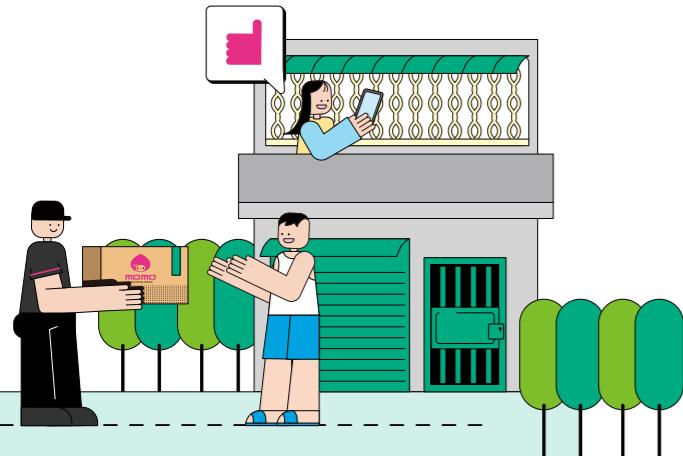


2023 永續報告書

Sustainability Report

目錄



關於本報告書	02
momo 永續績效	04
榮耀與肯定	05
董事長的話、總經理的話	06

1 momo 永續發展	8	4 永續環境	70
1.1 永續發展策略	9	4.1 綠色營運	72
1.2 永續治理機制	16	4.2 綠色包裝	84
1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	17	4.3 綠色物流	89
2 共益夥伴	24	5 友善職場	94
2.1 關於 momo	26	5.1 多元與包容	96
2.2 公司治理	31	5.2 人權保障	99
2.3 永續風險管理	36	5.3 人才發展與留任	106
2.4 永續供應鏈	46	5.4 健康安全職場	114
3 永續消費	54	6 社會共好	122
3.1 永續消費	56	6.1 數位募捐	124
3.2 最佳消費體驗	61	6.2 公益參與	131
3.3 資訊安全與隱私保護	65	6.3 體育文化推廣	133
附錄	135		
GRI 準則對照表	136		
SASB 索引表	140		
證書	141		

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 標準對照表

SASB 索引表

證書

關於本報告書

2-1 2-2 2-3 2-4 2-5

報告期間

歡迎您閱覽富邦媒體科技股份有限公司（以下簡稱 momo）發行的第九本永續報告書。本報告書主要揭露 momo 於 2023 年度（2023 年 1 月 1 日至 12 月 31 日）實踐公司治理、環境永續與人群（人權）的目標與績效，報導期間與合併財報相同。因應國際發展趨勢，本報告書同時發行中、英文版本，更多永續相關資訊請詳見本公司官網 ESG 專區 [□](#)。

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報數據邊界一致，2023 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 在台灣的營運為主，部份環境、社會數據範疇若與合併財報數據邊界不同，將另行以註解補充說明。

報告書撰寫原則

本報告係依循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 標準 2021 年版）撰寫，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 標準指標對照表 [□](#) 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以下三階段內部審查方得以揭露：

第一階段

各營運單位依據其業務職掌，參考 GRI 及 SASB 準則，蒐集撰寫數據資料



第二階段

永續發展部進行彙整審訂，呈送營運單位最高主管及總經理核閱



最後階段

提報永續發展委員會及董事會審議通過



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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。

經總經理核定，本報告書內容係由新加坡商英國標準協會集團私人有限公司臺灣分公司（BSI Taiwan）依循 GRI 準則 2021 年版及 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 BSI 查證聲明書。

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右表所列示：

報告書發行歷程

momo 定期每年發行報告書，並皆公開發布於本公司企業官方網站供查詢及下載。



現行版本



上一版本



首次出版

2024 年 8 月

2023 年 6 月

2016 年 9 月



momo ESG 報告書下載

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

Deloitte.
勤業眾信

環境

ISO 14001 環境管理系統
ISO 14064-1 組織溫室氣體盤查
ISO 14067 碳足跡查證

bsi.
英國標準協會

職安衛

ISO 45001 職業安全衛生管理系統

SGS
台灣檢驗科技股份有限公司
SGS Taiwan Ltd.

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

品質

ISO 9001 品質管理系統

網購包裝減量成果

確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」

KPMG
安侯建業

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

財會處 | 永續發展部

電話 : +886 2 2162 6688 ext. 1231

信箱 : esg@fmt.com.tw

地址 : 台北市內湖區洲子街 96 號 4 樓



momo ESG 網站

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

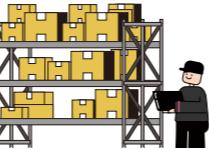
momo 2023 永續績效



於網購消費各環節推動低碳購物旅程



產品上架



倉儲備貨



消費者下單



包裝出貨



物流配送

- 綠色生活館嚴選 >5,300 項認證商品，推薦消費者環境友善產品
- 供應商 100% 簽署永續發展守則、持續辦理教育訓練，打造永續供應鏈

- 大型物流中心採綠建築概念興建，節能環保
- 物流中心自產再生能源，年產出 >120 萬度綠電

- 推動綠活會員，>29 萬消費者響應永續消費行動
- 取得零售服務碳足跡標籤，揭露網購碳排放量

- 採用循環袋、循環紙箱出貨，包材再度投入使用
- 積極建置循環包裝生態圈，巷口即可回收循環袋
- 推動紙箱減重、AI 大數據分析最適包裝，包裹緩衝材用量減少近 4 成^註

- AI 輔助短鏈佈局，降低配送里程
- 集運併件，減少 >20 萬個紙箱分箱出貨
- 綠色車隊以電動車送貨，減少 15 公噸碳排放量
- >1.1 萬家供應商導入物流隱碼



70+ 項 年度公益專案 / **1 億 2 千萬元** 年度公益總額

23+ 萬 消費者響應捐款捐物 / **6+** 萬 預估受益人次

2+ 萬 小時 ESG 教育訓練時數

100% 性別平等課程完訓

52% 女性主管占比

8 座 主倉通過健康職場認證



合併營收 **1,092 億元**，持續創新高

發布台灣電商首本 TCFD 報告書，鑑別氣候變遷風險及機會

94 分 顧客整體滿意度

持續取得 ISO 27001 及 ISO 27701 認證有效性，嚴格守護資訊安全

董事會通過增訂 風險管理政策與程序，建置更完善風險治理架構

三大類檢驗防護網守護品質安全，年度檢驗近 **10 萬件** 商品

^註：momo 2023 年單件包裹緩衝材用量相較 2019 基準年減少 37.7%，詳見 4.2.3 網購包裝減量計畫

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

榮耀與肯定

投資評等

肯定

- MSCI ESG 評級：AA
- 5 度入選「臺灣永續指數」成分股
- 機構投資人「亞洲最佳管理團隊」調查 - 互聯網類別最受尊崇企業第二名、最佳執行長第一名、最佳財務長第三名、最佳投資人關係人員第一名、最佳投資人關係團隊第一名、最佳投資者關係企業第二名、最佳 ESG 第二名、最佳公司董事會第二名



環境 永續

- 取得「產品碳足跡標籤」證書
- 2 度取得「網購包裝減量標誌 2.0」
- 入選商業週刊「2023 年碳競爭力 100 強」
- AREA 亞洲企業社會責任獎 - 綠色領導獎
- TCSA 台灣企業永續 - 循環經濟領袖獎
- 2 度獲國家企業環保獎 銅級獎
- 環境部「綠色採購及綠色消費推廣績優單位」



多元共融 / 友善職場

- AREA 亞洲企業社會責任獎 - 社會公益發展獎
- TCSA 台灣企業永續獎 - 人權實踐與發展領袖獎
- DEI 多元共融願景獎 - 2023 年度最佳 DEI 企業金獎、最佳女性培力企業獎
- IT Matters 最佳 IT 雇主獎、IT Matters 經理人獎
- 連續 3 年參與台灣人才永續行動聯盟



綜合績效 / 公司治理

- 8 度名列「公司治理評鑑上市公司組前 5%」
- 5 度名列「市值 100 億元以上之非金融電子類上市櫃公司前 10%」
- TCSA 台灣企業永續獎 - 台灣百大永續典範企業獎
- TSAA 台灣永續行動獎 - SDG12 責任生產與消費 _ 金獎、SDG 17 永續發展夥伴關係 _ 銅獎
- 2 度入選遠見企業永續獎 - 綜合績效 _ 服務業 _ 楷模獎
- 4 度入選天下永續公民獎 - 大型企業組 TOP50



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

董事長的話

2023 年為我國氣候治理與國際淨零碳排目標接軌的關鍵年。2月《氣候變遷因應法》公布施行，8月「台灣碳權交易所」揭牌成立，「我國接軌 IFRS 永續揭露準則藍圖」、「碳費收費辦法草案」接連於年底發布，台灣已正式邁入「碳有價」時代，氣候變遷議題勢將觸發產業典範轉移！

台灣電商業首度揭露 TCFD 聚焦氣候治理及氣候機會

體認到氣候變遷的減緩與調適，為企業永續經營之重要課題，momo 於 2023 年發布台灣電商業第一本「氣候相關財務揭露 (TCFD) 報告書」，採用淨零碳排 (NZE) 、SSP 1-2.6 及 SSP 5-8.5 等最嚴苛之氣候情境設定，辨識 2023 至 2050 年整體價值鏈所面臨的風險與機會，包括三大轉型風險「電動車取代燃煤車」、「再生能源提升」、「零碳建築轉換」，實體風險「極端天氣導致斷鏈」，以及兩項氣候機會「綠色消費崛起」、「零碳物流新市場」。針對上述主要氣候議題，逐一分析量化財務影響，並制定管理指標及目標，可望堅實 momo 的中長期營運韌性。

建構永續消費生態圈 促進責任生產與綠色消費

momo 近年積極建構永續消費生態圈，2019 年領先同業創設「綠色生活館」，篩選超過 5 千 3 百件通過國內外環境友善、無動物實驗等認證標章之優質商品，滿足具備永續理念消費者的購物需求，另方面也幫助力行責任生產的供應商夥伴，擁有多行銷資源，提升商品能見度。期盼發揮電商平台影響力，促進國內零售業的低碳轉型。

2023 年 momo 更邁進一大步，9 月份啟動「綠活會員」計畫，鏈結發展多年的數位賦能、綠色物流專業，賦予消費者「永續消費選擇權」，會員加入後可優先使用「循環包裝」出貨，結帳前還可選用「集中到貨」，每筆集中到貨訂單均回饋 30 元 mo 幣。上線短短 4 個月，即吸引超過 29 萬名會員響應，累計減少 20 萬個紙箱使用量，循環包材回收率亦顯著提升。momo 將持續聚焦「綠活會員」客群經營，量身打造更多專屬功能及誘因，使其成為與供應商、消費者攜手實踐永續共好的平台，也藉此滾動式優化溫室氣體範疇三之碳排管理。

台灣綠活電商領航者 精進人權保護及供應鏈管理

2023 年 momo 榮獲 MSCI ESG Rating 「AA」評級，並 4 度由台灣指數公司與富時羅素選為「台灣永續指數成分股」，連續 8 年名列「公司治理評鑑上市企業組前 TOP 5%」。同時，取得「遠見 ESG 企業社會責任獎」、「天下永續公民獎」、「商周 2023 碳競爭力 100 強」、「亞洲企業社會責任獎」等十數項永續殊榮。

值得一提的是，momo 在 2023 年依據 UNGP 聯合國企業人權指導原則報告框架，推動人權盡職治理調查，鑑別出供應鏈人權管理前五大議題，進而制定減緩與補救措施，同時請新進供應商夥伴 100% 簽署「供應商 / 承攬商永續發展守則」。上述努力，榮獲「台灣企業永續獎_人權實踐與發展領袖獎」、「DEI 多元共融願景獎」肯定。

自許為台灣綠活電商領航者，momo 力拼最後一哩路碳排減降，致力佈建短鏈物流，截至 2023 年底全台主倉及衛星倉共 58 座。預計「南區物流中心」將於 2024 下半年啟用，「中

區物流中心」已於 2023 年第四季開工興建，預定 2027 年上線營運。「永續」是一條學無止境的精進之路，momo 將堅守誠信經營原則，致力保護資安及消費者個資，運用核心職能鏈結各方利害關係人，為社會創造永續共益價值！

董事長



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

總經理的話

在 經營團隊與全體同仁的努力下，momo 2023 年營運再攀新高峰，締造全年營收新台幣 1,092 億元、稅後淨利約 36 億元之佳績，為台灣電商創下新里程碑！多年來秉持「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，重視與利害關係人的合作，攜手供應鏈夥伴邁向低碳轉型。

佈建低碳物流服務 善用數位賦能減降碳排

momo 在低碳轉型的路徑上，針對物流、包裝、倉儲等三大主軸，積極檢視核心業務之碳排減量機會。首先依循「**短鏈佈局**」策略，於 2023 年底佈建 58 座物流中心及主倉、衛星倉，搭配「**去節點**」策略，雙管齊下，全年節省 3,334 趟次，創造約 109 公噸二氧化碳當量之年減碳效益。

此外，積極建構**綠色車隊**，與子公司富昇物流合作，逐步汰換自有車輛為環保節能車隊，目前已導入 50 部載貨量為一般機車 3 倍的商用電動三輪機車，為低碳物流服務添翼，預計 2025 年將可提升電動機車之占比至 50%。

憑藉電商「**數據賦能**」優勢，momo 運用大數據技術分析每筆訂單最適合的出貨倉別，並規劃最佳配送路徑，搭配短鏈布局、綠色車隊，有效縮短物流「最後一哩路」之碳排里程。

實踐循環經濟 引領低碳消費正向循環

「**綠色包裝**」堪稱是 momo 永續發展的重中之重。2019 年起持續參與政府主辦之「網購包裝減量計畫」，出貨均採用佔比逾 90% 再生紙漿製作之原色紙箱，紙箱規格達 41 款，同時開發「最適包材建議」AI 模組，使每件訂單選用規格最適合之

包材，以減少填充材使用量。多管齊下，2023 年平均單件包材重量相較 2019 基準年下降 **21%**，緩衝材使用量亦顯著減降 **37.7%**。

在**循環包裝**行動上，momo 相當重視與供應商的合作，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之廢棄膠膜，熱熔形成再生塑料製作可重複使用達 25 次的「循環袋」，全台**循環袋回收據點突破 1.5 萬個**，並持續與「慈濟環保教育站」攜手推動**循環紙箱回收**，致力提供無痛便利的回收體驗。

2023 年 momo 推動 **ISO 14067 碳足跡查證**，盤查網路、電視、型錄等服務於生命週期之碳排量，獲環境部核發碳足跡標籤，每件實體商品零售服務之碳足跡為 1.1 公斤二氧化碳當量，非實體零售服務之碳足跡為 180 公克二氧化碳當量。掌握各階段碳排熱點後，momo 著手規劃對應減碳措施，規劃透過「綠活會員」機制，串聯消費者與供應商，逐步打造低碳消費的正向循環。

重視資安及個資保護 帶動價值鏈提升營運韌性

鑑於「**個資保護**」為消費者高度關注之重大議題，momo 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 2023 年底獲逾 1.1 萬家供應商響應，成功築起物流端的消費者個資安全防線。此外，董事會轄下設置「**資安管理委員會**」督導資訊安全作業，除維持 ISO 27001、ISO 27701 等資安及個資保護國際驗證有效性，並要求 100% 供應商完成個資防護自評，2023 年持續通過 PCI DSS Level1 實地稽核，致力保障電子支付交易安全。

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，期待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營運韌性，成為消費者實踐永續生活的好夥伴！

總經理



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

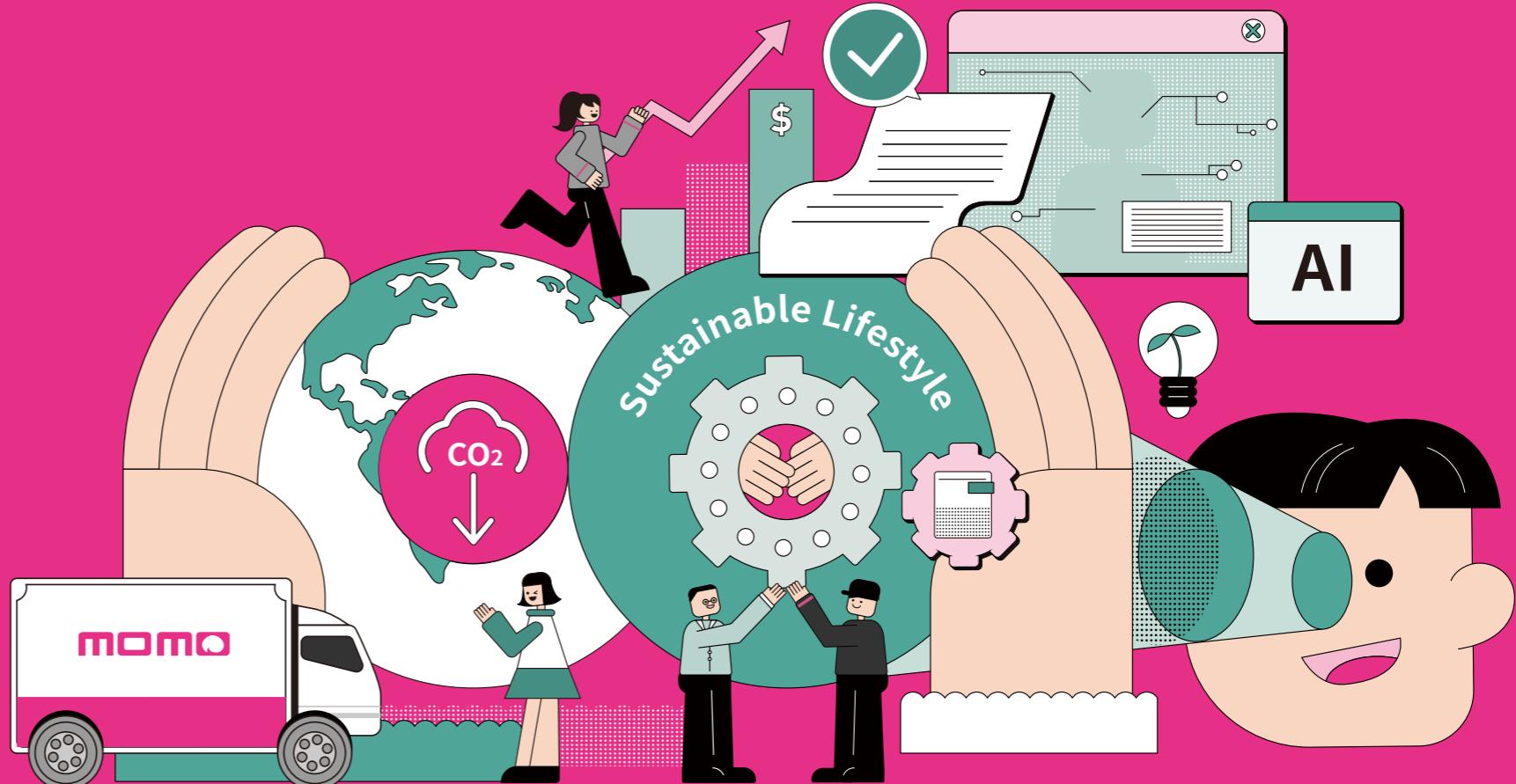
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

momo 永續發展

momo 期許自身作為台灣電商產業之典範，以「提供物美價廉商品及優質服務，改善人們生活品質」的企業使命為核心，融入「誠信、親切、專業、創新」四大價值，以期達成「台灣綠活電商領航者」的願景，並成為消費者與供應商首選的虛擬購物平台，持續為利害關係人創造價值，成為永續電商之標竿。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

1.1 永續發展策略

2-22

momo 自 2019 年展開永續願景計畫，擘劃「永續生活藍圖」，作為推動公司永續發展之指引。依循「**共益夥伴**」、「**永續消費**」、「**永續環境**」、「**友善職場**」、「**社會共好**」五大永續主軸，發揮電商平臺影響力，創造利害關係人共好價值，並以 ESG 永續發展典範企業持續策進。

提供物美價廉商品及優質服務，
改善人們生活品質



綠活電商永續路徑圖

科技輔助減碳

落實綠色營運，透過 AI 技術減少
包材用量及縮短物流最後一哩路碳排



7.a 9.4 13.3

永續環境

台灣綠活
電商領航者

綠活會員

積極推廣永續消費意識，
培養綠色會員客群



12.5、12.6
12.8 15.5

永續供應鏈

持續精進永續治理，
深化價值鏈夥伴協作



17.14、17.17

數位公益

以電商本業核心優勢推動
數位公益



1.2 2.1、2.3 10.2

多元共融

落實人權保障並培力
產業人才



3.3 5.1、5.2
5.4、5.5 8.5、8.8

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

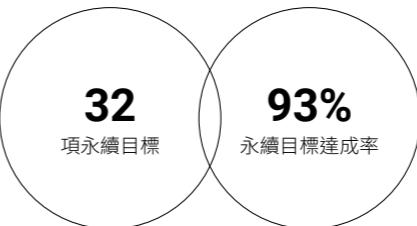
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

momo 綠活電商 2023 永續目標與績效

momo 依循五大永續主軸，積極設定 32 項永續目標，透過每年追蹤各項行動達成狀況，展現實踐永續承諾之行動力。2023 年永續目標達成率 93%，相關目標設定與執行情形如下：



共益夥伴 Partnership matters



策略構面	指標	2023 目標	成果	執行情形
透明 誠信	高階經理人 KPI 與 ESG 績效連結	10% 以上	達成	已納入
	公司治理評鑑上市組 TOP5%	維持上市組 TOP 5%	達成	前 5%
	董事組成多元化	至少一席女性董事	達成	已選任一名女性獨立董事
永續 供應鏈	供應鏈議合	制定包裝規範與相關配套	達成	供應商交易同意書納入包裝減量規範
	供應商採用循環物流箱進貨	媒合 10 家以上	超越	17 家
	《供應商／承攬商永續發展守則》商品供應商及新進供應商簽署率	100%	達成	100%

永續消費 Customer matters



策略構面	指標	2023 目標	成果	執行情形
永續 消費	綠色生活館績效成長	年成長 30%	未達成	衰退 0.4% ^{註 1}
	在地商品品項數成長	年成長 5%	達成	年成長 49%
	在地商品成功案例	4 個成功教材	超越	6 檔成功案例
	拍攝與推廣綠色消費／ESG 影片	2 支	超越	5 支

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

策略構面	指標	2023 目標	成果	執行情形
品質 安全	ISO 9001 品質管理系統	覆蓋率 60%	達成	60.5%
	強化商品品質及安全	momo 實驗室新增有害物質重金屬檢測	達成	成功開發；全類型產品檢驗合格率 98.9%
資訊 安全	個資保護與資安	持續取得 ISO 27001 及 ISO 27701 認證有效性	完成驗證	
		退貨流程個資保護強化	達成	完成機制建立
	執行紅隊演練			完成演練
顧客關係 管理	提升服務體驗	減少二次進線	超越	客訴處理時效達成率 100%
永續環境 Environment matters				
氣候治理 與 能資源管理	範疇一 & 二總碳排減量 (基準年 2022 年)	-1%	未達成	範疇一 & 二碳排成長 3.5% ^{註 2}
	自建倉裝置太陽能發電系統	完成南區物流中心太陽能系統進場	達成	符合工期進度
	總部大樓人均廢棄物減量 (基準年 2020 年)	-3%	超越	-3.54%
	行政文件人均紙張減量 (基準年 2020 年)	-5%	超越	-27%
	TCFD 氣候相關財務揭露	發布台灣電商業第一本 TCFD 報告書	達成	完成發布
環境友善 包裝	拓展循環袋出貨倉佔比	25%	超越	66%
	包裝及緩衝材減量	短宅單上線	達成	已於全數自有倉儲上線
		啟用減磅紙箱	達成	啟用 19 款減磅紙箱，減少約 21 萬公斤紙箱使用
綠色能源 運輸	去節點節省趟次	2,300 趟次	超越	3,334 趟次
	短鏈佈局	持續建置衛星倉及南區、中區物流中心建置	達成	主衛星倉累計達 58 倉
		採購 50 台電動機車	達成	50 台

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

友善職場 Employee matters



策略構面	指標	2023 目標	成果	執行情形
友善職場 照護	ISO 45001 職業安全衛生管理系統	評估自建倉納驗證範疇	達成	預計將南區物流中心及中區物流中心納入驗證範疇
	提升員工健康促進	滿意度 4.5 分	超越	4.8 分
	主倉通過健康職場認證範疇	75%	超越	88%
性別平等 推廣	強化人權管理機制	完成人權盡職調查	達成	已完成並公開發布
	性別平等教育訓練累積員工人次 (基準年 2021 年)	5,000 人次	達成	9,387 人次
內部人才 培育	性別平等宣導完訓率	100%	達成	100%
	員工累積受訓時數 (基準年 2021 年)	50,000 小時	超越	逾 12 萬小時

社會共好 Society matters



策略構面	指標	2023 目標	成果	執行情形
公益 慈善	公益團體合作數	20 個	超越	逾 90 個

■ 註 1：2022 年綠色生活館因疫情致清潔消毒防疫類綠色商品需求大量增長，2023 年相關品項銷售已趨於穩定。經評估實際狀況後，momo 重新擬定目標為 2024 年綠色生活館有購人數成長 5%、商品數成長 5%、線上／線下活動參與人數達 1,200 人。詳見下頁「momo 綠活電商永續進程管理」圖表 █。

■ 註 2：範疇一 & 二碳排成長主因係 2023 年配送車隊汽柴油用量增加、新增承租 3 個主倉、部分倉儲承租樓層增加及營運時間拉長、加班別，導致用電量成長。短中長目標設定詳見下頁「momo 綠活電商永續進程管理」圖表，節電精進措施詳見 4.1.2 溫室氣體與能源管理 █。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

momo 綠活電商永續進程管理

為落實「綠活電商領航者」的承諾，我們制定具體推動計畫，並針對各項目標設定**短、中、長期的量化指標**，

每年向永續發展委員會及董事會呈報目標設定與達成狀況，2024 年至 2030 年各項永續目標如下：

共益夥伴 Partnership matters



策略構面	指標	2024 短期目標	2025-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
透明 誠信	高階經理人 KPI 與 ESG 績效連結	10% 以上	10% 以上	10% 以上
	公司治理評鑑上市組 TOP5%	TOP 5%	TOP 5%	TOP 5%
	董事組成多元化	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至 1/2
永續供應鏈	供應鏈風險管理強化	推動關鍵一階及新進供應商自評 推動實體供應商 ESG 教育訓練	綠色供應商獎勵強化 供應商稽核制度強化	規劃供應鏈發展計畫

永續消費 Customer matters



策略構面	指標	2024 短期目標	2025-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
永續 消費	綠色生活館營運 績效成長	有購人數 商品數	年成長 5% 年成長 5%	年成長 5% 年成長 5%
		線上／線下 活動參與人數	1,200 人	1,400 人
	綠活會員成長	會員數	成長 20%	成長 15%
	推動碳管理與業務整合	研擬「低碳永續商品」定義，制定專屬行銷策略		
	在地商品品項數成長 (基準年 2023 年)	成長 5%	成長 10%	成長 15%
	在地商品成功案例	6 個	8 個	10 個
	拍攝與推廣綠色消費／ESG 影片	3 支	4 支	5 支
	在地專案直播檔次	4 檔	6 檔	8 檔
資訊安全	智能化應用	導入 AI 數位特徵識別系統	轉型新一代資訊安控中心 設計行動辦公藍圖	建立資料分級管理機制 改善資料交換流程及保護技術
	資安法遵	ISO 27001:2022 轉版 ISO 27701:2019 持續有效	ISO 27001:2022 轉版 ISO 27701:2019 持續有效	ISO 27001:2022 轉版 ISO 27701:2019 持續有效
顧客關係管理	客戶表揚件數年成長率	上升 10%	上升 10%	上升 10%
	強化客服專業度	專業培訓達成率 100%	專業培訓達成率 100%	專業培訓達成率 100%
		建構「專業秘密客團隊」	推動「momoco 斜槓 AI 購物顧問」及「智能專員助手」	AI 賦能輔助人員服務

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

永續環境 Environment matters



策略構面 指標

自建倉裝置太陽能發電系統

2024 短期目標

南區物流中心太陽能自發自用系統 (1,200kWp) 建置及啟用

2025-2027 中期目標

中區物流中心太陽能自發自用系統 (1,200kWp) 建置及啟用

2028-2030 長期目標

未來自建倉太陽能系統皆自發自用

範疇一 & 二碳排減量
(基準年 2023 年)

辦公室人均用電量

-1%

-2%

-3%

倉庫每坪用電

-1%

-2%

-3%

範疇三碳排管理資料建置
(基準年 2023 年)

全面盤查商品碳足跡
確立「避免碳排」計算方法學

範疇三減碳路徑規劃
推動內部碳定價機制

建置內部碳定價管理平台

用水減量
(基準年 2023 年)

人均用水量

17.6 度

17.4 度

17.2 度

總部大樓人均廢棄物減量
(基準年：2020 年)

-6%

-9%

-12%

行政文件人均紙張減量
(基準年：2020 年)

-4%

-7%

-10%

包裝及緩衝材減量
(基準年：2019 年)

減重率

25% 以上

35% 以上

40% 以上

提升循環袋回收率

拓展 1 家以上回收通路袋體
優化改版

四大超商加入回收通路，回
收率達 15%

回收率達 20%

拓展循環袋出貨倉佔比

50%

65%

80%

提升循環紙箱出貨使用

1. 使用總量年成長 $\geq 10\%$
2. 擴展慈濟配合站點

使用總量年成長 15%

使用總量年成長 20%

綠色能源
運輸

打造綠色車隊

自有車隊每件配送碳排較
2023 年減少 1%

制定短鏈、集運之優化計畫提
升電動機車佔比達 50%

持續優化綠色車隊能源使用

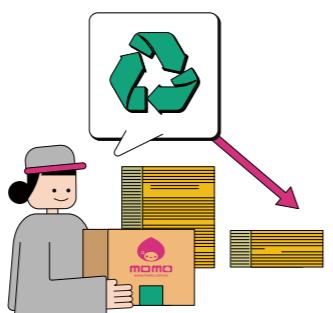
去節點

節省轉運趟次

2,500 趟次

3,800 趟次

4,560 趟次



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

友善職場 Employee matters



策略構面	指標	2024 短期目標	2025-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
人權管理	女性賦權	主管培力課程	6 場	8 場
		女性員工受訓率	55%	60%
		教育訓練受訓員工數	6,000 人次	8,000 人次
人才招募與留任	性別平等推廣	性別平等相關課程滿意度	80 分	85 分
		性別平等宣導完訓率	100%	100%
	ISO 45001 職業安全衛生管理系統	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
	提升主倉健康職場認證率	≥ 75%	≥ 90%	100%
	提升員工健康促進課程滿意度	滿意度	90%	95%
		訓練時數	60,000 小時	80,000 小時
	內部人才培育	觸及員工	100%	100%
		內部菁英人才發展培育晉升	80%	85%
				88%

社會共好 Society matters



策略構面	指標	2024 短期目標	2025-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
公益關懷	每年公益團體合作數	30 個	40 個	40 個

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

1.2 永續治理機制

2-9 2-12 2-13 2-14 2-22 2-23 2-24

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」，並於 2022 年更名為「永續發展委員會」，就治理、環境、人群（人權）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，並依「永續發展實務守則」 作為長期推動永續之指導原則，將推動永續發展納入公司管理方針與營運活動。

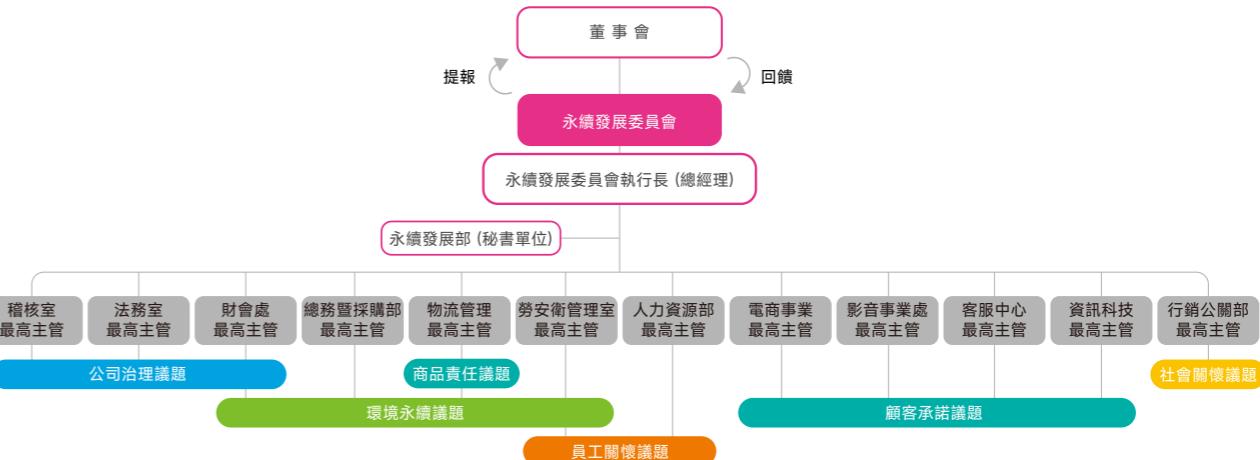
為加強落實推動永續經營管理，2022 年 7 月 27 日第七屆董事會通過提升「永續發展委員會」層級為董事會轄下之功能性委員會；2023 年 5 月 19 日第八屆董事會第 1 次會議決議，委任 3 位獨董及 2 位董事為委員，並由董事長擔任召集人及會議主席。

每年至少召開 2 次委員會會議及 2 次執行長會議，每半年定期由總經理（永續發展委員會執行長）向董事會報告永續治理策略及年度發展計畫執行成效。由永續發展部擔任秘書單位，確保組織橫縱向溝通之有效性，並追蹤短中長期目標達成率。



永續發展實務守則

永續發展委員會組織架構



2023 年永續發展委員會運作成果

2023 年召開 3 次會議，通過 10 項決議，並將報告與決議內容呈報董事會。

2023 年 2 月 17 日會議

- 利害關係人鑑別永續重大主題報告案。
- 2022 年度永續績效暨 2023 年精進計畫及短中長期目標報告案。
- 修正本公司「人權政策」報告案。
- 修正本公司「供應商／承攬商永續發展守則」報告案。
- 111 年度第 4 季溫室氣體盤查與查證執行情形報告案。
- 國際電商暨物流業因應氣候變遷之低碳轉型策略報告案。

2023 年 4 月 28 日會議

- 本公司氣候相關風險與機會暨財務影響揭露報告案。
- 112 年度第 1 季溫室氣體盤查與查證執行情形報告案。
- 修正本公司「永續發展委員會組織規程」案。

2023 年 7 月 28 日會議

- 2023 上半年綠活電商 KPI 檢視暨下半年精進專案。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2-16 2-25 2-26 2-28 2-29 3-1 3-2 3-3

利害關係人鑑別與溝通

momo 依循 AA1000 利害關係人議合標準（Stakeholder Engagement Standard, SES）及內部評估，鑑別出七類主要利害關係人，並於公司網站設置利害關係人專區，接受並回應利害關係人的建議與需求，並由權責單位進行追蹤；最高治理單位每年透過實體股東會直接參與利害關係人議合。2019 年起，我們定期於每年年底舉辦實體座談會，2023 年以「綠活電商價值鏈」為聚焦主題，與 24 位供應商、消費者、NPO、媒體、股東等利害關係人代表面對面溝通，作為擬定 2024 年永續精進計畫之重要參考，並將溝通情形與回饋建議每年一次呈報至董事會。



第五屆 momo 利害關係人座談會 (2023 / 12 / 20)

7 大利害關係人



利害關係人溝通績效與管道

1 政府組織

溝通重要性

遵循政府法規，取得政府支持並共同合作。

關注主題

+ 健全公司治理

+ 綠色包裝與循環使用

- 能資源耗用

- 企業貪腐與不道德行為

+ 氣候治理與溫室氣體管理

溝通頻率與管道

- 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 (不定期)

- 於官網利害關係人專區設置政府單位聯絡人與信箱

2023 年溝通績效

- 繼續 7 年入選臺灣證券交易所「臺灣公司治理 100 指數」之成份股。

- 獲證交所第九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。

- 積極參與環境部 6 場《推動創新網購循環服務專案工作計畫》會議，並二度取得「網購包裝減量標章」。

申訴與意見回饋管道

財會處 / 股務課 (02) 2162-6688 momosd@mft.com.tw

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話／總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

利害關係人溝通績效與管道

+ 正面衝擊 — 負面衝擊

2 股東／投資人

溝通重要性

持續獲得投資人青睞與投資。

關注主題

- | | |
|----------|---------------|
| + 風險管理 | - 風險管理失當 |
| + 經營績效提升 | + 氣候治理與溫室氣體管理 |
| - 能資源耗用 | |

