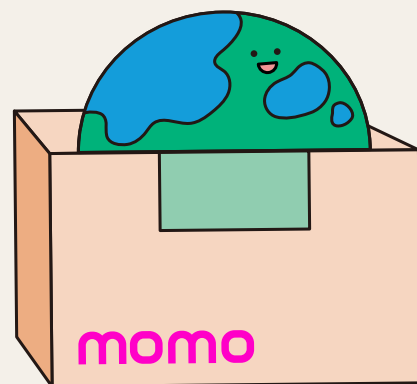


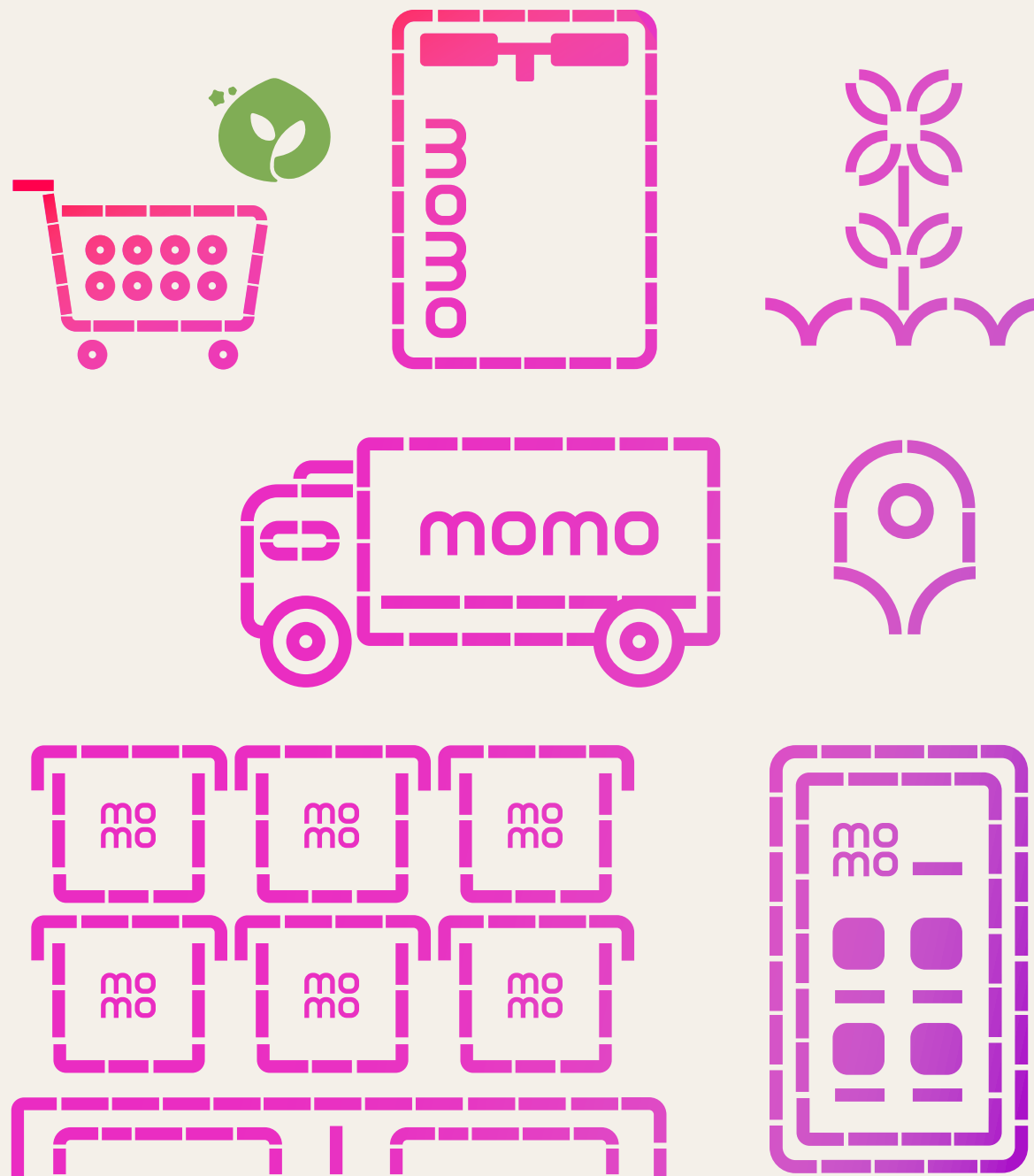


富邦媒體科技股份有限公司



2024

永續報告書  
Sustainability Report



# 目錄

關於本報告書	02
momo 20 <sup>th</sup> 大事紀	04
momo 永續績效	05
榮耀與肯定	06
董事長的話、總經理的話	08



<b>1 momo 永續發展</b>	10	<b>4 永續環境</b>	82
1.1 綠活電商領航者	11	4.1 綠色營運	84
1.2 永續治理機制	18	4.2 綠色包裝	98
1.3 利害關係人溝通與重大主題管理	20	4.3 綠色物流	103
<b>2 共益夥伴</b>	28	<b>5 友善職場</b>	108
2.1 關於 momo	30	5.1 多元與包容	110
2.2 公司治理	35	5.2 人權保障	113
2.3 永續風險管理	41	5.3 人才發展與留任	122
2.4 永續供應鏈	52	5.4 健康安全職場	130
<b>3 永續消費</b>	60	<b>6 社會共好</b>	140
3.1 永續消費	62	6.1 數位募捐	142
3.2 最佳消費體驗	69	6.2 公益參與	148
3.3 資訊安全與隱私保護	73	6.3 體育文化推廣	150
		<b>附錄</b>	153
		GRI 內容索引表	154
		SASB 索引表	158
		2024 年度確信項目彙總表	159
		證書	160

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

## 關於本報告書

2-1

2-3

2-4

2-5

2-14

歡迎您閱覽富邦媒體科技股份有限公司 ( 以下簡稱本公司、momo 或我們 ) 的**第十本永續報告書**。本公司致力於成為「綠活電商領航者」，積極推動低碳轉型，我們持續以透明公開的方式，向利害關係人說明 momo 在公司治理、環境永續與人群 ( 人權 ) 三大面向的投入與成果，具體展現 momo 落實永續發展的行動力和承諾。



momo 官網 ESG 專區



momo 歷年永續報告書



momo TCFD 報告書

## 編製原則

本報告書依循全球永續性標準理事會 (Global Sustainability Standards Board, GSSB) 頒布之永續性報導原則 (GRI 準則 2021 年版) 撰寫，並依據永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 發布之電子商務行業指標，揭露與利害關係人相關的 ESG 資訊；詳細內容請參照本報告書附錄之 **GRI 準則指標對照表** 及 **SASB 行業準則索引表**。

## 報導範疇

### 揭露期間

本公司每年定期公開出版中文版及英文版永續報告書，並於**企業官方網站提供查詢及下載**。本報告書報導期間與本公司之合併財報相同，呈現 momo 於 2024 年度 (2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日) 實踐之永續目標與績效。為完整呈現專案及活動績效，部分內容涵蓋 2024 年度至 2025 年發行前之資訊，並經本公司永續委員會與董事會審議通過後發行。



首次出版  
2016 年 9 月

上一版本  
2024 年 8 月

現行版本  
2025 年 8 月

下一版本  
2026 年 8 月

### 內容邊界

2024 年 momo 在臺灣的營收佔全球總營收 100%，故依據揭露重大性，資訊範疇以 momo 在臺灣的營運為主。本報告書揭露之財務數據與本公司之合併財報數據邊界一致，環境面及社會面數據範疇，若與合併財報數據邊界不同，將以註解補充說明。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

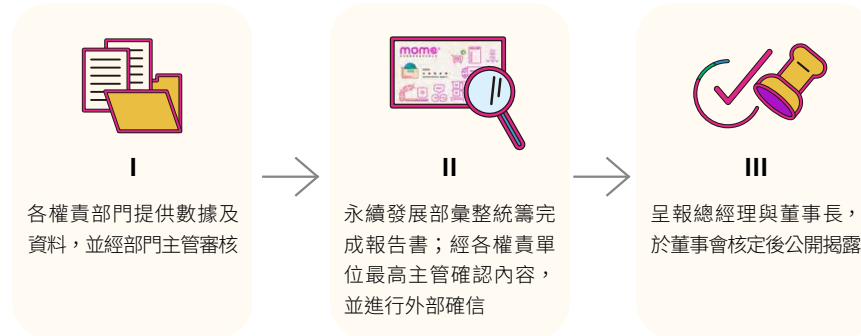
6 社會共好

附錄

## 報告書管理與發程序

本公司依據臺灣證券交易所股份有限公司公告之《上市公司編製與申報永續報告書作業辦法》，訂定《永續報告書編製與確信作業程序》及《永續報告書編製流程標準作業規範》。本報告書內揭露之資訊係由各權責單位提供，並依前述作業程序及規範等品質文件進行內控審核，再經永續發展部彙整統籌並進行外部確信，最終經董事會核定後發行。

### ■ 內部審核



### ■ 外部確信

本報告書所揭露之各項資訊與統計數據，均由各權責單位撰寫與統計，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表達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說明。

本報告書委託資誠聯合會計師事務所，依照中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」針對所選取之關鍵績效指標資訊進行獨立第三方之有限確信（Limited Assurance）工作，確信範圍及結論，請詳本報告書附錄之獨立有限確信報告書。

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下表所列示：

數據	依循標準	查證 / 確信機構
關鍵永續績效指標確信	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」	資誠
財務	會計師查核簽證財務報表規則及一般公認審計準則	勤業眾信
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	英國標準協會
職安衛生	ISO 45001 職業安全衛生管理系統	
資訊安全	ISO 27001 資訊安全管理系統 ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統	台灣檢驗科技股份有限公司 SGS Taiwan Ltd.
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」	安侯建業

## 意見回饋

如對本報告書或 momo 永續發展有任何建議或疑問，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

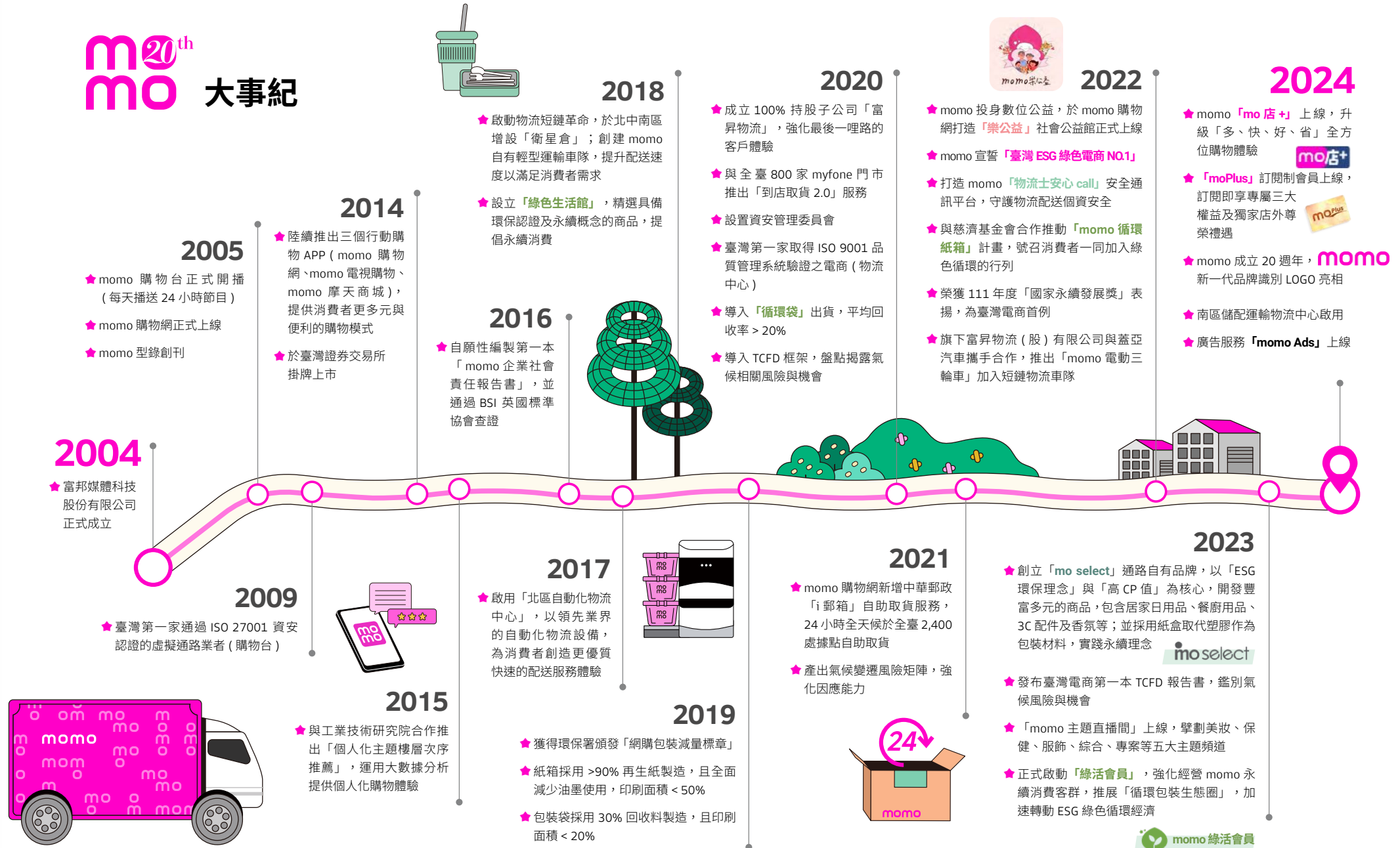
🏠 地址：11493 臺北市內湖區洲子街 96 號 4 樓



📖 請參照報告書其他頁面 | 🔗 超連結導向其他網頁 | 🏷️ GRI 指標



## momo 20<sup>th</sup> 大事紀



## 2024 momo 永續績效

### ENVIRONMENTAL



#### 產品上架

- 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 **>99%** 簽署**永續發展守則**、持續辦理教育訓練，打造永續供應鏈



#### 倉儲備貨

- 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**



#### 消費者下單

- 推動**綠活會員**，近 70 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



#### 包裝出貨

- 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，**包裹緩衝材用量漸少 >45%**



#### 物流配送

- AI 輔助**短鏈佈局**，降低配送里程
- **集中配送**，減少 >74 萬個紙箱分箱出貨
- **綠色車隊** 以電動車送貨，減少 50 公噸碳排放量
- >99.5% 供應商導入**物流隱碼**



### 環環相扣的**低碳購物旅程**

### SOCIAL

**60<sup>+</sup>** 項 年度公益專案 / **近 1 億** 元 年度公益總額

**21<sup>+</sup>** 萬 消費者響應捐款捐物 / **14<sup>+</sup>** 萬 預估受益人次

**3<sup>+</sup>** 萬 小時 ESG 教育訓練時數

**100** % 性別平等課程完訓

**51** % 女性主管占比

**5** 座 主倉通過健康職場認證

### GOVERNANCE

合併營收 **近 1,126 億** 元，持續創新高

持續鑑別 **氣候變遷風險與機會**

網購首選平台整體滿意度 **業界第一**

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

三大類檢驗防護網守護品質安全，年度檢驗 **10<sup>+</sup>** 萬 件 商品

## 榮耀與肯定

- ★ 6 度獲選「臺灣永續指數」成分股 (2024/12/23-2025/06/20)



### 投資評等肯定

- ★ 4 度獲 Institutional investor (機構投資人) 獲 2024 年亞洲中國除外地區 — 互聯網類別 最受尊崇企業、最佳投資人關係人員前三名、最佳投資人關係團隊前三名、最佳 ESG 前三名



- ★ 國立台北大學「台灣永續評鑑 AA 級」
- ★ 碳揭露計畫 CDP 氣候變遷 B 評級

### 環境永續



- ★ 行政院環境部「資源循環績優企業遴選 — 資源循環績優企業 金質獎」



- ★ 行政院環境部「2024 第六屆國家企業環保獎 銀獎」



- ★ 社團法人台灣全球商貿運籌發展協會「ESG 物流永續獎 — 物流作業永續組 金獎」

- ★ 商業週刊「2024《碳競爭力100強》數位雲端產業第一名」

- ★ 臺北市環保局「112 年台北市推動民間企業與團體綠色採購計畫」第 7 名

- ★ 行政院環境部「民間企業及團體綠色採購績優單位」

- ★ 台灣永續能源研究基金會「2024 台灣永續行動獎 SDG13 — momo 綠活會員計畫 金級」

- ★ TCSA 台灣企業永續獎「單項績效 — 氣候領袖獎」

### 綜合績效 / 公司治理



- ★ 數位發展部「友善電商」認證



- 第十一屆
  - ★ 公司治理評鑑上市公司組 Top 6%~20%
  - ★ 市值 100 億元以上之非金融電子類前 11% 至 20%

- ★ TCSA 台灣企業永續獎「創新成長領袖獎」
- ★ TCSA 台灣企業永續獎「永續報告書獎 白金級」
- ★ TCSA 台灣企業永續獎「台灣百大永續典範企業獎」

- ★ 天下永續公民獎「大型企業服務業 第 11 名」

### 多元共融 / 友善職場



- ★ Finance Asia (亞洲金融)「2024 年亞洲最佳 DEI 承諾企業 銅獎」



- ★ 衛生福利部國民健康署「健康職場認證 健康促進標章」



- ★ 台灣永續能源研究基金會「2024 第八屆台北金鵬微電影展 — 永續微電影 銅獎」



- ★ 臺北市政府勞動局「臺北市性別平等認證 金質獎 (2025-2026)」

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

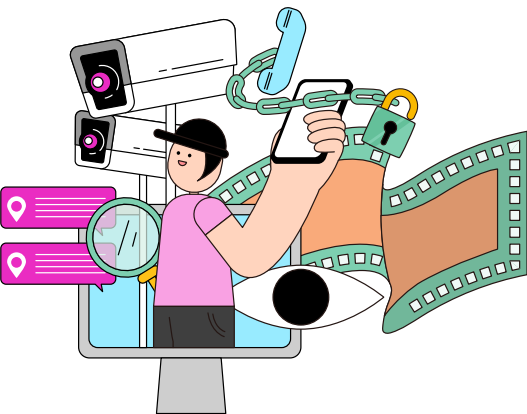
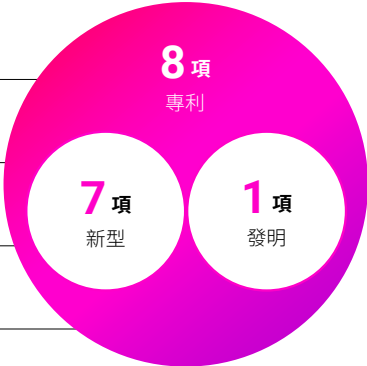
附錄



## 年度專利

專利類別 專利名稱

新型	軟體資源共用系統
新型	員工出勤打卡系統
新型	網路服務管理系統
新型	資訊監控管理伺服器
新型	資料處理系統
新型	監控影像調閱系統
新型	物流資訊查詢系統
發明	電話撥號管理系統及其電話撥號管理之方法





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

## 董事長的話

**2024** 年 AI 創新技術的爆發已在各大產業全面落地，進而成為各產業的營運關鍵轉折點，在這股 AI 運用浪潮下，電商零售產業更屬關鍵席位。電子商務，本質即在打破傳統實體消費模式，讓交易跨域、跨界與跨時效性進行；而 **momo 作為數位原生企業，已具備科技運用、技術研發的深厚根基布局**，透過提供物美價廉的便利消費體驗，讓 momo 成為臺灣消費者首選之虛擬通路龍頭！

現今，momo 更已積極透過「創新技術」與「數據賦能」驅動，運用 AI 技術重塑消費者的決策行為、深化與供應商的永續合作，**momo 不僅要做交易的橋梁，更要成為串聯生活、科技與永續的關鍵節點**，從智慧推薦、精準行銷、庫存管理、包裝最適化到綠色物流等，將永續落實於企業治理與營運核心，方能厚植企業韌性、放大影響，攜手利害關係人共創長遠價值。

### 領航產業轉型，構築韌性電商零售價值鏈

momo 身為電商產業的先行者，深知創新技術是實踐永續的強大引擎。從 AI 最適化包裝推薦，到物流路徑最佳化模擬，皆展現我們善用數據與科技的實力與責任。我們於遴選與評估供應商標準中，整合相關永續規範、提供 ESG 能力培訓，達到賦能供應商之效，**從產品、包裝到配送的每一環節，將平台影響力轉化為真正可擴散的綠色行動！**

此外，2024 年全新啟用「南區物流中心」，不僅代表我們物流能量的升級，更是**推動全臺物流資源均衡佈局的重要里程碑**。透過強化南臺灣的配送能力，持續讓各地消費者享有一致的速達服務，縮短時效落差，同時有效降低轉運流程中的能源耗用與碳排放。我們相信，唯有將永續價值納入企業經營核心，才能真正打造一個經得起時代考驗的產業典範。

### 賦能全民參與，讓永續成為生活日常

momo 的價值不只提供便利的銷售服務，永續核心更在於引導消費者的每一筆消費能對社會產生正向影響力。我們**透過「綠活會員」計畫，鼓勵消費者從一次選購、一趟配送開始，鏈結對環境與社會更友善的綠色包裝、綠色物流，達到日常即實踐永續的宗旨**。此外，momo 也將公益納入平台核心，建置「樂公益」網路公益專館，以數位力量放大關懷能量，讓 momo 不只是交易的場域，更具價值與信任的平台。而這正是我們身為企業、也是身為社會一份子的重要承諾：讓永續不只是企業的責任，更是社會的共同選擇！

### 回應時代挑戰，以人為本重新定義電商未來

momo 永續作為獲得數項來自官方與民間機構的肯定，2024 年度榮獲環境部「國家企業環保獎—銀級獎」、「資源循環績優企業遴選—金質獎」等多項國家級肯定，並斬獲「TCSA 台灣企業永續獎—百大典範企業」、「TSAA 台灣永續行動獎—SDG 13 金級」、「天下永續公民獎」、「商業周刊碳競爭力 100 強—數位雲端產業第一名」等十餘項永續大獎。

AI 科技發展日新月異，商業競爭轉瞬萬變，但 momo 始終堅持一個不變的核心：科技應為人服務，企業應為社會解題。**未來的電商，不只是消費者體驗的再升級，更是以人為本的價值再創**，我們將持續結合數據、科技創新與永續多重營運核心，串聯產業上下游，讓每一筆消費、每一項營運創新行動，發揮正向影響力！

董事長



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

# 總經理的話

**2024**年 momo 營收新臺幣 1,126 億元再創新高，也持續引領臺灣電商在永續發展的道路上穩步前進。在「創新技術」與「數據賦能」的驅動下，我們不僅在零售業務上取得突破，也在 ESG 領域取得卓越成效，締造豐碩成果。2024 年 momo 秉持「永續生活藍圖」五大永續主軸，穩健面對零售市場險峻的競爭、消費者需求與永續意識的轉型挑戰。

### Ø 驅動產業轉型，發揮 momo 平台綠色影響力

momo 堅持維護品牌信譽與消費者信任，嚴格把關商品品質與安全。同時，momo 明定「供應商 / 承攬商永續發展守則」，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。2024 年新進供應商簽署率達 99.5%。

此外，2024 年也**首次啟動供應商 ESG 自評問卷與籌辦「momo ESG 學苑」**，以利賦能 momo 供應鏈。momo 透過辨識供應商較關注之永續議題，提供 88 家供應商 ESG 培力資源，如免費碳管理教育訓練，並倡議與布達「包裝減量規範」政策、「產品碳足跡與業務連結」等 ESG 議題，**實質強化中小企業供應商氣候因應能力，強化 momo 產業價值鏈的韌性。**

### Ø 以「綠活會員計畫」驅動生活轉型，落實綠色消費新生活

面對消費者對企業永續日益升高的期待，momo 2024 年積極推動「**綠活會員計畫**」，會員數已達近 70 萬，**旨在鏈結消費者消費行為與 momo 長期深耕的低碳行動，賦予消費者「永續消費選擇權」**，讓消費者的每一次的點擊購物，都能成為改變世界的一步。

momo **全通路推廣永續標章、在地產銷商品**，在電商購物平台上嚴選超過 5,300 件具綠色標章與認證的環保商品，合併全年零售消費檔期與節慶規劃，每月舉辦 10 天「綠活會員週」提供回饋優惠，並於整體綠活會員活動累計發放 mo 幣超過 21 萬，提升會員互動及活躍度，激勵與引導消費者能在日常生活落實綠色消費新生活。

### Ø 鏈結生活轉型與能源轉型，朝向淨零「最後一哩路」

我們致力提供消費者於 momo 獨有的「愉悅購物旅程」消費體驗感，而這願景使命背後奠基穩健、長期推動的綠色物流與綠色包裝配套佈局與措施，momo **透過「綠活會員」計畫，成功提升消費者對 momo 永續行動的參與度**，藉由精準遞送循環包裝給具永續意識的會員，以及跨倉集中到貨機制，讓 momo **2024 年度循環包裝與綠色物流總計減少逾 230 公噸碳排放，近 2 萬棵樹的年碳匯效益。**

2024 年底南區物流中心的落成與啟用，將更助力落實就近配送策略，更同步減少運輸所造成的碳排放，並建置 3,700 坪、裝置容量約 1,200 瓩的太陽能發電系統自發自用，合併北區物流中心太陽能發電，2024 年全年度總累積發電約 207 萬度電。同步，我們也導入 50 部商用電動三輪車，透過再生能源與電動車隊的運用，達到能源轉型之效。

面對零售市場的快速變遷，我們深知創新是企業持續發展的核心，展望 2025 年，momo 將持續深化技術驅動的永續發展，運用 AI 優化物流路徑及包裝效率，同時持續強化賦能供應鏈夥伴，共同打造與提升綠色產品價值，並攜手消費者一同永續消費循環，實現永續與盈利的雙贏。

總經理

李錫山





## 1 momo 永續發展

### 1.1 綠活電商領航者

### 1.2 永續治理機制

### 1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

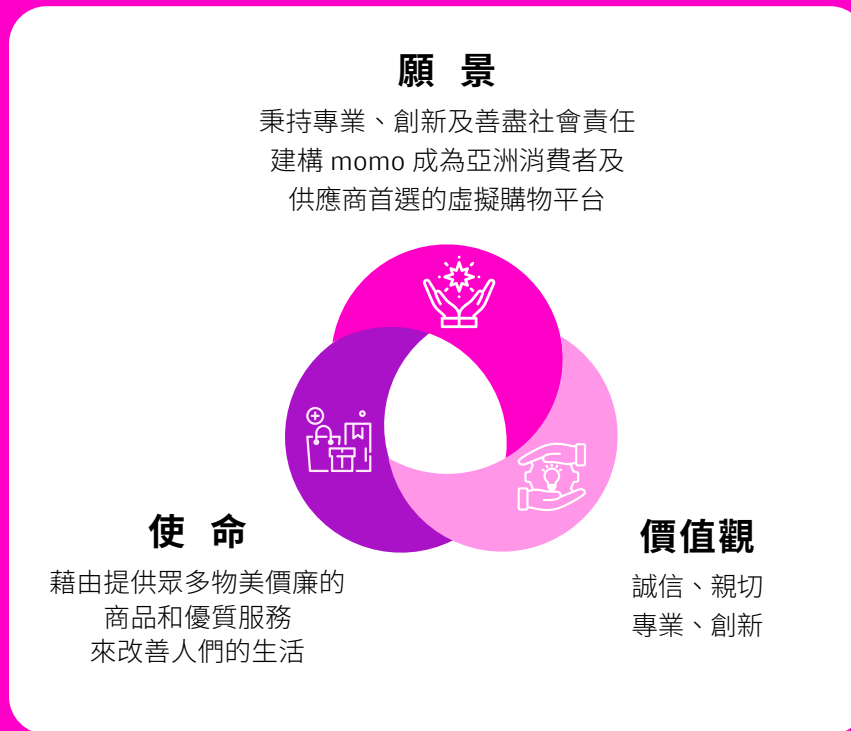
## 6 社會共好

## 附錄

# 1

## momo 永續發展

momo 以「momo 更多更多」品牌精神，藉由實踐「物美價廉、優質服務」的使命，融入「誠信、親切、專業、創新」四大經營價值，來達成「將 momo 建構成消費者與供應商首選虛擬購物平台」的企業願景。並秉持專業、創新來打造「多、快、好、省」的全方位購物體驗，致力成為臺灣電商產業典範。



## 1 momo 永續發展

### 1.1 綠活電商領航者

#### 1.2 永續治理機制

#### 1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 1.1 綠活電商領航者 2-22

momo 自 2019 年展開永續願景計畫，擘劃「**永續生活藍圖**」推動公司永續發展。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，以「**綠活電商領航者**」為承諾，於核心業務多管齊下運用數位賦能，並同步導入科技輔助，積極加速低碳轉型與數位公益發展，持續創造利害關係人共好價值，深化電商平台影響力。同時，momo 持續推動「**綠活會員**」與拓展「**循環包裝生態圈**」，強化 ESG 綠色循環經濟及串聯供應商實踐永續綠色營運。



### 永續生活藍圖



1 momo 永續發展

1.1 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

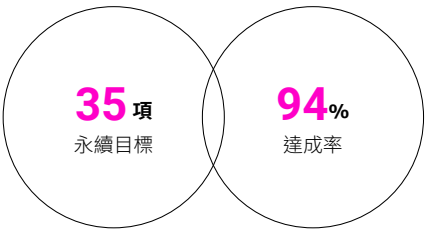
6 社會共好

附錄

永續目標績效與進程管理

momo 依循五大永續主軸，每年積極設定具體的永續目標並追蹤各項行動執行情況。為落實「綠活電商領航者」的承諾，我們針對各目標制定短、中、長期的量化指標，每半年一次向永續發展委員會及董事會呈報推動計畫、實際績效與成果，並滾動式調整內容以符合實際需求。

2024 年共計 35 項永續目標，達成率 94%；各項指標執行情形及整體短、中、長期之各項永續目標，請見下表：



永續主軸 | 共益夥伴 Partnership matters



策略意涵	對應之 永續議題	2024 指標與目標	2024 執行成果與達標狀況	2025 短期目標	2026-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
永續治理，穩健經營 與透明誠信	公司治理 與 誠信經營	ESG 績效目標於高階經理人 KPI 佔比 > 10%	> 10%	> 10%	> 10%	> 10%
		公司治理評鑑上市組 TOP 5%	第 11 屆評鑑結果為 Top 6%~20%	TOP 5%	TOP 5%	TOP 5%
		董事組成多元化	維持一席女性董事	維持一席女性董事	評估規劃增加獨立董事席次	評估規劃增加獨立董事席次至 1/2
驅動價值鏈夥伴， 朝向產業轉型	永續 供應鏈	供應鏈風險管理強化	<ul style="list-style-type: none"><li>完成關鍵一階新進供應商 ESG 自評</li><li>規劃 14 次供應商 ESG 教育訓練</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>持續推動關鍵一階及新進供應商 ESG 自評</li><li>舉辦至少一場供應商 ESG 教育訓練</li><li>供應商評鑑分級 A、B、C 等級（商品品質、資安、金流、訂單、寄倉）</li><li>資安自評表新版上線</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>持續推動關鍵一階及新進供應商 ESG 自評</li><li>新進供應商審核置入 ESG 檢核條件</li><li>持續舉辦供應商 ESG 教育訓練</li><li>依照評鑑等級及高風險供應商進行訪廠輔導</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>持續推動關鍵一階及新進供應商 ESG 自評</li><li>持續舉辦供應商 ESG 教育訓練</li><li>規劃 ESG 績優供應商徵選</li><li>依照評鑑等級及高風險供應商進行訪廠輔導</li></ul>
		綠色供應商管理	<ul style="list-style-type: none"><li>帶動供應鏈綠色包裝：持續推廣使用循環物流箱、宣導提升原箱出貨</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>循環物流箱導入 10 家</li><li>推廣廠商購買 momo 環保包材 80 家</li><li>供應商 ESG 宣導、線上影音 1 支</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>循環物流箱使用箱次 YOY 成長 10%</li><li>推廣廠商購買 momo 環保包材 100 家</li><li>供應商 ESG 宣導、線上影音 2 支</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>循環物流箱使用箱次 YOY 成長 10%</li><li>推廣廠商購買 momo 環保包材 120 家</li><li>供應商 ESG 宣導、線上影音 3 支</li></ul>
		新進供應商 / 承攬商 永續發展守則簽署率 100%	新進商品供應商簽署率 99.53% <sup>註</sup>	新進有販售商品的供應商 簽署率 100%	新進有販售商品的供應商 簽署率 100%	新進有販售商品的供應商 簽署率 100%

■ 註：新進商品供應商簽署率未達 100% 係因靜止供應商，後續已內部針對靜止供應商採取措施因應。

超越 達成 未達標

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

永續主軸 | 永續消費 Customer matters



超越 達成

策略意涵	對應之 永續議題	2024 指標與目標	2024 執行成果與達標狀況	2025 短期目標	2026-2027 中期目標	2028 -2030 長期目標
積極推廣永續消費， 倡議綠活會員	永續消費	<b>綠色生活館營運績效成長</b> <ul style="list-style-type: none"><li>綠活館有購人數較前一年 + 5%</li><li>綠活館商品數較前一年 + 5%</li><li>綠活館線上 / 線下活動參與人數達 1200 人</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>有購人數 + 27%</li><li>商品數 + 9%</li><li>線上 / 線下活動參與人數 &gt; 2,000 人</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>+10%</li><li>+10%</li><li>1,500 人</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>+10%</li><li>+10%</li><li>1,500 人</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>+10%</li><li>+10%</li><li>1,500 人</li></ul>
		<b>推廣綠活會員，強化永續消費客群</b> <ul style="list-style-type: none"><li>綠活會員數較前一年 + 20%</li></ul>	+ 29%	 + 20%	+25%	+ 25%
		優化綠活會員功能	<ul style="list-style-type: none"><li>持續優化「綠活會員」及「綠色生活館」功能</li><li>規劃並開發「減碳儀表板」及「綠活點數」專案</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>第一階段「減碳儀表板」於 2025 一月上線</li><li>第二階段「綠活點數」回饋機制於 2025 七月上線</li><li>規劃至少一場綠活會員環境友善實體活動</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>規劃呈現商品永續資訊</li><li>每年至少一場環境友善實體活動</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>提升商品永續資訊</li><li>每年至少一場環境友善實體活動</li></ul>
		( 電視購物 ) 在地商品品項數成長較基準年 (2023) 品項數 + 5%	<ul style="list-style-type: none"><li>電視品項數去年較同期 + 11.3%</li><li>食品品項數去年較同期 + 12.6%</li><li>保健品項數去年較同期 + 10.3%</li></ul>	 <b>目標調整原因</b> 考量在地商品已持續幾年不斷擴增數量，而為積極推進永續消費，且發揚影音事業處的影音製作專長，協助供應商攜手拓展永續商品的理念及商機；故年度目標調整為著重於協助供應商開發並深耕特色商品，同時透過公司各影音通路，呈現其永續的理念和商品價值。		
		( 電視購物 ) 完成 6 個在地商品教材	完成 6 個 ( 包含食品、美妝、精品及旅遊案例 )	 8 支	10 支	12 支
		( 電視購物 ) 完成 3 支推廣綠色消費理念 ESG 影片	完成 4 支	 4 支	5 支	6 支
		完成 4 檔直播 協助品牌供應商推廣永續理念及商品	完成 4 檔	 4 檔	6 檔	8 檔

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

永續主軸 | 永續消費 Customer matters



策略意涵	對應之 永續議題	2024 指標與目標	2024 執行成果與達標狀況	2025 短期目標	2026-2027 中期目標	2028 -2030 長期目標
注重消費者體驗、 確保消費者保障與權益	顧客隱私 與 資訊安全	智能資安技術應用	導入 AI 數位特徵識別系統，並針對模擬器、機器人、爬蟲工具訪問網站的裝置或行為進行控管，自動阻擋不當登入機制上線後，一個月內即成功攔阻 16,000 次異常連線	AI 數位特徵識別機制應用及優化 建立自動化 API 安控管理與盤點機制 執行 2025 年度資安演習（紅隊演練）	運用 AI 串聯日誌系統進行異常分析，培養資安人員資安鑑識能力	建立資料分級管理機制，改善資料交換流程及保護技術
		落實資安法遵合規與第三方驗證		ISO27001 與 ISO27701 持續有效 支付卡安全標準 (PCI DSS) 持續合規	ISO27001 與 ISO27701 持續有效 支付卡安全標準 (PCI DSS) 持續合規	ISO27001 與 ISO27701 持續有效 支付卡安全標準 (PCI DSS) 持續合規
		資訊安全轉版——ISO27001:2022 個人資料管理系統持續有效——ISO27701:2019 支付卡安全標準 (PCI DSS) 持續合規	完成 ISO27001:2022 轉版 完成 ISO27701:2019 持續有效驗證 取得 PCI DSS 年度合規證書			
	顧客關係 管理	推動「足感心」，提升客戶滿意度	客戶表揚件數數年成長 11.3%	導入「即時服務滿意度」調查，客戶滿意度 ≥ 85%	≥ 85%	≥ 85%
		強化客服作業專業度	專業人員培訓課程累積達 21 場，培訓率達成 100% 跨單位協作共處理 144 件需求 人員作業正確率達 99.6%	提升專員全方位技能（文字、語音服務能力） 推進轉型文字服務，客服具備雙服務能力實際執行比例達 60%	雙技能實際執行人力達 80%	雙技能實際執行人力達 100%
		專業培訓達成率 100% 跨單位協作優化購物流程，以減少「聯絡客服」之必要 建構「專業秘密客團隊」，把關人員服務品質				
	商品責任	持續監控品質異常 優化各項預防措施	品質異常退貨率 0.72% 重大品質異常客訴 0.000073 %	品質異常退貨率 1% 以下 重大品質異常客訴率 0.003 % 以下 導入 AI 偵測商品合規提升自動化 跨部門 QCC 品管圈提案	品質異常持續下降，強化供應商管理及協作機制	品質管理系統優化，與供應商共建高品質標準

超越 達成

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

永續主軸 | 永續環境 Environment matters



策略意涵	對應之 永續議題	2024 指標與目標	2024 執行成果與達標狀況	2025 短期目標	2026-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
科技輔助減碳， 落實綠色營運	氣候治理 與能資源 管理	自建倉裝置太陽能發電系統建置及啟用	<ul style="list-style-type: none"><li>完成南區物流中心太陽能系統建置</li><li>北區物流中心全年發電量 118.6 萬度</li></ul>	 南區物流中心太陽能自發自用系統 (1,200kwp) 正式啟用及取得綠能憑證	中區物流中心太陽能自發自用系統 (1,200kWp) 規劃、建置及啟用	中區物流中心太陽能自發自用系統 (1,200kWp)、未來自建倉太陽能系統皆自發自用，系統效能持續監控
		<b>範疇二用電減量</b> 註：原基準年 2023， 2025 年起調整基準年為 2024	- 4.4%	 辦公室人均用電量較基準年 -1%	辦公室人均用電量較基準年 -2%	辦公室人均用電量較基準年 -2%
		<ul style="list-style-type: none"><li>總部大樓辦公室人均用電量較基準年 -1%</li><li>倉庫每坪用電較基準年 -1%</li></ul>	- 10.01%	 倉庫每坪用電 -1%	倉庫每坪用電 -2%	倉庫每坪用電 -2%
	氣候治理 與能資源 管理	碳盤查精進， 強化範疇三數據管理能力	<ul style="list-style-type: none"><li>完成盤查「門市自取」、「集中配送」、「電動機車」、「循環袋」、「循環紙箱」及「最適化包材系統」之單件避免碳排放量</li><li>完成 1P 商品碳足跡盤查，鑑別碳排放占比 80% 之商品類別，並掌握產品累積碳排放量前 30 大品牌商</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>ISO 14064-1 盤查邊界擴大，包含 9 家國內外子公司達 100%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>範疇三盤查及揭露新增 1-2 項類別</li><li>服務生命週期碳排放量 3%，取得減碳標籤</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>範疇三盤查及揭露新增 1-2 項類別</li></ul>
		人均用水減量至 17.6 度 (原基準年 2023；2025 起，因辦公室納入 9 樓辦公區，故變更基準年為 2024) 邊界：僅計算總部大樓	總部大樓全年人均用水量為 13.18 度 優於原定目標，且低於基準年 13.47 度	 17.6 度	17.4 度	17.4 度
		總部大樓人均廢棄物較基準年 (2020) -4% 邊界：僅計算總部大樓	- 18.25%	 - 4%	- 7%	- 10%
	氣候治理 與能資源 管理	人均紙張較基準年 (2020) -6% 邊界：僅計算總部大樓	- 14.63% 總部大樓 2024 年人均用紙量 793.38 張	 - 7%	- 10%	- 13%



