商後台公告提醒供應商相關注意事項	● 要求供應商須完整標示並於入倉時專人檢核	● 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 ● 定期還貨滯銷 / 效期不足 / 異常商品，維持健康庫存 ● 商品網頁增加商品評論功能，提供消費者評估選擇正確商品，減少退貨	● 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
			入倉商品須確實依循法規完整標示且揭露相關內容	達成	● 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	達成	● 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並嚴格把關禁止入倉	達成	● 嚴禁販售法律禁止販售之商品並嚴格把關禁止入倉				

構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 治理	負責任行銷	教育員工對商品進貨的須知，把關入庫商品。針對異常或不合規的商品，將採還貨／進貨退出，歸還廠商檢視處理。	把關入庫商品				
			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	達成	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● 建置綠色／環保商品專區 ● 增加商品評論功能，增加供應商與消費者間互動 		
			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	達成			
			建置綠色／環保商品專區	達成 建置有責商行、綠色生活 x 環境永續專區			
			增加商品評論功能，及供應商與消費者間互動	達成			
			文案資訊透明				
			刊登商品圖檔文案確實擁有合法智慧財產權	達成 風險關鍵字過濾，避免有法律爭議商品上架	<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 	<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
			建置關鍵字檢索系統維護文案正確性	達成 ● 客服及法務判定來自客訴及主管機關的通知之風險品類 / 商品，進行預防性清查、下架，保障消費者安全 ● 來自客訴通知商品不良或破損，進行預防性清查、下架，保障消費者安全			
專人管理關鍵字檢索系統	達成						



構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)	
			目標	達成說明				
 治理 公司治理與法規遵循	負責任行銷	教育員工對商品進貨的須知，把關入庫商品。針對異常或不合規的商品，將採還貨／進貨退出，歸還廠商檢視處理	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					●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
			持續運作有責商行活動頁	達成	● 持續運作有責商行活動頁 ● 持續響應「世界關燈日」	● 年初或年末進行公益計劃推行		
			響應「世界關燈日」	達成				
	定期向員工實施法規教育訓練及課後法規測驗 定期於法務室「法規新訊」、「法律新聞」網頁更新，並以電子郵件方式布達各主管機關最新法令變更訊息予公司同仁 針對法規變更或公司政策調整，相對應修改制式合約 協助檢視新上線業務之適法性 持續關注政府及主管機關所制訂與變動之法令	提升並維持公司治理排名					持續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	
		維持上櫃公司公司治理評鑑前 20% 之級距	達成	● 維持上櫃公司公司治理評鑑前 20% 之級距				
		落實董事會績效評估						
		董事會績效評估維持「極優」等級	整體董事會績效評估為「優」等級	● 維持董事會績效評估持續維持「極優」等級的表現				
		維持董事會出席率						
		出席率維持年平均 80% 以上	達成 本屆董事會之全體董事至今出席率為 95.8%	● 出席率維持年平均 80% 以上				
		強化資訊揭露						
	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	達成	● 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					
	法規教育							
	整合現有資源，持續進行法規鑑別與法規宣導	達成 每月一次通知「法務室 Google Site 網站法規新訊、法律新聞」並進行更新法務室 Google Site 網站	● 整合現有資源，持續進行法規鑑別與法規宣導		● 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	● 提升同仁對法令遵循的意識，進而內化為公司的法令遵循文化，藉此主動降低公司營運上的違法風險		

構面	議題	政策	2024 目標達成情形		短期目標 (2025)	中期目標 (2026-2027)	長期目標 (2028-2029)
			目標	達成說明			
 治理	資訊安全及顧客隱私	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	零資安事故 達成 持續降低偵測惡意活動與回應速度，縮小擴散的影響範圍	● 零資安事故	● 零資安事故	● 零資安事故	
		持續提升資安教育訓練與社交工程演練普及率	持續降低偵測惡意活動與回應速度，縮小擴散的影響範圍				
	定期依照公司資安政策與實施辦法進行資訊系統查核	維持回應速度縮短為 48 小時內	達成 ● 維持回應速度縮短為 48 小時內	● 維持回應速度縮短為 24 小時內	● 維持回應速度縮短為 12 小時內		
		持續提升資安教育訓練與社交工程演練					
		維持普及率達 70%	達成 ● 維持普及率達 70%	● 維持普及率達 85%	● 維持普及率達 100%		
永續採購	鼓勵綠色商品之採購及綠色廠商之招攬 積極開發自有商品從工廠直鋪通路至消費者，減少售賣過程之碳足跡	招商綠色商店	達成	● 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 ● 積極開發擴大自有商品產品系列	● 增加自有產品比重 ● 持續採購對環境友善的綠色商品	● 陸續取得產品之綠色標章 ● 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	
		銷售對環境友善永續商品並於首頁專區曝光	達成				
		積極開發自有商品之產品系列	達成 推行 BOXMAN 衛生紙、BOXMAN 環保杯				
		推動供應商永續自評問卷	達成				



ch 1 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

PChome 堅守誠信經營的承諾並遵循法令規範，整合電子商務、倉儲物流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。

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 深耕電商生態圈經營，建置智慧物流中心，並配合本公司營運規劃及未來業務目標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 **4.74** 分 (優)



· 公司治理評鑑成績維持 **21% ~ 35%** 級距佳績



· **2024** 年取得 **1** 項專利、**2** 項商標



· 全台首家電商企業取得「台灣智慧財產管理制度」**TIPS A** 級認證，並連 **2** 年維持該評等。

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

- 制定誠信經營作業程序及行為指南、吹哨者舉報及保護制度實施辦法、防範內線交易管理辦法等，亦制定「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
- 針對法規變更或公司政策調整，相對應修改制式合約
- 協助檢視新上線業務之適法性
- 持續關注政府及主管機關所制訂與變動之法令，並於收到主管機關法令宣導通知後以電子郵件方式轉知相關業務單位知悉
- 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
- 不定期於全公司員工指南法務室網頁更新「法規新訊」、「法律新聞」內容，並以電子郵件布達各主管機關最新法令變更訊息予公司同仁
- 配合業務單位提出需求，辦辦法規教育訓練及進行課後法規測驗

- 強化公司治理與董事參與程度
 1. 提升並維持公司治理排名
 2. 落實董事會績效評估
 3. 維持董事會出席率

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
- 配合業務單位需求辦理法令遵循宣導、教育訓練，降低營運之法律風險
- 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、降低營運之負面衝擊

評估機制

- 董事會自評績效
- 維持董事出席率
- 公司治理評鑑
- 稽核室每年進行內部稽查作業
- 不定期就受理之檢舉案件，或觀察到的公司治理風險，執行專案稽核
- 電子商務部新進人員法律教育訓練及課後測驗

2024 實際成效

- 2024 年度整體董事會績效評估 4.74 分（優）
- 本屆董事會出席率均維持 95.8%
- 公司治理評鑑成績自 2021 年度連跳三級大躍進後，自此連年保持 6% ~ 20% 級距成果
- 電子商務部新進人員法律教育訓練共 5 次
- 每月更新法規新訊與法律新聞於公司網頁

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@pchome.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」
電話檢舉：(02) 2700-0898

權責單位

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





經營績效與營運風險

承諾

在競爭劇烈的市場環境下，網路家庭集團秉持「用戶為先」之核心價值，致力推動「有感改變」，為消費者、供應商及合作夥伴帶來創新服務與體驗。旗下 B2C 電商事業持續專注於產品銷售組成、毛利結構及費用面的優化，追求體質健康的營收成長。PChome 24h 購物一方面聚焦於深化 3C 家電的核心服務價值、強化生活百貨類商品的豐富齊全度，另一方面則透過異業結盟和推出創新 OMO 服務來深耕會員經營與平台差異化，積極重塑品牌形象，以提升會員的造訪率與回購率。同時，集團亦積極整合資源並進行組織架構調整，推動各轉投資子公司朝獲利成長或虧損收斂方向邁進，以擴大整合綜效

行動方案

- 鞏固 3C 家電的市場領導優勢，加強生活百貨類商品的布局
- 積極透過策略結盟、跨界合作，推出貼近消費者需求的創新功能與差異化服務
- 持續加速優化使用者介面改版，積極升級移動端的用戶體驗
- 聚焦會員經營並增長活躍用戶比例、重塑品牌形象提升消費者心占率，以及強化供應商關係
- 專注於產品銷售組成、毛利結構、以及行銷與管理費用面的持續優化

投入資源

- 積極擴展與直營品牌的合作與商品開發的豐富度，以提升全站商品齊全度及價格競爭
- 深化「買 3C 家電，當然要上 PChome」之品牌形象，持續推出創新差異化服務，鞏固平台競爭力：全新推出「大

家電快速安裝」；「手機舊機換金服務」全面升級為「3C 舊換金服務」；導入「筆電延長保固服務」[\(請詳本報告書「2.1 全方位的服務平台及優質商品選購」\)](#)

- 拓展異業合作與策略結盟：攜手中華電信推動雙向會員計畫，推出「5G 輕鬆點 + 年度聯合資費方案」與「Hami 購物導購」；聯手星展銀行深耕忠誠會員經營，打造極具網購市場競爭力的聯名卡[\(請詳本報告書「2.1 全方位的服務平台及優質商品選購」\)](#)
- 積極提升倉儲效能，優化營運費用：全台電商首座以最高密度導入 AI 技術和全自動化倉儲設備的「PChome 林口 A7 智慧物流園區」，自 112 年 10 月全樓層啟用後，網家持續優化整體倉儲的營運效能，同時針對既有倉儲區進行合併收整，已大幅收減人工倉維運費用，並同步拓展第三方倉儲業務[\(請詳本報告書「3.1.3 綠購倉儲」章節\)](#)
- 投資技術創新以優化購物動線，消費者體驗升級：個資安全性提升、販售模式多樣性、集結頁功能性優化、提高搜尋精準度、並持續導入 AI 優化消費體驗等，全新上線「智能客服」及「以圖搜尋」功能
- 拓展電商賦能服務，嶄新推出零售媒體廣告聯播網 (Retail Media Network)：在持續擴張第三方倉儲業務，為電商產業提供優質的賦能服務的同時，全新推出零售媒體廣告服務「PChome Ads」
- 強化集團資源整合及架構調整

評估機制

- 透過財務與非財務指標，持續追蹤經營績效
- 由法務室負責適法性檢視與潛在風險研析，強化前瞻性法遵機制

- 稽核室定期檢視公司整體營運風險，並提升重大風險事項之預警與應變能力

2024 實際成效

- 網路家庭集團 2024 年度合併營收新台幣 375.63 億元，年減 9%；合併稅後淨損年縮減 18.9%，由 5.28 億元收斂至 4.28 億元；歸屬於母公司業主稅後淨損從去年同期的 6.60 億元縮減至 5.76 億元，每股稅後淨損 (EPS) 4.08 元，優於前一年度的每股淨損 5.01 元。受惠於 B2C 營運效率優化及各事業體獲利提升帶動，113 年集團合併 EBITDA (稅前息前折舊攤銷前獲利) 年增 11.6%，從去年同期的 5.06 億元增長至 5.64 億元；整體財務表現持續改善，朝營收和獲利穩健翻轉的目標邁進
- 面對轉型挑戰，網路家庭集團堅守 ESG 承諾，從公司治理、環境保護與社會責任三大面向，持續推動精進計畫，深化永續理念於營運策略，積極回應利害關係人關注議題。2024 年榮獲第 17 屆 TCSA 台灣企業永續獎「永續報告金獎 (貿易百貨第 1 類)」，展現永續推動成果；旗下 PChome 24h 購物亦因消費者保護、安全購物環境及企業永續經營表現，榮獲數位發展部「首屆友善電商獎」認證

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 (GRI 2-1)

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	新臺幣 1,439,529,450 元
員工數	1,464 人 (含全職與兼職員工，截至 2024 年 12 月 31 日)

(GRI 2-6) PChome 網路家庭為綜合網路服務商集團，以 B2C 電商事業－PChome 24h 購物為核心基石，串聯集團旗下電子商務、金融科技、賦能服務、入口網站等服務，積極發展開放的 PChome 生態圈，打造與用戶生活密切相連的網路事業。主要服務包含：B2C 網購平台－PChome 24h 購物、C2C 交易市集－露天市集、跨境電商－比比昂；金融科技領域有行動支付－Pi 拍錢包、分期支付工具－分期趣及慢點付、全方位金流服務平台－喬睿科技 TapPay，以及網路保險－易安網。此外，擁有自營物流車隊－網家速配，並拓展第三方倉儲業務，提供電商產業賦能服務。

PChome 作為台灣具指標性的大型綜合電商品牌，持續深化服務創新與商品布局，整合供應商開發與管理、商品資訊管理、金流物流與客戶服務，並導入大數據科技應用優化自動化倉儲系統，以提升整體營運效能與消費者的網路購物體驗。秉持對永續經營的承諾，PChome 自 2019 年起推動「綠色購物計畫」，積極響應聯合國永續發展目標 (SDGs)，從購物流程各環節著手，致力於降低營運活動對環境的影響。未來將持續運用電商平台影響力，深化友善環境策略，朝向包裝包材全面循環與零廢棄目標邁進，實現綠色電商的永續藍圖。

集團旗下服務包含電子商務、金融科技、賦能服務



外部參與 (GRI 2-28)

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	會員
台北市電腦商業同業公會	會員
台灣網路暨電子商務產業發展協會	榮譽理事長
台灣董事學會	候補理事
台灣玉山科技協會	會員
中華民國資訊軟體協會	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

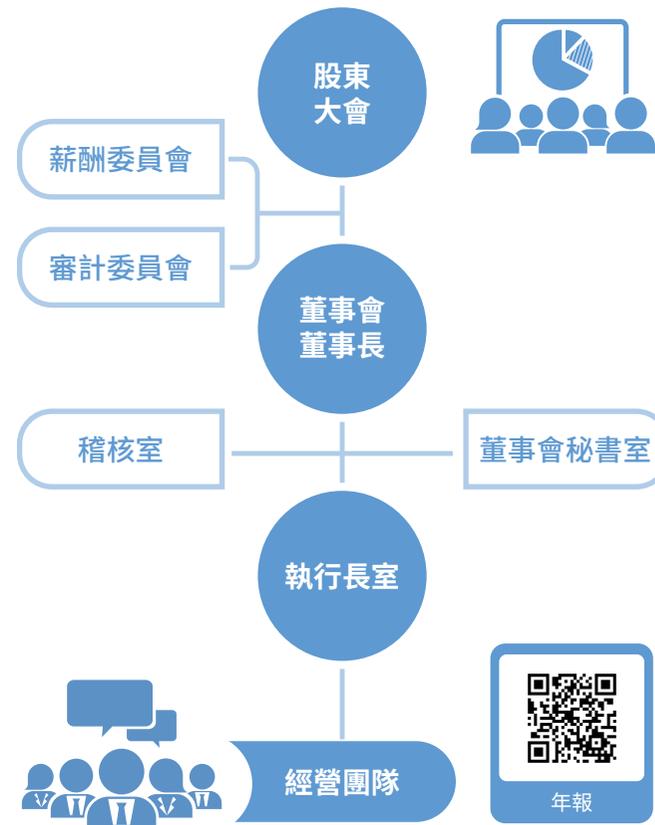
1.2 公司治理與誠信經營

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 (GRI 2-9,2-11,GRI 405-1)

董事會為 PChome 最高治理單位，目前包含董事 9 位 (2024 年包含女性董事 2 位)、獨立董事 3 位，任期均為三年。詹宏志董事長為本集團創辦人，為台灣電子商務領域的指標人物。詹董事長以對於網路與社會趨勢之精闢觀點而備受敬重，多年來帶領 PChome 克服諸多競爭挑戰，營運規模穩健成長。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。



董事會每年基本召開 4 次 (2024 年達 8 次)，PChome 於 2024 年改選董事會成員，本屆董事會之全體董事至今出席率為 95.8%。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 (GRI2-18)

為提升董事會運作效率、治理品質，PChome 自 2022 年起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 2024 去年度董事會績效自評，採線上問卷方式，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 2025 年 3 月董事會群組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 五大面向，共 42 個項目 	<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 五大面向，共 24 個項目 	<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 六大面向，共 20 個項目
評估結果	4.74 分／優	4.88 分／優	4.54 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 (GRI2-18)

PChome 審計委員會由三位獨立董事組成，並推選獨立董事賀陳旦先生擔任召集人，每季至少開會一次，負責執行公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則以及公司存在或潛在風險之管控等。2024 年度共召開 6 次審計委員會，審計委員實際出席率為 100%。審計委員會遴選辦法及職權請詳本公司年報。

薪酬委員會 (GRI2-9,2-20,2-21)

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：

(1) 訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。

(2) 定期評估並訂定董事、監察人及經理人之薪資報酬。

委員會由三位獨立董事組成，每年至少開會 2 次，2024 年度共召開 2 次薪酬委員會，薪酬委員實際出席率為 100%。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 (GRI2-15)

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。

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。

* 註：「自身利害關係」係依據公司法第 206 條之定義。



董事會利益衝突之情形：

2024 年 2 月 22 日討論 21st Financial Technology Co., Ltd. 提供短期融通資金授權案，經董事郭大經、周厚宇迴避後，主席徵詢其餘出席董事照案通過。



董事 / 高階經理人薪酬政策 (GRI2-19)

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：(GRI2-21)

	2022	2023	2024
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	26.47	15.15	13.92
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	-18.08	-9.19	-3.3

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 (GRI2-17)

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。2024 年董事之進修時數符合上市上櫃公司董事進修時數比例。

2024 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
董事長	詹宏志	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
董事	張瑜珊	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
董事	周磊	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
董事	張瑜珊	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
董事	曾薰儀	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
董事	周厚宇	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
董事	郭大經	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
獨立董事	賀陳旦	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
獨立董事	簡民一	社團法人台灣金融研訓院	ESG 永續趨勢、實務及永續法令新知	3		V	V
		社團法人台灣金融研訓院	更好更快更有價值 - 綠色供應鏈優化與數位化成熟度	3	V	V	V
獨立董事	杜奕瑾	社團法人台灣金融研訓院	永續與智慧醫療	3	V	V	V
		社團法人台灣金融研訓院	生成式 AI 的機會與挑戰	3	V		V

1.2.2 誠信經營

深化誠信經營 (GRI 2-23, GRI 206-1)

PChome 重視誠信、透明的治理原則，整體團隊乃至價值鏈夥伴均依循誠信經營相關規範之約束。相關規範包含「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。



誠信經營守則



道德行為守則



公司治理實務守則



道德行為守則

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，與公司往來之廠商均須簽署內容涵蓋誠信經營之「供應商行為準則聲明書」，以確保供應商的業務運作符合相關規定及公司誠信及內控風險控管措施，避免因供應商的不合規範給公司帶來風險。2024 年 PChome 並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。

吹哨者舉報機制 (GRI2-26, GRI 205-1, GRI 205-2)

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。

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。



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@pchome.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「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。2024 年無接獲並遭證實的相關貪腐事件，且無涉入反競爭行為及違反反托拉斯或壟斷法規相關之訴訟。

1.2.3 人權政策 (GRI 2-23 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



PChome 人權政策

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。[\(請詳本報告書「CH4. 職場的可靠夥伴」章節\)](#)

◆ 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。[\(請詳本報告書「4.4 健康友善職場」章節\)](#)

◆ 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。[\(請詳本報告書「2.3 可靠資安防護」章節\)](#)

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，2024 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 4,624 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

PChome 於 2024 年 12 月依照「執行職務遭受不法侵害預防計畫」之規定執行職場不法侵害自主檢核表、危害辨識及風險評估表、作業場所環境檢核表（物理環境、工作場所設計、適性配工、工作設計）紀錄表單。並實施全體同仁不法侵害預防線上課程，建立全體同仁認知

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、人力資源部提出申訴，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。



1.3 經營績效與風險管理 (GRI 201-1)

1.3.1 經營績效

網路家庭集團 2024 年度合併營收新台幣 375.63 億元，年減 9%；合併稅後淨損年縮減 18.9%，由 5.28 億元收斂至 4.28 億元；歸屬於母公司業主稅後淨損從去年同期的 6.60 億元縮減至 5.76 億元，每股稅後淨損 (EPS) 4.08 元，優於前一年度的每股淨損 5.01 元。受惠於 B2C 營運效率優化及各事業體獲利提升帶動，113 年集團合併 EBITDA (稅前息前折舊攤銷前獲利) 年增 11.6%，從去年同期的 5.06 億元增長至 5.64 億元；整體財務表現持續改善，朝營收和獲利穩健翻轉的目標邁進。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： (單位：新臺幣佰萬元)

項目	2022 年	2023 年	2024 年
營業收入	46,265	41,286	37,563
營業成本	40,660	36,309	32,676
營業毛利	5,605	4,977	4,887
營業費用	5,500	5,491	5,241
本期淨利 (損)	44	(528)	(428)
總資產	26,592	27,455	26,436
總負債	18,152	18,902	18,427
總權益	8,440	8,553	8,009

1.3.2 稅務治理

稅務政策 (GRI207-1)

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 (GRI207-2, GRI207-3)

公司設有稅務管理單位，日常稅務行政與管理委由會計主管執行，並由專業及經驗豐富的稅務科長協助會計主管履行公司的稅務義務，財務長為稅務管理負擔最終責任者。本公司每年年底依規定申報前一年度國別報告，同時於香港做國別報告之次級申報，以供台灣以外國家之稅捐稽徵機關使用。

國別報告 (GRI207-4)

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。

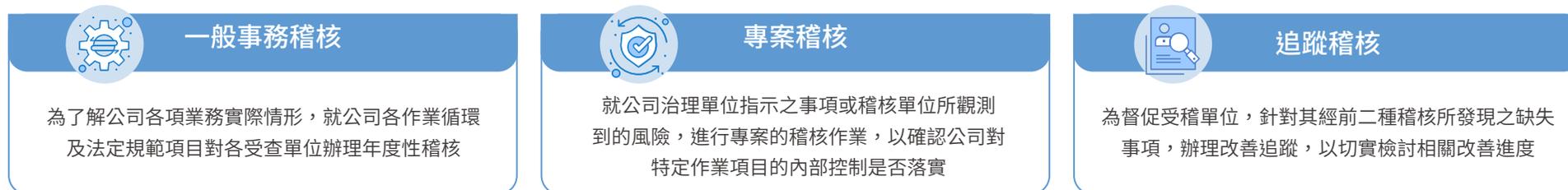
1.3.3 穩健營運風險管理

PChome 認為永續經營的關鍵在於及早辨識並妥善管理風險與機會。由執行長統籌指揮集團風險管理計畫，各業務單位負責執行與應變。公司針對營運目標、財務報導正確性、舞弊防制及法令遵循等高可能性及高影響性風險，進行系統性分析與因應，建立以風險辨識、衡量、監督及控管為核心的風險管理機制，並由稽核室依據風險評估及法規要求，規劃年度稽核計畫與檢查程序，持續強化治理及內控體系。除穩健推動經營發展與實現股東價值外，亦重視消費者權益，設立客服部門、定期檢視客戶意見，並陸續取得「全球安全認證網站標章」、「優良電子商店」及「網消會購物補償」等認證，致力於提供安全可靠的消費環境。

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	<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. 考量工作樣態改變與缺工議題，進行服務底層資料結構重構，降低人為布置版面的作業機會，改採系統自動生成的策展內容，降低服務對於人員異動後產生的風險
 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

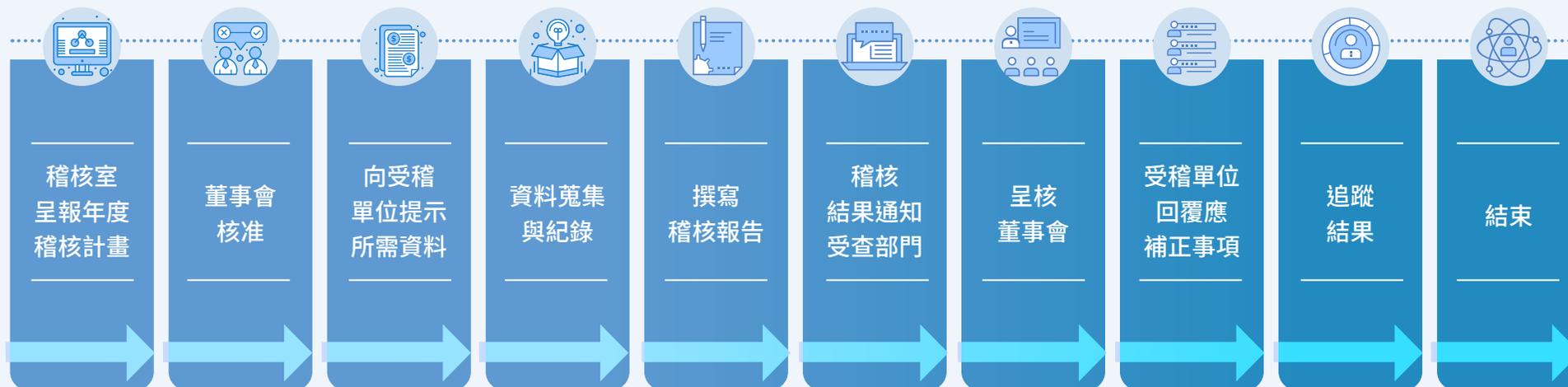
內部稽核

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，並就查核結果辨認潛在的缺失風險或改善建議與管理階層溝通，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會及董事會報告稽核業務執行情形。



2024 年度內部稽核執行，提報董事會核准內稽查核作業計畫計 40 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 (GRI 2-27, GRI 418-1, GRI 416-2, GRI 417-2, GRI 417-3)

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。

2024 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
財違反有關產品與服務的健康和安全法規違規狀況	59	均為警告	商品移除下架
違反有關產品與服務資訊與標示的狀況	12	均為警告	商品移除下架
未遵循行銷傳播相關法規的事件	32	29 件警告 3 件裁罰 (金額皆為新台幣 10 萬元以下)	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 (GRI 2-24, GRI 205-2)

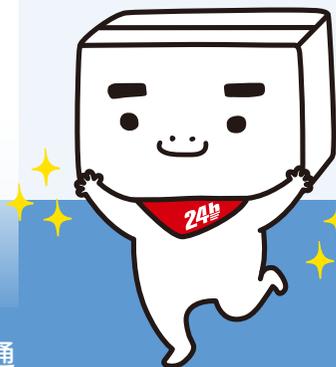
為提高組織內同仁守法認知，落實誠信、透明治理機制，PChome 內部不定期就各類法律知識與實務進行宣導，以確保所提供之服務乃至整體組織運作，為可受市場信賴的。電子商務事業部、顧客服務部之新進人員，需參與法律教育訓練課程，內容包括著作權法、商標法跟公平交易法，並即時宣導公司受裁罰案件，提醒涉及之法規。

2024 年共辦理 5 次、每次 2 小時之法律教育訓練課程予本公司電子商務部、顧客服務部新進人員，授課內容包含著作權法、商標法跟公平交易法等，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

作為長期深耕電子商務產業，PChome 除提供豐富且完善的電子商務、金融科技及倉儲物流服務，亦自 2020 年導入 TIPS 台灣智慧財產管理制度，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該年底通過再驗，2024 年 TIPS A 級驗證效期持續延續，顯見高度重視智慧財產管理與公司治理。PChome 持續運用 AI 人工智慧搭配大數據和自動化倉儲，強化及提高營運效率與風險控管，搭配專利獎勵制度，不斷地提供創新的技術和服務，完美連動智財目標與營運策略。



