

4.1 環境管理

政策與承諾

為了實現綠色營運的願景，統一超商制定了各項與環境管理相關的政策與計畫，內容包含環境及能源管理、淨零減碳管理、包裝包材管理、廢棄物與剩食管理、水資源及生物多樣性管理等，做為集團環境管理核心指導原則，並依循此基礎訂定各項議題之短中長期目標（詳見[永續目標管理進程](#)），以將環境永續的概念落實到價值鏈的各個面向。自 2021 年起統一超商啟動「永續元年」，持續開展與深化各項永續策略如減塑、減碳、惜食及永續採購到我們的營運及商業模式中，讓綠色消費成為日常。此外，統一超商為加強與利害關係人溝通，設置「聯合服務中心」電話專線（0800-008-711）或電子信箱（public@mail.7-11.com.tw），提供民眾方便的溝通管道。

環境政策

「本公司矢志成為最卓越之零售業者，以提供生活上最便利之服務為宗旨，並善盡良好社會公民之責任」。依循《統一超商股份有限公司永續發展實務守則》，本公司針對營運活動所產生之環境議題，應由董事會轄下設置跨部門之「統一超商永續發展委員會」其轄下環境小組處理，並向董事會報告，相關議題制定及實踐環境政策時將納入外部利害關係人考量。本公司及其關係企業子公司，包含關鍵供應商及其他合作夥伴，承諾如下：

- 遵循環境保護法規，嚴禁任何危害環境品質的行為
- 持續改善環境績效，致力於改善周遭環境品質
- 珍惜使用資源，本於「物盡其用」的原則，提升資源回收再利用
- 推動廢棄物減量，基於「污染預防」的觀點，減少廢棄物產生的機會
- 考量產品及服務在研發、設計、製造、包裝、配送等生命週期環節的環境衝擊，減少資源耗用並提升資源使用效率
- 逐步形塑友善環境之價值鏈，選擇供應商和關鍵業務合作夥伴（包含但不限於合資夥伴、被授權夥伴、外包合作商等），於新專案開發以及企業併購的決策和流程，納入環境考量
- 關懷社區發展，經營永續社區關係
- 推廣環境教育，持續向員工與顧客宣導環境保護觀念，共同實踐保護環境的具體行動
- 設定短期與中長期的環境管理目標，積極減少從生產過程到配銷與物流價值鏈對環境的負面衝擊
- 響應《巴黎協定》升溫不超過 1.5°C 的全球氣候策略；亦不資助否認氣候變遷或遊說反對氣候法規的行為，承諾統一超商於 2050 年達成台灣門市營運的淨零排放目標

能源政策

我們在滿足消費者需求的同時，落實節能減碳行動成為公司營運策略中重要的核心價值。我們以門市作為節能減碳實踐基地，活用本身通路特性推動節能減碳，延伸節能效益發揮企業影響力。我們承諾：

- 遵守政府能源法規，落實能源持續改善
- 擴大節能設計商店，開發販售節能產品
- 達成能源優化目的，創造企業永續發展

淨零與減排政策

統一超商作為地球村之一份子，重視能資源使用與環境衝擊，為善盡企業責任，不僅確實掌控及管理溫室氣體排放現況，並依據盤查結果，進一步推動節能減碳相關計畫，統一超商承諾於 2050 年在自身營運範圍內之溫室氣體盤查範疇一與範疇二達成淨零。

溝通與獎勵

統一超商透過各類宣傳、線上課程及教育訓練，將政策連結實務，傳遞到第一線工作夥伴上，讓環境管理落實到統一超商每一位夥伴的日常生活中。2024 年總計完成環境相關宣導及課程的門市夥伴共有 20,102 人次，參與對象包含全體員工、直營門市員工及加盟主，此外，為提升採購人員對於永續議題的關注，亦舉行零售業減碳與永續趨勢的宣導課程，環境相關宣傳及課程共計 15,983 人時參與。

2024 年環境相關宣傳或課程

溝通事項	對象	人時
減塑數位課程	全體員工 / 加盟主	16
門市資源回收與咖啡渣再利用	門市人員 / 加盟主	5,464
門市節能減碳措施	門市人員 / 加盟主	245
咖啡品保與原物料管理之吸管限塑相關使用規定、鼓勵使用環保杯	門市人員 / 加盟主	1,294
零售業減碳與永續趨勢	採購單位	39
門市節水及限水課程	全體員工	8,925
總人時		15,983
參與人次		20,102

為了激勵同仁積極管理門市能源使用，統一超商制定門市節能獎勵管理機制，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（詳見 [4.3 氣候變遷減緩與調適](#)）。

除了內部門市人員訓練，我們也持續推出各類永續活動，將永續行動潛移默化到消費者的行為中，包含門市夥伴不主動提供一次性餐具、廢電池及電子用品回收變現、減塑產品點數加倍送等，在 2024 年我們擴大「OPEN iECO 循環杯租借系統」的規模，擴展至其他關係企業，如星巴克及 21 世紀風味館；此外，我們持續推廣高效智慧回收機服務，透過回收獲得門市獎勵金的制度，提升消費者回收寶特瓶與電池的意願。我們透過門市、線上、線下等各類管道，鼓勵各年齡層消費者支持環境友善行動，讓永續成為消費者的生活日常。

水資源管理

連鎖便利商店的營業型態，在提供消費者各項商品與服務的過程中直接或間接受到供水穩定及水質的影響，尤其在水資源供給緊張的地區，如何降低自身營運對當地水資源的影響衝擊是統一超商在整體營運價值鏈中相當重視的一環。統一超商所有營運據點均使用自來水，除現調飲品用水外，整體用水量以門市清潔為最大宗。目前門市的用水設備皆導入省水水龍頭與省水馬桶，此外亦在門市試點進行 RO 逆滲透於水再利用與雨水回收措施，回收水將回用至門市清潔使用。

經分析門市端營運活動型態與用水量的關聯性，我們排除現調飲品相關耗水量，做為管理門市用水的基準，統一超商承諾以 2019 年為基準年，扣除現調飲品相關耗水量，每年單店實際用水量較基準年下降 1%，至 2025 年較基準年減少 5%。2024 年統一超商總取水量為 4,092,852.30 度，總耗水量為 143,591.52 度，統計範疇包含門市、總部、商場以及區辦公室。此外，統一超商平均單店用水量為 499.35 度，較基準年上升 9.47%，未來我們將持續追蹤用水量的變化，以作為未來目標設定與用水管理的參考依據。

總部大樓雖然用水量占比較少，但我們仍以身作則，密切觀測年度用水量作為內部管理指標，透過節水行動持續減少用水，例如：導入降低廁所與茶水間的水龍頭出水量並加裝省水器、裝設小便斗節水器、調整馬桶最適出水量、減少植栽噴灌頻率等。

生物多樣性管理

在全球化與都市化迅速發展的當下，連鎖便利商店已是大眾日常生活的一部分，統一超商清楚了解到我們的價值鏈活動會對自然產生影響，也對自然資源有著高度的依賴，對於生物多樣性的保護是統一超商對於環境責任的體現，更是我們實踐永續發展的關鍵。從 2022 年開始，統一超商通過生物多樣性保護及零毀林承諾，公開承諾所有營運據點與供應鏈皆遵循《[生物多樣性保護及零毀林承諾](#)》。

項目	生物多樣性
範圍	營運據點與供應商
目標年	2025 年完成流程建置與盤點可量化之影響程度 2050 年達成正面淨值效應
執行	承諾將於制度內加入生物多樣性風險評估
原則	- 依循減緩層級策略針對價值鏈包含營運據點、供應鏈、合作夥伴（廠商與加盟主）展開生物多樣性風險評估，並依據風險程度篩選重大關注議題訂定可衡量的管理目標，採取減緩行動，並公開揭露相關成果與利害關係人分享； - 要求價值鏈承諾避免在國際或國家重要的生物多樣性地區進行營運活動，價值鏈包含營運據點、供應鏈、合作夥伴（廠商與加盟主） - 承諾在統一超商價值鏈包含營運據點、供應鏈、合作夥伴（廠商與加盟主）範疇中，公司將扮演積極角色，委請第三方生態顧問協助改正、最小化或補償措施，降低生態資源的破壞外，並在優先區域訂定朝向淨零損失（No Net Loss, NNL）的目標 - 承諾積極與利害關係人進行生物多樣性議合確保統一超商與所有利害關係人共同朝向 2050 年達成正面淨值效應目標前進

零毀林

項目	零毀林
範圍	營運據點與供應商
目標年	2025 年完成流程建置與盤點可量化之影響程度 2035 年達成零淨砍伐 2050 年達成零總砍伐
執行	承諾將制度內加入零毀林檢核機制
原則	- 逐年分層級與風險依序完成檢核，每年公開改善成果 - 承諾營運據點、營運範圍的鄰近區域、供應鏈以及合作夥伴（廠商與加盟主）與利害關係人活動應遵循零淨砍伐原則 - 承諾公司將扮演積極角色，參與社會造林活動，遵循零淨砍伐原則 - 承諾公司營運據點與供應鏈於目標年達成零總砍伐原則 - 承諾與利害關係人進行生物多樣性議和

+ 生物多樣性評估與減緩行動 +

為了有效開展對生物多樣性的保護與減緩行動，針對自身營運及鄰近區域範疇，統一超商建立了生物多樣性風險評估流程，在供應商風險評估中亦納入生物多樣性議題。為更加了解自身營運對於生物多樣性的依賴及影響，自 2024 年起，我們與外部環境顧問公司合作，並由國立屏東科技大學永續暨生物專業專家團隊協助，依循自然相關財務揭露（The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures,TNFD）的 LEAP 方法學，針對位於墾丁國家公園周邊的門市，評估自身營運對生物多樣性之依賴及影響。

自然相關依賴方面，統一超商位在墾丁區域的營運高度依賴當地豐富的自然環境與觀光人潮，這些生態資源不僅吸引遊客、帶動商業機會，也有助於強化企業的環境友善形象；自然相關影響方面，門市的設立與營運亦可能對當地生態造成影響，包括土地利用改變對原生棲地的破壞、車流與人流增加對當地物種的干擾，以及能源消耗、光害、廢棄物產生對脆弱生態系統的潛在威脅。為鑑別出不同風險等級之營運據點，統一超商根據風險分級定義將營運據點分為低、中、高風險區域，並優先針對中高風險之營運據點採取行動。

