



統一超商

氣候相關財務揭露報告

President Chain Store Corporation
Climate-related Disclosures Report

目錄

讓減碳成為你我生活的日常	03	附錄一 關於本報告書	48
迎向低碳轉型的營運模式	04	附錄二 TCFD 揭露對照表	49



01

由上而下的氣候治理機制

1.1 董事會監管機制與作為	11
1.2 管理階層評估和管理議題機制與作為	14
1.3 氣候相關管理獎酬機制與成果	16

02

氣候風險與機會管理

2.1 風險與機會管理制度	18
2.2 年度重大氣候風險與機會	21

03

朝淨零轉型的零售通路邁進

3.1 氣候調適	26
3.2 能源轉型	30
3.3 產業轉型	36
3.4 生活轉型	39

04

統一超商氣候變遷 相關指標與目標

4.1 氣候相關目標達成情況	45
4.2 氣候相關指標績效	47

讓減碳成爲你我生活的日常

在過去一年中，統一超商見證了全球供應鏈的中斷和通膨壓力對經濟的持續影響，這些挑戰在氣候變遷的背景下顯得更加複雜。全球氣候變化不僅加劇了這些經濟壓力，也對地球造成了更加劇烈的衝擊。這些現象再次凸顯了環境挑戰對食品零售業帶來的深遠影響，提醒我們必須在應對這一時代最大的挑戰和機遇時，展現出更大的韌性和創新。

自 2020 年開始統一超商便依循 TCFD 架構進行氣候變遷議題的管理，以氣候治理來說，統一超商認為積極回應與適應氣候變遷不僅體現對環境的責任，也是確保永續發展的關鍵。因此，我們響應國內外的氣候倡議，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，並宣示支持台灣 2050 年淨零排放目標，並持續強化公司的氣候治理結構，確保氣候行動與公司治理的整合。此外，我們也不斷提升董事會、永續發展委員會和減碳小組在氣候變遷議題上的監督與管理能力。統一超商的氣候治理努力持續得到國際認可，我們連續九年蟬聯公司治理評鑑前 5%，且連續五年入選 DJSI「道瓊永續世界指數」，並在碳揭露計畫 CDP 中連續兩年獲得「A-」領導等級，這些成就證明了我們在氣候變遷治理方面持續取得進步。

面對自身的重大的氣候風險與機會，統一超商提出四大核心行動計劃：產業轉型、能源轉型、生活轉型與氣候調適。在產業轉型策略中，我們推動物流相關企業的低碳運輸、採購低碳原物料，推出如天素地蔬、低碳植米、紙包裝鮮食餐盒等低碳自有商品；能源轉型方面，透過要求廠商提供節能設備以及實施七大門市節能措施和導入再生能源來降低電力使用；在生活轉型策略中，我們積極推動循環經濟，包括永續農場、i 珍食、OPEN iECO 循環杯、高效智慧機台回收 PET 塑膠瓶及回收塑膠 (rPET) 再利用等行動，鼓勵消費者支持循環經濟，同時減少對資源的依賴。最後，在氣候調適策略中，我們著眼於減少極端氣候事件對運營的影響，實施全面氣候風險管理措施，包括建立天氣情報配信系統、設置門市防水設施以及制定緊急應變流程。

2023 年度是我們首次出版氣候變遷財務揭露報告書，未來統一超商將繼續圍繞幸福企業、共好社會與永續地球三大核心，開展各項氣候行動，我們相信唯有透過全面的氣候治理與積極的行動，才能構建一個更加穩健和永續的未來。



統一超商董事長

迎向低碳轉型的營運模式

全球化的時代中，企業經營面臨許多挑戰，氣候變遷就是一個高度複雜且急迫的議題，作為食品零售業，我們的價值鏈會高度受到氣候變遷影響，為此統一超商必須在永續發展與氣候變遷上做出具體的承諾與行動，因此統一超商依循自身永續發展願景，開始進行氣候相關議題的管理，我們自 2020 年開始依循 TCFD 架構進行氣候相關風險與機會的管理，並在 2022 年成為全台首家加入 TCFD Support 的零售通路商，並期望未來於 2050 年達成範疇一和二的淨零排放。

統一超商永續發展與淨零願景

統一超商永續發展願景

矢志成爲最卓越之零售業者，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。

統一超商淨零與減排政策

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，將確實管理溫室氣體排放，並依據盤查結果，推動節能減碳相關計畫。

我們承諾

統一超商於 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。

統一超商能源管理政策

我們在滿足消費者需求的同時，落實節能減碳行動成爲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。

統一超商 2022 年正式簽署支持 TCFD，是台灣首家加入 TCFD support 倡議的零售通路。



TASK FORCE ON
CLIMATE-RELATED
FINANCIAL
DISCLOSURES

統一超商減碳歷程

2013

2019

- 總部及部分門市導入 ISO50001 能源管理系統

2020

- 依循 TCFD，將氣候變遷議題的風險與機會納入公司風險管理架構
- 採用節能標章設備打造全新永續店型（鳳儀門市）
- 制定「門市節能獎勵管理辦法」
- 達成物流關係企業的節能
- 與好盒器合作租借杯計畫
- 推出寶特瓶回收機（長權及興陽門市）

2021

- 定調「永續元年」，將永續策略落實於商品、服務與組織架構
- 正式成立減碳小組

2022

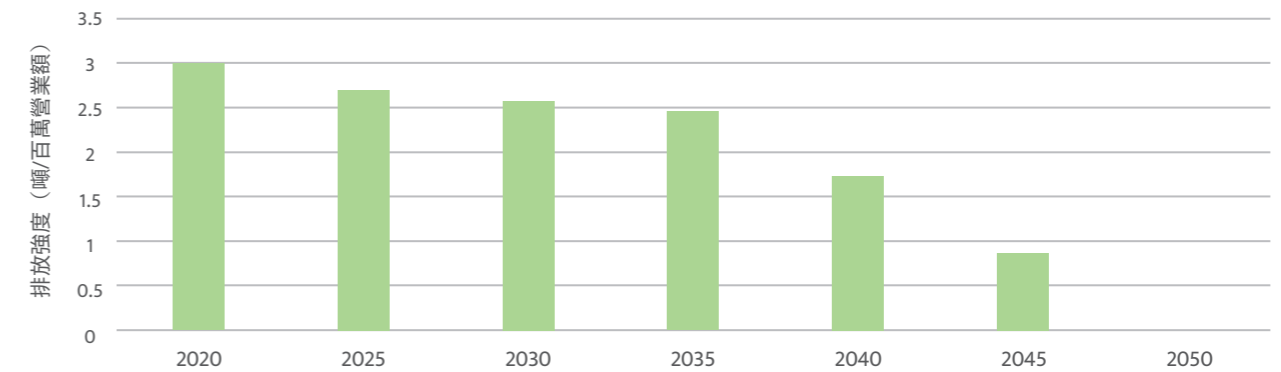
- 承諾 2050 年淨零碳排目標
- 優於零售業率先啟動範疇三溫室氣體盤查
- 臺灣首家加入「TCFD Supporter」倡議的零售通路
- 正式簽署支持 TCFD
- 參與「碳揭露計畫」CDP 榮獲「A-」領導級殊榮
- 首家取得「近零碳建築」標章與「微型碳抵換」ISO14064-2 認證的便利商店
- 設置再生能源裝置（亞萬門市）
- 「OPEN iECO 循環杯租借系統」導入門市數達 500 間
- 門市導入「高效智慧回收機」

2023

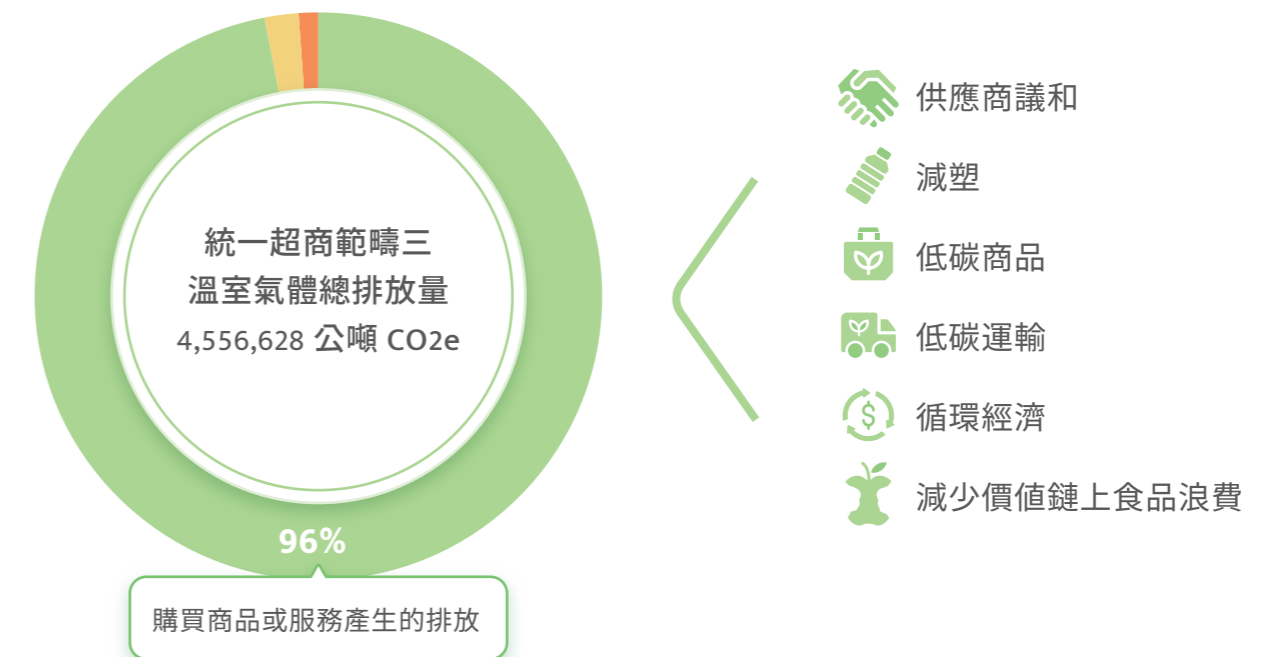
- 第二次參與「碳揭露計畫」CDP 榮獲「A-」領導級殊榮

統一超商淨零路徑圖

範疇一、二淨零路徑圖



範疇三淨零策略



- C1 購買商品或服務產生的排放
- C2 上游運輸和配送產生的排放
- C3 與燃料和能源相關活動的排放（未涵蓋在範疇一或二）
- C4 營運產生的廢棄物的處置與處理的排放
- C5 商務旅行產生的排放
- C6 員工通勤產生的排放
- C7 銷售產品廢棄處理產生的排放

