

一 7 愛地球

當前各類環境議題如氣候變遷、塑膠污染、剩食與廢棄物處理、生物多樣性等，皆與企業是否能永續經營息息相關，有效採行綠色營運並優化能資源的使用效率，落實環境永續，為統一超商在整體營運價值鏈中相當重視的環節。我們作為便利商店的領導企業，期許能在便利性與環境衝擊中取得平衡，致力在自身營運中減少塑膠、剩食與廢棄物的負面影響，亦積極提升應對氣候變遷議題能力。

永續目標管理進程

重大主題	管理指標	中長期目標	2026 目標	2025 目標 & 績效		
 氣候變遷	門市用電密集度（EUI）值較前一年減少占比	門市用電密集度（EUI）值較前一年減少 0.5%	門市用電密集度（EUI）值較前一年減少 0.5%	門市用電密集度（EUI）值較前一年減少 0.5%	門市用電密集度（EUI）值較前一年減少 2.65%	↑
	直接（範疇一）與間接（範疇二）溫室氣體排放強度（每佰萬元營收的碳排密集度）相較前一年減少占比	2035 年相較 2020 年減少占比 60%	相較前一年減少占比 1.5%	相較前一年減少占比 1.5%	相較前一年下降 1.75%	↑
 包裝包材管理	自帶杯占比 ^(註 1)	2028 年 24%	22%	21%	21.75%	↑
	循環租用杯門市家數 ^(註 1)	依一次性飲料杯法規政策執行	2,530	2,500	2,528	↑
	自有商品包裝及物料一次性其他塑膠占比	2028 年一次性其他塑膠占比 10%，全面淘汰購物用塑膠袋、塑膠吸管 2050 年完全淘汰一次性其他塑膠	17%	18%	16.25%	↑
 剩食與廢棄物管理	年度剩食廢棄量與減量比例（基準 2019 年）	2030 年 4,461 噸 2030 年減少 50%	5,064 噸 較基準年減少 43.24%	5,366 噸 較基準年減少 39.9%	4,404 噸 較基準年減少 76%	↑
	剩食總產生重量	2030 年剩食總產生重量 11,605 噸 在 2030 年之前減半（以 2019 年為基準）	11,282 噸	11,241 噸	14,430 噸	—
	剩食再利用重量	2030 年 7,144 噸	6,218 噸	5,875 噸	10,026 噸	↑
	委託清運每家門市廢棄物清運總量減量比例（基準年 2019 年） ^(註 2)	2028 年減量 45%	25%	20%	較基準年下降 22.22%	↑

註 1：自帶杯占比計算方式為：使用自帶杯服務次數除以現調飲品銷售總杯數，以顯示民眾使用自帶杯之意願程度。此外，因應法規要求，調整自帶杯占比及循環杯服務門市家數之 2025 年及 2028 年目標，考量 2030 年及 2050 年法規不確定性較高，評估暫不公開目標，請詳 5.2 包裝包材管理小節減塑管理行動段落說明