門市營運生物多樣性評估流程圖



生物多樣性風險等級定義及行動方案

等級	定義	行動方案
A 高風險	門市位於自然保留區、野生動物保護區、野生動物重要棲息環境、自然保護區、國家公園及國家自然公園、國土生態綠網保育軸帶等區域，並且涉及保育類、臺灣紅皮書易危等級以上物種之重要棲地	若門市位於高商業價值區域且可能影響生物多樣性，建議縮小規模並邀請生態專家與顧問公司研擬對策，如遷址或放棄展店以降低生態衝擊。A 級代表當地有易受超商營運影響的物種，需專業評估其生態負面影響、社區正面效益及門市可操作空間，若三者皆符合，則升為 A+ 級（例如以生態概念店營運）
B 中風險	門市位於自然保留區、野生動物保護區、野生動物重要棲息環境、自然保護區、國家公園及國家自然公園、國土生態綠網保育軸帶等區域，並無涉及保育類、臺灣紅皮書易危等級以上物種之重要棲地	實施環境級生態友善之裝潢或行動、生態教育與宣導措施，並定期舉辦相關宣導或活動以提高員工和顧客的環保意識
C 低風險	非上述關注區域，位於商業區或非生態敏感區域的獨立或街邊門市，對環境影響較小	門市可依循常規展店

2024 年統一超商對 18 間門市進行現場評估勘查，此次現勘評估涵蓋 17 間國家公園內門市及 1 間鄰近公園門市，其中 10 間門市位於「國土生態綠網」與「恆春半島海岸林保育軸帶」重疊區，另有 3 間門市鄰近保育軸帶。該區域生物多樣性豐富，評估各門市需強化環境管理措施，以降低對生態系統的潛在影響，促進永續營運。

項目	營運據點數量	營運據點面積（公頃）
總營運據點	7,303	152.29
受生物多樣性影響評估的營運區域（評估）	18	0.35
具有潛在生物多樣性影響的營運區域（暴露）	18	0.35
影響生物多樣性的營運區域，並實施生物多樣性影響管理和監測系統（管理計劃）	3	0.00000006

鑒於評估結果，統一超商於 2024 年選定以下三間門市進行勘查及管理，這些門市均屬於中度風險等級，預計於未來展開後續行動方案。

鵝鑾鼻門市

鄰近知名景點鵝鑾鼻公園，周邊生態環境具多樣性

船帆石門市

緊鄰船帆石景點，位於海岸線陸蟹生態敏感區域

海豚灣門市

雖位於國家公園範圍外，但地理位置緊鄰國家公園，且門市腹地具備較大土地可利用性，納入抽查以強化生態風險的全面性評估

專家現場探勘評估主要發現

夜間光害

部分門市在夜間成為亮度最高的光源，吸引光性生物，可能會干擾陸蟹及海洋生物的繁殖行為，並增加車輛路殺風險



門市常是鄉村夜間最明亮的光源

玻璃牆面鳥類撞擊

部分門市設有大面積玻璃牆，鳥類可能因感官限制無法辨識牆面，導致鳥類撞擊造成傷亡



門市大面積玻璃牆

門市周圍環境

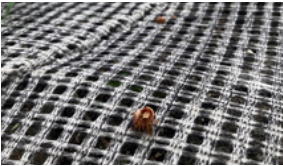
以鵝鑾鼻門市為例，周邊空地堆積廢品與貨櫃屋，水溝散發異味，對周邊環境衛生構成風險。雖然排除這些問題來自門市營運或客流產生的廢棄物與污水排放，但若這些環境問題未獲及時處理，將可能對當地水質和土壤造成長期污染，進而引發民眾對門市負面觀感



鵝鑾鼻門市周遭環境遭汙染

陸蟹出沒及紫斑蝶遷徙路徑

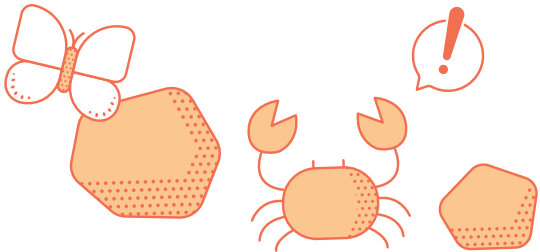
在船帆石門市外發現的陸蟹幼體，顯示陸蟹棲息地與人類活動區域緊密相連，若未加強當地生態保護措施，可能導致該物種長期受到負面影響。此外，核三廠旁的馬鞍山在近年被證實是紫斑蝶最南端的繁殖地。紫斑蝶遷徙路徑相當接近有魚門市



陸蟹棲地鄰近人類生活區域 在停車場活動的陸蟹



陸蟹幼體 車道上的陸蟹



統一超商亦啟動紫斑蝶生態教育推廣計畫，墾丁南灣門市、有魚門市週邊為紫斑蝶重要渡冬地，為提升大眾對於紫斑蝶保育的意識，我們在門市設置桌貼，掃描後可以連結至台灣紫斑蝶生態保育協會及茂林國家風景區授權提供的相關資訊；亦結合紫斑蝶意象的掛畫設計門市營運空間；統一超商將持續關注生物多樣性議題，保護生態環境並永續經營。



未來持續評估投入其他生態友善措施，關懷更多生物類群，包含：降低夜間光源強度、調整光波長，使用窗簾以減少趨光性生物的干擾；使用防鳥擊彩繪貼紙或其他可見標示，幫助鳥類辨識玻璃牆面，減少撞擊事件；優化門市及周邊環境管理、廢棄物分類回收，減少對生態環境的衝擊；使用透水磚減少雨水徑流，促進水土保持並提供小動物躲避空間；同時栽種本土植物，提升生物多樣性並美化環境，未來將定期舉辦宣導活動，提升員工與顧客的環境保護意識。

+ 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

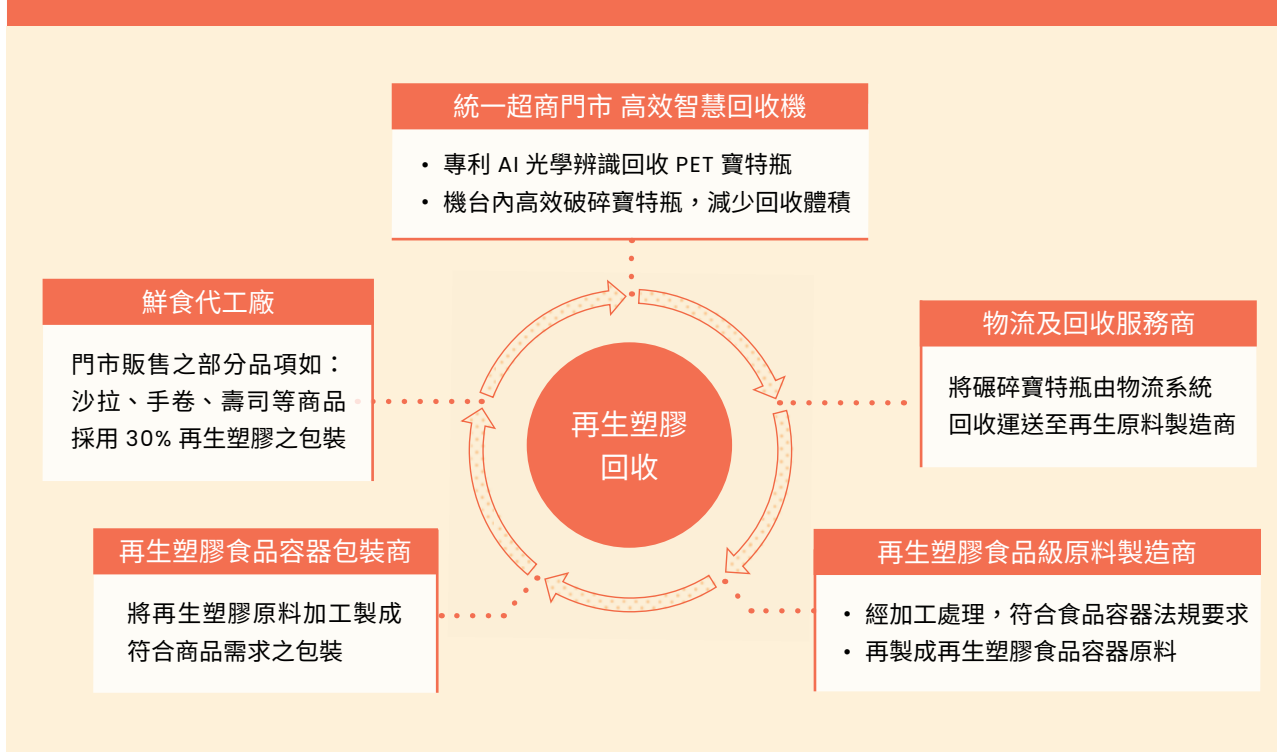
統一超商致力於在產品包裝上降低對地球的負擔，自 2019 年以來，透過擴大使用可回收塑膠並持續推動包裝減重降低環境衝擊。統一超商於 2024 年九月推出「100% 再生 PE 塑膠購物袋」，該購物袋是採用 95% 再生塑膠及 5% 牛奶空瓶回收塑膠再製而成，2024 年九月販售至年底共計銷售約 71.3 萬個環保購物袋，預估可減少 202.2 噸塑膠使用，未來預計月銷 530 萬個購物袋，每月約可減少 50.0 噸原生塑膠使用；並預計於 2025 年推出「100% 再生 PE 塑膠購物袋（特大袋）」預計月銷 130 萬個，每月約可減少 24.4 噸新料使用，以降低一次性塑膠使用。統一超商更積極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





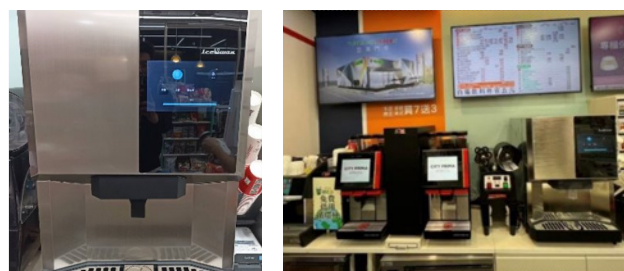
此外，統一超商預計於 2025 年與關係企業合作「再生塑膠內循環」之計畫，持續開發新材質、新技術，擴大塑膠包裝減量之成效。由消費者於門市「高效智慧回收機」所回收的 PET 寶特瓶，偕同物流及回收服務、再生塑膠原料及鮮食容器製造相關企業夥伴，將轉化為再生塑膠 (Recycled PET, rPET) 食品容器，以運用在鮮食包裝容器，如：沙拉盒上蓋以再生塑膠封膜取代，2024 年累積減少 78.47 噸塑料的塑膠用量，創造可追蹤的內循環回收系統，讓回收服務再升級。

