

+ 生物多樣性減緩階層 +

我們採用減緩階層以降低對生物多樣性的影響，避免在生態敏感區設立新店，減少既有店面營運造成的影響，並致力於再生、恢復和轉型，以實現與自然環境的和諧共存。

避免

在新設店的流程中，統一超商導入生態自評機制，依據門市型態與區域分類，評估是否位於國土生態敏感區或保育類物種之重要棲地，預先識別並避開於高風險區域營運（詳見[門市營運生物多樣性評估流程圖](#)），從源頭降低生物多樣性衝擊。

減少

對於既有門市，我們定期評估立地條件，若位於高風險區，將邀請生態專家研擬對策並實施生態補償；如無法避免衝擊，則考慮遷址、縮小規模或停止營運。新設立門市前皆須進行生態影響評估，確保不破壞原生棲地，並據此調整設計或施工計畫，以減少對生態之衝擊。

再生

統一超商投資「永續農場」計畫，將門市的咖啡渣及剩食回收轉製成有機質肥，再施用於農作物上，從而推動土壤環境的再生。

恢復

統一超商透過採購永續原物料，如 FSC 及 PEFC 認證的紙包材、具有雨林認證的咖啡豆原料等，確保我們所採購的原物料具較低環境影響外，亦可支持恢復該原物料的生態系統。（詳細管理措施請見 [3.4 永續採購](#)）

轉型

統一超商持續推動各項轉型計畫以降低營運對於生態系的衝擊，推出天素地蔬[®]系列蔬素食產品，2024 年天素地蔬[®]產品銷售 16,424,723 個，蔬素食相對葷食在整體溫室氣體排放較少，更有效利用土地與水資源，亦減輕溫室效應對環境之影響。此外，統一超商為提升大眾對於紫斑蝶保育意識，於鄰近紫斑蝶活動區域周遭的門市，設置與紫斑蝶保育相關的環境教育資訊。

4.2 包裝包材管理

政策與承諾

受惠於塑膠的耐久與低成本特性，塑膠成為零售商品中常見的包裝材料選擇之一，而超市、超商、量販門市等與民眾消費習慣密切相關的零售通路，其塑膠包裝材料的使用量，亦受到消費者的使用習慣和選擇影響。

統一超商為呼應減塑趨勢、回應外部關係人對於包裝包材議題之期待，我們持續關注《全球塑膠公約》，2024 年進行第四次談判後雖未有進展，但統一超商已提前布局，設有減塑小組主責管理，並採取積極行動，確保依循環境部的減塑法規，與消費者及供應商共同逐步減少塑膠用量，針對自有品牌商品包裝包材設定完整管理政策，目標於 2030 年前，自有商品包裝及物料於較 2019 年減少 30% 原生塑膠使用量，自有商品包裝及物料 50% 轉換為環保材質。統一超商更積極採取減塑管理行動，結合自有商品及其服務、物流及電商等各面向營運策略，以期達成 2050 年在營運範疇完全淘汰一次性其他塑膠的願景，詳細減塑時程與 2024 年達標進度請見[永續目標管理進程](#)。



考量環境、生態保護及落實永續經營，於原物料採購時優先考量具環保材質、認證包材及提出包裝輕量化減量設計者，並制定自有商品包裝包材之減量目標



為進行源頭減量，減少一次性塑膠使用，2028 年前一次性使用的其他塑膠占比低於 10%：

- 門市不主動提供顧客吸管，不再免費提供提網，2024 年提網減量至 19.33 噸塑膠，相較去年減少 14.55%
- 導入製冰機以降低冰塊的塑膠包裝袋使用量，2024 年已導入 3,952 台製冰機，總計減少 106.3 佰萬個塑膠包裝袋，相當於減塑約 212.5 公噸