淨零轉型

產業轉型

門市銷售雨林認證咖啡
iseLect 冷藏飲品亦導入 FSC 包裝
前述兩類商品營收達 **151.88** 百萬元

推出首款「低碳植米飯糰」與慣行農法
相比可以節省 **30%** 的灌溉水

-30%

銷售低碳商品如天素地蔬、低碳植米、
紙包裝鮮食餐盒

天素地蔬

要求物流關係企業持續進行節能減碳行動
2023 年合計節能 **4,350GJ**

在地農產品採購數量佔總體 **79%**
在地農產品採購金額佔整體 **67%**

2023 年永續認證原物料
採購金額達 **3,256** 百萬元
認證採購比例達 **15.61%**

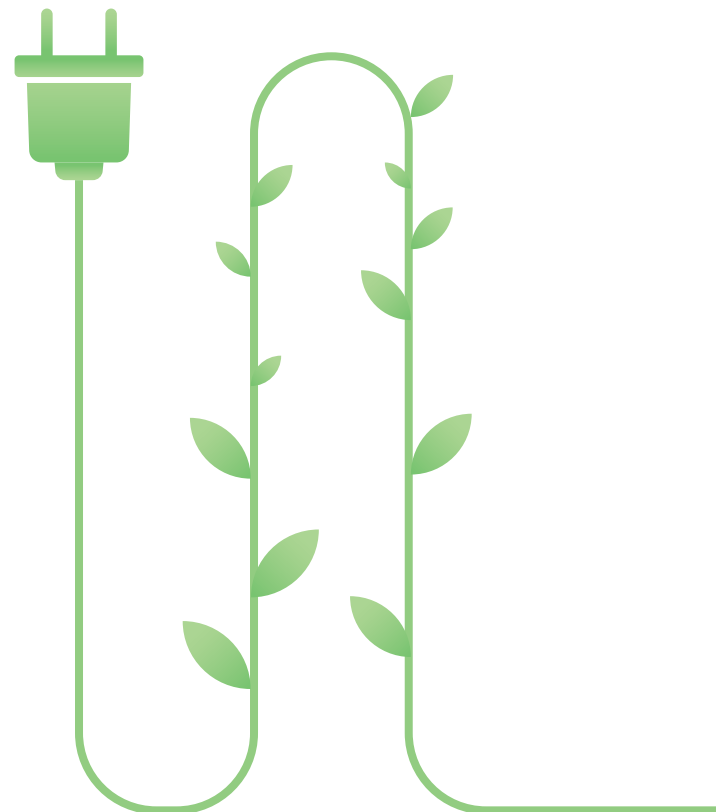
能源轉型

能源管理系統導入
依循能源管理計畫進行能源管理
門市用電密集度較基準年下降 **0.81%**

2023 年亞萬門市再生能源
發電量 **3,000** 度



門市七大節能措施導入
2023 年合計節能量達 **420,257GJ**



生活轉型

建立「OPEN iECO 循環杯租借系統」
已累積減少近 **20** 萬杯
一次性紙杯浪費。



導入「高效智慧回收機」於 **140** 間門市，
累積寶特瓶回收數量達 **791.2** 萬瓶。

投入「永續農場」計畫，將門市咖啡渣轉
化為有機質肥料，種植出高麗菜、玉米等
作物成為輕食便當配菜、回到門市販售。

透過好鄰居同樂會行動攜手農糧署、荒
野保護協會等共同倡議食農教育，2023
年合計舉辦超過 **1.5** 萬場永續好鄰居同
樂會，影響超過 14 萬人次。

透過好鄰居教室打造獨特的生活學堂，
讓小學、幼稚園及安親班等教育機構可
至門市上課，相關永續繪本 DIY 素材在
2023 年超過 **29** 萬人次使用。



氣候調適與減緩

訂有風險緊急應變流程，規範物流配送
送應變調配機制。

投保門市天災產物保險，以降低災損
對財務之影響性。

因應氣候型態變化，動態調整季節性
商品的銷售策略。

訂有「低窪地區門市防水閘門及矮牆
施工規範」並設置「天氣情報配信系
統」即時通知門市天氣、淹水警訊，
以降低門市受到淹水的衝擊。



由上而下的氣候治理

面對氣候變遷帶來的全球性挑戰，統一超商認為積極回應與適應氣候變遷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。基於此概念，我們響應國內外的氣候倡議，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，並宣示支持台灣 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。



1.1 董事會監管機制與作為



永續發展委員會

核心
權責

永續發展委員會統合監管統一超商氣候相關事務，包含風險評估、減碳實績、預算審核、對外之氣候行動與倡議參與，每年召開兩次會議監管與審核氣候相關議題績效



董事會

董事會為公司最高氣候治理的監管單位，督導與指導統一超商氣候議題管理

納入氣候相關議題的監管機制

監管策略設定與預算

負責審核和指導年度預算與主要資本支出，確保資源分配符合公司氣候變遷策略與目標

監督轉型計劃與創新管理

監督和指導氣候轉型計劃的制定與實施，同時審查創新與研發重點，支持氣候相關的技術與解決方案的發展

監督風險管理與情境分析

審查和指導風險管理過程，包括進行氣候相關的情境分析，以確保對未來潛在風險有深入了解和妥善準備

目標監測與績效評估

監督公司氣候相關目標的設定與進展，包括監督和指導員工獎勵機制，確保公司目標與個人績效連結

外部合作與政策參與

監督和指導公共政策參與及價值鏈的合作，推動與氣候變遷相關的策略及行動，以擴大公司在氣候永續方面的影響力

2023年監管重點實績

- 年度永續發展與氣候變遷因應相關的預算及資本支出審核
- 監督統一超商永續藍圖主軸、發展面向
- 監督重大永續績效管理指標達成情況
- 監督統一超商氣候風險與機會鑑別結果
- 監督統一超商氣候轉型計畫執行成果
- 審核與指導員工與高階主管與氣候相關的績效獎勵計畫

統一超商積極響應全球氣候變遷的挑戰，我們將氣候議題的監管作為營運策略的重要一環，致力於實現氣候目標，並推進相關策略與行動計劃。在此過程中，董事會是統一超商決策的核心，也是確保計劃有效性和合理性的關鍵，因此董事會的審核和指導對於每項氣候相關計劃的實施至關重要。

董事會作為氣候相關議題的最高監督機構，每季透過永續發展委員會向董事會報告統一超商整體氣候策略的實施情況，透過履行監管氣候相關策略與預算、監督轉型計劃與創新管理、監督風險管理與情境分析、審查目標與績效評估、審查外部合作與政策參與等五大職責來進行監督

為確保董事會成員具備對於氣候議題的監管能力，我們設定兩項相關的標準，分別是

- 深入理解食品零售業的商業環境和財務狀況，以便正確監督氣候議題的財務影響
- 具有監督或管理氣候治理實務的經驗，以確保對廣泛的公司營運影響有全面的認識。

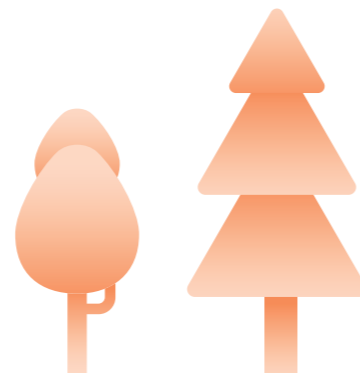
此外董事會成員亦定期參與 ESG 相關課程的培訓，深化董事會成員對於相關議題的認識，以 2023 年為例，董事會成員參與相關訓練，累積時數為 313 小時

2023 年董事會 ESG 訓練課程

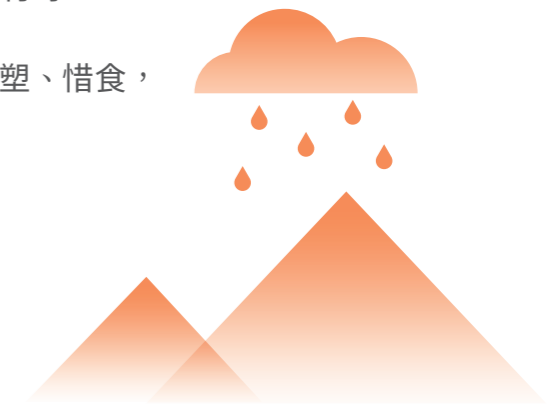
課程類別	課程概述	時數
永續管理	從宏觀的角度來看氣候變遷發展、碳管理趨勢下，環境、社會到治理面的因應策略。	30
公司誠信及治理	公司治理實務，包含未來永續發展藍圖、董監事法令遵循、洗錢防制、誠信經營、投融資法律風險等分析說明。	103
商業趨勢	新興的商業趨勢如綠色貿易大戰、5G 關鍵技術、品牌創造新樣態、人工智慧技術發展等介紹，提供企業做為轉型經營策略可思考的新議題。	180

董事會授權由永續發展委員會監管和審核統一超商永續發展相關任務，由獨立董事和公司高層主管組成，確保從多角度規劃和執行永續策略。由董事作為永續發展委員會主席，領導委員會每年召開兩次會議，以監督和裁示年度永續專案的執行，並定期向董事會報告永續發展的進展。在 2023 年的運作中，永續發展委員會在其年度會議中達成了多項成果，以下表格列舉說明：

永續發展委員會- 確定工作計畫&提報董事會	工作小組具體執行
當年度執行成果	次年度執行計畫
<p>減碳小組 承諾統一超商於 2050 年達成本業營運內範疇一與範疇二的淨零排放目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> TCFD 優化 永續供應鏈管理推動：擴大永續供應鏈管理範疇 氣候變遷 / 減碳範圍納入子公司 四大環境小組專案績效管理追蹤
<p>減塑小組 承諾統一超商自有商品包裝 / 物料於 2030 年前較 2019 年減少 30% 的塑膠用量，並將其中 50% 的使用材質轉換為環保材質</p>	
<p>永續供應鏈管理 供應商管理 / 評鑑辦法依據國際相關行業準則調整</p>	
<p>永續循環經濟 將剩食回收轉製再利用，推出永續農場、毛孩好福企等計畫</p>	
<p>組織調整 整併為風險暨資安管理委員會</p>	



1.2 管理階層評估和管理議題機制與作為



因應氣候變遷議題之發展，2021 年統一超商正式成立減碳小組作為氣候相關議題的專責小組，由永續發展委員會委員擔任執行委員會的總召集人，共計設置藍圖策略、採購與開發低碳產品與服務、導入節能減碳措施與設備、推動物流節能措施等四大執行專案小組，依據各自權責制定相關執行策略、中長期目標與行動方案，並每月召開例會追蹤各項行動計畫執行，其中亦包含執行初步進行重大氣候變遷風險與機會評估再將評估結果送至永續委員會進行全面的討論。

為了提升統一超商全體成員的專業技能，統一超商安排了全面的培訓，內容涵蓋減塑、減碳、循環經濟等，總培訓時數達到 3,575 小時，幫助成員深化對氣候變遷的理解，並在日常工作中有效實施氣候策略。

2023 年統一超商 ESG 訓練課程

課程名稱	受訓對象	時數
減塑數位課程	全體員工 / 加盟主	677
法令宣導： 吸管限塑政策	門市全員	45
門市資源回收 與咖啡渣再利用	門市人員 / 加盟主	167
門市節能減碳措施	門市人員 / 加盟主	785
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	1,701
零售界減碳與永續趨勢	採購單位	200

1.3 氣候相關管理獎酬機制與成果

統一超商公開支持巴黎協定與配合政府 2050 淨零轉型政策，並承諾於 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，而為了提升公司整體減量績效及有效追蹤與獎勵公司年度減碳目標之達成，統一超商制定「氣候變遷相關獎勵制度」，每年依 ISO 14064 溫室氣體盤查結果，當排放強度（營業額 / 溫室氣體排放量噸 CO₂e）較前一年度下降，且符合公司年度減碳目標時，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各部門工作小組。