溝通頻率與管道

- 舉辦股東常會（每年）
- 公佈財務報告與舉辦法人說明會（每季）
- 公佈營收績效（每月）
- 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（不定期）
- 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聯繫窗口

2023 年溝通績效

- 法人說明會／法人活動共 18 場（參與人數共 676 人）。
- 法人會議共 181 場（參與人數共 271 人）。
- 領先同業出版台灣電商業首本 TCFD 氣候相關財務揭露報告書，鑑別氣候變遷風險與機會並揭露財務影響。
- 四度入選「臺灣永續指數」成分股（2023/12~2024/6）。
- 獲 MSCI ESG Ratings 調升為 AA 評級。

申訴與意見回饋管道

- 財會處／投資法人關係部
 ➤ (02) 2162-6688 ➤ ir@momo.com.tw

3 顧客

溝通重要性

吸引消費者持續信賴 momo，帶動業績成長。

關注主題

- | | |
|-----------|-------------|
| + 永續行銷及品牌 | - 行銷與標示失當 |
| + 顧客關係管理 | + 綠色包裝與循環使用 |

溝通頻率與管道

- 專人處理顧客消費問題並掌握處理進度。
- 設置客戶服務專線及信箱。
- 每年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申訴管道。

2023 年溝通績效

- 2023/9/1 啟動「momo 線上會員」計畫，鼓勵消費者使用循環包裝及集中到貨服務，至 2023/12/31 共獲 29 萬消費者響應。
- 2023 年最常使用客群對於 momo 整體網購體驗之滿意度為 94%。
- 客訴處理時效指標達成率 100%。
- 智能客服回覆正確率維持服務水準達 99.2%。
- 不定期舉辦淨灘、外食減塑推廣活動，邀請消費者響應永續消費。

申訴與意見回饋管道

- 客服中心 ➤ (02) 4128-200
 ➤ webduty@momo.com.tw

4 供應商

溝通重要性

落實永續供應鏈，以提供優質商品與服務。

關注主題

- | | |
|-----------|-------------|
| + 永續供應鏈管理 | - 供應鏈管理失當 |
| + 綠色物流 | + 綠色包裝與循環使用 |

溝通頻率與管道

- 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（不定期）
- 線上影音教育訓練課程共 18 支，其中新影片上架 12 支，總觀看次數逾 5.3 萬次，較去年提升 14%。
- 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
- 攜手逾 1.1 萬家供應商導入電話代碼撥轉接機制「物流士安心 call」，提升消費者個資保護。
- 2023 年訂立包裝減量規範，供應商同意書簽署率為 98.1%，並安排定期包材抽檢。

申訴與意見回饋管道

- 物流管理處／供應商管理部 ➤ (02) 6600-7606
 ➤ momoservice@momo.com.tw

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

利害關係人溝通績效與管道

正面衝擊 負面衝擊

5 員工

溝通重要性

吸引並培養優秀人才，提升企業競爭力。

關注主題

- + 人才招募與留任
- 人權侵犯
- + 經營績效提升

溝通頻率與管道

- 召開勞資會議、職業安全衛生管理委員會（每季）
- 於員工專屬「M+」App 發佈最新訊息（不定期）
- 召開職工福利委員會會議規劃員工福利議題
- 宣導法令遵循及資安保護並舉辦內部教育訓練
- 繢效考核面談暨職涯發展回饋（2次/年）
- 於官網利害關係人專區設置員工申訴專線與信箱
- 2023 年溝通績效
 - 職安衛管理委員會共召開 4 次會議，通過 41 項勞安單位執行事項報告議題、7 項職安衛與健康管理討論決策議案。
 - 強化內部溝通管道，透過 4 場勞資會議，定期進行勞資代表雙向溝通。
 - 重要法規遵循主題課程完訓率 100%。
 - 透過「性別平等推廣委員會」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 10 場，2023 年總訓練時數近 2,600 小時。
 - 定期實施針對全體同仁之多元友善課程和講座，完訓率 100%。
 - 線上學習觸及員工數 100%，受訓時數達 4 萬小時以上。

申訴與意見回饋管道

人力資源部 (02) 2162-6688 momohr@fmt.com.tw

6 社區與 NGO/NPO

溝通重要性

社區、鄰里與非營利組織為 momo 推動永續專案的合作夥伴。

關注主題

- + 社會公益
- 永續行銷及品牌
- 行銷與標示失當
- + 綠色包裝與循環使用

溝通頻率與管道

- 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）
- 官方社群宣傳公益發文共 55 則。
- 攜手中華民國佛教慈濟慈善事業基金會推動「循環紙箱專案」，落實二次紙箱循環再利用。
- 積極回應 NGO 建議並資訊交流，例如支持「PETA 亞洲善待動物組織」動物零殘忍理念，下架中國獾毛相關商品。
- 舉辦公益活動、參與相關論壇及研討會（不定期）
- 於官網利害關係人專區設置永續發展、社區與 NPO 之專屬聯絡人與信箱
- 2023 年溝通績效
 - 全年度合作公益團體家數逾 90 家、募款與義賣金額近 2,600 萬元。
 - 2023/12/1 舉行利害關係人座談會，邀請綠色和平代表、企業永續發展協會專家蒞臨，針對建構「綠活電商價值鏈」給予實質意見。

申訴與意見回饋管道

永續發展部 (02) 2162-6688 #1231 esg@fmt.com.tw

7 媒體

溝通重要性

透過媒體創造正面品牌形象。

關注主題

- + 健全公司治理
- 企業貪腐與不道德行為
- + 永續行銷及品牌
- 行銷與標示失當
- + 風險管理
- 風險管理失當

溝通頻率與管道

- 發布新聞稿 / 記者會 / 採訪活動（不定期）
- 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
- 2023 年溝通績效
 - 2023 年舉辦記者會 4 場、新聞稿超過 170 則、電視新聞採訪 32 則、人物與企業專訪 5 場。

申訴與意見回饋管道

行銷公關部 (02) 2162-6688 momopr@fmt.com.tw

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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	甲種團體會員
台北市汽車貨運商業同業公會	會員



重大主題鑑別

步驟 1

蒐研 ESG 主題

步驟 2

調查利害關係人
關注程度

步驟 3

評估重大性

17 項

永續議題清單

國際關注永續議題與趨勢

DJSI 道瓊永續指數

SASB 永續會計準則

SDGs 永續發展目標

國內外標竿企業關注焦

電商業

百貨零售業

物流倉儲業

81 份

利害關係人問卷

透過問卷調查利害關係人對於各項 ESG 主題的關注程度，包括：供應商（16 份）、顧客（26 份）、媒體（3 份）、社區與 NGO/NPO（5 份）、股東 / 投資人（5 份）、政府組織（2 份）、員工（24 份）；共 81 位利害關係人參與問卷調查。

24 位

利害關係人實體諮詢

■ 註：momo 每年皆進行一次重大主題鑑別流程，透過外部利害關係人問卷及實體諮詢，檢視當年度重大主題，確保符合利害關係人之期待。

40 份

內部主管 / 同仁鑑別問卷

由各項永續議題涉及之權責單位高階主管與永續協力同仁，依其業務經驗與工作情況，對各永續議題進行「發生可能性」與「衝擊程度」兩面向進行評估，以了解各主題對環境、經濟與人群面向的影響程度。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

重大主題鑑別

步驟 4

排序與調整

步驟 5

提報董事會後
公開揭露

11 項
重大主題

依前述蒐集資料，繪製重大主題矩陣圖後，透過內部相關單位主管由公司策略角度及外部永續顧問針對議題位置分佈的合理性提出調整建議，並進行調整。

將分析結果呈報永續發展委員會與董事會，確認本年度永續報告書之重大主題並公開揭露。

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2023 年 momo 重大主題矩陣

正面



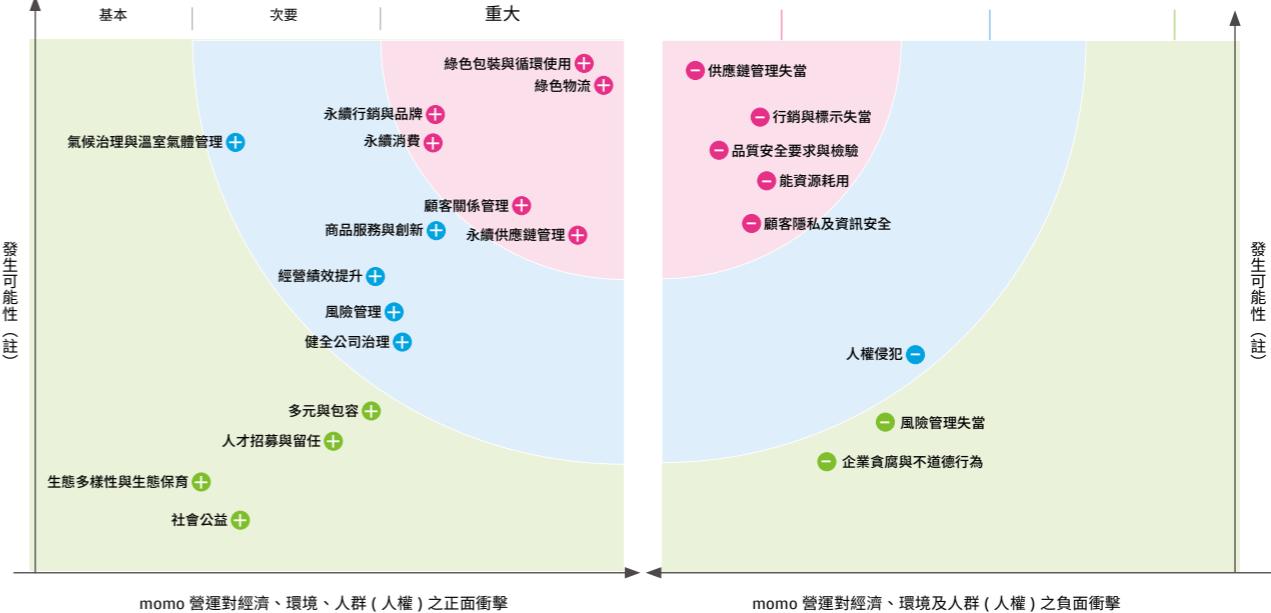
負面



11 項
重大主題

6 項
次要主題

6 項
基本主題



重大主題正面矩陣

重大主題負面矩陣

註：發生可能性的評估方式包含實際衝擊之已發生頻率與潛在衝擊之未來發生機率。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

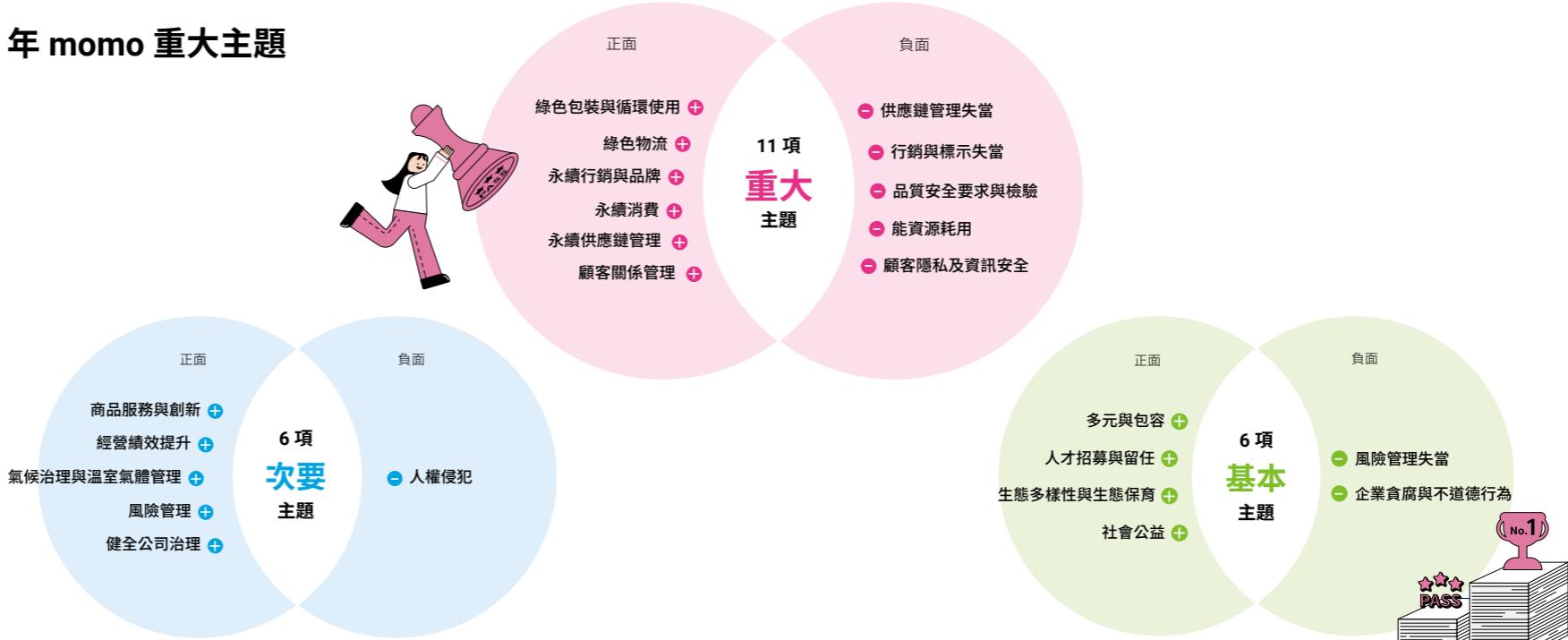
附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2023 年 momo 重大主題



2023 年重大主題較前一年度調整差異說明

2022 永續議題清單							
氣候治理與策略	綠色包裝與物流	(企業營運) 能資源耗用 (價值鏈) 能資源耗用	綠色行銷	行銷與標示	採購實務	供應商環境與 社會評估	人才招募與留任
↓ 議題名稱調整	↓ 議題名稱拆分 ↓ 議題拆分	↓ 議題合併	↓ 議題名稱調整	↓ 議題名稱調整	↓ 議題名稱調整	↓ 議題名稱調整	↓ 議題拆分
2023 永續議題清單							
氣候治理與 溫室氣體管理	綠色包裝與 循環使用	綠色物流	能資源耗用	永續行銷及品牌	行銷與標示失當	永續供應鏈管理	供應鏈管理失當 多元與包容
突顯氣候治理的主要措施為溫室氣體管理，較原命名有更具體的正面意涵。	由外部利害關係人溝通角度出發，將原先議題進行拆分，把零售業重視程度較高之包裝與物流各自獨立為單一主題。	為使利害關係人可更全面瞭解能資源議題所帶來之影響，並對焦標準企業重大主題，將企業營運及價值鏈之能資源耗用合併。	對接永續評比 DJSI 的議題「永續行銷及品牌」，相較原命名更可強調企業不只重視環境面的永續，亦將社會影響力納入品牌行銷策略。	增加「失當」字眼以突顯其「負向衝擊」意涵，藉此強調企業應針對產品行銷方式及標示負責。	從外部利害關係人溝通角度與目的出發，微調字眼以突顯其「正向衝擊」意涵。	從外部利害關係人溝通角度與目的出發，微調字眼以突顯其「負向衝擊」意涵。	原「人才招募與留任」涵蓋打造多元且平等的職場環境等意涵，故拆分出來「多元與包容」主題，可使原主題更準確地對焦在強化人才招募、員工職能發展等內容。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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：+正面 / -負面

●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	管理方針與對應章節	實際／潛在	衝擊說明	GRI 準則 (2021 版)	價值鏈衝擊部位 上游 中游 下游
+	綠色物流	CH 4 永續環境	實際	經濟／環境： 外部利害關係人（我國主管機關／合作供應商／消費者）已紛紛關注物流所衍生的環境議題，公司持續投入及佈局低碳物流配送並制定綠色運輸減碳計畫，強化價值鏈之物流碳排放管理，以利提升企業品牌商譽及企業競爭力，並可呼應消費者永續意識。	GRI 302-4 GRI 302-5 GRI 305-5	★ ★
+	綠色包裝與循環使用	CH 4 永續環境	實際	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，持續推動環保包裝、包材減量、循環利用等減量措施，可有效降低包裝材料的環境問題。	GRI 302-4 GRI 302-5 GRI 305-5	★ ★
+	永續供應鏈管理	CH 2 共益夥伴	潛在	經濟：辨識永續供應鏈的機會點，推動完善的供應商能力建置、合作創新專案，提升供應鏈的產品品質、交期準確性及 ESG 永續表現，改善供應鏈整體的營運績效與永續管理績效。	GRI 3-3	★ ● ★
+	顧客關係管理	CH 3 永續消費	實際	經濟：透過完善的顧客關係管理，將能優化、改善客戶體驗，亦增加客戶留存率、忠誠度等以利提升經濟績效。	GRI 3-3	●
+	永續行銷及品牌	CH 3 永續消費	實際	經濟：企業將永續觀念列為經營策略的一環，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，為廠商帶來吸引消費的新機會和新市場。	GRI 3-3	★ ● ■
+	永續消費	CH 3 永續消費	實際	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。	GRI 3-3	★ ● ■
-	行銷與標示失當	CH 3 永續消費	實際	經濟：銷售商品如標示或宣傳包含虛偽不實或錯誤，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。	GRI 3-3 GRI 417-1 GRI 417-2	★ ● ■
-	供應鏈管理失當	CH 2 共益夥伴	潛在	環境：公司若缺乏完善的供應商遴選、風險鑑別與稽核制度，而與環境管理不佳的供應商合作，其業務活動可能帶來廢棄物、溫室氣體排放、空氣汙染等環境衝擊。 人群：公司若缺乏完善的供應商遴選、風險鑑別與稽核制度，而與人權管理不佳的供應商合作，其業務活動可能涉及童工、強迫勞動，或者不良的職場健康安全、勞資關係與工資標準，造成人權衝擊。	GRI 3-3 GRI 409-1	★ ● ■
-	顧客隱私及資訊安全	CH 3 永續消費	潛在	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：企業與其供應鏈廠商未針對個人資料（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或使用客戶資料，導致個人資料暴露於風險之中，造成隱私權侵害。	GRI 3-3 GRI 418-1	★ ● ■
-	品質安全要求與檢驗	CH 2 共益夥伴	潛在	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安全。	GRI 3-3 GRI 416-2	★ ● ■
-	能資源耗用	CH 4 永續環境	實際	環境：公司因自身營運行為直接涉及 momo 大樓、衛星倉儲，或是間接涉及之商業行為所使用之燃油及電力等能源使用，如能資源管理不當，將導致水資源、空污、溫室氣體排放和廢棄物等環境汙染問題。	GRI 3-3 GRI 302-1 GRI 302-3 GRI 302-4 GRI 302-5 GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-4 GRI 306-1 GRI 306-2 GRI 306-3	★ ● ■

2

共益夥伴 Partnership matters

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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2023 成果與績效

1,092億 元

合併營收

15.1 元

EPS

55.93億 元

EBITDA

4 度

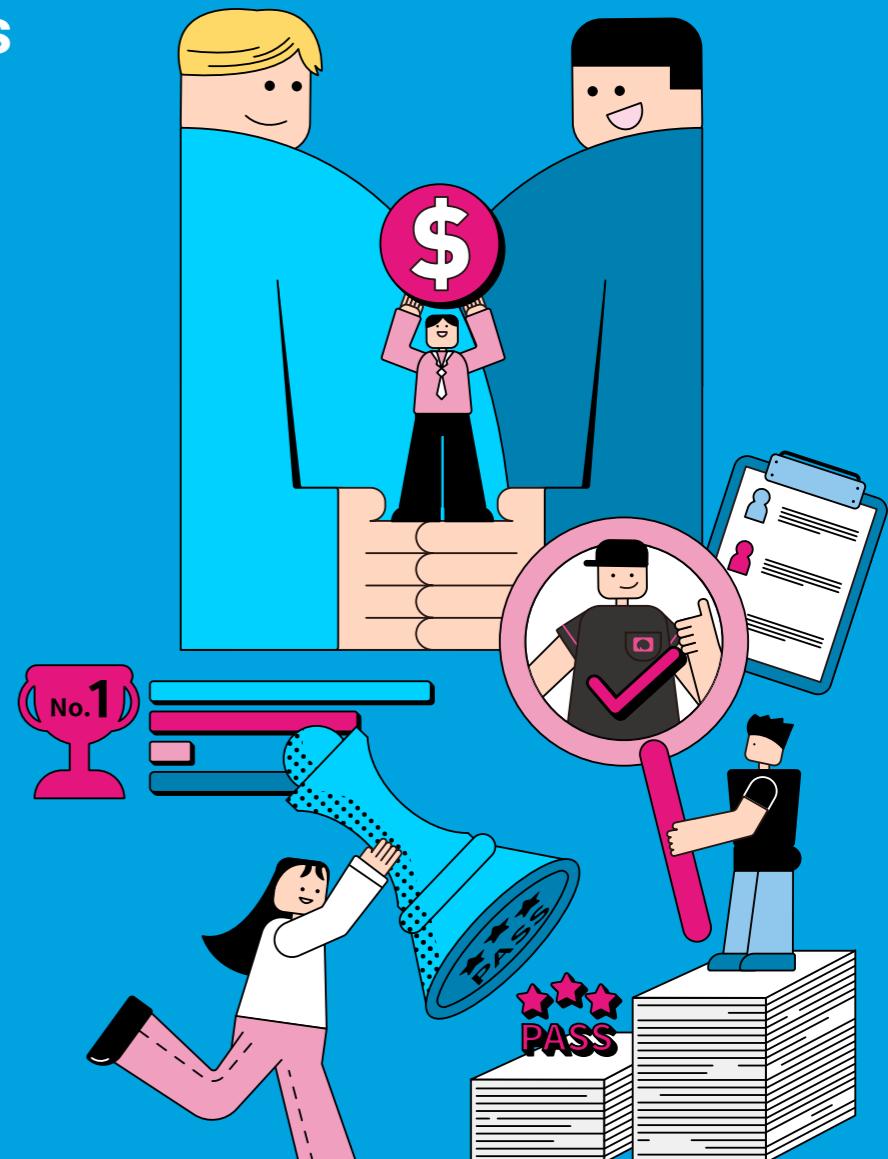
入選臺灣永續指數成分股

連續 8 年

公司治理評鑑上市企業 TOP5%

100 %

供應商／承攬商永續發展守則
商品供應商簽署率



關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 標準對照表
- SASB 索引表
- 證書



對應重大主題

正面衝擊

永續供應鏈管理 +

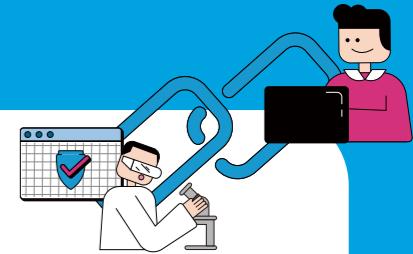
負面衝擊

- 供應鏈管理失當
- 顧客隱私與資訊安全
- 品質安全要求與檢驗

管理機制

- 每年定期透過董事會與永續發展委員會追蹤永續治理推動情形。
- 依循 TCFD 氣候相關財務揭露框架，鑑別氣候變遷對公司營運可能造成的風險及機會。
- 強化永續供應鏈管理，並以三大檢驗類別維護供應商商品品質。
- 2023 年 11 月報請董事會通過增訂「風險管理政策與程序」，建置更完善風險治理架構。

momo 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，確保商品品質與安全，並持續精進永續供應鏈管理。
- 致力維護消費者權益，透過要求供應商提升資訊安全能力，保護消費者個資。
- 全員全面風險控管，落實層層防範，避免風險衝擊。

行動方案

- 整合集團資源，擴大會員物流、金流等服務，提升經營綜效。
- 提升董事會營運參與度。
- 落實全員教育訓練，強化誠信經營、法規遵循意識。
- 新進供應商 100% 簽署「供應商／承攬商永續發展守則」。
- 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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

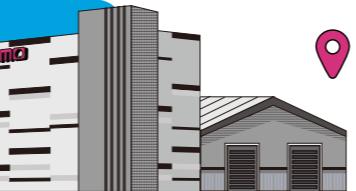
證書

2.1 關於 momo

2-1 2-2 2-6

富邦媒體科技（momo）為台灣線上零售業龍頭，旗下包含 momo 購物網、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，提供消費者滿足生活大小事的商品與服務，至今服務超過 1,200 萬名會員，持續朝「台灣綠活電商領航者」的願景穩步邁進。

momo(8454) 富邦媒 | 簡介



成立時間 **2004** 年

所屬產業 **數位雲端業** GICS 分類：Broadline Retail SICS 分類：E-Commerce

員工人數 **2,995** 人

資本額 **24.03億** 元

總資產 **28,104,750仟** 元

總公司地點 **內湖科學園區** 主要營運地區 **台灣**

物流據點 **1 座 自動化物流中心 21 座 主倉 36 座 衛星倉**

■ 註：僅列示富邦媒體資訊。

momo 及旗下轉投資公司之主要業務^{註 1}

企業名稱	主要營業項目	直接或間接投資之持股比例 ^{註 2}
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 ^{註 3}	人身保險代理人	100%
富立綜合保險代理人股份有限公司	財產保險代理人、人身保險代理人	100%
千卉國際股份有限公司	化粧品批發業	93.73%
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%
Asian Crown International Co., Ltd.	一般投資業	81.99%
Fortune Kingdom Corporation	一般投資業	81.99%
Hong Kong Fubon Multimedia Technology Co., Ltd.	一般投資業	81.99%
富邦歌華（北京）商貿有限責任公司 ^{註 4}	商品批發業	76.70%
Honest Development Co., Ltd.	一般投資業	100%
香港悅繁投資有限公司	一般投資業	100%
深圳好柏信息諮詢有限公司	一般投資業	100%
北京環球國廣媒體科技有限公司	電視購物、網路購物	20%

■ 註 1：本報告書揭露範疇以 momo 在台灣主要營運據點為主，包含：富邦媒體科技股份有限公司、富昇旅行社股份有限公司、富立人身保險代理人股份有限公司、富立綜合保險代理人股份有限公司、千卉國際股份有限公司、富昇物流股份有限公司、富昇商貿股份有限公司、富美康健股份有限公司。

■ 註 2：統計截止至 2023 年 12 月 31 日，詳細資訊請參考本公司 2023 年合併財務報告附表六及附表七。

■ 註 3：富立綜合保險代理人（股）公司與富立人身保險代理人（股）公司於 2023 年 10 月經董事會決議通過合併案，合併基準日為 2023 年 11 月 30 日，合併後富立綜合保險代理人（股）公司為存續公司，並於 2024 年 1 月 18 日變更完成。

■ 註 4：富邦歌華公司於 2023 年 10 月經董事會決議辦理解散清算，並已於 2024 年 4 月 8 日取得註銷核准。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2.1.1 公司簡介

2-6

因應零售市場快速變革與科技的躍進，momo 以敏捷的營運模式整合集團資源，加速擴展營運規模，以前瞻性的營運布局，2022 年首創台灣電商產業千億營收新里程碑，2023 年全年合併營收再攀高峰，突破新台幣 1,092.4 億元，年增 5.6%；稅後純益新台幣 36 億元。業務通路涵蓋網路、電視、型錄，其中網路購物營收佔比達 96.24%，年成長 6.6%，優異的經營績效穩坐電商通路龍頭之地位。2023 年 momo 重點投入網路直播與零售媒體廣告平台，並攜手集團加速擴張「mo 幣生態圈」，掌握數位賦能趨勢，持續開發創新機會，維持企業成長動能。

2020 年起，momo 聯手集團母公司台灣大哥大全台 800 家 myfone 門市，推出「到店取貨 2.0」，實現 24 小時到店取貨，並結合永續發展策略，2024 年第一季台灣大哥大 myfone 門市開放 momo 消費者回收循環袋，善用集團資源積極加速擘劃物流服務的藍圖，持續投資百分百持股子公司「富昇物流」及倉儲建置，強化物流中心、衛星倉、客戶與供應商間之運能串連，帶給消費者最優質的服務。2023 年重點策略發展如下：

2023 年重點策略發展



持續開發多元商品與綠活電商低碳轉型



永續物流推進新零售競爭力



「mo 幣生態圈」加速擴張多元場景服務



直播電商轉型及零售媒體廣告平台開發創造新商機

- momo 以「多、快、好、省」的通路理念，不斷擴增商品服務的廣度與深度，也積極網羅綠色商品，站上可供選購的商品多達數百萬件，滿足消費者多元需求。
- 推行「綠活會員」推廣永續電商消費，提供優先選用循環包材、集中到貨回饋、綠色生活館永續選品等服務，引領消費者走向永續消費模式。

- 2023 年加速完整「短鏈物流」的拼圖，全台營運的主衛星倉共達 58 座。
- 「南區物流中心」於 2024 年啟動營運；而「中區物流中心」於本年度第四季啟動興建工程，預計 2027 年加入物流服務陣容。
- 大數據輔助包材減量與紙箱減重計畫、使用加入廢棄膠膜及袋頭餘料再製之塑料的「環保破壞袋」及「momo 循環袋」；並持續推廣及拓展循環包裝使用與回收點。
- 全新導入「momo 三輪商用電動機車」加入服務陣容，兼顧商品配送安全與環保精進效益。

- 加速「mo 幣生態圈」走向經濟規模化，2023 年發行量已突破百億元。
- 發揮集團綜效，台北富邦銀行 momo 聯名卡消費服務中，momo 整合 2,500 大品牌行銷資源及 mo 幣消費加碼活動；台灣大服務部分 mo 幣跨入實體通路，於台灣大直營門市可進行折抵消費。

- 擴大規模展開「直播電商轉型工程」，全新打造「momo 主題式直播間」營運模式，擘劃 LIVE 「同步」且「不斷播」多元主題頻道；並積極投入台灣新世代直播人才培育計畫；同時跨境交流切磋 MCN 網紅經濟模式。
- 奠基於 momo 的品牌影響力、網頁流量及基礎設施，接合品牌供應商線上行銷需求，啟動「零售媒體廣告」平台，活化數據流量變現的核心競爭力。

• 註：與前一報導期間相比，momo 所在行業無顯著變化。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2.1.2 營運績效

201-1 201-4

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。2023 年 momo 合併營收突破 1,092 億創歷史新高紀錄。

momo 多元通路及市場規模

多元通路



網路／行動購物

市場規模

台灣第一大 B2C 電子商務

網路會員數突破 **1,276 萬** App 下載數突破 **1,797 萬**

LINE 粉絲突破 **1,700 萬**


2 台有線電視頻道 2 台 MOD 頻道

455 萬戶 及 24H 播放節目

每刊發行 **14~17 萬份**

合併財務績效

	2021	2022	2023
合併營收（億元）	883.97	1,034.36	1,092.43
EBITDA（億元） ^{註 1}	49.92	53.93	55.93
EPS（元） ^{註 2}	13.65	14.29	15.10

▪ 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^註 (單位：新臺幣仟元)

項目	2021	2022	2023	
資產總額	23,015,046	26,340,709	28,321,559	
負債總額	14,166,033	16,437,113	18,141,590	
營業能力	股東權益總額	8,849,013	9,903,596	10,179,969
	營業淨利	4,042,072	4,284,819	4,384,662
	歸屬於本公司業主之稅後淨利	3,280,300	3,434,626	3,628,069
獲利能力	資產報酬率	16.10%	13.96%	13.34%
	權益報酬率	41.46%	36.62%	36.14%

▪ 註：採自經勤業眾信聯合會計師事務所 (Deloitte) 查核後之富邦媒體母子公司合併財報，合併報表編制主體請參閱 2023 年度合併財務報告。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

利害關係人經濟價值 (單位：新臺幣仟元)

項目	2021	2022	2023
分配的經濟價值	營業成本	79,451,893	93,164,417
	員工薪資與福利	2,711,195	3,115,161
	分配股東紅利	2,731,141	3,496,822
	支付利息	12,454	12,685
	應納政府所得稅	1,043,539	1,471,205
	社區投資（捐贈）	1,126	2,163
合計	85,951,348	101,262,453	107,018,671
直接的經濟價值 - 合併營收	88,396,696	103,436,435	109,242,918
留存的經濟價值	2,445,348	2,173,982	2,224,247

接受本國政府財務補助的貨幣價值 (單位：新臺幣仟元)

	2021	2022	2023
稅收抵減與政府補助	105,822	398,278	12,863

■ 註 1：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、倉庫租金補助及青年就業旗艦計畫補助款。

■ 註 2：2022 年度適用未分配盈餘減除之投資抵減金額較 2021、2023 年度大幅增加。



主要商品（服務）之銷售（提供）地區^{註1} (單位：新臺幣仟元；%)

銷售區域	2021		2022		2023	
	金額	比重	金額	比重	金額	比重
台灣地區	88,374,588	99.97%	103,431,543	100.00%	109,241,920	100.00%
大陸地區 ^{註2}	22,108	0.03%	4,892	0.00%	998	0.00%
合計	88,396,696	100%	103,436,435	100.00%	109,242,918	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、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，2023 年銷貨來自銷售庫存商品；因長期虧損，已無繼續經營實益，於 2023 年 10 月經其董事會決議辦理解散清算，並已於 2024 年 4 月 8 日取得註銷核准。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

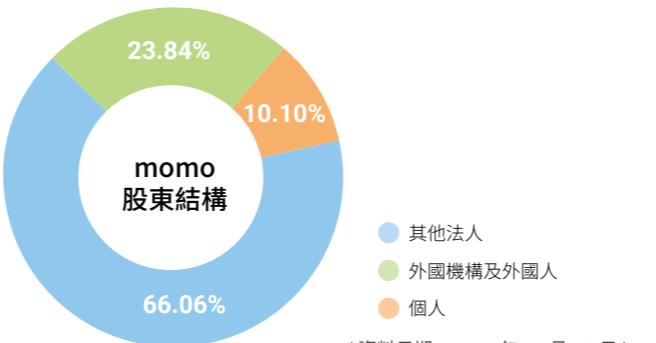
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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。員工酬勞係以現金方式發放，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	2021	2022	2023
調整前	18.02	15.72	15.10
調整後	13.65	14.29	
每股現金股利	13	15	14.8
每股股票股利	2	1	0.5

■ 註：因無償配股影響，EPS 按追溯調整後之加權平均股數計算。

年度專利

專利名稱 **資源授權系統**

證書字號 **M636569**

專利權期間 **112/01/11~121/09/27**

本專利在於優化 OAuth2.0 的集中授權問題，採分散式架構，可提升登入與操作使用體驗；目前實現於帳號服務系統（Account Service）中。

專利名稱 **專案自動建立系統**

證書字號 **M636227**

利用模板快速建立 JAVA 通用專案。

專利名稱 **商品價格查詢系統**

證書字號 **M637552**

專利權期間 **112/02/11~121/09/28**

momo 在消費者購買行為的數據收集上具有非常大的優勢，試著想像消費者在實體大賣場或是量販店中購物時，常會遇到什麼樣的問題？大多是不知道目前手推車中放入的商品總共多少金額？或是常看到標著特價商品但真的是比較低的價格嗎？正是因為實體通路無法即時性的比價、查價，所以構想出一個可以與消費者購買行為結合的行動化查價系統。

專利名稱 **隊列資料管理系統**

證書字號 **M647001**

專利權期間 **112/10/01~122/07/23**

本專利在於強化隊列（Queue）高併發線程管理機制，能有效提升並調節高併發處理能力；目前實現於多個雲地混合系統中。



關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

2.2 公司治理

2.2.1 董事會運作

2-9 2-16 2-17 2-18 2-19 2-20

momo 董事會為本公司最高治理機構，董事會至少每季召開一次，2023 年共召開 7 次；董事會成員積極參與董事會運作，全體董事出席率達 96.83%。董事會除行使公司法、公司章程及股東會決議賦予之職權，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。

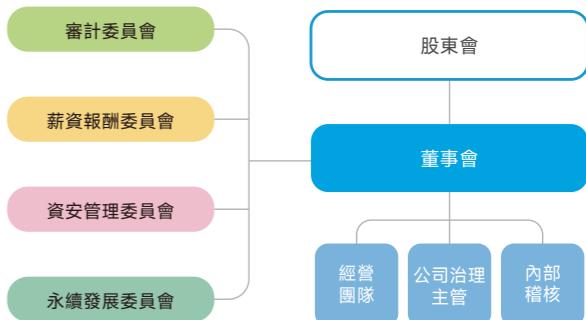
momo 具備良好之治理架構，訂有「人權政策」、「公司治理實務守則」、「道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」、「永續發展實務守則」、「供應商／承攬商永續發展守則」、「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件之處理辦法」及「董事會及功能性委員會績效評估辦法」等重要公司治理規章，並持續依循國內外公司治理規範及實務運作，進行內部規章修正。

momo 每半年一次向董事會與審計委員會提呈內部稽核業務報告，內容包含舞弊、違反誠信／道德經營，內部稽核與申訴案件的受理結果，2023 年無關鍵重大事件發生。(詳見 2.3.2 風險文化)



