

一 7 鏈循環

透過落實各項供應商管理與評鑑機制，我們持續完善供應鏈查核流程，確保商品品質、食品安全及相關法規標示的符合性。同時，我們藉由供應商評鑑、國際食品安全驗證要求及第三方稽核，強化供應鏈管理韌性，降低營運與 ESG 風險。我們亦持續推動永續採購，提升永續認證原物料與永續商品的導入，並藉由教育訓練、工作坊及輔導措施，鼓勵供應商關注勞動權益、人權、循環經濟、環境保護與減碳等永續議題，攜手打造更具韌性與永續價值的供應鏈。

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	
 永續供應鏈	有發展措施支持的重要供應商占比	2028 年 40%	30%	新增設目標 31.91%	新增設目標
	重要供應商接受書面 ESG 評估 / 實地評估的占比或家數	2028 年 100%	110 家	110 家 102 家	—
 永續採購	永續認證原物料採購金額占比	2030 年 32%	30%	29.5% 30.14%	↑
	非籠飼雞的雞蛋營收占比	2028 年 6%	5.5%	0.00107% 4.4%	↑
	木 / 紙材使用回收 / 認證材質占比	2028 年 45%	35%	30% 使用回收 / 認證重量占比 60.28%	↑

↑ 超越 ✓ 達成 — 未達成

實踐聯合國永續發展目標 & 管理方針



SDG 12
責任消費與生產

- ▶ 永續認證原物料採購金額達 **7,720** 百萬元 (註)，認證金額採購比例達 **30.14%**
- ▶ 年度採購金額達 3000 萬以上之食品類自有品牌供應商 **100%** 導入 ISO 45001



SDG 17
促進目標實現的夥伴關係

- ▶ 在地供應商農產品採購數量占總體的 **74%**
- ▶ 在地農產品採購金額為 **89.58** 億元，占整體採購金額的 **68%**

▶ 對應重大主題

- 永續供應鏈管理
- 永續採購

▶ 政策與承諾

- 自有品牌商品安全維護辦法
- 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
- 門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法
- [統一超商暨轉投資事業協力廠商行為準則](#)
- 食品類代工廠風險分級評估指引

▶ 管理行動

- 鑑別重要供應商及落實供應商管理辦法、要求供應商簽署行為準則，並推行重要供應商永續書面評鑑及特定類別供應商實地稽核，透過鑑別風險及後續進行改善計畫確保供應商表現，亦透過教育訓練及 ESG 工作坊積極培力供應鏈永續發展。
- 透過永續採購小組，將供應商誠信經營及環境永續相關條款納入合約，並持續提升原物料永續認證採購比例。

