



富邦媒體科技
momo.com Inc.



2022
永續報告書



富邦媒體科技
momo.com Inc.

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

目錄 Contents



關於 momo 報告書	2
董事長的話	3
總經理的話	4
momo 永續績效	5
重要事蹟與獲獎	6
年度專利	7

CH 1 永續 momo	8
1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖	10
1.2 永續生活藍圖執行方針	16
1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17

CH 2 共益夥伴・好生活	24
2.1 momo 營運概況	26
2.2 公司治理	30
2.3 永續風險管理	36
2.4 永續供應鏈	49

CH 3 永續消費・新生活	54
3.1 優質商品安心選購	56
3.2 永續消費倡議	60
3.3 最佳消費體驗	63
3.4 防衛資安與個資隱私保護	65

CH 4 永續營運・綠生活	70
4.1 綠色營運	72
4.2 綠色物流	80
4.3 綠色包裝	83

CH 5 健康平等・心生活	86
5.1 人權關懷	88
5.2 員工招募與留任	95
5.3 績效評估與薪酬	98
5.4 員工發展	102
5.5 健康與安全職場	106

CH 6 社會共好・樂生活	114
6.1 婦幼弱勢	118
6.2 關懷長者	123
6.3 體育推廣	124
6.4 正向力量	126

附錄	128
報告書查證聲明書	129
ISO 證書	130
GRI Standards 指標對照表	133
SASB 索引表	140

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

關於 momo 報告書

GRI 2-2 2-3 2-4 2-5

歡迎您閱覽富邦媒體科技股份有限公司（以下簡稱momo）發行的第八本報告書。本報告書主要呈現momo於2022年實踐企業環境、社會及治理（ESG）的目標與績效，並揭露各項永續議題之資訊。因應國際發展趨勢，本報告書同時發行中文、英文版本，封面設計以流暢的線條感帶入電商永續行動之聚焦點，呈現物流的快捷高效能，也體現momo對於優質服務細節之重視，期望打造消費者舒心愉快的購物體驗。



富邦媒體科技官網

報告時間

2022年度（2022年1月1日至12月31日）。

報告邊界

本報告書揭露之財務數據與富邦媒體科技股份有限公司之合併財務數據邊界一致，2022年momo在台灣的營收，佔全球總營收達100%，故依據揭露的重大性，揭露範疇以momo在台灣地區的營運為主，部份環境、社會數據範疇若超出台灣地區營運範疇，將註解補充說明。

報告書撰寫原則

本報告係參照全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standards Board, GSSB）所頒布之永續性報導原則

（GRI準則）撰寫本報告書，並依循永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）發布之電子商務行業指標，揭露與利害關係人相關的ESG資訊，詳細內容請參照本報告書附錄之GRI準則指標對照表及SASB行業準則索引表。

報告書內部審核

本報告書之資訊及數據係經三階段內部審查方得以揭露。第一階段係由各部門負責人提供資料並經部門主管審核；第二階段由momo永續發展部匯整資訊統籌完成本報告書，並經各部門確認內容；最後階段由總經理進行核定予以公開揭露。

報告書發行歷程

momo 定期每年發行報告書，並皆可於本公司企業官方網站查詢及下載，出版日期為：

首次出版 2016年9月
上一版本 2022年6月
現行版本 2023年6月
下一版本 2024年6月



momo 報告書下載



意見回饋

如對本報告書有任何指教或疑問，歡迎聯繫：

富邦媒體科技股份有限公司

單位：永續發展委員會
電話：+886 2 2162 6688 ext.1231
信箱：momocsr@fmt.com.tw
地址：11493台北市內湖區洲子街96號4樓
網站：https://corp.momo.com.tw/

報告書外部查證

本報告書所揭露之各項資訊與統計數據，皆來自本公司各權責單位自行撰寫與統計，財務數據部份係採用經會計師簽證後之公開發表資訊；所有數據之描述皆以一般慣用之數值描述方式或引用政府公開資訊及自行統計而得，與前一年度報告書中並無差異，若有特殊狀況亦會於報告書中特別說明。為確保本報告書之公開資訊可靠性，各項數據之依循標準以及查證機構如下表所列示：

數據	依循標準	查證機構
財務	會計師查核簽證財務報表規則及一般公認審計準則	勤業眾信聯合會計師事務所（Deloitte）
環境	ISO 14064-1 組織溫室氣體盤查 ISO 14001環境管理系統	英國標準協會台灣分公司（BSI Taiwan）
資訊安全	ISO 27001資訊安全管理系統 ISO 27701個人資料隱私資訊管理系統	台灣檢驗科技股份有限公司（SGS Taiwan Ltd.）
職安衛	ISO 45001 職業安全衛生管理系統	英國標準協會台灣分公司（BSI Taiwan）
品質	ISO 9001 品質管理系統	台灣檢驗科技股份有限公司（SGS Taiwan Ltd.）

本報告書內容係由英國標準協會台灣分公司（BSI Taiwan）依循GRI 準則：核心選項及AA1000AS v3（Type1 中度保證等級）進行查證，確保資訊揭露可靠性，並於報告書附錄載有英國標準協會（BSI）查證聲明書。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

董事長的話

各位利害關係人：

世界經濟論壇（World Economic Forum）發布「2023 年全球風險報告」示警，未來 2 年全球前十大風險中，環境面即佔 5 大項，包含「自然災害及極端天氣事件」、「氣候變遷減緩失敗」、「大規模自然災害」、「氣候調適行動失敗」、「自然資源危機」等風險均迫在眉睫，各脆弱因子交互影響，恐將引發複合型危機，亟需各國政府及企業採取集體且有決心的行動！

自許台灣綠活電商領航者 實踐 2050 淨零承諾

身為台灣電商產業龍頭，富邦媒體科技 momo 自 2022 年起積極導入國際永續管理框架，強化氣候治理機制。首先，提升「永續發展委員會」層級為功能性委員會，由 2 位獨立董事及 1 位董事組成，總經理任執行長，督導全公司永續發展策略，每年至少 2 次向董事會報告重要專案執行成果，且高階經理人之年度績效至少 10% 連結永續關鍵指標。

同時，回應全球 2050 年淨零碳排目標，momo 首創台灣電商業之先例，全面盤查日常營運及上下游供應鏈的溫室氣體排放來源，2022 年承諾依循「國際科學基礎減量目標（SBT）」規劃淨零碳排路徑；另依據氣候相關財務揭露（TCFD）框架，以嚴謹方法學鑑別短中長期的實體風險、轉型風險及機會，並進行財務影響量化分析。上述兩項氣候治理工程，將有助於 momo 定錨低碳轉型策略，提升中長期營運韌性。

數據賦能打造綠色消費生態圈 強化永續供應鏈管理

在實踐綠活電商的路徑上，momo 善用「數據賦能」優勢，重視與員工、供應商、消費者的議合溝通，致力建構永續消費生態圈。如運用 AI 大數據開發『最適包材建議』模組，分析歷史包裝經驗及商品尺寸，納入環保包材適合度評估，降低填充材之使用。另開發『最短配送路徑建議』模組，搭配短鏈布局、佈建電動車隊，有效縮短物流「最後一哩路」之碳排里程。

至於集結提供逾 5 千項國內外認證商品的「綠色生活館」，可望運用『CDP 客戶圖像標籤系統』，啟動綠色環保客群經營，攜手認同環境保育的消費族群，一起讓「綠色消費」成為社會文化新趨勢。

除自身積極實踐企業承諾，momo 亦不忘發揮商業影響力，引領上萬家供應商建構永續經營體質。2022 年參考國際最新永續供應鏈管理趨勢，修訂「供應商暨承攬商永續發展守則」，鼓勵合作夥伴推動低碳營運、設定溫室氣體減量行動，並提升在人權管理、資安與個資保護、永續採購的管理強度，自發布日起要求新進供應商、承攬商一律簽署。

值得一提的是，考量多數供應商為本土中小企業，momo 規劃多元化教育訓練，幫助中小企業主逐步提升員工權益、消費者保護及碳排管理，期能促進正向循環，降低 momo 來自供應鏈的潛在商譽風險。

精進公司治理及綠色營運 爭取利害關係人長期信任

momo 的永續績效堪稱有目共睹，2022 年榮獲 5 項官方認證，包括七度名列「公司治理評鑑上市企業組前 TOP 5%」、二度由台灣指數公司與富時羅素選為「FTSE4Good 臺灣永續指數成分股」，並獲行政院國家永續發展委員會頒發「國家永續發展獎（企業類）」。同步也囊括「遠見 CSR 暨 ESG 企業社會責任獎」、「天下永續公民獎」、「TCSA 台灣企業永續獎」等 13 項由獲媒體或專業機構主辦之永續大獎。除了綠色營運，momo 於多元平等職場、數位創新之努力，亦屢獲各界肯定。

面對詭譎多變的大環境，momo 將秉持「台灣綠活電商 No.1」目標，精進公司治理及綠色營運效能，力行誠信經營，踏實建立與國內外利害關係人的長期信任關係，持續為社會創造永續價值！

董事長



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

總經理的話

各位利害關係人：

2022 年全球零售業邁入後疫情「新常態消費」的典範重塑時代，同時面對種種經濟大環境的不確定、國際情勢的干擾，社會經濟活動與消費者心態均受影響而變化。唯有胸懷價值信念、不短視近利，時常自問「何以被社會需要」的企業，才能在詭譎多變時勢中常保競爭力。

精進永續治理 強化價值鏈人權保護

在全體同仁攜手努力下，momo 於 2022 年締造全年度營收新台幣 1,034 億元、稅後純益逾 34 億元之佳績，為台灣電商產業立下新里程碑。於此同時，我們不忘秉持「永續生活藍圖」經營方針，在公司治理、綠色營運、商品責任、顧客服務、員工照顧、社會關懷等面向追求精進，期盼為股東、員工、消費者創造價值，引領供應鏈夥伴共同邁向永續發展。

為強化永續發展韌性，momo 於 2022 年啟動「人權精進專案」，對焦「聯合國工商企業與人權指導原則」（UN Guiding Principles on Business and Human Rights），盤點價值鏈上下游之潛在人權風險，檢視減緩措施。盡職調查顯示，「隱私權」為供應商、員工及消費者共同高度關注之人權議題，因此我們制定多項關鍵指標，包括維持 ISO 27001、ISO 27701 等資安及個資保護國際驗證有效性，自 2021 年起要求供應商完成個資防護自評。同時首創開發「物流士安心 call 系統」，使物流士撥打代碼即可與收件人聯繫，截至 2022 年底獲逾 9,100 家供應商響應，成功築起物流端的消費者個資安全防線。

短鏈佈局有效縮短最後一哩路 攜手供應商低碳轉型

momo 在低碳轉型的路徑上，針對物流、包裝、倉儲等三大主軸，積極檢視核心業務中之碳排減量機會。首先依循「短鏈佈局」策略，截至 2022 年底全台完成 54 座物流中心及主倉、衛星倉的佈建，搭配「去節點」策略之廠配、越庫等兩項快速出貨行動，雙管齊下創造逾 70 公噸之年減碳效益。

此外，積極建置「綠色車隊」，與富昇物流合作推動，自有車隊新增環保節能車輛，2022 年起逐步引進載貨量為一般機車 3 倍的商用電動三輪機車，為綠色物流佈局添翼。

隨著業績逐年茁壯，「綠色包裝」成為 momo 永續發展的重中之重。自 2019 年起參與政府主辦之「網購包裝減量計畫」，目前出貨均採用 100% 再生紙漿製作之原色紙箱，尺寸規格逾 33 種，破壞袋亦添加 30% 再生料。2022 年平均單件包材重量相較於 2021 年下降 6.8%，緩衝材使用量亦顯著下降 17.6%。

率先推動綠色包裝及綠色倉儲 實踐資源循環再利用

在循環包裝行動中，momo 重視與供應商的議合，鼓勵品牌夥伴以「循環物流箱」進貨，並率先運用物流倉儲回收的廢棄膠膜，熱熔形成再生塑料製作可重複使用達 25 次的「循環袋」。除了與中華郵政合作啟動全國郵筒及 i 郵箱回收循環袋，2022 年新增美廉社門市，使 momo 循環袋之回收據點突破上萬個，同年 7 月更與「慈濟環保教育站」攜手，啟動「循環紙箱回收計畫」。期盼繼續打造無痛便利的回收體驗，吸引更多消費者參與，逐年擴展循環包裝之出貨規模。

在「綠色倉儲」策略上，包含 2017 年啟用的北區物流中心，以及即將於 2023 年底、2027 年啟用的南區及中區物流中心，均遵循國際綠色倉儲規格進行擊劃。從籌備時期辦理「設廠環境評估」，透過專家審查以致力降低衝擊當地環境生態；建材及工法也依據綠建築標準，並建置太陽能發電系統、自然通風系統、雨水回收灌溉等多重綠能設施，成為再生能源及資源循環利用之示範據點。

momo 數位公益平台 愛心購物車挺社福

憑藉電商本業的金流、資訊流、物流「三流」優勢，momo 無償為社福團體架設一個流量龐大、金流安全、保障個資的數位公益平台。透過 momo 的把關，會員也能安心且不受時間地域限制，將愛心放入購物車，實際挺身助公益。

momo「樂公益館」對接聯合國 SDGs 永續發展目標，集結超過 37 家具備社會公信力之社福機構，邀請會員以「定期捐款」長期投入減少不平等、消除貧窮、終止飢餓等永續發展目標。近期關懷觸角更擴大至生態保育、動物保護等面向，並推出「公益直購」服務，號召會員捐贈商品至指定弱勢族群。2022 年度樂公益館響應會員數逾 10 萬人，受益人數近 11 萬人次。

2004 年成立至今，momo 始終以「成為消費者與供應商首選的虛擬購物平台」為經營願景，築夢踏實。未來將持續發揮台灣電商領導品牌之影響力，帶動整體價值鏈提升因應氣候風險之韌性，成為消費者實踐永續生活的好夥伴！

總經理

李宏



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

momo 永續績效



【商品價值、服務價值】

- 合併營收 **1,034** 億元，成長 **17.01%**
- 北區物流中心取得 ISO 9001 品質管理系統驗證
- 綠色生活館業績成長 **42%**，販售商品數增加 **312** 項



【品牌價值】

- 公司治理評鑑 **TOP5%**，連續 7 年獲肯定（註：資料來源依據臺灣證券交易所 2023 年 4 月 27 日公告資訊）
- 兩度入選 **臺灣永續指數（FTSE4GOOD）成分股**
- 榮獲 **111 年國家永續發展獎**
- 榮獲第 4 屆國家企業環保獎 - **銅級獎**



經濟 / 治理



社會



環境



【綠色消費價值】

- 北區物流中心 2022 年太陽能累積發電量 **1,172,418** 度，減碳效益達 **596.76** 公噸
- 綠色採購金額 2022 年共計 **778,866,963** 元
- 無紙化應用 2022 年減少約 **5,673** 萬張用紙量，減碳效益達 **431.16** 公噸
- 自營進口商品採綠色包裝原箱出貨成效達 **46.9%**
- 透過添加 **30%** 再生料製成「momo 循環袋」，2022 年出貨件數達 **22,822** 個，回收據點總計已突破 **10,000** 個
- 2022 年平均單件包材重量為 204.9 公克，與 2021 年相比下降 **6.8%**，緩衝材使用較 2021 年同期下降 **17.6%**
- momo 綠色車隊採購車輛 **100%** 皆為環保車輛，已累積採購 **144** 台貨車符合一級能源效率、**145** 台機車符合二級能源效率，並導入 **50** 台三輪商用電動機車



【社會價值】

- 推廣 **51** 項公益與活動專案，公益慈善總金額達 **6,972** 萬元，創歷年新高
- 與消費者共創正向力量，號召 momo 會員響應捐款、捐物 **118,621** 人、受益人數 **115,363** 人次
- 性別平等推廣委員會推動增進全體員工性平意識，受訓人次 **3,001** 人
- 對接國際關注重大議題，修訂《人權政策》，強化人權管理機制與保障範疇



【人才價值】

- 平均每人受訓時數 **32.76** 小時，成長 **8%**
- 教育訓練費用 **4,120,771** 元，每位正職員工平均訓練成本支出 **1,111** 元
- 線上學習總受訓時數達 **49,000** 小時，成長 **15%**
- 教育訓練課程滿意度逐年提升達 **95** 分
- 育嬰留停之留任率女性高達 **8** 成

重要事蹟與獲獎

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

3 月

- 全新打造「樂公益」館正式上線
- 《支付卡行業資料安全標準委員會》支付卡行業資料安全標準實地稽核證書

4 月

- momo「南區儲配運輸物流中心」上樑儀式
- 《遠見雜誌》第 18 屆 CSR 暨 ESG 企業社會責任獎「綜合績效 - 服務業楷模獎」
- 《臺灣證券交易所》第八屆公司治理評鑑 TOP 5%

5 月

- 《台北市政府》節能創新活動獎
- ISO 14064-1：2018 溫室氣體盤查
- ISO 27001 資訊安全管理系統認證
- ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統

6 月

- 《工商時報》2022 臺灣服務業大評鑑 - 大型購物網站 金牌
- 《臺灣指數公司》臺灣永續指數成分股
- 《BSI 英國標準協會》2021 年永續報告書 Type1 中度保證等級查證通過

8 月

- 打造 momo「物流士安心 call」安全通訊平台 守護物流配送個資安全
- 《台灣永續能源研究基金會》台灣永續行動獎
 - » 循環包裝永續綠生活 - 銀獎
 - » 共創健康平等心生活 - 銅獎
- 《台北市政府衛生局》優良哺集乳室認證（momo 大樓展延、瑞光大樓新增）



9 月

- 《天下雜誌》天下永續公民獎 Top50
- 《哈佛商業評論》2022 數位轉型鼎革獎 - 數位轉型領袖獎
- 《台北市英僑商務協會》優良企業貢獻獎 - 最佳企業領袖獎
- ISO 14001：2015 環境管理系統
- ISO 45001：2018 職業安全衛生管理系統

10 月

- 攜手慈濟基金會推動「momo 循環紙箱」試辦計畫
- 《女人迷》DEI 多元共融願景獎
 - » 企業獎（本土企業）金獎
 - » 最佳女性培力企業獎

11 月

- 《台灣永續能源研究基金會》2022 台灣企業永續獎
 - » 企業永續綜合績效 - 台灣百大永續典範企業獎
 - » 企業永續報告類 - 貿易百貨 第 1 類金級
 - » 企業永續單項績效 - 資訊安全領袖獎
 - » 企業永續單項績效 - 創新成長領袖獎

12 月

- 攜手蓋亞汽車合作推出「三輪商用電動機車」，加入短鏈物流車隊



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

年度專利

資源授權系統



認證年度

2022

專利名稱

資源授權系統

有效期間

2023/01/11-2032/09/27

對應重大主題

顧客隱私及資訊安全

專利內容

為利用組態伺服器保護公鑰、私鑰及客戶端憑證並分擔驗證伺服器驗證運算之資源授權系統。



專案自動建立系統



認證年度

2022

專利名稱

專案自動建立系統

有效期間

2023/01/01-2032/09/28

對應重大主題

商品服務與創新

專利內容

微服務架構下，需要經常建立小型專案，此新型專利利用已有技術組合，形成常用樣板，自動帶入多種功能模組。



商品價格查詢



認證年度

2022

專利名稱

商品價格查詢系統

有效期間

2023/02/11-2032/09/28

對應重大主題

商品服務與創新

專利內容

可方便消費者隨時隨地查詢價格，系統具有多種查詢條件，可與其他相同品項做價格查詢，亦有歷史價格顯示圖表等功能，輔助使用者購買數量的決策。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

1 永續 momo



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄



momo 為台灣電商領導者，持續突破自我，期許自身為台灣電商產業之典範；在整體永續發展脈絡上，momo 將「由內而外」，以企業願景與使命為核心，注入 momo 之價值觀，並在永續發展基礎上，回應利害關係人的期待，持續為利害關係人創造價值，成為永續企業之標竿。



願景

成為消費者與供應商
首選的虛擬購物平台



使命

提供物美價廉商品及優質
服務，改善人們生活品質



價值觀

誠信、親切、專業、創新



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

- 1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖
- 1.2 永續生活藍圖執行方針
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

GRI 2-22

momo 於 2019 年正式展開永續願景計畫，以 momo 的六大價值「品牌、商品、綠色消費、服務、人才、社會」為基石，從五大面向「夥伴關係、永續消費、永續營運、友善職場、社會共好」出發，延續「生活大小事，都是 momo 的事」的經營目標，建構「共益夥伴好生活」、「永續消費新生活」、「永續營運綠生活」、「健康平等心生活」與「社會共好樂生活」五大永續主軸，並且依循聯合國 17 項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），聚焦 12 項 SDGs 作為本公司未來永續發展重點方向，以落實永續經營，並允諾創造利害關係人價值。希冀發揮電商平台力量，為消費者與社會提供「永續生活藍圖」。

momo 永續生活藍圖

momo 價值鏈

共益夥伴・好生活
Partnership matters

品牌

永續消費・新生活
Customer matters

商品服務

永續營運・綠生活
Environment matters

綠色消費

健康平等・心生活
Employee matters

人才

社會共好・樂生活
Society matters

社會

對應之SDGs

意涵

細則



- 1.momo 關注利害關係人需求，持續與之維持良好互動，並深化價值鏈夥伴協作，與產業生態系共榮。
- 2.持續關注永續治理，強化永續品牌建立與溝通，穩健經營。治理大小事。

17.14
17.17



- 1.momo 致力推廣永續消費意識，透過提高永續商品比例、綠色採購金額、推動永續倡議、進行負責任的商品揭露，邀請消費者藉由購買支持永續消費。
- 2.關注顧客回饋與服務體驗，謹慎商品品質管理與檢驗，為顧客提供最佳購物旅程。

12.2 / 12.5
12.6 / 15.1



- 1.氣候變遷議題日漸重要，momo 致力降低商業活動對環境的負面衝擊，加強資源及廢棄物管理、綠色產品開發、綠色物流與包裝、綠色低碳運輸、落實氣候策略。
- 2.與供應商合作以減緩環境衝擊，發揮電商平台影響力。

7.a
9.4
13.3



- 1.員工是 momo 永續經營的重要夥伴，momo 致力於保障員工福祉、創造多元與性別平等的友善職場。
- 2.重視員工關懷，用心培力產業人才、推動勞動人權與平等。

3.3 / 5.1
5.2 / 5.4
5.5 / 8.5 / 8.8



- 1.協助 NGO 與 NPO 推廣公益活動，持續深耕、推動與 momo 本業連結之相關社會關懷專案。
- 2.回應社區關注議題，創造共好共榮生活圈。

1.2 / 2.1
2.3 / 10.2

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

- 1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖
- 1.2 永續生活藍圖執行方針
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

永續生活藍圖願景計畫：凝聚永續共識，邁向永續電商

momo 依循五大永續主軸，因應營運策略調整，經 2022 年永續發展委員會滾動式定期檢視目標及行動方案，將過往部分行動方案同步整併至其他指標，發展 13 項永續策略構面及 30 項行動方案，針對行動方案設定質、量化的短中長期目標，且每項目標設定年度檢核點。具體目標及績效如下表呈現：

達成情況：達標👍

永續主軸	策略構面	No.	行動方案 / 指標	2022 年目標	2022 年執行績效	達成情況	2023 短期目標	2024-2025 中期目標	2026-2027 長期目標
 共益夥伴好生活	透明誠信	1	高階經理人 KPI 與 ESG 績效連結之目標	10% 以上	10% 以上	👍	10% 以上	10% 以上	10% 以上
		2	公司治理評鑑維持上市組 TOP5%	維持上市組 TOP5%	上市組 TOP5%	👍	維持上市組 TOP 5%	維持上市組 TOP 5%	維持上市組 TOP 5%
		3	董事組成多元化	至少一席女性董事	以一席女性董事為目標	2023年5月股東會已選任一名女性獨立董事	至少一席女性董事	評估規劃增加獨立董事席次	評估規劃獨立董事席次比例增至 1/2
	永續供應鏈管理	4	供應鏈議合	供應商納入包裝減量規範範疇	透過 SCM 供應商後台管理系統公告永續概念	👍	制定包裝規範與相關配套措施	強化供應商包裝減量輔導及規範稽核	強化供應商永續概念宣導
		5	導入及輔導供應商採用循環箱進貨	至少 3 家以上	媒合 7 家供應商租借，累計使用 288 個循環物流箱	👍	媒合供應商至少 10 家以上	媒合供應商至少 15 家以上	媒合供應商至少 20 家以上
		6	優化《供應商企業社會責任守則》	研擬守則適用對象擴大至承攬商	已完成修訂《供應商 / 承攬商永續發展守則》	👍	新進供應商及承攬商簽署率達 100%	新進供應商及承攬商簽署率達 100%	新進供應商及承攬商簽署率達 100%

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

- 1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖
- 1.2 永續生活藍圖執行方針
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

- 1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖
- 1.2 永續生活藍圖執行方針
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

永續主軸	策略構面	No.	行動方案 / 指標	2022 年目標	2022 年執行績效	達成情況	2023 短期目標	2024-2025 中期目標	2026-2027 長期目標
  永續消費新生活	實踐永續消費	7	綠色生活館績效成長（網路購物）	較前一年度成長 25%	較前一年度成長 42%		較前一年度成長 30%	較前一年度成長 25%	較前一年度成長 20%
		8	在地商品品項數持續成長（電視購物）	提高在地商品品項數	較 2021 年成長 25%		較 2022 年品項數成長 5%	較 2022 年品項數成長 10%	較 2022 年品項數成長 15%
	維護品質安全	9	推動 ISO 9001 品質管理系統	擴大物流中心 ISO 9001 品質管理系統覆蓋率	ISO 9001 品質管理系統加入退貨、運輸環節		覆蓋率至 60%	覆蓋率至 70%	提升員工品質管理認知
		10	強化商品品質及安全	持續開發食安測項	完成開發硼砂殘留測試		momo 實驗室新增有害物質重金屬檢測	於 NS 系統新增建置關鍵字檢索功能，並強化國際精品品質管理	擴大抽驗範圍，以強化商品品質抽驗機制
	傾聽客戶聲音	11	提升服務體驗	系統流程持續優化，快速處理客戶訴求	針對主要進線專人服務項目精進，並提升自助化比例 公司立場薄弱函件提升一次妥處率至 85%，降低二次來函		提升一次解決客戶訴求，減少二次進線	整合進線渠道、優化客服服務介面	預測顧客需求，掌握客戶訂單軌跡
		12	個資保護與資安	提升個資保護與資安	取得 ISO 27001 資訊管理驗證 完成紅利金付款生物辨識專案		持續取得 ISO 27001 及 27701 認證有效性 退貨流程個資保護強化 執行紅隊演練	持續取得 ISO 27001 及 27701 認證有效性 購物網驗證機制 AI 化	持續取得 ISO 27001 及 27701 認證有效性 資安專案完成 導入至少 3 項

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

- 1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖
- 1.2 永續生活藍圖執行方針
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

永續主軸	策略構面	No.	行動方案 / 指標	2022 年目標	2022 年執行績效	達成情況	2023 短期目標	2024-2025 中期目標	2026-2027 長期目標
   永續營運綠生活	氣候行動	13	TCFD 氣候相關財務揭露	辨識實體風險、轉型風險及機會	已完成		發行台灣電商業第一本 TCFD 報告書	填答碳揭露 CDP 問卷及推動內部碳定價	檢視更新氣候議題之轉型風險、實體風險、機會，以及指標與目標
		14	總碳排減量計畫 - 範疇一 & 二（基準年：2021 年）	-1%（基準年：2021 年）	ISO 14064-1 盤查覆蓋率由 66% 提升至 100%	調整基準年並重新研擬目標	-1%（基準年：2022 年）	-3%（基準年：2022 年）	-5%（基準年：2022 年）
		15	自建倉裝置太陽能發電系統	南區物流中心屋頂再生能源系統建置	已確認承攬商，完成場勘並進行設計作業		完成南區物流中心太陽能系統進場	南區物流中心太陽能系統自發自用	中區物流中心太陽能系統自發自用
		16	總部大樓人均廢棄物減量（基準年：2020 年）	-3%	-20%		-3%	-5%	-7%
		17	行政文件人均紙張減量（基準年：2020 年）	-5%	-17%		-5%	-8%	-10%
	環境友善包裝	18	拓展循環袋出貨倉佔比	拓展循環袋出貨倉佔比達 10%	循環袋出貨倉數逾 10%		循環袋出貨倉別佔比達 25%	循環袋出貨倉別佔比達 50%	循環袋出貨倉別佔比達 65%
		19	包裝及緩衝材減量	開發導入新環保包材	平均單件包材重量較 2021 年減 6.8%；緩衝材較 2021 年減 17.6%		推動短版宅單上線	降低封箱膠帶、塑膠材料等使用量 20%	平均包裝材減重率相較 2019 年達 35%
	綠色能源運輸	20	去節點	確立三種作業模式，並持續拓展配合品牌	2022 年配合 13 家供應商、69 種商品，節省 2,239 趟轉運趟次		2,300 趟次	2,500 趟次	3,800 趟次
		21	短鏈佈局	持續建置衛星倉	全台倉儲數已達 54 座		持續建置衛星倉及籌備南區、中區物流中心建置	啟用南區自動倉儲物流中心	啟用中區自動倉儲物流中心
		22	打造綠色車隊	採購三輪商用電動機車	引進三輪商用電動機車並建置相關軟硬體設備		累計採購三輪商用電動機車至 50 台	提升電動機車佔比達 50%	持續優化綠色車隊能源使用

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

- 1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖
- 1.2 永續生活藍圖執行方針
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

永續主軸	策略構面	No.	行動方案 / 指標	2022 年目標	2022 年執行績效	達成情況	2023 短期目標	2024-2025 中期目標	2026-2027 長期目標
   健康平等心生活	友善職場照護	23	持續導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統	ISO 45001 職業安全衛生管理系統通過複驗	通過複驗	👍	評估自建倉納驗證範疇	南區物流中心完成驗證	中區物流中心完成驗證
		24	提升員工健康促進	提升員工健康促進課程滿意度	滿意度 4.8 分	👍	滿意度 4.5 分	滿意度 4.5 分	滿意度 4.75 分
		25	友善職場與照護	提高主倉健康職場認證範疇	55%（共 9 個主倉，已認證 5 個主倉）	👍	認證範疇達 75%	認證範疇達 90%	認證範疇達 100%
		26	強化人權管理機制，對接國際標準	完成修訂人權政策、辦理企業人權教育訓練工作坊	已完成	👍	完成人權盡職調查，研擬減緩措施	規劃對供應商之人權宣導	執行三年一度人權盡職調查，研擬減緩措施
	性別平等推廣	27	建構性別平權職場	提高性平教育訓練員工數累積人次（基準年：2021 年）	5,825 人次	👍	累積 5,000 人次	累積 7,000 人次	累積 10,000 人次
		28	性別平等宣導完訓率	性別平等宣導完訓率	100%	👍	100%	100%	100%
	內部人才培育	29	創造人才價值	推動數位學習平台訓練（基準年：2021 年）	線上學習觸及員工數達 100%，受訓時數逾 9 萬小時以上	👍	累計 50,000 小時	累計 60,000 小時	累計 80,000 小時
   社會共好樂生活	公益投入	30	透過「網路公益平台」落實在地關懷	提高公益團體合作數量	合作數 37 個	👍	合作數 20 個	合作數 30 個	合作數 40 個

1.2 永續生活藍圖執行方針

GRI 2-9 2-12 2-13 2-14 2-22

永續指導原則

momo 於 2016 年 1 月董事會通過「企業社會責任實務守則」，將企業社會責任內化於營運策略及管理中，作為長期推動永續的指導原則。面對多元化的永續發展議題，基於企業永續經營發展的使命與責任感，momo 於 2022 年 1 月修訂「企業社會責任實務守則」相關條文，並且更名為「永續發展實務守則」，另將現行「企業社會責任委員會」與「企業社會責任報告書」更名為「永續發展委員會」與「永續報告書」，以展現 momo 落實永續發展決心。



永續發展實務守則

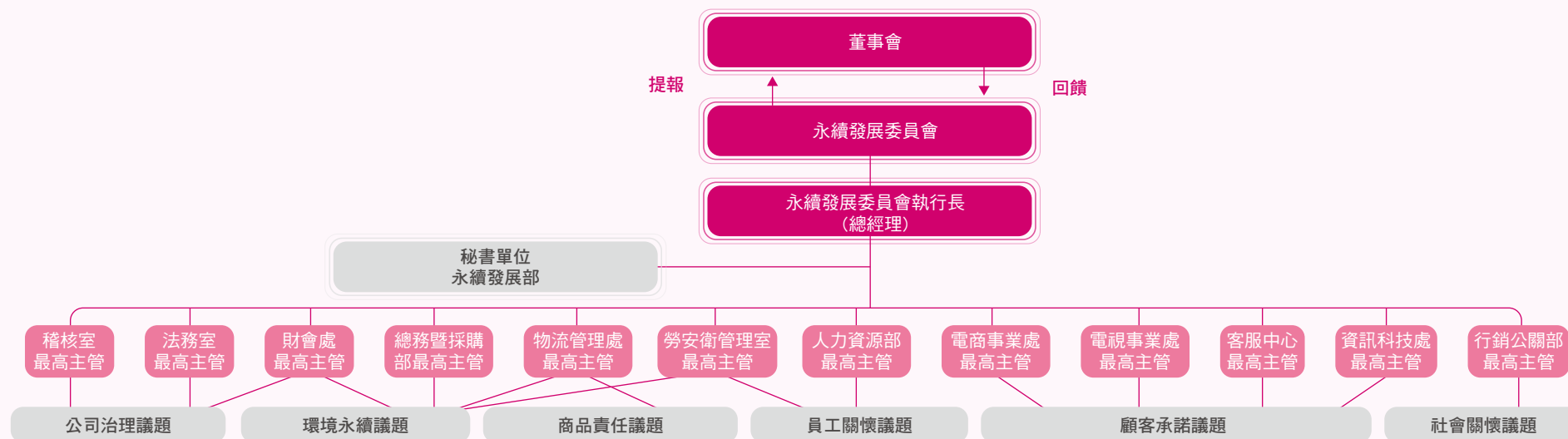
永續發展委員會

momo 於 2016 年 10 月提請董事會報告後設置「企業社會責任委員會」，於 2022 年更名為「永續發展委員會」，就治理、社會、環境三面向相關議題辨別風險與機會，緊密結合營運與核心資源，制定永續策略，執行各項 ESG 相關行動專案。

為加強落實推動永續經營管理，2022 年 7 月 27 日第七屆董事會第 21 次會議決議將「永續發展委員會」提升層級為功能性委員會，由 2 位獨董及 1 位董事組成，總經理擔任執行長，領導轄下各部門，並由永續發展部擔任秘書單位。「永續發展委員會」負責永續發展年度計畫及策略方向之訂定，以及執行成效之追蹤與檢討，每年至少開會 2 次，向董事會提報 ESG 相關策略與執行成效報告。

此外為強化 ESG 績效與薪酬連結，2020 年企業社會責任委員會決議，各單位最高階主管須設定一定比例 ESG 績效指標，納入當年度績效考核並與薪酬連結。2021 年起更進一步強化 ESG 績效與薪酬之連結度，將高階經理人之 ESG 績效指標與 KPI 連結比例，由 5% 調升至 10%。

永續發展委員會 組織架構



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

• 1.2 永續生活藍圖執行方針

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

• 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

永續發展委員會 會務執行情況

開會頻率與次數

每半年定期開會，2022 年共召開 2 次會議，通過 3 項決議，並將報告與決議內容呈報董事會。

決議事項

1. 永續發展未來三年計畫（2022-2024），包含企業人權風險管理、永續供應鏈管理、利害關係人溝通精進及 TCFD 氣候相關財務揭露。
2. 2022 年導入 SBTi（科學基礎減量目標倡議）承諾與通過計畫。
3. 提升「永續發展委員會」層級。

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

GRI 2-16 2-25 2-26 2-29 3-1 3-2 3-3

利害關係人鑑別

momo 透過永續發展委員會轄下各部門討論與檢視，與各單位業務職掌相關且會密切接觸、對 momo 營運活動產生影響或受 momo 營運活動影響之內部、外部之團體或個人，並且依循 AA1000 利害關係人議合標準（Stakeholder Engagement Standard, SES）五大原則，經審視後鑑別出七類聚焦溝通的主要利害關係人。

為持續了解利害關係人之需求，momo 於企業官網利害關係人專區設有專門的申訴與意見回饋管道，歡迎各方利害關係人即時的意見回饋，包括針對 momo 多元申訴管道的執行與改善，亦可從以下申訴與意見回饋管道提供意見；針對重大議題之各項意見在 momo 收到後，將由各權責單位進行追蹤，並由客服統一追蹤後續行動方案之進行。此外，momo 亦透過永續發展委員會持續落實永續專案，並持續與各方利害關係人溝通，以了解 momo 是否有效回應各方利害關係人之需求。

政府組織	遵循政府法規，取得政府的信任與支持，共同合作，促進企業的生 存和發展。
股東 / 投資人	為股東及投資人創造穩健獲利的經營成果是 momo 對其之重要責任。
顧客	顧客的聲音是 momo 成長的動能，故積極提升多元化消費服務，以 滿足顧客需求。
供應商	供應商完善 momo 價值鏈中的商品與服務，是 momo 永續經營重要 的一環。
員工	人才為企業能持續營運與維持產業競爭力的重要基礎，亦是帶動企 業創新與轉型的核心。
社區與 NGO/NPO	社區、鄰里與非營利組織為 momo 推動永續專案的合作夥伴，亦是 相互學習成長的良伴。
媒體	媒體是 momo 傳達品牌理念與形象最直接的管道，亦是我們與利害 關係人相互了解的溝通媒介。

利害關係人溝通與回應

momo 為台灣第一電商，我們重視且用心傾聽各方利害關係人的聲音，2019 年起每年舉辦實體「利害關係人座談會」，與供應商、消費者、NPO、媒體、股東等利害關係人代表作面對面溝通。2022 年利害關係人座談會以「永續消費生態圈之建構」為聚焦主題，蒐集針對 momo 推動綠色消費、循環包裝之建議，作為擬定 2023 年永續精進計畫之重要參考。2022 年與利害關係人溝通之情形已提報至 2023 年 2 月份董事會。



▲ 第四屆利害關係人座談會（日期：2022 年 12 月 15 日）

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

• 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活




CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

利害關係人	重大主題	溝通重要性	溝通頻率與管道	2022 年溝通績效	申訴與意見回饋管道
 政府組織	<ul style="list-style-type: none"> 健全公司治理／企業貪腐與不道德行為 人權侵犯 氣候治理與策略／（企業營運）能資源耗用 綠色包裝與物流／（價值鏈）能資源耗用 顧客隱私及資訊安全 	<ul style="list-style-type: none"> 若不遵循政府法規，難以取得政府的信任與支持，不利企業的生存和發展 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期參與政策研討會、座談會或公聽會 不定期拜會或邀訪主管機關建立直接交流機會 不定期公文往來、電子郵件、電話溝通、現場稽查 於官網利害關係人專區設置政府單位聯絡人與信箱 	<ul style="list-style-type: none"> 連續6年入選臺灣證券交易所「臺灣公司治理100指數」之成份股 獲證交所第八屆公司治理評鑑上市公司排名前5%、市值100億元以上之非金融電子類排名前10%之最高榮譽 入選「臺灣永續指數」成份股（2022/06~2023/06） 二次入選MSCI台灣指數成份股（2022/09） 積極參與環保署5場「網購包裝限制使用草案暨循環包裝共同規格」研商會議及公聽會 依循國家2050年淨零碳排目標，導入科學基礎減碳目標（SBT）設定，成立專案小組，研擬中長期減碳目標及行動方案 	聯絡窗口： 財會處/股務課 張小姐 聯絡電話： （02）2162-6688 電子信箱： momosd@fmt.com.tw
 股東／投資人	<ul style="list-style-type: none"> 健全公司治理／企業貪腐與不道德行為 經營績效提升 風險管理 	<ul style="list-style-type: none"> 取得股東及投資人的長期支持至關重要，否則momo將缺乏穩健成長的力量 	<ul style="list-style-type: none"> 每年舉辦股東常會 每月公佈營收績效 每季公佈財務報告與舉辦法人說明會 不定期參加國內外投資論壇說明公司財務與業務相關訊息 不定期於公開資訊觀測站揭露公司重要財務及業務相關資訊 設有發言人與代理發言人並於官網設置投資人專區及股東連繫窗口 	<ul style="list-style-type: none"> 中/英文重大訊息共170則 法人說明會/法人活動共35場（參與人數共953人） 法人會議共218場（參與人數共359人） 推動TCFD氣候相關財務資訊揭露，鑑別氣候變遷風險與機會，產製風險及機會分析矩陣並評估財務影響 	聯絡窗口： 財會處/投資法人關係部 劉小姐 聯絡電話： （02）2162-6688 電子信箱： ir@fmt.com.tw 服務代理機構聯絡方式請至「投資人專區」查詢，發言人及代理發言人相關資訊可上臺灣證券交易所公開資訊觀測站查詢
 顧客	<ul style="list-style-type: none"> 顧客關係管理 顧客隱私及資訊安全 品質安全要求與檢驗 商品與服務創新 綠色永續商品 綠色行銷／行銷與標示 	<ul style="list-style-type: none"> 為滿足顧客需求，需積極提升多元化消費服務，否則momo成長動能難以持續 	<ul style="list-style-type: none"> 專人處理顧客消費問題並掌握處理進度 設置24小時客戶服務專線及信箱 定期進行顧客滿意度調查/問卷調查 不定期舉辦行銷宣傳及行銷活動、APP推播 於官網利害關係人專區設置消費者溝通管道與提供客服服務專線 	<ul style="list-style-type: none"> 全通路消費者展開滿意度調查。2022年度顧客滿意度調查整體為83.9分 精進主要進線專人服務項目，並提升自助化比例，優化消費體驗 積極進行永續消費倡議，並不定期舉辦線上線下行銷活動，提升消費者認同 綠色生活館品項逾5,000項，較前年同期增加312項，館別業績年成長率42% 	聯絡窗口： 客服中心 官小姐 聯絡電話： （02）6626-3559 24小時客戶服務專線： 0800-777-959 電子信箱： webduty@fmt.com.tw

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

• 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活




CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

利害關係人	重大主題	溝通重要性	溝通頻率與管道	2022 年溝通績效	申訴與意見回饋管道
 供應商	<ul style="list-style-type: none"> 採購實務／供應商環境與社會評估 品質安全要求與檢驗 商品與服務創新 綠色包裝與物流／（價值鏈）能資源耗用 顧客隱私及資訊安全 綠色行銷／行銷與標示 	<ul style="list-style-type: none"> 供應商是momo永續經營重要的一環，若無價值鏈的支持，我們難以提供完整的產品與服務 	<ul style="list-style-type: none"> 設置廠商服務專員，提供一對一的諮詢與輔導 專人拜訪、電話、會議及電子郵件 每月辦理供應商說明會 設置供應商後台管理系統處理供應商問題 於官網利害關係人專區設置供應商申訴專線及信箱 	<ul style="list-style-type: none"> 優化《供應商/承攬商永續發展守則》，強化職安與健康、溫室氣體排放管理、資訊安全及個資保護、永續採購等標準 線上影音教育訓練課程共26支，其中新影片上架10支，總觀看次數48,575次，較去年提升8.5% 累計7家供應商定期配合租借循環物流箱，創造減碳效益 攜手逾9,100家供應商導入委外倉出貨訂單收貨人電話代碼化與代撥轉接機制（IVR），以提升消費者個資保護 要求新配合供應商填寫「供應商個資防護自評表」問卷，加強供應商對個資防護的自我意識，2022年回收超過2,206家 要求供應商必須簽署「誠信經營聲明」，簽署率100% 	<p>聯絡窗口： 物流管理處/供應商管理部 張小姐</p> <p>聯絡電話： （02）6600-7606</p> <p>電子信箱： momoservice@fmt.com.tw</p>
 員工	<ul style="list-style-type: none"> 人才招募與留任 人權侵犯 	<ul style="list-style-type: none"> 人才與創新是企業建構核心競爭力最重要的關鍵，若疏於為員工打造完善穩定的工作環境，不利邁向永續經營 	<ul style="list-style-type: none"> 每季召開勞資會議、職業安全衛生會議 不定期：於員工專屬「M+」App 發佈最新訊息、召開職工福利會議討論相關議題並公布、宣導法令遵循及資安保護等訊息、舉辦內部教育訓練 每年2次績效考核面談暨職涯發展回饋 於官網利害關係人專區設置員工申訴專線與信箱 	<ul style="list-style-type: none"> 職安衛管理委員會共召開4次會議，通過33項勞安單位執行事項報告議題、9項職安衛與健康管理討論決策議案 勞資會議共通過2項提案決議，包括放寬彈性工時等相關事項 營造多元包容的職場環境，重視女性培力，開辦主管培力課程共9場 透過「性別平等推廣委員會」建構性別平權的促進及建立友善安全的職場環境 線上學習觸及員工數達100%，受訓時數逾40,000小時 強化人權管理機制及人權意識建立、優化既有人權政策、舉辦企業人權教育訓練，共33位中高階主管出席 	<p>聯絡窗口： 人力資源部 張小姐</p> <p>聯絡電話： （02）2162-6688</p> <p>電子信箱： momohr@fmt.com.tw</p>
 社區與 NGO/NPO	<ul style="list-style-type: none"> 氣候治理與策略／（企業營運）能資源耗用 綠色包裝與物流／（價值鏈）能資源耗用 社會公益 生物多樣性 	<ul style="list-style-type: none"> 積極及持續的推動社會公益活動，發揮正向影響力，若不將社會公益結合商業策略，不利提升形象，吸引潛在顧客 	<ul style="list-style-type: none"> 每年透過ESG報告書公開公益專案內容、贊助與募款金額、義賣與捐贈商品數等 每年舉辦1次利害關係人座談會，與利害關係人溝通與回應 不定期舉辦公益活動、參與相關論壇及研討會 於官網利害關係人專區設置社區與 NGO/NPO聯絡人與信箱 	<ul style="list-style-type: none"> 全新打造社會公益平台momo「樂公益」，募集捐款總金額逾1,998萬元，受益總人數逾11萬人 攜手慈濟基金會推動「循環紙箱專案」，落實二次紙箱循環再利用 官方社群宣傳公益發文共55則 	<p>聯絡窗口： 總務暨採購部/勞安衛管理室 黃先生</p> <p>聯絡電話： （02）2162-6688</p> <p>電子信箱： Q1005@fmt.com.tw</p> <p>聯絡窗口： 行銷公關部 張小姐</p> <p>聯絡電話： （02）2162-6688</p>

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

• 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活


CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

利害關係人	重大主題	溝通重要性	溝通頻率與管道	2022 年溝通績效	申訴與意見回饋管道
 媒體	<ul style="list-style-type: none"> 經營績效提升 健全公司治理／企業貪腐與不道德行為 綠色包裝與物流／（價值鏈）能資源耗用 顧客隱私及資訊安全 社會公益 	<ul style="list-style-type: none"> 媒體是傳達品牌形象最直接快速的管道，若疏於溝通，難以有效提升品牌價值與國際地位 	<ul style="list-style-type: none"> 不定期發布新聞稿/記者會/採訪活動 專職單位及專人溝通回覆 於官網利害關係人專區設置媒體聯絡人與信箱 	<ul style="list-style-type: none"> 藉由舉辦記者會或採訪活動，提升momo形象，使各方利害關係人了解momo年度相關作為；2022年舉辦記者會3場、新聞稿超過150則、專訪7場 新聞媒體宣傳操作則數年增50%；媒體報導聲量年增42% 	聯絡窗口： 行銷公關部 張小姐 聯絡電話： （02）2162-6688 電子信箱： momopr@fmt.com.tw

重大主題鑑別



Step1. 蒐研永續性主題：

辨識國際關注的永續議題與趨勢（道瓊永續指數 DJSI、永續會計準則 SASB、永續發展目標 SDGs），並篩選適合的國內外標竿企業（電商、百貨零售業及物流倉儲業），列出重大主題清單。