公司重要治理規章

公司治理架構



2023 年董事會 / 功能性委員會通過制定或修正之公司重要章則

公司治理	公司章程 永續發展委員會組織規程 簽證會計師提供非確信服務預先核准之審核辦法 公司治理實務守則 集團企業、特定公司及關係人交易作業程序 關係人相互間財務業務相關規範修正暨更名
內控制度	風險管理政策與程序

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

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 參與程度與資安管理政策等項目，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，**2023 年董事績效評估自評結果之平均分數超過 4.81 分**（滿分 5 分），其運作制度健全完善。

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，第三次外部評估將於 2024 年執行。

2023 年度董事會及功能性委員會內部績效評估結果，已於 2024 年 2 月提報薪資報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 [□](#)。



董事會及功能性委員會
績效評估辦法



2023 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

董事薪酬包含固定報酬及與本公司獲利及績效連結之董事酬勞（屬浮動薪酬），且兼任功能性委員會召集人之獨立董事另有額外加給。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（董事會出席率），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，2023 年董事酬金佔稅後純益比例為 0.75%。

經理人

為激勵內部經理人重視永續發展經營，本公司內部經理人均設有永續發展策略與目標，並與薪酬掛鉤。

自 2021 年起，內部經理人皆需承接 ESG 目標結合事業單位的營運展開，於年度目標設定與 ESG 相關之策略目標，其目標佔總目標均有 10% 之佔比，ESG 相關策略目標如：綠色採購、節能措施、客戶滿意度、聘用身心障礙人數、資安政策、ESG 教育訓練等。

至年終時，依本公司「績效評核辦法」進行年度考核，將其達成率與成效列入考績之參考，藉此將 ESG 目標設定與達成，連動年終獎金核發，達成連結薪酬之效果。

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：ESG 相關策略目標達成率、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。

▪ 註：目前薪酬政策與決定並未尋求利害關係人之意見。

關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 標準對照表
- SASB 索引表
- 證書

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，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 2023 年全體董事進修時數共 100.5 小時，**每位進修時數均達 6 小時以上，新任者進修時數達 12 小時以上**，並已涵蓋本報告書重大主題「氣候治理與溫室氣體管理」、「健全公司治理」、「顧客隱私及資訊安全」相關之課程。

2023 年進修課程內容

- 公平待客原則的關鍵新課題 – 數位金融永續發展與消費者保護
- 生成式 AI 下產業的變革、機會與挑戰
- 進入 Web3 世界 – 上鏈是未來的上網
- 企業永續發展暨公司治理趨勢
- 贏向未來的 ESG 全球關鍵趨勢與實戰案例
- 大數據分析與公司治理
- 2030、2050 綠色工業革命
- 碳定價對企業營運影響
- 2023 國泰永續金融暨氣候變遷高峰論壇
- 從 ESG 企業永續發展看上市櫃公司的資安治理策略

2.2.2 董事會獨立及多元性

2-9 2-10 2-11 2-15 405-1

momo 董事會成員由 9 席學職經歷豐富的董事組成，其中女性董事占比為 11.11%，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／行銷及法律等與組織 ESG 衝擊相關（資訊安全）之多元專業領域。

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多元化，本公司已於「董事選舉辦法」[□](#) 及「公司治理實務守則」[□](#) 明定董事組成應考量性別、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。

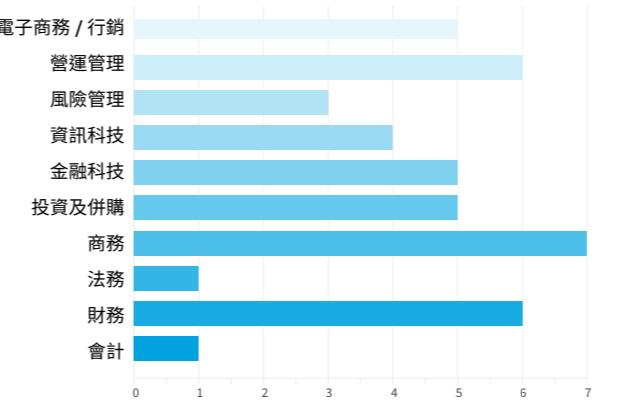


董事選舉辦法

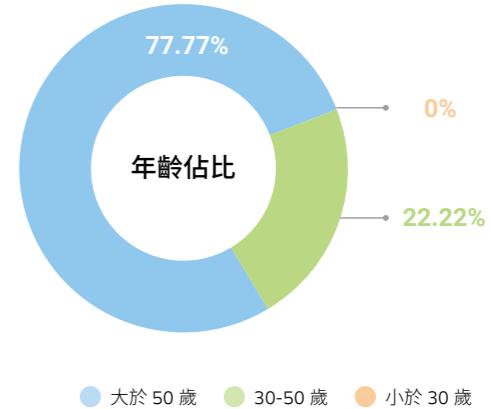


公司治理實務守則

董事多元專業分布情況 (單位：人次)



董事成員年齡分布



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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
蔡明忠	60-69	男	輔仁大學名譽法學博士 東海大學名譽管理博士	■			✓	✓	✓		✓			✓	
黃茂雄	80-89	男	美國賓州大學經濟學碩士		■		✓		✓	✓			✓	✓	✓
谷元宏	60-69	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	■			✓		✓	✓	✓	✓			✓
蔡承道	30-39	男	University of Pennsylvania Business Administration 碩士	■			✓			✓	✓	✓			
張家麒	50-59	男	美國南加州大學企業管理碩士	■			✓	✓			✓		✓	✓	
王傑 *	50-59	男	國立政治大學財稅系學士	■			✓		✓	✓	✓	✓			✓
洪麗甯 *	60-69	女	國立政治大學企業家班	■				✓				✓	✓	✓	✓
江永祥 *	50-59	男	國立臺灣大學資訊工程學系學士	■				✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓

* 為獨立董事

▪ 註 1：董事會成員之詳細任期、目前兼任本公司及其他公司之職務請參考 2023 年報 p.14-18 □。

▪ 註 2：董事會成員中包含股東、員工等利害關係人代表。

董事獨立性與利益衝突迴避

為確保董事獨立性及避免利益衝突之情事，本公司董事長及總經理非為同一人，且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。

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執行職務」及「獨立董事執行職務認有必要時，得請求董事會指派相關人員或聘請專家協助辦理」，俾使獨立董事得盡職責，有效增益董事會運作及公司經營績效。（董事利益衝突迴避請見 2023 年報 p.35；與供應商或其他利害關係人的交叉持股狀況、利害關係群體及其關係、交易和未清餘額之情形，請見 2023 年報 p.102 □；具控制力股東的存在，請見 2023 年報 p.82 □）。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2.2.3 功能性委員會運作情形

2-9

為發揮監督職責，達到強化董事會職能之目標，且為深化公司永續治理文化及加速公司永續發展，已於董事會下設置「審計」、「薪資報酬」、「資安管理」及「永續發展」等功能性委員會，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。

1 審計委員會

組成及主要職權

- 由 3 名獨立董事組成，每季至少召開 1 次會議
- 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

2023 年會議次數

7 次

2023 年出席率

100%

2023 年度運作情形



參考資訊



2 薪資報酬委員會

組成及主要職權

- 由 3 名獨立董事組成，每年至少召開 2 次會議
- 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

2023 年會議次數
4 次

2023 年出席率
100%

2023 年度運作情形



參考資訊



2023 年薪資報酬委員會運作情形

薪資報酬委員會組織規程

3 資安管理委員會

組成及主要職權

- 由 3 名獨立董事組成，每年至少召開 1 次會議，並得視需要隨時召開之
- 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

2023 年會議次數
2 次

2023 年出席率
100%

2023 年度運作情形



參考資訊



2023 年資安管理委員會運作情形

資安管理委員會組織規程

4 永續發展委員會

組成及主要職權

- 由 3 名獨立董事與 2 名董事組成，每年至少召開 2 次會議
- 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

2023 年會議次數
3 次

2023 年出席率
100%

2023 年度運作情形



參考資訊



2023 年永續發展委員會運作情形

永續發展委員會組織規程

關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

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，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 風險管理機制

momo 建置完備之風險管理組織架構，董事會為風險管理最高決策單位，轄下之審計委員會負責監督風險相關策略執行，另由稽核室協助審計委員會執行風險管理相關事宜，並定期（一年至少一次）向董事會報告風險管理執行情形。各營運單位負責最初之風險辨識、評估及控制，各營運單位負責人擔任規劃及監督所屬單位內風險管理工作之責。

為提升與確保 momo 風險管理落實與發揮功效，以原「風險管理辦法」為基礎，於 2023 年 11 月報請董事會通過增訂「風險管理政策與程序」[↗](#)，建置更完善的風險治理與管理架構，據以落實推動 momo 風險管理之執行。

2023 年風險管理運作情形

- 增訂「風險管理政策與程序」，作為本公司最高指導原則。
- 審計委員會督導風險監理事項，已由召集人至股東常會報告。
- 各委員會定期召開會議，向管理階層報告執行相關業務之檢討與措施。
- 彙整鑑別之風險，於 4 月及 11 月至審計委員會及董事會報告管理情況。
- 不定期辦理內部宣導及教育訓練，強化公司全體人員之風險管理意識。



風險管理政策與程序

監督機制

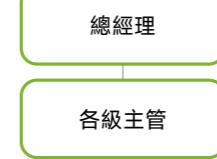
評估各項業務風險之高低，作為排訂年度稽核計劃之依據；執行稽核作業，檢查及覆核各營運單位風險管理之實際執行狀況，呈報稽核結果並追蹤缺失。



第 3 道防線

治理階層

為風險管理最高決策單位，核定風險管理政策與相關規範，監督風險管理政策執行情形，確保風險管理機制有效運作。



第 2 道防線

管理階層

擔任規劃及監督所屬單位內相關業務風險管理工作之責，並執行董事會之風險管理決策，導引資源分配確保內部控制程序有效執行。



第 1 道防線

營運單位

各營運單位負責最初之風險辨識、評估及控制，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。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

風險鑑別

風險管理流程包含風險辨識、風險分析、風險評量、風險回應、風險監控與審查，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，並由各營運單位分析各風險指標的承受度，訂定與各風險相關之處理作業程序，據以落實風險管理。

風險類型	風險成因	因應措施
營業風險	因經營策略、財務租稅、人力資源、客戶關係、供應鏈、商譽等相關管理指標，衝擊獲利能力或導致重大經濟損失之風險。	<ul style="list-style-type: none"> - 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。
數位科技風險	資訊系統軟硬體故障、備援失誤、安全防護失當，或個人資料被竊取、洩漏、竄改、毀損，導致經濟或商譽損失之風險。	<ul style="list-style-type: none"> - 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。詳見 3.3 資訊安全與隱私保護 
法遵風險	公司活動未能遵循主管機關相關法規，或所簽訂之契約、規範不周，造成重大財務或商譽損失之風險。	<ul style="list-style-type: none"> - 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。詳見 2.3.3 法規遵循 
作業風險	因不適當或失敗的內部作業流程、系統，人為疏失或操作不當導致損失之風險。	<ul style="list-style-type: none"> - 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	立即或長期性極端氣候事件導致財務損失，或低碳經濟引發技術變革、市場變化之風險。	<ul style="list-style-type: none"> - 盤點辨識氣候變遷可能會造成的公司營運衝擊面向，並透過權責單位依因應措施及管理方式執行。詳見 2.3.4 氣候變遷風險管理 
社會風險 (含社區風險)	少子化趨勢造成人力市場缺工，或新興傳染病、貧富差距擴大等社會議題衝擊獲利能力或導致重大經濟損失之風險。	<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。 - 透過公開招募且善用多元徵才管道；進行流程再造，減輕人力需求，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（台北內湖區）與德明財經科技大學合作；南區物流中心（臺南市新市區）與南台科技大學合作。（詳見 5.3.2 人才留任 
其他及新興風險	係指上述風險外，可能對公司產生影響之新起的發展中的風險。	<ul style="list-style-type: none"> - 完成鑑別新興風險及研擬妥適回應措施並呈報。

內部稽核監督管理

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。2023 年依稽核計畫執行完成，各單位對查核所提缺失及建議均已於核定期限內完成改善，另對未屆改善期限者將持續追蹤，直至改善完成。

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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

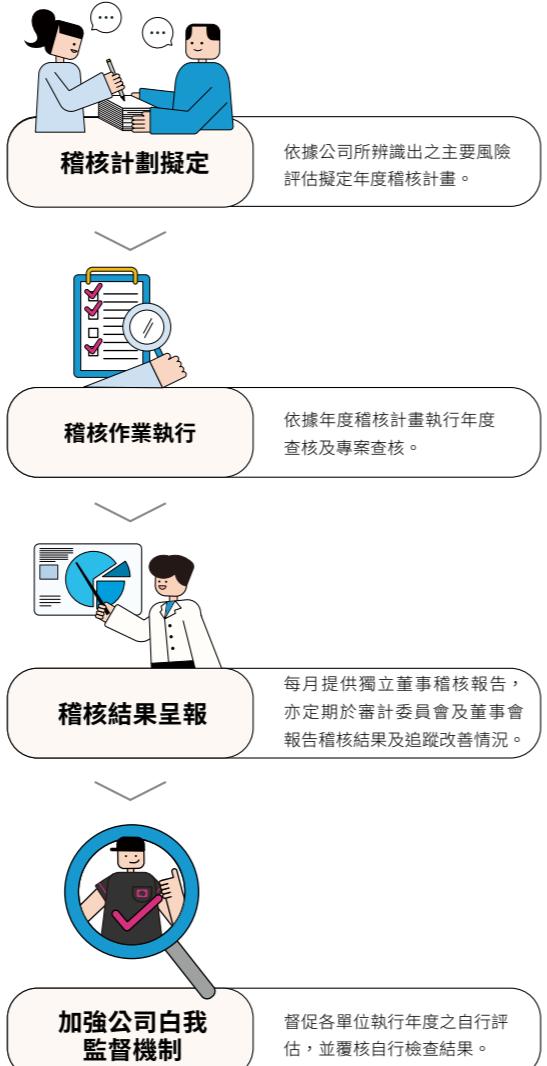
附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

內部稽核運作流程



2.3.2 風險文化

2-23

2-24

2-25

2-26

政策與制度建立

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，訂定「道德行為準則」[□](#)與「誠信經營守則」[□](#)，供所有董事、經理人及公司同仁，以茲遵循。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行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「道德行為守則」第十條規定，員工於懷疑或發現有違反法令規章或道德行為準則之情事時，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理後續事宜。公司將以保密方式處理呈報案件，並將盡全力保護呈報者的安全。



道德行為準則

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

關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展
1.1 永續發展策略
1.2 永續治理機制
1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴
2.1 關於 momo
2.2 公司治理
2.3 永續風險管理
2.4 永續供應鏈

3 永續消費
3.1 永續消費
3.2 最佳消費體驗
3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境
4.1 綠色營運
4.2 綠色包裝
4.3 綠色物流

5 友善職場
5.1 多元與包容
5.2 人權保障
5.3 人才發展與留任
5.4 健康安全職場

6 社會共好
6.1 數位募捐
6.2 公益參與
6.3 體育文化推廣

附錄
GRI 標準對照表
SASB 索引表
證書

道德誠信行為管理機制

1 預防

- 員工自我審視申報
- 員工教育訓練
- 在職持續宣導
- 利害關係人宣導與配合

2 檢測

- 內部稽核
- 內部／外部舉報通報
- 行政懲處／法律制裁

3 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



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」[\[1\]](#)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，2023 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

道德誠信行為教育訓練

為使每位同仁了解自身權益與公司政策及做法，除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，所有同仁皆需完成課程並通過測驗。此宣導之實施對象為全體員工，所有職級、地區、性別之員工皆 100% 完成。

2023 年實施成果

實施對象	課程內容	受訓人數	場次	時數	總時數	說明
新進人員	- 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、人權議題、資安保護	614 人	48 場	3 hr	1,842 hr	新進報到員工，100% 完成講習
全體員工	- 員工誠信經營守則、道德行為準則宣導、反貪腐反賄賂 - 內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序宣導	2,845 人	1 場	1 hr	2,845 hr	課程期間之在職員工，100% 完成線上課程並通過測驗
		2,876 人	1 場	1 hr	2,876 hr	

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

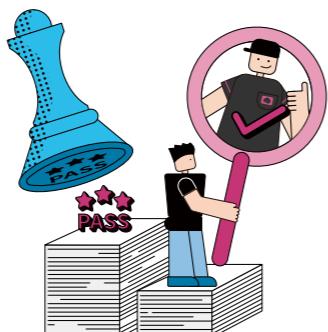
- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

2.3.3 法規遵循

2-27 416-2 417-2

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。除了對現有法令的追蹤評估，並針對特定屬性法令指定專責單位辦理，公司內部更制定各種政策與辦法落實遵法，同時透過教育訓練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。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。2023 年無廣告、標章及勞動爭議等社會與經濟領域重大違反事件、無重大環保法規違反事件，亦無有關產品與服務的健康和安全法規之違反事件。有關 momo 營運之重大罰款，係依據「臺灣證券交易所股份有限公司對於有價證券上市公司之查證暨公開處理程序」第二章（重大訊息）第 4 條第一項第二十六款第三目單一事件罰鍰金額累計達新臺幣壹佰萬元以上者揭露。



2023 年發生總計 1 件廣告違規事件、1 件標章違規事件、2 件勞動爭議；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。2023 年 momo 公共空間場域被檢舉、違反菸害防制法等，情節輕微，故未予統計。

違規類型	違規件數	違規金額	管理與改善措施
廣告	1 件	50,000 元	遵照法規，強化教育宣導，保障消費者權益。
標章	1 件	180,000 元	遵照法規，強化教育宣導，保障消費者權益。
勞動爭議	2 件	98,000 元	遵照法規，符合主管機關要求。

2024 年起至本永續報告書撰寫日止，發生總計 3 件廣告違規事件、0 件標章違規事件、0 件勞動爭議；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。2024 年 momo 公共空間場域被檢舉、違反菸害防制法等，情節輕微，故未予統計。

違規類型	違規件數	違規金額	管理與改善措施
廣告	3 件	150,000 元	遵照法規，強化教育宣導，保障消費者權益。
標章	0 件	0 元	遵照法規，強化教育宣導，保障消費者權益。
勞動爭議	0 件	0 元	遵照法規，符合主管機關要求。

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，如針對電商事業處提供「保健食品與醫療器材相關廣告法令宣導」線上課程，並針對所有單位提供「智慧財產權」線上課程。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

2.3.4 氣候變遷風險管理

2-23

2-24

為全面掌握氣候變遷對公司造成的影響，momo 於 2023 年 7 月公開發布中英文版「TCFD 氣候相關財務揭露」報告書，導入金融穩定理事會（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，由永續發展委員會與永續發展部主責，與外部顧問合作，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 三種氣候情境進行氣候相關風險與機會的模擬分析，鑑別氣候變遷對公司營運可能的衝擊、相關風險及機會，評估與判定風險後，決議因應措施及管理方式。各項指標與目標說明及財務影響評估請詳閱 momo 2022 TCFD 報告書 [\[1\]](#)。



momo 2022 TCFD 報告書

揭露事項	執行方向	行動方案	2023 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。
	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研擬因應策略與作為 	<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。

1. 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%。
2. 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。
3. 永續發展委員會 2023 年共召開 3 次會議，並將下列決議內容呈報董事會：溫室氣體盤查與查證執行情形、國際電商暨物流業因應氣候變遷之低碳轉型策略、本公司氣候相關風險與機會暨財務影響揭露、2023 上半年綠活電商 KPI 檢視暨下半年精進專案。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

揭露事項	執行方向	行動方案	2023 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，評估受影響關鍵風險與機會。
	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 	<ul style="list-style-type: none"> - 依據風險危害的重大性，分別擬定因應策略與目標。
	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 	<ul style="list-style-type: none"> - 採用 NZE、SSP 1-2.6 與 SSP 5-8.5 三種氣候情境進行氣候相關風險與機會的模擬。
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。
	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 	<ul style="list-style-type: none"> - 負責相關業務之風險管理。 - 提出風險回應措施。 - 依據實際業務之運作，審視作業細則或手冊。 - 注意主管機關的法規新增或修訂，必要時得提出增（修）訂相關內部規範。
	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 	<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。
	監督機制	<ul style="list-style-type: none"> - 永續發展委員會排定目標管理，並向董事會報告風險管理情形 	<ul style="list-style-type: none"> - 依據各項業務風險高低的評估，排定年度目標管理計畫。 - 執行監督作業，呈報結果並追蹤缺失。 - 不定期彙整風險管理情形向董事會報告。
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 	<ul style="list-style-type: none"> - 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。

2023 年執行成果

1. 各項指標相關績效請詳閱本報告書 CH.3 永續消費 、CH.4 永續環境 

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

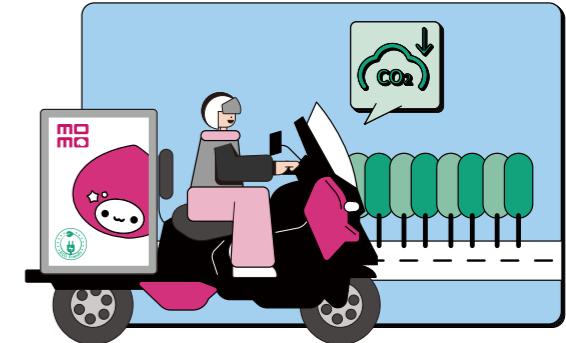
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

氣候風險與機會鑑別結果

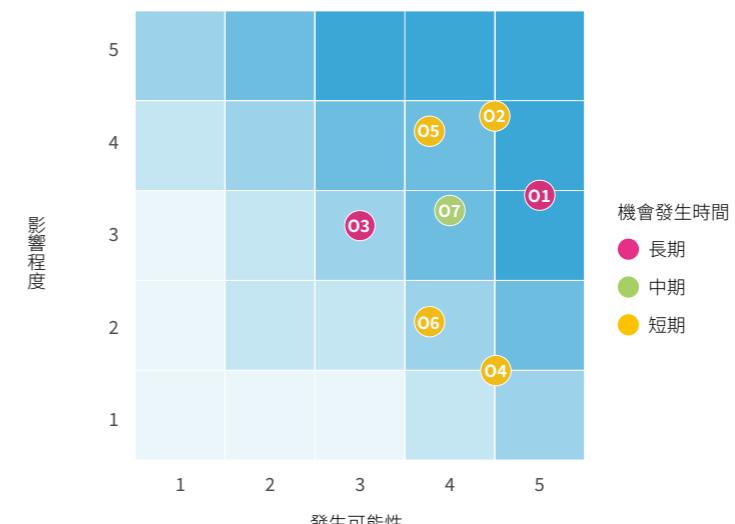
momo 共鑑別出 16 項氣候風險（9 項轉型風險、7 項實體風險），以及 7 項機會議題，依據風險危害的重大性計算結果，最高三項議題皆為轉型風險，包含：「零碳建築轉換」、「再生能源提升」、「電動車取代燃煤車」。因 momo 將極端氣候與自然災害對公司營運的衝擊納為主要營運風險，故亦將實體風險中重大性排序第一的議題「極端天氣導致斷鏈」，與最高三項轉型風險議題一併納入關鍵氣候風險，進而識別衝擊並詳擬因應措施與行動方案；另外，momo 依據所識別之氣候變遷機會，按重大性排序結果，前三項為「物流運輸效率提升」、「零碳物流」、「因應綠色消費意識興起」，已著手擬定發展方案，推動綠色電商轉型。



氣候相關風險議題矩陣圖



氣候相關機會議題矩陣圖



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

關鍵氣候風險議題

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	預估發生時程
T5	零碳建築轉換		<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	2031 I 2050
T1	再生能源提升	轉型風險	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	2024 I 2030
T5	電動車取代燃煤車		<p>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%。</p> <p>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。</p>	<ol 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 不僅使用具能源效能認證之運輸載具，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「最短配送路徑建議」模組，搭配短鏈佈局、佈建電動車隊，有效縮減物流碳排放。 	2031 I 2050
P3	極端天氣導致斷鏈	實體風險	<p>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。</p>	<ol 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。 	2024 I 2030

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

關鍵氣候機會議題

編號	機會議題	對 momo 機會說明	因應措施與行動方案	預估發生時程
02	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 2023 年 momo 已完成全台 58 座主、衛星倉的建置，持續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。	2022 2023
01	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。	1. 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，截至 2023 年導入 50 台三輪商用電動機車。 2. 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。	2031 2050
05	因應綠色消費意識興起	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。	1. momo 於 2023 年推行「綠活會員」計畫，鼓勵消費者選用集運併件與循環包材，賦予消費者綠色消費選擇權。 2. 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 5,300 項。 3. 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。	2024 2030

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	4.1.3 綠色智慧倉儲
市場：綠色消費意識興起、物流運輸過程減碳	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 綠色營運 4.3 綠色物流
技術：技術改良與創新	O1 零碳物流	O5 因應綠色消費意識興起	環保節能商品販售	3.1 永續消費
立即性：極端天氣造成斷鏈	O2 物流創新	物流運輸效率提升	- 物流短鏈佈局 - 去節點	4.3 綠色物流
	T3 包材減量技術投入	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 綠色營運 4.2 綠色包裝
	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	2.3.1 風險管理機制

▪ 註：目標請參閱 1.1 永續發展策略 _momo 綠活電商永續進程管理。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

2.4 永續供應鏈

momo 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。為此，我們堅持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，以建構永續供應鏈。

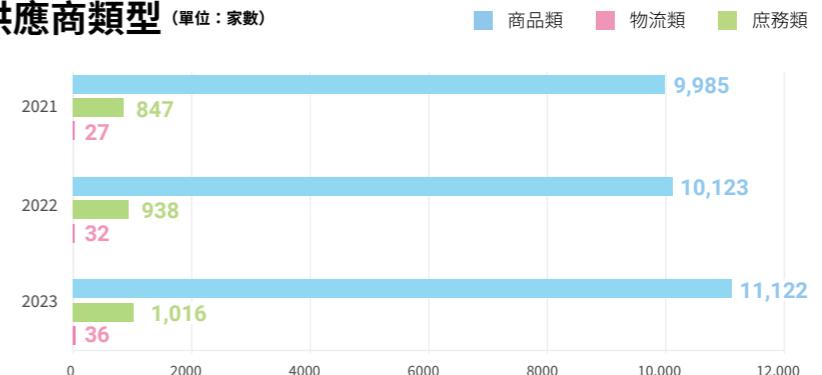
2.4.1 供應商概況 2-6

momo 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。

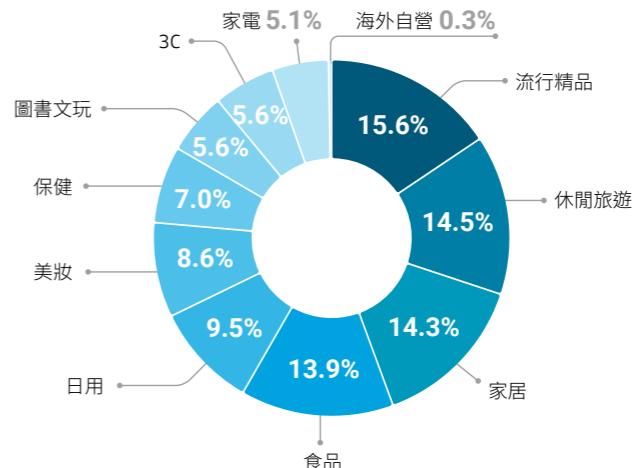
隨著營收的成長、物流倉儲的擴大建設，各類供應商也不斷的增加，截至 2023 年商品供應商 11,122 家，囊括 3C、日用、家電、家居、流行精品、美妝、保健、休閒、食品及海外自營等類型，觸及的產業別以流行精品佔 15.6% 為最多，其次為休閒旅遊、家居、食品、日用也有 9% 以上的佔比，各類型產業皆佔約 5~15% 不等，整體產業平均成長，新供應商的加入提高商品豐富性與完整度，讓 momo 購物更廣泛深入消費者生活中。

註：與前一報導期間相比，momo 價值鏈和其他商業關係無顯著變化。

供應商類型 (單位：家數)



商品類供應商佔比



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2.4.2 供應商遴選與評估

2-23

2-24

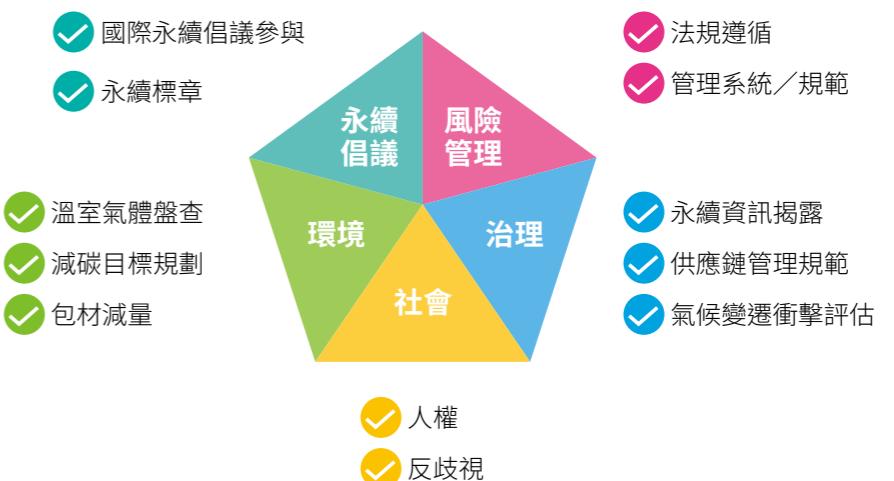
供應商 ESG 管理

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。我們藉由「供應商／承攬商永續發展守則」[\[2\]](#)，向供應商明確傳達我們的期望與標準，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，促請供應商共同遵守永續發展方針，方可於 momo 上進行商品販售，截至 2023 年有 11,187 家供應商簽署，2023 年新進與商品供應商簽署率達 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

momo 關鍵一階 / 新進供應商 ESG 自評表之關注議題



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

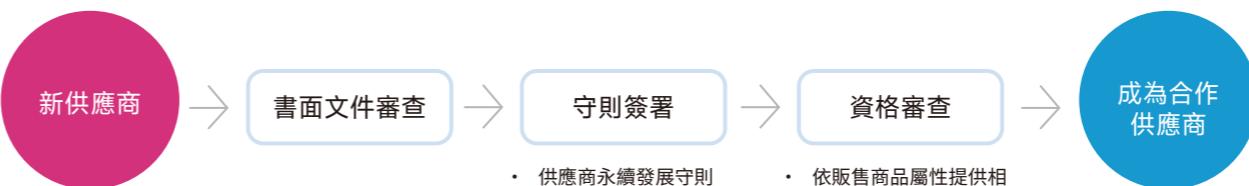
- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

新供應商遴選

在 2023 年有超過 2,500 家承諾遵守誠信、正當經營的商品供應商通過審查後加入 momo 的行列，我們以四大面向嚴謹審核及控管新進供應商，除需通過基本公司治理、財務結構審查外，必須簽定供應商／承攬商永續發展守則、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得安心、用得放心。



- 供應商永續發展守則
- 誠信經營聲明
- 隱權政策與保密責任
- 維護著作財產權

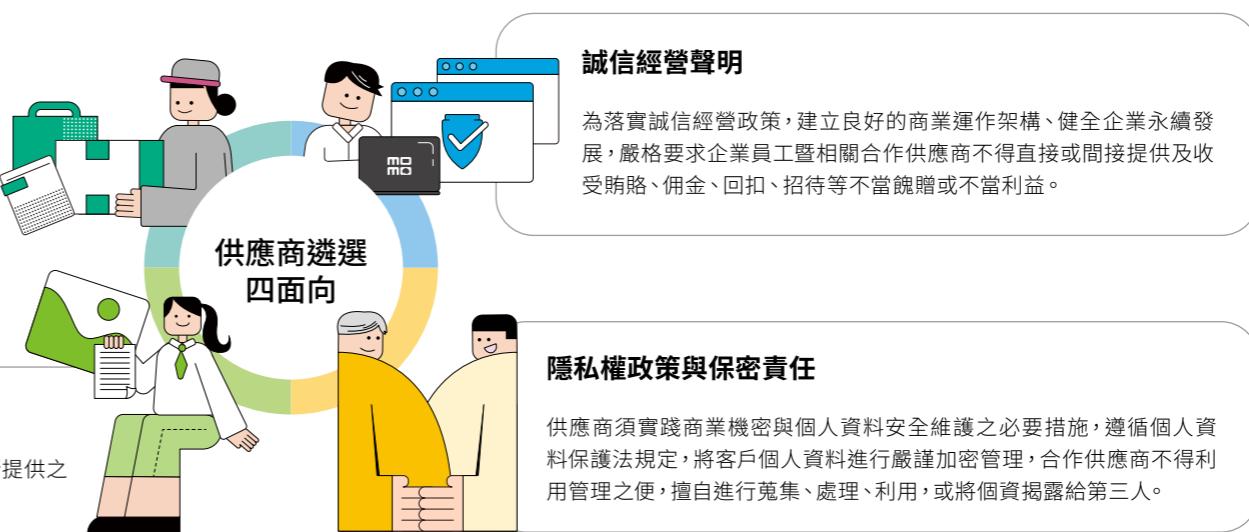
供應商審查及管理

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。

- 因應「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」公布實施，2023 年訂立包裝減量規範，供應商同意書簽署率為 98.3%，並安排定期包材抽檢，從包裝減量、環保材質及循環包裝三項原則推動網購包裝減量。
- 攜手供應商實踐永續發展，維持新進供應商 100% 簽署 momo「供應商／承攬商永續發展守則」。

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。



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。

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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

合作中供應商定期評估

2.4.3 供應商協作

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形，採預防性暫停業務銷售，另視查證後的影響範圍、情節輕重等情況，安排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，定期執行供應商體質健檢，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，杜絕銷售國際精品的仿冒品，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。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，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、ISO 22716 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 2023 年已達 627 家供應商通過認證或稽核訪廠作業；2023 年訪查 79 家供應商中共有 10 家不合格，不合格者不可上架銷售商品。

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維度的銷售資訊，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 綠色物流）。

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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

供應商教育訓練

供應商教育訓練分為線上與線下二種形式。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，momo 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。

2023 年 momo 透過「SCM 學堂」上架 18 支線上影音教育訓練課程，其中新影片上架 12 支，總觀看次數 53,867 次，較去年上升 14%；累計發行教學手冊 100 份、教學影片 36 支、常見 FAQ 151 題，藉由 SCM 學堂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，為提升內部對供應鏈管理的知能，momo 2023 年針對高階主管、全體同仁共辦理 2 場永續供應鏈教育訓練，並透過趨勢分享與工作坊討論，強化永續供應鏈意識。此外，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共 12 場，以及一線廠服人員系統教育訓練 11 場，落實專業供應商服務管理。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洽商，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。



對象	課程類別	課程主題	2023 年成效
外部供應商	線上課程	法規遵循	8 場
	Mybook 說明會	1 堂 / 3 小時 / 88 人	
	商店基本設定及管理、 金物流設定	10 堂 / 15 小時 / 194 人	
	商品上架及行銷活動設定	10 堂 / 25 小時 / 439 人	
內部員工	系統操作	48 份	
	教學手冊	甲配寄倉出貨	21 份
	教學影片	ESG	6 份
	如何單筆提報網路商品	總觀看次數 13,560	
常見 FAQ	如何申請入庫	總觀看次數 9,909	
	甲配出退貨功能概要	總觀看次數 5,638	
	甲乙配出貨及訂單管理	48 項	
	商品提報	23 項	
內部員工	趨勢分享與觀念建置	永續供應鏈管理教育訓練	高階主管教育訓練 1 場，共 28 人 線上教育訓練 1 場，共 100 人
	合約及寄倉教育訓練	合約說明、倉庫營運說明	12 場 / 共 114 人次
	一線廠服人員系統教育訓練	系統精進上線程式說明	11 場 / 共 462 人次

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

供應鏈資安管理

momo 具有 ISO 27001 及 ISO27701 標準之資訊安全管理系統認證，定期宣導資訊安全相關訊息與防護政策，以強化供應商對資訊安全的警覺。2023 年針對 7 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，並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 年起全數商品供應商已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 2023 年底，11,122 家商品供應商 100% 完成「供應商個資防護自評表」問卷，新進物流供應商亦有 7 家完成填覆。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。2023 年底配合廠商數已超過 11,000 家，momo 協助輔導 99% 以上的商品供應商、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。