" 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

為守護得來不易的新興研發成果，並不斷強化市場地位，PChome 塑造經營目標與研發資源結合的智慧財產策略，鞏固公司營運管理、保護智慧結晶及控管營運風險，除能加強公司競爭力、創造企業獲利，亦可實現營運方針，從而構築一套符合公司核心價值的智慧財產權運用機制。



專利管理及保護措施

為持續推出適合消費者之各項服務與功能，優化消費者使用體驗，以順應市場潮流，PChome 推行多項研發專案，運用許多新興科技開發程式、服務與技術，涵蓋多樣層面，包含網站搜尋體驗與精準度提高、購物動線最佳化、移動端購物體驗改善、行動支付金融科技服務、智慧倉儲物流管理等，並確實結合業務目標與內部專利獎勵機制，鼓勵同仁創新發想，申請專利保護研發成果，妥善連動智財目標與公司營運方向



營業秘密管理及保護措施

做為無形的智慧財產中，與公司機密技術、產品和競爭力高度正相關的營業秘密，對公司營運發展具有舉足輕重之地位。為妥適管理營業秘密，PChome 提升機敏資料防護，防止洩漏客戶或公司重要資料，並適時調修機密資訊管理規範，且透過教育訓練普及和加深保密意識宣導，以及施行各種資安演練加強資安防護力

智財風險與因應措施

為塑造積極和創新之企業目標及文化，PChome 藉由下列策略，推進智財管理制度，提高員工智慧財產知識，促進機密資料管理：

- ★ 加強員工智財知識及保密意識
- ★ 持續評估已實際運用於服務之技術提出專利申請之可能性
- ★ 舉行智財及資安相關教育訓練
- ★ 進行資安演練提高資安防護能力

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，2024 年度分別取得 1 項發明專利以及 2 項商標。截至 2024 年底，PChome 已累計取得共 7 件發明專利，以及 522 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

2023 年

- ◆ 無需實地審查，直接通過 TIPS 專利抽驗，維持 TIPS A 級驗證
- ◆ 進行年度智財管理內部稽核作業和管理審查會議
- ◆ 調修 PChome 品牌規範書 Brand Guidelines，完善商標使用規章
- ◆ 為新進、研發、商品、行銷人員，以及導入部門等進行教育訓練，深化員工智財保護意識及基本知識
- ◆ 於員工大會安排公開的專利取得認證頒獎儀式，表揚同仁貢獻

2024 年

- ◆ TIPS A 級驗證效期持續延續
- ◆ 12 筆商標授權，提升品牌曝光度
- ◆ 商標識別更新，傳遞品牌新信念
- ◆ 為新進 EC 相關部門人員進行教育訓練，上課內容：著作權法、商標法、公平法等商品相關法規，強化員工智財風險意識和基本常識

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，共 187 人	3 次 / 月
EC 新人法務課	EC 相關部門新進同仁，共 81 人	1 次 / 3 個月
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

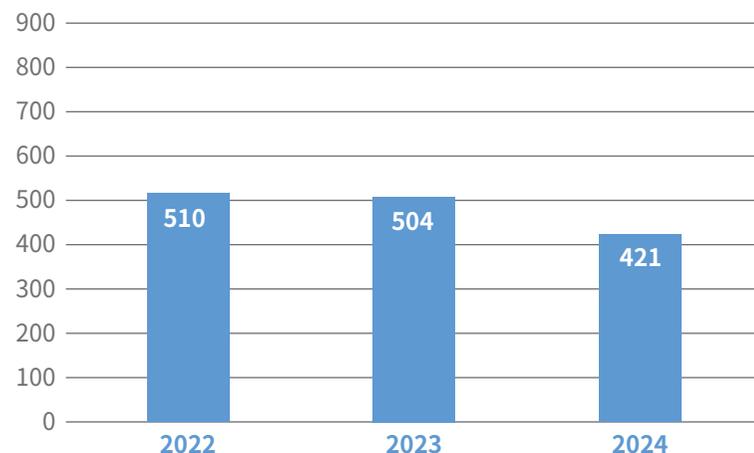
PChome 重視發展與每位廠商的長期合作關係，於內部規範明確要求每位業務人員，須與供應商維持良好正向的互動與溝通，並與供應商建立長期發展、值得信賴的合作關係。於此前提下，透過內部管理規範與程序，對於每個供應商進行以下七大管理面向：

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

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、訊息、電子郵件了解供應商運作情形，維繫與供應商之緊密溝通。PChome 針對新增供應商執行 100% 審核。

新增供應商評核家數



此外，PChome 為期許合作之非 EC 供應商亦能共同邁向企業永續，長期關注社會責任、環境保護、商業道德、經營管理等領域，因此邀請供應夥伴在永續發展上一齊努力，PChome 參考相關規範，包含責任商業聯盟行為準則 (RBA Code of Conduct)、「聯合國企業與人權指導原則」(UN Guiding Principles on Business and Human Rights)、全球盟約 (UN Global Compact) 十大原則、「世界人權宣言」(UN Universal Declaration of Human Rights) 所訂定「供應商行為準則聲明書」，供應商同意於日常業務中實踐本聲明書，提供健康安全的工作環境，確保勞工相互尊重、享有尊嚴與公平、遵循職業道德操守標準，並在任何情況下，為 PChome 提供產品或服務時，均應恪遵守法、不侵害第三人智慧財產權、合乎誠信經營原則要求及對社會環境負責的承諾。

在地商品採購 (GRI 204-1)

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，也間接增加就業機會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 在地採購比例已連續四年超過 99%，凸顯對在地經營之行動。

(單位：新臺幣佰萬元)

項目	2022 年 採購量	2022 年 採購百分比	2023 年 採購量	2023 年 採購百分比	2024 年 採購量	2024 年 採購百分比
當地採購	15,961	99.95%	12,559	99.95%	12,853	100%
非當地採購	8	0.05%	6	0.05%	0	-





ch 2 購物的創新夥伴

2.1 全方位的服務平台
及優質商品選購

2.2 暖心消費體驗

2.3 可靠資安防護

「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 自電子商務拓展至金融科技服務，不忘以「永續價值」為依歸，持續滿足供應商與顧客全方位的需求，致力提供供應商良好發展平台，也讓每一位顧客獲得安心且優質的消費體驗。

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



PChome 致力於運用網路技術與應用創新，持續為用戶與合作夥伴創造更多永續理念的價值



PChome 持續推廣永續商品，並高度向在地商家採購，促進城市、郊區和農村地區間的正向連結



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



整合集團資源並透過跨界策略結盟，持續推出創新及差異化服務，嶄新推出「大家電快速安裝」及「筆電延長保固服務」，並將原「手機舊換金服務」升級為「3C 舊換金服務」



積極優化消費者購物體驗，App 於 Apple App Store 及 Google play 雙平台的評分連續兩年獲得 **4.8** 顆星



「資訊安全小組」持續推動多項資安管理作為，有效維護系統安全與穩定，維持零資訊安全事故。



連續三年與經濟部中小企業處合作推動「有責商行」，並設立「綠色商品」環境永續專區持續優化選品策略，擴大綠色商品規模。



管理方針

永續採購

承諾

PChome 順應碳足跡減量議題，積極開發自有商品，將日常必需品採購轉換為自有商品，除達到碳足跡減量目的，也從源頭把關帶給消費者更優質且環境友善之產品

行動方案

- 開發碳足跡減量之產品，有助於提升公司社會責任，走入消費者日常
- 減少外部採購可降低不可控之產品風險、未減碳之耗品 造成環境汙染

投入資源

- 供採購額度供綠色商品採購、商開資源進行綠色商品開發
- 自有商品專案小組，負責專案商品開發、採購，另有專案行銷資源

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
- 「有責商行」之商品數年度增幅

2024 實際成效

- 永續產品商品數維持超過 1 萬項商品 (包含「綠色商品」、「有責商行」專區)
- 自有商品採購金額達新台幣 \$31,448,972 元

申訴機制

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

權責單位

商品部、綠色商品小組

負責任行銷

承諾

- 全心全力為消費者提供健康、安全、安心的優良商品，並且嚴格控管產品品質，從原物料及供應鏈管理到生產製程及產品檢驗等，皆以符合「食品安全」及「政府法規」為首要職責
- 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
- 減少不必要的包裝材料，使用可回收或可生物降解的材料

行動方案

- 增加綠色合作供應商，提供消費者可持續消費的商品
- 訓練供應商重視商品供應循環
- 同仁及系統教學供應商，正確的進倉規範
- 減少因商品問題而退貨的訂單、提升消費者信任
- 增加公司品質把關、維護良好商譽

投入資源

為確保消費者權益，PChome 設有專責單位，針對入倉商品進行嚴格檢驗。倉庫稽查人員亦定期執行抽驗，全面把關商品品質、外觀等各項細節是否符合標準。此外我們更商品效期監控追蹤機制，提供相關人員效期資訊報表，精確掌握商品效期

評估機制

- 不定期檢視倉庫內商品狀態及標示，不符合規範者退還至供應商

2024 實際成效

- 異常商品退回佔 5.55%，較 2023 年度減少 1.46%
- 違反有關產品與服務資訊與標示的狀況案件數，從 2023 年 18 件，下降為 12 件

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

顧客健康與安全／產品及服務品質管理／產品與服務創新

承諾

- 提供消費者買的安心的服務，吃的健康、用的放心的產品
- 商品評價真實揭露，消費者心聲充分呈現，讓消費者買的安心
- 持續優化、創新對消費者友善的網站功能
- 提升使用者滿意度和轉換率，給予消費者良好的購物體驗，因應市場變革及消費者需求的快速演進
- 台灣電商首座最高密度導入 AI 技術和全自動化倉儲設備的林口 A7 智慧物流園區等創新與差異化服務，帶給消費者有感改變

行動方案

- 商品上架前須經審查，以符合相關法令和規範，若有任何不良產品及高風險產品，由權責單位進行異常下架機制
- 商品審核杜絕高風險產品
- 監控外部評分機制（Google Map 評論、Google Play 評論、App Store 評論）；同步建立站內產品評價機制，顧客溝通管道多元，也讓優良產品更容易被看見
- 針對商品評價之回覆，成立廠服評價管理小組，不定期抽查廠商之回覆是否適切
- 聆聽消費者留言正負面評語，開發符合消費者需求與期待

的技術與服務

- 持續檢視既有網站功能之不足，並擬定改善計畫即時改進
- 增加公司良好評價，減少因瀏覽及購物體驗不佳的留言、提升客戶滿意度

投入資源

- 深化倉庫編制進貨與庫存小組、客服專線
- 技術部門以了解消費者需求為出發點，主動規劃和開發新技術，持續提供創新產品和服務，確保品質穩定並提升用戶體驗
- 為百萬商品進行資料貼標，根據商品用途、屬性、種類歸納分類，建置應用於商業分析之資料庫，運用數據思維分析消費者行為、探究訂單行為且採取行動，包含第一方數據追蹤、會員分群、流失用戶召回、個人化精準行銷、未來 AI 應用模型等。並以數據力為核心開發供應商賦能服務，持續與各大廠商合作共創雙贏

評估機制

- 每週外部評價管理會議、每季產品評價系統成效追蹤
- 每月針對高風險、品質不良產品進行評估
- 每週技術部門協同客服單位依網站客訴入口，及 iOS 與

Android App 市集收集當週消費者回饋，並輔以如點擊率、轉換率、停留時間、留言評分數等，了解消費者對 PChome 24h 購物服務各項評比與訴求，以持續改善服務效能

2024 實際成效

- 2023 年 Google Maps 3.6 分、Google Play 4.8 分、App Store 4.8 分
- 2024 年 Google Maps 3.8 分、Google Play 4.8 分、App Store 4.8 分

申訴機制

客服專線 (02) 2704-0999

Google Map 評論、App Store 評論、Google Play 評論、站內產品評價機制

權責單位

電子商務部、技術部、客服部、營運管理處



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
- 官網提供隱私權聲明：「PChome Online 網路家庭客戶隱私權條款」、「兒童網路安全」宣導，維護消費者的個人隱私

行動方案

- 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
- 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

- 舉辦滲透測試
- 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、資安事件實例研討等教育訓練。實際透過演練或測試結果識別風險，調整資源比重，優化系統，降低風險

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
- 進行駭客攻防演練，鑑別資安風險所在，並及時修補改正
- 審閱委外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

2024 實際成效

- 完成 1,526 項資訊循環稽核
- 完成 88 次弱點掃描，並及時修改了 4,221 個弱點
- 進行 150 個人天駭客攻防演練
- 完成 341 份供應鏈合約資安評估

- 共 1,482 名員工完成資安意識教育訓練
- 共 181 名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「利害人關係溝通」中填寫聯絡表單

權責單位

資安辦公室



利害人關係溝通



2.1 全方位的服務平台及優質商品

2.1.1 PChome 生態圈 (GRI 2-6)

PChome 網路家庭為一綜合網路服務商集團，以 B2C 電商事業－PChome 24h 購物為核心基石，串聯集團旗下電子商務、金融科技、倉儲物流、入口網站等服務，積極發展開放的 PChome 生態圈，打造與用戶生活密切相連的網路事業。旗下服務包含：B2C 網購平台－PChome 24h 購物、C2C 交易市集－露天市集、跨境電商－比比昂；金融科技領域有行動支付－Pi 拍錢包、分期付款工具－分期趣及慢點付、全方位金流服務平台－喬睿科技 TapPay，以及網路保險－易安網。此外，擁有自營物流車隊－網家速配，並拓展第三方倉儲業務，提供電商產業賦能服務。

電子商務

國內電商

秉持「用戶為先」之核心價值，PChome 持續推動「有感改變」，致力於為消費者、供應商及合作夥伴帶來實質革新。旗下 B2C 電商事業專注於提升 3C 家電的核心服務價值、強化生活百貨類商品的豐富齊全度，同時透過異業結盟和推出創新 OMO 服務來深耕會員經營與平台差異化，積極重塑品牌形象，走入消費者日常生活。

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，期能滿足消費者從 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。PChome 24h 購物當前除了是全台電商唯一 Apple 全系列授權經銷商、各大 3C 品牌新機首選上市平台外，近來持續攜手知名大廠進駐設立官方旗艦館，2024 年再獨家開設「Pokémon Store 寶可夢官方線上直營旗艦店」，並攜手亞洲跨國群眾集資平台 MYFEEL 攜手打造集資旗艦館。

在提升平台服務力的部分，繼 2023 年推出大型綜合電商首創的「線下安裝服務中心」及「大家電延長保固服務」，今年再新推出「大家電快速安裝」及「筆電延長保固服務」，並將



原「手機舊換金服務」升級為「3C 舊換金服務」，提供更全面、更完善的售前與售後加值服務。同時，持續推動 App 行動端與網頁版的全面改版及頁面優化，著重優化用戶從瀏覽、搜尋、選購到結帳的全方位購物體驗，並推出多項新功能。其中，新上線「以圖搜尋」與「智能客服」兩項新功能，進一步提升消費便利性與服務品質。

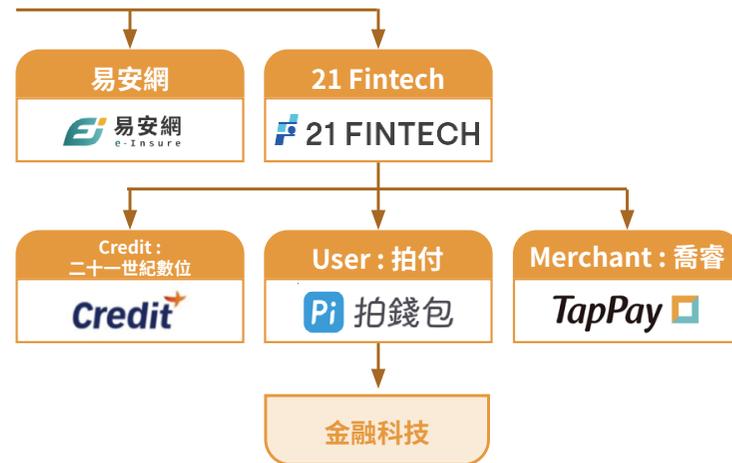
海外跨境電商

近年來，海外跨境購物已深植台灣民眾的日常消費習慣，市場需求與規模持續攀升。PChome 網路家庭集團旗下唯一專營日本跨境代標代購電商比比昂的營業規模與獲利表現穩步成長。自 2019 年 10 月正式開站以來，比比昂以「零風險・五大購物保證」為核心，包括：業界最低空運費率、免集運商品自動空運回台、免自行報關、商品運送損壞與未到貨的全額理賠，以及透明公開的費用結構，為消費者提供安心無憂的跨境購物服務。2024 年 6 月，比比昂與全家便利商店推出全新獨家合作模式，進駐全家「會員 APP」開設「比比昂日貨專區」，藉由全家突破千萬的 APP 下載量，以及便利商店 24 小時營業特性與超過 4,200 間實體店舖的優勢，將市場首見的便利商店跨境購物服務廣泛觸及新客群，此一創舉推動比比昂全站會員數成長 1.35 倍，成功拓展新客群。同年 9 月，比比昂再攜手日本樂天集團旗下二手交易線上平台「Rakuten Rakuma」，全面升級「比比昂日貨專區」，新增豐富多樣的二手精品選擇，為台灣消費者帶來更便捷、多元的跨境購物體驗。

金融科技

PChome 集團近年來也積極布局金融科技事業，當前旗下服務涵蓋行動支付－Pi 拍錢包、分期支付工具－分期趣及慢點付、提供 Payment Gateway 等全方位金流服務的喬睿科技 TapPay，以及網路保險－易安網。在策略結盟的架構下，藉由整合跨產業之資源、服務等核心優勢，提供多元數位金融服務，持續推動台灣金融科技創新發展。

金融科技子公司 21st FinTech (21st Financial Technology Co.,Ltd.) 自 2022 年推出業界首創的「iPhone 訂閱方案」以來，成功顛覆傳統消費模式，並持續拓展訂閱經濟版圖。2023 年，進一步攜手 ASUS 華碩推出「筆電訂閱方案」，並與中華電信合作，成為全台首家電信業者提供「iPhone for Life」訂閱方案的合作夥伴，屢創產業先例。2024 年，再拓合作新篇章，攜手 GIANT 捷安特推出市場首見的「單車訂閱制」，並與德誼數位聯手進行「iPhone 訂閱方案」，不斷豐富訂閱產品選擇，滿足不同消費需求。綜觀金融科技事業發展與獲利能力皆強健，將持續擴大創新支付與訂閱經濟的應用場景，提升消費者體驗。



七大「有感升級」差異化服務

有感升級一、新推「大家電快速安裝」服務



PChome 24h 購物作為大型綜合電商 3C 家電銷售領導通路，致力於提升核心服務價值，提供創新與完善的加值服務，創造平台服務差異化。2024 年 6 月再推出「大家電快速安裝」嶄新服務，提供消費者一鍵下單、配送到府、快速安裝、延長保固的家電網購一條龍整合服務。觀察上線首月數據，顯示消費者多集中週二至週四下單，呼應消費者需求傾向在週末前完成安裝作業。

有感升級二、新推「筆電延長保固」與「筆電舊換金」服務



用過去， 迎向新的未來

告別手中的筆電，可以筆電轉送、可以跟筆電合照後收在櫃子裡。現在你也可以解套筆電換個身份，成為你擁有新品的解手。

不限筆電品牌、無論筆電狀態如何，揪機客邀您參加回收筆電活動，還可享ASUS原廠加碼新品折抵優惠。

展開特色循環，從這裡開始。

* 若您欲使用免費到府取件服務，可利用電話或電子郵件方式聯繫我們，由專人替您服務。
服務專線: (02)2369-1566 (非假日與一到六10:00 - 19:00)
電子郵件: service.tw@pogeeek.com

PChome 24h 購物攜手華碩集團旗下子公司翔碩科技，於 2024 年 8 月推出全新「筆電舊換金」服務！不限筆電品牌、無論筆電狀態，消費者只需在回收估價網頁進行線上估價，即可享受專人到府收件，並由工程師進行專業檢測，確認最終回收金額後，選擇以「PChome 電子禮券」支付，還可再享有額外的 5% 加碼。另針對華碩品牌筆電，也有「華碩保證回購」的高估價方案。這項服務不僅讓消費者能輕鬆舊換金、無痛購入新筆電，同時減少電子廢棄物，實踐綠色循環經濟，共同為環境永續貢獻心力。

有感升級三、全面升級「3C 舊換金」服務推動舊機回收



PChome 自 2018 年起推出「手機舊換金」服務，消費者可透過線上估價及專人到府收件，輕鬆回收舊機，並獲得回收金補貼購機費用。2024 年第 3 季進一步擴大回收範圍，全面升級為「3C 舊換金」服務，回收項目涵蓋手機、平板、穿戴裝置、筆電，不限裝置品牌與狀態皆可估價回收，選擇 PChome 禮券回收價還可享有額外最高回饋 10%，禮券可用於折抵站上消費，相較於市面上其他舊機回收平台，不僅能夠回收更多元的 3C 產品機種，回收金的消費用途也更加彈性。

有感升級四、持續性改版、優化購物體驗



PChome 24h 購物持續推動 App 行動端與網頁版的全面翻新、改版，並推出多項新功能，優化用戶從瀏覽、搜尋、選購到結帳的全方位購物體驗，驅動 2024 全年 App 下單會員數年對年成長 2.9%。此外，2024 年第 4 季新上線「智能客服」服務，讓消費者能夠更即時解決購物疑問，顯著提升服務效率；同時於 App 中新增「以圖搜尋」功能，使消費者搜尋商品更加直覺與便捷。

有感升級五、推展跨界異業合作，深耕會員經營



PChome 24h 購物聯手中華電信推動雙向會員計畫，於 2024 年 3 月首度推出「5G 輕鬆點+ 年度聯合資費方案」，用戶除了可享有高速 5G 通訊與上網體驗之外，每月於 PChome 24h 購物消費滿額還可獲得 Hami Point 贈點，並持續透過「Hami 購物」平台導購、擴大觸及廣大中華電信用戶，讓「Hami Point」可直接於 PChome 24h 購物站內消費折抵，壯大雙方點數生態圈綜效。



PChome 攜手星展銀行深耕聯名卡忠誠會員經營，持續提供市場有感最高 6% 回饋，以及更多專屬的權益優惠，包含娛樂購票、餐飲服務等多重精彩禮遇，在多元的消費場景與卡友建立更深的好感連結，並結合 PChome 吉祥物 -BOXMAN，於 2024 年 4 月全面換新卡面，打造「PChome Prime 聯名卡」新氣象，新戶首刷禮最高可享 1,000 P 幣。

有感升級六、「訂」出綠色新經濟！



旗下金融科技公司 21st FinTech (廿一世紀數位科技) 繼首創推出手機、筆電訂閱方案後，於 2024 年 9 月再宣布攜手 GIANT 捷安特，合作推出市場首見的「goride 輕鬆騎訂閱制專案」，切中全球淨零浪潮的永續

議題，提供靈活且具吸引力的騎乘選擇，讓消費者僅需支付少少的月付款，即可輕鬆享有高品質的自行車款。goride 擁有無限制使用的特點，不受共享單車的借還點和共享機車的營運區域限制，無需擔心歸還和停車問題；透過更實惠的月租費，使長期或高頻率騎乘更經濟，比按次計費的共享單車及機車更加實惠；並提供每位用戶個人專屬車輛，不用擔心租不到車或車況問題，享受更佳騎乘體驗。

2.1.2 責任與永續選品

在全球永續浪潮推動下，消費者日益重視透過購買實踐對環境與社會的友善選擇，企業亦積極轉向永續生產模式，兼顧營運成果與永續責任。PChome 作為電子商務領導品牌，秉持與消費者與供應商夥伴攜手守護地球的理念，持續拓增環境友善商品採購，並降低高碳排、高耗能商品比例，讓日常購物也能成為推動永續的力量。

PChome 24h 購物平台集結多元國內外環境友善商品，設立「品牌旗艦館」，回應消費者對安心選品的期待，積極提升品牌信賴度。供消費者一站式選購，產品特色涵蓋全系列節能家電、百分百再生包裝、重視環境效益的產品設計等，展現品牌從研發到生產皆納入環境思維的永續實踐。其中更不乏取得「零殘忍認證」、「搖籃到搖籃」等國際環保標章的優質商品，體現 PChome 致力推動永續採購、串聯消費與環境正向循環的堅持。PChome 近年持續擴大綠色商品規模，包含優先選擇具備環保或節能標章的商品，提供更豐富的永續選擇。此外，PChome 亦結合世界關燈日、地球日等環境倡議節日，與合作夥伴舉辦綠色行動，倡導環境友善生活，凝聚大眾共好力量，實踐「人與環境共生」的永續價值。

有感升級七、跨境網購走入日常



因應消費者對跨境網購需求日益增長，2024 年 6 月旗下日本跨境代標代購電商比比昂攜手全家便利商店合作，於全家會員 APP 開設「比比昂日貨」專區，打造市場首見的便利商店跨境購物服務。透過「全家」逾 1,750 萬名會員、破千萬的 APP 下載量，及全台超過 4,200 間實體店舖的強大優勢，開啟台日跨境電商服務新篇章。比比昂持續深耕日本代標代購市場，同年 12 月再新攜手日本樂天集團旗下二手交易線上平台「Rakuten Rakuma」，拓展更豐富多樣的二手商品選擇，進一步強化台日三方合作，展現服務差異化優勢，讓跨境網購真正走入日常生活。

品牌旗艦館

隨著網購管道日益多元，加上網路資訊氾濫，消費者面臨商品真偽難辨、品質難以確認等疑慮。為解決線上購物的信任痛點，PChome 24h 購物打造專屬原廠授權的「品牌旗艦館」，提供具品質保證、享產品保固、完善售後服務，並提供不定期的優惠回饋，同時串聯全台 24 小時到貨服務，實現快速、便利與安心兼具的購物體驗，建立值得信賴的綠色電商消費環境。

2024 年全新獨家開設「Pokémon Store」寶可夢官方線上直營旗艦店，並攜手亞洲跨國群眾集資平台 MYFEEL 攜手打造集資旗艦館。此外，科技界將 2024 年定義為 AI 元年，各式各樣的 AI 終端消費產品百花齊放。搶攻 AI 浪潮，PChome 24h 購物近期盛大開設「AI 旗艦館」，集結站上最新推出、討論熱度高的 AI 手機、AI 筆電及智慧家電，讓消費者搶先體驗 AI 帶來的智慧新生活。

有責商行及綠品商品館

PChome 24h 購物持續優化選品策略與服務體驗，協助消費者將永續理念融入日常生活，並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」，響應經濟部中小企業處「Buying Power」理念，連續三年與經濟部中小企業處合作推動「有責商行」，並設立「綠色商品」環境永續專區持續優化選品策略，擴大綠色商品規模。自專區成立至 2024 年，架上商品品項數已成長至 11,518，2024 年也再新增 5 家食品類品牌，回應消費者對於安心食材的關注。同時，「有責商行」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。



環保認證標章小知識

零殘忍標章

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



PChome 24h 購物認證之商品：Astonish 英國潔、Eco-Me、ANDALOU 安德魯等。

搖籃到搖籃

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



PChome 24h 購物認證之商品：method 美則、ecover 宜珂等。

舊機回收：回收不擔心，3C 舊換金

擁抱循環經濟！隨著科技推陳出新，電子設備汰換加速，生活便利的同時也伴隨潛藏的環境壓力。為延長產品生命週期、減少電子廢棄物，PChome 24h 購物自 2018 年即推出「手機舊換金」服務，2024 年更擴大回收範圍至筆電，全面升級為「3C 舊換金」服務，積極推動消費循環再利用。