註 2：因應營運現況調整門市廢棄物減量當年度、2025 年目標，請詳 5.4 剩食與廢棄物管理小節廢棄物產出與流向管理段落說明。

↑ 超越 ✓ 達成 — 未達成

實踐聯合國永續發展目標 & 管理方針



SDG 2
消除飢餓

► 2025 年 i 珍食約減少
20,472.50 公噸剩食產生



SDG 12
責任消費與生產

► 2025 年 OPEN iECO® 循環杯服務導入店數
達 2,528，自帶杯占比達 21.75%



SDG 13
氣候行動

► 2025 年門市節能行動方案約減少
45,346.74 公噸二氧化碳當量



SDG 15
陸地生態

► 2025 年紙類認證原物料採購金額達
768,419 仟元

► 對應重大主題

- 剩食與廢棄物管理
- 包裝包材管理
- 氣候變遷

► 政策與承諾

- 環境政策
- 溫室氣體政策
- 能源政策
- 包裝包材管理政策
- 廢棄物及剩食管理政策

► 管理行動

- 環境資訊盤點與管理（溫室氣體排放量、包裝包材用量、營運據點廢棄物清運量及剩食產生量、取水及耗水量）
- 自我營運及價值鏈低碳轉型計畫
- 氣候相關實體及轉型風險調適策略、持續提升綠電使用占比
- 減塑行動（產品包裝及門市服務之一次性塑膠減量、網購包裝減量及循環包材、擴大可回收機制、打造循環杯服務模式、永續認證包材採購）
- 剩食管理（降低鮮食報廢率、完善代工廠管理機制、提升剩食回收率、優化訂貨配送系統）
- 廢棄物管理（門市便利環保回收平台、門市設備整新再利用、營運據點廢棄物減量、與供應商合作管理廢棄物流向）

· 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門市，減少既有門市營運造成的影響，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

將生態自評制度正式納入展店治理架構，本年度進行門市生態評估，亦有將 2026 年潛在門市據點數納入評估，即使並非為最終選址，仍預先考量，於新設門市核准前完成區位敏感度辨識與風險審查，確認是否涉及自然保留區、野生動物保護區、國家公園、國土生態綠網及保育類或臺灣紅皮書物種重要棲地。避免高風險區域營運已成為前置決策原則，從源頭排除潛在生物多樣性衝擊，而非事後補救，落實避免原則於展店決策流程。

減少

建立門市生物風險分級管理架構，完成既有門市風險鑑別，並將夜間光源、透光玻璃、廢棄物處理、車輛聚集與人群聚集納入主要營運影響因子管理範疇。現行措施包含防鳥擊設計、玻璃貼設鳥類可辨識圖樣、夜間自動調光或關燈機制、暖色低色溫下照式燈具及強化廢棄物管理，以降低對物種活動與環境品質之干擾。未來將依場域條件逐步優化減緩機制，使營運影響維持於可控範圍內。

再生

推動「永續農場」計畫，將門市咖啡渣與剩食回收轉製為有機質肥料並施用於農作物，建立循環機制，提升土壤生態系統生產力。此作法除降低廢棄物負荷外，亦強化農業地景之生態韌性。未來將逐步推動門市場域綠化與微棲地營造，支持授粉昆蟲棲息並強化生態系服務功能，使營運由減少衝擊進一步轉向提升環境品質。

恢復

透過導入永續採購機制，如：採購 FSC 及 PEFC 認證紙包材、具雨林認證之咖啡原料等物料，降低原料取得對森林與自然資源之壓力，並支持產地生態系統之維護與恢復。未來將逐步擴大低化學投入、生態或有機認證及參與生態給付機制產品之採購，使供應鏈決策與生態系服務維護相連結，強化生產端對自然資源管理之責任，並形成長期支持生態恢復之機制。

轉型

參考 TNFD 並依 LEAP 方法學建立自然相關依賴與影響辨識架構，使生物多樣性議題由場址管理提升至制度層級決策邏輯。未來將逐步延伸此管理架構至供應鏈與商品組合優化，並結合里山倡議所強調之生產—生態—生活地景連結概念，透過永續採購與產品結構調整，引導較低溫室氣體排放及土地、水資源使用強度之消費行為，形成由營運端延伸至價值鏈之系統性轉型路徑。

5.2 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、環境部減塑相關政策與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》，2025 年進行第六輪談判後雖未有進展，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，確保遵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 2028 年一次性其他塑膠占比 10%，全面淘汰購物用塑膠袋、塑膠吸管，及 2050 年完全淘汰一次性其他塑膠的願景，詳細減塑時程與 2025 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。

01

為進行源頭減量，減少塑膠使用，2028 年前一次性其他塑膠占比低於 10%：

- ▶ 導入製冰機以降低冰塊的塑膠包裝袋使用量，2025 年累計導入 4,604 家門市，總計減塑 305.70 公噸。
- ▶ 導入封膜機以減少一次性杯蓋使用，2025 年累計導入 5,200 台，總計減塑 294.85 公噸。