ESG 亮點故事



momo 攜手供應商 守護動物福利

momo 身為電商平台，期許發揮通路影響力，與供應商共同合作守護動物福利，並讓消費者能輕鬆辨識、做出友善選擇。

2023 年，momo 接獲「PETA 亞洲善待動物組織」針對獾毛產業的調查報告，指出獾毛產業於捕獵、養殖、屠宰時的非人道行為。momo 立即響應並與供應商溝通，全面清查並下架含有獾毛之產品，以行動支持動物權益。

為鼓勵消費者選擇「零殘忍」商品，momo 設立「ESG 標章小學堂」並與提倡「無動物實驗」的品牌合作，向消費者介紹「無動物實驗 (cruelty-free)」認證標章，推廣從生產、製程到成品皆未造成動物傷害或使用動物進行實驗的商品，透過消費力量提升動物福利。

此外，momo 也與供應商合作推動流浪動物公益行動，包含法國皇家、福壽寶業、汪汪寶貝等品牌，透過「你買糧我捐糧」、「愛她不棄養 浪汪送愛回家」、「守護毛孩 浪愛翻轉」等多項活動募集流浪動物物資，喚起消費者關注動保議題。2023 年共捐贈逾萬包糧食予浪浪，與飼主一起募糧做公益。（詳見 6.1.2 數位公益推廣）

無動物實驗標章

英國 (BUAV) Leaping Bunny



澳洲 (CCF) Choose Cruelty Free



美國 (PETA) Beauty Without Bunnies



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2.4.4 商品品質管理

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，並已於 2023 年將退貨、運輸納入外部稽核範圍。2023 年累計共 914 人完成線上 ISO 教育訓練，ISO 員工覆蓋率達 63%，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，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，證書為三年效期且每年進行複驗。



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。

1 矯正性檢驗



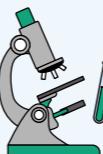
品質異常、高退貨率或風險性
(低溫運送食品、生鮮食品、
易涉及人身損傷等) 商品

疑慮商品檢測：

依商品類型進行召回或主動檢查抽驗、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。

2023 年檢驗數量：**881** 件

2 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，配備具備各項基本檢測能力之實驗人員，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。例如針對食品安全，由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。2023 年成功開發「重金屬殘留測試」，並進行 92 件測試，檢測合格率為 98.9%，持續替消費者把關。

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。

2023 年檢驗數量：**67,892** 件

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3 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：2023 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，或金屬成色不符，共計 30 件。

2023 年檢驗數量：**25,985** 件

商品檢驗項目



參考法源

一般商品	商品標示法
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
化妝品	化粧品衛生管理條例
醫療器材	醫療器材管理辦法、藥事法等

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

進貨異常商品 - 供應商管理

商品品質控管機制說明

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 2023 年底僅 0.54% 供應商被酌收異常處理費。

管理機制

已上架商品異常 - 強制下架

商品品質控管機制說明

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：2023 年 5 月主管機關檢驗部分汽水有白色不明沉澱物，經檢驗後確認含有黴菌及酵母菌，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。



關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 標準對照表
- SASB 索引表
- 證書

3

永續消費 Customer matters

momo 致力推廣永續消費意識，透過提高永續商品佔比、負責任的商品揭露，以及嚴謹的商品品質管理與檢驗，讓消費者向具備永續理念的供應商購買商品，為顧客提供最佳購物旅程，建構永續消費生態圈。

2023 成果與績效

>29 萬人

綠活會員數

>5,300 項

綠色生活館商品

逾 1.1 萬家

供應商導入「物流士安心 call」服務



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書



對應重大主題

正面衝擊

- 永續行銷及品牌 +
- 永續消費 +
- 顧客關係管理 +

負面衝擊

- 行銷與標示失當
- 顧客隱私及資訊安全

momo 承諾

- 積極推動永續選品並推廣綠色消費，攜手消費者打造低碳購物生態圈。
- 持續追求數位服務創新，創造消費者優質購物體驗。
- 以「客戶滿意」為圭臬，持續強化服務品質，提供多元且即時之客戶服務。
- 重視消費者權益，產品皆進行負責任標示，依法規清楚標示相關資訊。
- 持續強化個資保護及資安管理作為，落實消費者資訊安全保障。

管理機制

- 每年定期透過董事會與永續發展委員會追蹤永續消費、顧客關係管理、資訊安全等相關專案目標設定與推動情形。
- 於董事會轄下設置「資安管理委員會」，每年召開二次會議，並定期向董事會報告；設有資安長及資安專責單位，負責審查資安管理系統、技術、資源分配、風險管理及績效目標之達成。
- 以合約規範供應商之商品標示皆須符合法規要求才可於 momo 上架；設有稽查與下架機制，並持續增加稽查項目。

行動方案

- 推動「綠活會員」，賦予消費者綠色消費選擇權。
- 持續經營永續選品，專人維護與推廣「綠色生活館」並積極辦理永續策展和活動。
- 確保商品 100% 皆符合法規標示規範。
- 稽查並下架 4,280 項標示不符之商品，並協助輔導供應商揭露完善且透明的商品資訊。
- 持續精進顧客服務，2023 年共優化 48 項服務流程與系統功能。
- 持續通過 ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統驗證，落實把關客戶資訊安全。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3.1 永續消費

momo 服務千萬名網路會員，我們整合電商與電視兩大通路資源，並藉由社群媒體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。

3.1.1 綠活會員計畫

momo 致力建構綠活網購生態圈，2023 年 9 月正式啟動「綠活會員」計畫，賦予消費者「永續消費選擇權」，透過四大會員權益強化經營 momo 永續消費客群，包含**優先使用循環袋配送**，號召消費者共同轉動「momo 循環包裝生態圈」正循環。「綠活會員」提供會員快速到貨商品**「集中到貨」減碳物流新選擇**。此外，不定期推出「綠活專屬優惠活動」，折價券、mo 卡加碼優惠、環境友善會員活動；同時規劃「ESG 標章小學堂」加深推廣永續理念。

momo 綠活會員從選購、包裝到出貨等各個環節，多管齊下減少消費過程中對環境的衝擊，配合全通路媒體推廣及 mo 幣回饋，提升會員參與意願，帶動消費者身體力行踏出實踐永續消費的第一步。藉由讓消費者主動選擇成為「綠活會員」，momo 更能有效識別會員輪廓，分眾行銷精準投放資源，有效提升循環包裝回收率。2023 年自 9 月上線後，累計至 12 月已有逾 29 萬人次響應參與「綠活會員」計畫，攜手消費者共同踏上低碳消費旅程。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

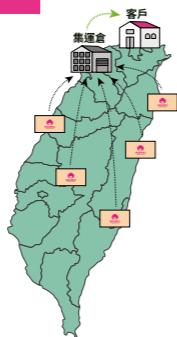
- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

綠活會員

集中到貨



若消費者訂購的商品需由多倉出貨，系統將在訂單確認時逐次向會員確認集貨意願，同意參加集中到貨服務之訂單，momo 將透過既有的倉對倉轉運車趟，將會員訂購的商品集中至集運倉合併出貨，除有效提高紙箱的裝載率、減少緩衝材的使用量，亦可減少戶對戶的運輸與配送趟次，以降低里程數進而減少碳排放量，同時為消費者提供一次性取貨的便利性。（詳細內容請參閱 4.3.2 短鏈佈局 [\[1\]](#)）

265,977

同意集中到貨人數

綠活優惠活動

綠活會員優先享有第一手「綠活優惠活動」，包含：

- 不定期歸戶折價券
- mo 卡加碼優惠
- 環保活動訊息

透過增加誘因，攜手會員共創永續消費新日常。



■ 註：綠活會員成效統計時間：2023/9/1~2023/12/31

循環包裝配送



221,202

同意使用循環袋人數

綠活會員訂單優先以可重複使用的「循環袋」出貨，降低全新包裝材的使用量，消費者收到後可於全台美廉社、郵局/i郵箱、台灣大哥大、7-ELEVEN 門市等逾 1.5 萬個據點進行回收；並藉由準確投遞循環包裝給關心環境議題並自願勾選落實的消費者群體，提升循環包裝回收率。

（詳細內容請參閱 4.2.2 循環包裝生態圈 [\[1\]](#)）

ESG 標章小學堂

momo 規劃「永續標章小學堂」，介紹國內外環保標章，如：美國 USDA 有機認證、ECOCERT 歐盟有機認證、無動物實驗標章、搖籃到搖籃認證等國內外認可之環境永續標章，善用平台之力助攻綠色消費與環境守護意識。



慈心有機驗證



美國 USDA 有機驗證



無動物實驗標章



北歐白天鵝標章



ECOCERT 歐盟有機認證



環保標章



澳洲有機認證



搖籃到搖籃認證



德國 BDIH 有機認證



COSMEBIO



義大利 ICEA 認證

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3.1.2 永續消費倡議

「綠色生活館」嚴選永續商品 鼓勵優質供應商

為鼓勵消費者選購永續商品，momo 打造專屬館別「綠色生活館」[↗](#)，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。目前該館內已號召上百家擁有永續理念的品牌夥伴，提供逾 5,300 項綠色商品予消費者進行選購，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。

「綠色生活館」透過專人管理，每月規劃永續促銷活動，增加首頁版位曝光等行銷資源，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。此外，亦每年舉行數場消費結合環境意識之活動，如：淨灘、綠色購物節、綠色美妝推廣、環保減塑商品策展等活動，並鼓勵會員自由選用循環包裝及集中到貨，邀請消費者在生活中力行愛地球。

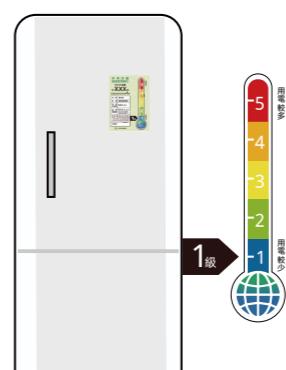
2023 年響應減碳減塑政策，momo 與歐萊德合作響應關燈一小時活動，共 2,730 名會員參與響應。第三季參與媽媽氣候行動聯盟所舉辦的自備餐盒減塑行動，藉此引導消費者共同響應環保愛地球。



■ 註：2023 年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、北歐白鸞標章、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。

「momo 綠色購物節」不間斷直播 推廣綠色消費

響應世界地球日，momo 串聯旗下電視購物與網路購物兩大通路資源，2023 年與經濟部商業司合作，打造「momo 綠色購物節」，透過「Go Green Go Live」綠色網路直播節目，不間斷直播分享政府綠色政策推廣、環保知識介紹，涵蓋一級能效家電退稅方案、住宅家電汰舊換新節能補助、商業服務業節能設備汰換補助、國際減碳趨勢分享以及有機環保美妝認證介紹等內容。同時規劃「綠色生活週」專區，網羅擁抱永續理念的品牌夥伴、精選環境友善夯品，有機美妝、健康飲食、安心居家、環保減塑等一應俱全，將綠色優質商品帶進消費者生活中。亦規劃「綠色知識有獎徵答」活動，號召民眾一同挑戰成為環保知識王，盼將綠色消費意識深耕消費者心中。



1

一級能效家電

直播節目中特別推薦台灣優秀品牌的一級能效家電商品，同時宣導政府相關補助政策，包含「2023 年住宅家電汰舊換新節能補助」、「商業服務業節能設備汰換補助」、「電冰箱冷暖氣機除濕機減徵貨物稅」等環保補助分享，造成強烈迴響，觀看會員不斷要求再次說明，甚至希望畫面能暫停在指定手卡，以供截圖自行操作。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

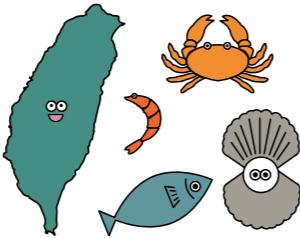
- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書



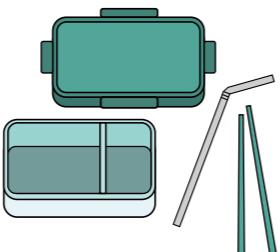
2 台灣在地海鮮

與高雄梓官漁會合作，在直播中倡導「台灣海鮮挑選指南」，引導消費者選購更為友善的海鮮食材，觀眾對於節目具有教育意義又能購買到優質商品，給予高度正面評價。



3 綠色保養

透過直播向觀眾介紹「SDGs 永續發展目標」與「無動物實驗（cruelty free）認證標章」，讓更多消費者認識永續概念，並帶動獲 B 型企業標章的台灣在地品牌芙彤園銷售佳績。



4 減塑餐具

說明國際減塑趨勢與台灣一次用飲料杯限制使用對象及實施方式，向觀看會員提倡使用環保杯購買飲料，減塑又省錢！



5 台灣在地小農

於直播中推廣碳足跡的計算，鼓勵會員從生活食材開始了解碳足跡對環境的影響，鼓勵吃在地、吃當季，並介紹台灣在地小農產品，黑羽土雞蛋、屏東九如檸檬原汁等商品，皆銷售一空。



電視購物在地選品 幫助在地農漁業產銷

momo 積極在電視購物銷售項目中導入台灣在地商品，推廣在地產銷，2023 年共開發 8,180 個品項數，較 2022 年成長 49%。此外，momo 觀察到台灣消費者近年來在生活型態與選擇商品上，除了價格考量外，台灣本地特色賣點商品更是受到消費者的青睞。因此，2023 年以生鮮產品與熟食品為新品開發主軸，導入澎湖在地生產直送極鮮小卷醬、嘉義一級老欉台灣紅寶石桑葚鮮果粒、苗栗銅鑼菊花銀耳海燕窩膠原露、高雄梓官漁會三層鮭魚風味夾心絲等眾多在地品項。2023 年食品類品項數共 1,755 個，較 2022 年成長 147.2%，並製作 6 檔在地食品成功案例，號召消費者購買在地農產。

為發揮零售產業本業影響力，momo 持續強化各項服務機制，除原本的電視購物外，再新增直播影音線上銷售，透過原有的電視購物廠商的開發及輔導機制，持續引進本土廠商，從產地更擴及到工廠，輔導供應鏈上各領域的廠商，簡化商品銷售環節，使本土商品最快到達消費者手中。2023 年新增直播推廣台灣減塑商品，如保溫瓶、保鮮盒等品項，鼓勵消費者共同實踐永續生活。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3.1.3 責任行銷與標示 417-1

momo 上架之產品皆清楚標示相關資訊，包含產品成分來源、供應商、產品或服務的使用安全說明等，並確保相關產品已依法規標示，全站銷售品項 100% 皆受到管理。為在製造源頭即做好商品標示管理，momo 以合約規範供應商提供的商品標示，皆須符合法規要求才可上架；2023 年經 momo 稽查共下架 4,280 項商品，並持續增加稽查項目，如環境用藥等；並在協助輔導供應商揭露完善且透明的商品資訊後，將 1,335 項商品恢復上架販售。2023 年，共計收到 398 次政府來函要求下架商品（1,009 品項），已配合政府全數於時限內立即完成下架。

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，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，並透過適度降價販售即期品與福利品，及展開「商品社會捐助計畫」，啟動愛心循環，減少不必要的浪費。



食品溯源管理

momo 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至衛生福利部食品藥物管理署之食品追溯追蹤管理資訊系統，申報市售包裝乳粉及調製奶粉等相關資訊（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	2021 年	2022 年	2023 年
商品數	1,895	1,698	1,816
總件數	253,675	245,037	291,494



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3.2 最佳消費體驗

momo 經由電視、網路、型錄、行動購物（App）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，矢志提供更多創新與便利的服務品質。我們建構便捷、舒適的購物平台，並在訂單成立後提供快速到貨與 24 小時客服等各項貼心服務，提供消費者最佳消費體驗。

3.2.1 創新購物體驗

在顧客需求與購物行為快速變遷的時代，momo 為滿足消費者的購物便利性，我們從消費者的角度出發，持續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。2023 年推動之創新功能如下：

momo 送禮



策略 / 目的

提供智能便捷、又有溫度的數位送禮功能，讓用戶能即時向家人朋友表達心意，活絡彼此互動關係。

創新亮點

滿足送禮的便利性、讓用戶感受貼心的體驗。

2023 年成效

送禮人數：176,326
受贈人數：163,483

電子票券移轉



策略 / 目的

提供用戶轉贈電子票券的功能，隨買隨贈，幫助用戶靈活運用票券服務，讓生活更實惠。

創新亮點

提升電子票券使用的靈活性，讓生活更實惠，關係更親密。

2023 年成效

使用人數：100,775

線上試妝



策略 / 目的

提供用戶試妝功能，運用濾鏡將商品妝效套用於臉上，幫助消費者在購買前挑選適合自己的美妝產品。

創新亮點

增加購物體驗、提升互動性。

2023 年成效

使用會員數：1,167 人

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3.2.2 客戶服務品質

2-25

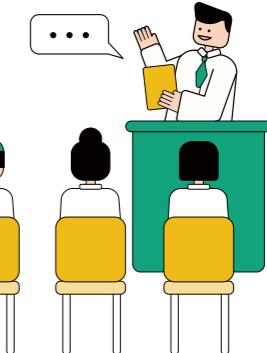
2-26

momo 致力打造優質的消費體驗，2023 年度 momo 消費者需求洞察研究調查結果顯示，以 momo 為日常網購首選平台之消費者（樣本數 1,009 份），針對 momo「整體滿意度」給予平均 94 分高評價，其中，購物動線、商品陳設等「APP／網頁使用體驗」平均 86 分，付款流程、安全性等「結帳體驗」平均 85 分，「退換貨服務」平均 85 分，「送貨速度」平均 80 分。

值得一提的是，為探知消費者對於永續消費服務之接受度，本研究特別調查消費者對於使用「循環包裝」及「集中到貨」之使用意願。結果顯示 60% 消費者願意嘗試循環紙箱、67% 消費者願意等候商品集中至同一個倉庫後再裝成集貨配送，顯見國人普遍願意身體力行支持環境友善理念。本研究所蒐集資料已作為規劃「綠活會員」之參考，未來 momo 將定期執行市場研究，以掌握會員滿意度及對於永續消費措施之偏好。

專業客服培訓

momo 重視客服人員專業素養，我們提供每一位新進客服人員 3 週（共 120 小時）之培訓課程，以離線教學搭配線上實戰演練，磨練各式狀況的應變能力，並透過內、外部課程雙軌並行，確保訓練內容與時俱進；於 2017 年度導入「內部講師培訓計畫」，累積至今年度取得內部講師認證者達 75 名（覆蓋率 19%）、2023 年共 6 名通過，授課內容如：溝通三元素、客訴處理心法等多面向課程，培養「momo 客服名師」，以提供消費者優質服務。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

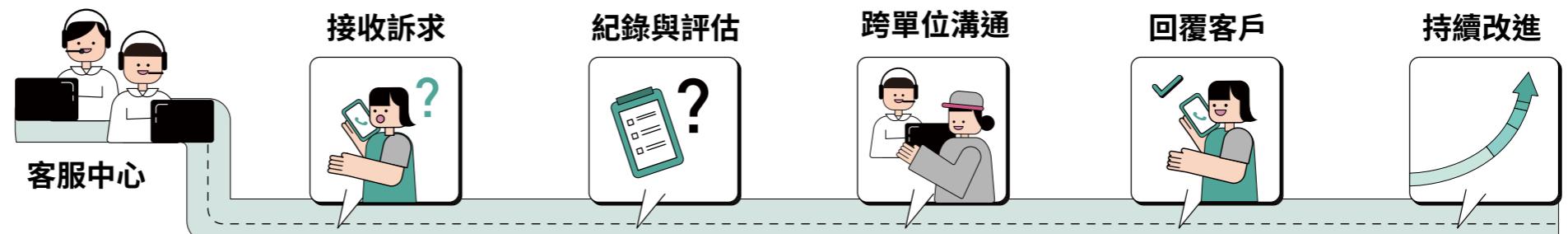
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

暢通服務管道

全通路時代，順應消費者跨裝置操作習慣，momo 提供台灣零售業界最多元之服務渠道，讓消費者可隨時取得專業、即時的客戶服務。為確保所有服務需求皆能獲得妥善處理，在消費者進線至客服中心時，消費者所提出的服務需求，透過系統記錄並派發至權責單位，依客戶需求進行「案件分流」，配套「急件作業」處理措施，限期完善客戶需求。此外，於定期會議逐一檢視案件內容並研擬改善方案，視情況召開跨部門會議精進處理流程，確保消費者的需求皆能獲得滿足。



- 透過電話、文字多元管道與客戶進行溝通，耐心聆聽，主動釐清問題，確保對客戶訴求充分理解

- 將客戶訴求分類為一般、投訴、建議類型，於系統登錄案件並派發權責單位提供適切解決方式

- 客服以消費者立場依循法規居中協調，力求維護消費者權益及善盡供應商素質管理

- 積極主動追蹤及回覆案件處理進度，確保客戶問題得到妥善處理

- 問題分析
- 提出改善對策
- 追蹤成效

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

服務品質稽核與精進

momo 制定嚴謹稽核流程，掌握人員服務品質，稽核範圍涵蓋：電話、線上文字、機關函件、社群討論等，落實全渠道品質管理，搭配人員績效考核、輔導，確保每一位 momo 客戶都能擁有理想的服務體驗。另外，透過每月表揚「揪甘心客服」（獲客讚揚數最多），鼓勵同仁自發性提供卓越服務，2023 年共有 13,605 位客戶熱情表達對 momo 客服人員的感謝。

為提供良好的消費體驗，momo 奉「客戶滿意」為圭臬，2023 年透過專員訪談／社群討論／客戶諮詢與反饋，蒐集 27,899 筆客戶意見，面向涵蓋：客戶服務、物流配送、商品建議及網站 UIUX 等，從中分析體驗關鍵時刻、反饋根因問題，改善服務品質，momo 從客戶意見分析後推動改善方案，全年共計優化 48 項服務流程、系統功能，2023 亮點專案如下：

客戶來信表揚事蹟：



精進方案	內涵說明	效益
智能客服 momoco	<p>判斷用戶情境，精準答覆 鎖定客戶常見問題，開發相關功能，即時滿足簡易服務需求，提升自助解決率。</p> <p>案例：【快速到貨】條件判斷 客戶於智能客服詢問「可否申請遲到補償」，系統判斷訂單狀態，直接回覆可否申請「結果」；如資格不符，主動說明不適用之原因（相較過去客戶需至會員中心查找快速到貨條件規則。）</p>	2023 年相關知識點，共計 463,315 人次使用，加快客戶疑義排解，有效提升客戶滿意。
預約換貨	開放客戶於「收到貨後」即可線上申請換貨，不再受限於物流業者之作業進度。	自助服務搭配完整換貨進度說明，減少客戶尋求專人服務之必要，提升購物自主性。

員工心聲	鼓勵人員針對系統、流程及客戶體驗等，提出精進建議，由主管、專案團隊評估可行後規劃執行方案。	2023 年共有 59 件建議，透過開發人員輔助工具、協調跨部門作業，提升整體作業效率。 ‘2H2023 員工滿意度分數達 89.1 (較 1H 提升 3.3%)
-------------	---	--

關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展
1.1 永續發展策略
1.2 永續治理機制
1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴
2.1 關於 momo
2.2 公司治理
2.3 永續風險管理
2.4 永續供應鏈

3 永續消費
3.1 永續消費
3.2 最佳消費體驗
3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境
4.1 綠色營運
4.2 綠色包裝
4.3 綠色物流

5 友善職場
5.1 多元與包容
5.2 人權保障
5.3 人才發展與留任
5.4 健康安全職場

6 社會共好
6.1 數位募捐
6.2 公益參與
6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表
SASB 索引表
證書

3.3 資訊安全與隱私保護

momo 長期致力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；2023 年將國稅局加值服務中心電子發票作業維運與管理流程列入驗證範圍，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。

3.3.1 資訊安全管理機制 2-23

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」，每年召開二次會議，並向董事會報告。原因應 ISO 27001 及 ISO 27701 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 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。2021 年為符合資安法規遵循及提升資訊安全及個資保護管理，本公司設置資安長及資安專責單位，資安長為「資訊安全暨個資保護小組」召集人，負責審查資安管理系統、技術、資源分配、風險管理及績效目標之達成。

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



2023 年度資安管理委員會
運作情形

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3.3.2 資訊安全與管理

2-24
418-1

資安風險鑑別與評估演練

階段	管理與持續改善架構	具體管理方案
計畫	資產盤點	<ul style="list-style-type: none"> 依公司業務目的及相關法規以國際標準 ISO27001、ISO27701 為管理系統，制訂資訊資產及風險評鑑等管理規範，並依此結果訂定資安與個資保護目標以達資訊資產之機密性、可用性及完整性。
	風險評鑑	
	風險管理與處置	
	法規與國際標準遵循	
	資安目標及指標制訂	
	網路安全	<ul style="list-style-type: none"> 導入網段分割、雲端 DDoS 防護、網頁爬蟲防護、SSL/TLS 檢測、入侵偵測系統（IPS）以強化網路安全及縱深防禦機制。
	威脅情資蒐集	
	裝置安全	<ul style="list-style-type: none"> 持續監控裝置作業系統、防毒軟體更新率以即時修補裝置弱點。
	雲端安全	
	應用程式安全	<ul style="list-style-type: none"> 建置特權帳號管理工具及多因素驗證（MFA）機制，以強化身份驗證。
執行	帳號與權限管理	<ul style="list-style-type: none"> 接收郵件掃描、資料外洩防護機制（DLP）、個人電腦螢幕增加浮水印、系統畫面及宅配單據，以防機敏資料外洩。
	資安監控與維運	
	個資及機敏資料保護	
	持續監控	<ul style="list-style-type: none"> 實施日誌管理（log）、FIM 檔案完整性監測、數位特徵識別登入驗證，持續監控資訊服務之運作及風險狀況。
	資訊安全目標及風險指標	<ul style="list-style-type: none"> 每年度實行社交工程演練、滲透測試，藉由模擬攻擊情境，量測資安管理及防禦機制的有效性。
	攻擊演練	<ul style="list-style-type: none"> 透過定期資安個資管理系統稽核，報告整體資安風險及因應措施的有效性及可持續改善之處。
	內部稽核與第三方稽核	<ul style="list-style-type: none"> 執行資安成熟度評鑑。
查核	管理流程改善	
	安全措施及處置方法改善	
	資安技術及工具改善	
	教育訓練與宣導	
行動		

資安教育訓練

全公司資安教育訓練宣導為每週公告 1 次、每年共 4 堂課。momo 全體在職員工 100% 皆完成線上課程並通過測驗。

2023 年課程名稱	時數（分）	人數	說明
個資法務實務宣導	60	3,360	
對外防駭客	40	3,349	課程期間之在職員工，100% 完成線上課程並通過測驗。
社交攻擊防禦實務宣導	30	3,400	
對內防洩漏	30	3,519	
新進人員講習	60	615	<ol style="list-style-type: none"> 新進報到員工，100% 完成講習。 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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

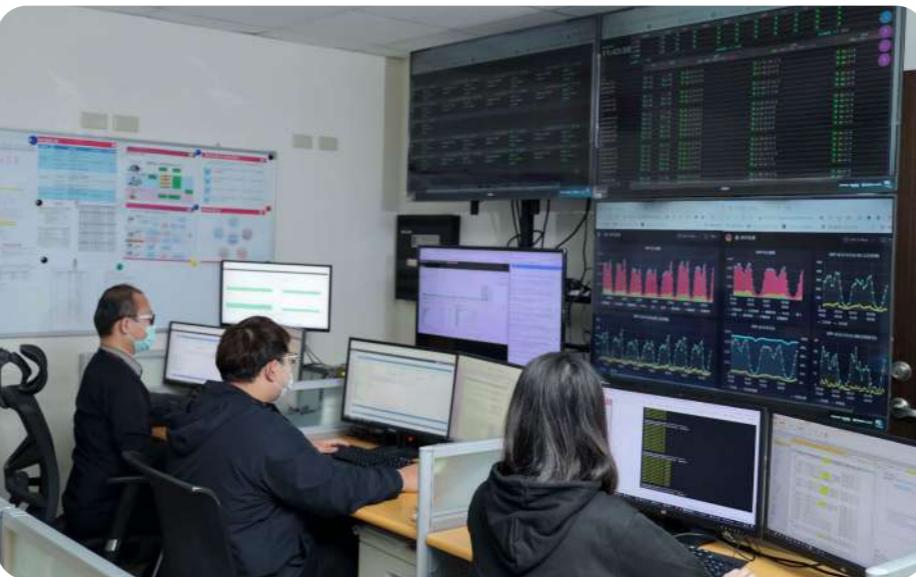
- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

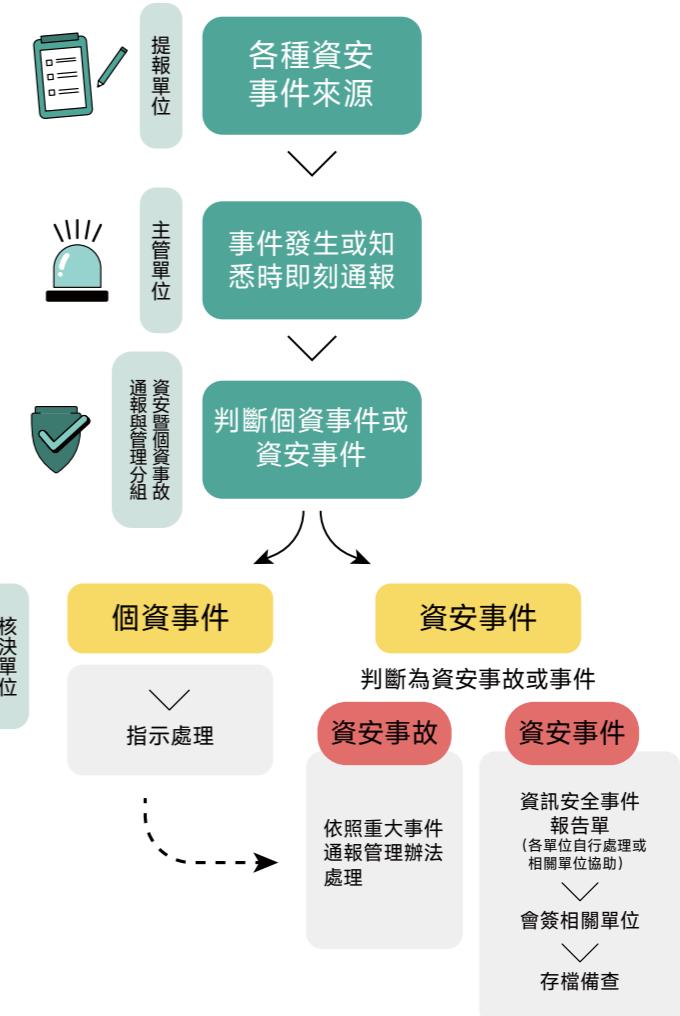
- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

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，2023 年未發生資訊安全與個人資料外洩等相關事件。



資安事件通報作業流程圖



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

3.3.3 顧客隱私保護 2-23 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 2023 年 5 月 31 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。

顧客個資管理

2023 年未發生影響消費者權益之個資安全事件，惟接獲 4 起消費者進線詢問委外供應商個資處理情況，委外供應商已進行通報 momo 和主管機關，momo 實地查核和追蹤無影響消費者權益，發生個案之供應商，經改善流程後，未再發生類似通報。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 23 則反詐騙宣導（共計 165,412 次瀏覽），並與新北市婦幼警察隊合作於直播上宣導防詐，讓消費者了解最新詐騙招數，以保護消費者的個資安全。



momo 隱私權政策

為維護消費者的隱私權，落實個人資料保護及管理，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，均遵守中華民國政府之「個人資料保護法」及相關法令規範，並明確制訂「資訊安全事件通報作業規範」、「個資及機敏資料安全維護作業規範」及「個人資料檔案安全維護計畫」之規範，要求任何人（涵蓋對象包含本公司及其所有人員與供應商、受委託業者、外部顧問等協力廠商）應確實遵循，並均須在明定的授權規範下，才能處理及利用必要之資料，以有效保護個人資料及權益。

截至 2023 年 12 月 31 日止，momo 無出售、出租或以其他方式進行分配數據或資訊給第三方。

目前所有個資皆進行妥善保管及保護，保留時間依法規和作業規範而訂保留 5 年。



momo 隱私權政策

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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，確保持卡人資料安全性。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 2023 年 3 月 14 日，爾後每年由合規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；2023 年再拓展生物辨識功能的應用範圍，於購買特定商品^註 的交易時進行生物辨識，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。

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 年再拓展導入退貨消費者電話號碼代碼化機制，截至 2023 年底已有超過 11,000 家供應商導入「物流士安心 call」服務。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。



4

永續環境 Environment matters 3-3 2-25

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 標準對照表

SASB 索引表

證書

momo 致力降低商業活動對環境的衝擊，透過綠色營運、綠色包裝、綠色物流
三大面向落實氣候策略，共同打造綠色消費生態圈。



2023 成果與績效

40.66 公噸 CO₂e

綠活會員集運件減碳
(減降包材及運輸里程)

📦 ↓ **21%**

平均一件包裹減重
2023 年相較 2019 年 (基準年)

>120 萬度

北區物流中心 2023 年太陽能發電量

📦 ↓ **37.7%**

平均一件包裹緩衝材減量
2023 年相較 2019 年 (基準年)

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

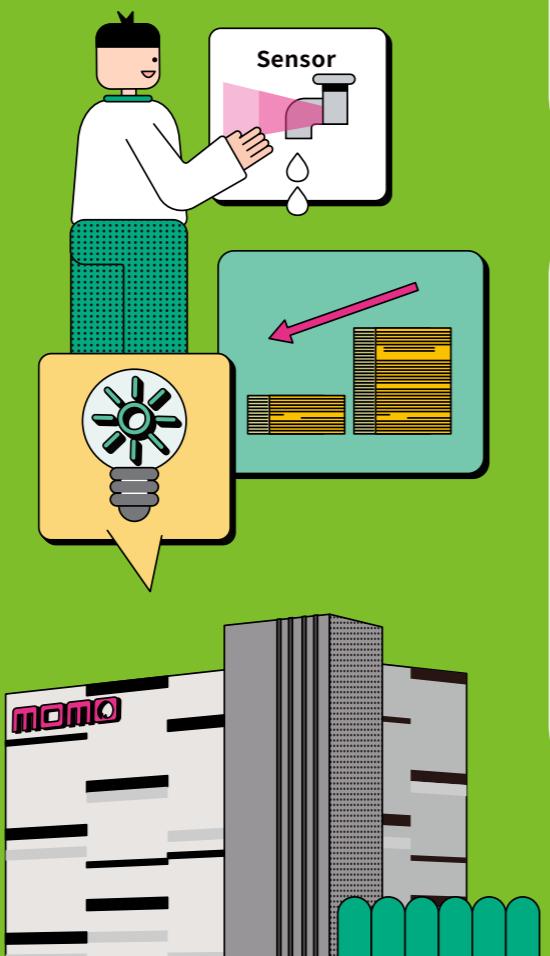
- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書



對應重大主題

正面衝擊

綠色物流 +

綠色包裝與循環使用 +

負面衝擊

- 能資源耗用

管理機制

每季召開環境管理委員會，定期追蹤環境專案執行狀況



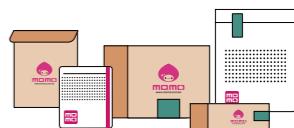
每半年召開永續發展委員會執行長會議，審查各項管理指標達成情況



每年至少 2 次向董事會與永續發展委員會報告永續行動方案達成率

momo 承諾

- 以科技輔助包裝減量，並持續提升環保包材與循環包裝使用
- 自有車隊電動化，並持續佈局短鏈物流，降低配送碳排放
- 落實溫室氣體盤查，設定節能減廢目標



行動方案

- 運用 AI 依據每筆訂單之商品尺寸及重量，推薦最適合包材予第一線人員
- 攜手美廉社、郵局、台灣大哥大、7-ELEVEN，建置「循環包裝生態圈」
- 持續開發多元環保包材，紙箱規格達 41 種
- 採購 50 台三輪電動機車，進行低碳配送
- 全台主衛星倉達 58 座，縮短配送里程
- 與供應商推動去節點，2023 年減少 3,334 趟轉運趟次
- 新建自建倉裝置太陽能發電系統，採自發自用
- ISO 14064-1 溫室氣體盤查及查證涵蓋 100% 自身營運據點
- 導入 ISO 14067 碳足跡盤查，2023 年首度通過查證及取得環境部碳足跡標籤
- 2023 年環保處理費 8,093,420 元
- 年度綠色採購金額逾 8 億元

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.1 綠色營運

為實踐「綠活電商領航者」願景，momo 積極推動綠色營運，建立完善環境管理系統，減少能資源使用造成的溫室氣體排放與環境衝擊，持續提高綠色採購比例。2023 年首度取得 ISO 14067 碳足跡證書以及環境部碳足跡標籤，盤查 momo 零售服務生命週期碳排放量，並針對排放熱點規劃對應減碳措施，以取得「減碳標籤」作為目標，帶動價值鏈低碳轉型。