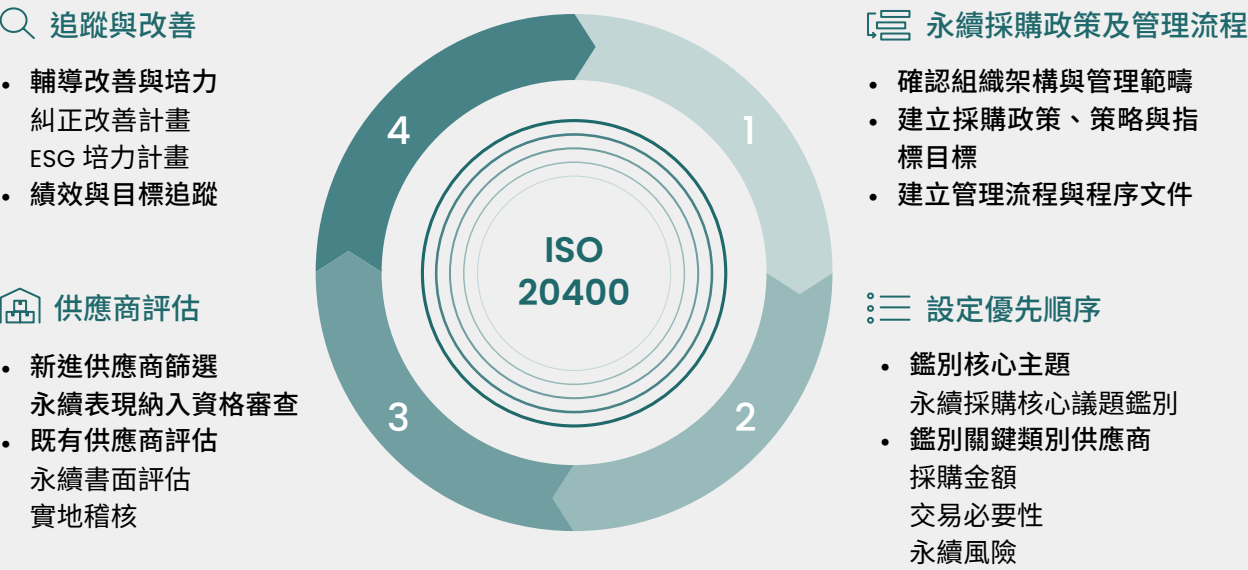
4.1 永續供應鏈管理

統一超商重視供應鏈之管理，以確保合作夥伴能一同推進永續發展，自 2015 年制定供應商誠信守則起，逐步擴大管理之強度及規模，透過供應商行為準則等規章以及評鑑制度嚴加把關供應鏈合作夥伴，並透過供應商輔導、培力訓練等措施，期望與供應商一同打造永續價值鏈。此外，統一超商身為中華鮮食發展協會創始會員，長期致力於推動臺灣鮮食供應鏈的品質提升與安全管理。在 2025 年度，公司扮演協會推動的重要角色，召集鮮食工廠、原物料商與設備商等夥伴，舉辦 126 場供應鏈整合與協作會議，並促成與政府機關、研究單位及產業界的多方溝通；亦推動具體供應鏈風險調適作法，包括：建立複數原物料供應清單供會員共享以穩定供貨、以及與國內外專家合作研議減塑包材與低碳食材。



供應商管理架構

統一超商供應商管理架構依循 ISO 20400 永續採購指南之精神，制定整體管理流程如下圖，組織內部由上到下設置完善管理架構，對供應商則落實分級、篩選評鑑到後續改善精進。



統一超商監督實施供應商 ESG 計劃之最高決策單位為董事會，由永續採購專案小組負責管理與追蹤，定期於每季一次之永續採購例會與高階主管呈報各項供應鏈評估、管理及 ESG 相關專案進度，並於每年底彙整於 ESG 整合報告呈報至董事會，2025 年年底已向董事會呈報 2026 年供應鏈 ESG 計畫，將持續依循 ISO 20400 架構精進供應鏈管理，並進一步推動供應鏈減碳。此外，為了讓公司採購與相關人員更加了解其於供應鏈 ESG 專案所扮演的角色與價值，依現況不定期透過內部會議分享相關內容與作為，於 2025 年對採購相關部門進行 ISO 20400 永續採購指南教育訓練，共計 46 人時，並辦理供應商 ESG 管理相關教育訓練，合計 129 家供應商、現場 183 人及線上最高 250 人參與。將持續於 2026 年為公司內部供應鏈管理相關人員（包含減碳小組等）安排供應商 ESG 管理相關教育訓練。

供應商管理政策

· 供應商永續規範 ·

統一超商作為本土零售業的領航者，期待藉由自身的典範與要求，敦促供應商攜手履行企業社會責任。我們參照「聯合國盟約」(UNGC) 及「聯合國工商企業與人權指導原則」(UNGPs) 修訂「統一超商暨轉投資事業協力廠商行為準則」，並參考 ISO 20400 永續採購指南，在行為準則中要求供應商的環境、社會及治理表現 (Environment, Social, Governance, 簡稱 ESG) 包括環境保護、職業安全衛生、勞動人權、資訊安全等議題，並制定供應商必須簽署之「誠信經營及社會企業責任協議書」，供應商對本準則遵守情況，將作為本公司評估合作、續約之考量，以確保供應商了解並承諾遵循統一超商之供應鏈管理要求。

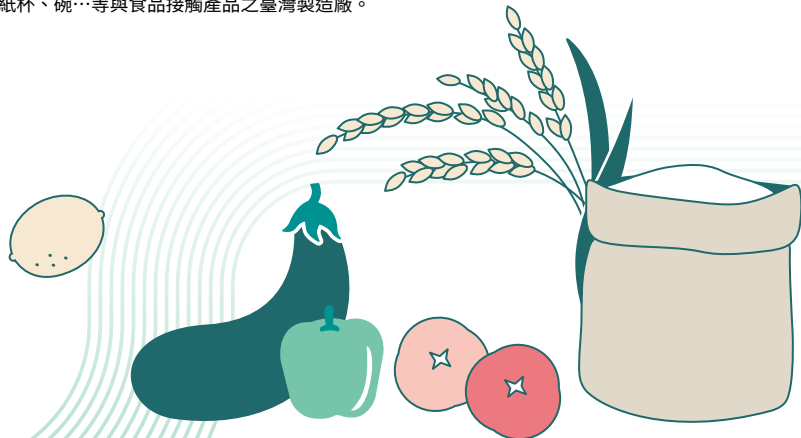
管理文件	規範及當年遵循情形
統一超商暨 轉投資事業協力廠商 行為準則	• 要求所有供應商簽署，2025 年供應商簽署率 100% • E：提供符合環保和食安法令的產品以降低對環境與人體健康的衝擊等 • S：不得違反勞動法令（包含僱用規範、雇用童工、工作條件、薪酬、職業健康與安全等）、應保障勞工平等、不歧視的就業環境與基本人權 • G：不得涉及賄賂、貪腐、壟斷、餽贈的不正當利益與避免利益衝突；定期評估資安漏洞、資料洩露及隱私合規等潛在風險並執行預防措施
誠信經營及 企業社會責任協議書	• 針對不願意簽署的供應商，將檢視其既定的內部規範、可承諾之範圍，要求其承諾部分重要事項 • 若經溝通無效但又必須採購時，則要求廠商簽署「誠信經營及清廉切結書」