Step2. 分析影響利害關係人評估及決策程度：

發放問卷調查 momo 外部利害關係人代表，以進行各主題的影響性評分，共回收有效問卷 49 份。



Step3. 分析主題對於企業營運的重要程度：

因應 GRI 改版調整重大主題鑑別問卷內容與發放方式，由各項重大議題涉及之權責單位，依其業務經驗與工作情況進行各重大議題的「發生可能性」與正負面「衝擊/影響程度」之判斷，以了解各主題對環境、經濟與人群面向的影響程度；共回收有效問卷 24 份。



Step4. 分析主題的正負面衝擊區間：

將正負面之各項議題乘積進行重大、次要與基本主題之不同區間，並繪製初步重大主題矩陣圖。



Step5. 重大主題矩陣圖產製與調整：

針對前述分數相乘、排序之結果，並同步整合外部利害關係人調查結果，調整重大主題矩陣圖之結果與清單，並說明其衝擊點與價值鏈衝擊處。最終確認 16 項重大主題、3 項次要主題及 2 項基本主題。圖示並列表重大主題分析結果如下：

2022 度重大主題較前一年度重大主題調整差異如下：

重大主題清單	差異說明	調整原因說明
生物多樣性與生態保育	議題新增	公司承諾於營運行為中保護生物多樣性並履行自然生態保育，如動物保育、植樹、淨灘等。
公司治理與誠信經營	議題名稱調整	保留原先重大主題「公司治理」之範疇，並強化議題涵蓋法規遵循落實狀況與管控機制。
永續消費	議題合併	合併原先「永續消費行為倡議」以及「新品開發與永續選品」兩項重大主題，強調公司協助消費者建立永續消費意識，並實踐永續消費行為。
人權管理	議題合併	合併原先「職業安全及衛生」、「多元健康職場」以及「勞動人權與平等」三項大主題，並由人權本位角度出發，全方位強化議題涵蓋範疇。
人才招聘與留任	議題合併	合併原先「職涯發展及人才培育」以及「人才吸引與留任」兩項重大主題，統整人才的選、育、訓三面向措施。
氣候治理與能資源管理	議題合併	合併原先「氣候策略」以及「環境及能資源管理」兩項重大主題，強調氣候策略與各項環境管理措施之關聯性。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

• 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

重大主題矩陣分析圖



16 項正負面重大主題

正向

+	人才招募與留任 (S)	+	風險管理 (G)
+	永續消費 (E)	+	健全公司治理 (G)
+	氣候治理與策略 (E)		
+	綠色包裝與物流 (E)		
+	商品服務與創新 (G)		
+	經營績效提升 (G)		
+	綠色行銷 (G)		

負向

-	人權侵犯 (S)
-	(價值鏈)能資源耗用 (E)
-	品質安全要求與檢驗 (E)
-	(企業營運)能資源耗用 (G)
-	行銷與標示 (G)
-	顧客隱私及資訊安全 (G)
-	供應商環境與社會評估 (G)

3 項正負面次要主題

+	顧客關係管理 (G)
+	採購實務 (G)
-	企業貪腐與不道德行為 (G)

2 項正負面基本主題

+	社會公益 (S)
-	生物多樣性與生態保育 (E)

重大主題衝擊邊界

以上鑑別出之重大主題，其所對應之 GRI 方針、對應章節內容、因應做法與衝擊邊界如下表：

註：● 為直接關係造成／★ 為商業關係造成／■ 為間接關係造成

正負 價向	重大主題	GRI 準則主題	管理方針與 對應章節	衝擊點	價值鏈衝擊部位		
					上游	中游	下游
+	人才招聘與留任	401勞雇關係 404訓練與教育 405員工多元化與平等機會	5.2員工招募與留任 5.3績效評估與薪酬 5.4員工發展	◆ 經濟：因應企業營運需求，強化人才招聘、員工職能發展、培育等，並改善與提升企業內部福利措施與薪資，以增強企業力。 ◆ 人群：打造平等、多元化具包容性職場環境（從高階治理至一般基層員工），包含男女薪酬平等、少數或弱勢團體等，以利促進社會穩定。		●	
+	健全公司治理	GRI 2一般揭露 405 員工多元化與平等機會	2.2公司治理	◆ 經濟：強化公司治理健全機制，有利於企業入選各項永續指數或是提升國際資本市場的競爭力，以成為投資人參與投資的首選標的。 ◆ 人群：透過健全公司治理機制，妥善落實企業管理，以保障股東、員工、客戶或其他利害關係人之權益。	■	●	■
+	氣候治理與策略	201經濟績效	2.3.3 氣候變遷風險管理	◆ 經濟：強化企業對氣候議題的策略佈局與管理（如再生能源比例提升），有助減緩未來酌收碳稅／費等財務成本衝擊。 ◆ 環境：落實氣候治理、推動策略與管理措施，有助於降低碳排放、廢棄物等環境衝擊。		●■	
+	綠色包裝與物流	306 廢棄物	4.1 綠色營運 4.2 綠色物流 4.3 綠色包裝	◆ 經濟：外部利害關係人（我國主管機關／合作供應商／消費者），已紛紛關注包裝、溫室氣體議題，擬定相對因應計畫，將提升企業品牌商譽、供應商合作。 ◆ 環境：強化與利害關係人溝通、落實momo共益夥伴之永續策略，以利減緩上游採購／進貨、下游配送與包裝至消費者使用的環境問題。	★		★
+	商品服務與創新	企業自訂主題	3.3.1 滿足客戶便利性	◆ 經濟：企業導入科技或大數據等技術，進行產品與服務創新可有效整合供應鏈並增加營運效率，最終提升完整的服務體驗，不僅可獲取消費者的認同感，同時爭取更多利潤空間。	★■	●	■
+	永續消費	企業自訂主題	3.2 永續消費倡議	◆ 環境：透過引進綠色及永續商品，協助消費者建立永續消費意識，有助達到延緩全球暖化、污染防治、降低化學物質危害、廢棄物減量、資源節約以及增進生物多樣性的等目標。	★■	●	★■
+	風險管理	企業自訂主題	2.3 永續風險管理	◆ 經濟：有效的風險管理可強化企業經營的韌性，面臨風險衝擊時可迅速採取措施以立即回復企業正常運作，避免經濟損失。 ◆ 人群：有效的風險管理組織與運作，可避免風險因子造成公司運作停擺，造成上游供應商、下游客戶，甚至整體價值鏈的衝擊。	■	●	■

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

• 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

1.1 momo 永續願景 - 永續生活藍圖

1.2 永續生活藍圖執行方針

• 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

正負 價向	重大主題	GRI 準則主題	管理方針與 對應章節	衝擊點	價值鏈衝擊部位		
					上游	中游	下游
+	經營績效	201 經營績效	2.1 momo營運概況	<ul style="list-style-type: none"> 經濟：企業目的即是提升財務績效，活絡資本市場運作，對當地、國家與全球經濟體系帶來貢獻。 人群：企業財務經營績效良好，即滿足股東、員工與社會之權益。 	■	●	■
+	綠色行銷	企業自訂主題	3.1.2 商品行銷與標示管理	<ul style="list-style-type: none"> 經濟：企業將環保觀念為經營策略的一環，以滿足社會綠色消費者之需求的行銷策略，增強產業的競爭力與競爭優勢，創造吸引消費的新機會和新市場。 	★ ■	●	★ ■
-	(價值鏈) 能資源耗用	302 能源 305 排放	4.2 綠色物流 4.3 綠色包裝	<ul style="list-style-type: none"> 環境：公司因自身營運行為間接使得上游採購／進貨、下游配送、包裝，到消費者使用至廢棄，皆涉及燃油、包裝材等能資源使用，導致空污和溫室氣體排放與廢棄物問題。 	★ ■		★ ■
-	(企業營運) 能資源耗用	302 能源 305 排放 306 廢棄物	4.2 綠色物流 4.3 綠色包裝	<ul style="list-style-type: none"> 環境：公司因自身營運行為直接涉及momo大樓、衛星倉儲、外送車隊的燃油及電力等能源使用，導致水資源、空污、溫室氣體排放和廢棄物的能資源問題。 		●	
-	品質安全要求與檢驗	416 顧客健康與安全	3.1.1. 商品品質管理與預防	<ul style="list-style-type: none"> 經濟：如有相關產品安全／品質事件，將可能有相關法律訴訟、違法情事，造成訴訟成本、賠償等經濟損失。 人群：企業與其供應商提供之產品或服務未遵守相關的健康和安全法規和自願性規約，將會侵害顧客健康和 safety。 	★	●	★
-	行銷與標示	417行銷與標示	3.1.2 商品行銷與標示管理	<ul style="list-style-type: none"> 經濟：銷售商品之標示或宣傳若涉及虛偽不實或錯誤，企業除須負擔連帶法律責任外，亦造成企業形象受損、經濟損失。 人群：銷售商品的廣告、促銷或贊助內容如有不當、充滿刻板印象，將可能連帶侵害到消費者、社會弱勢族群等之人權侵害。 	★	●	★ ■
-	顧客隱私及資訊安全	418客戶隱私	3.4 防衛資安與隱私保護	<ul style="list-style-type: none"> 經濟：如造成顧客隱私或資訊安全外洩問題，將可能有相關法律訴訟、違法情事，造成訴訟成本、賠償等經濟損失。 人群：企業與其供應商未針對個人資料（員工與消費者）的蒐集、使用及保護予以透明化、或未經客戶同意揭露、使用客戶資料。導致個人資料安全暴露於風險之中，造成隱私權侵害。 	★	●	★ ■
-	人權侵犯	401勞雇關係 403職業安全衛生 406 不歧視 407結社自由與團體協商 409強迫或強制勞動	5.1 人權關懷	<ul style="list-style-type: none"> 經濟：若企業未能妥善管理人權議題、未有相關管理政策／制度，或是完善的人權教育訓練，以提升員工的人權意識，將致使發生人權迫害問題，將引發法律訴訟、品牌聲譽之財務衝擊。 人群：因企業營運需求，導致價值鏈發生人權迫害事件，含強迫勞動、歧視、騷擾、無法自由表達言論等各種人權迫害。 	■	■	■
-	供應商環境與社會評估	308 供應鏈環境評估 409強迫或強制勞動 414 供應商社會評估	2.4.2 供應商管理與遴選	<ul style="list-style-type: none"> 經濟：若無完善的環境標準進行供應商遴選，將可能使得企業商業活動行為影響與衝擊供應鏈的環境議題，進而面臨相關環境罰鍰。 人群：若無完善的社會標準進行供應商遴選，將可能使得企業商業活動行為影響與衝擊供應鏈的社會議題，例如童工、強迫勞動、職場健康安全、勞資關係、工資水準等。 	★	●	■

2

共益夥伴・好生活



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

momo 關注利害關係人需求，持續與之維持良好互動，並深化價值鏈夥伴協作，與產業生態系共榮。momo 持續關注永續治理，強化永續品牌建立與溝通，穩健經營治理大小事。

本章節對應 4 大利害關係人

政府組織

股東 / 投資人

供應商

媒體

成果與績效

- 合併營收 **1,034 億元**，較 2021 年成長 **17.01%**；EPS 每股 15.72 元；EBITDA 53.93 億元，較 2021 年成長 8.04%
- 連續 7 年公司治理評鑑 **TOP5%**
- 二度入選「**FTSE4Good 臺灣永續指數成分股**」
- 維持「誠信經營聲明」簽署率 **100%**；累計完成 **558** 家供應商通過認證或稽核訪廠作業
- 修訂 2016 年版「供應商企業社會守則」，新版「**供應商 / 承攬商永續發展守則**」強化對於人權保護、環境管理、商品安全之要求，並將適用對象從供應商擴大至承攬商

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄



momo 的承諾

- 實踐誠信經營理念，維持穩定與卓越的營運績效。
- 落實供應商管理，除確保商品品質、安全性外，也將持續檢視供應商可能造成的環境與社會衝擊。
- 致力維護消費者權益，透過要求供應商提升資訊安全能力、進行個資保護，避免因資安議題造成消費者權益受損。
- 全員全面風險控管，落實層層防範，並透過各功能性委員會定期召開會議，確保相關風險管理策略之有效，避免風險衝擊。



管理主題與衝擊之採取行動

- 整合集團資源，擴大會員物流、金流等服務，以提升經營綜效。
- 持續向董事會、全體員工宣導誠信經營、道德行為及其他法遵相關規定。
- 隨時掌握法令異動情形以調整教材內容，並定期 / 不定期提供內部人員或外部夥伴法遵教育訓練，降低相關法遵風險。
- 透過優化 momo 網站建置，強化財務與 ESG 資訊揭露的即時性與透明度。
- 增加董事會報告項目，提升董事會營運參與度。
- 強化跨部門資安小組，擴大關聯性清查、加速通報流程、強化系統防護。
- 要求供應鏈夥伴簽署「供應商 / 承攬商永續發展守則」。



回應重大主題

- 正面衝擊：經營績效提升、健全公司治理、氣候治理與策略、風險管理
- 負面衝擊：供應商環境與社會評估



管理方法與評估機制

- 經營績效提升、健全公司治理與風險管理：
 - ✓ 透過每年至少 2 次的永續發展推動大型工作會議及執行長會議，追蹤與提報重要營運、誠信經營及智財權管理運作、氣候相關風險與溫室氣體盤查及查證等相關專案執行狀況，每年至少提案 2 次向董事會報告，由董事會督導專案之推動情形及執行結果。
- 氣候治理與策略：
 - ✓ 依循 TCFD 氣候相關財務揭露框架，鑑別氣候變遷對公司所營運可能的衝擊、相關風險及機會。
- 供應商環境與社會評估：
 - ✓ 強化供應商資安管理，出貨資料加密防護機制，評估未達資訊安全標準之供應商，進行嚴格稽查作業與落實停權制度。
 - ✓ 依供應商活躍度、營業規模、帳務往來條件、商品營運狀況定期評估既有供應商。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

• 2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.1 momo 營運概況

GRI 2-1 2-6 2-28

momo 為台灣線上零售業龍頭，旗下包含 momo 購物網、摩天商城、電視購物及型錄。秉持「物美價廉、優質服務」之企業使命，以及「誠信、親切、專業、創新」四大經營價值觀，邁向「消費者與供應商首選虛擬購物平台」的願景，提供消費者優質的購物體驗。

momo (8454) 富邦媒 簡介



成立時間

2004 年 9 月



所屬產業

網路零售業
(GICS 分
類：Internet &
Direct Marketing
Retail)



總公司地點

內湖科學園區



員工人數

3,035 人



資本額

21.8 億元



總資產

26,340,709 仟元



主要營運據點

8



物流據點

自動化物流中心 1 座
主倉 18 座
衛星倉 35 座

momo 及旗下轉投資公司之主要業務

企業名稱	主要營業項目	持股比例 ^(註1)
富邦媒體科技股份有限公司	網路購物、電視購物、型錄	-
富昇旅行社股份有限公司	旅行服務業	100%
富立人身保險代理人股份有限公司	人身保險代理人	100%
富立綜合保險代理人股份有限公司 ^(註2)	財產保險代理人	100%
千卉國際股份有限公司	化粧品批發業	88.68%
富邦歌華(北京)商貿有限責任公司	商品批發業	76.70%
北京環球國廣媒體科技有限公司	電視購物、網路購物	20%
富昇物流股份有限公司	物流運輸	100%
富昇商貿股份有限公司	商品批發業	100%
富美康健股份有限公司	商品批發零售業	73.62%

(註1) 統計截止至 2022 年 12 月 31 日。

(註2) 富立財產保險代理人股份有限公司於 2023 年 1 月經董事會決議更名為富立綜合保險代理人股份有限公司，並於 2023 年 2 月 4 日變更完成。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

• 2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.1.1 新零售產業環境與規模 GRI 2-6

momo 為台灣 B2C 電商龍頭 打造永續價值鏈

全球新冠肺炎疫情逆襲重塑消費習性，加速驅動虛擬零售通路的蓬勃發展，亦考驗企業風險管理與疫情下的應變實力，momo 以前瞻性的營運布局，回應疫情帶來的衝擊，並積極突破顧客對於線上服務的想像力，致力提供優質商品與服務，驅動 2022 全年合併營收再攀高峰，突破新台幣 1,034 億元，年增 17%，稅後純益新台幣 34 億元。業務通路涵蓋網路 / 電視 / 型錄，主要客戶為個人消費者，其中網路購物營收佔比達 95.3%，年成長 18.7%，締造優異的經營績效。

momo 近年積極推動低碳轉型，2017 年正式啟用「北區自動化物流中心」首座綠建築概念倉儲；2018 年強化「短鏈物流」佈局，提升物流配送效能；2020 年成立「富昇物流」及「富昇商貿」兩家 100% 控股子公司，積極擴展綠色物流服務並引進多元國際商品；2021 年展開「momo 幣生態圈」計畫，以優化客戶消費體驗，並與商業夥伴共創新商機；2022 年聚焦在包裝、物流、綠色消費等三大主軸加速規劃氣候策略，以「台灣綠活電商 NO.1」為發展目標。



2022 年重點策略發展

打造多元商品 與永續消費

- 積極拓展3C家電、居家生活、流行精品、美妝保健、健康休閒等品類商品的深度與廣度，至今站上合作品牌數多達2.5萬個，集結超過340萬件商品供消費者選購。
- 「綠色生活館」積極推廣綠色商品與永續理念，館內號召超過百家擁抱永續理念的品牌夥伴、提供高達5,200項綠色商品。

綠色物流推進 產業競爭力

- momo短鏈物流佈建腳步持續向前推進，2022年全台營運的物流中心、主倉、衛星倉共達54座。
- 「南區物流中心」主要建築工程已陸續完成，預計2023年底可加入營運。「中區物流中心」正緊鑼密鼓地籌備建置中，預計2027年完工。
- 優化物流配送服務時程，推出雙北地區「3小時超市快配」。
- 持續推動「綠色包裝」，包材及緩衝材使用減量降低平均單件包材重量、採用具30%再生料之「環保再生袋」；並持續拓展循環包裝使用與回收通路。
- 全新導入「momo三輪商用電動機車」加入服務陣容，為短鏈綠色物流佈局添翼。

mo幣串聯 集團服務

- 持續優化momo購物兌抵、momo聯名信用卡累幣、台灣大電信帳單折抵、MyVideo租/購片、MyMusic音樂線上折抵。
- 推出凱擘大寬頻有線電視與固網帳單等扣抵服務。

數據賦能提升 客戶服務體驗

- 建構「CDP客戶圖像標籤系統」，運用AI大數據了解消費者偏好與需求，以提升與會員的精準溝通。並推薦符合需求喜好的商品。
- 不斷精進站內與站外搜尋服務，包含搜尋引擎最佳化SEO（search engine optimization）、圖像搜索、語音搜索等，讓消費者更快速便捷找到心儀商品。
- 致力於落實資訊安全與個人資料保護控管，領先同業打造「物流士安心call」安全通訊平台，把關物流配送環節的資訊安全。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

• 2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.1.2 財務績效持續亮眼

GRI 2-28

合併財務績效

momo 透過精準的策略規劃執行，業績持續穩健成長並創下新高紀錄，除定期分配盈餘給相關之利害關係人外，並支持政府推動促進企業創新、研究發展及經濟成長之各項措施及租稅改革。2022 年 momo 合併營收突破 1,000 億創歷史新高紀錄。

年度	合併營收（億元）	EBITDA（億元）	EPS（元）
2020	671.98	30.34	8.89
2021	883.97	49.92	15.01
2022	1,034.36	53.93	15.72



（註 1）EBITDA 為未計利息、稅項、折舊及攤銷前的營業淨利。

（註 2）因無償配股影響，EPS 按追溯調整後之加權平均股數計算。

財務績效表

（單位：新臺幣仟元）

項目	2020	2021	2022
資產總額	17,809,034	23,015,046	26,340,709
負債總額	10,859,054	14,166,033	16,437,113
股東權益總額	6,949,980	8,849,013	9,903,596
營業淨利	2,219,090	4,042,072	4,284,819
稅後純益 （歸屬本公司業主）	1,938,938	3,275,266	3,433,902
資產報酬率（%）	12.01	16.10	13.96
權益報酬率（%）	29.54	41.46	36.62

（註）採自經勤業眾信會計師事務所（Deloitte）查核後之富邦媒體母子公司合併財報，合併報表個體請參閱 2022 年度合併財務報告。

利害關係人經濟價值

（單位：新臺幣仟元）

項目	2020	2021	2022
營業成本	60,894,998	79,594,594	93,341,963
員工薪資與福利	2,250,484	2,489,151	2,790,467
分配股東紅利	1,820,761	2,731,141	3,277,369
支付利息	9,178	12,454	12,685
應納政府所得稅	772,517	1,028,523	1,421,273
社區投資（捐贈）	2,127	1,123	1,996
分配的經濟價值	65,750,065	85,856,986	100,845,753
直接的經濟價值 - 合併營收	67,198,104	88,396,696	103,436,435
留存的經濟價值	1,448,039	2,539,710	2,590,682

（註）僅列示富邦媒體資訊

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

• 2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

/// momo 多元通路及市場規模

多元通路	網路／行動購物	電視	型錄購物
市場規模	國內第一大 B2C 電子商務 網路會員數突破 1,183 萬 App 下載數突破 1,543 萬 LINE 粉絲突破 1,661 萬	2 台有線電視頻道 2 台 MOD 頻道 467 萬戶及 24H 播放節目	每刊發行 18~22 萬份
2022 年合併營收 (新台幣佰萬元)	98,607.40	4,792.62	
2022 年 EBITDA (新台幣佰萬元)	4,699.35	541.42	

/// 參與公協會倡議

參加組織	會員種類／職務
中華民國無店面零售商業同業公會 (CNRA)	副理事長 / 會員代表
TiEA 台灣網路暨電子商務產業發展協會	甲級團體會員
臺灣客服中心發展協會	會員
中華民國公開發行公司股務協會 (TWSAA)	會員
中華民國工商協進會	甲級團體會員
台北市汽車貨運商業同業公會	會員

/// 接受政府財務補助的貨幣價值

(單位：新臺幣仟元)

項目	2020	2021	2022
稅收抵減與政府補助	10,149	105,391	5,920

(註 1) 僅列示富邦媒體資訊；主係申請投資於設備、技術、研究與發展及人才培訓支出之投資抵減、農產品消費者回饋、倉庫租金補助及青年就業旗艦計畫補助款。

(註 2) 2021 年度新增適用未分配盈餘減除之投資抵減，故抵減金額較 2020 年度大幅增加；2022 年度稅收抵減資訊預計於 2023 年 05 月申報，完整數據於隔年揭露。

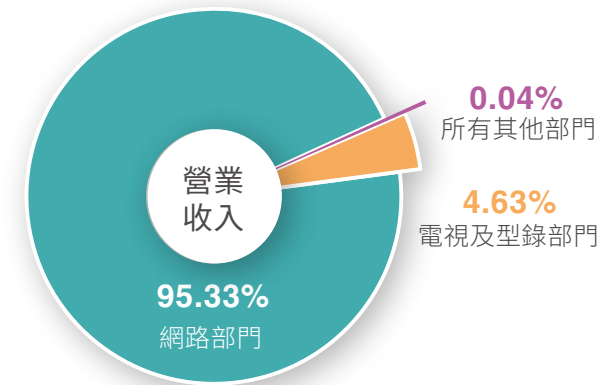
/// 主要商品（服務）之銷售（提供）地區

銷售區域	2020		2021		2022	
	金額	比重	金額	比重	金額	比重
台灣地區	67,148,341	99.93%	88,374,588	99.97%	103,431,543	100.00%
大陸地區	49,763	0.07%	22,108	0.03%	4,892	0.00%
合計	67,198,104	100.00%	88,396,696	100%	103,436,435	100.00%

(註 1) 商品（服務）項目以經營電視購物、網路購物、型錄郵購、旅行相關服務、人身保險代理以及財產保險代理及物流服務等；採 B2C 商業運作模式，主要客戶類型為個人消費者。

(註 2) 大陸地區子公司富邦歌華主要販售產品較為單一且非為民生必需用品，於 2021~2022 年受當地疫情影響，市場景氣低迷，消費意願下降，致銷貨較前期大幅減少。

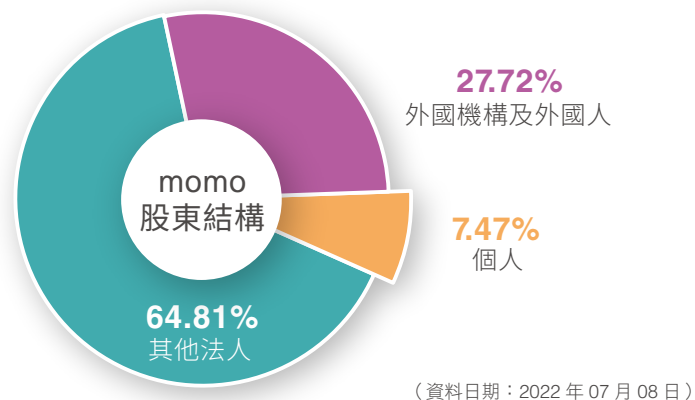
/// 本公司各通路營業績效表現情況



(資料來源係 2022 年年報資訊)

股利政策與股東權益

本公司在股利政策方面，依公司章程及現行法令規定，考量所處環境及成長階段，基於公司營運之需要暨股東權益最大化之考量，股利分派採取剩餘股利及高盈餘分配率之股利政策，依據本公司未來之資本預算規劃，衡量未來年度之資金需求，並綜合考量獲利狀況、財務結構及對每股盈餘稀釋程度等因素，由董事會擬具適當之股利分派方案，提請股東會決議分配之。員工分紅亦以現金方式發放，以保障股東之權益。



最近三年度股利分配情形

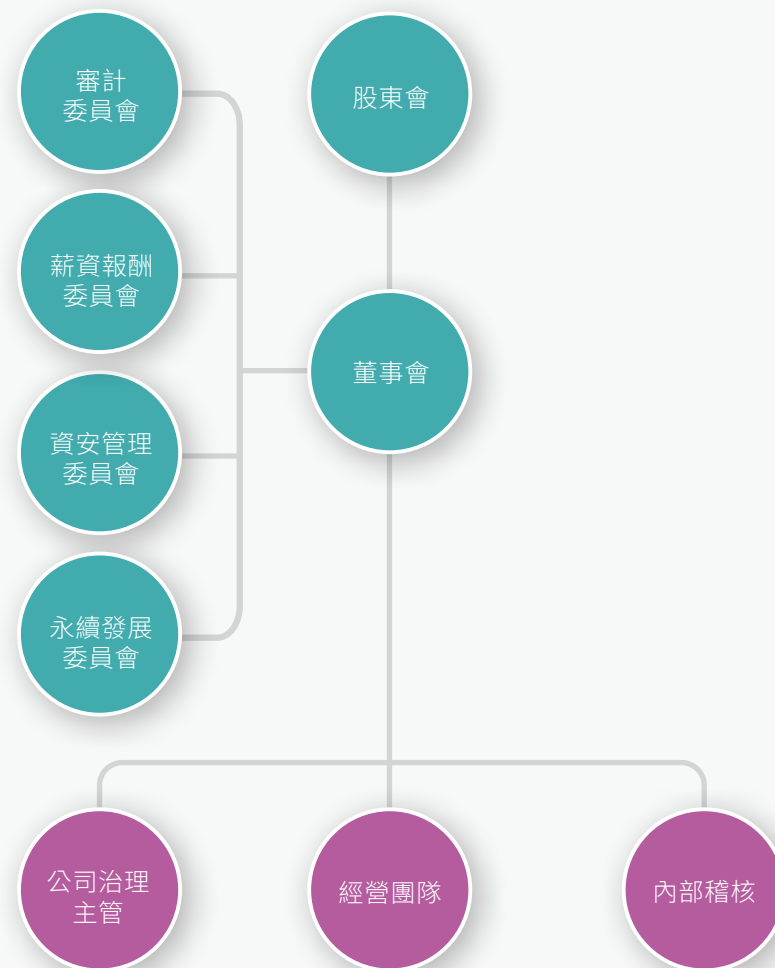
(單位：新臺幣元)

年份		2020	2021	2022
EPS	調整前	13.87	18.02	15.72
	調整後	8.89	15.01	
每股現金股利		10	13	15
每股股票股利		3	2	1

(註) 因無償配股影響，EPS 按追溯調整後之加權平均股數計算。

2.2 公司治理

公司治理架構



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

• 2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

• 2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.2.1 董事會專業性及獨立性

GRI 2-9 2-10 2-11 2-15

momo 董事會為本公司最高治理機構，董事會成員由 9 席學識經歷豐富的董事組成，任期均為 3 年，其專業能力涵蓋財務、商務、資訊科技、營運管理、電子商務 / 行銷及法律等多元專業領域。

董事會之功能係敦促守法、誠信經營及與經營團隊維持良好的溝通管理及良性互動，並指導公司業務之執行及重大決策之決議。全體董事選舉採候選人提名制度，由董事會或符合法令持股比例之股東提名，並依「董事選舉辦法」及法令程序辦理董事提名及資格審查後，提請股東會選任之。為健全董事會結構並積極落實董事成員組成應考量性別、年齡、國籍、專業知識技能等多元化面向，另為符合產業特性，特將「資訊安全知識與管理」列為董事宜具備之專業能力之一，本公司將持續以落實董事多元化政策為目標，選任符合公司永續營運所需之專業人才。



董事選舉辦法

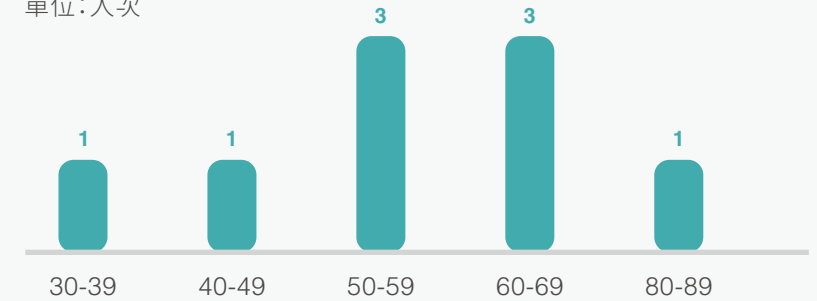


公司治理實務守則



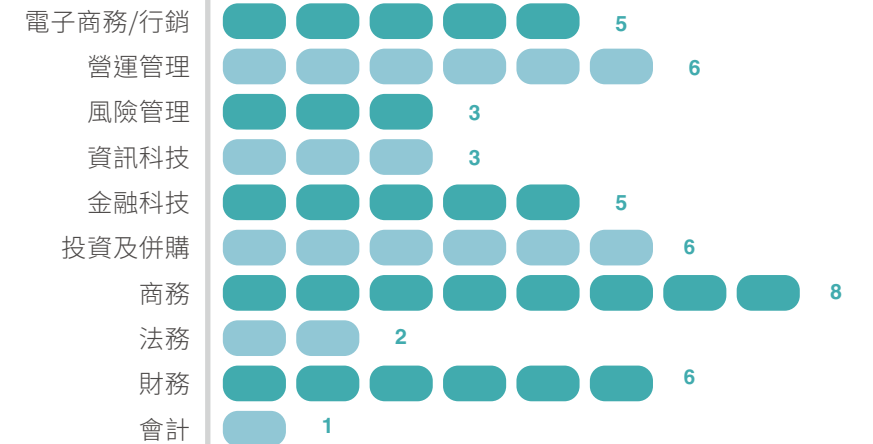
董事成員年齡分布

單位：人次



董事多元專業分布情況

單位：人次



(相關資訊詳見 2022 年報)

董事多元化情況

董事姓名	年齡區間	性別	專業背景（學歷）	任期（年）			多元化核心項目（最主要 5 個）									
				<3	3-6	>6	會計	財務	法務	商務	投資及併購	金融科技	資訊科技	風險管理	營運管理	電子商務 / 行銷
蔡明忠	60-69	男	美國喬治城大學法學碩士	●				✓	✓	✓		✓			✓	
谷元宏	50-59	男	國立臺灣大學 EMBA 商學組碩士		●					✓		✓	✓		✓	✓
林之晨	40-49	男	美國紐約大學史登商學院企管碩士		●			✓		✓	✓		✓			✓
蔡承儒	30-39	男	美國賓州大學華頓商學院經濟學學士		●			✓		✓		✓			✓	✓
張家麒	50-59	男	美國南加州大學企業管理碩士	●			✓	✓			✓			✓	✓	
黃茂雄	80-89	男	美國賓州大學經濟學碩士			●		✓		✓	✓			✓	✓	
陳宏守 *	60-69	男	國立交通大學運輸工程與管理學系學士			●				✓	✓		✓		✓	✓
謝易宏 *	60-69	男	美國史丹佛大學法學院法律博士			●			✓	✓	✓	✓		✓		
王傑 *	50-59	男	國立政治大學財稅系學士		●			✓		✓	✓	✓				✓

* 為獨立董事

董事獨立性與利益衝突

本公司為確保董事獨立性及避免利益衝突之情事，所選任之三席獨立董事連續任期均未超過 9 年，另依據本公司「董事會議事規則」，董事及經理人對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當下說明其利害關係之重要內容，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。本公司針對董事會所提議案，已將涉及董事自身或其所代表法人有利害關係之董事姓名、重要內容說明及迴避情形載明於會議紀錄。（董事對利害關係議案迴避之執行情形請參考 2022 年報 p.31-32）

另本公司「獨立董事職責範疇規則」已明確訂定「獨立董事如有反對意見或保留意見，應於董事會議事錄載明」、「本公司不得妨礙、拒絕或規避獨立董事職行職務」及「獨立董事職行職務認有必要時，得請求董事會指派相關人員或聘請專家協助辦理」，俾使獨立董事得善盡職責，有效增益董事會運作及公司經營績效。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

• 2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

• 2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.2.2 董事會運作

GRI 2-9 2-17 2-18 2-19 2-20

momo 董事會至少每季召開一次，2022 年共召開 8 次，董事會成員積極參與董事會運作，全體董事出席率達 100%，董事會除行使公司法、公司章程及股東會議決議賦予之職權，監督公司整體營運狀況、制定商業策略與發展、辨識營運、財務與稅務風險外，亦監督公司永續發展之執行。

momo 具備良好之治理架構，本公司訂有「人權政策」、「公司治理實務守則」、「道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」、「永續發展實務守則」、「供應商/承攬商永續發展守則」、「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件之處理辦法」及「董事會及功能性委員會績效評估辦法」等重要公司治理規章，並持續依循國內外公司治理規範及實務運作，進行內部規章修正。



公司重要治理規章

董事會通過制定或修正之公司重要章則

董事會規章制度

董事會議事規則、董事會及功能性委員會績效評估辦法

公司治理

公司章程、股東會議事規則、取得或處分資產處理程序、內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序、永續發展委員會組織規程、公司治理實務守則、企業社會責任實務守則修正並更名為永續發展實務守則

內控制度

內部控制制度及相關實施細則稽核程序

酬勞及績效評估機制

為落實公司治理，建立績效目標以加強董事會運作效率，momo 定期依循「董事會及功能性委員會績效評估辦法」對董事會、董事成員及功能性委員會辦理自評作業，評估內容涵蓋董事會運作、成員貢獻及對 ESG 參與程度等項目，且至少每三年執行一次由外部專家獨立機構或外部專家學者團隊評估董事會效能，並將內部及外部績效評估結果，送交薪資報酬委員會分析後向董事會提出評估報告及具體改善方案。

本公司已分別於 2018 年及 2021 年委請「中華公司治理協會」執行董事會外部績效評估，並將協會出具之「董事會績效評估報告」相關建議及本公司預計採行措施提報董事會。

2022 年度董事會及功能性委員會內部績效評估結果，已於 2023 年 02 月提報薪酬委員會及董事會檢討改進，並作為董事薪酬及提名續任之參考，相關董事會績效評估結果說明，請參閱官網。



2022 年董事會
(含功能性委員會)
績效評估及執行情形



薪酬政策



董事酬金

為加強董事績效與薪酬連結，momo 於 2020 年度修正「董事酬勞給付辦法」，將董事績效評估指標，納入董事酬勞給付程序。本公司董事酬勞實際分派比率及數額，係依公司章程規定提撥，並提薪資報酬委員會評估審議，經董事會決議後於股東會報告；董事報酬係參酌董事對公司營運參與程度及貢獻價值，依同業通常水準支給議定之，2022 年董事酬金佔稅後純益比例為 0.41%。



經理人酬金

薪資報酬委員每年依職權進行經理人薪資檢核，定期審視薪資報酬之合理性，並由召集人向董事會報告。經理人酬金結構主要為每月薪資、其他獎金、年終獎金及員工酬勞，說明如下：

- (1) 薪資係參考同業水準以及職稱、職級、學（經）歷、專業能力與職責等項目。
- (2) 其他獎金係考量經理人績效評估項目，其中包含財務性指標（如目標達成率、營運效益、貢獻度等綜合考量）及非財務性指標（如：協助公司取得特殊認證、是否發生道德風險事件或其他造成公司形象、商譽有負面影響、內部管理失當、人員弊端等風險事件）。
- (3) 年終獎金及員工酬勞係考量其對公司營運貢獻度及依據員工績效管理辦法所設定之目標達成率及管理指標評核當年度考績，以作為發放標準，由薪資報酬委員會提出建議，經董事會核准後發放。

本公司為有效激勵高階經理人達成 ESG 年度目標，自 2021 年起，內部經理人皆需於年度目標設定時，設定與 ESG 相關之 5% 工作目標，並依本公司「績效評核辦法」進行年終考核，將其達成率與成效列入考績之參考，至 2022 年度 ESG 之工作目標設定則由 5% 提升為 10%、2023 年亦同。



董事會及功能性委員會績效評估辦法

提升董事專業職能

為加強公司治理經驗交流與互動、掌握國際局勢及因應國內、外公司治理及永續發展等相關議題之不斷精進，本公司全體董事均依「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」，積極參與各項專業機構開辦之公司治理、ESG 相關訓練課程及研討會，本公司每年亦邀請相關領域之專家學者擔任講師，辦理董事進修課程；2022 年課程內容包含「數位科技發展與應用趨勢」、「2030/2050 綠色工業革命」與「數位轉型與人工智慧策略運用」，藉此交流公司治理之最新議題，並提供董事們與時俱進的思維，董事成員於任期中持續參與公司治理及企業永續等相關進修課程，本公司 2022 年全體董事進修時數共 85 小時，每位進修時數均達 6 小時以上。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

• 2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活


CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.2.3 功能性委員會運作情形 GRI 2-9 2-16

為發揮監督職責，達到強化董事會職能之目標，已於董事會下設置「審計」、「薪資報酬」、「資安管理」等功能性委員會，且為深化公司永續治理文化及加速公司永續發展，於 2022 年 7 月 27 日董事會通過提升「永續發展委員會」層級為

董事會轄下之功能性委員會，藉由委員會專業分工及超然獨立之立場，協助董事會決策並發揮效能，另為敦促功能性委員會履行職責，各委員會召集人定期向董事會提出工作成果報告。

委員會名稱	委員會組成及主要職權	2022 年度運作情形	參考資訊	
 審計委員會	<ul style="list-style-type: none"> 由 3 名獨立董事組成 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 公司存在或潛在風險之管控 	<ul style="list-style-type: none"> 每季至少召開 1 次會議 2022 年共召開 7 次會議，委員會成員出席率為 100% 稽核主管及會計師每季單獨與審計委員會溝通業務內容 審計委員會召集人於 2022 年股東常會報告年度運作情形 		審計委員會組織規程
 薪資報酬委員會	<ul style="list-style-type: none"> 由 3 名獨立董事組成 訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構 定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬 訂定並定期檢討董事會及功能性委員會績效評估政策及績效評估指標 	<ul style="list-style-type: none"> 每年至少召開 2 次會議 2022 年共召開 6 次會議，委員會成員出席率為 100% 		薪資報酬委員會組織規程
 資安管理委員會	<ul style="list-style-type: none"> 由 3 名董事（含 2 名獨立董事）組成 審查資安管理政策、擬訂資安管理架構及組織功能，定期檢視公司整體資安管理機制之發展、建置及執行結果 審查新業務之資安管理機制 核備重大資安事故損失之檢討與因應措施 審查主管機關、董事會及各項資安政策中另有規範或要求需呈報董事會者 	<ul style="list-style-type: none"> 每年至少召開 1 次，並得視需要隨時召開之 2022 年共召開 3 次會議，委員會成員出席率為 100% 		資安管理委員會組織規程
 永續發展委員會	<ul style="list-style-type: none"> 由 3 名董事（含 2 名獨立董事）組成 永續發展年度計畫及策略方向之訂定 永續發展專案及活動計畫之訂定 永續發展年度計畫、策略方向、專案及活動計畫執行成效之追蹤與檢討 其他永續發展相關事項之決定 	<ul style="list-style-type: none"> 2022 年 7 月成立並召開第一屆籌備會 依辦法未來每年至少需召開 2 次會議 		永續發展委員會組織規程

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

• 2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.3 永續風險管理

momo 建置風險管理機制，由管理階層、各級主管及員工共同參與及執行，辨識並提前因應潛在風險，協助 momo 維持穩定的營運成長動能，並保障所有利害關係人之權益，善盡對社會永續之責任。

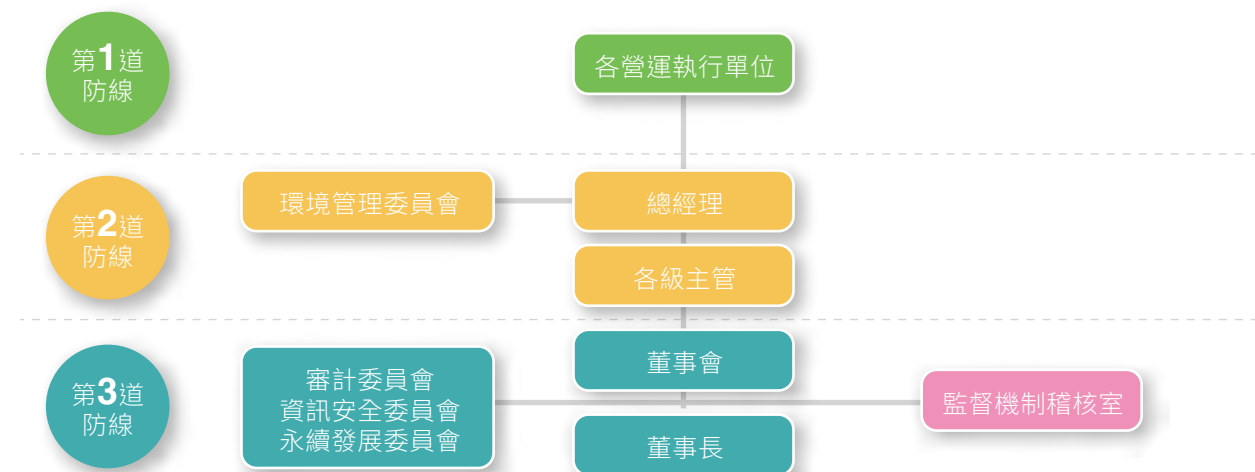
2.3.1 風險管理組織

momo 風險政策係由總經理依風險類型召集權責單位執行風險管理措施，並強調全員全面風險控管，平時落實層層防範，以有效做好風險管控，同時透過各功能性委員會定期召開會議，確保相關風險管理策略之有效。為確保風險管理之落實，規劃由永續發展委員會統籌整合風險管理事項之審查，並定期向董事會報告。



風險管理組織運作分為三道防線與監督機制

第一道防線	各營運執行單位	為最初的風險發覺、評估及控制的直接單位，執行日常業務時，能辨識風險來源及分析、評估風險發生時之影響程度，並採取風險回應。
第二道防線	各級主管	負責相關業務之風險管理，定期檢視負責業務之風險及控制點，並注意主管機關公告之最新法規增修訂及業務相關函令，必要時得增修訂相關內部規範。
第三道防線	管理階層	需審視公司風險類型之風險管理相關機制之完整性，並應確實依照相關風險管理辦法監控各單位之相關風險。
監督機制	稽核室	評估各項業務風險之高低，作為排訂年度稽核計劃之依據。執行稽核作業，呈報稽核結果並追蹤缺失。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.3.2 風險管理機制 GRI 2-24

momo 為強化本公司治理於 2018 年 10 月 29 日訂定「風險管理辦法」，並經董事會通過，作為本公司風險管理最高指導原則；以建立健全之風險管理策略、辨識可能影響公司之潛在事項和管理風險在公司風險胃納範圍內，除考量當年度鑑別的重大主題外，亦隨時關注全球新興風險與氣候變遷風險。

面對可能威脅公司營運的新興風險，管理階層召集被衝擊最大的相關單位進行對策討論，評估各項風險因子發生之可能性及衝擊影響的程度，視需要徵詢外部顧問意見，考量既有內部控制及風險胃納程度，將影響因素納入營運策略規劃與決策中，決策後由相關單位進行風險回應措施，包含預計執行時程、所需資源等；管理階層將持續監控執行進度、適時調整對策並審核投入不足之處所需資源，確保於新興風險下公司目標之達成。

相關單位則不定期彙整風險管理情況於董事會報告，以使董事會成員能夠督導管理階層對公司各項風險之掌握及因應。稽核室則檢視各執行單位是否遵循核決權限與相關管理辦法及程序，以確保全體員工的風險管理意識及執行力度。

為提升與確保公司風險管理落實與發揮功效，將增修訂「風險管理實務守則」及「風險管理政策與程序」，建置更完善的風險治理與管理架構，以落實推動公司風險管理之執行。

風險鑑別

管理階層評估考量公司日常營運所遭遇之風險來源，依經驗及專業判斷辨識出之主要營運風險，並訂定與各風險相關之處理作業程序，據以落實風險管理。

主要營運風險	風險成因	因應方案
資訊安全	資訊系統當機、備援失當或安全防護失當導致公司損失之風險。	建構完善資訊管理機制。
個資保護	因人為疏失、蓄意或天然災害等因素，導致個人資料不當使用、洩漏、竄改、破壞等情事發生，對本公司帶來各種可能之風險。	落實執行公司個資保護政策。
營業中斷	公司因遭受意外事件而停止營業活動之風險。	落實執行公司訂定之預防措施相關計劃，尋求風險轉移方式。
法律風險	未能遵循主管機關相關法規或所簽訂的契約本身不具法律效力、越權行為、條款疏漏、規範不周等致使契約無效，而造成財務或商譽損失之風險。	注意主管機關公告之最新法規增（修）訂及業務相關函令，定期執行法令遵循自行評估程序。
作業風險	作業制度不良、人為管理及操作不當或疏失對公司造成損失之風險。	據實際業務之運作適時調整作業辦法或手冊，落實人員教育訓練。
氣候變遷風險	極端氣候與自然災害對公司營運的衝擊。	辨識可能會造成的企業營運衝擊面向，權責單位依因應措施及管理方式執行。
社會風險 (含社區風險)	<ul style="list-style-type: none"> 新興傳染病影響員工健康及公司運作。 台灣少子化趨勢，造成人力市場缺工問題。 	<ul style="list-style-type: none"> 依據嚴重特殊傳染病之緊急應變機制執行，並視主管機關政策滾動式修正應變作為。 積極與鄰近社區大專院校產學合作，提供學生實務訓練，如總公司（台北市內湖區）與德明財經科技大學合作；南區物流中心籌備小組（台南市新市區）與南臺科技大學合作。（參見 p.103）