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

永續主軸 | 永續環境 Environment matters



超越 達成

策略意涵	對應之 永續議題	2024 指標與目標	2024 執行成果與達標狀況	2025 短期目標	2026-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
科技輔助減碳， 落實綠色營運	綠色包裝	包裝及緩衝材基準年 (2019 ) 減量 ≥ 25%	減量 26.6%	減量 ≥ 30% 提高原箱出貨 ≥ 23%	減量 ≥ 35%	遵循政府包裝減量法規規範
		<b>提升循環包材使用率</b> <ul style="list-style-type: none"><li>拓展循環袋出貨倉佔比達50%</li><li>提升循環袋回收率，拓展 1 家以上回收通路</li><li>循環袋優化改版</li><li>提升循環紙箱出貨使用，使用總量年成長 ≥ 10%</li><li>拓展慈濟配合站點</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>拓展循環袋出貨倉佔比達 76%</li><li>循環袋回收率 21.4 %；完成拓展 2 家回收通路 ( 台灣大哥大及 7-11)</li><li>完成循環袋優化改版</li><li>循環紙箱出貨總量年成長 18%</li><li>增加 1 個慈濟配合點</li></ul>	循環包材出貨佔比 1% 紙箱回收點增加，提高進貨紙箱再利用 增加循環袋回收通路 工研院循環箱 POC	成立包裝研究中心，提升可回收性及創新包裝設計	透過包裝研究中心，持續包裝研發與減量
	綠色物流	<b>打造綠色車隊</b> <ul style="list-style-type: none"><li>自有車隊每件配送碳排放較基準年 (2023) – 1%</li><li>去節點節省 2,500 轉運趟次</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– 4.8% (平均每件配送碳排放量 0.25 kg CO<sub>2</sub>e/件)</li><li>4,018 趟次</li></ul>	富昇提升電動機車佔比 30%	富昇提升電動機車佔比 50%	持續優化綠色車隊及能源使用
		最後一哩路低碳化	<ul style="list-style-type: none"><li>分析集中配送、短鏈之減碳效益，制定物流減碳優化計畫</li><li>2024 年每件包裹避免碳排放為 0.068kgCO<sub>2</sub>e</li></ul>	新增退貨通路，減少逆物流里程：超商退貨服務新增全家退貨通 (現有 7-11 退貨便) 持續推動「集中配送」，新增南區物流中心為集貨點，減少南部客戶訂單的總配送里程和配送速度	增加中南倉庫存品項，增加中南倉配送至中南客戶訂單比例，減少整體配送里程	與超商或其他物流業者共同合作，減少客戶訂單包裹轉運次數與配送里程



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場





6 社會共好

附錄

超越 達成


永續主軸 | 友善職場 Employee matters



策略意涵	對應之永續議題	2024 指標與目標	2024 執行成果與達標狀況	2025 短期目標	2026-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
落實人權保障， 培力產業人才	人權管理	<b>女性領導力培訓</b> <ul style="list-style-type: none"><li>持續辦理主管培力課程 / 講座 —— 6 場</li><li>女性員工受訓率 —— 55%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>10 場</li><li>58%</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>8 場</li><li>60%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>8 場</li><li>60%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>10 場</li><li>65%</li></ul>
		<b>性別平等推廣與培訓</b> <ul style="list-style-type: none"><li>教育訓練受訓員工數 —— 累積 6,000 人次</li><li>性別平等相關課程滿意度 —— 80 分</li><li>性別平等宣導完訓率 —— 100%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>(自 2021 年起累積) 12,344 人次 2024 單年度的累計 3,633 人次</li><li>4.7 分 (相當於 94 分)</li><li>100%</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>6,000 人次</li><li>4.5 分</li><li>100%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>6,500 人次</li><li>4.5 分</li><li>100%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>7,000 人次</li><li>4.5 分</li><li>100%</li></ul>
		持續導入 ISO 45001 職業安全衛生管理驗證	<ul style="list-style-type: none"><li>南區物流中心自建倉於 2024/11 啟用 並已規劃 2025 年導入作業</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>完成南區物流中心驗證</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>完成中區物流中心驗證</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>維持自建倉通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統認證</li></ul>
		主倉健康職場認證率 ≥ 75%	<ul style="list-style-type: none"><li>90%</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>≥ 75%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>90%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>100%</li></ul>
		員工健康促進課程滿意度 90%	<ul style="list-style-type: none"><li>97%</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>90%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>95%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>≥ 95%</li></ul>
	人力資源 管理	<b>人才培育</b> <ul style="list-style-type: none"><li>學習系統平台訓練時數 —— 60,000 小時</li><li>觸及員工 —— 100%</li><li>持續培育企業內部菁英人才發展，建置超級英雄 與 Future Leaders 計畫，目標留任率 —— 80%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>81,016 小時</li><li>100%</li><li>超級英雄留任率 100%； Future Leaders 留任率 96%</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>80,000 小時</li><li>100%</li><li>培育晉升達 85%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>80,000 小時</li><li>100%</li><li>培育晉升達 85%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>100,000 小時</li><li>100%</li><li>培育晉升達 88%</li></ul>

永續主軸 | 社會共好 Society matters



策略意涵	對應之永續議題	2024 指標與目標	2024 執行成果與達標狀況	2025 短期目標	2026-2027 中期目標	2028-2030 長期目標
發揮電商核心本業， 推動數位公益	<b>社會影響力</b> ／ <b>生物多樣性 與生態保育</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>維持「樂公益」合作類別多元性； 提升關注「生物多樣性」議題</li><li>每年定期至少與 30 個公益團體合作</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>合作類別議題包含：環境動物保護、 弱勢婦幼、身心障礙及長者服務</li><li>合作公益團體共 67 家、 執行公益專案逾 58 項</li><li>公益總額逾 9,282 萬元</li><li>投入公益廣宣資源逾 2 億元</li><li>響應會員人數 210,613 人</li><li>預估受益人數 140,112 人次</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>每年定期至少與 30 個 公益團體合作</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>每年持續發布 10 篇以上 ESG 相關新聞稿，傳播 及溝通重點議題</li><li>每年定期至少與 40 個 公益團體合作</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>「樂公益」合作類別至少達 5 個種類，持續維持多元性</li><li>每年定期至少與 40 個公益 團體合作</li></ul>

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

# 1.2 永續治理機制

2-9

2-12

2-13

2-14

2-22

2-23

2-24

3-3

## 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」，制定「永續發展委員會組織規程」，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「第二屆永續發展委員會」委員，經委員相互推舉，由蔡明忠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，每半年定期向董事會報告永續治理策略及年度發展計畫執行成效。



## 永續發展委員會職責範圍

2024 年 8 月 2 日第二次修訂「永續發展委員會組織規程」，第五條規定本公司永續發展委員會之職責事項如下：

- 1 永續發展年度計畫及策略方向之訂定。
- 2 永續發展專案及活動計畫之訂定。
- 3 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。
- 4 督導永續資訊揭露事項並審議永續報告書。
- 5 督導本公司永續發展守則之業務或其他經董事會決議之永續發展相關工作執行情形。



永續發展實務守則



永續發展委員會組織規程



永續報告書編製與  
確信作業程序

## 1 momo 永續發展

### 1.1 綠活電商領航者

### 1.2 永續治理機制

### 1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

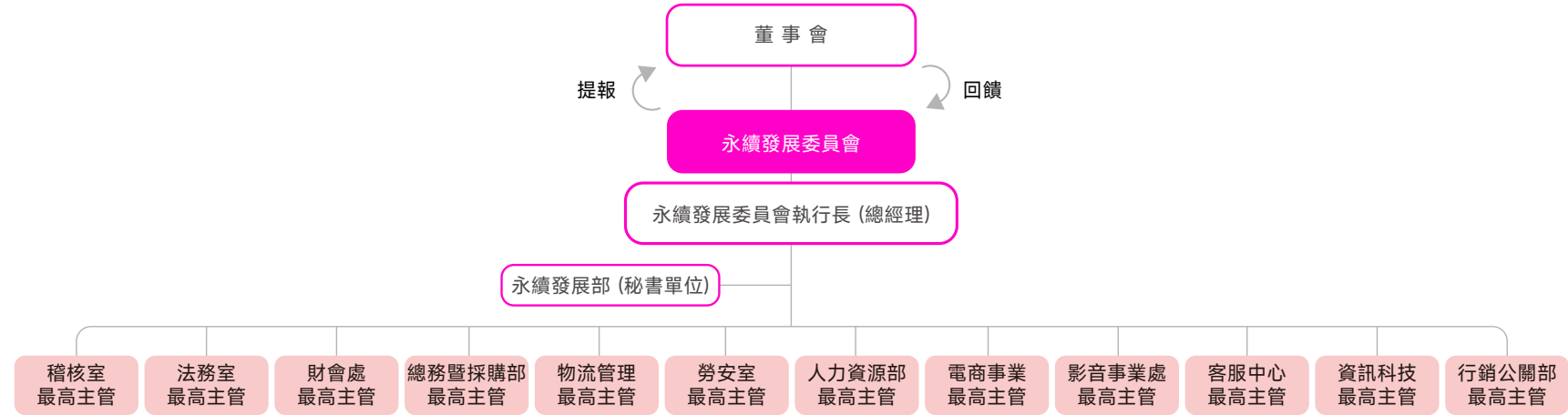
## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 永續發展委員會組織架構



各營運單位就其業務職掌，參考利害關係人所鑑別之永續重大主題，制定相關管理指標、目標及行動方案，每半年呈報永續發展委員會執行長（總經理），由執行長核定並督導跨單位橫向分工、再由永續發展部協力跨單位溝通合作，並定期追蹤短中長期目標達成率。各營運單位最高主管負責監督管理指標、目標之達成情況，其 10% 以上 KPI 與 ESG 績效連結。此外，永續報告書內容係由各營運單位依據職掌蒐集撰寫文字及數據，經永續發展部彙整審訂後，呈送營運單位最高主管及總經理核閱，再提報永續發展委員會及董事會審議通過。

## 2024 年永續發展委員會運作

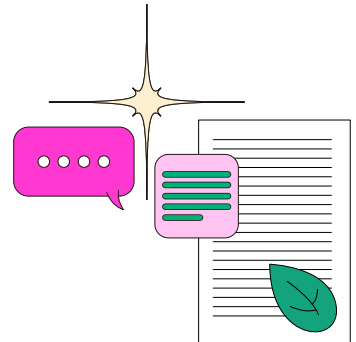
2024 年共召開 2 次會議，通過 10 項報告與決議，並將報告與決議內容呈報董事會。

### 2024 年 2 月 16 日會議

1. 第二屆第 1 次會議指示事項之推動情形報告案
2. 2023 年利害關係人溝通情形暨重大主題鑑別報告案
3. 2023 年永續績效檢視暨 2024 年精進計畫及目標報告案
4. 2023 年第 4 季溫室氣體盤查與查證執行情形報告案

### 2024 年 8 月 2 日會議

1. 第二屆第 2 次會議指示事項之推動情形報告案
2. 2024 年上半年綠活電商 KPI 檢視暨下半年精進方案報告案
3. 2024 年第 2 季本公司暨子公司溫室氣體盤查及查證進度報告案
4. 修正本公司「永續發展委員會組織規程」討論案
5. 訂定本公司「永續報告書編製及確信之作業程序」及檢呈 2023 年永續報告書討論案
6. 國際電商永續趨勢與臺灣電商產業未來動向報告案



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

# 1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2-9

2-12

2-13

2-14

2-22

2-23

2-24

3-3


## 利害關係人鑑別與溝通

### 利害關係人鑑別

momo 依循 AA1000 利害關係人議合標準（Stakeholder Engagement Standard, SES），召集各部門永續專責主管評估、討論與檢視，鑑別出七類聚焦溝通的主要利害關係人。此七類利害關係人為與 momo 各單位業務職掌相關且會密切接觸之團體或個人，並會對 momo 營運活動產生影響或受營運活動影響。

### 多元化溝通

momo 透過多元管道蒐集並回應利害關係人的建議與需求：

1. 企業官網設置「**利害關係人專區**」：針對各類利害關係人，momo 皆設有專屬的對應窗口，由權責單位進行追蹤、執行與改善。
2. 永續發展委員會依據每年鑑別之重大主題，規劃並推動各項「**永續專案**」，並持續與各方利害關係人議合，以有效回應各方利害關係人之需求。最高治理單位則透過年度「**實體股東會**」直接與利害關係人溝通。
3. 「**永續協力主管及同仁工作坊**」—— 公司內部經各項重大議題涉及之權責單位，依其業務經驗與工作情況評估、判斷 momo 年度永續議題的正負面衝擊程度、影響程度與發生可能性。
4. 「**利害關係人意見調查問卷**」—— 以公開問卷調查七類利害關係人對 momo 永續議題正負向衝擊之關注程度，並蒐集質性回饋。
5. 「**利害關係人座談會**」—— 2019 年起，連續 6 年舉辦年度利害關係人座談會，並將溝通情形與回饋建議，每年一次呈報至董事會。

## 7 大利害關係人



### 消費者

提供多元化消費服務吸引消費者，並滿足其需求，帶動業績成長



### 員工

培養優秀人才，推動創新與轉型，提升企業競爭力



### 供應商

落實永續供應鏈，提供優質商品與服務



### 股東 / 投資人

創造穩健獲利的營收成果，以持續獲得投資人青睞



### 政府組織

遵循政府法規，取得政府支持並共同合作，促進企業發展



### 社區與 NGO/NPO

社區、鄰里與非營利組織為推動永續專案的合作夥伴



### 媒體

傳達品牌理念與形象的重要管道，也是與利害關係人相互瞭解的溝通媒介



## 1 momo 永續發展

### 1.1 綠活電商領航者

### 1.2 永續治理機制

### 1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 第六屆 momo 利害關係人座談會

2024 年底以「**綠活行動聯盟**」主題聚焦，與 15 位供應商、消費者、NPO、媒體、股東等利害關係人代表，面對面溝通本公司永續策略及行動，作為擬定 2025 年永續精進計畫之重要參考。

### 利害關係人回饋



#### 肯定

- 循環袋回收據點新增超商通路，大幅提升歸還便利性與意願
- 與供應商公益合作專案成效良好，有效帶動業績並提升品牌形象
- 發揮以大帶小力量與供應商合作綠色包裝 / 物流，減少網購包裝與碳排

#### 建議

- 綠色生活館選品可擴展更多永續價值，例如：地方創生、循環經濟，納入更多永續概念商品
- 期許可以推廣更多倡議式行動，並將與供應商合作的公益專案也可以納入「momo 樂公益」，增加多元性
- momo 擁有流量優勢，可以深化核心職能特色（例如：擴大使用電動三輪車）及強化多方永續溝通，推動更多的永續影響力





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

### 1.2 永續治理機制

### 1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

# 利害關係人溝通績效與管道

## 溝通頻率與管道

### 1 消費者



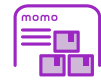
- 專人處理顧客消費問題並掌握處理進度
- 設置 24/7 客戶服務專線及信箱
- 每年進行顧客滿意度調查 / 問卷調查
- 每月舉辦行銷宣傳及行銷活動、APP 推播
- 於官網利害關係人專區設置消費者申訴管道

### 2 員工



- 不定期辦理員工滿意度調查
- 每季召開勞資會議、職業安全衛生管理委員會
- 不定期於員工專屬「M+」App 發佈最新訊息
- 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
- 每年 2 次績效考核面談暨職涯發展回饋
- 於官網利害關係人專區設置員工申訴專線與信箱

### 3 供應商



- 每年推動新進與關鍵供應商 ESG 自評
- 設置廠商服務專員，提供一對一定期每月稽核輔導約 10 家與不定期訂單假押出貨 / 虛構訂單輔導，每月約 10~15 家
- 專人拜訪、電話、會議及電子郵件
- 每月辦理供應商說明會
- 設置供應商後台管理系統處理供應商問題
- 於官網利害關係人專區設置供應商申訴專線及信箱
- 首度推動新進與關鍵一階供應商 ESG 自評各 1 次
- 辦理 1 場大型供應商 ESG 教育訓練，共 58 家供應商、88 人次參與
- 透過供應商管理系統 (SCM) 與供應商即時溝通與公告重要事項，輔導供應商共同落實包裝減量等最新法規規範
- 線上影音教育訓練課程共 33 支，其中新影片 14 支，總觀看次數逾 6.4 萬次，較去年提升 20%
- 累計 34 家供應商定期配合租借循環物流箱，創造減碳效益
- 攜手 99.5% 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
- 與 4 家供應商共同推動公益行銷活動
- 利害關係人座談會邀請 5 家供應商企業參加，給予精進建議

### 4 股東／投資人



- 每月公佈營收績效
- 每季公佈財務報告與舉辦法人說明會
- 每年舉辦股東常會
- 不定期參加國內外投資論壇說明公司財務與業務相關訊息
- 不定期於公開資訊觀測站揭露公司重要財務及業務相關資訊
- 設有發言人與代理發言人，並於官網設置投資人專區及股東聯繫窗口
- 法人說明會 / 法人活動共 16 場、共 508 參與人次
- 法人會議共 153 場、共 192 參與人次
- 定期參與國內外永續評比，以回應股東 / 投資人對永續評比表現之重視；含 CDP、FTSE Russell ESG Score、臺灣永續評鑑等
- 利害關係人座談會邀請 2 位機構投資人代表參加，給予公司建議

## 2024 年溝通績效

- 推動「綠活會員」計畫，鼓勵消費者使用循環包裝及集中配送服務，2024 年底共獲近 70 萬消費者響應
- 委託外部市調機構進行消費者調查了解客戶意見，2024 年消費者對 momo 整體網購體驗滿意度為 88%
- 透過官方社群 (Facebook/Instagram) 與消費者分享最新 ESG 行動逾 36 則、公益宣傳 65 則
- 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 99.1%
- 舉辦 1 場大型淨灘活動，共 125 位消費者響應

- 2024 年執行 1 次全公司員工滿意度調查，65% 員工對於整體工作環境感到滿意
- 職安衛管理委員會共召開 4 次會議，通過 24 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
- 透過「性別平等推廣委員會」運作，營造多元包容的職場環境
- 不定期辦理多元教育訓練，包含多元友善課程、法規遵循課程、主管培力課程等



## 申訴與意見回饋管道

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

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

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

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

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

溝通頻率與管道

5 政府  
組織



- 不定期參與政策研討會、座談會或公聽會
- 不定期拜會或邀訪主管機關建立直接交流機會
- 不定期公文往來、電子郵件、電話溝通、現場稽查
- 官網利害關係人專區設置政府單位聯絡人與信箱

6 社區與  
NGO



- 每年透過 ESG 報告書公開公益專案內容、贊助與募款金額、義賣與捐贈商品數等
- 每年舉辦 1 次利害關係人座談會，溝通及回應需求
- 不定期舉辦公益活動、參與相關論壇及研討會
- 於官網利害關係人專區設置永續發展、社區與 NPO 之專屬聯絡人與信箱

7 媒體



- 不定期發布新聞稿 / 記者會 / 採訪活動
- 專職單位及專人溝通回覆
- 於官網利害關係人專區設置媒體聯絡人與信箱

2024 年溝通績效

- 2017~2024 年連續 8 年入選臺灣證券交易所「臺灣公司治理 100 指數」成份股
- 2017~2024 年連續 8 年獲證交所公司治理評鑑上市公司 Top 5%；2019~2024 連續 6 年獲市值 100 億元以上之非金融電子類 Top 10% 最高榮譽
- 參與環境部舉辦「網購包裝減量聯盟咖啡館交流」會議，結合其他網購平台業者、包材及物流業者，以討論方式整合未來提高循環包裝使用率之關鍵
- 配合辦理環境部資源循環署「循環包材 EASY 購線上活動」，鼓勵消費者使用並歸還循環包材
- 參加臺北市大型網際網路零售業者包裝減量規定（草案）公聽會、網購平台業者經驗交流會議、網路平台環境用藥廣告管理研商會等會議

- 加入由工研院、無店面公會共同推動之「電商防詐聯防與通報平臺」，避免國內消費者使用而遭詐騙產生財務損失
- 全年度與 67 家公益團體合作推動逾 58 項公益專案
- 不定期媒合公益團體需求，捐贈約 121 萬元之物資
- 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
- 高階主管擔任 9 場外部永續論壇之講者，向青年學子及中小企業主分享綠色營運及永續消費經驗
- 利害關係人座談會邀請綠色和平代表給予精進建議
- 邀請「荒野保護協會」、「綠色餐飲指南」等 NPO 至公司分享

- 2024 年舉辦記者會 6 場、新聞稿超過 145 則、電視新聞採訪 37 則、人物與企業專訪 2 場

申訴與意見回饋管道

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

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

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

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

註：「台北市汽車貨運商業同業公會」為子公司（富昇物流）參與，其餘申請公司皆為富邦媒體科技（股）公司。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

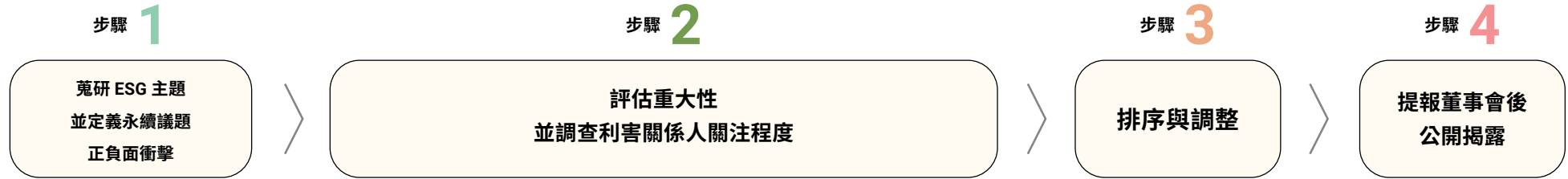
## 6 社會共好

## 附錄

# 2024 重大主題鑑別

momo 每年進行重大主題鑑別，透過內外部利害關係人問卷及實體諮詢，檢視重大主題變化，以確保符合利害關係人之期待。

2024 年底 momo 整合並分析內部與外部利害關係人年度問卷調查之量化及質化回饋結果，鑑別出 6 項重大主題，含正負向衝擊共 9 項。



**16 項** 永續議題  
共 32 項 正 / 負面衝擊

**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點**  
電商業  
百貨零售業  
物流倉儲業

**30 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，對各永續議題之潛在與實際衝擊的「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。

**880 份**  
利害關係人問卷

透過公開問卷調查利害關係人對於各項永續議題的「關注程度」，包含：

- 消費者 484 份
- 員工 299 份
- 供應商 57 份
- 股東 / 投資人 14 份
- 政府組織 10 份
- 社區與 NPO 9 份
- 媒體 7 份

以上僅統計有效問卷數量；除量化結果，本次調查亦收到 200<sup>+</sup> 則有效的質化回饋。

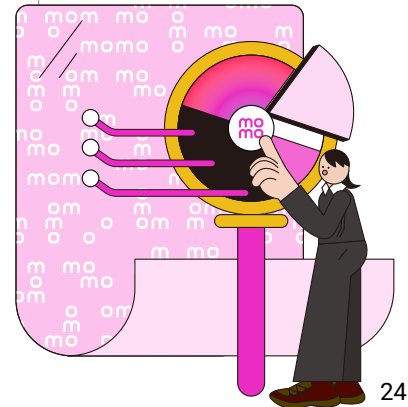
**15 位**  
利害關係人實體諮詢

邀請 11 家企業 / 組織，共 15 位外部來賓透過實體座談會分享對於各項永續議題關注程度，深度釐清其關注議題。

**6 項** 重大主題  
包含正 / 負向衝擊共 9 項

彙整前述三大管道蒐集資料，綜合分析各項永續議題的**衝擊程度**(X 軸)、**發生可能性**(Y 軸)、**利害關係人關注程度**(Z 軸，即泡泡大小)，繪製重大主題矩陣圖，並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，並進行校正。

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。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

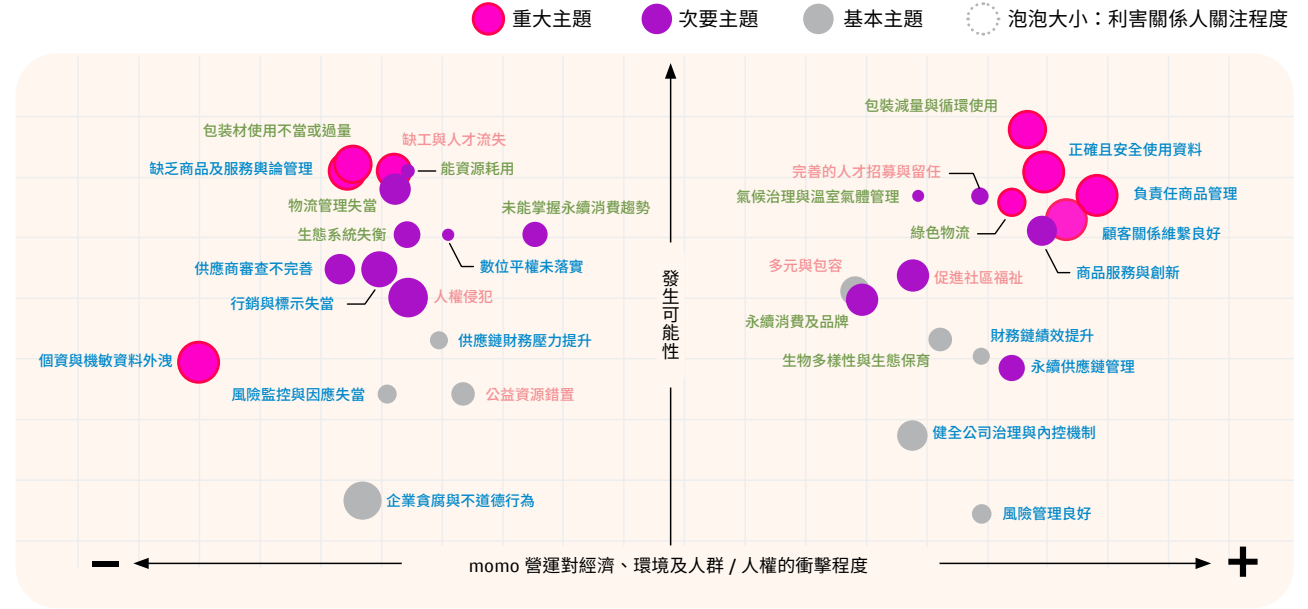
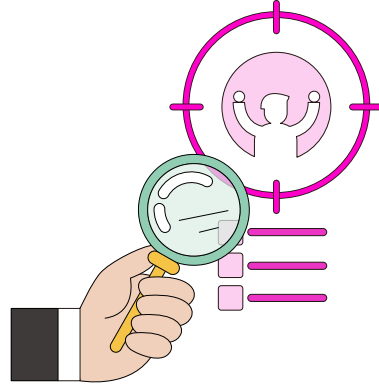
## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 2024 年 momo 重大主題矩陣



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」。

### 2024 年永續議題鑑別結果——七類利害關係人關注重點 Top 5 Impact

+ 正面衝擊 — 負面衝擊



消費者 484

— 個資與機敏資料外洩  
顧客隱私及資訊安全

+ 正確且安全使用資料  
顧客隱私及資訊安全

+ 負責任商品管理  
商品責任

— 行銷與標示失當  
商品責任

+ 顧客關係維繫良好  
顧客關係管理



員工 299

— 個資與機敏資料外洩  
顧客隱私及資訊安全

— 人權侵犯  
人權管理

+ 負責任商品管理  
商品責任

— 企業貪腐與不道德行為  
公司治理與誠信經營

+ 多元與包容  
人權管理



供應商 57

+ 負責任商品管理  
商品責任

— 個資與機敏資料外洩  
顧客隱私及資訊安全

— 行銷與標示失當  
商品責任

— 企業貪腐與不道德行為  
公司治理與誠信經營

+ 顧客關係維繫良好  
顧客關係管理



股東 / 投資人 14

+ 健全公司治理與內控機制  
公司治理與誠信經營

— 個資與機敏資料外洩  
顧客隱私及資訊安全

+ 負責任商品管理  
商品責任

— 行銷與標示失當  
商品責任

+ 正確且安全使用資料  
顧客隱私及資訊安全



政府組織 10

— 個資與機敏資料外洩  
顧客隱私及資訊安全

+ 永續消費及品牌  
永續消費

— 未能掌握永續消費趨勢  
永續消費

— 生態系統失衡  
生物多樣性與生態保育

— 缺工與人才流失  
人力資源管理



社區 / NPO 9

— 人權侵犯  
人權管理

— 包裝材使用不當或過量  
綠色包裝

+ 包裝減量與循環使用  
綠色包裝

— 個資與機敏資料外洩  
顧客隱私及資訊安全

— 公益資源錯置  
社會影響力



媒體 7

— 人權侵犯  
人權管理

— 企業貪腐與不道德行為  
公司治理與誠信經營

— 包裝材使用不當或過量  
綠色包裝

+ 顧客關係維繫良好  
顧客關係管理

+ 健全公司治理與內控機制  
公司治理與誠信經營

1 momo 永續發展

1.1 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

2024 momo 永續議題清單

+ 正面衝擊 — 負面衝擊

E 環境面	氣候治理與能資源管理	+ 氣候治理與能資源管理	— 能資源耗用
	綠色包裝	+ 包裝減量與循環使用	— 包裝材使用不當或過量
	綠色物流	+ 綠色物流	— 物流管理失當
	永續消費	+ 永續消費及品牌	— 未能掌握永續消費趨勢
	生物多樣性與生態保育	+ 生物多樣性與生態保育	— 生態系統失衡
S 社會面	人力資源管理	+ 完善的人才招募與留任	— 缺工與人才流失
	人權管理	+ 多元與包容	— 人權侵犯
	社會影響力	+ 促進社區福祉	— 公益資源錯置
G 治理面	公司治理與誠信經營	+ 健全公司治理與內控機制	— 企業貪腐與不道德行為
	商品責任	+ 負責任商品管理	— 行銷與標示失當
	財務績效	+ 財務績效提升	— 供應鏈財務壓力提升
	風險管理	+ 風險管理良好	— 風險監控與因應失當
	永續供應鏈	+ 永續供應鏈管理	— 供應商審查不完善
	商品服務與創新	+ 商品服務與創新	— 數位平權未落實
	顧客關係管理	+ 顧客關係維繫良好	— 缺乏商品及輿論服務管理
	顧客隱私及資訊安全	+ 正確且安全使用資料	— 個資與機敏資料外洩

2024 年永續議題較前一年度調整差異說明

• 2023 永續議題清單

2024 永續議題清單

- 品質要求與檢驗
- 商品責任行銷

議題合併

商品責任

綜合考量國內外標竿重大主題清單，將此議題涵蓋定義及範疇著重於商品管理意涵，故調整議題命名為「商品責任」，凸顯 momo 於商品品質、安全性、標示、行銷等管理作為

人才招聘與留任

議題名稱調整

人力資源管理

綜合考量標竿企業擴大對人才發展、員工福祉、人才訓練等議題，並將近年國際趨勢提高對人才發展與招募困難議題的重視，故建議將此議題更名為「人力資源管理」，較原命名擴及更多人才管理的面向

社會公益

議題名稱調整

社會影響力

考量 momo 持續運用自身能力與資源致力於各項社會參與活動與專案，非僅著重於社會公益，故建議將此議題更名為「社會影響力」，凸顯 momo 於社會參與各面向之投入

經營績效

議題名稱調整

財務績效

建議微調議題命名，著重在財務績效的表現與管理，更能凸顯 momo 於各營運、價值鏈之財務績效的管理作為



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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 綠活電商領航者

1.2 永續治理機制

1.3 利害關係人溝通與重大主題管理

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

2024 年 momo 重大主題衝擊邊界

本年度之 6 項重大主題 (含 5 項正面衝擊及 4 項負面衝擊)  
對應管理方針、章節內容、因應做法與衝擊邊界：



重大主題衝擊邊界

註：+ 正面衝擊 / — 負面衝擊      ● 為直接關係造成 / ★ 為商業關係造成 / ■ 為間接關係造成

重大主題	正 / 負面衝擊	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
顧客隱私及 資訊安全	+ 正確且安全使用資料	Ch.3 永續消費	潛在	正確且安全的使用數據資料，將有助於 momo 及供應鏈改善服務系統並提升品質，透過優化整體運營與消費者體驗，從而促進整體價值鏈的經濟成長	GRI 3-3 GRI 418-1	★	●	★ ■
	— 個資與機敏資料外洩	Ch.3 永續消費	潛在	momo 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，導致個資及機敏資料暴露於風險之中，造成隱私權侵害	GRI 3-3 GRI 418-1	★	●	★
商品責任	+ 負責任商品管理	Ch.3 永續消費	實際	強化電商平台販售的品管稽查，包含產品的成分來源、供應商、安全檢驗，以及文案管理等，進行嚴格控管，保障消費者的購買權益無受損，降低消費糾紛	GRI 3-3	★ ■	●	■
顧客關係管理	+ 顧客關係維繫良好	Ch.3 永續消費	實際	momo 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，並促進供應商與消費市場整體發展	GRI 3-3		●	■
	— 缺乏商品及服務輿論管理	Ch.3 永續消費	實際	若 momo 針對消費者對商品或服務的負面評價未進一步查核與妥善管理，將可能間接造成供應商因錯誤輿論導致訂單流失，或導致消費者權益受損	GRI 3-3		●	■
綠色物流	+ 綠色物流	Ch.4 永續環境	實際	外部利害關係人（我國主管機關／合作供應商／消費者）已紛紛關注物流衍生的環境議題，如碳排放與空污等，momo 持續推動短鏈佈局等物流減碳計畫，強化價值鏈之物流碳排放管理，可提升品牌商譽及企業競爭力，並呼應消費者日漸提升的永續意識	GRI 302-4 GRI 302-5 GRI 305-5	★		★
綠色包裝	+ 包裝減量與循環使用	Ch.4 永續環境	實際	因應外部利害關係人（我國主管機關／合作供應商／消費者）對包裝材減量、循環包裝議題之高度關注，momo 利用 AI 系統進行包裝減量，並選用環境友善、循環材質包裝，將帶動電商產業鏈轉型為低廢棄、高循環再生的商業模式	GRI 302-4 GRI 302-5 GRI 305-5	★	●	★ ■
	— 包裝材使用不當或過量	Ch.4 永續環境	實際	momo 若持續使用可能造成環境污染之包裝材質，或者使用過多包裝材而造成大量廢棄物，將加重環境負荷或形成環境荷爾蒙作用	GRI 302-4 GRI 302-5 GRI 305-5	★	●	★
人力資源管理	— 缺工與人才流失	Ch5. 友善職場	實際	如 momo 面臨招募困難與高流動率，將導致部門士氣低落，員工需負擔更多的工作事項，影響員工身心健康或導致其家庭失衡	GRI 3-3		●	



## 1 momo 永續發展

### 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

# 2

## 共益夥伴 Partnership matters 3-3

momo 重視利害關係人需求，持續維持良好互動，並深化價值鏈夥伴協作，與產業生態系共融。momo 持續耕耘永續治理，強化永續品牌建立與溝通，穩健經營治理大小事。

### 2024 成果與績效

近 **1,126** 億元  
合併營收

**13.69** 元  
EPS

**56** 億元  
EBITDA



**6** 度

入選臺灣永續指數成分股



**99.53%**

「供應商 / 承攬商永續發展守則」  
新進供應商簽署率



## 1 momo 永續發展

### 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

### 4 永續環境

### 5 友善職場

### 6 社會共好

### 附錄

#### 對應重大主題

#### 商品責任

+ 負責任商品管理

#### momo 承諾

- 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。
- 訂定品質管理政策「全員參與、持續改善、顧客滿意」。
- 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。

#### 管理機制

- 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。
- 北區物流中心已導入 ISO 9001 品質管理系統。
- 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。

#### 行動方案

- 新進供應商 99.53% 簽署「供應商 / 承攬商永續發展守則」。
- 主管 / 員工完成 ISO 9001 教育訓練，人數 374、涵蓋率 62%。
- 落實商品檢驗三大類別「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」。



1 momo 永續發展

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

2.1 關於 momo

2-1

2-2

2-6

富邦媒體科技（momo）為臺灣線上零售業龍頭，旗下包含 momo 購物網、電視購物及型錄（因永續發展考量，於 2024/12 停刊）。以「**momo 更多更多**」品牌精神，藉由實踐「物美價廉、優質服務」的使命，融入「誠信、親切、專業、創新」四大經營價值，來達成「將 momo 建構成消費者與供應商首選虛擬購物平台」的企業願景。並秉持專業與創新來打造「多、快、好、省」的全方位購物體驗，至今服務超過千萬名會員，持續朝「**綠活電商領航者**」的願景穩步前行。

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 **3,744** 人

資本額 **25.24** 億元 總資產 **28,828,333** 仟元

總公司地點 **內湖科學園區** 主要營運地區 **臺灣**

物流據點 **2** 座 自動化物流中心 **18** 座 主倉 **30** 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<sup>註 1</sup>

企業名稱	主要營業項目	直接或間接投資之 持股比例 <sup>註 2</sup>
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	100%
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%
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 在臺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 2024 年 12 月 31 日，詳細資訊請參考本公司 2024 年合併財務報告附表六及附表七。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

### 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

### 4 永續環境

### 5 友善職場

### 6 社會共好

### 附錄

## 2.1.1 年度發展方向 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 年首創臺灣電商產業千億營收新里程碑，2024 年全年合併營收再攀高峰，寫下新臺幣近 1,126 億元，年增 3%；合併稅後淨利約新臺幣 35 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 96.7%，年成長 3.5%，優異的經營績效穩坐電商通路龍頭之地位。

為提升營運韌性，同時擴大業務成長空間，momo 在 2024 年著手擘劃三大全新事業引擎，包含 5 月份全新上線 B2B2C 營運模式的「mo 店+」、啟動零售廣告媒體平台業務「momo Ads」，並打造全新「主題直播間」，同時持續攜手集團加速擴張「mo 幣生態圈」，積極掌握數位賦能優勢，邁向多元化科技電商發展！

依循短鏈佈局及永續發展策略，momo 於 2024 年 11 月啟用南區物流中心，並持續運用百分百控股子公司「富昇物流」，強化物流中心、衛星倉、客戶與供應商間之運能串連，提供消費者更優質的服務體驗。此外，拓展循環包裝生態圈，2024 年持續與台灣大哥大 myfone 門市合作，並擴大邀請 7-11 超商門市加入 momo 循環袋回收據點，亦藉由「綠活會員計畫」邀請消費者選用循環包裝、集中到貨服務，加速擘劃物流服務藍圖、實踐低碳運營。2024 年重點策略發展如右：

### 2024 年重點策略發展



- 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**具備永續標章**的綠色商品，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、商品集中配送、綠色生活館永續選品等服務，並**推出「減碳儀表板」呈現綠活會員減碳貢獻**，引領消費者走向永續消費模式。



- 2024 年加速完整「短鏈物流」的拼圖，全臺營運的主衛星倉共達 58 座。
- **「南區物流中心」於 2024 年 11 月啟動營運**；而「中區物流中心」於 2023 年第四季啟動興建工程，**預計 2027 年加入物流服務陣容**。
- **運用 AI 及大數據科技輔助**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。
- 以「momo 三輪商用電動機車」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，2024 年發行量已突破百億元。
- 發揮集團綜效，透過台北富邦銀行 momo 聯名卡消費服務，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，於臺灣大直營門市可進行折抵消費。



- 「mo 店+」開創全新 B2B2C 模式，透過縝密的邀約招商機制，篩選優質服務力、商品力的廠商，提供專屬直營品牌線上開店服務。2024 年底近 5,000 間合作廠商，上架商品數逾 60 萬件，加速擴充 momo 平台之商品豐富度。



- 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；並積極導入 MCN 網紅經濟模式，投入臺灣新世代直播人才培育計畫。
- 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「momo Ads」，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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

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。2024 年 momo 合併營收寫下近 1,125.6 億創歷史新高紀錄。

momo 多元通路及市場規模

網路／行動購物

臺灣第一大 B2C 電子商務

網路會員數突破 1,381 萬

App 下載數突破 2,057 萬

LINE 粉絲突破 1,740 萬

電視

2 台有線電視頻道 2 台 MOD 頻道

438 萬戶及 24H 播放節目

型錄購物

每刊發行 13~15 萬份

註：因永續發展考量，於 2024/12 停刊。

合併財務績效

項目	2022	2023	2024
合併營收（億元）	1,034.36	1,092.43	1,125.64
EBITDA（億元） <sup>註1</sup>	53.93	55.93	56.46
EPS（元） <sup>註2</sup>	13.61	14.38	13.69

- 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<sup>註</sup>（單位：新臺幣仟元）

	項目	2022	2023	2024
營業能力	資產總額	26,340,709	28,321,559	29,097,596
	負債總額	16,437,113	18,141,590	19,010,922
	股東權益總額	9,903,596	10,179,969	10,086,674
	營業淨利	4,284,819	4,384,662	4,302,805
	歸屬於本公司業主之稅後淨利	3,434,626	3,628,069	3,454,035
獲利能力	資產報酬率	13.96%	13.34%	12.13%
	權益報酬率	36.62%	36.14%	34.09%

- 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，合併報表編製主體請參閱 2024 年度合併財務報告。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

利害關係人經濟價值 (單位：新臺幣仟元)