02

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」，2025 年導入店數達 2,528，優於目標設定之 2,500 店；自帶杯占比達 21.75%，已達成今年度所設定之 21.00% 目標。
- ▶ 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。

03

2025 年門市所使用的紙杯導入 FSC 紙包材認證。

04

統一超商內部跨單位成立減塑小組^(註1)，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。

註 1：減塑小組各單位任務說明請見 2024 年永續報告書 5.2 包裝包材管理 - 減塑小組及任務說明

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。

統一超商塑膠包裝包材分類

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。

2025 年統一超商之塑膠包材總用量為 12,218.15 公噸，較 2024 年增加 3.89%，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 2025 年低於 18%，2028 年低於 10%，並於 2050 年完全淘汰，2025 年一次性其他塑膠占總塑膠用量為 16.25%，已達成今年設定之減塑目標，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。我們也持續提升「使用回收材料塑膠」使用量相較於 2024 年增加 175.31%，除了門市垃圾袋持續使用 100% 再生塑膠之外，統一超商持續推廣「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：一日野菜 - 活力彩蔬、一日野菜 - 海藻沙拉、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。

2024~2025 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
		2024 年	2025 年	
塑膠總重量		11,760.67	12,218.15	3.89%
使用性分類	可重複使用塑膠	19.33	14.18	-26.66%
	一次性塑膠	11,741.34	12,203.97	3.94%
材質分類	可回收塑膠	9,276.04	10,217.99	10.15%
	可堆肥 / 可分解塑膠	0.00	0.00	0.00%
	其他塑膠	2,484.63	2,000.16	-19.50%
來源分類	原生石化塑膠	11,111.54	10,431.07	-6.12%
	原生再生塑膠	0.00	0.00	0.00%
	消費後回收（使用回收材料塑膠）	649.12	1,787.08	175.31%

· 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。2025 年非塑膠包材（包含紙 / 木、金屬）整體用量相較於前一年度減少 8.04%，紙類包裝下降主要來自咖啡自帶杯及循環杯使用增加；金屬包材主要受現調飲品使用之咖啡豆及現萃茶類外包裝用量影響。

2025 年自有商品包裝及物料塑膠及非塑膠用量統計

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	各類別 加總 (公噸)	總重量 (公噸)
包裝包材項目		○ - 鮮食外包裝 - 現調飲品用品 - 餐具 ▲ - 咖啡豆外包裝 - 茶葉外包裝	○ - 鮮食商品封膜 ■ - 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	■ - 配送紙箱 ○ - 運送封膜	○ - 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 ■ - 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		
塑膠分類量		重量（公噸）					
使用性分類（塑膠）	可重複使用塑膠	0.00	0.00	0.00	14.18	14.18	12,218.15
	一次性塑膠	7,509.29	0.00	17.38	4,677.30	12,203.97	
材質分類（塑膠）	可回收塑膠	6,831.83	0.00	0.00	3,386.17	10,217.99	12,218.15
	可堆肥 / 可分解塑膠	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	其他塑膠	677.46	0.00	17.38	1,305.32	2,000.16	
來源分類（塑膠）	原生石化塑膠	7,346.89	0.00	17.38	3,066.80	10,431.07	12,218.15
	原生再生塑膠	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	消費後回收 （使用回收材料塑膠）	162.40	0.00	0.00	1,624.69	1,787.08	
非塑膠（紙 / 木）	紙 / 木（總重量）	1,300.75	977.15	92.22	9,955.91	12,326.02	12,326.02
	紙 / 木（FSC 認證重量）	0.00	0.00	0.00	6,822.24	6,822.24	
	紙 / 木（PEFC 認證重量）	303.40	0.00	0.00	255.33	558.72	
	紙 / 木（回收紙材重量）	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
非塑膠（金屬）	金屬（總重量）	310.11	0.00	0.00	0.00	310.11	310.11
	金屬（ASI 認證重量）	310.11	0.00	0.00	0.00	310.11	