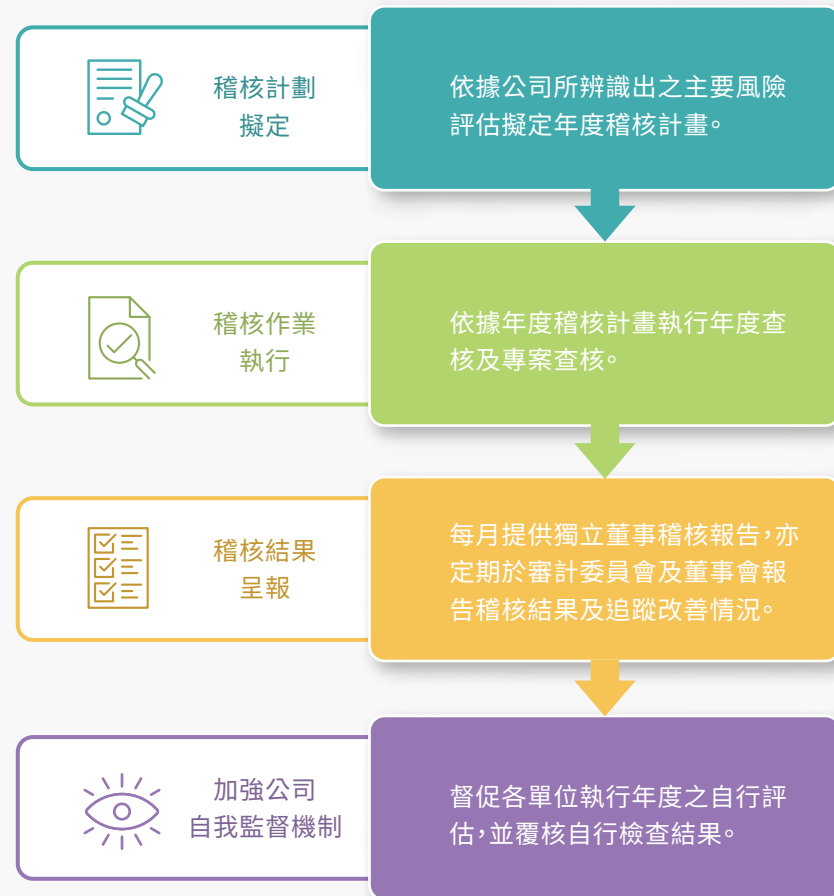
內部稽核單位之監督管理

本公司設置隸屬於董事會之內部稽核單位，以獨立客觀之精神並依據公司所辨識出之主要營運風險，評估、規劃及加強與主要風險相關之審查作業程序於年度查核及專案查核，範圍涵蓋公司及各子公司財務、業務等營運及管理功能，以適時發現內部控制制度可能之缺失，並提出稽核報告以適時提供各單位及管理階層改善建議，以合理確保內部控制制度能持續有效實施，並由稽核主管定期向審計委員會及董事會報告稽核工作執行情形。2022 年依稽核計畫查核結果並未發現內部控制缺失及異常事項，僅針對作業流程提出建議事項，以做為各部門提升管理品質之參考。

內部稽核單位進行例行查核外，亦督促公司內部各單位執行年度之自行評估，建立公司自我監督機制，並依自行評估結果，作為董事會及總經理評估整體內部控制制度有效性及出具內部控制制度聲明書之主要依據。



內部稽核運作流程



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.3.3 氣候變遷風險管理 GRI 2-23 2-24

momo 為全面掌握氣候變遷對公司所造成的影響，於 2020 年底始推動「TCFD 氣候相關財務衝擊評估」專案，導入聯合國金融穩定理事會（Financial Stability Board）發布之 TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）氣候相關財務資訊揭露建議架構。依循氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）工作小組提出之框架，由永續發展委員會與永續發展部主責，與外部顧問合作，鑑別氣候變遷對公司營運可能的衝擊、相關風險及機會，並進行評估與判定風險是否可接受後，繼而決定因應措施及管理方式。【[下載 2022 TCFD 報告書](#)】

揭露事項		執行方向	行動方案	2022 年執行成果
 治理	董事會監督	<ul style="list-style-type: none">建立明確氣候治理推動架構與管理階層職責	<ul style="list-style-type: none">經董事會通過設置「永續發展委員會」，為負責制定永續發展年度計畫及策略方向之功能性委員會，隸屬董事會轄下，由獨立董事擔任召集人、總經理擔任委員會執行長，透過每年至少四次的大型工作會議及執行長會議，以及每年至少 2 次向董事會報告，由董事會督導永續發展行動專案之推動情形及執行結果。	<ul style="list-style-type: none">強化 ESG 績效與薪酬連結，高階主管 ESG 績效指標與 KPI 連結之比例，由 5% 調升至 10%。2021 年經董事會決議擴大溫室氣體盤查範疇，並於 2022 年提交科學基礎減量目標倡議（Science Based Targets initiative; SBTi）承諾。永續發展委員會 2022 年共召開 2 次會議，並將下列決議內容呈報董事會：永續發展未來三年計畫（2022-2024），包含 TCFD 氣候相關財務揭露；導入 SBTi（科學基礎減量目標倡議）承諾與通過計畫；2021 年 ESG 執行成果報告及 2022 年 ESG 目標計畫。
	管理階層權責	<ul style="list-style-type: none">強化落實 ESG 與氣候變遷相關業務執行聚焦氣候相關等議題（如氣候緊急事態、溫室氣體減量等因應策略與作為）	<ul style="list-style-type: none">各處室最高主管擔任永續發展委員會當然委員，就環境永續等面向緊密結合營運與核心資源，制定永續行動目標，並透過每年至少四次的大型工作會議及執行長會議彙報行動成果。	
	環境管理委員會	<ul style="list-style-type: none">推動跨部門的環境相關專案	<ul style="list-style-type: none">每季固定召開會議，追蹤包括 ISO 14064-1 溫室氣體盤查、ISO 14001 環境管理系統等環境相關專案之執行情形及評估績效。	

- 目錄
- 關於 momo 報告書
- 董事長的話
- 總經理的話
- momo 永續績效
- 重要事蹟與獲獎
- 年度專利
- CH 1. 永續 momo
- CH 2. 共益夥伴 · 好生活
 - 2.1 momo 營運概況
 - 2.2 公司治理
 - 2.3 永續風險管理
 - 2.4 永續供應鏈
- CH 3. 永續消費 · 新生活
- CH 4. 永續營運 · 綠生活
- CH 5. 健康平等 · 心生活
- CH 6. 社會共好 · 樂生活
- 附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈



CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

揭露事項	執行方向	行動方案	2022 年執行成果
 策略	短中長期風險與機會	<ul style="list-style-type: none"> 定期辨識短、中、長期實體及轉型風險與機會之來源與規模 	<ul style="list-style-type: none"> 考量每項議題衝擊危害值，鑑別與排序氣候變遷實體、轉型風險與機會因子，依衝擊程度較高之重大氣候風險項目，衝擊評估受影響關鍵風險與機會。 由各相關部門協助進行風險及機會的辨識與評估，考量各項氣候風險與機會議題之發生可能性與影響程度，將各項議題對應的部門進行重要性排序，鑑別關鍵氣候風險與機會議題，以進行情境分析與財務衝擊量化分析。 依據風險危害的重大性計算結果，詳擬因應措施與行動方案，四項關鍵氣候風險議題分別為「零碳建築轉換」、「再生能源提升」、「電動車取代燃煤車」、「極端天氣導致斷鏈」；關鍵氣候機會為「物流運輸效率提升」、「零碳物流」、「綠色商品」。
	重大衝擊的風險與機會	<ul style="list-style-type: none"> 鑑別對營運、業務與財務規劃有產生重大衝擊的風險與機會，評估其對 momo 的衝擊，並研擬因應計畫 將氣候變遷影響因素納入營運策略規劃與決策 	
	情境分析	<ul style="list-style-type: none"> 依 momo 營運現況，參考 IEA 於 2021 年出版的世界能源展望報告及 IPCC 於 2021 年發布的第六次評估報告（AR6）進行情境分析 	
 風險管理	風險識別與評估	<ul style="list-style-type: none"> 各營運執行單位進行風險識別、評估及控制 	<ul style="list-style-type: none"> 執行日常業務時，辨識風險來源，分析、評估風險發生時的影響程度，並採取風險回應。 氣候變遷風險納入整體風險管理政策。 依據鑑別的關鍵氣候風險因子，並考量氣候壓力情境測試結果，將逐步調整並優化現行相關氣候風險管理措施及內部規範。 氣候變遷風險管理制度與措施詳細內容揭露於 momo TCFD 報告書，預計 2023 年發行。
	管理流程	<ul style="list-style-type: none"> 各級主管負責相關業務之風險管理，定期檢視負責業務之風險及控制點 	

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈



CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

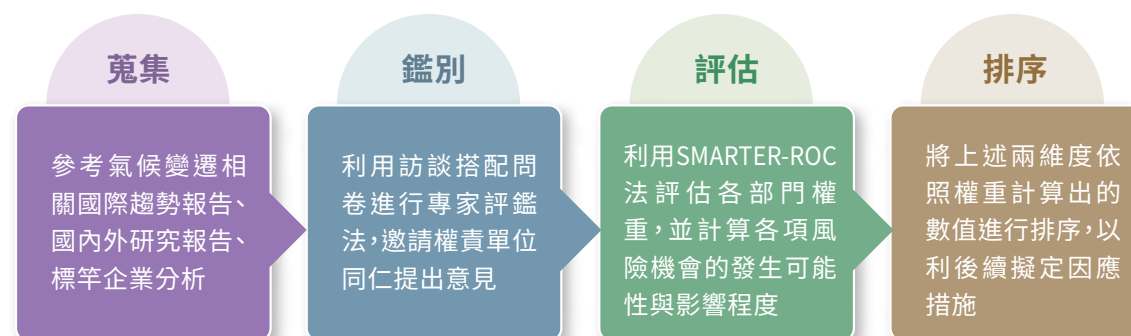
CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

揭露事項	執行方向	行動方案	2022 年執行成果
 風險管理	整合性管理	<ul style="list-style-type: none"> 管理階層將氣候變遷風險管理納入整體風險管理政策中 	
	監督機制	<ul style="list-style-type: none"> 審視公司風險類型之風險管理相關機制之完整性。 監控各單位之相關風險。 考量風險發生可能性與影響程度，納入營運策略與決策之中。 	
 指標與目標	目標與績效表現	<ul style="list-style-type: none"> 專責部門設定指標、指標管理途徑及短中長期目標，定期向董事會及永續發展委員會彙報執行成效 發展「綠色物流」、「綠色包裝」、「綠色營運」、「永續消費」四大指標，並設定指標管理途徑及短中長期目標。 	<ul style="list-style-type: none"> 各項指標相關績效請詳閱本報告書 CH.3 永續消費新生活、CH.4 永續營運綠生活。

氣候相關風險與機會鑑別程序



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

氣候議題資料蒐集

momo 為掌握極端氣候影響下未來可能遭遇之風險與產業邁向淨零排放的潛在發展機會，參考國際能源總署（International Energy Agency，IEA）以及政府間氣候變遷專門委員會（Intergovernmental Panel on Climate Change，IPCC）定期發布之報告，選定 2050 淨零排放情境（NZE）、SSP 1-2.6 與 SSP 5-8.5 情境。轉型風險與機會議題依照 NZE 情境，從市場、資源效率、能源來源、技術、產品與服務、韌性等風險因子，彙整出能源成本增加、運具成本上升、進入新市場、建物成本上升、客戶行為改變等議題；實體風險依照 SSP1-2.6 與 SSP5-8.5 情境，從急性與慢性等實體風險因子中彙整出平均氣溫上升、降水模式改變與極端氣候、海平面上升與極端天氣嚴重性和頻率增加等議題，評估並彙整各時間尺度下能夠反映 momo 產業特性的議題，進行後續的風險危害重大性評估和財務影響評估。

依據短、中、長期時程定義訂定風險與機會期程如下表：

時程	期長	期程	說明
短期	0-1 年	2022 至 2023	momo 依循公司永續策略，自訂 2022 年至 2023 年為短期的時間範圍。
中期	1-10 年	2024 至 2030	根據 IEA 之 World Energy Outlook 2020 報告指出全球於現今至 2030 年之能源轉型與減碳路徑，momo 以此報告為依據，分析氣候變遷之轉型風險，設定中程目標。
長期	11-30 年	2031 至 2050	現今國際趨勢為多數國家訂定 2050 年達成淨零排放目標，momo 呼應國際趨勢，設定 2050 年達成淨零碳排目標。

氣候情境說明

本次採用之情境包含 NZE、SSP 1-2.6 與 SSP 5-8.5，辨識包含轉型風險以及實體風險的極端挑戰。

- NZE 情境：達成全球溫度控制在攝氏 1.5°C 以下的目標，各國在 2050 年實現淨零排放。
- SSP 1-2.6 情境：試圖達到永續目標但進度緩慢的低度排放情境。
- SSP 5-8.5 情境：全力發展化石燃料的高度排放情境。

氣候相關風險與機會評估方法

momo 依循 ISO 31000 風險管理指引，針對每一項風險所造成之危害，採用以下方式進行危害程度評估：

衝擊危害值

衝擊危害值 = 發生可能性 * 影響程度

發生可能性

將發生可能性區分為「極無可能」、「不太可能」、「有可能」、「很有可能」至「極有可能」五個級距，針對每個級距提供 1-5 的分數，參考國際相關研究報告與相關部門資深主管的專業經驗判斷，評估每項議題的發生可能性。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

影響程度

將影響程度區分為「極高」、「重大」、「高度」、「中度」、「輕度」，依照資本額評估各影響程度的財務影響預估金額，參考歷史氣候風險衝擊事件與相關部門資深主管的專業經驗判斷，評估每項議題的影響程度。

氣候相關風險與機會議題分析

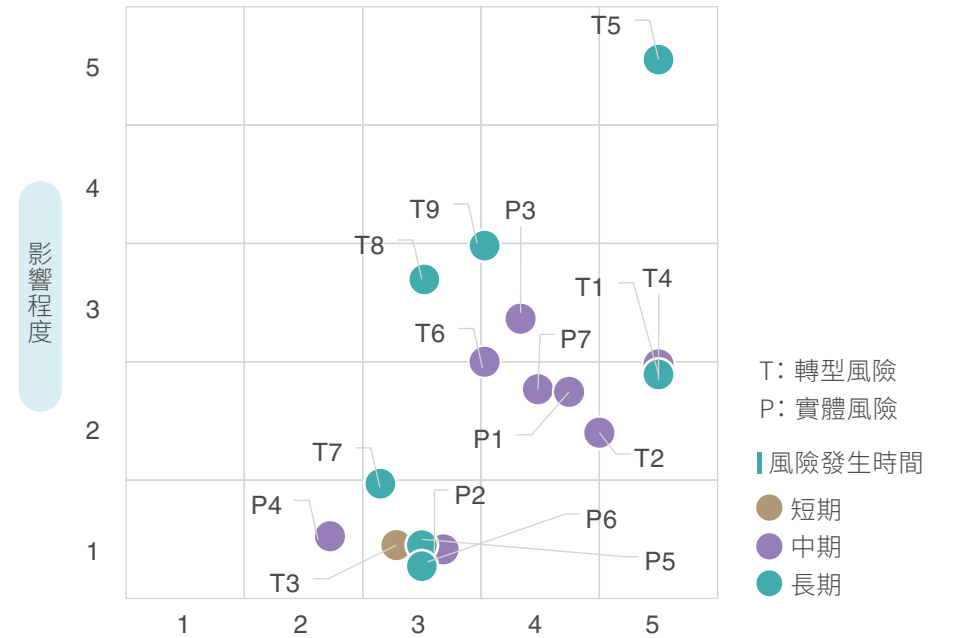
在建立風險與機會議題清單後，邀請各部門協助進行風險及機會的辨識與分析，依照各項議題列出對應的權責部門及部門重要性排序，以 SMARTER-ROC 方法學取得議題中各部門的權重百分比。權重數值得出之後，計算每項風險與機會議題的發生時間、發生可能性與影響程度數值。SMARTER-ROC 計算公式如下：

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_{k=i}^n \frac{1}{k}$$

氣候風險與機會鑑別結果

透過上述的氣候相關風險與機會鑑別程序，2022 年 momo 共鑑別出 16 項氣候風險（9 項轉型風險、7 項實體風險），以及 7 項機會議題，而依據風險危害的重大性計算結果，最高三項議題皆為轉型風險，包含「零碳建築轉換」、「再生能源提升」、「電動車取代燃煤車」。因 momo 將極端氣候與自然災害對公司營運的衝擊納為主要營運風險，故亦將實體風險中重大性排序第一的議題「極端天氣導致斷鏈」，與最高三項轉型風險議題一併納入關鍵氣候風險，進而識別衝擊並詳擬因應措施與行動方案；另外，momo 依據所識別之氣候變遷機會，按重大性排序結果，前三項為「物流運輸效率提升」、「零碳物流」、「綠色商品」，詳擬因應發展方案，領先同業掌握機會，推動綠色電商轉型。

氣候變遷風險矩陣圖



關鍵氣候風險議題

排序	編號	風險議題	類型	對 momo 潛在財務衝擊	因應措施與行動方案	時間
1	T5	 零碳建築轉換	轉型風險	在 NZE 氣候情境下，根據 IEA 所提出的 2050 年淨零排放路線圖，至 2030 年各國家及地區新建築物皆要符合零碳建築規範。 因應低碳發展趨勢推動零碳建築，momo 為更換現有建物，將導致營運成本上升。	倉儲建置時運用淹水模擬資料，並參考地理區域及環境因素等條件；倉儲導入地道風冷卻外氣及自然通風換氣設計，減緩溫升影響；momo 並於自有倉儲閒置屋頂建造太陽能裝置，生產再生能源；依法進行「設廠環境評估」，包含土壤液化評估、地層分布、地下水位監測等，也透過建置綠帶，滿足防洪需求並降低建物對生態環境之影響。	長期
2	T1	 再生能源提升	轉型風險	在 NZE 氣候情境下，根據 IEA 所提出的 2050 年淨零排放路線圖，傳統能源將在 2030 年前逐步淘汰。 因應國際與台灣政府對企業使用再生能源的要求，momo 需提高營運過程中再生能源使用比例，進而導致營運成本增加。	momo 利用自有倉儲閒置屋頂建造太陽能裝置，在減少碳排、節能與提升物流運輸效率的同時，亦避免未來碳費所帶來的營運成本衝擊。	中期
3	T4	 電動車取代燃煤車	轉型風險	在 NZE 氣候情境下，依據 IEA 所提出的 2050 年淨零排放路線圖，全球電動車比例將在 2030 年達到 20%、2040 年將達到 60%。 因應國際低碳發展趨勢，推動電動車取代燃煤車的發展，momo 為更換現有物流車隊，將導致營運成本上升。	<ul style="list-style-type: none">為了提升運輸效率及減少物流里程產生的碳排放，momo 不僅使用具能源效率認證之運輸載具，更持續添購電動車輛，搭配短鏈物流與去節點等技術，逐步導入兼具環境友善與效率的運輸模式。擴增倉儲據點搭配與供應商合作廠配與越庫模式，縮短貨物配送時間與距離。運用 AI 大數據導入「最佳配送路徑建議」模組，搭配短鏈佈局、佈建電動車隊，有效縮減物流碳排放。	電動機車： 中期 電動貨車： 長期
5	P3	 極端天氣導致斷鏈	實體風險	營業據點因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，面臨斷電、交通中斷、設備毀損等問題，造成斷鏈，影響公司營運及客戶權益。	<ul style="list-style-type: none">維持倉儲 24 小時不間斷運作，並建立單位橫向作業串聯，因應緊急事態發生。透過物流短鏈佈局，搭配數據系統運算與串接，快速因應訂單移轉配置，並與多家配送商合作，降低無法及時供貨之風險。與供應商共同擬定因應極端氣溫變化的物流與倉儲之行動方案。	中期

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

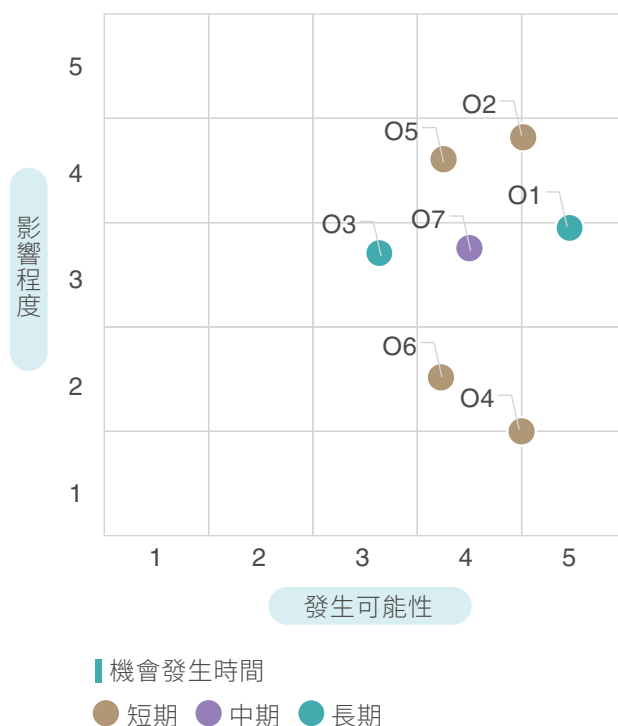
CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

氣候相關機會議題矩陣圖







氣候變遷機會議題說明

排序	編號	機會議題	對 momo 機會說明	因應發展方案	時間
1	O2	物流運輸效率提升	透過物流相關的技術研發和創新，momo提升物流效率，以減少「最後一哩」配送里程，不僅可減少物流碳排放，也使得客戶對於momo的服務滿意度提升，因此增加客戶黏著度及滿意度並吸引新客戶，致使營收上升。	至2022年momo已完成全台35座衛星倉的建置，並配合19座主倉推動短鏈物流的佈局，建置AI系統規劃最佳或最短配送路徑，並與供應商合作推行「去節點」措施，有效縮短商品運送至客戶端的里程。	短期
2	O1	零碳物流	momo若持續減少物流過程產生之碳排放量，研發更高效的運輸方式，打造出零碳物流，可提升品牌形象，並能提供有別於同業的永續物流服務，將取得開發新市場的機會。	<ul style="list-style-type: none"> 持續開發更有效的物流配送模式，並提升momo物流車隊電動車占比，2022年始導入三輪商用電動機車。 momo與供應商合作推動減碳方案，如推廣供應商採用循環物流箱進出貨、因應商品與訂單內容採用原箱出貨及「去節點」物流措施等，減少物流過程中產生的碳排及資源耗用。 	長期
3	O5	綠色商品	因消費者行為改變，更加重視產品在環境表現的價值，而各大電商除了推動包材減量之外，也陸續提升環保相關商品的品項，包括更高效節能的電器設備、環保綠色商品等。momo若能持續早於市場趨勢因應消費者行為及供應商佈局，可穩健應對永續消費趨勢，滿足消費者的需求，提升客戶滿意度，致使營收上升。	<ul style="list-style-type: none"> momo於2019年開設綠色生活館，專區內商品上架條件為環境友善或具有機、環保標章等認證，推廣永續消費與環保意識。綠色生活館專區商品數量已超過5,200項。 momo持續推動優於法規及競業標準之永續措施，提升永續經營成效，維持產業標竿地位及永續形象。 	短期

指標及目標設定

momo 針對所識別的關鍵氣候風險與機會議題及其對應風險類型，設定指標與目標，進行氣候變遷相關風險之管理作業。

風險類型		風險與機會議題	指標	目標設定	詳細措施說明建議對應報告書章節
 政策和法規	因應相關法規，以及未來碳費對營運成本之衝擊	T5 零碳建築	綠建築	物流中心以綠建築規格規劃興建，並建置太陽能發電系統	4.1.5 綠色智慧倉儲
		T1 再生能源 T4 電動車隊	能源效率提升	增加再生能源使用比例 減少碳排放量 減少運輸使用之非再生燃料比例	4.1.2 溫室氣體與能源管理
 市場	綠色消費意識興起、物流運輸過程減碳	O1 零碳物流			
		O5 綠色商品	環保節能商品販售	推動綠色生活館	3.2 永續消費倡議
 技術	技術改良與創新	O2 物流創新	物流運輸效率提升	物流短鏈佈局 去節點	4.2 綠色物流
			廢棄物減量	減少營運過程廢棄物 增加環境友善包材使用比例	4.1.4 廢棄物管理 4.3 綠色包裝
 立即性	極端天氣造成斷鏈	P3 極端天氣造成斷鏈	供貨不中斷	倉儲營運不中斷之預防措施	2.3.2 風險管理機制

(註) 目標請參閱 momo 永續目標。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.3.4 推動風險文化

GRI 2-23 2-24 2-25 2-26

momo 基於「誠信」的核心價值理念，致力奉行商業道德，並為使本公司之內、外部利害關係人更加了解本公司企業道德規範，以誠信經營行為精神，爰依「上市上櫃公司訂定道德行為準則參考範例」訂定「道德行為準則」，供所有董事、經理人及公司同仁，以資遵循。除公佈於本公司官網外，亦期望全體員工於個人從事日常作業及執行業務時，應秉持高度行為道德素養及職業道德水準，並在從事日常工作及業務時，如於工作場所遇非法或違反道德行為準則之行為，亦得以提出陳報或檢舉以維護公司紀律及股東權益。

道德行為準則

momo 訂有「道德行為準則」且公開揭露於公司官網及內部員工專區，明確規範員工應遵循之企業倫理事項及應履行之責任義務。該準則經審計委員會審議後，送董事會通過後施行，並提報股東會。為提升公司全員誠信、道德相關規範以及營業秘密知識，新進人員講習訓練中安排道德為準則與誠信經營守則等法治概念內容，並簽訂員工切結書，明確規範同仁行為準則。針對在職同仁，每年均有固定之線上課程及測驗，定期宣導相關知識，員工之職場行為亦列入績效評核標準，並依其行為表現給予明確之獎勵及懲處。依本公司「道德行為準則」第十條規定，員工於懷疑或發現有違反法 規章或道德為準則之情事時，應主動向審計委員會、經理人、內部稽核主管或其他適當主管呈報，並提供足夠資訊使公司得以適當處 後續事宜。公司將以保密方式處 呈報案件，並將盡全力保護呈報者的安全。



道德行為準則

道德誠信行為遵循管理機制

管理機制			
預防	• 員工自我審視申報 • 在職持續宣導	• 員工教育訓練 • 利害關係人宣導與配合	
檢測	• 內部稽核	• 內部／外部舉報通報	• 行政懲處／法律制裁
加強	• 檢視及分析管理機制結果	• 提出改善建議	• 貫徹改善計畫

誠信經營守則

momo 訂有「誠信經營守則」且公開揭露於公司官網及內部員工專區，並納入內部控制制度，由內部稽核單位負責稽查企業內部是否有違反誠信經營之情事，定期向董事會報告。momo 誠信經營守則已明確規範禁止行賄及收賄、禁止提供非法政治獻金、禁止不當慈善捐贈或贊助，及禁止不合理禮物、款待或其他不正當利益防範方案及處理程序，從事商業活動時，避免與有不誠信行為紀錄者進行交易，並在相關的商業契約中明訂誠信行為條款之情形。為使員工、經理人及董事確實知悉並遵守，於新進報到時進行宣導，且每年定期辦理線上課程與測驗，以提升誠信及自律觀念，另就具較高不誠信行為風險之營業活動，建立有效之會計制度及內部控制制度，無外帳或保留秘密帳戶，並隨時檢討，俾確保制度之設計及執行持續有效。



誠信經營守則

明確舉報機制

為落實執行 momo 道德行為及誠信經營守則之規定，鼓勵舉報任何非法或違反道德行為準則或誠信經營守則之行為，特制定「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件之處理辦法」且公開揭露於公司官網及內部員工專區，明確規範受理單位、檢舉管道與處理程序，有效建立 momo 內、外部檢舉管道及處理制度，使 momo 所制定之道德行為準則及誠信經營守則得以落實執行，並確保檢舉人及相對人之合法權益。

檢舉案件可以藉由「親身舉報」、「電話舉報」及「投函舉報」三種管道進行，且設置有獨立檢舉信箱（audit@fmt.com.tw）供本公司內部及外部人員使用，2022 年未有員工違反誠信經營守則事件發生。



檢舉非法與不道德或不誠信行為案件之處理辦法



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

• 2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

訓練宣導績效與成果

為使每位同仁了解自身權益與公司政策與做法，除了於新進人員講習訓練外，每年定期舉辦全體員工線上宣導課程及測驗評核，需完成課程且分數達 80 分者為通過測驗。此宣導之實施對象為全體員工，涵蓋所有職級、地區、性別之員工 100% 完成。

2022 年實施成果

議題相關課程	受訓人數	場次	時數	總時數	說明
新進人員講習（線上及實體課程）	986	51 場	3	2,958	新進報到員工，100% 完成講習。 ^(註)
員工誠信經營守則、道德行為準則宣導、反貪腐反賄絡（線上課程）	2,980	1 場	1	2,980	課程期間之在職員工，100% 完成線上課程並通過測驗。
內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序宣導（線上課程）	2,970	1 場	1	2,970	

（註）新進人員講習 3 小時，課程內容如下說明：

- 人權議題相關課程（員工權益工作規則及相關管理辦法、性別工作平等法及性騷擾防治法宣導、性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法、員工意見信箱與投訴管道說明）。
- 員工誠信經營守則、道德行為準則、營業秘密保護法、智慧財產權宣導、內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序宣導、反貪腐反賄絡。
- 資訊安全保護個資法、對外防駭客、對內防洩漏、電腦使用介紹及勞工職業安全衛生法訓練。

2.3.5 法規遵循 GRI 2-27

momo 持續進行並積極強化法令遵循管理及建立良好之法令遵循文化。除了對現行法令的追蹤評估，並針對特定屬性法令指定專責單位辦理，公司內部更制定了各種政策與辦法落實遵法，同時透過教育訓練的方式來協助同仁及相關合作供應商了解相關法令規範，以作為業務進行上的遵循依據，最後並配合內控作業辦理年度法令遵循自行評估作業俾使各單位檢視當年度遵法情形，透過以上系統化方式建構防護網以有效避免風險事件發生。

momo 嚴格遵守相關主管機關之法規與行政指導，以隨時依據最新法規修正與頒布法令等，新增與修改內部作業流程管理機制，以確保各項商業營運活動依相關法令執行。2022 年發生總計 6 件重大違規事件^(註)，含 5 件廣告違規事件、1 件標章違規事件；針對主管機關指示改正事項，均立即改善措施，確保守法合規。

違規類型	違規件數	違規金額	管理與改善措施
廣告	5	58 萬元	遵照法規，強化教育宣導，保障消費者權益。
標章	1	19 萬元	遵照法規，強化教育宣導，保障消費者權益。

（註）重大違規事件係依本公司「重大事件通報管理辦法」，法務室應通報重大事件之 1. 公平會來函詢問廣告違規案件，2. 廣告違規遭主管機關處以罰鍰。

為加強法制觀念之完善建立，法務室亦持續向供應商及所屬員工進行定期及不定期之法令教育宣導，針對營業主要相關法規，由法務室依法規公告日期進行確認，並指示專責單位佈達及為相關辦理。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

• 2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

教育訓練實施情況

分類	目的	對象	教育訓練內容	場次
外部/供應商	法務室每月於供應商說明會宣導法令，並因應法令異動視情形調整教材內容。	供應商	宣導法令	線上課程
內部/員工	法務室依重點單位屬性，提供線上法令教育訓練教材，並因應法令異動視情形調整教材內容；若個別單位有特殊法規加強宣導需求，法務室配合提供現場教育訓練。	電商事業處	保健食品與醫療器材相關廣告法令宣導	1場
		各單位	智慧財產權	線上課程
	法務室協助其他負責宣導之單位產出法令宣導教材，以進行後續宣導作業。	各單位	各營業活動所需法令	不定期

2.4 永續供應鏈

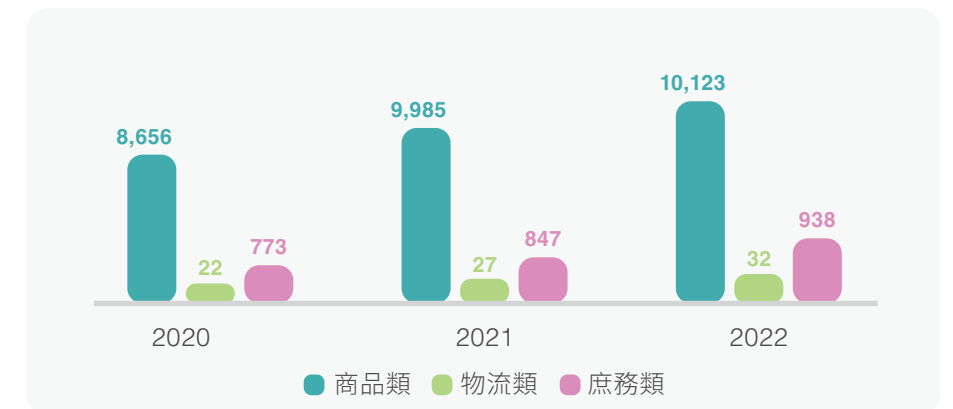
momo 為落實永續生活藍圖，從「共益夥伴好生活」的目標開展，透過與供應商夥伴協作，提供消費者多元、優質、物美價廉，並兼具環境社會友善的商品與服務，讓社會與消費者將 momo 視為生活大小事的最佳供應者。為此，我們堅持穩健的企業經營體質、完整的資訊安全防護、嚴謹的供應商遴選方式，要求供應商嚴選優質產品及售後服務的同時，momo 也提供各項運作的專業輔導、諮詢、暢通的溝通管道，以建構完整的供應鏈，創造卓越的營運績效，持續為股東、消費者與供應商夥伴們創造最大的價值，成為永續經營的企業品牌。

2.4.1 供應商概況 GRI 2-6

我們的供應商可區分為「商品販售」、「物流配送」及「庶務管理」等三大類，其中以商品販售的供應商為大宗，並透過電視購物、網路購物、型錄郵購及行動購物銷售，當 momo 接獲消費者訂單後，由供應商或 momo 倉庫進行訂單的揀貨、理貨、包裝，交由物流業者將商品安全且快速的配送到消費者手上；物流類型之供應商主要指各類商品的配送商，包含一般貨物、冷凍冷藏、大型家電、大型傢俱等，致力提升配送品質及效率；庶務管理類型之供應商主要負責 momo 營運所需之土木、營造、機電、消防、空調、清潔、保險…等之保養及維護，作為整體營運的後盾。

隨著營收的成長、物流倉儲的擴大建設，各類供應商也不斷的增加，截至 2022 年商品供應商已超過 10,100 家，囊括 3C、日用、家電、家居、流行精品、美妝、保健、休閒、食品及海外自營等類型，觸及的產業別以流行精品佔 16.1% 為最多，其次為休閒圖書、家居、食品、日用也有 10% 以上的佔比，各類型產業皆佔約 5.4%~16.1% 不等，整體產業平均成長，新供應商的加入提高商品豐富性與完整度，讓 momo 購物更廣泛深入消費者生活中。

供應商類型



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

• 2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

商品類供應商占比

商品 類型	3C	日用	保健	休閒 圖書	流行 精品	美妝	食品	家居	家電	海外 自營
占比	6.1%	10.2%	7.3%	15.5%	16.1%	9.8%	14.2%	15.2%	5.4%	0.3%

2.4.2 供應商遴選與評估 GRI 2-23 2-24

供應商 ESG 管理

momo 堅守電商平台職責，提升供應商永續經營的理念，期許合作之供應商皆能為企業社會責任盡一份心力。momo 公告「供應商 / 承攬商永續發展守則」，內容涵蓋勞工權益與人權、健康與安全、環境、道德規範四大範疇，供應商須同意遵守方可進行商品販售，另要求所有供應商必須簽署「誠信經營聲明」，截至 2022 年供應商家數超過 11,000 家，所有簽署率為 100%。每年於線上公告，做為有效的管制措施並納入規範管理。



供應商 / 承攬商永續
發展守則



新供應商遴選

在 2022 年有超過 2,200 家通過審查即承諾遵守誠信、正當經營的商品供應商加入 momo 的行列，不論何種類型的供應商，我們皆以四大面向嚴謹審核及控管，新供應商除了需通過基本公司治理、財務結構審查外，必須簽定隱私權、個資法規、誠信經營聲明、商品智慧財產權、資訊安全等相關條款，符合相關社會準則的標準，方可成為 momo 的合作夥伴，達成率為 100%。為確保消費者權益，所有商品須依其性質投保商品責任險，並針對販售特殊性商品（如醫療器材類、食品類、貴重精品類）要求供應商簽回擔保書且依法規提供相關證明。所有品類皆會在供應商進行商品提報後，依商品屬性要求供應商提供相關資料，以確保消費者商品吃的安心、用的放心。

供應商遴選四面向

供應商審查及管理

具主管機關核可正當經營之公司行號，且能提供優質商品與具高度競爭價格，並重視顧客滿意、服務品質與財務結構健全者，方可成為 momo 供應商。為因應「網購包裝減量法制化」，預計 2023 年下旬起要求廠商配合包裝減量。

隱私權政策與保密責任

供應商須實踐商業機密與個人資料安全維護之必要措施，遵循個人資料保護法規定，將客戶個人資料進行嚴謹加密管理，合作供應商不得利用管理之便，擅自進行蒐集、處理、利用，或將個資揭露給第三人。

誠信經營聲明

為落實誠信經營政策，建立良好的商業運作架構、健全企業永續發展，嚴格要求企業員工暨相關合作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。

維護著作財產權

遵循著作財產權相關法令，合作供應商須保證所提供之資料、圖檔、文件，確實擁有合法權利。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

• 2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

合作中供應商定期評估

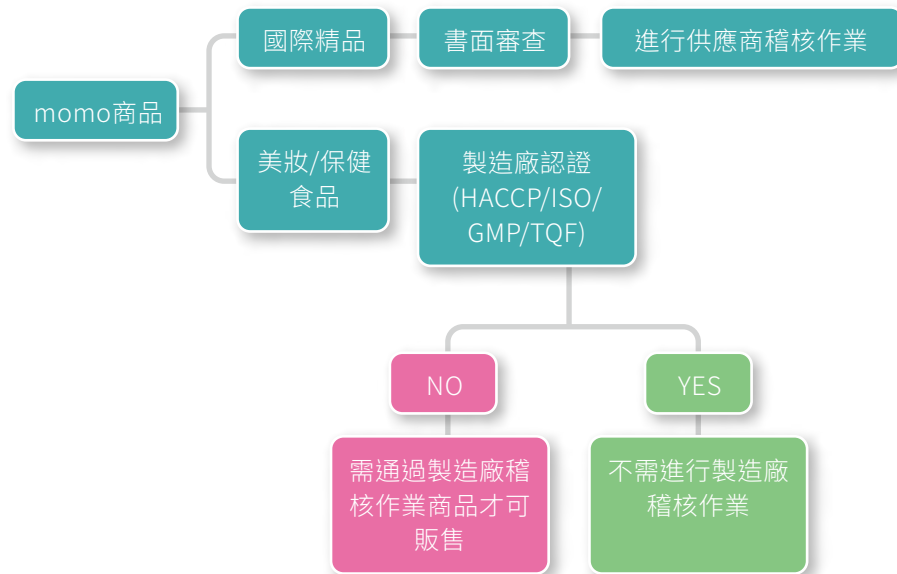
透過定期與供應商業務維繫的過程，momo 可即時掌握供應商營運狀況，如發生疑似商品品質異常或違反法規之情事，採預防性暫停業務銷售，另視查證後影響的範圍、情節的輕重，安排後續投入專人輔導及協助或終止合作。

此外，對於運作活躍度相對較低的供應商，根據供應商營業規模、帳務往來條件，執行每月至半年期不等的供應商體質健檢，進一步判斷未來繼續合作的業務發展機會。

momo 堅持維護品牌信譽，守護商品品質安全：

1. 商品銷售前會進行第一階段書面審查，檢視供應商基本資料、銷售平台、市場風評…等，第二階段則會進行品質管理訪廠作業；實際到廠抽驗商品、確認來源、倉儲管理、營運現況…等項目評鑑。
2. 美粧、保健食品相關品項，需先審查製造廠認證，再判定是否執行製造廠稽核作業，稽核流程包含確認環境製程及原物料商品檢驗管控，
3. 針對國內製造食品及化粧品類工廠，要求需符合 G.M.P. 工廠、T.Q.F. 工廠、cGMP 工廠、ISO22716 工廠、HACCP 工廠、ISO 22000 工廠或 ISO 9001 工廠任一資格，以確保販售之商品於製造端生產時，能符合政府法規並滿足 momo 管理之需求。若未符合之工廠，需執行訪廠，確認工廠的進料至成品相關製程文件、生產及檢驗設備、環境清潔度及廢棄物管控、生產人員防護措施…等，確認皆符合食品及化粧品保養品工廠設立法規，每三年或依據證書到期日後再重新執行複核流程。

momo 嚴格把關商品品質與安全，在確認訪廠合格或相關規定符合政府、工廠設立法規後，商品始能銷售。累計至 2022 年已達 558 家供應商通過認證或稽核訪廠作業，2022 年訪查的 51 家供應商中有 3 家不合格。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

• 2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2.4.3 供應商協作

momo 將供應商視為企業永續發展重要夥伴，將長期累積的永續經驗共同倡議分享，並協助及輔導供應商加強風險管理，帶動整體供應鏈體質強化，除此之外，以領先的數位技術提供供應商便利的資訊系統與多緯度的銷售資訊，讓供應商與 momo 緊密連結並共同成長。

momo 邀請各方商品供應商協同創新營運，善用三方物流及倉庫的資源，推行「去節點」行動，配合 momo 北、中、南各倉庫需求貨量，商品抵達台灣各港口後，運送至就近的 momo 倉庫，縮短貨物配送里程與入庫到供應商或 momo 倉的節點，減少車輛運送碳排衝擊，不但降低物流成本、增加無形倉儲空間，也增加三方團隊合作。同時，首推供應商以循環物流箱進貨，減少包裝耗材及後續耗材處理（*詳細具體合作內容請參閱 4.3 綠色包裝章節）。

供應商教育訓練

供應商教育訓練分為線上與線下二種型式。線上，有系統操作教學影片、作業流程說明講義、常見問題 FAQ；線下，除了每家供應商配有專責的廠商服務專員，提供一對一諮詢輔導及排解各項問題，另外，定期在全台北、中、南三地，安排專業講師以團體課程及提供電腦現場實機操作的方式，召開系統後台操作、售後服務、行銷活動、帳務與法務等實務課程說明會。

2022 年度透過「SCM 學堂」上架 25 支線上影音教育訓練課程，其中新影片上架 6 支，總觀看次數 48,575，較去年上升 8.5%，整合線上的各項學習資源，依據不同產業之供應鏈，從商品呈現、法規、廣告行銷、銷售分析、備貨寄倉、運輸配送、客戶服務等，一連貫的營運流程，分階段設計不同學習主題，並定期依供應商回饋的常見問題新增、更新內容，以符合供應商線上學習需求，讓供應商的學習更加快速有效率，同步提升營運管理與科技能力。除了對外供應商的教育訓練，因 momo 每一位同仁皆是服務供應商一環，故也開立內部業務單位的合約及寄倉教育訓練供 24 場，以及一線廠服人員系統教育訓練 9 場，落實專業供應商服務管理。

供應鏈資安管理

momo 具有 ISO 27001 及 ISO 27701 標準之資訊安全管理系統認證，除定期宣導資訊安全相關訊息與防護政策，以強化既有供應商對資訊安全的警覺心；2022 年針對 12 家需要強化資訊安全防護的供應商，安排專員透過電話進行訪查；也啟動供應商個資防護自評機制，以『資訊安全管理辦法』所涵蓋的「個資規範」、「對外營運平台」、「訂單處理流程」、「配送個資安全」、「內部電腦安全」、「人員及實體安全性」等六大項主題，提供防護機制的建議。自 2021 年起新加入之供應商已全數導入個資防護自評機制，供應商須完成線上自評，方可與 momo 配合，截至 2022 年底，已超過 3,200 家供應商完成「供應商個資防護自評表」問卷。此外，momo 也針對供應商端資訊安全加強查核與管理，落實即時性風險控管，如有資安外洩疑慮廠商，立即匡列查核相關聯廠商，啟動供應商後台系統停權機制，並安排廠商實地或電話資安訪查，嚴格查核資安疑慮供應商，細訂資安外洩程度及復權條件。而在資安預防性風險控管，另外也針對供應商後台系統加強密碼及資料防護作業，以提升資料安全性，降低後台系統資料外洩風險。

momo 與台灣大哥大集團合作，導入全台灣電商產業首創 momo 安全通信平台，將宅配單上的個資電話轉由代碼呈現，物流人員使用代碼撥打電話，宅配單在不顯示個資的情況下，也可順利完成配送。2022 年底配合廠商數已超過 9,100 家，momo 協助輔導 90% 以上商品供應商、外物流配送商，導入使用 momo 安全通信平台系統，於配送時大幅降低個資外洩風險。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

2.1 momo 營運概況

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

• 2.4 永續供應鏈

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

供應商管理系統與服務專區

供應商後台管理系統 Supply Chain Management (簡稱 SCM) 數位平台，為 momo 與供應商線上溝通媒介，定期向供應商宣告資訊安全、政府政令、法規變更、永續發展等相關信息，並針對合作事項準則的調整與說明，不定期發佈「線上同意書」，方便供應商線上簽署。另外，SCM 平台也提供線上線下供應商說明會課程、SCM 學堂影音、手冊資料等內容。因應疫情，且為擴大供應商參與，不受時間、地點之限制，2022 供應商宣導均採線上進行，截至年底，SCM 學堂影音教材點閱率超過 4.8 萬人次，累計教學手冊 79 份、教學影片 25 支、常見 FAQ 148 題。SCM 學堂的整合，使影音教學的使用率年增 8.5%。momo 服務各方企業客戶、配送商與供應商，集結各項合作模式的線上一站式服務，未來規劃進一步將把供應商服務專區整合 B2B 招商，透過專區推行線上簽約審核機制，打造線上即時數位供應鏈服務平台。



供應商交流

momo 為與供應商建立長期、穩定且共同成長的合作夥伴關係，經由合作探討及分享經驗談，以建立良好的互動模式，2022 年透過 SCM 公告宣導 ESG 永續概念，提供供應商永續行動指引，建立「包材用量最小化、循環利用最大化」原則，使供應商瞭解如何在日常營運中實踐永續營運目標，一同推動建立永續經營的供應鏈；同時持續透過品質管理與實地關懷供應商的訪廠作業，藉此改善與精進系統、流程各方面的服務，俾使促進經濟、社會與環境生態之平衡及永續發展。此外，momo 亦每年辦理「利害關係人座談會」，邀請包材 / 商品 / 物流供應商進行永續議題交流。

4

供應商可以做什麼？

E 環境

G 公司

S 社會

包裝減量

包裝箱、緩衝材、封箱膠帶 不過度使用及包裝

1

提升包材裝載率：

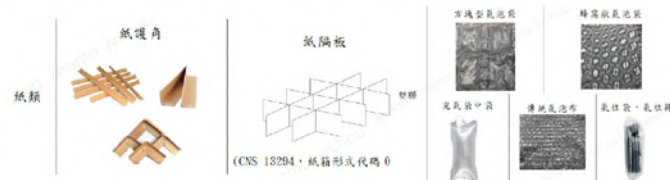
挑選符合商品大小的包裝箱(運輸箱)，包裝材的重量應低於包裹總重量之10%，提升商品裝載率、減少緩衝包材運用



2

減少塑膠緩衝材運用：

緩衝材需以紙材或塑膠製造，不得使用PVC材質，如使用塑膠緩衝材以充氣包裝為主，且以使用塑膠材最少者為優先



3

封箱膠帶減量：

可使用紙類或塑膠膠帶，使用塑膠膠帶，長度不超過長度加高度2.5 倍



資料來源：行政院環保署【網購包裝指引】

3

永續消費 · 新生活



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

momo 致力推廣永續消費意識，透過提高永續商品比例、推動永續倡議、進行負責任的商品揭露，讓消費者藉由購買支持永續消費；momo 關注顧客回饋與服務體驗，謹慎商品品質管理與檢驗，掌握責任商品及服務顧客大小事，為顧客提供最佳購物旅程。

本章節對應 4 大利害關係人

政府組織

顧客

供應商

員工

成果與績效

- 可販售商品品項數超過 413 萬件
- 維持品質異常退貨率 1% 以下及重大品質異常客訴率 0.003% 以下
- momo 北區物流中心取得 SGS ISO 9001 品質管理系統驗證
- 2022 年顧客滿意度調查為 83.9 分

