

## ESG 風險評估

本公司依重大性原則，進行永續重大議題之風險評估，並由各營運單位訂定管理指標及行動方案，114 年永續重大主題及風險因應措施說明如下：

面 向	重大主題	摘要說明
公司治理	顧客隱私及資訊安全	<p>1.本公司於董事會轄下設置「資安管理委員會」及「資訊安全暨個資保護小組」，定期以 ISO 27001 資安管理制度、ISO 27701 個資保護管理制度，以及支付卡行業資料安全標準 PCI DSS 驗證資安管理有效性，並展開「紅利金付款生物辨識」專案，每年至少執行一次內部稽核作業，提升交易安全。</p> <p>2.自 110 年起，導入物流配送電話代碼化轉接服務 (IVR) 「物流士安心 call」，將消費者電話號碼轉換為代碼，並將宅配單上消費者姓名、電話、地址進行個資隱碼。113 年持續攜手供應商與物流商，於正逆物流服務流程均導入「物流士安心 call」。目前持續維運中，以保護消費者個資，有效防詐。</p>
	顧客關係管理	<p>1.本公司每年定期透過董事會與永續發展委員會追蹤顧客關係管理等相關專案目標設定與推動情形。</p> <p>2.momo 透過完善的顧客關係管理，優化、改善客戶體驗，114 年持續提升專員文字服務能力，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，更能靈活且迅速地滿足消費者於不同情境下之多元化需求。</p>
	商品責任	<p>1.編製各項商品準則規範，由專責單位「品質管理部」檢測商品品質、成分、來源、中文標示等是否正確及符合台灣各項法令規範。</p> <p>2.針對不同類型商品執行「矯正性檢驗」、「預防性檢驗」、「定期性檢驗」等三類檢驗，持續強化食材溯源管理，並持續新增品質管理項目，致力維護消費者權益。113 年起，檢驗流程與數據亦經由會計師事務所依據 ISAE 3000 準則進行確信。</p> <p>3.全台各倉以 ISO 9001 品質管理系統標準，落實「作業管制標準化、矯正預防、企業永續發展」三大管理指標，同時強化員工教育訓練，力求各物流體系品管流程串聯為整體一致，達成品質要求。</p> <p>4.運用 AI 人機協作審查商品廣告文案，以及各樣標章的合規性，如商檢字號、省水標章、環境用藥等標章，提高商品審查合法合規準確度，大幅縮短審查時間，加速新品上架時程，提升客戶滿意度。</p>

面 向	重大主題	摘要說明
	財務績效	<p>1.以「mo 店+」持續推進全新 B2B2C 模式，嚴選市場上受消費者歡迎且品質優良的商家，提供專屬線上開店服務。推出廣告服務「momo Ads」，為供應商及「mo 店+」商家提供精準、高效的廣告解決方案，並於 114 年 5 月 7 日正式推出全新廣告產品「momo 聯播網」，攜手全球數位廣告巨頭 Meta，打造台灣首個整合電商與社群的智慧廣告聯播平台，進一步提升銷售業績。</p> <p>2.建設南台灣最大倉儲，正式啟用「南區儲配運輸物流中心」，速達配送服務範圍延伸至雲林、嘉義、台南、高雄、屏東等地，大幅提升南部地區配送時效。導入 AI 技術，優化貨品包裝，結合循環袋、循環紙箱，建立「循環包裝生態圈」，以實際行動展現企業永續責任，引領電商產業發展永續價值鏈。</p>
	風險管理	<p>1.本公司建置完備之風險管理組織架構，以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，並定期向董事會報告風險管理執行情形。本公司於 112 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。</p> <p>2.管理階層基於專業判斷與經驗，評估公司日常營運可能面臨的風險類型。各營運事業單位依循「風險辨識、風險分析、風險評量、風險回應、風險監控與審查」之流程，彙整實際或潛在發生事件對公司營運產生影響之風險項目，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。於 11 月審計委員會及董事會，呈報各單位彙整之風險項目評估結果及管理情形，據以掌握公司對於風險事項的胃納程度，確保風險控制於可接受範圍內，維持營運之穩健性與持續性。</p>
環境	綠色包裝	<p>1.包裝及物流為本公司須持續精進之環境議題。資訊及物管專業團隊攜手運用大數據及 AI 模組，研究倉庫商品存貨最適配置，並建置最適包裝系統，減少跨倉分箱出貨及包材使用。同時持續拓展循環包裝回收據點，研發減磅紙箱及永續包裝材料，112 年取得環境部授予「網購包裝減量標章 2.0」。</p> <p>2.109 年底開始，依循政府網購包裝減量指引，持續推動包材減量政策，同時積極推動循環包裝政策，積極拓展外部合作通路，114 年度 momo 循環袋回收據點總計已突破 1.9 萬個。此外，亦創新打造循環紙箱運作模式，與慈濟七大環保教育站合作向消費者募</p>