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。

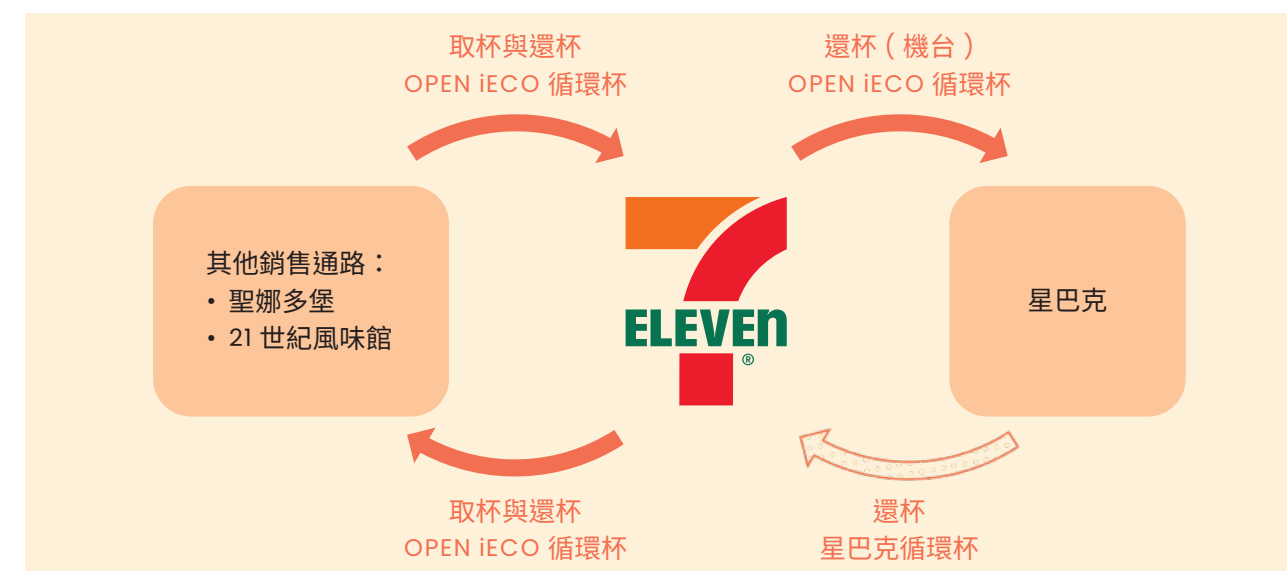


減少一次性容器使用 - 自帶杯與循環杯租借系統

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](#)。

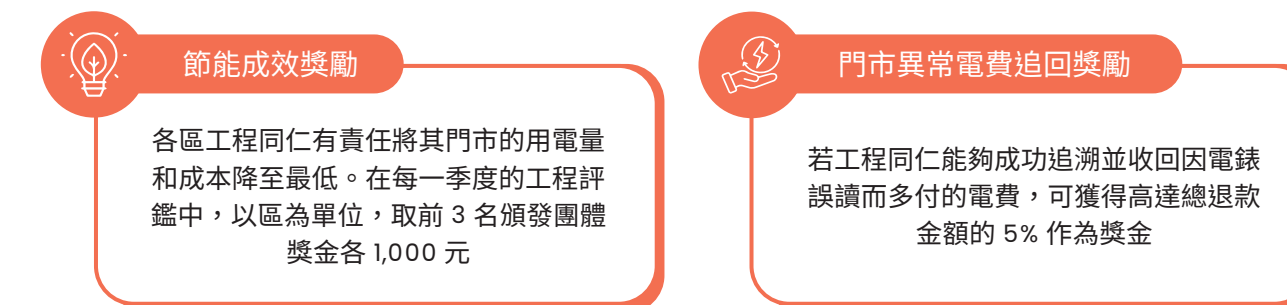


+ 氣候相關管理獎勵機制與成果 +

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



氣候風險與機會辨識方法

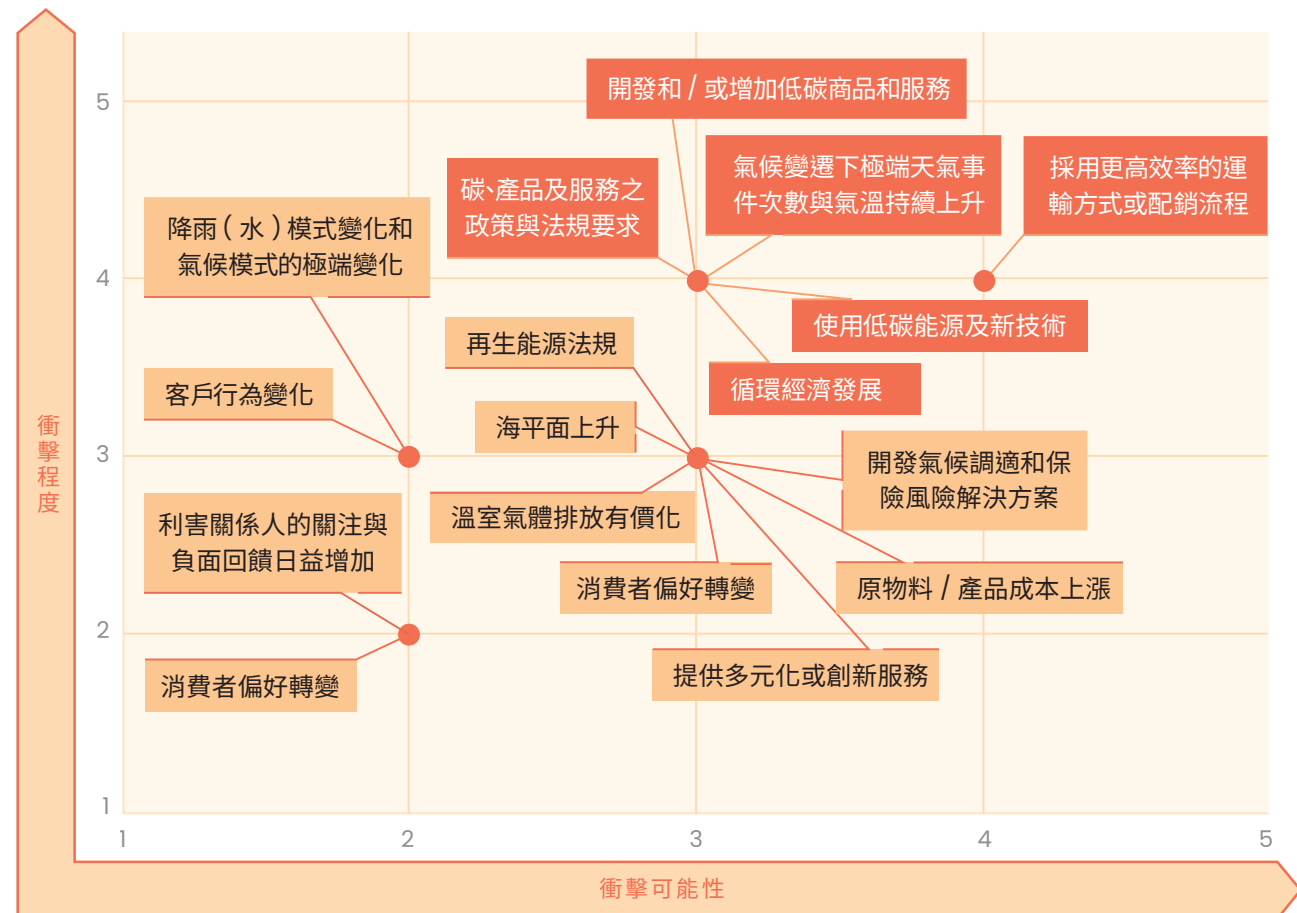
在氣候變遷議題管理方面，2023 年透過氣候風險機會評估流程（見下圖）識別出 17 項氣候相關風險與機會，並依據減碳小組對實質性財務與策略影響的評估原則，進一步鑑別出 6 項重大議題。評估時考量該風氣候議題之「發生可能性」和「衝擊程度」，並明確界定評估時間範疇：短期（0-3 年）、中期（3-5 年）、長期（5 年及以上）；評估範疇亦覆蓋價值鏈的上游、自身營運和下游，由於氣候議題持續演變，相關風險與機會的識別也需適時調整，因此將於每兩年進行一次全面檢視，以確保因應作為與時俱進，強化企業韌性與永續發展。氣候風險機會評估流程及執行細節詳見「[統一超商氣候相關財務揭露報告](#)」。

為了解氣候變遷議題對統一超商營運的影響性，針對 6 項重大氣候風險與機會進行情境分析與財務衝擊量化。由於近年統一超商之產業型態與營運策略並無重大改變，2024 年將延續前一年度之重大氣候相關風險與機會之評估結果，並預計於 2025 年重新進行評估，以持續掌握實體風險與轉型風險對於統一超商造成的財務衝擊。

氣候風險機會評估流程圖



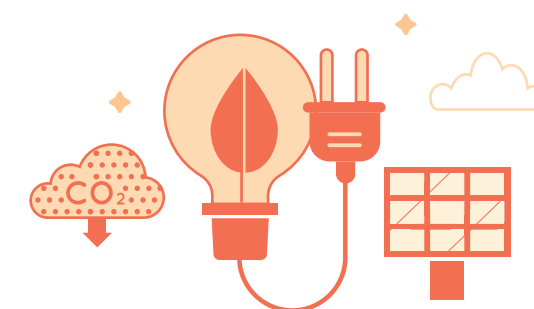
氣候風險機會議題矩陣圖



重大氣候風險與機會影響評估結果

+ 重大氣候風險影響說明 +

風險類別	風險描述	影響時程	價值鏈衝擊	營運與財務衝擊評估
轉型風險	使用低碳能源與新技術	長期	自身營運	- 未來可能受到電費調漲影響，使營業費用增加 - 投資再生能源設備與購買綠電亦會增加營業費用
實體風險	氣候變遷下極端天氣事件次數與氣溫持續上升	長期	上游 自身營運 下游	- 對應極端氣候事件而投入的相關管理措施將導致營運成本增加 - 因門市設備毀損及產品供應中斷亦將增加資本支出與影響營收
轉型風險	碳、產品及服務之政策與法規要求	中期	自身營運	《氣候變遷因應法》已修法通過，預計將於 2025 年起針對碳排大戶收取碳費，雖現階段尚未規範至住商部門，但隨著政府政策朝淨零排放發展，未來若被納入碳費規範，考量營運成長性，預期可能帶來較大的財務衝擊 - 因應全球減塑趨勢與環境部限塑相關法規，如：禁用一次性吸管、提供自帶杯優惠、門市須逐步提升循環杯占比等法規要求，現階段已經受減塑相關法規衝擊，我們已積極採取行動以符合法規要求 - 若無法因應法規要求，將可能導致被政府開罰或收取規費，使得營運成本增加 - 為提供循環杯服務，需投入系統開發、循環杯採購等資本支出與營運成本，而維持循環杯運作亦需額外投入清潔、物流及人力等維運，進而提升管理成本



+ 重大氣候機會影響說明 +

機會類別		機會描述	影響時程	價值鏈衝擊	營運與財務衝擊評估
資源使用效率	採用更高效率的運輸方式或配銷流程	使用能源效率高的運輸工具、路徑最佳化，降低運輸或配銷成本	短期	上游下游	採用高效率運輸方式或配銷流程將使燃料及人力成本下降，進而降低營運成本；但也導致增加車輛替換成本及研發成本
	產品和服務	消費者對氣候變化的認識不斷提高，可能導致對低碳產品和服務的需求增加，也提升了超商開發低碳產品和服務的機會	短期	自身營運下游	- 增加低碳產品與服務項目，提升消費者購買意願，進而提升營收 - 開發低碳產品與服務需額外投入研發與管理成本
資源使用效率		循環經濟導入	短期	自身營運	循環杯服務 - 減少現調飲品一次性紙杯使用，降低物料採購等營運成本 - 為鼓勵消費者行為轉變所規劃之價格優惠，擴大吸引消費者消費，進而增加現調飲品產品營收 高效智慧回收機 - 消費者因為高效智慧回收機所提供之寶特瓶回收獎勵金，增加至統一超商消費的機會，進而使營收成長 - 回收寶特瓶 rPET 轉製成可銷售商品，使營收成長 i 珍食及永續農場 - 推動 i 珍食商品，剩食清運重量減少，減少廢棄物清運成本並增加鮮食商品營收