4.1.1 環境管理機制

momo 於 2018 年導入 ISO 14001 環境管理系統，訂定《環境安全衛生管理政策》[\[1\]](#) 並成立「環境管理委員會」，由綠色營運相關部門 16 位代表組成，依據「永續發展委員會」審核通過之環境管理指標，每季召開會議定期追蹤環境執行績效。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 [\[2\]](#)；爾後每年持續通過複驗，維持環境管理系統有效運作。

■ 註：ISO 14001 環境管理系統證書請參閱附錄 [\[3\]](#)。



環境安全衛生管理政策

環境管理委員會 組織架構



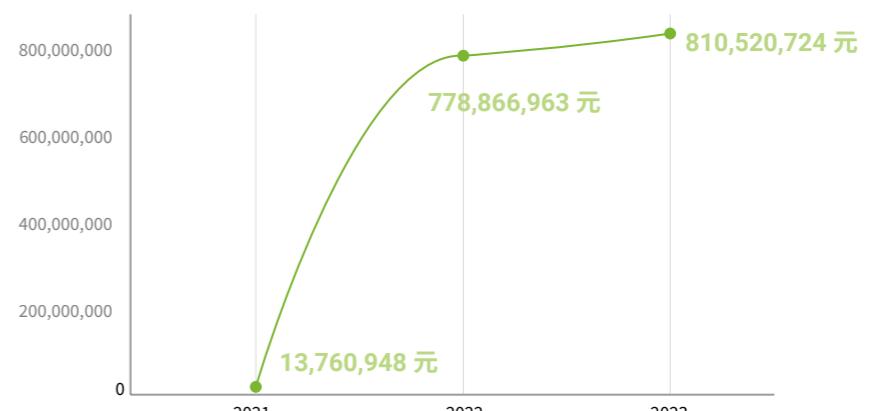
環境管理績效

momo 針對環境面向訂定短中長期目標與行動方案，2023 年總計達成 4 項氣候治理與能資源管理、3 項永續供應鏈、2 項環境友善包裝、3 項綠色能源運輸，共計 12 項行動方案 [\[4\]](#)，同時達成 8 項 ISO 14001 之環境目標方案。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：momo 短中長期目標與計畫，詳見本報告書 1.1 永續發展策略 [\[5\]](#)。

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，並逐年擴大統計範圍 [\[6\]](#)，如新增碳足跡減量標章、FSC 認證森林標章及電動車等產品／服務，2023 年綠色採購金額共計 810,520,724 元。momo 陸續精進綠色採購管理，對接永續供應鏈管理指標。



(單位：新台幣元)

■ 註：揭露範圍：2021、2022 年 -momo；2023 年 -momo 及子公司（富昇物流）。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.1.2 溫室氣體與能源管理

302-1 302-3 305-1 305-2 305-4

溫室氣體管理

momo 自 2016 年啟動 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，維持每年通過第三方查證，自身營業據點盤查覆蓋率為 100%。2023 年溫室氣體範疇一及範疇二排放量合計 15,350.41 公噸 CO₂e、人均排放量 2.73 公噸 CO₂e／總人數、排放密集度 0.14 公噸 CO₂e／新台幣百萬元。

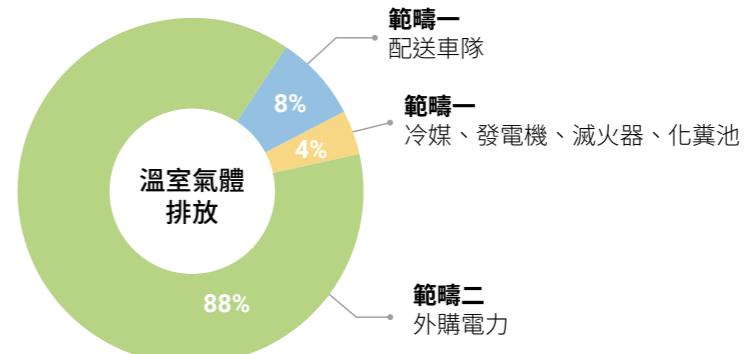
2023 年範疇一及範疇二排放量、人均排放量較 2022 年微幅增加，係因配送車隊用油量成長、並新增 3 個主倉用電量。為持續落實減碳行動，momo 於 2022 年導入 SBT 科學基礎減量目標管理框架，並以 2050 淨零碳排為目標，透過「綠色營運」、「綠色包裝」、「綠色物流」三大面向積極推動減碳，相關措施請詳本報告書對應章節內容。

溫室氣體排放量^{註 1}

範疇一、範疇二排放量 (單位：公噸 CO₂e)

年份	2021 年	2022 年	2023 年
範疇一	384.99	1,595.48	1,815.70
範疇二	7,384.91	13,240.45	13,534.71
範疇一、二合計	7,769.90	14,835.93	15,350.41
人均排放量 ^{註 2}	3.60	2.70	2.73
排放密集度 ^{註 3}	-	0.14	0.14

2023 年範疇一 + 二排放量分析



■ 註 1：① 盤查邊界：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、2023 年 - momo 自身營運據點及富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健等 5 家國內子公司。

② 溫室氣體盤查基準年為 2022 年，全球暖化潛勢（GWP）依據 IPCC 第六次評估報告；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；2023 年 ISO 14064-1 溫室氣體盤查證書請參閱附錄。

■ 註 2：人均排放量：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）。

■ 註 3：排放密集度：2022-2023 年計算方法為「溫室氣體（範疇一、二）排放量／momo 100% 營運控制據點及子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）營業額」，與 2021 年不同。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

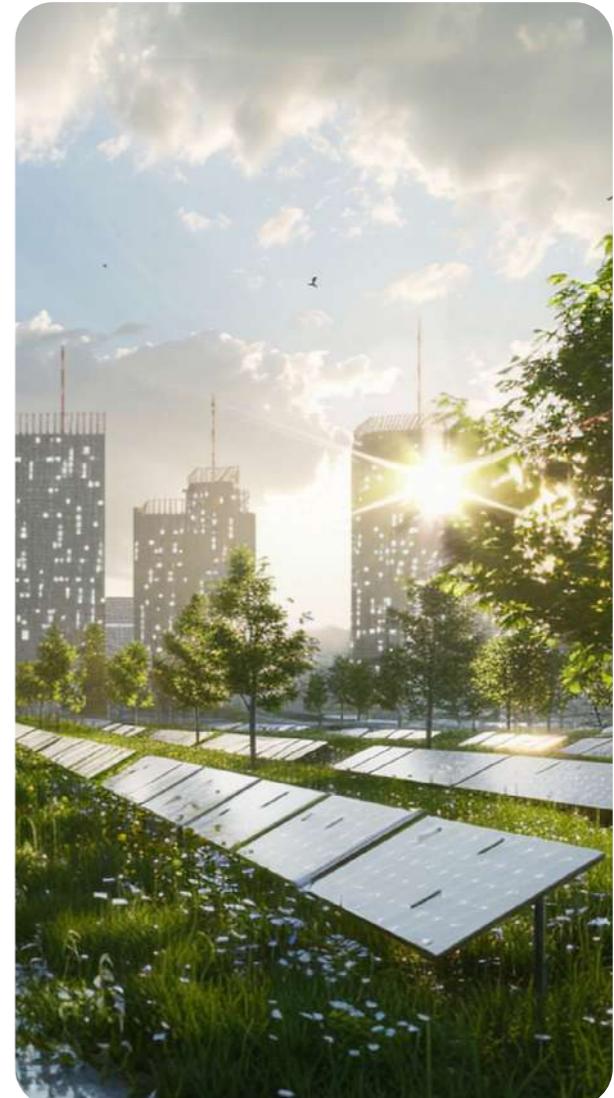
SASB 索引表

證書

範疇三排放量（單位：公噸 CO₂e）

範疇三之類別 ^註	2021 年	2022 年	2023 年
1 採購商品與服務	799.0505	1,425,862.64	1,329,323.67
2 資本財	—	18,107.59	37,863.09
3 燃料及能源相關之活動	—	2,574.96	2,971.95
4 上游運輸和配送	—	73,822.88	42,632.77
5 營運產生之廢棄物	—	628.53	645.64
6 商務旅行	13.7209	14.16	18.49
7 員工通勤	1,391.9709	2,552.11	2,587.80
12 發售產品使用壽命終端處理	—	645.82	733.72
範疇三合計排放量	2,204.74	1,524,208.69	1,416,777.13
範疇一、二、三合計排放量	9,974.64	1,539,044.62	1,432,127.54

■ 註：2021 年 - 範疇三採部分自主揭露員工通勤、商務旅行、購買產品及服務（影印紙）；2022、2023 年 - 範疇三經間接溫室氣體排放源重大性方法學評估後，排除類別 No.8、9、10、11、13、14、15 項目。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

momo 零售服務碳標籤

為使網購消費碳排放透明化，momo 於 2023 年通過 ISO 14067 碳足跡查證並取得環境部碳足跡標籤^註，盤查 momo 零售服務（含網路、電視、型錄）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，並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，打造低碳消費的正向循環。



碳標字第2314871002號
每件零售服務(實體商品)
不含內容物之碳足跡



碳標字第2314871003號
每件零售服務(非實體商品)
不含內容物之碳足跡

產品名稱 / 型號	momo 零售服務 - 實體商品		momo 零售服務 - 非實體商品
類型	服務類		服務類
編號	2314871002		2314871003
碳標籤證書	生效日期	2023/11/15	2023/11/15
	有效日期	2028/11/14	2028/11/14
	原料取得	16.79%	4.95%
產品生命週期各階段碳足跡比例	服務	82.44%	94.66%
	廢棄處理	0.77%	0.39%
碳足跡數據 / 標示單位	1.1kg CO₂e/ 每件實體零售服務		180g CO₂e/ 每件非實體零售服務

1. 自建倉儲屋頂裝置太陽能發電系統，生產自用再生能源，每件零售服務約可減少 0.5% 碳排放量。
2. 鼓勵消費者選擇循環包裝出貨，擴大循環紙箱及循環袋之回收通路，提升回收及再利用率，降低包裝、緩衝材使用量，每件零售服務預計約可減少 2.5% 之碳排放量。
3. 綜上，每件零售服務共計約可減少 3% 之碳排放量。

自建倉儲屋頂裝置太陽能發電系統，生產自用再生能源，
每件零售服務約可減少 3.5% 碳排放量。

■ 註：ISO 14067 碳足跡證書 & 環境部碳足跡標籤證書請參閱附錄 □。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

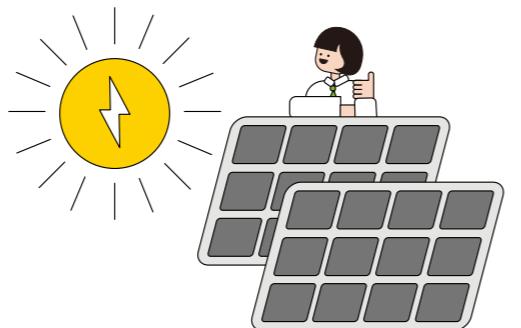
附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

能源管理

2023 年 momo 與國內子公司共用電 27,342,843.55 度、能源密集度^{註1}為 1.00 GJ／新台幣百萬元，自身營業據點盤查覆蓋率為 100%。momo 每年規劃節能計劃，並定期檢視節約能源成效，2023 年節能行動詳下表，總部大樓推動冰水主機冷凝器額外維修保養、北區物流中心午休期間關閉各樓層作業區照明設備，上述兩項節能措施年度共節約 13.13 萬度用電量。

再生能源方面，北區物流中心屋頂已建置 4,500 坪、裝置容量約 1,000 瓦的太陽能發電系統，2023 年全年度累積發電共 1,257,495 度；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 瓦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、採自發自用，提高再生能源使用量，致力發展低能耗、低碳排之物流服務。



momo 節能行動

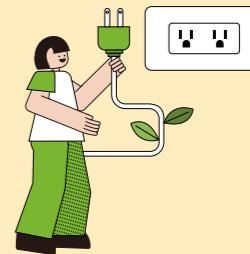
辦公室節能措施

- 定期針對全體員工宣導節電
- 全面使用 LED 照明設備或節能產品
- 冰水主機冷凝器額外維修保養，提高攝影棚冰水主機冷凝器散熱效果



倉儲節能措施

- 午休時間全面關燈作業，僅保留部分辦公區
- 廠區在不影響照明情況下，調整成半電模式
- 各倉落實管控用電量，定期檢討改善用電情形



資訊機房節能措施

- 導入雲端系統服務，有效減少管理伺服器的能源消耗，並統一產出碳排放數據，提升碳管理效率
- 2023 年起全面以筆記型電腦替換桌機，以大幅減降同仁文書電腦使用之電力消耗
- 定期進行硬體稽核，盤查多餘插座、無使用設備，並監控機櫃負載
- 裝置感應器，例行測量電源使用效率（PUE）^{註2}，2023 年平均 PUE 為 1.43~1.67，達 Green Grid 聯盟 PUE 分類之「銀級」
- 更新硬體，提升伺服器效率，盤點 5 年以上機器進行汰舊，與節能標章機型整併
- 提升機房冷卻效率，改善散熱不良通道，提高機房溫度

▪ 註 1：能源密集度：組織能源耗用量／momo 自身營運據點及富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健等 5 家國內子公司營業額。

▪ 註 2：PUE = $\frac{\text{數據中心總能耗}}{\text{IT 設備總能耗} + \text{空調能耗} + \text{其他設備}}$

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

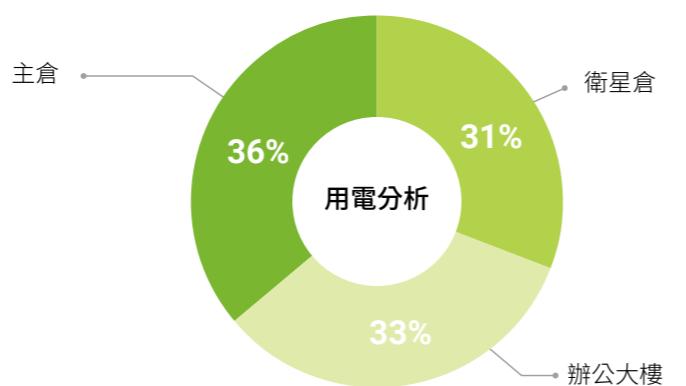
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

能源耗用量^{註1}

能源種類	單位 ^{註4}	2021 年	2022 年	2023 年
非再生燃料	柴油	2,593.75	28,867.24	35,460.44
	汽油	13,694.81	395,086.79	473,149.88
外購電力	電力	14,624,277.42	26,012,666.87	27,342,843.55
	度	1,337,034.00	1,172,418.00	1,257,495.00
組織能源耗用量 ^{註2}	GJ	48,376.65	103,289.47	110,548.96
人均能源耗用量 ^{註3}	GJ／人	17.46	18.81	19.66

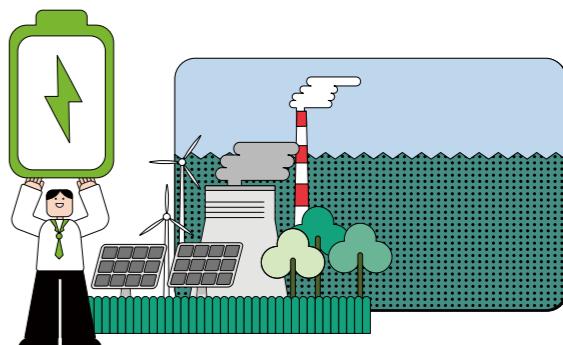


■ 註 1：盤查邊界：2021 年 - 總部大樓、北區物流中心及 4 個主倉（蘆竹、林口、蘆四、南工）；2022、2023 年 - momo 自身營運據點及富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健等 5 家國內子公司，部分區域採推估人均用電量方式進行統計。

■ 註 2：momo 所使用之能源均屬於非再生能源，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 3：人均能源耗用量：組織能源耗用量／momo 自身營運據點及富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健等 5 家國內子公司總人數（含派遣公司進駐人員）。

■ 註 4：1 公升汽油 = 7,800 kcal、1 公升柴油 = 8,400 kcal、1 度電 = 860kcal、1kcal=4184J，資料來源：經濟部能源署。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.1.3 綠色智慧倉儲

momo 透過打造「綠色物流中心」與「自動化倉儲」實踐綠色倉儲承諾，momo 大型物流中心皆透過太陽能發電裝置、綠建築設計概念、雨水回收系統等降低倉儲碳足跡，發展低能耗、低碳排之綠色倉儲，每一座物流倉儲據點的選址與規劃設計，均評估環境衝擊，增強公司因應氣候變遷的韌性；亦導入領先業界的自動化物流技術，大幅提升出貨效率，帶動每日出貨量，並為消費大眾創造優質的快速服務。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

綠色物流中心

屋頂全面設置太陽能板，減少倉儲運作碳排放

momo 北區、中區與南區物流中心皆設有太陽能發電裝置，北區物流中心年產出逾 120 萬度綠電；南區和中區物流中心分別預計於 2024 年及 2027 年啟用，每年預計可提供各約 130 萬度綠電。未來 momo 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。

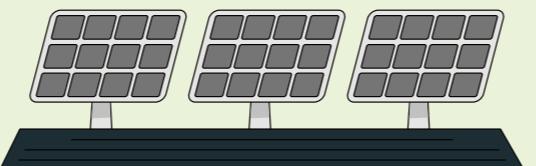
綠建築設計概念打造物流中心，降低能源使用

北區物流中心採用多樣環保建材及節能設計，包括：

- 綠能屋頂：太陽能板除產生綠能外，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，以利節能
- 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 玻璃：可阻隔太陽光的紅外線及紫外線產生之熱能
- 地道風及水濂系統：運用地道風原理並搭配水濂系統，降低廠區溫度並維持濕度
- 自然通風系統：引進外氣達通風換氣作用，釋放建築物蓄存熱能
- 雨水回收植栽灌溉：廠區雨水進行回收後用於植栽灌溉

充分進行評估，降低環境影響

每座大型物流中心於建造前均進行完善的「設廠環境評估」，包含出流控制、土壤液化評估、土壤、地下水位監測、交通影響評估等，其中透過規劃建置綠帶，使暴雨期間不影響原地表逕流分擔之功能，滿足防洪需求，並辦理相關專家審查會議，經專家意見調整設廠規劃，確保環境影響程度降至最低。



自動化倉儲

以物就人模式，減少無效工時

導入設備使重複性作業自動化，減少無效工時、提升團隊提升生產力，可節省約 30% 作業人力。

提升作業安全

透過可智能感應環境的無人載具運送商品，有效節省人員走動距離，並以安全高效率的方式運送貨物。

高密度儲存，節省空間

導入棧板式自動倉儲存取系統，藉由其高密度儲存、高速作業，達到空間節省及營運優化。

簡化作業流程，降低錯誤率

透過設備輔助，使同一張訂單中的商品能快速準確匯集，協助理貨人員準確作業。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

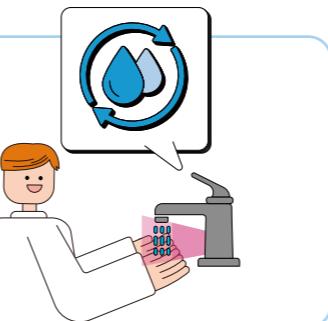
4.1.4 水資源管理

momo 無製造工廠與製造程序，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，2023 年 momo 與國內子公司共用水 100,190.64 度，自身營業據點盤查覆蓋率為 100%。經 momo 節水行動努力，用水密集度^{註 1} 降至 0.91 度／新台幣百萬元，較 2022 年減少 2.5%。

momo 節水行動

辦公室節水措施

- 調控工作場所溫度，減少冰水主機運轉，降低耗水量
- 定期宣導員工節約用水，建立漏水通報機制
- 採用省水設備以及使用感應式水龍頭



倉儲節水措施

- 北區物流中心建置雨水回收系統，灌溉周圍植栽，2023 年總計回收使用共 452 度^{註 2}
- 定期檢視用水量，檢討改善用水情況

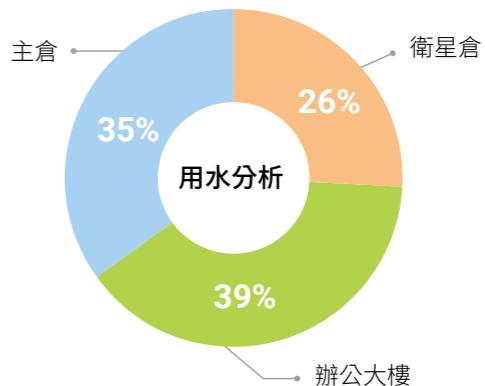
■ 註 1：用水密集度：總用水量／momo 自身營運據點及富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健等 5 家國內子公司營業額。

■ 註 2：雨水回收計量器於 2023 年 6 月啟用，統計區間為 2023 年 6-12 月。

自來水使用量^{註 3}



年份	2021 年	2022 年	2023 年
度	48,816.70	97,105.68	100,190.64
人均用水量 ^{註 4} (度／總人數)	17.62	17.68	17.81
總取水量 (百萬公升)	48.81	97.10	100.19
總耗水量 ^{註 5} (百萬公升)	0	0	0



■ 註 3：盤查邊界：2021 年 - 總部大樓、北區物流中心、4 個主倉(蘆竹、林口、蘆四、南工)；2022-2023 年 - momo 自身營運據點及富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健等 5 家國內子公司，部分區域採推估人均用水量方式進行統計。

■ 註 4：人均用水量：總用水量／momo 自身營運據點及富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健等 5 家國內子公司總人數(含派遣公司進駐人員)。

■ 註 5：總耗水量 = 總取水量 - 總排水量；因 momo 100% 皆為民生用水，故總排水量等同總取水量。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.1.5 廢棄物管理

306-1 306-2 306-3

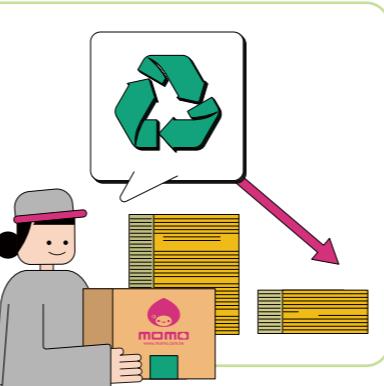
momo 營運產生之廢棄物經認定皆屬一般事業廢棄物，無有害事業廢棄物產出，依法令規範妥善分類處理，委由具合格證照之廢棄物清理廠商進行清運，並交至公營焚化爐進行處理。我們訂定年度廢棄物減量目標，並持續推動減量宣導與相關措施，2023 年總部大樓人均廢棄物相較 2020 年（基準年）下降 3.54%。

momo 減廢行動



辦公室減廢措施

- 應政府自備環保杯政策，發放全體員工環保杯與環保餐具，減少一次性餐具使用
- 鼓勵員工自備餐具，辦理員工抽獎等內部推廣活動
- 舉辦會議或活動提供環保餐具與餐盒，減少一次性餐具使用
- 辦公室文具用品重複回收再利用



倉儲減廢措施

- 推動包裝耗材減量計畫，詳見 4.2 綠色包裝
- 持續擴大倉儲內部資源回收項目

momo 廢棄物統計

(單位：公噸)

項目	2021 年 ^{註 3}	2022 年	2023 年
總部大樓			
人均廢棄物量 ^{註 1}	0.0144	0.0133	0.0161
倉儲^{註 4}			
廢棄物總量 ^{註 5}	445.2	568.6	628.4
紙箱	2,431.93	3,001.97	3,091.97
資源回收總量	塑膠類	48.82	81.59
氣泡布		0.71	1.59
			3.61

■ 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；資源回收計算方式：(momo 辦公室面積總部大樓面積) * 總部大樓資源回收總量。

■ 註 3：2021 年 5-7 月因防疫居家上班，故辦公室無廢棄物產出。

■ 註 4：倉儲廢棄物揭露範圍：2021 年 - 北區物流中心、4 個主倉（蘆竹、林口、蘆四、南工）、2022-2023 年 - momo 營運控制之倉儲。

■ 註 5：倉儲廢棄物總量：採計每月廢棄物清理合約重量。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

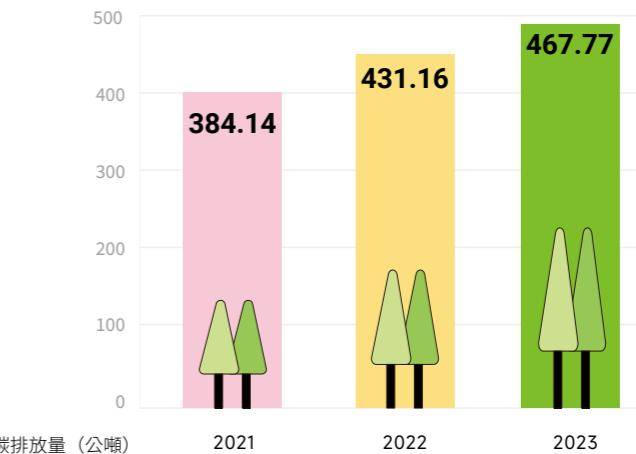
證書

無紙化應用

momo 從「消費通路」、「供應商」和「內部簽核」三方向推動無紙化，減少紙張使用，亦提升作業效率。透過無紙化減少用紙量，2023 年**共減少 6,154 萬張用紙，相當於減少 467.77 公噸碳排放量^{註1}**。

無紙化推動方向	推動說明	2023 年成效
 消費通路	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。	減少用紙量共計約 6,058 萬張 碳排放量減少約 460.47 公噸
 供應商	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，減少使用紙本發票及紙本方式對帳。	供應商對帳無紙化作業比例已達到 90.17% 減少用紙量共約 70.77 萬張 碳排放量減少約 5.38 公噸
 內部簽核	落實辦公室紙張減量並提升簽核流程之透明度，共計導入 76 張電子表單及計程車乘車券電子化。	減少用紙量共約 25.31 萬張 碳排放量減少約 1.92 公噸

momo 近三年無紙化減碳成效



行政文件紙張減量

momo 推動行政文件紙張減量行動，建立內部影印量管控系統、定期宣導員工紙張雙面使用，並推廣採用線上會議及電子文件辦公，2023 年較 2022 年約減少使用 1.08 萬紙張、人均紙張使用量較 2020 年（基準年）減少約 11.34%，未來將持續開發電子化表單，減少影印紙使用與廢紙產生。

(單位：張數)

項目	2021 年 ^{註3}	2022 年	2023 年
紙張總用量 ^{註2}	1,354,911	1,615,370	1,604,494
人均使用量	929.37	958.11	1,025.24

■ 註 1：A4,80g (210mm x 297mm) 每包 500 張共 3.8kgCO₂e，資料來源：產品碳足跡資訊網 [\[1\]](#)。

■ 註 2：紙張尺寸：A4,210mm x 297mm。

■ 註 3：2021 年 5~7 月因防疫居家上班，故無納入統計範圍。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.1.6 生物多樣性

生物多樣性象徵生態環境的健康指標，momo 善盡電商本業之義務及影響力，將「生物多樣性」列為永續關注主題之一，並結合永續供應鏈管理及環境教育的永續倡議，自主推行多元的生物環境友善措施。

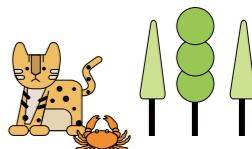
員工倡議行動



外部倡議行動



永續供應鏈管理



專刊電子報分享生物多樣性趨勢

momo 定期發布永續新知電子報，培養同仁對國內外永續趨勢的認知與關懷，當中亦以生物多樣性為主題，分享國際生物多樣性趨勢解析及標準同業生物多樣性創意措施，讓同仁們更了解生物多樣性議題及與日常業務結合的可能性，促進由下而上的永續提案及行動。

海岸認養及淨灘行動還淨於洋

2023 年 momo 韻應新北市環保局海岸淨灘認養，以新北市林口區頂寮沙灘為 momo 的淨灘認養海岸段，共舉辦 2 次淨灘活動，邀集員工、眷屬及會員共同參與，兩場次 287 人次參加，共撿取 930 公斤垃圾，減少流入海洋的人為污染。

推廣 iNaturalist 公民參與平台

2023 年舉辦「momo 生態觀察家」系列活動，於企業內部推廣生態科學公民參與平台 iNaturalist，鼓勵同仁觀察周遭野生生態，並藉由 app 拍照上傳觀察記錄，豐富我國本土生物多樣性研究資料庫，連結企業永續行動與學術研究需求，創造實質貢獻。亦邀請台大森林系副教授親臨進行實體講座，分享生態觀察心得和技巧，並實際帶領同仁到鄰近的小公園進行生態記錄練習，讓同仁們能更快速有效地了解生態觀察記錄方式。共 54 位同仁加入生物觀察專案、上傳 360 筆觀察記錄，未來亦規劃波段性推行主題活動，持續鼓勵同仁們身體力行關心周遭生態環境。

舉辦著色比賽培育環境永續小種子

momo 與社團法人臺灣野灣野生動物保育協會合作，舉辦「我是小畫家野生動物好鄰居」著色徵稿比賽，邀請參與繪圖比賽的孩童進一步認識台灣野生保育動物，從小培養對生態環境的熟悉與關懷，促進下一代環境教育。2023 年共計贊助 603 萬元，參與人數逾 60 萬，網路總流量逾 50 萬人次。

社群貼文推廣生物多樣性議題

momo 活用 Facebook, Instagram 等長期經營的社群資源，定期發布「永續小教室」貼文，與高達 143 萬的社群粉絲推廣生物多樣性保育及環境教育理念，包括：路殺窗殺問題、永續旅遊觀念、淨灘應注意事項等，積極發揮企業正向影響力，力行永續教育推廣。

協助關懷動保及生態環境之非政府組織募款

momo「樂公益館」善用平台行銷資源及網站人流量，持續與非政府組織專案式合作，結合動保及環境思維，協助 TEIA 台灣環境資訊協會募捐支持海下珊瑚礁生態調查、社團法人中華民國保護動物協會與相信動物協會照護流浪動物；與寵物食品供應商合作，推動多場守護浪浪消費捐贈公益活動，包含法國皇家、福壽實業以及汪汪寶貝；並舉辦石虎公益鐵盒餅乾義賣活動，捐助予「台灣石虎保育協會」推動石虎保育。（公益專案成效詳見 CH6 社會共好 □）

綠色採購減緩森林砍伐

momo 採購之紙箱皆選用 90% 以上再生紙漿製成，並於 2022 年起始推動循環紙箱計畫，2023 年累計已整新逾 10 萬個紙箱重新投入使用（詳細內容請參閱 4.2.2 循環包裝 □）；亦導入 FSC 森林認證紙漿搭配植物澱粉提煉製成之黏著劑的水解膠紙膠帶，進一步減少森林砍伐，積極以企業採購行動實踐生物多樣性關懷。

明訂政策把關動物權益

momo 於商品規則中心明訂禁止和限制商品政策，禁止刊登商品列表包括：活體動物（供食用之海鮮除外）、保育類動物產品（包括但不限於野生動物）及齒頰式捕獸夾／大型捕獸夾。保育動物產製品定義依循行政院農委會之公告，平台交易商品亦皆遵循相關生物及環境法規規範，善盡電商平台供應鏈管理責任，把關可能對動物權益產生危害的交易行為。momo 也響應新北動保處「防堵販售違禁品 動保補漏網」會議，依政府提供之違禁品關鍵字檢視架上商品，倘若接獲政府機關、倡議團體等單位通知，momo 將迅速檢視架上商品，最快可於 24 小時內完成下架，違法販售情節重大者，將與賣家進行解約。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

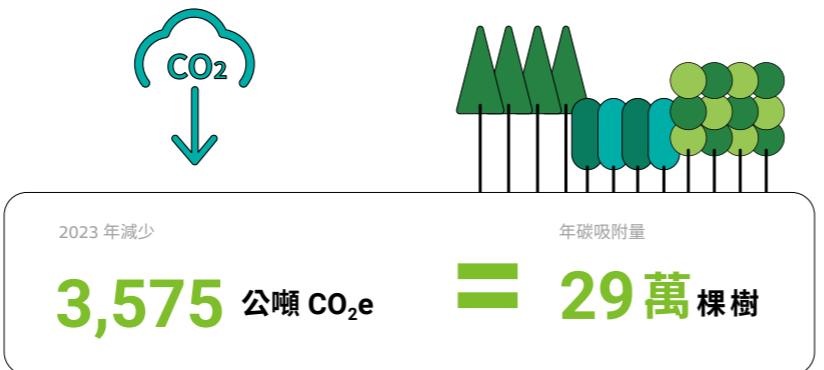
SASB 索引表

證書

4.2 綠色包裝 (305-5)

綠色包裝管理策略

momo 積極響應環境部於 2023 年生效的《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，提前落實包材減量與包材技術創新作為，藉由數據及系統輔助，積極研究商品存貨配置、出貨包裝等分析，減少跨倉分箱出貨及紙箱包材使用，並持續拓展循環包裝專案、研發永續包裝材料。依循環境部「網購包裝減量計畫」，從包裝減量、環境友善材質及循環包裝三項原則推動減量，2023 年持續獲頒「網購包裝減量標章 2.0」。momo 透過最適化包材、精簡包材使用量，**相較基準年，2023 年共計減少 3,575 公噸碳排放量^{註 1}，平均每件減少 59 公克碳排放量，相當於種下 29 萬棵樹的年碳吸附量^{註 2}。**



■ 註 1：最適化包材減碳量計算方式：2023 年各包裝材數量 × 2023 年相較 2019 年（基準年）各包材每件減少重量 × 各包材碳排係數之加總。2023 年包裝材數量統計詳參 4.2.3 網購包裝減量計畫；碳排使用係數：包裝紙箱為 1.34kgCO₂e/kg、緩衝材為 1.9kgCO₂e/kg、封箱膠帶為 6.61kgCO₂e/kg、包裝袋為 1.9kgCO₂e/kg；資料來源：產品碳足跡資訊網。

■ 註 2：一棵樹木的碳匯量（年）約為 12 kg 二氧化碳，資訊取自「環境品質文教基金會」。

綠色包裝行動

包裝減量

- 開發 AI 系統建議最適包材
- 大數據輔助 19 款紙箱減磅
- 針對多元商品規格開發包材，紙箱規格提升至 41 款
- 提升自營進口商品採原箱出貨比例
- 推動短宅單，減少 37.8% 紙張面積



環境友善材質

- 持續開發多元環保包材，如水解膠帶、蜂巢紙袋等
- 紙箱採 >90% 國際認證再生紙漿製作、印刷面積降至 30% 以下
- 循環袋由倉儲回收廢棄膠膜經熱熔形成的再生塑料製成
- 破壞袋之再生塑料佔比達 30%，印刷面積低於 20%

循環包裝

- 建置全台逾 1.5 萬個循環袋回收據點，並持續與超商洽談合作回收通路
- 慈濟環保教育站、momo 總部及瑞光辦公室大樓設置循環紙箱回收站，將紙箱整新後再度使用
- 推動「綠活會員」計畫，鼓勵消費者選擇使用循環包裝，培養永續消費客群
- 與供應商合作推動使用循環物流箱進貨

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

4.2.1 環境友善包材

momo 針對多元商品規格開發各式包材，包含無須使用塑膠氣泡紙的蜂巢紙袋、採用 FSC 認證紙漿製作成的膠帶等；紙箱除了以超過 90% 之再生紙漿製成外，規格更提升多達 41 款，為每筆訂單提供更合適、更環保的包裝。為提升包裝材「易分解、易回收」的可循環性，momo 紙箱不用金屬釘、蠟與覆膜，易碎品標示也以印章取代貼紙，提升包裝回收處理效率，且將印刷面積降至 30% 以下，減少油墨使用；環保破壞袋亦採用 30% 回收料製造，並將印刷面積降低至包裝袋總面積 20% 以下。此外，我們與供應商合力推動原箱出貨，2023 年總計逾 1,420 萬件商品採原包裝形式直接出貨，減少額外包裝。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.2.2 循環包裝

建置 momo 循環包裝生態圈 回收據點逾萬



為落實包材源頭減量與循環使用，momo 自行研發可重複使用多達 25 次之循環袋，並攜手中華民國佛教慈濟慈善基金會，將使用過的 momo 紙箱回收清潔後再度出貨，透過積極建立「循環包裝生態圈」，全力推動網購包材循環再利用。2023 年第三季更啟動「momo 綠活會員」計畫，鼓勵消費者下單時可選用循環袋出貨，促進循環袋回收率大幅增加。