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄



momo 的承諾

- 重視消費者權益，以完整的品質檢驗程序，提供符合法規的商品。
- 推動優化消費者購物體驗的行動方案，讓消費者購物體驗能夠更便利愉悅。
- 持續強化個資保護及資安管理作為，為消費者資訊安全把關。
- 提供針對消費者安全及環境有正面影響的商（食）品及服務，以促進環境保護及消費者的雙贏局面。
- 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。



回應重大主題

- 正面衝擊：商品與服務創新、綠色行銷、永續消費
- 負面衝擊：行銷與標示、品質安全要求與檢驗、顧客隱私及資訊安全



管理主題與衝擊之採取行動

- momo 實驗室持續開發檢測項目，2022 年成功開發「硼砂殘留測試」項目，以確保商品品質。
- 電視購物 2022 年聚焦三大面向「本土商品的特色開發」、「在地品牌 / 名店開發與深耕」與「復甦台灣在地旅遊與推廣台灣休閒農業」。
- 專人維護經營與推廣「綠色生活館」。
- 持續精進顧客申訴管道可服務項目，確保顧客需求快速處理。
- 成立「資訊安全暨個人資料保護管理審查委員會」，落實把關客戶資訊安全，並持續通過 ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統之驗證。



管理方法與評估機制

- 重視品質安全要求與檢驗：
 - ✓ 修訂「供應商 / 承攬商永續發展守則」，強化合作夥伴於商品品質、資訊安全及隱私保護的要求。
 - ✓ 倉儲導入品質管理系統，將作業流程標準化，最佳化運作流程。
 - ✓ 以矯正性、預防性、定期性三大方向建立檢驗類別，並輔以相關罰則追蹤管控商品品質。
 - ✓ 針對進貨異常頻率較高之供應商進行追蹤及管理，降低入庫商品異常率。
 - ✓ 強化倉庫庫存品質，針對異常商品進行分析及加強驗收，並導入溫溼度管控，降低商品發霉、長蟲機率。
 - ✓ 異常管理與預防機制，將計算供應商每月進貨異常品項數，當品項數達 10 件以上即列入「異常供應商清單」。
- 推動綠色行銷與永續消費：
 - ✓ 綠色生活館以每周檢討專案進度、雙周檢討機制進度、每月檢視專區成效與規劃行銷活動，希冀導入更多消費會員。
 - ✓ 透過每年至少 2 次的永續發展推動大型工作會議及執行長會議，追蹤永續消費、本土商品深耕等相關專案執行進度，積極達到設定之短中長期目標，以及每年向董事會報告執行績效，由董事會督導永續發展行動專案之推動情形及執行結果。
- 於董事會轄下設置「資安管理委員會」一年召開二次會議，並向董事會報告。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

• 3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

3.1 優質商品安心選購

隨著消費型態的改變，電商儼然已成為消費主要戰場，momo 銷售優質商品、進行負責任的商品揭露。momo 販售的商品包含食衣住行育樂各方面，2022 年可販售的商品品項數已突破 413 萬項商品，同年更販售出 1 億件以上商品。

提供穩定且高品質的商品與服務是 momo 秉持的原則，在完善的三大品質檢驗類別防護網下，防止不合格之商品送到消費者手上，並以品質異常退貨率 1% 以下為目標進行管控，2022 年在同仁層層把關下，將異常率控管在目標內；若有消費者訴求商品品質問題，momo 亦將執行商品回收檢查並針對在庫商品進行複查，積極回應消費者訴求，確實維持年度品質異常客訴率 0.003% 以下，嚴格把關商品品質。

3.1.1 商品品質管理與預防 GRI 416-1

momo 作為永續消費的平台嚴肅看待商品安全，針對各類商品設有對應的安全檢測，肩負起消費者安心生活的責任。momo 慎選供應商並透過合約要求所有供應商提供的商品須符合法規及標示，並設有神秘客訂購檢驗、稽核機制等。在商品品質把關部分，設立「品質管理部」持續投入資源，加強檢驗品質、成分、來源、中文標示是否符合法令規範。在物流端，momo 將品質管理內化為物流中心的 DNA，北區物流中心於 2019 年底導入 ISO 9001 品質管理系統，訂定品質管理政策「全員參與、持續改善、顧客滿意」，並以「作業管制標準化、落實矯正預防、企業永續發展」三大指標為綱要，使物流各作業間串聯，達到最高要求的品質。2020 年 momo 北區物流中心成為全台第一間通過 SGS「ISO 9001 品質管理系統」驗證的電商營運的物流中心場址，2021、2022 年均已通過監督評鑑，並計畫於 2023 年將退貨、運輸納入外部稽核範圍。2022 年累計共 973 人完成線上 ISO 教育訓練，ISO 員工覆蓋率達 60%，從主管到每一位同仁，落實 ISO 教育訓練，推進 momo 物流倉儲體系達到全面的一致性，並奠定組織永續發展的良好基礎。


（註）ISO 9001 品質管理系統證書請參閱附錄 p.131，證書為三年效期且每年進行複驗。

食品安全把關

momo 重視消費者食的安全，透過自主營運的實驗室經專業人員定期檢測多元項目，涵蓋生菌數、沙門氏菌、金黃色葡萄球菌、萊克多巴胺等，更於 2022 年成功開發「硼砂殘留測試」，進一步強化食品安全保障。2022 年檢測合格率为 97.87%，未來將會持續替消費者把關。

商品檢驗

 檢驗項目	成分	符合法令及是否會危害人體	標示	資訊透明化
	來源	來源的合法性	品質	功能性、安全性測試

 參考法源	一般商品	商品標示法	化妝品	化粧品衛生管理條例
	包裝食品、糧食	食品安全衛生管理法、市售包裝食品營養宣稱規範、糧食管理法等	醫療器材	醫療器材管理辦法、藥事法等

商品檢驗三大類別

對消費者的品質承諾為 momo 首要看重的營運議題之一，我們透過「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」三大檢驗類別防護網，審核及確認商品是否符合法規及標示，營造消費者美好消費體驗。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活




- 3.1 優質商品安心選購
- 3.2 永續消費倡議
- 3.3 最佳消費體驗
- 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

檢驗類別	商品類型	檢驗項目與方法	2022 年檢驗數量 (件數)
 矯正性檢驗	品質異常、高退貨率或風險性（低溫運送食品、生鮮食品、易涉及人身損傷等）商品	疑慮商品檢測： 依商品類型進行召回或主動稽查抽驗、品評（食品）或依消費者客訴內容進行商品確認，並即時清查在庫商品狀態；判定後將複驗結果反應予商品開發（業務）單位及供應商，避免相同客訴再度發生。	1,012
 預防性檢驗	安全性檢測 - momo 實驗室、一般品質檢驗、貴重品質檢驗	安全性檢測 - momo 實驗室： 於 2015 年成立 momo 實驗室，配有具備各項基本檢測能力之實驗人員，2022 年共進行 94 件測試，不合格率 2.13%，並完成開發硼砂殘留測試，針對不合格商品 momo 立即將其下架不進行販售，為消費者安全把關。 一般品質檢驗： 入庫商品進貨時以批次為單位，依據內部抽樣計劃表，隨機抽取需抽驗之數量，未入庫商品則採訂購方式進行抽驗，依照「各類商品檢驗規範」以層層關卡機制，確保商品正確性。 貴重品質檢驗： 高單價之國際精品及珠寶玉石類商品，強制要求供應商須將商品入庫，全程攝影監控，並由品管員審視品質是否與販售規格相符後，封箱出貨確保商品品質；未入庫商品則採訂購方式進行抽驗。	53,210
 定期性檢驗	易變質商品、精品、知名美妝、熱銷食品	易變質商品： 針對容易發霉、長蟲之商品，定期進行在庫商品查驗，並導入溫溼度管控，降低商品發霉與長蟲機率。 知名品牌稽查抽驗： momo 全通路販售之國際精品、知名美妝、熱銷食品，供應商需於銷售前自主宣告商品來源或提供商品購買證明，品管員隨機進行真偽稽查，如有異常發生時，立即採取全品項下架措施。 （註）2022 年 momo 抽驗供應商販售商品，其中供應商宣稱其商品為天然寶石，經人員檢驗發現異常，立即委託第三方鑑定所仲裁，判定與宣稱不符，共計 40 件。	33,754



異常管理與預防機制

針對進貨及已上架卻未符合法規之商品，momo 立即啟動品質管控機制，從供應商管理加強進貨檢驗，擴展至商品展開清查並下架，預防將異常商品出貨給消費者，避免相同客訴再次產生。

管理機制

商品品質控管機制說明



進貨異常商品-供應商管理

由品質管理部計算供應商每月進貨異常品項數，當品項數達 10 件以上即列入「異常供應商清單」，若連續兩月被列入則視為不合格供應商，將收取異常處理費，並於下次進貨時加強商品抽驗。累計至 2022 年底僅 0.7% 供應商被酌收異常處理費。



已上架商品異常-強制下架

除了主管機關通知或要求至 momo 進行抽檢外，momo 定期自主進行媒體新聞及政府資訊監測，一旦取得確切資訊，即展開清查全通路及通報相關人員，並同步將新聞事件商品下架；如未違反法規但為爭議性商品時，則會視情節要求供應商配合預防性下架，貫徹「專業」與「誠信」之經營價值理念。

例如：2022 年 7 月食藥署檢驗部分泡麵環氧乙烷殘留，momo 接獲後，立即清查線上商品並採取預防性下架，保障消費者權益及健康。

因商品品質問題而下架的商品，除供應商後續有其改善作為，才能由 momo 品質管理部與商品開發（業務）單位確認其情況以協助重新上架；若涉及嚴重商譽問題（如：仿冒品），則會評估所有合作之商品全面下架，以確保消費者能夠購買到安全無虞之商品。



問題商品
通報



危機處理
溝通對焦



清查
問題商品



下架決議



下架作業

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

- 3.1 優質商品安心選購
- 3.2 永續消費倡議
- 3.3 最佳消費體驗
- 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

- 3.1 優質商品安心選購
- 3.2 永續消費倡議
- 3.3 最佳消費體驗
- 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄



3.1.2 商品行銷與標示管理

GRI 417-1 417-2

momo 認為正確的商品標示應在製造源頭即做好管理，故以合約規範供應商所提供給 momo 的商品標示，皆須符合法規要求；2022 年經 momo 稽查共下架 2,160 項商品，在協助輔導供應商揭露完善且透明的商品資訊後，已有 511 項商品恢復上架販售。

食品追溯追蹤

重視食安防護，強化食材溯源管理讓消費者安心消費，遵循衛生福利部食品安全及衛生品質的公告，針對特定規模食品業者應依其產業模式，建立商品、原料、成品之供應來源及流向之追溯追蹤系統。每月以電子資料上傳申報市售包裝乳粉及調製奶粉、水產類商品等相關資訊（供應商進貨、商品效期、出貨日期等紀錄），當食安事件發生時，可有效掌握問題商品來源及流向。

上傳資料	2020 年	2021 年	2022 年
 商品數	1,880	1,895	1,698
 總件數	172,368	253,675	245,037

商品文案與效期管理

文案

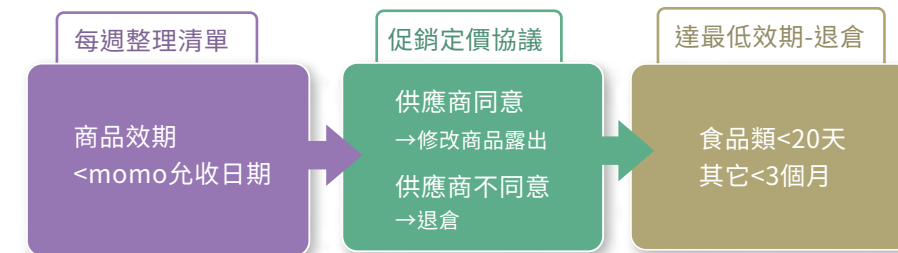


針對特定品項審核商品包裝、仿單等相關文案露出，避免文案上涉及商品療效、或其他任何不實或虛偽之陳述，給予消費者實在、可靠的商品資訊，降低消費糾紛，建立良好的商業規範。

效期管理



為避免過期商品導致消費者權益受損，並維護 momo 存貨資產與商譽，momo 每樣商品皆須符合「效期管理規範」，以確保消費者購買之商品皆在有效期限內。另外，透過適度降價販售即期品與福利品，並展開「商品社會捐助計畫」，啟動愛心循環，減少不必要的浪費。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

• 3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

3.2 永續消費倡議

momo 服務千萬名網路會員，我們整合電視與網路兩大通路趨勢，利用平台資源進行產品交叉銷售，並藉由社群媒體（facebook、LINE 等），提供線上即時互動服務，滿足顧客各項購物需求。momo 秉持永續經營、友善環境及保護地球的理念，希望透過全通路積極倡議與推廣對環境友善及在地優良食材等商品，以逐步落實責任銷售與賦能永續消費行為。

本土商品與特色開發



momo 察覺到台灣消費者近年來在生活型態與選擇商品上，除了價格外有更多考量的因素，台灣本地特色賣點商品更是受到消費者的青睞。為發揮零售產業本業核心與實踐永續的決心，除持續強化各項服務機制，因應疫情 2022 年新增開發在地防疫類綠色商品，以期能讓防護更全面俱到。

- 2022 年新增開發：主要以食品與居家防疫為新品開發主軸，例如防疫天然茶包、養生防疫膠囊、抗菌節能清淨機、抗菌環保洗衣精等品項。
- 2022 年主要推廣：在地高山食品、健字號認證商品、天然材質服飾等。

momo 電視購物持續以實質銷售行動來協助台灣本地廠商的發展，以更多元化的銷售方式來介紹台灣本地商品，未來商品開發方向持續朝提供消費者在地友善商品、可減少跨國運輸製造的減碳商品做為主要目標。另外因應 2022 年下半年台灣新冠肺炎疫情逐漸解封，為推廣本土旅遊，集中開發與販售中高單價國內特色旅遊，並且與台灣休閒農業發展協會合作，在電視直播專案中推廣農遊超市的主題活動，共銷售 100 個相關特色旅遊、農遊超市品項。



電視購物 - 持續推動綠色消費

momo 電視購物觀察到銀髮、女性等電視購物主要消費者對健康食材及保健食品的意識高漲，及低碳蔬食風氣興起，更加願意購買具專業認證品質的產品，故電視購物延續實踐永續消費新生活理念。2022 年訂立永續消費倡議相關議題，並推動綠色消費行動方案目標計畫，針對「本土商品」開發為主要營運重點，聚焦三大面向「本土商品的特色開發」、「在地品牌 / 名店開發與深耕」與「復甦台灣在地旅遊與推廣台灣休閒農業」，積極與消費者溝通永續的理念，著重相關類別的商品品項數成長，為持續實踐核心價值與永續努力。

momo 電視購物在 2021 年持續不斷地導入台灣在地商品在電視購物銷售項目中，其銷售相關品項數為 4,387 個品項數，2022 年持續依其初衷，一共開發 5,473 個品項數，相比去年品項數成長 25%。

在地品牌 / 名店開發與深耕



在 MIT 商品開發部分，2022 年 momo 電視購物持續推廣並深耕台灣本土知名品牌，著重於在地品牌與名店開發，也持續針對台灣製科技機能紡織品做開發，例如石墨烯、竹炭、環保機能循環製造咖啡紗等特殊材質織物，融合預防保健與綠色環保議題。

復甦台灣在地旅遊與推廣台灣休閒農業

因應國內疫情導致國內旅遊與農產品出口停滯，momo 透過電視購物的推廣與特色介紹，提高並強化消費者對於本地旅遊與台灣休閒農業認同度，以季節 / 話題等商品自身賣點的國內旅遊作為重點開發，主軸定位為中高單價國內特色旅遊。經由 momo 電視購物專案企劃與宣導，將台灣各角落追求永續 / 環保的友善企業、商品、旅遊 / 農場與人文相互結合。未來規劃建構成為台灣低碳旅遊的專業通路，並宣導台灣在地文化的故事。

推動成果：

- 2022 年一共販售國內旅遊商品共 85 個品號數。
- 2022 年底與行政院農委會輔導之台灣休閒農業發展協會合作，共播出 18 個品號數。
- 電視直播專案 - 農遊超市：單檔共播出共 15 個品號數。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

• 3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄



亮點故事

SDG12 永續消費－永續消費大小事都是 momo 的事



	永續消費 行動方案	攜手農漁會減輕養殖業虧損。
	實踐作為	<ul style="list-style-type: none"> • 2022 年電視通路延續 2021 年與全台農／漁會農商品開發合作專案，除了不定期的推出一次專案商品外，今年因應台灣石斑魚禁售中國與日本外銷受阻造成養殖業鉅額虧損，故 momo 電視購物 7 月與台灣漁業署合作台灣石斑銷售專案。 • 為使更多消費者身歷情境的了解農漁民的耕種與養殖情況，momo 電視購物利用行銷模式，講述栽種養殖的各種人物故事與主題性影片，透過影片方式讓消費者獲得更多商品知的權利。
	行動目標	<ul style="list-style-type: none"> • 協助漁民減低損失，同步避免造成食物浪費。
	推動成果	<ul style="list-style-type: none"> • 共銷售逾 4,000 尾石斑魚，計 116 萬元，成功減緩養殖業虧損。
	未來規劃	<ul style="list-style-type: none"> • 持續與老農、青農與各地方農漁會合作，協助在地農漁民進入電子商務銷售模式，並以一站式服務概念，一起扶植各區域的農漁民成為在地領頭羊，特別包裝季節農漁特產，讓農漁民有更多元的銷售管道，成就雙贏的局面。

網路通路 - 打造專屬館別「綠色生活館」

momo 秉持「生活大小事，都是 momo 的事」之服務理念，在百萬樣商品中，以友善環境及符合國際認證或同等資格之認證許可的商品進行挑選^(註)。目前該館內已號召超過百家擁有永續理念的品牌夥伴，提供逾 5,200 項綠色商品予消費者進行選購，2022 年我們新增了 312 項嚴格把關的綠色商品，並較去年業績成長 42%，其中包含家庭清潔、健康食品、環保減塑及美妝保養等多類商品，鼓勵供應商獲得更多認證標準，一同響應永續消費倡議。

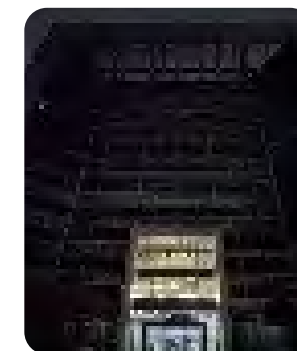
(註) 綠色生活館內認證之商品標章共 11 項，包含慈心有機驗證、無動物實驗、ECOCERT 歐盟有機認證、美國 USDA 有機認證、北歐白天鵝標章、搖籃到搖籃認證、環保標章、COSMEBIO 有機認證、澳洲 ACO 有機認證、德國 BDIH 有機認證、義大利 ICEA 認證標章。



我們透過專人管理，月月規劃促銷活動，增加行銷資源，打造綠色商品媒合平台，使其對於消費者與供應商兩端皆產生拉力，讓消費者買得安心，供應商亦更願意提供多元及豐富之綠色商品。「綠色生活館」將持續以「永續消費新生活」策略方針為出發點，經營永續消費客群。除了提供環境友善及 ESG 概念商品，也將提供首頁版位曝光等綠色行銷資源。另不定期

舉行消費結合環境意識活動，如：淨灘、節省能源、消費滿額抽等活動，並規劃鼓勵會員自由選用循環包裝，邀請消費者在生活中力行愛地球。

2022 年響應減碳減塑政策，momo 於第一季號召會員加入「Earth Hour 地球一小時」行動，同時舉行綠色消費愛地球消費滿額抽環保餐具活動，活動成效達 1,000 人響應。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

• 3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

• 3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

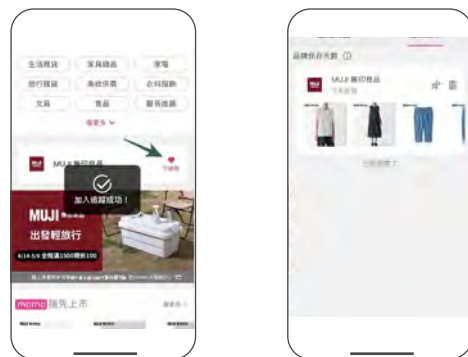
3.3 最佳消費體驗

「生活大小事，都是momo的事」是我們的品牌價值核心，經由電視、網路、型錄、行動購物（App）、MOD 等通路，以多元管道提供消費者生活所需的各項商品與服務，不斷地從消費者角度思考，矢志提供更多的創新與便利的服務品質。我們在乎消費者的消費感受，自消費者的使用平台開始，建構簡捷、舒適的購物環境及訂單成立後的快速到貨與各項貼心服務等，各個階段與環節都是 momo 對消費者的承諾。

追蹤品牌

策略 / 目的

為了讓消費者能更快速的找尋到自己追蹤的品牌，隨時掌握追蹤品牌的第一手優惠活動。



創新亮點

以品牌作為集合的維度，使追蹤清單更便利。

更豐富的個人化推薦

策略 / 目的

透過個人化推薦，消費者可以更快速地找尋到符合自己興趣和需求的產品，從而提高用戶滿意度、忠誠度及黏著度等，亦可節省消費者找尋商品的時間。



創新亮點

基於消費者的個人偏好和行為數據來推薦相關產品。

3.3.1 滿足顧客便利性

在顧客需求與購物行為快速變遷的時代，近年電子商務蓬勃發展，momo 為滿足消費者的購物便利性，我們站在顧客視角，不斷在技術上精進與創新我們的使用平台，包括影音串流技術、宅配收送服務、第三方支付等。面對通路數位轉型的挑戰，momo 從客戶滿意度出發，以多元方式提供客戶便利服務並持續精進網站商品搜尋技術，以科技實力提升更優質的購物體驗。

APP 頁面增加 3D 視覺效果

策略 / 目的

透過增加 3D 效果，可使 APP 頁面更加生動、立體、有趣，從而提高用戶的視覺體驗，提升用戶留存率。



創新亮點

提高消費者體驗、增加互動性、強化品牌形象和提升轉換率。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

• 3.3 最佳消費體驗

3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

3.3.2 精準客戶服務體驗

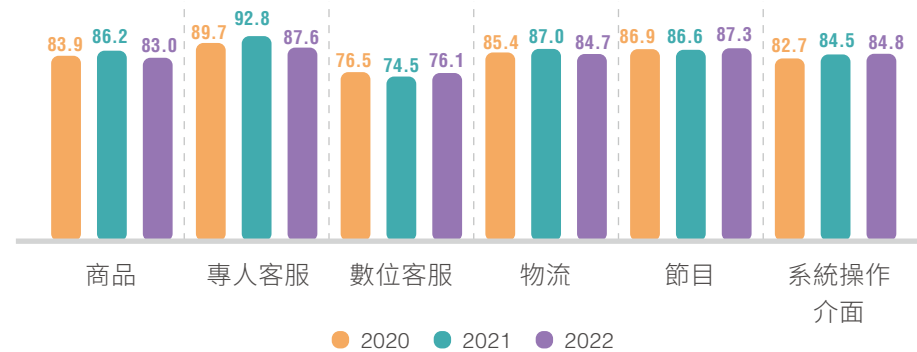
GRI 2-26

智能時代的「服務轉型」

受惠於近年上網裝置普及、物流網絡已然成熟，線上購物已成為現代人主要消費模式。當提供「優質商品」及「便利安全的購物環境」已是 "must-have"，如何提升「服務效率」、提供「良好消費體驗」遂成為 2022 年 momo 精進服務的主軸。本著「生活大小事，都是 momo 的事」，我們將「數位客服體驗」列為重點項目，持續優化互動介面、擴充自助服務項目，有效提升智能客服「momoco」操作體驗，並大幅簡化案件處理流程，加速滿足顧客需求。

2022 年度顧客滿意度調查【整體得分】83.9 分、【數位客服】76.1 分（較 2021 年提升 1.6%），於其他項目得分皆維持一定水平。回顧 2022 年因新冠肺炎疫情升溫，居家防疫推升生鮮食品、生活用品、消費娛樂品等網購需求的同時，供應商、物流產業亦受不小衝擊而影響商品供給。momo 時刻掌握疫情變化，優化服務流程、平台功能，並攜手供應商滿足消費者需求，發揮穩定社會的力量。

滿意度六大構面圖表



強化平台數位服務

因應顧客對於自助化服務需求逐年成長，momo 持續投注資源精進數位客服，在使用體驗、回應效率等方面，力求帶給顧客正面感受。

精進項目 1 — 智能客服「momoco」



優先鎖定顧客常見疑問，開發相關功能，即時滿足簡易服務需求（如：直接呈現「配送進度」細節於對話框，避免頻繁跳轉頁面）。對於需確認細節的服務，引導顧客與智能客服「momoco」對話，在過程中蒐集必要資訊，主動、即時將顧客需求通知相關單位，減少等候時間。（相較過去顧客須於知識點尋找所需資訊，再自行於相關頁面操作，完成自助服務）

精進項目 2 — 網站 & APP 功能



新增：電子票券補發 / 贈禮功能、中獎發票超商列印專區等。
優化：登記活動查詢功能等。

便捷的意見回饋管道

momo 設置多元便捷的服務管道，如：24 小時客戶服務專線、網站信箱、智能客服及文字客服等，我們重視每一位消費者的聲音，消費者所提出的服務需求皆能做到 100% 處理。在消費者進線至客服中心時，momo 透過系統記錄客戶建議事項，依權責單位進行分類及內部研擬改善措施，並視情況召開跨部門會議進行討論。在追蹤與管理客戶提出的服務需求時，momo 依據案件類型設置 7 日商談結案率、網站案件 24 小時結案率、重大案件 4 小時結案率追蹤指標，並定期針對指標進行檢視，以確保消費者的需求皆能獲得滿足。2022 年所有追蹤指標皆已完成並符合內部管理標準。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

• 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

3.4 防衛資安與個資隱私保護

momo 長期致力於落實資訊安全與個人資料保護控管，於 2009 年 11 月通過 SGS 國際驗證，取得 ISO 27001 資訊安全系統驗證，每年定期驗證、三年重新驗證，2021 年重新驗證同步因應物流業務成長擴大驗證範圍取得驗證，以確保消費者的資料在多層的資訊安全控管下，做到最高規格的防護，並維持證書有效性。

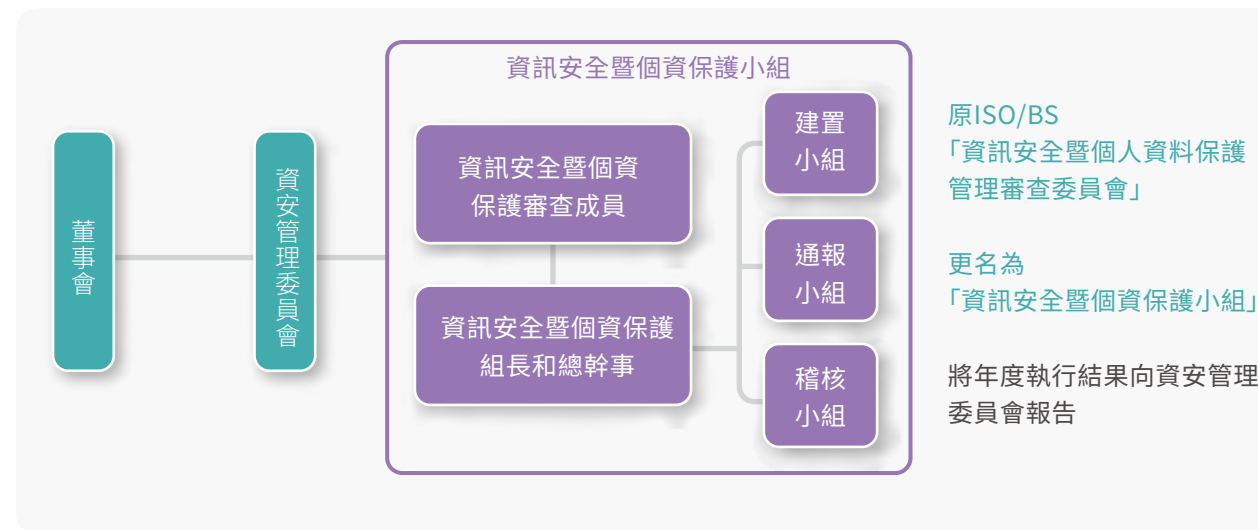


3.4.1 資訊安全治理

GRI 2-23 418-1

momo 於 2009 年成立資訊安全委員會，負責推動資訊安全作業。2020 年為加強控管及監督資安風險並強化董事會職能，於董事會轄下設置「資安管理委員會」，一年召開二次會議，並向董事會報告，原因應 ISO 27001 及 BS 10012 設置之「資訊安全暨個人資料保護管理審查委員會」更名為「資訊安全暨個資保護小組」，並持續遵循 ISO 及 BS 管理系統之條文規範，將年度執行結果向「資安管理委員會」報告。為讓資安管理及個資管理制度標準規範一致，於 2021 年換證年度，將原驗證 BS 10012 改為 ISO 27701，2022 年於 5 月 25 日通過持續性驗證，爾後每年持續維持證書有效性。

資安管理委員會 組織架構



委員會及小組運作情形

資安管理委員會

- 委員配置：經董事會決議由至少三名董事組成且其中應有半數以上為獨立董事，目前委員中有二位具備資訊科技專長，符合該委員會所需之專業能力
- 會議頻率：每年開會二次，遇重大議題時，經召集人同意後召開
- 委員會職責：
 - 審查資安管理政策、擬訂資安管理架構及組織功能，定期檢視公司整體資安管理機制之發展、建置及執行結果
 - 審查新業務之資安管理機制
 - 核備重大資安事故損失之檢討與因應措施
 - 審查主管機關、董事會及各項資安政策中另有規範或要求需呈報董事會者

資訊安全暨個資保護小組

- 審查成員配置：由總經理指派各處室最高管理層就資訊安全暨個資保護政策、年度風險及執行情況進行審核
- 會議頻率：每年召開一次管理審查會議，必要時得召開臨時會議，相關會議討論與決議事項，應向管理階層呈報
- 小組轄下共設有三小組，由資安暨個資小組組長及總幹事去執行管理研擬統整各小組運作：
 - 稽核小組：由公司稽核室同仁組成，每半年執行內稽
 - 建置小組：依規章制度產出文件落實維護
 - 通報小組：資安個資事故發生召集相關人員規劃處理、研商改善預防方式及個資文件管理

3.4.2 資訊安全與管理 GRI 2-24 418-1

資安風險鑑別與評估演練

資訊安全暨個資保護小組每年針對資訊安全及系統資產進行風險評估，分別就機密性、完整性、可能性、法規遵循性等面向評估，高風險會建立適當的控管機制與因應措施，並針對核心資訊系統及新設備制定業務持續演練計畫，每年排定運作演練，管控各項業務風險。momo 數據中心內電腦儲存系統設備及數據通信連結均由 momo 自行管理，每年度對高流量活動進行評估，提供更快的處理速度，縮短頁面加載時間，並強化整體基礎架構。

安全議題	保護措施	效益
客戶個資遭竊或不當使用	1.投保「資料保護責任險」 2.執行滲透測試，並改善弱點 3.資安宣導 4.DLP 郵件個資防護系統 5.供應商出貨加密機制	1.降低公司賠償風險 2.改善網站與防護強度 3.提升員工資安意識 4.防護郵件個資外洩 5.降低出貨資料外洩
資安落實保護	1.持續強化資安及個資管理制度 2.落實行動應用 App 基本資安規範 3.內外網切割 4.特權帳號管理 5.資訊安控中心 - 購物網登入推播通知、強化會員密碼規則、惡意註冊檢核機制	1.持續取得 ISO 27001 及 ISO 27701 驗證，展現良善管理責任 2.取得 App3.0 認證，提升應用程式安全性 3.防止攻擊入侵 4.避免營業風險 5.強化防護機制
持續監控與改善	建置各項量化指標	資安指標逐步提升水準

資安教育訓練

momo 員工與主管每年 4 小時接受資安線上課程與測驗，資訊同仁每年至少 6 小時，資安同仁每年至少 16 小時，不定期舉行資訊訓練課程。

2022 年課程名稱	時數	人數	說明
個資法實務宣導	1	2,724	課程期間之在職員工，100% 完成線上課程並通過測驗。
對外防駭客	1	2,754	
對內防洩漏	1	2,881	
社交攻擊防禦實務宣導	1	2,986	1. 新進報到員工，100% 完成講習。 2. 新進人員講習 3 小時，其中 1 小時課程內容為資訊安全保護個資法、對外防駭客、對內防洩漏、電腦使用介紹。
新進人員講習	1	986	



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

• 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

• 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

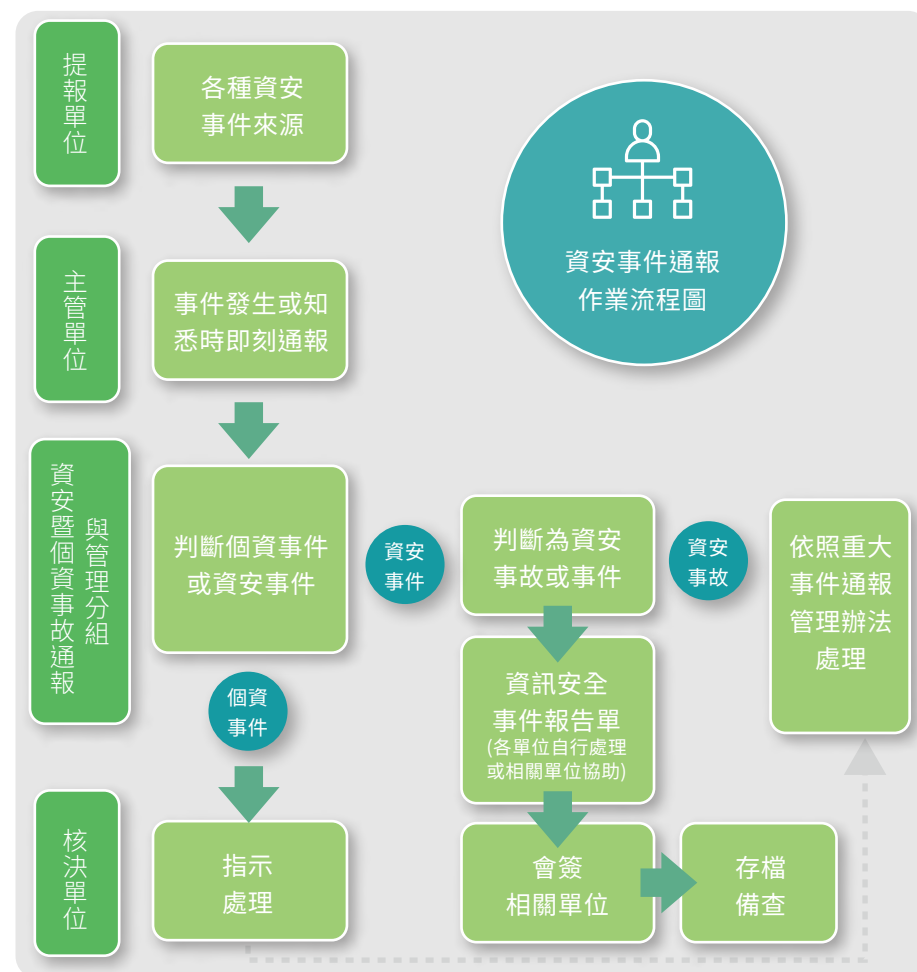
CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

資安事件通報

針對資安事件的通報與處理，momo 明確訂定「資訊安全事件通報作業規範」含權責、事件分級、通報程序及處理評估與決策，資訊單位需於目標處理時間內排除及解決資訊安全事件，並在事件處理完畢後進行根因分析及採取矯正措施，以預防事件重複發生，2022 年未發生資訊安全之相關事件。



3.4.3 隱私保護

GRI -23 2-24 418-1

momo 致力落實資訊安全與個人資料保護控管，為保障公司資訊安全與消費者在線上購物安心，於 2022 年 5 月 25 日通過 ISO 27001 和 ISO 27701 持續性驗證，爾後每年持續維持證書有效性。momo 針對客戶個資與機敏資料保護建置完整系統規劃；為對內防止洩露，資訊安全暨個資保護小組每年至少執行二次內部稽核作業，確認人員落實作業規範要求。此外，透過精進系統架構管理之安全設計與持續監控，包含網路區域劃分、存取控制、內外部弱點管理、對外防止駭客入侵偵測等安全防護，持續強化系統可靠性。

momo 隱私權政策

為維護消費者的隱私權，momo 官網設有「隱私權政策」專區，詳細載述對於消費者資料的蒐集、處理、利用及管理。消費者如接獲公司行銷行為時，活動頁面同時會詳載不願再收取 momo 行銷服務之取消的管道及聯繫方式，均遵守中華民國政府之「個人資料保護法」及相關法令規範，並制訂「資訊安全事件通報作業規範」及「個資及機敏資料安全維護作業規範」，任何人均須在明定的授權規範下，才能處理及利用必要之資料。

截至 2022 年 12 月 31 日止，momo 尚無針對 "如果有不需個人同意或是個人必須同意之資料收集，個人可選擇退出" 等進行規範；亦無共享、出售、出租或以其他方式進行分配數據或資訊給第三方。目前所有個資皆會進行隱碼，保留時間依法規和作業規範而訂保留 5 年，亦無使用客戶資料進行二次行銷之行為。



隱私權政策

顧客個資管理

2022 年未發生影響消費者權益之個資安全事件。惟因應國內個資案件趨勢，陸續進行多項強化個資保護措施，包括停止發送 OTP 郵件、以及設定多重身份及設備驗證機制，同時於網站持續更新相關反詐騙宣導，讓消費者了解最新詐騙招數，以保護消費者的個資安全。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

• 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

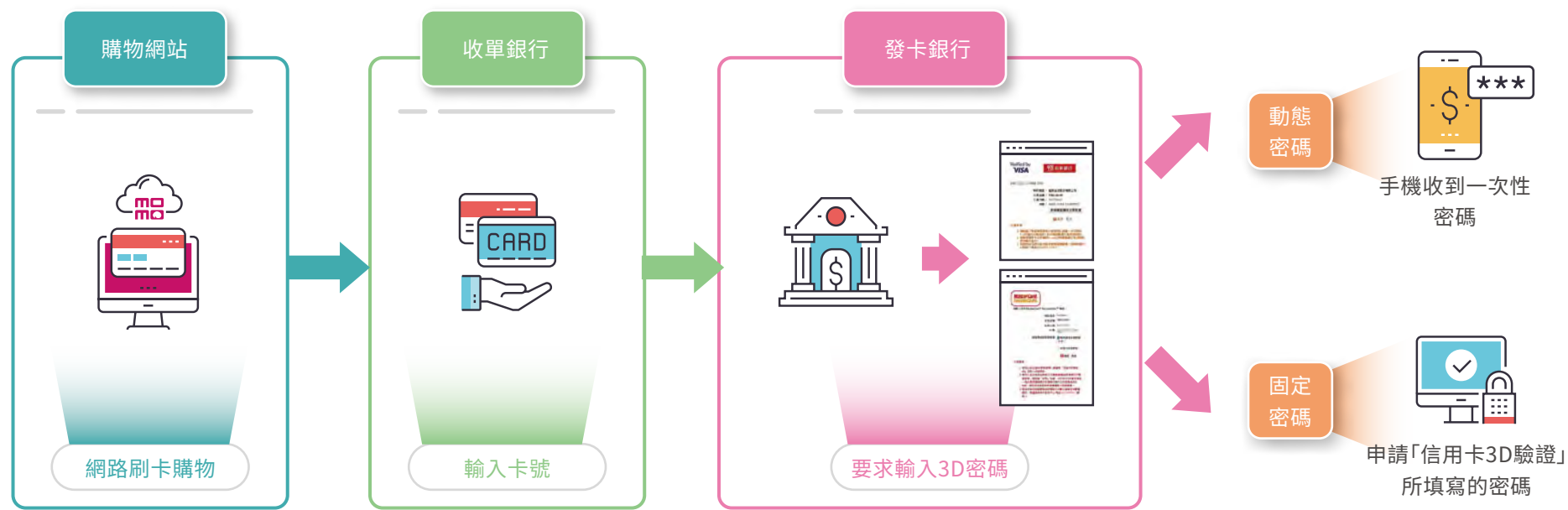
CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

PCI DSS 保護消費者電子支付交易安全

momo 為台灣電商產業龍頭，經統計每年需處理達百萬筆以上的刷卡交易，應依照發卡機構與收單行的要求，遵守支付卡行業資料安全標準，確保電子支付交易安全性。自 2019 年 Q1 完成 Level 2 自我評鑑問卷後，因業績持續成長刷卡量超過六百萬筆，故 2020 年之後以 PCI SSC（支付卡行業安全標準委員會）規定應取得 Level 1 實地稽核的合規報告。最近一次取得合規報告日期為 2022 年 3 月 17 日，爾後每年由合格評核機構進行年度實地稽核以確認符合支付卡行業資料安全標準，並遞交合規報告。



信用卡 3D 驗證 降低盜刷風險

為降低消費者遭盜刷風險，momo 已逐步導入信用卡 3D 驗證服務。此服務是由 Visa、MasterCard 等國際發卡組織推出的資訊安全驗證機制，讓消費者進行網路購物時，可確保為本人使用自己的信用卡進行刷卡，進而有效降低被盜刷機率。

當消費者在 momo 購物網上，透過提供 3D 驗證服務的發卡銀行所發出的信用卡，進行特定商品的交易時，網路刷卡的步驟將會轉至發卡銀行，並且要求輸入驗證密碼；密碼因發卡銀行不同，其形式可能為動態密碼（OTP）或是固定密碼。收單銀行同時會向國際信用卡組織認證系統及發卡銀行確認資料與密碼無誤後，即可完成本次的刷卡交易。此外，2022 年展開「紅利金付款生物辨識專案」，於消費者選用紅利金 / mo 幣付款時，新增生物辨識功能，以提升交易安全。

（註）「特定商品」係指符合 momo 財務部門所規範符合風險控管條件的商品

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

3.1 優質商品安心選購

3.2 永續消費倡議

3.3 最佳消費體驗

• 3.4 防衛資安與個資隱私保護

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

物流士安心 call 及宅配單隱碼

momo 自 2021 年起，導入「物流士安心 call」服務，將原消費者電話號碼轉換為代碼，同步把宅配單上消費者姓名、電話、地址進行個資隱碼；2022 年持續拓展導入範圍，從供應商出貨的廠配訂單，拓展到委外之自有倉儲所出貨的訂單；2023 年預計導入退貨消費者電話號碼代碼化機制。momo 目標為阻斷物流配送管道個資資訊外洩之可能性，讓消費者於 momo 平台更安心享受購物樂趣。



過程中雙方都不會看到對方的真實門號

→ 致電 → 回撥



亮點故事

SDG 17 全球夥伴 - 資安大小事 都是 momo 的事

	個資保護 行動方案	保護消費者個資，發展「物流士安心call」服務。
	實踐作為	momo與台灣大哥大共同合作，導入「物流士安心call」服務，讓物流士可透過代碼聯絡訂單收貨人，避免個人資料被竊取或洩漏之可能性。
	行動目標	2022年進行「物流士安心call」服務範圍拓展，完成所有委外之自有倉儲出貨的訂單全面導入的設定。
	推動成果	<ul style="list-style-type: none"> • 2021年針對採用第三方物流出貨的供應商，完成全面導入「物流士安心call」服務的設定，將消費者的電話號碼全面換用代碼。 • 2022年拓展服務範圍，由委外之烏日倉與大竹倉率先上線，並逐步完成所有委外之自有倉儲全面導入本服務。 • 過往供應商偶有個資外洩導致詐騙案件攀升，上線至今此現象已明顯改善。
	未來規劃	momo持續將本服務拓展到逆物流（退貨）訂單、最後至快速到貨訂單，力求阻斷物流配送管道個資外洩之可能性。

4

永續營運・綠生活



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

氣候變遷議題日漸重要，momo 致力降低商業活動對環境的負面衝擊，加強資源及廢棄物管理、綠色產品開發、綠色物流與包裝、綠色低碳運輸、落實氣候策略，與供應商合作交流以減緩環境衝擊，落實綠活電商大小事，共同打造綠色生活圈。

本章節對應 4 大利害關係人

政府組織

供應商

社區與 NPO/NGO

媒體

成果與績效

- 內湖總公司、北區物流中心通過 ISO 14001 環境管理系統驗證
- 完成 momo 與子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）ISO 14064-1 溫室氣體盤查與查證
- 導入 momo 零售服務 ISO 14067 碳足跡查證，並預計 2023 年 6 月取得查證聲明書
- 北區物流中心太陽能發電 2022 年累積發電量 1,172,418 度
- 綠色採購金額 2022 年共計 778,866,963 元
- 推動無紙化作業，2022 年共減少約 5,673 萬張用紙量，減碳效益達 431.16 公噸 CO₂e
- 紙箱採用 100% 再生紙漿製造，印刷面積低於 30%；包裝袋採用 30% 的環保再生袋，印刷面積低於 20%
- 2022 年平均單件包材重量為 204.9 公克，與 2021 年相比下降 6.8%（每件減少 15.4 公克），緩衝材使用較 2021 年同期下降 17.6%

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄



momo 的承諾

- 導入科學基礎減量目標（SBT），規劃每年減碳目標、短中長期減碳路徑與行動方案。
- 建立完善環境管理系統與運作機制。
- 減少能資源使用，降低溫室氣體排放與環境污染。
- 推動相關永續行動方案及目標，以降低營運造成的環境衝擊。
- 辦理各式教育訓練及活動提升公司內部環境永續意識。



管理主題與衝擊之採取行動

- 2022 年環保處理費 6,900,464 元。
- 透過 ISO 14001 環境管理系統之導入，訂定具體環境目標，積極推動各項環境方案。
- 擴大 ISO 14064-1 溫室氣體盤查範疇，新增導入 ISO 14067 碳足跡查證及申請碳足跡標籤。
- 建置規劃南區物流中心屋頂再生能源系統。



管理方法與評估機制

- 透過每年至少 2 次的永續發展推動大型工作會議及執行長會議，追蹤綠色營運、綠色物流、綠色包裝以及氣候相關風險等相關專案執行狀況，積極達到設定之環境短中長期目標；以及每年至少 4 次向董事會報告，由董事會督導永續發展行動專案之推動情形及執行結果。
- 每季於環境管理委員會中追蹤環境專案（包含溫室氣體減量、廢棄物管理等）執行情況，依據實踐情形調整。



回應重大主題

- 正面衝擊：綠色包裝與物流、氣候治理與策略
- 負面衝擊：（企業營運）能資源耗用、（價值鏈）能資源耗用

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色物流
- 4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

4.1 綠色營運

momo 以「台灣 ESG 綠活電商 NO.1」為目標，秉持「保護地球環境大小事，都是 momo 的事」為推動核心，依綠色營運、綠色物流與綠色包裝三大面向進行規劃，從營運管理、能資源使用、運輸配送及包裝耗材等層面著手優化，積極降低環境污染，致力朝向永續及低碳發展，展現 momo 邁向綠活電商之決心。

4.1.1 環境管理策略與成效

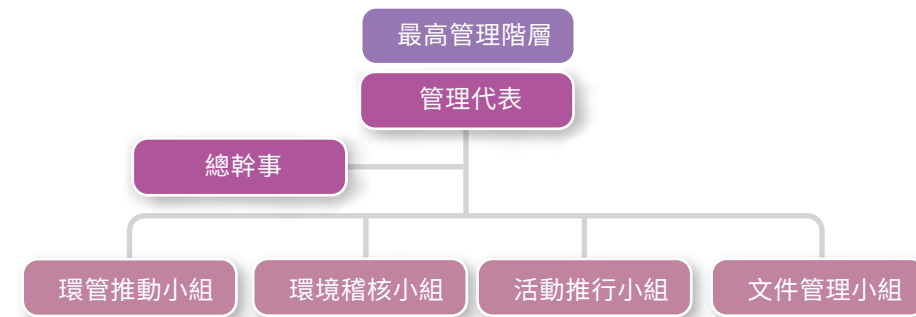
momo 於 2018 年底導入 ISO 14001 環境管理系統，並成立「環境管理委員會」與訂定「環境安全衛生管理政策」，建立 momo 永續營運綠生活；於 2019 年首次通過英國標準協會台灣分公司驗證取得 ISO 14001 環境管理系統證書^(註)，2022 年再次通過驗證，維持環境管理系統運作。