消費者透過線上估價及專人到府收件，即可輕鬆回收舊機，流程簡便並符合「線上回收作業管理規範 (iTS)」，讓消費者回收更安心。站上當前提供手機、筆電、平板、穿戴裝置等多家品牌 3C 產品的回收服務，舊機回收金若選擇以 PChome 禮券回收價，更可享額外 10% 加碼，可靈活運用於全站消費抵用。PChome 以行動實踐永續價值，打造便利、回饋兼具的綠色消費體驗。



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／舊機回收 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：禮券一歸戶至 PC 帳號／現金一匯款至個人帳戶（含 10% 現金積點）

註：現階段「筆電回收」服務僅提供入口網站之線上估價功能，最終報價與回收確認事項將由系統透過電子郵件通知用戶。

舊機回收



對地球有益，
幫助資源永續發展
回收你的舊機



PChome 3C 舊換金



筆電舊換金

手機訂閱：PChome iPhone 訂閱方案



全台首創訂閱服務，一指輕鬆換新、永續又省心！PChome 作為全台電商唯一全系列 Apple 授權經銷商，於 2022 年首創推出「PChome iPhone 訂閱方案」，整合集團資源打造全新購機模式，主打五大優勢：「0 利率低月付額、免預繳押金、內含專屬保險、方案到期彈性處理、年年換新升級」，推行首年即引發市場與消費者廣泛關注。根據過往兩年數據顯示，訂閱用戶中 21～39 歲年齡層佔比達 66%，其中以 30～39 歲最多，其次為 21～29 歲；性別方面，男性用戶佔比高達 7 成，顯示年輕族群對靈活換機、高效購機的可接受度與需求日益提升。

「PChome iPhone 訂閱方案」結合創新科技與永續理念，透過訂閱與回收機制實踐循環經濟，讓消費者輕鬆升級新機的同時，也能減碳做環保，一起實踐更聰明的綠色消費。

響應世界關燈日·挺永續不缺席



PChome 網路家庭已連續第四年響應全球最大自發性公益減碳行動「Earth Hour 關燈一小時」，2024 年於 3 月 23 日晚間 20：30 至 21：30 於 PChome 辦公大樓同步熄燈一小時，以實際行動響應減碳的環保理念。同時，旗下 PChome 24h 購物也特別推出「世界關燈日」、「有責商行」、「綠色商品」三大主題選品專區，號召消費者一起加入綠色生活行列此外，在「綠購倉儲」方面，PChome 也積極提升能源使用效率，目前不只旗下自有倉儲已全面導入 LED 照明設備，較傳統燈具消耗的能源約減少 50%~70%，有效降低碳排。2023 年全新啟用營運的「網家林口 A7 智慧物流園區」，透過高密度導入 AI 技術和全自動化倉儲設備，貨架區更可在無照明狀態下穩定運作，天天實現「關燈倉庫」的節能情境，在世界地球日當天，「網家林口 A7 智慧物流園區」同步關閉招牌燈整整 24 小時（00:00 至 24:00），展現對永續承諾的堅持與行動力。

深耕綠色經濟 · 打造世界地球日



2024 年 4 月 22 日世界地球日 (Earth Day) 以「Planet vs. Plastics | 地球與塑膠」為主題，聚焦全球對塑膠污染的關注。PChome 網路家庭作為台灣首家實踐「綠色購物」概念的大型電商平台，持續推動永續經營，深化綠色購物計畫，響應國際環保行動。旗下 PChome 24h 購物特別打造「世界地球日」專區，網羅具備「可持續性使用、環保標章、無塑包裝」等環境友善特色的綠色商品，鼓勵消費者選擇對環境更友善的生活方式。同時匯集「食、衣、住、行」四大系列綠色商品，從日常細節出發，攜手消費者共同守護地球家園。

推動環保集點 · 助攻綠色經濟



近年來，台灣面臨供電穩定與能源轉型的挑戰，極端氣候也加劇缺水、缺電等問題，讓民眾對永續議題更加關注。PChome 24h 購物重視商品的綠色選品標準，積極推廣具備節能標章、環保標章、FSC 標章與節水標章等認證商品，期盼協助消費者從選購端降低對環境的衝擊。作為國內第一間取得「碳足跡標籤」的大型電商平台，PChome 24h 購物自 2021 年起攜手行政院環保署推動「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，後續的每筆訂單即可獲得 500 綠點，綠點可於下次消費折抵使用。透過選品優化與集點回饋機制，PChome 期盼讓更多人在享受購物樂趣的同時，輕鬆實踐綠色生活，讓環保成為日常的一部分。

綠生活新日常，推廣電子閱讀

隨著低碳生活意識升溫，「電子書閱讀器」因具備可持續性重複使用、攜帶便利、支援個人化閱讀體驗、且有助減輕用眼負擔，逐漸成為結合環保與便利的閱讀首選，廣受現代閱讀族群青睞。PChome 24h 購物書店自 2022 年起獨家攜手全球第二大電子書平台樂天 Kobo 合作，壯大綠色閱讀版圖。截至 2024 年，上架超過 493 萬本電子書，較 2023 年成長 11%，為全台藏書量最多的網路書店。書籍語系橫跨英語、西班牙語、法語、日語等主流語言，更延伸至阿拉伯語、馬來語、土耳其語等多元內容，全面滿足各類閱讀偏好。同時也鼓勵供應商以電子書籍作為活動搭售主力商品，透過推廣無紙化選擇，減少樹木砍伐與油墨使用，共同實踐永續閱讀、落實綠色生活日常。

2.1.3 商品審核與品質規範 (GRI 416-1)

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。我們要求廠商依嚴謹的內部規範填寫必要資訊，商品上架前須經審查，以符合相關法令和規範。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。



✓廠商基本資料



✓商品資訊管理



✓商品驗收資訊傳遞



✓法律責任



✓產品交付責任

- 1 禁止販售之商品**
 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
- 2 限制刊登出售之商品**
 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
- 3 認證許可**
 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

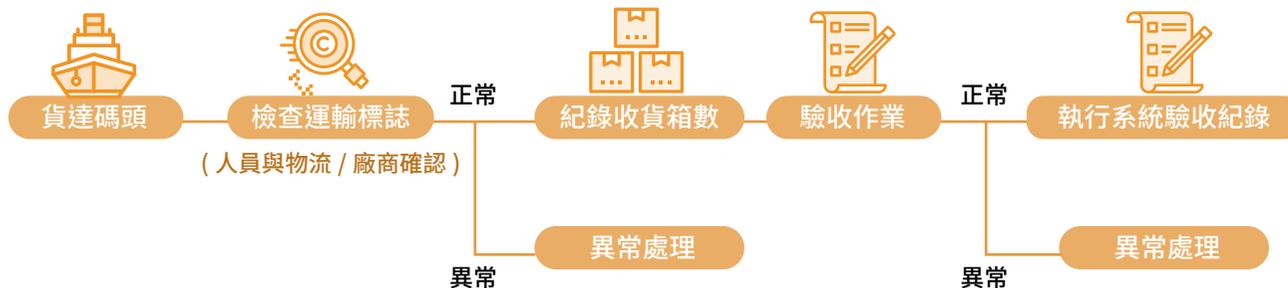
- 4 商品標示**
 針對本國與進口商品，要求確實標示商品名稱、主要原料、商品原產地、製造及有效日期等資訊，以確保商品資訊完整性，增加消費者信心
- 5 智慧財產權**
 要求合作供應商保證商品文案資訊正確透明，以確保確實擁有合法智慧財產權
- 6 環保標章**
 所有耗能產品皆須標示「能源效率標示」；洗衣機、馬桶必須有省水標章方可販售

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，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 針對不同效期區間的商品，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

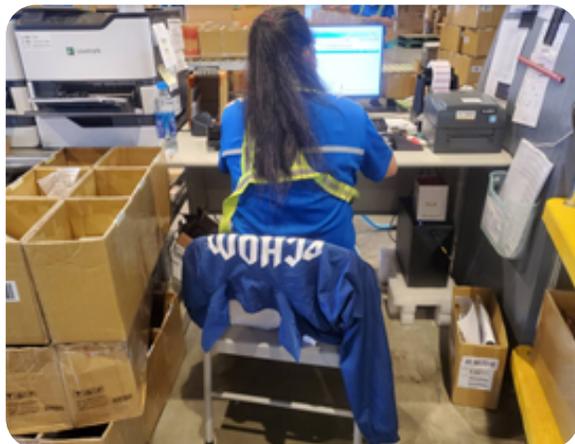
PChome 與供應商簽訂採購契約時，皆要求供應商提供商品檢驗證明。而 PChome 自有品牌的商品，會自行檢送如 Intertek 全國公證檢驗、FDA 等第三方機構，驗證項目包括生菌數、大腸桿菌等微生物、食品添加物、毒素檢測、重金屬、多重農藥殘留、食品標示、化妝品標示、配方審核等，以向消費者保證商品品質與安全。



倉庫商品稽核

PChome 倉庫的庫存組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檢查稽核，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，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，會先請業務同仁主動與供應商聯繫確認並於期限內補正並提供相關證明文件，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 立即將有疑慮之商品採取預防性下架停止販賣。後續如合作廠商主張已調整違規事項並取得相關證明文件等，經相關單位審查後商品即可恢復上架。



2024 年商品下架事件

商品品項	下架緣由	改善辦法
食品及日用品等	2024 年異常下架共 59 件，主要為主管機關通報及來函：違反商品標檢 / 標示相關、違反智慧財產權、未標示 NCC 字號、違反公平交易法等。	商品下架移除，並請供應商提供相關證明與補正後再回復上架

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，退回高風險產品，除了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 每年定期針對高庫齡商品（存放過久，可能會產生變質、泛黃、脆化等品質劣化類型產品）抽檢，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，我們提高了高庫齡還貨標準，2024 年產品退回較前年減少 47%，係公司在入庫前的嚴格把關及消費者信賴購買，致高庫齡商品減少，惟 PChome 持續對高庫齡商品的檢查，以對於消費者及消費體驗的重視。

2.2 暖心消費體驗

2.2.1 可靠客戶服務

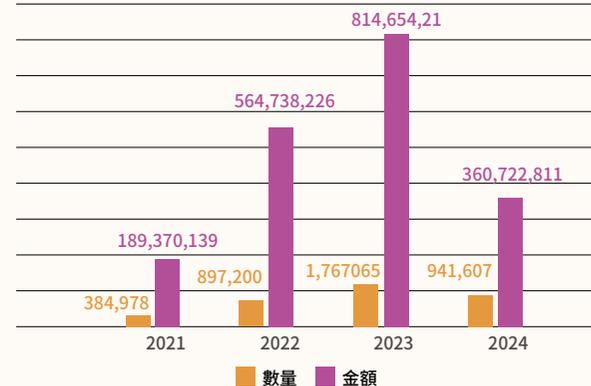
為提供更即時、便利的服務體驗，PChome 於 2024 年 10 月正式上線智能客服，協助客戶更快速找到所需解決方案。上線至今，智能客服使用率已達 70.4%，問題解決率更高達 96.3%，有效滿足大多數客戶的需求。未來，我們將持續優化智能客服的互動體驗，提升回應準確度與操作流暢度，讓客戶透過自助服務也能獲得高效支援。

除了智能客服，我們也積極優化 APP 使用體驗，致力於提升整體顧客滿意度。截至 2024 年，PChome APP 在 Google Play 和 APP Store 均獲得 4.8 分的高評價，顯示在操作流暢性、功能設計與問題回應等面向皆獲得用戶高度肯定。我們將持續傾聽用戶的每一則回饋，透過技術創新與服務升級，打造更直覺、順暢的購物體驗。

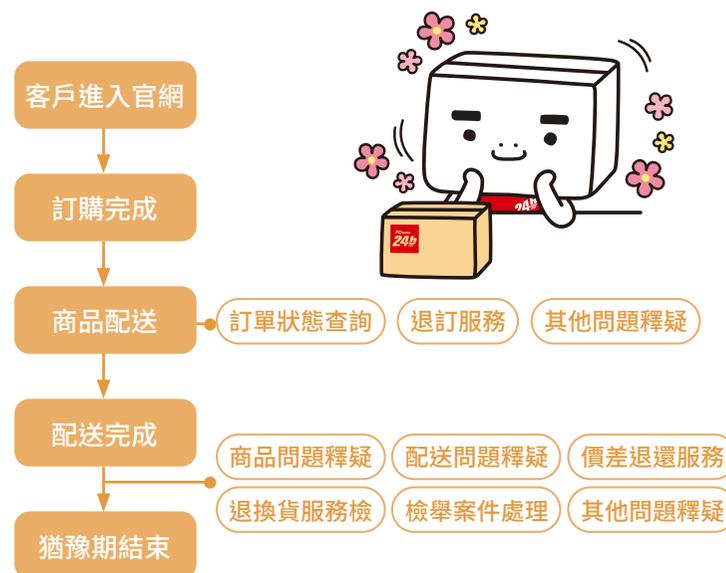
此外，我們預計於 2025 年導入線上即時客服，讓客戶透過網站或 APP 即可與客服人員即時對話，相較傳統電話客服更具彈性與便利性。透過這項升級，期望進一步提升服務效率與互動品質，讓每一位客戶都能感受到 PChome 對貼心服務的堅持與用心。

PChome 致力於提供貼心且有溫度的服務，期望成為客戶購物時的可靠夥伴。無論是商品資訊查詢、訂單追蹤或售後服務，客戶皆可透過客服專線、網站顧客中心留言或智能客服等多元管道與我們聯繫。我們在接獲客戶留言反映後，將於 2 個工作天內透過電話或電子郵件完成初次回覆，並由專員負責處理至結案。此外，顧客中心「問答記錄」提供客服回覆內容，客戶可隨時查看客服人員回覆資訊。

高庫齡產品退貨情形



PChome 顧客流程服務



2.2.2 專業客服訓練

優質服務來自專業團隊，PChome 始終重視客服人員的專業培訓。2024 年，我們共投入 7,300 小時進行系統化訓練，課程內容涵蓋商品知識、問題解決能力、情境應對技巧及顧客溝通實務，全面強化客服團隊的專業素養與應對能力，確保每一次回應都能展現溫度與效率。

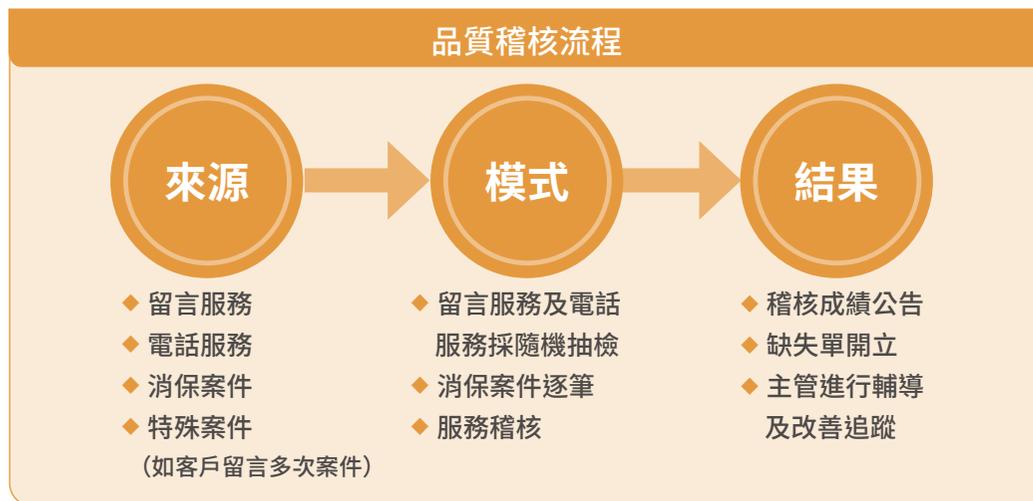
為提升服務效率與準確度 PChome 於 2024 年建置完成「客服工作資訊站」，整合常見問題、標準回應流程與內部知識資料，協助客服人員快速查詢與即時應對。此舉不僅提升回覆一致性，也大幅縮短處理時間，讓服務更加即時且專業。

未來，隨著線上即時客服的導入，我們將同步加強溝通技巧與多管道應對的訓練，讓客服人員能適應多元的溝通管道，為客戶提供流暢且高效的服務體驗。

PChome 相信，透過持續的教育訓練與數位工具的導入，能打造具備專業力與服務熱忱的客服團隊，成為每一位顧客值得信賴的支持者，並穩健落實服務品質與永續發展的承諾。

客戶服務訓練					
員工類別	管理職	管理職		非管理職	
		女性	男性	女性	男性
	受訓總時數	61.5	39	4,044	3,155

註：管理職定義為副理級以上之同仁



五大服務亮點 彰顯客服專業與溫度

PChome 客服團隊在第一線服務中持續展現高度的專業度與應變力，從用戶回饋中歸納出五大深獲肯定的服務亮點：

1. 回應迅速 — 快速掌握問題核心，第一時間提供解方。
2. 處理高效率 — 簡化流程、即時協助，縮短客戶等待時間。
3. 靈活應變急單需求 — 面對急件訂單可彈性協調，及時滿足客戶所需。
4. 跨部門溝通協調力 — 整合內部資源，提供一站式解決方案。
5. 親切且細緻的服務態度 — 無論一般查詢或特殊地區配送，如離島、偏鄉，皆以高度耐心與用心應對。

這些正向回饋不僅肯定了團隊在第一線的努力，也彰顯 PChome 對服務品質的堅持與承諾。我們將持續強化客服專業與服務溫度，讓每一位顧客都能感受到被重視、被理解的安心體驗。

客戶暖心來函

這次購物選用 i 郵箱，但等了一天都沒查詢到中華郵政的交寄紀錄（以前都是快捷郵件、第二天一早就收到了，這次只有郵單號碼，完全沒交寄進度）。於是電話請客服編號 162 的林小姐幫忙，她竟然很爽快的說：您有急用，我重新出貨宅配給您！結果不到 24 小時就真的宅配到家了！謝謝客服林小姐積極又有效率的處理，要我放心，希望她的敬業可以得到公司的獎勵！

客戶暖心來函

想給 PChome 客服鼓勵和嘉許！在 1111 購物節活動，物流都忙翻的時候，仍然很有效率且耐心的幫忙雙向溝通、協調，讓我收件的困擾降到最低，真的很棒！配合的物流人員也很棒！



客戶暖心來函

臨時需要更換發票，聯繫客服編號 123 的傅小姐，她起初依公司規定說明處理時程，在了解我有急迫需求後，積極協助聯繫相關單位，加速處理流程，最終順利完成發票更換。PChome 客服展現出在遵守制度下仍具彈性處理問題的能力，服務態度專業且高效率，特此致謝，並期盼公司能給予實質肯定與獎勵。

客戶暖心來函

我買了「廠商出貨」商品，為了退貨問題，歷經多位客服人員的幫忙，客服為了維護客戶權益，向廠商據理力爭，非常感恩！

客戶暖心來函

離島貨運處理確實較為繁瑣，感謝大家的耐心與配合，辛苦了，也誠摯感恩！

客戶暖心來函

我這次其實只是想提醒物流送貨注意事項，免得白跑一趟，很快的，客服編號 602 的楊小姐就快速、周詳的回應！在我心目中，PChome 24h 購物客服團隊是所有網購平台第一名。我也會因為比價，在另外一個購物平台買東西，但一旦有問題就得被迫跟機器人客服對話！PChome 24h 購物客服團隊讓我感受到安心、可信賴、高效率。

客戶暖心來函

購買商品後無法找到廠商維修聯絡方式，聯繫 PChome 客服後收到清楚回覆。後續廠商承諾補寄新品卻遲遲無回，改由客服編號 254 的畢小姐協助處理，回覆迅速並即時促成出貨，兩天內順利收到商品。身為客服從業者，特別感謝畢小姐的效率與專業，也謝謝 PChome 客服團隊的協助與用心！

客戶暖心來函

從 2014 年到現今 2024 年，PChome 一直是我們家愛用的網購平台，平台上商品樣式齊全、商品高品質把關以及迅速到貨等，若商品有疑慮等問題，服務團隊也很有效率的協助反映給廠商，完善的服務一直是喜愛在 PChome 購物的首要考量，再次謝謝 PChome 團隊！



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，有效防堵縮小擴散、縮小的影響範圍；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

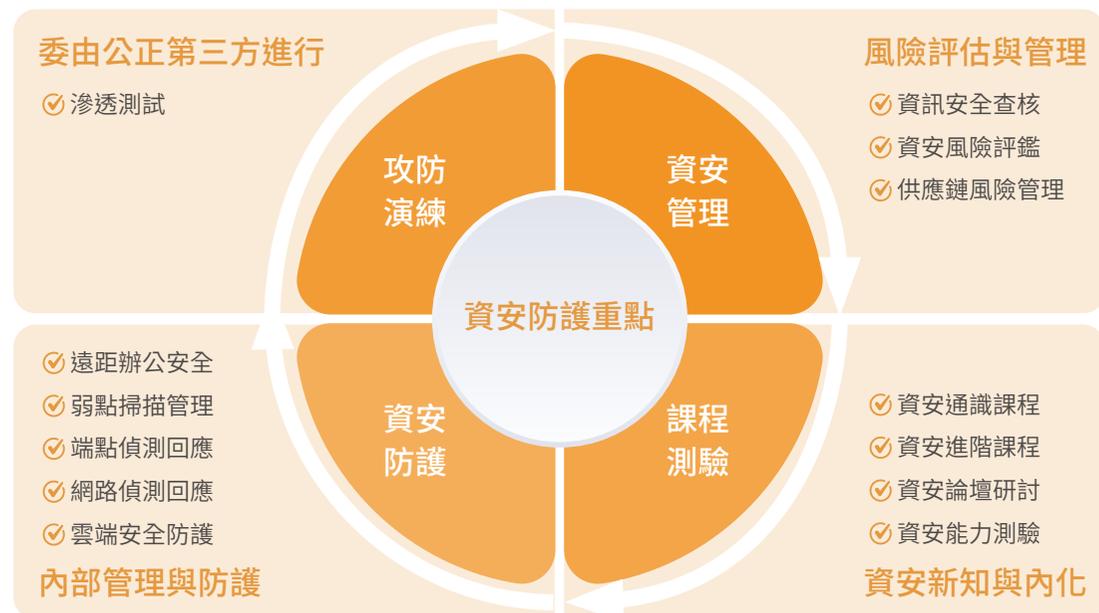
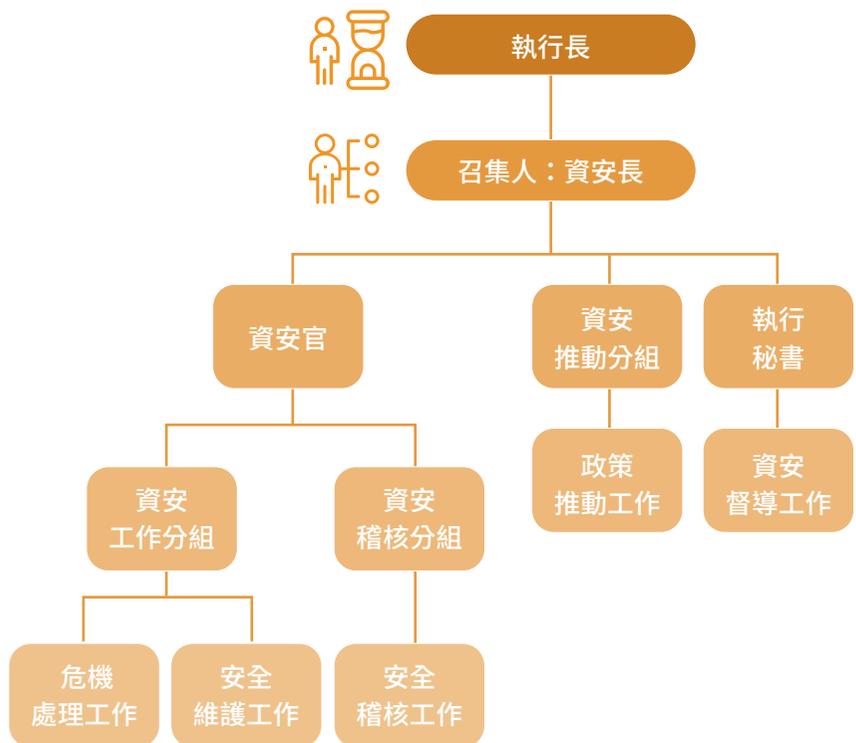
為強化資訊安全管理，建立可信賴之資訊應用系統與環境，本公司於 2018 年即成立資安專責部門，下轄中央管理單位，統籌集團資訊安全及保護相關政策制定、執行、風險評鑑、控制與遵循度查核，以達到提升網路服務之資訊安全及服務品質，讓 PChome 成為消費者安心的線上購物平台，不用擔心資訊安全或個人隱私受到侵犯，確保營業能力及資訊服務效能，並由資訊安全部門最高主管定期向執行長與董事會審計委員會彙報資安管理成效、資安相關議題及方向。

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。

2.3.2 資訊安全措施

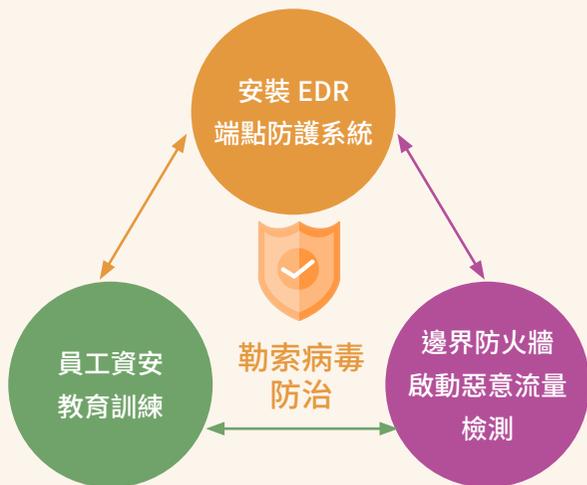
為深化資訊安全防範並落實制度化規範之具體作為，PChome 訂立完整的資安管理政策，從系統面、技術面、程序面評估資訊安全風險，依據風險高低、發生機率、影響層面與規避風險所需成本等多方考量來訂定處理的優先等級，明確識別業務與資安造成衝擊的重大風險，並透過 PDCA (Plan-Do-Check-Act 的簡稱) 循環管理的方法論，確保風險降低的有效性，建立符合客戶需求、最高規格的機密資訊保護服務。同時建構多層資安防護措施，持續導入資安防禦技術，建立包含 Identify 識別、Protect 防護、Detect 偵測、Respond 回應、Recover 復原能力的資安監控與維運機制，以及制訂供應商風險管理流程，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。



願景	目標	策略
打造安全無虞的資訊系統與作業環境	<ol style="list-style-type: none"> 落實資訊安全政策 確保提供資訊之機密性、完整性及可用性 保護客戶隱私及資訊資產的安全 	<ol style="list-style-type: none"> 制定確實有效管理機制 運用適當方法及工具提高資安管理完整性及作業效率 符合資安相關法令及規定