另外，為了獎勵同仁積極管理門市能源使用，統一超商額外制定「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。

統一超商的門市節能獎勵計劃中，有 2 種獎勵方式。首先，各區工程同仁有責任將其門店的用電量和成本降至最低，每季工程評鑑取前 3 名頒發團體獎金各 1,000 元。其次，若工程同仁成功收回多收電費的退款（由於誤讀電錶），他們將獲得高達總退款金額的 5% 作為獎金。2023 年度門市異常電費追回發放獎金共計 31,755 元。截至 2023 年止，累計門市異常電費追回發放獎金達 49,484 元。

| 氣候風險與機會管理

2.1 風險與機會管理制度

| 風險管理架構

為達成統一超商的永續願景，我們必須建立穩健的管理機制與清晰的藍圖，並和利害關係人持續溝通企業營運可能預見的風險和機會，以維持企業營運及利害關係人的長期永續價值。此外，統一超商營運據點遍布全台各地，影響的價值鏈涵蓋範圍廣，不同價值鏈階段所面對的營運風險也不盡相同，為有效降低各類風險對統一超商營運造成之衝擊，我們更需積極管理。因此，統一超商採取整合性風險管理策略，並自 2020 年起依據氣候相關財務揭露建議書 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 架構進行氣候相關風險評估與管理。

| 氣候相關風險管理程序

STEP 01

風險辨識

- 減碳小組進行氣候變遷風險與機會辨識，檢視直接營運及供應鏈相關的氣候風險與機會議題。

STEP 02

風險分析與衡量

- 減碳小組根據業務的實質性財務指標與策略影響評估指標^(註1)，請內部相關單位透過工作坊評估氣候相關風險與機會議題，並依重大性排序。

STEP 03

風險監管與回應

- 受影響單位針對重大風險與機會議題制定因應策略、指標及目標。
- 根據因應策略的影響程度，呈報予高階管理單位，最高呈報予總經理。

STEP 04

風險報告

- 減碳小組每年將氣候風險與機會評估結果呈報到永續發展委員會進行討論，過去由永續發展委員會召集人呈報給董事會，現階段由秘書長呈報給董事會，作為營運決策參考。



氣候相關風險與機會評估基準設定

根據統一超商營運實際狀況，減碳小組整合實質性財務影響與實質性策略影響^(註1)原則，以「發生可能性」與「衝擊程度」兩大面向進行評估，「發生可能性」以該議題發生於統一超商價值鏈之可能性作為評估基礎，並以五個等級排序高至低；「衝擊程度」則是根據該議題對於統一超商財務、持續營運與管理、聲譽與形象等三個面項綜合評估的影響程度，也同樣以五等級排序高至低，此外，在評估的時間範疇具清楚定義，包括短期(0-3年)、中期(3-5年)和長期(5年及以上)^(註2)；評估衝擊的價值鏈範疇，包含：上游、自身營運、下游。

註 1：

- 實質性財務影響：
 - a. 氣候相關風險：單一風險事件對公司造成新台幣壹百萬以上之財務損失時，定義為有實質性財務影響。
 - b. 氣候相關機會：單一機會事件對公司造成新台幣壹百萬以上之營收變化時，定義為有實質性財務影響。
- 實質性策略影響：
 - a. 風險相關：單一風險事件對門市產生影響導致無法進貨或是人員受到輕微人身傷害以及持續一周的新聞曝光影響公司聲譽定義為有實質策略影響。
 - b. 機會相關：單一事件影響門市營運與銷量增加或單一新聞持續一周內曝光且提升公司聲譽時，定義為有實質策略影響。

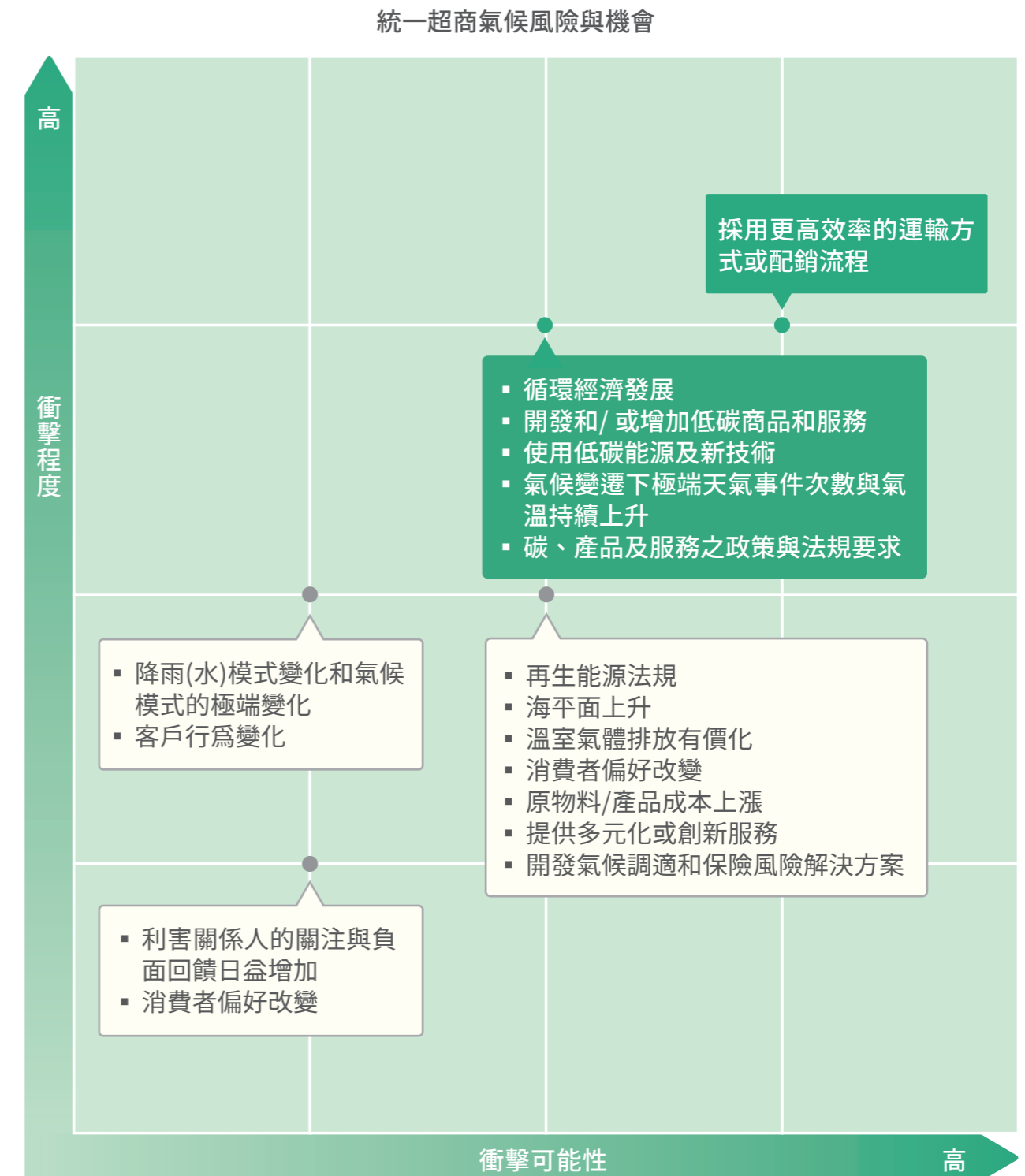
註 2：

- 短期：為從 0 到 3 年（2023 年至 2025 年），其中 2023 年作為基準年。
- 中期：為從 3 到 5 年（2025 年至 2028 年）。
- 長期：根據內部長期發展目標，將 2028 年定義為起始年，並不設定終止年份。

重大氣候風險與機會

根據各相關單位回填之問卷結果進行重大性排序，平均重大性分數落在前70%之項目納入統一超商2023年度重大氣候風險與機會，分析結果顯示三項重大風險為「使用低碳能源及新技術」、「氣候變遷下極端天氣事件次數與氣溫持續上升」、「碳、產品及服務之政策與法規要求」；三項重大機會為「採用更高效率的運輸方式或配銷流程」、「開發和/或增加低碳商品和服務」及「循環經濟導入」。

氣候相關風險與機會矩陣



2.2 年度重大氣候風險與機會因應說明

統一超商重大氣候風險分析結果

風險類別	風險描述	影響時程	價值鏈衝擊	營運及財務影響
轉型風險	<p>使用低碳能源及新技術</p> <p>因應國際淨零趨勢、臺灣氣候變遷因應法及電價調漲等政策法規發展，使企業逐步趨向使用低碳能源。統一超商營業活動以門市用電為主要能源使用，然而低碳能源轉型受限於統一超商業態與營運模式，前期投資可能需耗費大量成本，對於統一超商的營運可能造成潛在的風險</p>	長期	自身營運	<ul style="list-style-type: none"> 統一超商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
轉型風險	<p>碳、產品及服務之政策與法規要求</p> <ul style="list-style-type: none"> 臺灣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，未來統一超商若被納入碳費規範，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臺灣限塑相關法規，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佔比等法規要求，統一超商現階段已經受減塑相關法規衝擊，統一超商已積極採取行動以符合法規要求 	中期	自身營運	<ul style="list-style-type: none"> 若統一超商無法因應法規要求，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
實體風險	<p>氣候變遷下極端天氣事件次數與氣溫持續上升</p> <p>當氣溫持續上升、極端天氣事件如乾旱、水災、風災或土石流等發生次數增加的情況下可能會造成</p> <ul style="list-style-type: none"> 統一超商門市設備損壞 道路中斷進而影響產品運輸和供應中斷等事件發生的機率提高 季節性商品的銷售狀況改變，影響特定季節商品的營收表現 	長期	上游 自身營運 下游	<ul style="list-style-type: none"> 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 氣候變遷造成季節性商品銷售狀況變化，可能影響季節性商品的營收