(註) ISO 14001 環境管理系統證書請參閱附錄 p.131，證書為三年效期且每年通過複驗。



環境安全衛生
管理政策

環境管理委員會 - 組織架構



- 環境管理委員會：委員包含各部門代表，共 18 人。
- 開會頻率：每季乙次。
- 決議內容：主要針對環境管理系統事項報告，評估環境目標執行績效及確立改善事項，並定期追蹤改善進度。

環境管理績效

依據 2020 年「momo 環境元年」訂定各項氣候行動、綠色營運等行動方案，並以「永續營運綠生活」作為永續策略願景計畫主題。檢視 2022 年短中長期目標，總計達成 4 項氣候治理與能資源管理、3 項永續供應鏈、2 項綠色包裝、3 項綠色物流，共計 12 項成效，同時達成 5 項 ISO 14001 之環境目標方案。未來環境管理委員會將持續進行跨部門合作，追蹤訂定各方案推動之成效，促使中長期目標順利達成。有關溫室氣體管理、能源管理、水資源管理、廢棄物管理、綠色物流及包裝相關管理績效，請詳後續各章節。

(註) 相關短中長目標計畫，請詳見本報告書 p.12-15，momo 永續生活藍圖章節。

綠色採購

momo 於 2021 年導入綠色採購政策，落實優先採購或租賃具有節能、環保標章之產品，並於 2022 年擴大統計範圍，新增碳足跡減量標章、FSC 標章等產品 / 服務，故綠色採購金額共計 778,866,963 元。未來 momo 將持續執行綠色採購管理，與供應商齊力落實永續行動。

綠色採購金額



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

• 4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

4.1.2 溫室氣體與能源管理

GRI 302-1 302-3 302-4 302-5 305-1 305-2 305-4 305-5

溫室氣體管理

momo 自 2016 年啟動 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，且每年通過第三方查證，2023 年再次通過英國標準協會台灣分公司查證，取得 ISO 14064-1 溫室氣體盤查證書。2022 年擴大溫室氣體盤查範疇，其資料涵蓋率為 100%，揭露範疇一、二及範疇三 15 項排放源，總排放量共計為 1,539,044.62 公噸 CO₂e、人均排放量 2.70 公噸 CO₂e/ 總人數、排放密集度 0.14 公噸 CO₂e/ 新台幣百萬元。

2022 年 momo 溫室氣體排放量成長，係因擴大盤查統計範疇及營運大幅提升。為落實減碳行動，於 2022 年導入 SBT(科學基礎減量目標) 設定，並以 2050 淨零碳排為目標，規劃每年減量目標與行動。同時，規劃導入 ISO14067 碳足跡盤查及申請碳足跡標籤計畫，預計於 2023 年 6 月取得英國標準協會台灣分公司查證。藉此提供消費者 momo 零售服務碳足跡資訊，一同實踐綠色消費、低碳生活。

溫室氣體排放量

(單位：公噸 CO₂e)

年份		2020 年	2021 年	2022 年
直接排放量	範疇一	337.92	384.99	1,595.48
間接排放量	範疇二	5,353.62	7,384.91	13,240.45
	範疇三	3,663.9	2,204.74	1,524,208.69
總排放量		9,355.43	9,974.64	1,539,044.62
人均排放量		3.80	3.60	2.70
排放密集度		-	-	0.14

(註 1) 盤查邊界：2020 年 - 總部大樓、北區物流中心；2021 年 - 總部大樓、北區物流中心及 4 個主倉 (蘆竹、林口、蘆四、南工)；2022 年 - momo 及國內子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)

(註 2) 人均排放量：2022 年計算方法為「溫室氣體 (範疇一、二) 排放量 / momo 及子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健) 總人數 (含派遣公司進駐人員)」，與 2020-2021 年不同

(註 3) 排放密集度：2022 年計算方法為「溫室氣體 (範疇一、二) 排放量 / momo 及子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健) 營業額」，與 2020-2021 年不同

(註 4) 溫室氣體盤查基準年調整為 2022 年，全球暖化潛勢 (GWP) 依據 IPCC 第六次評估報告

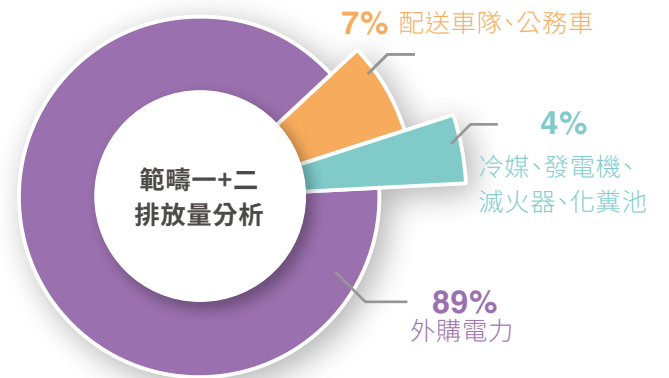
(註 5) 所統計之溫室氣體為二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟碳化物、六氟化硫、三氟化氮

(註 6) 2022 年 ISO 14064-1 溫室氣體盤查證書詳附錄 p.130

範疇三

類別	排放量 (公噸 CO ₂ e)	占比
1 採購商品與服務	1,425,862.64	93.548%
2 資本財	18,107.59	1.188%
3 燃料及能源相關之活動	2,574.96	0.169%
4. 上游運輸和配送	73,822.88	4.843%
5 營運產生之廢棄物	628.53	0.041%
6 商務旅行	14.16	0.001%
7 員工通勤	2,552.11	0.167%
12 銷售產品使用壽命終端處理	645.82	0.042%

(註) 經盤查 NO.8、9、10、11、13、14、15 項目不適用



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色物流
- 4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄



亮點故事

SDG 13 氣候行動 - 減碳大小事，都是momo的事

減碳行動方案	momo 導入碳足跡，帶動綠色消費綠生活
實踐作為	<ul style="list-style-type: none"> momo 於 2022 年規劃導入 ISO 14067 碳足跡查證，成立碳盤查小組，找出碳排放熱點，作為未來減量策略依據。 盤查 momo 零售服務（網路、電視、型錄）在生命週期各階段的碳排放量，從消費者在 momo 平台下訂單後，透過系統服務、檢貨包裝、運輸配送，最後交至消費者手上之服務流程，提供每件零售服務之碳排放量，讓消費者瞭解碳足跡資訊。 momo 於 2023 年下半年預計申請碳足跡標籤，鼓勵消費者優先選擇具有碳足跡標籤產品 / 服務，希冀發揮國內電商龍頭影響力，帶動綠色消費。
行動目標	取得 ISO 14067 碳足跡查證證明書及碳足跡標籤
推動成果	<ul style="list-style-type: none"> 每件零售服務（實體）：1.16 kg CO₂e（原料取得：14%；服務：85%；廢棄處理：1%） 每件零售服務（非實體）：0.18 kg CO₂e（原料取得：4.81%；服務：94.84%；廢棄處理：0.35%） <p>（預計 2023 年 6 月底完成查證，查驗後數據請見 momo 官網 -https://corp.momo.com.tw/CSR/environmentMatters）</p>
未來規劃	<ul style="list-style-type: none"> momo 針對各階段碳排放熱點，規劃對應減碳措施，展現減碳決心。未來亦積極爭取「減碳標籤」，串聯供應商與消費者，形成永續供應鏈。

能源管理

momo 為虛擬通路零售業者，其營運能源耗用 100% 以外購電力為主，2022 年營收大幅成長且積極佈局全台短鏈物流，加上擴大盤查範疇，使人均能源耗用量微幅成長，其資料涵蓋率為 100%，momo 與國內子公司共用電 26,012,666.87 度、能源密集度為 0.99 GJ/ 新台幣百萬元。此外，在北區物流中心屋頂建置 4,500 坪、裝置容量約 1,000 瓩的太陽能發電系統，2022 年全年度累積發電共 1,172,418 度；正建置中的南區物流中心亦規劃屋頂建置 3,700 坪、裝置容量約 1,200 瓩的太陽能發電系統自發自用。未來其他自購 / 自建倉儲將全面建置再生能源系統、自發自用，提高再生能源使用量，致力發展低能耗、低碳排之物流中心，提供消費者優質綠色服務。

能源耗用量

能源種類		單位	2020 年	2021 年	2022 年
非再生 燃料	柴油	公升	2,473.66	2,593.75	28,867.24
	汽油	公升	2,877.87	13,694.81	395,086.79
外購 電力	電力	度	10,517,910.93	14,624,277.42	26,012,666.87
自產綠 色電力 出售		度	1,263,932.00	1,337,034.00	1,172,418
組織能源耗 用量		GJ	33,478.90	48,376.65	103,289.47
人均能源耗用量		GJ/ 總人 數	14.79	17.46	18.81

（註 1）盤查邊界：2020 年 - 總部大樓、北區物流中心；2021 年 - 總部大樓、北區物流中心及 4 個主倉（蘆竹、林口、蘆四、南工）；2022 年 - momo 及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健），部分區域採推估人均用電量方式進行統計

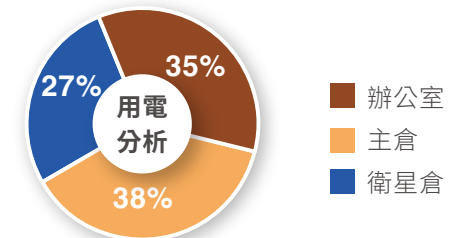
（註 2）能源密集度：組織能源耗用量 / momo 及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）營業額

（註 3）組織能源耗用量 = 非再生燃料 + 外購電力 - 自產綠色電力出售

（註 4）人均能源耗用量：組織能源耗用量 / momo 及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）總人數（含派遣公司進駐人員）

（註 5）1 公升汽油 = 7,800kcal、1 公升柴油 = 8,400kcal、1 度電 = 860kcal、1kcal = 4,184J，來源：經濟部能源局

（註 6）GJ(十億焦耳) = 10⁹J(焦耳)



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色物流
- 4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

4.1.3 水資源管理

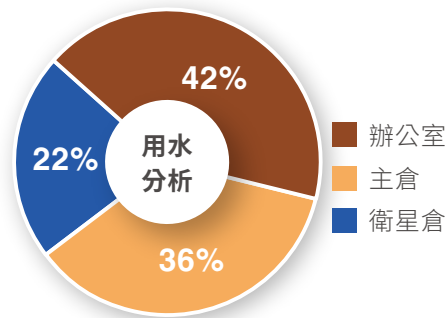
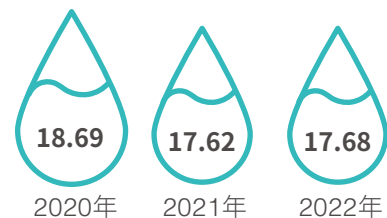
momo 無製造工廠與製造程序，其營運用水 100% 皆為民生用水，並依法令規範之放流水標準為上限，將廢水排入污水處理廠進行處理，且因擴大盤查範疇，使人均用水量微幅成長，其資料涵蓋率為 100%，2022 年 momo 與國內子公司共用水 97,105.68 度、用水密集度 0.93 度 / 新台幣百萬元。此外，momo 定期宣導員工節約用水，以及調控工作場所溫度、導入感應式水龍頭和冷房效率等，並在北區物流中心建置雨水回收系統，以及正建置中的南區物流中心亦規劃同系統，藉此灌溉周圍植栽，善用水資源。未來將持續導入節水設備，發揮水資源最大效益。

自來水使用量

年份		2020 年	2021 年	2022 年
度		39,404.00	48,816.70	97,105.68
人均用水量（度 / 總人數）		18.69	17.62	17.68
總取水量	百萬公升	39.40	48.81	97.10
總取水量	總取水量	0	0	0

- （註 1）盤查邊界：2020 年 - 總部大樓、北區物流中心；2021 年 - 總部大樓、北區物流中心、4 個主倉（蘆竹、林口、蘆四、南工）；2022 年 - momo 及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健），部分區域採推估人均用水量方式進行統計
- （註 2）用水密集度：總用水量 / momo 及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）營業額
- （註 3）人均用水量：總用水量 / momo 及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）總人數（含派遣公司進駐人員）
- （註 4）每度水皆為總取水量，總取水量 = 總排水量

人均用水量（度 / 總人數）

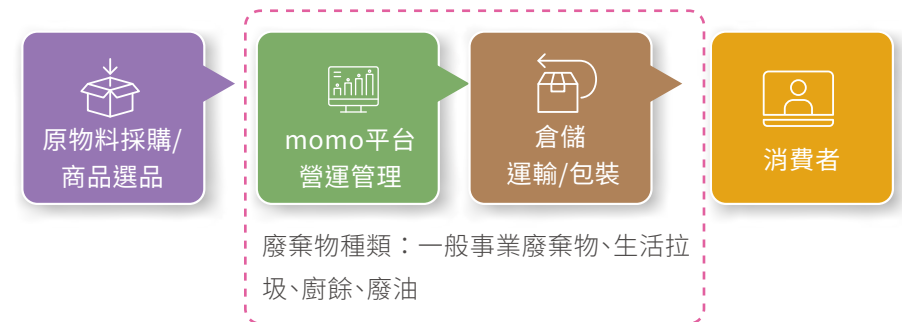


4.1.4 廢棄物管理

GRI 306-1 306-2 306-3

momo 依法令規範妥善分類處理廢棄物，目前營運產生之廢棄物經認定皆屬一般事業廢棄物，無有害事業廢棄物產出，故委由具合格證照之廢棄物清理廠商進行清運，交至公營焚化爐進行處理。2022 年藉由 ISO 14001 環境管理系統訂定年度廢棄物減量方案，實踐總部大樓的廢棄物減量行動，以下分別說明總部大樓與倉儲廢棄物管理情形，未來 momo 將持續落實廢棄物處理進行減量、回收、再利用等作為，以降低企業對環境之衝擊。

營運過程產生之廢棄物說明



廢棄物處理方式

一般事業廢棄物	交由合格廠商清運處理或焚化	清運之前先進行秤重
資源回收物	交由合格廠商回收再利用	清運之前先進行秤重
廚餘	交由合格廠商回收處理	-
廢油（集油槽內之廢棄食用油）	交由合格廠商清運處理	-

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色物流
- 4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

總部大樓廢棄物管理

自 2020 年推動辦公室減廢行動至今，除設置分類看板讓員工更簡易分辨做資源回收外，同時鼓勵重複使用紙張、自備環保餐具、辦理視訊會議等措施，使廢棄物量逐年減少。2022 年總部大樓廢棄物量共計約 21.05 公噸，人均廢棄物量約 0.0133 公噸，相較 2020 年（基準年）人均廢棄物量減少約 20.36%，而 2022 年資源回收量共計約 9.87 公噸。momo 未來將持續推動辦公室廢棄物源頭分類、減量等宣導措施，打造綠色友善辦公環境。

總部大樓廢棄物與資源回收量

（單位：公噸）

項目	2020 年	2021 年	2022 年
人均廢棄物量	0.0167	0.0144	0.0133
廢棄物總量	23.06	20.81	21.05
資源回收總量	21.44	12.72	9.87

（註 1）人均廢棄物量：momo 辦公室廢棄物總量 / momo 辦公室總人數

（註 2）資源回收種類：紙類、鐵鋁罐類、寶特瓶類

（註 3）資源回收總量：（momo 辦公室面積 / 總部大樓面積）* 總部大樓資源回收總量

（註 4）2021 年 5-7 月因防疫居家上班，故辦公室無廢棄物產出

倉儲廢棄物管理

momo 除推動包裝耗材減量計畫外，並提升倉儲內部資源回收率，自 2020 年除新增氣泡布回收項目外，2022 年擴大統計區域，其倉儲廢棄物總量共計約 568.6 公噸、資源回收量共計約 3,085.15 公噸。未來，momo 將積極落實倉儲資源最佳化使用，降低廢棄物污染，致力以循環再利用為推動目標邁進。

（單位：公噸）

項目	2020 年	2021 年	2022 年
紙箱回收量	1,497.90	2,431.93	3,001.97
塑膠類回收量	19.92	48.82	81.59
氣泡布回收量（註 2）	0.12	0.71	1.59
資源回收總量	1,517.93	2,481.46	3,085.15
廢棄物總量（註 3）	252.0	445.2	568.6

（註 1）揭露範圍：2020 年 - 北區物流中心；2021 年 - 北區物流中心、4 個主倉（蘆竹、林口、蘆四、南工）、2022 年 - 資料涵蓋率為 100%，momo 營運控制之倉儲

（註 2）氣泡布為 2020 年 Q4 開始進行回收

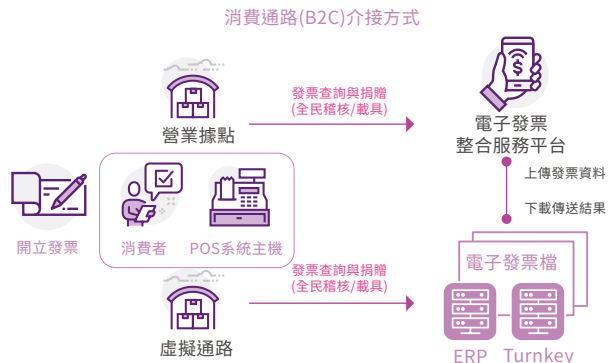
（註 3）倉儲廢棄物總量：採計每月廢棄物清理合約重量

無紙化應用

momo 為落實紙張減量與提升內部作業效率，在消費通路、供應商及內部簽核流程推動無紙化應用，於 2022 年 Q1 導入計程車券電子化，使員工差旅時共同減少紙張使用，並持續透過減少實體發票、銷折單印刷及供應商請款資料郵寄等程序作業，使 2022 年減少用紙量共計約 5,673 萬張，等同於碳排放量減少約 431.16 公噸。未來，momo 將持續推動電子發票、使用 B2B 加值中心以及優化內部簽核系統，提供消費者及供應商更優質且低碳服務，創造永續生活圈。

消費通路無紙化

momo 自 2015 年起，導入電子發票與運用網路、語音確認替代消費者銷貨退回證明單方案，以及販售旅遊行程之代收轉付收據由紙本改為電子郵件通知，在消費通路迴響皆配合良好，於 2022 年減少用紙量共計約 5,591 萬張，等同於碳排放量減少約 424.94 公噸。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色物流
- 4.3 綠色包裝

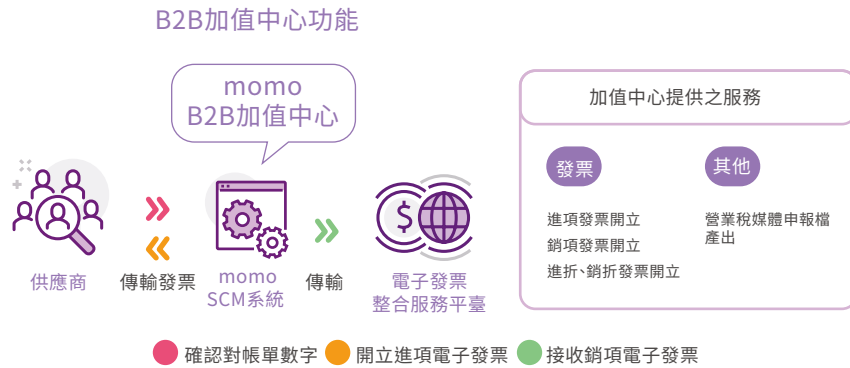
CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

■ 供應商無紙化

momo 積極簡化供應商對帳流程，由 B2B 加值中心以網路方式進行對帳單確認、貨款及贊助款發票、退貨折讓單開立作業，減少使用傳統紙本發票以及紙本方式對帳，同時也節省郵寄作業流程，使供應商對帳無紙化作業比例已達到 80.75%，於 2022 年共減少用紙量共計約 57.65 萬張，等同於碳排放量減少約 4.38 公噸。



■ 內部簽核無紙化

momo 為落實辦公室紙張減量使用及提升簽核流程之透明度，2022 年共計已導入 71 張電子表單，透過電子表單及計程車乘車券電子化共節省約 24.17 萬張，等同於碳排放量減少約 1.84 公噸，未來將全面落實內部流程無紙化應用。



無紙化應用統計

類別	項目	2020 年	2021 年	2022 年
消費通路	電子發票節省紙張數量（張）	34,069,513	45,531,452	51,334,676
	客戶銷貨退回證明單節省紙張數量（張）	3,448,590	4,345,786	4,578,261
供應商	對帳單（張）	278,871	319,928	360,336
	貨款及贊助款發票（張）	111,550	127,972	144,134
	退貨折讓單（張）	55,776	63,985	72,065
內部簽核	電子表單（eflow）簽核（張）	50,974	156,061	233,906
	計程車乘車券電子化（張）（註 1）	-	-	7,861
成效	減少碳排放量（公噸）	273.71	384.14	431.16

（註 1）2022 年 Q1 導入計程車券電子化，供員工公出、公差使用

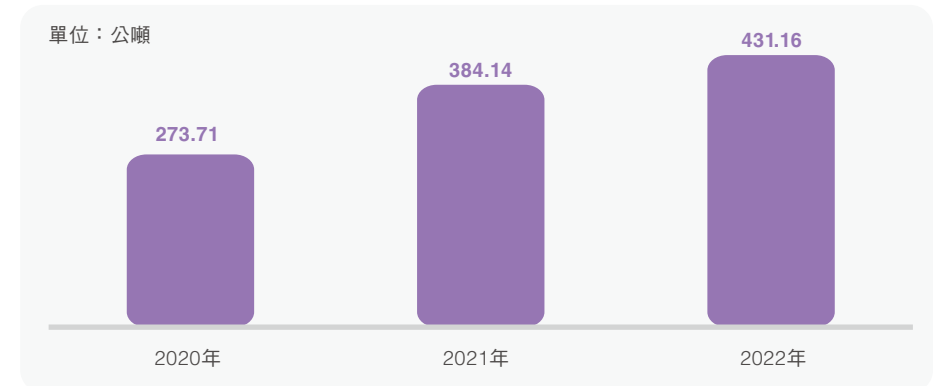
（註 2）2020 年 A4,80g（210mm x 297mm）每包 500 張共 3.6kgCO₂e，資料來源：產品碳足跡資訊網

（註 3）2021、2022 年 A4,80g（210mm x 297mm）每包 500 張共 3.8kgCO₂e，資料來源：產品碳足跡資訊網



產品碳足跡
資訊網

無紙化應用一減碳量



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

• 4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

行政文件紙張減量

momo 推動行政文件紙張減量行動，建立影印量管理系統及定期宣導員工紙張減量使用，並推廣採用線上會議及文件辦理，故 2022 年人均紙張使用量較 2020 年（基準年）減少約 17.14%。其機密、失效檔案另委由專業文件銷毀公司，定期將公司銷毀文件進行水銷處理，取代焚燒作業，再由多道工序處理製成再生紙製品，2022 年處理共計約 17.5 公噸，換算碳排放量減少約 92.57 公噸，藉此達到循環經濟與減碳成效。

（單位：張數）

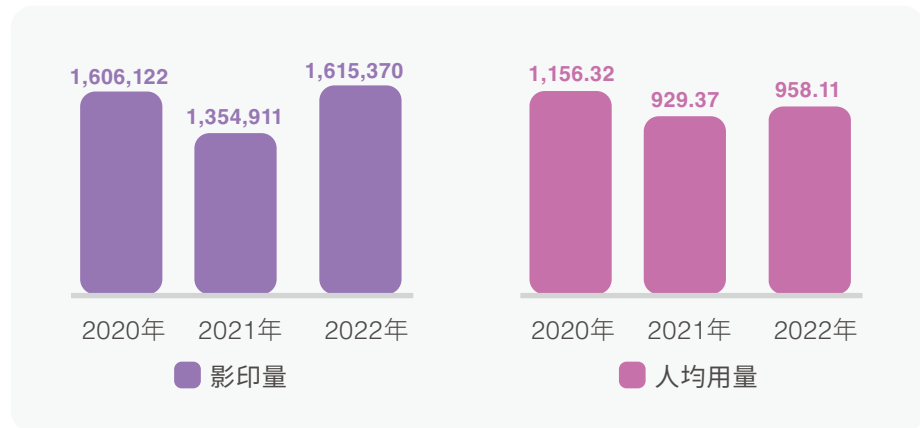
項目	2020 年	2021 年	2022 年
紙張總用量	1,606,122	1,354,911	1,615,370
人均使用量	1,156.32	929.37	958.11

（註 1）紙張尺寸：A4, 210mm x 297mm

（註 2）2020 年 1~3 月因印量管制系統導入，故無納入統計範圍

（註 3）2021 年 5~7 月因防疫居家上班，故無納入統計範圍

行政文件—影印量與人均用量



4.1.5 綠色智慧倉儲

綠建築概念倉儲

momo 於 2017 年啟用的北區物流中心即首次導入綠建築設計概念，每一座大型物流中心於建造前均會進行完善的「設廠環境評估」，包含土壤液化評估、地層分布、地下水位監測等，也透過建置綠帶，滿足防洪需求等，透過環保節能相關設計，亦降低物流中心本身的營運成本。北區物流中心建置 4,500 坪太陽能發電系統，一年約可產製 110 萬度綠電。預計分別於 2023 年底及 2027 年啟用之南區物流中心、中區物流中心，同樣以綠建築概念規劃設計，其中南區物流中心現規劃約具 1,200kw 裝置容量，每年發電量約 150 萬度。

momo 物流中心綠建築概念重點設計：

- 綠能屋頂：除產生綠能發電效益外，亦可隔離太陽照射降低廠區溫度。
- 節能燈具：廠區使用 LED 照明設備，達節能減碳效果。
- 鋼構／環保建材：廠區採鋼骨結構，達減碳環保效果。
- 雙層牆面／複層 LOW-E（低輻射）玻璃：能阻隔太陽光的紅外線及紫外線產生的熱能，降低廠區溫度。
- 地道風及水濺系統：引進外氣運用地道風原理並搭配水濺系統，降低廠區溫度並維持濕度。
- 自然通風系統：引進室外新鮮空氣達通風換氣作用，釋放建築物蓄存熱能降低室內溫度。
- 雨水回收植栽灌溉：廠區將雨水回收後灌溉植栽，發揮節水最大效益。



▲ 北區物流中心太陽能屋頂

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

• 4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

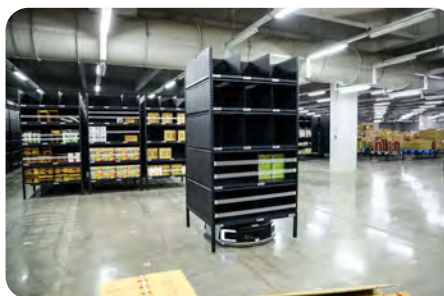
附錄

智慧化倉儲

為提升揀貨與出貨效率，momo 於 2022 年導入多款智慧化設備，包含自主移動機器人、自動導引車、自動成箱設備、機械手臂開箱封底機，搭配既有自動化設備，有效取代傳統人力作業並符合安全性自主避障礙物功能，邁向高度智慧化物流中心。



▲ 自主移動機器人



▲ 自動導引車



▲ 自動成箱系統



▲ 機械手臂開箱封底機

4.1.6 生物多樣性

生物多樣性象徵生態環境的健康指標，為善盡保護環境的義務，momo 將「生物多樣性」列為永續關注主題之一，並自主揭露保育生物多樣性內容。momo 投入三大生物多樣性行動，包含：

- (1) 採購 100% 再生紙漿紙箱：momo 紙箱皆為 100% 再生紙漿製成，以減少森林砍伐，保護森林多樣性。
- (2) 淨灘愛地球：自 2016 年來不定期攜手號召會員及員工共同守護生物多樣性，共同辦理多場淨灘活動，撿拾沙灘上的垃圾，還給大自然該有的面貌。
- (3) 公益捐款：2022 年號召會員捐愛心支持「海下珊瑚礁生態調查」，為海洋的健康把關，以及舉辦「灣欸動物 灣來守護」公益活動，愛心所得全數用於野生動物救傷醫療支持。



momo 會員 陳小姐

「原來淨灘不一定要到海邊，在生活當中我們就能落實淨灘的目的。謝謝 momo 舉辦這次活動，傳遞了環保愛地球，是要從你、我開始」。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

4.1 綠色營運

• 4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

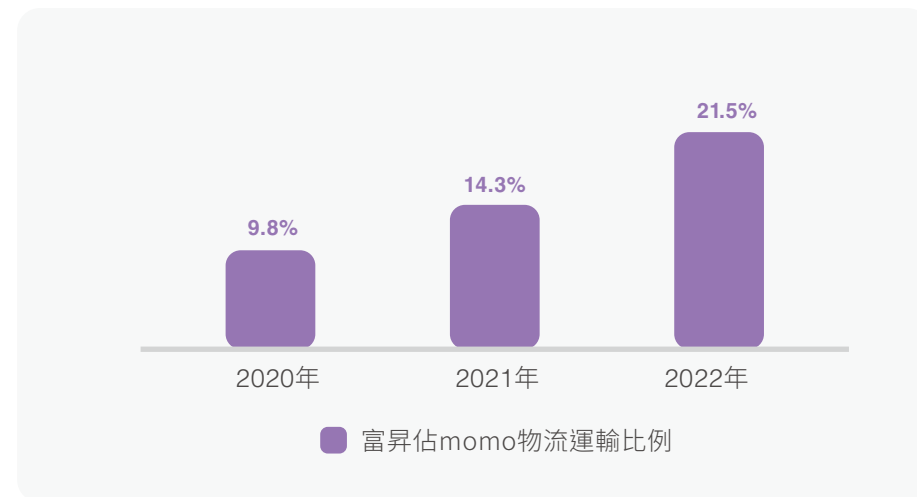
附錄

4.2 綠色物流 GRI 2-6

momo 透過電視、網路、型錄、行動購物等方式提供消費者購買物美價廉的商品，消費者下訂單後將透過資訊系統的串接、倉儲揀貨、理貨、包裝等流程，最終物流業者協助將其貨物安全且快速的送至消費者手上。依統計 2022 年 momo 倉儲運送件數至少超過 4,500 萬件以上，為降低運輸與營運活動所帶來的碳排放量衝擊，我們持續以減少環境衝擊為目標，提升取退貨的物流與運輸的環境效益。對此，momo 推動多元的綠色物流行動方案：

打造 momo 綠色車隊

為了提升運輸效率及減少運送里程產生的碳排放，momo 自 2019 年起便推動綠色車隊建置計畫，除陸續購置具能源效率機貨車外，更於 2022 年底引進三輪商用電動機車並建置相關軟硬體設備，目標於 2025 年提升電動機車占比達 50%。車隊總體配送量能占 momo 倉庫出貨占比亦逐年提升，於 2022 年上升至 21.5%，未來將持續擴大綠色車隊，協助 momo 提升綠色物流占比，減少環境衝擊。



- 針對自有車隊制定一套保養計畫，利用行駛公里數來判斷適合的保養項目，除了避免過早的保養造成的資源浪費，也能確保車輛適時進行應有的保養，確保車輛盡可能長期運作，避免故障損壞而須添購新車輛，造成的資源消耗。
- 搭建內部貨件轉運模式，貨件無須統一至特定集貨倉庫再轉出進行配送，從而縮短貨件運送距離減少碳排放量。



目前採購車輛 100% 皆為環保車輛，已累積採購 144 台貨車符合一級能源效率、145 台機車符合二級能源效率，燃油車均依法配合執行排氣檢測。



2022 年底導入三輪商用電動機車可降低運輸途中的碳排放量，且電動機車貨箱容量較現有機車大型貨箱容量增加約 3 倍，可承載更多貨件，提升運輸效率。



運用 AI 大數據持續優化配送最佳路線，並有效規劃裝載量最適化。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

4.1 綠色營運

• 4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

持續提供全台多元門市取貨服務

消費者於平台購物後，可自行選擇宅配到府或超商門市取貨，除提供消費者能有更多元選項之外，momo 希望透過超商既有物流系統，將不同消費者包裹合併運送至單一門市，減少戶對戶宅配的里程數，進而減少碳排放，至 2022 年 momo 所配合的超取件數（四大超商）及台哥大門市店取、到站自取（i 郵箱），總計合作店家數已達 1.3 萬家，並且將可服務之商品種類從常溫商品擴大至低溫、易碎品；超商取件數亦是不斷增加，至 2022 年超取件數已達約 554.6 萬件，超取件數相較 2021 年基準年同期成長 43%。若以運輸最後一哩路的配送來計算，平均一件包裹的配送公里數為 0.7 公里，超商通路整體所節省的公里數達 388.2 萬，減少能源用量約 2,508.5GJ，碳排放量減少約 231.4 公噸，致力達到 1+1>2 的綜效。



（註 1）公升汽油 = 7,800kcal、1kcal = 4,184J，資料來源：經濟部能源局。

（註 2）GJ（十億焦耳）= 10⁹J（焦耳）。

（註 3）最後一哩路碳排放量：每公升汽油碳排放量 x momo 車隊機車耗油量。

落實物流短鏈佈局，建置各地衛星倉

momo 為打造購物「鄰」距離的最佳體驗，當消費者於線上消費後，從鄰近的倉儲快速出貨，結合全台配送商夥伴與 momo 自有綠色車隊配送，透過 AI 系統規劃最佳或最短配送路徑，雙管齊下，縮短消費者與商品間距離。

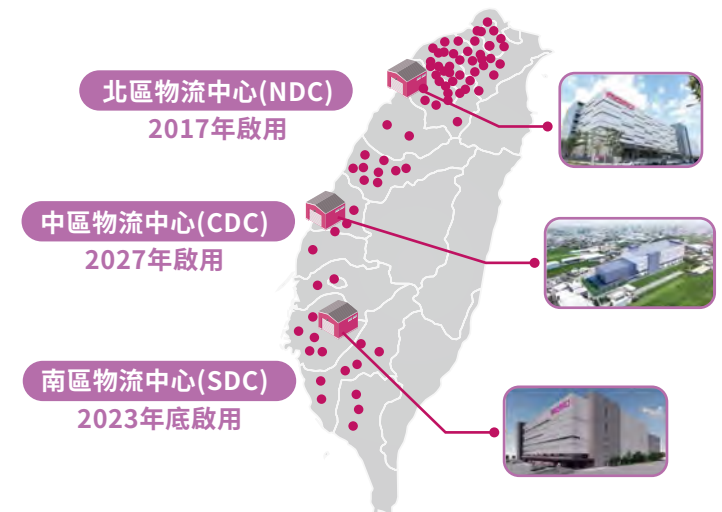
同時，為提供中南部地區之消費者擁有與北部都會區同樣之服務，繼南區儲配運輸物流中心可望在 2023 年底啟用後，momo 於 2021 年啟動中區物流中心建置案，並規劃投資設備之導入及推動 BOO 案，計畫在 2027 年正式啟用；此外，截至 2022 年止 momo 全台衛星倉已完成建置 35 座，全台倉儲數已達 54 座，而 2023 年預計佈建 12 座自有倉儲，全台倉儲數將可達 66 座，持續推動短鏈物流佈局。

（註）BOO（Build-Operate-Owner）為配合國家政策，由民間機構投資新建，擁有所有權並自為營運。

衛星倉（座）



momo 全台倉儲分布圖



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

4.1 綠色營運

• 4.2 綠色物流

4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

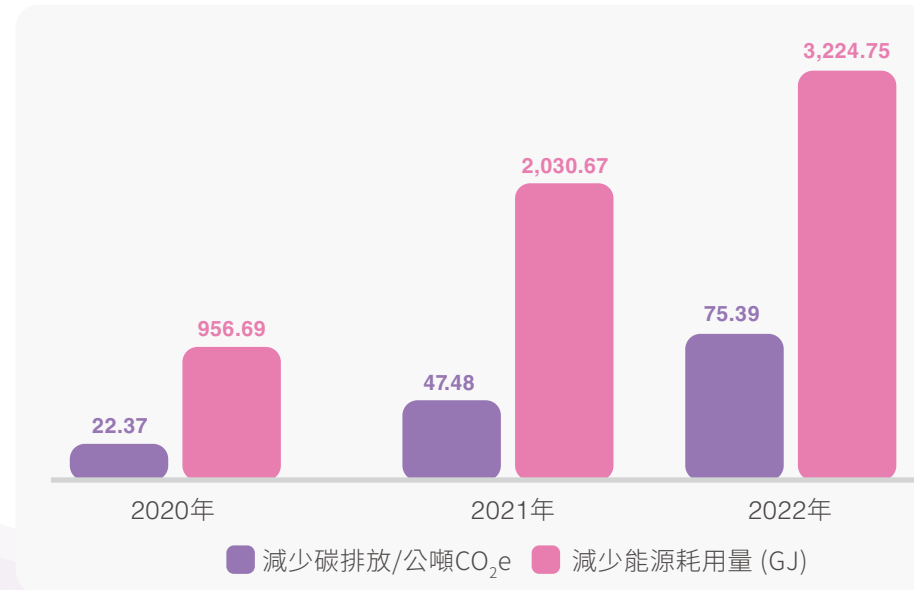
去節點（廠配／越庫）實施成果

有鑑於商品在運輸過程中所產生的碳排放，momo 不斷思考減少碳排的行動作為，故於 2018 年開始推動去節點運輸之作業模式，透過廠配、越庫的措施，降低品牌商的運輸里程與配送成本，大幅縮短到貨時間。而本計畫持續進行供應商及品牌的開發，與供應商及配送商攜手打造永續經營模式。截至 2022 年已有 13 家供應商，共 25 項品牌，與 momo 一同響應去節點計畫，商品數亦不斷擴增，2022 年比 2021 年件數成長約 86%，所節省的碳排放已達 75.39 公噸 CO₂e。

（註 1）廠配：配送商直接前往指定地點（供應商倉庫）進行取件作業，依據配送商行政區對應配送站所之邏輯印製宅配單，並將宅配單黏貼於商品外箱，完成後即可當場轉運至北、中、南區之配送站所。

（註 2）越庫：供應商將商品送至配送商指定站所／轉運站，依據配送商行政區對應配送站所之邏輯印製宅配單，配送商於指定站所／轉運站進行分區黏貼宅配單作業，作業完成後立即當場轉運至北、中、南之配送站所。

減少碳排放



年份	2020 年	2021 年	2022 年
合作供應商家數	5	12	13
品牌數	8	24	25
商品數	12	43	69
減少轉運趟次 ^(註1)	642	1,363	2,239
件數	287,691	613,432	1,143,693
減少轉運延噸公里數	95,177	202,024	320,818
減少碳排放 / 公噸 CO ₂ e	22.37	47.48	75.39
減少能源耗用量 (GJ)	956.69	2,030.67	3,224.75

（註 1）轉運車輛均為 17 噸之貨車，而一台 17 噸貨車可裝載約 450 件包裹，每趟可節省里程約 148 公里。

（註 2）延噸公里數：貨運噸數與行駛公里之乘積。

（註 3）營業用大貨車每公里約為 0.235kg CO₂e（資料來源：產品碳足跡資訊網）。

（註 4）採 17 噸貨車規格配備表計算，1 公里耗油量為 0.286 公升。

（註 5）1 公升柴油 = 8,400kcal、1kcal = 4,184J（資料來源：經濟部能源局）。

（註 6）車輛排放之溫室氣體源為二氧化碳、甲烷、氧化亞氮。

（註 7）GJ（十億焦耳）= 10⁹J（焦耳）。



產品碳足跡資訊網

集運倉設立

momo 深知購買行為會隨著市場發展而改變，故持續優化庫存配置策略，惟消費者仍可能收到來自不同倉別出貨的商品，而產生同訂單多箱出貨的狀況，因此 momo 於 2022 年 10 月以北區物流中心為基地成立「集運倉」，若消費者訂購的商品需由多倉出貨，momo 將透過既有的倉對倉轉運車趟，將客戶訂購的商品集中至集運倉合併出貨，此措施除可減少客戶收取多箱包裹的困擾，亦可提高紙箱的裝載率，減少緩衝材的使用量，還能減少許多運輸與配送趟次、降低里程數，進而減少碳排放。momo 也將持續規劃增加「集運倉」設置，使訂單可在鄰近客戶的倉庫出貨，持續縮減訂單配送里程，減少對環境的衝擊與影響。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

• 4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

4.3 綠色包裝

電商零售產業面臨的環境衝擊主要為包裝耗材問題，隨著 momo 業績逐年成長，包裝材料的使用量也越來越高。為了降低包裝耗材的使用量，momo 專業團隊藉由大數據分析及系統的輔助，研究商品存貨的擺放、出貨包裝等分析，以利減少跨倉分箱出貨及紙箱包材的使用，將配送車之裝載率提升至最大化。

在 2019 年由環保署主辦之「網購包裝減量計畫」，momo 為參與響應之網購平台業者之一，依循計畫中三大目標：包裝減量、環保材質以及循環包材，規劃各項包裝減量兼具環保的行動方案，獲得環保署肯定，授予「網購包裝減量標章」，並公告於 momo 平台網站。依環保署公告《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》規範，受限制對象平均包裝材減重率應於 2024 年達 25% 以上，momo 於 2022 年已達 36%，超前達成法制化規範目標，未來持續優化綠色包裝策略，邁向綠活電商。



綠色包裝管理方針

1. 整合出貨作業系統，落實包裝精簡

- 系統面：在出貨台新增提示原箱出貨與易碎品。
- 作業面：搭配貨物運送事故鑑定與落下測試實驗，調整出貨包裝作業標準。

2. 包材及緩衝材減量

2022 年平均單件包材重量為 204.9 公克，與 2021 全年相比下降 6.8%（減少 15.0g）；緩衝材使用較 2021 年同期下降 17.6%。

各項包材使用統計

（單位：公噸）

年度	種類	包裝紙箱	緩衝材使用量	封箱膠帶使用量	塑膠包材使用量	包材重量 / 件
2020		6,553	223.5	62.0	20.3	237.8 克 / 件
2021		8,029	330.9	93.3	35.1	219.9 克 / 件
2022		8,942	272.1	93.1	42.6	204.9 克 / 件

3. 環保紙箱

- 回收紙再製：為提升廢紙回收再利用，momo 紙箱採用 100% 再生紙漿製造。
- 規格多元化：紙箱規格由 22 種再增加至 33 種，藉由多種規格紙箱之選擇，可減少不必要之緩衝包裝材使用，進一步提升裝載率。
- 印刷面積降低：減少油墨使用，2022 年印刷面積已低於 30% 以下。

4. 環保袋

環保再生袋（破壞袋）係由台灣廠商製造生產，要求合作廠商配合，必須自源頭開始減量。我們採用 30% 回收料製造，並且減少印刷面積低於包裝袋總面積 20% 以下。

5. 原箱出貨

為落實源頭減量目標，momo 針對自營進口商品，持續與進口原廠溝通，希望商品在原廠包裝時與 momo 欲販售組合相同，即可省下再次包裝之包裝材的浪費；而在 2022 年，自營進口商品採包裝原箱出貨成效達 46.9%（較 2021 年成長 5.9%），未來將持續推動提高原箱出貨占比。

打造綠色循環網購旅程

1. momo 循環袋

22,822 個
出貨件數

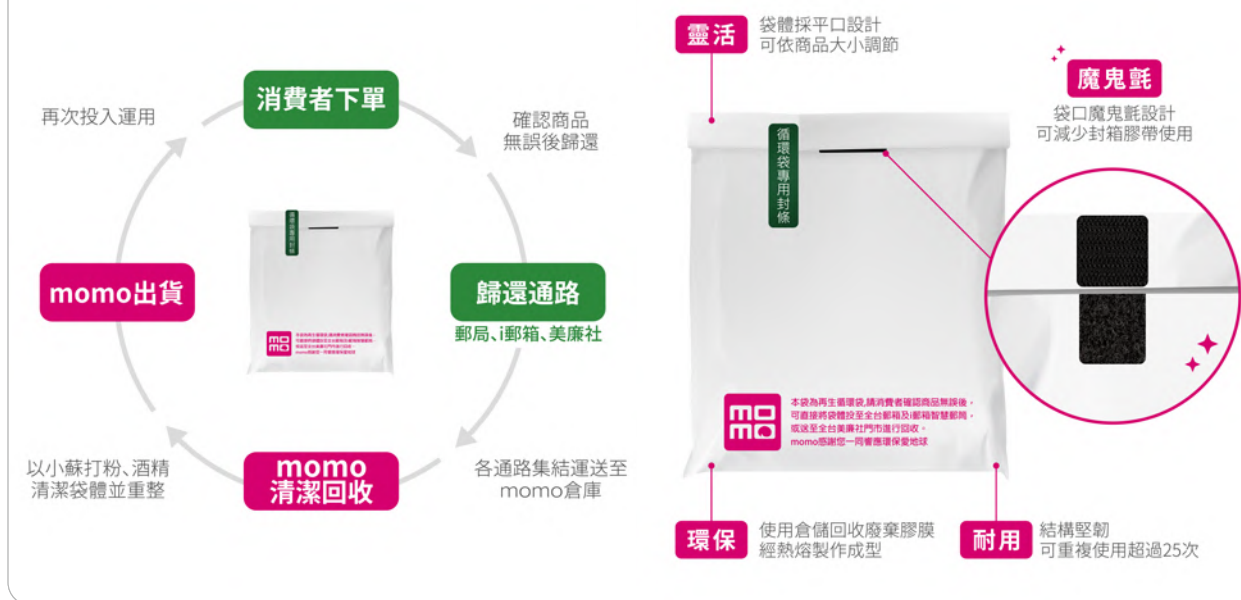
>10,000 個
回收據點

為實踐塑膠源頭減量與循環，momo 透過可重複使用的包裝袋寄送包裹，並提供消費者多元的歸還通路。momo「循環袋」於 2020 年領先同業研發上線，其製作原料來自包括全台物流倉儲回收的廢棄膠膜，經清洗、熱熔形成再生塑膠所製成，袋體可重複使用多達 25 次。為號召更多消費者加入環保永續行列，亦積極拓展回收據點，繼原與中華郵政「郵務系統」配合回收之逾 9,000 個郵筒及 i 郵箱附設智慧郵筒，2022 年再度迎來新夥伴「美廉社」，全台逾 800 間門市成為回收新據點。統計全台「momo 循環袋」回收據點，總計已突破 10,000 個，循環袋出貨件數達 22,822 個。經回收的循環袋，後續將由 momo 進行回收重整，繼續為 momo 商品友善包裝服役。同時，momo 亦將持續拓展循環袋出貨倉佔全台自有倉儲比率，至 2022 年已超過 10%，未來將擴大 momo 循環袋出貨，為消費者創造綠色環保循環的網購旅程。



momo 循環流程圖

momo 循環袋



三大回收據點



▲ 中華郵政郵筒



▲ 中華郵政 i 郵箱



▲ 美廉社

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

• 4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

4.1 綠色營運

4.2 綠色物流

• 4.3 綠色包裝

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2. momo 循環物流箱

288 個
循環物流箱累計使用

專案啟動

於 2021 先與品牌商合作，進貨使用自有可折疊式循環物流箱入庫，建立客製入庫流程，再進一步於 2022 年由 momo 主動提供租賃循環物流箱服務，讓供應商入庫使用重複的物流箱，替代一般紙箱進貨，除了能省去供應商採買紙箱費用，也可減少能資源耗用與廢棄處理成本，降低碳排放，實踐低碳運輸與綠色物流的承諾，攜手打造環境永續經營。

行動方案

1. 盤點適合採用循環物流箱進貨之商品
2. 啟動 momo 與供應商循環物流箱租用計畫之討論
3. 執行循環物流箱使用並追蹤循環物流箱計畫成效
4. 於 2022 年成功媒合 7 家供應商租借，累計使用 288 個循環物流箱，減少 2.2 噸碳排放