2024 年加強執行項目



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

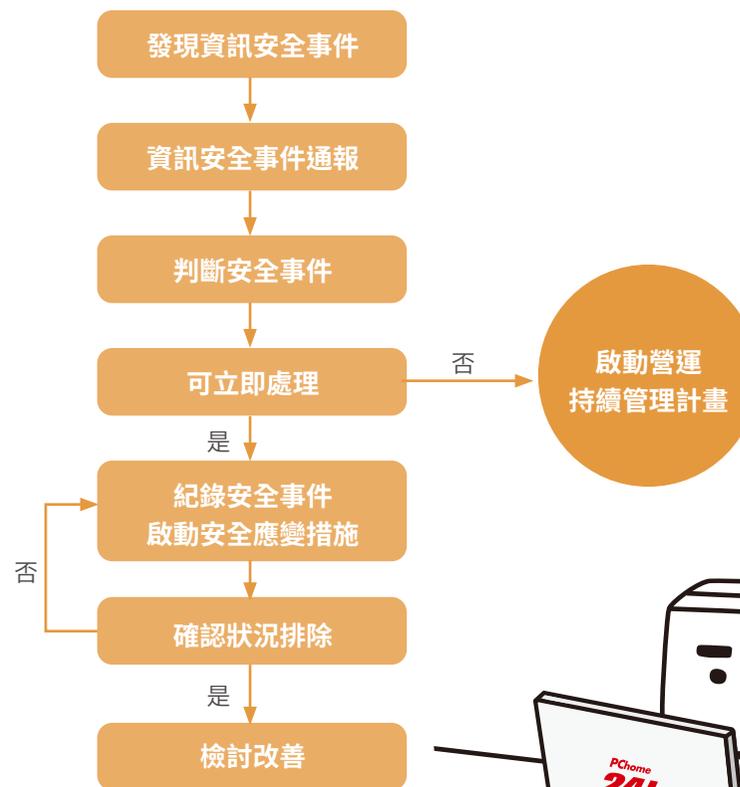
- 每季定期執行資訊系統內稽內控查驗
- 每季使用自動化工具與流程識別資訊系統的潛在風險
- 每年檢視和評估網路安全規章及程序，確保其適當性和有效性
- 每年定期辦理資安稽核，持續改善並降低資安風險
- 不定期針對營運資訊系統舉辦攻防演練

解決已鑑別出的潛在風險的方法

- 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
- 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
- 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 2024 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



2024 年度資安管理四大成效			
完成 1,526 項 資訊循環稽核	完成 88 次弱點掃描，並及時修改了 4,221 個弱點	進行 150 個人天的駭客攻防演練	完成 341 份供應商合約資安評估
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。

2024 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	181	36
在職人員	1,482	297

2024 年度資安訓練成效	
1,482 名員工完成資安意識教育訓練	181 名新進員工完成資安與個資保護訓練
針對有電腦操作需求人員進行資安意識線上教育訓練課程，內容包括安全的使用電腦、個資保護與常見的網路陷阱等，並於課程完成後隨即進行測驗。1,482 名員工參加，總時數 297 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。181 名新進員工參加，總時數 36 小時。

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

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，2024 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"> 1. 申請註冊成為本公司之會員時 2. 使用本公司網站與行動應用程式所提供的各項服務時 3. 於本公司所經營之網站、App 進行網路購物時 4. 參與本公司與其他合作夥伴辦理的贈獎活動、行銷活動時 5. 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"> 1. 廣告行銷 2. 商品配送 3. 金融交易授權 4. 活動中獎通知、贈品配送 5. 其他業務附隨事項 6. 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、行銷非公務機關依法定義務所進行個人資料之蒐集處理及利用、信用卡、現金卡等其他經營合於營業登記項目或組織章程所定之業務。</p>
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> <ul 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」。





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

PChome 響應聯合國永續發展目標，推動「綠色購物計畫」，積極檢視營運各環節，致力減低對環境的負面影響。為強化環境管理機制，PChome 成立環保節能小組，負責規劃與推動環境永續策略行，提升資源使用效率，落實減碳行動。無論是辦公場域、倉儲物流等營運據點，皆導入綠色營運管理概念，並號召各部門共同參與，辨識並評估氣候相關風險與機會，據此擬定因應對策與管理計畫，將永續精神深植於日常營運，實踐電商網購服務與環境責任並行的核心目標，打造共好的綠色消費生態圈

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



· 獲頒環境部網購包裝減量標章 **2.0**



· 出貨配送之紙箱 **90%** 以上使用再生紙漿箱體，可減少 **8.2%** 碳排放量



· 內部倉儲建置智能箱號推薦系統，箱號符合準確率達 **54.9%**



· 取消紙本揀貨單、彙整單及出貨明細，減少 **1,260** 萬張 A4 紙



· 成立電子票券及電子書專館，年度售出票券可省下 **19.2** 萬張 A4 紙



· 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

管理方針

環境友善包材

承諾

- 箱體外標示採用通過 RoHS 檢驗的環保水性油墨印製
- 出貨配送之紙箱全數使用 90% 再生紙漿箱體
- 紙箱印刷面積僅占箱體表面總面積之 30%，減少印刷油墨使用

行動方案

- 出貨配送之紙箱 90% 以上使用再生紙箱漿體
- 紙箱箱體維持紙漿原色，並採用通過 RoHS 檢驗的環保水性油墨小面積印刷紙箱，印刷面積占箱體表面總面積小於 30%
- 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，箱號符合比例平均達 54.9%
- 包裝用量依商品重量分級以符合 15~40% 重量比值規範
- 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 25%
- 原箱出貨占整體出貨件數 8%
- 目前倉庫已從多倉派車調撥併箱，優化為樓層式移動直接併單出貨。提升整體併箱率，降低了商品調撥車趟問題，提升出貨時效

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
- 建置智能箱號推薦 2.0 系統計畫實施
- 紙箱設計減少印刷面積計畫實施
- 紙箱減重計畫實施
- 倉庫耗材減重 SOP 計畫實施

評估機制

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

2024 實際成效

- 7 成商品進入自動化分檢機進行重量檢測，平均正確率達 97%
- 每週月行包材重量的數據監控並成功減重 25%
- 商品 250 公克以上未滿 1 公斤：小於 40% 包材用量
- 商品 1 公斤以上未滿 3 公斤：小於 30% 包材用量
- 商品大於 3 公斤：小於 15% 包材用量

申訴機制

- 客服專線 (02) 2704-0999
- 服務時間：週一~週五 09:30AM~21:00PM，週六~週日 09:30AM~18:00PM
- Google Maps 評論、Google Play 評論、App Store 評論站內產品評價機制
- 顧客中心留言：<https://ecvip.pchome.com.tw/web/pages/contactinfo.htm>

權責單位

低碳包裝小組



管理方針

綠色倉儲與物流

承諾

- 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，優化出貨時效增加快速到貨比例
- 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
- 結合協力物流商共享配送資源，將自有配能集中投入高效配送區域
- 協力物流商遴選方面，以有配置綠能載具為優先配合對象

行動方案

- 建置 AI 智能自動化倉儲，提升出貨效率減低包裹作業時間
- 妥善運用倉儲空間資源，持續招商協助有需求的電子商務業者，資源共享減少浪費
- 以智慧科技協助配送路線最佳化，減少貨物運送路程，並降低能源消耗與碳排放量
- 優先選用具有綠能運輸之物流商作為合作夥伴

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 智慧物流中心」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

2024 實際成效

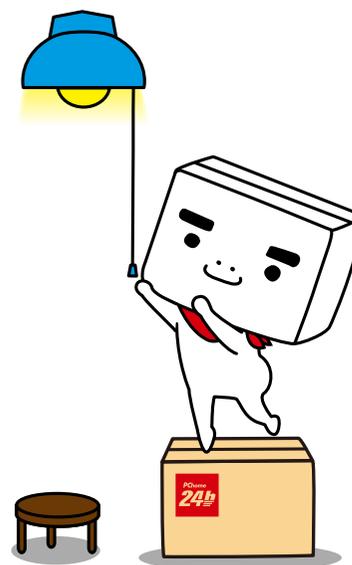
- A7 廠區，設定空調開啟規範採購 18 吋工業壁掛扇，200W/309 具並配合風扇規劃安排架設壁掛風扇電點，空調設備電力節省 35%
- 每月空調使用電力由 663,574 kWh 降低至 433,246 kWh，減少了 230,328 kWh 的電力消耗
- 大圓倉 6F 照明系統的優化，試行單數盞開啟，達成了 50% 的電力節省，從每月 5,130 kWh 降低至 2,565 kWh，節省了超過 2,500 度電

申訴機制

- 客服專線：02-2704-0999
- 服務時間：週一～週五 09:30AM～21:00PM，週六～週日 09:30AM～18:00PM
- 顧客中心留言：<https://ecvip.pchome.com.tw/web/pages/contactinfo.htm>

權責單位

低碳運輸小組與倉儲物流部



3.1. 綠色購物計畫

隨著電子商務科技日益發展，線上購物的便利性帶動消費型態快速轉變，特別在後疫情時代，消費者對線上購物的依賴持續攀升，推動市場蓬勃成長。為降低電子商務服務對環境的衝擊，PChome 自 2019 年起推動「綠色購物計畫」，聚焦「綠購包裝」、「綠購運輸」、「綠購倉儲」及「綠購電子化」四大面向為核心，攜手供應商與合作夥伴，積極導入低碳作法與創新機制，共同創造網路購物的永續價值鏈。在為永續行動的落實上，團隊持續以提升整體併箱率為優先目標，減少不必要包裝與碳排，2024 全年 PChome 出貨總箱數超過 1,343 萬箱，展現穩健服務動能的同時，也持續實踐對環境負責的營運理念。

PChome 綠色購物計畫



綠購包裝

- 出貨配送之紙箱 90% 以上使用再生紙漿箱體
- 紙箱印刷採用通過 RoHS 檢驗的環保水性油墨，印刷面積僅占箱體表面總面積之 30%，減少油墨使用
- 建置 AI 大數據智能箱號推薦系統，使用最適尺寸併箱出貨



綠色倉儲

- 透過 AI 智能自動化倉儲，提升檢貨包裝作業效率，並提升倉儲空間使用坪效
- 啟用穿梭式貨架、無人搬運車等自動化設備，減少架區照明需求



綠購運輸

- 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



綠購電子化

- 無紙化出貨流程，每單節省取消揀貨單、彙整單、出貨明細
- 推廣雲端電子票券及成立及電子書專館，使用無紙化線上交貨
- 供應商合約、內部公文電子化

PChome 24h 購物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 針對網路零售服務業之產品服務（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）三個生命週期階段主動盤查碳足跡，於取得量化數據後，進一步檢討減碳策略，成為全台第一個取得行政院環境部「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 產品與碳足跡相關資訊

產品名稱	PChome 24h 購物網路零售服務（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
產品碳足跡計算	狀態：	有效
	碳足跡數據／標示單位	1.4kg CO ₂ e / 每件零售服務（實體）
	原料取得：	51.78%
產品生命週期各階段碳足跡比例	服務：	46.22%
	廢棄處理：	2.00%
其他產品類型碳標籤證書	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. 持續與環境部合作環保集點活動，鼓勵更多消費者購買綠色標章產品	

3.1.1 綠購包裝

在網路購物服務中，安全可靠的包裝是確保商品完好送達的重要環節。然而，傳統的出貨模式仰賴大量一次性包材，對環境與資源帶來不小的負擔。為實踐環境友善的營運理念，並守護森林資源的永續發展，PChome 聚焦四大面向，積極推動「出貨配送紙箱全面採用再生紙漿」、「減少一次性包材使用」、「部分緩衝材使用環保可回收材質」、「推廣循環包材」，並與包裝製造夥伴合作密切合作，持續商討開發更永續的綠購包裝材料。自 2019 年起，PChome 已推出 31 款新式環保包裝紙箱並透過訂定耗材使用規範與優化倉庫現場出貨流程，顯著降低紙箱、緩衝材及膠帶等包材用量，有效減緩網購包裝對環境的衝擊，朝向更節材、低碳的永續出貨模式邁進。

PChome 環保紙箱具備以下特色：

- **採用再生紙漿**：以環保紙箱全面取代舊款箱款，出貨配送紙箱全數以 90% 回收紙再生紙製成漿，有效減少樹木砍伐
- **高密度紙質設計**：紙質密度高，可提升紙箱耐用與重複使用率，有助於減少碳排放量

(GRI301-1, 301-2)

包裝材料	單位	2022 年	2023 年	2024 年
可再生材料				
原色環保紙箱 90% 以上使用再生紙漿製成	公噸	3,627.25	2,869.63	3,608.11
可再生材料				
膠帶	公噸	36.32	23.78	34.67
塑膠包材		8.29	5.95	8.78
緩衝材		129.28	70.33	92.39
包材總重量		3,801.1	2,969.7	3,743.94

註：PChome 24h 購物部分商品係由廠商直接出貨予消費者，故部分未使用 PChome 環保紙箱。

- **使用環保水性油墨**：紙箱外觀印刷採用通過 RoHS 檢驗的環保水性油墨，並採小面積印刷
- **減墨設計升級**：箱體維持紙漿原色，並自 2024 年起改版紙箱外觀設計，將印刷面積控制於箱體表面總面積 30% 以下，減少油墨耗用

不僅於包裝材質精進，PChome 出貨配送 90% 以上採用原色環保紙箱，相較於一般使用的傳統紙箱，平均每只紙箱可減少 8.2% 碳排放量，使用每公斤再生紙箱亦可減少約 5.29kg CO₂e 排放量（註 1）。截至 2024 年底，累計減碳效益已減少逾 8.9 萬 tCO₂e，相當於 230 座大安森林公園一年的碳吸附量（註 2）。此外，PChome 亦持續優化輔助材料的設計，自 2020 年導入新款易撕膠帶，搭配環保紙箱搭配使用，兼具便利性與環保效益。該款環保膠帶採用水性壓克力環保膠水，通過歐盟 RoHS、美國 FDA 等國際認證，不含有害物質，可安全間接接觸食品。使用上易於撕除、不殘膠，能協助消費者輕鬆回收紙箱，進而提升回收效率，朝向紙箱 100% 回收目標邁進，共同實踐友善環境的消費行動。（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）

環保紙箱與易撕膠帶

自 2019 年起，PChome 響應環境部（原環保署）推動的「網購包裝減量計畫」，主動提報「包裝減量」、「環保材質」與「循環包材」三大目標的執行計畫書，並獲環境部授予「網購包裝減量標章」，肯定 PChome 的推動成果與具體成效。

面對環境部於 2023 年正式上路之「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」，PChome 亦領先採取對應措施，積極導入友善材質。依據新制，所有網路零售業之包裝材料須符合以下規範：

- 紙類包材須至少含 90% 回收紙含量塑膠類包材須摻配至少 25% 再生料
- 不得使用含聚氯乙烯（PVC）材質之材料

當前 PChome 的塑膠類包材再生料摻配比率已達 25%；紙類包裝箱方面，有超過 90% 使用再生紙的程度，整體執行水準優於法規要求，未來也將持續從源頭推動包材減重，發揮產業引領作用。

在包材優化之外，PChome 自 2021 年起建置「全倉智能箱號推薦系統」，並逐年擴大運用範圍。系統透過 AI 演算與大數據分析，依據「最少出貨箱數」與「最適合尺寸」為原則，為多品項訂單推薦最適的包裝箱號，減少分箱出貨與過度包裝，提升整體出貨包材的使用效率。推薦之箱號以「最少出貨箱數」及「最適合尺寸」為準則，推薦大小適中的商品包裝箱，減少分箱出貨，達到減少紙箱及包材的使用量之目標。2024 年度箱號符合比例平均達 54.9%，經內部評估，較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，全年約可節省超過 130 萬元包裝耗材與運輸成本。同時，最適紙箱的空間有效運用，亦可提高物流運輸車輛的積載率，並降低每件貨品運送的碳足跡。

此外，PChome 積極提升「原箱出貨」比例，出貨時直接使用商品原本的包裝箱進行配送，2024 年度原箱出貨占比達 8%，有效減少二次包裝、節省成本與資源。另一方面，PChome 也導入「包裝用量依商品重量分級」機制，並依循 15~40% 的重量比值進行控管，確保包裝材料使用合理、精準。同時，2024 年已規劃「包裝重量 QC 系統」對商品進行重量檢測，以確認每件商品符合限制包裝之重量比值，也進一步減少包裝材料的浪費。未來 PChome 將持續優化各項包材系統的準確率，並結合環境部專案，將包材減重目標納入智能箱號推薦與包裝管理系統，從源頭降低耗材使用量，打造更永續的綠色出貨模式。



- ★ 包裝減量
- ★ 環保材質
- ★ 循環包材

3.1.2 綠購運輸

(GRI302-5, 305-5)

PChome 致力於建立更永續的物流配送系統，積極應對運輸過程對環境所造成的影響。隨著物流業務的穩健擴張，PChome 打造可靠的長短程運輸解決方案。自 2018 年成立 100% 持有之運輸物流子公司「網家速配」，成為台灣首家電商集團跨足最後一哩路物流的先驅者，並不斷強化倉儲與配送服務能力。截至 2024 年，網家速配的配送服務範圍已涵蓋北、中、南共 9 個縣市 70 個行政區，自有物流配送箱數佔比近 6 成，持續為消費者提供快速便利、穩定可靠的網購體驗。

2020 年起，PChome 響應「綠色購物計畫」，以改造貨車與機車為主的車隊型態為重點，朝向綠色運輸的轉型。迄今已採購 13 台電動機車，組成 PChome 綠能機車隊，並優先布局於雙北人口及配送密度較高的區域。電動機車不僅成功降低物流配送服務的油耗與間接產生的碳排放，並提高配送效率，還能夠降低運營成本。根據估算，每輛電動機車每年可減少 1.33 tCO₂e，綠能機車隊全年總計減碳可達 17.29tCO₂e。未來將逐年依耐用年限，將汽油機車汰換為電動機車，目標於 2030 年前全面電動化，電動機車占比達 100%。

在整體物流管理策略方面，PChome 持續強化車輛使用效率與維護機制。各單位主管定期檢視車輛狀況與油耗數據，針對異常油耗、運輸動線不佳、怠速過久等問題進行檢討與優化，降低物流車輛空轉率，進而減少不必要的能源浪費。同時規劃自有車隊之專屬保養機制，並於保養與維修過程中，視實際情況評估具環保與節能效益之替代產品的導入。保養項目則依據車輛實際行駛里程進行安排，避免不必要的過早維護所造成的資源浪費；同時確保車輛於適當時機獲得妥善保養，延長使用壽命，並降低因故障停駛而衍生的資源耗損。

為提升物流效率與減少碳排放，2023 年 9 月上線「最佳排單路線系統」，導入 AI 人工智慧的應用，協助運算最適化配送路線。配送同仁會依據每日理貨結果、包裹材積、收件人習性、區域特性與現場突發狀況（如道路施工、社區管制、婚喪喜慶等）靈活調整動線，結合 AI 人工智慧與物流士的第一線經驗，提升「最後一哩路」的配送效能，進一步降低碳排放並提升服務品質。

3.1.3 綠購倉儲

PCHome 林口 A7 智慧物流中心

隨著電子商務的日趨成熟，在整體零售業的市占穩步增提升，PChome 因應商品類型多元與訂單量龐大的挑戰，自 2019 年即啟動「林口 A7 智慧物流中心」建置計畫，以自動化與 AI 人工智慧雙軌整合為設計核心，致力打造台灣電商業界首座最高密度導入 AI 技術與全自動化設備的智慧倉儲中心。同時，也啟動倉儲整併規劃，預計將原先分散於桃園地區的部分倉庫整合至 A7 中心，藉此擴大規模效應、提升物流效率與服務品質，並透過集中式管理，有效管控倉儲物流成本。

「林口 A7 智慧物流中心」位於機場捷運 A7 站區段，由中華郵政開發，共計 4 個主要倉儲樓層，總樓地板面積約 4.5 萬坪，是一座立體化、高度自動化的倉儲物流中心。A7 倉導入多項先進設備，包括「料盒式與棧板式梭車貨架系統 (Shuttle Rack)」、「無人搬運車 (AGV)」等，全面升級作業模式，從過往傳統的「以人就貨」轉型為「以貨就人」。此外，倉內亦設有國內電商倉儲少見的「自動化集貨場」，可將分區揀貨完成的物流箱自動聚集，再進行包裝作業，強化整體自動化流程，大幅減少人工作業時間，顯著提升出貨效率。系統亦能自動建議最佳箱號與包材搭配，不僅提升包裝效率，也有效降低耗材使用，達成節能減碳目標。

「林口 A7 智慧物流中心」自 2023 年 10 月全樓層正式啟用以來，PChome 持續優化倉儲營運效能。隨著倉儲整併規劃的推動，A7 倉於 2024 年承接訂單數穩健成長，全年出貨量已占 PChome 24h 購物整體訂單數的 68%，正式成為主要出貨中心，展現集中作業模式在作業效率、倉儲管理與資源調度等層面的顯著成效。未來也將持續提升 A7 倉的出貨

量能，透過擴大將可入自動倉的熱銷品轉往 A7 倉等措施，目標將出貨占比進一步提升至 80%。

「林口 A7 智慧物流園區」以 AI 智慧物流全面提升倉儲效能，四大亮點如下：

1. 導入 AGV 無人搬運車，採「以貨就人」模式，有效提升人力作業效率
2. 採用料盒式穿梭車系統進行商品的自動化集貨與分流作業
3. 設置國內電商倉儲少見的「全自動化無人集貨場」，進一步強化自動化作業流程
4. 包裝完成後，由自動分揀機進行物流商分流，全流程自動化，大幅縮短人工作業時間

2024 林口倉與全庫之單數對比

日期	林口倉 vs 全庫單數	15 庫	林口倉	全庫
第一季	57.90%	1,290,802	1,341,875	2,317,695
第一季	50.14%	1,034,331	1,160,500	2,314,475
第三季	59.31%	1,012,440	1,487,634	2,508,074
第四季	68.26%	1,121,580	1,779,746	2,607,495

智慧物流中心示意圖



智慧物流人才轉型教育計畫

為因應智慧物流中心朝向高度自動化發展，PChome 積極推動人力轉型與教育訓練，避免原有倉儲人員在自動化過程中被取代，協助其順利轉型至更高質化的作業模式。透過自動化釋出的勞動量能，重新配置至更具價值的作業流程，不僅提升整體作業品質，也有助於強化消費者的服務體驗與穩定性。此外，轉型人力亦可投入創新作業流程，從不同角度創造嶄新的消費體驗。PChome 規劃之人力轉型培訓，包含但不限於：

- 智能揀貨系統操作培訓
- 商品保存管理深化
- 各類作業異常識別培訓
- 商品進貨品質管理深化
- 增值加工作業培訓

為確保永續經營並降低對環境的衝擊，PChome 持續透過 AI 智慧大數據優化商品最適配置，導入高度自動化倉儲設備，減少人工作業，全面優化倉儲揀貨與包裝效率。自 2023 年正式啟用穿梭式貨架系統 (Shuttle Rack) 及無人搬運車 (AGV)，2024 全年度倉儲自動化出貨占比已達 50%，較 2023 年提升了 20%。

為響應節能減碳政策，自動化倉儲的層架區無須照明，實現關燈倉儲環境，節省用電並間接降低碳排放。2024 年亦推動倉庫整合作業，成功精簡部分倉儲空間，避免空間重複或閒置，進一步優化物流動線與坪效，並降低倉儲用電需求，助力節能目標與營運效率雙提升。

PChome 林口 A7 倉作業採「以貨就人」的作業型態，有效縮短上架、揀貨人員步行距離，降低疲勞、提升作業穩定性。在相同接單量之下，上架與揀貨人力可減少約 50~60%，即達到與人工倉相同的工作產能，總體作業人力預期可節省可 30~35%。另一方面，PChome 也導入訂單配庫最適選擇、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，透過這些自動化倉儲優勢，全面提升倉儲空間使用坪效與出貨效率。

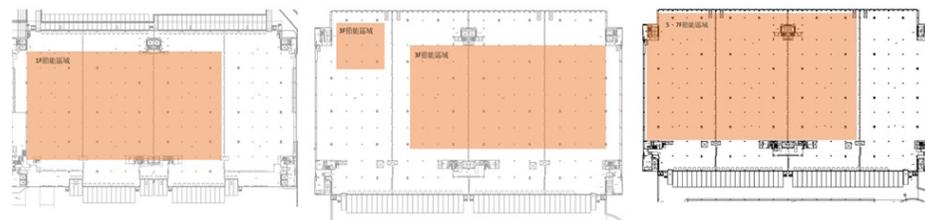
在倉儲的硬體設備方面，PChome 持續汰換老舊設備，目前逾 8 萬坪的倉庫區已全面導入省電 LED 照明設備，使用比例達 100%。相較傳統燈具，省電 LED 照明設備可降低 50 ~ 70% 能耗，節能工程施作後，預估每月可節電 84,744 KW。PChome 將持續精進節能措施，如推動作業區域分時關閉非必要電源等，進一步提升節能成效。

除強化自身倉儲物流營運，PChome 亦積極推展第三方倉儲業務，透過倉儲資源的共享，招商協助有需求的電子商務業者，打造互利共好的合作模式。此舉不僅有助於降低整體營運成本，也促進倉儲資源的高效運用，進一步減少空間浪費與碳足跡，實現綠色永續的物流價值。

綠購倉儲節能成效

全庫	2023 年用電度數	2024 年用電度數	節省用電度數
總計	1,051 萬	1,030 萬	21 萬

無人作業區關燈情境



3.1.4 綠購電子化

統一發票電子化

傳統紙本發票不僅需消耗大量紙張與油墨，使用後也成為一次性廢棄物。PChome 秉持永續理念，自 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，積極推動綠色電子商務模式，將永續實踐融入消費者日常生活。PChome 除持續鼓勵消費者使用電子發票外，亦於 2018 年 1 月推出公司戶電子發票，推動 B2B 對帳流程全面數位化。為提升電子發票普及率，PChome 訂定三大發展目標：(1) 增加客戶電子發票張數、(2) 節省發票紙本列印張數、(3) 廠商對帳全面改用電子發票。透過全面電子化，不僅有效降低紙張與印刷耗材使用，保護森林資源，同時亦減少廢棄物產生與發票郵寄過程中的能源消耗，從源頭減少不必要的碳排放。

截至 2024 年，電子發票使用比例達到 97.5%，其中廠商端發票也有 85% 改以 PDF 檔提供，供廠商自行下載對帳。全年共節省超過 1,072 萬張以上的紙本發票，相當於可堆疊出 2.14 座台北 101 大樓（樓高 509 公尺），具體展現企業在節能減碳與永續發展上的實質貢獻。

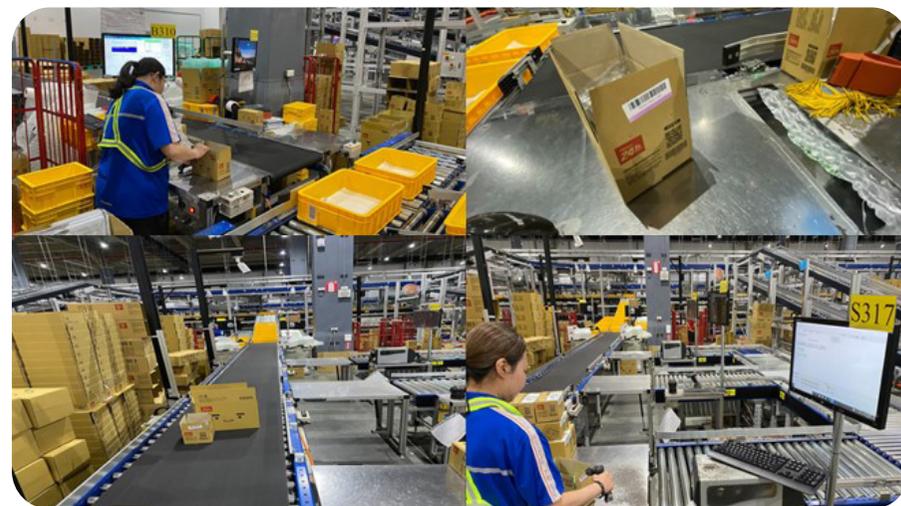
2024 年度發票數量統計（單位：張）			
	公司戶	個人戶	合計
全年開立張數	1,743,784	8,976,889	10,720,665
電子發票張數 (其他通用載具：捐贈、會員載具等)	1,484,626	8,967,884	10,452,505
紙本發票張數	259,158	9,005	268,160
電子發票比例	85.14%	99.90%	97.50%