· 品質管理規範 ·

為了掌握和監督供應商的品質，統一超商訂定「商品安全管理」專章，確保所有供應商之公司設立、商品品質、配合檢驗情形符合法規及統一超商之規範。統一超商要求所有的供應商皆須簽署「商品品質保證協議書」，其中，對統一超商營運及品牌有較重大影響性的自有商品與門市相關用品之相關供應商，則依其性質訂有不同之管理辦法，明確要求其產品之製造、包裝、檢驗、評鑑流程皆比照特定標準辦理。

供應商類別	管理辦法
所有供應商	「商品品質保證協議書」
自有商品代工廠	「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」
直接交易原物料供應商	「原物料供應商及原物料管理辦法」
門市食安相關用品供應商 (註)	「門市食安相關用品供應商實地評鑑管理辦法」

註：係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗…等與食品接觸產品之臺灣製造廠。



供應商篩選與鑑別

· 供應商類別與分級 ·

統一超商身處貼近消費者各式消費需求之零售產業，所涉及之供應商類型較為龐雜，我們依據供應商所提供予統一超商之產品服務類型，將供應商分為六大類：食品類商品、非食品類商品、包裝包材、門市維運、物流及其他，並針對各類型辨識出需關注之永續主題。供應商依據交易型態，又可分為「一階供應商」及「非一階供應商」，一階供應商之定義為統一超商直接交易之供應商，非一階則為沒有直接交易之自有商品原物料供應商。

為區分供應商管理之優先等級，2024 年我們調整過往定義，依據前一年度採購金額、交易必要性與 ESG 風險，以及考量國家別、產業面或產品面所面臨的特定風險，鑑別出重要供應商，藉以加強對重要供應商之管控，詳細定義如下表。

重要供應商定義（以下任一項符合）	
採購金額	前一年度採購金額累計前 80% 廠商
交易必要性	• 長期配合廠商 • 關係企業 • 寡占或獨占
ESG 風險	• 環境風險（如有違環境法規） • 社會風險（如曾發生職安、人權事件） • 治理風險（如違反商業倫理）
	• 國家別風險（如跨境採購原料之當地法規影響） • 產業面風險（如食品安全） • 產品面風險（如包裝包材等資源使用）

統一超商 2025 年共有 1,529 家供應商（包含 1,341 家一階供應商、188 家非一階供應商），其中 235 家為重要供應商，重要一階供應商為 228 家，重要非一階則為 10 家，有 3 家同時具有一階及非一階供應商身分。除了重要供應商，統一超商也另延伸管理自有商品代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商及門市用品類四類因性質特殊之供應商，供應商類別整理請見下表。

重要供應商類型	家數	特殊管理供應商類型	家數
食品類商品	109	自有商品代工廠	37
非食品類商品	46	直接交易原物料供應商	7
包裝包材	14	蛋品供應商	3
門市維運	51	門市用品類	14
物流	4		
其他	15		

註：特殊管理供應商共為 60 家，其中 1 家同時為直接交易原物料供應商及蛋品供應商。

· 新供應商篩選與評估 ·

針對新供應商，我們針對其相關合法條件、品質認證、管理體制以及原料可溯性設定標準，並在篩選制度中納入環境、社會、治理面向永續指標，藉此評估和掌握供應商之品質。目前已要求新進供應商簽立自評聲明書，評鑑及格門檻為 80 分，其中包含 15 分之 ESG 必須得分項目，若 ESG 相關文件及廠商評估未通過最低要求且未能在規定的時間內改善時，表示此供應商不符合要求，將排除其引進資格。為鼓勵供應商投入 ESG 管理行動，若 ESG 績效表現較佳且能具體提出相關證明的新供應商將優先考慮，並提供優惠之作業處理費、折扣條件等方式，鼓勵優質廠商合作。2025 年共引進 3 家新供應商及代工廠，全數經過此制度之評估。為確保消費者權益與產品使用安全，我們持續精進在 2025 年將門市用品類食品包材之海外供應商新廠導入評鑑合格標準提高為 75 分，以善盡供應商篩選與管理的職責。