○ 塑膠 ■ 紙 / 木 ▲ 金屬（複合材料）

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。

政策與承諾

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2025年底達成共2,528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 ·

＜ 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「自備飲料杯優惠」與「OPEN iECO® 循環杯租借系統」，持續推動重複使用容器的日常化，減少一次性飲料杯對環境的負擔。2025年在既有基礎上維持循環杯服務規模，循環杯服務門市數約為2,528店，占全國店數約35%，已優於法規要求的30%門市占比。統一超商自2022年起整合集團物流及清洗合作夥伴，建置符合環境部「循環（外借）杯良好服務指引」的營運流程，並持續透過定期自檢、清洗紀錄與委外檢驗，確保每一只循環杯在清潔與衛生上都符合食品安全規範。未來將結合集團通路與數位會員系統，優化租借與歸還體驗，讓消費者在日常購買飲品時，更容易也更安心地選擇循環杯服務。

藉由「OPEN iECO® 循環杯租借系統」以及「自帶飲料杯現省5元」等優惠措施，統一超商持續鼓勵消費者以重複使用容器取代一次性飲料杯。2025年設定自帶杯與循環杯合計使用目標占比21.00%，今年實際使用占比約為21.75%，較去年同期提升約1.51%，帶動一次性容器使用量穩健下降。以杯身PE淋膜重量（約1.1克/杯）估算，2025年累計減塑約120.83公噸，整體減塑效益約100.73公噸；另杯蓋部分估計減少約516.27公噸，顯示在不影響消費者購買與飲用體驗的前提下，已逐步形塑以自帶杯及循環杯取代一次性容器的消費習慣。未來將持續結合環保節日，如：世界地球日、環境日、DJ BIC相關活動，積極與門市行銷溝通，並透過營業訓練與線上學習課程，強化門市銷售人員對循環杯與自帶杯溝通的能力，讓重複使用容器成為日常消費的自然選擇。



＜ 門市服務減塑 - 製冰機與封膜機導入 ＞

統一超商自2022年起於門市逐步導入製冰機，取代現調飲品使用袋冰，降低一次性塑膠包材對環境的負擔。承接2024年擴大量能的基礎，2025年設定減少1.6億個袋冰、達成280公噸塑膠減量的目標；今年累計導入製冰機門市約4,604家，估計減少袋冰包裝袋約152.8百萬個，對應減塑效益約305.70公噸。未來將持續盤點具安裝條件之門市，規劃於2026年前完成約1,260店裝機計畫，並開發寬度小於40公分之小型製冰機，支援空間較受限的門市，在兼顧飲品質感與營運效率的前提下，讓以製冰機取代袋冰逐步成為全通路現調飲品的標準做法。



統一超商自2023年起逐步於門市導入封膜機，以減少咖啡與茶飲使用的一次性杯蓋，2025年在既有基礎上持續擴大量能，將封膜機納入新開與改裝門市之標配設備。今年，封膜機裝機店數約為5,200店，相較去年大幅成長，單杯可減少約2.52克塑膠用量（杯蓋重量扣除封膜與吸管），累計減少一次性杯蓋約117.00百萬個，對應減塑效益約294.85公噸，已超過年度原定約214公噸的減量目標。未來將持續盤點具導入條件之門市（約1,384店已規劃裝機），並搭配飲品類別及銷售動能優化封膜機配置，讓「以封膜取代杯蓋」成為門市現調飲品的主流選項，在維持飲用便利與品質的前提下，穩健擴大一次性杯蓋減量成果。

< 產品包裝減塑 - 再生塑膠購物袋及鮮食包裝 >

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。統一超商延續 2024 年推出之「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。2025 年持續以高比例再生塑膠購物袋取代原生塑膠一次性購物袋，減少原生塑膠使用量約 753.2 公噸。其中，大袋銷售約 54.36 佰萬個，估計每月平均可減少原生塑膠約 52.1 公噸；特大袋自 7 月起販售，銷售約 5.43 佰萬個，每月平均減少原生塑膠約 21.3 公噸。