為讓消費者回收循環包裝更便利，momo 積極開拓回收通路，循環袋歸還點繼攜手「中華郵政」郵筒及 i 郵箱、「美廉社」全台門市合作回收循環袋，2024 年再拓展「台灣大哥大」與 7-ELEVEN 加入回收服務新據點，截至 2024 年 5 月底，全台已有逾 1.5 萬個回收站點。消費者收到貼有綠色循環袋封條的「momo 循環袋」包裹，在確認商品無誤後，即可於上述歸還站點歸還包裝，輕鬆完成回收。經回收的循環袋，將由 momo 回收並執行袋體清潔、消毒及整新作業後，再次投入循環包材再利用的行列。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 2023 年已超過 66%，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。

循環紙箱則與慈濟基金會合作，邀請消費者將使用完畢的紙箱，歸還至慈濟環保教育站或有配合之社區資源站點，由慈濟環保教育站志工協助整理分類，運送回 momo 倉庫由專人執行清潔、消毒重整作業，並於箱身印章標示「循環紙箱」圖章，再投入下次包裝出貨行列，從源頭減少紙箱製造及使用。於公司內部，亦結合倉儲退貨紙箱、momo 辦公室員工回收紙箱等管道增加紙箱回收來源，2023 年累計已整新逾 10 萬個紙箱重新投入使用。2023 年 momo 透過推動循環袋與循環紙箱，每件循環袋減少 2.8 公克碳排放量、每件循環紙箱減少 195 公克碳排放量，**共計減少 21.26 公噸碳排放量^{註 1}，相當於種下 1,772 棵樹的年碳吸附量^{註 2}。**

■ 註 1：循環包裝減少碳排放量計算方式：[(回收循環袋數量 × 循環次數 - 1) × 碳排放係數] + (整新紙箱數 × 平均紙箱重 × 碳排放係數)；碳排使用係數：循環袋為 1.9 kgCO₂e/kg、循環紙箱為 1.34kgCO₂e/kg；資料來源：產品碳足跡資訊網。

■ 註 2：一棵樹木的碳匯量（年）約為 12 kg 二氧化碳，資訊取自「環境品質文教基金會」。

與供應商合作推動循環物流箱

為降低一次性紙箱的使用、減少資源消耗和廢棄物處理成本，momo 於 2021 年啟動與供應商合作，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；2022 年，更由 momo 主動提供租賃循環物流箱服務，邀請供應商入庫時使用可重複使用的物流箱，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。2023 年拓展至 5 個倉點可進行租賃歸還物流箱，提升供應商租賃之便利性，同時亦開啟退倉商品使用循環物流箱，實現供應商寄倉流程的全面循環利用。2023 年媒合 10 家供應商，總計 17 家供應商租借、**累計使用 724 個循環物流箱，共減少 5.5 公噸碳排放量^{註 3}**。未來，momo 將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 2024 年突破 1,500 個循環物流箱累計使用，並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。

■ 註 3：循環物流箱減碳量計算方式：以每 1kg 採原木漿製成的紙箱排碳量為 6.1kg 為比較基準，momo 循環物流箱為 1.24kg，以 2023 年度總共使用 724 個物流箱計算，平均每使用 1 個循環物流箱可節省 7.564kgCO₂e，故 2023 年度共減少 5.5tCO₂e。（資料來源：造紙公會）

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

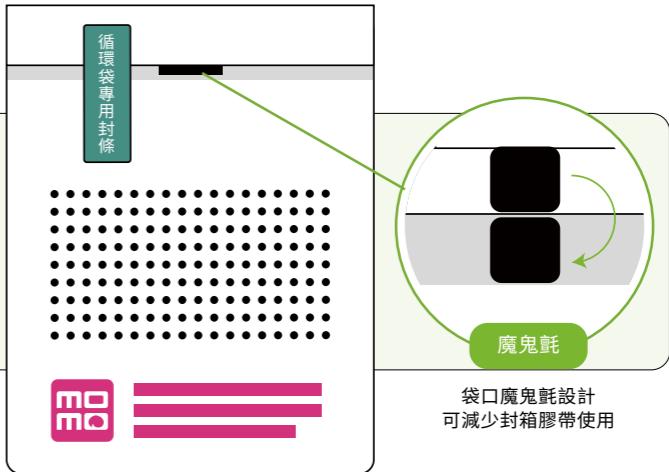
附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

momo 循環袋的製造



momo循環袋



環保

靈活

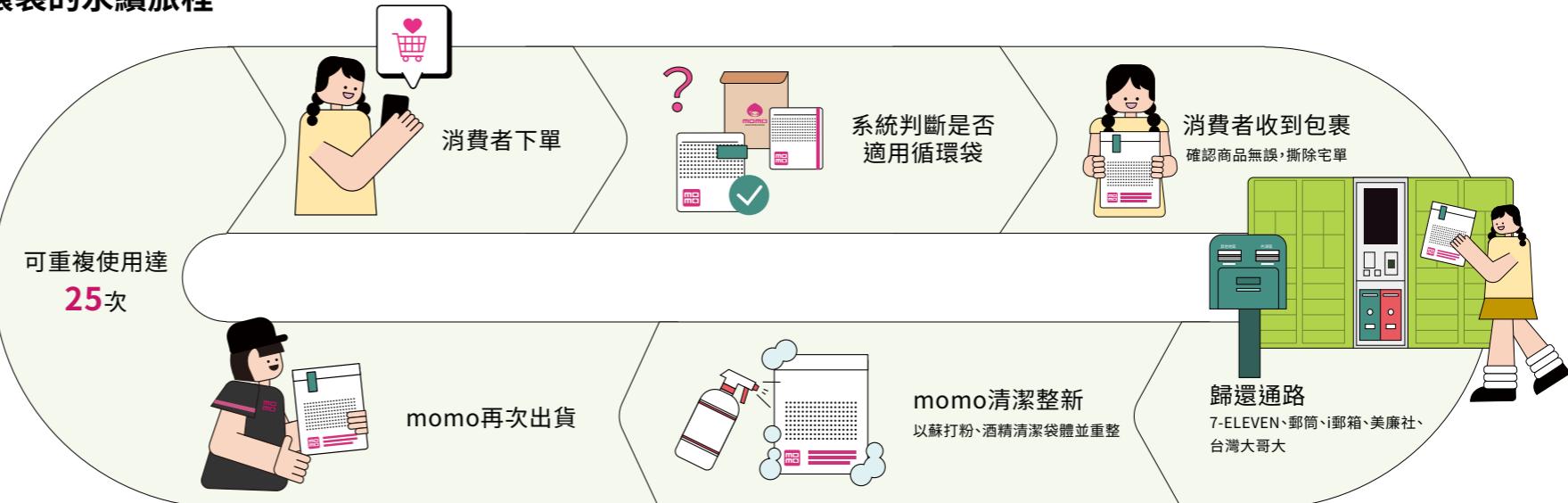
耐用

使用倉儲回收廢棄膠膜
經熱熔製作成型

袋體採平口設計
可依商品大小調節

結構堅韌
可重複使用超過25次

momo 循環袋的永續旅程



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

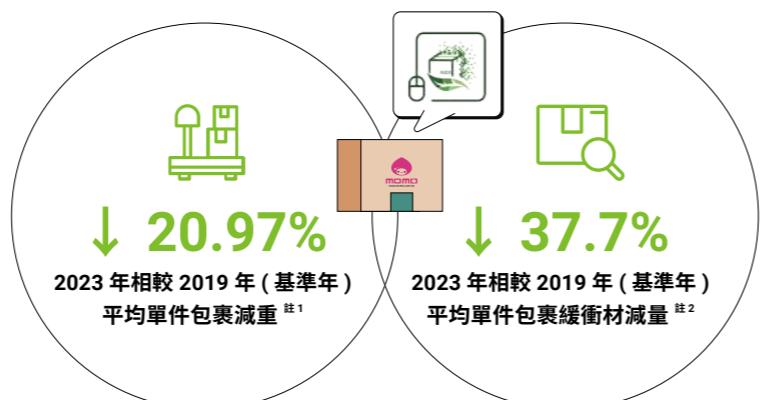
GRI 標準對照表

SASB 索引表

證書

4.2.3 網購包裝減量計畫

momo 自 2019 年起即積極響應環境部主辦之「網購包裝減量計畫」，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，獲得環境部肯定，授予「網購包裝減量標章」，2023 年再度取得「網購包裝減量標章 2.0」。依環境部公告《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 2023 年已達 21%，未來將持續優化綠色包裝策略，邁向綠活電商。



momo 各項包材使用統計 (單位：公噸)

年度	網際網路銷售件數	包裝紙箱重	包裝袋重	緩衝材重	封箱膠帶重	平均單件包材重量	減重率
2019 (基準年)	2,225 萬	4,101	3	134	52	192.84 公克 / 件	-
2023	6,072 萬	8,838	94	227	94	152.39 公克 / 件	20.97%

■ 註 1：平均單件包裹減重率計算方式係依照環境部《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》公告內容計算：〔(2019 基準年度平均單件包材重量 - 2023 年平均單件包材重量) / 2019 基準年平均單件包材重量〕 × 100%。

■ 註 2：平均單件包裹緩衝材減量比例計算方式：〔(2019 基準年平均單件緩衝材重量 - 2023 年平均單件緩衝材重量) / 2019 年平均單件緩衝材重量〕 × 100%。

更精準的包裝：AI 模擬，減少包材用量

面對超過百萬種的商品以及各式組合，momo 研發演算法，為每個包裹找到最適合的包裝。透過模擬計算每筆訂單最適合之紙箱大小，由 AI 依訂單內容建議最適包裝材給第一線人員，避免耗用多餘包材；同時 AI 建議介面也規劃帶入適用環保包裝之提示，提示出貨人員可優先選用循環袋出貨，持續提升循環包裝出貨量。

減磅耐用紙箱：大數據分析輔助紙箱減重

momo 近年來大力推動紙箱減重，2023 年度我們共針對 19 款紙箱進行減磅。使包裝能兼顧環保與穩固是我們最重要的考量，為了實踐紙箱減重時不影響商品配送安全，momo 經過數次開發測試紙箱破裂強度和安全範圍，並實測確保紙箱減重未影響貨物和消費者權益後，才正式改採減重紙箱，2023 年累計約減少 21 萬公斤紙箱使用。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.3 綠色物流

2-6 302-4 302-5 305-5

2023 年 momo 倉儲運送包裹件數超過 5,100 萬件，我們以「低碳配送」為目標，從「綠色車隊」和「縮短里程」雙面向著手，推動多元的綠色物流行動，降低物流運輸的碳足跡，也打造出提升物流車隊運送效率的綠色能源運輸行動方案，降低最後一哩路的碳排放。



4.3.1 綠色車隊

為推動綠色永續物流，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取代燃油車配送，亦將使用電動機車之站所拓展至中南部，由 4 個增加至 14 個站所，並積極建置相關軟硬體設備並持續提升電動車的配送占比，2023 年車隊總體配送量能占 momo 倉庫出貨比例已上升至 26.2%，更預計在 2025 年達成電動機車占比達 50% 的階段性目標，逐步實踐綠色物流願景。



^註：電動機車配送減碳量計算方式：(電動機車運輸里程 × 燃油機車碳排係數) - (電動車用電度數 × 電力碳排係數)；碳排放使用係數：燃油機車為 0.129 kgCO₂e/kg、2022 年電力排碳係數為 0.495 kgCO₂e/kg；資料來源：產品碳足跡資訊網、經濟部能源署。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

4.3.2 短鏈佈局

為讓商品配送兼顧效率與環保，momo 依循「短鏈佈局」策略，持續建置衛星倉，就近配送以減少運輸碳排放，更持續拓展多元取貨管道。

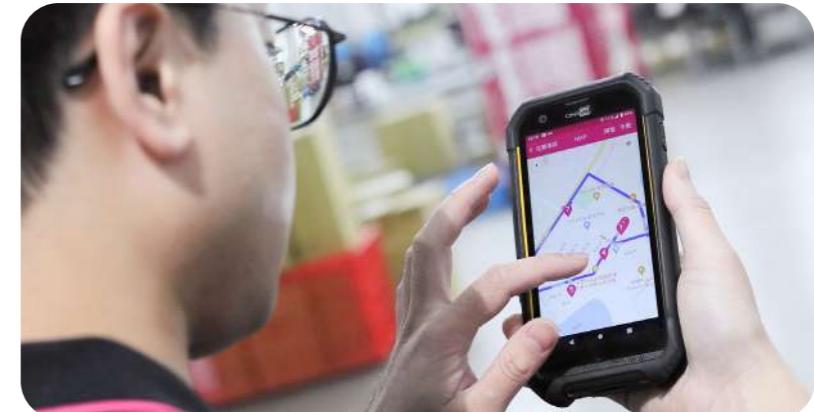
近年來，更大量藉由科技輔助，精進商品存貨配置，以減少分箱出貨情況，並更有效地規劃路線，縮短配送里程。

科技輔助最後一哩路減碳



最適出貨倉分析

momo 透過大數據管理，分析各類商品與存放倉庫的最佳配置，使商品與消費者的距離盡可能縮短。出貨時亦依各倉庫存、倉庫現場作業情況、出貨材積及貨運商取件等資訊，自動轉派訂單至最適出貨倉，調度配送距離減少貨運商取件往返趟次與轉運調度時間、以及同一訂單分箱出貨所消耗的包裝材與配送里程。



最佳配送路徑模擬

運用 AI 演算法規劃最適配送路徑，並配合 QGIS 地理資訊系統，利用訂單熱點分析，劃分配送區，取代傳統行政區劃，提升配送效率。藉由經驗豐富的司機協作檢驗，使系統可以持續回饋並修正最適合的行進路順，提升配送速度，也讓消費者更能掌握包裹的物流進度，增進顧客消費體驗。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

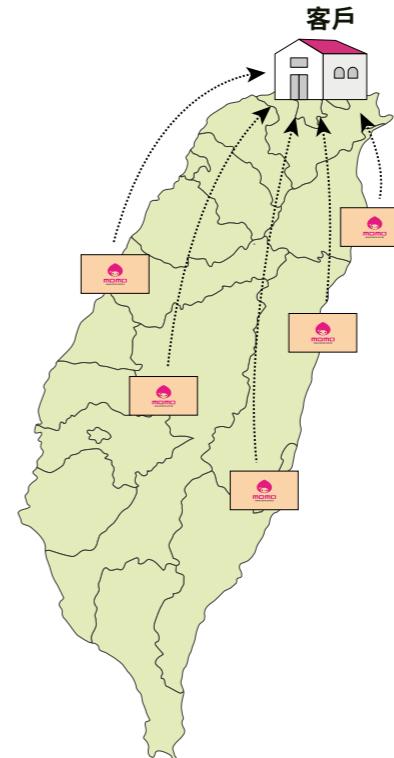
訂單集運併件，減少分箱出貨

momo 販售商品品項眾多，若消費者於單筆訂單購買多樣商品，可能因各項商品存放於不同倉庫導致一筆訂單需分箱出貨。我們持續優化庫存配置策略，2022 年更首度啟用「集運併件」功能，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，並減少配送趟次、降低運輸里程。2023 年推行的「綠活會員」計畫，更讓會員可依每筆訂單需求，主動選擇是否採用集中到貨配送，並發放 mo 幣鼓勵消費者可多加選擇此功能，避免多次出貨產生的額外碳排，2023 年透過集運平均每件包裹減少 174 公克碳排放量（關於綠活會員請參閱 3.1 綠活會員）。



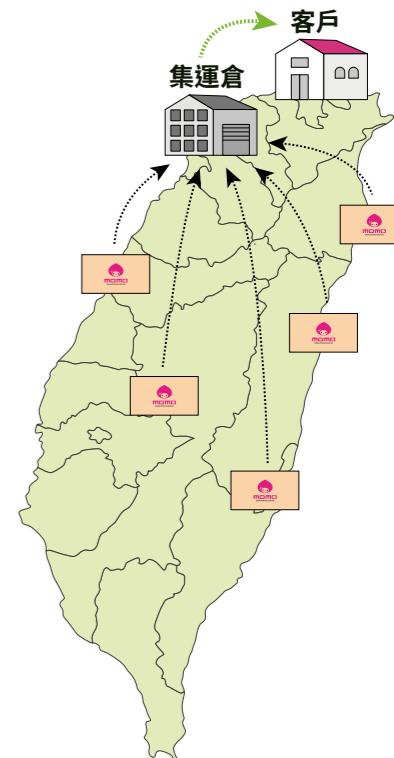
集運流程示意圖

分箱配送



V S

集運配送



■ 註：集運里程避免碳排放計算方式：(非集運里程 - 集運里程) × 集運包裹重量 × 碳排放係數；碳排放使用係數：常溫配送服務為 0.833 kgCO₂e/kg、低溫配送服務為 1.55 kgCO₂e/kg（資料來源：產品碳足跡網）；
集運包裝避免碳排放計算方式：集運減少紙箱 × 0.167 kgCO₂e/kg；資料來源：momo 每件零售服務（實體商品）碳排放量為 1.10 kgCO₂e/kg，依生命週期分析每件包裹平均包裝耗材及廢棄物階段佔 0.167 kgCO₂e/kg。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

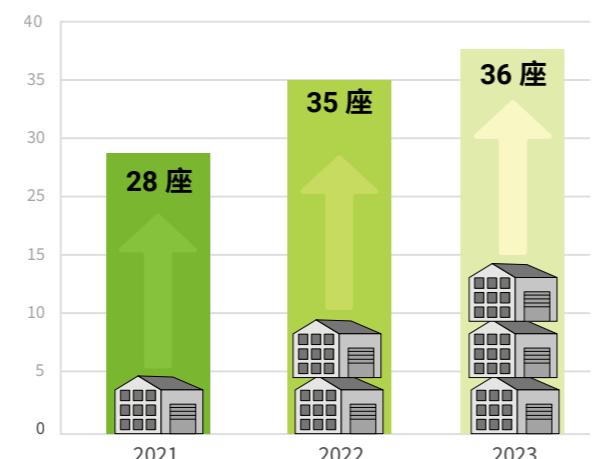
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

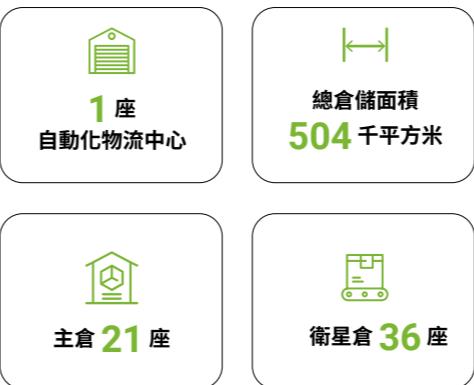
落實物流短鏈佈局 建置各地衛星倉

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，為使全台各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 2024 年啟用後，momo 於 2021 年啟動中區物流中心建置案，規劃投資設備之導入及推動 BOO 案^註，計畫在 2027 年正式啟用；此外，截至 2023 年止 momo 全台衛星倉已完成建置 36 座，全台倉儲數已達 58 座，持續積極佈局短鏈物流。



■ 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。

momo 全台倉儲分佈圖



北區物流中心 (NDC)

2017 年正式啟用



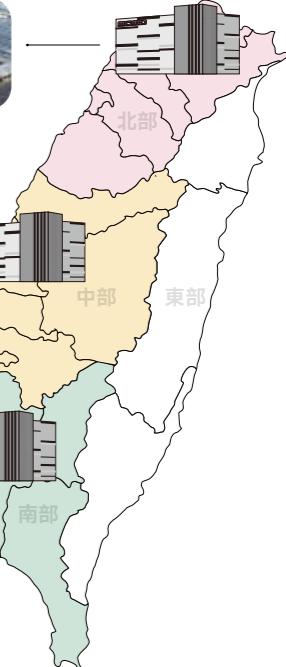
中區物流中心 (CDC)

預計 2027 年啟用



南區物流中心 (SDC)

預計 2024 年啟用



增加多元門市取貨管道 減少戶對戶配送

消費者於 momo 訂購商品後，可選擇宅配到府或超商門市取貨，除提供消費者的更多元取貨選項外，我們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。2023 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 1.65 萬家。

超商取件數亦持續增加，至 2023 年超取件數已達約 571.9 萬件，超取件數相較 2022 年同期成長 3%。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 400.3 萬**。

2023 年亦導入超商退貨便服務，讓消費者可自由選擇至最近的超商門市使用退貨服務，並使超商物流配送商品至超商門市時，可一併收取退貨件，減少逐家收取退貨件之趟次。此外，亦與黑貓合作快速到店，由 momo 中南部倉庫出貨的超商件可由黑貓直接送達超商取件門市，減少原先需到北部倉庫集運趟次。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

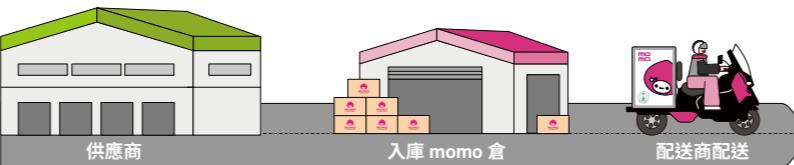
證書

攜手供應商 推動去節點

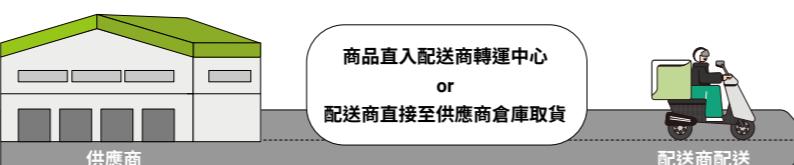
momo 於 2018 年開始推動去節點運輸之作業模式，透過廠配^{註 1}、越庫^{註 2}的措施，降低品牌的運輸里程與配送成本，大幅縮短到貨時間。

截至 2023 年已有 16 家供應商，共 22 項品牌，與 momo 一同響應去節點計畫，商品數亦不斷擴增，2023 年比 2022 年件數成長約 31%，減少 109.18 公噸碳排放量。

傳統作法



越庫 & 廠配



2023 減少 3,334 趟 中途宅配轉運趟次 換算減少 109 公噸 CO₂e

近三年減碳量

(單位：公噸 CO₂e)



年份	2021 年	2022 年	2023 年
合作供應商家數	12	13	16
品牌數	24	25	22
商品數	43	69	107
減少轉運趟次	1,363	2,239	3,334
件數	613,432	1,143,693	1,500,437
減少轉運延噸公里數 ^{註 3}	202,024	320,818	464,607
減少碳排放 / 公噸 (CO ₂ e) ^{註 4}	47.48	75.39	109.18
減少能源耗用量 (GJ) ^{註 5}	2,030.67	3,224.75	4,670.06

■ 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。

■ 註 3：轉運車輛均為 17 噸之貨車，1 公里耗油量為 0.286 公升；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 4：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 5：1 公升柴油 =8,400kcal、1kcal=4,184J （資料來源：經濟部能源署）。GJ（十億焦耳）=10⁹J（焦耳）。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

5 友善職場 Employee matters

momo 致力保障員工福祉、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，秉持對員工的關懷，用心看護員工大小事。

2023 成果與績效

20,437 小時

ESG 教育訓練時數

52%

女性主管占比

8 座

主倉通過國健署健康職場認證

100%

性別平等課程完訓率



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書



momo 承諾

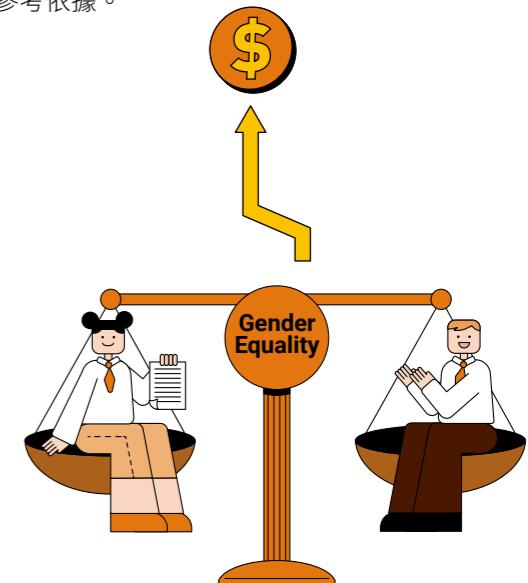
- 支持及遵守國際人權公約與倡議內容與勞動法令，擴大《人權政策》承諾議題及適用範疇。
- 提供員工多元職涯訓練，建置完整人才養成體系。
- 提供暢通晉升管道及年度調薪制度，持續辦理與強化員工福利制度，吸引人才留任。
- 強化職安衛管理系統，依循環安衛政策保障工作環境安全，並提供員工身心健康照護活動。

行動方案

- 供應商 100% 簽署「供應商／承攬商永續發展守則」，攜手供應商共同落實人權保障。
- 人才招募多元平等，促進身心障礙及中高齡就業，進用無上限。
- 教育訓練費用 479 萬元。
- 員工持股信託 2023 年累計公提金共計 2,536 萬元。
- 生育、育兒與子女教育等安家生養補助逾 436 萬元。

管理機制

- 依循聯合國企業人權管理框架推動人權盡職治理調查，鑑別重大人權議題並盤點相關減緩與補救措施。
- 主動進行各項法遵查核，並透過教育訓練與政策修訂提升員工對人權與性別平等之認知。
- 透過「性別平等推廣委員會」與「職業安全衛生委員會」，推動多元友善職場並落實職安衛管理事項，並將相關目標達成情形呈報永續發展委員會，每年至少召開兩次執行長會議追蹤進度。
- 落實「績效評核辦法」評估員工工作表現，以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。



關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

5.1 多元與包容

momo 依據專業能力遴選優秀適任之人才，恪遵勞動相關法規之規定，保障員工合法權益、確保雇用政策無差別待遇，並持續營造多元包容的工作環境，引進多元化人才與公司共同成長。

5.1.1 員工組成

2-7 2-8 202-2 405-1

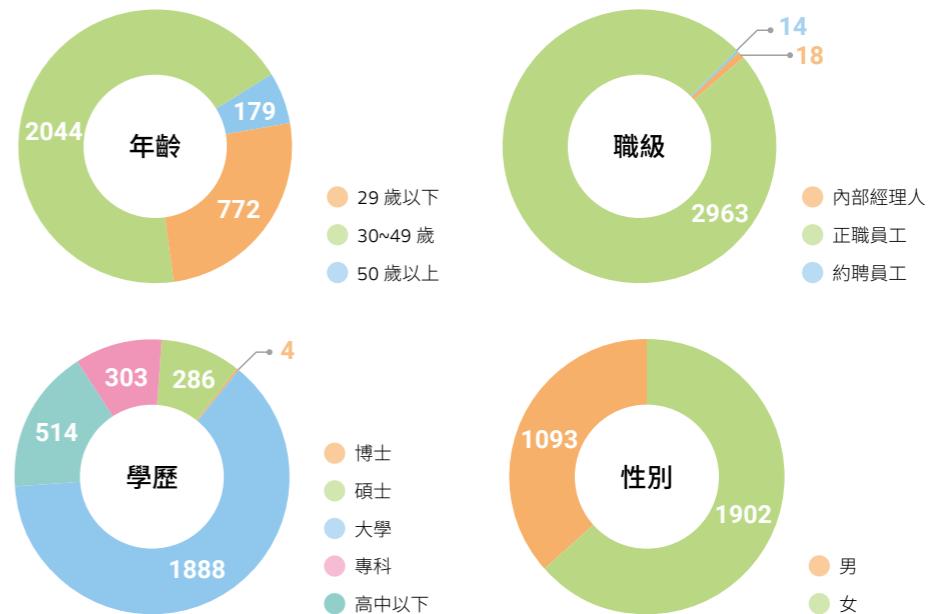
momo 以聘用當地員工為主，全體員工皆為台灣籍。截至 2023 年底，momo 員工人數為 2,995 人（正職 2,963 人、約聘 14 人^{註1}、內部經理人 18 人），女性員工佔大多數，達 64%；員工平均年齡為 36.21 歲；平均年資為 5.44 年；學歷分佈則以大學為主，佔比達 63.04%。為提供更高之出貨與客戶服務效率，momo 每月平均約有 2,345 人次之非員工工作者^{註2} 協助公司相關業務執行，其中，96.5% 為協助物流理貨作業人員、2% 為協助電話客服人員；0.8% 為協助直播相關工作的專才人員，以及 0.7% 為其他承攬商。

■ 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、

薪金之發放資格，其餘比照正職人員。

■ 註 2：非員工的工作者，包含派遣人員，屬於派遣公司員工、承攬商。

2023 年 momo 各類型員工分布



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2023 年多元族群類型員工分布

員工類型	性別				年齡			
	男性		女性		29 歲以下		30 歲 -49 歲	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
高階管理階層 ^{註1}	8	0.27%	9	0.3%	0	0%	12	0.4%
非高階管理階 ^{註2}	144	4.81%	155	5.18%	3	0.1%	258	8.61%
技術人員 ^{註3}	249	8.31%	100	3.34%	52	1.74%	279	9.31%
一般員工	692	23.1%	1,638	54.69%	717	23.94%	1,495	49.92%
合計	1,093	36.5%	1,902	63.5%	772	25.78%	2,044	68.24%

■ 註 1：本表高階管理階層為協理級（含）以上主管人員。

■ 註 2：非高階管理階層為課級（含）以上，資深經理級（含）以下主管人員。

■ 註 3：技術人員為本公司職稱為「工程師」之員工。

員工類型	男性		女性	
	人數	比例	人數	比例
永久聘僱員工	1,085	36.23%	1,896	63.30%
臨時員工	8	0.27%	6	0.2%

■ 註：各類型員工分布佔比以年底總員工人數統計，分母為 2,995。

員工類型	男性		女性	
	人數	比例	人數	比例
全職員工	1,093	36.5%	1,902	63.5%
兼職員工	0	0	0	0
無時數保證員工	0	0	0	0

[關於本報告書](#)
[momo 永續績效](#)
[榮耀與肯定](#)
[董事長的話、總經理的話](#)

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

5.1.2 人才招募與離退輔導

[401-1](#) [404-2](#)

momo 善用多元徵才管道，積極延攬電子商務、高科技數位及智慧倉儲物流人才，並持續開創年輕人展現的舞台，與全體員工共同締造業績榮景，朝向亞洲首選的虛擬購物平台願景邁進。

多元聘用

momo 聘用政策持續納入多元化價值，給予身心障礙族群、原住民及中高齡者更多就業機會，強化友善工作環境。2023 年多元聘用成效如下：

- 超額適用法定 1.1 倍之身心障礙工作者，共 35 名身心障礙員工，其中最資深者已於 momo 工作 17 年。
- 共 22 名原住民員工，新進 2 名，留任率 100%。
- 新進 22 名 50 歲以上中高齡員工，留任率逾 55%。

離退管理與輔導

針對每位自請離職的員工，momo 皆安排離職面談以了解原因，並提供仍有意於 momo 任職之員工內部轉調面試，提升員工之就業機會；對於績效不佳之員工則進行績效改善計劃，若依約定期限仍未達標準者，將進行資遣面談並遵循法定預告期間及給予資遣費，亦提醒員工可請領政府失業給付之相關權益。

- 2023 年度自願離職者 601 人、非自願離職者 15 人、自願轉任至子公司任職者 17 人，總計離職人數為 633 人；扣除轉任員工，自願離職率為 20.07%，非自願離職率 0.5%。

- 員工面臨退休、資遣時，momo 除依法給發退休金、資遣費外，員工亦可於在職期間透過員工協助方案 (EAP) 尋求幫助，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。

新進與離職人員佔比

年齡	2023 年			
	新進 人數	比例	離職 人數	比例
29 歲以下	290	9.68%	260	8.68%
30~49 歲	302	10.08%	331	11.06%
50 歲以上	22	0.73%	25	0.83%
合計	614	20.49%	616	20.57%

性別	2023 年			
	新進 人數	比例	離職 人數	比例
男	210	7%	192	6.41%
女	404	13.49%	424	14.16%
合計	614	20.49%	616	20.57%

■ 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 2,995 人。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

5.2 人權保障

2-23

2-24



5.2.1 人權承諾與管理

406-1

409-1

momo 重視勞工權益，認同並支持聯合國《世界人權宣言》、《聯合國工商企業與人權指導原則》、《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，均能獲得平等且有尊嚴之對待。2023 年無任何申訴性別、種族等相關歧視事件；聘用員工時亦未曾發生歧視或違反人權；營運據點及供應商亦無因人權影響公司營運及強迫員工勞動等情事發生。

momo 《人權政策》

momo 於 2016 年制定《人權政策》，載明我們在勞動條件保障、職場安全健康、多元平等工作環境等方面的行为準則與管理機制。為強化落實人權保障，2022 年進一步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，全面檢視與調整 momo 既有《人權政策》，新增電商、零售、物流等產業潛在人權風險議題，擴大人權保障與承諾範疇，包含強迫勞動、人口販運、雇用童工、反歧視、反騷擾、結社自由、集體協商權、資訊安全、隱私保護等，確保對人權議題之承諾與時俱進。新版《人權政策》經總經理簽署、呈報董事會通過後公開發布，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。



momo 人權政策



供應商 / 承攬商永續發展守則

此外，我們鼓勵與要求供應商、承攬商以及合作夥伴共同遵守《人權政策》，並頒布《供應商／承攬商永續發展守則》，鼓勵合作夥伴提升在人權管理的管理強度，作為規範供應商與 momo 業務往來之基本要求，並要求新進供應商、承攬商一律簽署，方可進行商品販售。透過積極與供應商議合，攜手供應商共同落實人權保障。

2023 年共 11,187 家供應商簽署，新進與商品供應商簽署率達 100%。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

人權管理機制

momo 人權管理機制由永續發展委員會督導，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、物流業別最新人權風險議題，與各單位協作，強化人資、總務、勞安、物流、客服、電商、影音、資訊、財會等所有相關單位之權責與認知，並擬定與推動相關人權專案與風險鑑別。透過每年至少 2 次的永續發展委員會會議，追蹤專案執行狀況，積極達到設定之短中長期目標，並定期揭露 momo 執行現況及強化外部溝通。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。

momo 人權風險矩陣



人權盡職調查

momo 於 2022 年率台灣電商業之先，首度啟動人權盡職調查，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／物流／庶務供應商、承攬商、消費者）主要接觸之單位同仁，透過工作坊與問卷調查，逐一檢視公司營運和整體價值鏈中可能發生的人權議題，產出風險矩陣^註，鑑別出前五大人權風險議題，並針對鑑別出之重大人權議題盤點相關減緩與補救措施，掌握人權管理現況。

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：

^註：人權盡職調查詳細流程可參閱 momo 2022 永續報告書 p.89 □。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

momo 重大人權風險減緩與補救措施簡表

產品安全

議題說明：

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、或是產品安全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

影響價值鏈	減緩措施	補救措施	報告書對應章節
-------	------	------	---------

上游	<ul style="list-style-type: none"> - 供應商 100% 簽署 ①供應商／承攬永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策及④保密責任聲明 - 北區物流中心通過「ISO9001 品質管理系統」驗證 - 透過「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」三大檢驗類別防網，確保產品安全 - 成立 momo 實驗室商品 - 於採購合約訂定標示與品質之要求 	<ul style="list-style-type: none"> - 訪廠制度 - 下架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現況，視情況進行查證及安排輔導、協助或終止合作 	2.4 永續供應鏈
momo 自身	<p>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</p>		
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 - 於採購合約訂定標示與品質之要求 	<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，並即時提供處理方式與賠償措施 	2.4 永續供應鏈 3.2.2 客戶服務品質

隱私權

議題說明：

- 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"> - 供應商 100% 簽署 ①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③的隱私權政策及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 - 定期向供應商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 	2.4 永續供應鏈 3.3 資訊安全與隱私保護
momo 自身	<ul style="list-style-type: none"> - 設有資安委員會，並持續通過 ISO 27001 與 27701 驗證 - 全體 momo 主管與員工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 - 嚴格遵守公司對個人資料保護之要求 	<ul style="list-style-type: none"> - 設有「資訊安全事件通報作業規範」 	3.3 資訊安全與隱私保護
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 - 建置內部個資保護系統，並定期執行內部稽核作業 - 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 	3.3 資訊安全與隱私保護

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

影響價值鏈

減緩措施

補救措施

報告書對應章節

強迫勞動

議題說明：

- 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

- 供應商 100% 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，並透過內部查核確認是否有強迫勞動、員工出勤異常等狀況

- 定期與供應商聯繫掌握現況，視情況進行查證及安排輔導、協助或終止合作

2.4 永續供應鏈

momo 自身

- 明定人權政策，承諾禁止強迫勞動
- 明定「工作規則」、「出勤管理辦法」妥善管理工時、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，並透過每月查核排班表、出勤及加班，針對異常、違法超時加班事宜立即通知與改善
- 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
- 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

- 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

2.4 永續供應鏈

5.2 人權保障

下游

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

職場健康

議題說明：

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

- 供應商 100% 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
- 執行訪廠確認生產人員防護措施
- 承攬商均須簽署供應商／承攬商永續發展守則，並針對承攬商進行職安衛教育訓練
- 進行職場危害風險辨識，針對高風險議題優先訂定因應措施規範，預防事故