供應商永續評鑑

統一超商依據前述管理辦法，對重要供應商以及因性質特殊需延伸管理之自有商品代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商及門市用品類四類別供應商進行定期的評核，且依據該供應商之特性和風險，訂有不同之評核內容；透過嚴密的評鑑，替消費者把關商品的品質和安全。以下將揭露供應商評估的評核要點、評核標準、評核頻率和評鑑結果，本年度供應商評鑑及後續糾正改善之目標與績效呈現如下。

2025 年目標與績效	數值	單位
重要供應商接受書面評鑑 / 實地稽核（第二方）的目標家數	110	家數
重要供應商接受書面評鑑 / 實地稽核（第二方）的數量（註）	102	家數
重要供應商接受書面評鑑 / 實地稽核占全體重要供應商的比例	43.4	%
經評估具有重大實際 / 潛在負面衝擊的重要供應商	50	家數
經評估具有重大實際 / 潛在負面衝擊的重要供應商中，同意執行糾正 / 改善計劃的數量	40	家數
經評估具有重大實際 / 潛在負面衝擊的重要供應商中，同意執行糾正 / 改善計劃的比例	80	%
因具有重大實際 / 潛在負面影響而終止合作的重要供應商數量	0	家數

註：此處數據計算方式為加總填答供應商永續評估問卷及接受實地稽核的重要供應商家數。

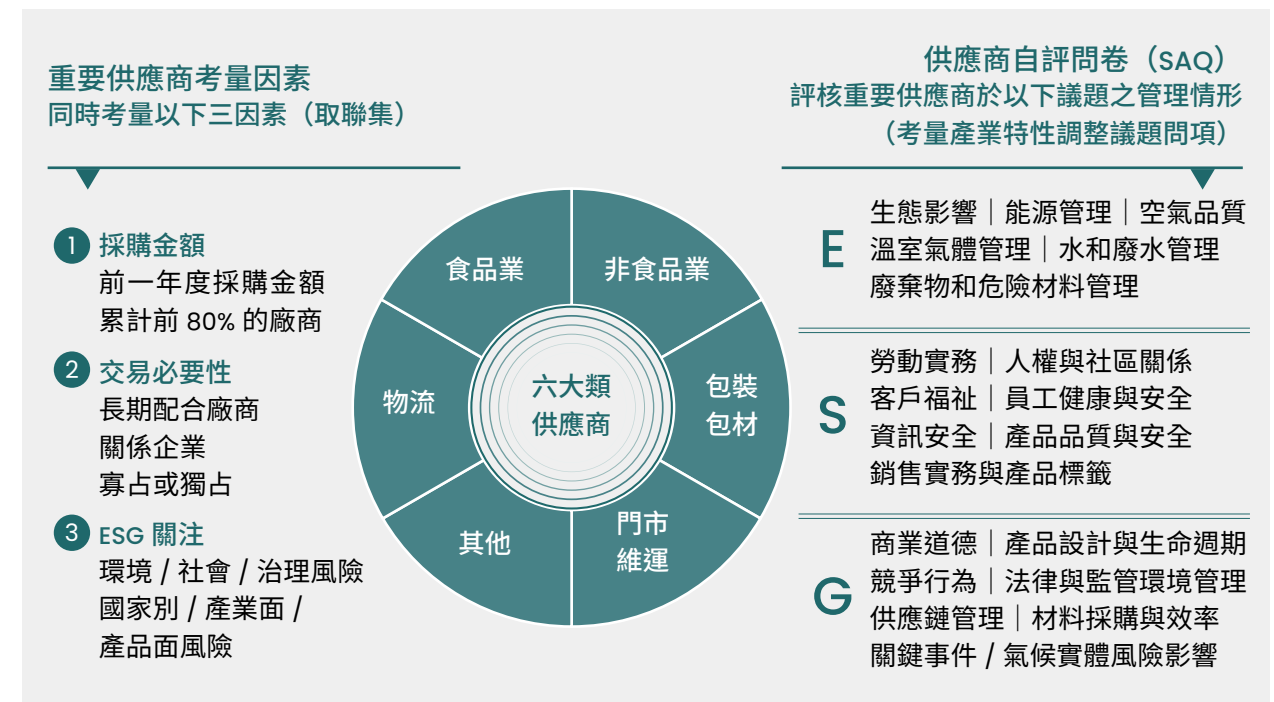
在 2025 年，統一超商達成「PB^(註1) 共購 + 與超商直接交易 + 蛋品供應商稽核完成率 100%」以及「PB/PL^(註2) 代工廠實地評鑑完成率 100%」之目標，未來也將持續以此高標準作為我們常態管理供應商稽核之管理方針。

註1：係指與製造商簽約大量進貨或開發獨特規格的商品，如關東煮、米飯、速食、麵包等鮮食類產品及 CITY CAFE® 等
註2：係指統一超商自行設計之自有品牌商品，如 i-select 系列冷凍加熱食品及零嘴等