統一超商與集團關係企業「統奕包裝」共同建置並開發循環容器服務，呼應『從生產製造一次性容器轉型至發展可重複使用』訴求：

- 響應法規導入「循環杯租借服務」，2024 年導入店數達 2,531 店，優於目標設定之 2,300 店；自帶杯占比達 20.91%，已達成今年度所設定之 19% 目標
- 我們也鼓勵消費者多利用可重複使用之包材（或容器），現調飲品系列商品實施自帶杯獎勵金機制，如：持續響應環境部法規提供自帶杯省 5 元，且加碼每月 1 日 CITY 系列飲品自帶杯省 7 元優惠等活動



2024 年門市所使用的紙杯導入 FSC 紙包材認證、杯架為 100% 回收紙



統一超商內部跨單位成立減塑小組，結合內部員工及外部供應商力量，推展包材減量策略、目標、行動方案並追蹤執行績效，且每季召開例會追蹤各項行動計畫執行。其耗費人力及測試資源（專案小組、研發、測試人力／原物料測試成本）每年約兩百五十萬元。減塑小組也透過顧問公司協助，以確實掌握外部競爭及業界資訊

+ 減塑小組及任務說明 +

減塑小組	小組任務說明
咖啡事業單位	現調飲品包材減量、導入循環杯服務生活圈與提升自帶杯使用
生活美食單位	生活美食商品塑膠包材減重以及使用紙、環保材質容器占比提升
商品單位	供應鏈廠商溝通、引入輕量化及再生塑膠容器商品
營運單位	優化門市回收機制、建立門市人員減塑意識；高效智慧回收機導入推動
採購單位	採購門市用品、餐具減重及替代材質開發並導入；包裝減重工程持續優化
公共事務單位	內外部溝通、消費者認知推廣
人資單位	內部教育訓練，提升減塑認知
行政服務單位	企業內部減塑行動策畫
代收服務單位	代收服務少紙化，交貨便包材輕量化並導入環保材質
行銷企劃單位	自有品牌供應商專屬合作與溝通、包裝減重工程持續優化

包裝包材用量統計

+ 塑膠包裝包材 +

為了強化包裝包材管理效益，統一超商定義塑膠包裝包材的分類方式，依照「使用性」、「材質」及「來源」分類盤點自有品牌商品與服務各階段的塑膠使用量，透過每季減塑小組會議檢討績效與目標達成情形，並規劃對應的減塑行動方案。

塑膠分類		說明
使用性分類	可重複使用塑膠	不需要輔助產品，清洗後就可以重新填充或再次使用於相同用途的包裝；可以在市場中流通，讓包裝可以重複填充
	一次性塑膠	設計為一次性或短暫使用之塑膠包裝，用過即丟，不可重複使用
材質分類	可回收塑膠	環境部定義可回收塑膠
	可堆肥 / 可分解塑膠	目前已開發出可堆肥，並且在技術上可回收的塑膠包裝
	使用回收材料塑膠	塑膠製品成分中含有經回收後再製的塑膠成分
	其他塑膠	無可回收性、無法堆肥 / 分解、無使用回收材料之塑膠
來源分類	原生石化塑膠	使用天然氣或原油直接生產的塑膠，不含任何回收材料
	原生再生塑膠	由大豆、玉米、馬鈴薯和木纖維等植物來源製成，不含任何回收材料
	消費後回收	從家庭或商業、工業和機構設施作為產品最終用戶產生的材料中回收的材料，但不能再用於其預期目的

(註 1) 門市垃圾袋若使用回收再製材質，仍為一次性使用；塑膠吸管若使用可回收材質，仍為一次性使用。
(註 2) 環境部定義可回收塑膠包含 PET、PVC、PE、PP、PS、PS 未發泡、其他。若材質本身可回收，但仍未取得環境部回收標章，或於現行廢棄物處理系統無法妥善回收，不屬於可回收塑膠。
(註 3) 參考艾倫·麥克阿瑟基金會 (Ellen MacArthur Foundation) 的定義，原生材料為有限材料，如：從地下開採的鐵礦石；再生材料為以等於或大於消耗速率的速率持續補充的資料，如，棉花、大麻、玉米、木材、羊毛、皮革、農副產品、氮氣、二氧化碳和海鹽等。