取消紙本揀貨單、彙整單及出貨明細

有鑑於龐大的出貨規模及業務需求，PChome 意識到若續採用傳統紙本作業流程將造成大量紙張耗用，不僅增加印刷成本，也占用倉儲空間，對環境與營運效率皆構成負擔。PChome 自 2023 年起，PChome 推動「揀貨單」、「彙整單」及「出貨明細」全面電子化，改由螢幕顯示作業資訊，紙列印本。透過此一行動，每筆訂單可節省 3 張 A4 紙，2024 年，PChome 出貨作業電子化共計 430 萬單，透過推動電子化作業及優化單據流程，成功減少約 1,260 萬張紙張使用，相當於

減少 90,720 kg CO₂e，大幅降低對森林資源的依賴與碳排放，具體實踐永續環保。此外，電子化作業亦帶來管理效能提升的附加效益，管理人員可即時查看與分析揀貨數據，掌握出貨進度並快速調整決策，有效降低人為錯誤，強化營運韌性。未來，PChome 將更進一步精進單據無紙化作業，規劃於林口 A7 智慧物流中心取消「進貨 QC 單」，改採綁訂容器替代 QC 單據，透過 PDA 作業系統直接顯示 QC 資訊，不僅減少紙張耗用，更可提升進出貨效率，為永續與智慧營運雙軌並進奠定基礎。

日期	15 庫單數	節省紙張
第一季	120 萬	360 萬
第二季	100 萬	300 萬
第三季	100 萬	300 萬
第四季	110 萬	330 萬
總計	430 萬	1,290 萬

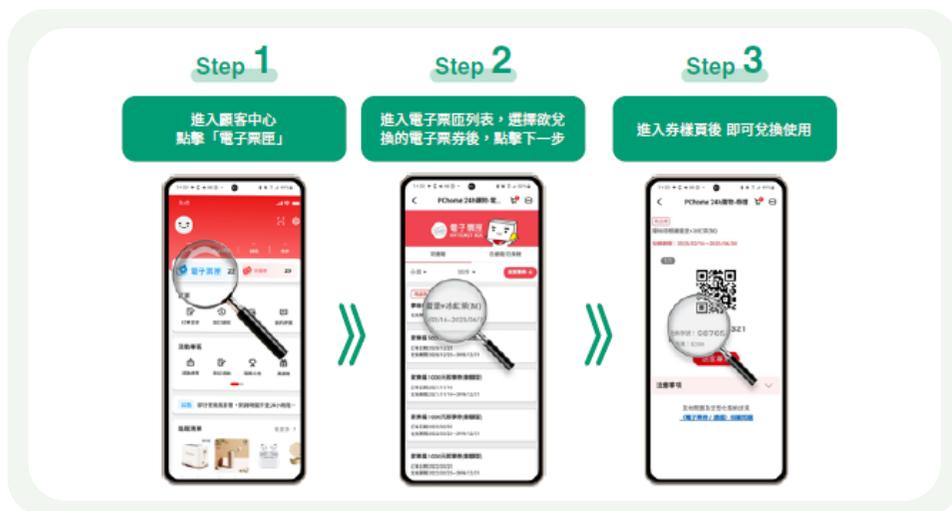


電子票券無紙化及成立電子書專館 (GRI305-5)

隨著行動裝置的普及性，電子票券的應用不僅帶給消費者便利性，更能夠達到減少紙張耗用、減少碳排的效益。有鑑於此，PChome 致力推動票券電子化，成立電子票券專館，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。2024 年總計售出之票券數為 981,777 張（相較 2023 年度成長 57%），銷售額超過十億元。藉由這些票券的全面電子化，2024 年度相當於減少超過 19.2 萬張 A4 紙，共計 1387.24 kg CO₂e。

此外，PChome 也成立電子書專館。除了與國內電子書平台讀墨進行串接，也在 2023 年新增合作廠商—全球最大電子書平台 KOBO，2024 年度電子書上架數近 500 餘萬（較 2023 年度成長 11%），提供多元豐富的選擇，滿足電子書使用者需求。我們期望未來持續增加商品豐富度，並鼓勵廠商以電子票券、電子書籍作為活動搭售主力，引導供應商以更環保方式進行銷售。透過提供多元的電子化商品供消費者選擇，朝向綠色消費習慣，不僅能大量減少紙張消耗，減少樹木砍伐與水資源耗用，同時也可節省包裝耗材、降低物流配送所造成的環境負擔。

PChome 電子票匣



供應商合約、內部公文電子化

PChome 自 2021 年起，積極推動內部公文電子化，目前使用電子簽核之比例已超過七成。除減少紙張使用以達到減碳效益外，更加速各項單據簽核流程。截至 2024 年底，已使用電子簽核表單 139,657 張。PChome 自 2022 年起領先導入供應商電子合約系統，透過後台便捷發送，廠商輕鬆線上簽核並上傳文件。此舉不僅大幅減少紙張與資源浪費，更以透明化的簽核進度，讓廠商即時掌握流程，告別以往冗長的等待，顯著提升換約效率。2023 年，已有 2,795 家廠商體驗到電子合約的便捷高效。隨著 2024 年 3 月 15 日新版本合約上線，短短數月內（4 月至 12 月）即吸引 2,452 家廠商迅速完成簽署，足見其流暢的使用體驗與廣受好評。PChome 電子合約系統以其友善的操作介面與即時的進度追蹤，為供應商帶來前所未有的效率提升與清晰透明的合作感受，同時也為 PChome 降低營運成本，共創雙贏。

3.2 氣候永續行動

近年來極端氣候事件頻傳，其中，2024 年全球高溫持續創新高，屢屢打破歷史紀錄。該年度舉辦的第 29 屆聯合國氣候變遷大會（UN Climate Change Conference, COP29），會議中再次強調淨零承諾的落實刻不容緩，因為全球與巴黎協定所設定的升溫增幅 1.5° C 限制已更加接近。我國在 2023 年初完成《氣候變遷因應法》修法後，2024 年持續推動相關政策與行動方案，以實現 2050 年達成淨零的減碳目標。同時，我國也加強了對氣候變遷調適與溫室氣體減量的治理措施，展現對全球氣候行動的積極參與和承諾。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，氣候變遷議題儼然已成為組織不可忽視的管理要素之一。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。



治理

2022 年成立永續發展委員會，設立環保節能小組，負責環境策略與推動並定期向董事會報告。



策略

- 根據 TCFD 框架，分析氣候相關風險與機會對 PChome 營運的影響。
- 評估各議題的可能性和影響程度，判斷其對 PChome 在財務、生產 / 產品、人力資源、聲譽與形象方面的衝擊。影響期程分為短期（3 年內）、中期（3 至 10 年）和長期（10 年以上）。
- 環保節能小組定期盤點氣候相關風險與機會，並制定相應的因應措施。



風險管理

- 持續關注產業和政府最新資訊與趨勢，將其納入氣候風險和機會分析，並整合至公司整體風險管理制度。
- 建立氣候相關風險與機會的評估流程和追蹤機制。
- 邀請各部門代表參與討論，確認潛在的氣候相關風險和機會。
- 制定相應的因應和管理措施，以降低風險並把握機會。



指標與目標

- PChome 每年檢視並修正公司能源使用情況，落實盤查碳排放和溫室氣體實際排放量，同時持續推動碳管理並制定具體改善措施。
- 以提高電動車使用率為目標，降低傳統燃油運輸車輛的溫室氣體排放。
- 制定氣候相關風險與機會的管理目標和指標，並定期在永續報告書中揭露執行進度。



建立氣候變遷風險與機會問卷

參考氣候相關財務揭露建議書 TCFD 與國內外同業鑑別之氣候相關風險與機會，建立氣候變遷評估問卷。



展開鑑別工作坊

邀請各單位參與氣候相關風險與機會鑑別工作坊，針對潛在風險與機會盤點與討論相關對策。



評估鑑別結果

依照各單位評估結果，鑑別對 PChome 營運衝擊最高，且發生機率最大之氣候相關風險與機會。



擬定因應措施與持續追蹤

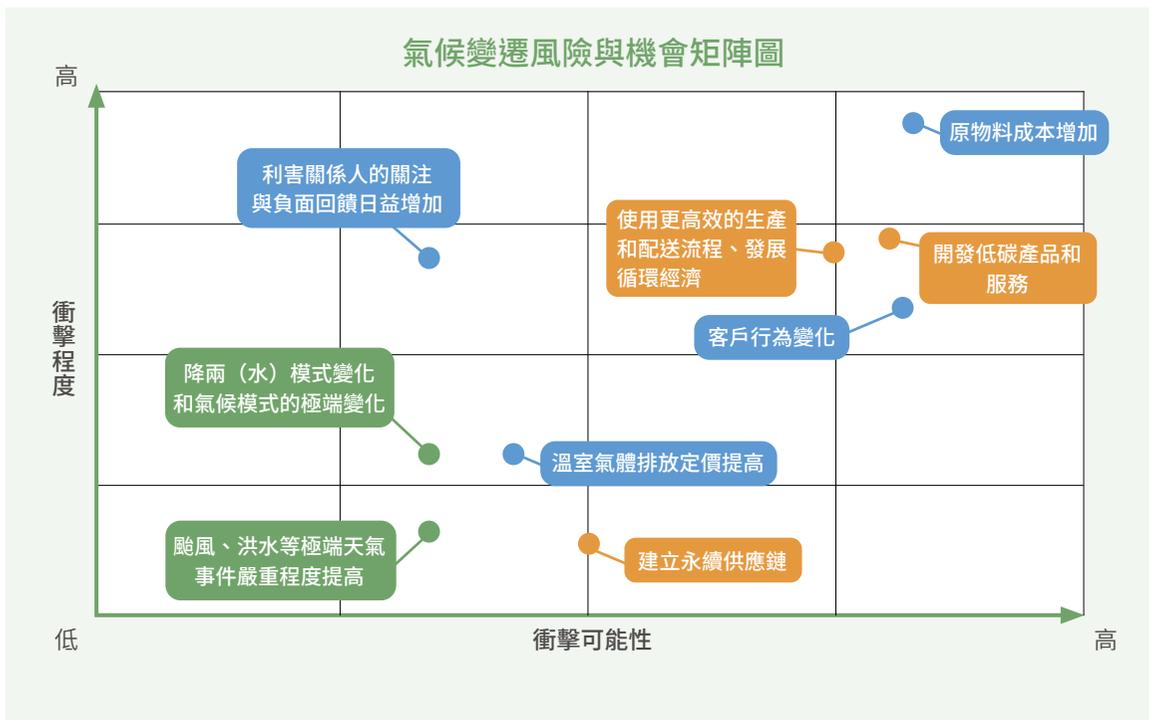
針對評估結果與執行長進行確認，擬定 PChome 的氣候行動方案，並每年持續追蹤相關成效。

PChome 氣候治理架構圖



PChome 在高階主管重視及各部門的參與下，透過跨部門的協力討論，共同識別 PChome 最為關注的氣候相關實體風險、轉型風險和機會，並評估其對 PChome 潛在財務影響。為因應國際和產業趨勢，於議題鑑別中列入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。根據鑑別結果顯示，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。展望未來，PChome 將積極實施多元氣候行動策略，一方面降低氣候變遷對營運及財務的潛在風險，同時把握氣候轉型所帶來的創新機遇，致力於實現永續發展與業務增長的雙贏局面。

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	營運衝擊 <ul style="list-style-type: none"> ● 淹水致使營運中斷，導致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，發生員工職業傷害 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> ● 因營運中斷造成營收下滑 ● 倉庫淹水致商品損壞，使在庫商品減損 ● 淹水造成營運設備損壞或可用年限減少 	<ul style="list-style-type: none"> ● PChome 建立天災通報機制，並每年進行 2 次消防演練，以強化面臨極端天氣事件之應變能力，降低對營運的影響 ● 營運據點投保相關天災保險，涵蓋火災、颱風及洪水，降低災害所造成之損失 ● 設置防水柵欄、抽水系統及緊急電源設備等，確保員工安全與業務執行穩定預備安全庫存，為避免斷鏈，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



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
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	營運衝擊 <ul style="list-style-type: none"> ● 氣溫上升造成作業區域溫度升高，使員工發生熱危害機率上升 ● 持續高溫可能衝擊部分商品或原物料供應，提高取得的難度 ● 供應商因缺水衝擊商品生產，供貨減少將使供應鏈面臨斷鏈危機 ● 缺水造成機房空調失效，導致網路系統中斷，嚴重影響公司運營 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> ● 為使辦公室或倉庫維持一定溫度，空調使用頻率上升將使電力成本增加 ● 因空調使用頻率增加，將使設備加速折舊並提前淘汰 ● 部分商品因高溫無法穩定供貨，造成營收下降 ● 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"> ● 於工作場域備妥電解質飲料、宣導適時休息，並加強工作場域內空氣循環（設置電風扇及開啟鐵捲門），以降低人員熱危害的發生機率 ● 不定時追蹤現場工作人員身體狀況，並配置臨場護理師，以即時解決同仁之緊急健康狀況 ● 規劃節水措施及缺水時之應變措施，包含開發生活用水再利用、定期進行水管維護降低漏水機率及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 ● 辦公室全年利用空調定時器，主動控制空調關閉時間，以達節能減碳 ● 總部敦南大樓定期實施水槽設備保養維護 ● 與包材及產品供應商談定穩定的供貨數量，並設置替代料機制，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，將進一步影響公司業務合作模式及獲利	中期 3~10年	營運衝擊 <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 財務衝擊 <ul style="list-style-type: none"> ● 公司將面臨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，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"> ● 法務室定期檢視主管機關法規更新消息並佈達給相關單位知悉，以掌握相關能源法規或命令之最新狀態，使公司政策能即時配合調整 ● 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 ● 於營運過程中導入各項節能減碳措施，包含辦公室照明逐步以 LED 燈具取代傳統耗電燈具、全面導入無紙化作業、建置綠色倉儲、調整倉庫內節能省電作業模式以及使用低碳車進行貨品運輸等，透過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



轉型風險					
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
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>營運衝擊</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，進而導致公之市占率下滑，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>財務衝擊</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，年度綠色商品數（綠色商品館及有責商行）達 11,518 件，較 2023 成長 10.4%，新增 77 個品牌 ● 對於綠色產品進行行銷宣傳，強化消費者印象，如響應 325 國際關燈日「Earth Hour 地球一小時」，推出「世界關燈日」綠色專區，創造廣告效益新台幣 540,000 元 ● 集中綠色產品，並導入搜尋篩選器，使其便於消費者搜尋與購買 ● 以「推廣循環包材、提高出貨配送紙箱使用再生紙漿箱體之比例、減少一次性包材使用、部分緩衝材使用環保可回收材質」四大策略作為改善包材的方向，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>營運衝擊</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>財務衝擊</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 因原物料短缺造成取得成本上升 	<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
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"> ● 商品或原物料短缺，造成供應無法符合投資人對企業永續的期待，降低投資人投資意願。消費者傾向尋找其他綠色電商，造成客源流失 <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，如汰換耗能設備、擴大綠能車隊及建置綠色倉儲等，並擬訂減碳目標，邁向低碳營運 ● 強化永續資訊的溝通，包含官網的 ESG 企業永續專區及永續報告書，透明揭露各項利害關係人關注主題之因應作為及溫室氣體減量成果與目標等，以達即時溝通之效果 ● 持續鼓勵消費者一同支持低碳消費，增加其對公司永續作為之認同，提升公司永續商譽



氣候機會					
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
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	營運衝擊 <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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 順應消費者購買偏好及市場需求開展各項低碳購物方案：如開發低碳商品、規劃低碳館區或活動，增加低碳產品和服務之比例 ● 2024 年度有責商行提升 10% 商品數、增加 5 個品牌數，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 ● 自有車隊提高電動機車配送比例，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
				財務衝擊 <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 	
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	短期 0~3年	營運衝擊 <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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 手機回收穩定維持其服務水準，並於 2022 年推出 iPhone 訂閱方案，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"> 1. 內部倉儲建置智能箱號推薦系統，持續優化系統，降低平均出貨材積 2. 建置 AI 智能自動化倉儲，提升出貨效率減低包裹作業時間 ● 環保包裝： <ol style="list-style-type: none"> 1. 箱體 90% 以上以回收紙漿製成，有效減少樹木砍伐 2. 箱體維持紙漿原色，箱面印刷面積小於 30%，減少油墨耗用 3. 外觀採用通過 RoHS 檢驗的環保水性油墨小面積印刷 4. 紙質密度高，可增加重複使用率，減少碳排放量 5. 透過大數據精算，減少分箱出貨，降低網購紙箱使用量 6. 規劃耗材使用規範，調整倉庫現場出貨流程，已大幅減少耗材與緩衝塑膠材使用量，包括紙箱、緩衝材、膠帶 7. 檢視目前所使用的包裝材材質，包材不使用 PVC 材質，塑膠再生料符合 30% 8. 建置每箱包裝重量檢核機制，將商品進行重量檢測，以符合每件商品之限制包裝重量比值，已於 2024 年上線 9. 宅單層數減少優化，部分三層宅配單調整為雙層宅配單，減少紙張耗材使用 10. 增加原箱出貨品項，減少額外包裝材料使用
				財務衝擊 <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 	

氣候機會						
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	
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 	<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 ● 評估擬定供應商轉型方案，以輔導供應商邁向永續經營，並規劃與供應商簽訂減碳意向 ● 規劃對供應商提供永續相關教育訓練 ● 近年陸續推出有責商行及綠色商品專區，展現 PChome 對於環保永續議題的關注，也讓供應商更明確 	<p>PChome 對此的資源挹注，並讓供應商共同響應；統計當前「綠色商品館」品牌數較 2023 年開館初年增 10%，顯示穩健的成長趨勢</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在世界關燈日、世界地球日等永續重要節日，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，參與的供應商可強化其品牌於消費者心中的環保意象

3.3 綠色營運管理

3.3.1 環境管理政策及架構

在數位經濟發展的今日，電子商務正以前所未有的速度改變消費者的生活方式。作為台灣電商領域的先驅，PChome 深刻認識到我們肩負著雙重使命：在為消費者創造便利的同時，也要為地球的永續發展貢獻力量。我們深信，企業的成長與環境保護並非對立，而是相輔相成的關係。基於這一理念，PChome 建立了全面的環境管理策略，涵蓋從日常營運到供應鏈協作的各個層面。我們實施綠色營運措施，從總部到倉儲全面推行節能減碳；建立由 ESG 工作小組主導的環境管理架構，確保全公司上下共同參與；探索創新技術，以降低我們的環境足跡；同時，我們也積極與合作夥伴攜手，共同打造永續的電商生態。通過教育和培訓致力於培養全體員工的環保意識，將永續發展的理念深植於企業文化中。在追求業務增長的同時，PChome 始終將環境保護視為核心價值，矢志在電商領域中開創永續發展的新篇章，為台灣的綠色未來貢獻力量。



3.3.2 溫室氣體與能源管理 (GRI302-4, 305-5)

PChome 每年皆會對公司的能源耗用情況進行審視和調整，積極推動碳管理相關的工作，落實盤查「碳」及「溫室氣體」的實際排放量，自身營業據點盤查覆蓋率達 100%。我們根據現況擬定具體的改善措施，以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。透過完善的規劃及實際行動，展現我們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。2024 年度，我們將辦公室單一樓層全數燈具汰換為省電燈具，從原先的消耗功率 90W 大幅降低至 26W，共計 100 盞。據理論值計算，全年可節約用電量共計 16,064kWh。此外，總部辦公室持續優化 並整併辦公空間的方式，減少空調及照明使用場域，2024 年度總部辦公室整體用電量降低 24.95%，每月平均用電量約 141,742kWh，相較 2023 年每月平均用電量約 188,849kWh，每月節省用電約 47,107kWh。

PChome 能源消耗主要來自於倉儲與辦公室之照明和空調設備，以及車隊之油耗。2023 年增設林口 A7 智慧物流中心，大型倉庫的照明、設備及空調需求導致用電量較前兩年上升。由於整體業務範圍的擴展，導致能源消耗量及溫室氣體排放量皆較前期提升。2024 年，PChome 自主啟動溫室氣體盤查，同時在電力使用情形較前期下降因持續導入節電措施、用電管控發揮成效，透過全盤掌握能源使用，將持續推動更多的節能措施和減排策略，以降低總能源消耗量和溫室氣體排放量。

(GRI302-1, GRI302-3)

各排放源溫室氣體排放					
能源類型		單位	2022 年	2023 年	2024 年
倉儲用油	柴油	公升	3,362	1,824	2,647
	汽油	公升	13	13	15
車隊用油	柴油	公升	483,328	490,936	427,669
	汽油	公升	35,138	33,330	28,922
辦公室公務車	汽油	公升	733	574	605
外購電力	甲烷	度 (kWh)	11,028,216	13,265,039	13,041,271
能源單位轉換					
用油耗能		GJ	18,285	18,434	16,507
用電耗能			39,702	47,754	46,948
合計耗能			57,986	66,188	63,455
電網能源比例 (註 2)		%	68.5	72.1	73.9
能源密集度		GJ/ 百萬營收	1.3	1.6	1.7



註 1：本數據參考經濟部能源局每公升柴油 8,642kcal、汽油 7,609kcal、每度電 360 萬 J，每 kcal=4,186J 換算。

註 2：PChome 使用之能源均屬於非再生能源，用電均來自電網電力，故電網能源比例 (%) = (用電耗能 / 合計耗能) x 100。

註 3：PChome 2024 年盤查範圍涵蓋 PChome 之總部辦公室、A7 倉、大園倉、八德倉，及速配各營運據點總公司、運務所、北區一所、北區二所、北區五所、北區六所、桃園一所、台中一所、台南一所。



(GRI305-1, 305-2, 305-4)

各排放源溫室氣體排放					
排放類型		2022 年	2023 年	2024 年	二氧化碳當量 (公噸)
倉儲用油	柴油	8.91	4.83	7.13	
	汽油	0.03	0.03	0.33	
車隊用油	柴油	1,280.82	1,300.98	1,164.77	
	汽油	82.96	78.69	66.51	
辦公室公務車	汽油	1.73	1.35	1.40	
化糞池	甲烷	—	—	129.96	
滅火器	二氧化碳、氫氟烴 (HFCs)	—	—	1,501.23	
製冷設備	冷媒	—	—	38.88	
小計 (範疇一)		1,424.14	1,374.45	2,910.21	
外購電力		5,613.45	6,552.93	6,181.56	
合計 (範疇一加範疇二) 註 2		5,900.94	6,987.81	9,091.77	
排放強度 (tCO ₂ e/ 百萬營收)		0.12	0.15	0.24	

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 x 排放係數 x GWP 值計算。採用環境部溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版排放係數值，以及 IPCC 第六次評估報告 GWP 值，溫室氣體包含 CO₂、CH₄、N₂O。

註 2：範疇一引用環境部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。(2024 年度電力排碳係數 = 0.474 kg CO₂e/度)

註 3：PChome 2024 年盤查範圍涵蓋 PChome 之總部辦公室、A7 倉、大園倉、八德倉，及速配各營運據點總公司、運務所、北區一所、北區二所、北區五所、北區六所、桃園一所、台中一所、台南一所。

3.3.3 水資源管理 (GRI303-1)

企業的穩定營運與水資源供應息息相關，一旦地區供水中斷或價格上漲，將直接影響營運成本。PChome 雖不屬於高耗水產業，但若遇到限水情形，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。儘管 PChome 據點所在位置皆非水資源短缺地區，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，亦積極採取水風險管理及調適措施，提升面對不確定的水資源供應情況的調適能力，並透過節水措施確保水資源永續利用。PChome 透過水資源管理措施，期望能夠減少水資源浪費，並且提升用水效率，2024 年相較前一年度用水量顯著下降降幅，達 10.88%。相關管理措施包括透過視覺化宣導節水理念，建立員工的節水習慣及意識，以及積極推動生活用水再利用，並加強水管維護以降低漏水風險。面對缺水情況時，則透過啟動緊急水車送水的機制等，確保營運供水穩定。此外，也透過活化辦公區與倉庫區空間，適當調整空調設備，節省冰水機用水，並且定期查檢辦公大樓與倉庫水槽儲水情況，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	單位	2023 年	2024 年
倉儲	石門水庫	百萬公升	29.005	28.324
辦公室	翡翠水庫		17.873	15.495
總用水量			46.878	43.819
用水密集度 (註 3)		度 / 百萬營收	1.14	1.17

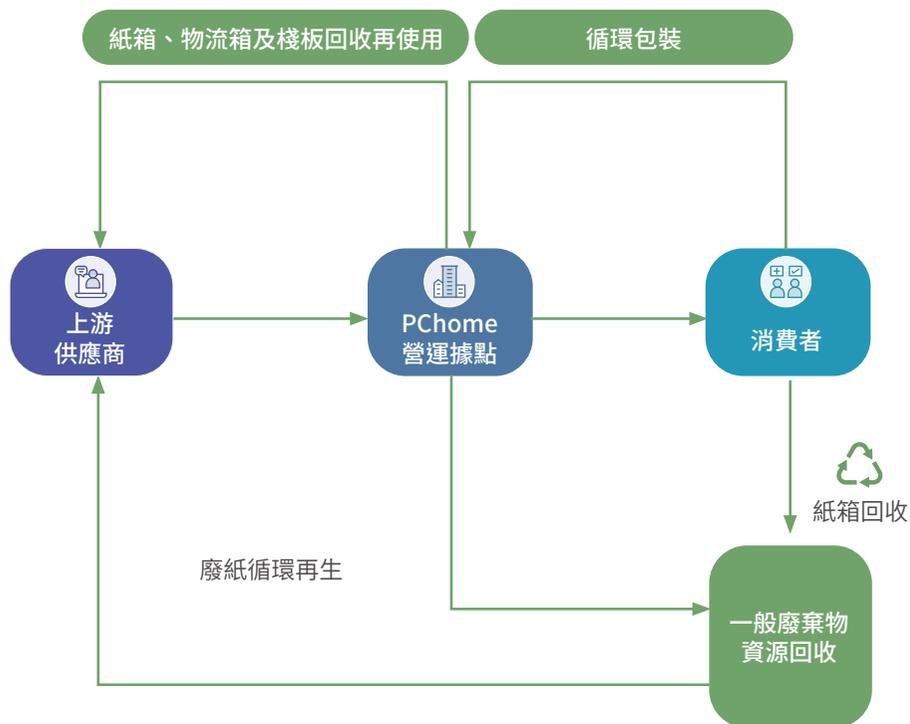
註 1：PChome 取水來源均為自來水，屬來自第三方之淡水。

註 2：參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 3：2023 年因啟用新倉庫，故總用水量及密集度皆較前兩年提升。

3.3.4 廢棄物管理 (GRI306-1, 306-2)

PChome 作為網路購物平台，資源使用情形單純，遵守環境部的廢棄物相關法規，並無產生任何有害事業廢棄物。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、紙箱減重等措施，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。