· 書面評鑑 ·

< 評鑑項目 >

為深入了解重要供應商永續發展情形，統一超商 2024 年導入供應商永續評估問卷，參考道瓊斯領先全球指數 (DJ BIC)、BSCI（商業社會責任倡議守則）等永續評比與稽核項目，將 ESG 面向納入重要供應商的評核範圍中，期望透過納入永續指標的評鑑，聯合統一超商供應鏈的力量，一同落實永續發展。各類型供應商共通之 ESG 評鑑項目說明如下表，除以下共通問題外，評估內容亦包含六大供應商類型之其他相關永續主題。



235 家重要供應商 96 家重要供應商參與自評 13 家高風險供應商

< 評鑑結果 >

本年度綜覽 2024 年供應商填答情形，發現供應商對於溫室氣體管理、生態影響、材料採購與效率、人權與社區關係等議題多較不清楚，或尚未採行應對措施，統一超商依此辨識出前三大永續風險主題：溫室氣體管理、永續採購管理及勞動人權管理，並於 2025 年舉行供應商溫室氣體盤查教育訓練、輔導供應商導入永續認證原物料、進行職安衛相關講座及培訓，透過這些措施以增進供應商對於相關議題的了解。

本年度共評估 96 家重要供應商，持續透過供應商自評行動加強與供應商之溝通，以提升供應鏈管理力度。此問卷採用加權計分法，根據供應商行業所對應各議題重要性賦予不同權重，進而計算出綜合得分，並依此進行供應商風險分級。供應商之風險等級可分為高、中、低，其中高風險之判定標準為綜合得分低於 50 分^(註)。在本次評估中，鑑別出的高風險廠商 13 家與永續風險主題預計於 2026 年進行工作坊，以輔導精進供應商永續作為。

註：此為本年評分標準，後續評分標準將依據當年度填答總體情形調整。

· 實地稽核 ·

< 評鑑項目 >

代工廠、直接交易原物料供應商、蛋品供應商、門市用品類因其性質，具有較高之風險，而有不同之評鑑項目。評鑑的範圍涵蓋 ESG（環境、社會、治理）三個面向同時包含管理制度、環境衛生、製程與品質管制等，透過上述項目的檢視，確保商品的安全以及組織運作的良好管理。以下為各供應商之評鑑項目：



< 合格標準 >

評鑑的結果依照類別不同分成 A（≥ 90 分）、B（90 > 分數 ≥ 80）、C（80 > 分數 ≥ 70）、D（< 70 分）四個評級，針對食品類代工廠以及直接交易原物料供應商，自 2025 年 6 月之後評鑑的分級改為優級與良級，合格標準如下：

供應商類別	合格標準	合格標準（新版標準）
食品類代工廠	B 級以上（80 分以上）	良級以上（70 分以上）
門市一次性食品包材類供應商	C 級以上（75 分以上）	-
非食品類代工廠	C 級以上（70 分以上）	-
直接交易原物料		良級以上（60 分以上）
蛋品供應商		-
其他門市用品類供應商		-

依規範既有廠商整體評鑑未達合格標準者需提出檢討報告，除要求供應商於評鑑後回饋改進作法，並透過原物料分科會或生品管會議中進行宣導及專案對應，降低及避免供應商相關缺失再犯。且針對缺失案例會進行會議、不特定安排訪廠實地討論或視訊等各種通訊溝通模組討論相關缺失改進作業，確保工廠能於特定時程中改善缺失，後續亦將透過會議 / 訪廠或下次稽核時檢視其缺失改善狀況。

針對評鑑不合格者且未能在規定的時間內改善，將依「供應商行為準則」、「商品品質保證協議書」或「供應廠商評鑑同意書」進行罰款或將不合格廠商排除於合約之外（註）。

註：供應商合約及行為準則內說明若有違反 ESG 各項規範時，視為前開合約或協議書之重大條件違反，統一超商得保有解約或依約罰款之權利。

而針對自有品牌供應商中，食品類代工廠評核級數為 C 級（含）以下及非食品類代工廠評核級數 D 級以下者，我們將其視為「高永續風險供應商」。2025 年評估未有高永續風險供應商。

< 評鑑頻率 >

1. 食品類代工廠

代工廠分為食品類、非食品類、臺灣和海外，分別訂有不同之評鑑頻率。為評估臺灣食品類代工廠風險，統一超商訂定「食品類代工廠風險分級評估指引」，作為風險評估依據。我們依據此指引，完成自有商品食品類代工廠之風險分級，並將結果作為次一年度代工廠實地評鑑頻率的參考依據。

