

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）

5.1 環境管理

政策與承諾

統一超商依循永續治理架構推動環境管理，建置涵蓋環境與能源、淨零減碳、包裝包材、廢棄物與剩食、水資源及生物多樣性等議題之管理政策，並據以訂定短中長期目標，使永續治理融入營運與價值鏈流程。自 2021 年啟動「永續元年」起，持續深化減塑、減碳、惜食與永續採購及生物多樣性管理策略，並透過「聯合服務中心」電話專線（0800-008-711）與電子郵件（public@mail.7-11.com.tw）強化利害關係人溝通，以提升資訊透明度及回應效能。

依循《統一超商股份有限公司永續發展實務守則》，董事會轄下永續發展委員會及其環境小組統籌相關議題並定期向董事會報告，並依循《統一超商環境政策》確保環境管理措施之法規遵循、治理權責明確，並促使公司與其關係企業及關鍵供應商共同落實環境法規、提升資源效率、降低營運衝擊並支持環境教育，同時響應《巴黎協定》1.5°C 氣候目標，承諾於 2050 年達成臺灣門市營運淨零排放。

此外，統一超商將節能減碳視為公司營運管理之核心項目，依循能源相關法規推動節能設計、提升門市能源使用效率，並開發永續產品及服務，以強化永續營運韌性。此外，也依據溫室氣體盤查結果推動減碳措施，公開承諾於 2050 年於範疇一與範疇二達成淨零排放，以符合法規趨勢及國際氣候治理要求，落實企業對環境永續之責任。

· 環境管理系統認證 ·

統一超商營運據點之環境管理流程是依據國際標準 ISO 14001 架構所制定的，確保總部至門市的環境管理皆遵循公司之環境政策及相關法規。2025 年總部大樓持續取得 ISO 50001 能源管理系統認證之外，亦取得 ISO 14001 環境管理系統認證，為公司環境管理流程立下標竿。自 2025 年起，統一超商更啟動門市環境管理內部稽核流程，積極管理營運場所使用之能資源，由營運企劃部統籌發放門市自評檢核表，各店完成後回傳總部，相關單位以門市自評結果進行管理，自評問卷涵蓋門市剩食廢棄物管理及流向、環境議題宣導落實情況、設備檢修與水質檢測等議題，2025 年共完成 1,043 個營運據點內部稽核管理。此外，總部亦委託區域顧問進行計畫性訪店查核，針對環境管理之六大主題進行巡檢，檢核後由門市人員及加盟主簽名確認，檢核結果亦會由區經理審核簽章。

2025 年環境管理驗證及內部稽核比例

環境管理	2025 年	占比
取得 ISO 14001 環境管理系統國際驗證	1	0.01%
通過其他第三方驗證據點數量 (ISO 50001)	3	0.04%
完成內部稽核的據點數量	1,043	13.97%
總據點數	7,468	14.02%

溝通與訓練

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。2025 年總計完成環境相關宣導及課程的門市夥伴共有 25,870 人次，參與對象包含全體員工、直營門市員工及加盟主。

2025 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	1,477
門市節水及限水課程	門市人員 / 加盟主	4
門市節能減碳措施	門市人員 / 加盟主	220
零售業減碳與永續趨勢	門市人員 / 加盟主	651
總人時		2,352
參與人次		25,870

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。用水政策基於環境管理系統管理原則，並涵蓋於《統一超商環境政策》中提及本於物盡其用的精神，提升資源回收利用、珍惜使用資源。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 逆滲透雨水再利用與回收措施，回收水將回用至門市清潔使用。

2025 年統一超商總取水量為 3,779,783.43 度，總耗水量為 153,534.92 度，統計範疇包含門市、總部、商場以及區辦公室。統一超商平均單店用水量為 476.89 度，較基準年上升 4.55%。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%。2025 年單店實際用水量相較基準年上升 3.68%，我們將持續追蹤用水量的變化，並設定 2026 年目標維持單店實際用水量較基準年減少 5%。同步採取積極節水措施，例如：總部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