+ 重大氣候風險情境分析與量化評估結果 +

為了辨識氣候相關風險與機會對統一超商的實際財務影響，我們首先針對各項議題進行分類，並評估其對企業的主要衝擊表現，再進一步導入情境分析，評估風險與機會在各種情境中的衝擊程度及其財務影響，確保我們制定適當的應對策略，以提升營運韌性與永續發展能力。各項風險機會的情境分析與財務影響評估結果，請參閱「[統一超商氣候相關財務揭露報告](#)」。此外，本報告僅針對 2024 年度風險與機會進行揭露，評估其對當年度財務的影響，作為風險機會財務影響追蹤之依據，以持續強化氣候韌性管理並提升企業永續競爭力。2024 年，受山陀兒颱風影響，因應颱風警報而影響部分門市正常營運，進而造成一定程度之財務影響，根據統計本次颱風導致門市暫停營業，財務影響估算約為 14.73 佰萬元。

風險機會類別		對營運的主要衝擊因子	情境假設	使用參數
實體風險	極端天氣事件、平均氣溫上升	營運據點因豪雨災害導致門市無法營運，造成門市設備及產品毀損	1. 依據 IPCC AR6 評估世紀中維持與現況 1°C 相同 2. 依據 IPCC AR6 評估世紀中升溫 2°C 3. 依據 IPCC AR6 評估世紀中升溫 4°C	三個情境下之全台灣各區域淹水風險等級
		平均氣溫上升影響季節性商品銷量	依據【2024 國家氣候變遷科學研究報告】，在 SSP5-8.5 情境下，21 世紀末夏季將達近 7 個月	2030 年夏季與冬季預估日數
轉型風險	使用低碳能源 / 新技術	隨著氣候變遷因應法修法通過，考慮到營運持續擴張，碳費政策可能會對未來的營業費用產生影響	假設統一超商在 2030 年受到碳費法規規範，必須繳納碳費，碳費費率介於 2050 年達成淨零情境與國家自訂減量貢獻（NDC）情境所需的碳價之間	1. 在 2050 年達成淨零情境下，2030 年碳費費率為 3,075 新台幣元 / tCO ₂ e 2. 在國家自訂減量貢獻（NDC）情境下，2030 年碳費費率為 723 新台幣元 / tCO ₂ e
		碳、產品及服務之政策與法規要求	基於低碳能源需求與發電成本持續上升，我們假設至 2030 年台灣電價將持續上升	依據 2016 至 2023 年的電價漲幅迴歸預估 2030 年電價為 3.57 元
機會	採用更高效率的運輸方式或配銷流程	若開發與投入流運輸效率提升，可能使營運成本降低	依據環境部公告之針對運輸部門的減量方案說明，其強調在運輸部門應提升運輸系統及運具能源使用效率	《第二期（110 年至 114 年）溫室氣體減量推動方案》之投入予補助參數
	開發和 / 或增加低碳商品和服務	低碳商品研發可能使營收增加	面對消費者永續消費的意識抬頭，提供低碳商品成為產業轉型的重要推動方向	統一超商自有品牌品項之低碳商品歷史銷售狀況進行內部銷售預測
	循環經濟導入	建立循環經濟的營運模式，可能帶來新的商業機會，增加營收	因應國際及臺灣法規趨勢之外，越來越多消費者永續意識提升，也開始關注零售業減塑、剩食相關的議題	減塑、惜食專案成本效益評估。成本且以管理及維運成本為主，未包含相關機台設置之機台建置費用

氣候調適與轉型策略

統一超商對整體價值鏈進行氣候相關風險與機會的鑑別，並依據統一超商自身營運情形，針對相關風險與機會可能對於財務或未來發展影響之項目，進行影響量化評估。然而，我們意識到價值鏈各階段所面臨到之風險與機會不盡相同，因此我們將減緩與調適概念納入重大氣候風險與機會因應規劃，統整為兩大主軸：淨零轉型、氣候調適。並從供應鏈不同階段中規劃與執行各項轉型與調適策略。

氣候變遷因應策略	淨零轉型			氣候調適
	⚡ 能源轉型	⚙️ 產業轉型	♻️ 生活轉型	
價值鏈行動計畫	上游	門市設備採購設置能效規範	- 鮮食廠剩食管理，降低原物料浪費 - 擴大使用再生塑膠 rPET 使用於食品容器、門市購物袋 - 透過永續農場行動將剩食轉換為有機肥以種植契作農產品 - 啟動「咖啡渣循環再生經濟」計畫，將回收咖啡渣製成機能布料與鞋材	掌握各原物料的品質與供應情況，並積極開發多元與替代物料來源，以確保供應鏈穩定性
	自身營運	- 能源管理系統導入 - 門市節能減碳措施導入，2024 年合計節能量達 447,307.84GJ - 高電費門市輔導 - 總部大樓節能措施導入	- 銷售低碳商品如天素地蔬®、低碳植米、紙包裝鮮食餐盒 - 推行「再生塑膠內循環」計畫，減少原生塑膠用量，創造可追蹤的內循環回收系統	- 透過 i 珍食服務降低門市鮮食報廢，提高營收 - 透過循環經濟服務包含循環杯服務、高效智慧回收機服務之獎勵金回饋提升消費者進店消費意願，進一步提高營收 - 推出 100% 再生 PE 塑膠購物袋
	下游	- 透過循環杯租借服務、張貼海報，鼓勵消費者降低紙杯與塑膠杯的使用 - 透過高效智慧回收機與獎勵金機制鼓勵消費者進行塑膠瓶回收 - 辦理「好鄰居同樂會」活動來推廣減碳、減塑、惜食、生物多樣性等知識，達到與消費者溝通統一超商之永續理念 2022 年參與經濟部「微型抵換」專案針對臺北市 4 家門市進行照明測試，汰換燈管為 LED，並依據微型抵換作業辦法，委託外部驗證單位 BSI 進行減碳量確證後送交環境部審查 - 參與內政部「門市耗能分級」專案支持政府建築節能減碳政策，成為第一家獲得內政部頒發的「近零碳建築」標章的便利商店 - 參與環境部「減塑」&「循環（外借）杯良好服務指引」專案積極推動減塑專案 - 參與荒野保護協會「Earth Hour 地球一小時」世界關燈日活動		

+ 門市與物流節能減碳行動 +

為有效提升門市能源使用效率，統一超商針對新門市開設定有設備與門市環境管理基礎要求，包含導入建築隔熱、招牌節能、燈具減量、減少開窗面積、採用變頻系統及 LED 燈具、室內照明管理、節能風除室等門市節能減碳行動策略。既有門市則積極評估各項節能措施導入之可行性，並陸續汰換為高效能設備。2024 年統一超商門市透過節能專案成功節省 124,252,177 度電相當於減少了間接排放 61,380.58 公噸 CO₂e。除了更替節能設備外，所有門市員工皆接受訓練，依照「門市節能自檢作業」針對冷氣、迴風扇、照明、冷藏冷凍櫃、招牌櫥窗等設備定期點檢，以確保設備能維持高效率運轉。我們亦同時與政府及相關學術單位合作，致力於提升門市的能源使用效率。

門市節能減碳行動策略

- 採用變頻系統：導入變頻冰箱、空調、冷凍櫃提升能源效率
- 門市建築隔熱：運用門市地理環境與建築設計概念，減少太陽曝曬
- LED 燈具導入：導入 LED 燈管，相較 T5 燈管節能 43%
- 門市照明管理：改變門市燈管配置方式，減少燈管配置總量
- 招牌節能：透過智慧配光系統與招牌材質與設計改良，降低非必要燈管使用
- 降低門市開窗面積：透過降低門市開窗面積，維持門市冷房效率
- 改善熱交換環境：透過節能風除室導入防止門市冷氣外洩，提升空調使用效率

此外統一超商對節能減碳的承諾不僅實施在自身營運上為了掌握低碳所帶來的氣候機會，我們也積極影響長期合作的物流關係企業，逐步投入相對應的管理規劃或作為，透過各種節能減碳方式，提升能源使用效率並降低環境衝擊，持續調整營運策略，以及時因應低碳營運需求，提高因應氣候變遷議題帶來的正面效益。

物流節能減碳行動策略

- 新型環保期數的物流車輛導入：統一超商的物流關係公司預計於 2024 至 2026 年陸續汰舊 222 輛四、五期的物流車，並採購 279 輛六期物流車
- 冷凍冷藏共配措施：2021 年起物流關係公司透過改造配送物流車輛，將單溫層物流車改裝成具有雙溫層（冷藏、冷凍）的物流車輛以提升裝載效率
- 配銷自動化：在物流中心的內部作業環境及設備上，導入設備包含高效自動導引電動拖板車、電子撿貨與分類系統、車輛導入省力化升降尾門等，除了可以大幅降低物流配送的人事成本外，亦減輕人員揀貨的工作負擔
- 物流中心節能減碳措施：針對物流關係企業針對既有的物流中心導入減碳措施，持續改善日常營運之能源消耗量

	門市節能行動方案	2024 導入數量	節能量 (kWh)	節能量 (GJ)	溫室氣體減排 量 (公噸 CO ₂ e)	節能專案成果 節能減碳占比
採用變頻系統	變頻冷氣	2,746	56,686,222	204,070.40	28,002.99	45.62%
	三代組合冰箱	4,528	53,665,382	193,195.38	26,510.70	43.19%
	新型節能冷凍櫃	125	505,192	1,818.69	249.56	0.41%
燈具減量、LED 燈具、室內照明管理	騎樓照明節能升級	16,243	2,294,591	8,260.53	1,133.53	1.85%
	門市照明升級	63,532	9,068,394	32,646.22	4,479.79	7.30%
招牌節能	橫字招牌節能改良	5,785	762,522	2,745.08	376.69	0.61%
	凌晨限時關閉招牌燈	1,500	640,800	2,306.88	316.56	0.52%
改善熱交換環境	節能風除室	87	629,074	2,264.67	310.76	0.51%
總計		94,546	124,252,177	447,307.84	61,380.58	100%

(註 1) 由於溫室氣體查證完成前 2024 年度電力排碳係數尚未公告，因此減碳量計算依據 2023 年公告之電力排碳係數 0.494 公斤 CO₂e/ 度進行減排量的計算。

(註 2) 門市節能行動方案的節能量計算，照明設備係以單一設備改善前後量測值，非照明設備採實際門市動態測試的平均節費效益估算節能量，各項方案節能量乘上逐月設備更換數量推估年度節能量。