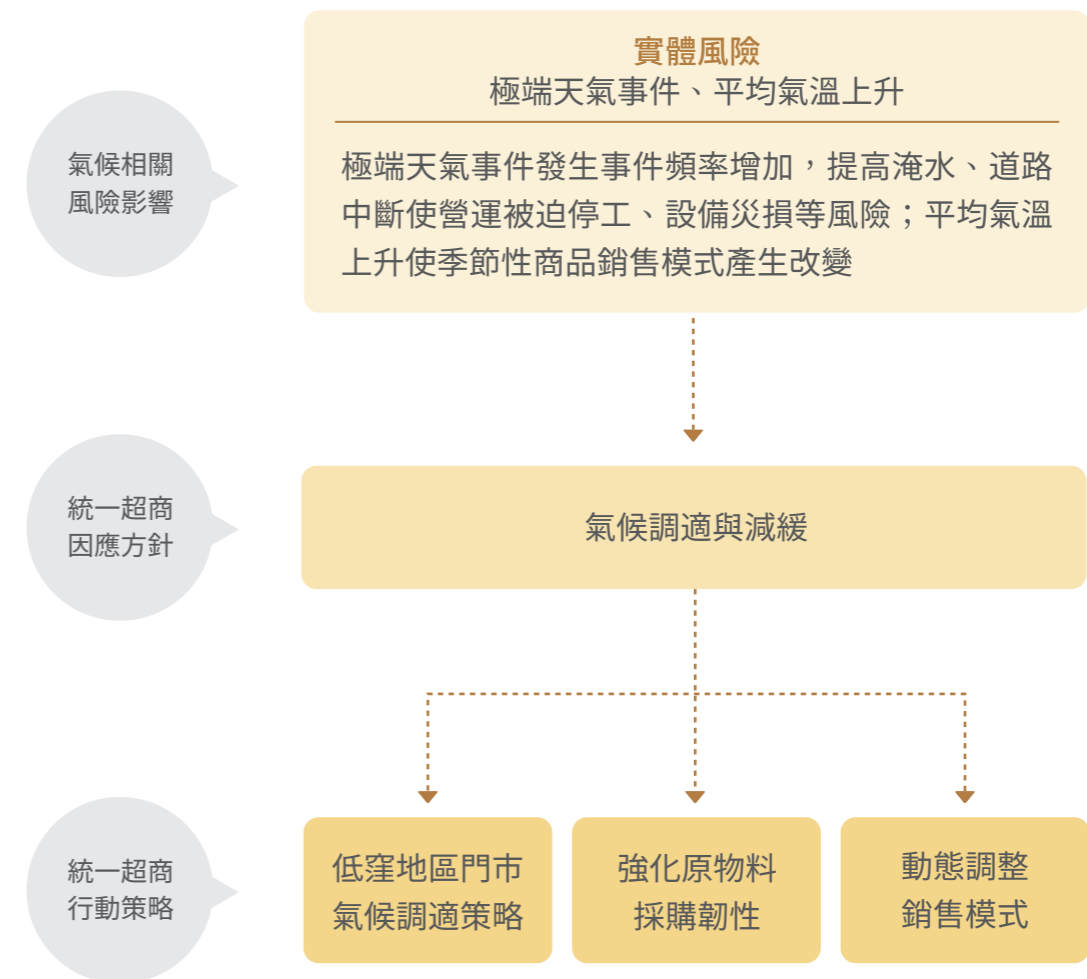
統一超商重大氣候機會分析結果

機會類別	機會描述	影響時程	價值鏈衝擊	營運及財務影響
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	開發和/或增加低碳商品和服務 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，也提升了統一超商開發低碳產品和服務的機會。	短期	自身營運 下游	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>統一超商導入循環經濟行動以降低自身營運對環境的影響，不僅降低營運風險，亦能吸引具永續意識的消費者正面關注，提升品牌形象，帶來嶄新的營運機會</p> <ul style="list-style-type: none"> 導入循環包材以減少統一超商自身營運所產生的一次性包裝使用，如：透過循環杯系統的導入，減少一次性紙杯及杯蓋的使用 以獎勵機制推動資源回收再利用，如：導入高效智慧回收機，鼓勵消費者回收寶特瓶，並藉由獎勵金機制提升消費者消費意願，並同時提升資源循環率 減少或重新利用統一超商營運產生的食品廢棄物，如：i 珍食提供即期鮮食品優惠折扣，提升消費者購買意願；使用門市咖啡渣、鮮食報廢品轉製為有機質肥料投入於作物耕種，或將即期蔬果沙拉製作為毛小孩可食用的凍乾，減少食物浪費 	短期	自身營運	<p>循環杯服務</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>高效智慧回收機</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>i 珍食及永續農場</p> <ul style="list-style-type: none"> 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

朝淨零轉型的零售通路邁進

依據國家發展委員會於 2022 年公布之「台灣 2050 淨零排放路徑及策略」，其中針對「能源、產業、生活及社會」四大面向制定轉型戰略，作為台灣在地零售通路之一，統一超商將關鍵的氣候風險與機會議題以能源轉型、產業轉型、生活轉型、氣候調適與減緩等四大方向做為管理方針，藉以因應與減少各項重大氣候風險與機會所帶來的營運衝擊，期許能成為產業領航，帶領產業共同迎向 2050 淨零排放的未來。

3.1 氣候調適



根據 2024 年國家氣候變遷科學報告，未來侵台颱風的個數可能減少，但強颱比例、平均降雨強度可能會增強，統一超商在全台灣有超過 6,800 家門市，若未來受到如風災、暴雨或洪水等極端天氣影響，可能會導致統一超商門市設備損壞、道路中斷而影響產品運輸和供應中斷等事件的機率提高，以 2009 年的台灣莫拉克風災造成的災損為例，我們共有 187 間門市受到風災影響，合計災損費用達 1,300 萬元以上，部分門市為進行修復，停業長達 2 周。此外，在氣溫上升的情況下，亦可能影響我們的季節性商品銷售，改變我們的營運銷售模式。

實體風險影響

從氣候風險與機會的鑑別結果顯示「極端天氣事件嚴重程度提高與平均氣溫上升」為統一超商所面臨的重大氣候實體風險，對於統一超商的衝擊主要表現在以下兩個方面：

1. 受到極端天氣事件影響如風災、暴雨或洪水，導致統一超商物流運輸中斷、或物流管理不穩定等，影響產品配送進而影響產品銷售；此外，因極端天氣事件造成公共設備毀損引發停電、停水等，除會造成商店無法營運外，亦可能造成食品製造工廠、食品包裝工廠無法正常運作，而無足夠產品銷售影響營收。
2. 根據《國家氣候變遷科學報告 2024：現象、衝擊與調適》報告指出，若未來無法有效控制增溫，夏季天數將達近七個月，隨著夏季趨長、冬季趨短，也會影響我們的季節性商品銷售，使夏季商品銷量增加、秋冬季商品銷量下降；而溫度持續上升也會使空調 / 冰箱耗能需求增加，導致營業成本（電費）上升。

情境分析與量化過程

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

情境假設	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 依據 IPCC AR6 評估世紀中維持與現況 1°C 相同 ▪ 依據 IPCC AR6 評估世紀中升溫 2°C ▪ 依據 IPCC AR6 評估世紀中升溫 4°C
使用參數	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 三個情境下之全台灣各區域淹水風險等級
分析結果	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 了解全台超商門市在不同氣候情境下於本世紀中（2050 年）可能受到淹水風險的門市比例與潛在財務衝擊

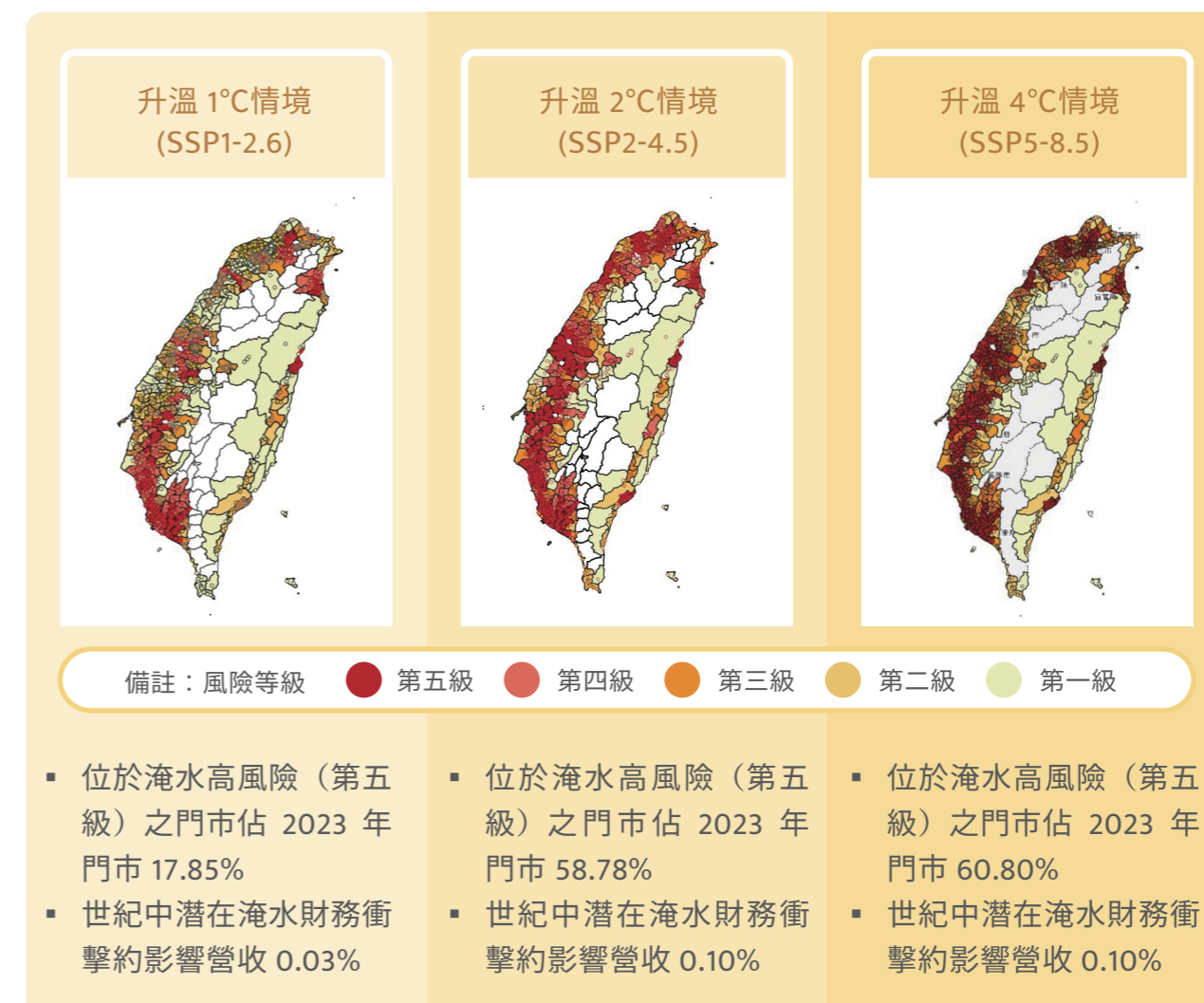
平均氣溫上升影響季節性商品銷量

情境假設	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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
使用參數	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2030 年夏季與冬季預估日數
分析結果	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 了解未來升溫情境下，季節性商品銷售變化對統一超商帶來的影響

分析結果

因豪雨災害使門市設備及產品毀損

我們以聯合國政府間氣候變化專門委員會的第六次評估報告 1°C¹、2°C² 以及 4°C³ 的氣候變遷情境，針對全台統一超商門市在 2050 年可能會受到淹水風險的影響以及門市設備災損情形進行評估。



1. 現今大約增溫接近 1°C 的情況，故以 +1°C 情境視為現況基期
2. 2°C 情境：指未來 20~40 年內多數排放情境（中度排放以上）皆會升溫 2°C，全球暖化 2°C 可能發生的時期在 2041~2060 年
3. 4°C 情境：指各國氣候政策與溫室氣體減量失敗，減碳失敗則全球暖化程度升溫至 4°C，可能發生的時期在 2081~2100 年