2024 年統一超商之塑膠包材總用量為 11,760.67 公噸，較 2023 年增加 4.7%，整體塑膠包材用量上升，主因為門市營運持續成長影響包裝包材用量。統一超商已公開宣示階段性減量目標，針對一次性其他塑膠占比 2024 年低於 19%，2028 年低於 10%，並於 2050 年完全淘汰，2024 年一次性其他塑膠占總塑膠用量為 20.96%，雖今年未能達成設定之減塑目標，但為了在 2050 年達成完全淘汰的目標，我們持續監測用量並落實減少一次性其他塑膠之改善措施。考量環境部法規逐步限制生物可分解材質於餐具之使用，統一超商於 2024 年起已全面將茶葉蛋盒 PLA 汰換成可回收之 PET 材

質，「可堆肥 / 可分解塑膠」使用比例減少 100%；我們也持續提升「可回收塑膠」使用量，相較於 2023 年增加 5.36%；此外，「使用回收材料塑膠」使用量相較於 2023 年增加 43.09%，除了門市垃圾袋持續使用 100% 再生塑膠之外，統一超商也於 2024 年九月推出「100% 再生 PE 塑膠購物袋」之再生塑膠材質購物袋，並持續推動使用回收塑膠 (Recycled PET, rPET) 的食品容器，已於特定品項包含：薯泥鮮蔬蛋沙拉、日本豆皮壽司及鮭魚肉鬆雙手捲等商品，採用含 30% 再生塑膠之包裝。詳細管理措施請見「[減塑管理行動](#)」段落。

2023~2024 年統一超商自有商品包裝及物料之塑膠用量變化

塑膠分類		重量 (公噸)		兩年度差異
		2023 年	2024 年	
塑膠總重量		11,232.32	11,760.67	4.70%
使用性分類	可重複使用塑膠	22.62	19.33	-14.55%
	一次性塑膠	11,209.70	11,741.34	4.74%
材質分類	可回收塑膠	8,803.82	9,276.04	5.36%
	可堆肥 / 可分解塑膠	93.24	-	-100.00%
	其他塑膠	2,335.26	2,484.63	6.40%
來源分類	原生石化塑膠	10,685.42	1,111.54	3.99%
	原生再生塑膠	93.24	-	-100.00%
	消費後回收 (使用回收材料塑膠)	453.65	649.12	43.09%

(註) 2021~2024 年重新統計營業用之牛奶塑膠罐用量，2023 年前統計數據以袋裝 (每袋 15 個牛奶罐) 估算，2024 年重新統計牛奶罐使用數量及單一重量，並回溯前三年度數據，更正 2021~2023 年相關揭露。

+ 非塑膠包裝包材 +

減少自有品牌商品與服務的塑膠包材用量是統一超商努力的方向，我們也持續尋求具永續認證的非塑膠包裝包材，配合統一超商的永續採購政策，我們積極擬定目標在 2030 及 2050 年統一超商自有品牌商品包裝包材之永續認證紙包材占比達 70% 及 100%。我們也持續推動門市紙碗、杯套等物料取得永續認證。2024 年非塑膠包材 (包含紙 / 木、金屬) 整體用量相較於前一年度上升 10.72%，紙類包裝上升主要來自咖啡銷售數量增加，且不再免費提供一次性塑膠提網，帶動咖啡紙杯架需求數量上升，針對咖啡紙杯架用量上升，我們採用回收紙製成的杯架，以降低對環境的影響；金屬包材主要為現調飲品銷量提升，導致咖啡豆及現萃茶類外包裝用量上升。