	項目	2022	2023	2024
分配的經濟價值	營業成本	93,164,417	98,700,012	102,046,245
	員工薪資與福利	3,115,161	3,357,205	3,576,908
	分配股東紅利	3,496,822	3,679,114	3,356,823
	支付利息	12,685	19,192	34,616
	應納政府所得稅	1,471,205	1,260,799	1,441,482
	社區投資（捐贈）	2,163	2,349	1,933
	合計	101,262,453	107,018,671	110,458,007
直接的經濟價值 - 合併營收		103,436,435	109,242,918	112,563,635
留存的經濟價值		2,173,982	2,224,247	5,462,451

主要商品（服務）之銷售（提供）地區<sup>註1</sup> (單位：新臺幣仟元；%)

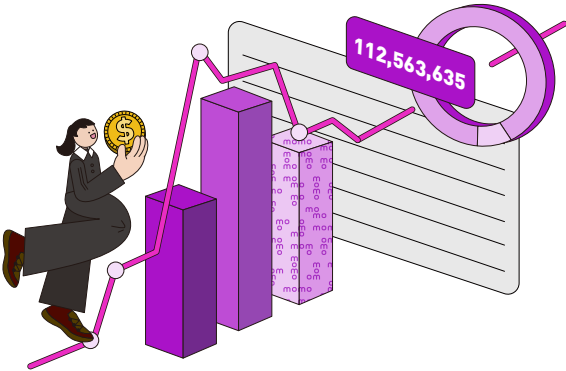
銷售區域	2022		2023		2024	
	金額	比重	金額	比重	金額	比重
臺灣地區	103,431,543	100.00%	109,241,920	100.00%	112,563,158	100.00%
大陸地區 <sup>註2</sup>	4,892	0.00%	998	0.00%	477	0.00%
合計	103,436,435	100.00%	109,242,918	100.00%	112,563,635	100.00%

- 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 年銷貨係大陸地區子公司 - 富邦歌華銷售庫存商品，但因長期虧損，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；另 2024 年銷貨係 momo 外銷庫存商品至國外。

接受本國政府財務補助的貨幣價值 (單位：新臺幣仟元)

	2022	2023	2024
稅收抵減與政府補助	398,278	12,863	245,256

- 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、青年就業旗艦計畫補助款項。
- 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。



1 momo 永續發展

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

4 永續環境

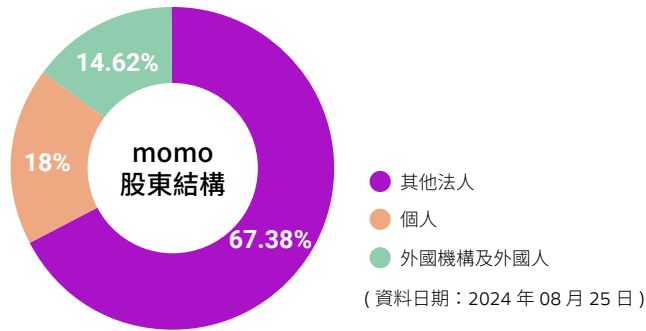
5 友善職場

6 社會共好

附錄

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。

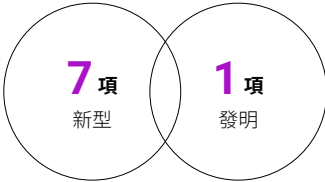


最近三年度股利分配情形 (單位：新臺幣元)

年份		2022	2023	2024
EPS <sup>註</sup>	調整前	15.72	15.10	13.69
	調整後	13.61	14.38	
每股現金股利		15	15	14.8
每股股票股利		1	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



2024 年取得 8 項專利：7 項新型、1 項發明；其中「電話撥號管理系統及其電話撥號管理之方法」發明為業界首創，以獨特取號、配號技術保護顧客個人資訊同時降低詐騙成功率。

專利名稱	軟體資源共用系統	本專利為思考現行每位同仁的個人電腦已安裝各式用途的應用軟體，部分應用軟體不常被使用、或每次使用的時間不長，為達每套應用軟體極大化的使用，解決此狀況的方案。
證書字號	M652215	
專利權期間	2024/03/01-2033/10/11	
專利名稱	員工出勤打卡系統	因應混合辦公模式，當同仁居家辦公時可使用系統紀錄上下班時間，節省人工彙整檔案的人力成本。
證書字號	M652400	
專利權期間	2024/03/01-2033/12/03	
專利名稱	網路服務管理系統	雲端流量緩衝：將地端的海量需求導入雲端，藉由雲端的隊列與快取機制進行緩衝與清洗；可以有效減緩地端的直接衝擊與被攻擊的情境。
證書字號	M652619	
專利權期間	2024/03/11-2033/10/10	
專利名稱	資訊監控管理伺服器	解決系統調整及增加導致監控資訊過於分散的問題，透過系統集中收集及管理，使得維運人員可以快速查看系統監控資訊狀態，能更快發現系統異常地方。
證書字號	M652948	
專利權期間	2024/03/01-2033/07/23	
專利名稱	資料處理系統	分散式價量管理系統：對比集中化價量管理可能發生的單點失敗設計的分散式控量系統。
證書字號	M655791	
專利權期間	2024/05/21~2033/11/30	
專利名稱	監控影像調閱系統	因全臺建置多個倉庫，需調閱不同影像格式及在封閉網路下輸出影像之痛點，整合各地倉庫的監控錄影檔案系統。
證書字號	M661715	
專利權期間	2024/10/11~2034/07/09	

新型

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

新型

專利名稱	物流資訊查詢系統
證書字號	M663230
專利權期間	2024/11/21~2034/07/11

本系統在宅配單上提供一個 QRcode，物流士使用手機掃描後，會開啟手機上的瀏覽器，顯示包裹收件人的聯絡電話和便利的按鈕，讓物流士點擊後即可撥通電話，此外，系統僅在物流士需要聯絡客戶的時段提供客戶的電話號碼，配送完成後就不再提供電話號碼，最大化的保護客戶個資。

發明

專利名稱	電話撥號管理系統及其電話撥號管理之方法
證書字號	I865932
專利權期間	2024/12/11~2042/09/27

物流平台整合「物流士安心 call」服務，透過獨創的取 / 配號技術，將原本宅配單上的消費者電話號碼，轉換為動態配發、可撥打與回撥、且可回收的代碼，有效保護關鍵個資，降低詐騙電話成功率。

- 註：momo 資訊科技於 2018 年起陸續取得專利，截至 2024 年已取 22 項專利，包含 19 項新型、3 項發明。



## 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

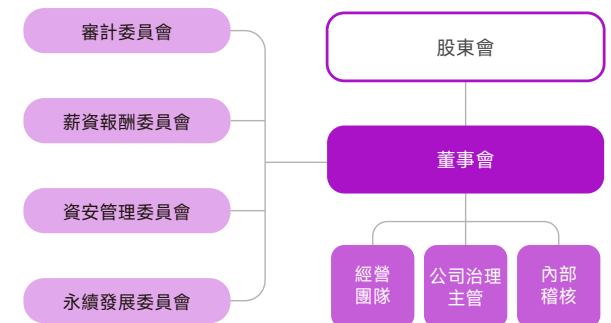
205-3

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，2024 年共召開 5 次；董事會成員積極參與董事會運作，全體董事出席率達 97.78%。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 每季向董事會與審計委員會提呈內部稽核業務報告，包含每半年一次呈報舞弊、違反誠信經營及道德行為申訴案件之受理結果，2024 年並無發生違法誠信經營（含貪腐）之關鍵重大事件。（詳見 Ch.2.3.2 誠信經營 ㉓）

#### 公司治理架構



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

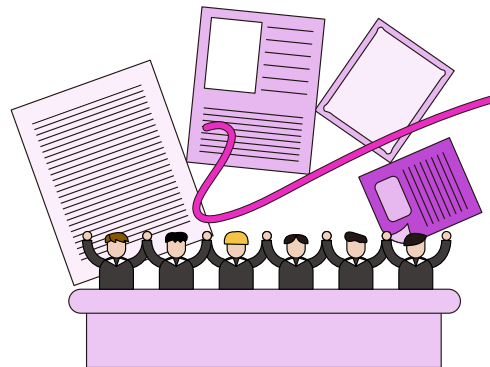
## 5 友善職場

## 6 社會共好

附錄

## 2024 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	審計委員會組織規程
	董事會議事規則
	永續發展委員會組織規程
	永續報告書編製及確信之作業程序
	股東會議事規則
	董事會及功能性委員會績效評估辦法
內控制度	簽證會計師提供非確信服務預先核准之審核辦法
	內部控制制度、防制洗錢及打擊資恐作業內部稽核程序及內部稽核實施細則稽核程序



公司重要治理規章



董事會及功能性委員會  
績效評估辦法



董事會外部績效評估



2024 年董事會績效評估  
執行結果說明

## 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，2024 年董事績效評估自評結果之平均分數超過 4.78 分（滿分 5 分），其運作制度健全完善。

本公司 2024 年已委任中華公司治理協會執行外部評估，協會已於 2024 年 10 月 14 日出具董事會績效評估報告，其中評估報告節錄、建議事項及本公司預計採行措施已於 2024 年 11 月 01 日呈報董事會，2024 年度董事會及功能性委員會內部績效評估結果，亦已於 2025 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，相關內外部董事會績效評估結果說明，請參閱 momo 官網 [☞](#)。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 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，2024 年董事酬金佔稅後純益比例為 1.01 %。

### 經理人

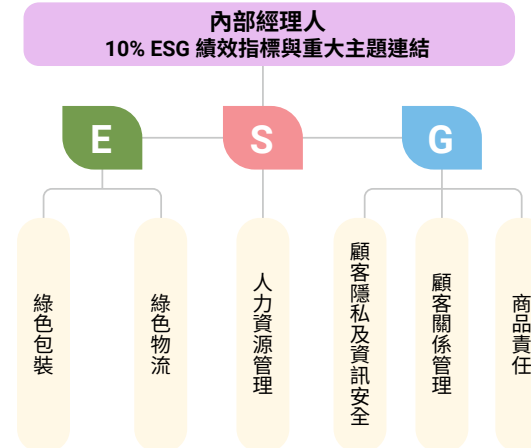
為激勵內部經理人重視永續發展經營，本公司內部經理人均設有永續發展策略與目標，並與薪酬掛鉤。

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。其目標設定亦與「重大主題」相連結。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。

薪資報酬委員會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：

- 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。
- 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）。
- 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核，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外部顧問與利害關係人之意見。



## 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 2024 年全體董事進修時數共 85 小時，每位進修時數均達 6 小時以上，並已涵蓋本報告書重大主題「顧客隱私及資訊安全」、「人力資源管理」及「綠色物流」相關之課程。

### 2024 年進修課程內容

金融科技趨勢下的資安治理

公司治理專題講座—組織韌性關鍵趨勢：數位信任（資安）X 永續發展

人工智慧對企業的風險及注意事項

人工智慧新世代：聊天機器人 ChatGPT 翻轉產業新趨勢

全球淨零碳排趨勢與企業因應之道

氣候風險辨識工作坊暨淨零碳排宣導會

企業淨零轉型新路徑！深藏不露的減碳大軍—海洋藍碳

DEI 文化打造企業永續競爭力

智慧製造趨勢與數位科技於經營管理之應用

AI 與開源時代—企業法律風險分析



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 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。

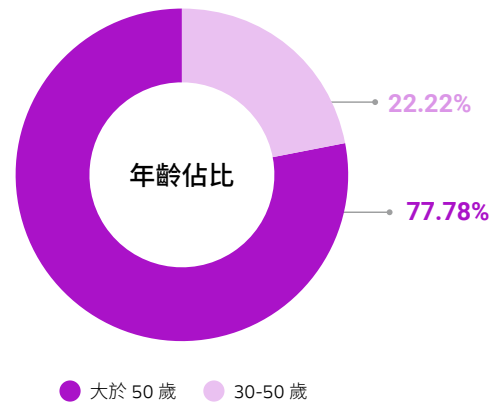


董事選舉辦法

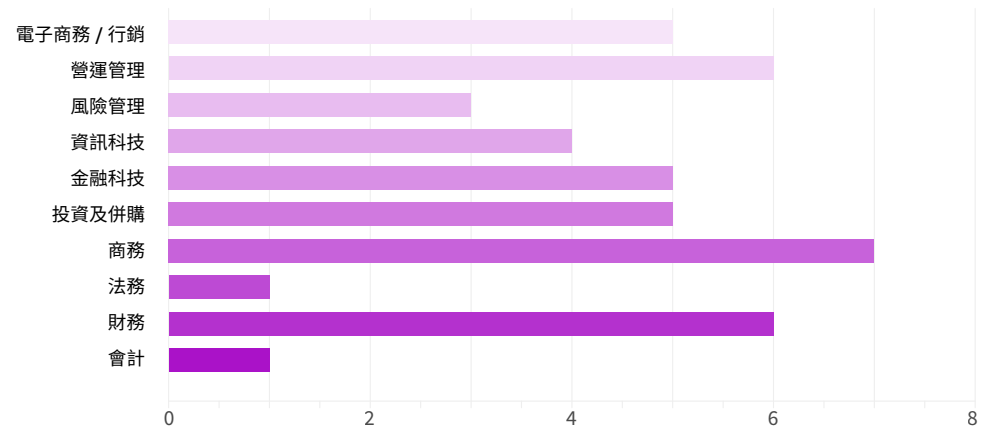


公司治理實務守則

### 董事成員年齡分布



### 董事多元專業分布情況 (單位：人次)



(相關資訊詳見 2024 年報 [📄](#))

董事多元化情況

董事姓名	年齡區間	性別	專業背景 (學歷)	任期 (年)			多元化核心項目 (最主要 5 個)									
				<3	3-6	>6	會計	財務	法務	商務	投資及併購	金融科技	資訊科技	風險管理	營運管理	電子商務／行銷
蔡明忠	60-69	男	國立臺灣大學名譽法學博士 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 *	60-69	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	■						✓		✓			✓	✓

- 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 2024 年報 p.3-7 。
- 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其表決權。本公司針對董事會所提議案，已將涉及董事自身或其所代表法人有利害關係之董事姓名、重要內容說明及迴避情形載明於會議紀錄。

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」，俾使獨立董事得善盡職責，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 2024 年報 p.23；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 2024 年報 p.91；具控制力股東的存在，請見 2024 年報 p.74）。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

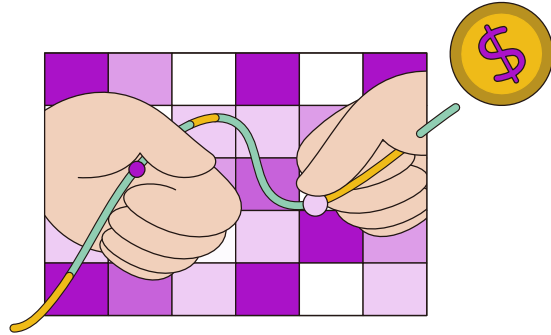
## 5 友善職場

## 6 社會共好

附錄

### 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

2024 年會議次數 **5** 次    2024 年出席率 **93.33** %

##### 2024 年度運作情形



2024 年度審計委員會運作情形



獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通情形

##### 參考資訊



審計委員會組織規程

#### 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

2024 年會議次數 **4** 次    2024 年出席率 **100** %



2024 年度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

2024 年會議次數 **2** 次    2024 年出席率 **100** %



2024 年度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

2024 年會議次數 **2** 次    2024 年出席率 **100** %



2024 年度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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 2.3 永續風險管理

momo 建置完善之風險管理機制，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，履行對社會永續之責任。

### 2.3.1 風險管理機制

#### 政策與制度建立

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（至少一年一次）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。

momo 於 2023 年 11 月經董事會通過修訂「**風險管理政策與程序**」，作為風險管理最高指導原則，建置更完善的風險治理與管理架構，持續推動以風險管理為導向之經營模式。



風險管理政策與程序

#### 2024 年風險管理運作情形

1. 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。
2. 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。
3. 定期召開經營管理會議，檢討公司營運目標、業務管控情形等。
4. 彙整鑑別之風險，於 11 月至審計委員會及董事會報告各單位風險管理情形，內容包含實際發生事件及風險評估結果。
5. 公司內部各單位及子公司依現行實際業務評估其各項控制作業之設計及執行情形，稽核室彙整覆核各單位及子公司之自行評估報告，併同所發現之內部控制缺失及異常事項改善情形，出具內部控制制度聲明書。
6. 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。

## 風險鑑別流程



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。	– 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。	– 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。 <b>詳見 Ch.3.3 資訊安全與隱私保護</b>
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。	– 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。 <b>詳見 Ch.2.3.3 法規遵循</b>
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。	– 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。	– 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。 <b>詳見 Ch.2.3.4 氣候變遷風險管理</b>
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。	– 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。 – 透過公開招聘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。如北區物流中心（桃園市大園區）與萬能科技大學、台中客服中心（台中市南屯區）與台中科技大學合作實習生計畫。 <b>詳見 Ch.5.3.1 人才培力</b>
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。	– 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。2024 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。

## 內部稽核運作流程



## 1 momo 永續發展

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 2.3.2 誠信經營




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**」 補充「**誠信經營守則**」 與「**防制洗錢及打擊資恐政策**」，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。

#### 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

#### 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



### 防制洗錢及打擊資恐政策



防制洗錢及打擊資恐政策

momo 依洗錢防制法第六及第七條，向數位發展部提出洗錢防制法遵聲明書並已通過第三方支付服務機構能量登錄，建立防制洗錢及打擊資恐之內控及稽核制度，從制度面構建同仁防制洗錢及打擊資恐風險文化及意識，有效落實企業價值與社會責任。

#### 核心規範

momo 訂有「防制洗錢及打擊資恐政策」、「防制洗錢及打擊資恐職掌權責作業程序」、「認識客戶與洗錢及資恐風險評估作業程序」、「新產品或新服務或辦理新種業務前洗錢及資恐風險評估作業程序」、「姓名及名稱檢核作業程序」及「員工評審及教育訓練作業程序」等 6 大管理框架性規範。

#### 風險評估

為強化防制洗錢及打擊資恐管理機制，降低 momo 產品及服務淪為洗錢及資恐重要媒介，momo 依法每兩年執行一次全機構洗錢資恐風險評估（Institutional Risk Assessment, IRA），據以檢視洗錢及資恐胃納與限額之妥適性，研擬洗錢防制精進計畫。

#### 督導及報告

momo 由法務室擔任防制洗錢及打擊資恐專責單位，並建立防制洗錢及打擊資恐架構，適時督導潛在風險，就內外部稽查內容進行溝通，以充分掌握洗防風險情況；為構建 momo 洗防文化，確保高階管理人員充分了解洗錢及資恐風險，至少每半年向董事會報告本公司防制洗錢及打擊資恐辦理情形。

#### 教育訓練

持續辦理、參加並辦理洗防相關教育訓練，強化風險意識，落實保障第三方支付交易安全及企業社會責任。

1 momo 永續發展

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

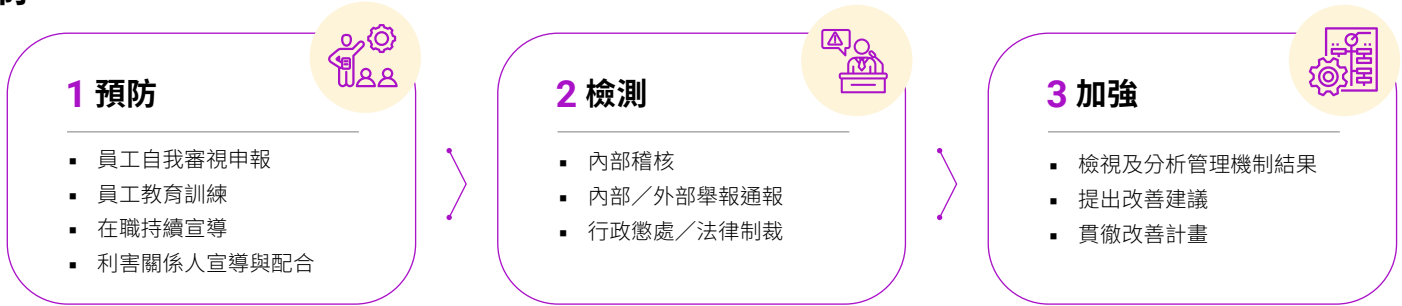
4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

道德誠信行為管理機制



明確舉報機制

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

檢舉案件可以藉由「親身舉報」、「電話舉報」及「投函舉報」三種管道進行，且設置有獨立檢舉信箱（audit@fmt.com.tw）供本公司內部及外部人員使用，2024 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

205-2

為強化公司治理並落實企業誠信經營之核心價值，本公司持續推動誠信經營及道德行為相關政策之溝通與教育訓練。所有董事、經理人及員工皆 100% 進行相關政策之溝通與宣導，同時，依其職務性質定期以內部宣導或線上課程及測驗等多元方式進行全體董事、經理人及員工之教育訓練，旨在提升全體同仁對誠信經營、職業道德、反貪腐等議題之認知與實踐。

2024 年實施成果

實施對象	課程內容	參與人次	時數	總時數 (hr)	說明
全體員工	113 年度「內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序宣導課程」	3,562 人	1 hr	3,562 hr	課程期間之在職員工，100% 完成線上課程並通過測驗
	2024 年誠信經營守則、道德行為準則宣導	3,686 人		3,686 hr	
	2024 年資安課程 1：個資法修正宣導	3,493 人		3,493 hr	
	2024 年資安課程 2：社交工程宣導	3,464 人		3,464 hr	
	2024 年資安課程 3：安維辦法宣導	3,480 人		3,480 hr	
	2024 年資安課程 4+5：資訊資產盤點、資訊資產風險管理	3,521 人		3,521 hr	
	2024 年資安課程 6+7：個資盤點、個資風險管理	3,572 人		3,572 hr	
	2024 年資安課程 8：資安事件處理方針	3,562 人		3,562 hr	

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

2.3.3 法規遵循

2-27

416-2

417-2

417-3

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、相關合作供應商及商店了解相關法令規範，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。2024 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。



2024 年發生總計 31 件廣告違規事件、1 件標章違規事件、4 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。

	違規類型	違規件數	違規金額	管理與改善措施
罰款	廣告	8 件	1,390,000 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。
警告	廣告	23 件	-	遵照法規，符合主管機關要求。
	勞動爭議	2 件	-	遵照法規，符合主管機關要求。
罰款 + 警告	勞動爭議	2 件	146,000 元	遵照法規，符合主管機關要求。

■ 註：2023 年違規事件並於 2024 年支付罰款金額為 230,000 元；2024 年違規事件於當年度支付罰款金額為 1,486,000 元。

為加強法制觀念之完善建立，法務室亦持續向供應商、商店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，由法務室提供法令宣導公告、違規案例等，指示專責單位於線上 SCM 系統及商店規則中心等，向供應商及商店佈達及為相關辦理；並以內部公文會辦單等方式向所屬員工進行法令宣導。此外，法務室以數位學習平台系統 HRD(Human Resource Development) 線上課程內容，宣導智慧財產權與公司相關規範，及於新進人員入職時針對智慧財產權及營業秘密進行宣導講習，以強化本公司智慧財產保護意識及認知。



1 momo 永續發展

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

2.3.4 氣候變遷風險管理

2-23

2-24

201-2

為全面掌握氣候變遷對公司造成的影響，momo 於 2024 年依循金融穩定理事會（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，再次重新鑑別零售價值鏈可能之氣候風險與機會，參考國際能源總署 (International Energy Agency，IEA) 以及政府間氣候變遷專門委員會 (Intergovernmental Panel on Climate Change，IPCC) 定期發布之報告，選定 2050 淨零排放情境 (NZE)、SSP 1-2.6 與 SSP 5-8.5 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。為確實掌握零售產業氣候風險與機會，momo 每 2 年啟動鑑別流程。2025 年 Q3 公開發布第二本中英文版「TCFD 氣候相關財務揭露」報告書，各項指標與目標說明及財務影響評估，請詳閱 **momo 2024 TCFD 報告書**。



momo 2024 TCFD 報告書

揭露事項		執行方向	行動方案
治理	董事會監督	<ul style="list-style-type: none"><li>- 建立明確氣候治理推動架構與管理階層職責</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 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。</li></ul>
	管理階層權責	<ul style="list-style-type: none"><li>- 強化落實 ESG 與氣候變遷相關業務執行</li><li>- 聚焦氣候相關等議題研擬因應策略與作為</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 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。</li></ul>
	環境管理委員會	<ul style="list-style-type: none"><li>- 推動跨部門的環境相關專案</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 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。</li></ul>
	2024 年執行成果		
永續發展委員會 2024 年共召開 2 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、2024 年上半年綠活電商 KPI 檢視暨下半年精進專案。			





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

揭露事項

執行方向

行動方案

2024 年執行成果

策略

短中長期  
風險與機會

- 定期辨識短、中、長期實體及轉型風險與機會之來源與規模

- 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

- 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

- 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

- 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

- 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。

1. 由各相關部門協助進行風險及機會的辨識與評估，考量各項氣候風險與機會議題之發生可能性與影響程度，將各項議題對應的部門進行重要性排序，鑑別關鍵氣候風險與機會議題，以進行情境分析與財務衝擊量化分析。
2. 依據風險危害的重大性計算結果，詳擬因應措施與行動方案五項重大氣候風險議題分別為「自建零碳建築」、「再生能源提升」、「電動車取代燃油車」、「更換租賃建物為零碳建築」、「因極端天氣導致營運成本提升」；兩項重大氣候機會議題為「零碳倉儲」、「綠色消費意識興起」。

揭露事項

執行方向

行動方案

2024 年執行成果

風險  
管理

風險識別與  
評估

- 各營運執行單位進行風險識別、評估及控制

- 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

- 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

- 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

- 管理階層將氣候變遷風險管理納入整體風險管理政策中

- 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

- 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

- 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。

1. 氣候變遷風險納入整體風險管理政策。
2. 依據鑑別的關鍵氣候風險因子，並考量氣候壓力情境測試結果，逐步調整並優化現行相關氣候風險管理措施及內部規範。
3. 氣候變遷風險管理制度與措施詳細內容揭露於 **momo 2024 TCFD 報告書 Ch.3.3 風險管理** [🔗](#)。

揭露事項

執行方向

行動方案

2024 年執行成果

指標與  
目標

目標與績效  
表現

- 專責部門設定指標、指標管理途徑及短中長期目標，定期向董事會及永續發展委員會彙報執行成效

- 發展「綠色物流」、「綠色包裝」、「綠色營運」、「永續消費」四大指標，並設定指標管理途徑及短中長期目標。

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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

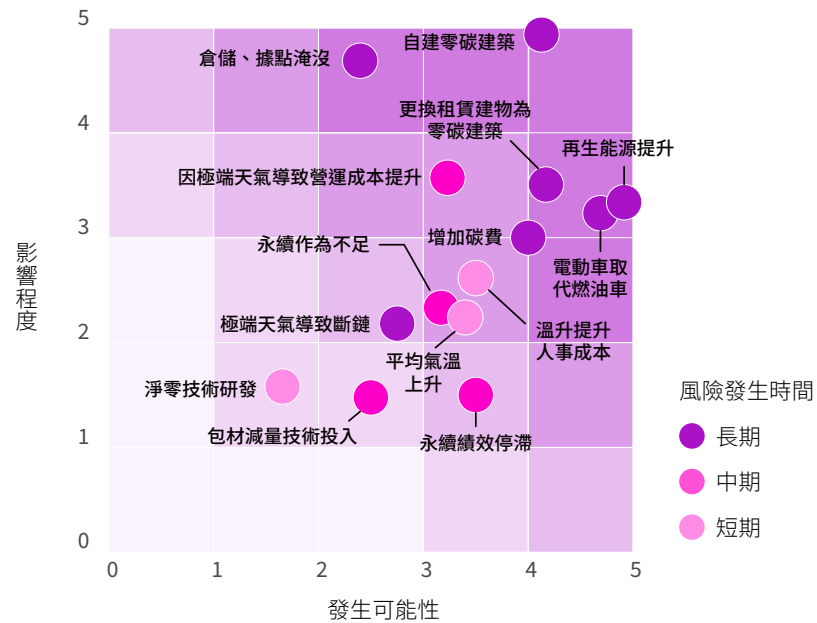
## 6 社會共好

## 附錄

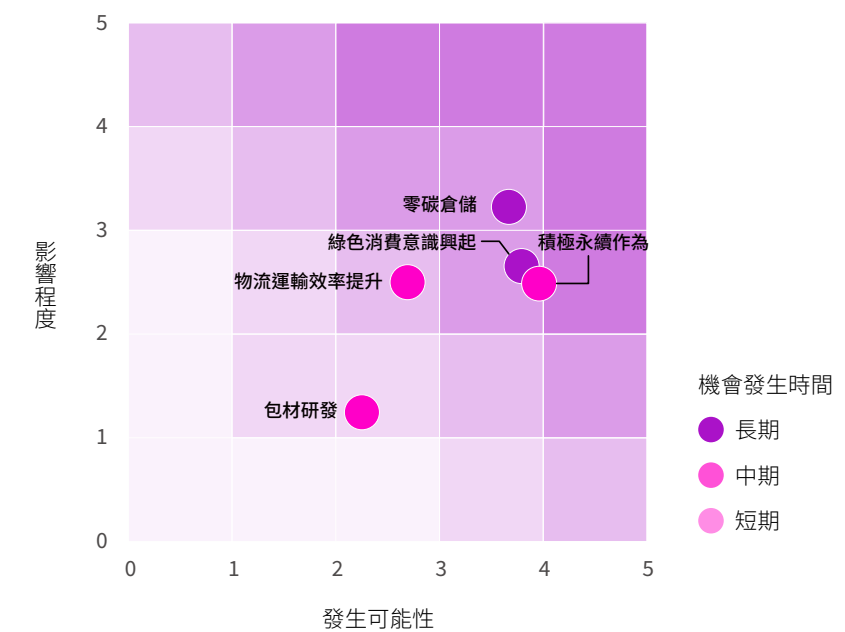
## 氣候風險與機會鑑別結果

momo 共鑑別出 14 項氣候風險（9 項轉型風險、5 項實體風險），以及在氣候變遷風險議題的重大性排序結果中，最高四項議題皆為轉型風險，包含：「自建零碳建築」、「再生能源提升」、「電動車取代燃油車」、「更換租賃建物為零碳建築」。因 momo 將極端氣候對公司營運的衝擊納為主要營運風險，故亦將實體風險議題「因極端天氣導致營運成本提升」，與最高四項轉型風險議題一併納入重大氣候風險，進而鑑別衝擊並詳擬因應措施與行動方案；另外，momo 所鑑別之氣候機會議題，參考重大性排序結果納入「零碳倉儲」，以及因應消費者偏好綠色商品趨勢，亦將「綠色消費意識興起」納入重大氣候機會。momo 針對重大氣候風險與機會議題，進一步辨識衝擊並詳擬因應措施與行動方案，持續朝綠色電商轉型之目標邁進。

### 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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

重大氣候風險議題

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
 自建零碳建築	轉型 風險	因應零碳建築發展趨勢，momo 於未來新建的辦公大樓、倉儲及物流中心，需考量符合零碳建築之標準，使建造成本增加，進而增加資本支出。	momo 倉儲及物流中心：  1. 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。  2. 導入地道風冷卻外氣及自然通風換氣設計，減緩溫升影響。  3. 閒置屋頂建造太陽能裝置，生產再生能源。  4. 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。	2032   2050
 再生能源提升		因應國際與臺灣政府對企業使用再生能源的要求，momo 需提高營運過程中的再生能源使用比例，將使營運支出增加，進而導致營運成本增加。	momo 利用自有倉儲及物流中心閒置屋頂建造太陽能裝置，其中北區物流中心、南區物流中心太陽能系統已生產再生能源。	2032   2050
 電動車取代燃油車		因應國際低碳物流與國內運具電動化趨勢，momo 將現有燃油物流車逐步取代為電動物流車，增加採購電動機車、貨車，使設備支出增加，進而使資本支出增加。	  1. 為了提升運輸效率及減少物流里程產生的碳排放，momo 打造綠色車隊，持續添購電動車輛，預計 2025 年提升電動機車至 30%，2026 至 2027 提升至 50%，持續提高電動機車占比。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。  2. 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。  3. 運用 AI 大數據導入「最短配送路徑建議」模組。	電動機車 2025   2050  電動貨車 2032   2050
 更換租賃建物為零碳建築		因應國內外推動近零碳建築趨勢，momo 租賃之辦公大樓、倉儲更換租賃建物，將導致營運成本上升。	  1. momo 持續評估未來租賃綠建築或零碳建築的可行性。  2. 總部大樓推行空調運轉調控機制，追蹤用電行為，落實建物節能減碳。  3. 倉儲於不影響照明情況下，調整為半電模式，落實集中現場作業，並評估導入 LED 燈具。	2032   2050
 因極端天氣導致營運成本提升		因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，導致公司產能下降，提升營運成本。	  1. momo 訂定「災害安全防救管理辦法」及「緊急事故應變措施管理辦法」以降低災害損失，另倉庫設有「預防豪雨及颱風檢核表」，包含檢查緊急發電機試運轉及油量是否足夠，管理災害風險。  2. momo 將系統服務分散至網際網路資料中心 (Internet Data Center) 及雲端機房以因應電力中斷風險。	2027   2031

1 momo 永續發展

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



4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄


重大氣候機會議題

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
 零碳倉儲	將現有與未來的倉儲及物流中心轉變為更高能源效率的建築，並配合建置再生能源系統，打造出低用電量且零碳的倉儲，減少營運過程中的用電支出，進而降低倉儲營運成本。	興建中之中區物流中心，參考綠建築標章得分指標進行設計，室內建材裝修中綠建材使用量大於 75%，並採用採用高效率之空調設計、LED 燈等節能燈具。	2032   2050
 綠色消費意識興起	因應消費者行為開始關注永續議題，以及偏好更環保的綠色商品，公司因應永續消費趨勢，可以提升客戶滿意度與黏著度，致使營收上升。	1. 綠色生活館號召上百家供應商，提供逾 5,300 項綠色商品提供給消費者。 2. 綠活會員機制賦予消費者「永續消費選擇權」，包含優先使用「循環包裝」配送、「集中配送」等減碳物流新選擇，並提供會員「減碳儀表板」累積個人減碳成果，搭配「綠色生活館」永續選品並提供「綠活專屬優惠」，強化經營永續消費客群。	2032   2050

指標及目標設定

momo 針對所識別的氣候風險與機會議題及其對應風險類型，依其權責單位之業務執掌，設定氣候變遷相關風險指標與目標。

風險與機會類型	風險與機會議題	議題	指標與目標	詳細措施說明建議對應報告書章節
政策和法規	一 自建零碳建築	綠建築	- 綠建築概念物流中心完工啟用	Ch.4.1 綠色營運 
資源效率	十 零碳倉儲	能源效率提升	- 自建倉裝置太陽能發電系統建置與啟用	Ch.4.1 綠色營運 
政策和法規	一 更換租賃建物為零碳建築		- 範疇二用電減量	
市場	一 再生能源提升		- 碳盤查精進，強化範疇三數據管理能力	
產品與服務	十 綠色消費意識興起	永續消費倡議	- 綠色生活館營運績效成長 - 推廣綠活會員，強化永續消費客群 - 優化綠活會員功能	Ch.3.1 永續消費 
市場	一 電動車取代燃油車	綠色運輸與物流	- 打造綠色車隊	Ch.4.3 綠色物流 
資源效率	十 物流運輸效率提升		- 最後一哩路低碳化	
技術	一 包材減量技術投入	循環包材	- 提升循環包材使用率 - 包裝減重率基準年 (2019 年) 減量	Ch.4.2 綠色包裝 
		廢棄物減量	- 減少營運過程廢棄物	Ch.4.1 綠色營運 
立即性	一 極端天氣導致營運成本提升	環保節能商品販售	- 自身營運不中斷	Ch.2.3 永續風險管理 

■ 註：目標請參閱 Ch.1.1 綠活電商領航者 | momo 綠活電商永續進程管理 。

1 momo 永續發展

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

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

## 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。我們堅持嚴謹的供應商遴選方式，在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，以建構永續供應鏈正循環。

### 2.4.1 供應商概況

2-6

204-1

momo 的供應商可區分為「商品販售」、「物流配送」、「庶務管理」及「承攬商」等四大類，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 倉庫進行揀貨、理貨、包裝，再交由物流業者將商品安全且快速的配送到消費者手上。**物流配送**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。隨著營收成長、物流倉儲擴大建設，2024 年底富邦 momo 南區物流中心正式稼動，除了與在地配送商合作提升南部地區的配送效率，提供消費者更便捷即時的貨物配送服務，同時也服務中南區供應商，使其不需遠赴北部進貨，降低運輸碳排，創造雙贏局面。**庶務管理**主要負責企業或組織日常行政、保險、租賃服務等之保養及維護供應商。**承攬商**則負責公司工程、勞務且與本公司訂定承攬工程或作業合約之廠商，或提供服務之作業地點為本公司之供應商作為整體營運的後盾。

因營收持續成長及物流倉儲擴建，各類供應商亦不斷增加，截至 2024 年商品供應商為 16,481 家，囊括 3C、日用、家電、家居、流行精品、美妝、保健、休閒、食品及海外自營等豐富類型。觸及之各產業皆佔比約 4.8% 至 15.7%，其中以家居類佔 15.7% 為最高，其次流行精品、休閒旅遊、食品亦各佔 10% 以上。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。

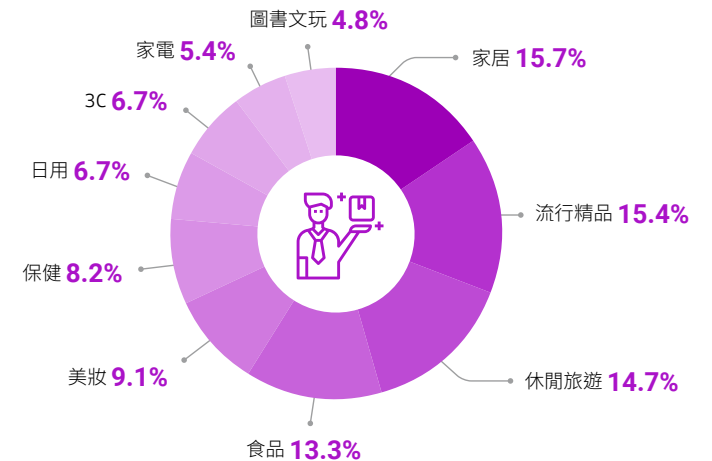
■ 註：與前一報導期間相比，momo 價值鏈和其他商業關係無顯著變化。

#### 供應商類型 (單位：家數)

項目	2022	2023	2024
商品類	10,783	11,909	16,481
物流類	12	14	14
庶務類	-	32	37
承攬類	-	33	17

■ 註：因為了供應商定義重新劃分定義，以利區別管理，故調整表格呈現。

#### 商品類供應商佔比





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 2.4.2 供應商遴選與評估

2-23

2-24

308-1

414-1

### 供應商 ESG 管理

momo 明定「[供應商 / 承攬商永續發展守則](#)」[↗](#)，向供應商確切表達我們堅守的原則與標準。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。2024 年度共有 6,405 家新進供應商及承攬商簽署，截至 2024 年有 15,784 家供應商簽署，2024 年新進供應商及承攬商簽署率為 99.53%。每年於線上公告，做為有效的管制措施並納入規範管理。

為強化永續供應鏈管理，藉由外部顧問輔導，逐一訪談相關部門，盤點供應鏈管理流程與文件，並研擬精進措施。同時確認「關鍵一階供應商」定義，並針對關鍵一階、新進供應商規劃「供應商 ESG 自評表」，於 2024 年第一季啟動供應商自評，使 momo 能依據供應商推動 ESG 現況，規劃相對應資源，以制定供應鏈發展計畫之具體措施。

本次針對 100 位關鍵供應商與 62 間新進供應商發放自評表，透過自評表溝通與辨識結果主要碳排放量貢獻之供應商及新進供應商之永續現況概覽（包含溫室氣體管理、人權管理等），並因應研擬 2024 年度供應商永續教育訓練之內容。未來年度 momo 亦以每年進行一次關鍵一階供應商 ESG 自評、與新進供應商 ESG 自評的頻率持續追蹤供應商現況，以實現永續供應鏈。