面 向	重大主題	摘要說明
		<p>集紙箱，經由慈濟志工的篩選、momo 殺菌整新等作業，讓紙箱再次投入循環包材行列，另自 114 年起，momo 結合富邦物業與富昇物流之專業分工，啟動「momo 紙箱回收計劃」，由富邦物業負責收集回收透過富昇物流運送，將廢棄紙箱送回 momo 倉庫循環再利用，展現富邦集團內跨公司協作推動資源循環與永續經營的行動力。</p> <p>3.相較於基準年 108 年，113 年平均單件包裹減重 26.48%，平均單件包裹緩衝材減量 45.5%。上述減量成果於 114 年取得安侯建業聯合會計師事務所依據確信準則 3000 號出具確信報告。</p>
	綠色物流	<p>1.108 年起推動綠色車隊建置計畫，採購車輛 100%皆為環保車輛，更引進三輪商用電動機車，亦將使用電動機車之站所拓展至中南部，積極建置軟硬體設備，持續提升電動機車配送占比。</p> <p>2.持續優化庫存配置策略，透過大數據技術，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，有效減少貨運商取件往返趟次與轉運調度時間。</p> <p>3.111 年首度啟用「集運併件」功能，若消費者訂購的商品須跨倉出貨，將透過既有的倉對倉轉運車趟，將客戶訂購的商品集中至集運倉合併出貨，除可減少客戶收取多箱包裹的困擾，亦提高紙箱的裝載率、減少緩衝材的使用量。此外，114 年起消費者可依其訂購商品的使用需求與時效考量，彈性選擇是否採用「集中到貨配送」以滿足個人需求的同時，支持更有效率且友善環境的物流方式。</p> <p>4.運用 AI 演算法規劃最適配送路徑，搭配 QGIS 地理資訊系統，劃分配送區，取代傳統行政區劃分，以提升配送效率。藉由經驗豐富的司機協作檢驗，系統持續回饋並修正最適合的行進路順，提升配送速度，也讓消費者能掌握包裹的物流進度。</p>
	永續消費	<p>1.112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，同時搭配「綠色生活館」永續選品並提供「綠活專屬優惠」，讓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。</p> <p>2.114年7月上線「綠活點數」獎勵機制，整合momo過去推動的「綠</p>

面 向	重大主題	摘要說明												
		<p>活會員」計畫、綠色物流、綠色包裝等全方面永續行動，打造完整「低碳網購旅程」，激勵供應商提供更為低碳商品，促進產品低碳轉型可能；促動消費者選購更多低碳商品，並開展「減碳儀表板」可視化功能，讓消費者累積個人減碳成果。透過點數工具，激勵更多消費者、供應商等，與momo共築綠色消費市場。</p>												
社會	人權管理	<p>1. 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。</p> <p>2. 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。</p> <p>3. momo 於111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(產品安全、隱私權、強迫勞動、職場健康、勞動條件保障)，並針對鑑別出之重大人權議題盤點相關減緩與補救措施，包括教育訓練、制定政策、導入機制、建議多元溝通管道等，掌握人權管理現況。人權盡職調查流程如下說明：</p> <table border="1" data-bbox="443 1196 1481 1525"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 1196 798 1249">步驟</th> <th data-bbox="798 1196 1481 1249">說明</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 1249 798 1303">1. 建立機制</td> <td data-bbox="798 1249 1481 1303">由永續發展委員會督導</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1303 798 1357">2. 議題蒐研</td> <td data-bbox="798 1303 1481 1357">追蹤國內最新人權議題趨勢</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1357 798 1411">3. 風險鑑別</td> <td data-bbox="798 1357 1481 1411">檢視可能發生的人權議題及風險</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1411 798 1464">4. 減緩補救</td> <td data-bbox="798 1411 1481 1464">盤點減緩與補救措施</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1464 798 1525">5. 強化溝通</td> <td data-bbox="798 1464 1481 1525">透過各式管道建立內外部回饋機制</td> </tr> </tbody> </table> <p>4. momo在合作流程中要求與提升供應商資安敏感度，商品供應商與物流供應商需導入個資防護自評機制，供應商須完成自評，方可成為momo供應商；114年超過1萬家商品供應商與新進物流供應商皆100%完成「供應商個資防護自評表」問卷填覆。</p> <p>5. 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</p>	步驟	說明	1. 建立機制	由永續發展委員會督導	2. 議題蒐研	追蹤國內最新人權議題趨勢	3. 風險鑑別	檢視可能發生的人權議題及風險	4. 減緩補救	盤點減緩與補救措施	5. 強化溝通	透過各式管道建立內外部回饋機制
步驟	說明													
1. 建立機制	由永續發展委員會督導													
2. 議題蒐研	追蹤國內最新人權議題趨勢													
3. 風險鑑別	檢視可能發生的人權議題及風險													
4. 減緩補救	盤點減緩與補救措施													
5. 強化溝通	透過各式管道建立內外部回饋機制													

面 向	重大主題	摘要說明
		<p>防護作業，以提升資料安全性，降低後台系統資料外洩風險。</p> <p>6. 114年針對35家需要強化資安防護的供應商，安排專員進行電話訪查，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。</p>