	物流公司名稱	節能措施能說明	節能量 (kwh)	節能量 (GJ)	溫室氣體減排 量 (公噸 CO ₂ e)
統昶行銷		汰舊換新 9 台變頻空調	9,551.00	34.38	4.72
捷盟行銷		空調設備 汰舊換新 (辦公室、康是美作業區、原田倉會議室)	39,988.14	143.96	19.75
大智通		安裝能源監控管理系統 (EMS)，更換冰水主機 3 台老舊冰水泵馬達，並於 6 台區域泵加裝變頻控制器。	114,566.00	412.44	56.60
總計			164,105.14	590.78	81.07

(註 1) 統昶行銷與捷盟行銷公司汰換舊有空調設備，依據汰換與停用之空調設備前後能源使用量差異來計算節能量，其中能源使用量計算式為設備數量 (台)* 使用時數 * 使用率 * 月數比例進行計算。

(註 2) 大智通加裝能源監控管理系統 (EMS)，並針對老舊馬達進行舊換新，節電量以 EMS 系統監測新式馬達能源消耗量，並與汰換前 6 台原定頻馬達運轉功率與運轉時數之積計算其節電數據，其中 EMS 系統監測之能源使用數據已獲取公部門驗證。

(註 3) 由於溫室氣體查證完成前 2024 年度電力排碳係數尚未公告，因此減碳量計算依據 2023 年公告之電力排碳係數 0.494 公斤 CO₂e/ 度進行減排量的計算。

關鍵績效指標與目標

+ 溫室氣體排放 +

統一超商主要營運據點遍及全台及離島，涵蓋超商、商場等門市，以及企業總部、區域辦公室與訓練中心等行政設施。為充分掌握統一超商整體溫室氣體排放情形，我們自 2017 年起便依循 ISO

14064-1:2006 進行溫室氣體盤查，並於 2020 年起導入新版 ISO 14064-1:2018，經第三方獨立驗證，確保數據符合國際驗證規範。此外，我們持續拓展盤查據點，2024 年度溫室氣體盤查範圍涵蓋 7,261 個據點，溫室氣體盤查邊界涵蓋率 99.42%。

2024 年 ISO 14064-1:2018 認證已導入之營運據點

門市 (超商及商場)	辦公室及訓練中心	共計 7,261 個據點
7,249	12	

(註) 2024 年盤查之 7,229 家超商包含在 2024 年位移或關店之 155 家門市。

2024 年溫室氣體排放量

排放種類	說明	排放量 (公噸 CO ₂ e)
直接排放 (範疇一)	冷媒、沼氣、公務用車及生啤酒用 CO ₂	25,562.65
間接排放 (範疇二)	門市、總公司、商場及地區辦公室、訓練中心用電	564,564.64
間接排放 (範疇三)	包含採購商品、電力上游排放、上游運輸、廢棄物處理、商務旅行、員工通勤、銷售產品廢棄物處理排放	5,781,597.27

溫室氣體排放總量6,371,724.56

(註 1) 溫室氣體盤查係依據 ISO 14064-1:2018 方法學，組織邊界設定採用營運控制權法，溫室氣體排放係數參考 USEEIO、經濟部能源局電力排放係數、環境部排放係數管理表 6.0.4 與環境部產品碳足跡資訊網；GWP 採用 AR6 暖化潛勢數值。

(註 2) 間接排放中外購電力計算方式採用地點為基礎，由於查證完成前 2024 年度電力排碳係數尚未公告，採 2023 年度 0.494 公斤 CO₂e/ 度為溫室氣體排放計算參數。

(註 3) 本次溫室氣體盤查涵蓋氣體種類包括二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氟氯碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、六氟化硫 (SF₆)、三氟化氮 (NF₃)。

(註 4) 生物源的二氧化碳排放量為 0。

+ 直接排放 +

統一超商的直接排放主要的排放源為門市冷凍、冷藏設備與空調設備的冷媒逸散，透過設備保修系統冷媒設備故障維修的冷媒充填量計算排放量，占直接排放 92.27%，其中不含破壞臭氧層的製冷劑占比為 100%。

+ 間接排放 +

2024 年間接排放調查，依照重大性原則進行評估，重大性間接溫室氣體排放源包含外購電力排放及上游排放、貨物配送、廢棄物處理所產生的間接溫室氣體排放，其中，外購電力排放為主要間接溫室氣體排放源。經溫室氣體盤查，2024 年度所有盤查據點使用的外購電力為 114,284.34 萬度，造成的間接溫室氣體排放量為 564,564.64 公噸 CO₂e，相較 2023 年排放量上升 9.9%，外購電力用電度數較 2023 年增加 10.10%，主要原因是門市增加 249 家且門市配合疫情消費者改變購物習慣，增加許多冷凍冰箱及電子螢幕還有製冰機等設備。統一超商將持續推動門市、辦公室節能以及物流運輸之減碳行動，並評估擴大設置太陽光電或是購買再生能源，以逐步達成承諾之 2025 年減量目標。

間接排放源		間接排放量（公噸 CO ₂ e）	間接排放量占比（%）
電力	外購電力排放 ^{（註1）}	564,564.64	8.90%
購買之產品	外購燃料上游排放	111,238.68	1.75%
	購買之產品的排放	5,583,270.89	87.98%
上游運輸和貨物配送產生的排放	物流中心至分店配送運輸柴油	61,393.06	0.97%
固體和液體廢棄物處理產生之排放	門市店鋪廢棄物處理	16,456.22	0.26%
商務旅行產生之排放	員工因公出差之交通運輸排放	1,274.92	0.02%
員工通勤產生之排放	員工至公司上班的交通運輸排放	6,690.97	0.11%
產品生命終期階段的排放	產品包材處置	1,272.54	0.02%

（註1）外購電力100%來自電網供應。

＋ 能源使用 ＋

統一超商 2024 年度所有盤查據點所使用的外購電力為 114,284.34 萬度，消耗能源總量為 4,114,384.59GJ；外購電力百分比為 99.95%。2024 年度再生能源使用率為 0%。由於便利超商的經營特性，所消耗之能源除自身營運包含公務車燃油使用與營運據點用電，上游運輸亦占重要比例。2024 年物流中心至分店配送運輸柴油所消耗的能源以柴油為主，共消耗 18,485,902.82 公升柴油，相當於 649,698.15GJ 的能源消耗量。我們也逐步導入再生能源並融入門市設計，統一超商已於亞萬門市導入太陽能光電系統，未來將持續提升再生能源的發展與使用。

耗能設備	能源來源	使用量單位	使用量	耗能（GJ）	能源使用占比（%）
公務車用油	汽油	千公升	64.21	2,095.43	0.05%
公務車用油	柴油	千公升	1.83	64.34	0.00%
盤查營運據點用電	外購電力	萬度	114,284.34	4,112,224.81	99.95%
消耗能源總量				4,114,384.59	100.00%

＋ 能源效率指標與目標 ＋

由於門市多為 24 小時服務，用電模式與總部、區辦公室、訓練中心等不同，為有效掌握門市用電量與逐步提升用電效率，我們設定了門市的用電密集度評估指標（EUI）與減量目標，並每月追蹤進度。2024 年門市用電密集度減量目標為 822.3 度 / 平方米，較 2023 年減少 0.5%，而 2024 年實際門市用電密集度為 874 度 / 平方公尺，比 2023 年增加 5.75%。2024 年度因應零售通路多元化發展及冷凍及冷藏食品業績的快速成長，門市新增較往年更多的能耗設備，以支撐業務拓展需求，此增長主要受業績成長驅動，未來將視業務發展調整設備配置。同時，我們持續關注設備能效並推動節能方案，以提升能源使用效率。

EUI ^{（註）}								
年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
EUI	1,008	962	947	919	891	833	826	874
下降百分比	-0.30%	-4.56%	-1.56%	-2.96%	-3.05%	-6.46%	-0.81%	5.75%

（註）超商門市 EUI 以每月台電提供用電資料，計算各區門市平均每平方米用電度數，並用以推估該區無台電資料之門市用電度數，兩者相加為當月總用電度數，並除以總樓地板面積，最後再累計 12 個月份的 EUI 值。

＋ 溫室氣體排放強度指標與目標 ＋

由於統一超商的溫室氣體排放源主要來自門市用電，這與門市規模、設備配置及營運型態密切相關，最終亦反映於整體營業收入。因此，我們以每百萬營業額作為溫室氣體排放強度的衡量標準，據此制定減碳管理目標。為進一步優化管理成效，2024 年重新檢視過往目標設定方式，延續自我營運與價值鏈管理的溫室氣體排放目標分流，並強化相關管理策略，以確保減碳行動更為精準，並優化資源配置。在自我營運部分，以 2020 年溫室氣體盤查之範疇一與範疇二溫室氣體排放強度 2.99 公噸 CO₂e/ 百萬營業額作為基準，設定 2035 年減少 60% 的中長期減量目標。2024 年溫室氣體排放強度為 2.80 公噸 CO₂e/ 百萬營業額，較前一年增加 1.76%，本年度溫室氣體排放強度受業務成長影響未達目標，未來將持續尋找並實施可行的減碳措施，提升能源效率與營運優化，以邁向長期減碳目標的實現。

為加強自身營運減碳管理，統一超商於 2024 年起導入內部碳定價機制，藉由影子價格優先管理範疇二的溫室氣體排放量，依循環境部 2024 年公告之碳費費率，已制定內部碳定價為新台幣 300 元 / 公噸 CO₂e。內部碳定價主要用於管理與外購能源相關的範疇二排放量，期望藉由內部碳定價，鼓勵節能減碳行動提升能源效率。統一超商自 2024 年起，針對重大投資及採購項目會考量內部碳定價，並進行成本效益分析，如：評估設備投資之回收年期，加入內部碳定價後總成本進行綜合比較。為確保投資項目遵循減碳管理目標，後續規劃將內部碳定價納入管理報表中，以追蹤溫室氣體排放變化，實施內部碳定價亦協助我們在商業策略中考量氣候議題，並對於關鍵的財務規劃產生影響。此外，雖然目前統一超商未被納入於碳費徵收對象，藉由內部碳定價的實施，亦可提前因應未來法規帶來的潛在財務衝擊。

此外，在價值鏈管理的部分，我們正積極優化範疇三的盤點項目與盤查做法，未來預計將導入科學基礎減碳目標（Science-Based Targets, SBT），強化整體價值鏈的碳管理，更新中長期的減量目標，以期統一超商能發揮產業的影響力，推動達成淨零排放目標。

4.4 剩食與廢棄物管理

剩食與廢棄物管理策略

因應當代繁忙的生活節奏，便利商店這類複合式零售店的服務型態應運而生，透過持續創新商品與服務，提升消費者的便利性。然而，便利性的提升也帶來一次性商品與包裝材料使用量的增加，進而對資源消耗與廢棄物管理帶來挑戰。統一超商門市數量眾多、分布廣泛，深知自身在剩食與廢棄物管理上的責任，並積極推動相關管理措施，以降低環境影響。便利商店的服務型態所產生的廢棄物主要為生活垃圾與剩食，2023 年統一超商制定《[廢棄物及剩食管理政策](#)》，並規劃中長期目標、管理策略與減量行動，以有效管理營運所產生的廢棄物，落實永續發展承諾。