2024 年自有商品包裝及物料塑膠及非塑膠用量統計

● 塑膠 ■ 紙 / 木 ▲ 金屬（複合材料）

自有品牌生命週期		生產製造	供應商 / 代工廠	物流配送門市	門市販售與服務	總重量 (公噸)
包裝包材項目		● • 鮮食外包裝 • 現調飲品用品 • 餐具	● 鮮食商品封膜	■ 配送紙箱	● • 購物袋及垃圾袋 • 餐具及醬包 • 交貨便及電商包裝 • 緩衝材及膠帶 • 封口杯膜	
		▲ • 咖啡豆外包裝 • 茶葉外包裝	■ • 包裝外箱 • 鮮食紙容器 • 咖啡紙杯架及杯套 • 熱食紙袋 • 免洗筷紙包裝	● 運送封膜	■ • 線上購物中心及 i 預購配送紙箱 • 交貨便寄件箱 • 鮮食紙箱 • 紙碗及門市備品	
分類		重量 (公噸)				
使用性分類 (塑膠)	可重複使用塑膠	0.00	0.00	0.00	19.33	11,760.67
	一次性塑膠	7,601.64	0.00	23.80	4,115.89	
材質分類 (塑膠)	可回收塑膠	6,923.29	0.00	0.00	2,352.74	11,760.67
	可堆肥 / 可分解塑膠	0.00	0.00	0.00	0.00	
	其他塑膠	678.35	0.00	23.80	1,782.48	
來源分類 (塑膠)	原生石化塑膠	7,601.64	0.00	23.80	3,486.10	11,760.67
	原生再生塑膠	0.00	0.00	0.00	0.00	
	消費後回收 (使用回收材料塑膠)	0.00	0.00	0.00	649.12	
材質分類 (其他)	紙 / 木	1,282.50	911.01	477.60	10,777.94	13,449.04
	金屬	291.69	0.00	0.00	0.00	

(註 1) 統計範圍為統一超商自有品牌商品本身包裝、門市販售及服務之用品，除用品的外包裝外，亦含用品本身的材質使用及物流配送使用之包裝。塑膠包材統計涵蓋 100% 自有品牌商品；非塑膠包材統計涵蓋 100% 自有品牌商品。

(註 2) 紙 / 木之盤點包含一般紙箱、含有淋膜的紙容器，以及門市用品中餐具包裝及其內容物之材質統計。

減塑管理行動

統一超商在減塑行動上，以「源頭減量」、「創新包材」、「鼓勵自帶」等三面向著手，統一超商自 2019 年起開始投入減塑行動，2020 年起成立減塑小組統整與減塑相關之策略，我們從自有商品與服務的一次性塑膠減量著手，重新設計產品包裝減少塑膠用量、導入認證紙材質及再生塑膠的使用，並結合消費優惠鼓勵減少一次性容器使用。此外，統一超商於 2022 年更整合集團建立「OPEN iECO 循環杯租借系統」，並於 2024 年底達成共 2,531 店導入，期許在提供便利服務之餘亦能創造環境雙贏的結果。



+ 一次性塑膠減量 +

產品包裝減塑

統一超商致力於在產品包裝上降低對地球的負擔，自 2019 年以來，透過擴大使用可回收塑膠並持續推動包裝減重降低環境衝擊。統一超商於 2024 年九月推出「100% 再生 PE 塑膠購物袋」，該購物袋是採用 95% 再生塑膠及 5% 牛奶空瓶回收塑膠再製而成，2024 年九月販售至年底共計銷售約 71.3 萬個環保購物袋，預估可減少 202.2 噸塑膠使用，未來預計月銷 530 萬個購物袋，每月約可減少 50.0 噸原生塑膠使用；並預計於 2025 年推出「100% 再生 PE 塑膠購物袋（特大袋）」預計月銷 130 萬個，每月約可減少 24.4 噸新料使用，以降低一次性塑膠使用。統一超商更積極與供應商共同研究鮮食包材減塑解方，我們持續擴大導入紙餐盒使用，於 2024 年減少約 91.37 公噸塑膠。