臺灣食品類代工廠實地評鑑頻率對照表

評級判定 風險分級	A 級 ≥ 90 分	B 級 90 > 分數 ≥ 80	C 級 80 > 分數 ≥ 70	D 級 < 70 分
	合格		不合格	
低風險	12 個月	6 個月	須每月評鑑一次，連續複評三個月，期間須連續合格，若複評期間連續兩次不合格得停止代工生產；通過複評，以最後一次評鑑合格結果作為下次評鑑頻率的訂立。	得立即停止代工生產或每月評鑑一次，連續複評三個月，期間須連續合格，若複評期間連續兩次不合格得停止代工生產；通過複評，以最後一次評鑑合格結果作為下次評鑑頻率的訂立。
中風險	6 個月	4 個月		

海外食品類代工廠商實地評鑑頻率對照表

評鑑級數	A 級 ≥ 90 分	B 級 90 > 分數 ≥ 80	C 級 80 > 分數 ≥ 70	D 級 < 70 分
	合格		不合格	
評鑑頻率 / 不合格處置	需於當年度完成評鑑		代工廠須立即停止產程安排，並於 6 個月內通過複評，始可恢復代工生產，否則得終止代工生產。	

臺灣及海外食品類代工廠自 2025 年 6 月起，以優 / 良級分級調整之評鑑頻率規範如下：

評鑑級數	優級 > 90 分	良級 90 ≥ 分數 ≥ 70 、或有主要缺失	觀察名單 < 70 分、或有嚴重缺失	未列入合格 (複評後結果)
評鑑頻率 / 不合格處置	2 年 / 次	1 年 / 次	得立即停止代工生產， 或由需求單位追蹤缺失 改善狀況並確認完成後， 三個月內通知品保部安 排複評。	由需求單位以提出簽呈或 於商安委員會呈報之方式， 經群級主管同意為未列入 合格後，需求單位應擬定 刪切計畫並停止代工生產。

2. 非食品類代工廠

針對臺灣非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上（含）者尚屬合格，評鑑頻率為 12 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，則比照臺灣食品類代工廠商評鑑不合格標準辦理。針對海外非食品類代工廠商，則規定實地評鑑分數為 C 級以上（含）者尚屬合格，評鑑頻率為 24 個月一次，且需於當年度完成評鑑。若評鑑不合格，代工廠須立即停止產程安排，並於 6 個月內通過複評，始可恢復代工生產，否則得停止代工生產。

3. 其他（直接交易原物料供應商、蛋品類供應商、門市用品類供應商）

除代工廠外，針對直接交易原物料供應商、蛋品類供應商及門市用品類供應商則依其評鑑級數訂定 3 個月 ~2 年的評鑑頻率，若有不合格者將進行複評，直到合格為止，並依相關辦法（如：「供應商評鑑同意書」或「商品品質保證協議書」）執行後續處理。

< 評鑑結果 >

2025 年間統一超商有合作關係^(註1)之自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原物料供應商及蛋品供應商）共計 48 家，稽核^(註2)完成百分比為 100%^(註3)；針對這 48 家供應商參照 P82 表、供應商評鑑項目共執行 77 次稽核，稽核結果合格共計 77 次，合格百分比為 100%。

註 1：定義為
(1) 2025 年以前經新廠評鑑合格並通過內部簽呈之既有供應商。
(2) 2025 年間通過新廠導入評鑑合格之新供應商。
(3) 於 2025 年間提出停止評鑑申請通過者也計入。

註 2：稽核項目係「評鑑項目」所列之項目

註 3：1 家自有商品委外供應商的代工廠及 5 家直接交易原物料供應商的代工廠，已依供應商評鑑前次評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工，故 2025 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核

2025 年門市一次性用品類臺灣供應商^(註)共計為 14 家，稽核完成百分比為 100%；針對這 14 家供應商參照 P82 表、供應商評鑑項目共執行 18 次稽核，稽核結果合格共計 18 次，合格百分比為 100%。

註：係指門市為服務消費者所提供的一次性使用之紙杯、碗…等與食品接觸產品之臺灣製造廠。

	供應商 數量	稽核完成 百分率	稽核 次數	合格 次數	合格 百分比
有合作關係之自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原物料供應商及蛋品供應商）	48	100%	77	77	100%
門市一次性用品類臺灣供應商	14	100%	18	18	100%

另為提升供應商產品品質，我們要求自有商品食品類別供應商需取得食品安全衛生管理系統 ISO 22000 或 FSSC 22000 驗證^(註)。於 2025 年期間，自有商品食品類供應商（含代工廠、直接交易原料供應商及蛋品供應商）家數為 48 家，以供應商之工廠統計，共有 96 個工廠；其中自有商品食品類臺灣代工廠數為 49 個代工廠，均 100% 取得國際食品安全管理系統 ISO 22000 或 FSSC 22000 驗證。

註：皆由符合 ISO 17021 之獨立第三方驗證機構進行驗證

2025 年 ISO 22000 或 FSSC 22000 驗證情形

供應商類別	自有商品食品類 供應商數量	自有商品食品類供應 商之臺灣代工廠數	自有商品食品類供應商之臺灣代工廠 ISO 22000 或 FSSC 22000 驗證取得數量	
			數量	占比
自有商品食 品類供應商	48	49	49	100%