+ 剩食管理策略 +

便利商店服務型態所產生之食品廢棄物型態依價值鏈流程可分為四類，包含上游代工廠生產所產生之剩食、物流運送作業中產生之耗損、門市營運所產生之鮮食報廢品及剩食。食品廢棄物若未妥善管理，不僅造成糧食資源浪費，還可能影響全球糧食供應穩定，進而衍生糧食安全問題。而廢棄食品在掩埋與分解過程中會釋放大量甲烷，其溫室效應遠高於二氧化碳，亦會進一步加劇全球暖化。因此，統一超商在 2020 年承諾 2030 年剩食減半目標（以 2019 年為基準年之門市端及工廠端之剩食廢棄量）後，詳細盤點食品廢棄物流向，並於 2021 年起推行四項管理指標，分別為：鮮食報廢率逐年下降、代工廠生產損耗下降、物流作業耗損下降，及門市剩食回收率上升。針對剩食議題的管理，統一超商內部包含鮮食單位、行銷企劃單位、物流企劃單位及營業相關部門之最高階主管，透過每個月的定期會議，對於這四項管理指標定期檢視及監測績效，持續在生產、訂貨配送、零售等三個階段，規劃剩食減量及降低食材耗損專案，從源頭減少剩食。

+ 廢棄物管理策略 +

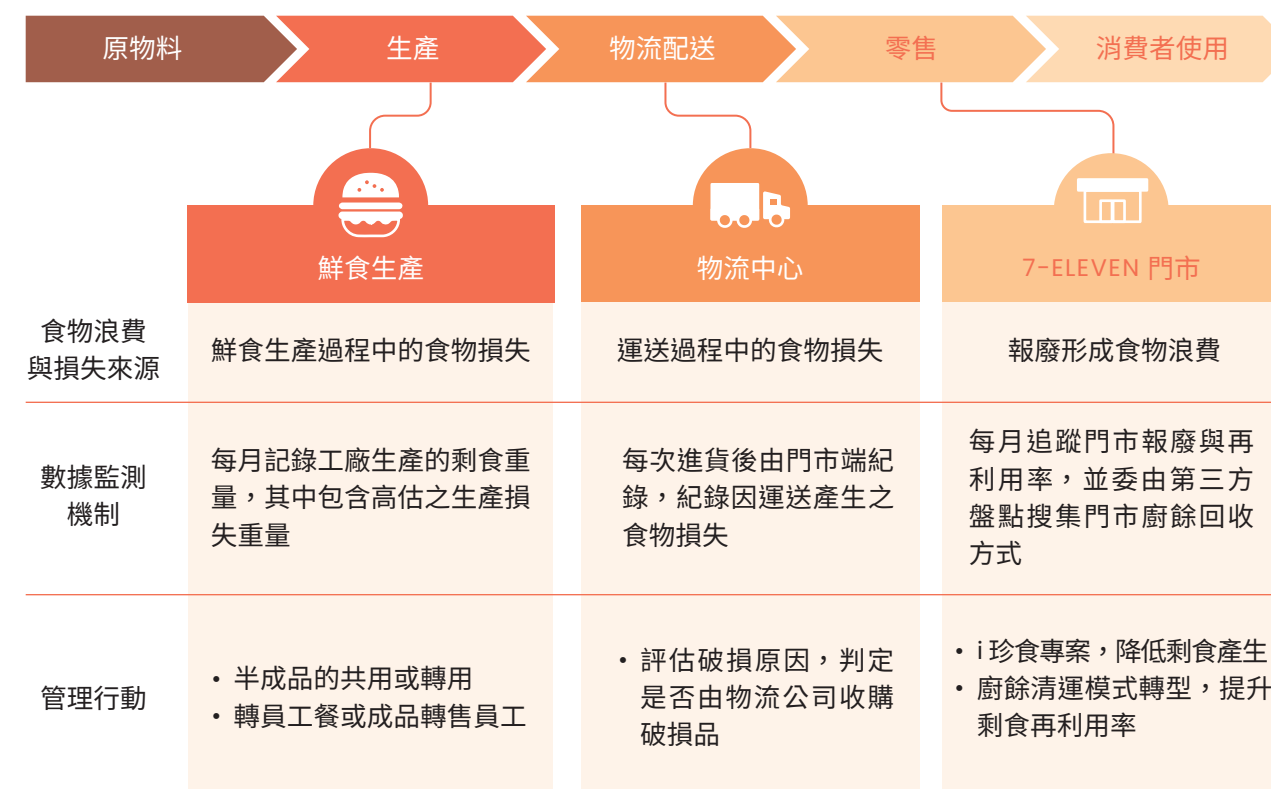
統一超商產生的廢棄物主要為生活垃圾，屬於環境部公告的一般廢棄物及一般事業廢棄物，並無任何有害事業廢棄物，其中大宗廢棄物的產生途徑與門市營運息息相關，主要包括來自上游鮮食代工廠的營運廢棄物、門市服務過程中產生的一般廢棄物（如食品廢棄物、日常生活垃圾）以及門市逆物流回收機制所產生之資源回收物等。因此，統一超商設定明確的廢棄物減量目標，每年持續追蹤績效。2024 年為反映減量計劃的可行性，我們針對廢棄物減量目標進行重新審視，針對原先的減量目標進行調整，將目標調整為：於 2028 年前，門市單店廢棄物清運量將下降 45%；2024 年目標為門市單店廢棄物清運量下降 20%（以 2019 年為基準年）。

2024 年超商門市營運及總部活動所產生之不可回收廢棄物為 41,427.87 公噸，占全國廢棄物焚化量之 0.94%，當統一超商無法妥適處理廢棄物並推動廢棄物減量措施，不僅為各縣市之焚化廠帶來更沉重的負荷，也會強化垃圾焚化所帶來的後續環境衝擊。統一超商於整體廢棄物管理策略遵循 3R 原則，透過減量（Reduce）、回收（Recycle）與再利用（Reuse），最少化不可回收廢棄物，在自身營運方面，我們主要關注塑膠對環境的長期影響，並從「源頭減量」、「創新包材」與「鼓勵自帶」等三個方向著手，推動門市回收機制，逐步減少對一次性塑膠的依賴。同時，我們也確保自有營運廢棄物得到妥善處理。我們也積極關注價值鏈下游之廢棄物，發揮多據點的特性，將「便利」與「回收」行動有效結合，透過高效智慧機回收寶特瓶，協助民眾回收資訊類廢棄物，推動廢棄物資源化，善盡社會責任。（詳細包裝包材管理措施，請參考 [4.2 包裝包材管理](#)）

剩食產出與流向管理

根據聯合國糧食及農業組織（Food and Agriculture Organization, FAO）的統計，2024 年全球生產的糧食中有超過 40% 的食物損失或浪費、25 億噸食物未被消費，每年全球因食物損失和浪費所造成的經濟損失超過 1 兆美元。2023 年環境部統計，剩食量高達約 47 萬噸，剩食不僅是浪費食材，更是糧食生產中使用的資源損失，包括土地、水、能源與勞動力等。此外，剩食在垃圾掩埋場分解過程中會排放溫室氣體，這些氣體占全球每年溫室氣體排放量的 8-10%。這不僅加劇了氣候變遷，也可能產生糧食安全問題，剩食造成的衝擊橫跨多個面向，由此可見減少剩食的急迫性不言而喻。

統一超商與消費者的日常飲食及消費緊密扣合。統一超商從整體供應鏈減少食物浪費，由「生產」、「物流配送」與「零售」三個階段著手，監測並記錄營運中各階段可能產生的食物損失與浪費並加以管理，擔負起零售業在剩食議題上的責任與義務。更於 2021 年成立隸屬永續發展委員會下的惜食永續專案小組，定期向永續發展委員會報告專案執行進度。





生產：鮮食生產過程中的食物損失

統一超商為有效管理生產端剩食產生量，12 家專屬代工廠需每月需以信件方式回報其工廠生產剩食重量、營收金額等相關資訊。工廠產生之剩食包含工廠生產損耗、日常損耗與其他製成報廢等。自 2024 年起，我們為確保提供之剩食數據（如剩食重量、報廢金額、用水等）正確性，將偽造、虛報情事將落入重大違約等資訊加入合約條文中，確保代工廠提供正確數據。另外，2025 年起我們導入資訊核實機制，委由第三方公正單位抽查工廠回饋給統一超商之數據正確性。

此外，統一超商藉由三大變革減少工廠生產過程食物浪費，一是訂單由預估生產轉為接單生產，更能精準掌握生產量；二是藉由各品項集中生產減少原料浪費；最後是生產前做二次的原料預估調整，避免天氣影響或訂單波動造成備料過多。生產後的格外品則透過轉為員工餐，或將成品、半成品轉售予廠內員工認購的方式來降低食物浪費。2024 年工廠生產損耗（每百萬元營收之食廢金額）較 2019 年基期下降 47.58%。



物流配送：運送過程中的食物損失

統一超商針對配送階段的食物損失建立監測機制，追蹤並管理運輸過程中的可能食物損失。由於門市與代工廠間的運輸距離相對較短，主要以物流車配送，無需長時間運送，因此不會因運送時程過長導致商品超過保鮮期而產生食物損失。配送階段的損耗主要來自碰撞、擠壓或變形，使商品無法販售。若發生此類情形，門市同仁會詳實記錄，將商品交由物流士回收，並由物流士或物流公司依照既定機制承擔與處理。2024 年統一超商在配送過程中未產生實際的食物損失，並將持續優化監測與回收流程，確保資源有效利用。