因平均氣溫上升影響季節性銷售商品銷量

2024 國家氣候變遷科學研究報告指出，在 SSP5-8.5 情境下，到了 21 世紀末，臺灣夏季將長達近 7 個月。若依據當前統一超商的銷售策略，我們於季節性商品如：冷藏飲品、沙拉、關東煮等銷售狀況將有所改變，經內部銷售預測，2030 年夏季商品銷售額相較 2023 年將成長 1.40%。然而隨著平均氣溫上升與夏季天數增加，門市設備的安排亦為潛在的管理成本投入，依據未來的展店情況與門市設備調整，我們預計至 2030 年將投入約 159 百萬元於相關硬體設備的採購。

I 因應方針-氣候變遷調適

為因應極端天氣事件頻率增加所帶來的財務衝擊，統一超商以氣候變遷調適與減緩策略進行回應，包含以下主要行動方案：低窪地區門市氣候調適策略、動態調整銷售模式、強化原物料採購韌性。

■ 行動策略 - 低窪地區門市調適

統一超商為了降低門市受到淹水風險的衝擊影響，訂有「低窪地區門市防水閘門及矮牆施工規範」並設置「天氣情報配信」系統，即時通知門市天氣、淹水警訊，以降低門市受到淹水的衝擊。此外，為同步降低門市因淹水所造成之損失，統一超商訂有風險緊急應變流程，規範物流配送應變調配機制，亦每年導入防洪設備與災損保險以因應淹水風險，我們以 2023 年的設備與保險成本為基礎，推估未來於 2050 年升溫 2 度情境下相關管理成本約佔該年度的營收 4%。



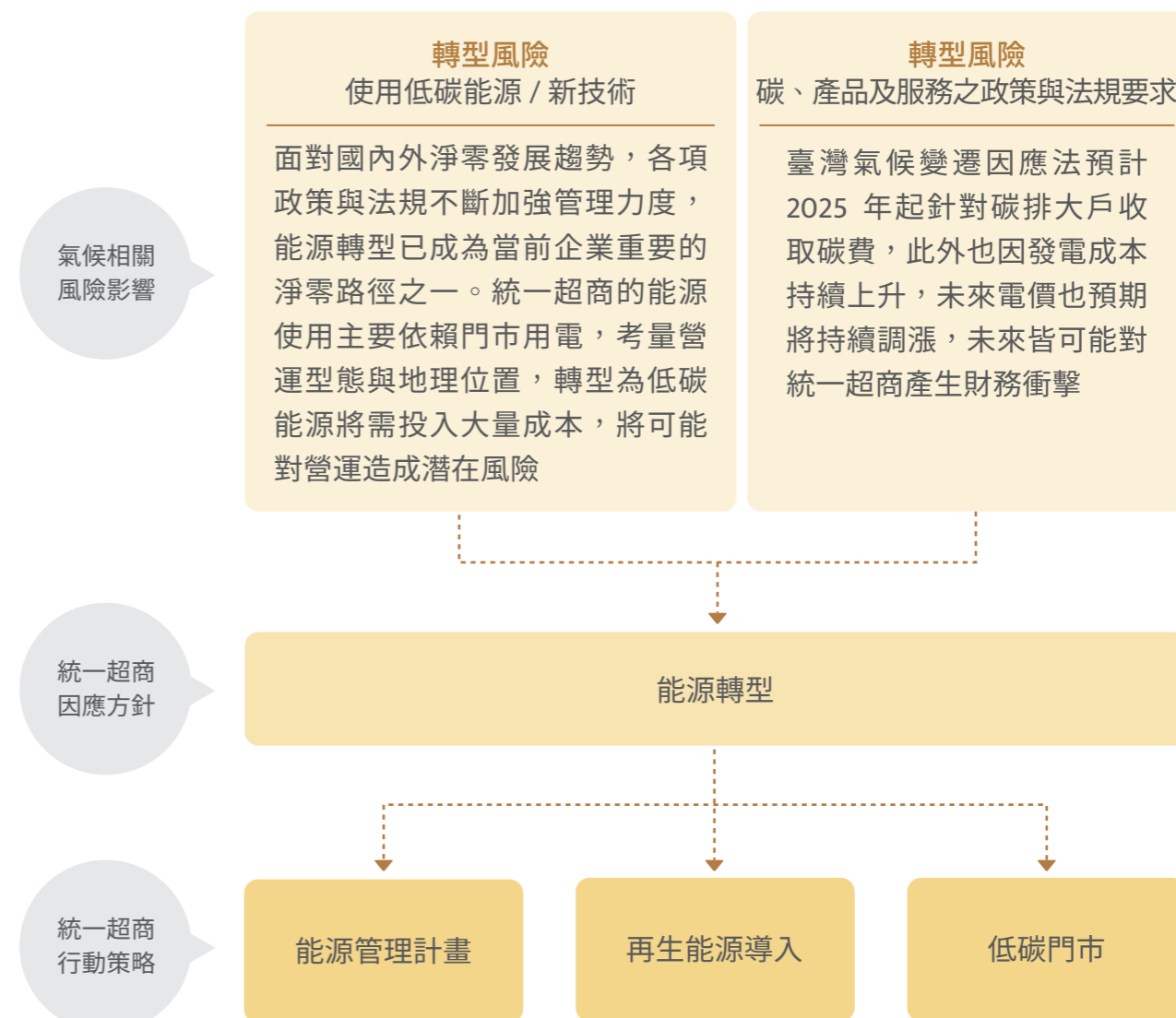
■ 行動策略 - 動態調整銷售模式

依據前述評估結果顯示，未來季節性商品銷售會因氣溫上升而有所變化，因此我們須提早規劃季節性商品的銷售策略，比如調整季節性商品銷售日期、增加特定商品的促銷活動等，以降低氣溫上升對商品銷售額帶來的衝擊，此外為因應未來潛在的氣溫變化，亦需提前於門市配置足夠的冷藏冷凍設備，但其可能會提升門市的電費開支，增加門市的溫室氣體排放。

■ 行動策略 - 強化原物料採購韌性

針對氣候變化可能導致原物料供應不穩定的情形，我們訂有「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」、「原物料供應商及原物料管理辦法」，大宗物料採購皆以年度採購與廠商溝通，每月依照外部狀況檢視廠商之庫存合理性，確保供應穩定，此外，針對重要原物料及商品皆有建立備援供應商，以備受到緊急狀態而導致商品或原物料供應中斷。

3.2 能源轉型



在全球淨零排放的浪潮下，各國不斷推出各項碳管理法規，使得減碳與碳排有價化成為全球企業的重點關注議題，以統一超商的營運活動而言，門市用電為主要造成碳排的來源，面對碳議題及能源政策的發展，統一超商進一步針對低碳能源轉型以及相關法規的發展進行財務影響評估，藉以了解未來相關政策與因應策略所帶來之營運影響。

I 轉型風險影響

從氣候風險與機會的鑑別結果顯示「使用低碳能源與新技術」，以及「碳、產品及服務之政策與法規要求」這兩項轉型風險是統一超商重大的氣候轉型風險。對於統一超商的衝擊主要表現在兩個方面：

1. 隨著氣候變遷因應法修法通過，台灣預計於 2025 年針對碳排大戶收取碳費，雖然現階段尚未涵蓋統一超商所屬的住商部門，但未來若統一超商被納入碳費規範，考慮到營運持續擴張，該政策推行後可能會對未來的營業費用產生影響。

2. 在碳有價化政策的持續推動以及未來電價調升的趨勢下，導入低碳能源與高效節能技術是企業非做不可的投資，然而身為食品零售業，統一超商在臺灣營運超過 6,800 家門市，若要開展低碳能源與技術的導入需要大量的資本投資，亦會對財務產生顯著的影響。

為了有效應對這些風險，我們將進行深入的分析，統一超商將根據未來台灣電價趨勢、碳費政策的發展以及低碳技術的導入計畫，評估具體的財務衝擊。

■ 情境分析與量化過程

情境假設	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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
使用參數	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 在 2050 年達成淨零情境下，2030 年碳費費率為 3,075 新台幣元 /tCO₂e ▪ 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 /tCO₂e
分析結果	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 了解未來碳費對於統一超商的具體衝擊，以及所需付出的管理成本

情境假設	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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
使用參數	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 依據 2016 至 2023 年的電價漲幅迴歸預估 2030 年電價為 3.57 元
分析結果	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 了解未來電價上漲，對於超商財務的衝擊，同時評估導入節能設備帶來的節電效益與相關的管理成本

■ 分析結果

碳費政策影響

我們依據環境部委外研究報告 Carbon pricing options for Taiwan (2020) 之 2050 淨零情境以及國家自訂減量貢獻 (Nationally Determined Contributions, NDCs) 情境下的碳費費率來計算 2030 年費政策對統一超商的影響，結果顯示碳費對於統一超商的財務衝擊約佔當年度營收的 0.14%-0.61%。

電費調漲影響

根據 2016 年至 2024 年電價漲幅預估 2030 年電價漲幅趨勢，以及統一超商於 2030 年台灣營運據點成長率的預估結果，我們預估至 2030 年整體電費預期較 2023 年增加 48.36%。

■ 因應方針-能源轉型

為因應碳費與電價上漲帶來的財務衝擊，統一超商以能源轉型方針進行回應，我們的能源轉型方針下有三項主要的行動策略，分別為能源管理系統、低碳與再生能源導入、推動低碳門市，以下分別說明各項行動策略的成本與年度績效。

■ 行動策略 - 能源管理系統

統一超商依循國際標準 ISO 50001 能源管理系統訂定能源管理政策與程序，目前總部大樓及兩家門市的能源管理系統獲得外部的 ISO 50001 能源管理系統認證，其他據點也依此標準進行能源管理，以確保我們的能源管理符合 ISO 管理系統要求。



統一超商每年度投入約 1,241 萬元的人力資源在能源管理上，我們依循六大能源管理措施進行節能行動，以 2023 年為例，本年度我們的節能目標為門市 EUI 值須較前一年度減少 0.5%，再透過下表的各項行動執行後，成功超額達成本年度設定的 EUI 減量目標。

能源管理計畫	2023年管理行動
執行能源審查	統一超商每季追蹤門市用電量，並設定每年門市 EUI 值目標，透過此方式對於具有節能潛力或用電異常的門市進行能源使用的審查，進一步提高能源使用效率。
設定節能目標	門市用電密集度 (EUI) 值相較前一年減少占比 0.5%，2023 年績效 EUI 值下降 0.81%
節能設備研發創新與節能行動	針對新設門市及既有門市設定能源管理要求，並導入七大節能設計 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 ▪ 使用 LED 燈具 ▪ 室內照明管理
評估節能行動進展	2023 年統一超商門市透過節能專案成功節省 116,738,105 度電，相當於減少了間接排放 57,669 公噸 CO ₂ e。
導入低碳能源	統一超商已於 2022 年於亞萬門市導入太陽能發電系統，並於 2023 年起正式發電，統一超商於亞萬門市使用再生能源電力，共計 3,000 度。
員工節能意識培訓	針對門市人員及門市加盟主進行「門市節能減碳措施」溝通，2023 年累積達 785 人時。