未來目標

1. 持續擴大推展不同類型供應商一同響應使用 momo 物流箱，預計 2023 年突破 500 個循環物流箱累計使用
2. 新增不同倉點租賃歸還，提升供應商租賃之方便性，持續優化流程
3. 新增退倉商品也使用循環物流箱退回，擴大 momo 物流箱循環使用範圍

(註) 以每 1 公斤紙箱採原木漿製成的排碳量為 6.1 公斤為比較基準，momo 循環物流箱為 1.24 公斤，以 2022 年度總共使用 288 個物流箱計算，換算成平均每使用 1 個循環物流箱可節省 7.564 公斤碳排，故 2022 年度協助減少 2.2 公噸碳排。(資料來源：造紙公會)



亮點故事

SDG 12 責任消費與生產 - 綠色包裝大小事，都是 momo 的事



綠色包裝 行動方案

循環紙箱新旅途 包裝再利用新解方



實踐作為

號召消費者將使用完畢的紙箱歸還至配合通路，從各通路運送回 momo 倉庫返還的紙箱，將經由專人執行清潔、消毒重整作業，並於箱身印章標示「循環紙箱」圖章，即可再投入下次循環包材行列，從源頭減少紙箱製造及使用。



行動目標

- ✓ 首創網購紙箱回收模式，與消費者併肩同行，開啟網購旅程嶄新的綠色環保面貌。
- ✓ 透過源頭減量，降低紙箱製造與廢棄處理之碳排放。



推動成果

經過內外部利害關係人溝通整合，制定循環紙箱回收作業模式：

- ✓ 外部通路合作：與財團法人中華民國佛教慈濟慈善事業基金會旗下七座「慈濟環保教育站」配合，提供回收據點與志工，協助篩選符合標準之紙箱
- ✓ 內部組織串接：
 - momo 辦公室亦設置循環紙箱回收站，提供員工就近回收之管道，並透過內部公告管道強化宣導
 - 北區物流中心收取之退貨回收紙箱納入使用
- ✓ 使用管道多元化：除客戶出貨，循環紙箱亦可使用於廠商還貨、倉儲商品上架與內部轉運。
- ✓ 2022 年 10 月專案啟動後，累計整新 1,946 個紙箱重新投入使用。



未來規劃

- ✓ 拓展外部配合通路，提供消費者更多元的回收管道，並提升回收數量。
- ✓ 透過北區物流中心試行經驗，將內部回收作業規模化，推動 momo 各倉同步響應，專案範疇不受限。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

5

健康平等・心生活

員工是 momo 永續經營的夥伴，momo 致力於保障員工福祉、創造多元與性別平等的友善職場、培力與發展產業人才、推動勞動人權與平等，秉持著對員工的關懷，用心看護員工大小事。

本章節對應 2 大利害關係人

政府組織

員工

成果與績效

- 全面提升員工基本工資，最低敘薪為法定基本工資 1.19 倍。
- 持續辦理新進人員講習及在職人員訓練、深耕同仁對於性別平等觀念宣導，完成率 100%。
- 總部大樓與瑞光大樓辦公室取得臺北市政府衛生局哺集乳室之優良認證。
- 2022 年展延通過總部大樓及北區物流中心健康職場認證促進標章，蘆竹倉取得健康職場認證標章。
- 對接國際關注重大議題，修訂《人權政策》，強化人權管理機制與保障範疇。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄



momo 的承諾

- 因應與呼應國際人權公約與倡議內容，優化 momo 既有《人權政策》，擴大承諾重要人權議題及適用範疇，並經總經理簽署、呈報董事會通過後公開發布。
- 持續遵守勞動相關法令且宣導、落實人權及性平議題。
- 規劃新人至主管的完整訓練體系，提供員工多元職涯訓練與發展需求，建置完整人才養成規劃，提供員工多元職涯訓練與發展機會。
- 提供暢通晉升管道及年度調薪制度，持續辦理與強化員工福利制度，吸引人才留任。
- 強化職安衛管理系統，依循環安衛政策保障工作環境安全。
- 提供員工身心健康照護服務及健康促進活動。



回應重大主題

- 正面衝擊：人才招聘與留任
- 負面衝擊：人權侵犯



管理主題與衝擊之採取行動

- 福利與薪資費用 3,115,162 仟元（資料來源 2022 年報第 149 頁）。
- 教育訓練費用 4,120,771 元。
- 員工持股信託 2022 年累計公提金共計 23,068,000 元。
- 提供員工有薪疫苗假、法定傳染病保險，共投入 3,535,129 元。
- 強化人權管理機制及人權意識建立、優化既有人權政策，並舉辦企業人權教育訓練，共 33 位中高階主管出席。
- 首度啟動人權盡職調查流程，鑑別前五項重大人權風險，由相關權責單位依其職掌擬定相關減緩與補救措施。
- 每兩年定期評估潛在人權風險，並強化減緩與補救措施。
- 主動進行各項法遵查核，透過各項不同措施與教育訓練宣導，提升員工對人權與性別平等認知。



管理方法與評估機制

- 以「聯合國企業人權管理框架」，盤點內部人權相關治理制度、評估方法、管理機制以及減緩與補救措施等作為，訂定績效指標並公開揭露。
- 恪遵當地法令：主動進行各項法遵查核，透過各項不同措施，提升員工對人權與性別平等認知。
- 人才招聘多元平等：
 - » 促進身心障礙及中高齡就業，進用無上限。
 - » 布建多元人才管道，積極投入招募資源，並與各大專院校進行產學合作，培養電商人才。
- 重視人才培育與留任：
 - » 持續透過相關教育訓練宣導，加強員工對於人權政策之認知。
 - » 為強化員工對於性別平等的觀念，每年定期進行性騷擾防治之相關課程及測驗。
 - » 持續針對績優人員給予應有之福利與激勵措施，如：開辦員工持股信託。
 - » 落實「績效評核辦法」評估員工工作表現，評核結果作為同仁晉升、調薪、獎金發放、教育訓練及職涯規劃等參考依據。
- 透過每年至少 2 次的永續發展推動大型工作會議及執行長會議，追蹤人權相關風險、職業安全衛生等相關專案執行狀況，積極達到設定之短中長期目標。由董事會督導永續發展行動專案之推動情形及執行結果。
- 每季召開職業安全衛生委員會，落實職安衛執行及健康管理事項。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

- 5.1 人權關懷
- 5.2 員工招募與留任
- 5.3 績效評估與薪酬
- 5.4 員工發展
- 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

5.1 人權關懷

GRI 2-23 2-24

momo 認同並支持聯合國《世界人權宣言》、《商業與人權框架》、《全球盟約》、《國際勞動組織公約》等各項國際人權公約，要求供應商及合作夥伴之營運活動，確保不侵犯基本人權，使公司內、外部成員，均能獲得公平有尊嚴對待，並透過人權盡職調查，加強及提升內部同仁與利害關係人的人權意識。

5.1.1 人權管理

GRI 2-26 406-1 409-1

momo 重視勞工人權，嚴格遵循勞動基準法、性別工作平等法、職業安全衛生法之規範，每位員工之勞動條件皆符合法令規定，並享有法定福利與保障。近年來，加強宣導預防職場不法侵害發生，2022 年無任何申訴性別、種族等相關歧視事件發生；聘用員工時，亦未曾違反人權或歧視事件、亦無因人權影響公司之營運活動及強迫員工勞動等情事發生。

為強化落實人權保障，2022 年，momo 啟動企業人權管理專案，依近年重大人權議題、國際人權公約與倡議內容、各國相關產業標準企業標準等，全面檢視與優化 momo 既有《人權政策》，納入電商、零售、物流等產業潛在人權風險議題，以擴大承諾人權議題及適用範疇。新版《人權政策》經總經理簽署、呈報董事會通過後公開發布，除集團、子公司之營運範疇外，亦鼓勵與要求供應商與商業夥伴共同遵守，並於其中明確載明人權相關申報機制，以暢通與各界利害關係人溝通之管道。另也首次進行人權盡職調查，透過鑑別 momo 整體產業鏈（上游、momo 自身、下游）之重大關鍵人權風險議題、盤點相關減緩與補救措施，強化人權管理機制，降低潛在人權風險。



momo 人權政策

人權盡職調查

• 人權風險認知能力建置

透過企業人權教育訓練，讓管理層與業務相關單位主管了解人權議題管理之必要與趨勢，建立人權保障概念與認知，共 33 個相關部門共同參與，包含電商事業處、電視事業處、物流管理處、資訊科技處、財會處等單位之處級主管與各部門部長，總計 39 位中高階主管與同仁參與；並透過全公司電子報與電腦桌面，向全體同仁宣導人權議題，強化內部同仁人權意識與執行能力。



• 人權管理機制

momo 人權管理機制由永續發展委員會督導，管理人權相關議題、盤點減緩與補救措施、審核各單位人權專案執行與目標達成進度，並掌握與外部利害關係人溝通現況。在此架構下，由永續發展部擔任秘書單位，統籌與規劃人權議題之策略發展方向與實踐措施，追蹤國內外零售、電商、物流業別之最新人權議題趨勢，作為人權風險評估之參考，並與各單位協作，擬定與推動相關人權專案與風險鑑別，定期揭露 momo 執行現況，及強化外部溝通。永續發展委員會督導之各單位亦共同參與人權議題管理，強化各單位之權責與認知。另亦透過內外部回饋機制，如利害關係人問卷、利害關係人座談會、各式意見回饋信箱等管道，蒐集各方意見，作為精進 momo 人權治理之重要參考。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

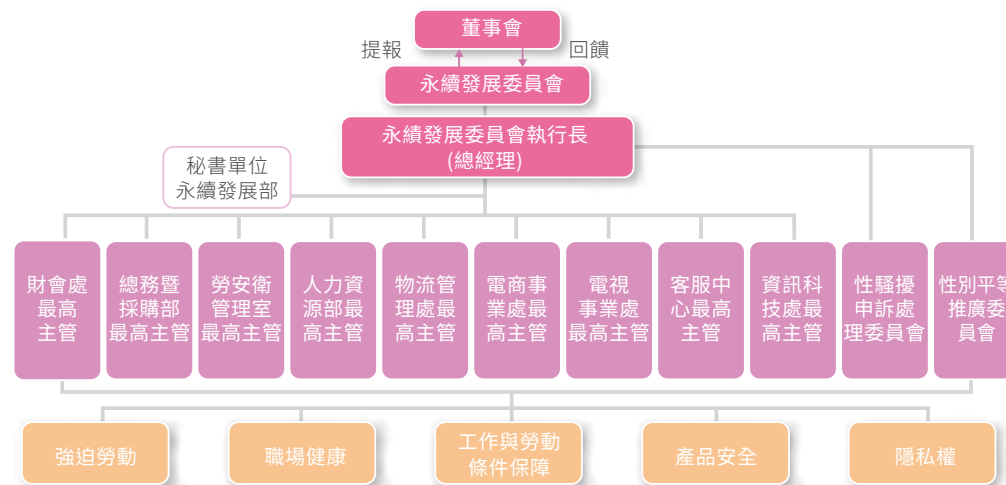
CH 5. 健康平等 · 心生活

- 5.1 人權關懷
- 5.2 員工招募與留任
- 5.3 績效評估與薪酬
- 5.4 員工發展
- 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

momo 人權管理機制架構



• 人權風險鑑別流程

召集本公司相關單位主管，以及日常工作業務中與價值鏈夥伴（商品供應商、物流供應商、庶務供應商、承攬商、消費者）主要接觸之單位同仁，透過人權教育訓練、工作坊與問卷調查，建立人權意識與認知，並逐一檢視公司營運和整體價值鏈中可能發生的人權議題及風險，以產出風險矩陣，使 momo 能針對鑑別出之重大人權議題盤點相關減緩與補救措施。

STEP 1

蒐研國際、產業標竿，盤點關鍵、重要人權風險議題，作為人權風險議題清單，並擬定 momo 適用情境；問卷題目設計在價值鏈（上游、momo 自身、下游）不同節點，釐清各項人權議題「發生機率」與「嚴重性」。

STEP 2

為納入利害關係人討論，根據員工、供應商、消費者分別的母體數，以 90% 信心水準、誤差範圍 10% 之抽樣方法進行問卷發放與回收，共計回收 294 份有效問卷。

STEP 3

X 軸為「發生機率」、Y 軸為「嚴重性」，將各軸分數相乘數字作為排序依據。將相乘分數之最高分數與最低分數間，以百分比進行劃分，針對前 80% 為高、中區間，最末端 20% 為低衝擊議題。

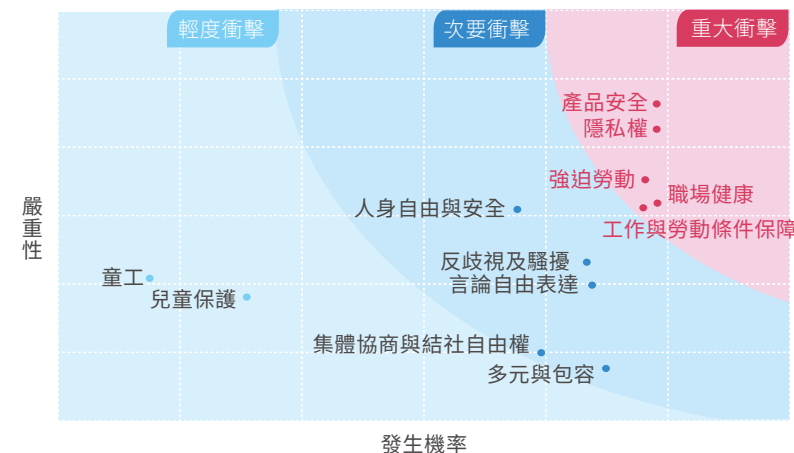
STEP 4

針對前述分數相乘、排序之結果，綜合公司自身與上下游節點的高、中、低各衝擊區間，繪製出 momo 人權風險矩陣圖。

• 人權風險鑑別結果

momo 鑑別出的前五大人權風險為「產品安全」、「隱私權」、「強迫勞動」、「職場健康」、「勞動條件保障」。詳細風險分布請見下圖：

momo 人權風險矩陣



人權風險減緩與補救措施簡表

momo 重大人權 風險議題	議題說明	影響價值鏈	減緩措施	補救措施	權責單位	詳細措施說明建議 對應報告書章節
產品 安全	<ul style="list-style-type: none"> 公司或供應商提供之產品或服務，未能完全揭露相關資訊，致使員工、消費者使用產生人身安全疑慮、或是未能確保提供產品或服務之使用正確性，造成安全、損害或濫用等問題 	上游	<ul style="list-style-type: none"> 要求供應商均需簽署（1）供應商／承攬商永續發展守則、（2）誠信經營聲明、（3）隱私權政策及（4）保密責任聲明 北區物流中心 2020-2022 通過「ISO 9001 品質管理系統」驗證，並規劃 2023 年將退貨、運輸納入外部稽核範圍 透過「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」三大檢驗類別防護網，確保產品安全 成立 momo 實驗室檢測商品，並培育檢驗人才 於採購合約訂有相關法規、標示與品質等之要求 	<ul style="list-style-type: none"> 訪廠制度 下架制度與查核要求改正制度，並加強進貨檢驗 定期與供應商聯繫掌握業務，並視情節進行查證釐清異常情事，並安排後續輔導、協助或終止合作 	物流管理處 電商事業處 電視事業處	2.4.2 供應商遴選與評估 3.1.1 商品品質管理與預防 3.1.2 商品行銷與標示管理
		momo 自身	此項議題若發生於 momo 自身營運，屬職場健康、工作與勞動條件保障議題之內容，相關措施請參閱此表後方「職場健康」、「工作與勞動條件保障」之欄位		人力資源部 勞安衛管理室	-
		下游	<ul style="list-style-type: none"> 設有神秘客、稽核機制 成立 momo 實驗室檢測商品，並培育檢驗人才 於採購合約訂有相關法規、標示與品質等之要求 	<ul style="list-style-type: none"> 多元客服管道 設有專人專責處理及跨單位通報流程，第一時間關懷客戶，並透過跨部門溝通，快速提供處理方式與賠償措施 	物流管理處 客服中心	2.4.2 供應商遴選與評估 3.1.1 商品品質管理與預防 3.1.2 商品行銷與標示管理
隱私權	<ul style="list-style-type: none"> 公司或其價值鏈可能未妥善管理商業訊息、消費者和員工的個人資料與資訊，以致發生資料被盜取、外洩或濫用 公司或供應商蒐集、處理或利用客戶或員工個資時，不符合個資法或相關資安規定 	上游	<ul style="list-style-type: none"> 要求供應商均需簽署（1）供應商／承攬商永續發展守則、（2）誠信經營聲明、（3）隱私權政策及（4）保密責任聲明 啟動供應商個資防護自評機制，供應商須完成線上自評，方可與 momo 配合 向供應商定期宣導資安與防護政策 進行實地／電話資安訪查 	<ul style="list-style-type: none"> 如有資安外洩疑慮，設有系統停權機制 以合約規範供應商通報、究責與補救措施，並設有違約金懲罰 	資訊科技處 物流管理處	2.4.2 供應商遴選與評估 2.4.3 供應商協作

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

- 5.1 人權關懷
- 5.2 員工招募與留任
- 5.3 績效評估與薪酬
- 5.4 員工發展
- 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

- 5.1 人權關懷
- 5.2 員工招募與留任
- 5.3 績效評估與薪酬
- 5.4 員工發展
- 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

momo 重大人權 風險議題	議題說明	影響價值鏈	減緩措施	補救措施	權責單位	詳細措施說明建議 對應報告書章節
隱私權	<ul style="list-style-type: none"> 公司或其價值鏈可能未妥善管理商業訊息、消費者和員工的個人資料與資訊，以致發生資料被盜取、外洩或濫用 公司或供應商蒐集、處理或利用客戶或員工個資時，不符合個資法或相關資安規定 	momo 自身	<ul style="list-style-type: none"> 設有資安委員會與小組 每年 momo 員工主管均須定期接受資安線上課程與測驗，並不定期舉辦演練 日常業務工作設有資料保密機制 遵守公司對個人資料保護之要求，妥善保管應徵者的個人資料，絕不外流 	<ul style="list-style-type: none"> 設有「資訊安全事件通報作業規範」 	人力資源部 資訊科技處	3.4.1 資訊安全治理 3.4.2 資訊安全與管理 5.4.2 人才職涯途徑與成效
		下游	<ul style="list-style-type: none"> 首創安全通信平台，隱碼宅配個資 強化線上支付驗證機制 建置與稽核內部個資保護系統，並每年 2 次內部稽核作業，確實遵守作業規範 設有「隱私權政策」專區 	<ul style="list-style-type: none"> 多元客服管道 依據「資訊安全事件通報作業規範」緊急應變消費者個資外洩 	資訊科技處 物流管理處 客服中心	3.4.2 資訊安全與管理 3.4.3 隱私保護
強迫勞動	<ul style="list-style-type: none"> 公司或其價值鏈中，發生強迫勞動與奴役情事，（如受到強迫工作、強迫加班與少報工時等要求） 公司或供應商涉及勞力剝削（如扣留身分證件）等非法人口販運行為 	上游	<ul style="list-style-type: none"> 要求供應商均需簽署（1）供應商 / 承攬商永續發展守則、（2）誠信經營聲明、（3）隱私權政策及（4）保密責任聲明 與物流供應商強化溝通，並透過內部查核是否有強迫勞動、員工出勤異常狀況等 	<ul style="list-style-type: none"> 定期與供應商聯繫掌握業務，並視情節進行查證釐清異常情事，並安排後續輔導、協助或終止合作 	物流管理處 電商事業處 電視事業處	2.4.2 供應商遴選與評估 2.4.3 供應商協作
		momo 自身	<ul style="list-style-type: none"> 擬定人權政策，承諾禁止強迫勞動情事 明定揭露「工作規則」、「出勤管理辦法」工時、休息與加班規定 建立差勤管理工具，透過管理報表提醒員工與主管工時狀況，並透過內部查核機制，每月查核排班表、出勤及加班，針對異常、違法超時加班事宜將立即通知與改善 針對新進、員工舉辦人權議題（含強迫勞動）講習與訓練課程，並特別針對主管實施各項法令遵循意識課程，建立正確的勞動管理觀念 特別關懷倉儲物流員工，因應企業營運安排與調度人力 強化人資專業養成 遵循法令規定，不得聘用童工，新進人員報到時實施身分證明查驗 	<ul style="list-style-type: none"> 訂有「員工意見申訴與處理辦法」 設立利害關係人專區，提供多元申訴管道 設立勞資會議進行勞資協商 積極處理勞資糾紛事件 	人力資源部	5.1.2 勞資溝通與權益保障 5.2.1 人力招募與流動
		下游	<ul style="list-style-type: none"> momo 為虛擬電商平台，無實體店面，係在平台提供產品 / 服務，故此人權議題應不適用於 momo 下游 		-	-

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

- 5.1 人權關懷
- 5.2 員工招募與留任
- 5.3 績效評估與薪酬
- 5.4 員工發展
- 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

momo 重大人權 風險議題	議題說明	影響價值鏈	減緩措施	補救措施	權責單位	詳細措施說明建議 對應報告書章節
職場 健康	<ul style="list-style-type: none"> 公司或供應商未依法提供適當安全衛生設備及措施，防止各類職場安全危害；又或未設置、提供足夠的安全衛生教育訓練而引發對健康危害的事件 	上游	<ul style="list-style-type: none"> 要求供應商均需簽署（1）供應商 / 承攬商永續發展守則、（2）誠信經營聲明、（3）隱私權政策及（4）保密責任聲明 執行訪廠，除確認產品品質，亦包含生產人員防護措施 每三年或依證書到期，將再重新執行覆核 要求承攬商簽署供應商 / 承攬商永續發展守則 針對承攬商進行教育訓練 依據定安全衛生鑑別規範，進行職場危害風險辨識，依其高風險優先訂定因應措施規範，預防事故 以合約約束安全衛生承諾與危害告知 	<ul style="list-style-type: none"> 採取必要緊急、搶救措施 於安全衛生管理委員會報告、追蹤與後續改善強化措施 定期與供應商業務聯繫，如有違反情事，將進行查證，且投入專人輔導、協助或終止合作 	物流管理處 電商事業處 電視事業處 勞安衛管理室 總務暨採購部	2.4.2 供應商遴選與評估 3.1.1 商品品質管理與預防 5.5.1 職業安全衛生管理推動 5.5.2 提升職場安全
		momo 自身	<ul style="list-style-type: none"> 擬定人權政策，承諾禁止職場不法與環境安全等事宜 提供員工協助方案（EAP） 設置「職業安全衛生委員會」 導入 ISO 45001，涵蓋範疇包含正職、約聘、派遣與承攬商員工 透過各種專業項目教育訓練、現場作業危害辨識與風險管控，防範職業災害發生 	<ul style="list-style-type: none"> 依據員工病況，由護理師探視、評估醫療處置。並協助員工評估重回職場是否調整業務可能 	勞安衛管理室 人力資源部	5.5.1 職業安全衛生管理推動 5.5.2 提升職場安全 5.5.3 健康樂活職場
		下游	<ul style="list-style-type: none"> momo 為虛擬電商平台，無實體店面，係在平台提供產品 / 服務，故此人權議題應不適用於 momo 下游 		-	-
工作與勞 動條件 保障	<ul style="list-style-type: none"> 公司或其價值鏈中的工作環境或勞動條件不符合法定法規要求，無法保障員工工作基本權利，或者透過其他勞僱契約剝奪既有需求工作（如使用契約工、派遣工、大量外勞等），以及在自動化發展後對於勞動權造成之衝擊 	上游	<ul style="list-style-type: none"> 要求供應商均需簽署（1）供應商 / 承攬商永續發展守則、（2）誠信經營聲明、（3）隱私權政策及（4）保密責任聲明 	<ul style="list-style-type: none"> 定期與供應商業務聯繫，如有違反情事，將進行查證，且投入專人輔導、協助或終止合作 	物流管理處 電商事業處 電視事業處 總務暨採購部	2.4.2 供應商遴選與評估 2.4.3 供應商協作

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

- 5.1 人權關懷
- 5.2 員工招募與留任
- 5.3 績效評估與薪酬
- 5.4 員工發展
- 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

momo 重大人權風險議題	議題說明	影響價值鏈	減緩措施	補救措施	權責單位	詳細措施說明建議對應報告書章節
工作與勞動條件保障	<ul style="list-style-type: none"> 公司或其價值鏈中所提供的勞動條件與環境無法妥善保障員工生活、健康與安全，例如輪班休息時間過近、連續上班時數過高、敘薪過低無法支持生活、工作環境危害過高等未確保員工擁有享有公正工作條件的權利 	momo 自身	<ul style="list-style-type: none"> 擬定人權政策，承諾禁止職場不法與歧視等事宜 隨時更新因應政府法令修訂，以確保符合法規要求 積極杜絕、防範任何歧視、霸凌與性騷擾行為發生，訂有「員工申訴辦法」及「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，相關防治、糾正及補救措施皆依法辦理 不定期教育訓練、宣導，禁止就業歧視、性別不平等、職場不法侵害、性騷擾、反歧視與騷擾等 設有勞資會議，由勞資代表共同討論與改善相關的勞工權益、員工福利、職安衛等事項 任用流程三階段設置把關確保非法雇用情事 	<ul style="list-style-type: none"> 針對各項議題提供多元申訴管道，如訂有「員工意見申訴與處理辦法」、設立利害關係人專區、員工申訴／職場不法侵害申訴、性騷擾申訴及申復機制、性別平等法之申復機制 	人力資源部	5.1.1 人權管理 5.1.2 勞資溝通與權益保障
		下游	<ul style="list-style-type: none"> momo 為虛擬電商平台，無實體店面，係在平台提供產品 / 服務，故此人權議題應不適用於 momo 下游 		-	-

2022 年勞動法遵及性別平等相關課程執行成果

員工類型	課程主要內容說明	每人應受訓時數	實際受訓人數	課程參與率 (實際受訓人數 / 應受訓人數)
新進人員	新進人員報到當天實施 3 小時之講習，包含以下人權相關議題： <ul style="list-style-type: none"> 員工權益（工作規則及相關管理辦法） 性別工作平等法及性騷擾防治法講習 各種勞資溝通管道說明 	1	986	100%
在職人員	<ul style="list-style-type: none"> 性別工作平等法及性騷擾防治法宣導 性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法宣導 員工意見信箱與投訴管道宣導 	1	3,001	100%
組長級以上主管	<ul style="list-style-type: none"> 員工權益及勞動法遵意識訓練 性別平等及性騷擾防治意識訓練 職場安全與霸凌防治意識訓練 	3	38	100%

2022 年，透過上述教育訓練及申訴管道宣導，共接獲 6 件員工申訴（含性騷擾申訴），皆已全數積極處理，妥善解決。

申訴類別	員工申訴	職場不法侵害申訴	性騷擾申訴
申訴管道	設置專屬員工申訴信箱與辦法	設置專屬員工申訴信箱與辦法	設置專屬申訴信箱、專線與辦法
專責單位	人力資源部	勞安衛管理室	性騷擾申訴處理委員會
皆可在安全及保密情況下傳達意見	<ul style="list-style-type: none"> 專責單位接獲申訴案件後，進行調查，必要時成立專案小組，直接向總經理呈報與建議，經核示後，完成後續具體處理方案。 加強暢通內部申訴管道並降低及預防勞資糾紛與爭議：2022 年共接獲 6 件員工申訴（含性騷擾申訴），已了解並積極處理，後續不再有申訴之情形。 		

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

- 5.1 人權關懷
- 5.2 員工招募與留任
- 5.3 績效評估與薪酬
- 5.4 員工發展
- 5.5 健康與安全職場


CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

多元及性別平權

為加強本公司性別平等、多元性別之意識建立，推廣家庭與生活平衡，消除性別及性傾向歧視，使同仁能在多元包容的職場環境中工作，momo 於 2021 年 8 月 1 日正式成立「性別平等推廣委員會」，由各高階主管擔任當然委員推動各項措施，積極創造友善的工作場域。依據不同部門別（電視購物、網路購物、物流人員、客服人員、工程師等）亦網羅各式多元之員工，一直以來皆未因性傾向、性別認同之因素對同仁有任何差別對待，使員工能在 momo 安心自在的做自己，在展現自我人格的環境中共同為公司發展努力。momo 致力提升全體同仁尊重與共融的意識，打造友善職場，榮獲政府「2022 年台北市職場性別平等認證 - 金質獎」殊榮肯定。

2022 年推動與執行情形

執行內容	執行情形
momo 安心小站 EAP 電子報	為落實營造正向職場文化、強化員工心理健康，公司與專業諮詢機構配合導入員工協助方案，協助員工心理、工作、理財、醫療等諮詢管道，於「momo 安心小站 EAP 電子報」宣導如職場兩性平等議題，強化員工關懷，增進員工關係。 
性別工作平等法、 性騷擾防治宣導及測驗	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2022 年新進及含在職訓練受測人數共 3,987 人次，參與率與達成率皆為 100%。 ✓ 2022 年性別平等推廣課程共 1 場，課程滿意度達 80 分以上。 ✓ 自 2021 年起增進全體員工性平意識宣導，累積總受訓 5,825 人次，完訓率 100%。
開辦女性主管培力 課程與講座	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2022 年開辦女性主管培力課程與講座共 9 場。 ✓ 2022 年盤點女性主管及女性員工受訓比例達 64%。



▲ 臺北市職場性別平等認證 - 金質獎證書



▲ 臺北市職場性別平等認證 - 金質獎獎座



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

• 5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

5.1.2 勞資溝通與權益保障

GRI 409-1 2-30

momo 在乎與重視每位同仁的感受與想法，因此，我們建立多元的溝通管道，強化勞資溝通與對話機制，積極宣導各項勞資溝通管道，正視每一位同仁的心聲並協助員工尋找解決問題的方式。同時，不定期利用員工大會（疫情期間改以信件方式）與主管會議，傳達公司重大訊息及政策，藉此打造雙向且開放的溝通管道、凝聚共識，促使公司與員工朝向共同目標前進。

勞資溝通與權益促進

和諧的勞資關係是公司能穩定發展的基石，為傾聽員工最真實的聲音，有效協調勞資關係及促進勞資合作，設置勞資會議委員，並每季固定開會，2022 年共計召開 4 次勞資會議。目前勞方代表及資方代表各 10 位，勞方代表是由全體員工直接選舉得出，匯集主要營運據點包括內湖總公司、三重湯城園區、北區物流中心等工作場域之勞方意見。2022 年經勞資會議決議擴大彈性工時，增加出勤班別時段供同仁選擇，以利同仁在家庭與工作上有更大的彈性時間安排。

重大營運變化提前告知

若遭遇重大營運變化且影響擴及員工，momo 將預先與員工進行聘僱溝通，並遵循勞動基準法規定之預告期，工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；而繼續工作三年以上者，於三十日前預告之，以保障員工權益，2022 年未發生相關事件。

傾聽員工聲音

momo 著重於勞資溝通管道之推廣，以了解與處理員工問題，員工對於公司有任何意見與想法，皆可透過利害關係人專區及內部員工申訴信箱提出建議，與公司進行對話與溝通，確保員工權益獲得保障。

2023 年將持續重視員工心聲，除持續宣導公司各項溝通管道外，將進行評估及規劃員工滿意度調查，以做為 momo 與員工的對話橋樑，進而了解員工需求並予以精進，提升員工幸福感與向心力，將資源放在對的地方，以增進企業競爭力。

5.2 員工招募與留任

momo 將「多元共融的文化」做為招募、留才的基礎，為因應多元化通路與發展需求，各單位依據離退狀況適時遞補人力，並以公平、公開、公正且有效率之招募，依據專業能力與經驗遴選優秀適任之人才，且 momo 向來恪遵勞動相關法規之規定，保障員工合法權益且雇用政策無差別待遇，對於內部職缺有所興趣之同仁，亦可經現職主管同意後，至新單位應試，藉此提供同仁多元化之工作機會與職涯轉換發展，以留任更多優秀且有願意多方嘗試之員工。持續營造開放多元且包容的工作環境，並引進多元化的人才。

5.2.1 人力招募與流動

GRI 2-7 202-2 401-1 405-1 404-2

因應公司邁向新時代科技公司，透過公開招聘、且善用多元徵才管道，momo 積極延攬電子商務人才、高科技數位人才及智慧倉儲物流人才，吸引新世紀人才青年，藉此開創年輕人展現的舞台，並共同締造業績榮景，朝向亞洲首選的虛擬購物平台願景邁進。

多元聘用與成效

- 遵循「勞動基準法」絕不聘用未滿十五歲之人員。
- 持續提供身心障礙之族群更多工作機會，截至 2022 年底超額進用身心障礙人數為法定之 1.1 倍，共 33 名身心障礙員工，其中最資深為 18 年，顯現 momo 絕不以身心障礙與否評斷員工之工作能力，將身心障礙求職者一視同仁，按其工作能力給予工作機會。
- 2022 年 momo 聘用政策也持續納入多元化價值，給予原住民及中高齡者更多就業機會，持續強化友善工作環境。
 - （1）原住民員工當年度共 21 名，新進 1 名且留任率達 100%。
 - （2）50 歲以上中高齡員工當年度新進 17 名，且留任率達 71% 以上。
 - （3）建立性別平等職場，除女性員工人數超過男性員工外，近三年女性員工擔任主管職人數皆略高於男性，顯見 momo 所提供的職場環境，展現性別平等推動之成效。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

• 5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

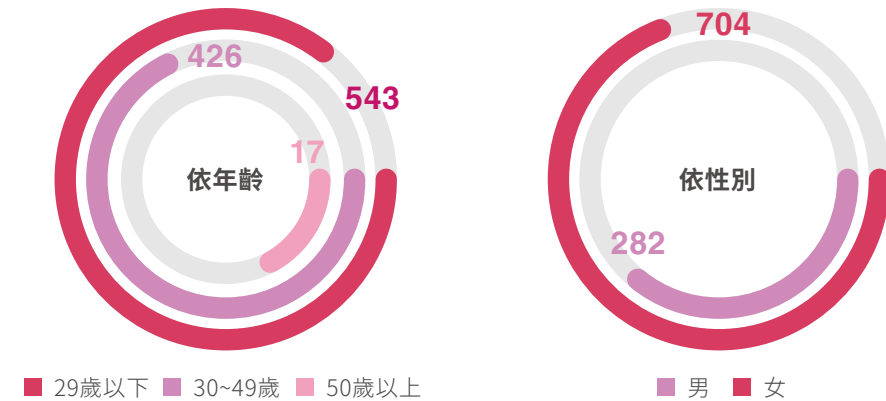
CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

離退管理與輔導

- momo 以積極正向態度看待離職率，離職原因若屬 momo 可努力之處，將作為改善方向；離職原因若為員工個人生涯規劃，將協助提供轉職資訊並給予祝福。
- momo 會針對每位自請離職的員工，進行離職面談了解原因，若員工仍有意於 momo 任職，將協助內部轉調之面試，提升員工之就業機會。
- 針對績效不佳之員工，momo 進行績效改善計劃，若依約定期限仍未達標準者，將進行資遣面談使員工理解原因；並依法遵循預告期間及資遣費之給予，及提醒員工政府失業給付請領之權益。
- 2022 年度自願離職者 686 人、非自願離職者 19 人、自願轉任至子公司任職者 20 人，總計離職人數為 725 人；扣除轉任員工，自願離職率為 22.60%，非自願離職率 0.63%。
- 員工若面臨退休、資遣時，momo 除依法給發退休金、資遣費外，員工並可於在職期間透過員工協助方案（EAP）尋求協助，以支持員工生涯規劃之過渡期間；惟目前 momo 退休人數僅為個位數，故尚無相關申請案例。

2022 年新進人員年齡及性別

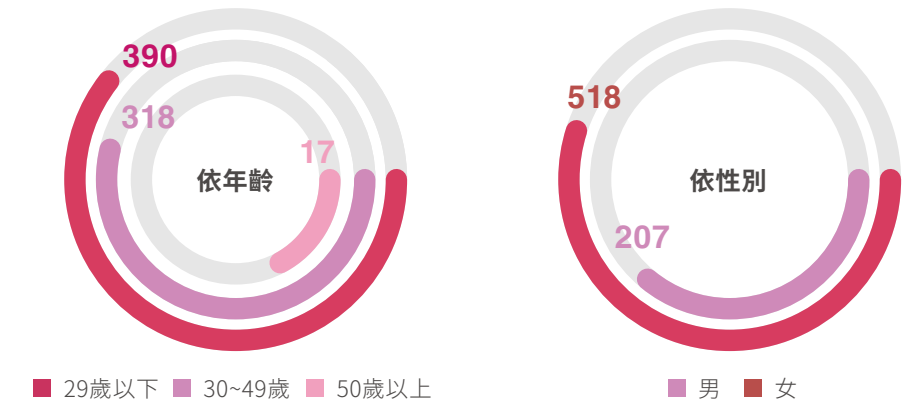


新進與離職人員佔比

分類		2022			
		新進		離職	
		人數	佔比	人數	佔比
年齡	29 歲以下	543	17.89%	318	10.48%
	30~49 歲	426	14.04%	390	12.85%
	50 歲以上	17	0.56%	17	0.56%
合計		986	32.49%	725	23.89%
性別	男	282	9.29%	207	6.82%
	女	704	23.20%	518	17.07%
合計		986	32.49%	725	23.89%

（註）新進員工與離職員工佔比，以年底總員工人數統計，分母為 3,035 人。

2022 年離職人員年齡及性別



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

• 5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

5.2.2 員工結構

GRI 2-7 2-8 2-7 102-8 202-2 405-1

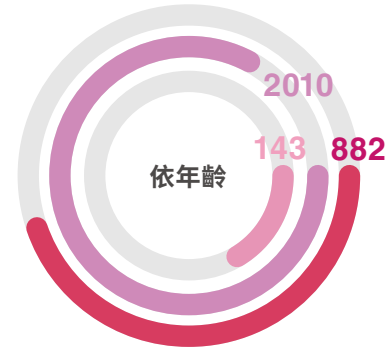
momo 以聘用當地員工為主，全體員工皆為台灣籍，截至 2022 年底，momo 員工人數為 3,035 人（正職 2,975 人、約聘 44 人、內部經理人 16 人），其中女性員工佔大多數，達 64%；員工平均年齡為 35.38 歲；平均年資為 4.86 年；學歷分佈則以大學為主，佔比達 62.34%。另 momo 為提供更高之出貨與客戶服務效率，每月平均約有 1,132 人次之非員工工作者協助公司相關業務執行，其中，98% 為協助物流理貨作業人員，2% 為協助電話客服人員。

（註 1）約聘係指定期契約員工（如實習生、約聘制工讀生等），與正職人員福利差異為未具年終獎金、節金之發放資格，其餘比照正職人員。

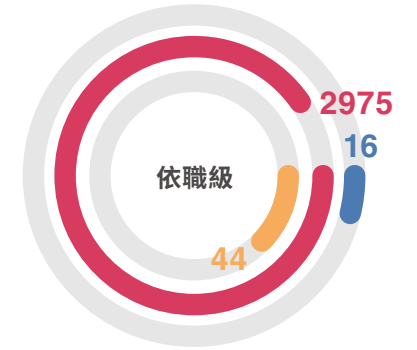
（註 2）非員工的工作者，係指派遣人員，屬於派遣公司員工。



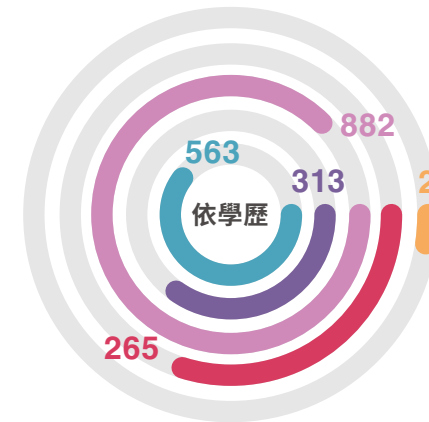
2022 年員工分布



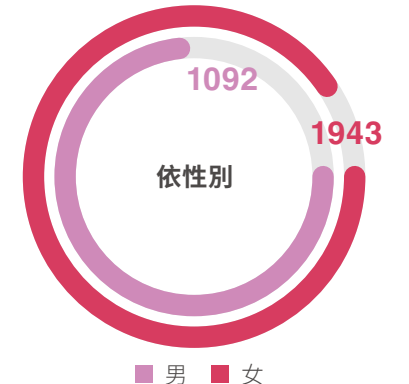
■ 29歲以下 ■ 30~49歲 ■ 50歲以上



■ 內部經理人 ■ 正職員工 ■ 約聘員工



■ 博士 ■ 碩士 ■ 大學
■ 專科 ■ 高中以下



■ 男 ■ 女

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

• 5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

2022 年各類型員工性別分布

員工類型	男性		女性	
	人數 (人)	比例 (%)	人數 (人)	比例 (%)
管理階層	131	4.32%	159	5.24%
技術人員	215	7.09%	79	2.60%
一般員工	746	24.57%	1,705	56.18%
合計	1,092	36%	1,943	64%

員工類型	男性		女性	
	人數 (人)	比例 (%)	人數 (人)	比例 (%)
不定期契約勞工	1,078	35.52%	1,913	63.03%
定期契約勞工	14	0.46%	30	0.99%

員工類型	男性		女性	
	人數 (人)	比例 (%)	人數 (人)	比例 (%)
全時勞工	1,092	35.98%	1,942	63.99%
部分工時勞工	0	0.00%	1	0.03%
零工經濟者	-	-	-	-

(註 1) 本表管理階層為課級以上主管人員。

(註 2) 技術人員為本公司職稱為「工程師」之員工。

(註 3) 不定期契約勞工 (permanent employees) - 與員工簽訂沒有期限的合約，只要工作內容具備繼續性，除非被裁員或自動離職，否則可以持續工作。有資遣費、雇主須提繳退休金。

(註 4) 定期契約勞工 (temporary employees) - 只有在特殊情況與員工簽訂有限合約，如有臨時性、短期性、季節性或特定性的工作，契約到期就須離職，無法繼續工作，除非雇主願意續約。無資遣費、雇主須提繳退休金。

(註 5) 全時勞工 (full-time employees) - 依據台灣勞基法第 30 條第 1 項，勞工正常工作時間，每週工時 40 小時，每日工時 8 小時的勞工。

(註 6) 部分工時勞工 (part-time employees) - 工時未達全時勞工的條件 (每週工時 40 小時，每日工時 8 小時) 之勞工，便是部分工時工作者，而對於部分工時員工，其法定權益與全時勞工是一樣的，只是基本工資或休假的部分可以按其工作時間的比例減少。

(註 7) 零工經濟者 (non-guaranteed hours employees) 台灣勞基法尚未有名詞定義，為非典型就業，即「按案式」的工作，僱主不保證最低工時。「零工經濟」原始定義為自由、兼職勞動者在短期、完成工作且得到一次性報酬。如共享經濟平台的外送人員。

(註 8) 各類型員工分布佔比以年底總員工人數統計，分母為 3,035 人。

5.3 績效評估與薪酬

優秀人才是 momo 運營的根基，隨著電商產業的快速蓬勃發展，momo 近年來亦迅速成長。我們的員工依營運需求具多元性，並提供基層員工較法定基本工資高之起薪標準，且不分種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙、星座、血型、以往工會會員身分等；而是依照學經歷、工作經驗、績效表現、專長技能等條件給予員工公平、合理之薪酬待遇，建立適才適所的工作環境。

5.3.1 績效與獎酬制度

GRI 2-20 2-21 202-1 401-2 404-3 405-2

薪資制度與關鍵數據

momo 以同仁職務為基礎，並衡量市場薪資水準及公司營運狀況、個人績效達成等，建立薪酬架構與制度，薪酬架構主要為每月薪資、其他獎金、年終獎金及員工酬勞。momo 訂有「員工晉升及調薪管理辦法」每年定期衡量外部薪資水準及綜合評估公司與員工績效達成狀況，進行薪資調整作業，以提供員工具有競爭力與激勵性之薪資報酬，確保能有效地留住內部優秀同仁，以及增加外部人才的拉力。而內部經理人之薪資待遇部分，每年於「薪資報酬委員會」提案討論，以檢視個人表現、公司營運績效與未來風險之關聯合理性，作為調薪與年終獎金發放標準，由薪資報酬委員會提出建議，經董事會核准後調整及發放。

為提升內部薪資競爭力，以吸引及留任優秀人才、穩定員工生活品質及基層人員薪資待遇，2022 年新進電話行銷業務人員起薪高於法定基本工資 1.09 倍、其他正職人員高於法定基本工資 1.19 倍。此外，momo 積極配合我國證券交易所修訂之辦法，新增揭露非擔任主管職務之全時員工薪資平均數，以行動力展現 momo 對於員工之重視。

2022 年非擔任主管職務之全時員工共 2,589 人，年薪資平均數為 84.2 萬元，年中位數為 72.4 萬元，與 2021 年相比，全時員工人數成長 13.2%。年薪資平均成長 -2.9%、年薪中位數成長 -2.5%。2022 年度非主管職務之全時員工平均年薪及

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

中位數略低於 2021 年，其主因為 momo 持續辦理擴大招募，且基層員工人數佔比增加，故影響整體平均年薪金額。另外，2022 年涵蓋協理以上主管職務之全員工（不含約聘人員）最高個人之年度收入相較於其他員工當年度收入中位數比例為 11.31：1；最高個人之年度收入增加之百分比相較於其他員工當年度收入增加百分比之中位數比例為 1.61：1。其他的 momo 非員工之工作者，於設定聘僱條件時，薪資最低門檻皆高於基本工資。

2022 年男女員工薪酬比例表

層級	基本薪資		薪酬（含獎金總額）	
	女	男	女	男
管理	1	1	1	1.09
非管理	1	1	1	1.08
全公司總平均	1	1	1	1.13

說明：

（1）管理為課長以上人員

（2）女性為 1 作為比例

（3）獎金含業績獎金、年終獎金

（4）不含約聘時薪工讀生

（5）協理級以上職級男性年資高於女性年資，故管理層級男性薪資薪酬比例相對略高於女性

績效評估制度

落實以績效為依歸的薪酬政策，我們定期進行全員績效評估，共分為三階段進行，年初的目標設定、年中評核與年底評核，以及透過主管與同仁的績效面談，適時指導並協助員工精進工作技能，達到有效的雙向溝通。公司並訂有道德行為準則，明確規範員工應遵循之企業倫理事項及應履行之責任義務，員工之職場行為亦列入績效評核標準，並依其行為表現給予明確之獎勵及懲處。



目標設定

員工應該於每年年初完成個人目標設定，並與直屬主管討論。



年中評核

評核主管針對受評者半年之工作表現給予一對一的討論與回饋，並於績效管理表格中做成記錄。



年底評核

受評者針對當年度的個人目標達成狀況與主管進行面談與確認，再由評核主管針對員工目標設定及職場行為進行評分，作為員工發展、調薪及未來晉升的參考依據。

2022 年正職員工不分性別、職務類別，全員接受並完成年度評核。

5.3.2 員工福利制度

GRI 202-1 401-2 401-3 404-3

秉持「生活大小事，都是 momo 的事」，momo 落實員工多元化照顧，除設有多項優於法令之工作福利外，另設置職工福利委員會，每月就職工薪津內扣繳 0.5% 及營業收入內提撥 0.1% 作為福利金，由委員會統籌運用辦理員工福利相關事宜，負責規劃與執行年度各項福利方案及措施，以謀取員工最佳福利、促進員工身心健康與生活平衡為目標。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