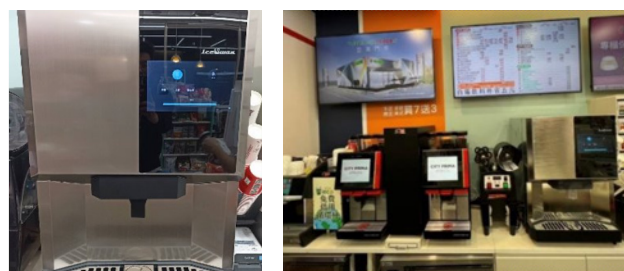
此外，統一超商預計於 2025 年與關係企業合作「再生塑膠內循環」之計畫，持續開發新材質、新技術，擴大塑膠包裝減量之成效。由消費者於門市「高效智慧回收機」所回收的 PET 寶特瓶，偕同物流及回收服務、再生塑膠原料及鮮食容器製造相關企業夥伴，將轉化為再生塑膠（Recycled PET, rPET）食品容器，以運用在鮮食包裝容器，如：沙拉盒上蓋以再生塑膠封膜取代，2024 年累積減少 78.47 噸塑料的塑膠用量，創造可追蹤的內循環回收系統，讓回收服務再升級。

高效智慧回收機之再生塑膠回收流程



門市服務減塑

為了持續降低統一超商門市服務塑膠使用，2023 年起統一超商積極依循環境部法規，敦促門市落實「不主動提供一次性餐具」之規範，也改採更輕量之鮮食餐具，2024 年塑膠一次性湯匙及叉子總使用量為較 2023 年減少 6.26%。此外，統一超商於 2022 年起於門市導入製冰機，以減少現調飲品使用的袋冰包材，2024 年擴大導入達 3,952 台，今年共計減少 106.3 佰萬個塑膠包裝袋，減塑約 212.5 公噸的一次性塑膠，未來將會朝向全門市導入製冰機的目標持續邁進。另也於 2023 年起，逐步於門市導入封膜機，以減少一次性杯蓋使用，2024 年封膜機導入達 2,945 台，年減少 2,729 萬個一次性杯蓋使用，減塑 68.78 公噸。