零售：報廢形成食物浪費

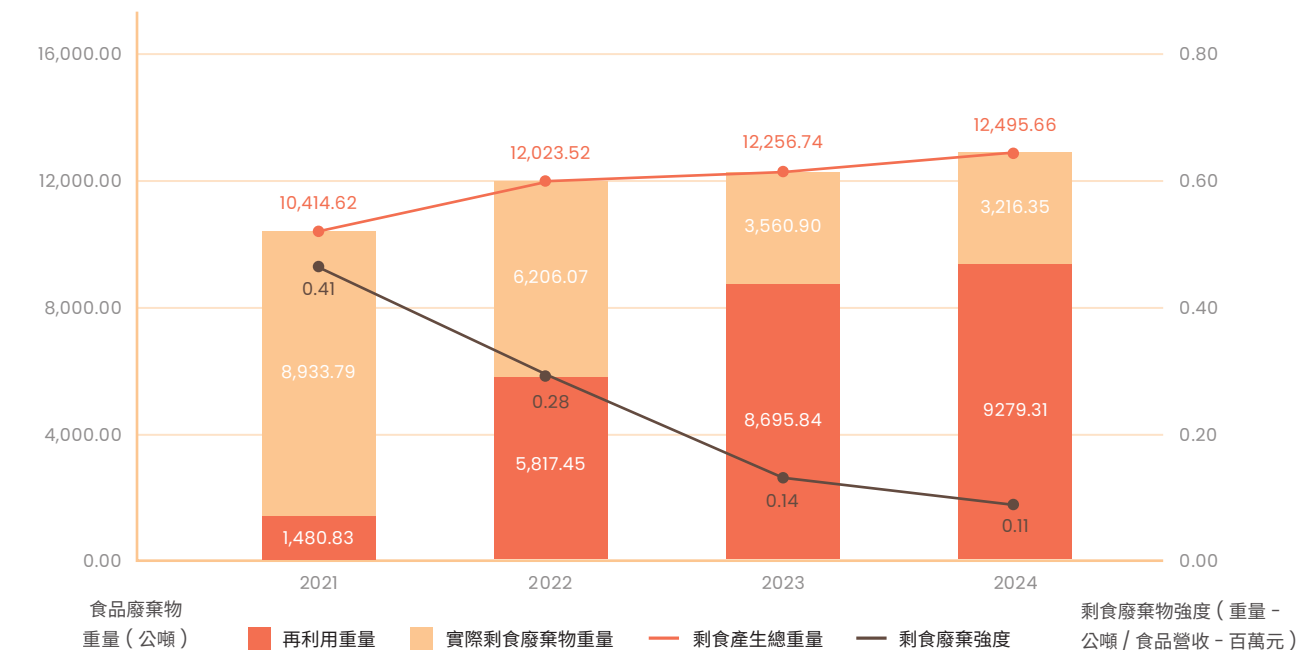
統一超商透過完善的監測機制與減量行動的執行，積極減少門市端報廢與剩食量。門市報廢數據以每月為單位進行追蹤，並記錄各類食品（如生鮮蔬果、熟料理、鮮食麵、便當、烘焙等）的報廢總量。此外，統一超商亦委請第三方單位盤點蒐集門市廚餘回收方式，以確保剩食管理機制的透明度與有效性，並持續優化剩食管理策略。2024 年為完善門市剩食盤點品項，已針對地瓜報廢重量的統計方法進行研擬並納入剩食統計中。

在具體減量行動上，統一超商導入「i 珍食專案」，將原先用於警示過期商品的「智能標貼系統」升級，除了控管食物保存期限，更能掌控賞味期限（商品到期前 8 小時），並推出「賞味期限前 8 小時享 65 折優惠」，優惠品項涵蓋上百種商品，消費者可以透過 OPENPOINT APP 的 i 珍食地圖功能，預先查詢庫存情況，也可事先訂閱商品到貨通知。2024 年 i 珍食約減少 17,866.94 公噸剩食產生，相較去年成長 30.19%，未來也規劃導入委外清運門市，全數加入剩食回收作業。未來將持續推動提升門市廚餘回收率，包含主要三項行動：針對新開店與低回收率門市盤點剩食處理方式；並鼓勵門市加入公司清運機制，確保剩食能夠合法處理；定期每季與營運單位溝通，強調委外專收與適法性，確保剩食妥善回收。

+ 剩食管理績效 +

統一超商針對自有商品的產銷流程，由生產製造至門市銷售，統計各階段的食物損失與報廢量，以掌握與規劃更適切之惜食行動，2024 年報廢產生總重量為 12,495.66 公噸，較 2023 年上升 1.9%，主要與門市數量增加且鮮食銷售持續成長有關；2024 年度之食物再利用比例為 74.26%（主要為動物飼料 / 堆肥），相較於 2023 年的 70.95% 顯著提升，其中代工廠剩食再利用比例已連續兩年達 100.00%。2024 年實際剩食廢棄重量為 3,216.35 公噸，較 2023 年度減少 9.7%。未來，統一超商將持續減少食物損失與浪費，並提高門市剩食回收率，透過改善與委外清運廠商的合作模式，及鼓勵全體門市參與，一同為惜食管理做出努力。

剩食管理績效



為積極減少剩食廢棄物，統一超商除了透過價值鏈了解剩食重量分布之外，更針對剩食類別分析，我們將門市剩食分為 10 個類別，根據其自有商品之重量推估占比並且排序，以了解剩食熱點項目進而提出管理作為。以 2024 年剩食種類而言，占比最高為麵食達 16.68%，主因亦為銷售量及銷售額占比較高；次高剩食類別為飯糰類達 16.29%，主因為銷售量較高但產品效期較短，較容易產生報廢。針對剩食比例較高之前三大項，包含麵食、飯糰及其他米食類鮮食商品，統一超商將採取訂單提前、集中生產加工廠備貨精準度、i 珍食兩階段優惠增加商品銷售機會以降低剩食產生，另外每月將檢視當月份之各類別出清率、報廢率，並從生產、訂單配送及零售等三個面向著手，與各單位研議降低剩食管理措施。

剩食類別重量占比

剩食類別 (註1)	門市										代工廠	總部	總占比
	熟食	麵食	沙拉	熱狗	茶葉蛋	便當	米食	飯糰	現煮熟食	冷藏調理麵包			
重量占比	6.61%	16.68%	3.76%	3.64%	3.67%	5.47%	11.60%	16.29%	2.84%	5.42%	23.88%	0.13%	100.00%

(註1) 剩食類別占比以自有商品重量推估，2024 年起滷味推出與關東煮同列為「現煮熟食」。

剩食減量再利用行動

+ i 珍食升級，應用科技減少剩食 +

作為零售業的領導品牌，統一超商致力於減少食物浪費的問題。2022 年推出 i 珍食地圖的功能，結合 APP 方便消費者查詢 i 珍食商品庫存情形，藉以提升消費者響應 i 珍食之便利性，2024 年透過 i 珍食共避免 17,866.94 公噸剩食產生，較 2023 年成長 4,143.63 公噸；除攜手消費者共同為惜食努力外，2023 年起我們執行鮮食效期延長的計畫，運用新技術延長鮮食類商品的效期，如使用高溫後殺設備與特殊材質封膜，以減少庫存過多所造成的食物浪費。

+ 咖啡渣循環再生計畫，推動綠色循環 +

統一超商為推動循環經濟與資源再利用，2024 年推動「咖啡渣循環再生」計畫，將門市營運之咖啡渣轉化為機能性布料與鞋材。透過門市系統化回收機制，回收的咖啡渣進行創新加工，並推動一系列回收再利用的產品，向年輕消費者傳遞綠色時尚與環保理念。在此計畫下，我們推出「咖啡渣 - 城市潮流集點 Go 活動」，鼓勵消費者積極參與回收與集點活動，並以咖啡渣回收製成的產品作為兌換商品，包括 T-Shirt (2,000 件)、漁夫帽 (2,000 頂)、襪子 (1,500 雙)，以及隨行杯 (1,000 個) 等。這些產品採用回收咖啡渣製成，並於活動期間推出可重複使用的環保袋等周邊商品，以提升資源循環效益。2024 年藉由本計畫推動咖啡渣再利用，響應人次達萬人，回收量達 1.064 公噸，並拓展應用範圍以提升資源利用效率，減少廢棄物對環境的影響。

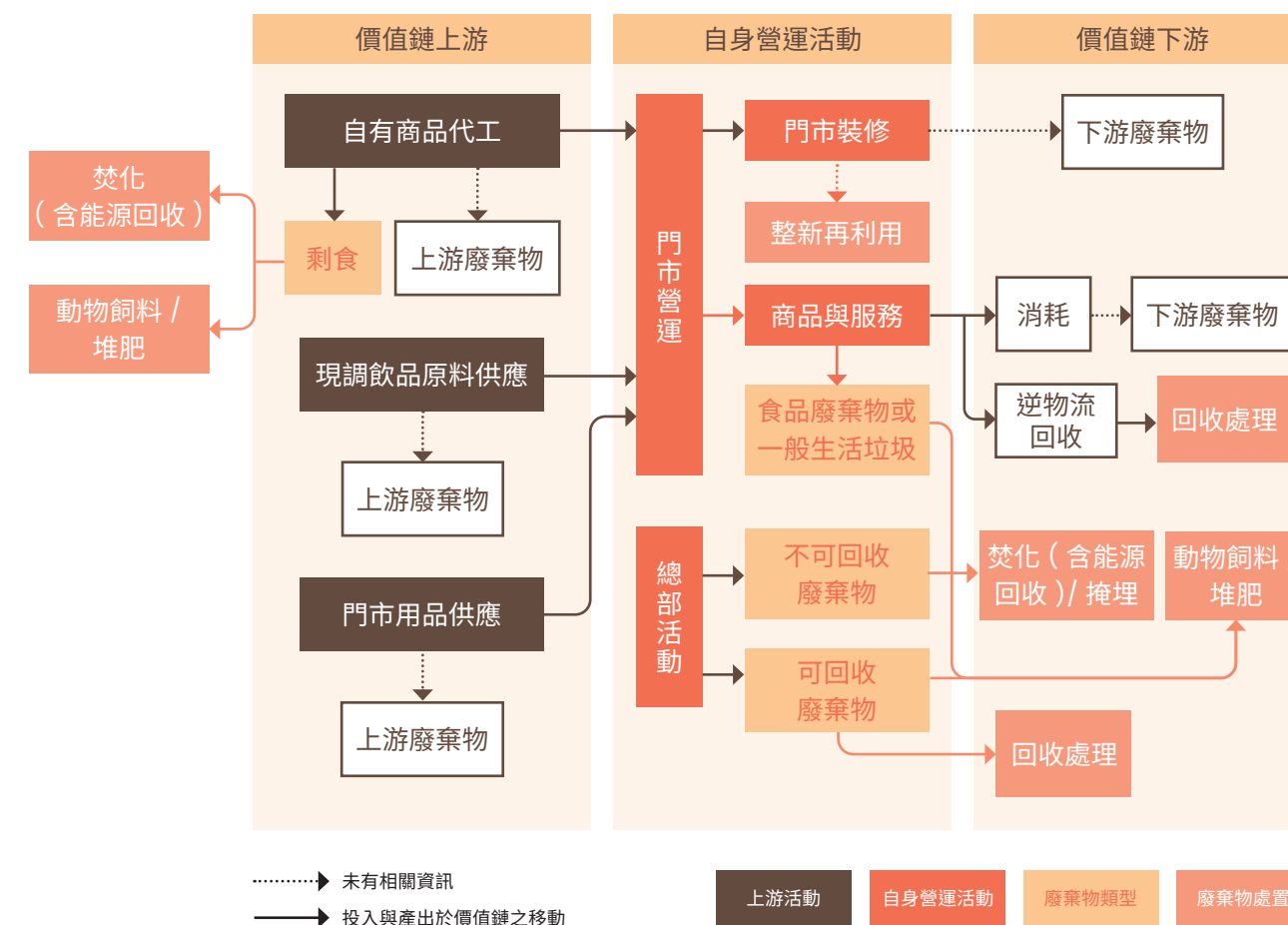
+ 永續農場，友善環境飲食新選擇 +

為持續尋求永續循環經濟解方，統一超商自 2023 年啟動「永續農場」循環再生計畫，以「一杯咖啡友善土地」為出發點，透過門市系統性回收即期、已開封或不良報廢品及咖啡渣，並與農業生技團隊合作，利用黑水虻自動化養殖設備，將其轉製為安全無毒的有機質肥料，應用於契作農田。該肥料富含有機質，有助於提升土壤肥力與生態健康，並推動低碳農業發展。計畫回收的農業廢棄物經過再利用後，所種植的蔬果回流至門市，用於鮮食配菜或直接販售。此外，為進一步擴大資源再利用範疇，統一超商亦評估未來將鮮食廠食品污泥納入回收計畫，持續提升綠色農業的影響力。2024 年持續擴大計畫規模，結合特定門市回收咖啡渣及食品廢棄物，並透過農業生技技術轉化為有機質肥料以栽種蔬果，合作範圍擴大至四家農特產品廠商，提升農作物產量，2024 年共回收 3.5 公噸咖啡渣，並轉換成肥料使用於契作農田，生產高麗菜、香蕉及玉米等作物，並回流至門市販售，讓更多消費者參與並支持永續飲食，進一步落實資源循環與環境友善的目標。