▪ 行動策略 - 再生能源導入

為了回應國際減碳要求並降低對傳統電力的依賴，未來勢必要逐步提高再生能源的使用比例。然而，由於產業特殊性，我們多數門市並非自有房舍，而是租賃店面，且門市位置可能受到鄰近建築遮蔽，種種因素都限制我們自行在營運據點裝設太陽能設備的計劃。

此外，依據再生能源導入之財務評估顯示，若統一超商需在 2030 年達到 10% 能源來自綠電的目標，需投入至少 97,321.58kw 的太陽能裝置容量，預期會對財務造成影響。

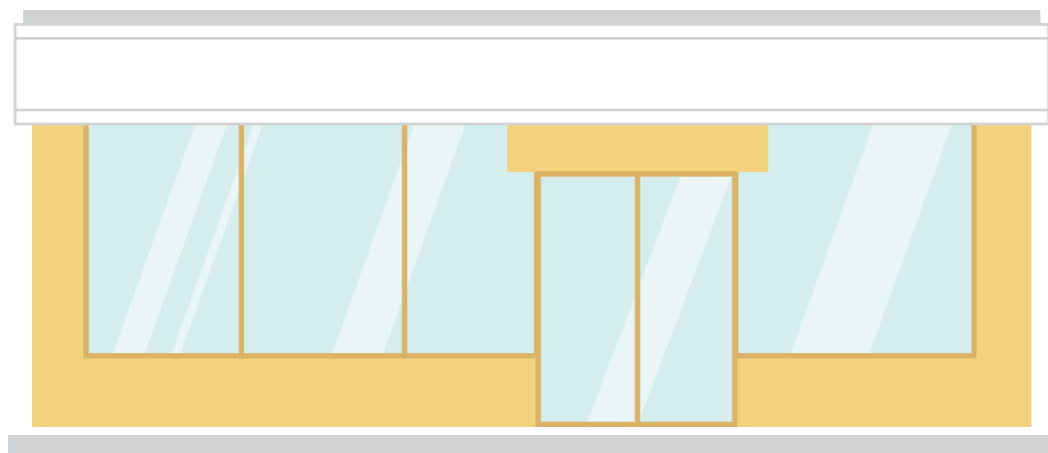
雖然面臨前述困境，但我們仍積極迎向挑戰，目前，統一超商在再生能源導入策略上朝兩個大方向進行規劃：

- 1. 結合集團力量共同發展綠電：**我們將憑藉統一集團在再生能源發展方面的資源，初步從營運總部購置綠電進行規劃。未來將考量集團再生能源資源的運用方向，逐步擴大再生能源採購的比例，目前規劃於 2025 年將購買 400,000kWh 的綠電。
- 2. 累積與深化門市綠電導入經驗：**我們透過試點計畫在門市中導入太陽能發電，以累積自建再生能源發電設備與應用的經驗。目前，統一超商已在亞萬門市導入太陽能發電設備，2023 年合計發電量為 3,000 度。未來將以亞萬門市的經驗出發，進一步規劃最適化的門市太陽能導入策略。



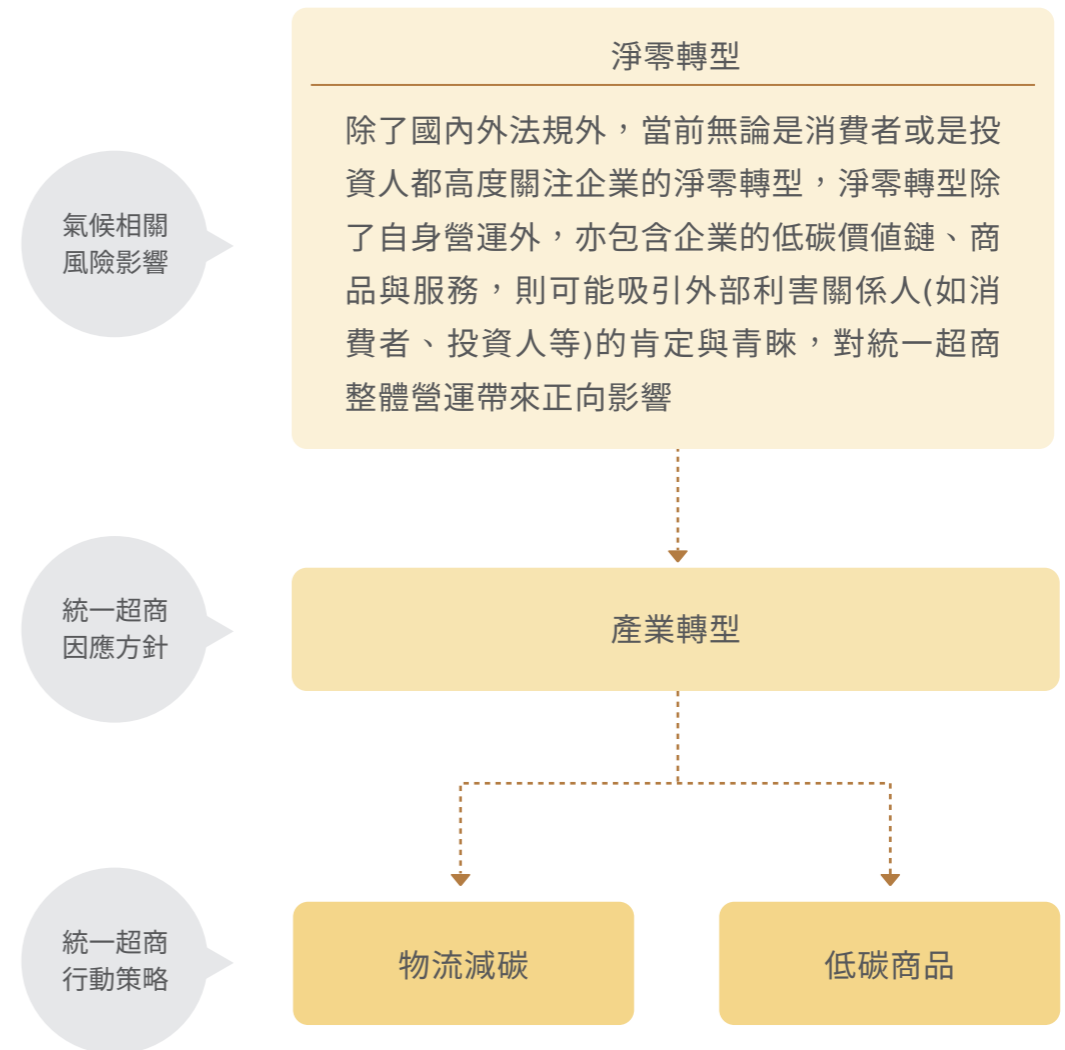
▪ 行動策略 - 低碳門市推動

統一超商的能源使用以門市電力使用為主，低碳門市策略的推動，能有效提升門市的電力使用效率，降低溫室氣體排放，讓我們更有餘裕面對電價上漲與碳費政策對營運所帶來的衝擊。在低碳門市設備的導入，我們設計了七項門市節能設計，分別是建築隔熱、招牌節能、燈具減量、減少開窗面積、採用變頻系統及 LED 燈具、室內照明管理等，這些節能設計皆會被應用於新開設的門市上，然而既有門市則會視門市需求應用前述的節能設計，進一步提升既有門市的能源效率。



每年度統一超商皆會針對七大節能設計盤點節能與減碳績效，2023 年統一超商透過門市節能帶來的環境效益，共節省了 116,738,105 度電，相當於減少了 57,669 公噸的 CO₂e 排放。詳細門市節能減碳細節資訊請參考「2023 年永續報告書-4.3 氣候變遷減緩與調適」章節資訊

3.3 產業轉型



氣候變遷影響下的產業機會

隨著氣候緊急狀態的不斷提升，企業的淨零轉型受到利害關係人的高度關注。在食品零售產業中，投資人和消費者尤為關心我們的淨零轉型行動。統一超商識別出以下兩個關鍵機會。

- 1. 物流運輸效率提升：**依據環境部公告之《第二期（110 年至 114 年）溫室氣體減量推動方案》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。對於統一超商來說，全台眾多門市使得物流運輸成為營運重要的一環。我們透過健全的物流管理體系要求旗下物流公司進行低碳轉型，推動包含導入環保車輛、施行高效配銷流程、物流中心減碳措施導入等。其中 2024 年至 2026 年預計推行之各項行動策略，預期可節省的營運成本約佔各年度營收的 0.05%，顯示物流低碳轉型不僅能提升物流運輸效率，亦能節省物流成本，更同時帶來降低範疇三物流運輸的減排效益。

行動策略 - 新型環保期數的物流車輛導入

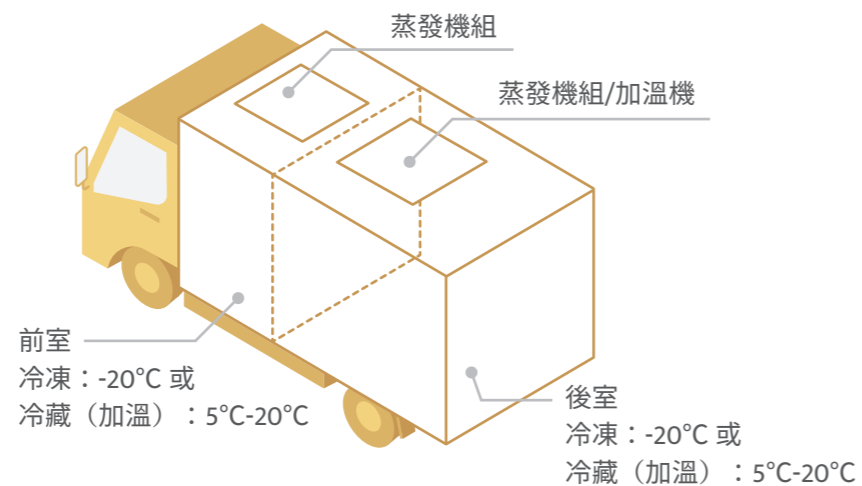
為了減少運輸所造成的碳排放，統一超商的物流關係公司預計於 2024-2026 年陸續汰舊 213 輛四期的物流車，並採購 229 輛六期物流車，其中包含低溫、常溫，以及不同車體大小的物流車，以符合統一超商門市物流運輸所需，每年的投入成本平均佔該年度統一超商營收比例為 0.11%，每年預期至少可節省 287,629 公升的柴油使用。

行動策略 - 冷凍冷藏共配措施

自 2021 年起統一超商的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，我們在 2024 年至 2026 年預計投入 240,500,000 元，執行冷凍冷藏共配措施，並預期冷凍冷藏共配措施將可帶來以下效益。

整合物流路線並調整物流車輛設備，平均每年可節省：

- 454,409 公升柴油使用量
- 1,202 公噸 CO₂e
- 1,470 萬元運輸成本



行動策略 - 配銷自動化

在物流中心的內部作業環境及設備上，我們投入約每年營收的 0.92% 的金額在導入配銷自動化設備上，相關的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銷的人事成本外，亦減輕人員揀貨的工作負擔。

行動策略 - 物流中心節能減碳措施

物流中心減碳亦是低碳物流中重要的環節，2023 年我們的物流關係企業針對既有的物流中心導入減碳措施，合計節能 1,360,675kWh，並減少 672 公噸 CO₂e 排放，詳細物流節能措施細節請參考 2023 年永續報告書 -4.3 氣候變遷減緩與調適。