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



## 1 momo 永續發展

## 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

## 4 永續環境

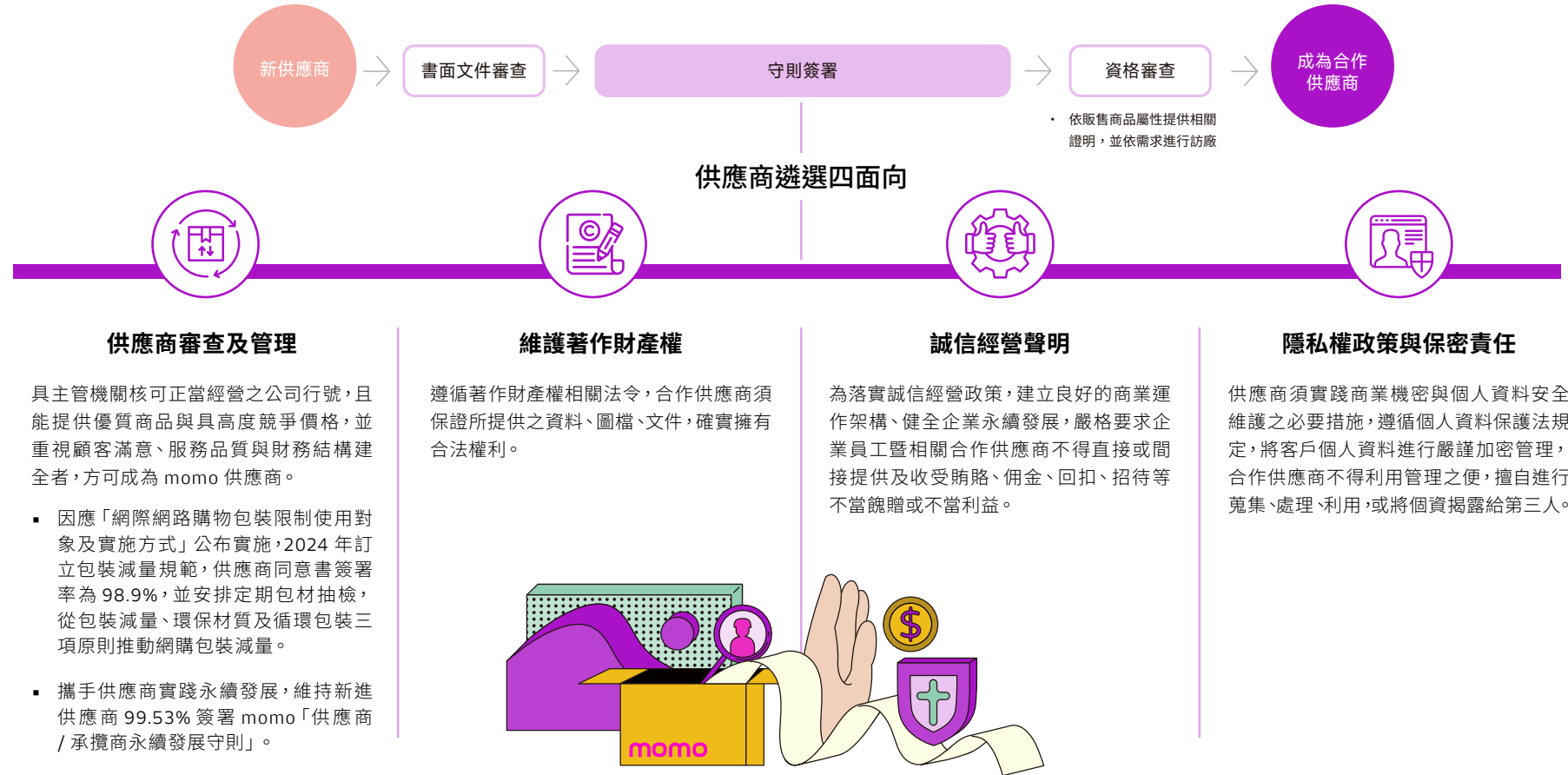
## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 新供應商遴選

2024 年有超過 6,500 家承諾遵守誠信經營的商品供應商通過審查加入 momo。我們以四大面向嚴審商品智慧財產權、資訊安全等相關條款，供應商必須符合相關標準，方可成為 momo 的合作夥伴，達成率為 100%。另外，我們重視供應商永續發展，所有新供應商於正式合作前必須簽署供應商 / 承攬商永續發展守則，以確保符合環境及社會面永續標準。為保障消費者權益，所有商品必須依品類性質投保商品責任險，針對販售特殊性商品（如醫療器材類、食品類、貴重精品類），供應商亦需簽回擔保書並依法規提供相關證明。在供應商進行商品提報後，momo 會根據商品屬性要求供應商提供相關資料，確保消費者吃得安心、用得放心。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

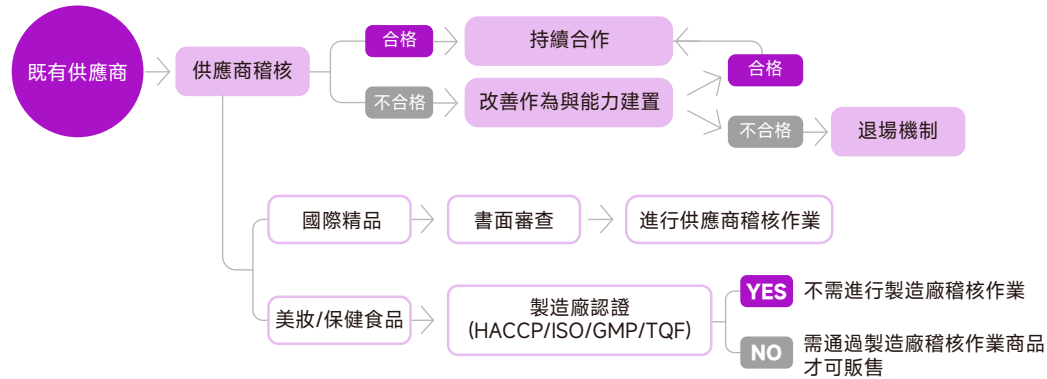
## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 合作中供應商定期評估

momo 透過定期與供應商業務維繫，即時掌握供應商營運狀況，如發生疑似商品品質異常或違反法規之情事，將立即採預防性暫停業務銷售；另視查證後之影響範圍、情節輕重等情況，安排專人協助、輔導或終止合作。此外，對於運作活躍度較低的供應商，根據其營業規模、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。美妝、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妝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 2024 年已達 775 家供應商通過認證或稽核訪廠作業；2024 年訪查 84 家供應商中共有 3 家不合格，不合格者不可上架銷售商品。

### 2.4.3 供應商能力建置

momo 視供應商為企業永續發展之重要夥伴，持續分享長期累積的永續經驗，同時協助及輔導其加強風險管理，強化整體供應鏈體質。我們利用領先的數位技術，提供便捷的資訊系統與多維度的銷售數據，促進供應商與 momo 緊密合作、共同倡議，一起成長。

momo 邀請各類商品供應商合作創新營運，善用三方物流及倉庫資源，推行「**去節點**」行動。配合 momo 北、中、南各倉庫需求貨量，商品抵達臺灣各港口後，將直送至就近的 momo 倉庫，縮短配送里程、減少入庫到供應商或 momo 倉的節點，也降低車輛運送碳排衝擊。不但節省物流成本、釋放倉儲空間，也增加三方團隊合作，創造多贏局面。同時，我們首推供應商使用循環物流箱進貨，減少包裝耗材及後續處理（詳細具體合作內容請參閱 **Ch.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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

附錄

## 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，線上教育訓練包含：系統操作教學影片、作業流程說明講義、常見問題 FAQ 等。線下則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外，momo 定期在全臺北、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。

2024 年 momo 於 **SCM 學堂** 上架 14 支新影片，平台年度總觀看次數逾 5.3 萬次，延續與去年一樣穩定的關注度；累計發行教學手冊 98 份、教學影片 33 支、常見 FAQ 194 題，共開立 17 場內部業務單位之合約與寄倉教育訓練，及 12 場一線廠服人員系統教育訓練。藉由整合多元線上學習資源，依據不同產業之供應鏈需求，從商品呈現、法規、廣告行銷、銷售分析、備貨寄倉、運輸配送、客戶服務以及 ESG 等全方位營運流程，分階段設計不同學習主題，並定期依供應商回饋更新內容，以滿足最新的需求，提升學習效率，同時精進營運管理與科技能力。momo 服務對象包括企業客戶、配送商和供應商，提供多元合作模式的一站式線上服務，我們將整合供應商服務專區，推行線上簽約審核機制，打造即時、數位化的供應鏈服務平台。

對象	課程類別	課程主題	2024 年成效
外部 供應商	線上課程	店家供應商說明會（含商品、商店基本設定、訂單）	28 堂 / 53 小時
	教學手冊	▪ 系統操作 61 份 ▪ 甲配寄倉出貨 49 份 ▪ ESG 議題 7 份	117 份
	線上影音	▪ 商品提報 + 寄倉入庫 + 甲配出退貨等流程，累積總觀看數 42,526 次 ▪ 其餘營運相關流程教學，累積總觀看數 11,158 次	總觀看次數 53,684
	常見 FAQ	▪ 甲乙配出貨及訂單管理 138 項 ▪ 商品提報 56 項	194 項
內部 員工	合約及寄倉教育訓練	合約說明、倉庫營運說明	17 場 / 共 84 人次
	一線廠服人員系統教育訓練	系統精進上線程式說明	12 場 / 共 205 人次

## 供應商永續賦能培育 | momo ESG 學苑

momo2024 年首度推動關鍵一階供應商 ESG 自評，辨識供應商較關注且較為薄弱之永續議題，自評結果顯示多數供應商尚未有碳管理概念，因此透過舉辦【momo ESG 學苑】「**企業碳管理起手式**」實體教育訓練，邀集關鍵供應商、新進供應商與庶務供應商等參與。於此場教育訓練中，邀請外部專家就碳管理趨勢與組織、產品之溫室氣體盤查與業務連結，積極倡議鼓勵供應商進行產品碳足跡；此外，更積極宣導包裝減量與循環物流箱推動等等。【momo ESG 學苑】，旨在強化永續供應鏈意識，與供應商分享碳管理趨勢及免費資源，幫助供應商快速建立碳管理能力，以利建構與供應商之低碳生態鏈。2024 年共 88 位供應商參與並給予正面回饋。未來將規劃將持續因應供應商 ESG 實際需求，與考量 momo 的重大 ESG 議題，提供供應商更多元永續主題課程，攜手供應商建構永續價值鏈。





## 1 momo 永續發展

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 供應鏈資安管理

momo 具備 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，持續提升供應商對資安的敏感度。2024 年針對 5 家需要強化資安防護的供應商，安排專員進行電話訪查，並啟動供應商個資防護自評機制，以「資訊安全管理辦法」涵蓋之「**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**」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 2024 年底，10,093 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 4 家供應商 100% 完成填覆。

此外，momo 進一步強化對供應商資訊安全的查核與管理，落實即時風險控管。如發現資安外洩疑慮，採立即匡列查核相關廠商，啟動供應商後台系統停權機制，並安排實地或電話資安訪查，嚴格查核資安疑慮供應商，詳細訂定資安外洩程度及復權條件。而針對資安預防性風險控管，momo 在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。

為了更全面地保障資訊安全，momo 與台灣大哥大集團合作，導入全臺灣電商產業首創 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，宅配單無須顯示個資即可順利完成配送。2024 年底配合廠商數已超過 1.5 萬家，momo 協助輔導 99% 以上商品供應商與外物流配送商導入使用 momo 安全通信平台，大幅降低配送過程中的個資外洩風險。

2024 年 超過 **1.5** 萬家  
配合廠商



商品供應商 **100%**  
供應商個資防護自評表





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 2.4.4 商品品質管理 416-1

momo 作為永續消費平台，嚴謹管理商品安全，針對各類商品設立安全檢測機制為消費者把關。momo 慎選供應商，並以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及稽核機制，以確保商品品質與安全。在商品品質把關方面，本公司設立「品質管理部」持續投入資源加強檢驗商品品質、成分、來源以及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核心，北區物流中心於 2019 年底導入 ISO 9001 品質管理系統，訂定「全員參與、持續改善、顧客滿意」的品質管理政策；以「作業管制標準化、落實矯正預防、企業永續發展」為三大指標，確保物流各階段作業間完善串聯，達到最高品質的運作。2020 年 momo 北區物流中心成為全臺第一間通過 SGS「ISO 9001 品質管理系統」驗證的電商營運物流中心場址，並已於 2023 年將退貨、運輸納入外部稽核範圍。2024 年累計共 374 人完成線上 ISO 教育訓練，ISO 員工覆蓋率達 62%，從主管到每一位同仁落實 ISO 教育訓練。

- 註：於 2023 年取得 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**，嚴格審核及確認商品是否符合法規及標示，以提供消費者穩定的產品品質與可靠的購物體驗。「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」三大檢驗類別 2024 年度共檢驗 107,466 件。

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：

依商品類型召回或主動稽查抽驗、品評（食品），或依消費者客訴內容確認商品，並即時清查在庫商品狀態。經判定後，將複驗結果反應予商品開發（業務）單位及供應商，防止相同客訴再度發生。

2024 年檢驗數量：**625** 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：

2015 年成立 momo 實驗室，配備各項基本檢測能力之實驗人員，針對不合格商品立即將其下架停止販售。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、萊克多巴胺及重金屬殘留測試等，**2024 年檢測合格率为 100%**，持續替消費者把關。

#### 一般品質檢驗：

入庫商品依進貨批次及內部抽樣計劃表執行隨機抽檢，未入庫商品則採訂購方式進行抽驗。所有商品皆依照「各類商品檢驗規範」進行多重把關，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，強制要求供應商須全程攝影監控商品入庫，並由品管員審核品質與販售規格相符後，再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。

2024 年檢驗數量：**58,230** 件

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：

全通路販售之國際精品、知名美妝、熱銷食品等供應商，需於銷售前自主宣告商品來源或提供商品購買證明；品管員隨機稽查真偽，如發生異常，立即採取全品項下架終止販售。

2024 年檢驗數量：**48,611** 件

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 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

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 商品檢驗項目



符合法令及是否會危害人體



資訊透明化



來源的合法性



功能性、安全性測試

## 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

針對已進貨及上架卻未符合法規之商品，momo 立即啟動品質管控機制，加強管理供應商進貨檢驗，並於 2024 年導入 AI 輔助偵測機制，**在審查商品合規性時，以 AI 快速分析和理解大量文本資訊，藉此處理來自不同法規、標準和要求的文檔，提升檢驗效率與正確性。**並以此為基礎，對商品展開全面清查並下架異常品，預防將其出貨給消費者，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

供應商每月進貨商品管理原規範為累計 10 件異常品項即列入「異常供應商清單」，連續兩月被列入則視為不合格供應商，收取異常處理費；自 2024 年起調整為 1 件以上異常品項即收取異常處理費，強化控管供應商進貨商品嚴謹度。另輔導高收費及高重複性供應商，確保從源頭有效改善。累計至 2024 年底有 4.8% 供應商被酌收異常處理費。

### 管理機制

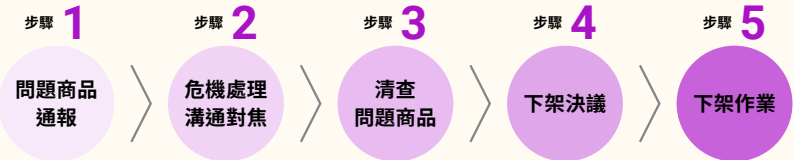
#### 已上架商品異常 - 強制下架

##### 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，並於 2024 年導入 AI 大語言模型進行偵測，加強審查力度與效率。一旦取得確切資訊，即展開清查全通路及通報相關人員，並同步將違規商品下架；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：2024 年 12 月主管機關衛福部食藥署有塑膠材質食品容器或包裝稽查，經檢驗後確認含有塑化劑及標示不符規定，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。



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

# 3

## 永續消費 Customer matters

2-25

3-3

momo 致力推動永續消費，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系統，提供最佳購物旅程。我們積極與具備永續理念的供應商合作，打造綠色消費生態圈，讓消費者擁有更廣泛的永續選擇權。

近 **70** 萬人  
綠活會員數



**>5,300** 項  
綠色生活館商品



**> 99.5 %**

供應商導入「物流士安心 call」服務



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 對應重大主題

#### 顧客關係管理

- + 顧客關係維繫良好
- 缺乏商品及輿論服務管理

#### 顧客隱私及資訊安全

- + 正確且安全使用資料
- 個資與機敏資料外洩

#### 商品責任

- + 負責任商品管理

### momo 承諾

- 提供多元且即時之客戶服務，以「提升客戶滿意度」。
- 「強化客服專業度」並優化購物流程，以精進整體服務品質。
- 導入 AI 數位特徵識別系統，深化智能資安技術應用。
- 針對模擬器、機器人、爬蟲工具訪問網站的裝置或行為進行控管，自動阻擋不當登入。
- 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。
- 以嚴謹機制做到負責任的商品管理。

### 管理機制

- 每年定期透過董事會與永續發展委員會追蹤商品責任、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，負責審查個資與機敏資料管理與資安管理系統、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

- 確保商品 100% 皆符合法規標示規範。
- 稽查並下架 73,293 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。
- 建構「專業秘密客團隊」，把關人員服務品質。
- 2024 年共優化 144 項服務流程與系統功能，持續精進服務品質。
- 取得 PCI DSS 支付卡安全標準合規證書。
- 完成 ISO 27001 資訊安全轉版，掌握最新資訊安全管理機制。
- 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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

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

5 友善職場

6 社會共好

附錄

## 3.1 永續消費

momo 服務超過千萬名網路會員，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，落實責任銷售與賦能永續消費行為。





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

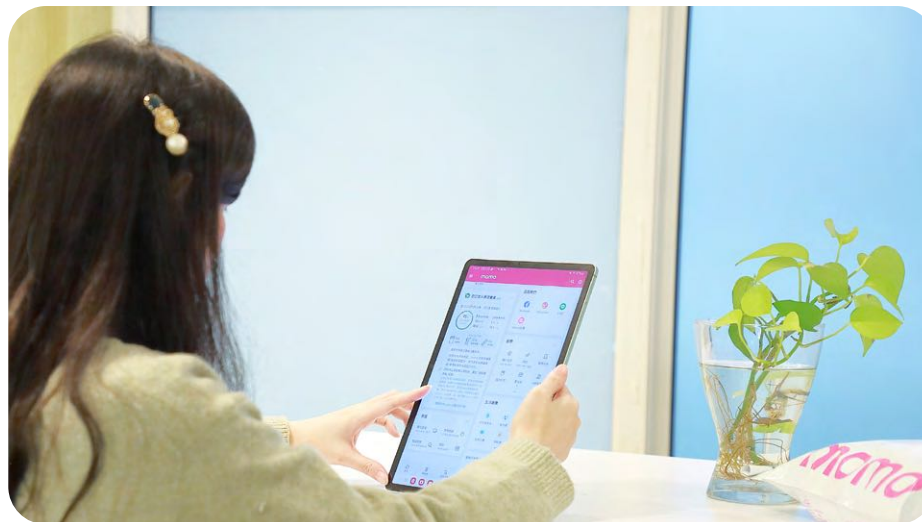
## 6 社會共好

## 附錄

### 3.1.1 綠活會員計畫

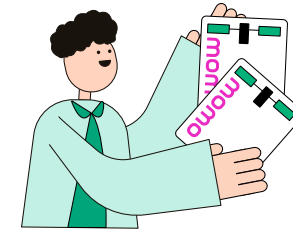
momo 致力建構永續網購生態圈，營造綠色消費新文化。2023 年 9 月啟動「綠活會員」計畫，賦予消費者「**永續消費選擇權**」，包含優先使用「**循環包裝**」配送、提供會員「**商品集中配送**」減碳物流新選擇、「**減碳儀表板**」累積個人減碳成果，同時搭配「**綠色生活館**」永續選品並提供「**綠活專屬優惠**」，強化經營永續消費客群。momo 綠活會員從選購、包裝到出貨等各個環節，多管齊下減少消費過程中對環境的衝擊，讓消費者在享受網購樂趣的同時，也能輕鬆做出更環保的選擇。2024 年底已有近 70 萬人響應，攜手踏上低碳消費旅程。

為加深與消費者的互動黏著度，自 2024 年 11 月起，將原先每月 25 日開啟的綠活會員日，轉換成每月固定為期十天舉辦「綠活會員週」，成功提升消費者活動參與率，成為年度推廣策略中的一大亮點。而 2024 年 momo 於整體綠活會員活動發放 mo 幣金額累計超過 21 萬，展現出活動對會員經營的實質帶動，顯示綠活會員計畫在提升會員互動及活躍度上持續發揮成效，擴大綠色生活理念的影響力。



### 「綠活會員」亮點

#### 1 循環包裝精準送 建構循環包裝生態圈



- 藉由讓消費者主動選擇成為「綠活會員」，有效分眾行銷精準投放資源，提升循環包裝回收率
- 綠活會員訂單優先以可重複使用的「循環包裝」出貨（含循環袋及循環紙箱），減少一次性包裝廢棄物
- 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至 2 倍以上
- 擴大全臺循環袋回收通路與據點，方便消費者回收

#### 2024 年度成果：

- 透過精準遞送循環包裝給具備永續意識的客群，2024 年 momo 循環袋回收率提升至 21.4%
- 超過 1.5 萬個回收據點，涵蓋 7-ELEVEN、郵局、郵筒、美廉社、台灣大哥大門市等
- 2024 年同意使用循環袋人數：469,664

#### 2 減碳儀表板 累積個人量化減碳成果



- 透過可視化的累積減碳行動效益，鼓勵會員更有動力響應減碳行動，並瞭解自身消費行為對於環境的影響力
- 「減碳儀表板」量化環保貢獻，累計會員本人使用「門市自取」及「集中配送」的加總訂單數及累計減碳量
- 將加總減碳量換算成生活減塑行為呈現，讓消費者實踐永續更有感，例如：總減少碳排量为 220.0g，相當於減少使用 19 個塑膠飲料杯或 74 支塑膠吸管或 9 支免洗筷

## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 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

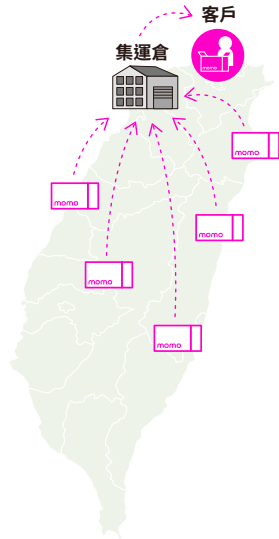
## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 3 集中配送 運用 AI 推薦最適包材



- 針對存放於多個倉庫的商品，會員可選擇「集中配送」服務，同意將商品先集中再一起配送
- 提高包裝效率、減少緩衝材使用
- 降低配送次數及運輸碳排放
- 為會員提供一次性取貨的便利，同時響應環保

### 2024 年度成果 (詳細內容請參閱 Ch.4.3.2 短鏈佈局 ㊄):

1. 透過「集中配送」機制，紙箱使用量顯著下降，平均每月減少 6 萬個紙箱，整體減碳效益達 5.6 公噸 CO<sub>2</sub>e，相當於 5,491 棵樹一年的碳匯量
2. 2024 年同意集中配送人數：541,489

### ★ momo 「最適包裝建議 AI 系統」

透過 3D 模型演算法，在倉庫理貨時自動建議最適合的包材與箱型，確保每筆集中配送訂單的商品都能以最佳方式裝箱，提升包裝效率、減少緩衝材使用。

### ★ momo 「最佳配送路徑模擬 AI 系統」

幫助物流士規劃最適配送路徑，利用訂單熱點分析，致力縮短物流最後一哩路，有效降低碳排放並提升整體配送效率。消費者自主選擇，靈活響應減碳方式。

## 4 綠活專屬優惠 與環保活動



- 不定期提供綠活會員專屬優惠。  
如：不定期歸戶折價券、mo 卡加碼優惠、綠色消費回饋折扣
- 鼓勵消費者購買環保產品，落實綠色購物。  
如：可重複使用的餐具、環保購物袋、節能家電等
- 優先獲得 ESG 相關活動資訊，並針對綠活會員舉辦環境教育活動。  
如：淨灘、淨溪、綠色生活行動等

## ESG 標章小學堂

momo 持續推動「ESG 標章小學堂」，介紹國內外環保標章，善用平台之力助攻綠色消費與環境守護意識。鼓勵產品從設計源頭就能以環境保護、資源永續循環利用及社會關懷為主要思維。我們認可多項標章，包含：

**ECOCERT 歐盟有機認證** (須符合 ISO 65 農業規範)、**無動物實驗標章** (產品從生產、製程到成品皆未造成動物傷害或使用動物進行實驗，且沒有委託第三方進行動物實驗)、**搖籃到搖籃認證** (使用此認證商品對環境循環影響降到最低) 等國內外認可之環境永續標章。



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

- 註：2024 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、美國 USDA 有機認證、無動物實驗、北歐白天鵝標章、ECOCERT 歐盟有機認證、環保標章、澳洲 ACO 有機認證、搖籃到搖籃認證、德國 BDIH 有機認證、COSMEBIO 有機認證、義大利 ICEA 認證標章。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 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

momo 打造「綠色生活館」鼓勵消費者選購永續商品，從百萬樣商品中挑選友善環境及符合國際認證或同等資格之認證許可的產品上架。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豐富商品，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」以專人管理，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；讓消費者買得安心，供應商亦更願意提供多元綠色商品。此外，每年舉行數場結合消費及環境意識之活動，如：淨灘、淨溪、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配送，邀請消費者在生活中以行動實踐愛地球。

2024 年為響應減碳減塑政策，momo 與歐萊德合作響應關燈一小時活動，共 3,520 名會員參與。並於第三季起擴大舉辦綠活會員週，每月皆有上千位會員一同響應綠色消費行動。





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 「MIT 愛台灣」故事系列 - 永遠與農漁民在一起

為維護及發揚 Made In Taiwan 理念，momo 直播及電視購物與全臺各地農漁會合作，共同推廣臺灣在地商品。我們不僅與農漁特產合作，各縣市的在地商家、熟食加工廠（臺灣本土食材），只要是符合臺灣製造、臺灣生產、宣揚臺灣商品理念的優良商家；我們會製作專案直播節目，共同推廣優質選品和商家背後奮鬥的故事。直播每週五 14:00-17:00 在綜合台「直播開寶箱」固定銷售，每檔有 1-3 個在地品牌，置入品項 12-20 支，2024 年總銷售超過 800 支商品銷售次數，品牌超過 50 個以上。期望藉由與供應商攜手拓展永續商品的理念及商機與深耕特色商品，呈現其永續理念和商品價值。同時配合公司友善環境、永續生活等實際活動執行，拍攝影片於電視破口播放，宣達並深化環境永續的重要性。

### 1 | 泉發蜂蜜 |



直播節目中多次推廣傳承百年的「泉發蜂蜜」為臺灣少數自產、自製、自銷的蜂蜜家族，直播前預先前往「泉發蜂蜜」實體門市，實際拍攝客人品嚐蜂蜜後的真實感受，並在節目中多次播放蜂蜜製程與產銷環境，透過畫面引導消費者選購最健康的天然食品，讓觀眾在消費同時更能了解臺灣在地商家的堅持與用心。

### 2 | 臺東青澤 |



介紹於直播節目中，介紹來自臺東在地食材，最具代表性的伴手禮，並為觀眾宣導這些復刻零食為臺東在地小農合作改良而成的經典中式點心，觀眾反應極為熱烈。

### 3 | 綺緣 |



於直播節目中，介紹傳承一甲子的老店「綺緣樟腦廠」堅持遵循古法製造，採用純天然原料，讓觀眾選購商品時更加健康與安心。

### 4 | 京美 |



介紹無毒、無汙染的環保型織品，邀請京美品牌創辦人至現場暢談堅持專注品質的職人精神，並於直播進行中多次播放店家永續環保發展與榮獲多種獎項影片，期望觀眾選購商品後，能提升使用者生活品質與幸福。

## 5 | 回鄉青年 |

### 林曉慧 「醃蔬果也有春天」



林曉慧為雲林縣虎尾鎮人，於直播中向觀眾分享因家人罹癌，從此更加注意飲食健康，進而回鄉發現雲林農產許多醃蔬果。基於減少食物浪費，林曉慧以營養學的專業，調製客製化果汁，透過食農教育，連結小農與學生，增加農民收益，並與學校合作，開發食農教育的科學進行式。

## 以影音推廣永續成效

### 林口淨灘

為了減輕海洋垃圾對環境的危害，momo 2024 年 4 月攜手 227 位綠活會員及同仁，一起前往林口頂寮沙灘淨灘守護海洋，許多小朋友也一起參與撿拾，這次大手牽小手的力量，共清理了 860 公斤的海洋垃圾，希望藉由身體力行，從小培養守護海洋與生物，以及環境永續的概念！



### 三峽淨溪

2024 年 10 月，momo 與三峽在地地方創生組織「甘樂文創」合作，號召員工一同淨溪，沿著溪床把沿岸的垃圾撿起，並動手 DIY 把帶來的舊衣服改造成環保袋，讓穿不到的衣服再次擁有新生命。當天共撿了 12 大袋的垃圾，總重 92.6 公斤，希望藉由參與這樣的活動，把影響帶回公司，隨時隨地為永續盡一份心力！



### 友善環境

為了體現「momo 消費者永續生活的好夥伴」，影音拍攝介紹 momo 循環包裝、設立倉儲配送減少物流中繼站，同時引進環保節能車輛，落實低碳物流等做法，於節目破口強力播出，讓 momo 致力環境永續的努力，深植消費者心中，藉以推廣並募集更多綠活會員。



### 永續生活

運用影音的傳播力量，拍攝綠建築物流中心，將 momo 致力於環境友善的再生包材及智能設備等製作成影片，並結合可愛動畫置於片頭片尾，於節目破口不斷播出，吸引消費者觀看，建構電視購物永續新面貌。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 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臺灣在地商品，推廣在地產銷。此外，momo 觀察到近年來臺灣消費者在生活型態與選擇商品上，除考量價格外，具備臺灣本地特色賣點的商品格外受青睞。因此，我們 2024 年致力於深耕在地特色商品，用影音傳播的力量，號召消費者響應支持購買在地產品。

### 2024 momo 的實際作為：

#### 🐟 在地漁產 |

以臺灣捕撈、臺灣養殖漁產為優先選品；在相同魚種的選擇上，會優先以臺灣近海捕撈、或者臺灣養殖為優先，如鯖魚會優先銷售南方澳，再考慮挪威；鱸魚會以宜蘭養殖高於大陸進口、船東契包吻仔魚等等，其他在地漁產尚有：澎湖小卷、臺灣十大好魚午仔魚、白北魚等，若有各地漁會或漁業署特別指定的滯銷產品，會以優惠毛利並配合行銷活動銷售，如先前與高雄梓官漁會合作銷售的龍虎斑。

#### 🌾 在地農產 |

平時會以小農、產銷班或台字號系列為優先選品，其他進口品則在缺貨時才銷售；如：宜蘭的得獎米、彰化卓班長的黑米、台農 57 號地瓜製品、拉拉山原住民種植的高山香菇、雲林苦茶油、雲林鵝肉、田中產銷班黑米 / 白米、苗栗小農菊花茶等。

#### 📺 轉型直播 |

- 2024 年花蓮大地震，觀光及產業掉了 8 成，由花蓮縣政府觀光局至 momo 洽談協助在地店家數位轉型，洽談 10 家當地店家，有 3 家順利簽約上架，並於 TV app 與直播銷售。
- 桃園青創直播持續 2 年，前後有銷售超過 15 個品牌，50 項以上商品，直播檔次約 30 次。
- 嘉義縣長邀請當地農特產廠商，到 momo 直播，協助農特產直播轉型，約 10 家有 30 個品項銷售。
- 11 月苗栗縣政府與行政院農村水保署臺中分署攜手青農，介紹在地產品，品項約 8 項，並有新聞露出如下：

#### 苗栗搶雙11商機 農村旅遊、伴手禮新亮點

2024/11/02 10:12

生活中心 / 綜合報導

雙11快到了，各大電商無不祭出優惠，準備搶佔購物商機。苗栗縣政府農業處也搭上電商潮流，與行政院農業部農村水保署台中分署、1日攜手與青農、在地旅遊業者，前往momo電商購物平台擔任超級直播主，穿著地下最夯棒球服出現，代言苗栗好物好遊，搶雙11商機，希望強棒出擊。



▲苗栗縣農業處與水保署合作，到電商平台開直播，搶佔雙11商機。（圖／苗栗縣農業處提供）

根據了解，這次直播推出多項優惠商品，含由農村水保署輔導的人氣商品：布魯瓦莉藍莓冰淇淋；苑裡農會台農粘稻22號米限定組合；霧峰鄉駐稻草藝品農稻草編織DIY、稻草藝品暨日式注連繩；舊山線鐵道自行車Rail Bik稻花亞麻布手提袋與幸運聯名商品；角牛牧場課程旅行一日遊優惠；金梅茶油工坊紅花大葉茶花好油等，多種人氣商品於直播時與民眾熱烈互動。苗栗縣政府農業處陳街義處長表示，苗栗各類農特產品、農遊都充分展現「人、文、地、產」特色，就是為了讓廣大消費者都可以來苗栗品美食、享生活，藉由觀光推動農業與休閒產業共榮，提升農業、旅遊暨產業競爭力。

### 2024 製作 6 檔在地食品成功案例：

#### 食品 3 檔 |

- 臺南楠西 30 天成熟琥珀鳳梨酵素果乾
- 國宴主廚溫國智頂級秘制 XO 干貝雙醬
- 國宴主廚七星報喜澎拜迎春團圓年菜組



#### 美妝 1 檔 |

阿原艾草防蚊液超值回饋組 ( 預防小黑蚊 )



#### 精品 1 檔 |

湯鎮瑋 - 好運道五寶草端午安康大禮包



#### 旅遊 1 檔 |

飛向澎湖賞花火噹美食暑假不加價 4 日。





1 momo 永續發展

2 共益夥伴

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

5 友善職場

6 社會共好

附錄

### 3.1.3 責任行銷與標示 417-1

為確保消費者權益與安全，momo 要求全站上架銷售之所有商品皆須依法規清楚標示應有資訊，如成分來源、供應商、及使用安全說明等。為落實此目標，momo 以合約規範供應商之商品所附標示必須符合上述要求方可上架。同時，另 momo 建立嚴謹稽查及下架機制，2024 年經 momo 稽查共下架 73,293 項商品，並持續增加稽查項目，如環境用藥等；在協助供應商揭露完整且透明的商品資訊後，共 20,687 項商品恢復上架販售。2024 年，共計收到 502 次政府來函要求下架商品 (1,770 品項)，已全數於時限內配合政府要求立即完成下架，展現積極配合政府規範之決心與行動力。

#### 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。(請詳 **Ch.6.2 公益參與「社福團體物資捐助」**)。

##### 1 每週整理清單

商品效期 < momo 允收日期

##### 2 促銷定價協議

供應商同意 → 修改商品露出  
供應商不同意 → 退倉

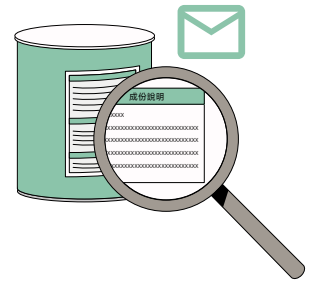
##### 3 達最低效期 - 退倉

食品類 < 20 天  
其他 < 3 個月

#### 食品溯源管理

重視食安防護，強化食材溯源管理讓消費者安心消費，遵循衛生福利部食品安全及衛生品質的公告，針對特定規模食品業者應依其產業模式，建立商品、原料、成品之供應來源及流向之追溯追蹤系統。每月以電子資料上傳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	2022 年	2023 年	2024 年
商品數	1,698	1,816	2163
總件數	245,037	291,494	260,582



1 momo 永續發展

2 共益夥伴

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

5 友善職場

6 社會共好

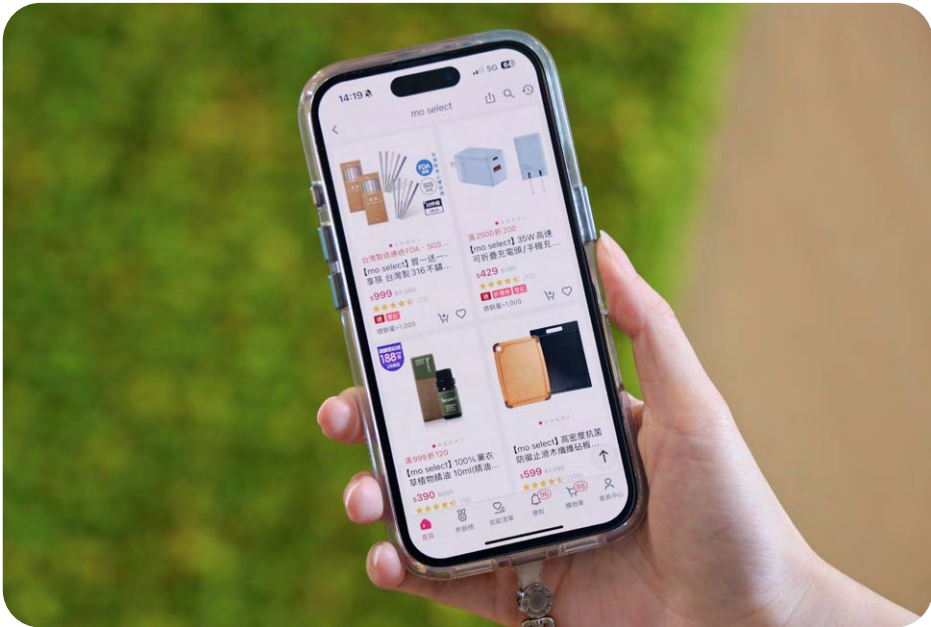
附錄

3.2 最佳消費體驗

momo 經營電視、網路、型錄、行動購物 (App) 等多元通路，滿足消費者生活所需的各類商品與服務。我們打造便捷、舒適的購物平台，致力於提供創新與便利的服務品質，並在訂單成立後，以快速到貨與 24 小時客服等貼心服務，創造最佳消費體驗。

3.2.1 創新購物體驗

在顧客需求與購物行為變化迅速的背景下，momo 為提升購物便利性，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 以客戶滿意度為核心，透過多元方式提供便捷服務並強化網站商品搜尋技術，以科技實力帶來更優質的購物體驗。2024 年推動之創新功能如下：



	<div>mo 店 +</div>	<div>momo 送禮新增「可由收禮人回填地址」</div>	<div>北富銀帳戶付款</div>
策略 / 目的	導入商店自營模式，以更快的速度豐富商品種類和數量，及提供更具競爭力的價格，吸引不同客群擴大客戶基礎，推動廣告業務的成長，打造業績第 2 成長曲線。	優化送禮功能，讓用戶能快速使用通訊錄的聯絡人送禮，並由收禮人選擇自己所需的最佳配送地址，讓送禮功能流程簡單化與提高靈活度。	提供多元付款選項，滿足未持有信用卡及偏好現金支付的用戶需求，提升購物便利性。
創新亮點	豐富的商品種類 / 數量，更優惠的價格。	減少收送禮物的溝通成本及等待時間，簡化送禮流程、提升用戶使用意願。	全臺首家引入帳戶付款方式的電商平台。
2024 年成效	導入店家數：約 <b>6,000</b> 間 上架商品數：約 <b>150</b> 萬品項	累積送禮人數： <b>401,651</b> 人	綁定帳戶付款人數： <b>5,067</b> 人

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

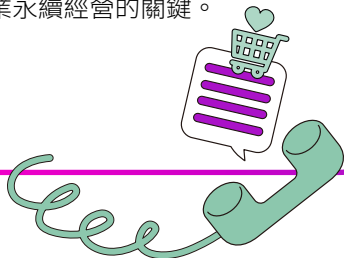
### 以創新服務消彌數位落差－ 熟齡友善・語音購物服務

隨著網際網路技術快速演進，電子商務產業蓬勃發展，帶動消費模式、生活型態的深刻轉變。然而，momo 在第一線服務消費者的過程中發現：**在網購已成大眾日常的 2025 年，仍有一群「不熟悉數位工具的熟齡會員」無法享受科技發展所帶來的便利、優惠與客戶服務。**

這群會員多半不熟悉操作手機，甚至沒有可連網設備，長期處在數位落差的弱勢方，反映出數位轉型下潛在的社會不平等現象。

momo 為響應聯合國永續發展目標（SDG 10）－「減少不平等」，並提升顧客包容性，透過資料分析，掌握 35 萬名偏好以語音方式進行購物的中高齡會員，其中多數為消費年資逾十年的「忠誠」會員，並基於族群實際消費需求，優化「**語音購物機制**」，整合電話客服、下單系統及消費行為標籤，使客服人員能即時識別熟齡顧客，提供個人化的產品推薦與購物協助，實踐「**不讓任何人因數位轉型而被遺落**」的服務理念。

此項創新行動不僅顯著提升熟齡顧客之購物體驗，更創造每月數百萬元的穩定營收，證明「**關懷弱勢族群**」非企業的成本項，而是長期的價值來源。我們相信，縮小數位落差、賦予顧客應有的購物權利，正是實踐綠色電商的核心精神，也是驅動企業永續經營的關鍵。



### 新服務上線，升級「多、快、好、省」 全方位購物體驗 豐富「逛」的樂趣

為持續帶給消費者「更多、更便利」的購物體驗，2024 年 momo 再度強棒出擊打造「**mo 店 +**」全新營運模式，不僅讓消費者享有更豐富的商品選擇與互動式購物體驗，更強化了客服支援機制，確保購物過程更加順暢可靠。

「mo 店 +」透過嚴格的邀約制招商，確保入駐店家的商品品質，同時提供品牌專屬的開店模組，讓消費者能夠找到更多元且專業的品牌商品。

此外，mo 店 + 也結合 **momo Ads** 零售媒體廣告與直播串流服務，讓消費者能夠透過直播即時了解產品資訊，並透過參與品牌專場直播獲得更直觀的購物體驗。在客服端，momo 特別設立了專業協助機制，能快速提供仲裁服務與處理消費糾紛，保障消費者與店家間的交易透明公正。此項服務不僅讓購物更加便捷，也進一步提升消費者的信任與購物滿意度。