註：此占比之分母不包含供應商之海外工廠數

統一超商期望與供應商共同致力落實企業社會責任，我們透過供應商評鑑，檢視其在員工健康安全及工作條件等是否符合勞動法規要求，以發揮社會影響力保障供應鏈員工的勞動權益。

供應商發展與培力

為有效降低整體供應鏈 ESG 風險及提高供應商對永續議題的關注，統一超商設定提升供應商永續重要性宣導比例的長期目標。在 2025 年我們與一階供應商進行互動溝通，了解 ESG 風險評估執行之可行性，並進一步輔導自有品牌供應商取得第三方認證，達成年度採購金額 3,000 萬元以上食品類自有品牌供應商 100% 導入 ISO 45001 的年度績效；我們亦彙整永續趨勢和重要性之宣導素材，定期向非一階供應商宣導永續重要性。為強化供應鏈管理強度，我們委託受認證的獨立第三方 SGS，依照國際標準 SMETA 之條文進行供應商現場稽核。2025 年已完成超食代台北廠之稽核，未來將逐年謹慎推動精進，並持續擴大導入範圍。

· 供應商教育訓練 ·

統一超商持續強化與供應商的合作，行銷企劃部每年針對自有品牌共購原料主要供應商定期宣導永續採購與溯源管理的概念，並要求其提供符合超商永續採購標準的原物料。除了合約簽訂以外，統一超商積極進行供應商教育訓練與培力計畫，如辦理 ESG 講座、輔導執行 ISO 45001 等管理系統導入、永續認證原物料導入，以及提供供應商典範 ESG 同業進行標竿學習，並攜手供應商關鍵技術推展 ESG 服務，供應商教育訓練與培力之詳細內容請見[永續官網](#)。



此外，統一超商 2025 年 4 月攜手天下永續會舉辦「永續價值鏈 ESG 提升行動」工作坊，除對供應商說明天下雜誌之《天下永續公民評鑑》及相關評測準則，邀請供應商參與 ESG 評鑑，以此長期計劃推進供應商永續表現外，亦邀請專家說明溫室氣體盤查、循環經濟實例等供應鏈永續發展重要議題，以培力供應商永續發展。



本年度統一超商對重要供應商執行發展措施之目標及績效如下：

目標與績效		數值	單位
2025 年績效	有發展措施支持的重要供應商數量 ^(註 1)	75	家數
	有發展措施支持的重要供應商比例 ^(註 2)	31.91	%
2026 年目標	有發展措施支持的重要供應商比例	30	%

註 1：發展措施包含糾正 / 改善計畫、培力計畫等協助供應商提升 ESG 績效的活動。

註 2：計算分子為參加發展措施的重要供應商數量，分母為重要供應商數量。

4.2 永續採購

為因應國際趨勢並發揮統一超商的外部永續影響力，我們於 2021 年成立永續採購小組，我們優先購買具有環保或是節能標章的設備，每年度訂定並檢視該年度採購金額；積極提高獲得永續認證原物料之採購比例，以此提升整體供應鏈在環境保護、友善飼養、節能減碳各方面的永續效益；生產自有商品代工廠使用 PB 共購原物料，訂有[統一超商優先原物料責任採購政策](#)，以符合環境保護、動物福利及履歷農產品優先採購原則，並輔導原物料供應商建立對應的永續經營理念，以確保自有商品的來源有效管理。

本政策參考食品零售業國際趨勢與市場關注程度，識別出優先原材料（目前包括海鮮、木材 / 紙類、牛肉及乳製品等）並訂定永續採購原則與要求。其他原材料則適用本公司供應商行為準則、一般採購規範及相關品質 / 安全管理要求；本政策範圍將依據監管要求、管理實務與國際趨勢定期檢視。

綠色採購與永續原物料

· 綠色採購 ·

統一超商積極透過推動綠色採購管理設備、耗材與建材，選擇綠建材進行門市裝修並採買取得節能標章、環保標章或驗證或具有實際環保效益的設備與耗材應用於門市，在維持營運順暢與服務品質的同時，也降低消耗天然資源與環境負面影響。我們 2025 年綠色採購總金額達 25.93 億元，占統一超商整年度採購總金額達 22.43%，達成原定年度採購占比達 18% 之目標，並將 2026 年目標設定提高至 20%。