辦公室廢棄物重量從 2023 年的 281 公噸降至 2024 年的 249.2 公噸，反映出在垃圾減量方面的宣導取得了顯著成果。倉儲區的廢棄物重量也從 2023 年的 1,502.6 公噸降至 2024 年的 1,208.49 公噸，營運據點的資源整合顯現成效，通過提高資源回收力度和合作清潔策略來有效控制廢棄物重量。資源回收方面，2024 年回收重量為 1,274.9 公噸，資源回收率達 87.4% 仍保持高水平。

PChome 預期在未來持續推進廢棄物減量與回收再利用的雙軌策略，確保廢棄物管理達成目標。預期雙軌並進的策略不僅有助於達成環境友好的承諾，也促使我們在綠色電商發展扮演重要角色。

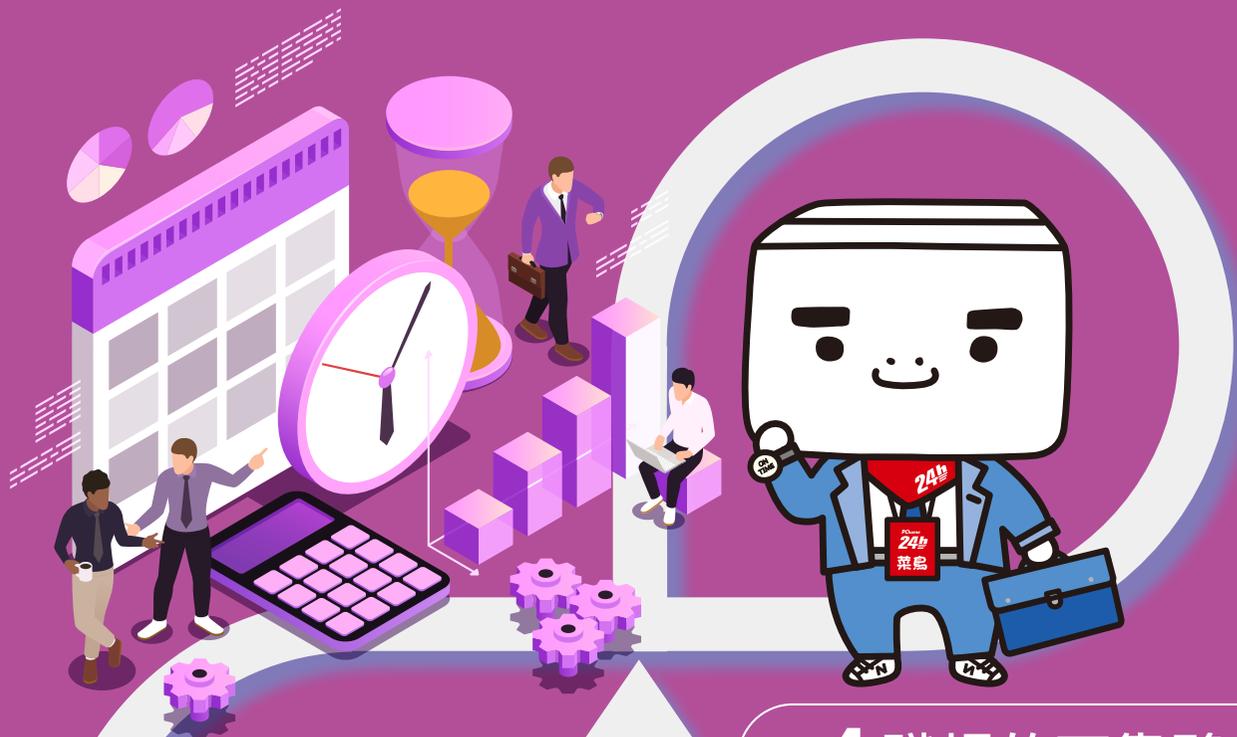


(GRI306-3, 306-4, 306-5)

項目	處理方式	單位	2022 年		2023 年		2024 年	
			倉儲	辦公室	倉儲	辦公室	倉儲	辦公室
一般廢棄物	交由合格廠商清運及焚化	公噸	100.8	200.4	103.6	124.6	76.2	106.6
資源回收	交由合格廠商回收再利用		1,157.0	231.9	1,399.0	156.5	1,132.29	142.6
營運據點小計			1,257.8	432.3	1,502.6	1,502.6	1,208.49	249.2
廢棄物總重量			1,690.1		1,783.7		1,457.69	

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。



ch 4 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 人才招聘與培訓
- 4.4 健康友善職場

PChome 認為人才是企業最關鍵的資產，致力吸引並培養優秀人才，持續透過多元招募管道與校園招募計畫，創造豐富職涯發展機會。我們堅信，人才是驅動企業成長的核心動能，提供完善且具市場競爭力的福利制度與健康友善的職場環境，積極打造多元、平等、健康與正向的企業文化。PChome 落實職場平權，確保員工不因宗教信仰、種族、性別、年齡或政治立場而遭受任何形式的騷擾、歧視或不公平待遇，並持續投入資源，營造安全、無虞的工作環境。秉持「堅持創新、創造價值」的經營理念，PChome 著眼於打造具有長期競爭力的企業文化，盼能成為台灣電商的新標竿，讓消費者與社會大眾切實感受到 PChome 的誠摯服務。

重要之利害關係人

▶ 員工

永續發展目標

- 

5 性別平等
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
- 

3 良好健康
PChome 重視員工健康及員工福利，打造健康安全的職場
- 

4 優質教育
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
- 

8 體面就業與經濟發展
PChome 保障員工權益和強化安全的工作環境，並促進平等就業

永續亮點績效

- 

· 職場性別平等，女性員工比例達 **54%**，女性管理職占比達 **44%**
- 

· 違反勞動法令事件為 **0** 件，人權相關申訴事件 **0** 件

管理方針

人才吸引及留任

承諾

- 營造多元包容的職場
- 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

- 定期進行市場薪酬福利調查，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

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 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，超前部署人才
- 【專業能力提升 upskill】運用訓練平台（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，另逐漸建立內部講師制度，鼓勵主管整理工作上的累積，透過分享知識及傳承經驗，給予內部學員更多

協助，並將其經驗化成知識庫

- 【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
- 【多元講座】透過各領域職人分享演講，傳遞企業文化的精神，激發同仁內在在工作動機
- 【學習獎勵】鼓勵同仁在職進修，儲備自身能力

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：例如員工推薦方案、展開不同形式的產學合作、優化人才渠道及社群經營以提升雇主品牌聲量

2024 實際成效

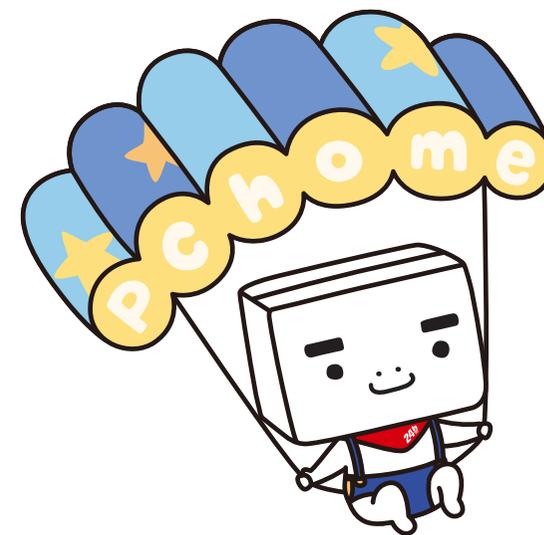
- PChome 致力於強化企業與同仁的競爭力，訂定完善的訓練體系，依據六大職能：商業職能、工作職能、領導職能、核心職能、網家職能、法規職能，進行新進人員職前訓練、職務基礎訓練、職務專業訓練、程式應用、資訊安全、專利知識等，實施方式依情況採取線上或實體課程，以多元彈性方式推動各項訓練及人才培育專案。
- 2024 年度員工訓練時數達 6,521.5 小時，共投入新台幣 1,025,000 元訓練費用

申訴機制

- 勞資會議
- 員工申訴信箱 (hr@response.pchome.com.tw)
- 員工訪談

權責單位

- 人力資源部



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 ISO45001 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，成為電商產業參照標竿

投入資源

- 成立職業安全衛生委員會
- 四大保護計畫：積極遵循職業安全衛生法及相關法規之要求，建置「人因性危害預防計畫」、「異常工作負荷促發疾病預防計畫」、「執行職務遭受不法侵害預防計畫」與「母性健康保護計畫」
- 辦理職業安全衛生教育訓練
- 辦理健康促進講座及健康促進活動

評估機制

- 依《職業安全衛生管理辦法》之規定，設立「職業安全衛生委員會」，並選出勞工代表，其中勞工代表佔 1/3。每季開會一次；委員會總人數 9 人。以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
- 推行員工健康促進活動，包含自我照護、脊椎自療法、了解職場工作壓力、睡眠潛在問題及睡眠檢查、瑜珈修復、身體痠痛修復、職業倦怠、視力保健、性騷擾防治

2024 實際成效

- 無重大職災案件
- 無重大職業安全法規違規事項總受訓人數達 5,569 人次，總受訓時數 8,320 小時

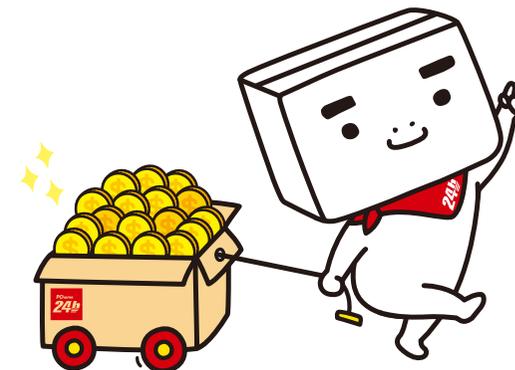
申訴機制

職場不法侵害申訴管道

- 申訴專線：02-2700-0898 分機 1188/1189
- 申訴信箱：hse@staff.pchome.com.tw

權責單位

- 職安室





4.1 專業團隊構築

PChome 提供多元化職缺，秉持開放與包容的態度，歡迎來自不同背景的優秀人才加入，打造能讓員工充分發揮所長的舞台。公司確保員工不因性別、年齡、種族（國籍）、宗教信仰、婚姻狀況、或政治立場等因素而受到差別待遇，2024 年度亦無發生違反勞基法之案件。

在員工組成方面，截至 2024 年底，PChome 共有員工 1,464 名，其中包含 13 位身心障礙同仁（佔比 0.8%）與 35 位原住民同仁（佔比 2.4%）。女性員工佔比超過 5 成，女性主管比例亦達 43.9%，公司針對女性同仁提供多項福利措施，包含育嬰假及母性保護計畫等外，並確保性別平等的晉升管道，鼓勵女性同仁發揮多元專業能力與個人特質，持續打造更具包容力與性別平等的職場文化。

從年齡結構觀察，30 至 49 歲員工為公司主力，佔比超過 7 成。PChome 重視年輕世代的創新思維與改革動能，鼓勵年輕員工積極參與並執行多元專案，累積實務經驗，同時提供足夠的發揮空間，激發工作潛力與熱情。公司也致力提供平等的升遷機會，推動跨世代融合的職場文化，以回應不斷變動的社會需求，持續強化企業競爭力。

PChome 多元人力組成 (CG-EC-330a.3)

2024 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	72	43.9%	44	33.1%	672	57.6%	788	53.8%
	男	92	56.1%	89	66.9%	495	42.4%	676	46.2%
	未揭露	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
年齡	未滿 30 歲	4	2.4%	37	27.8%	256	21.9%	297	20.3%
	30-49 歲	137	83.5%	89	66.9%	824	70.6%	1,050	71.7%
	50 歲以上	23	14.1%	7	5.3%	87	7.5%	117	8.0%
種族／族裔 (國籍)	本國籍 - 非原住民	164	100.0%	132	99.2%	1,125	96.4%	1,421	97.1%
	本國籍 - 原住民	0	0%	1	0.8%	34	2.9%	35	2.4%
	外國籍	0	0%	0	0%	8	0.7%	8	0.5%
合計		164	11.2%	133	9.1%	1,167	79.7%	1,464	100%

* 管理職定義為擔負管理職責之主管，但不包含董事。



PChome 近三年人力組成架構

PChome 近三年人力組成穩定，正職員工及全職員工持續佔比逾 9 成，且員工幾乎聘自台灣，對在地市場具高度熟悉度與執行力，為公司營運提供穩定支撐。從年齡結構來看，30 至 49 歲員工佔比超過 7 成，為主要核心戰力，近年占比亦保持穩定。

(GRI 2-7, GRI 202-2)

			2022 年				2023 年				2024 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	1036	828	1864	98.8%	906	737	1643	98.6%	781	666	1447	98.8%
		其他地區	7	2	9	0.4%	4	2	6	0.4%	0	0	0	0%
	臨時員工	台灣地區	2	3	5	0.4%	3	7	10	0.6%	0	3	3	0.2%
		其他地區	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0	0%
	實習生	台灣地區	3	5	8	0.4%	2	4	6	0.4%	7	7	14	1%
		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	1,039	833	1872	99.2%	906	737	1643	98.6%	781	666	1447	98.8%
		其他地區	7	2	9	0.5%	4	2	6	0.4%	0	0	0	0%
	兼職員工	台灣地區	2	3	5	0.3%	5	11	16	1%	7	10	17	1.2%
		其他地區	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0	0%
年齡	未滿 30 歲		332	209	541	29%	240	161	401	24%	181	116	297	20%
	30-49 歲		672	573	1245	66%	621	527	1148	69%	557	493	1050	72%
	50 歲以上		44	56	100	5%	53	63	116	7%	50	67	117	8%



4.2 員工福利制度

PChome 提供優於業界水準的薪資與福利，積極招募具潛力的電商人才，並致力於留任優秀員工，打造健康快樂的職場環境。我們除提供高於《勞基法》的特休假外，亦設有三班制彈性工時制度、語言學習獎勵金、在職進修補助、節慶禮金等多項福利措施。同時，不斷精進推出員購優惠及福委會活動，讓同仁在工作之餘亦能感受企業關懷與生活支持。PChome 期盼與每位工作夥伴們一同成長，共享經營成果，持續提升員工的職場幸福感與向心力。

4.2.1 有競爭力的薪資制度 (GRI 202-1)

PChome 始終視員工為企業最重要的資產，致力於提升員工福祉與專業發展，持續打造兼具尊重、信任與成長的職場環境。為了吸引與留任優秀人才，公司提供具市場競爭力之薪資待遇、完善的教育訓練制度，以及透明的晉升發展機制。在人力資源管理上，PChome 每年依據勞動部公告的最低薪資標準定期檢視並審查薪酬結構，確保薪酬制度合理、具競爭力。近三年來公司提供之基本薪資皆高於台灣法定標準。

PChome 的整體薪酬制度主要由基本薪資與變動薪酬（獎金與福利）兩大部分組成：基本薪資為員工履行其職責所支付的固定報酬；變動薪酬則是根據個人與部門目標達成情形及公司整體營運績效所發放，包括現金獎金、股權激勵加班費及各類補貼（如：交通補貼、生育禮金等）。

另外，2024 年公司中薪酬最高個人之年度總薪酬與其他員工（不包括該薪酬最高個人）年度總薪酬之中位數的比率為 13.92；公司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為 -3.3。（以上兩者計算方式皆不含派遣人員與任職未滿六個月之員工）

PChome 恪守公平雇用原則，薪酬與晉升皆依據員工之學經歷背景、專業能力、年資及個人表現，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、婚姻狀況或政治立場等因素而有差別待遇。綜觀近三年來，女性與男性員工間的基本薪資及薪酬的平均比率趨於穩定，顯示公司持續落實薪酬平等。公司亦透過章程及內部人事管理規範，保障員工享有穩定且具吸引力之福利制度，促進員工穩定發展與長期留任。

女男基本薪資比例 (GRI405-2)

員工類別	2022 年度		2023 年度		2024 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	1.34	1.22	1.18	0.92	1.14
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 (GRI405-2)

員工類別	2022 年度		2023 年度		2024 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	0.86	1.25	1.21	1.11	0.88	1.06
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 (GRI 202-1)

員工類別	2022 年度	2023 年度	2024 年度
女性	1.01	1.16	1.08
男性	1	1.21	1.07



4.2.2 豐富的員工福利 (GRI 401-2)

PChome 依法設立職工福利委員會，並按月提撥經費，定期舉辦多元福利活動。福利制度的規劃以符合法規為基礎，同時鼓勵員工提出改善建議，攜手打造更貼近需求的福利措施與活動。福利內容涵蓋六大面向：薪資福利、節慶活動、身心健康、生活照顧、員工同樂及進修獎勵，致力營造舒適、具彈性且溫暖的職場環境。我們期盼員工在工作與生活之間取得良好平衡，同時也透過各項交流機會，強化同仁間的凝聚力，形塑正向向心文化，共同邁向永續成長。

PChome 員工福利內容	
薪資福利	<p>PChome 重視每一位員工的保障與工作滿意度，提供具市場競爭力的薪資制度與多項完善福利措施，讓同仁能安心投入工作、發揮所長，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 依員工到職即享有完整團體保險，涵蓋意外險、傷害醫療、住院醫療、定期壽險與癌症險 ● 到職日滿六個月起即享有優於《勞基法》的休假制度 ● 勞工退休金依法提撥，保障退休生活 ● 保證年薪 13 個月，穩定薪酬回饋員工貢獻 ● 發放端午節、中秋節及生日禮金，傳遞節慶心意 ● 提供三班制彈性工時，協助員工彈性調配工作與生活 ● 免費供應咖啡、發放開工紅包，營造溫暖職場氛圍
	<p>身心健康</p> <p>PChome 關注員工的身心平衡，致力打造健康友善的工作環境，透過以下措施守護同仁的整體福祉：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 提供定期員工健康檢查 ● 舉辦健康促進與心理諮商講座，提升員工自我照護意識
節日歡慶	<p>PChome 重視節慶儀式感與員工參與感，於年度各重要節日規劃多元活動與獎勵，讓同仁在工作之餘也能感受到滿滿的溫暖與關懷：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 生日禮金 ● 端午節禮金 ● 五一勞動節禮金 ● 雙 11 快閃活動與購物禮金 ● 中秋節禮金 ● 聖誕節暖心活動
	<p>生活照顧</p> <p>PChome 重視員工在不同人生階段的需求，提供多元支持措施，協助同仁安心發展職涯與家庭生活：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 發放生育禮金，並提供育嬰假等母性保護計畫 ● 提供結婚禮金、員工及家屬死亡慰問金 ● 不定期推出特約商店優惠與貸款購車方案，減輕生活負擔
	<p>員工同樂</p> <p>為促進同仁交流、營造團隊凝聚力，PChome 提供多元同樂活動與福利：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 不定期團購優惠 ● 年終聚餐補助金 ● 支援社團活動，鼓勵員工共創職場樂趣
	<p>進修獎勵</p> <p>PChome 鼓勵員工持續學習與自我成長，提供以下進修與語言學習支持：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 英／日語學習獎勵補助 ● 員工於在職期間，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，將提供相應支持

三班制彈性工時

自 2021 年起，PChome 推行三班制彈性工時制度，工作時常維持每日 8 小時，員工可依個人與部門運作需求，自行選擇 8：30、9：00 或 9：30 為出勤時間，經單位主管核准後實施，並可於每季調整一次出勤時段。此制度貼近員工生活節奏，兼顧家庭與工作平衡，有效提升工作效率與職場彈性，展現企業對員工福祉的關懷。

員工酬勞分配及認股辦法

PChome 重視員工與企業間的共享成長，透過員工酬勞分配與認股機制，實踐營運成果共享、強化員工向心力。依據公司章程規定，公司稅後若有盈餘，應依比例提撥 1% ~ 15% 作為員工酬勞，肯定員工貢獻。同時，也辦理現金增資發行新股時，亦保留一定比例供全體員工認購，員工則可依個人意願參與，進一步提升對企業發展的參與感與認同感，強化留才效益。



語言獎勵及在職進修補助

PChome 鼓勵員工持續精進語文能力與專業技能，積極推動終身學習文化。公司訂有語言檢定獎勵與進修補助辦法，凡同仁參加英語 TOEIC 或日語 JLPT 檢定，成績達指定門檻且符合相關規定者，即可獲得語言獎勵金。同時，員工若依規定申請在職進修並符合補助條件，亦可獲得相對應的補助金額，以實際行動支持同仁持續自我成長與職能提升。

母性健康保護計畫 (GRI401-3)

PChome 超過五成的員工為女性，為保障女性同仁的工作權益與健康福祉，PChome 嚴格遵守《性別工作平等法》與《育嬰留職停薪辦法》，確保同仁在生育期間能安心照顧家庭、兼顧職涯發展。除落實育嬰留職停薪制度外，亦積極營造支持同仁重返職場的友善環境，降低家庭照顧壓力，鼓勵女性同仁在職涯與家庭之間取得平衡。

近 3 年育嬰留停統計：

項目	2022		2023		2024	
	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)	54	110	37	71	53	98
當年度實際使用育嬰假的員工總數 (B)	6	24	9	26	12	40
申請率 (B / A)	11%	22%	24%	37%	23%	41%
當年度育嬰假後應該復職的員工總數 (C)	4	18	8	20	8	21
當年度育嬰假後實際復職的員工總數 (D)	1	18	5	9	5	8
復職率 (D / C)	25%	44%	63%	45%	63%	38%
上一年度育嬰留停復職的員工總數 (E)	3	20	5	21	5	9
上一年度育嬰留停復職後持續工作一年的員工總數 (F)	3	15	3	15	1	8
留任率 (F / E)	100%	75%	60%	71%	20%	89%

PChome 訂立母性保護計畫政策，致力於保障女性同仁在懷孕、產後與哺乳期間的工作權益與身心健康，協助其在家庭與職涯間取得平衡。從同仁知悉懷孕開始，公司即主動提供相關權益說明，並針對其工作環境與作業進行風險評估，依評估結果採取適當的改善與控制措施，降低潛在危害風險。為提供更全面的照護，公司亦指導孕期同仁填寫「妊娠及分娩後未滿一年之勞工健康情形自我評估表」，作為後續健康管理與指導的依據，並安排專業醫師提供諮詢與面談服務，協助同仁解決孕期身心靈的挑戰。此外，PChome 各辦公場域均設有哺乳室，其中敦南總公司哺乳室更通過台北市政府衛生局「優良哺集乳室」認證，提供安全、舒適的哺乳空間。為使母性保護制度更貼近同仁需求，公司持續蒐集意見，定期檢視與優化相關措施，打造友善育兒的職場環境，讓同仁安心生養、自在重返職場。

照護員工退休生活 (GRI201-3)

PChome 恪守相關法規，依據《勞動基準法》與《勞工退休金條例》訂定員工退休辦法，分為「舊制」確定福利制與「新制」確定提撥制兩種。對適用新制退休金之員工，公司每月依其投保薪資提繳 6% 退休金至勞保局專屬個人帳戶；對仍適用舊制之員工，公司則每月按薪資 2% 提撥退休準備金，由「勞工退休準備金監督委員會」管理並存入台灣銀行專戶。此外，公司每年底委託精算師依據《國際會計準則第 19 號》進行退休金負債評估，確保各項提撥與準備充足，落實對員工退休權益的保障，成為同仁職涯發展與退休生活的穩固後盾。

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	2022	2023	2024
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	32,491	54,689	61,103

單位：新臺幣仟元

可靜可動的社團活動

PChome 鼓勵員工透過社團活動紓壓身心、拓展興趣，營造元氣十足、富有活力的職場氛圍，讓同仁在工作之餘找到自我平衡，提升整體幸福感。

項目	活動內容
瑜珈社	外聘專業導師授課，以有氧瑜珈與伸展動作為主，幫助員工釋放肌肉緊張與職場壓力，有效預防久坐產生的職業病。
網家書齋	聚焦知識型書籍閱讀，成員共同選書、輪流導讀章節，每兩週舉辦一次讀書會，激發思辨力與表達力，培養同儕間的交流與學習氛圍。

不論動靜皆宜，PChome 支持每位同仁在社團中找到適合自己的方式，活絡身心、豐富生活，為工作注入更多熱情與創意。

4.2.3 績效考評與管理

PChome 依據公司人事管理規章，建立完善的員工績效考核制度。每年年初由員工與主管共同設定工作目標，於年中、年底進行績效評核與成果檢視，考核流程包括：員工自評、直屬主管初評、處級主管覆評，最後由部級主管核決。考核結果將與薪資調整及獎金發放連結，以提升員工動能並達到激勵成效。

針對公司治理階層之績效管理，PChome 依法設置薪酬委員會，針對董事、監察人及經理人之薪資報酬政策及制度，進行專業且客觀的評估，並向董事會提出建議，作為決策依據。薪酬委員會成員由董事會決議任命，總人數不少於三人，其中一人擔任召集人。為避免利益衝突，委員會成員不得參與涉及其個人薪資報酬之審議與表決，若會議事項涉及其本人或所代表法人之利害關係，並可能影響公司利益時，亦應依法辦理迴避。

2024 年度績效考核員工比例 (GRI404-3)

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	75	80	94%	69	67	100%
總公司－非主管	143	166	86%	333	381	87%
現場同仁－主管	14	12	100%	6	5	100%
現場同仁－非主管	337	484	81%	240	335	72%
合計	569	676	84%	648	788	82%

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 2024 年度績效考核之對象須滿三個月，包含：正職員工、2024 年 9 月 30 日前到職員工、2024 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 2024 年公司整體獎酬辦法核定。



4.3 人才招募與培育

4.3.1 多元人才招募計畫

PChome 秉持「堅持創新、創造價值」的理念，持續推動創新服務，深信「人才」是推進企業永續發展與強化競爭力的關鍵核心。因此，PChome 積極投入資源延攬各領域優秀人才，廣泛招募包含產品開發、工程技術、數位行銷與電商營運等多元職缺，期盼吸引對電子商務充滿熱情、能因應快速變遷商業環境的 π 型人才加入。同時，PChome 也積極超前部屬，深化與校園的連結，持續推動校園招募計畫，培育年輕世代投入數位產業，期待與新世代人才攜手打造台灣網路新服務標竿，共同迎接全球新商務時代的挑戰與機遇。PChome 林口 A7 智慧物流園區自 2023 年 10 月全樓層正式啟用以來，也帶動在地就業機會。除辦理與當地就業服務站的徵才活動、與大專院校簽訂校外實習合作、推動派遣人力轉正外，更持續擴大北部地區實習學校合作機會，並積極投入僑生招募等多元徵才管道，強化在地人才培育與就業媒合。

近三年新進及離職員工統計 (GRI 401-1, CG-EC-330a.2)

項目	性別	新進員工						離職員工					
		2022		2023		2024		2022		2023		2024	
		人數	比例										
<30 歲	女	202	61%	138	58%	86	20%	170	51%	148	62%	30	717%
	男	101	48%	76	47%	51	12%	89	43%	87	54%	28	6.524%
30 - 49 歲	女	110	16%	104	17%	83	20%	162	24%	231	37%	30	5%
	男	113	20%	75	14%	62	15%	129	23%	142	27%	35	87%
>50 歲	女	7	16%	3	6%	5	1%	11	25%	18	34%	8	1.86%
	男	10	18%	5	8%	4	1%	14	25%	26	41%	3	0.74%
全體	女	319	30%	245	27%	174	41%	343	33%	397	43%	298	169%
	男	224	27%	156	21%	117	28%	232	28%	255	34%	210	150%
	合計	543	29%	401	24%	291	20%	575	30%	652	39%	508	319%