#### 問問功能：即時互動，提升消費體驗

消費者可以直接在平台上向商家提問，快速獲得商品資訊、縮短購物決策時間，增強與商家的互動性。



#### 申請平台介入功能：增強交易保障與購物信任感

當消費者與商家發生爭議，可以隨時申請平台介入，momo 作為第三方仲裁者，提供中立公平的解決方案，讓消費者購物更加安心。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

附錄

### 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，2024 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 456 份），針對 momo 「整體滿意度」給予平均 88 分高評價，為業界第一。

整體滿意度	88 分	業界第一
APP/ 網頁使用體驗（含：購物動線、商品陳列）	81 分	
結帳體驗（含：付款方式、安全性）	89 分	👑
送貨速度	87 分	
商品包裝	82 分	
退換貨服務	81 分	👑
售後諮詢 / 維修服務	77 分	



### 數位轉型與人才發展：打造高效文字服務

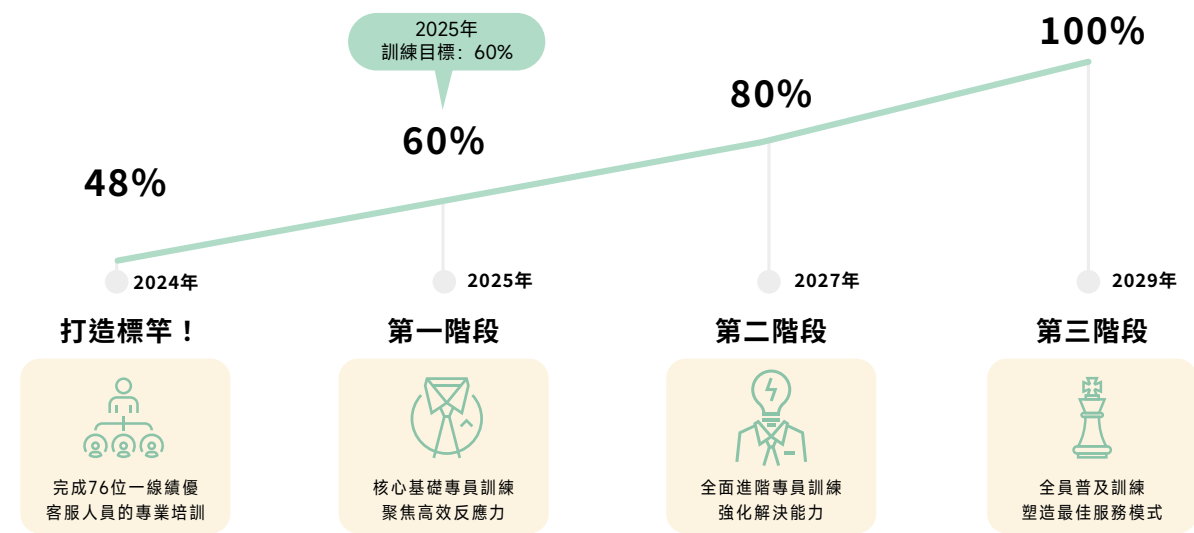
隨著數位化趨勢加速以及顧客對便捷、高效服務的需求增加，momo 於 2024 年啟動專員文字服務能力擴大計畫，作為轉型至文字服務主力的重要基礎。計畫包含以下重點：

#### 專員培訓深化

我們針對一線同仁展開專業培訓，目標是將受訓比例從 48% 提升至 60% (2025 年) 課程涵蓋文字基礎溝通技巧，幫助同仁更靈活且迅速地解決消費者需求，進一步提升客戶滿意度。

#### 服務模式升級

積極推進文字服務與自助服務的整合，不僅提升服務品質與效率，更滿足消費者於不同情境下之多元化需求。2024 年文字服務的使用比例已提升至 11.2%，自助服務穩定達成 61.8%，成為最主要的服務模式。以上成果展現了數位轉型的成效，有效縮短消費者等待時間並降低營運成本。未來，我們將持續深化專業培訓與技術應用，實現全方位的服務升級，助力公司在數位化時代中保持競爭優勢。





## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 3.2.3 暢通服務管道

momo 提供臺灣零售平台最多元之服務渠道，以順應消費者習慣跨裝置操作的全通路時代，並滿足消費者可隨時取得專業、即時的客戶服務。為確保所有需求皆能獲得妥善處理，在消費者進線至客服中心時，系統會自動記錄並派發至權責單位，依提問類型進行「案件分流」，同時配套「急件作業」處理措施，限期完善客戶需求。此外，召開定期會議逐一檢視案件內容並研擬改善方案，視情況安排跨部門會議精進處理流程，全面優化服務品質。

服務量能

客服席位數達

350 席



服務時間

領先同業 提供全年無休

24/7

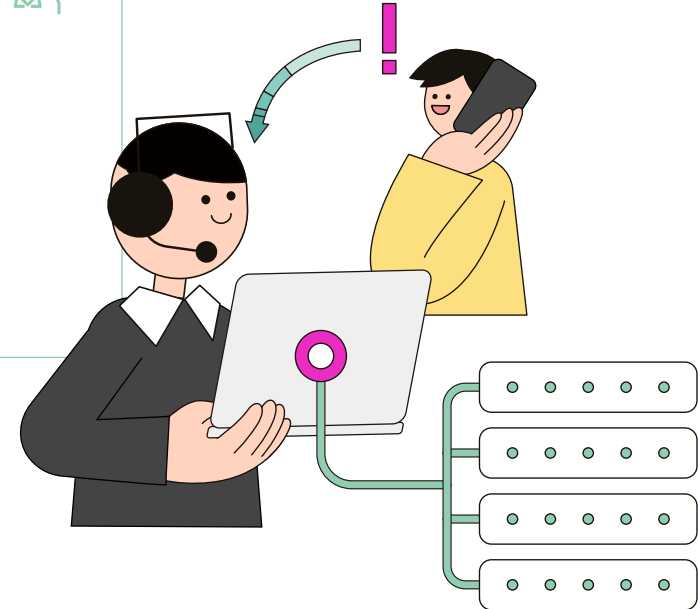
專人服務



服務渠道



- 電話客服
- 線上文字客服
- 網路意見箱留言
- 智能客服 momoco
- 預約專人服務
- momo 問問  
(mo 店 + 商品 / 訂單問題解決平台)





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

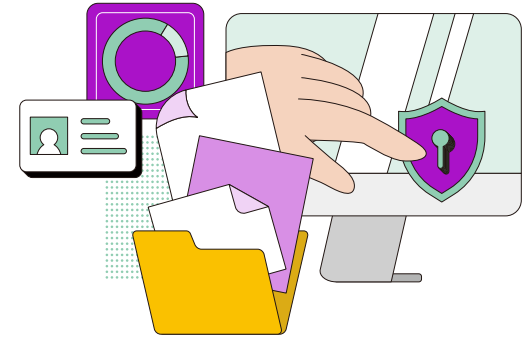
## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 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；2024 年完成轉版 (2022 版)，確保消費者的資料在多層資訊安全控管下，得到最高規格的防護。



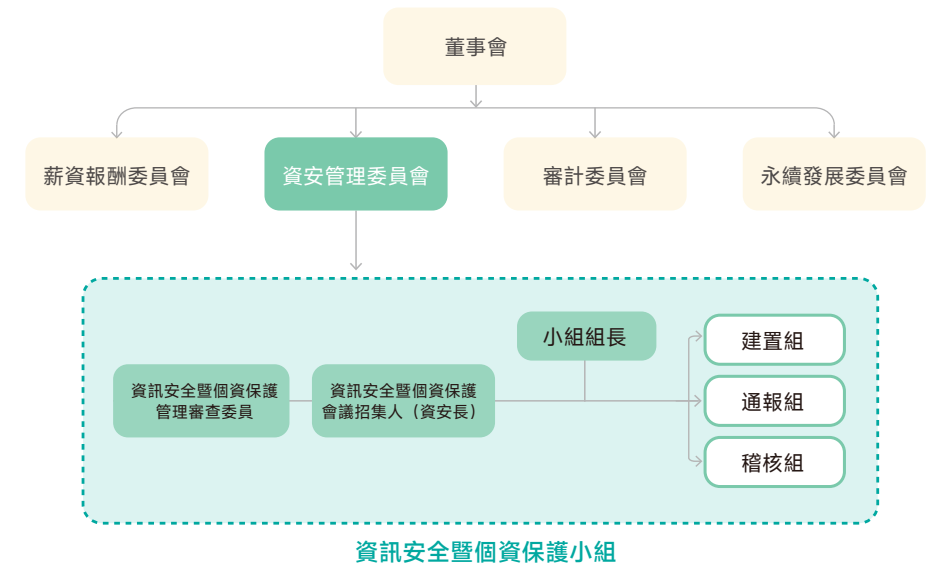
### 3.3.1 資訊安全管理機制 2-23

momo 於 2009 年成立「資訊安全委員會」，負責推動資訊安全作業；為加強個人資料保護，2018 年將資訊安全委員會更名為「**資訊安全暨個人資料保護管理審查委員會**」，持續定期檢視資訊安全暨個資保護政策及推動落實度。

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**」，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

### 2024 年度資安管理委員會之組成、職責及運作情形：

#### 1. 資安管理委員會之組成

本公司於 2020 年 10 月設置「資安管理委員會」，該委員會由 3 名獨立董事組成，洪麗甯獨立董事與江永祥獨立董事具備資訊科技專長，符合該委員會所需之專業能力，委員會運作方式依本公司「資安管理委員會組織規程」辦理。

#### 2. 資安管理委員會職責範圍

本公司依「資安管理委員會組織規程」規定，職責範圍如下：

- (1) 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。
- (2) 審查新業務之資安管理機制。
- (3) 核備重大資安事故損失之檢討與因應措施。
- (4) 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。

#### 3. 資安管理委員會成員資料

第二屆資安管理委員會任期：2023 年 5 月 19 日至 2026 年 5 月 18 日。

身份	姓名	專業資格與經驗
獨立董事	江永祥	請參閱年報「董事專業資格及獨立董事獨立性資訊揭露」
獨立董事	王傑	
獨立董事	洪麗甯	

#### 4. 資安管理委員會運作情形

最近 (113) 年度資安管理委員會開會 2 次，出席情形如下：

職稱	姓名	實際出席次數	委託出席次數	實際出席率
召集人	江永祥	2	0	100%
委員	王傑	2	0	100%
委員	洪麗甯	2	0	100%

#### 5. 資安管理委員會執行成果

2024 年 1 月 24 日：

- (1) 內外部要求及因應計畫報告案。
- (2) 管理系統範圍及組織異動報告案。
- (3) 管理系統作業情形報告案。
- (4) 定期驗證作業報告案。

2024 年 8 月 1 日：

- (1) 內外部要求及因應計畫報告案。
- (2) 資安檢測及安全意識報告案。
- (3) 定期驗證作業報告案。

## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄



### 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



3.3.2 資訊安全與管理

2-24

2-25

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"><li>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。</li></ul>
	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	
 執行	網路安全	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>防堵使用機器人、模擬器或自動化工具存取 momo 提供之所有系統服務平台。</li><li>退貨單電話隱碼，防止個資外流。</li></ul>
	威脅情資蒐集	
	裝置安全	
	雲端安全	
	應用程式安全	
	帳號與權限管理	
	資安監控與維運	
 查核	個資及機敏資料保護	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>執行資安成熟度評鑑。</li></ul>
	持續監控	
	資訊安全目標及風險指標	
	攻擊演練	
 行動	內部稽核與第三方稽核	<ul style="list-style-type: none"><li>召開管理審查會議，依查核結果改善流程、檢討安全措施、調整資源配置，包含安全控制技術、工具設備及教育訓練。</li></ul>
	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	

1 momo 永續發展

2 共益夥伴

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

5 友善職場

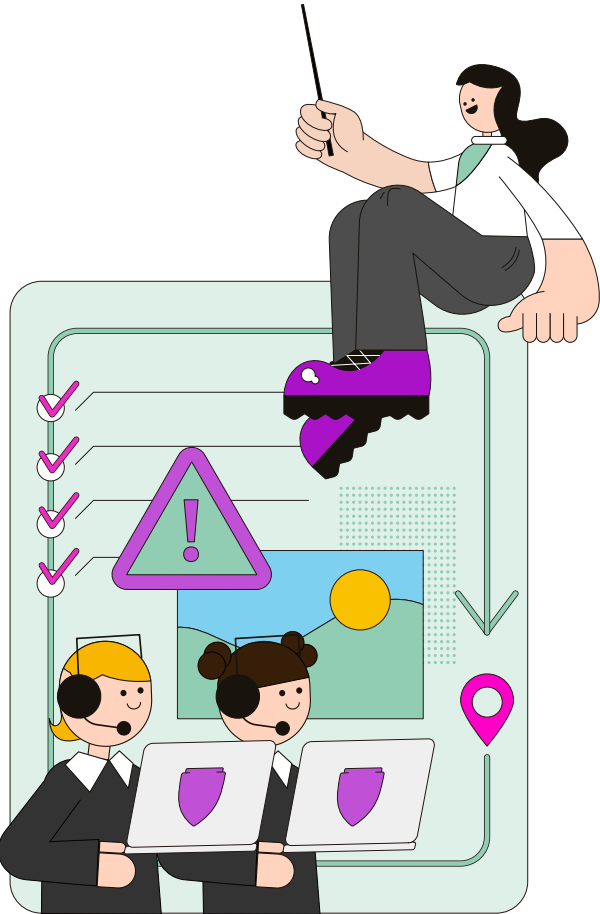
6 社會共好

附錄

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。

2024 年課程名稱	時數（分）	人數	說明
個資法修正宣導	40	3,537	課程期間之在職員工，100% 完成線上課程並通過測驗。
社交工程宣導	20	3,509	
安維辦法宣導	60	3,523	
資訊資產盤點、資訊資產風險管理	90	3,521	
個資盤點、個資風險管理	90	3,530	
資安事件處理方針	25	3,657	1. 新進報到員工，100% 完成講習。 2. 新進人員講習 3 小時，其中 1 小時課程內容為資訊安全保護個資法、對外防駭客、對內防洩漏、電腦使用介紹。
新進人員講習	60	1,135	





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

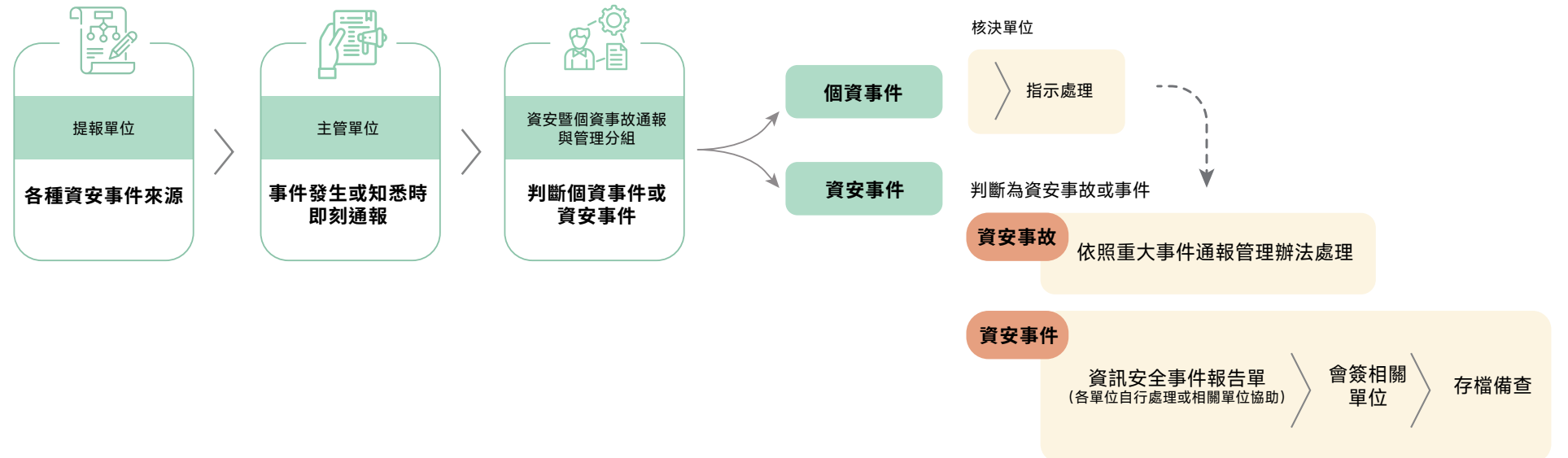
附錄

## 資安事件通報

針對資安事件的通報與處理，momo 明確訂定「**資訊安全事件通報作業規範**」含權責、事件分級、通報程序及處理評估與決策，資訊單位需於目標處理時間內排除及解決資訊安全事件，並在事件處理完畢後進行根因分析及採取矯正措施，以預防事件重複發生，2024 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



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 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，2024 年完成 ISO 27001 資訊安全管理系統轉版 (2022 版) 及 ISO 27701 個人資料管理系統換證，於 2024 年 5 月通過驗證，爾後每年持續維持證書有效性。momo 針對客戶個資與機敏資料保護建置完整系統規劃；為對內防止洩露，資訊安全暨個資保護小組每年至少執行二次內部稽核作業，確認人員落實作業規範要求。此外，透過精進系統架構管理之安全設計與持續監控，包含網路區域劃分、存取控制、內外部弱點管理、對外防止駭客入侵偵測等安全防護，持續強化系統可靠性。



#### momo 隱私權政策

為維護消費者的隱私權，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 2024 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。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

#### 顧客個資管理

2024 年未發生影響消費者權益之個資安全事件，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 5 則反詐騙宣導（共計 32,123 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。

#### PCI DSS 保護消費者電子支付交易安全

momo 為臺灣電商產業龍頭，每年需處理達百萬筆以上刷卡交易，依循發卡機構與收單行要求，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 年以降改以 PCI SSC（支付卡行業安全標準委員會）規定取得 Level1 實地稽核的合規報告。最近一次取得商家合規報告日期為 2024 年 3 月 21 日，爾後每年由合格評核機構進行年度實地稽核以確認符合支付卡行業資料安全標準，並遞交合規報告。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

## 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<sup>註</sup>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。



購物網站  
網路刷卡購物



收單銀行  
數入卡號



發卡銀行  
要求輸入 3D 密碼



動態密碼  
手機收到一次性密碼



固定密碼  
申請「信用卡 3D 驗證」  
所填寫的密碼

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 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

## 5 友善職場

## 6 社會共好

附錄

## 物流士安心 call 及宅配單隱碼

momo 自 2021 年起，導入「物流士安心 call」服務，將原消費者電話號碼轉換為代碼，同步將宅配單上消費者姓名、電話、地址進行個資隱碼；2022 年開始拓展導入範圍，從供應商出貨的廠配訂單，延伸至委外自有倉儲所出貨的訂單，2023 年再進一步擴大導入退貨消費者電話號碼代碼化機制，並於 2024 年完成配合執行退貨的物流業者導入作業。此外，momo 同時申請執行數位發展部「113 年數位信任場域服務實地驗證計畫」，並以「momo 安心退貨服務導入」通過審查並執行完畢。截至 2024 年底供應商導入「物流士安心 call」服務之比率已達 99.5%，且退貨回收單亦已完成導入「momo 安心退貨服務」。momo 目標為阻斷物流配送管道個資資訊外洩之可能性，讓消費者更安心享受在 momo 平台購物的樂趣。

回收單編號：800300000010			
逆物流回收單	收貨日材	積溫	層
	2024/01/01	S60	一般
收件人	momo 購物網 0285127186 桃園市大園區高鐵站前西路三段77號		
寄件人	呂先生/小姐 0968765432 台北市內湖區		
備註			
客代 8347533305			
退貨編號 20210428123456			
包裹查詢號碼			
備註			
客代 8347533305			
退貨編號 20210428123456			

調整前：真實電話號碼，有個資外流疑慮

回收單編號：800300000010			
逆物流回收單	收貨日材	積溫	層
	2024/01/01	S60	一般
收件人	momo 購物網 0285127186 桃園市大園區高鐵站前西路三段77號		
寄件人	呂先生/小姐 0971191888 分機：1234567 台北市內湖區		
備註			
客代 8347533305			
退貨編號 20210428123456			
包裹查詢號碼			
備註			
客代 8347533305			
退貨編號 20210428123456			

調整後：門號代碼化，隱藏真實電話號碼





1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

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

6 社會共好

附錄

# 4

## 永續環境 Environment matters

2-25

3-3

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。

### 2024 成果與績效

集中配送減少

**>74** 萬個

紙箱使用



**26.6%**

平均一件包裹減重

2024 年相較 2019 年 (基準年)



**>46** 萬個

整新紙箱重新投入使用



**45.9%**

平均一件包裹緩衝材減量

2024 年相較 2019 年 (基準年)



**>204** 萬度

北區及南區物流中心太陽能  
2024 年發電量



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

## 附錄

### 對應重大主題

#### 綠色包裝

- + 包裝減量與循環使用
- 包裝材使用不當或過量

#### 綠色物流

- + 綠色物流

### 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。



### 管理機制

每年至少 2 次向  
董事會與永續發展委員  
會報告永續目標達成率  
與進程

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



每季召開環境管理委  
員會，定期追蹤環境  
專案執行狀況

### 行動方案

- 導入科技解決方案降低包材使用。
- 攜手美廉社、郵局、台灣大哥大及 7-ELEVEN 設立逾 1.5 萬個回收站點，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。
- 與供應商推動去節點，2024 年減少 4,018 趟轉運趟次。
- 全臺設立倉庫達 58 座，縮短配送里程。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

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

6 社會共好

附錄

## 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，帶動價值鏈低碳轉型。

### 4.1.1 環境管理機制

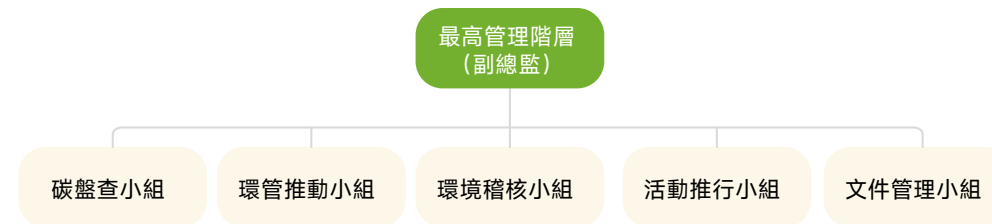
momo 於 2018 年導入 ISO 14001 環境管理系統，訂定《環境安全衛生管理政策》並成立「環境管理委員會」，由綠色營運相關部門 15 位代表組成，依據「永續發展委員會」審核通過之環境管理指標，每季召開會議定期追蹤環境執行績效。2019 年首次通過英國標準協會臺灣分公司驗證，取得 ISO 14001 環境管理系統證書<sup>註</sup>；爾後每年持續通過複驗，維持環境管理系統有效運作。

▪ 註：ISO 14001 環境管理系統證書請參閱附錄 ㊦。



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

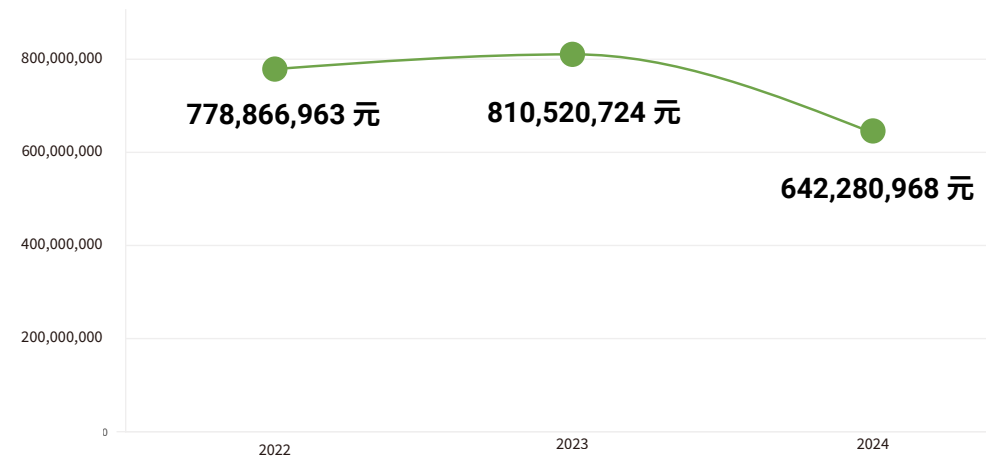
momo 針對環境面向訂定短中長期目標與行動方案，2024 年總計達成 16 項行動方案<sup>註</sup>。有關溫室氣體管理、能源管理、水資源管理、廢棄物管理、綠色物流及包裝相關管理績效，請詳後續各章節。

■ 註：momo 短中長期目標與計畫，詳見本報告書 Ch.1.1 永續發展策略圖。



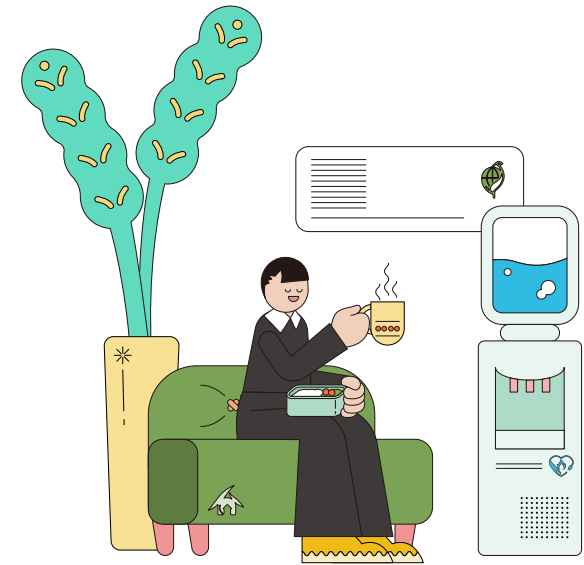
## 綠色採購

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，2024 年 momo 透過「包裝減量」、「循環袋」、「循環紙箱」、「門市自取」及「集中配送」等措施，減少配送及紙箱採購金額，故 2024 年綠色採購金額共計 642,280,968 元。momo 將持續採購具碳足跡減量標章、FSC 認證森林標章及電動車等產品 / 服務，並陸續精進綠色採購管理，對接永續供應鏈管理指標。



(單位：新臺幣元)

■ 註：揭露範圍：2022 年 -momo；2023、2024 年 -momo 及子公司 (富昇物流)。





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

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

6 社會共好

附錄

4.1.2 溫室氣體與能源管理

302-1

302-3

305-1

305-2

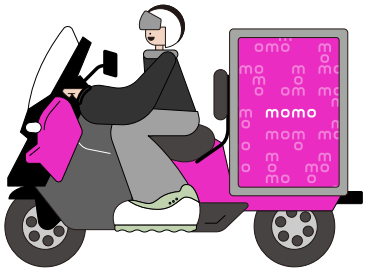
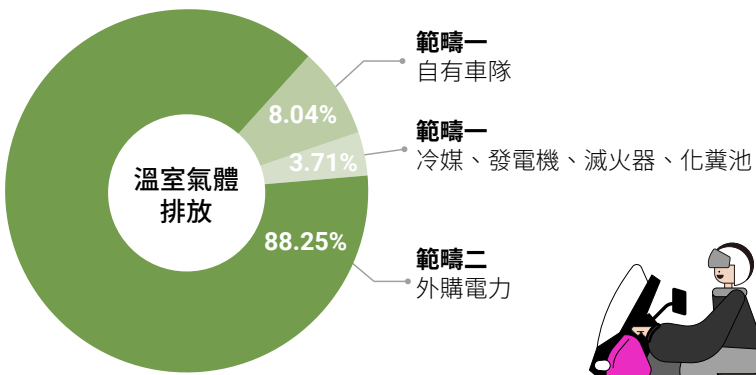
305-4

溫室氣體管理

momo 自 2016 年依據 ISO 14064-1 進行溫室氣體範疇一、二及範疇三盤查，維持每年通過第三方查證，資料涵蓋率已達 100%。2024 年溫室氣體範疇一及範疇二排放量合計 17,022.51 公噸 CO<sub>2</sub>e、人均排放量 2.89 公噸 CO<sub>2</sub>e/ 人、排放密集度 0.14 公噸 CO<sub>2</sub>e/ 新臺幣百萬元。

2024 年範疇一及範疇二排放量、人均排放量較 2023 年微幅增加，係因自有配送車隊用油量成長、並新增南區物流中心用電量。為持續落實減碳行動，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。

2024 年範疇一 + 二排佔比



溫室氣體排放量<sup>註 1</sup>

範疇一、範疇二排放量（單位：公噸 CO<sub>2</sub>e）

年份	2022 年	2023 年	2024 年
範疇一	1,595.48	1,815.70	2,000.55
範疇二	13,240.45	13,534.71	15,021.96
範疇一、二合計	14,835.93	15,350.41	17,022.51
人均排放量 <sup>註 2</sup>	2.70	2.73	2.89
排放密集度 <sup>註 3</sup>	0.14	0.14	0.14

- 註 1：盤查邊界：2022、2023 年 -momo 100% 營運控制據點及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）；2024 年 -momo 及合併財務報表所有子公司。
- 註 2：人均排放量：2022、2023 年 - 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）總人數（含派遣公司進駐人員）；2024 年 - 溫室氣體（範疇一、二）排放量／momo 及合併財務報表所有子公司總人數（含派遣公司進駐人員）。
- 註 3：排放密集度：2022、2023 年 - 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；2024 年 - 溫室氣體（範疇一、二）排放量／momo 及合併財務報表所有子公司營業額。
- 註 4：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。
- 註 5：統計之溫室氣體為二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟碳化物、六氟化硫、三氟化氮。
- 註 6：2024 年 ISO 14064-1 溫室氣體盤查證書請參閱附錄 ㊄。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

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

6 社會共好

附錄

範疇三排放量（單位：公噸 CO<sub>2</sub>e）

範疇三之類別 <sup>註</sup>	2022 年	2023 年	2024 年
1 採購商品與服務	1,425,862.64	1,329,323.67	1,314,030.63
2 資本財	18,107.59	37,863.09	48,817.37
3 燃料及能源相關之活動	2,574.96	2,971.95	3,116.70
4 上游運輸和配送	73,822.88	42,632.77	42,310.23
5 營運產生之廢棄物	628.53	645.64	616.66
6 商務旅行	14.16	18.49	21.01
7 員工通勤	2,552.11	2,587.80	3,525.56
12 銷售產品 使用壽命終端處理	645.82	733.72	718.88
範疇三合計排放量	1,524,208.69	1,416,777.13	1,413,157.04
範疇一、二、三合計排放量	1,539,044.62	1,432,127.54	1,430,179.55

- 註 1：盤查邊界：2022、2023 年 -momo 100% 營運控制據點及國內子公司（富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健）；2024 年 -momo 及合併財務報表所有子公司。
- 註 2：2022、2023、2024 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 20<sup>th</sup> 大事紀
- 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

2 共益夥伴

3 永續消費

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

6 社會共好

附錄

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，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、撿貨包裝、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。透過綠活會員計畫，串聯供應商與消費者，打造低碳消費的正向循環。

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	服務類
碳標籤證書	編號	2314871002	2314871003
	生效日期	2023/11/15	2023/11/15
	有效日期	2028/11/14	2028/11/14
產品生命週期各階段碳足跡比例	原料取得	16.79%	4.95%
	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 CO <sub>2</sub> e/ 每件實體零售服務	180g CO <sub>2</sub> e/ 每件非實體零售服務
碳排放減量行動方案		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 ㊟。

## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

### 4.1 綠色營運

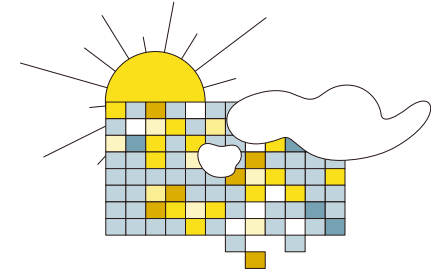
### 4.2 綠色包裝

### 4.3 綠色物流

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄



## 能源管理

momo 為虛擬通路零售業者，2024 年 momo 及合併財務報表所有子公司共用電 28,357,738.78 度、能源密集度為 0.83GJ/ 新臺幣百萬元，資料涵蓋率為 100%。momo 每年規劃節能計劃，並定期檢視節約能源成效，2024 年節能行動詳右，調整總部大樓辦公室區域空調主機運轉時間、各倉如北區物流中心午休期間關閉各樓層作業區照明設備以及資訊機能監測能源使用與提升效率等，持續推動節能措施以降低能源耗用。

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 瓩的太陽能發電系統，南區物流中心屋頂建置 3,700 坪、裝置容量約 1,200 瓩的太陽能發電系統自發自用，2024 年全年度累積發電共 2,072,439 度；建置中的中區物流中心亦規劃於屋頂建置 3,500 坪、裝置預計容量約 1,200 瓩的太陽能發電系統自發自用。未來其他自購 / 自建倉儲將全面建置再生能源系統、採自發自用，提高再生能源使用量，以減少能源使用的碳排量。

## 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
- 空調主機運轉時間調整，增加節電效益

### 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



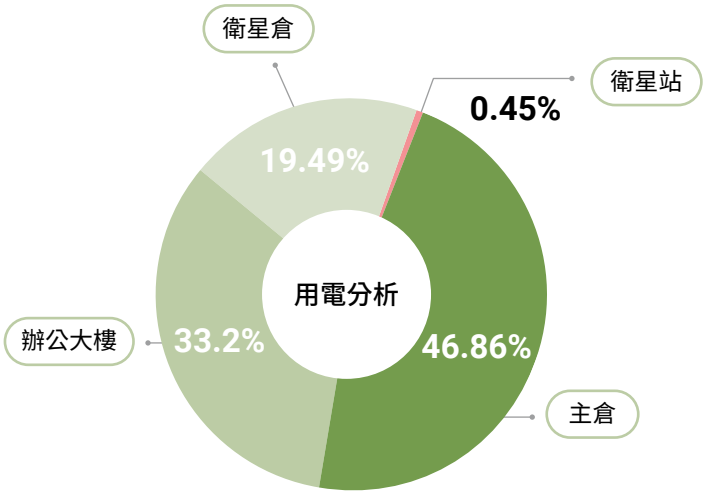
- 導入雲端系統服務，有效減少管理伺服器的能源消耗，並統一產出碳排放數據，提升碳管理效率
- 2023 年起全面以筆記型電腦替換桌機，以大幅減降同仁文書電腦使用之電力消耗
- 定期進行硬體稽核，盤查多餘插座、無使用設備，並監控機櫃負載
- 裝置感應器，例行測量電源使用效率 (PUE)<sup>註</sup>，2024 年平均 PUE 為 1.432，達 Green Grid 聯盟 PUE 分類之「銀級」
- 更新硬體，提升伺服器效率，盤點 5 年以上機器進行汰舊，與節能標章機型整併
- 提升機房冷卻效率，改善散熱不良通道，提高機房溫度

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

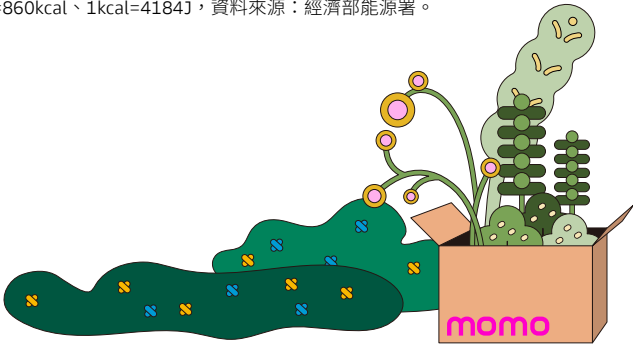


能源耗用量

能源種類		單位	2022 年	2023 年	2024 年
非再生燃料	柴油	公升	28,867.24	35,460.44	83,626.80
	汽油		395,086.79	473,149.88	497,502.79
外購電力	電力	度	26,012,666.87	27,342,843.55	28,357,738.78
自產綠色電力出售			1,172,418.00	1,257,495.00	2,072,439.00
組織能源耗用量		GJ	103,289.47	110,548.96	113,756.03
人均能源耗用量		GJ／人	18.81	19.66	19.29
能源密集度		GJ／新臺幣 百萬元	0.99	1.00	0.83



- 註 1：盤查邊界：2022、2023 年 -momo 100% 營運控制據點及國內子公司 ( 富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健 )，部分區域採推估人均用電量方式進行統計；2024 年 - momo 及合併財務報表所有子公司，部分區域採推估人均用電量方式進行統計。
- 註 2：能源密集度：組織能源耗用量／ momo 100% 營運控制據點及國內子公司 ( 富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健 ) 營業額；2024 年 - 組織能源耗用量／ momo 及合併財務報表所有子公司營業額。
- 註 3：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 4：人均能源耗用量：2022、2023 年 - 組織能源耗用量／ momo 100% 營運控制據點及國內子公司 ( 富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健 ) 總人數 ( 含派遣公司進駐人員 )；2024 年 - 組織能源耗用量／ momo 及合併財務報表所有子公司總人數 ( 含派遣公司進駐人員 )。
- 註 5：1 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。
- 註 6：GJ( 十億焦耳 )=10<sup>9</sup>J( 焦耳 )。



### 4.1.3 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，2024 年 momo 及合併財務報表所有子公司共用水 107.41 千立方公尺 (107,407.33 度水)，資料涵蓋率為 100%。經 momo 節水行動努力，用水密集度降至 0.88 度 / 新臺幣百萬元，較 2023 年減少 3.70%。

#### momo 節水行動

##### 辦公室節水措施

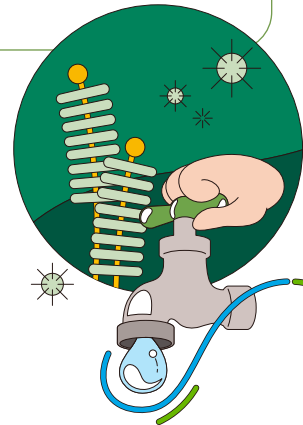
- 調控工作場所溫度，建立夏季與非夏季運轉區別，減少冰水主機運轉，降低耗水量
- 定期宣導員工節約用水，建立漏水通報機制
- 採用省水設備以及使用感應式水龍頭



##### 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，2024 年總計回收使用共 268 度<sup>註</sup>
- 定期檢視用水量，檢討改善用水情況

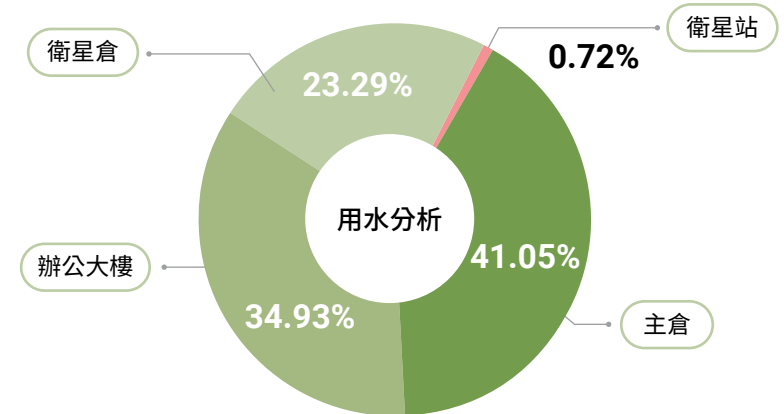
■ 註：雨水回收計量器於 2023 年 6 月啟用，統計區間為 2024 年 5-12 月。



### 近三年用水量

年份	2022 年	2023 年	2024 年
度	97,105.68	100,190.64	107,407.33
人均用水量 (度 / 總人數)	17.68	17.81	18.21
用水密集度 (度 / 新臺幣百萬元)	0.93	0.91	0.88
總取水量 (百萬公升)	97.11	100.19	107.41
總耗水量 (百萬公升)	0	0	0

- 註 1：盤查邊界：2022-2023 年 -momo 100% 營運控制據點及國內子公司 ( 富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健 )，部分區域採推估人均用水量方式進行統計；2024 年 -momo 及合併財務報表所有子公司，部分區域採推估人均用水量方式進行統計。
- 註 2：用水密集度：2022-2023 年 - 總用水量 / momo 100% 營運控制據點及國內子公司 ( 富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健 ) 營業額；2024 年 - 總用水量 / momo 及合併財務報表所有子公司營業額。
- 註 3：人均用水量：2022-2023 年 - 總用水量 / momo 100% 營運控制據點及國內子公司 ( 富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健 ) 總人數 ( 含派遣公司進駐人員 )；2024 年 - 總用水量 / momo 及合併財務報表所有子公司總人數 ( 含派遣公司進駐人員 )。
- 註 4：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。
- 註 5：取水量主要來自臺灣自來水公司及臺北自來水事業處提供之繳費通知單以及部分租賃據點採用出租人提供之分攤表統計取水總量。此外，千禧大樓及爾法大樓等 13 個營業據點因無法取得實際取水數據，則以其餘據點之每人平均用水量乘以該據點人數估算總取水量。
- 註 6：每人平均用水量 = 依臺灣自來水公司、臺北自來水事業處及出租人提供之分攤表統計取水量之據點取水量加總 ÷ 該等據點總人數。