廢棄物產出與流向管理

+ 統一超商廢棄物產生流程概念圖 +

為詳細了解廢棄物產生量與流向，統一超商每年定期蒐集與統計各營運據點之廢棄物量。總部大樓與廢棄物清運商簽訂處理合約，定期由清運商統計廢棄物產生量，並以合法處理商進行各類廢棄物處理。門市不可回收廢棄物清運部分，由於目前僅台北市、新北市、桃園市、台南市要求便利商店之廢棄物需單獨清運，而位於其他縣市之門市則併同各縣市之民生垃圾清運作業。統一超商已建立委外清運廠商合作計畫，除法規要求須單獨清運之門市外，2024 年加入委託清運宣導，鼓勵其他縣市門市共同參與，以提升對於門市廢棄物產生量的實質掌握程度。除自身營運廢棄物外，統一超商亦重視價值鏈上游鮮食商品代工廠之廢棄物管理，我們定期統計代工廠的剩食產生量與追蹤處理方式，2024 年為提升資訊正確性，導入第三方審查機制，以確保掌握剩食情況。而門市可回收廢棄物部分，主要為門市協助回收民眾資訊類廢棄物與外包裝紙箱為主。（詳見[便利環保回收平台](#)段落）



+ 廢棄物管理績效 +

2024 年共計 1,167 家門市與總部大樓委託廢棄物清運廠商清運。透過清運廠商回報，統一超商能夠精確掌握各類廢棄物的清運量與處理方式，其中包括食品廢棄物及一般生活垃圾等。其他無委託廢棄物清運廠商清運之門市與其他區辦公室，因實際量測其廢棄物產生量（一般生活垃圾）數據較為困難，因此採用單店或人均廢棄物產生量進行推估。此外，門市的鮮食報廢品將依報廢日期進行估算，而未委託清運的廢棄物處理方式，則參照環境部公布的全國廢棄物處理量進行估算。

2024 年門市營運以及總部活動合計不可回收廢棄物清運總量為 41,427.87 公噸。為強化門市不可回收廢棄物（不含食品廢棄物）的管理成效，統一超商以 2019 年為基準年，將平均單店產生之廢棄物作為管理目標。基於對目標合理性的評估、部分無委託廢棄物清運廠商清運門市的數據不確定性，以及考量營運多元成長等因素，今年重新審視目標，調整為 2024 年門市單店清運量較基準年下降 20%，至 2028 年較基準年下降 45%。2024 年單店廢棄物清運量為 6.27 公噸，較基準年下降 25.63%，已達成 2024 年目標。因應消費者需求，鮮食類別與其他服務項目將持續增加與擴展，我們仍須持續導入各項廢棄物減量措施。未來，將持續優化數據品質，落實資源回收、資源再利用與減塑行動，並加強門市不可回收廢棄物的管理。

2024 統一超商廢棄物產生與處置方式

廢棄物處置方式 ^(註1)		廢棄物組成	廢棄物產生位置 ^(註2)	
			上游（公噸）	自有營運（公噸）
離場	動物飼料 / 堆肥 ^(註3)	食品廢棄物	2,984.49	6,278.44
	焚化（含能源回收）	食品廢棄物	—	2,831.53
	衛生掩埋	食品廢棄物	—	384.83
	回收處理	回收塑膠	—	1,213.38
		紙類	—	11,807.62
		金屬	—	47.57
		乾電池	—	503.99
		光碟片	—	84.40
		電子用品	—	103.67
	衛生掩埋	一般生活垃圾	—	4,209.73
	焚化（含能源回收）	一般生活垃圾	—	34,386.62

（註1）除總部大樓及部分門市，依據廢棄物委外清運商之清運合約統計處置方式外，其餘門市及推估之營運據點之廢棄物處置方式，依據環境部現況公布 2024 年全國一般廢棄物處理量 (https://data.moe.gov.tw/dataset/detail/STAT_P_128)，計算焚化與衛生掩埋之處理比例，焚化比例為 88.04%。

（註2）有營運之統計範圍包含：總部、區辦公室、門市；上游之統計範圍包含 12 間代工廠。

（註3）2021 年以前僅統計雙北跟桃園門市數據，2022 年起統計涵蓋全台門市。

廢棄物減量再利用行動

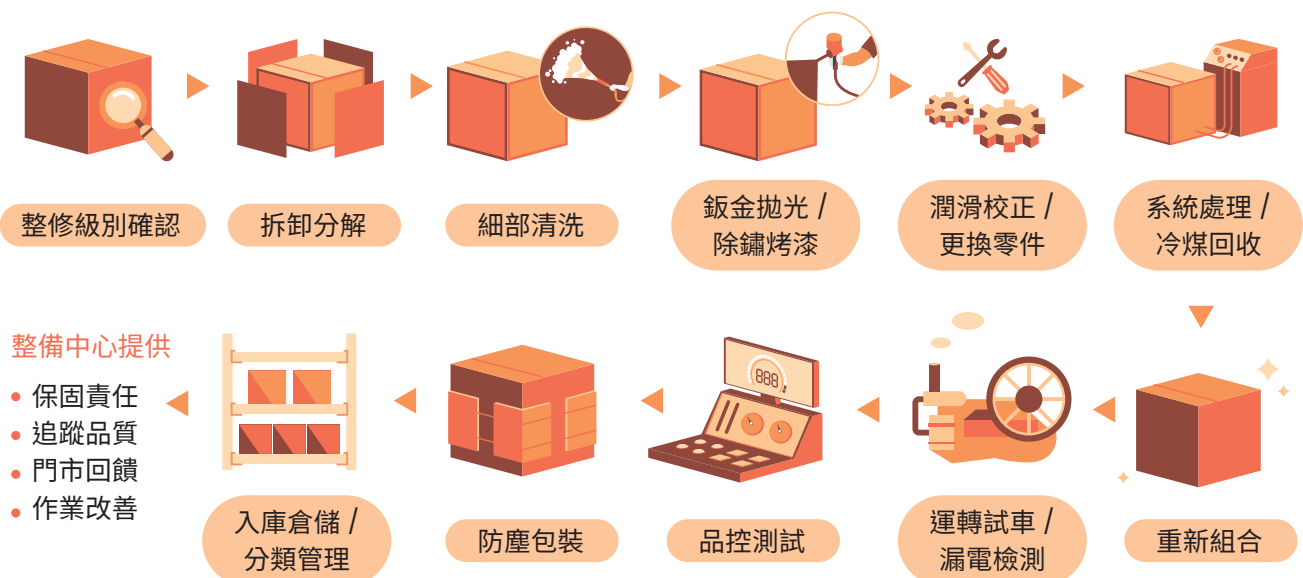
+ 總部廢棄物減量 +

為鼓勵同仁節約資源使用，統一超商總部設定「節紙」作為內部管理指標，以檢視用紙減量成效。2024 年人均用紙量較前一年度減少 1.5%，我們將持續優化辦公流程，透過電子檔替代紙本作業、提升數位文件使用率，並落實雙面列印，以有效減少行政用紙需求。此外，總部大樓也持續落實資源分類回收，2024 年回收重量總計 19,077 公斤，較 2023 年增加 3.54%，主要原因是來自上、下半年推動掃除活動，以及每季持續進行垃圾減量與分類宣導，促使同仁更積極參與回收，提升總部大樓的回收成效。

+ 門市設備再利用 +

統一超商為了提供最便利的商品與服務，仰賴機台設備之多元配置與服務量，有感於設備的耗損報銷造成極大環境負荷，我們善加利用本身靈活調度與門市基數大的特性，成立設備整備中心，建構完善的回收機制，以系統化方式回收來自重新裝潢或關店門市的冷氣機、冰箱、關東煮機台、微波爐等設備。所有回收設備經入場檢測、清洗與修復後重新投入使用，不僅提升設備利用率，亦有效減少資源浪費與廢棄物產生，同時也節省設備購置的費用支出。2024 年整新再利用機台種類達到 34 種，總數達 2,803 台，也藉此節省設備購置費用達 93,712,458 元。

+ 設備整新作業流程 +



+ 便利環保回收平台 +

統一超商運用與民眾生活緊密結合的特性，協助回收民眾資訊類廢棄物，包含廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機及廢旅座充等，為鼓勵民眾多加利用便利商店進行回收，統一超商配合提供 3-120 元不等的商品抵用金額。為實現循環經濟發展願景，統一超商於 2022 年首創「高效智慧回收機」，攜手統奕包裝歷時一年研發，自建全台首創的智慧回收系統，提供更高效便捷的回收方式。機台可同時回收 PET 寶特瓶與乾電池，透過專利 AI 光學影像與材質辨識技術，簡易操作也可以快速回收。獨創「碾碎」功能可將寶特瓶絞碎成瓶片，使體積縮減 75%，提升回收效率並降低運輸碳足跡。回收的寶特瓶塑膠後續由統奕包裝委由專業大廠製作再生材料，可再製成門市制服或商品回到超商販售；同時，統一超商亦與寶特瓶大廠合作，在中南區及離島建構「從瓶到瓶」循環回收系統，將回收寶特瓶透過專業技術再製為全新寶特瓶，打造綠色再生供應鏈。

2024 年，統一超商持續擴大回收機佈建，完成宜蘭、花蓮、臺東地區共 6 間門市裝機，落實「全店、全鄉、全服務」，總累積裝機數達 246 台，已成為全通路擁有最多回收機的品牌。此外，為提升設備利用率，推動低標店轉機機制，針對回收量未達預期的門市，適時調整設備配置，加速移機以發揮最大效益，2024 年共轉機 5 家門市。整體而言，2024 年由高效智慧回收機累積回收寶特瓶 2,317 萬瓶、廢電池 520 萬顆，並透過完善物流配送與逆物流系統集中處理，確保回收資源獲得最佳運用。2025 年將持續擴大回收機設置，目標為累積 380 台。