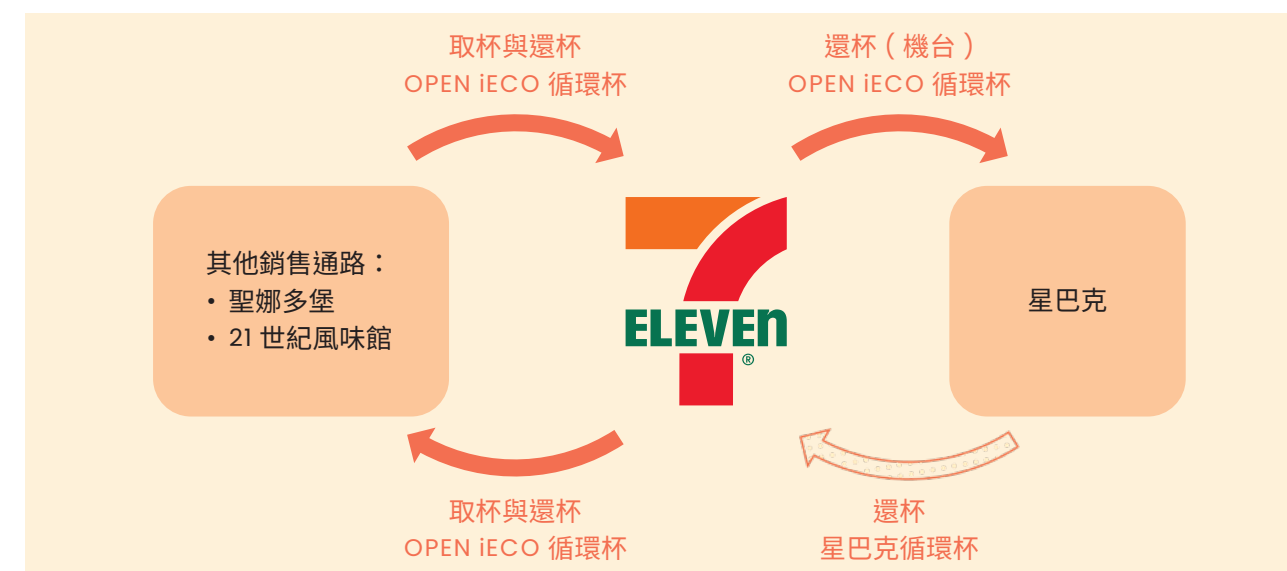


減少一次性容器使用 - 自帶杯與循環杯租借系統

統一超商透過自帶環保杯消費優惠及提供租借循環杯的方式鼓勵消費者力行環保，自 2022 年起整合集團建立「OPEN iECO 循環杯租借系統」，2024 年統一超商循環杯租借服務據點共計 2,531 店，已達全國店數 35% 且優於法規的要求，為單一通路提供規模最大的循環杯租借服務。我們提供更友善且便利的使用方式，2024 年統一超商整合全集團資源，投入資源整合集團物流之關係企業及清洗廠之合作夥伴，並已於 2022 年經環境部審查符合「循環（外借）杯良好服務指引」。統一超商為第一家通過「循環（外借）杯良好服務指引」申請核可的企業，符合六大面向規範：材質及標示、借用及歸還、清洗、檢驗、環保理念溝通、良好服務標誌等。清洗作業流程符合食品安全衛生法規及食品良好衛生規範準則之規範，清洗業者參照食藥署「餐具清洗良好作業指引」，以簡易餐具檢驗試劑，每批次自行檢驗，脂肪、澱粉、蛋白質、洗潔劑之殘留情形，必要時應進行病原性微生物之檢測。至少每半年依衛生福利部公告或建議檢測方法進行一次委外檢驗（脂肪、澱粉、蛋白質、洗潔劑殘留情形及病原性微生物），確保提供衛生清潔的循環杯。此外，消費者除了可於門市借還循環杯，也能於其他關係企業通路借還，如星巴克與 21 世紀風味館等，擴大 A 門市租借使用、B 門市歸還的服務範圍，使消費者能更方便且衛生地使用循環杯服務。「OPEN iECO 循環杯租借系統」結合「OPENPOINT」應用程式中的會員條碼，租借時預付金額，超過期限未歸還，則會自動扣繳預付金額，以確保消費者歸還，使得循環杯服務具有持續性。亦優於環境部法規要求，陸續於特定門市使用「OPEN iECO 循環杯蓋」，拓展更完整的循環杯服務，確保「OPEN iECO 循環杯租借系統」為可持續的循環服務。

循環杯租借服務及管理流程

循環杯	OPEN POINT 平台整合	門市還杯服務	整合物流 配送回收	配合專業清洗廠
- 設計開發杯蓋到杯身皆可循環 - 設計及開發具有隔熱效果的循環杯，不須使用隔熱杯套	整合會員平台 OPEN POINT 使消費者方便借還	- 於統一超商與星巴克門市導入還杯機，方便消費者回收 - 提供櫃檯還杯服務以還杯桶收集循環杯	- 關係企業物流業合作通路回收逆物流配送 - 使用過的循環杯配送至合作之清洗廠，維持乾淨衛生的服務系統	- 與優質專業的清洗廠清洗循環杯 - 部分門市未能配合物流系統，導入自動洗杯機進行店內清洗



藉由「OPEN iECO 循環杯租借系統」的優化以及「自帶飲料杯現省 5 元」優惠，統一超商在減少一次性容器使用的績效取得亮眼的成績，透過多元的推廣活動的努力，2024 年中銷售約 102.4 佰萬杯，減少約 112.72 公噸的塑膠用量。然而，在投入循環杯服務系統的過程中，我們觀察到消費者的使用習慣以自帶杯為主，因此，統一超商在維持配合法規的標準下，將 2025 年目標調整為自帶杯占比為 21%，並且在持續精進飲料銷售的減塑成果的同時，我們也會因應特殊節日，如：世界地球日、環境日、DJSI 等特定期間，整合門市擴大響應推廣，宣導自備飲料杯及循環杯優惠，並透過營業訓練，門市人員都需要完成線上學習 (E-Learning) 循環杯服務課程訓練，以期提升循環杯服務的使用率。