4.1.4 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，2024 年總部大樓人均廢棄物相較 2020 年 ( 基準年 ) 下降 18.25%。

momo 減廢行動

辦公室減廢措施

- 響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 Ch.4.2 綠色包裝
- 持續擴大倉儲內部資源回收項目
- 提高進貨與退貨紙箱再利用



momo 廢棄物統計 ( 單位：公噸 )

項目	2022 年	2023 年	2024 年
總部大樓			
人均廢棄物量 註 1	0.0133	0.0161	0.0137
廢棄物總量	21.05	25.19	24.67
資源回收總量 註 2 註 3	9.87	10.70	10.65
倉儲 註 4			
廢棄物總量 註 5	568.6	628.4	903.2
紙箱	3,001.97	3,091.97	3407.82
資源回收總量 塑膠類	81.59	112.41	204.95
氣泡布	1.59	3.61	2.59

- 註 1：人均廢棄物量：momo 總部大樓廢棄物總量／momo 總部大樓總人數。
- 註 2：資源回收種類：紙類、鐵鋁罐類、寶特瓶類。
- 註 3：資源回收總量：(momo 辦公室面積／總部大樓面積 ) \* 總部大樓資源回收總量。
- 註 4：倉儲廢棄物揭露範圍：2022-2023 年 - momo100% 營運控制之倉儲；2024 年 momo 及合併財務報表所有子公司之倉儲。
- 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 20<sup>th</sup> 大事紀
- 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

2 共益夥伴

3 永續消費

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


6 社會共好

附錄

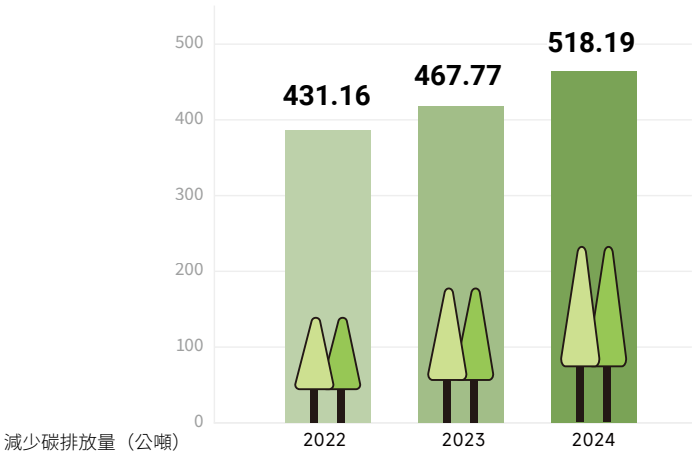
無紙化應用

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，2024 年**共減少 6,818 萬張以上用紙，相當於減少 518.19 公噸碳排放量。**

無紙化推動方向	推動說明	2024 年成效
 消費通路	2015 年起導入 <b>電子發票</b> 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 <b>代收轉付收據</b> 由紙本改為電子郵件通知	減少用紙量共計約 <b>&gt;6,671 萬張</b>  碳排放量減少約 <b>507.02 公噸</b>
 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 <b>93.64%</b>  減少用紙量共約 <b>&gt;123 萬張</b>  碳排放量減少約 <b>9.42 公噸</b>
 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 75 種電子表單及計程車乘車券電子化	減少用紙量共約 <b>&gt;23 萬張</b>  碳排放量減少約 <b>1.75 公噸</b>

■ 註：A4, 80g (210mm x 297mm) 每包 500 張共 3.8kg CO<sub>2</sub>e，資料來源：產品碳足跡資訊網 。

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，2024 年較 2023 年約減少使用 19.17 萬紙張、人均紙張使用量較 2020 年（基準年）減少約 32.38%，未來將持續開發電子化表單，減少影印紙使用與廢紙產生。

項目	2022 年	2023 年	2024 年
紙張總用量	1,615,370	1,604,494	1,412,822
人均使用量	958.11	1,025.24	781.86

（單位：張數） ■ 註：紙張尺寸：A4,210mm x 297mm。



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

## 附錄

### 4.1.5 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，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。

118.7萬 度

北區物流中心太陽能年發電量



88.6萬 度

南區物流中心太陽能年發電量

2 座

大型綠建築概念物流中心



- 註：北區物流中心 2017 年啟用；南區物流中心 2024 年啟用；中區物流中心預計 2027 年設立 (2025 年規劃建置太陽能系統)

3,400 瓩

再生能源發電系統加總裝置容量



- 註：北區物流中心設置裝置容量 1,000 瓩之太陽能發電系統；南區物流中心設置裝置容量 1,200 瓩之太陽能發電系統 (自發自用餘電躉售)；建置中的中區物流中心亦規劃屋頂建置、裝置預計容量約 1,200 瓩之太陽能發電系統自發自用



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

### 4.1 綠色營運

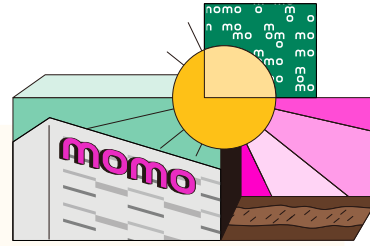
### 4.2 綠色包裝

### 4.3 綠色物流

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄



## 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；南區物流中心已於 2024 年 11 月啟用，中區物流中心預計於 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 / 南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
- 地道風及水簾系統：運用地道風原理並搭配水簾系統，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
- 地道風系統：運用地道風原理，降低廠區空調設備能耗（南區物流中心專有）
- 地下水系統：地下水進行回收後用於廠內廁所沖廁（南區物流中心專有）

### 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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

4.1 綠色營運

4.2 綠色包裝

4.3 綠色物流

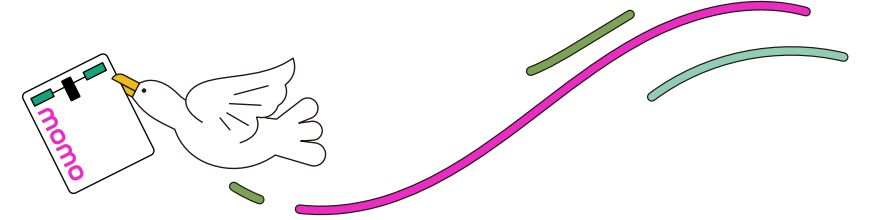
5 友善職場

6 社會共好

附錄

## 4.1.6 生物多樣性

momo 將「生物多樣性」列為永續關注主題之一，自主推行多元的生物友善措施，攜手消費者、員工與供應商共同保護生物多樣性並降低環境衝擊。



### 外部倡議行動

#### 淨灘淨溪行動

為實踐 SDG 14 保育海洋生態的聯合國永續發展目標，momo 自 2023 年起認養新北市林口頂寮沙灘，2024 年 4 月舉辦「永續家園保衛隊」大型淨灘活動，號召 227 位關注環境議題的綠活會員與員工共同參與，於沙灘上清理出 860 公斤的海洋廢棄物，亦於淨灘前舉辦「海洋保育講座」，透過帶領眾人認識海岸生態及分享源頭減量的理念，引導參與者更能從淨灘行動中體會保護海洋環境的重要性。2024 年 10 月亦辦理「三峽淨溪」員工志工活動，邀請 momo 員工走進觀光勝地三峽，透過清理溪邊的生活與觀光垃圾，協助三峽溪保持原貌。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

## 附錄

### 社群推廣生物多樣性議題

momo 每月於官方社群 (Facebook, Instagram) 發布「永續小教室」貼文，與逾 150 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、淨灘應注意事項、環保標章介紹等，積極發揮企業正向影響力，力行永續教育推廣。



### 推行環境與動物保護公益專案

momo「樂公益」善用平台行銷資源及網站流量，持續與關懷動保及生態環境之非政府組織合作，2024 年協助 TNF 自然環資基金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，以自身資源與相關機構共創影響力。（公益專案成效詳見 Ch.6.1 數位募捐 ㊟）



## 內部營運實踐

### 商品政策把關動物權益

momo 善盡電商平台供應鏈管理責任，商店規則中心明訂「禁止和限制商品政策」，禁止供應商於 momo 平台上刊登保育類動物產品（包括但不限於野生動物）、齒頰式捕獸夾 / 大型捕獸夾及活體動物（供食用之海鮮除外）等可能危害動物權益之商品。倘若接獲政府機關、倡議團體等單位通報，momo 設有明確下架流程，可配合最快 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。

### 綠色採購減緩森林砍伐

momo 透過採購環保包材降低對環境之影響，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，2024 年累計已整新逾 46 萬個紙箱重新投入使用；並自主開發環境友善包材，以企業採購行動實踐生物多樣性關懷。（詳細內容請參閱 Ch.4.2 綠色包裝 ㊟）此外，亦透過制定「供應商 / 承攬商永續發展守則」，鼓勵供應商取得相關環保認證，以保護生物多樣性並減少運輸過程造成的環境衝擊。





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

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

6 社會共好

附錄

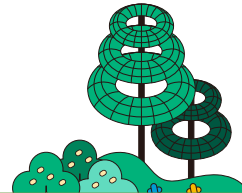
## 4.2 綠色包裝

2-25

305-5

### 綠色包裝管理策略

momo 積極響應環境部《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包材使用量，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，自 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 (2019)，2024 年共計減少 4,710 公噸碳排放量<sup>註1</sup>，平均每件減少 66 公克碳排放量，相當於種下 39 萬棵樹的年碳吸附量。**



2024 年減少

4,710 公噸 CO<sub>2</sub>e



年碳吸附量

39 萬 棵樹

- 註 1：最適化包材減碳量計算方式：2024 年各包裝材數量 x 2024 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。2024 年包裝材數量統計詳見 Ch.4.2.3 網購包裝減量計畫 [圖](#)。
- 註 2：碳排使用係數：包裝紙箱為 1.34kgCO<sub>2</sub>e/kg、緩衝材為 1.9kgCO<sub>2</sub>e/kg、封箱膠帶為 6.61kgCO<sub>2</sub>e/kg、包裝袋為 1.9kgCO<sub>2</sub>e/kg；資料來源：[產品碳足跡資訊網](#) [圖](#)。
- 註 3：一棵樹木的碳匯量 (年) 約為 12 kg 二氧化碳，資訊取自「[環境品質文教基金會](#)」[圖](#)。
- 註 4：減量項目 (如紙箱、塑膠包裝等) 均來自上游供應鏈排放，系屬範疇三：碳排放減量。

### 綠色包裝行動

#### 包裝減量

- 開發 AI 系統建議最適包材
- 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

- 建置全臺逾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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

附錄

### 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，2024 年總計逾 1,129 萬件商品採原包裝形式直接出貨，減少額外包裝。



#### 環保紙箱



- 紙箱使用 **>90% 再生紙漿**製作
- 環保油墨且印刷面積低於 30%
- 包裝中不使用金屬釘、蠟、覆膜

#### 循環袋



- 使用**回收廢棄倉儲膠膜**熱熔成再生塑料，回收料佔 30%
- 袋體可重複使用多達 25 次

#### 環保破壞袋



- 回收製作過程中的餘料**再利用，回收塑料佔 30%
- 環保油墨且印刷面積低於 20%

#### 蜂巢紙袋



- 書籍、化妝品專用包材
- 無須使用塑膠氣泡紙**

#### 水解膠帶



- 採用 **FSC 森林認證紙漿**
- 植物澱粉提煉之黏著劑



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

## 附錄

### 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。

25 次

循環袋可重複  
使用次數

>1.5 萬個

循環袋  
回收據點

為讓消費者回收循環包裝更便利，momo 積極開拓回收通路，循環袋歸還點除攜手「中華郵政」郵筒及 i 郵箱、「美廉社」全臺門市合作回收循環袋外，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 年底，全臺已有逾 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，再次投入包裝出貨的行列。同時，momo 亦將持續拓展循環袋出貨倉佔全臺自有倉儲比率，至 2024 年已超過 76%，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，2024 年累計已整新逾 46 萬個紙箱重新投入使用。

#### 2024 年 momo 推動循環袋與循環紙箱的減碳成效：

共計減少

**91.44 公噸碳排放量<sup>註1</sup>**  
**= 7,620 棵樹 年碳吸附量**



- 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)。
- 註 2：碳排放使用係數：循環袋為 1.9 kgCO<sub>2</sub>e/kg、循環紙箱為 1.34kgCO<sub>2</sub>e/kg；資料來源：產品碳足跡資訊網 [☑](#)。
- 註 3：一棵樹木的碳匯量 (年) 約為 12 kg 二氧化碳，資訊取自「環境品質文教基金會」[☑](#)。
- 註 4：包裝減量基準年為 2019 年。
- 註 5：減量項目 (如紙箱、塑膠包裝等) 均來自上游供應鏈排放，系屬範疇三：碳排放減量。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

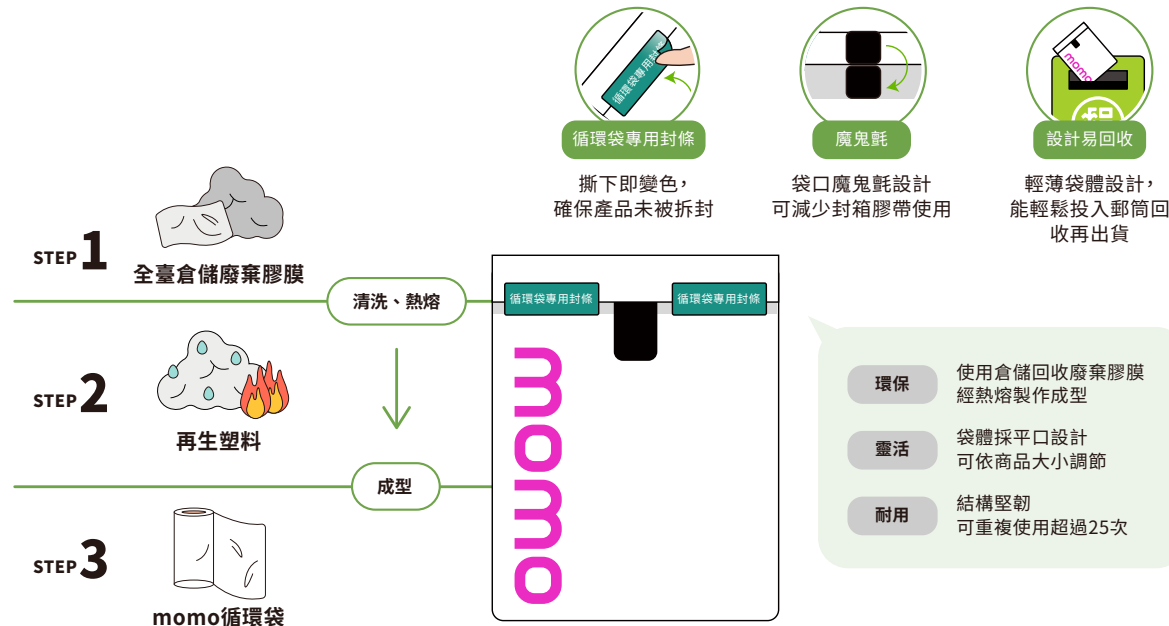
## 6 社會共好

## 附錄

### 以消費者行為切入，建構循環包裝生態圈



### momo 循環袋的製造

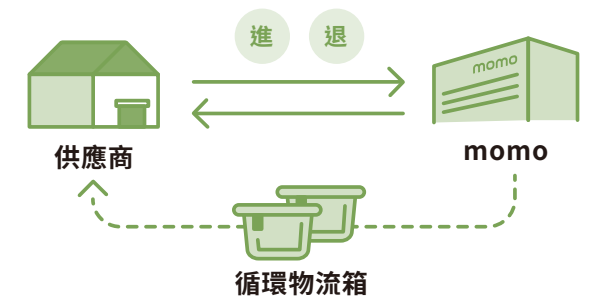


### 與供應商合作推動循環物流箱

為降低一次性紙箱的使用以避免資源耗用與廢棄物處理成本，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，除了省去供應商採買紙箱的費用，還可以降低碳排放量，從源頭減量做起，攜手打造永續供應鏈。2024 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。2024 年媒合 17 家供應商，總計 34 家供應商租借，並累計使用 2,325 個循環物流箱，共減少 17.6 公噸碳排放量<sup>註</sup>。

未來，momo 將持續擴大推展不同類型供應商一同響應使用 momo 循環物流箱，預估 2025 年累計使用突破 3,500 個循環物流箱，並持續優化流程提升供應商租賃之方便性，取代一次性紙箱並減少資源耗用，深化綠色低碳供應鏈循環力。

■ 註：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 2024 年度總共使用 2,325 個物流箱計算，平均每使用 1 個循環物流箱可節省 7.564kgCO<sub>2</sub>e，故 2024 年度共減少 17.6tCO<sub>2</sub>e。(資料來源：造紙公會)





### 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 2025 年達 30% 以上，momo 於 2024 年已達 26.58%，未來將持續優化綠色包裝策略，邁向綠活電商。

#### 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出貨時各式商品的組合，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合的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，持續提升循環包裝的出貨量。

↓ 26.6%

2024 年相較 2019 年 ( 基準年 )  
平均單件包裹減重<sup>註 1</sup>



↓ 45.9%

2024 年相較 2019 年 ( 基準年 )  
平均單件包裹緩衝材減量<sup>註 2</sup>



#### 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	-
2024	7,136 萬	9,614	149	232	116	141.73 公克 / 件	26.58%

- 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%。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

## 附錄

## 4.3 綠色物流

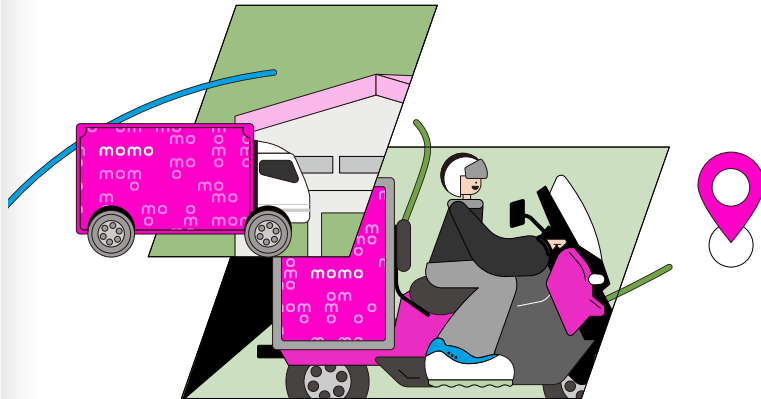
2-6

302-4

302-5

305-5

2024 年 momo 倉儲運送包裹件數超過 4,913 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 17 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，2024 年車隊總體配送量能占 momo 倉庫出貨比例已上升至 29.7%，相較基準年亦減少自有車隊燃油之碳排放量（範疇一），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。



- 2022 年底起陸續導入三輪商用電動機車取代燃油車，降低運輸途中的碳排放量。
- 三輪商用電動機車貨箱容量較現有機車大型貨箱容量增加約 **3 倍**，可承載更多貨件，提升運輸效率。
- 交通尖峰時段利用電動三輪車於市區送貨，易操作與專利傾斜設計，更能靈活穿梭市區巷弄，並提升送貨安全性。



- 目前採購車輛 100% 皆為環保車輛，已累積採購 170 台貨車符合一級能源效率、145 台機車符合二級能源效率，燃油車均依法配合執行排氣檢測。
- 針對自有車隊制定專屬保養計畫，利用行駛公里數判斷適合的保養項目，避免過早保養造成的資源浪費，亦確保車輛進行適時保養，以利車輛可長期運作，避免故障損壞造成的資源消耗。

■ 註 1：電動機車配送減碳量計算方式：（電動機車運輸里程 × 燃油機車碳排放係數）－（電動車用電度數 × 電力碳排放係數）。

■ 註 2：碳排放使用係數：燃油機車為 0.129 kgCO<sub>2</sub>e/kg、2022 年電力排碳係數為 0.495 kgCO<sub>2</sub>e/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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

## 附錄

### 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，透過設立南區物流中心，優化整體物流網絡，使 momo 能更有效率地調配資源，並持續拓展多元取貨管道，以減少戶對戶排放。近年來，更藉由科技輔助，精進商品存貨配置，以減少分箱出貨情形，且更有效地規劃路線，縮短配送里程。

### 科技輔助最後一哩路減碳

#### 最適出貨倉分析

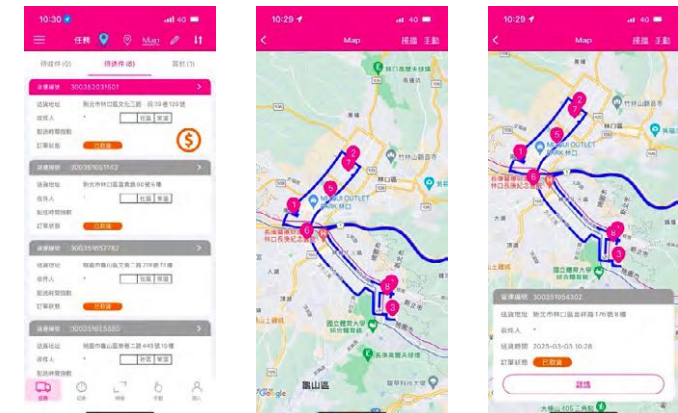
momo 透過大數據管理，分析各類商品與存放倉庫的最佳配置，使商品與消費者的距離盡可能縮短。出貨時亦依各倉庫存、倉庫現場作業情況、出貨材積及貨運商取件等資訊，自動轉拋訂單至最適出貨倉，調度配送距離減少貨運商取件往返趟次與轉運調度時間，以及同一訂單分箱出貨所消耗的包裝材與配送里程。



#### 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的行進路線，提升配送速度，增進顧客消費體驗。





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

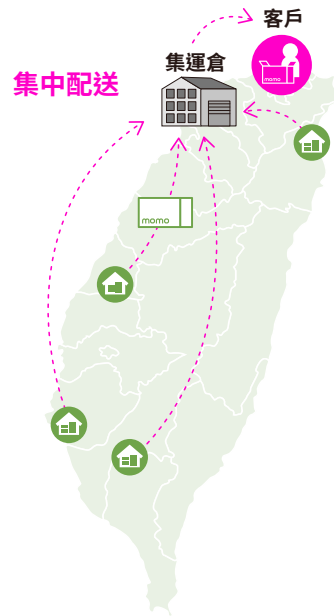
## 6 社會共好

附錄

## 訂單集中配送，減少分箱出貨

momo 販售商品的品項眾多，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「集中配送」功能，若消費者訂購的商品需由多倉出貨，momo 會利用既有的倉對倉轉運車趟，將客戶訂購的商品集中至集運倉後合併出貨，此措施除可減少客戶因同一筆訂單收取多箱包裹的困擾，亦可提高紙箱的裝載率以減少緩衝材的使用量，同時減少配送趟次與運輸里程。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配送功能，並發放 mo 幣鼓勵消費者可多加選擇此功能，可避免分箱出貨所產生的額外碳排，2024 年透過集中配送平均每件包裹減少 7.6 公克運輸碳排放量（關於綠活會員請參閱 Ch.3.1 ㉓）。

### momo 集中配送示意圖



減少 **741,073** 個  
紙箱使用



**>147** 公噸 CO<sub>2</sub>e  
年度減碳效益<sup>註</sup>



- 註 1：透過訂單集中配送，可避免紙箱使用、運輸里程之碳排放量。其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；集運包裝避免碳排放計算方式：集運減少紙箱 × momo 零售服務生命週期之包裝耗材碳排放係數。
- 註 2：里程碳排放使用係數：常溫配送服務為 0.833 kgCO<sub>2</sub>e/kg、低溫配送服務為 1.55 kgCO<sub>2</sub>e/kg；資料來源：產品碳足跡網。
- 註 3：包裝碳排放使用係數：momo 每件零售服務 ( 實體商品 ) 碳排放量為 1.10 kgCO<sub>2</sub>e/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 kgCO<sub>2</sub>e/kg；資料來源：產品碳足跡網。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

附錄

### 強化物流短鏈佈局，提升配送效率與永續性

momo 為打造購物「鄰」距離的最佳體驗，積極擴展物流版圖，當消費者於線上消費後，從鄰近的倉儲快速出貨，結合全臺配送商夥伴與 momo 自有綠色車隊配送，並透過 AI 系統規劃最適配送路徑，縮短消費者與商品間距離，以降低碳排放量。此外，為使全臺各地區之消費者擁有與北部都會區同樣之服務，2024 年南區物流中心正式啟用，作為南部地區的物流樞紐，透過整合倉儲、理貨、配送等功能，強化區域配送量能。而南區物流中心的設立，優化了整體物流網絡，使其能更有效率地調配資源，這也是 momo 調整衛星倉佈局的主要原因之一，透過更完善的物流網絡，減少了衛星倉站點，在不影響配送效率與物流碳排放的前提下，達成了節能減碳的目標。且南區物流中心導入多項智慧物流技術，包含自動化倉儲設備、智能揀貨系統等，大幅提升物流效率。繼南區物流中心正式啟用後，momo 已於 2021 年啟動的中區物流中心建置案，正規劃投資設備之導入及推動 BOO 案，目前計畫在 2027 年正式啟用。

■ 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。

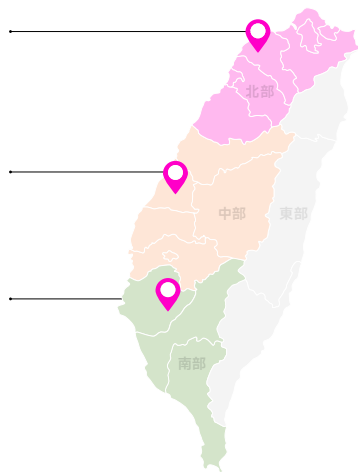
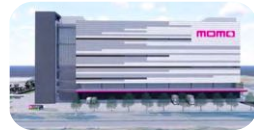
北區物流中心 (NDC)  
2017 年啟用



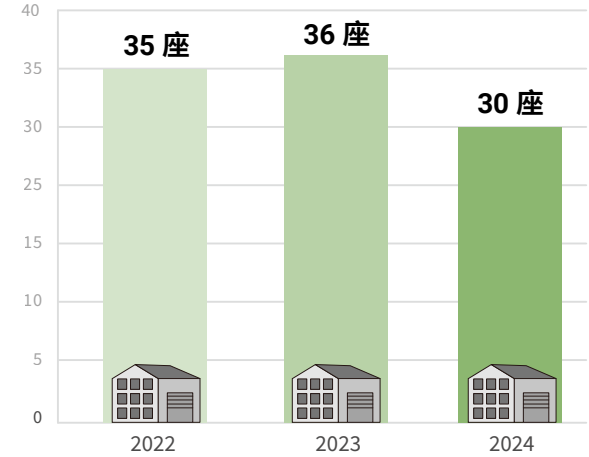
中區物流中心 (CDC)  
2027 年啟用



南區物流中心 (SDC)  
2024 年啟用



衛星倉 (座)



### 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自行取件，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。2024 年 momo 所配合的超商取件數 (四大超商)、台灣大哥大門市店取及到站自取 (i 郵箱)，總計合作店家數已達 1.66 萬家。

超商取件數仍持續增加，至 2024 年超商取件數已達約 594.1 萬件，超取件數相較 2023 年同期成長 3.8%。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 415.9 萬**。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的趟次。

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的趟次。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 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

## 6 社會共好

## 附錄

## 攜手供應商 推動去節點

自 2018 年起，momo 開始推動「**去節點**」運輸模式，邀請各方商品供應商協同創新營運，透過廠配與越庫等措施，善用三方物流及倉庫資源，降低品牌商的運輸里程與配送成本，並大幅縮短到貨時間。在此模式下，商品抵達臺灣各港口後，將運送至就近的 momo 倉庫，根據北、中、南倉庫的需求貨量，縮短配送路程，減少車輛運送的碳排放，同時降低物流成本、增加無形倉儲空間，並提升三方團隊的合作效率。截至 2024 年，已有 22 家供應商、40 項品牌響應去節點計畫，商品數量持續增長，較 2023 年成長約 52%，並減少了 143.26 公噸的碳排放量。

- 註 1：廠配：配送商直接前往指定地點（供應商倉庫）進行取件作業，依據配送商行政區對應配送站所之邏輯印製宅配單，並將宅配單黏貼於商品外箱，完成後即可當場轉運至北、中、南區之配送站所。
- 註 2：越庫：供應商將商品送至配送商指定站所 / 轉運站，依據配送商行政區對應配送站所之邏輯印製宅配單，配送商於指定站所 / 轉運站進行分區黏貼宅配單作業，作業完成後立即當場轉運至北、中、南之配送站所。

年份	2022 年	2023 年	2024 年
合作供應商家數	13	16	22
品牌數	25	22	40
商品數	69	107	220
減少轉運趟次	2,239	3,334	4,018
件數	1,143,693	1,500,437	2,285,711
減少轉運延噸公里數	320,818	464,607	609,612
減少碳排放 / 公噸 (CO <sub>2</sub> e)	75.39	109.18	143.26

- 註 1：轉運車輛均為 17 噸之貨車，一台 17 噸貨車車廂可容納約 400 箱衛生紙<sup>註 2</sup>或 14 個棧板之貨物數量<sup>註 3</sup>。
- 註 2：衛生紙品項減少轉運趟次計算＝出貨數量 ÷ 400 箱。
- 註 3：其他非衛生紙品項減少轉運趟次計算＝出貨數量 ÷ 每一棧板可容納貨物件數 ÷ 14。
- 註 4：延噸公里數：貨運噸數與行駛公里之乘積。
- 註 5：營業用大貨車每公里約為 0.235kg CO<sub>2</sub>e（資料來源：產品碳足跡資訊網）。
- 註 6：採 17 噸貨車規格配備表計算，1 公里耗油量為 0.286 公升。
- 註 7：1 公升柴油 = 8,400kcal、1kcal = 4,184J（資料來源：經濟部能源署）。
- 註 8：車輛排放之溫室氣體源為二氧化碳、甲烷、氧化亞氮。

## 亮點故事 | 下單後火速到貨！momo 物流為何這麼快？

你可能以為倉庫就是一群人來回搬運？錯！這裡超智慧！

當你在 momo 下單後，物流倉開始高效運作，確保最快速送達！



### 系統開始派單

新訂單進入 WMS(倉儲管理系統)，系統會判斷商品位置，指派適合的貨架與設備來處理。



### 貨架自己移動！ 機器人幫你找貨！

有 AGV(自動導引車)會運送貨架到員工面前，人員只要在固定站點揀貨即可，又快又省力！



### 智能包裝， 環保又精準！

自動計算適合的包裝尺寸與方式，避免過度包裝。並使用環保包材，減少 20% 碳排放！



### 自動分流出貨， 快速配送！

訂單進入自動分流系統，依照地區分配最適合的配送方式。目前最快在 15 分鐘內就能出貨！

## momo 物流倉的高效秘密：自動化設備有哪些？

### 棧板式自動存取系統 (AS/RS)



透過高密度儲存與高速作業，提升空間利用率並優化營運效率。

### 穿梭式貨架系統 (Shuttle Rack)



針對高週轉商品提供快速儲存與分揀功能，提升作業效率。

### 自動導引車 (AGV)



儲存區搬送至揀貨站→人員揀貨→自動搬回存放，實現以物就人。

### 自動標籤系統 (DAS)



用於訂單商品的合併與分貨，確保同一訂單商品能快速、準確匯集，減少人工作業時間。

### IPACK 高度可調自動成箱系統



自動開箱立箱→感測商品高度→折蓋封箱→自動貼標機貼上→匯入出貨輸送線

### 機器手臂 (Robotic Arm)



取代傳統人力堆疊，有效提高作業效率。





## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

## 附錄

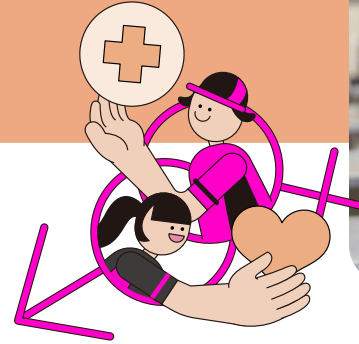
### 對應重大主題

#### 人力資源管理

##### — 缺工與人才流失

#### momo 承諾

- 支持及遵守國際人權公約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。
- 建置暢通內部申訴管道，即時反應員工意見與訴求，確保員工權益受到保障，以降低人才流失之可能性。



#### 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。
- 設置暢通且多元申訴機制，以多元管道了解與妥善處理員工意見，每案皆呈報至經營層主管知悉，並進行調查及結案追蹤，確保員工權益受到保障。

#### 行動方案

- 人才招聘多元平等，促進身心障礙及中高齡就業，進用無上限。2024 年，共有 30 名身心障礙工作者，其中最資深者已於 momo 工作 19 年，新進之 50 歲以上中高齡員工共 21 名，留任率逾 57.14%。
- 教育訓練費用逾 534 萬元。
- 員工持股信託年累計公提金共計 2,728 萬元。
- 生育、育兒與子女教育等安家生養補助逾 410 萬元。



1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

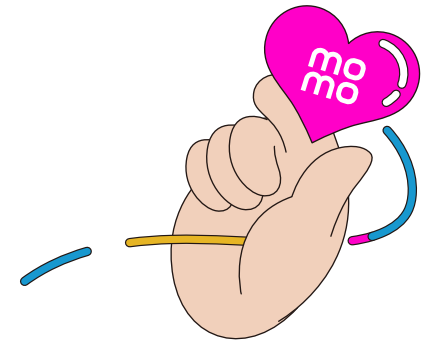
5.4 健康安全職場

6 社會共好

附錄

## 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

2-25

2-8

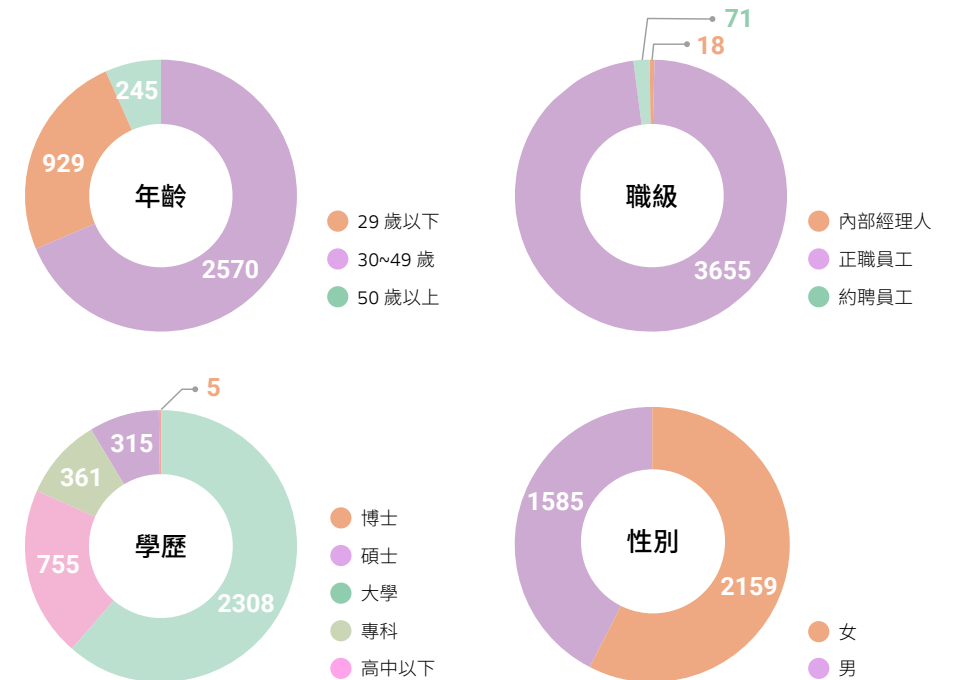
202-2

405-1

momo 以聘用當地員工為主，高階管理階層 100% 為當地居民，截至 2024 年底，momo 員工人數為 3,744 人（正職 3,655 人、約聘 71 人<sup>註1</sup>、內部經理人 18 人），女性員工佔大多數，達 57.98%；員工平均年齡為 41.25 歲；平均年資為 5.18 年；學歷分佈則以大學為主，佔比達 61.65%。為提供更高之出貨與客戶服務效率，momo 每月平均約有 2,460 人次之非員工工作者<sup>註2</sup>協助公司相關業務執行，其中，96.4% 為協助物流理貨作業人員、2.2% 為協助電話客服人員；0.6% 為協助直播相關工作的專才人員，以及 0.5% 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、節金之發放資格，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。

### 2024 年 momo 各類型員工分布



2024 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		50 歲以上	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
高階管理階層 <sup>註 1</sup>	10	0.27%	8	0.21%	0	0%	10	0.27%	8	0.22%
非高階管理階 <sup>註 2</sup>	166	4.43%	176	4.7%	5	0.13%	284	7.59%	53	1.41%
技術人員 <sup>註 3</sup>	269	7.18%	129	3.45%	72	1.92%	307	8.2%	19	0.51%
一般員工	1,140	30.45%	1,846	49.31%	852	22.76%	1,969	52.59%	165	4.41%
合計	1,585	42.33%	2,159	57.67%	929	24.81%	2,570	68.65%	245	6.54%

- 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		員工類型	男性		女性	
	人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例
永久聘僱員工	1,561	41.69%	2,112	56.41%	全職員工	1,561	41.69%	2,112	56.41%
臨時員工	24	0.64%	47	1.26%	兼職員工	24	0.64%	47	1.26%
					無時數保證員工	0	0	0	0

- 註：各類型員工分布佔比以年底總員工人數統計，分母為 3,744。

1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

## 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。2024 年多元聘用成效如下：

共 30 名身心障礙者，  
其中最資深者已於 momo 工作 19 年

共 20 名原住民員工  
其中最資深者已於 momo 工作 20 年

新進 21 名 50 歲以上  
中高齡員工留任率逾 57.14 %

### 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。

2024 年度自願離職者 880 人、非自願離職者 23 人、自願轉任至子公司任職者 30 人，總計離職人數為 933 人；扣除轉任員工，自願離職率為 23.5%，非自願離職率 0.61%。

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	2024 年新進		2024 年離職		性別	2024 年新進		2024 年離職	
	人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例
29 歲以下	586	15.65%	489	13.06%	男	472	12.61%	350	9.35%
30~49 歲	558	14.90%	421	11.24%	女	693	18.51%	583	15.57%
50 歲以上	21	0.56%	23	0.61%	合計	1,165	31.12%	933	24.92%
合計	1,165	31.12%	933	24.92%					

註：新進員工與離職員工佔比，以年底總員工人數統計，分母為 3,744 人。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

附錄

## 5.2 人權保障

2-23

2-24

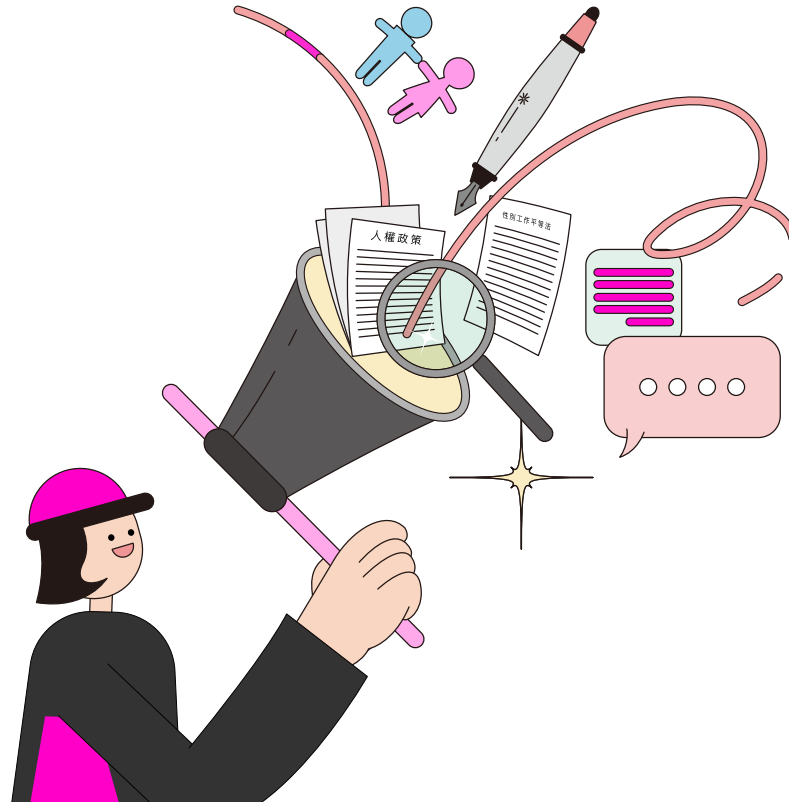
2-26

### 5.2.1 人權承諾與管理

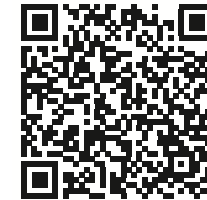
406-1

#### 落實人權政策

momo 訂定《人權政策》，承諾支持與遵守國際人權規範，如聯合國《世界人權宣言》、《工商企業與人權指導原則》、《全球盟約》及《國際勞動組織公約》等各項國際人權公約與當地法令規範，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，並於其中明確載明人權議題申報機制，以暢通與各界利害關係人溝通之管道。2024 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；營運據點亦無因人權影響公司營運及強迫員工勞動等情事發生。