統一超商持續推動使用回收塑膠 (Recycled PET, rPET) 的食品容器，2025 年進一步與關係企業合作導入「再生塑膠內循環」模組，將回收之 PET 寶特瓶再製為含 30% 再生塑膠的鮮食包裝，運用於一日野菜 - 活力彩蔬、一日野菜 - 海藻沙拉、日本豆皮壽司及鮭魚肉鬆雙手捲等品項。自 5 月導入以來，累計使用 rPET 年度使用 162.4 噸，在確保商品品質及供應穩定的前提下，持續降低一次性塑膠與原生塑膠依賴。後續將依循回收量變化與包材開發成果，滾動調整適用品項與使用比例。



為擴大鮮食包材減量效益，統一超商自 2025 年起於部分沙拉品項導入封膜設計，以再生塑膠封膜取代原有厚塑膠上蓋，在不影響產品保鮮與消費者使用體驗的前提下，降低單件商品的塑膠用量。年度原規劃減塑目標為 25 噸，累計導入 10 項沙拉商品的包裝調整，累計減少塑膠使用量約 38.41 噸，略優於原先規劃。未來將持續評估更多適合導入封膜技術的鮮食品類，並與再生塑膠內循環方案相互搭配，逐步擴大新技術應用範圍，提升包裝減量與資源循環的整體效益。

< 網購包材減塑 - 再生寄件袋及可降解寄件袋 >

因應法規對 2025 年網購平均包材減重率至少 30% 的要求，統一超商自 2022 年起即持續推動「交貨便」寄件包材減量與材質優化，逐步導入可生物降解寄件袋，減少原生塑膠使用量。2025 年延續此方向，以「每月持續溝通並搭配寄件加贈可生物降解寄件袋活動」為主要策略，透過門市人員說明與寄件流程中的提示，引導顧客在不影響寄件體驗的前提下，優先選擇對環境負擔較小的包材。2025 年藉由可生物降解寄件袋達成減塑 7.19 公噸，以減少原生塑膠使用量，顯示在寄件量持續成長的情況下，仍能兼顧服務便利與環境責任。後續將持續依據寄件量與客群特性，優先於網購需求較高之門市深化推廣，並結合包材設計優化與顧客教育溝通，穩健提升可生物降解寄件袋的使用占比。



除了寄件袋本身的輕量化與可生物降解材質導入外，統一超商亦積極以再生塑膠取代原生塑膠，降低「交貨便」寄件包材對環境的整體負擔。2025 年進一步將交貨便寄件袋調整為加入約 60% 再生塑膠設計，在不影響寄件安全性、耐用度與外觀識別的前提下，減少原生塑膠用量。2025 年已減少原生塑膠約 14.61 公噸，顯示再生塑膠占比提升在實際營運中已產生可量測的減塑效益。同時，延續前一年度導入之 ibon 寄件服務單標籤機，透過背膠標籤可直接貼附於包材，持續減少並於 2024 年 4 月取消服務單專用袋等額外包材需求，進一步降低寄件流程中不必要的紙類與塑膠資源消耗，讓每一次寄件行為更貼近平衡服務便利與環境責任的目標。

< 價值鏈的減塑方針 >

全球塑膠廢棄物已成為不可忽視的風險，除了持續管理自身營運服務及產品的包裝包材使用以外，統一超商也意識到價值鏈需要共同參與，才能發揮更大影響力。自 2025 年起，統一超商主動關注非自有品牌商品之供應商減塑成效，供應商減塑作為包含：降低產品包裝塑膠使用比例、塑膠容器替換為紙容器，2025 年減少 154.61 噸塑膠使用，統一超商持續關注供應商減塑績效，並設定內部追蹤目標管理。透過供應商永續自評問卷了解食品類供應商是否有採取減少產品包裝廢棄物的措施，以及是否有相關回收或再利用計畫，並透過供應商定期教育訓練，提升供應商意識，促使供應商關注全球塑膠廢棄物議題，期許發揮價值鏈永續影響力。