網購包裝減量及循環包材

法規要求 2025 年度網購平均包材減重率至少 30%，統一超商已於 2022 年起持續推動網購包材減量計畫，將「交貨便」寄件專用袋包材輕量化，並導入可分解材質寄件袋的開發及使用，2024 年寄件專用袋較去年減少約 8.34 公噸塑膠使用，可分解材質寄件袋占比達 16.64%。除了寄件袋本身減重外，統一超商也使用再生塑膠以替代原生塑膠，交貨便寄件袋增加 50% 再生塑膠，累計減塑約 21.61 公噸。此外，ibon 機已開發寄件服務單標籤機，寄件單據有背膠可直接黏貼，減少服務單專用袋量，2024 年減少 12.90 公噸塑膠，可減少不必要的紙類及塑膠用量。

4.3 氣候變遷減緩與調適

面對氣候變遷帶來的全球性挑戰，統一超商積極回應與適應氣候變遷帶來的影響，不僅體現了我們對環境的責任，也是確保統一超商永續發展的關鍵。我們響應國際的氣候倡議，承諾遵循《巴黎協定》的宗旨，致力於將全球氣溫上升幅度控制在比工業化前高出最多 1.5°C 內，並宣示支持環境部 2050 年淨零排放目標，為此我們依循 PDCA 循環建構統一超商的淨零轉型計畫，並建構完整的氣候治理架構，以此逐步實踐統一超商的淨零路徑，發揮正向影響力。

氣候治理

+ 氣候相關監管機制與作為 +

統一超商於氣候變遷議題之治理架構，由董事會作為最高的監管單位，授權由轄下的永續發展委員會執行氣候相關議題的監管與審核。永續發展委員會負責制定和推行各項永續發展策略，並管理公司氣候轉型行動與目標表現。因應氣候變遷議題的發展，統一超商自 2021 年起正式成立減碳小組，作為氣候相關議題的專責單位。該小組由永續發展委員會的委員擔任執行委員會總召集人，並依據各部門業務範疇設立任務編組，確保跨部門協作與推動。減碳小組的核心職責包括執行重大氣候變遷風險與機會的初步評估，並將評估結果納入全面討論，進一步制定應對策略。同時，減碳小組轄下設四大執行專案：分別負責藍圖策略制定、採購與開發低碳產品與服務、導入節能減碳措施與設備，以及推動物流節能方案。各專案小組依據自身職責制定執行策略、中長期目標與行動方案，並透過每月例會追蹤進度，確保各項計畫順利推動，委員會整體架構詳見 [1.2 永續發展委員會](#)。



+ 氣候相關管理獎勵機制與成果 +

統一超商支持《巴黎協定》，並積極響應政府的 2050 淨零轉型政策，承諾在 2050 年前於自身營運中實現溫室氣體盤查範疇一和範疇二的淨零目標。為提升減碳效能，統一超商設立「氣候變遷相關獎勵制度」。每年根據 ISO14064-1 溫室氣體盤查結果，若排放強度（溫室氣體排放量噸 CO₂e/百萬營業額）較前一年度下降，且符合公司年度減碳目標，則給予核發金錢獎勵，獎勵對象包含高階治理團隊成員與減碳小組之相關單位。

此外，為獎勵同仁積極管理門市能源使用，統一超商亦制定「門市節能獎勵管理辦法」，將新開及整修門市基本電費管理成效、既有店門市用電量管理及節能改善納入個人、門市及地區工程績效考核項目，並給予發現門市電費異常者現金獎勵。統一超商門市節能獎勵計劃中，有兩種獎勵方式。2024 年度門市異常電費追回後發放獎金共計 14,762 元。2022 年起累計至 2024 年，總門市異常電費追回後發放獎金達 64,246 元。

統一超商門市節能獎勵計劃