此外，為鼓勵合作夥伴提升人權的管理強度，momo 制定《供應商 / 承攬商永續發展守則》，作為規範供應商與 momo 業務往來之基本要求，要求新進供應商、承攬商一律簽署，方可進行商品販售與合作。透過積極與供應商議合，攜手供應商共同落實人權保障（請參閱 Ch.2.4.2 供應商遴選與評估 ㉟）。



momo 人權政策



供應商 / 承攬商永續發展守則



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

## 附錄

## 人權管理機制

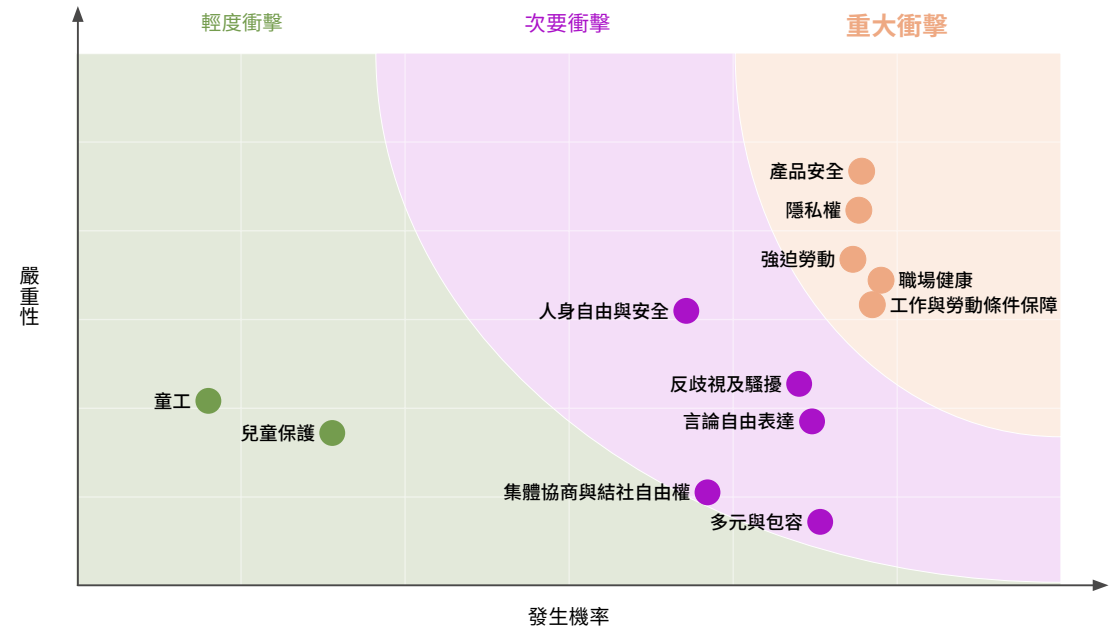
momo 人權管理機制由永續發展委員會督導，透過每半年召開永續發展委員會執行長會議，追蹤專案執行狀況，積極達到設定之短中長期目標，並定期揭露以強化對外溝通。另亦透過內外部回饋機制，如利害關係人問卷、利害關係人座談會、各式意見回饋信箱等管道，蒐集各方意見，作為精進 momo 人權治理之重要參考。

## 人權盡職調查

momo 於 2022 年率臺灣電商業之先啟動人權盡職調查，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，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**」。詳細風險分布請見右圖：

## momo 人權風險矩陣



## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

## 附錄

## momo 重大人權風險減緩與補救措施簡表

	影響價值鏈	減緩措施	補救措施	報告書對應章節
 <b>產品安全</b>  <b>議題說明：</b>  公司或供應商提供之產品或服務，未能完全揭露相關資訊，致使員工、消費者使用產生人身安全疑慮、或是未能確保提供產品或服務之使用正確性，造成安全、損害或濫用等問題	上游	<ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>北區物流中心通過「ISO 9001 品質管理系統」驗證</li><li>透過「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」三大檢驗類別防護網，確保產品安全</li><li>成立 momo 實驗室檢測商品</li><li>於採購合約訂定標示與品質之要求</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>訪廠制度</li><li>下架與查核要求改正制度，並加強進貨檢驗</li><li>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</li></ul>	<b>Ch.2.4 永續供應鏈</b>
	momo 自身	此項議題若發生於 momo 自身營運，屬職場健康、工作與勞動條件保障議題之內容，相關措施請參閱此表後方「職場健康」、「工作與勞動條件保障」之欄位		
	下游	<ul style="list-style-type: none"><li>設有神秘客、稽核機制</li><li>成立 momo 實驗室檢測商品</li><li>於採購合約訂定標示與品質之要求</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	<b>Ch.2.4 永續供應鏈</b> <b>Ch.3.2 最佳消費體驗</b>
 <b>隱私權</b>  <b>議題說明：</b> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>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</li></ul>	上游	<ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>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</li><li>定期向供應商宣導資安與防護政策</li><li>進行實地／電話資安訪查</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>如有資安外洩疑慮，設有系統停權機制</li><li>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</li></ul>	<b>Ch.2.4 永續供應鏈</b> <b>Ch.3.3 資訊安全與隱私保護</b>
	momo 自身	<ul style="list-style-type: none"><li>設有資安委員會，並持續通過 ISO 27001 與 27701 驗證</li><li>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</li><li>日常業務工作設有資料保密機制</li><li>嚴格遵守公司對個人資料保護之要求</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>設有「資訊安全事件通報作業規範」</li></ul>	<b>Ch.3.3 資訊安全與隱私保護</b>
	下游	<ul style="list-style-type: none"><li>首創安全通信平台，隱碼宅配個資</li><li>強化線上支付驗證機制</li><li>建置內部個資保護系統，並定期執行內部稽核作業</li><li>設有「隱私權政策」專區</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	<b>Ch.3.3 資訊安全與隱私保護</b>

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

## 附錄

影響價值鏈	減緩措施	補救措施	報告書對應章節																								
<div>強迫勞動</div> <div><p>議題說明：</p><ul style="list-style-type: none"><li>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）</li><li>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</li></ul></div>	<table><tr><td>上游</td><td><ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>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</li></ul></td><td><ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul></td><td>Ch.2.4 永續供應鏈</td></tr><tr><td>momo 自身</td><td><ul style="list-style-type: none"><li>明定人權政策，承諾禁止強迫勞動</li><li>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</li><li>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</li><li>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</li><li>特別關懷倉儲物流員工，因應企業營運安排與調度人力</li><li>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</li></ul></td><td><ul style="list-style-type: none"><li>訂有「員工意見申訴與處理辦法」</li><li>設立利害關係人專區，提供多元申訴管道</li><li>設立勞資會議進行勞資協商</li></ul></td><td>Ch.2.4 永續供應鏈 Ch.5.2 人權保障</td></tr><tr><td>下游</td><td colspan="2">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</td><td>-</td></tr></table>	上游	<ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	Ch.2.4 永續供應鏈	momo 自身	<ul style="list-style-type: none"><li>明定人權政策，承諾禁止強迫勞動</li><li>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</li><li>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</li><li>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</li><li>特別關懷倉儲物流員工，因應企業營運安排與調度人力</li><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>訂有「員工意見申訴與處理辦法」</li><li>設立利害關係人專區，提供多元申訴管道</li><li>設立勞資會議進行勞資協商</li></ul>	Ch.2.4 永續供應鏈 Ch.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		-	<div>職場健康</div> <div><p>議題說明：</p><p>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</p></div>	<table><tr><td>上游</td><td><ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>執行訪廠確認生產人員防護措施</li><li>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</li><li>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</li></ul></td><td><ul style="list-style-type: none"><li>採取必要緊急、搶救措施</li><li>於安全衛生管理委員會報告、追蹤與後續改善強化措施</li><li>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</li></ul></td><td>Ch.2.4 永續供應鏈 Ch.5.4 健康安全職場</td></tr><tr><td>momo 自身</td><td><ul style="list-style-type: none"><li>明定人權政策，承諾禁止職場不法與保障環境安全</li><li>提供員工協助方案（EAP）</li><li>設置「職業安全衛生委員會」</li><li>導入 ISO 45001，涵蓋範疇包含正職、約聘、派遣與承攬商員工</li><li>透過各種業項目教育訓練、現場作業危害辨識與風險管控，防範職業災害發生</li></ul></td><td><ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul></td><td>Ch.5.2 人權保障 Ch.5.4 健康安全職場</td></tr><tr><td>下游</td><td colspan="2">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</td><td>-</td></tr></table>	上游	<ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>執行訪廠確認生產人員防護措施</li><li>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</li><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>採取必要緊急、搶救措施</li><li>於安全衛生管理委員會報告、追蹤與後續改善強化措施</li><li>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</li></ul>	Ch.2.4 永續供應鏈 Ch.5.4 健康安全職場	momo 自身	<ul style="list-style-type: none"><li>明定人權政策，承諾禁止職場不法與保障環境安全</li><li>提供員工協助方案（EAP）</li><li>設置「職業安全衛生委員會」</li><li>導入 ISO 45001，涵蓋範疇包含正職、約聘、派遣與承攬商員工</li><li>透過各種業項目教育訓練、現場作業危害辨識與風險管控，防範職業災害發生</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	Ch.5.2 人權保障 Ch.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		-
上游	<ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	Ch.2.4 永續供應鏈																								
momo 自身	<ul style="list-style-type: none"><li>明定人權政策，承諾禁止強迫勞動</li><li>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</li><li>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</li><li>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</li><li>特別關懷倉儲物流員工，因應企業營運安排與調度人力</li><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>訂有「員工意見申訴與處理辦法」</li><li>設立利害關係人專區，提供多元申訴管道</li><li>設立勞資會議進行勞資協商</li></ul>	Ch.2.4 永續供應鏈 Ch.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		-																								
上游	<ul style="list-style-type: none"><li>供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li><li>執行訪廠確認生產人員防護措施</li><li>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</li><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>採取必要緊急、搶救措施</li><li>於安全衛生管理委員會報告、追蹤與後續改善強化措施</li><li>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</li></ul>	Ch.2.4 永續供應鏈 Ch.5.4 健康安全職場																								
momo 自身	<ul style="list-style-type: none"><li>明定人權政策，承諾禁止職場不法與保障環境安全</li><li>提供員工協助方案（EAP）</li><li>設置「職業安全衛生委員會」</li><li>導入 ISO 45001，涵蓋範疇包含正職、約聘、派遣與承攬商員工</li><li>透過各種業項目教育訓練、現場作業危害辨識與風險管控，防範職業災害發生</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	Ch.5.2 人權保障 Ch.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 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄



工作與勞動條件保障

議題說明：

- 公司或其價值鏈中的工作環境或勞動條件不合法定法規要求，無法保障員工工作基本權利，或者透過其他勞僱契約剝奪既有需求工作（如使用契約工、派遣工、大量移工等），以及在自動化發展後對於勞動權造成之衝擊
- 公司或其價值鏈中所提供的勞動條件與環境無法妥善保障員工生活、健康與安全，例如輪班休息時間過近、連續上班時數過高、敘薪過低無法支持生活、工作環境危害過高等未確保員工擁有享有公正工作條件的權利

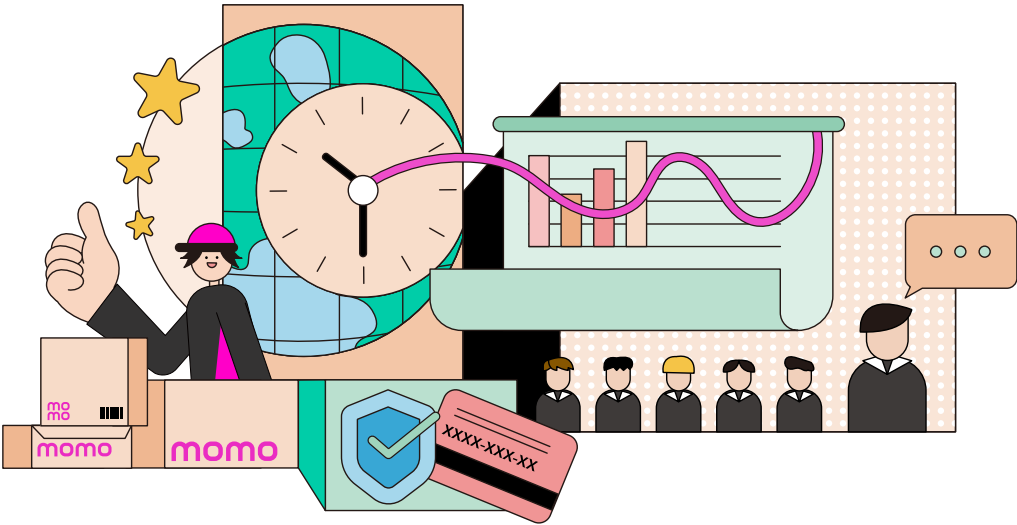
影響價值鏈

減緩措施

補救措施

報告書對應章節

上游	<ul style="list-style-type: none"><li>- 供應商均需簽署①供應商／承攬商永續發展守則、②誠信經營聲明、③隱私權政策、④保密責任聲明</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 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</li></ul>	Ch.2.4 永續供應鏈
momo 自身	<ul style="list-style-type: none"><li>- 明定人權政策，承諾禁止職場不法與歧視</li><li>- 隨時因應政府法令修訂更新，確保符合法規要求</li><li>- 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</li><li>- 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</li><li>- 任用流程三階段設置把關確保非法雇用情事</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 針對各項議題提供多元申訴管道，如訂有「員工意見申訴與處理辦法」、設立利害關係人專區、員工申訴／職場不法侵害申訴、性騷擾申訴及申復機制、性別平等法之申復機制</li></ul>	Ch.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		-





1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

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，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。

momo 重視性別平等議題，持續推動促進性別平等之教育訓練，以及員工工作與家庭平衡、友善孕育等相關措施。曾於 2022 年獲得臺北市職場性別平等認證「金質獎」肯定，並於 2024 年再次榮獲金質獎，讓我們更有信心推動相關措施，並將多元共融的價值觀推廣到更廣泛的社會層面。



近三年主管職性別比

	2022				2023				2024			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
高階管理階層 <sup>註 1</sup>	8	2.75%	8	2.75%	8	2.53%	9	2.85%	10	2.77%	8	2.22%
非高階管理階層 <sup>註 2</sup>	123	42.41%	151	52.07%	144	45.57%	155	49.05%	166	46.11%	176	48.88%
合計	131	45.16%	159	54.82%	152	48.10%	164	51.9%	176	48.88%	184	51.22%

■ 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。

## 2024 年多元職場推動內容

### 辦理女性主管培力課程

2024 年辦理女性主管培力課程與講座共 10 場，58% 女性主管及員工皆參與課程。



### 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，2024 年總補助金額逾 410 萬元。



### 提供友善孕育假別

婚育照護假使用統計詳下頁表格。



### 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。



### 性別平等課程 100% 完訓

2024 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 12,344 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

1,135 人

100%

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

3,633 人

100%

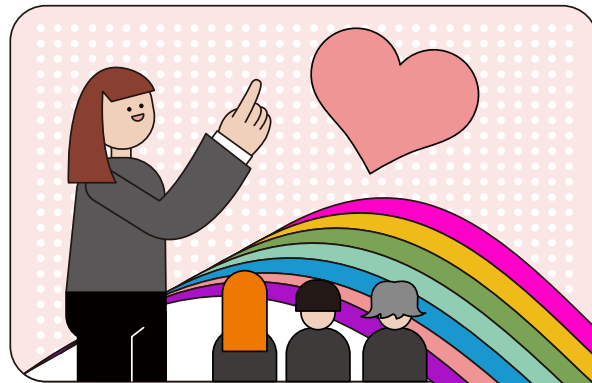
組長級  
以上主管

- 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

65 人

100%



婚育照護假使用統計表<sup>註 1</sup>

假別	2022		2023		2024	
	人數	時數	人數	時數	人數	時數
生理假	1,020	18,612	1,061	24,894	1,292	24,930
產檢假	62	1,874	54	1,788	68	2,443
陪產檢及陪產假	16	751	18	834	36	1,776
家庭照顧假	331	6,979	289	7,384	424	10,401.5
公益假	1	32	21	228	61	629

- 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：自 2020 年起因應疫情嚴峻，為體恤員工，momo 提供有薪防疫假及防疫照顧假。2022 年有薪防疫假使用人數為 74 人，時數為 1,550 小時。2022 年及 2023 年防疫照顧假使用人數為 99 人，時數為 3,598 小時。後續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。

5.2.3 勞資溝通與權益保障 2-25 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，每季固定開會，2024 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；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，2024 年未發生重大營運變化事件。

1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

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，所有申訴案件皆可在安全及保密情況下傳達意見。當收到申訴後將於一週內進行初次訪談，並彙整資料呈報經營層主管，後由專責單位進行調查，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並追蹤相關單位處置情況。2024 年共接獲 32 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。

申訴流程說明



員工滿意度調查

momo 於 2024 年 12 月執行首次員工意見調查，以了解員工想法並藉由此機會使員工有機會分享對於公司的建議。本次意見調查內容包括員工敬業度、團隊工作環境、團隊合作、員工投入度及整體認同度 5 大構面，參與調查人數為 3,744，覆蓋率為 54%，同時，65% 的員工對於整體工作環境感到滿意。針對調查結果，momo 持續推動專案如下：

1. 強化跨部門合作：探討目前溝通方式，找出優化方向，讓工作順利。
2. 優化新人適應流程：設計更完整的新人支援計畫，讓新加入的夥伴更快上手。
3. 提供更多學習與發展機會：增加內部培訓、職涯發展計畫，讓成長路徑更加清晰。

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 臺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 人才培力

404-1

404-2

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。2024 年度課級（含）以上主管之員工教育訓練總時數為 13,645 小時，平均訓練時數為 33.69 小時。

### 2024 年教育訓練重點績效

81,016 小時  
總受訓時數



61,957 人  
總受訓人次

5,344,262 元  
總投入費用

1,110 元  
每位正職員工平均訓練成本支出



### 人才培育亮點

不同層級平均受訓時數 <sup>註 1</sup>				
年度	性別	主管職 (小時) <sup>註 2</sup>	一般員工 (小時) <sup>註 2</sup>	整體平均 (小時)
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 <sup>註 4</sup>
2023	男	31.72	23.20	24.26
	女	29.62	23.17	23.67
	整體平均	30.60	23.18	23.88
2024	男	33.89	16.16	17.98
	女	33.50	15.94	17.29
	整體平均	33.69 <sup>註 3</sup>	16.03	17.58

- 註 1：本表時數以 HRD 系統 2024 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。momo 公司之組織設置區分為處級單位、部級單位、課級單位，故課級主管為 momo 初階主管。
- 註 3：2024 年為培訓中階管理人才，客製較多專屬培訓課程，因此主管職的平均受訓時數上升。
- 註 4：2022 年及 2023 年執行特定青年人才培訓專案以致一般員工培訓時數較高。

1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

## 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。



### 新進人員訓練

受訓人次 **1,135** 受訓時數 **3,405**



### 專業職能培訓

受訓人次 **21,253** 受訓時數 **21,400**



### 法遵宣導

受訓人次 **36,199** 受訓時數 **44,839**



### 企業文化

受訓人次 **667** 受訓時數 **667**



### 團隊共識與自我成長

受訓人次 **653** 受訓時數 **4,032**



### 管理階層培訓

受訓人次 **1,907** 受訓時數 **6,537**



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

1 新進人員  
訓練

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）。

2 實習生及建  
教合作計畫

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」，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。

2024年共任用 35人

類別	學校名稱	區域	任用人數	實習合作期間
實習生 計畫	南臺科技大學	臺南	1	2023/07-2024/06
			1	2024/08-2025/06
	臺中科技大學	臺中	6	2024/07-2025/05
	萬能科技大學	桃園	1	2024/07-2025/05
	實踐大學	臺北	1	2023/08-2024/05
	實踐大學（高雄校區）	高雄	6	2023/08-2024/05
			1	2024/07-2025/05
			1	2024/08-2025/05
	德明財經科技大學	臺北	7	2023/08-2024/05
			7	2024/08-2025/05
	醒吾科技大學	新北	1	2024/07-2025/05
	龍華科技大學	桃園	2	2024/07-2025/05
合計			35	

3 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，提升臺灣青年競爭力。

2024年共任用 39人

4 專業人才  
培力

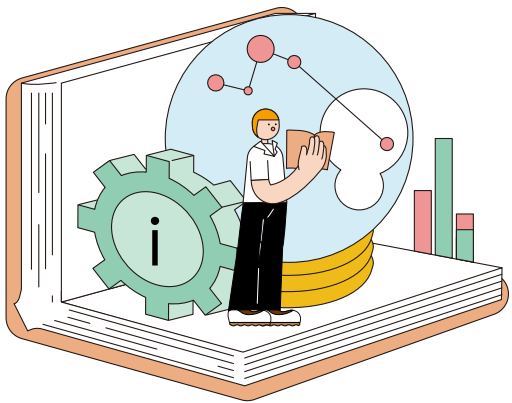
為提升員工在職期間工作職能，除透過主管與資深同仁傳授工作技能訓練，亦由各部門自辦專業技能與知識課程，促進內部專業技術知識分享與傳承，提供多元學習管道，不侷限公私立訓練機構舉辦之與同仁職務相關專業課程、活動或業務相關之考察、觀摩，鼓勵同仁持續深耕專業領域訓練，並配合各單位作業及需求，加強安排相關專業證照之取得，以培養員工持續學習與自我充實，並藉由專業認證來加強自身職場競爭力。

認證通過率 100%

Future Leaders：

由高階經營團隊推薦具備專業能力之優秀中階管理人才，透過十二個月結合理論和實務的養成計畫，針對專業領域、領導力、溝通協作、創新與變革、決策與風險管理五大面向進行重點培訓，結訓後中階管理人才具備更完整的管理素養及策略視野，強化公司整體競爭力。

2024年共 23 位通過培訓計畫



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

## 附錄

## 5 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<sup>註</sup>：

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<sup>註</sup>：

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 2024 年累積總受訓達 684 人次，總時數達 2,117 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。

## 5.3.2 關鍵薪酬與績效

2-20

2-21

2-21

202-1

404-3

405-2

## 績效與獎酬制度

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，以吸引及留任優秀人才、穩定員工生活品質及基層人員薪資待遇，2024 年新進電話行銷業務人員起薪符合法定基本工資，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 1.13 倍，正職基層人員之薪資水平不因性別而有差異。此外，momo 依循證券交易所修訂之辦法，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 20<sup>th</sup> 大事紀
- 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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

2024 年非擔任主管職務之全時員工共 2,756 人，年薪資平均數為 88 萬元，年中位數為 75.3 萬元，與 2023 年相比，全時員工人數成長 0.3%。年薪資平均成長 3.3%、年薪中位數成長 2.2%。另外，2024 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 13.43:1；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 6.38:1。（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。

2024 年男女員工薪酬比例表

	基本薪資		薪酬（含獎金總額）	
	女性	男性	女性	男性
管理	1	1	1	1.1
非管理	1	1	1	1.04
全公司總平均	1	1	1	1.08

說明：

- (1) 本公司全體正職員工之工作地點位於臺灣，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。2024 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。



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。

### 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、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"><li>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</li><li>災防假（颱風）優於勞基法不扣薪並加給出勤津貼</li><li>妊娠未滿三個月流產同仁，優於法規規範給予有薪產假</li></ul>
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）	63	84
當年度實際育嬰假申請人數（B）	23	48
申請率（B/A）	36.5%	57.14%
請育嬰假者於當年度應復職人數（C）	19	33
當年度實際申請復職人數（D）	10	24
復職率（D/C）	52.63%	72.72%
上一年度復職人數（E）	7	33
上一年度復職滿一年人數（F）	5	23
留任率（F/E）	71.42%	69.69%

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

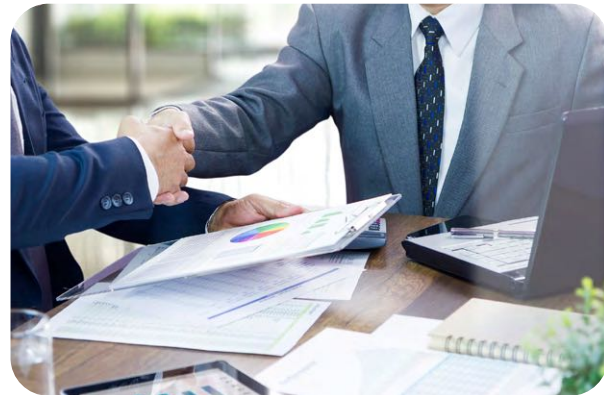
5.4 健康安全職場

## 6 社會共好

附錄

## 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 2024 年 12 月 31 日之在職員工，符合資格人數為 1,375 人，自願入會為 1,108 人，參加率達 81%。本公司 2024 年度入會人數較 2023 年 12 月成長 8%，顯見員工對於公司發展之信心；累積公提金支出共計 2,728 萬元，較 2023 年成長 8%。



## 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。

### 2024 年度提撥金額：無提撥<sup>註</sup>

- 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 2024/01 起至 2024/12 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。

2024 年度提撥金額：**121,973,456** 元

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

## 附錄

### 5.3.4 永續文化塑造

為凝聚同仁永續共識並將 ESG 融入公司日常營運，momo 每年透過「ESG 新知季刊」、EDM 電子報、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，並持續舉辦永續教育訓練講座、ESG 員工活動，內化企業永續 DNA，培養同仁對於永續從認識、行動到認同企業文化，2024 年全體員工永續教育訓練時數總計 32,217 小時。2024 年更首度舉辦「員工 ESG 創新提案選拔賽」，設計獎勵機制，鼓勵同仁從日常工作出發，發想可行度高且具備永續效益之行動方案，共同實踐公司永續目標，攜手員工往「綠活電商領航者」願景邁進。



以選拔賽方式邀請內部同仁集思廣益，提出可行度高、具永續影響力的創新想法。2024 年辦理第一屆創新提案選拔賽，聚焦電商四大核心主題：「網購包裝」、「優化物流作業」、「永續價值鏈」、「綠色營運」，共計收件 20 組優秀提案，並將提案內容向公司全體同仁進行分享，鼓勵更多創新想法萌芽。

透過 EDM、桌面等內部管道，向全體同仁分享 momo 最新永續行動，增進同仁認識公司永續措施，凝聚永續共識。



舉辦員工環境永續講座，以生活化題材與同仁推廣永續飲食、永續旅遊等從日常生活實踐 ESG 之方式，亦取得天下永續會授權線上課程供同仁選修，並邀請集團主管分享第一手 COP 29 現場觀察。此外，舉辦淨灘、淨溪活動，並提供每年 2 天的全新公益假，鼓勵員工身體力行環境保育。

每季定期研析國內外永續趨勢與標竿同業永續措施，以季報形式與全體同仁分享，培養員工對於永續的認識，2024 年度分享主題包含「碳管理與雲端減碳」、「永續消費指南」與「企業碳管理起手式」。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

附錄

## 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。至 2016 年起連續獲得衛生福利部及縣市政府衛生局各種獎項肯定，2024 年永康、楊梅 (2 個)、平鎮及西屯倉亦取得健康職場認證標章，已累計 10 座主倉通過，未來將持續爭取各場所認證標章。



健康職場認證標章

### 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 24 人，勞工代表占 42%。每季皆召開會議，2024 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。2024 年會議報告事項共通過 23 項勞安單位執行事項報告議題、19 項職安衛與健康管理議題。



環境安全衛生管理政策

### 職業安全衛生委員會

#### 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

#### 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)

#### 各單位部門主管

- 支持及推動各項職業安全衛生事項

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

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 2,330 人，佔總人數 60.1%；其他非員工共 20 人，比例約 0.5% (駐點人員)<sup>註</sup>，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。

■ 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 2024 年底人數計算。

2024 執行成果

- ✔ 已完成 ISO 45001 職安衛管理系統複驗
- ✔ 已完成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
- ✔ 永康、楊梅 (2 個)、平鎮及西屯倉通過健康職場認證標章

2025 年目標

- 完成 ISO 45001 職安衛管理系統複驗與規劃導入系統於公司自建倉儲
- 持續追蹤各工作場所職安衛相關法規符合性
- 母性員工妊娠與產後期間衛教持續 100% 達成率
- 主倉健康職場認證率 ≥ 75%



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

附錄

### 5.4.2 提升職場安全

403-2

403-3

403-5

403-7

403-9

403-10

momo 透過各種專業項目教育訓練、現場作業危害辨識與風險管控，防範職業災害發生，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，並讓員工了解遠離對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。

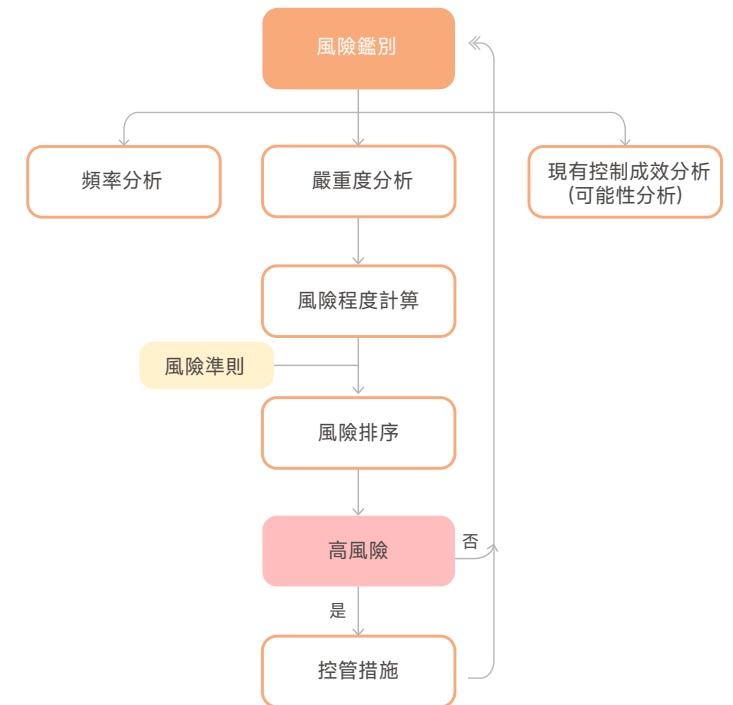
#### 職場安全危害風險鑑別

momo 主要的工作場所為物流倉庫與辦公室，為有效進行職場危害風險辨識，我們制定安全衛生危害鑑別規範，由各單位共同檢視出內外部議題、法規適用條例與現場作業的安全危害風險項目，並以風險與機會評估矩陣公式辨別出高、中、低等風險等級，針對高風險優先訂定因應措施規範，且定期檢核各項規範執行後的符合性，以預防現場危害事故發生。

#### 職場安全風險評估

由具有職業安全衛生相關專業證照或接受過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統內部教育訓練人員，藉由自主查核、作業環境檢測、線上問卷填寫、危害鑑別評估管理單及內外部多元化溝通管道，分析各項作業活動的安全衛生危害類型，確認現有防護措施有效性後計算殘餘風險，依職業安全衛生系統風險等級判定基準評估。2024 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。

#### 風險管控流程圖



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

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

附錄

有效安全管理與行動



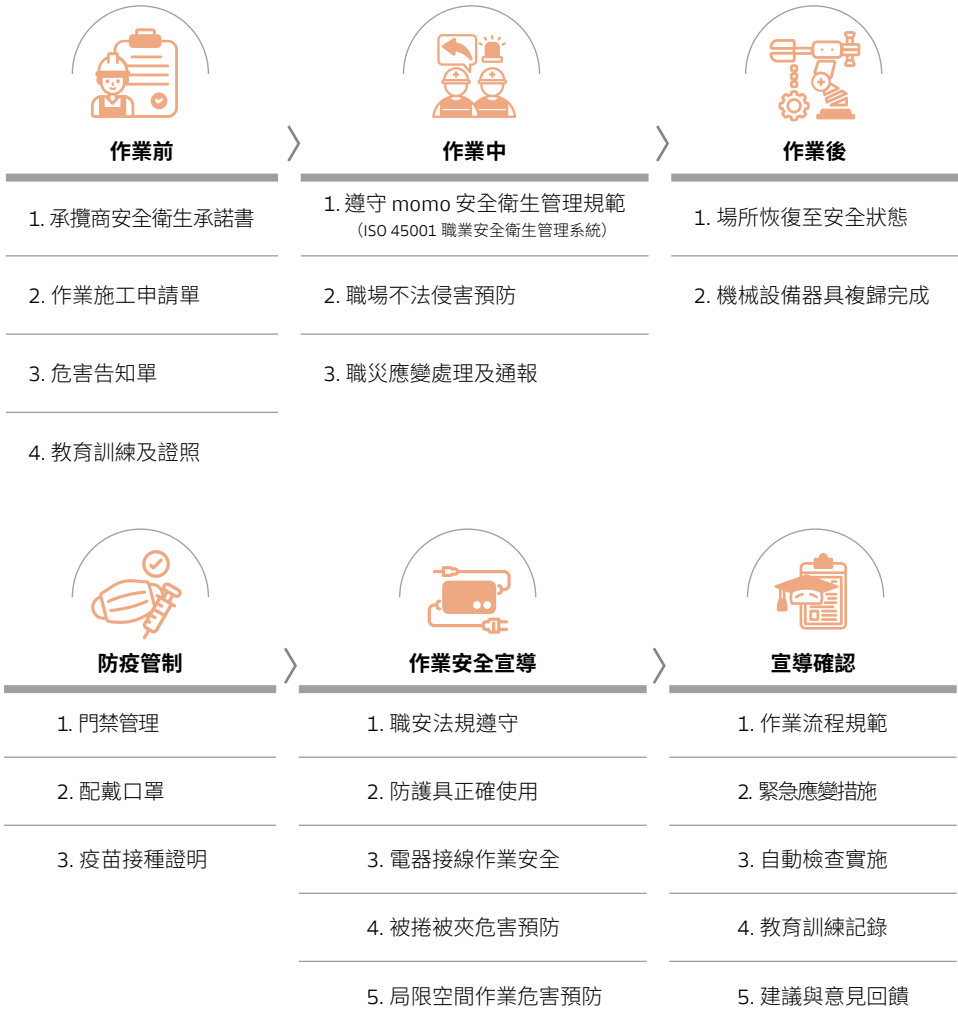
例行性

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护之設備及場所，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，確保讓同仁飲水安全， 2024 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，綠化環境以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。
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，告知承攬人有關工場環境危害因素。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， 2024 年共辦理 1 場線上教育訓練，共 16 家廠商出席參與；2024 年承攬商無發生傷害事件。

承攬商線上教育訓練課程





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

附錄

### 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具備檢定合格資格，截至 2024 年底合格人數為 176 人。

合格人數 **176**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 122 人，複訓率 100%。

■ 註：法規規範每 50 人須設置一名急救人員，  
2024 年 momo 總人數為 3,129 人，合格人數優於法令。

合格人數 **122**人 複訓率 **100%**

#### 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。

#### 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 643 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 15 人。

參與人數 **15**人

參與人數 **643**人

### 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，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。

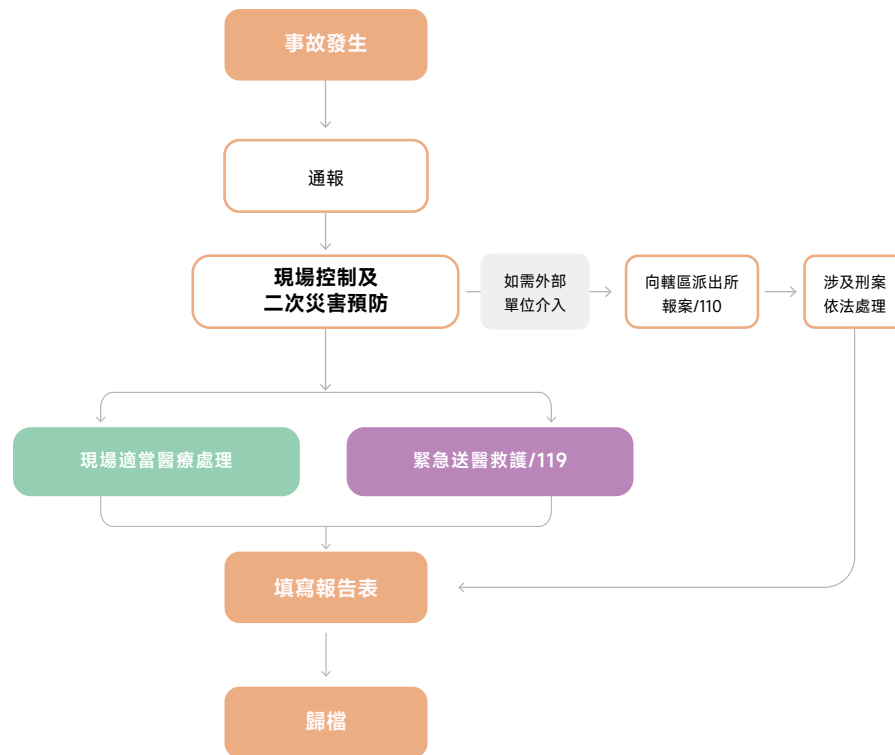
統計 2024 年員工職業災害申請類型，包含所有員工及非員工但其工作或工作場所為 momo 管控之對象（承攬商），並統計工作場所及上下班交通事故。職業災害事故發生時，momo 除立即採取必要之急救、搶救等措施，並針對該事故之發生原因及處理流程展開調查，由災害發生單位主管依「重大事件通報管理辦法」，重大事件之後續處理結果及檢討。另若為涉及死亡或失能之重大事件，其後續處理結果及檢討，得由總經理指派專人進行追蹤作業，或執行教育訓練及宣導以能有效防止事故再發生時將損失降至最低。



2024 年總計 35 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 2024 年底共 34 位同仁回到工作崗位，復工率 97%。

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。

## 緊急應變措施流程圖



## 職業傷害類型



上下班公路交通事故 30 件

跌倒 3 件

衝撞 1 件

被撞 1 件

總計 35 件

2024 年職業傷害分析統計表

工作者類別	富邦媒員工		
	男	女	總計
工作總天數	280,440	480,721	761,161
工作總時數	2,243,520	3,845,768	6,089,288
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	15	20	35
可記錄之職業傷害比率	1.34	1.04	1.15
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 2024 年底，僅統計 momo 母公司員工人數為 3,129 人（正職 3,053 人、約聘 76 人）。

2024 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)
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
2024	男	15	312.94	2.46	0.04	51
	女	20	142.06	3.28	0.02	23

- 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%（2023 年之前缺勤天數包含病假、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 2024 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 2024 年底，僅統計 momo 母公司員工人數為 3,129 人（正職 3,053 人、約聘 76 人）。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

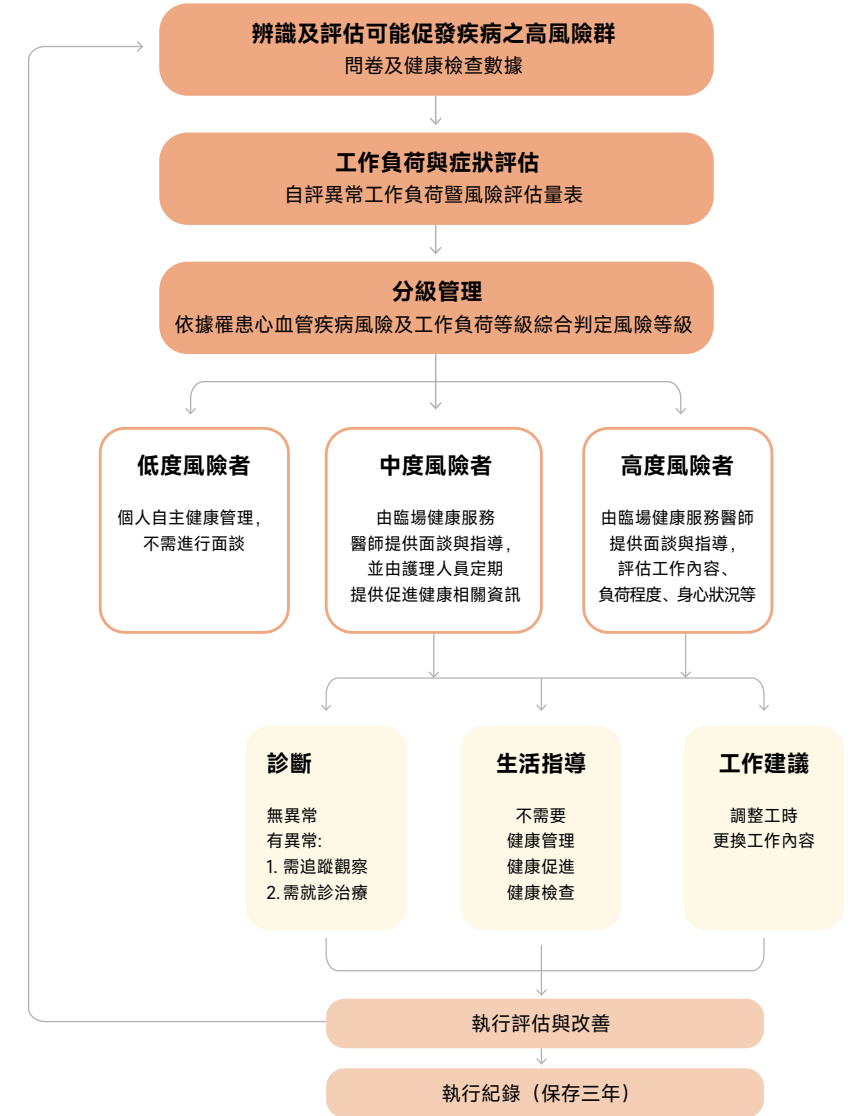
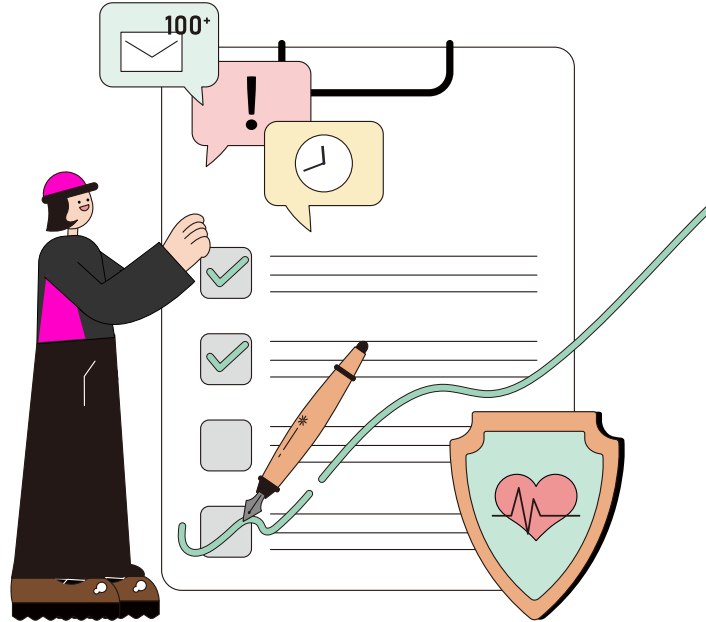
5.4 健康安全職場