- 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
- 定期與供應商聯繫掌握現況，視情況進行查證及安排專人輔導、協助或終止合作

2.4 永續供應鏈

5.4 健康安全職場

momo 自身

- 明定人權政策，承諾禁止職場不法與保障環境安全
- 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

- 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

5.2 人權保障

5.4 健康安全職場

下游

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

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

影響價值鏈	減緩措施	補救措施	報告書對應章節
上游	<ul style="list-style-type: none"> - 供應商 100% 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"> - 定期與供應商聯繫掌握現況，視情況進行查證及安排專人輔導、協助或終止合作 	2.4 永續供應鏈
momo 自身	<ul style="list-style-type: none"> - 明定人權政策，承諾禁止職場不法與歧視 - 隨時因應政府法令修訂更新，確保符合法規要求 - 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"> - 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 	5.2 人權保障
下游	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		



關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

5.2.2 多元與性別平權

為加強本公司性別平等、多元性別之意識建立，momo 於 2021 年成立「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。透過落實「女性賦權」、「性別平等推廣」、「友善職場與照護」三項策略構面，積極創造友善的工作場域，使同仁皆能在多元包容的職場環境中工作。我們持續聚焦企業永續最關鍵的核心「人才永續」，並積極倡議女性培力政策，針對於女性培力及賦權之養成每年辦理女性培力課程，採用循序漸進方式引導學習，透過小組討論、互動分享等，提升女性主管核心管理及領導培育決策能力。此外，亦對於全體員工辦理性別平等相關課程和講座，並特別針對主管實施法遵意識課程。

momo 持續營造開放多元且包容的工作環境，近三年女性員工擔任主管職人數皆略高於男性，2023 年榮獲女人迷「2023 年度最佳 DEI 企業金獎」及「最佳女性培力企業獎」肯定。

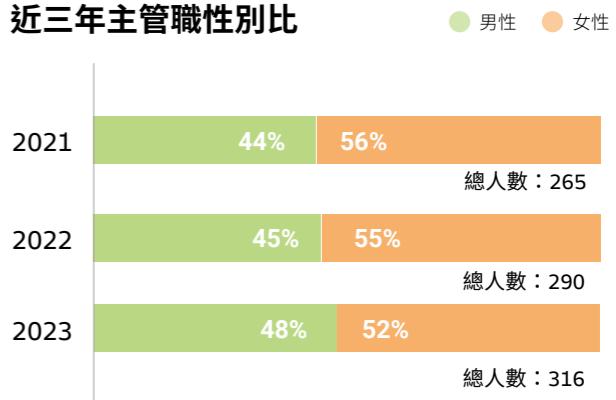
婚育照護假使用統計表^{註 1}

假別	2021		2022		2023	
	人數	時數	人數	時數	人數	時數
生理假	856	13,696	1,020	18,612	1,061	24,894
產檢假	64	1,990	62	1,874	54	1,788
陪產檢及陪產假	19	680	16	751	18	834
家庭照顧假	318	5,869	331	6,979	289	7,384
公益假	5	56	1	32	21	228
有薪防疫假	205	8,686	74	1,550	0	0 ^{註 2}
防疫照顧假	118	12,571	96	3,542	3	56

■ 註 1：本表統計為當年度各假別總申請人數（單位：人），及總申請時數（單位：小時）。

■ 註 2：因應中央疫情指揮中心自 2023/5/1 起正式解編，相關假別亦同步取消。

近三年主管職性別比



關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

2023 年多元職場推動內容

辦理女性主管培力課程

2023 年辦理女性主管培力課程與講座共 10 場，
62% 女性主管及員工皆參與課程。



推動母性關懷制度

依母性員工各階段需求提供相關協助，包含母性關懷議題線上講座、懷孕及產後衛教、臨場醫師面談、取得臺北市政府衛生局優良認證之哺集乳室、婦幼專屬停車位等。



發放安家生養津貼

發放生育、育兒、子女教育補助等安家生養津貼，2023 年總補助金額逾 436 萬元。



提供友善孕育假別

婚育照護假使用統計詳左方表格。

GENDER EQUALITY



性別平等課程 100% 完訓

2023 年共辦理 2 場性別平等推廣課程，全體員工 100% 完訓，自 2021 年起增進全體員工性平意識宣導，累積總受訓人次已達 9,387 人。

對象

課程內容

每人受訓時數

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：

- 員工權益（工作規則及相關管理辦法）
- 性別平等工作法及性騷擾防治法講習
- 各種勞資溝通管道說明

3 hr

614 人



在職人員

- 性別平等工作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 hr

2,875 人



組長級以上主管

- 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

1 hr

41 人



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

5.2.3 勞資溝通與權益保障

2-30

402-1

momo 建立多元的溝通管道，以強化勞資溝通與對話機制，並透過積極宣導各項勞資溝通管道，協助員工解決問題。同時，不定期利用員工大會與主管會議，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

為有效協調勞資關係及促進勞資合作，momo 設置勞資會議委員，每季固定開會，2023 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，勞方代表由全體員工直接選舉得出，匯集各主要營運據點之勞方意見，經勞資會議通過之決議適用全體員工，涵蓋範圍佔 100% 總員工數。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，2023 年未發生重大營運變化事件。

暢通申訴管道

momo 積極暢通內部申訴管道，設置專線電話、傳真、專用信箱或電子信箱，揭露於官網利害關係人專區，可透過各式管道及時反映，促使公司及時處理，並將相關資訊於工作場所顯著之處公開揭示，以多元管道了解與妥善處理員工意見。所有申訴管道皆可在安全及保密情況下傳達意見，專責單位接獲申訴案件後將進行調查，並於必要時成立專案小組，直接向總經理呈報，經核示後完成後續具體處理方案。2023 年共接獲 18 件員工申訴（含性騷擾申訴），已全數進行了解並積極處理，後續不再有申訴之情形。

員工申訴

● 人力資源部 ✉ momohr@fmt.com.tw

職場不法侵害申訴

● 勞安衛管理室 ✉ momohr@fmt.com.tw

性騷擾申訴

● 性騷擾申訴處理委員會 ✉ 1199@fmt.com.tw ☎ (02)2162-6688 #1199

5.3 人才發展與留任

momo 持續響應天下雜誌「TALENT, in Taiwan 台灣人才永續行動聯盟」倡議，建構多元包容職場，並透過打造完整的教育訓練體系，強化人才競爭力，與全體員工共創精彩職涯。

5.3.1 人才發展

404-1

為深化企業永續育才文化，2023 年啟動企業內訓的數位轉型，導入「訓練學習系統平台（HRD）」，打造更完善的教育訓練規劃和學習環境，實現混合學習的加乘效果。目前全體員工 100% 皆已參與線上學習。

2023 年教育訓練重點績效



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

人才培育亮點

不同層級平均受訓時數^{註1}

年度	性別	主管職 ^{註2}	一般員工 (小時) ^{註2}	整體平均 (小時)
2021	男	20.64	31.45	30.22
	女	20.02	31.17	30.29
	整體平均	20.30	31.27	30.26
2022	男	25.08	32.47	31.65
	女	22.95	34.12	33.34
	整體平均	23.92	33.57	32.76 ^{註3}
2023	男	31.72	23.20	24.26
	女	29.62	23.17	23.67
	整體平均	30.61	23.18	23.88

- 註 1：本表時數以 HRD 系統 2023 年度統計數據為主。
- 註 2：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。
- 註 3：2022 年執行特定青年人才培訓專案以致時數較高。



新進人員訓練
受訓人次 614
受訓時數 1,842



專業職能培訓
受訓人次 21,080
受訓時數 49,305



法遵宣導
受訓人次 25,602
受訓時數 25,602



企業文化
受訓人次 621
受訓時數 791



**團隊共識與
自我成長**
受訓人次 626
受訓時數 3,659



管理階層培訓
受訓人次 1,168
受訓時數 3,191

5.3.2 人才留任

404-2

人才職涯途徑與成效

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、法遵宣導、企業文化、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，於課前了解需求、規劃，課後追蹤落實，後續針對課程持續改善精進。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

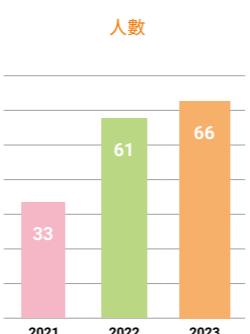
新進人員 培訓

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，安排相關專業知識在職訓練 OJT (On Job Training)。

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 2023 年共任用 66 人，較 2022 年成長 8%



類別	學校名稱	區域	任用人數	實習合作期間
實習生 計畫	德明財經科技大學	台北	28	2022/08-2023/05
			7	2023/08-2024/05
新鮮人專案	開南大學	桃園	4	2022/07-2023/05
	南臺科技大學	台南	4	2022/07-2023/06
			1	2023/07-2024/06
	實踐大學 (高雄)	高雄	9	2022/08-2023/05
			5	2023/08-2024/05
	實踐大學 (台北)	台北	2	2023/08-2024/05
合計			66	-

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 2023 年共任用 18 人

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之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。

- 成果 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之方向。

- 成果 截止 2023 年累計 7 位人才通過評鑑，晉升率 100%

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

**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[#]：

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。並透過職場常見衝突案例，建立新世代主管衝突對談與溝通，掌握對話內容與情緒分析技巧，進而提升組織溝通關鍵技能。

中高階主管[#]：

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，定期舉辦名人講堂，透過產官學研各界專家和名人的分享，提升主管策略經營、決策領導等多方面的能力，應對變動和挑戰。

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 2023 年累積總受訓達 619 人次，總時數達 1,857 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

績效與獎酬制度

2-20

2-21

202-1

404-3

405-2

momo 提供基層員工較法定基本工資高之起薪標準，並依學經歷、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。

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，以吸引及留住優秀人才、穩定員工生活品質及基層人員薪資待遇，2023 年新進電話行銷業務人員起薪高於法定基本工資 1.04 倍、其他正職基層人員無論女性或男性之起薪，均高於法定基本工資 1.14 倍，正職基層人員之薪資水平不因性別而有差異。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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2023 年非擔任主管職務之全時員工共 2,747 人，年薪資平均數為 85.2 萬元，年中位數為 73.7 萬元，與 2022 年相比，全時員工人數成長 6.1%。年薪資平均成長 1.2%、年薪中位數成長 1.8%。另外，2023 年組織中薪酬最高個人之年度總薪酬與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）年度總薪酬之中位數的比率為 11.96:1；組織中薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比與組織其他員工（不包括該薪酬最高個人）平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比率為 4.43:1。（以上兩者計算方式皆不含約聘人員與任職未滿六個月之員工。）其他的 momo 非員工工作者之派遣人員，於設定聘僱條件時，薪資最低門檻皆高於基本工資。

2023 年男女員工薪酬比例表

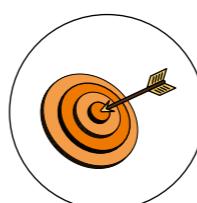
	基本薪資		薪酬（含獎金總額）	
	女	男	女	男
管理	1	1	1	1.12
非管理	1	1	1	1.09
全公司總平均	1	1	1	1.16

說明：

- (1) 本公司全體正職員工之工作地點位於台灣，本表格涵蓋 100% 營運據點
- (2) 管理為課長以上人員
- (3) 女性為 1 作為比例
- (4) 獎金含業績獎金、年終獎金
- (5) 不含約聘時薪工讀生
- (6) 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。2023 年除試用期以外之正職員工不分性別、職務類別，全員接受並完成年度評核。



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。



目年底評核

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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

5.3.3 員工福利制度

401-2

401-3

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。

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：

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、每月幸福下午茶金、慶生會補助金、不定期部門同樂會／聚餐補助
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
彈性工時與給假	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 擴大彈性工時，新增多元工作班段讓員工選擇、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（因應中央疫情指揮中心自 2023/5/1 起正式解編，相關假別亦同步取消） ▪ 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

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。

	男	女
當年度符合育嬰假申請資格人數 (A)	38	90
當年度實際育嬰假申請人數 (B)	5	48
申請率 (B/A)	13%	53%
請育嬰假者於當年度應復職人數 (C)	2	41
當年度實際申請復職人數 (D)	1	31
復職率 (D/C)	50%	76%
上一年度復職人數 (E)	1	36
上一年度復職滿一年人數 (F)	1	27
留任率 (F/E)	100%	75%



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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。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 2023 年 12 月 31 日之在職員工，符合資格人數為 1,204 人，自願入會為 1,017 人，參加率達 84%。本公司 2023 年度入會人數較 2022 年 12 月成長 10%，顯見員工對於公司發展之信心；累積公提金支出共計 2,536 萬元，較 2022 年成長 10%。



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：



退休金制度

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。

2023 年度提撥金額：無提撥^註

▪ 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 2023/1 起至 2023/12 止。

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。

2023 年度提撥金額：115,501,954 元

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

5.3.4 永續文化塑造

凝聚同仁共識是企業永續的關鍵課題，為將永續精神融入公司日常營運，momo 透過「ESG 新知季刊」、EDM、內網等多元宣傳管道，分享永續新知、趨勢與 momo 當期永續行動，與同仁充分溝通我們的永續目標與願景，並舉辦永續教育訓練講座、ESG 員工活動，內化企業永續 DNA，促進由下而上（bottom-up）的力量，培養同仁對於永續從認識、行動到認同企業文化，鼓勵同仁在日常業務及工作規劃中融入 ESG 思維，攜手員工一起往「台灣綠活電商領航者」願景邁進。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

5.4 健康安全職場

momo 遵循「友善職場、安全衛生、全員參與、持續改善」環安衛政策以及「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。自 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，2023 年楊梅、永康及平鎮倉亦取得健康職場認證標章，已累計 8 座主倉通過，未來將持續爭取各場所認證標章。

5.4.1 職業安全衛生管理 403-1 403-4 403-8

momo 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%。每季皆召開會議，2023 年共 4 場，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。2023 年會議報告事項共通過 41 項勞安單位執行事項報告議題、7 項職安衛與健康管理議題。

職業安全衛生委員會

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

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

各單位部門主管

- 支持及推動各項職業安全衛生事項



環境安全衛生管理政策

系統化管理

momo 致力於提供安全健康工作場所，於 2019 年導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，涵蓋公司全部場所，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，迄今內部稽核與外部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，共 1,868 人，佔總人數 62%；其他非員工共 50 人，比例約 1.67%（駐點人員）^註，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。

2023 執行成果

✓ 已完成 ISO 45001 職安衛管理系統複驗

未來展望：2024 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

✓ 已完成各工作場所職安衛相關法規符合性

→ 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 100% 達成率

→ 母性員工妊娠與產後期間衛教持續 100% 達成率

✓ 楊梅倉、永康倉及平鎮倉通過健康職場認證標章

→ 盧四倉通過健康職場認證標章

■ 註：駐點泛指其他廠商正式員工，其工作場所於北區物流中心，驗證範圍人數與比例依 momo 2023 年底人數計算。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

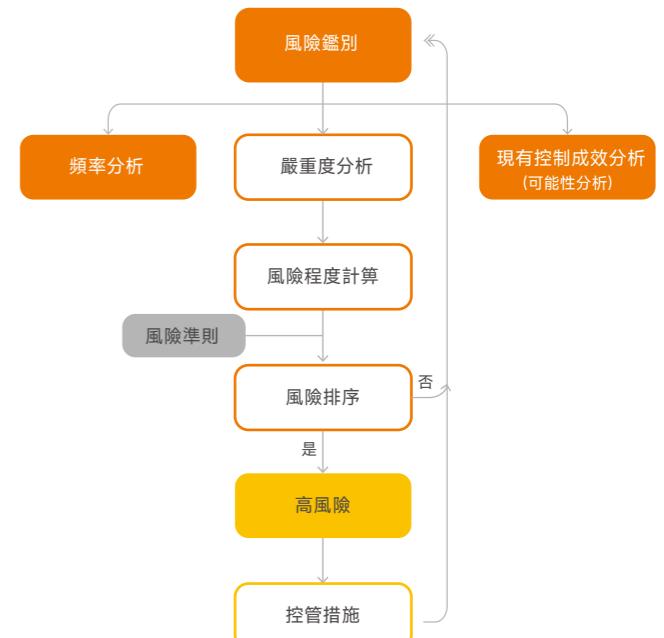
5.4.2 提升職場安全

403-2 403-3 403-5 403-7 403-10

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，人員應於事故發生或知悉時，即刻向所屬單位主管通報，如符合公司內重大事件規定，則依「重大事件通報管理辦法」辦理，讓員工了解到遠離會對他們的生命或健康造成急迫和嚴重危險的工作情況，免受不當的後果，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

風險管控流程圖



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。2023 年高度風險如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。momo 持續藉由辦理線上與現場各項職業安全衛生教育訓練等方式，強化安全文化觀念養成。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

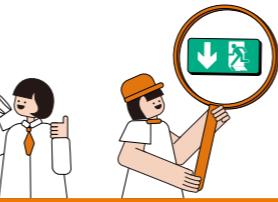
6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

有效安全管理與行動



例行性

定期稽核職安衛管理

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。

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，2023 年飲水機水質檢測皆合格。

工作場所清潔風險管控

每日專責清潔人員進行辦公室環境整理、每年度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。

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，說明滅火器及消防栓的操作使用方式，使員工在緊急狀況下亦可確實操作消防器材。

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，2023 年參與人數為 34 名。

承攬商管理

momo「勞工安全衛生工作守則」規範，交付承攬工程時，主辦部門主管應於開工前召開說明會，告知承攬人有關工作場所環境危害因素。此外，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，2023 年共辦理 1 場線上教育訓練，共 9 家廠商出席參與；2023 年承攬商無發生傷害事件。

承攬商線上教育訓練課程

作業前

1. 承攬商安全衛生承諾書

1. 遵守 momo 安全衛生管理規範
(ISO 45001 職業安全衛生管理系統)

2. 作業施工申請單

2. 職場不法侵害預防

3. 危害告知單

3. 職災應變處理及通報

4. 教育訓練及證照

防疫管制

1. 門禁管理

1. 職安法規遵守

2. 配戴口罩

2. 防護具正確使用

3. 疫苗接種證明

3. 電器接線作業安全

4. 教育訓練及證照

4. 被捲被夾危害預防

5. 局限空間作業危害預防

作業安全宣導

作業後

1. 場所恢復至安全狀態

2. 機械設備器具複歸完成

宣導確認

1. 作業流程規範

2. 緊急應變措施

3. 自動檢查實施

4. 教育訓練記錄

5. 建議與意見回饋

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

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。

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 2023 年底合格人數為 175 人。

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 118 人。

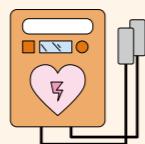
▪ 註：法規規範每 50 人須設置一名急救人員，2023 年 momo 總人數為 2,995 人，合格人數優於法令。

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 457 人。

AED 與 CPR 訓練



為加強員工於辦公場所急救認知，舉辦 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 34 人。

特定職業危害訓練



momo 機房設備運作時會產生不悅耳的聲音，雖不構成法規所規範之噪音標準，亦提前預防其可能造成的機房人員聽力傷害，持續宣導機房人員噪音危害意識訓練及提供防護具，加強人員聽力保護的意識。

員工職業災害調查

momo「勞工安全衛生工作守則」及「緊急事故應變措施管理辦法」明訂，事故現場人員採取必要措施前，應以考量本身安全狀況為前提，進行急救搶救前應先考量自己之安全，勿貿然進行。另，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 2023 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。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，並針對該事故之發生原因及處理流程展開調查，由災害發生單位主管依「重大事件通報管理辦法」重大事件之後續處理結果及檢討。另若為涉及死亡或失能之重大事件，其後續處理結果及檢討，得由總經理指派專人進行追蹤作業，或執行教育訓練及宣導以能有效防止事故再發生時將損失降至最低。

2023 年總計 52 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 2023 年底共 51 位同仁回到工作崗位，復工率 98%。

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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

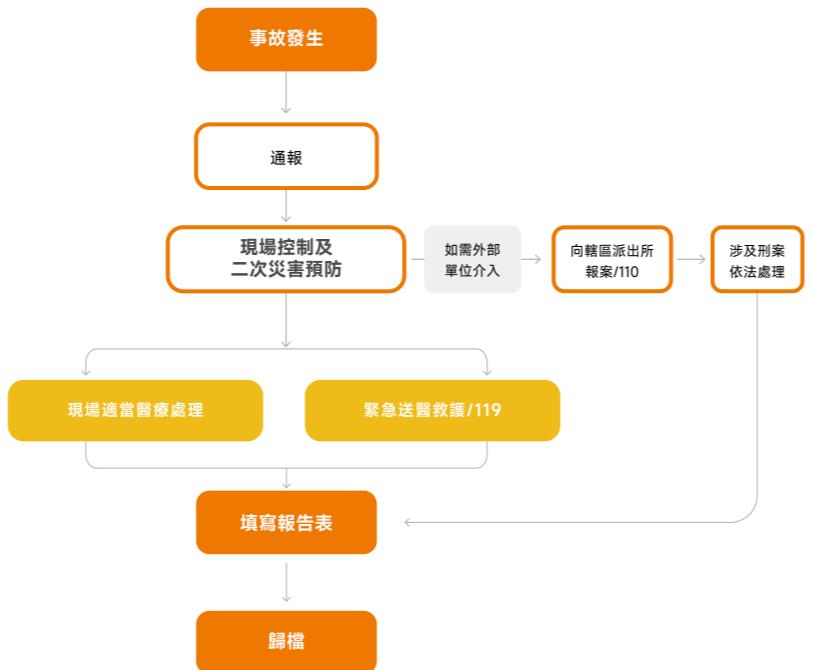
6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

緊急應變措施流程圖



職業傷害類型

類型	數量
上下班公路交通事故	43 件
跌倒	4 件
衝撞、物體飛落	1 件
被切、割、擦傷	1 件
被夾、被捲	2 件
被撞	1 件
總計	52 件

職業病風險鑑別與改善流程

為守護同仁職場健康，momo 定期運用問卷及健康檢查數據，辨識及評估可能促發疾病之同仁，並依據罹患心血管疾病風險、工作負荷量等因子，綜合判定高中低三個風險等級，並針對各風險等級給予對應改善措施及生活指導：



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2023 年職業傷害分析統計表

工作者類別	富邦媒員工		
	男	女	總計
性別			
工作總天數	266,856	470,298	737,154
工作總時數	2,134,848	3,762,384	5,897,232
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	22	30	52
可記錄之職業傷害比率	2.06	1.59	1.73
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. 職業傷害：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。
- 註 3：截至 2023 年底，momo 員工人數為 2,995 人（正職 2,963 人、約聘 14 人、內部經理人 18 人）

2023 年職災分析統計表

年度	性別	職災件數	總缺勤天數	失能傷害頻率 (FR)	缺勤率 (AR)	失能傷害嚴重率 (SR)
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
2023	男	22	4,129.56	3.73	0.56	193
	女	30	10,936.00	5.09	1.48	59

- 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 2023 年無任何員工／非員工罹患職業病及因公死亡的案例發生
- 註 7：截至 2023 年底，momo 員工人數為 2,995 人（正職 2,963 人、約聘 14 人、內部經理人 18 人）

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

5.4.3 健康樂活職場 403-6

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。內部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，以有效達成系統化的管理方針，並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，建立健康友善職場環境、營造健康職場文化。

五心級健康職場

1 抗「疫」心生活

- 健康宣導
- 提倡防疫新生活觀念
- 舉辦流感疫苗施打活動

2 热心活動

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

3 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

4 貼心舒適場所

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

5 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

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，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，momo 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，2023 年完成 100% 妊娠與產後期間衛教。

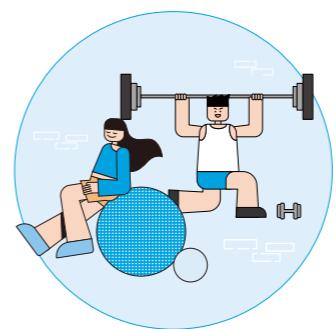
健康講座與體能運動

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 35 堂、1,519 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「身心靈紓壓」等類型供員工自由選擇參與，2023 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

年份	分數
2021	★★★★★ 4.8
2022	★★★★★ 4.8
2023	★★★★★ 4.8

▪ 註：健康講座滿意度滿分 5.0 分



健康友善場所

momo 提供各項健身設施及運動場地，鼓勵員工體驗各式紓壓與健康活動，包含健身室（跑步機和重力器材）、運動區域（瑜伽場地和動態運動場地）、員工休憩區、舒壓按摩站及咖啡吧等空間。



健康知識推廣與運用

momo 每月進行健康知識宣導，透過全體員工信件，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。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 標準對照表

SASB 索引表

證書

全方位的健康管理

身心健康衛教

健康檢查活動時，對所有員工進行身心健康衛教，內容著重於飲食習慣及心理健康，持續宣導健康知識，亦辦理全體員工骨質密度檢測活動、並針對重複性作業頻率較高群組進行腰頸部 X 光檢測，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，2023 年諮詢人數共 433 位。



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制度後，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。



6 社會共好 Society matters

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2023 成果與績效

>1億2千萬元 >70項

年度公益總額

公益專案

>90家 >1億9千萬元

受益團體

公益廣告資源

66,622 人次 231,905 位

當月活動受益人數

消費者響應捐款捐物



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

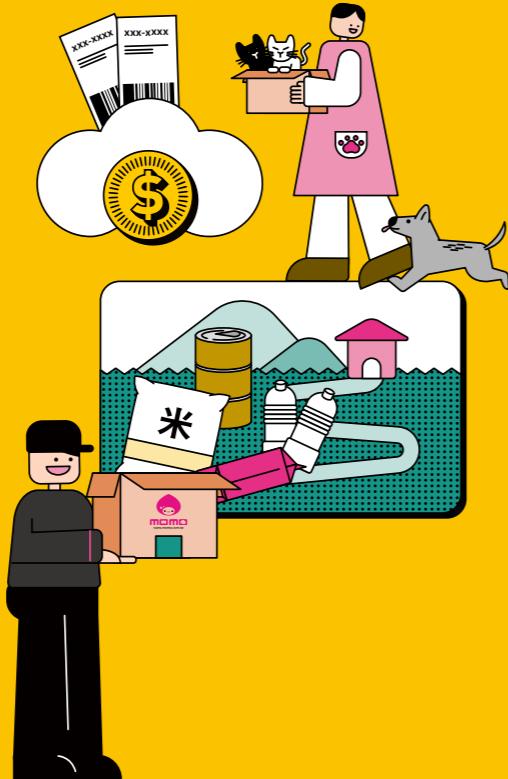
- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書



公益主軸 - 實踐作為

投入資源

推動途徑

2023 年績效成果

數位募捐

發揮電商平台扮演鏈結社會資源的角色，攜手眾多社福團體、消費者、供應商，透過網路平台共同實踐公益。

建置網路公益專館「樂公益」，由專人管理維護，每月推廣公益活動。

- 定期愛心捐
- 當月活動
- 公益週期購
- 公益直購

- ▶ 募得 2,506 萬元善款
- ▶ 送出 4,701 件商品
- ▶ 230,687 位消費者響應捐款捐物

公益參與

號召員工投入志工服務，並透過舉辦公益活動、啟動物資社捐等方式，從人力、物資各面向回饋社會。

提供每年 2 日給薪志工假，鼓勵全員參與志工活動。

- 舉辦員工志工活動

- ▶ 逾 1,200 小時公益時數
- ▶ 逾 300 人次參與

與基金會合作物資捐助，使資源持續循環。

- 物資捐助

- ▶ 3,452 件捐助商品
- ▶ 捐助商品總價 1,714,075 元

體育文化推廣

以豐碩廣宣資源與創意行銷的宣傳實力，多方位協助台灣體育賽事與影視文化發展，支持台灣運動與影劇蓬勃發展。

連續數年持續贊助籃球、棒球、高爾夫球等體育活動並協助賽事宣傳與運動場館經營。

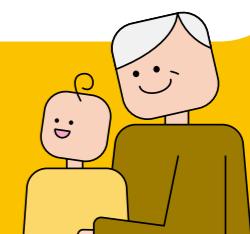
- 支持體育發展

- ▶ 體育贊助費用 8,704 萬元

將直播內容延伸至文化領域，宣揚優質國片與藝術文化。

- 影視文化推廣

- ▶ 推廣 4 部國內影視戲劇



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

6.1 數位募捐

203-1

6.1.1 數位公益專館

momo 「樂公益」

在民眾消費行為轉向數位化的時代，momo 積極發揮核心本業能力與資源，為社福團體量身打造專屬網路公益平台「樂公益」館，運用電商本業的「三流」優勢：金流、資訊流、物流，以自身專業，協助社福團體曝光與數位募款。透過平台的審核把關，也讓 momo 站上超過千萬的龐大會員，能安心、便利、隨時隨地投身公益行列。

momo 數位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「定期愛心捐」、「當月活動」、「公益週期購」以及「公益直購」。2023 年共集結 56 家慈善團體、募集 2,506 萬元善款、愛心義賣及捐款商品數 4,701 件。momo 自 2022 年成立「樂公益」館滿周年之際，站上全年齡公益參與人數年增皆呈三位數成長，而出生於數位原生時代的 Z 世代青年公益參與人數年增率更高達近 300%，顯示「數位行善」帶來的便利性也大幅提升民眾公益參與意願，也加速青年人加入公益行列。



1 定期愛心捐

結合「週期購」服務與小額百元捐款，提供會員多元的線上行動公益選擇，透過長期小額捐款，給予社福團體長期穩定支持。



2 當月活動

每月精選公益專案，邀請藝人作為公益大使，輔以行銷活動與線上社群導流，提高消費者關注與捐款誘因，號召會員響應。



3 公益週期購

「週期購」服務結合物資捐贈，設立定期愛心捐贈專區，每月將愛心物資配送至各公益團體。



4 公益直購

攜手全台最大物資捐贈平台「贈物網」，透過 momo 站上豐富的商品力，翻轉捐贈流程，達到精準捐贈。



momo 樂公益

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

1 定期愛心捐 讓愛延續不間斷

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，集結消費者的力量，一同擴大善的循環力量。

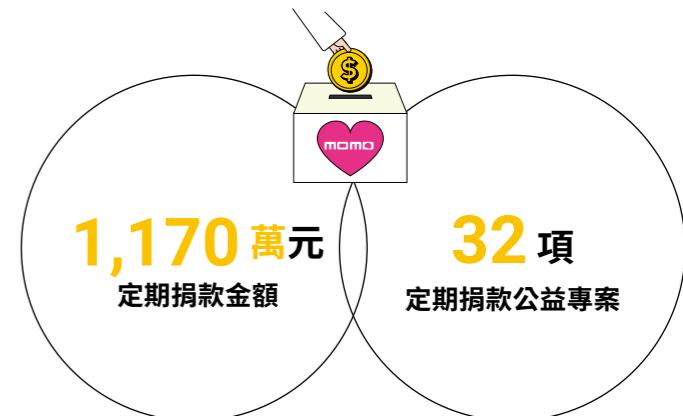


2023 年定期捐款合作專案：

心路基金會	加點愛 支持障礙朋友勇迎挑戰
志玲姊姊慈善基金會	協助遲緩兒童早療學習
喜憨兒基金會	愛心餐盒募集中
唐氏症基金會	支持唐寶寶工作夢
家扶基金會	用愛包圍 KiDS FiRST
伊甸基金會	幫助失能家庭再出發
至善基金會	陪伴孩子穩長大
創世基金會	集 10 行善
現代婦女基金會	成為受暴家庭安心的力量
世界展望會	助學行動
第一社福	陪你一起老 助憨兒活力老化

勵馨基金會	守護目睹兒遠離家暴陰影
主婦聯盟	支持下一代孩子的生活環境
台灣環境資訊協會	支持海下珊瑚礁生態調查 為海洋的健康把
門諾醫院	為台灣儲存護理人力
視障家長協會	當視障者的雙眼陪他們走更長遠的路
安寧照顧基金會	「愛無止盡 照顧不歇」安寧療護
癌症希望基金會	為癌友家庭帶來希望
兒福聯盟	幫助弱勢孩子穩定學習
陽光基金會	伴燒傷顏損兒 勇敢迎向未來
弘道老人基金會	輔你到老 安心生活計畫
長照協會	關愛獨老 直到終老

2023 公益成效



好鄰居協會	展現女孩超能力 Girl Power
保護動物協會	狗來富專案 拯救浪浪到桃花源
一粒麥子基金會	偏鄉老人照顧更有力
展翅協會	讓愛展翅 弱勢少女自立計畫
衡山基金會	衡山傳愛 幸福之家
切膚之愛基金會	陪伴長輩走過有尊嚴的最後一哩路
麥當勞叔叔之家	助遠地就醫兒童家庭 更靠近就醫資源
關愛基金會	給無國籍孩子無國界的愛
相信動物協會	終結流浪 翻轉浪犬命運
富邦慈善基金會	用愛心做朋友

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

2 當月公益活動 公益精選擴大社群參與

momo《樂公益》為提供會員多元的線上行動公益選擇，「當月公益活動」定期推出精選公益專案，集結投入 momo 購物網、momo 購物網 App、電視購物、公益直播、官方社群、新聞稿等宣傳資源，以號召會員們響應公益行動，協助公益團體之愛心救助專案募集所需。2023 年 momo《樂公益》共推出 17 檔精選公益專案，協助對象包含了弱勢婦幼、長者關懷、身心障礙者、環境動物保護等服務類別；亦加入急難救助行列，在土耳其與敘利亞不幸面臨芮氏規模 7.8 近百年來最強地震，緊急啟動「數位公益」募款行動，攜手世界展望會推動「搶救土耳其及敘利亞震災兒童」線上捐款，成為災區兒童及家庭緊急安置的助力；以及推行「蘭嶼小犬風災重建」計畫，支持弱勢家戶的修繕重建，復原被廣闊大海環抱的美好蘭嶼。

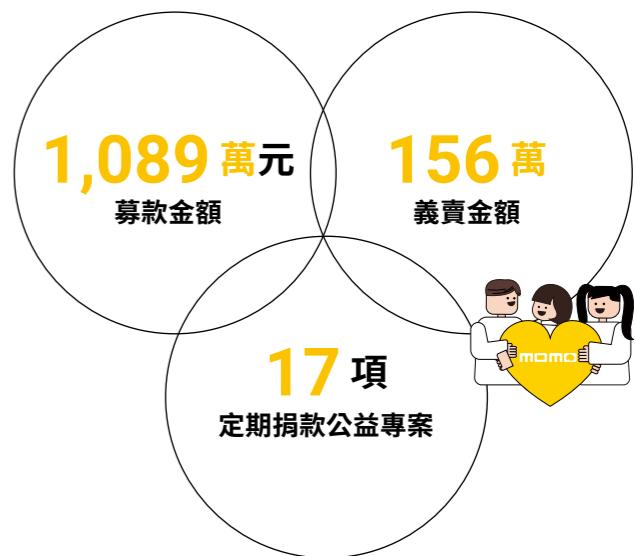


2023 年當月活動合作專案：

家扶基金會	無窮世代計畫
第一社福	支持雙老 愛不止息
世界展望會	搶救土耳其及敘利亞震災兒童
喜憨兒基金會	安心守護 憨愛力量
看見 · 齊柏林基金會	看見台灣 守護家園
唐氏症基金會	有你在 加倍照亮愛

保護動物協會	拯救浪浪到桃花源
世界展望會	翻轉危飢 救要現在
現代婦女基金會	與 momo 一起用愛守護
伊甸基金會	慢飛家庭特攻隊 寶貝成長大作戰
切膚之愛基金會	攜手築愛 讓愛進住
志玲姊姊慈善基金會	2024 志玲姊姊慈善年曆

2023 公益成效



失智者照顧協會	守護失智 友你憶起
心路基金會	來吧！友善合作社
世界展望會	蘭嶼小犬風災重建
中華育幼機構兒童關懷協會	給失家兒一個窩
真善美社會福利基金會	憨你相伴 老是幸福

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

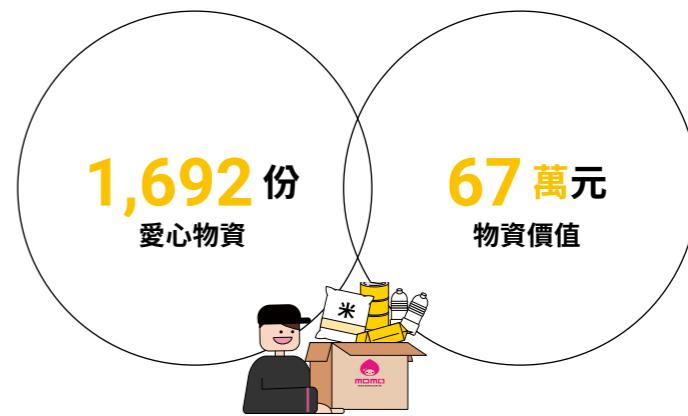
證書

3 公益物資週期購

於電商平台打造公益「週期購」服務，設立定期愛心捐贈專區，協助會員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、中低收入等，momo 設立完善機制每月將愛心捐贈數量配送至各公益團體，包含基督教恩友中心、1919 食物銀行、中華育幼機構等。