• 5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

標準福利項目

momo 提供正職員工各項標準福利事項，包含以下七大類福利事項：

項目	說明
獎金發放	• 年終獎金、資深員工獎勵金
福利津貼	• 公傷急難救助補助金、端午 / 中秋節金、生日 / 結婚 / 生育禮金、子女教育補助金、0-6 歲育兒補助
娛樂補助	• 旅遊補助金、社團活動補助金、每月幸福下午茶、慶生會、每月商攤試吃會（2022 年因疫情停辦）
保險與健康	• 團保費公司負擔 70% 以上眷屬加保優惠、定期健康檢查 • 加保法定傳染病保險，由公司全額負擔（保險期間至 2022 年 7 月 31 日止）
彈性工時與給假	• 30 分鐘彈性上下班、災防假（颱風）優於勞基法不扣薪並加給出勤津貼 • 妊娠未滿三個月流產同仁，優於法規規範給予有薪產假 • 施打 COVID-19 疫苗第一劑、第二劑及追加劑之當天，均享有薪疫苗假 • 於法令修正前，即優於法令給予七天產檢假
優惠項目	• 員工優惠購物、關係企業員工優惠、特約商店優惠、員工貸款優惠、關係企業保險優惠、關係企業電信優惠
福利設施	• 聘用視障按摩師提供員工紓壓按摩、員工健身房、設置醫護室及專業醫護人員

面面俱到的母嬰關懷

momo 因產業特性女性員工超過 6 成，且平均年齡落在 34.2 歲，正值生育階段，momo 規劃及採取必要之安全衛生措施，推動母嬰關懷制度，提供各階段不同需求的協助，達到母性員工健康保護、且友善孕育之目的，以下針對母嬰關懷措施進行說明：

momo 的母嬰關懷措施	內容
母性關懷議題線上講座	推廣母性關懷議題，幫助母性員工解析嬰幼兒情緒發展及副食品添加知識。
母性關懷－懷孕及產後衛教、臨場醫師面談	momo 訂定「母性健康保護規則」，針對妊娠中女性員工、產後一年內之女性員工、分娩滿一年後仍在哺乳之女性員工，提供懷孕前中後之衛教與產後哺乳資訊、關懷與服務。
乾淨又溫馨的哺集乳室	 <p>目前本公司於全台各地辦公場所共設置五間哺集乳室，提供有哺集乳需求之員工使用，充分保護母性就業及家庭照護。其中總部大樓與瑞光大樓辦公室，皆於 2022 年取得臺北市府衛生局哺集乳室之優良認證。</p>
提供托兒措施	與托育機構簽訂企業服務合約，提供集團員工優待方案。
育兒津貼：0-6 歲育兒補助發放，每年最高 10,000 元	自 2021 年 9 月首次開辦，至 2022 年底共計補助員工子女 620 人次，由公司、福委會共計支出 3,100,000 元。
生育補助：每胎補助 5,000 元	2021 年 7 月起提高補助額，至 2022 年底支出總額 223,000 元及補助人數 44 人。
婦幼專屬汽（機）車停車位	momo 於辦公大樓地下停車場自由車位樓層，特規劃一區「婦幼專屬汽（機）停車位」，該區鄰近進出口區並設置監視器設備，目的在於讓母性員工有更便捷與安全的上下班空間。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

育嬰留職停薪制度

momo 配合政府推動育嬰留職停薪制度，讓員工能夠更彈性地運用於育嬰及照護子女，並提供且保障期滿復職員工恢復原職。若員工因家庭照顧需要，提出轉調需求，則主動協助員工復職後轉任至適當職缺，以協助員工能兼顧家庭與工作。

項目	男	女
當年度符合育嬰假申請資格人數 (A)	39	97
當年度實際育嬰假申請人數 (B)	3	35
申請率 (B/A)	8%	36%
請育嬰假者於當年度應復職人數 (C)	4	46
當年度實際申請復職人數 (D)	1	36
復職率 (D/C)	25%	78%
上一年度復職人數 (E)	8	31
上一年度復職滿一年人數 (F)	5	25
留任率 (F/E)	63%	81%

員工持股信託制度

除上述福利外，為能落實員工照護，以達企業勞雇關係的永續經營，進而提升本公司員工向心力並強化優秀員工之留任，自 2020 年 1 月起，開辦員工持股信託已兩年。此制度是由資深專員及基層主管以上職級之員工，每月固定自薪資中提撥一定金額之自提金，加上公司另提撥相同金額之公提金，來鼓勵員工每月定期定額投資 momo，成為 momo 股東一份子的同時，與公司共同分享經營成果，健全企業經營。截至 2022 年 12 月 31 日之在職員工，符合資格人數為 1,099 人，自願入會為 925 人，參加率達 84.2%。本公司 2022 年度入會人數較 2021 年 12 月成長 22%，顯見員工對於公司發展之信心；累積公提金支出共計 2,307 萬元，較 2021 年成長 13%。

退休制度

momo 根據「勞動基準法」及「勞工退休金條例」相關規定，為全體員工規劃「員工退休辦法」，辦理員工退休事宜；並確保公司足額提撥，保障員工未來請領退休金的相關權益。員工若符合下列情形任一項者，得申請自願退休。

- 任職滿十五年以上，年滿五十五歲者。
- 任職滿二十五年以上者。
- 任職滿十年以上，年滿六十歲者。

退休金制度	制度內容	2022 年度提撥金額
舊制退休金	依「勞動基準法」訂定之員工退休辦法屬確定福利計畫，按月就薪資總額百分之二提撥退休金基金並提繳至臺灣銀行之專戶，每年由勞工退休準備金監督委員會召開次年度符合退休資格人員退休金審查會，並委任精算師進行退休金準備金精算，以確保 momo 員工之退休金權利。	0 元 ^(註)
新制退休金	依「勞工退休金條例」訂定之員工退休辦法屬確定提撥計畫，每月以員工薪資百分之六提撥勞工退休金至員工個人專戶。	110,149,847 元

(註) 經核算舊制退休金已足額提撥，故依法申請暫停提繳，暫停期間為 2022/01 起至 2022/12 止。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

• 5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

5.4 員工發展

員工是企業建構核心競爭力重要關鍵，也是邁向永續經營重要基礎，momo 除了逐步建置完整教育訓練體制與發展外，持續依照各職務類別展開培訓課程，號召同仁加入學習，亦投入不同管道增加全體員工學習頻率與資源。期望透過新知的輸入與培訓，轉化員工在自身職務上的產能輸出，以培育符合公司正向成長所需人才。momo 以企業永續人才發展為目標，奠定組織快速發展之成效，鼓勵同仁自我學習，工作之餘提供同仁適當的學習課程，打造快樂的工作環境。

5.4.1 人才培育與發展 GRI 404-1 404-2

為深耕企業永續之育才文化，滿足員工對職涯與技能的需求，並提升企業實力與營運績效，momo 自 2021 年起運用多元線上學習資源，線上學習觸及員工數達 100%，受訓時數累計逾 9 萬小時以上，預計將從 2023 年起，全面導入「訓練學習系統平台（HRD）」，展開企業內訓數位化之數位轉型階段，目標架構完善教育訓練規劃與學習園地，包含線上學習課程（e-learning）、線上測驗、實體課程、外訓課程等學習歷程與教學資源管理，混成學習達到相輔相成之成效，並配合未來職務、業務與職涯發展需要，規劃多元學習發展計畫指引發展職務技能，清楚學習目標與方向，持續使每位員工應用所學於工作中，打造出由下而上的學習氛圍與正向積極的企業文化，讓公司對內留住好人才、對外招攬更多新血，協助提升員工競爭力並發掘核心人才，建立高績效人才發展體系，進而達成公司策略目標。2022 年人均教育時數成長率達 8%。



人才培育亮點

不同層級平均受訓時數				整體平均 (小時)	平均年成長率
年度	性別	主管職 (小時)	一般員工 (小時)		
2020	男	24.40	13.70	16.55	—
	女	22.62	17.37		
2021	男	20.64	31.45	30.26	83%
	女	20.02	31.17		
2022	男	25.08	32.47	32.76	8%
	女	22.95	34.12		

（註）主管職為課級階層（含）以上員工，一般員工為課級階層以下員工。

2022 年教育訓練重點績效

總受訓時數	總受訓人次	總投入費用	每位正職員工平均訓練成本支出
121,463 小時	49,223	\$4,120,771	\$1,111

（註）2022 年投入訓練學習系統平台建置費用及執行特定訓練課程，以致投入費用顯著增加。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

• 5.4 員工發展

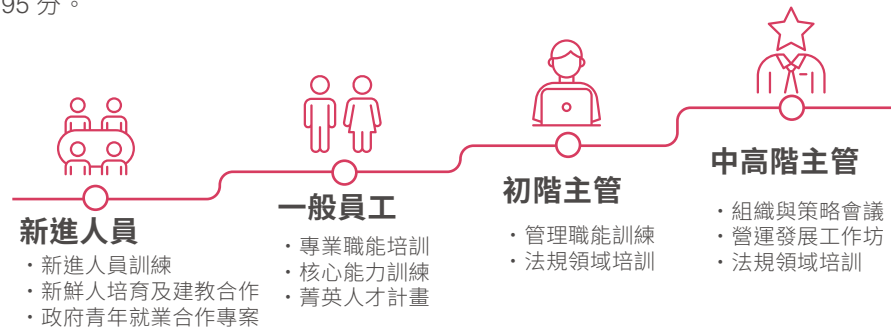
5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

5.4.2 人才職涯途徑與成效 GRI 404-2

momo 訓練架構分為六大類，分別為新進人員訓練、專業職能培訓、數位學習、卓越服務與發展、團隊共識與自我成長及管理階層培訓，每年依照訓練藍圖以系統化方式規劃，循序漸進各職務類別訓練，並確保訓練品質及學習落實，於課前需求了解、規劃，課後追蹤落實，後續針對課程之改善精進，課程滿意度逐年提升達 95 分。



	新進人員 訓練	專業職能 培訓	數位學習	卓越服務 與發展	團隊共識與 自我成長	管理階層 培訓
受訓 人次	986	16,696	28,926	1,760	471	384
受訓 時數	2,958	81,228	28,926	2,638	4,239	1,474

(註) 訓練架構六大類培訓方式包含實體學習及線上學習形式進行，故整體 2022 年線上學習時數達 49,000 小時。

新進人員

為使新進同仁快速融入組織團隊與工作環境，於報到當週進行新人教育訓練，包含認識公司願景與文化、組織介紹、制度規章、工作環境、人權議題相關課程。除當週入職訓練外，進入所屬部門後將由所屬單位主管及資深同仁，依部門的工作內容及特性，安排相關專業知識 OJT (On Job Training, 在職訓練)。

新鮮人培育及建教合作

為了增進產學合作及提供學以致用的機會、支持地方教育，momo 持續與大專院校合作「實習生計畫」、「新鮮人專案」，提供不同領域工作機會，藉由師徒制方式，增進實務經驗，幫助學生結合所學加強自我專業能力，並由學生定期回饋實習報告，每月學校老師定期參訪工作環境，透過提前踏入職場前的體驗文化及磨練，增加實習機會鍛鍊職場能力，累積職場經驗與人脈，協助同學與職場接軌發揮所長，並於畢業後優先評核錄用為正式員工。



成果：2022 年共任用 61 人，較 2021 年成長 85%

類別	學校名稱	人數	實習合作期間
實習生計畫	德明財經科技大學	7	2021/08/01-2022/05/31 止
		28	2022/08/01-2023/05/31 止
	開南大學	3	2021/07/01-2022/06/30 止
		4	2022/07/01-2023/05/31 止
	南臺科技大學	4	2022/07/01-2023/06/30 止
	實踐大學	9	2022/08/01-2023/05/31 止
新鮮人專案	—	6	—
合計		61	



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

• 5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

政府青年就業合作專案

momo 自 2020 年起參與勞動部「青年就業旗艦計畫」，提供 29 歲以下青年務實致用之就業機會及工作崗位培訓制度，每位青年皆安排一位導師親自帶領，透過即學即作訓練課程和觀摩學習，協助青年瞭解組織運作，以及培養青年良好職場態度與提升工作能力，其中，導師不僅提供工作上的指導，也分享職場及人生經驗，讓青年更瞭解自己的未來職涯方向，提升台灣青年競爭力。



成果：2022 年共任用 121 人，較 2021 年成長 49%。

數位學習

透過線上課程提高全體員工學習效率，內容包含人權議題相關課程（員工權益工作規則及相關管理辦法、性別工作平等法及性騷擾防治法宣導、性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法、員工意見信箱與投訴管道說明）、員工誠信經營守則、道德行為準則、營業秘密保護法、智慧財產權宣導、內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序宣導、反貪腐反賄賂、資訊安全保護個資法、對外防駭客、對內防洩漏、社交攻擊防禦實務、勞工職業安全衛生法、內部控制制度等訓練宣導，課後測驗需達規定之成績才算通過，以達訓練目的。momo 十分重視員工權益，為營造提供給員工更健康安全的工作環境，每年定期執行法遵線上學習訓練，以加深同仁觀念。



成果：28,926 受訓人次。

卓越服務與企業文化

- 卓越服務訓練：秉持「物美價廉、優質服務」的核心理念，延續「生活大小事，都是momo的事」的經營目標，期能達到「顧客服務滿意從心開始」、「建構顧客滿意導向的服務」、「建立樂於服務的團隊與企業文化」三大目標，持續提供消費者友善購物環境與親切服務。
- 企業文化宣講：以「誠信、親切、專業、創新」四大共同價值觀，持续提升同仁意識，進而提供更優質之全方位服務理念，並落實至員工專業職能教育。
- 透過高階主管傳授為momo理念埋下傳承種子，持續傳遞正向力量，截至2022年累積總受訓時數達12,000小時以上。

團隊共識與自我成長

- 舉辦電商業務人員誓師大會，打造團隊高績效的精神，由董事長、總經理及各級主管帶領其團隊進行分組競賽，藉由競賽發揮個人與團隊的分工互助，凝聚向心力，增進溝通及目標達成的熱情，讓團隊在面臨資源限制與整合分配情況下，建立團結一致、勇往直前的衝勁，並藉由活動訂立各項目標，透過良性競爭與相互合作，共同攜手突破業績目標，再創佳績。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

• 5.4 員工發展

5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

專業人才培力

為提升員工在職期間工作職能，除透過主管與資深同仁傳授工作技能訓練，亦由各部門自辦專業技能與知識課程，促進內部專業技術知識分享與傳承，提供多元學習管道，不侷限公私立訓練機構舉辦與同仁職務相關專業課程、活動或業務相關之考察、觀摩，鼓勵同仁持續深耕專業領域訓練，並配合各單位作業及需求，加強安排相關專業證照之取得，以培養員工持續學習與自我充實，並藉由專業認證來加強自身職場競爭力，認證通過率 100%。

菁英人才

由高階經營團隊提拔內部擁有強烈企圖心並具備專業能力之優秀潛力人才，並提供較優待遇與快速升遷管道，透過十八個月廣度及深度精實培訓、教練專業指導以及階段性評鑑機制，由菁英人才發掘與執行工作中可改善或創新精進之方向為目的歷練。執行成果截止 2022 年累計 5 位人才通過評鑑，晉升率 100%，期盼藉由計畫廣納不同背景專長之人才，讓多元人才皆能在 momo 適才適所、適性發揮。

智慧物流

momo 各廠區之物流技術，均由倉儲相關人員進行實際操作及管控，所有人員皆須受過完整的倉儲物流專業訓練課程，包含：倉儲區域現場工作規範、物流管理規定相關法令知識，同時不定期進行消防、急救、勞工安全與衛生等內外部培訓課程，以維持其良好的專業水準進而為消費大眾創造優質的快速服務。

2022 年總受訓時數達 **6 萬小時**，較 2021 年成長 **74%**。

電子商務

除了對電商組織發展歷程及展望、產業現況概念了解，亦須時刻掌握電商市場最新趨勢，培訓過程中透過業務同仁經驗分享、電商趨勢論壇、商品專業知識、行銷術文案撰寫及數位影音製作、網路平台營運系統功能規劃及操作等，培養同仁對於網路商務的敏銳度與實務應用，創造良好效果，提供更符合消費者需求之服務。

2022 年總受訓時數達 **1.7 萬小時**，較 2021 年成長 **14%**。



各級主管培訓

為培養公司未來各級主管人才，依各階層主管經歷、應具備管理職能及問卷調查之實際需求，規劃安排各項法令遵循及管理技能課程及講座，以強化各級主管管理職能，增進領導能力及思維面向，進而提升公司經營管理效率。

初階主管^(註)

新任初階主管，規劃一系列基礎管理實務課程，使其快速上手，了解主管應有職責；針對較有經驗之初階主管，持續開辦管理能力課程，以利持續吸收新知。考量年輕世代新進員工認同感與關注度需求增加，以及疫情影響組織互動性及工作回饋即時性，辦理團隊領導溝通、員工問題覺察主題課程，增加主管對於員工問題的敏銳度與溝通處理技巧，進而提升員工向心力及留任率。

中高階主管^(註)

考量中高階主管常需扮演內外部各方協調重要角色，對內領導轄下同仁，與部門及公司一同打拼茁壯；對外商談各方領域產業，為公司開拓市場與機會，安排談判協商技巧及外語能力提升課程，增進管理階層之溝通思維層次，以因應公司未來營運成長，擴張接軌國際版圖。

組織策略會議與營運發展工作坊

由高階主管指導未來組織策略及營運發展目標，定期舉辦組織營運策略工作坊及經營管理會議，回顧各部門年度績效以及透過討論、剖析產業議題與實務應用結合；培養管理階層主管具備全方位管理思維商業敏銳度，以強化與提升有效率之經營管理模式及團隊經營共識。

法規領域培訓

勞動法令及人權議題為各階層主管必要了解的法規，協助於各項管理作業上合乎規定並減少勞資糾紛，截至 2022 年累積總受訓達 570 人次，總時數達 1,700 小時。

(註) 初階主管為課級主管人員；中高階主管為理級階層(含)以上主管人員



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

5.5 健康與安全職場

momo 遵循「友善職場、安全衛生、全員參與、持續改善」安衛政策以及「職場安全、環境衛生、健康職場」核心價值，作為員工安全與健康的評估規劃，打造員工最優質的工作環境，提供完整與多元性的健康安全項目，塑造員工及職場更好的樂活品質。至 2016 年起連續獲得衛生福利部及縣市政府衛生局各種獎項肯定，2022 年展延通過總部大樓及北區物流中心健康職場認證促進標章，蘆竹倉亦取得健康職場認證標章，未來將持續爭取各場所認證標章。



健康職場認證標章

5.5.1 職業安全衛生管理推動

GRI 403-1 403-2 403-4 403-5 403-6 403-7 403-8 403-9 403-10

工作場所是員工的第二個家，momo 有責任讓員工擁有像家的工作場所，依各工作場所員工不同工作型態訂定職場安全衛生守護計畫，透過系統管理模式，確保職場安全。

職業安全衛生委員會

委員包含職業安全衛生人員、各部門主管、護理師以及勞工代表；委員共 26 人，勞工代表占 38%。主要針對職安衛系統架構建立、各工作場所員工職安衛執行及健康管理事項議題，討論決策之議案經呈報高階主管核准後，由委員會負責推動與執行。

開會頻率	每季一次
開會次數	召開 4 次會議
決議項目	2022 年會議報告事項，共通過 33 項勞安單位執行事項報告議題、9 項職安衛與健康管理議題

職業安全衛生委員會



職安衛人員

- 推動 ISO 45001 職業安全衛生管理系統
- 定期召開職業安全衛生委員會
- 承攬商管理及教育訓練
- 擬定各項管理規章及相關作業程序
- 規劃及舉辦新進及在職人員安全衛生教育訓練
- 職安衛現場自主管理查核作業
- 協助 COVID-19 防疫措施執行



護理人員

- 健康促進課程規劃與辦理
- 母性健康關懷
- 職業災害復工關懷
- 人因性危害預防關懷
- 過負荷與心血管風險危害預防關懷
- 職業醫生臨場健康服務
- 健康專案舉辦（如：流感疫苗施打活動等）
- COVID-19 防疫措施執行



各單位
部門主管

- 支持及推動各項職業安全衛生事項



各單位
勞工代表

- 執行並配合職業安全衛生相關事項與活動
- 彙整各單位安全衛生相關建議

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

環境安全衛生管理政策

友善職場

建立安全、健康工作環境，促進員工身心發展。

安全衛生

增強作業危害鑑別，落實風險預防與管理，提升安全衛生績效。

全員參與

推展各項職業安全衛生相關訓練及活動，落實全員參與。

持續改善

遵循法規之要求，並持續自主檢視，做到職業安全衛生事項之預防、改善與發展管理。



環境安全衛生管理政策

系統化的管理

momo 為致力於提供安全健康工作場所，在國內現行法規未規範相關管理系統建置條件下，於 2019 年導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，以系統化機制落實員工安全衛生管理。針對高風險作業，執行倉儲配送作業危害辨識與風險評估，並採取作業許可等管制措施，強化作業風險管控，有效防範任何職業災害的發生，迄今驗證範圍涵蓋總部大樓及北區物流中心所有員工含派遣人員，未來將驗證範圍擴大至公司自建倉儲，提供全面照護並建立職場安全的決心。



未來展望

2023 年目標

- 完成 ISO 45001 職安衛管理系統複驗與規劃導入系統於公司自建倉儲
- 持續追蹤各工作場所職安衛相關法規符合性
- 母性員工妊娠與產後期間衛教持續 100% 達成率
- 楊梅倉、永康倉通過健康職場認證標章；林口倉完成認證展延作業

5.5.2 提升職場安全

GRI 403-1 403-2 403-4 403-5 403-6 403-7 403-8 403-9 403-10

momo 透過各種專業項目教育訓練、現場作業危害辨識與風險管控、防範職業災害發生，打造出堅實穩固的安全基礎，讓員工享有無憂無慮的職場辦公環境。

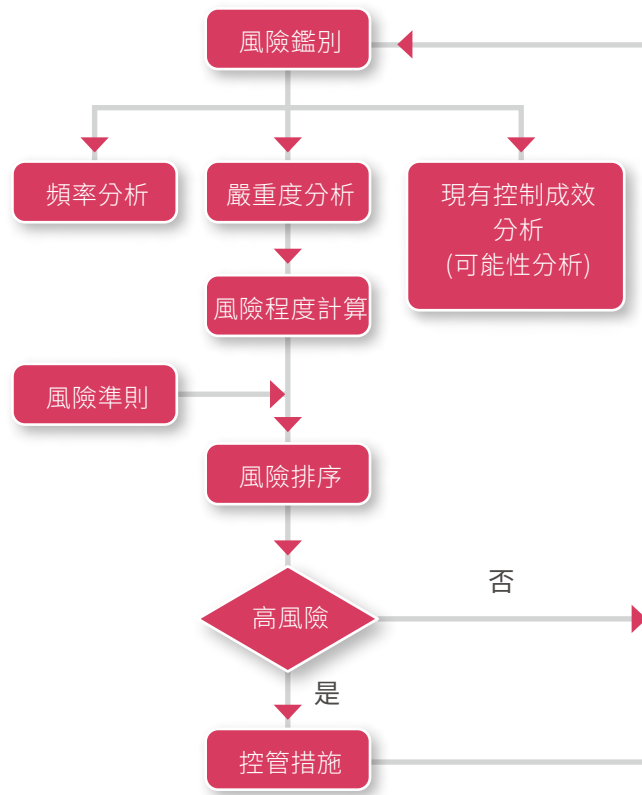
職場安全危害風險鑑別

momo 的工作場所主要為物流倉庫與辦公室，為建構幸福、安全的工作環境，有效進行職場危害風險辨識，因而制訂安全衛生危害鑑別規範，藉由各單位共同檢視出內外部議題、法規適用條例與現場作業的安全危害風險項目，並由風險與機會評估矩陣公式辨別出高、中、低等風險等級。將高風險列為優先訂定因應措施規範，再定期檢核各項規範執行後的符合性，作為預防現場危害事故發生機率。

職場安全風險評估

由具有職業安全衛生相關專業證照或接受過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統內部教育訓練人員，藉由自主查核、作業環境檢測、線上問卷填寫、危害鑑別評估管理單及內外部多元化溝通管道，分析各項作業活動的安全衛生危害類型，確認現有防護措施有效性後計算殘餘風險，依職業安全衛生系統風險等級判定基準評估。2022 年高度風險如攝影棚直播作業及現場倉儲作業，中低度風險如員工飲用水、工作場所清潔、消毒等，藉由教育訓練雲端化及辦理現場各項職業安全衛生教育訓練等方式強化現場安全文化觀念養成。

風險管控流程圖



有效安全管理與行動

例行性

- **定期稽核安衛管理：**每月定期於物流倉儲現場進行各項職安衛相關稽核活動、每季進行衛星倉商品配送業務安全規範稽核，藉此提升員工安全意識與工作環境。
- **特殊危害作業管理：**每年針對品管檢測儀器進行放射性物質擦拭測試報告，並且給予員工安全防護之設備及場所，其他危害風險較高之作業場所，定期施行自主檢測與紀錄，預防職場物理危害因子的職業傷病。
- **飲用水風險管控：**每季定期更換飲用水設備濾心及保養，並請具有公信力檢驗機構定期抽驗各工作場所飲用水設備水中大腸桿菌，確保讓同仁們喝的安心，2022年飲水機水質檢測皆合格。
- **工作場所清潔風險管控：**除每日專責清潔人員進行辦公室環境整理外，每年度也與專業廠商簽訂打蠟、地板特殊清潔合約，保持環境整齊、整潔及明亮。辦公場所內外種植綠色植物並有專人定期維護，綠化環境提供員工優質之辦公場所。
- **工作場所衛生風險管控：**每月地板清洗及施作病蟲細菌與鼠害消毒工程，因應夏季濕熱環境，增加蟲害防治消毒作業次數，預防職場生物危害因子的職業災害，讓工作環境有全面的衛生防護，保障員工工作環境的品質。

非例行性

- **工作場所消防風險管控：**各工作場所張貼逃生路線及消防箱區劃告示牌，提升員工緊急逃生路線意識，各工作場所出入口張貼結合公司形象大使momoco之逃生路線圖，說明滅火器及消防栓的操作使用方式，提升能見度外更可讓員工在緊急狀況下也能確實操作消防器材。
- **承攬商管理：**定期召開承攬商協議組織會議及教育訓練，強化承攬商安全意識，2022年承攬商無發生傷害事件。
- **職場人因性危害評估及過負荷預防作業：**為預防重複性作業促發肌肉骨骼疾病及過負荷心血管風險危害，針對所有員工含人力派遣同仁進行評估及風險鑑別，分級管理持續健康關懷作業。
- **現場安全專題課程：**為提升員工安全意識，安排特定場所作業人員進行動火作業教育訓練與測驗，2022年參與人數為173名。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

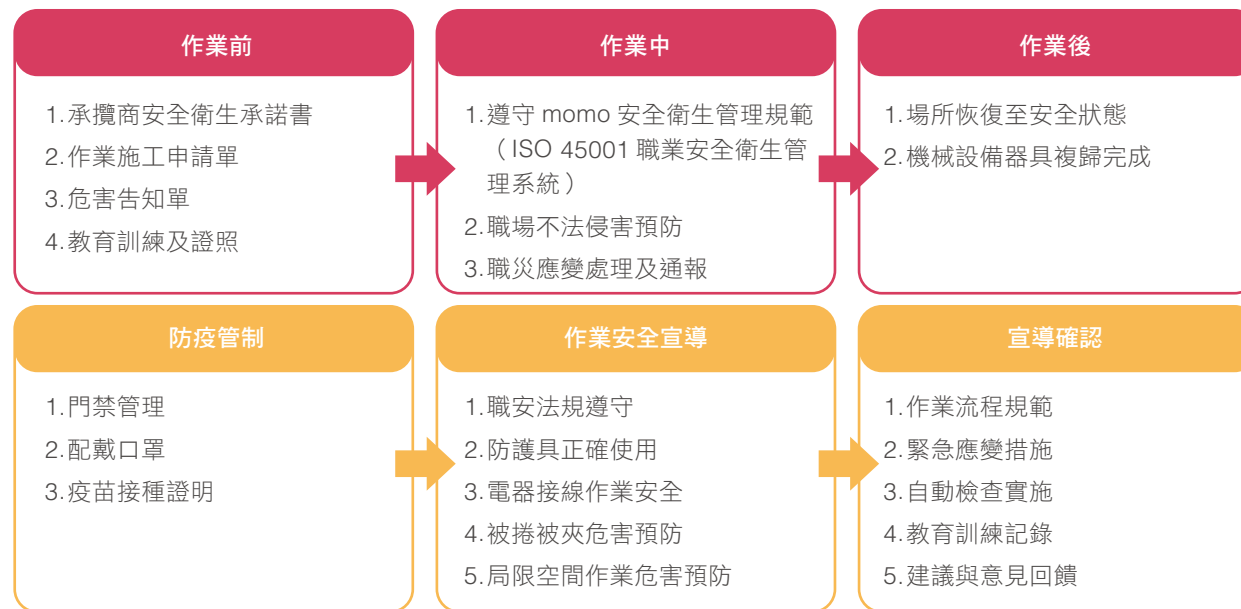
附錄

承攬商線上教育訓練課程



職業安全訓練課程

- **勞安衛訓練**：新進、在職、特殊危害作業等人員，依法規實施職業安全衛生教育訓練並留存資料備查。
- **訓練合格急救人員**：每年定期辦理職場急救人員初訓暨複訓課程，增加員工救護能力即時降低傷害嚴重度，合格人數為100人。
(註) 法規規範每 50 人須設置一名急救人員，2022 年 momo 總人數為 3,035 人，合格人數優於法令。
- **消防安全訓練**：每半年於辦理消防訓練時，讓同仁確實操作消防器材，提升員工初階災害救災能力，除降低災害程度外，也可初步確保自身生命安全，參與人數共254人。
- **AED與CPR訓練**：為加強員工於辦公場所急救認知，內容包含AED及CPR教學，提升員工災害因應及緊急救護能力，參與人數共12人。
- **堆高機操作合格證照**：每月定期檢視倉儲現場堆高機操作人員是否依主管機關相關規範須具備檢定合格資格，截至2022年底合格人數為105人。



- **特定職業危害訓練**：momo身為電商通路龍頭品牌，擁有強大資訊團隊的同時，其機房設備運作時也會產生不悅耳的聲音，雖不構成法規所規範之噪音標準，但提前預防其造成機房人員聽力傷害，於2022年持續宣導機房人員噪音危害意識訓練及防護具提供，加強人員聽力保護的意識。

員工職業災害調查

momo 協助職災員工辦理勞工保險職業傷病門診單或住院申請書補償，職業災害認定時，如病況需要，護理師將進行探視、協助員工評估醫療處置方式的選擇，並評估員工重回職場時是否需適當的調整工作業務，保障員工健康及工作權，絕不因申請公傷病假對員工進行處分。

統計 2022 年員工職業災害申請類型，包含所有員工及非員工但其工作或工作場所為 momo 管控之對象（承攬商），並統計工作場所及上下班交通事故。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

職業災害事故發生時，momo 除立即採取必要之急救、搶救等措施，於職業安全衛生管理委員會上報告並確認改善措施及強化防護方式，以消弭災害發生機率。2022 年總計 40 件員工職業災害事故（非員工職業災害事故為 0 件），主要類型以上下班公路交通事故為主；截至 2022 年底共 38 位同仁回到工作崗位，復工率 95%。

momo 每年一次進行查核，由勞安單位會同各部門進行，檢視工作場所之作業流程、設備或作業環境條件等，鑑別危害及評估風險。鑑別時將既有規劃措施之有效性納入考量，並決定與評估其他關於建立、實施、操作與維護職業安全衛生之相關措施，建立風險等級及管控並於管理審查會議中提出報告。

職業傷害類型

（單位：件）

上下班公路交通事故	33
跌倒	3
衝撞、物體飛落、被撞	1
被切、割、擦傷	1
被夾、被捲	1
被撞	1
總計	40

2022 年職業傷害分析統計表

工作者類別	富邦媒員工		
性別	男	女	總計
工作總天數	259,830	455,356	715,186
工作總時數	2,078,640	3,642,848	5,721,488
職業傷害死亡人數	0	0	0
職業傷害死亡比率	0	0	0
嚴重職業傷害人數	0	0	0
嚴重職業傷害比率	0	0	0
可記錄之職業傷害數	11	29	40
可記錄之職業傷害比率	1.06	1.59	1.40
虛驚事故數	0	0	0
虛驚事故比率	0	0	0

（註 1）可記錄之職業傷害比率：（可記錄之職業傷害數 / 工作小時）× 200,000

（註 2）災害類型：

1. 職業災害：指因勞動場所之建築物、機械、設備、原料、材料、化學品、氣體、蒸氣、粉塵等或作業活動及其他職業上原因引起之工作者疾病、傷害、失能或死亡。
2. 虛驚事故：指一種非預期之狀況，未造成人員傷亡、財產損失，但引起人員驚嚇之事故。
3. 承攬商可記錄之職業傷害數為 0。

2022 年職災分析統計表

年度	性別	職災件數	總缺勤天數	工傷率 (FR)	缺勤率 (AR)	損失日數比例 (SR)
2020	男	25	3,130.81	13.13	1.32	210
	女	16	7,166.19	5.34	1.91	25
2021	男	12	2,407.00	6.43	1.03	240
	女	35	7,149.00	11.04	1.80	130
2022	男	11	4,011.94	5.29	1.54	66
	女	29	10,306.63	7.96	2.26	92

（註 1）失能傷害頻率 FR= 職業災害件數 *1,000,000/ 總經歷工時數

（註 2）缺勤率 AR= 總缺勤天數 / 總工作天數 *100%（缺勤天數包含病假、生理假、安胎假及公傷假）

（註 3）失能傷害嚴重率 SR= 總損失工作日 *1,000,000/ 總經歷工時數

（註 4）上述 1,000,000 為：每百萬工時為單位

（註 5）職災件數包含工作場所及職場外交通事故件數之合計

（註 6）2018 年至 2022 年無任何員工 / 非員工罹患職業病及因公死亡的案例發生

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

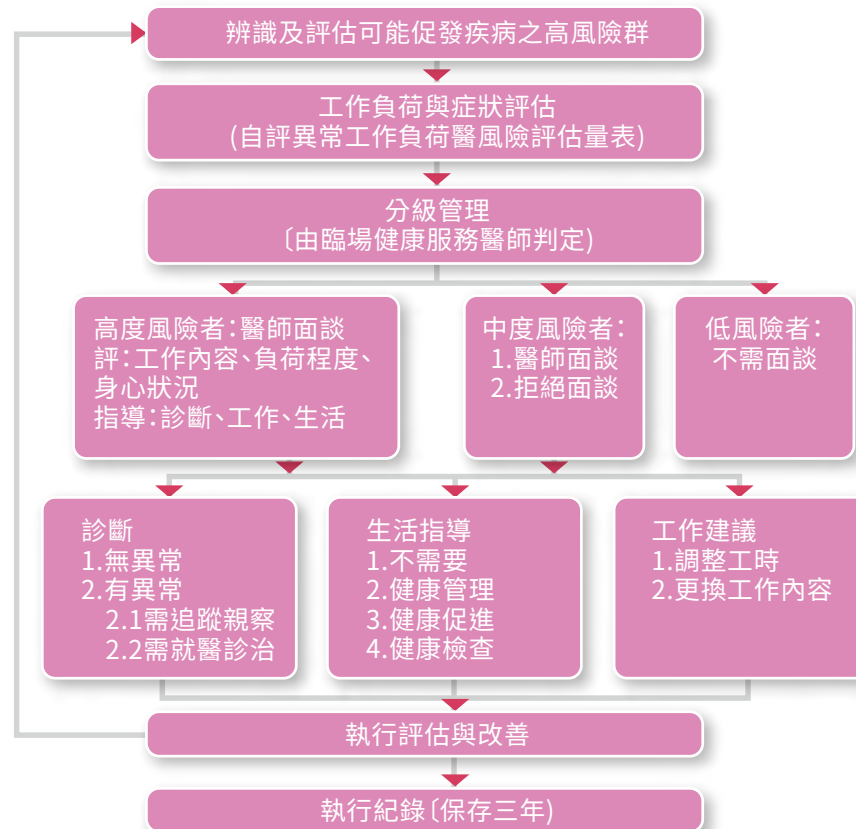
• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

職業病風險鑑別與改善流程

1. 利用問卷及健康檢查數據辨識及評估可能促發疾病之高風險群
2. 分級管理：依據罹患心血管疾病風險及工作負荷等級綜合判定風險等級
 - (1) 低度風險者：個人自主健康管理，不需要進行面談。
 - (2) 中度風險者：員工屬中度風險，由臨場健康服務醫師提供面談與指導，並由護理人員定期提供促進健康相關資訊。
 - (3) 高度風險者：由臨場健康服務醫師提供面談與指導。



5.5.3 健康樂活職場

GRI 403-1 403-2 403-4 403-5 403-6 403-7 403-8

momo 透過專業護理師，運用專業健康管理與彙整員工回饋需求條件，規劃當年度的健康促進課程活動與獎勵辦法。執行推動期間運用內部支援，由上級的長官認同及員工參與鼓勵，以有效達成系統化的管理方針，也善用外部單位給予的支援與指導，讓各項健康相關項目更加豐富與完整。

由董事長與總經理親自帶領全體員工，齊心響應推動職場健康促進，並建立健康友善職場環境，營造健康職場文化，並交由管理單位擬定之項目，作為推動計畫的重要來源。透過長期以來不斷推廣員工健康促進與健康生活的理念，讓每位員工從「心」開始學習及體驗，再把每個健康分子散播至每個員工家庭的成員裡。

五心級健康職場

抗「疫」心生活

- 執行疫情調查與宣導
- 提倡防疫新生活觀念
- 舉辦流感疫苗施打活動

熱心活動

- 健康課程講座
- 菸害防制講座與衛教
- 課程滿意度調查
- 健康知識推廣與運用

暢通關心管道

- EAP 專線 24 小時暢通
- 員工心理、工作、管理、醫療、理財、法律等多元化諮詢管道
- 護理師衛教管道

安心健康管理

- 員工健康檢查
- 健檢數據分析
- 健康知能問卷調查職場醫師關懷
- 高血壓員工量測

貼心舒適場所

- 健身廣場
- 設置員工休憩區
- 員工專屬咖啡站
- 溫馨哺乳室
- 孕媽咪專屬停車位



抗「疫」生活

COVID-19 疫情蔓延各地，momo 防疫應變小組努力執行各項應變措施，並由 momo 護理人員啟動守護員工健康計畫，啟動每日呼吸道疾病調查、新進人員旅遊史及體格報告檢視、並配合主管機關疫情調查和訂定自主健康管理機制；此外，為配合政府防疫政策，保護員工健康，momo 致力於提升員工施打 COVID-19 疫苗意願，主動提供同仁有薪疫苗假，截至 2022 年 12 月 31 日止，已有 2,296 人次申請，累計 18,094 小時，換算總薪資達 2,945,921 元。並且提供全額補助法定傳染病保險（至 2022 年 7 月 31 日），全體員工皆投保，總補助保費 589,208 元。

COVID-19 相關防疫措施

面向	執行類型	執行措施
政策	防疫通報流程	<ul style="list-style-type: none"> 訂定因應嚴重特殊傳染性肺炎之緊急應變機制，明訂「成立疫情應變小組」、「內部疫情分級、標準及相關應變措施」、「內部通報流程」等 每日疫調及呈報：流感、相關旅遊史或疑似新冠肺炎病例接觸通報、每日自主健康管理進度更新 防疫主要處理程序：通報、人員安全及處置、環境消毒、防疫溝通、營運持續等面向員工確診後關懷照護：委由 EAP 專案進行電話諮詢關懷，追蹤生理、心理健康狀態及提升員工健康意識
制度	管理規範	<ul style="list-style-type: none"> 公司依循主管機關公告各項防疫推動防疫假別，訂定員工因各項疫情狀況差勤處理辦法 依「內部疫情分級、標準及相關應變措施」風險等級啟動分區辦公或居家辦公措施
應變方案	嚴謹的進出管控	<ul style="list-style-type: none"> 進入辦公場所前需量測體溫並配戴口罩 廠商、外送人員及郵務人員僅能於特定區域出入 辦公室全區出入口提供 75% 酒精 限制國外差旅
	居家辦公	<ul style="list-style-type: none"> 施行預防性分流居家辦公作業
	充足的防疫物資	<ul style="list-style-type: none"> 提供各單位所需防疫物資：額溫槍、75% 酒精、口罩等物品、快篩試劑
	遠端會議	<ul style="list-style-type: none"> 採用視訊、電話會議
	環境與消毒管理	<ul style="list-style-type: none"> 不定期環境消毒作業，提供員工健康安全的工作環境 定期發布全體員工疫情防疫及環境相關公告共 11 篇

防護流感 提升員工保護力

為提升員工自身保護力，與診所合作辦理流感疫苗施打活動，減少員工奔波至醫療院所辛勞，2022 年度委託醫療院所至內湖 momo 大樓施打自費流感疫苗，流感疫苗接種活動共 135 人參與。



健康生活化

為提升員工健康識能、建立健康生活型態與疾病預防，特別規劃「健康促進活動課程」、「自主健康管理減重活動」及「心理調適課程」，並推動「健康友善場所」，讓員工有不同的方式管道皆能獲得健康知識與行為改變，提升健康與有益健康的行為。為照護每位員工個人健康，公司建立完善的員工健康管理制度，對於妊娠中員工進行母性關懷並持續提供哺乳衛教等協助，2022 年完成 100% 妊娠與產後期間衛教。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

5.1 人權關懷

5.2 員工招募與留任

5.3 績效評估與薪酬

5.4 員工發展

• 5.5 健康與安全職場

CH 6. 社會共好 · 樂生活

附錄

健康講座與體能運動

提升企業員工健康活力，與各地區健康中心合作及自主辦理相關健康課程與講座共 13 堂、347 人次參加，包含「認識代謝症候群」、「預防慢性病」、「菸檳酒害防制」、「急救與救護知識」與「防疫與身心靈紓壓」等類型供員工自由選擇參與，2022 年健康講座平均滿意度 4.8 分（滿分 5.0 分）。



健康講座滿意度調查

年	2020	2021	2022
分數	4.8	4.8	4.8

（註）健康講座滿意度滿分 5.0 分

健康知識推廣與運用

為提供多元的途徑，讓員工隨手可得健康訊息，在推行健康管理上運用了許多巧思，以增加健康知識的能見度及養成員工良好的健康習慣。

- 每月健康知識宣導：透過最簡單與快速的全體員工信件，定期提供健康知識，包括身體健康與預防保健、職場健康飲食、全民身體活動指引，讓員工了解健康新知識與健康相關的即時訊息。

健康友善場所

momo 相信培養同仁健康的身心，有益於提升工作效率，藉由各項健身設施等鼓勵員工多元體驗各式紓壓與健康活動，運動可以活動筋骨、放鬆緊繃的肌肉、提升身體的基礎代謝率，可以讓大腦保持警覺，增進自信和成就感，有助於減輕壓力及預防憂鬱情緒的效果。

- **健身廣場**：提供健身室（跑步機和重力器材）及運動區域（瑜珈場地和動態運動場地），透過優質運動空間、運動設備及各式運動課程，提供員工使用。
- **設置員工休憩區**：公司於各工作場所規劃出員工休憩的空間，讓員工於上班期間能保持最佳能量。
- **員工專屬咖啡站**：總公司結合員工休憩區、健身區、舒壓按摩站及健康公告專區等閒暇空間設置咖啡吧，提供員工在辦公場所也能享有放鬆心情的休閒娛樂角落。

全方位的健康管理

- **員工健檢**：每兩年提供優於法令的員工健檢項目服務，項目著重於各方面的癌症防治，辦理口腔癌、鼻咽癌、肝癌、大腸癌、乳癌、卵巢癌及攝護腺癌篩檢，員工透過篩檢早期發現早期治療，以降低死亡率。
- **健檢分級**：員工健檢資料彙整至健康管理系统後，經由勞安衛管理單位護理人員依據健康分級管理，分析各單位健檢異常項目及員工異常追蹤關懷通知，並安排進行醫療諮詢等措施，藉由完善的健康管理面，協助員工早期發現健康問題及接受治療，進而落實健康生活型態，促進個人健康。
- **健康知能問卷調查**：健康檢查活動時，對所有員工進行健康知能問卷調查，經統計後達過半數以上人員正確答分，並持續宣導更多正確的健康知識，也辦理全體員工骨質密度檢測活動及重複性作業頻率較高群組進行腰頸部X光檢測，可預防肌肉骨骼傷害。
- **職場醫師關懷**：推動職場醫師進行員工醫療諮詢服務及員工健康關懷，如：健檢異常諮詢管理、疾病追蹤衛教與用藥諮詢、現場工作訪視關懷等2022年諮詢人數共276位。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

6.3 體育推廣

6.4 正向力量

附錄

6

社會共好・樂生活



momo 透過電商平台力量，協助 NGO 與 NPO 推廣公益活動，持續深耕、推動與 momo 本業連結之相關專案。momo 並關注社會大眾在意的議題，持續投入社會公益大小事，創造共好共榮的生活圈。

本章節對應 3 大利害關係人

顧客

社區與 NPO/NGO

媒體

成果與績效

- 公益慈善總金額達 **6,972 萬元**
 - ✓ 超過 51 項公益與活動專案推廣
 - ✓ 協助募得 1,998 萬元款項
 - ✓ momo 對於協助推廣台灣運動不遺餘力，參與運動賽事共同推動正向力量，宣傳、禮品贊助費用近 4,974 萬元
- 與消費者共創正向力量，號召 momo 會員響應捐款、捐物 **118,621 人**、受益人數 **115,363 人次**
- 發揮電商力量，號召愛心義賣及捐款商品數 **21,619 件**
- 提供通路平台資源，協助推動各項社會活動，參與人數達 **8,300 人**、票選活動達 **1,981,714 人次**
- 共協助 **66 個團體**（公益團體及其他單位）

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

6.3 體育推廣

6.4 正向力量

附錄



momo 的承諾

- momo 長期關注社會議題，對象包含弱勢婦幼、長者關懷、身心障礙者等，以永續發展目標 SDG2 消除飢餓與 SDG10 消除不平等為主要推動方向，結合企業核心業務，以網路公益平台與整合集團資源，推動社會公益。



管理方法與評估機制

- 每年度於專案啟動前，與每家公益團體各別召開會議討論，並針對當年度重大社會議題，進行合作討論。
- 落實內部盤點機制，彙整年度公益專案績效成果。



管理主題與衝擊之採取行動

- 建置與經營 momo「樂公益」網路公益平台，整合通路資源協助公益團體募集所需經費與物資。
- 專人協助公益團體導入與規劃數位公益活動，及後續活動追蹤與服務。
- 強化公益團體活動宣傳曝光，2022 年投入廣宣成本達 1 億 7,601 萬元，除了於購物網與電視購物外，並同步於 Facebook、LINE 等社交網站、App 導入活動延伸宣傳。
- 藉由零售業對於市場商品採購的優勢，協助富邦集團採購、捐贈、贊助公益活動商品，共同宣導社會公益、愛心捐助及網路票選活動，將共有資源發揮最大綜效。
- 自 2017 年導入公益假機制，每年提供員工 2 日公益假，鼓勵同仁投入公益。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

6.3 體育推廣

6.4 正向力量

附錄

數位浪潮席捲全球，社會公益搭上數位科技的列車，「數位行善」已然成為趨勢。momo 從「社會公益大小事，都是 momo 的事」的理念出發，呼應聯合國永續發展目標 SDG1 消除貧窮、SDG2 消除飢餓、SDG3 健康與福祉、SDG4 教育品質、SDG10 減少不平等，善用虛擬通路平台的核心能力，開闢出值得信賴的「網路公益平台」。momo 整合電商在金流、物流、資訊流等服務資源，並集結平台內外的宣傳資源、善用站上超過千萬的龐大會員數之會員集客力，投入「弱勢婦幼」、「關懷長者」、「體育推廣」、「正向力量」四大公益構面，為公益團體們打造專屬線上舞台，免費提供一個發聲場域分享其理念故事與訴說需求。momo 站上平台的審核把關，讓會員能安心、便利、隨時隨地投身公益行列，讓公益與支援行動能暢行無阻。