2. 低碳商品研發：面對消費者永續消費的意識抬頭，提供低碳商品是產業轉型的重要推動方向，統一超商致力於從原料來源、生產過程到最終包裝的每個環節降低對環境的影響。為此我們將「使用永續原料」、「節能生產過程」及「環保包裝選擇」的商品視為低碳商品的管理範疇，積極發展自有品牌的低碳商品。其中統一超商在 2023 年投入約 740 萬元，進行自有品牌品項之低碳商品開發，分別為天素地蔬系列商品、低碳植米飯糰、紙包裝鮮食餐盒。

行動策略 - 天素地蔬系列商品

天素地蔬系列商品為統一超商素蔬食品牌，提供 13 條素蔬食標章（如全素、奶素、五辛蛋奶蔬），主打「聯名綠色餐飲」、「擴大販售據點」、「優生素蔬食標示」，向消費者強調低碳飲食、提倡以植物為主的飲食，至 2023 年已經達成天素地蔬 130 間複合店的里程碑，未來我們將持續擴長天素地蔬的品牌影響力。



行動策略 - 低碳植米飯糰

以採用永續原料為出發點，統一超商在 2023 年 4 月推出低碳植米飯糰，將低碳植米商業化應用。「低碳植米」是與農糧署、屏東科技大學及米商供應商合作，利用系統化大數據庫分析，以益生菌加有機質肥料於水稻灌溉，活化農田生態系的永續環境農法；同時添加益生菌促進土壤內微生物多樣性，達到省水、省肥、減藥、降碳排的效果。詳細低碳植米飯糰資訊可參考 2023 年永續報告書 - 永續專欄。

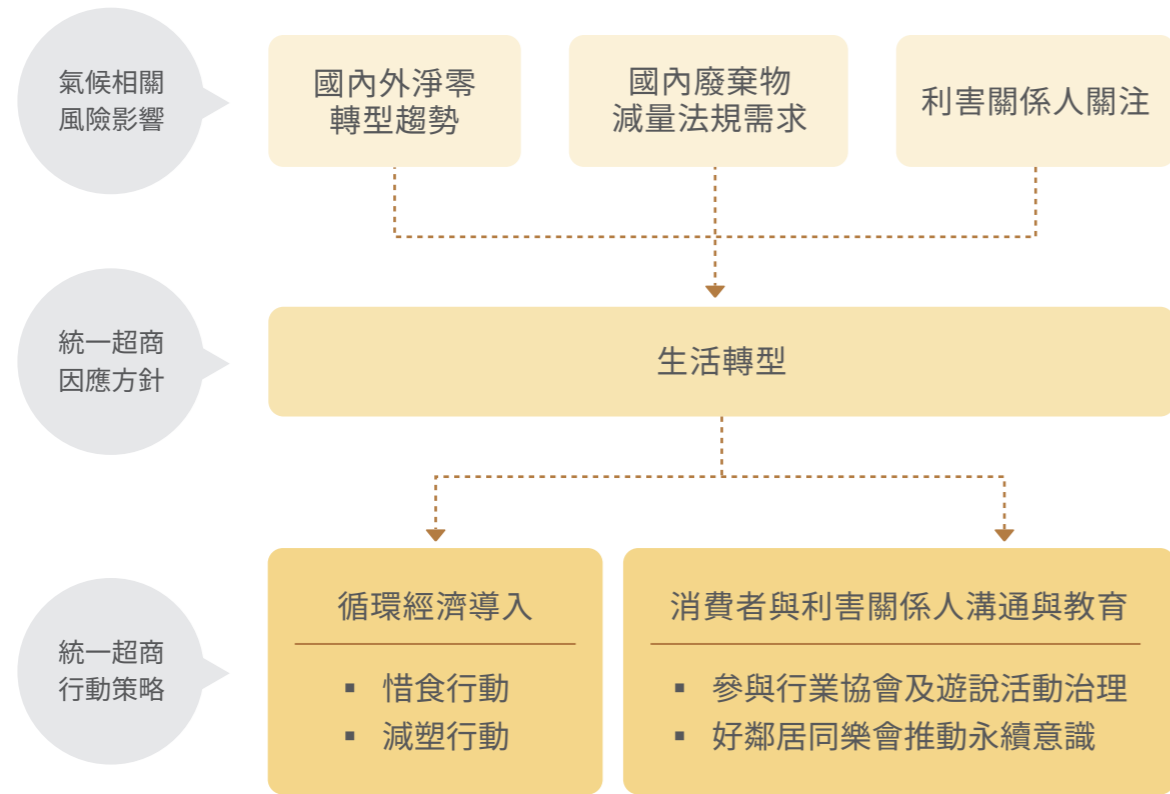


行動策略 - 紙包裝鮮食餐盒

除了低碳植米飯糰、天素地蔬系列商品外，統一超商亦推出以環保紙材取代傳統塑料包裝的鮮食餐盒，大幅減少塑料廢棄物對環境的污染，同時，紙包裝的可回收性也有助降低固體廢棄物處理過程中的碳排放。

根據統一超商於此三大品項的歷史銷售狀況進行內部銷售預測，2030 年相關低碳商品營收預期將較 2023 年上升 5.68%，未來統一超商將持續開發與擴大低碳商品的品項與類型，期許我們與消費者共同為環境帶來正向的影響力。

3.4 生活轉型



生活轉型是統一超商在氣候轉型上重要的方針，統一超商作為與社會大眾緊密連結的生活夥伴，我們期待自身能發揮影響力，攜手社會大眾共同打造淨零轉型的社會。為此，我們引入循環經濟的營運模式概念，以及強化與消費者溝通教育等兩大分針，強化自身於氣候變遷議題下的產業領航能力。

1. 建立循環經濟的營運模式：循環經濟的導入，除了因應國際及臺灣法規趨勢之外，我們也觀察到有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，依循循環經濟的原則，統一超商投入創新的服務及商業模式，針對減塑及減少剩食等議題，發展多項行動策略，期望能藉此減少營運過程中對環境的負面影響，亦同時提升利害關係人對品牌的正面關注，為統一超商帶來新的商業機會。詳細減塑與減少剩食作為，可參考 2023 年永續報告書 - 永續專欄。

▪ 行動策略 - 惜食行動

統一超商自 2020 年起推動「i 珍食專案」，每年投入約 255 萬元的專案維運成本，藉由提供即期鮮食優惠折扣，改善供需，兼顧珍惜食物、降低環境負擔的永續理念，推出「賞味期限前 8 小時享 65 折優惠」，原先預計報廢的鮮食商品透過折扣優惠吸引消費者購買，不僅可減少剩食的清運處理成本，降低剩食對於環境的負面衝擊，也同時帶來提升營收的效果。

▪ 行動策略 - 減塑行動

面對國際及臺灣於減塑相關的管理趨勢，統一超商於 2022 年起陸續整合集團資源，每年投入約 44.19 百萬元的專案維運成本^(註)，推出 OPEN iECO 循環杯服務、高效智慧回收機以及 rPET 包材鮮食商品等行動，這些行動不僅減少一次性塑膠及紙杯的使用，更利用回饋獎勵金的作法，促使消費者回流至統一超商門市消費，亦吸引具有永續消費意識的消費者進行消費，我們預估具有提升營收並減少營運成本的潛在效益。

綜觀前述這些計畫不僅在減少資源浪費、促進資源再利用方面發揮影響力，更透過多元的合作模式與社會參與，打造永續共好生態系，協助消費者邁向低碳生活。根據前述推行專案的成本效益評估，我們預估 2030 年可為統一超商帶來的營收占當年預估營收 6.60%。

註：專案維運成本之統計範圍以統一超商股份有限公司所需支付的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

2. 消費者與利害關係人溝通與教育：在巴黎協定的框架下，各國承諾將全球氣溫升幅控制在 2°C 以內，並力求將升溫限制在 1.5°C 以內。透過與消費者和利害關係人的溝通與教育，我們可以有效地進行對話，促進公眾對氣候變遷的認識，同時展示統一超商在氣候變遷減緩與調適方面的努力，從而提升品牌形象，強化企業競爭力。此外，我們積極與政府單位和 NGO 等利害關係人進行對話與交流，推動統一超商朝向永續發展，為我們帶來長期的競爭優勢與社會認可。這些溝通與合作不僅能夠提升公眾的環保意識，還能增強統一超商在氣候行動中的領導地位。

▪ 行動策略 - 參與行業協會及遊說活動治理

統一超商承諾將氣候變遷轉型風險納入管理，且在氣候方面的所有遊說活動均應符合《巴黎協定》(Paris Agreement) 以及將全球氣溫上升幅度控制在與工業化前相比最多 1.5°C 以內的目標。此項承諾的範圍適用於統一超商及其子公司，以及所有營運管轄區。

為確保各地區的直接和間接氣候變遷遊說符合《巴黎協定》目標，針對目前已加入或參與之行業協會及遊說活動所執行的公共政策，每年進行審查，若政策涉及氣候變遷議題，公司及子公司應判斷該政策是否違反《巴黎協定》，如違反上述規定公司會在六個月內與相關的公共政策規劃單位或參與的行業協會進行溝通溝通結果來決定是否持續參與行業協會（包含撤回財務支援、暫停或終止會員資格等措施）。

此外在參與行業協會及遊說活動時應遵守相關法規，並解釋參與行業協會及遊說活動之原因，依本公司及其子公司內部規定進行簽署或評估程序，最終提報給總經理或以上職位並獲得批准後再參與相關的行業協會及遊說活動，並於每年度公開揭露參與之行業協會及遊說活動的結果。下述為近年的參與行業協會及遊說活動實績：

單位	直接參與響應/ 行業協會參與	討論議題
經濟部	直接參與響應	「微型抵換」 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。
內政部	直接參與響應	「門市耗能分級」 統一超商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。
環境部	直接參與響應	「減塑」 參與環境部離島環保減塑專案討論，實踐蘭嶼 7-11 在地包裝減量計畫之具體作法。
環境部	直接參與響應	「減塑」 參加環境部訂定的「循環（外借）杯良好服務指引」，同時提供響應者自備飲料杯加碼折扣金。
荒野保護協會	行業協會參與	「減碳」 1. 攜手荒野保護協會參與「Earth Hour 地球一小時」世界關燈日活動，於 3 月 26 日（六）20:30 ~ 21:30 超過 6,300 間 7-ELEVEN 門市關閉招牌燈一小時。 2. 2023 年與荒野保護協會合作 推出《我的蔬果好朋友，開 FUN 啦！》手掌繪本和《動物餐廳開飯啦！》DIY 點餐遊戲素材，共同倡議低碳飲食與建立良好的惜食習慣，於 7-ELEVEN 門市舉辦超過 2,400 場暑期永續同樂會。

行動策略 - 好鄰居同樂會推動永續意識

統一超商整合價值鏈中的門市人員、消費者以及外部合作單位（財團法人統一超商好鄰居文教基金會），共同舉辦與參與好鄰居同樂會活動。統一超商結合通路品牌 7-ELEVEN 及財團法人統一超商好鄰居文教基金會，以「好鄰居同樂會」活動來推廣減碳、減塑、惜食等知識，達到與消費者溝通統一超商之永續理念。