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

2024 年產學實習與合作

性別	2024		名稱	實習內容	工作內容	如何參與	成效
	人數	佔總員工數百分比					
自願離職	374	25.5%	暑期實習 (2024)	以兩個月為主的短期實習計畫，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	主管依部門工作性質指派專案主題，由實習生進行產出	由實習生自行投遞履歷，4 月展開招募活動	2024 年共招募 10 位暑期實習生
非自願離職	134	9.2%					
合計	508	34.7%					

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：「PChome 24h 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。

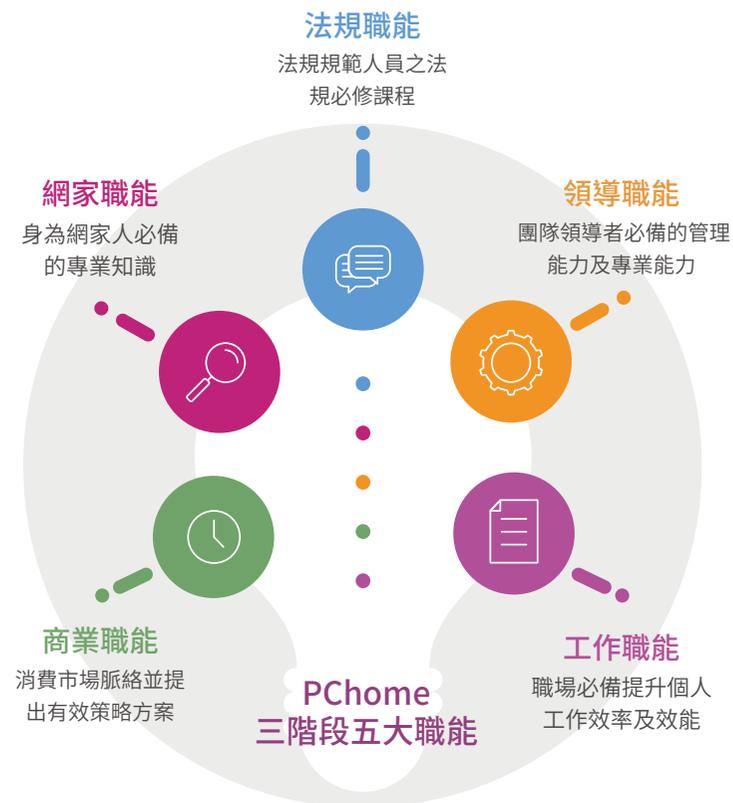


4.3.2 專業人才培育計畫

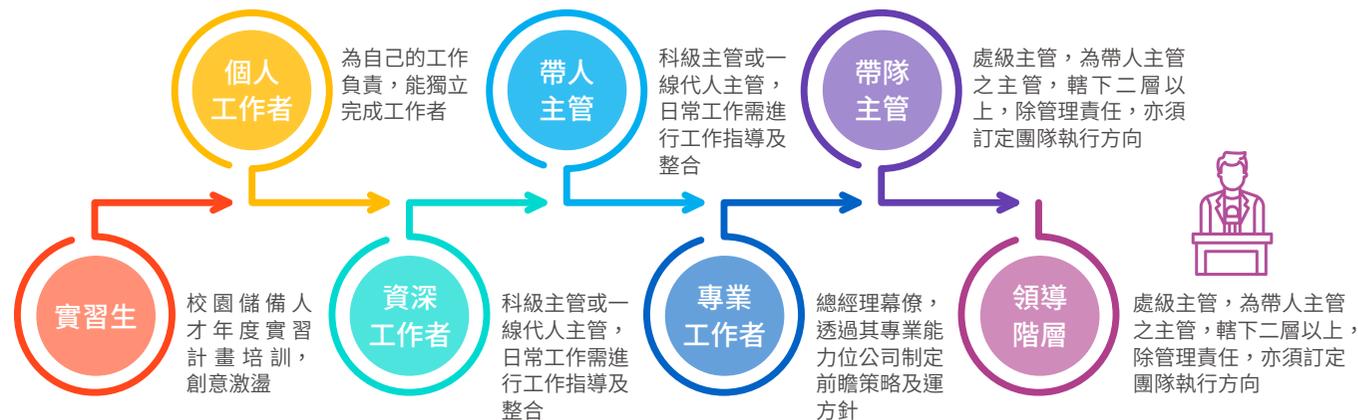
PChome 建立完整的員工發展職能地圖，規劃出清晰的職涯成長路徑。職能體系共分為五大類別，分別為「網家職能」、「工作職能」、「核心職能」、「商業職能」與「領導職能」，並針對法規要求另設「法規職能」進行管理與訓練。

人才培育以「網家職能」為基礎，強化同仁作為 PChome 成員所需具備的基本專業素養；進一步透過「工作職能」與「核心職能」的訓練，提升實務技能與職場軟實力，強化任務執行的效率與效果；最終朝向「商業職能」與「領導職能」發展，培養具備策略思維與影響力的未來領導人才。

為確保訓練計畫貼近個人發展需求，公司會綜合考量同仁的年資、績效表現、個人意願與擅長領域，量身打造培訓內容，協助同仁掌握自身職涯定位與成長方向，成為具備執行力與領導潛能的全方位電商人才。



PChome 職涯發展地圖





教育訓練課程 (GRI404-2)

PChome 每年投入大量資源，規劃並實施多元的教育訓練課程，內容涵蓋新進人員職前訓練、職務基礎訓練、專業職能訓練及企業外部進修等，協助同仁強化職場技能與專業素養。因應後疫情時代的市場環境與企業策略變化，PChome 定期檢視訓練教材內容，確保課程內容緊扣公司發展方向與員工學習需求，提供最即時、最實用的知識內容。為提升學習彈性，PChome 持續擴充線上學習資源，透過訓練平台 (LMS)，並購買線上學習的影片及資料庫，讓同仁可依個人進度與時間安排自由進修，不受時空限制，自主打造學習節奏，實現工作與成長並進的雙贏目標。

依據職能地圖，PChome 設計必修與選修課程：必修課聚焦核心職能，確保全體同仁具備一致的專業基礎；選修課則提供彈性進修機會，鼓勵同仁依個人興趣與職涯需求持續精進。2024 年度教育訓練總人次突破 5,100 人次，課程完訓率更接近 100%，展現同仁高度的學習投入與企業人才發展的成果。

職能	培訓課程	受訓同仁	完訓總人數	完訓百分比
工作職能	高空工作車操作人員／堆高機操作人員在職回訓等	全體同仁	257	100%
商業職能	年報 ESG 新法 & 財報影響／海外投資稅務實戰解析暨 CFC 因應之道等	全體同仁	10	100%
網家職能	新進同仁教育訓練／公司簡介及員工福利說明	新進同仁	651	100%
領導職能	高價值經理人系列－人際互動的自我狀態 /2024 倉儲物流部 管理人才培訓等	高階主管	154	100%
法規職能	勞工安全與衛生／智慧財產基礎認知課程／誠信經營及反貪腐宣導課程等	全體同仁	4,033	100%

2024 年度，PChome 員工訓練範疇進一步擴大，除延續過往職前訓練、職務技能與核心職能課程外，也新增「中醫健康促進及養生保健」、「心靈紓壓講座」等課程，從身心層面全方位關照員工健康與生活品質，體現企業對員工福祉的重視。

全年訓練總時數達 8,320 小時，平均每位員工受訓時數為 7.9 小時，展現同仁持續精進的學習動能。PChome 亦善用雲端科技與網路資源，將學習資源普及至每一位同仁，確保訓練系統具備彈性、效率與高覆蓋率，持續強化團隊專業力，推動整體企業競爭力的穩健提升。

近三年來，教育訓練總時數及平均時數統計：(GRI 404-1)

項目	2022		2023		2024		
	平均	總時數	平均	總時數	平均	總時數	
性別	女	9.76	10,230.8	5.00	4,575.0	5.5	4,331.62
	男	9.74	8,163.5	4.84	3,627.8	5.9	3,988.39
職級	主管人員	11.62	2,497.5	7.07	1,131.5	3.5	573.83
	非主管人員	9.51	15,896.8	4.70	7,071.3	5.96	7,746.18

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。

內部講師制

PChome 鼓勵主管透過實務經驗分享與知識傳承，協助同仁在工作上持續成長與精進。為強化內部培訓能量，特訂定「倉庫領導培訓授證輔導員計畫」，於 2024 年辦理倉庫管理人才培訓課程，共舉辦 4 梯次，每梯次課程時間為 7 小時（含 1 小時午休），藉由系統性教學與實務演練，達成以下培訓目標：

- 強化口語表達：提升主管簡報與溝通技巧，進一步強化管理影響力
- 深化領導思維：建立正向領導觀念，激發團隊潛力與工作動能
- 強化團隊激勵：掌握讚美與激勵技巧，增進成員合作與提升士氣
- 落實學用合一：透過實務個案演練與引導，確保學習成果落地與實際應用

2024 年人才培育代表性計畫

名稱	計畫 / 專案說明		
2024 倉儲物流部 管理人才培訓	<ul style="list-style-type: none"> 負責單位：人力資源處 參與對象：倉儲物流部各單位 / 層級主管 培訓目的：透過課程內容與實務案例分享，協助學員理解主管角色與組織期望，並藉由基礎管理技能訓練，強化引導與溝通能力，培養成為能帶領團隊達成組織目標、具備卓越績效的優秀主管 		
執行方式	舉辦頻率 / 次數	參與度或執行率	計畫 / 專案效益
實體面授、 小組討論	每梯 7 小時， 共 4 梯	出勤率 >97%	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課後滿意度調查平均 4.8/5 2. 課後產出主管手冊，提醒幹部進行領導與管理時符合手冊引導內容，以確保知識及經驗的傳承

新進人員職前訓練

近三年來，PChome 每年新進人力占整體員工比率約 2 至 3 成。為協助新進同仁迅速融入團隊並發揮即戰力，PChome 在同仁報到當日即安排「新人教育訓練」，內容涵蓋組織架構介紹、資訊系統操作、勞工安全衛生教育、內部環境導覽，以及福利制度與各項獎勵補助措施說明等。此外，課程亦著重傳遞 PChome 的企業文化與核心價值觀，幫助新進同仁建立對公司理念的認同感與使命感，加速適應期並提升工作投入度，為後續職涯發展奠定良好基礎。

職務基礎訓練

新進同仁入職後，PChome 將依據其所屬職務內容，安排相關的職務基礎訓練課程，例如電動拖板車操作訓練、倉庫實地操作訓練等，協助同仁迅速熟悉作業流程並掌握必要技能。此外，訓練內容亦強調工作場所安全規範與管理制度，針對倉儲、運輸等現場作業單位，特別加強職業安全衛生教育，以提升員工的安全意識與應變能力，確保個人及團隊作業時的安全無虞，營造健康、穩定的職場環境。

職前訓練及職務基礎訓練



倉庫管理訓練計畫

為強化倉庫主管之管理效能，並協助其有效帶領來自不同年齡層的工作夥伴，PChome 特別規劃「倉庫主管培訓計畫」。課程內容涵蓋主管角色定位、領導風格、引導技巧、語言溝通方法、實務案例分享及問題解決策略等面向，旨在全面提升主管的管理思維與實務能力。訓練期間透過小組討論與經驗交流，幫助主管調整溝通方式、學習以同理心與正向語言進行對話，進一步強化團隊向心力與信任感。課程也著重於培養主管傾聽與問題解決能力，協助其在第一線落實公司政策，促進團隊一致目標前行。期盼透過此系列訓練，讓主管更具備引領團隊的能力，與公司一同邁向永續成長。



知識物流士

為促進跨部門合作與專業理解，PChome 人資部門於 2024 年正式啟動「跨部門知識分享—知識物流士計畫」。本計畫由各單位推派代表擔任「知識物流士」，負責製作部門專屬的「知識包裹」，透過人才管理系統傳遞至全體同仁手中，分享最新的業務資訊與專業洞見。透過「開箱知識包裹」的形式，同仁們可更深入了解各部門的職能重點、工作挑戰與具體成果，促進組織內部的理解與同理，進一步提升團隊合作默契與整體運作效能。該計畫也同時展現各部門的榮耀與價值，形塑 PChome 專業知識共享與共同成長的職場文化。



**7/7(五)開箱你的部門
好康！跨部門知識...**

2023/07/07~2024/07/07

0.5小時

免費課程

尚餘名額
無上限

報名截止日
報名截止

4.4 健康友善職場

4.4.1 職業安全衛生管理

PChome 致力於打造溫馨、安全且健康的工作環境，為了保障全體員工的健康與安全，全面導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，涵蓋公司（含倉庫區域），並額外取得政府機關主導推動的 TOSHMS 台灣職安衛管理系統驗證。該證證要求涵蓋整體事業單位之安全衛生管理，藉由系統化機制落實員工安全防護，提供無虞的職場環境。

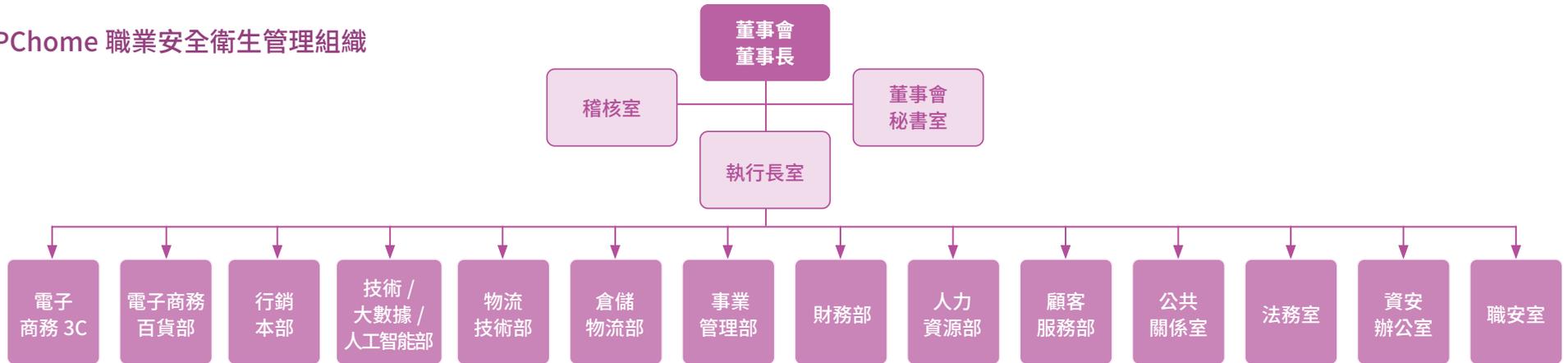
職業安全衛生委員會

PChome 依據《職業安全衛生法》設立 職業安全衛生委員會，並設有專責單位「職安室」。委員會中勞工代表人數不少於總人數三分之一，由勞資會議勞方代表擔任，若人數未達標準則由勞工共同推選產生。委員會每季召開一次會議，必要時得舉行臨時會議，負責下列事項之協調與研議：

- 針對職業安全衛生政策提出建議
- 協調、建議安全衛生自主管理計畫
- 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
- 研議事業單位自動檢查及安全衛生稽核事項
- 研議機械、設備或原料、材料危害之預防措施
- 現場安全衛生管理事項報告
- 研議職業災害調查報告

員工亦可透過提案機制參與職業安全衛生活動，每季至少檢討一次各單位之職安績效指標。職安委員會將彙整員工意見，持續優化職安管理方針，訂定高於法規要求之措施，防範職業災害發生，確保每位工作者的身心健康與職場安全。

PChome 職業安全衛生管理組織



預防或減輕職業安全衛生的程序及作業辦法 (GRI 403-7)

移除危害：

- 當規劃新的工作場所時，於源頭控制風險，運用工程方法隔離危害源
- 消除單調工作或會造成面壓負力之工作

以較低危害的過程、運作、材料或設備取代：

- 以低危害性取代高危害性
- 改用線上指南回答顧客的投訴
- 採用精進的技術以自動化設備取代人力降低人因性危害

使用工程管制及工作重組：

- 利用互鎖及安全連動裝置，防止人員誤操作而造成傷害
- 設備異常時利用警示訊號提醒同仁注意
- 以隔離方式將風險源與操作人員區隔開

使用行政管制

- 執行定期安全設備檢查

使用適當且足夠的安全衛生個人防護具

- 安全帽、安全帶、護目鏡、手套等



職業安全衛生風險管理 (GRI 403-7)

PChome 以「零災害」為目標，透過全面推動「自動檢查計畫」，落實職業災害預防與風險管理機制，強化職場安全。公司已建立六大職安衛管理方針，並訂定相關辦法與作業標準，將職業災害防制列為廠區最高管理優先事項，確保每一位工作者皆能在安全、健康的環境中執行職務。六大執行方針如下：

六大執行方針	內容說明
安全衛生管理	訂定「安全衛生作業守則」，並落實員工教育，確保全體同仁熟悉並遵循安全衛生相關規定
安全衛生教育及訓練	實施新進員工職前安全衛生教育訓練，以及在職員工定期訓練；針對車輛設備操作，另提供專項指導與評量，經考核合格後方可獨立作業
標準作業程序及工作安全分析	針對各類作業訂立標準作業程序 (SOP)，搭配工作安全分析，並辦理教育訓練課程，確保同仁依循安全規範執行作業
安全衛生檢查	每日實施現場作業巡檢，對不安全行為為立即暫停作業並進行修正，對不安全環境則即刻改善，以維護作業現場安全
緊急應變	制定完整緊急應變計畫，倉儲單位每半年依消防法規實施一次消防演練，涵蓋通報、滅火、避難引導、安全防護與緊急救護等情境模擬
健康管理與促進	推動健康促進措施，協助同仁建立健康生活型態，維持良好身心狀態，有助於提升工作效率與整體幸福

危害辨識與事故調查機制 (GRI 403-2)

為有效打造健康且安全的職場環境，PChome 建立完善的危害辨識與職業災害調查處理機制。當作業現場發生事故或疑似職災情形時，將立即啟動通報流程，由專責單位進行事故調查，全面釐清事件發生經過，並確認人員、設備與環境之受損狀況。

調查重點包括：

- 作業流程是否存有作業風險或管理疏漏
- 設備使用是否符合安全操作規範
- 作業環境是否需改善
- 是否涉及人為疏失等因素

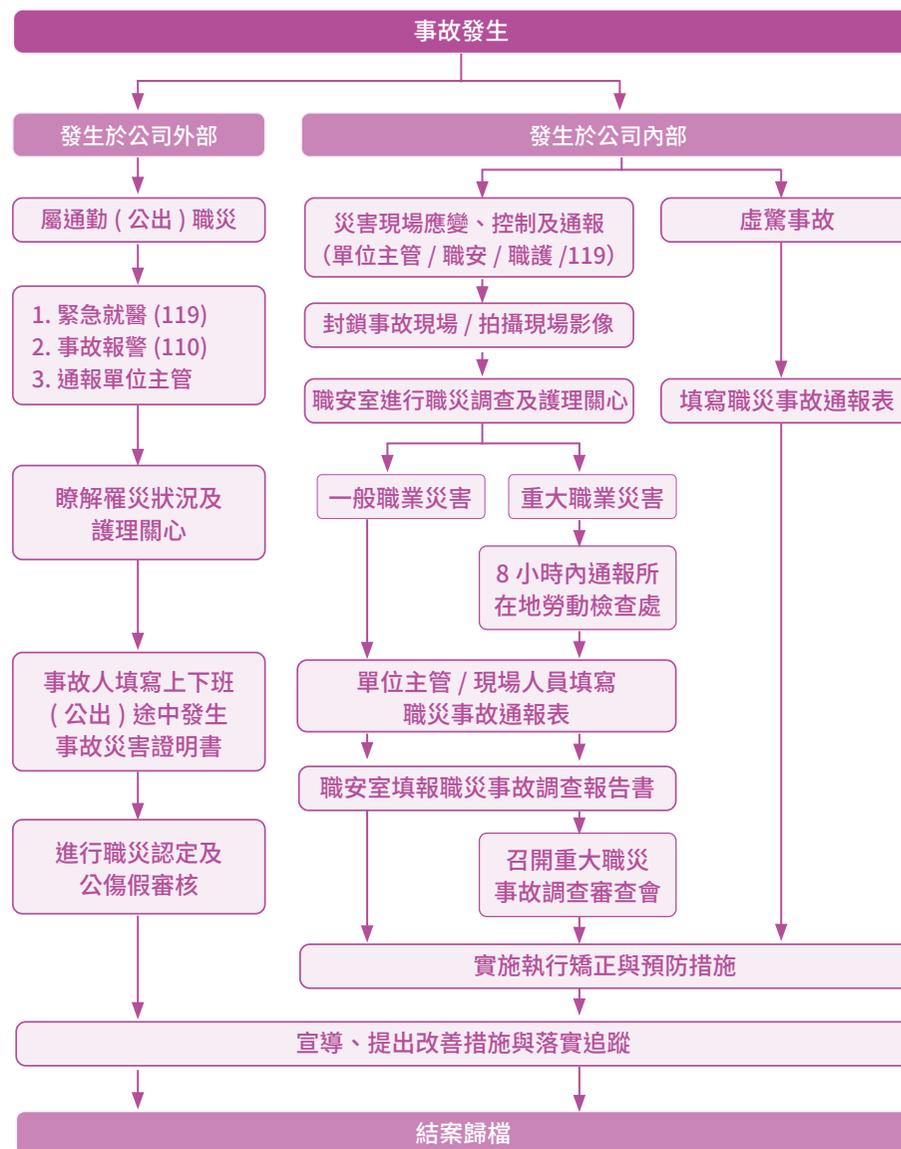
針對調查所發現之缺失，將立即採取改善行動，並納入教育訓練內容或作業流程優化，以防止同類事件再次發生。

此外，PChome 定期統計並分析事故與職災案件，辨識高風險類型與潛在職場危害。近年分析結果顯示，職業災害多因人為疏失導致機具碰撞與肌肉骨骼傷害（如搬運作業不當）所致。

為降低此類風險，公司持續推動以下預防措施：

- 強化安全衛生宣導與教育訓練
- 定期實施現場巡檢，及時排除不安全行為與環境
- 落實 5S 管理（整理、整頓、清掃、清潔、紀律）
- 即時通報並改善缺失事項，責成主管及幹部跟進
- 提供實用且即時的安全衛生知識資源，提升員工風險辨識能力

透過上述系統性管理機制，PChome 致力於降低職業災害發生率，持續強化職場安全文化，打造讓員工安心投入工作的友善職場。



為全面維護員工健康福祉，PChome 透過多元措施積極推動職場健康管理。首先，公司定期辦理員工健康問卷調查，作為職場健康風險評估之基礎，並針對潛在健康風險個案安排專業醫師訪談，進行一對一諮詢與評估。此外，透過員工健康檢查資料，進一步辨識高風險族群，例如：可能因異常工作負荷引發疾病者、或有重複性肌肉骨骼疾病風險者等，對於此類員工，公司除安排醫師訪談外，亦提供書面風險告知、衛生教育指導及適性工作調整建議，協助同仁預防疾病惡化，並維持職場健康與生產力。針對本年度員工健康評估結果，PChome 亦據以規劃後續健康促進活動及環境改善措施，持續提升整體職場健康管理效能。

在落實多項職業安全衛生管理計畫之防護機制與持續精進下，2024 年度 PChome 並無發生任何違反職業災害相關重大法規之情事，亦未曾接獲主管機關處分或罰鍰紀錄。2024 年職業傷害統計如下 (GRI 403-9)：

	員工	非員工
主要職業傷害類型	跌倒	碰撞
總經歷工時	3,094,504	443,774.4
一般職業傷害人次 (可記錄)	19	4
損工日數	75	11
可記錄之職業傷害比率	4.85	9.01
損工日數比率	24.56	24.79
綜合傷害指數	0.35	0.47
嚴重職業傷害人次	0	0
嚴重職業傷害比率	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"> 制定標準作業程序 建立作業通報機制 維修檢查作業時停機並張貼標示 	<ul style="list-style-type: none"> 加強宣導使用推車應注意四周環境及推行方向 加強宣導搬運棧板時請使用工具，勿徒手搬運 同仁請依照人車分道規劃行走，並穿著反光背心 操作車輛設備的同仁也請注意四周環境狀況

4.4.2 職場健康促進活動

PChome 深信，唯有建構安全健康的職場環境，才能讓每位網家人安心投入工作、維持身心健康，進而推動企業永續發展，為顧客提供穩定且高品質的服務。為此，PChome 持續優化工作環境，除落實職業安全衛生訓練外，更積極推動多項健康促進活動，致力朝向幸福企業目標邁進。

舒適安全的工作環境

- 營造開放空間：打造明亮開放的辦公空間，鼓勵團隊交流與創意激盪。
- 設置護理室：提供基本醫療與緊急照護服務，守護員工日常健康。
- 建置哺乳室：落實母性保護政策，營造友善育兒職場。
- 優化倉儲環境：確保倉儲場域光線明亮、清潔整潔，有效降低作業風險與潛在危害因子。

舒適工作環境



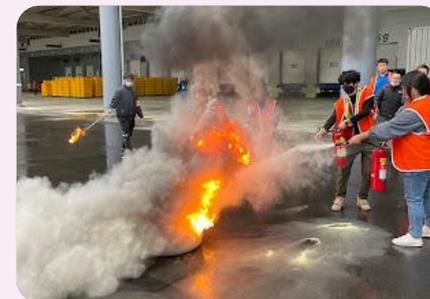
哺乳室與 AED 設置



2024 年度職業安全衛生訓練課程 (GRI 403-5)

訓練課程	訓練課程內容說明	頻率及參與人數
新進員工安全衛生教育訓練	依照職業安全衛生教育訓練規則，針對新進員工施予作業安全衛生有關法規概要、職業安全衛生概念及安全衛生工作守則、作業前、中、後之自動檢查、標準作業程序、緊急事故應變處理、消防及急救常識暨演練、其他與勞工作業有關之安全衛生知識、不法侵害宣導。	辦理場次： 147 次 參與人數： 1,640 人
堆高機操作人員在職教育訓練	堆高機相關法令現況、堆高機使用及管理、堆高機災害類型與防災對策	辦理場次： 5 次 參與人數： 29 人
急救人員在職教育訓練	急救概論、中毒、休克、燒燙傷傷患處理、敷料與繃帶包紮、緊急甦醒術、CPR+AED 操作	辦理場次： 5 次 參與人數： 25 人
甲種安全衛生業務主管在職教育訓練	職業安全衛生法講解、職業災害案例討論、職業病預防概論、其他職業安全衛生相關知識	辦理場次： 2 次 參與人數： 2 人
自衛消防編組演練	實施滅火、通報、安全防護、避難引導、救護等組合演練	辦理場次： 4 次 參與人數： 182 人
職安人員在職教育訓練	承攬管理、局限空間危害預防、起重機具、堆高機及高空工作車安全管理、職業安全衛生法規介紹、職場健康促進、職業災害防範及處理、ESG 永續概論、風險評估 (含施工風險評估)、墜落災害防止 (含倒塌、崩塌)	辦理場次： 6 次 參與人數： 6 人

職業安全衛生訓練課程



2024 年度健康促進活動 (GRI 403-3,403-6)

PChome 依據企業所屬產業特性，於敦南總公司與桃園倉儲端配置專任勞工健康服務護理人員，負責執行員工健康管理、健康促進與疾病預防等工作。桃園倉儲場域每月安排一次由職業醫學專科醫師進行臨場健康或復工諮詢；敦南總公司則每季一次邀請職業醫學專科醫師及合格醫師提供現場健康諮詢服務，積極落實職場健康管理。