綠色採購歸屬類別		採購品項	採購金額（仟元）
Energy Star	符合 Energy Star 美國能源之星產品能效要求	LCD 螢幕、雷射印表機	124,365
RoHS	驗證電機、電子產品符合歐盟有害成分使用規定	不斷電系統、咖啡機、ST、Switch、WAP、POS 收銀機 / 後台電腦	1,164,498
節能標章	冷氣機效能標示—冷氣季節性能因數（CSPF）達一級 經濟部能源局節能標章	變頻冷氣、循環迴風扇、LED 燈	272,956
綠建材標章	獲得財團法人臺灣建築中心綠建材標章或採用環保專利工法	綠建材	66,964
具有實際環保效益	• 塑膠材質替代品 • 客製化設備由統一超商自行測試具有實際省電效益	門市環保包材 PLA- 咖啡杯、霜淇淋杯 / 思樂冰杯、PLA 吸管、紙吸管、節電裝置	195,585
FSC、PEFC 森林永續認證標章	驗證木材產品的整個製造過程符合 FSC 與 PEFC 永續經營要求	咖啡紙杯、紙袋、調棒、御便當免洗筷、Paper star 影印紙	768,419
綠色採購金額			2,592,787

2025 年門市使用 FSC™/PEFC™ 驗證工廠生產之紙杯、紙袋、紙盒、紙碗、杯架杯套等紙類食品包材總採購金額占當年度紙杯、紙袋、紙盒、紙碗、杯架杯套等紙類包材採購金額之 96.88%。

· 永續原物料 ·

統一超商優先選擇具有環境保護、友善飼養、節能減碳標章、食品安全認證的原物料，同時亦積極攜手供應商提供消費者更永續的選擇，共構原物料主要使用於統一超商自有品牌商品，包含便當、涼麵、飯糰、三明治及咖啡與現萃茶等。2025 年永續認證原物料採購金額達 7,720 百萬元^(註)，認證金額採購比例達 30.14%。門市亦銷售多項具備第三方認證的商品，認證類型包含健康食品認證、AA 無添加潔淨標章、碳足跡標籤、產銷履歷、雨林認證及 FSC 等，前述商品營收達 30156.71 百萬元。

註：包含國際認可及其他在地化永續採購相關認證之金額。除下表相關品類認證外，包含其衍生之加工商品（如：炸排骨、炙燒牛肉等原生材料直接加工品，或使用認證大豆來源之加工調味品皆列入計算）

類別	認證內容	認證標章
大豆	美國黃豆永續生產協議書（U.S. Soy Sustainability Assurance Protocol）	
咖啡豆	雨林聯盟認證（Rainforest Alliance incl. UTZ）	
蔬菜、稻米	產銷履歷（TGAP）	
水產養殖	ASC 認證（Aquaculture Stewardship Council Certification）	
牛肉類	AAWCS（The Australian Livestock Processing Industry Animal Welfare Certification System）、NAMI（North American Meat Institute）	
野生魚類	MSC（Marine Stewardship Council）	
家禽類	美國 PAACO 動福認證（Professional Animal Auditor Certification Organization）、動物人道飼養認證	

類別	認證內容	認證標章
豬肉類	IAWS（Interporc Animal Welfare Spain）、動物人道屠宰系統、NAMI（North American Meat Institute）	
乳製品	ISO 14067 減碳標章、Cared for Cows Standard、Foqus planet programme、Animal Welfare Policy	
包材	FSC、PEFC	

註：各品項詳細採購占比請見官網[永續採購](#)頁面。

在地採購

統一超商以「穩定採購」、「可持續性」、「計畫支持」3 策略支持本土農漁蔬果，我們相信對於在地產品的支持，不僅能減少碳足跡以落實環境永續，亦能為在地的務農者帶來經濟上的助益，進而扶助社會。2025 年自有鮮食中米食全使用在地米，包含臺灣米標章認證的台南 11 號米、台梗 9 號米、長糯米等；也與行政院農業部農糧署輔導通過產銷履歷及有機認證之農民合作，提供確保高品質及安心生鮮蔬果供應；另與地區農會產銷班合作，同步整合線上下平台銷售，擴大與農會、漁會或小農合作，推出在地化品牌或季節限定商品；更攜手統一超商好鄰居文教基金會持續推動「青年深根計畫」，讓門市成為在地青創平台，協助在地青年上架優質產品。

在 2025 年，統一超商總採購並使用近 12.4 萬噸、132.25 億元之農特產品，包含稻米、雞、豬、蛋、菜、果等類別。在地供應商農產品採購數量占總體的 74%、農產品採購金額為 89.58 億元，占整體採購金額的 68%，未來我們會持續提高在地採購的比例，積極和利害關係人合作，發揮零售業者的永續影響力，提供消費者更多友善環境與社會的良性選擇。

地區	採購數量（噸）	供應商地區別百分比（%）	採購金額（NTD）億元	採購金額比例（%）
農產品在地採購（在地）	91,852	74%	89.58	68%
農產品非在地採購（國外）	31,957	26%	42.67	32%
合計	123,809	100%	132.25	100%