2023 年攜手農糧署、荒野保護協會等共同倡議食農教育、環境友善教育，在全台各地門市舉辦主題同樂會，推出《吃出綠食力》、《安心農場 Eat 起郊遊趣》、《我的蔬果好朋友，開 FUN 啦！》等主題繪本、DIY 素材，透過簡單易理解的內容，讓大小朋友認識在地好食材、友善土地與動物、減碳生活等，從日常深根永續教育，共舉辦超過 1.5 萬場永續好鄰居同樂會，影響超過 14 萬人次。詳細永續好鄰居同樂會資訊，請參考 2023 年永續報告書 -6.7 教育品質章節。







統一超商氣候變遷 相關指標與目標



4.1 氣候相關目標達成情況

為達成統一超商氣候轉型之願景，我們針對重大氣候相關主題包含：氣候變遷、廢棄物、剩食及包裝包材等多個溫室氣體排放範疇面向，以 2019 年為基準年，提出短期、中期及長期之量化目標，該目標也會落實到各工作小組及相關部門年度細項目標，我們也持續追蹤每一年的績效與目標達成情況，定期審視氣候相關目標達成情況。

↗ 超過目標 ✓ 達成目標 - 未達目標

氣候重大主題	管理項目	中長期目標	2024年目標	2023年目標	2023年績效	2023年達成情形
 氣候變遷	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 ^(註1)	持續維持1%	1%	1%	5.83%	↗
	門市用電密集度 (EUI) 值相較前一年減少占比	持續維持 0.5%	0.5%	0.5%	0.81%	↗
	每年取得 ISO14064-1 溫室氣體查證聲明書 ^(註1)	取得 ISO14064-1 溫室氣體查證聲明書	取得 ISO14064-1 溫室氣體查證聲明書	取得 ISO14064-1 溫室氣體查證聲明書	已取得	✓
	每年通過 ISO50001 能源管理系統驗證 ^(註1)	通過 ISO50001 能源管理系統驗證	通過 ISO50001 能源管理系統驗證	通過 ISO50001 能源管理系統驗證	已通過	✓
 廢棄物管理	每家門市廢棄物清運量減量占比 (基準 2019 年)	2028年45%	38%	35%	29.81% ^(註2)	-
 剩食管理	門市端及工廠端之剩食（報廢）產生重量 (基準 2019 年)	2030 年 11,605 噸	11,353 噸	11,822 噸	12,248.40 噸 ^(註3)	-
	門市端及工廠端增加再利用重量	2030 年 7,144 噸	5,686 噸	5,853 噸	8,687.50 噸	↗
	年度門市端及工廠端剩食廢棄量與減量比例 (基準 2019 年)	2030 年 4,461 公噸，較基準年減少 50%	5,667 噸，較基準年減少 36.5%	5,969 噸，較基準年減少 33.1%	3,560.90 噸，較基準年減少 60.1% ^(註4)	↗
 包裝包材管理	一次性塑膠占比	2028 年 10%，全面淘汰購物用塑膠袋、塑膠吸管；2050 年完全淘汰	20%	20%	22.47% ^(註5)	-
	自帶杯占比	2025 年 20%；2030 年 30%；2050 年 50%	19%	15%	18.9%	↗
	循環租用杯導入門市家數	2025 年 4,000 店	2,300	1,000	1,042	↗

註 1：減碳績效與高階主管獎酬連結，包含總經理與高階主管

註 2：廢棄物減量目標未達標，相關說明請詳見 2023 永續報告書 4.4 剩食與廢棄物管理章節

註 3：年度報廢產生總重隨店數、鮮食成長而增加

註 4：門市廚餘回收為推估不確定性高，故仍設立中長期目標以持續優化管理

註 5：一次性其他塑膠占比未達標，相關說明請詳見 2023 永續報告書 4.2 包裝包材管理

4.2 氣候相關指標績效

針對關鍵的管理指標，包含溫室氣體排放量、能源消耗量、能源管理系統導入、廢棄物、剩食及塑膠包裝重量等，統一超商每年定期追蹤績效，並且與歷年數據相比，以了解在關鍵議題上的進展是否如預期，以確保統一超商在淨零轉型的路上持續邁進。

議題	管理指標	單位	指標績效		
			2021年	2022年	2023年
溫室氣體 排放 ^(註1)	直接排放	噸二氧化碳 當量/年	31,252.97	29,940.00	30,177.023
	間接排放（外購電力）		464,932.82	504,544.40	513,790.60
	間接排放（其他） ^(註2)		185,910.72	2,393,290.28	4,556,627.93
	總排放量		682,096.51	2,927,774.68	5,100,595.56
	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	2.95	2.92	2.75
	營運據點盤查覆蓋率	%	99.41%	99.55%	99.45%
能源使用	總用電量	度	92,616.10	99,124.64	103,796.08
	門市用電密集度	度/平方米	891.00	833.20	826.47
	營運據點盤查覆蓋率	%	99.41%	99.55%	99.45%
廢棄物	不可回收 ^(註3)	噸	56,256.24	44,372.26	43,764.67
	可回收		13,369.98	15,999.09	20,529.38
	營運據點盤查覆蓋率	%	99.12%	99.12%	99.16%
剩食	生產量 (A)	噸	10,414.62	12,023.52	12,256.74
	再利用量 (B)		1,480.83	5,817.45	8,695.84
	廢棄量 (A-B)		8,933.79	6,206.07	3,560.9
	營運據點盤查覆蓋率	%	98.49%	98.39%	100.00%

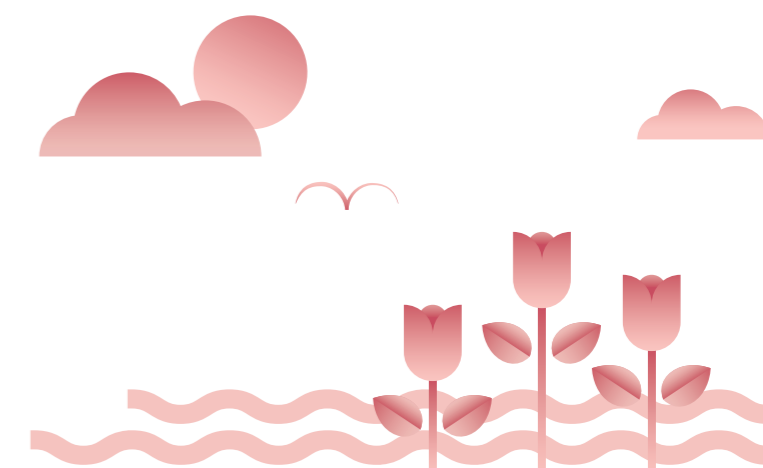
議題	管理指標	單位	指標績效		
			2021年	2022年	2023年
包裝包材 ^(註4)	塑膠包材總重量	噸	10,093.12	10,168.40	10,292.92
	可回收塑膠包裝占比	%	65.73%	69.24%	72.00%
	可堆肥/可分解塑膠包裝占比		7.30%	1.90%	0.91%
	使用回收材料塑膠占比		2.92%	3.86%	4.41%

註 1：2019 年溫室氣體排放量引用過去年度企業社會責任報告書揭露數據。2020 年溫室氣體盤查轉用 ISO 14064-2018 版，調整以 2020 年做為基準年，並將間接排放區分為外購電力及其他。2022-2023 溫室氣體盤查數據經第三方機構台灣檢驗科技股份有限公司 (SGS) 驗證，經 SGS 查證後提出合理保證之查驗聲明，無保留意見之列舉。

註 2：2021 年度間接排放（其他）包含：外購電力上游排放、物流中心至分店配送運輸柴油、門市廢棄物處理。2022 年度間接排放（其他）包含：外購電力上游排放、物流中心至分店配送運輸柴油、門市店鋪廢棄物處理、上游商品採購及產品包材處置。2023 年度間接排放（其他）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。

註 3：2023 年度廢棄物統計分為實際統計與推估值，實際統計範疇包含總部大樓、1,004 間門市；推估值為 9 間區辦公室及 5,855 間門市

註 4：包裝包材統計範圍為自有品牌商品



附錄一 關於本報告書

統一超商致力成為消費者心中的生活服務平台，並肩負提供永續商品與服務的責任，以誠信為經營政策，積極落實企業永續經營。企業永續經營，永無止盡。

本「氣候相關財務揭露報告」(Climate-related Disclosures Report) 為統一超商股份有限公司(股票代碼 2912)，依循氣候相關財務揭露建議書架構，針對統一超商於氣候相關治理、策略、風險管理、指標與目標等四大揭露面向所編製而成，主要呈現統一超商在氣候相關財務影響的觀點與具體作法，說明統一超商面對氣候相關風險與機會的潛在影響與未來策略規劃。

本報告書邊界以統一超商股份有限公司為主，包括總部營運大樓、門市、商場與物流。本報告書中之相關揭露議題，主要以揭露 2023 年度(自 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日止)為主，少部分議題擴及至其他年度，並於 2024 年 7 月發行中/英文版於本公司網站 www.7-11.com.tw 中揭露。本報告書將不定期進行資訊更新，更新頻率將視統一超商整體氣候議題之管理狀況以及外部氣候相關揭露標準發展而定。

本報告書中所揭露之氣候風險與機會重大性分析、情境分析與財務影響之結果，係透過部門訪談、內外部資料收集和情境假設模擬分析等作法進行評估。報告的結果將根據數據品質和假設條件而有所不同，僅供公司內部評估使用，與公司過去、現在和未來的財務報告編制基礎以及財務績效衡量基礎不同；報告中的相關數據不適用於從財務報告和財務績效角度進行分析比較和預測，也不適用於股票交易價格的衡量和判斷基準。



附錄二 TCFD 揭露對照表

I 資訊索引表

TCFD 建議揭露事項	上市上櫃公司氣候相關資訊	對應章節	頁數
治理			
TCFD1 (a) 描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。	1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	1.1 董事會監管機制與作為	11
TCFD1 (b) 描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。		1.2 管理階層評估和管理議題機制與作為	14
策略			
TCFD2 (a) 描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。	2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。	2.2 年度重大氣候風險與機會	22
TCFD2 (b) 描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。	3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	2.2 年度重大氣候風險與機會	22
		3. 朝淨零轉型的零售通路邁進	25
TCFD2 (c) 描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境(包括 2°C 或更嚴苛的情境)。	5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	3. 朝淨零轉型的零售通路邁進	25

TCFD 建議揭露事項	上市上櫃公司氣候相關資訊	對應章節	頁數
風險管理			
TCFD3 (a) 描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	4.敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	2.1風險與機會管理制度	18
TCFD3 (b) 描述組織在氣候相關風險的管理流程。			18
TCFD3 (c) 描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。			18
指標與目標			
TCFD4 (a) 揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。	6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	4.1氣候相關目標達成情況	45
		4.2氣候相關指標績效	47
TCFD4 (b) 揭露範疇1、範疇2和範疇3 (如適用)溫室氣體排放和相關風險。	9. 溫室氣體盤查及確信情形	4.2氣候相關指標績效	47
TCFD4 (c) 描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。	8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。	4.1氣候相關目標達成情況	45
		4.2氣候相關指標績效	47