除了依法規要求之職業安全教育訓練，PChome 亦洞察現代職場型態帶來的健康挑戰，如久坐辦公、工作壓力、飲食不均與缺乏紓壓機制等，可能增加員工罹患身心疾病之風險。為此，PChome 規劃並推動一系列以身心健康為核心的講座與活動，涵蓋飲食營養、壓力管理、運動保健等主題，協助同仁提升自我健康意識、強化身心平衡。

所有講座皆設有課後滿意度調查，作為後續規劃與課程優化的重要依據，確保健康促進措施真正貼近員工需求，持續為打造健康、快樂且充滿活力的職場文化努力。

健康促進活動與宣導	活動內容說明	頻率及參與人數	占總員工人數
健康管理 (敦南 / 桃園倉儲)	如何改善高血指併發脂肪肝	辦理場次： 2 次 參與人數： 30 人	2%
	外食吃出健康	辦理場次： 1 次 參與人數： 18 人	1%
	中醫養生保健	辦理場次： 3 次 參與人數： 83 人	6%
	打造優質免疫力	辦理場次： 2 次 參與人數： 64 人	4%
人因保護 (敦南)	人因性危害預防－辦公室伸展操	辦理場次： 1 次 參與人數： 23 人	1.6%
人因保護 (桃園倉儲)	人因性危害預防	辦理場次： 2 次 參與人數： 33 人	2.3%
人因保護 (敦南 / 桃園倉儲)	核心啟動 x 背臀強化	辦理場次： 2 次 參與人數： 48 人	3%
職業安全衛生委員會 (桃園倉儲)	定期召開職業安全衛生委員會	辦理場次：每 3 個月 1 次 參與人數： 39 人	2.7%
員工健康檢查－ 一般健康檢查	公司視員工身體健康為重要資產，提供優於法規的健康檢查項目，讓同仁能了解掌握身體狀況，適時尋求醫療協助，讓員工能持續於工作中發揮所長。2023 年度依法舉辦員工健康檢查，敦南總公司辦理為增加員工檢查多元性，提供多項健檢方案選擇巡迴健檢及到院健檢等方式；考慮桃園各倉儲同仁檢查便利性，則安排巡迴健檢，方便於公司上班時間完成健檢，毋須額外請假完成檢查，並搭配與醫療院所談定之優惠增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。	參與人數： 1,091 人	74%
其他 (敦南 / 桃園倉儲)	心靈紓壓講座－引導牌卡圖像	辦理場次： 2 次 參與人數： 47 人	3%

職業安全衛生訓練課程



4.4.3 和諧的勞資關係

PChome 積極打造平等、互敬互重的職場文化，落實企業社會責任，致力於營造安全、有尊嚴且重視人權的工作環境。公司認同並支持多項國際人權公約與倡議，包括：《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》、《國際勞工組織核心公約》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	建立暢通勞資溝通管道，確保下情上達	人權政策宣導
	保障結社自由及團體協商權	資訊安全及個人資料保護	定期檢視人權管理政策及相關作為

人權管理七大原則：（GRI 402-1）

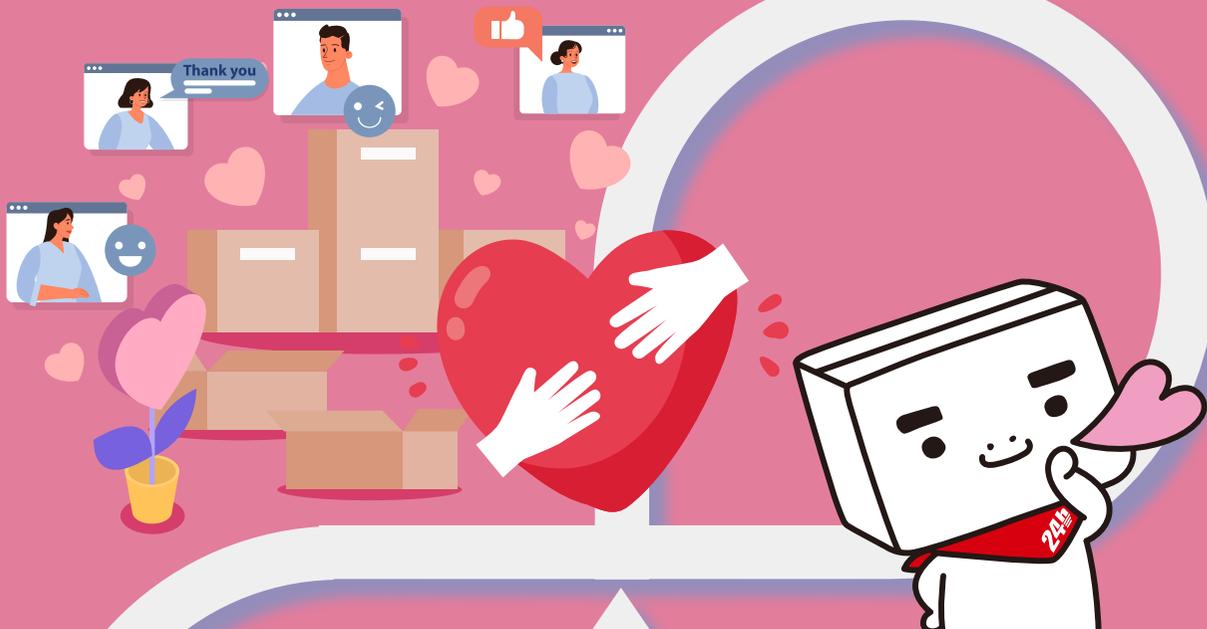
自由選擇職業	PChome 提供公開、透明的招募管道，廣邀多元人才加入。公司嚴禁任何形式的強迫勞動，包括：擔保、抵債、限制人身自由、或契約中納入不合理條款等，保障員工職業選擇的自主性。
人道待遇	PChome 落實職場尊嚴與人道對待，明確禁止性騷擾、性侵犯、體罰、威脅、霸凌及任何形式的精神或身體虐待行為，並設立性騷擾及不法侵害之申訴機制，提供同仁申訴與保護管道。
青年勞工	公司嚴格遵守《勞動基準法》不得僱用童工之規定。對於實習或學生勞工，PChome 與簽約學校密切合作，確保勞動條件合法，並提供必要的教育訓練與工作支援。
工時管理	PChome 遵守工時相關法規，並推行三班制彈性上下班制度，搭配優於法定標準的休假政策，協助同仁兼顧工作與生活，提升工作效率與職場滿意度。
不歧視	公司承諾在所有人力決策中秉持公平原則，不因種族、膚色、年齡、性別、性傾向、性別認同、國籍、身心障礙、懷孕、信仰、政治立場或婚姻狀況等差異，而有任何形式的差別待遇。
同工同酬	PChome 遵循「同工同酬」原則，保障所有員工在提供相同勞動成果下，獲得相對應且公平的報酬，杜絕因性別、年齡、職級或身分等造成的薪資差異。
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 或第 13 條但書規定中與勞動契約者，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 3 年以上者，於 30 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

勞資溝通與不法侵害防治機制

為營造安全、和諧且具包容性的職場環境，PChome 持續強化內部溝通與職場安全機制，透過定期檢視與回饋機制，保障員工權益並促進雙向溝通。公司主管單位與職業安全衛生室（職安室）定期執行《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》，主動辨識職場潛在風險，保障員工免於遭受語言或行為上的不當對待。在勞資溝通方面，PChome 依《勞資會議實施辦法》於每季定期召開勞資會議，邀請勞方代表參與，針對薪資福利、工作環境、安全衛生、管理制度等議題充分討論，並由勞資雙方協商訂定可行的解決方案，建立良好合作與共識基礎。除正式會議管道外，PChome 亦提供多元

申訴與建議管道，包含：

- 書面信件：員工可將意見以書面形式郵寄至人力資源部，或直接寄送予人資主管；
- 意見信箱：公司設有內部電子信箱供員工匿名或具名反映意見；
- 員工大會：2024 年持續每季舉辦員工大會，蒐集同仁回饋意見，作為優化職場環境之參考依據。透過完善的制度與持續的溝通機制，PChome 積極傾聽員工聲音、落實企業責任，打造安全、尊重與共融的職場文化。



ch 5 社會的暖心夥伴

5.1 數位做公益，愛心零距離

5.2 在地共好，文化傳承

PChome 始終關注社會與環境永續的議題，除用心經營網路購物服務，促進經濟發展，更關懷台灣這片土地的人文及環境永續發展，期盼與土地共生、共好。

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



2024 年，PChome 持續運用網購平台的特性，延伸公益行動觸及網購消費者與合作供應商，透過「揪愛公益平台」攜手公益團體與社福組織發起線上線下公益活動，並引導會員於購物後隨手捐贈發票的「發票愛心捐」，擴大發揮公益影響力，實踐社會共好精神。同時，也號召員工響應公益，推動「揪團送愛·捐物暖心」活動。網路家庭藉由整合既有資源，強化與在地社群的連結，促進不同身分與族群的交流與參與，積極打造安全、共融的生活環境。持續推動永續發展，展現企業對社會責任的長期承諾。



PChome 善用電商平台的影響力與創意行銷優勢，主動投入閱讀推廣行動，串聯社群資源，推動全民閱讀風氣，透過舉辦線上線下讀書會，鼓勵不同年齡層與背景的民眾參與，拓展知識視野。持續以實際行動回應永續發展目標，推動優質教育與社會共好，以提升教育的公平、推動終身學習，共創更具包容性的知識社會。

永續亮點績效



· 2024 年「PChome 揪愛公益」平台再新增 **3** 家合作基金會，擴大公益選擇，鼓勵會員輕鬆響應公益行動



· 發起歲末捐贈活動「揪團送愛·捐物暖心」，號召同仁募集逾 **100** 件愛心物資，捐助弱勢族群，凝聚內部善意力量



· 發揮電商平台影響力，推動電子發票捐贈行動，2024 年成功引導會員捐出發票逾 **61** 萬張，落實日常公益參與



· 推廣終身學習，董事長連續 5 年舉辦「台中中央書局週三讀書會」，累計參與人次突破 **5** 萬人，擴大閱讀推廣影響力



5.1 數位做公益，愛心零距離

5.1 數位做公益，愛心零距離

PChome 長期致力於履行社會責任，持續關注弱勢族群議題，期望藉由品牌影響力及龐大網站流量，打造更便捷的管道，讓更多民眾以「一鍵支持」的方式輕鬆投入公益行動，讓關懷成為日常、讓改變發生於日常。藉此串連社會善意、推動共融發展，實踐「讓社會有感改變」的承諾。

5.1.1 「PChome 揪愛公益」平台

PChome 網路家庭集團積極落實 ESG 理念，長期關注社會公益與弱勢議題，並響應聯合國永續發展目標 (SDGs) 中的優質教育、減少不平等與永續城鄉等目標，自 2023 年起啟動「PChome 揪愛公益」平台，串聯企業資源與公益行動，打造一站式的數位公益參與管道。

首年第一階段共邀集 7 家公益團體合作，包括「台灣一起夢想公益協會」、「陽光社會福利基金會」、「等家實實社福協會」、「喜憨兒基金會」、「臺北市流浪貓保護協會」、「臺灣環境資訊協會」與「勵馨基金會」，涵蓋捐款、捐物與愛心商品等多元參與方式，讓民眾能輕鬆透過平台支持公益、讓善意融入日常生活。

延續首年成果，2024 年平台進一步擴大參與規模與合作深度，新增「基督教芥菜種會」、「好牧人全人關顧協會」與「伊甸社會福利基金會」3 家公益團體加入，累積合作組織達 10 家，公益範疇拓展至長者健康照護、全人全生涯關懷等領域。同時，平台亦整合線上與線下資源，持續透過節慶專案、線下活動（如母親節、歲末捐贈）與專屬網頁推廣資源，結合 PChome 入口網的高流量優勢，強化公益團體的社會能見度，逐步打造更具規模、可擴散的永續公益生態圈，落實企業對於社會共好的積極角色。

PChome 揪愛公益合作組織一覽



微型社福
台灣一起夢想公益協會



燒傷與顏面損傷
陽光社會福利基金會



失家兒童關懷
等家實實社福協會



身心障礙福利
喜憨兒基金會



動物保護
臺北市流浪貓保護協會



環境保護
台灣環境資訊協會



守護弱勢婦幼
勵馨基金會



守護兒少與銀髮
基督教芥菜種會



守護長者健康
好牧人全人關顧協會



關懷孤老送愛
華山基金會



5.1.2 歲末捐贈之際「揪團送愛·捐物暖心」

歲末年終期間，網路家庭透過「PChome 揪愛公益」平台，號召全體員工共同響應公益，發起「揪團送愛·捐物暖心」活動，啟動物資捐贈方式，並結合自有物流團隊網家速配的配送協助，確保物資能即時且妥善送達受贈單位。

此次捐物活動中，PChome 員工主動捐贈果汁、鮮豆漿、濃湯及各式罐頭等生活物資，支援「基督教芥菜種會」台北生活物資供應中心，協助 6 戶、共 24 位處於社會邊緣的弱勢家庭，涵蓋單親、繼親與隔代教養等結構，協助其緩解生活壓力、滿足基本需求。同時，PChome 員工也捐贈衛生紙、漂白水、擦手紙與乳液等日常清潔與照護用品予「陽光社會福利基金會」，支援其總會與台北重建中心的日常運作，提升服務空間整潔度與衛生條件，並關照燒傷與顏損朋友的肌膚照護與重建需求，使每日近 30 位服務對象能在安全、舒適的環境中接受完整的療癒服務。

未來，PChome 將持續擴大平台服務與行動規模，整合人力、物資、物流等多元面向資源，推動全員參與的企業公益文化，以實際行動落實社會包容、共融與永續共好的企業責任。



5.1.3 攜手供應商擴大公益循環

2024 年，PChome 進一步深化與供應商的 ESG 協作行動，擴大公益行為推動模式。歲末期間，攜手味之旅、勛崧與好侶三家供應夥伴，共同發起關懷流浪動物的捐贈行動，展現企業與供應鏈協作推動社會價值的實踐力。此次合作共募集 70 包貓砂與 960 個貓罐頭，捐贈予「台北市流浪貓保護協會」，用於改善中途動物的飼養條件與照護環境，減輕組織營運負擔，進一步落實動物友善與人道關懷的核心理念。

未來，PChome 將持續以「揪愛公益」平台為橋梁，促進供應商與公益需求單位的連結，建構兼具溫度與規模的永續公益生態圈，推動產業攜手回應社會需求，實現共好願景。



<p>數位公益 「發票捐贈」</p>	<p>勵消費者在「PChome 24h 購物」結帳時選擇「發票捐贈」，藉由網購平台便捷設計，讓每一次購物都能隨時、隨地、隨心做公益，實踐零距離的愛心行動。</p> <p>所捐發票由平台統一轉贈予伊甸基金會、肝病防治基金、中華社會福利聯合勸募協會、中華民國運動神經元疾病病友協會（漸凍人協會）、董氏基金會等社福單位，協助其穩定取得資源，延續服務量能。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 年度發票捐贈量：超過 60 萬張 · 年度會員響應人次：超過 19 萬名
<p>公益參與 「歲末捐贈」</p>	<p>在歲末年終之際，PChome 號召同仁齊心送暖，透過「揪團送愛·捐物暖心」活動，為陽光社會福利基金會、流浪貓保護協會、基督教芥菜種會募集所需物資，傳遞溫暖與關懷。本次捐贈物資涵蓋生活日常與清潔用品，協助照顧燒傷與顏損朋友、中途收容動物、認養童及其家庭照顧者等，實踐企業善盡社會責任的初衷。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 捐助物資數量：超過 100 件，涵蓋果汁、鮮豆漿、濃湯、罐頭、衛生紙、漂白水、擦手紙與乳液等日常生活物資 · 捐助物資總價值：超過萬元
<p>攜手供應商 擴大公益循環</p>	<p>PChome 攜手供應夥伴共同響應公益，2024 年與 3 家廠商合作，舉辦關懷流浪動物的捐贈行動。透過資源共享與協力合作，將企業的商業影響力轉化為實質善意，持續推動共好社會的實現。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 合作夥伴：味之旅、勳崧、好侶 · 捐助商品：70 包貓砂、960 個罐頭 · 受贈單位：流浪貓保護協會

5.2 在地共好，文化傳承

PChome 網路家庭集團董事長詹宏志先生長期投入社會文化推廣，致力於深化閱讀風氣與文化傳承。自 2020 年起，偕同台中百年書店「中央書局」合作發起「週三讀書會」，以經典讀書會形式重塑人與書店的連結，為城市注入深厚的人文底蘊。讀書會不僅承載文學的熱情，更在疫情期間持續辦理，成為難能可貴的文化堅持。

活動至今已連續舉辦五屆，累計舉辦 135 場次，由 23 位作家領讀共 227 本好書與詩詞作品，透過實體與線上並進的方式，吸引廣大讀者參與，年年更於跨年之際舉辦特別場，以閱讀迎接新年，成為具代表性的文化慶典。黃金講師陣容涵蓋文學、歷史、社會等多元領域，拓展閱讀視野，也吸引來自不同背景的民眾參與。

董事長詹宏志先生表示：「講者的各種背景跟他們對某些議題的關注，共同把這個讀書會的面向變得更廣，也引起更多不同人的興趣。台灣是一個非常豐富、臥虎藏龍的地方，要找好的講者，當然是要花點力氣說服他們出來。」期盼透過週三讀書會，營造讀書有趣、閱讀有感氛圍，讓閱讀成為日常的一部分，也讓書店再次成為城市中不可或缺的文化據點。一場場讀書會，如點點燈火，串聯起無數讀者的心，成為文化不滅的香火，繼續在台灣社會深耕流傳。





附錄

- GRI Standards 永續性報告準則揭露項目對照表
- SASB 永續會計準則委員會指標對照表
- 氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 及上櫃公司氣候相關資訊索引表
- 外部認證

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) 說明			
1. 組織及報導實務			
2-1	組織詳細資訊	1.1 PChome 營運概況	29
2-2	組織永續報導中包含的實體	開箱本報告書	2
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	開箱本報告書	2
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	2
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	7
2-7	員工	4.1 專業團隊構築	86
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	30
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.1 公司治理	30
2-11	最高治理單位的主席	1.2 公司治理與誠信經營	30
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
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	2
2-15	利益衝突	1.2 公司治理與誠信經營	31
2-16	溝通關鍵重大事件	永續行動夥伴	9



一般揭露	報告書章節與說明		頁碼
3. 治理			
2-17	最高治理單位的群體智識	1.2 公司治理與誠信經營	32
2-18	最高治理單位的績效評估	1.2 公司治理與誠信經營	31
2-19	薪酬政策	1.2 公司治理與誠信經營	32
2-20	薪酬決定流程	1.2 公司治理與誠信經營	32
2-21	年度總薪酬比率	1.2 公司治理與誠信經營	32
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	3-4
2-23	政策承諾	1.2 公司治理與誠信經營	33-34
2-24	納入政策承諾	1.3 經營績效與風險管理	38
2-25	補救負面衝擊的程序	永續行動夥伴	7-10
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	33-34
2-27	法規遵循	1.3.4 法規遵循	38
2-28	公協會的會員資格	1.1 PChome 營運概況	30
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	7-9
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	11
3-2	重大主題列表	永續行動夥伴	14-25
3-3	重大主題管理	永續行動夥伴	14-25



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	35
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	74-78
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	89
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	87
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	85
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	69-70
203-2	顯著的間接經濟衝擊	1.4 商業夥伴協力	42
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	42
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	33
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	33
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	-



經濟面向	報告書章節		頁碼
GRI 207：稅務 (2019)			
207-1	稅務方針	1.3 經營績效與風險管理	35
207-2	稅務治理、管控與風險管理	1.3 經營績效與風險管理	35
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	35
207-4	國別報告	1.3 經營績效與風險管理	35
GRI 301：物料 (2016)			
301-1	所用物料的重量或體積	3.1.1 綠購包裝	67
301-2	使用回收再利用的物料	3.1.1 綠購包裝	67
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	-
GRI 302：能源 (2016)			
302-1	組織內部的能源消耗量	3.3.2 能源管理	79
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	79
302-4	減少能源消耗	3.3.2 能源管理	79
302-5	降低產品和服務的能源需求	3.3.2 能源管理	79
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	80
303-3	取水量	3.3.3 水資源管理	80



經濟面向	報告書章節		頁碼
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	80
305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	3.3.2 能源管理	80
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	80
305-5	溫室氣體排放減量	3.3.2 能源管理	80
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	81
306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	3.3.4 廢棄物管理	81
306-3	廢棄物的產生	3.3.4 廢棄物管理	81
306-4	廢棄物的處置移轉	3.3.4 廢棄物管理	81
306-5	廢棄物的直接處置	3.3.4 廢棄物管理	81
GRI 308 供應商環境評估 (2016)			
308-1	使用環境標準篩選新供應商	1.4 商業夥伴協力	41
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 多元人才招聘計畫	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	88
401-3	育嬰假	4.2.2 豐富的員工福利	89



社會面向	報告書章節		頁碼
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	101
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	95-96
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	99
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	96
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	99
403-6	工作者健康促進	4.4.2 職場健康促進活動	99
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	96
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	96
403-9	職業傷害	4.4.1 職業安全衛生管理	98
403-10	職業病	本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	93
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	93
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	歧視事件以及組織採取的改善行動	2024 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	101
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	87



社會面向	報告書章節		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	2024 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	101
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	103-105
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	
GRI 414 供應商社會評估 (2016)			
414-1	使用社會標準篩選新供應商	1.4. 商業夥伴協力	41
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	2024 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	53
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	38
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 2.1.3 商品審核與品質規範	38、54
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	38
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3.4 法規遵循	38
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	38



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	1. 總能源消耗量 2. 電網能源比例 3. 再生能源比例	1. 總能源消耗量 63,455 GJ 2. 電網能源比例 73.9% 3. 再生能源比例 0% 能源資訊請參見章節 3.3 綠色營運管理	79
	CG-EC-130a.2	量化	1. 總取水量 2. 總耗水量，在水資源壓力高或極高地區所占的百分比	1. PChome 2024 年取水量為 43.8 百萬公升 2. PChome 2024 年總耗水量為 43.8 百萬公升 3. 因台灣非屬水資源壓力地區，故取水來自水資源壓力地區之百分比為 0% 取水資訊請參見章節 3.3 綠色營運管理	80
	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	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： 1. 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 2. 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	61
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	60
	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	-



揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	說明	對應頁數
員工招募、 多元化及 表現	CG-EC-330a.1	量化	員工敬業度百分比	本年度未有統計員工敬業度	-
	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	91
	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	85
	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	66
	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	66
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	48
	CG-EC-000.B	量化	資料處理能力與外包百分比	1. 同時 10 萬名消費者在線瀏覽，每分鐘處理 4,000 筆訂單付款 2. 程式外包 0% 3. 伺服器外包 90% 使用 GCP 搭建	-
	CG-EC-000.C	量化	出貨總箱數	2024 年度出貨總箱數 13,433,497	-



氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 及上櫃公司氣候相關資訊索引表

TCFD 建議揭露事項	上櫃公司氣候相關資訊	章節	頁碼	備註
治理				
TCFD 1(a)	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況	3.2 氣候永續行動	73	
TCFD 1(b)	描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色		73	
策略				
TCFD 2(a)	描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	3.2 氣候永續行動	74-78	
TCFD 2(b)	描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊		74-78	
TCFD 2(c)	描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境（包括 2° C 或更嚴苛的情境）		74-78	



TCFD 建議揭露事項	上櫃公司氣候相關資訊		章節	頁碼	備註
風險管理					
TCFD 3(a)	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程	敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度	3.2 氣候永續行動	73	
TCFD 3(b)	描述組織在氣候相關風險的管理流程			73	
TCFD 3(c)	描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度			73	
指標與目標					
TCFD 4(a)	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況	1. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。 2. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	3.2 氣候永續行動	73	<ul style="list-style-type: none"> · PChome 未使用內部碳定價 · PChome 於 2025 年進行溫室氣體盤查作業 · PChome 未使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs)
TCFD 4(b)	揭露範疇 1、範疇 2 和範疇 3 (如適用) 溫室氣體排放和相關風險	溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫		73、80	
TCFD 4(c)	描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 (RECs) 數量		73	

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：

本會計師受網路家庭國際資訊股份有限公司（以下簡稱「貴公司」）之委任，對 貴公司選定民國 113 年度永續報告書所報導之關鍵績效指標（以下簡稱「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 113 年度永續報告書之「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之「報告書範疇與邊界」段落述明。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照適用基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標，且設計、付諸實行及維持與所選定之關鍵績效指標編製有關之內部控制，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。

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質性解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

會計師之獨立性及品質管理

本會計師及本事務所已遵循會計師職業道德規範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」，該品質管理準則規定會計師事務所設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令有關之政策或程序。

寶誠聯合會計師事務所 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 6686, www.pwc.tw



會計師之責任

本會計師之責任係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃及執行有限確信案件，基於所執行之程序及所獲取之證據，對第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標是否未存有重大不實表達取得有限確信，並作成有限確信之結論。

依確信準則 3000 號之規定，本有限確信案件工作包括評估 貴公司採用適用基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標之妥適性、評估所選定之關鍵績效指標導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險、依情況對所評估風險作出必要之因應，以及評估所選定之關鍵績效指標之整體表達。有關風險評估程序（包括對內部控制之瞭解）及因應所評估風險之程序，有限確信案件之範圍明顯小於合理確信案件。

本會計師對第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標所執行之程序係基於專業判斷，該等程序包括查詢、對流程之觀察、文件之檢查是否適當之評估，以及與相關紀錄之核對或調節。

基於本案件情況，本會計師於執行上述程序時：

- 已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、所應用之資訊系統，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，已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。

相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。因此，本會計師不對 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面，是否依照適用基準編製，表示合理確信之意見。

此報告不對民國 113 年度永續報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

有限確信之結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面未依照適用基準編製之情事。

外部認證



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。

資誠聯合會計師事務所

會計師 鄭裕仁

鄭裕仁



中華民國 114 年 8 月 13 日

附件一

編號	項目	標的資訊	報導基準	頁碼
1	網際網路包裝材料重量	<圖表> 113 年網際網路包裝材料重量： ● 原生環保紙箱總重量 3,608.11 公噸。 ● 環保膠帶總重量 34.67 公噸。 ● 塑膠包材總重量 8.78 公噸。 ● 緩衝材總重量 92.39 公噸。	統計 113 年度包裝材料使用重量。	第 67 頁
2	違反社會與經濟領域之法律和規定	<圖表> 113 年違反社會與經濟領域之法律和規定情形統整： ● 違反有關產品與服務的健康和安全管理法規違規狀況為 59 件。 ● 違反有關產品與服務資訊與標示的狀況為 12 件。 ● 未遵循行銷傳播相關法規的事件為 32 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 113 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、菸害防制法、環境用藥管理法、醫療器材管理法、商品標示法、公平交易法、電氣及電子商品標示基準)重大罰款和非金錢制裁總數。	第 38 頁
3	女性管理職比例	113 年女性管理職佔比達 43.9%。	統計 113 年度女性管理職佔全公司管理職之比例。	第 85 頁
4	違反勞工職業災害之法律和規定	<圖表> 113 年勞工職業災害之法律和規定情形統整： ● 違反職業安全衛生法為 0 件。	統計 113 年度確認違反勞工職業災害之法律重大罰款和非金錢制裁總數。	第 38 頁

每天一起變更好

Everyday better with PChome 24h