2023 公益成效

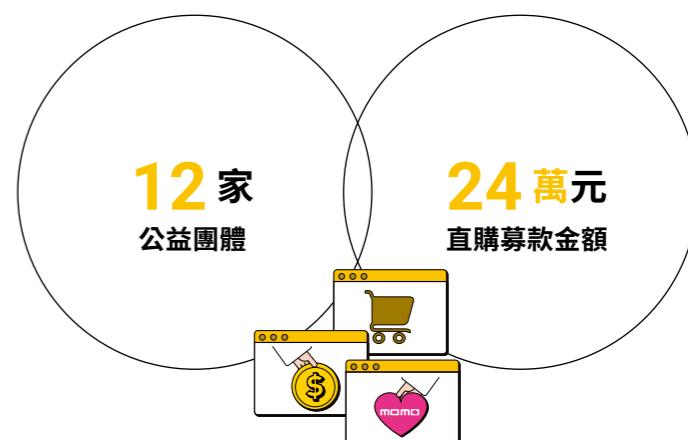


4 公益直購 – 精準捐贈 用愛心輕鬆「購」

據媒體報導，公益團體收到的民眾捐贈物品中，高達 50% 以上不符合受助對象的需求。momo 公益平台除提供便利線上捐款管道外，亦充分利用本業物流優勢，攜手全台最大物資捐贈平台「贈物網」，推出「公益直購」服務。透過 momo 站上豐富且多樣化的商品力，翻轉捐贈流程，先行與公益單位接洽確認募捐需求品項，讓會員可先了解受助對象需求，再於 momo 選購並捐贈。momo 物流團隊將把會員購買的捐贈商品，配送至指定公益團體，以完善的物流體系，協助公益團體完成善心配送，讓會員的愛心能精準送達。



2023 公益成效



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

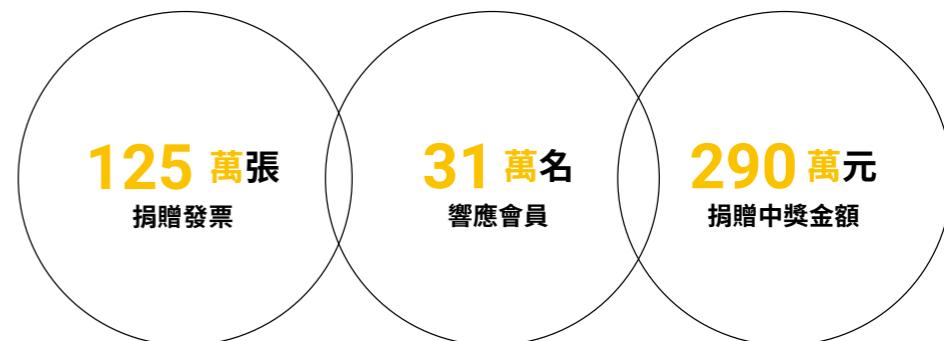
證書

6.1.2 數位公益推廣

電商平台影響力 – 引導會員捐贈發票

網購平台的特性，讓「捐贈發票」成為消費者購物時就能輕鬆完成的公益微行動。momo 與各大稅務機構合作，祭出 mo 幣抽獎活動，鼓勵消費者在 momo 購物網與 APP 下單時選擇「發票捐贈」，並依個人關注主題，將發票捐贈給第一社福、董氏基金會、脊髓損傷基金會、癌症基金會、關懷台灣文教基金會、肝病防治學術基金會等單位，持續為社福團體增加經濟來源的支持。

2023 公益成效



直播資源助攻線上公益

momo 整合 Live 直播與「樂公益」資源，推出「公益直播」，邀請當月愛心大使親臨直播現場，增加公益宣傳。2023 年，momo 與真善美基金會共推的「憨你相伴老是幸福」愛心百元捐活動，透過直播節目帶觀眾走訪憨仔店所在地小故事森林園區，一探憨兒的生活點滴，並邀請愛心大使林曉培在直播上與憨兒共同手作薑餅屋與演出。為感謝會員響應公益，直播期間加碼多場紅包雨並提供多項好禮，投入眾多宣傳資源，以期號召更多會員響應公益行動。

此外，亦與中華民國保護動物協會合作，透過直播宣傳動物保護議題，呼籲社會大眾關注動物權益，並為公益專案提供更多曝光以提升消費者響應。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

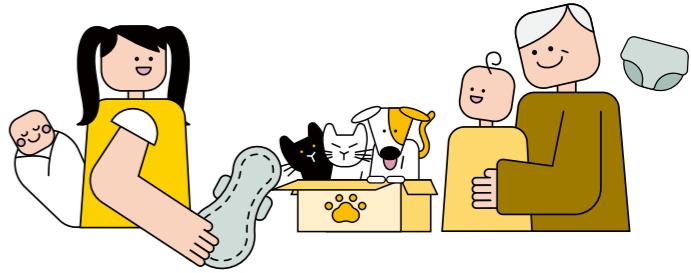
GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

攜手供應商擴大公益循環

供應商是 momo 推動公益時的重要夥伴，2023 年共與 6 家商品供應商共同合作，推動 7 場消費捐贈公益活動，整合雙方資源，共創社會價值。



一起守護浪浪

合作供應商 法國皇家 x momo

活動簡介 邀請飼主共同響應 8/8 國際貓咪日和 8/26 國際狗狗日，獨家於 momo 平台和飼主一起募糧做公益，買一包捐兩包。

公益成效 總計銷售包數為 6,000 包（盒）乾糧 + 濕糧，共捐出 12,000 包濕糧

受贈單位 新北市動保處

守護毛孩 浪愛翻轉

合作供應商 福壽實業 x momo

活動簡介 消費者購買任一寵食捐 3% 寵物飼料，透過募集寵物飼料，協助台灣之心誘捕流浪犬貓。

公益成效 實際銷售總重量為 44,012 公斤，福壽提撥 3% 助糧為 1,320 公斤

受贈單位 社會法人台灣之心愛護寵物協會

讓愛箱隨 紙尿褲認購

合作供應商 包大人 x 愛長照 x momo

活動簡介 協手愛長照及其配合慈善機構、募捐成人紙尿褲攜手送愛予全台各地有需求的長照單位、弱勢家庭，減輕物資上沉重的負擔。

公益成效 共捐出 467 組愛心物資

受贈單位 台灣福氣社區關懷協會、柏拉罕共生照顧勞動合作社、有本生活坊

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書



愛她不棄養 浪汪送愛回家

合作供應商 汪汪寶貝 x momo

活動簡介 邀請消費者響應 100 元集資，將物資贈予中途之家。

公益成效 共捐出 320 盒／個

受贈單位 陳愛媽的幸福狗流浪中途、咪可思關懷流浪動物協會

為愛站出來 Stand By U

合作供應商 聯合利華 x momo

活動簡介 momo 與聯合利華合作，推出限量版「彩虹聯名保養禮盒」於 momo 線上獨賣，消費即捐 50 元平權教育基金，邀請消費者以實際行動，力挺平權。

公益成效 共售出 95 盒彩虹盒

受贈單位 台灣性別平等教育協會

自在做自己 守護玲距離

合作供應商 P&G 寶僑家品 x momo

活動簡介 與好自在合作「買一包捐一片」，消費者購買後即捐出一片衛生棉給予志玲姊姊慈善基金會，由基金會彙整物資後，送往全台合作少女中途安置機構與偏鄉小學，讓消費轉為幫助弱勢少女的力量。

公益成效 共捐出 30,000 片

受贈單位 志玲姊姊慈善基金會

幫愛送到家

合作供應商 P&G 寶僑家品 x momo

活動簡介 透過「買一箱捐一包」，支持寄養寶寶立即性的生理物資需求，緩解寄養家庭長期結構性問題。

公益成效 共捐出 1,957 包幫寶適尿布，支持全台 300+ 個寄養家庭

受贈單位 家扶基金會

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

6.2 公益參與 203-1

員工志工投入

2023 年，momo 動員同仁參與「舊鞋救命」活動，協助整理送至東非的鞋子、包包等物資，將愛心送往國際。更響應新北市政府環保局「海岸認養」行列，認養新北市林口頂寮沙灘，透過志工社號召員工和眷屬參與淨灘活動，並邀請消費者共同參加，共辦理 2 場淨灘活動，momo 志工們分組沿著海岸線撿拾寶特瓶、鋁箔包、塑膠袋、漁網等人為垃圾，希望透過帶著員工與消費者們實際走到現場看見海洋垃圾的嚴重性，讓更多人從日常開始改變生活習慣。momo 辦理淨灘不使用任何一次性產品，用桶裝水與環保杯取代瓶裝水、即使是一個成本才 2 元的麻布手套也全部清洗後重複使用、伴手禮選用不鏽鋼環保餐盒與慈育庇護工廠製做的麵包，鼓勵志工們回去之後可以帶著清洗過的餐盒出門買食物，更透過淨灘行前講座，希望把「生活中每減少一個垃圾都是在淨灘」的概念傳遞出去。



社福團體物資捐助

除透過數位募捐外，物資方面 momo 也善盡其力。2023 年 momo 共捐助 3,452 件商品，包含日用品、個人清潔用品、床墊、服飾、兒童用品等，透過與人安基金會、兒福聯盟、中壢家扶基金、財團法人私立弘化同心共濟會合作，將自有物資分送給全台基金會據點，讓物資能送到需要的人手上。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

公益活動推廣

富邦集團公益計畫

1. 富邦公益大使

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 56,181 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

台灣大哥大自 2017 年起連續第 7 年推動「種福電綠能公益計畫」，2023 號召全民為「華光社會福利基金會」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賣售給電力公司，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 12 萬經費，期望藉由活動匯集大家的愛心，為華光基金會挹注長達 20 年的綠電受益，給予身心障礙者全天照顧終身安養的家。

公益徵稿活動

momo 樂公益攜手公益合作夥伴野灣野生動物保育協會投入「環境教育推廣」行動。momo 將鎖定家庭客群經營規劃的「我是小畫家」繪圖徵稿比賽活動，融入「動保」思維，以「野生動物好鄰居」作為 2023 年徵件主題，圖畫結構置入山中臺灣黑熊、山林草地上的穿山甲、樹上有領角鶲作為繪圖主角，讓參與繪圖比賽的幼稚園至國小六年級的孩童，能進一步認識台灣野生保育動物，增添教育意義；同時設計網路人氣票選評分機制，提升對野生動物的關注度，也讓公益團體有多元發聲舞台。



愛心義賣 / 募款

1. 捷伴公益

momo 二度攜手桃園捷運「捷伴公益」做愛心，串聯網路購物及直播兩大宣傳資源齊響應，活動暖心推出「花語綻放母親節公益禮盒」，以「贈人玫瑰，手留餘香」為主題，盼全民在享用花藝甜點之際感受愛的芳香，讓大家的善心能芬芳馥郁、香澤萬里。活動共募得款項 6.3 萬元予桃園市政府社會局急難救助專戶，暖心募集愛心支持弱勢婦女。

2. 石虎年一起做好事

momo 與于美人發起的「做好事小組」合作義賣活動邁入第 15 年，2023 年將公益主題定為「石虎年一起做好事」，精選「菓實日」特製的「石虎餅乾」，每售出一份禮盒將捐出 100 元捐助予「台灣石虎保育協會」推動保育石虎的公益活動，共募得款項 93 萬元，助力協會解決石虎保護棲息地、非法獵捕及人類養殖雞舍互相衝突等問題，希望能讓被列為瀕危一級類保育動物石虎數量慢慢增加。



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

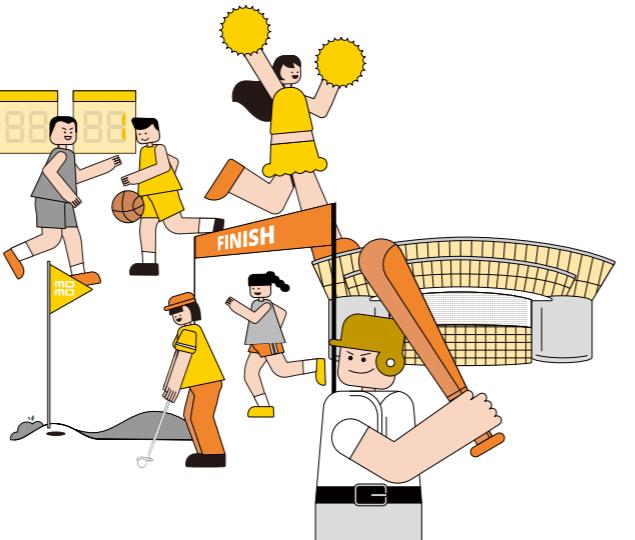
證書

6.3 體育文化推廣

203-1

6.3.1 支持體育發展

momo 挟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，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、提升台灣運動賽事更廣泛的能見度。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。2023 年體育宣傳與贊助活動共投入約 8,704 萬元。



富邦運動場館

momo 支持台灣體育發展，亦跨足運動場館經營，2023 年投入 630 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。



富邦悍將球隊

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，2023 年投入活動經費更高達 2,992 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。



台灣大哥大女子公開賽

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 8 年共襄盛舉參與推廣，今年度贊助提供與會貴賓服裝共 190 件，費用共 24 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。



ABSOLUTE 3X3

momo 致力於推廣國內籃球文化，以多元方式推動與支持不同層級的籃球運動。「ABSOLUTE 3X3 籃球賽」為台灣最高等級三對三籃球賽事，更是許多籃球選手爭取前進國際舞台之機會，momo 為協助挖掘更多籃球人才，並提升賽事活動關注的熱度，momo 投入 240 萬元的廣宣資源，前進 4 場賽事活動現場透過線上平台的直播資源進行轉播，以期讓球賽能接觸更多民眾，一同為傑出籃球選手鼓舞。

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書



富邦勇士籃球隊

momo 連續 9 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 PLEAGUE+ 台灣職業籃球聯盟。momo 除了提高贊助與廣宣經費至 1,804 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；為延伸會員對籃球關注與支持熱度，momo 購物網更於富邦勇士衛冕總冠軍之際，推出「富邦勇士奪冠慶」行銷優惠活動；以及舉辦「2023 Fubon Angels x momo」啦啦隊票選活動，加以直播推廣，進一步拓展籃球娛樂活動；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。



高雄市政府運動發展局 TTY 聯名 「城市運動商品」

momo 攜手高雄市政府運動發展局，共同轉動台灣體育的正向循環，發揮平台核心角色，投入 1,200 萬元豐碩廣宣資源，及創意行銷的宣傳實力，行銷推廣 TTY 聯名「城市運動商品」，銷售盈餘挹注城市運動發展基金培育選手，支持台灣運動發展茁壯、協助台灣體育賽事發展，以期加速轉動台灣體育的正向循環。momo 串聯政府、運動選手、球迷、消費者等連結點，盼以電商體育推廣領跑員之姿，為運動種子的夢想鋪路，同時促進台灣體育推廣的凝聚力。



UBA 人氣票選

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，為入圍決賽之人氣球隊、人氣球員、人氣球迷，舉辦線上票選活動，並於全台大專院校及球賽現場曝光，提升賽事活動的熱度。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 81 萬票，網路流量高達近百萬、並提撥金額贊助、投入廣告費用共 1,814 萬元。



6.3.2 文化推廣

momo 直播跨足「藝術文化」領域，與國內電影、戲劇、藝文團體合作，透過直播訪談導演、監製或演員，讓會員能更了解拍攝緣起及背後代表意義，並與藝文組織合作走出戶外直播，以達成宣傳與推廣效果，2023 年資源投入總金額合計 922 萬元。

電影宣傳

為協助電影映演推廣，邀請國片「疫起」、「做工的人」的導演、監製與主要演員，以深度訪談方式暢聊拍攝感想與幕後花絮，讓觀眾洞悉電影緣起與內容，以提升電影曝光度。

影集宣傳

邀請台劇「八尺門的辯護人」、「百位小廚神中元大餐」導演與男女主角等主要演員親臨 momo 直播現場，暢談拍攝過程及甘苦談，以達協助宣傳效果。

藝文活動推廣

邀請相聲瓦舍「包黑子壞壞」主演馮翊綱老師，於 momo 直播間宣傳此喜劇相聲起源，將藝術創作推廣至直播觀眾。
與澎湖縣政府合作，一同參與 2023 年澎湖花火節，同步直播精彩煙火秀，推廣在地文化藝術活動。

關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

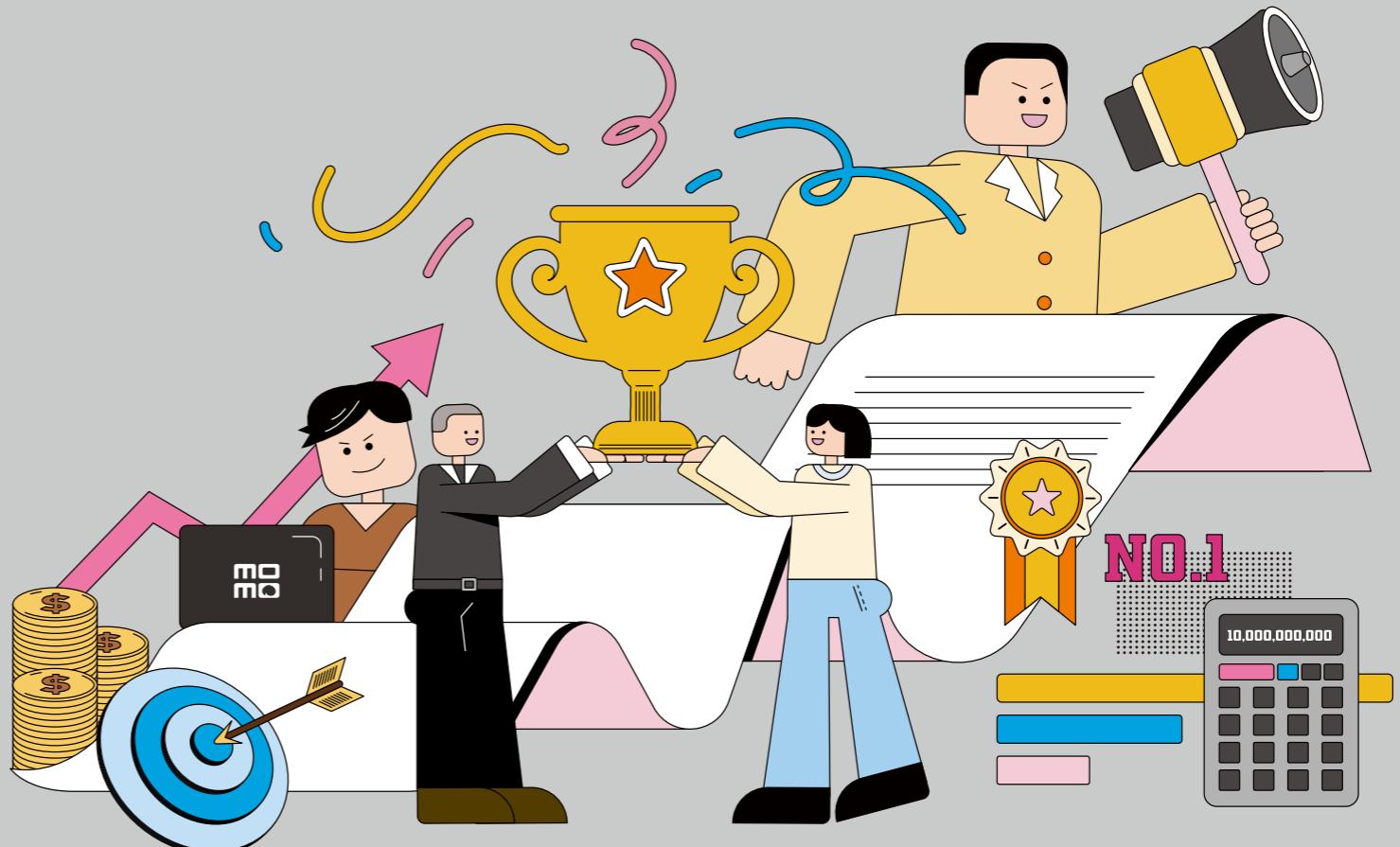
6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

7 附錄 Appendix



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

GRI 內容索引表

使用聲明	富邦媒體科技 momo 已依循 GRI 準則報導 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期間的內容。
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	無

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼	GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
GRI 2： 一般揭露 2021	2-1 組織詳細資訊	關於本報告書	p.2	GRI 2： 一般揭露 2021	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	p.6
	2-2 組織永續報導中包含的實體	2.1 關於 momo	p.26		2-13 衝擊管理的負責人	1.2 永續治理機制	p.16
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	p.2		2-14 最高治理單位於永續報導的角色	1.2 永續治理機制	p.16
	2-4 資訊重編	關於本報告書	p.2		2-15 利益衝突	2.2.2 董事會獨立及多元性	p.33
	2-5 外部保證 / 確信	證書	p.141		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	p.17
	2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	2.1 關於 momo	p.26		2-17 最高治理單位的群體智識	2.2.1 董事會運作	p.31
	2-7 員工	2.1.1 公司簡介	p.27		2-18 最高治理單位的績效評估	2.2.1 董事會運作	p.31
	2-8 非員工的工作者	2.4.1 供應商概況	p.46		2-19 薪酬政策	2.2.1 董事會運作	p.31
	2-9 治理結構與組成	4.3 綠色物流	p.89		2-20 薪酬決定流程	5.3.2 人才留任	p.109
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	5.1.1 員工組成	p.96		2-21 年度總薪酬比率	5.3.2 人才留任	p.110
	2-11 最高治理單位的主席	1.2 永續治理機制	p.16		2-22 永續發展策略的聲明	董事長的話、總經理的話	p.6
		2.2.1 董事會運作	p.31			1.1 永續發展策略	p.9
		2.2.2 董事會獨立及多元性	p.33			1.2 永續治理機制	p.16
		2.2.3 功能性委員會運作情形	p.35				
		2.2.2 董事會獨立及多元性	p.33				

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼	GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
GRI 2 : 一般揭露 2021	2-23 政策承諾 2-24 納入政策承諾 2-25 補救負面衝擊的程序	1.2 永續治理機制	p.16	GRI 2 : 一般揭露 2021	2-26 尋求建議和提出疑慮的機制 2-27 法規遵循 2-28 公協會的會員資格 2-29 利害關係人議合方針 2-30 團體協約	1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	p.17
		2.3.2 風險文化	p.38			2.3.2 風險文化	p.38
		2.3.4 氣候變遷風險管理	p.41			3.2.2 客戶服務品質	p.62
		2.4.2 供應商遴選與評估	p.47			2.3.3 法規遵循	p.40
		3.3.1 資訊安全管理機制	p.65			1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	p.17
		3.3.3 顧客隱私保護	p.68			2.29 利害關係人議合方針	
		5.2 人權保障	p.99			2-30 團體協約	
		1.2 永續治理機制	p.16			5.2.3 勞資溝通與權益保障	p.106
		2.3.2 風險文化	p.38				
		2.3.4 氣候變遷風險管理	p.41				
GRI 3 : 重大主題 2021	2-24 紳士禮貌 2-25 補救負面衝擊的程序	2.4.2 供應商遴選與評估	p.47	GRI 3 : 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程 3-2 重大主題列表 3-3 重大主題管理	3-1 決定重大主題的流程	p.20
		3.3.2 資訊安全與管理	p.66			3-2 重大主題列表	
		3.3.3 顧客隱私保護	p.68			3-3 重大主題管理	
		5.2 人權保障	p.99			1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	
		1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	p.17			1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別	
		2 共益夥伴 - 重大主題管理	p.24			4 永續環境 - 重大主題管理	p.70
		2.3.2 風險文化	p.38			302-4 減少能源消耗	
		3 永續消費 - 重大主題管理	p.54			302-5 降低產品和服務能源需求	
		3.2.2 客戶服務品質	p.62			4.2.2 循環包裝	
		4 永續環境 - 重大主題管理	p.70			305-5 溫室氣體排放減量	
GRI 302 : 能源 2016	2-25 補救負面衝擊的程序			GRI 305 : 排放 2016	4.3.2 短鏈佈局 4.3.2 短鏈佈局	4.3.2 短鏈佈局	p.90
						4.3.2 短鏈佈局	p.91

關於本報告書
momo 永續績效
榮耀與肯定
董事長的話、總經理的話
1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
重大主題：供應鏈管理失當			
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 2 共益夥伴 - 重大主題管理	p.17 p.24
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	5.2.1 人權承諾與管理	p.99
重大主題：品質安全要求與檢驗			
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 2 共益夥伴 - 重大主題管理	p.17 p.24
GRI 416 : 顧客健康與安全 2016	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.3.3 法規遵循	p.40
重大主題：行銷與標示失當			
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 - 重大主題管理	p.17 p.54
GRI 417 : 行銷與標示 2016	417-1 產品和服務資訊與標示的要求 417-2 未遵循產品與服務之資訊標示相關法規的事件	3.1.3 責任行銷與標示 2.3.3 法規遵循	p.60 p.40
重大主題：顧客隱私及資訊安全			
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 2 共益夥伴 - 重大主題管理 3 永續消費 - 重大主題管理	p.17 p.24 p.54

GRI 準則	揭露項目	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	3.3.2 資訊安全與管理 3.3.3 顧客隱私保護	p.66 p.68
重大主題：能資源耗用			
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 4 永續環境 - 重大主題管理	p.17 p.70
GRI 302 : 能源 2016	302-1 組織內部能源消耗量 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	302-1 組織內部能源消耗量 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	4.1.2 溫室氣體與能源管理 p.73
GRI 305 : 排放 2016	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放 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	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放 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	4.1.2 溫室氣體與能源管理 p.73
GRI 306 : 廢棄物 2020	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊 306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理 306-3 廢棄物產生	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊 306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理 306-3 廢棄物產生	4.1.5 廢棄物管理 p.81
自訂重大主題：永續供應鏈管理、顧客關係管理、永續消費、永續行銷及品牌			
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 2 共益夥伴 - 重大主題管理 3 永續消費 - 重大主題管理	p.17 p.24 p.54

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

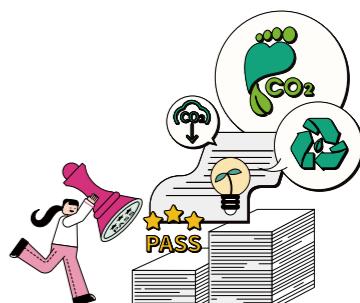
附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼	GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
次要主題：人權侵犯							
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 401-3 育嬰假	5.3.3 員工福利制度	p.111	GRI 202：市場地位 2016	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率 202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.3.2 人才留任	p.109
GRI 402：勞 / 資關係 2016	402-1 關於營運變化的最短預告期 403-1 職業安全衛生管理系統 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、諮詢與溝通 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 403-10 職業病	5.2.3 勞資溝通與權益保障 5.4.1 職業安全衛生管理 5.4.2 提升職場安全 5.4.3 健康樂活職場 5.4.2 提升職場安全 5.4.1 職業安全衛生管理 5.4.2 提升職場安全 5.2.1 人權承諾與管理	p.106 p.114 p.115 p.117 p.120 p.117 p.117 p.114 p.118 p.99	GRI 401：勞雇關係 2016	401-1 新進員工和離職員工 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數 404-2 提升員工職能及過渡協助方案 404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.1.2 人才招募與離退輔導 5.3.1 人才發展 5.1.2 人才招募與離退輔導 5.3.2 人才留任	p.98 p.107 p.98 p.107 p.110
GRI 403：職業安全衛生 2018	GRI 406：不歧視 2016 GRI 409：強迫或強制勞動 2016	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 403-10 職業病 406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動 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	p.117 p.120 p.117 p.114 p.118 p.99 p.99	GRI 404：訓練與教育 2016 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 405-2 女性對男性的基本薪資與薪酬的比率	5.1.1 員工組成 5.3.2 人才留任	p.96 p.107 p.110 p.33 p.107 p.110
次要主題：經營績效提升							
GRI 201：經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值 201-4 取自政府之財務補助	2.1.2 營運績效	p.28	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 數位募捐 6.2 公益參與 6.3 體育文化推廣	p.124 p.131 p.133



關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

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）

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	p.77
CG-EC-130a.2 (1) 總取水量 (2) 總耗水量 (3) 由水資源高壓力、極高壓力地區取水的百分比	4.1.4 水資源管理	p.80
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	3.3.3 顧客隱私保護	p.68
CG-EC-220a.2 說明使用者隱私政策及行為廣告相關政策		
資料安全		
CG-EC-230a.1 說明鑑別及因應資料安全風險的方法	3.3.2 資訊安全與管理	p.66
CG-EC-230a.2 (1) 資料外洩次數 (2) 涉及個人資料外洩之比例 (3) 帳戶持有人受影響數量		p.68
人才招募、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	5.1.2 人才招募與離退輔導	p.98
CG-EC-330a.3 全球員工的性別分布佔比、多元族群代表分布佔比；區分為四類揭露：(1) 高階管理階層 (2) 非高階管理階層 (3) 技術人員 (4) 所有其餘員工	5.1.1 員工組成	p.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	4.1.2 溫室氣體與能源管理	p.73
CG-EC-410a.2 揭露產品配送造成環境衝擊的減量策略（包含物流商管理／遴選、管理與模式；環保包裝材質選用；物流燃料使用；其他創新減量策略）	4.2 綠色包裝 4.3 綠色物流	p.84 p.89
活動指標		
CG-EC-000.A 最適衡量使用者活動指標	2.1.2 營運績效	p.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	4.3 綠色物流	p.89

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

6.3 體育文化推廣

證書

bsi. By Royal Charter

獨立保證意見聲明書

富邦媒體科技股份有限公司 2023 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。英國標準協會除了對富邦媒體科技股份有限公司 2023 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 2023 年永續報告書所界定範圍內的相關事項進行保證之依據，而不作為其他之用途。除對保證意見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責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依循 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所載內容或相關事項之任何疑問，請由 momo 一併回答。

查證範圍

momo 與英國標準協會協議的查證範圍包括：

1. 本独立保证意见声明书与富邦媒体科技股份有限公司 2023 年永续报告书揭露之报告范围一致。
2. 依据 AA1000 保证标准 V3 的第 1 普通用型评估 momo 遵循 AA1000 责任原则(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。

本聲明書以英文作為主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 2023 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。基於係統範例制事項，momo 所提供的資訊與數據以及採樣之測量，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。

我們的工作是由一组具有依據 AA1000 保证标准 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 保证标准 V3 的報告方法與自我聲明依據 GRI 永續性報告準則乃是公允的。

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 政策進行高階管理層訪談，以確認本報告書中聲明書的合適性；
- 與管理層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 28 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；
- 審查內部流程的發現；
- 審查報告書中所作宣告的支持性證據；
- 對於公司報告書及其相關 AA1000 責任原則(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 責任原則(2018)之包容性、重大性、回應性及衝擊性與 GRI 永續性報告準則的詳細審查結果如下：

包容性

2023 年報告書反映 out 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資本且策略性的回應。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，這份報告書涵蓋了 momo 之重大性議題。

回應性

momo 實行來自利害關係人的期許與看法之回應。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經營管理。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 提供有關依據 GRI 永續性報導準則 2021 之自我宣告，並對每個涵蓋具行業準則和其相關性的 GRI 主題準則之重大主題，其調查項目依據全部報告書來的相關資料。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：如同責任所在，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，且接受過如 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，具有相關員資格之成員組成。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

 AA1000
Licensed Report
000-4/V3-XGASA
Statement No.: SRA-TW-2023008
2024-06-20
Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No. 17, 3-Hs Rd., N-Hs Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
A Member of the BSI Group of Companies.

...making excellence a habit.™

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

1.1 永續發展策略

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

2.1 關於 momo

2.2 公司治理

2.3 永續風險管理

2.4 永續供應鏈

3 永續消費

3.1 永續消費

3.2 最佳消費體驗

3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

5 友善職場

5.1 多元與包容

5.2 人權保障

5.3 人才發展與留任

5.4 健康安全職場

6 社會共好

6.1 數位募捐

6.2 公益參與

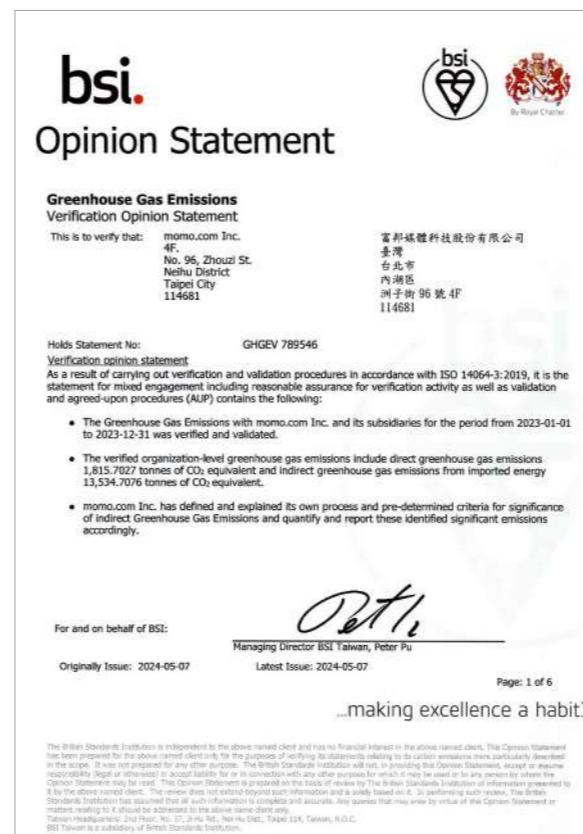
6.3 體育文化推廣

附錄

GRI 準則對照表

SASB 索引表

證書



ISO 14001 環境管理系統

ISO 14064-1 組織溫室氣體盤查

ISO 45001 職業安全衛生管理系統

關於本報告書

momo 永續績效

榮耀與肯定

董事長的話、總經理的話

1 momo 永續發展

- 1.1 永續發展策略
- 1.2 永續治理機制
- 1.3 利害關係人溝通與重大主題鑑別

2 共益夥伴

- 2.1 關於 momo
- 2.2 公司治理
- 2.3 永續風險管理
- 2.4 永續供應鏈

3 永續消費

- 3.1 永續消費
- 3.2 最佳消費體驗
- 3.3 資訊安全與隱私保護

4 永續環境

- 4.1 綠色營運
- 4.2 綠色包裝
- 4.3 綠色物流

5 友善職場

- 5.1 多元與包容
- 5.2 人權保障
- 5.3 人才發展與留任
- 5.4 健康安全職場

6 社會共好

- 6.1 數位募捐
- 6.2 公益參與
- 6.3 體育文化推廣

附錄

- GRI 準則對照表
- SASB 索引表
- 證書

ISO 14067 產品碳足跡

bsi. Opinion Statement

Product Carbon Footprint Verification Opinion Statement

This is to verify that: momo.com Inc.
4F, No. 96, Jhough 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

Holds Statement No.: PCFV 789699

As a result of carrying out the verification of product life cycle greenhouse gas emissions, it is the opinion of BSI with reasonable assurance that:

- The product carbon footprint with the functional unit of one nonstore retailing services (tangible goods) is 1,120 kilograms of CO₂ equivalent.
- The product carbon footprint with the functional unit of one nonstore retailing services (intangible goods) is 0.180 kilograms of CO₂ equivalent.
- No material misstatements in this product life cycle greenhouse gas emission statement were revealed.

The product life cycle GHG data quality was verified to be acceptable against the requirements of ISO 14067: 2018 and Taiwan EPA CPP promotion management guidelines (including Annex III-CPF data qualification and verification specification).

This statement shall be valid for a maximum period of two years after the latest issue date on this certificate. Should there be a change in the life cycle of the product whose GHG emissions are being assessed, the validity of this opinion statement will cease.

For and on behalf of BSI:
Originally Registration Date: 2023-07-28
Latest Revision Date: 2023-07-28

Managing Director BSI Taiwan, Peter Pu
Effective Date: 2023-07-28
Expiry Date: 2025-07-27



Valuation and Verification
TAF 2021

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's internal use only and is not intended for external distribution or publication. 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 claim arising from the use of the information contained in this document. The British Standards Institution is not responsible for any errors or omissions in the 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 should be directed to the above named client. The British Standards Institution is not liable for any damages resulting from the use of this document. TAF Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

Page: 1 of 2

...making excellence a habit™



環境部產品碳足跡標籤證書



環境部產品碳足跡標籤證書



momo 富邦媒體科技
momo.com Inc.