公益主軸	主軸意涵	對應永續發展目標	推動途徑	績效成果
弱勢婦幼	協力捐款予數個關注弱勢照護的基金會，為弱勢婦幼募得所需。	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER	透過公益四大途徑，以及義賣、募款、捐物等專案進行推動	協助 42 間公益團體（義賣 + 募款） 幫助 41,481 人（義賣 + 募款） 送出 11,454 件商品（義賣） 募得近 1,657 萬元
關懷長者	使社會大眾重視「老齡化社會」議題，使其得到生活所需資金與照護。	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 4 QUALITY EDUCATION	透過公益四大途徑，以及募款等專案進行推動	協助 2 間公益團體 幫助 37,482 人 贊助金額 97 萬元
體育推廣	提升台灣運動賽事更廣泛的能見度，促進體育風氣。	10 REDUCED INEQUALITIES	透過體育宣傳與贊助活動	贊助金額 4,974 萬元
正向力量	除響應集團內部的號召，更將關注議題擴展至「野生動物保育」、「藝文推廣」、「食物浪費」等多元主題。		透過集團力量贊助活動	贊助金額 244 萬元



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

6.3 體育推廣

6.4 正向力量

附錄

momo 深化品牌影響力，擴大公益服務網絡，2022 年進一步為社會公益量身打造全新館別「樂公益」。整體公益行動擴大為以下四大途徑，協助公益團體推展善款與物資募集，包含：（1）公益週期購「定期捐款」&「物資定期購」、（2）公益精選「當月公益活動」、（3）回顧走廊「公益故事」，以及（4）捐物服務「公益直購」。2022 年共集結超過 60 家慈善團體（公益團體及其他單位）、募集 1,998 萬元善款、愛心義賣及捐款商品數 21,619 件，以下分別針對各項說明服務內容。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

- 6.1 婦幼弱勢
- 6.2 關懷長者
- 6.3 體育推廣
- 6.4 正向力量

附錄

6.1 婦幼弱勢

GRI 203-1 203-2

momo 為公益團體量身打造專屬銷售平台、以站上網路行銷資源為義賣品包裝宣傳以提升曝光度，同時提供金流、物流、資訊流的支援，縮短將愛心義賣品送至消費者的距離，協助愛心義賣、捐款活動共募得近 **1,657 萬元**。



【點亮愛心 數位行善齊力為公益發聲】

公益「週期購」

\$ 163 萬元

momo 樂公益結合購物網公益「週期購」服務，於 2022 年全新設立定期愛心捐贈專區，協助站上會員可以將愛心套餐分送給需要的人，對象包含失業貧困者、獨居老人、身心障礙者、單親家庭、更生人、無居者，momo 設立完善機制每月將愛心捐贈數量配送至各公益團體，共販售出 5,142 份愛心物資，計 163 萬元價值，提供予華山基金會、甘霖基金會、基督教恩友中心、1919 食物銀行、安德烈食物銀行。



公益直購 _ 精準捐贈 用愛心輕鬆「購」

\$ 28 萬元

贈物網以「共享」和「循環經濟」的觀念，致力打造方便且有溫度的「共享體驗」，讓每個人在日常生活中即能輕鬆達成環保與公益。為了使愛心更精準傳遞，momo 購物網與贈物網再度攜手合作，透過站上豐富且多樣化的商品力，運用媒合「創新式購物」滿足公益團體所需，提供贈物網會員透明且便利的直購管道。2022 年協助 10 間公益團體募集物資，直購募款金額共 28 萬元，讓物資輕鬆精準將愛送達至公益團體手中。



定期愛心捐 _ 讓愛延續不間斷

\$ 425 萬元

momo 樂公益將站上週期購服務與小額百元捐款結合，推出「百元定期捐款」愛心服務，提供會員們多元的線上行動公益選擇。捐款者可依不同時間週期，單次捐款金額 100 元起，不同年齡層會員可依能力輕鬆無負擔捐款，也提供長期捐款者便利、安心的捐款管道，服務上線至今備受消費者肯定，透過電商平台力量，提供不同領域的社福團體長期穩定的募款，協助對象包含弱勢婦幼、長者關懷、身心障礙者、環境保護等。2022 年協助 19 家公益團體愛心募款，募款金額共計 425 萬，集結消費者的力量，累積成大大的能量，一同擴大善的循環力量。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

- 6.1 婦幼弱勢
- 6.2 關懷長者
- 6.3 體育推廣
- 6.4 正向力量

附錄



合作專案介紹

1 志玲姊姊慈善年曆

\$ 191 萬元

momo 與志玲姊姊慈善基金會合作已邁入第 9 年，基金會宗旨為協助弱勢兒童的學習經費與醫療資源的補助，讓更多懷有夢想的黃金小種子有發芽、茁壯的機會。2022 年度志玲姊姊以「擁有快樂的超能力！」為主題，結合基金會所支持的兒童藝術治療形式，攜手知名科幻漫畫家「阿推老師」透過奇幻創意、筆觸細膩的插畫線條，讓全新企劃的「2023 年志玲姊姊慈善年曆」不僅僅是行事曆，也是一本彩繪的療癒畫冊！「2023 志玲姊姊慈善年曆」透過 momo 購物網共銷售出 3,515 份，共募得款項 191 萬元，將全數用於協助弱勢孩童教育扶助、醫療扶助、女性健康議題倡導等等，凝聚大眾愛心與力量回饋社會。



2 做好事小組 _ 世界一起做好事

\$ 220 萬元



做好事會成癮！momo 與于美人發起的「做好事小組」合作義賣活動邁入第 14 年，2022 年以「世界一起做好事」為主題，邀請知名手作甜點店 Miss V Bakery 設計五款含異國風味的精美餅乾禮盒，momo 協助活動販售出 3,882 盒，募得款項約 220 萬元，幫助及陪伴弱勢家庭兒童、身心障礙者及失能、失智高齡長輩看見希望，協助其過有尊嚴與品質的生活。

3 桃園機捷 _ 捷伴公益計畫

\$ 42 萬元

momo 搭上桃園捷運母親節「捷伴公益讓愛延續」愛心列車，串聯網路購物及電視購物兩大通路宣傳資源齊響應桃園機捷 2022 年「捷伴公益」計畫，活動推出的「柚見蘋安雙色長崎公益蛋糕」，以「柚見蘋安」發想創意取名，期許疫情早日平穩、人人健康平安。活動共募得款項 42 萬元，為弱勢婦女提供庇護，讓愛延續，並期盼藉由母親節公益活動，與社會大眾分享感恩、喜悅和愛，擁有更多溫暖。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

- 6.1 婦幼弱勢
- 6.2 關懷長者
- 6.3 體育推廣
- 6.4 正向力量

附錄

4 Becky Lemon 憋氣檸檬 _ 愛在偏鄉公益計畫

\$ 20 萬元



憋氣檸檬品牌精神為「新鮮」、「無添加」，希望能幫助農民遇到無預警天災發生或生過剩時，垂直整合農場、工廠到通路，穩定農民生計。momo 以行動相挺農民，透站上平台宣傳販售「手熬甘露公益禮盒」，產品製作堅持使用 100% 天然無添加的食材。活動共募得 20 萬元款項，經費用於支持創世基金會「愛在偏鄉」公益計畫，幫助南投清寒植物人家庭重生與喘息，一同成為植物人家最溫暖的依靠。

5 世界展望會 _ 紅包傳愛

\$ 52 萬元



2022 年台灣疫情一度升溫，momo 觀察到許多弱勢家庭生活困苦，孩子的築夢之路面臨考驗，特別與台灣世界展望會合作「紅包傳愛」百元捐愛心活動。momo 邀請站上逾千萬會員加入傳愛行動，為兒少募集助學、健康、平安、希望四個紅包，活動共募得 52 萬，幫助弱勢家庭暨青少年培育發展，實踐對每個弱勢孩童的全面性關懷，讓孩子有機會擺脫資源不平等、貧困等困境，助孩子成為更好的人。

6 家扶 _ 無窮世代計畫

\$ 72 萬元

家扶基金會自 2012 年推動「無窮世代計畫」至今邁入第 11 年，給予貧困兒少及家庭所需的教育與生活資源。momo 長期看見弱勢家庭因經濟因素難以栽培孩子，受到疫情衝擊、物價波動更臻生活困境，透過 momo 數位公益捐款助貧童，將愛心傳遞至每個需要的孩子，並鼓勵有才藝天賦的孩子朝夢想邁進，此計畫共募得 72 萬，將可協助弱勢兒少籌募學習經費，並填補他們的教育和成長空缺。



7 羅慧夫 _ 把微笑袋著走

\$ 23 萬元

台灣每年約有 300 至 400 位「顫顏新病人」出生，「羅慧夫顫顏基金會」以「生命的不完美，可以用愛彌補」的理念，長期致力於顫顏兒身、心、靈照顧，使其重使笑容、茁壯長大，在這個推崇個體與眾不同的世代，顫顏患者希望自己和平常人沒有不一樣。momo 響應計畫，希望以平台之力讓社會大眾認識理解顫顏者，活動共募得 23 萬，給予顫顏兒童最溫暖的支持，照耀陪伴他們成長。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

- 6.1 婦幼弱勢
- 6.2 關懷長者
- 6.3 體育推廣
- 6.4 正向力量

附錄

8 喜憨兒 _ momo 愛集結

\$ 41 萬元

智能障礙者早在 35 歲即陷入老化的困境，伴隨主要照顧者父母也相繼衰老，讓全台 20 萬個中高齡智障者家庭正面臨嚴重又迫切的「雙重老化」危機。喜憨兒基金會於全台成立近百處據點，提供日間照顧、健康中心、社區作業設施等各項行動支持方案，每年支持陪伴超過 2,000 位憨兒及家庭。此計畫共募得 41 萬，為憨兒在疫情之中建構一個安全溫暖的避風港，一同集結愛的力量。



9 陽光 _ Be your sunshine

\$ 41 萬元

台灣每年有 500 位燒傷朋友正在這條艱辛的重建之路上努力著，不僅須面對外觀與生理功能的改變，同時也承受異樣眼光的挑戰，加上傷後外觀的改變讓覓職更為不易。陽光基金會提供燒傷專業復健訓練、心理重建、經濟援助等服務，momo 與陽光基金會共同推動「Be your sunshine 照亮燒傷朋友重建之路」，邀請大眾幫助燒傷朋友重返人生常軌。此次活動共募得 41 萬，照亮並成為燒傷朋友的溫暖陽光！



10 唐氏症 _ 皂夢小作所

\$ 49 萬元

在台灣平均每 1,263 名新生兒中，就有一名唐寶寶，平均照顧時間達 55 年，醫療成本是一般家庭 13 倍。momo 為了鼓勵及幫助唐氏症有獨立謀生的機會，特別攜手唐氏症基金會推出「皂夢小作所」，並與節慶結合於兒童新樂園設立唐氏症公益攤位，透過網路串連、實體與社群多元管道推廣，增進社會大眾對唐寶的理解並給予包容，協助其發揮潛能、走入社會。活動共募得 49 萬，一起成為守護唐寶的天使。



11 伊甸 _ 長大，其實不簡單

\$ 49 萬元

伊甸基金會推動發展遲緩兒童早期療育服務已邁入第 29 年，依照孩子不同的需求與成長進度，每年服務超過 20,000 個「慢飛天使」家庭，透過日托、時段、到宅、社區據點等服務，給予個別的指導與刺激，並提升各方面的能力。momo 與伊甸基金會攜手合作「弱勢兒童服務計畫」百元捐活動，透過 momo 平台影響力，力邀社會大眾齊心響應，共募得 49 萬服務經費，將愛心化為實際行動，給予他們勇氣與力量。



12 心路 _ 點亮星光 照亮優勢

\$ 41 萬元

每個人都是一顆星星，在擅長的領域散發耀眼的光，只要提供適當機會，智能障礙者跟你我一樣，都能找到自己的優勢！心路基金會每年服務超過 6,000 名心智障礙者，提供全方位的服務，成就智能及發展障礙者最大可能。活動跨界合作療癒系插畫家「麵包樹」操刀設計，共募得 41 萬經費，點亮智能障礙者，陪伴他們自立向前！



13 創世 _ 日行一膳 呷飽夠呷好

\$ 39 萬元

疫情與通膨不僅影響民生消費，也衝擊到基金會募資，疾呼各界援助弱勢過好年，momo 看見艱苦人的需要，齊聚眾力，與創世基金會攜手合作「日行一膳 呷飽夠呷好」將溫暖傳遞給弱勢朋友。創世基金會第 33 年舉辦「寒士吃飽 30 尾牙」活動，近年受疫情影響，採用「送禮到家」的方式，將年禮及祝福紅包，親送至植物人家庭。活動共募得 39 萬，讓社會感受到滿滿的心意，安心過好年！



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

- 6.1 婦幼弱勢
- 6.2 關懷長者
- 6.3 體育推廣
- 6.4 正向力量

附錄

14 至善 _ 和孩子一起跑 支援孩子的夢想跑道

\$ 44 萬元



台灣原住民部落孩子為隔代教養甚至是寄養親戚家佔多數，加上偏鄉學校師資編制少，教育資源與都市有顯著落差，弱勢孩子恐落入更加弱勢的循環。至善基金會「陪你長大服務計畫」持續穩定支持原鄉校內老師與各種認知老師上山，補充偏鄉學校軟體資源。計畫共募得 28 萬元，全數用於至善原住民兒童發展及家庭照顧服務經費，讓迷途的孩子返回、讓有天賦的孩子綻放光彩！此外，momo 結合自有物流車將 1,500 個物資關懷箱暖心送受到偏鄉，提供物資價值共 16 萬元。

15 愛盲 _ EYE 的練習題

\$ 38 萬元



全台將近五萬戶家庭與中途失明者，正共同承受視障帶來的生活劇變。愛盲基金會長期提供完整的「視障生活重建服務」，三十多年來，愛盲累積陪伴了 6 萬名視障者完成逾 20 萬小時的練習，momo 希冀與愛盲共同承接視障者內心的徬徨與無助，共募得 38 萬元，讓愛盲專業的重建服務，幫助視障者努力完成一道道 EYE 的練習題，讓他們重建之路更加順暢。

16 兒福聯盟 _ 後浪祭

\$ 79 萬元

兒福聯盟長期關注台灣兒童及青少年的各種權力與發展，2022 年首度舉辦《後浪祭》活動，透過一系列的舞台表演、攤位市集、主題講座，並選定青少年最關注的環保、性別、學權、多元文化以及青少年憂鬱等五大議題推出主題特展，讓孩子們擁有自己的聲音與能量。momo 期望藉由會員號召力共同為兒少發聲，並於活動現場設立攤位為活動共盡一份心力，攤位當日總計參與人數共 5,000 人、提供禮品價值共 79 萬元。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

• 6.2 關懷長者

6.3 體育推廣

6.4 正向力量

附錄

6.2 關懷長者

GRI 203-1 203-2

人口老化已成為全球新議題，根據國會 2018 年推估資料顯示，台灣將於 2026 年進入超高老齡社會（65 歲以上人口佔 20%），帶來的許多社會、經濟、政治等層面問題，包括：長照、健保、醫療、育兒、勞動力等議題，隨著幼年人口遞減，加重青壯年人口負擔，對整個社會及家庭的影響甚鉅。有鑑於此，momo 觀察此不可避免的時代趨勢，致力使社會大眾重視「老齡化社會」議題，使其得到生活所需資金與照護。透過義賣、贊助、募款與捐物活動，共獲得捐款近 97 萬。



1 第一社福 _ 扶持雙老 愛無限

41 萬元



第一社福創立 43 年來，長期致力讓社會大眾重視「雙老家庭」的議題，每年平均服務約 1.5 萬位的心智障礙者，機構服務的心智障礙成人當中，逾 45% 的父母超過 60 歲以上，顯示服務對象正「帶著障礙老化」，而高齡照顧者也面臨健康惡化與經濟來源不穩定的狀況。momo 與第一社福共同推動「雙老家庭服務計畫」，使年輕消費族群重視與關心「高齡化」的議題，活動共募得 41 萬，每份捐款都匯聚成愛的力量。

2 弘道老人 _ 寒冬助老 刻不容緩

56 萬元



台灣人口老化速度持續上升，專家預估將於 2026 年邁入「超高老齡社會」。因此，弘道基金會自 2008 年起，每年到歲末寒冬時將發起「寒冬助老 刻不容緩」獨居弱勢長輩關懷計畫，提供除舊佈新、辦年貨、送年菜、圍爐餐、走春迎新等服務；momo 與弘道在冷冷的冬天攜手并肩推行愛心百元捐活動，透過 momo 平台募款，讓無形的愛，轉換成有形的支持力量，活動共募得 56 萬，溫暖弱勢長輩身心。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

• 6.3 體育推廣

6.4 正向力量

附錄

6.3 體育推廣

GRI 203-1 203-2

身為國內虛擬通路的領導品牌，momo 挾以豐碩的線上平台廣宣資源，與創意行銷的宣傳實力，積極投身體育活動推廣的行列，提升台灣運動賽事更廣泛的能見度。同時號召合作的供應好夥伴，為運動賽事推廣盡一份力。momo 聚焦的運動賽包括國人高關注的籃球與棒球，除了呼應富邦集團體育發展大方針，支持「富邦悍將」、「富邦勇士隊」與「台灣大哥大女子公開賽」等職業賽事等發展外，亦積極投入大專賽事的推廣，為運動種子的夢想鋪路。momo 發揮平台核心角色，串聯起集團間、供應商、運動選手、球迷、消費者等連結點，壯大台灣在體育推廣的凝聚力，進而培養國人熱衷運動的風氣，將投入運動發展的成效發揮到最高效益。



國際運動賽事媒體活動廣宣

成果

momo 多方位協助台灣體育賽事發展，支持台灣運動蓬勃發展茁壯，讓運動員展現拚戰精神感動人心，進而締造佳績在國際發光發熱，推助台灣在國際體壇間的聲譽，協助職業球隊及體育賽事進行宣傳及推廣，體育宣傳與贊助活動共投入約 4,974 萬元。



1

富邦勇士籃球隊

\$ 920 萬元

momo 連續 8 年響應富邦集團攜手支持富邦勇士籃球隊的營運發展，挹注富邦勇士隊參與 P.LEAGUE+ 台灣職業籃球聯盟。momo 除了提高贊助與廣宣經費至 920 萬元，並動員 momo 品牌力與會員的號召力，特舉辦「momo 主題日」活動，號召會員以實際行動進場看球；momo 購物網更於富邦勇士衛冕總冠軍之際，舉辦「富邦勇士奪冠慶」行銷優惠活動，以延伸會員對籃球關注與支持熱度；加上 momo 與富邦勇士分屬零售業與運動領域的跨界宣傳綜效，擴大延伸聯賽例行賽事宣傳，為國內職籃發展盡一份心力。



2

富邦悍將球隊

\$ 2,100 萬元

棒球為台灣國球，momo 落實對棒球運動的支持，自 2017 年起持續積極與富邦集團攜手扶植協助富邦悍將球隊，全力應援台灣國球運動，2022 年投入活動經費更高達 2,100 萬元，期望一起讓台灣棒球及運動產業環境向上提升，幫助台灣選手創造更好的紀錄。



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

• 6.3 體育推廣

6.4 正向力量

附錄

3 台灣大哥大女子公開賽

\$ 34 萬元

台灣大哥大女子公開賽為富邦集團的台灣大哥大冠名贊助，是台灣女子高球賽事最華麗堅強的國際陣容，吸引來自國內外近百名職業高球女將與業餘好手參加，momo 已第 7 年共襄盛舉參與推廣，今年度贊助提供與會貴賓服裝共 197 件，費用共 34 萬元，以實際行動協助讓台灣優秀的高爾夫選手，能夠在自己家鄉與國際選手有同場競技的實戰機會，同時證明台灣具有籌辦國際級賽會的能力。



4 UBA 人氣票選

\$ 718 萬元

momo 秉持回饋社會推廣運動的精神，多年攜手富邦人壽共同參與 UBA 大專籃球聯賽活動。momo 運用購物平台的資源為 UBA 打造線上舞台，為入圍決賽之隊伍與人氣球員 / 新人球員，舉辦線上人氣球隊投票，並於全台大專院校及球賽現場曝光。momo 站上的高流量有機會讓這些優秀的隊伍與球員攫取更多的關注外，透過鼓勵票選的機制，不僅讓新一代年輕人能參與賽事活動，也能吸引站上的會員對於 UBA 的關注。參與總投票數達 116 萬票，網路流量高達近百萬、並提撥金額贊助、投入廣宣費用共 718 萬元。



5 富邦運動場館

\$ 600 萬元

momo 支持台灣體育發展，亦跨足運動場館經營，2022 年投入 600 萬元的贊助金額，以期台灣運動發展能有優質的競賽場所與觀賽環境，有助運動風氣的養成。新莊棒球場為台北地區最主要國際級球場，每年超過 60 場以上大型職業、國際賽事，富邦悍將主場賽事，平均進場人數更可達 5,000 人次以上，運動場館近年來積極舉辦各層級棒球賽事，以求拓展接觸族群更多元化。



6 HBL 明星賽票選活動

\$ 602 萬元



momo 為支持年輕球員達成夢想並秉持回饋社會推廣運動的精神，攜手全台最受矚目的籃球競技項目之一「HBL 高中籃球甲級聯賽活動」，舉行明星賽出賽隊伍選拔活動，momo 為此打造專屬舞台，吸引站上年輕族群響應票選，球迷朋友每日可為支持的球員、隊伍應援投票，體驗教練視角，組成心目中的夢幻陣容，把心目中「最強高中生」明星隊組合送入 HBL 全明星賽大展身手，網路流量計 65 萬，並提撥金額贊助、投入廣宣費用共 602 萬元。

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

6.3 體育推廣

• 6.4 正向力量

附錄

6.4 正向力量

GRI 203-1 203-2

為了讓公益服務影響力能發揮綜效，momo 除了長期關注「弱勢族群」的社會議題，也踴躍響應集團內部的號召，更將關注議題擴展至「野生動物保育」、「藝文推廣」、「食物浪費」等，培養企業在社會關懷的良好風氣，帶動社會正向力量。提供經費與募款金額共 **244 萬元**。



共創正向力量 提昇社會公益績效

1 富邦公益大使

\$ 55 萬元

momo 與富邦慈善基金會多年攜手舉辦「富邦公益大使」計畫，網路票選參與人次數 51,714 人，為鼓勵同仁積極參與公益服務活動，關懷對象以「社會福利」擴至「社會企業」作為提案領域，期盼建立一個同仁參與社會公益的平台，實際關懷與協助社會弱勢團體或改善社會問題之社企發展相關活動，凡舉富邦集團在職員工皆可成為富邦公益大使提案人，以扶植社會弱勢為宗旨，透過建構網路平台及志工培訓，並提供經費及禮品贊助共 55 萬元，將愛散播至社會各角落。



2 種福電 _ 綠能公益計畫

\$ 21 萬元



台灣大哥大自 2017 年起連續第 6 年推動「種福電綠能公益計畫」，2022 年號召全民為「台灣肯納基金會」愛心募款。此次計畫延續創新模式建置一套太陽光電系統，並依政府再生能源政策及相關售電機制，結合再生能源並將電力躉售給電力公司，讓愛心公益加乘放大。momo 積極響應計畫，為其打造專屬活動頁面，活動募款共達 21 萬經費，期望藉由活動匯集大家的愛心，幫助自閉兒找到應有的生存尊嚴與機會，齊心用陽光打開自閉的窗，用綠電種下肯納青年 20 年的希望，持續用綠能轉動愛與善的循環。

3 野灣 _ 灣欸動物 灣來守護

\$ 23 萬元



野灣野生動物保育協會為台灣東部野生動物重要的醫療前哨站，肩負受傷或失親野生動物的救治、訓練、野放、後續追蹤及相關環境教育重任，野灣野生動物醫院自 2020 成立至今，已援助超過 800 多隻台灣特有及珍貴的動物。隨著社會和經濟的發展，以及人類的過度開發造成野生動物的棲息地不斷地受到侵害，動物的活動範圍遭到限縮。momo 將愛心觸角延伸至野生動物保育，專案募款金額共計 23 萬，用於野生動物救傷醫療支持，讓更多野生動物有機會重返山林，一同守護台灣的珍貴動物！

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴 · 好生活

CH 3. 永續消費 · 新生活

CH 4. 永續營運 · 綠生活

CH 5. 健康平等 · 心生活

CH 6. 社會共好 · 樂生活

6.1 婦幼弱勢

6.2 關懷長者

6.3 體育推廣

• 6.4 正向力量

附錄

4 台北女子圖鑑



為支持國內影視文化發展，momo 與影音串流平台 Disney+ 合作，以網路活動頁方式曝光「台北女子圖鑑」劇中相關劇情之商品，為期 70 天之合作帶進約 120,000 人次流量，社群貼文觸及 40,000 人次，成功提升影視聲量。

5 電商平台影響力 - 啟動社福團體物資合作與捐助

\$ 145 萬元



momo 站上上百萬件的商品，除透過品牌供應商上架外，momo 亦有許多買斷產品。為讓物資不被隨意浪費，2022 年起，我們開始與食物銀行、人安基金會合作，將自有物資分送給全台基金會據點，包含日用品、個人清潔用品、床墊、服飾、兒童用品等，總計捐助 3,868 件商品，換算金額為 145 萬元。希望透過物資活用，讓資源能到需要的人手上。

6 電商平台影響力 - 引導會員捐贈發票

2022 年近 momo 38 萬名會員響應，捐贈近 140 萬張發票

momo 站上除了能夠捐款、捐物資之外，網購平台的特性讓「捐發票」也成為消費者動動手指就能夠輕鬆做的善事之一。消費者在 momo 購物網與 APP 下單時，在結帳環節即可選擇「發票捐贈」選項，依個人關注主題，將發票捐贈給第一社福、董事基金會、脊髓損傷基金會、癌症基金會、關懷台灣文教基金會等單位。為鼓勵民眾踴躍參與，momo 也與各大稅務機構合作，祭出 mo 幣抽獎活動，透過提供誘因，廣邀民眾共同捐發票做公益。2022 年共有超過 38 萬名會員響應、捐出 1,393,076 筆發票，平均每月募得破 11 萬張發票！希望透過各方管道，為社福團體增加經濟來源的支持。



附錄

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表



外部確信・報告書查證聲明書

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

・ 報告書查證聲明書

ISO 證書

GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

bsi.



獨立保證意見聲明書

富邦媒體科技股份有限公司 2022 年永續報告書

英國標準協會與富邦媒體科技股份有限公司(簡稱 momo)為相互獨立的公司，英國標準協會除了針對富邦媒體科技股份有限公司 2022 年永續報告書進行評估和查證外，與 momo 並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書之目的，僅作為對富邦媒體科技股份有限公司 2022 年永續報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外，對於其他目的之使用，或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人，英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書係英國標準協會審查 momo 提供之相關資訊所作成之結論，因此審查範圍乃基於並侷限在這些提供的資訊內容之內，英國標準協會認為這些資訊內容都是完整且準確的。

對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問，將由 momo 一併回覆。

查證範圍

momo 與英國標準協會協議的查證範圍包括：

1. 本查證作業範疇與富邦媒體科技股份有限公司 2022 年永續報告書揭露之報告範疇一致。
2. 依照 AA1000 保證標準 v3 的第 1 應用類型評估 momo 遵循 AA1000 當責性原則(2018)的本質和程度，不包括對於報告書揭露的資訊/數據之可信賴度的查證。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們總結富邦媒體科技股份有限公司 2022 年永續報告書內容，對於 momo 之相關運作與永續績效則提供了一個公平的觀點。基於保證範圍限制事項、momo 所提供資訊與數據以及抽樣之測試，此報告書並無重大之不實陳述。我們相信有關 momo 的環境、社會及治理等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露之永續績效資訊展現了 momo 對識別利害關係人的努力。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準 v3 查證能力之團隊執行，以及策劃和執行這部分的工作，以獲得必要之訊息資料及說明。我們認為就 momo 所提供之足夠證據，表明其符合 AA1000 保證標準 v3 的報告方法與自我聲明遵循 GRI 永續性報導準則係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關於 momo 政策進行訪談，以確認本報告書中聲明書的合適性
- 與管理者討論有關利害關係人參與的方式，然而，我們並無直接接觸外部利害關係人
- 訪談 15 位與永續性管理、報告書編製及資訊提供有關的員工
- 審查有關組織的關鍵性發展
- 審查內部稽核的發現
- 審查報告書中所作宣告的支持性證據
- 針對公司報告書及其相關 AA1000 當責性原則(2018)中有關包容性、重大性、回應性及衝擊性原則之流程管理進行審查

結論

針對 AA1000 當責性原則(2018)之包容性、重大性、回應性及衝擊性與 GRI 永續性報導準則的詳細審查結果如下：

包容性

2022 年報告書反映出 momo 已持續尋求利害關係人的參與，並建立重大永續主題，以發展及達成對永續具有責任且策略性的回應。報告書中已公正地報告與揭露環境、社會及治理的訊息，足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了 momo 之包容性議題。

重大性

momo 公布對組織及其利害關係人之評估、決策、行動和績效會產生實質性影響與衝擊之重大主題。永續性資訊揭露使利害關係人得以對公司之管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了 momo 之重大性議題。

回應性

momo 執行來自利害關係人的期待與看法之回應。momo 已發展相關道德政策，作為提供進一步回應利害關係人的機會，並能對利害關係人所關切之議題作出及時性回應。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了 momo 之回應性議題。

衝擊性

momo 已識別並以平衡和有效之量測及揭露方式公正展現其衝擊。momo 已經建立監督、量測、評估和管理衝擊之流程，從而在組織內實現更有效之決策和結果管理。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了 momo 之衝擊性議題。

GRI 永續性報導準則

momo 提供有關遵循 GRI 永續性報導準則 2021 之自我宣告，並對每個涵蓋其行業準則和具相關性的 GRI 主題準則之重大主題，其揭露項目依據全部報導要求的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照 GRI 永續性報導準則之永續發展相關揭露項目已被報告、部分報告或省略。以我們的專業意見而言，此自我宣告涵蓋了 momo 的永續性主題。

保證等級

依據 AA1000 保證標準 v3 我們審查本聲明書為中度保證等級，如同本聲明書中所描述之範圍與方法。

責任

這份永續報告書所屬責任，如同責任信中所宣稱，為 momo 負責人所有。我們的責任為基於所描述之範圍與方法，提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

能力與獨立性

英國標準協會於 1901 年成立，為全球標準與驗證的領導者。本查證團隊係由具專業背景，且接受過 AA1000AS、ISO 14001、ISO 45001、ISO 14064 及 ISO 9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練，具有主導稽核員資格之成員組成。本保證係依據 BSI 公平交易準則執行。

For and on behalf of BSI:


Peter Pu, Managing Director BSI Taiwan



Statement No: SRA-TW-2022016
2023-05-22

Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No. 37, Ji-Hu Rd., Ni-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
A Member of the BSI Group of Companies.

...making excellence a habit.™

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄




報告書查證聲明書

• ISO 證書

GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

ISO 14064-1 溫室氣體盤查證書

Opinion Statement

Greenhouse Gas Emissions
Verification Opinion Statement

This is to verify that:	momo.com Inc. 4F. No. 96, Jhouzih St. Neihu District Taipei City 114681	富邦媒體科技股份有限公司 臺灣 台北市 內湖區 洲子街 96 號 4F 114681
-------------------------	--	---

Holds Statement No: GHGEV 789545


Verification opinion statement
As a result of carrying out verification procedures in accordance with ISO 14064-3:2006, it is the opinion of BSI with reasonable assurance that:

- The Greenhouse Gas Emissions with momo.com Inc. for the period from 2022-01-01 to 2022-12-31 was verified, including direct greenhouse gas emissions 1,595,4827 tonnes of CO₂ equivalent and indirect greenhouse gas emissions from imported energy 13,240,4474 tonnes of CO₂ equivalent.
- No material misstatements for the period from 2022-01-01 to 2022-12-31 Greenhouse Gas Emissions calculation were revealed.
- Data quality was considered acceptable in meeting the principles as set out in ISO 14064-1:2018.
- The emission factor for electricity for the year 2022 is not published by Taiwan government so far, the emission factor used for electricity is 0.509 kilograms of Carbon Dioxide equivalent per kWh instead which may potentially result in different Greenhouse Gas Emission estimates.

The other selected indirect GHG emissions listed in the attached table on the next page were also reported and thus verified with limited assurance, and data quality was not considered unacceptable in meeting the principles as set out in ISO 14064-1: 2018.

For and on behalf of BSI:

Originally Issue: 2023-06-19



Managing Director BSI Taiwan, Peter Pu

Latest Issue: 2023-06-19

Page: 1 of 3

...making excellence a habit.™

The British Standards Institution is independent to the above named client and has no financial interest in the above named client. This Opinion Statement has been prepared for the above named client only for the purposes of verifying its statements relating to its carbon emissions more particularly described in the scope. It was not prepared for any other purpose. The British Standards Institution will not, in providing this Opinion Statement, accept or assume responsibility (legal or otherwise) or accept liability for or in connection with any other purpose for which it may be used or to any person by whom the Opinion Statement may be read. This Opinion Statement is prepared on the basis of review by The British Standards Institution of information presented to it by the above named client. The review does not extend beyond such information and is solely based on it. In performing such review, The British Standards Institution has assumed that all such information is complete and accurate. Any queries that may arise by virtue of this Opinion Statement or matters relating to it should be addressed to the above named client only.
Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No. 37, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

ISO 45001 職業安全衛生管理系統證書





Certificate of Registration

OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY MANAGEMENT SYSTEM - ISO 45001:2018

This is to certify that:	momo.com Inc. 1-8F No.96 & 98, Jhouzih St., Neihu Dist., Taipei City 11493 Taiwan	富邦媒體科技股份有限公司 臺灣 台北市 內湖區 洲子街96、98號 1-8樓 11493
--------------------------	---	--

Holds Certificate No: **OHS 732913**

and operates an Occupational Health and Safety Management System which complies with the requirements of ISO 45001:2018 for the following scope:

The provision of television, internet, and catalog shopping-related service.
電視、網路及型錄購物相關服務

For and on behalf of BSI:



Chris Cheung, Head of Compliance & Risk - Asia Pacific

Original Registration Date: 2020-09-15	Effective Date: 2020-09-15	
Latest Revision Date: 2020-09-15	Expiry Date: 2023-09-14	




Page: 1 of 2

...making excellence a habit.™

This certificate was issued electronically and remains the property of BSI and is bound by the conditions of contract.
An electronic certificate can be authenticated [online](#).
Printed copies can be validated at www.bsi-global.com/ClientDirectory or telephone +886 (02)2656-0333.
Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No.37, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
A Member of the BSI Group of Companies.



目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

• ISO 證書

GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

ISO 27001 資訊安全管理系統證書



ISO 27701 個人資料隱私管理系統證書



全球永續性報告指南 GRI Standards 指標對照表

使用聲明	富邦媒體科技股份有限公司，已依循 GRI 準則報導 2022/1/1 至 2022/12/31 期間的內容。
使用的 GRI 1	GRI11：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	無

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

• GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021	2-1 組織詳細資訊	2.1 momo 營運概況	26
	2-2 組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	2 129
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人		
	2-4 資訊重編		
	2-5 外部保證 / 確信	關於本報告書外部確信	
	2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	成果績效與管理方針	26
		2.1 momo 營運概況	49
		2.1.1 新零售產業環境與規模	80
	2-7 員工	5.2.1 人力招募與流動	95
		5.2.2 員工結構	97
	2-8 非員工的工作者	5.2.2 員工結構	97
		1.2 永續生活藍圖執行方針	16
		2.2.1 董事會專業性及獨立性	31
		2.2.2 董事會運作	33
	2-9 治理結構與組成	2.2.3 功能性委員會運作情形	35

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021	2-10 最高治理單位的提名與遴選	1.2 永續生活藍圖執行方針 2.2.1 董事會專業性及獨立性	16 31
	2-11 最高治理單位的主席	2.2.1 董事會專業性及獨立性	31
	2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	董事長的話、總經理的話 1.2 永續生活藍圖執行方針	3-4 16
	2-13 衝擊管理的負責人	1.2 永續生活藍圖執行方針	16
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色		
	2-15 利益衝突	2.2.1 董事會專業性及獨立性	30
	2-16 溝通關鍵重大事件	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 2.2.3 功能性委員會運作情形	17
	2-17 最高治理單位的群體智識	2.2.2 董事會運作	33
	2-18 最高治理單位的績效評估		
	2-19 薪酬政策		

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

• GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 2： 一般揭露 2021	2-20 薪酬決定流程	2.2.2 董事會運作	33
		5.3.1 績效與獎勵制度	98
	2-21 年度總薪酬比率	5.3.1 績效與獎勵制度	98
	2-22 永續發展策略的聲明	董事長的話、總經理的話	3-4
		1.1 momo 永續生活藍圖	10
		1.2 永續生活藍圖執行方針	16
	2-23 政策承諾	1.2 永續生活藍圖執行方針	16
		2.3.3 氣候變遷風險管理	39
		2.3.4 推動風險文化	47
		2.4.2 供應鏈遴選與評估	50
		3.4.1 資訊安全治理	65
		3.4.3 隱私保護	67
		5.1 人權關懷	88
	2-24 納入政策承諾	1.2 永續生活藍圖執行方針	16
		2.3.2 風險管理機制	37
		2.3.3 氣候變遷風險管理	39
		2.3.4 推動風險文化	47
		2.4.2 供應鏈遴選與評估	50
		3.4.2 資訊安全與管理	66
		3.4.3 隱私保護	67
		5.1 人權關懷	88
	2-25 補救負面衝擊的程序	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
		2 共益夥伴好生活 - 重大主題管理	25
		3 永續消費新生活 - 重大主題管理	55
		4 永續營運綠生活 - 重大主題管理	71
		5 健康平等心生活 - 重大主題管理	87

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 2： 一般揭露 2021	2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
		2.3.4 推動風險文化	47
		3.3.2 精準客戶服務體驗	64
		5.1.1 人權管理	88
	2-27 法規遵循	2.3.5 法規遵循	48
	2-28 公協會的會員資格	2.1.2 財務績效持續亮眼	28
正負面重大主題			
正面價向重大主題：健全公司治理			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 2 共益夥伴好生活 - 重大主題管理	17 25
GRI 405： 員工多元化 與平等機會 2016	405-1 治理單位與員工的多元化	2.2.2 董事會運作 5.2.2 員工結構	33 97

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

• GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
正面價向重大主題：經營績效提升			
GRI 3：重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 2 共益夥伴好生活 - 重大主題管理	17 25
GRI 201：經濟績效 2016	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1.2 財務績效持續亮眼	28
正面價向重大主題：風險管理（企業自訂主題）			
GRI 3：重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 2 共益夥伴好生活 - 重大主題管理	17 25
正面價向重大主題：氣候治理與策略			
GRI 3：重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 2 共益夥伴好生活 - 重大主題管理	17 25
GRI 201：經濟績效 2016	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	2.3.3 氣候變遷風險管理	39

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
正面價向重大主題：綠色包裝與物流			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 4 永續營運綠生活 - 重大主題管理	17 71
GRI 306 廢棄物 2020	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	4.1.4 廢棄物管理	75
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	4.3 綠色包裝	83
	306-3 廢棄物產生		
正面價向重大主題：人才招募與留任			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 5 健康平等心生活 - 重大主題管理	17 87
GRI 401： 勞雇關係 2016	401-1 新進員工和離職員工	5.2.1 人力招募與流動	95

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

• GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼		
一般揭露		章節	頁碼	
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	5.2.1 人力招募與流動	95	
		5.4.1 人才培育與發展	102	
		5.4.2 人才職涯途徑與成效	103	
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	5.2.1 人力招募與流動	95	
		5.4.1 人才培育與發展	102	
		5.4.2 人才職涯途徑與成效	103	
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.3.1 績效與獎酬制度	98	
	GRI 405： 員工多元化 與平等機會 2016	405-1 治理單位與員工的多元化	2.2.2 董事會運作	33
			5.2.1 人力招募與流動	95
5.2.2 員工結構			97	
405-2 女性對男性的基本薪資與薪酬的比率		5.3.1 績效與獎酬制度	98	
正面價向重大主題：商品與服務創新（企業自訂主題）				
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17	
	3-2 重大主題列表			
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 3 永續消費新生活 - 重大主題管理	17 55	
正面價向重大主題：永續消費（企業自訂主題）				
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17	
	3-2 重大主題列表			
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 3 永續消費新生活 - 重大主題管理	17 55	

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
正面價向重大主題：綠色行銷（企業自訂主題）			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 3 永續消費新生活 - 重大主題管理	17 55
負面價向重大主題：供應商環境與社會評估			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 2 共益夥伴好生活 - 重大主題管理	17 25
GRI 409 : 強迫或強制勞動 2016	409-1 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	2.4.2 供應鏈遴選與評估 5.1.1 人權管理	50
GRI 308 供應鏈環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	2.4.2 供應鏈遴選與評估	50
GRI 414 : 供應商社會評估 2016	414-1 使用社會標準篩選新供應商	2.4.2 供應鏈遴選與評估	50
負面價向重大主題：品質安全要求與檢驗			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

• GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 3： 重大主題 2021	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 3 永續消費新生活 - 重大主題管理	17 55
GRI 416： 顧客健康與安全 2016	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1.1 商品品質管理與預防	56
負面價向重大主題：行銷與標示			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 3 永續消費新生活 - 重大主題管理	17 56
GRI 417： 行銷與標示 2016	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3.1.2 商品行銷與標示管理	59
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件		
負面價向重大主題：顧客隱私及資訊安全			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 3 永續消費新生活 - 重大主題管理	17 56

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
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	3.4.1 資訊安全治理	65
		3.4.2 資訊安全與管理	66
		3.4.3 隱私保護	67
負面價向重大主題：（企業營運）能資源耗用			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 4 永續營運綠生活 - 重大主題管理	17 71
GRI 302： 能源 2016	302-1 組織內部能源消耗量	4.1.2 溫室氣體與能源管理 4.2 綠色物流	73 80
	302-3 能源密集度		
	302-4 減少能源消耗		
	302-5 降低產品和服務能源需求		

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

• GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 305： 排放 2016	305-1 直接 （範疇一）溫室氣體排放	4.1.2 溫室氣體與能源管理	73
	305-2 能源間接 （範疇二）溫室氣體排放		
	305-4 溫室氣體排放強度		
	305-5 溫室氣體排放減量		
GRI 306 廢棄物 2020	306-1 廢棄物的產生 與廢棄物相關顯著衝擊	4.1.4 廢棄物管理	75
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	4.3 綠色包裝	83
	306-3 廢棄物產生		
負面價向重大主題：（價值鏈）能資源耗用			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 4 永續營運綠生活 - 重大主題管理	17 71

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 302： 能源 2016	302-2 組織外部能源消耗量	4.1.2 溫室氣體與能源管理	73
	302-3 能源密集度		
	302-4 減少能源消耗	4.1.2 溫室氣體與能源管理	73
	302-5 降低產品和服務能源需求	4.2 綠色物流	80
GRI 305： 排放 2016	305-3 其它間接 （範疇三）溫室氣體排放	4.1.2 溫室氣體與能源管理	73
	305-5 溫室氣體排放減量	4.1.2 溫室氣體與能源管理 4.2 綠色物流 4.3 綠色包裝	73 80 83
負面價向重大主題：人權侵犯			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17
	3-2 重大主題列表		
	3-3 重大主題管理	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別 5 健康平等心生活 - 重大主題管理	17 87
GRI 401： 勞雇關係 2016	401-2 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	5.3.2 員工福利制度	99
	401-3 育嬰假		

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

• GRI Standards 指標對照表

SASB 索引表

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		章節	頁碼
GRI 403： 職業安全衛生 2018	403-1 職業安全衛生 管理系統	5.5.1 職業安全衛生管理推動 5.5.2 提升職場安全 5.5.3 健康樂活職場	106 107 111
	403-2 危害辨識、 風險評估、及事故 調查		
	403-3 職業健康服務		
	403-4 有關職業安全 衛生之工作者參與、 諮商與溝通		
	403-5 有關職業安全 衛生之工作者訓練		
	403-6 工作者健康 促進		
	403-7 預防和減緩與 業務關係直接相關 聯之職業安全衛生的 衝擊		
	403-8 職業安全衛生 管理系統所涵蓋之 工作者	5.5.2 提升職場安全	107
	403-9 職業災害		
	403-10 職業病		

GRI 準則	揭露項目	章節 / 頁碼	
一般揭露		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	5.1.1 人權管理	88
GRI 407： 結社自由與團體協商 2016	407-1 可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	5.1.1 人權管理	88
GRI 409： 強迫或強制勞動 2016	409-1 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	2.4.2 供應鏈遴選與評估	50
		5.1.1 人權管理	88
		5.1.2 勞資溝通與權益保障	95
次要主題			
負面價向次要主題：企業貪腐與不道德行為			
GRI 205： 反貪腐	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	5.4.2 人才職涯途徑與成效	103
正面價向次要主題：社會公益			
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	6.1 弱勢婦幼	118
		6.2 關懷長者	123
	203-2 顯著的間接經濟衝擊	6.3 體育推廣	124
		6.4 正向力量	126

永續會計準則委員會（SASB）之行業準則索引表 - 電子商務行業（E-commerce）

目錄

關於 momo 報告書

董事長的話

總經理的話

momo 永續績效

重要事蹟與獲獎

年度專利

CH 1. 永續 momo

CH 2. 共益夥伴・好生活

CH 3. 永續消費・新生活

CH 4. 永續營運・綠生活

CH 5. 健康平等・心生活

CH 6. 社會共好・樂生活

附錄

報告書查證聲明書

ISO 證書

GRI Standards 指標對照表

• SASB 索引表

會計指標	對應章節	頁碼
基礎硬體設施（能源與水管理）		
CG-EC-130a.1	（1）總能源耗損（2）能源採用外購電力占總耗電百分比（3）採用再生能源的比例	4.1.2 溫室氣體與能源管理 73
CG-EC-130a.2	（1）總取水量（2）總耗水量、由水資源高壓力、極高壓力地區取水的百分比	4.1.3 水資源管理 75
CG-EC-130a.3	資料中心（Data Center）的規劃應整合環境考量	客戶端的資料為設立於公司總部資訊機房作為儲存與管理，檢視該區域環境設施僅以一般用電無特別高壓設備，水資源上也無須用水，並於 2019 年起通過 ISO 14001 環境管理系統驗證。 -
資料隱私與廣告標準		
CG-EC-220a.1	使用者資訊被使用於次要目的的用戶數	3.4.3 隱私保護 67
CG-EC-220a.2	說明使用者隱私政策及行為廣告相關政策	3.4.3 隱私保護 67
資料安全		
CG-EC-230a.1	說明鑑別及因應資料安全風險的方法	3.4.1 資訊安全治理 3.4.2 資訊安全與管理 65 66
CG-EC-230a.2	（1）資料外洩次數（2）涉及個人識別資訊（PII）外洩之比例（3）帳戶持有人受影響數量	3.4.2 資訊安全與管理 66

會計指標	對應章節	頁碼
人才招聘、包容性與績效		
CG-EC-330a.1	員工敬業度百分比	今年無相關內容 -
CG-EC-330a.2	全體員工的（1）自願離職率、（2）非自願離職率	5.2.1 人力招募與流動 95
CG-EC-330a.3	全球員工的性別分布佔比、各種族 / 民族分布佔比；區分為三類揭露：（1）管理階層（2）技術人員（3）所有其餘員工	5.2.1 人力招募與流動 5.2.2 員工結構 95 97
CG-EC-330a.4	技術人員中持有 H-1B 簽證的比例	不符合 momo 營運狀況，故無相關內容揭露 -
產品包裝與配送		
CG-EC-410a.1	產品配送的碳足跡總量	4.2 綠色物流 80
CG-EC-410a.2	揭露產品配送造成環境衝擊的減量策略	4.2 綠色物流 4.3 綠色包裝 80 83
活動指標		
CG-EC-000.A	最適衡量使用者活動指標	2.1.2 財務績效持續亮眼 28
CG-EC-000.B	數據處理能力暨外包百分比	今年無相關內容 -
CG-EC-000.C	產品配送量	4.2 綠色物流 80



富邦媒體科技
momo.com Inc.



Environment Social Governance

24小時服務專線：0800-777-959