## 6 社會共好

## 附錄

### 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：





### 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，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，並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 打造抗疫心生活

- 健康宣導
- 舉辦流感疫苗施打活動

### 2 熱心活動

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

### 3 安心健康管理

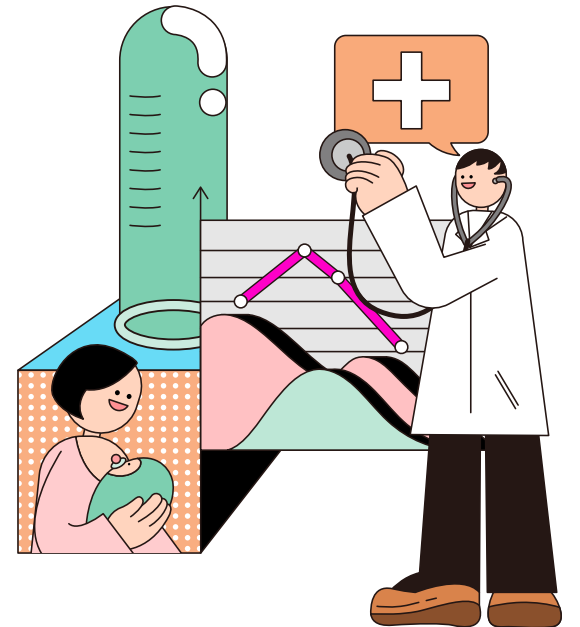
- 員工健康檢查
- 健檢數據分析
- 健康知能問卷調查職場醫師關懷

### 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



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 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

## 附錄

## 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，2024 年完成 100% 妊娠與產後期間衛教。

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 31 堂、836 人次參加，包含「自我筋膜放鬆伸展趣」、「預防慢性病」、「遠離菸酒檳 健康跟著來」、「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，2024 年健康講座平均滿意度 4.85 分（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（瑜珈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。

### 健康講座滿意度調查

年份	分數
2022	★★★★★ 4.8
2023	★★★★★ 4.8
2024	★★★★★ 4.85

■ 註：健康講座滿意度滿分 5.0 分。



## 全方位的健康管理

### 員工健檢

每兩年提供優於法令的員工健檢項目服務，項目著重於各方面的癌症防治，辦理口腔癌、鼻咽癌、肝癌、大腸癌、乳癌、卵巢癌及攝護腺癌篩檢，員工透過篩檢早期發現早期治療，以降低死亡率。

### 健檢分級

員工健檢資料彙整至健康管理系统後，經由勞安衛管理單位護理人員依據健康分級管理，分析各單位健檢異常項目及員工異常追蹤關懷通知，並安排進行醫療諮詢等措施，藉由完善的健康管理面，協助員工早期發現健康問題及接受治療。

### 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，2024 年諮詢人數共 423 位。

1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

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

# 6

## 社會共好 Society matters

momo 善用電商平台影響力，深耕數位公益，並攜手員工、供應商、消費者共同響應公益活動，協助解決社會議題，創造共好共榮生活圈。

>9,997 萬元

年度公益總額



>83 家

受益團體



>61 項

公益專案



140,112 人次

受益人數



210,613 位

消費者響應捐款捐物



>2 億元

公益廣宣資源



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

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

公益主軸 - 實踐作為	投入資源	推動途徑	2024 年績效成果
<b>數位募捐</b>  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。	<ul style="list-style-type: none"><li>- 定期愛心捐</li><li>- 當月活動</li><li>- 公益週期購</li><li>- 公益直購</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 募得 2,331 萬元善款</li><li>▶ 送出 5,335 件商品</li><li>▶ 幫助 210,091 人</li></ul>
	鼓勵消費者參與並與供應商合作，整合多方資源，並利用自有直播宣傳管道，擴大公益成效。	<ul style="list-style-type: none"><li>- 公益發票捐贈</li><li>- 公益直播推廣</li><li>- 供應商公益合作</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 29 萬名會員響應發票捐贈</li><li>▶ 與供應商合作 3 場消費捐贈活動</li></ul>
<b>公益參與</b>  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。	<ul style="list-style-type: none"><li>- 舉辦員工志工活動</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 逾 812 小時公益時數</li><li>▶ 逾 299 人次參與</li></ul>
	與基金會合作物資捐助，使資源持續循環。	<ul style="list-style-type: none"><li>- 物資捐助</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 4,502 件捐助商品</li><li>▶ 捐助商品總價值 1,213,425 元</li></ul>
	持續辦理公益活動，並響應富邦集團「正向力量」主軸，積極推廣公益。	<ul style="list-style-type: none"><li>- 公益活動推廣</li><li>- 愛心募款 / 義賣</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 贊助 55 萬元</li><li>▶ 逾 36,510 人次參與公益票選活動</li><li>▶ 募得 113 萬元</li></ul>
<b>文化推廣</b>  以豐碩廣宣資源與創意行銷的宣傳實力，多方位協助臺灣體育賽事與影視文化發展，支持臺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。	<ul style="list-style-type: none"><li>- 支持體育發展</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 體育贊助費用 6,783 萬元</li></ul>
	將直播內容延伸至文化領域，宣揚優質國片與藝術文化。	<ul style="list-style-type: none"><li>- 藝文文化推廣</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 投入 594 萬元宣傳資源</li></ul>





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 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

## 6.1 數位募捐 203-1

### 6.1.1 數位公益專館

#### momo 「樂公益」

隨著科技的進步和社會的變遷，消費者行為轉向數位化，線上購物成為主流，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」。2024 年共集結 51 家慈善團體、募集 2,331 萬元善款、愛心義賣及捐款商品數 5,335 件。momo 自 2022 年成立「樂公益」館已執行公益專案數逾 130 項，積極提升公益大小事「多元性」，期許帶領 momo 會員認識與關注不同類型的公益議題，實踐社會共好，一同擴大善的循環。



#### 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



攜手全臺最大物資捐贈平台「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。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

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

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。

2024 年定期捐款合作專案：

心路基金會	加點愛 助障礙者挑戰無懼
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	餐盒募集 Stand by me
唐氏症基金會	支持唐寶寶工作夢！
家扶基金會	幫助孩子修復傷痛
伊甸基金會	募集伊百種愛的力量
至善基金會	陪伴孩子穩穩長大
創世基金會	集 10 行善
現代婦女基金會	改寫受暴家庭生命故事
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	幫助目睹暴力兒少迎向陽光
自然保育與環境資訊基金會	支持海下珊瑚礁生態調查 為海洋的健康把關
門諾醫院	為臺灣儲存護理人力
台北市視障家長協會	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

2024 公益成效

1,687 萬元

定期捐款金額



32 項

定期捐款公益專案



癌症希望基金會

助癌友家庭重獲希望

兒福聯盟

幫助弱勢孩子穩定學習

陽光基金會

支持燒傷顏損兒 安心長大

弘道基金會

支持輔你到老 安心生活計畫

中華長照協會

關愛獨老 直到終老

台灣好鄰居協會

展現女孩超能力 Girl Power

中華民國保護動物協會

狗來富專案

一粒麥子基金會

偏鄉老人照顧更有力

台灣展翅協會

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

讓長輩擁有尊嚴與幸福的晚年生活

麥當勞叔叔之家慈善基金會

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

肝病防治學術基金會

一起幫助偏鄉家庭遠離肝苦

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

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

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、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。

2024 年 momo《樂公益》共推出 18 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，花蓮於 4 月發生規模 7.2 強震，全臺灣強烈有感，momo 緊急啟動「數位公益」募款行動，攜手世界展望會推動「花蓮強震救援計畫」線上捐款，救援行動為受創的兒童及家庭提供家戶修建補、生活扶助金等服務，陪伴他們弱勢家戶走過艱難，重建身心與家園。

2024 年當月活動公益專案：

弘道基金會	獨老年節不孤寂 讓愛填滿團圓缺口
家扶基金會	幫助貧童好好讀書！
天使心家族基金會	讓愛奇兒家庭重獲心能量
第一社福基金會	守護憨兒 讓愛永存
中華長照協會	關愛獨老 因為有你
喜憨兒基金會	安心力量！讓愛更強大
世界展望會	花蓮強震救援
伊甸基金會	幫助慢飛天使勇敢長大
志玲姊姊慈善基金會	志玲姊姊『圓夢豆志』暖心黑豆茶包組
現代婦女基金會	帶受暴家庭孩子回安全的家

2024 公益成效

360萬元 募款金額



18項

精選公益專案



199萬 義賣金額



世界展望會

飢餓三十

唐氏症基金會

助障礙者老有所依 享有尊重

志玲姊姊慈善基金會

2025 志玲姊姊慈善年曆

創世基金會

集 10 行善 百元助愛

中華育幼機構兒童關懷協會

為失家兒療一些傷

真善美社會福利基金會

請擁抱我的不完美

陽光基金會

支持燒傷顏損兒服務計畫

世界展望會

紅包傳愛

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 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

## 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。



## 2024 公益成效



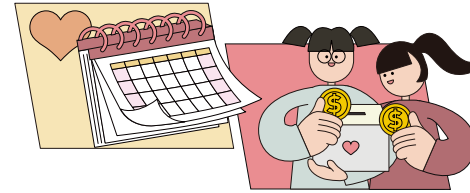
公益週期購

1,533 份  
愛心物資

64 萬元  
物資價值

## 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，攜手全臺最大物資捐贈平台「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，包含肯愛協會、新漾基金會、肯納基金會、希望馬場及更生少年協會等多元性公益團體。



## 2024 公益成效



公益直購

12 家  
公益團體

21 萬元  
直購募款金額



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 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

## 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、關懷臺灣文教基金會、肝病防治學術基金會、自然保育與環境資訊基金會等單位，持續為社福團體增加經濟來源的支持。

### 2024 公益成效

**117** 萬張  
捐贈發票



**29** 萬名  
響應會員



**260** 萬元  
捐贈中獎金額



1 momo 永續發展

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

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

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，2024 年共與 3 家商品供應商共同合作，推動 3 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	凡於活動期間 (2024/07/01~07/19) 在 momo 購物網購買法國皇家全系列產品，即可參與本次「捐糧營養愛不斷，助浪健康不孤單」公益活動。於期間內購買任皇家商品，皇家即會捐出購買總重的 4%。
公益成效	捐贈超過 1,688 公斤的乾、濕糧，總價值達 60 萬元，較去年 1,000kg 多出 60%
受贈單位	犬山居 / 社團法人臺灣同伴動物扶助協會

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	攜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臺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 381 組愛心物資
受贈單位	臺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

幫愛送到家

合作供應商	P&G 寶僑家品 x momo
活動簡介	攜手幫寶適與家扶基金會，第 2 年舉辦「幫愛送到家」計畫，消費者於 momo 購買 1 箱尿布，幫寶適即捐贈 1 包尿布予家扶基金會，幫助寄養寶寶健康成長、分擔寄養家庭的經濟負擔。
公益成效	共捐出 3,000 包幫寶適尿布，支持全臺 300 個寄養家庭
受贈單位	家扶基金會

## 1 momo 永續發展

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 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

## 6.2 公益參與 203-1



### 企業志工

momo 以企業力量推動志工參與，自 2022 年起認養林口頂寮沙灘，每年帶領員工、消費者共同進行淨灘行動，守護海岸環境。2024 年度淨灘活動號召逾 200 名志工攜家帶眷響應，並於沙灘上清理出 860 公斤海洋廢棄物。另也首度辦理淨溪活動，邀請 momo 員工走進觀光勝地三峽看見溪床垃圾問題，透過清理溪邊的生活與觀光垃圾，協助三峽溪保持原貌。此外，momo 志工社持續協助社福團體的人力需求，包含支援弘道老人福利基金會義賣會物資整理、家扶基金會愛心發票整理等活動，2024 年總計辦理 4 場員工志工活動。為鼓勵及獎勵員工積極參與公益活動，momo 提供每名員工每年 2 日有薪公益假，2024 年度總計核發 812 小時志工時數予參與員工。

299 名

志工參與人次

812 小時

貢獻公益時數

952.6 公斤

海廢、川廢清理



### 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。2024 年 momo 共捐助 4,502 箱商品，包含日用品、個人清潔用品、床墊、服飾、兒童用品等，透過與康福智能發展中心、樂山園社會福利慈善事業基金會、財團法人桃園市李林樹社會福利基金會附設桃園教養院、愛慈社會福利基金會合作將自有物資分送給全臺基金會據點，讓物資能送到需要的人手上。

4,502 件

捐助商品

1,213,425 元

捐助商品價值





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 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

## 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 36,510 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。

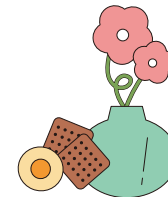
#### 2. 種福電綠能公益計畫

台灣大哥大自 2017 年起連續第 8 年推動「種福電綠能公益計畫」，2024 號召全民為「博幼社會福利基金會」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躉售給電力公司，讓愛心公益加乘放大。momo 積極響應計畫，為其打造專屬活動頁面，活動募款共達 5 萬經費，期望藉由活動匯聚大家的愛心，為博幼基金會挹注長達 20 年的綠電受益，用陽光與愛，點亮偏鄉孩童的未來。

### 愛心義賣 / 募款

#### 1. 捷伴公益

momo 連續三年攜手桃園捷運「捷伴公益」，串聯網路購物及直播兩大宣傳資源齊響應，活動暖心推出「玫瑰心鑽蛋糕禮盒」，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 9 萬元予桃園市政府社會局急難救助專戶，暖心募集愛心，提供弱勢婦女溫暖庇護。



#### 2. 一路平安做好事

momo 與于美人發起的「做好事小組」合作義賣活動邁入第 16 年，2024 年將公益主題定為「一路平安做好事」，再度與亞洲最佳女廚陳舒嵐創立的「樂沐糕餅舖」合作，打造精品等級的法式手工餅乾，活動共募得款項 99 萬元，每售出一份禮盒將捐出 100 元捐助予「南迴基金會」，用作籌設偏鄉南迴醫院的經費，期望能建構出南迴線的醫療守護網路，作為人們安心返鄉的燈塔。





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 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

## 6.3 體育文化推廣 203-1

### 6.3.1 支持體育發展

momo 挾以豐碩的線上平台廣宣資源，與創意行銷的宣傳實力，積極投身體育活動推廣的行列，多方位協助臺灣體育賽事發展，支持臺灣運動蓬勃發展茁壯、提升臺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，壯大臺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。2024 年體育宣傳與贊助活動共投入約 6,783 萬元。

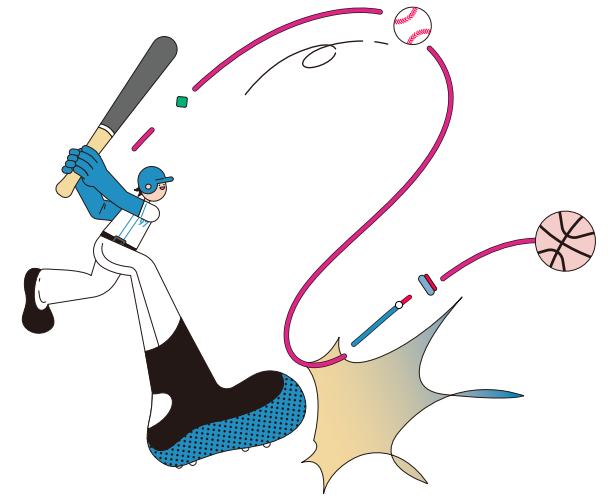
#### 富邦勇士籃球隊

momo 連續 10 年響應富邦集團攜手支持富邦勇士籃球隊的營運發展，挹注富邦勇士隊參與 P.LEAGUE+ 臺灣職業籃球聯盟。momo 除了提高贊助與廣宣經費至 1,260 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「2024 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。



#### 富邦悍將球隊

棒球為臺灣國球，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，全力應援臺灣國球運動，2024 年投入活動經費更高達 2,992 萬元，期望一起讓臺灣棒球及運動產業環境向上提升，幫助臺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，是臺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 9 年共襄盛舉參與推廣，今年度贊助提供與會貴賓服裝共 160 件，費用共 24 萬元，以實際行動協助讓臺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，同時證明臺灣具有籌辦國際級賽會的能力。



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 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



### 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，並於全臺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獲取更多的關注外，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 101 萬票，網路流量高達近百萬、並提撥金額贊助、投入廣宣費用共 1,814 萬元。



### 富邦運動場館

momo 支持臺灣體育發展，亦跨足運動場館經營，2024 年投入 630 萬元的贊助金額，以期臺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。新莊棒球場為臺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。



### 2024 高雄國際霹靂舞大賽

近年高雄市政府於文化及運動發展上不斷投入，期盼將高雄發展成更加國際化及多元化的城市，進而推動經濟發展，高雄市政府運動發展局已連續兩年舉辦霹靂舞國際大賽，提供熱愛舞蹈、舞台的青年發光發熱機會，並且吸引國外選手來臺參賽。momo 串聯政府、運動選手、球迷、消費者等連結點，發揮平台核心角色，投入 63 萬元廣宣資源，及創意行銷的宣傳實力，共同行銷推廣霹靂舞賽事，盼透過多元的活動及賽事，協助臺灣體育賽事發展，同時促進臺灣體育推廣的凝聚力。





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

### 6.1 數位募捐

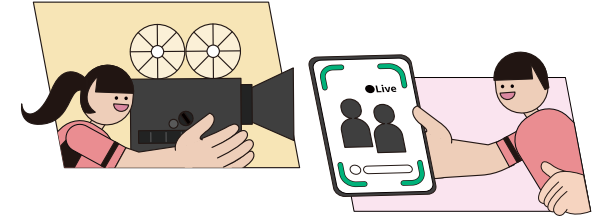
### 6.2 公益參與

### 6.3 體育文化推廣

## 附錄

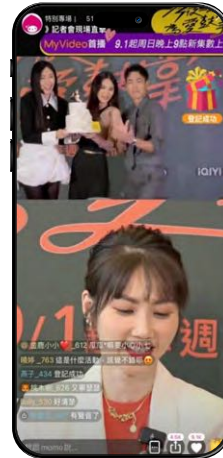
## 6.3.2 藝文文化推廣

momo 直播跨足「藝術文化」領域，與國內電影、戲劇、實境節目、圖書等合作，透過直播訪談導演、監製、演員或作者，讓會員能更了解創作緣起及背後體現之意義，並結合年貨大街走出戶外直播，同時介紹傳統偶戲，以達成宣傳與推廣效果，2024 年資源投入總金額合計 594 萬元。



### 電影宣傳

為協助電影映演推廣，邀請動畫電影「八戒 決戰未來」導演，以深度訪談方式，讓觀眾了解這部導演嘔心瀝血的全新力作，如何完美呈現視覺張力以及精雕細琢所有畫面細節，以提升電影曝光度。



### 影集宣傳

邀請臺劇「不夠善良的我們」、「今夜一起為愛鼓掌」導演與男女主角等主要演員親臨 momo 直播現場，暢談劇本發想及拍攝過程及甘苦談，並分享自身經歷，與觀眾熱烈互動，達到協助宣傳效果。



### 圖書宣傳

為支持藝文發展，邀請《幻日之時》、《瘦身藍圖》、《無料 AI》、《退休後，錢從哪裡來？》、《從今以後，我就是美好》、《音天也快樂》等書作者親臨 momo 直播現場，從知識、趨勢、理財、生活等不同類型傳遞及分享，藉藝文創作激勵並療癒觀眾。



### 傳統文化推廣

時值農曆新年，momo 直播現場直擊一年一度臺北年貨大街盛事，並前往大稻埕戲苑，向直播觀眾介紹傳統三大偶戲「布袋戲、傀儡戲、皮影戲」，帶領觀眾身歷其境其發展起源及特色。



### 實境節目推廣

邀請「老少女奇遇記 2」製作人及主持人，暢談節目內前往日本尋找定居多年的臺灣人，除了實際體驗當地生活外，也挖掘他們離鄉背井的艱辛，推廣實境節目並傳遞人情溫暖與感動。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

GRI 內容索引表

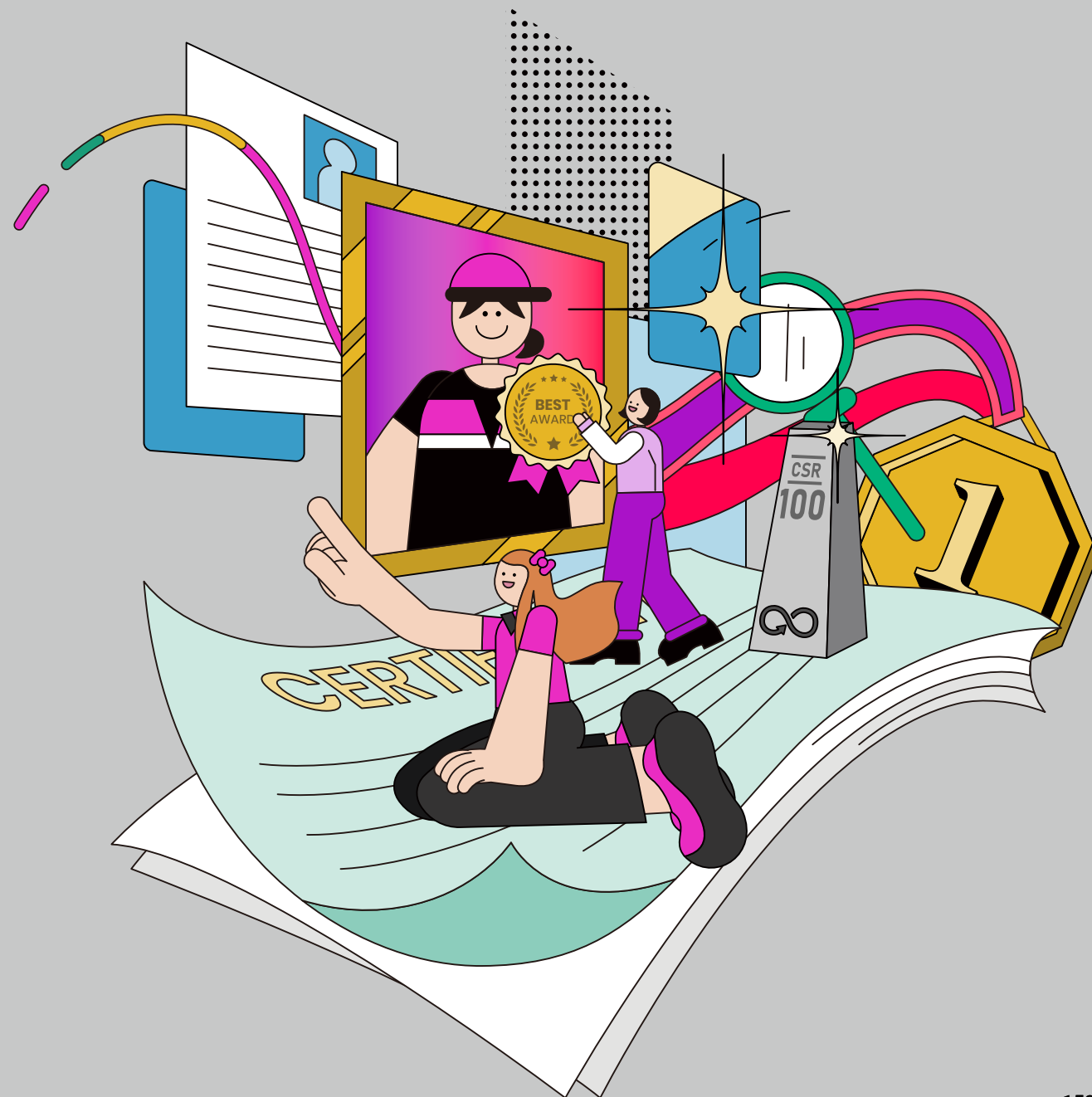
SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

證書

momo

# 7 附錄 Appendix





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

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 2024 年 1 月 1 日至 2024 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 2： 一般揭露 2021	2-1 組織詳細資訊	關於本報告書	p.2
		2.1 關於 momo	p.30
	2-2 組織永續報導中包含的實體	2.1 關於 momo	p.30
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	p.2
	2-4 資訊重編		
	2-5 外部保證 / 確信	關於本報告書	p.3
		外部確信及查證	p.160
	2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	2.1 關於 momo	p.30
		2.1.1 年度發展方向	p.31
		2.4.1 供應商概況	p.52
		4.3.2 短鏈佈局	p.104
	2-7 員工	5.1.1 員工組成	p.110
	2-8 非員工的工作者		
	2-9 治理結構與組成	1.2 永續治理機制	p.18
		2.2 公司治理	p.35
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	2.2.2 董事會獨立及多元性	p.38
	2-11 最高治理單位的主席		
	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.8
		1.2 永續治理機制	p.18

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
GRI 2： 一般揭露 2021	2-13 衝擊管理的負責人	1.2 永續治理機制	p.18
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	p.2
		1.2 永續治理機制	p.18
	2-15 利益衝突	2.2.2 董事會獨立及多元性	p.38
	2-16 溝通關鍵重大事件	1.3 利害關係人溝通與重大主題管理	p.20
		2.2.1 董事會運作	p.35
	2-17 最高治理單位的群體智識	2.2.1 董事會運作	p.35
	2-18 最高治理單位的績效評估		
	2-19 薪酬政策		
	2-20 薪酬決定流程	2.2.1 董事會運作	p.35
		5.3.2 關鍵薪酬與績效	p.125
	2-21 年度總薪酬比率	5.3.2 關鍵薪酬與績效	p.126
	2-22 永續發展策略的聲明	董事長的話、總經理的話	p.8
		1.1 綠活電商領航者	p.11
		1.2 永續治理機制	p.18

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

證書

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
GRI 2： 一般揭露 2021	2-23 政策承諾	1.2 永續治理機制	p.18
		2.3.2 誠信經營	p.44
		2.4.2 供應商遴選與評估	p.53
		5.2.1 人權承諾與管理	p.113
	2-24 納入政策承諾	1.2 永續治理機制	p.18
		2.3.2 誠信經營	p.44
		2.4.2 供應商遴選與評估	p.53
		5.2.1 人權承諾與管理	p.113
	2-25 補救負面衝擊的程序	1.3 利害關係人溝通與重大主題管理	p.20
		2.3.2 誠信經營	p.44
		3 永續消費 - 重大主題管理	p.61
		3.3.2 資訊安全與管理	p.76
		3.3.3 顧客隱私保護	p.79
		4 永續環境 - 重大主題管理	p.83
		4.2.3 網購包裝減量計畫	p.102
		5 友善職場 - 重大主題管理	p.109
		5.2.3 勞資溝通與權益保障	p.120
	2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	1.3 利害關係人溝通與重大主題管理	p.20
		2.3.2 誠信經營	p.44

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
GRI 2： 一般揭露 2021	2-27 法規遵循	2.3.3 法規遵循	p.46
	2-28 公協會的會員資格	1.3 利害關係人溝通與重大主題管理	p.20
	2-29 利害關係人議合方針		
	2-30 團體協約	5.2.3 勞資溝通與權益保障	p.120
GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
重大主題			
GRI 3： 重大主題 2021	3-1 決定重大主題的流程	1.3 利害關係人溝通與重大主題管理	p.20
	3-2 重大主題列表		
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管理	p.20
		3 永續消費 - 重大主題管理	p.61
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	p.76
		3.3.3 顧客隱私保護	p.79
重大主題：商品責任			
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管理	p.20
		2 共益夥伴 - 重大主題管理	p.29
GRI 416： 顧客健康與安全 2016	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2.4.4 商品品質管理	p.58
	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.46
GRI 417： 行銷與標示 2016	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3.1.3 責任行銷與標示	p.68
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.3.3 法規遵循	p.46
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件		

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

證書

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
重大主題：綠色包裝、綠色物流			
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管理	p.20
		4 永續環境 - 重大主題管理	p.83
GRI 302：能源 2016	302-4 減少能源消耗	4.3.2 短鏈佈局	p.104
	302-5 降低產品和服務能源需求		
GRI 305：排放 2016	305-5 溫室氣體排放減量	4.2 綠色包裝	p.98
		4.2.2 循環包裝	p.100
		4.3.1 綠色車隊	p.103
重大主題：人力資源管理			
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管理	p.20
		5 友善職場 - 重大主題管理	p.109
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	5.3.2 關鍵薪酬與績效	p.126
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.1.1 員工組成	p.110
GRI 401： 勞雇關係 2016	401-1 新進員工和離職員工	5.1.2 人才招聘與離退輔導	p.112
GRI 404： 訓練與教育 2016	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	5.3.1 人才培力	p.122
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	5.1.2 人才招聘與離退輔導	p.112
		5.3.1 人才培力	p.122
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.3.2 關鍵薪酬與績效	p.125

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
GRI 405： 員工多元化與平等機會 2016	405-1 治理單位與員工的多元化	2.2.2 董事會獨立及多元性	p.38
		5.1.1 員工組成	p.110
	405-2 女性對男性的基本薪資與薪酬的比率	5.3.2 關鍵薪酬與績效	p.125
重大主題：顧客關係管理			
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管理	p.20
		3 永續消費 - 重大主題管理	p.61
次要主題：氣候治理與能資源管理			
GRI 302： 能源 2016	302-1 組織內部的能源消耗量	4.1.2 溫室氣體與能源管理	p.86
	302-3 能源密集度		
GRI 305： 排放 2016	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	4.1.2 溫室氣體與能源管理	p.86
	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		
GRI 306： 廢棄物 2020	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	4.1.4 廢棄物管理	p.92
	306-3 廢棄物產生		
次要主題：社會影響力			
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	6.1.1 數位公益專館	p.142
		6.2 公益參與	p.148

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

證書

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
次要主題：人權管理			
GRI 401： 勞雇關係 2016	401-2 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	5.3.3 員工福利制度	p.127
	401-3 育嬰假		
GRI 402： 勞 / 資關係 2016	402-1 關於營運變化的最短預告期	5.2.3 勞資溝通與權益保障	p.120
GRI 403： 職業安全衛生 2018	403-1 職業安全衛生管理系統	5.4.1 職業安全衛生管理	p.130
	403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查	5.4.2 提升職場安全	p.132
	403-3 職業健康服務	5.4.3 健康樂活職場	p.138
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	5.4.1 職業安全衛生管理	p.130
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	5.4.2 提升職場安全	p.134
	403-6 工作者健康促進	5.4.3 健康樂活職場	p.138
	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	5.4.2 提升職場安全	p.132
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	5.4.1 職業安全衛生管理	p.130
	403-9 職業傷害	5.4.2 提升職場安全	p.132
	403-10 職業病		
GRI 406： 不歧視 2016	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	5.2.1 人權承諾與管理	p.113

GRI 準則	揭露項目	章節	頁碼
次要主題：永續供應鏈			
GRI 308： 供應商環境評估 2016	308-1 使用環境標準篩選新供應商	2.4.2 供應商遴選與評估	p.53
GRI 414： 供應商社會評估 2016	414-1 使用社會標準篩選新供應商		
基本主題：財務績效			
GRI 201： 經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1.2 營運績效	p.32
	201-4 取自政府之財務補助		
基本主題：公司治理與誠信經營			
GRI 205： 反貪腐 2016	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	2.2.1 董事會運作	p.35
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.3.2 誠信經營	p.45
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.2.1 董事會運作	p.35
基本主題：風險管理			
GRI 201： 經濟績效 2016	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	2.3.4 氣候變遷風險管理	p.47



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.90
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	4.1.3 水資源管理	p.91
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.79
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.76
CG-EC-230a.2	(1) 資料外洩次數 (2) 涉及個人資料外洩之比例 (3) 受影響的使用者數量		
人才招聘、包容性與績效			
CG-EC-330a.1	員工敬業度百分比	5.2.3 勞資溝通與權益保障	P.121
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 人才招聘與離退輔導	p.112
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.110
CG-EC-330a.4	需要工作簽證的技術人員比例	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	產品配送的溫室氣體 (GHG) 總排放量	4.1.2 溫室氣體與能源管理	p.86
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.98 p.103
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.32
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.103

2024 年度確信項目彙總表

編號	標的資訊	章節	頁碼	適用基準
1	2024 年度總取水量為 107.41 百萬公升。	4.1.3 水資源管理	P.91	2024 年度依公司統計之富邦媒體及其子公司總取水量 <sup>註1</sup> 。 <ul style="list-style-type: none"><li>註1：取水量主要來自臺灣自來水公司及臺北自來水事業處提供之繳費通知單以及部分租賃據點採用出租人提供之分攤表統計取水總量。此外，千禧大樓及爾法大樓等 13 個營業據點因無法取得實際取水數據，則以其餘據點之每人平均用水量<sup>註2</sup>乘以該據點人數估算總取水量。</li><li>註2：每人平均用水量 = 依臺灣自來水公司、臺北自來水事業處及出租人提供之分攤表統計取水量之據點取水量加總 ÷ 該等據點總人數。</li></ul>
2	2024 年度採用去節點運輸之作業模式，換算減少 4,018 趟轉運趟次。	4.3.2 短鏈佈局	P.107	依去節點運輸之作業模式，計算 2024 年度減少轉運趟次 <sup>註1</sup> 。 <ul style="list-style-type: none"><li>註1：轉運車輛均為 17 噸之貨車，一台 17 噸貨車車廂可容納約 400 箱衛生紙<sup>註2</sup>或 14 個棧板之貨物數量<sup>註3</sup>。</li><li>註2：衛生紙品項減少轉運趟次計算＝出貨數量 ÷ 400 箱。</li><li>註3：其他非衛生紙品項減少轉運趟次計算＝出貨數量 ÷ 每一棧板可容納貨物件數 ÷ 14。</li></ul>
3	「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」三大檢驗類別 2024 年度共檢驗 107,466 件。	2.4.4 商品品質管理	P.58	依照公司「矯正性檢驗、預防性檢驗、定期性檢驗」三大檢驗類別防護網統計之年度檢驗數量。
4	2024 年度共有 6,405 家新進供應商及承攬商簽署「供應商 / 承攬商永續發展守則」，2024 年新進供應商及承攬商簽署率為 99.53%。	2.4.2 供應商遴選與評估	P.53	富邦媒體、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健之 2024 年度新進供應商或承攬商 <sup>註1</sup> 完成簽署「供應商 / 承攬商永續發展守則」總家數及簽署比率。 <ul style="list-style-type: none"><li>註：新進供應商或承攬商定義為合約用印日期於 2024 年間者，若為以往供應商或承攬商合約到期僅續約者則不納入統計。</li></ul>
5	2024 年度課級（含）以上主管之員工教育訓練總時數為 13,645 小時，平均訓練時數為 33.69 小時。	5.3.1 人才培力	P.122	依公司教育訓練辦法統計之富邦媒體及其子公司 2024 年度課級以上主管員工訓練時數統計數據除以 2024 年間受教育訓練之課級以上主管人數。

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

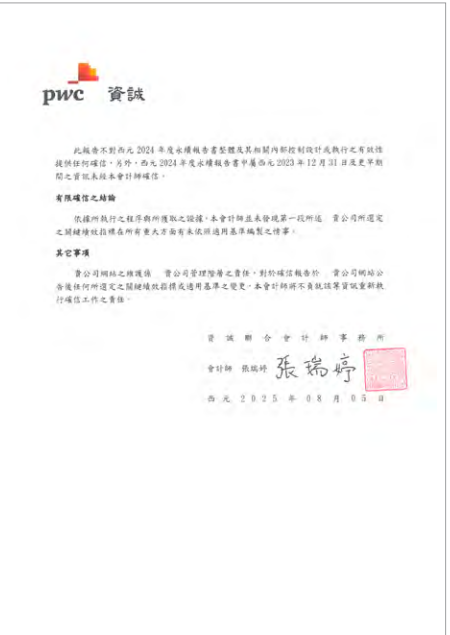
GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

證書

證書



外部確信 - 2024 年永續報告書確信聲明書

關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

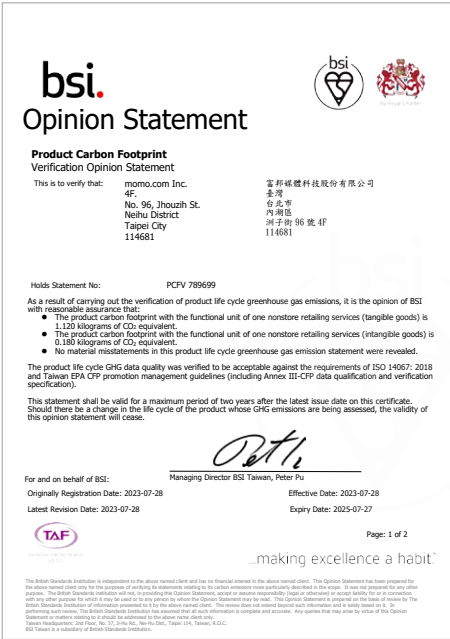
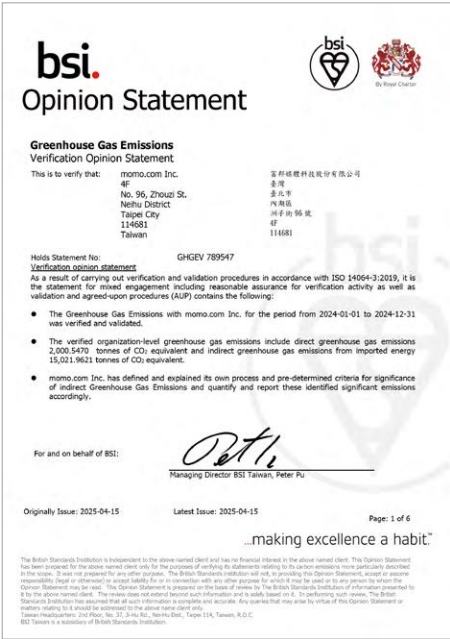
證書

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

ISO 14067 產品碳足跡





關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

2 共益夥伴

3 永續消費

4 永續環境

5 友善職場

6 社會共好

附錄

GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

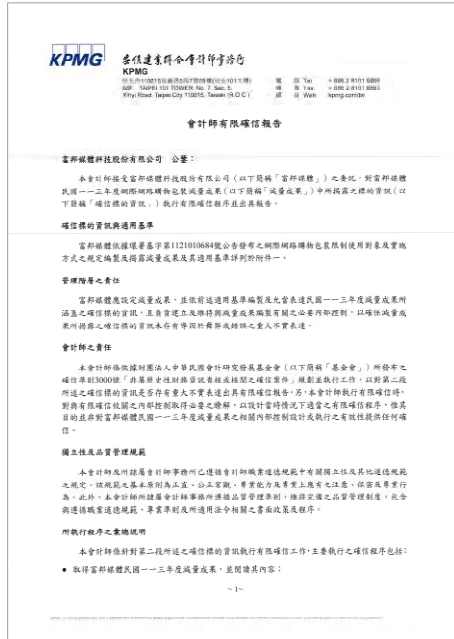
證書



環境部產品碳足跡標籤證書



環境部產品碳足跡標籤證書



網購包裝減量成果確信報告



關於本報告書

momo 20<sup>th</sup> 大事紀

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

## 2 共益夥伴

## 3 永續消費

## 4 永續環境

## 5 友善職場

## 6 社會共好

## 附錄

GRI 內容索引表

SASB 索引表

2024 年度確信項目彙總表

證書



ISO 9001 品質管理系統



ISO 27001 資訊安全管理系統



ISO 27701 個人資料隱私資訊管理系統

momo

富邦媒體科技