· 生物多樣性政策及風險管理 ·

統一超商深知在全球化與都市化快速發展下，連鎖便利商店已深度融入民眾日常生活，門市營運活動與價值鏈不僅影響自然生態，更高度依賴自然資源之永續性，統一超商自 2022 年起正式發布《[生物多樣性保護及零毀林承諾](#)》，明確要求所有營運據點及供應鏈均遵循相關原則，以落實企業對生物多樣性保護之責任。

因應生物多樣性議題重要性提升，統一超商已將其納入「永續採購暨生物多樣性小組」，將生物多樣性視為先天風險進行管理，並於每季例會追蹤。自身營運方面，由加盟暨發展部統籌管理門市營運之生物多樣性議題，評估既有門市及新開門市對於區域自然資源的依賴及影響，並根據風險評估結果進行管理。此外，我們也將生物多樣性與生態影響納入供應商管理流程，透過供應商自評問卷檢視其營運活動對生態環境之依賴性、影響性及是否涉及生態敏感區域。針對具潛在風險之供應商，要求其說明相關管理或因應措施，作為供應鏈永續風險控管的一環。

· 生物多樣性風險評估與減緩行動 ·

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。為實現所有 7-ELEVEN 營運據點「生物多樣性淨正效益」，並持續降低營運活動對生態環境的影響。7-ELEVEN 將「生態自評」納入新設門市流程，旨在識別生物多樣性高風險地區，並採取相應友善措施，減緩營運對自然環境的衝擊。

自 2024 年起，我們與外部環境顧問公司合作，設計門市生態自評流程，並參考國際自然相關財務揭露框架（The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures, TNFD）概念進行初步生態影響評估，依據 LEAP 方法學針對全台門市營運，提出一系列的生態保育與生物友善策略，利於未來施行多元生態友善措施。

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：

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。高風險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。

2025 年統一超商對全營運門市（共 7,248 間門市）進行現場評估勘查，此次評估 617 間門市位於具潛在生物多樣性影響的營運據點，另有 2 間門市為已實施生物多樣性影響管理和監測的營運據點，該區域生物多樣性豐富，評估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	7,248	116.57 公頃（353,229 坪）
評估生物多樣性影響	7,248	116.57 公頃（353,229 坪）
具潛在生物多樣性影響	617	11.026 公頃（34,411 坪）
實施生物多樣性影響管理和監測	2	0.054 公頃（163.6 坪）

鑒於評估結果，統一超商於 2025 年選定有魚門市及茂林門市進行管理和監測，優先於評估為中度風險等級的 2 家門市採取迴避與減緩措施。門市週邊為紫斑蝶重要渡冬與遷徙區域，為提升大眾對於紫斑蝶保育的意識，與臺灣紫斑蝶生態保育協會合作，將門市作為紫斑蝶生態示範據點，將展開行動方案與成效追蹤。



紫斑蝶的
北上遷徙路線
Taiwan's Purple Crow Butterflies

有魚門市

設置桌貼，掃描後可以連結至臺灣紫斑蝶生態保育協會授權提供的相關資訊；亦結合紫斑蝶意象設計門市營運空間，規劃知識壁畫與主題視覺設計，使門市成為連結環境教育與社區交流之示範場域。



茂林門市

因位於國際聞名之「紫蝶幽谷」周邊區域（全球僅兩大斑蝶越冬谷之一），每年 11 月至翌年 3 月迎來紫斑蝶遷徙奇觀。門市以紫斑蝶與山林色系為主視覺，融入在地原住民文化元素，OPEN 將換上傳統服飾，象徵遊客進入兼具文化與生態價值之土地；門市規劃生態窗貼、蜜源植物栽種及生態布景，提供紫斑蝶休憩與覓食空間，並透過玻璃防撞設計與環境調整，降低窗殺與路殺風險。

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逕流，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

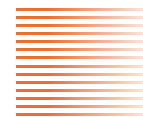
推動「永續農場」計畫，將門市咖啡渣與剩食回收轉製為有機質肥料並施用於農作物，建立循環機制，提升土壤生態系統生產力。此作法除降低廢棄物負荷外，亦強化農業地景之生態韌性。未來將逐步推動門市場域綠化與微棲地營造，支持授粉昆蟲棲息並強化生態系服務功能，使營運由減少衝擊進一步轉向提升環境品質。

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。

5.3 氣候變遷減緩與調適

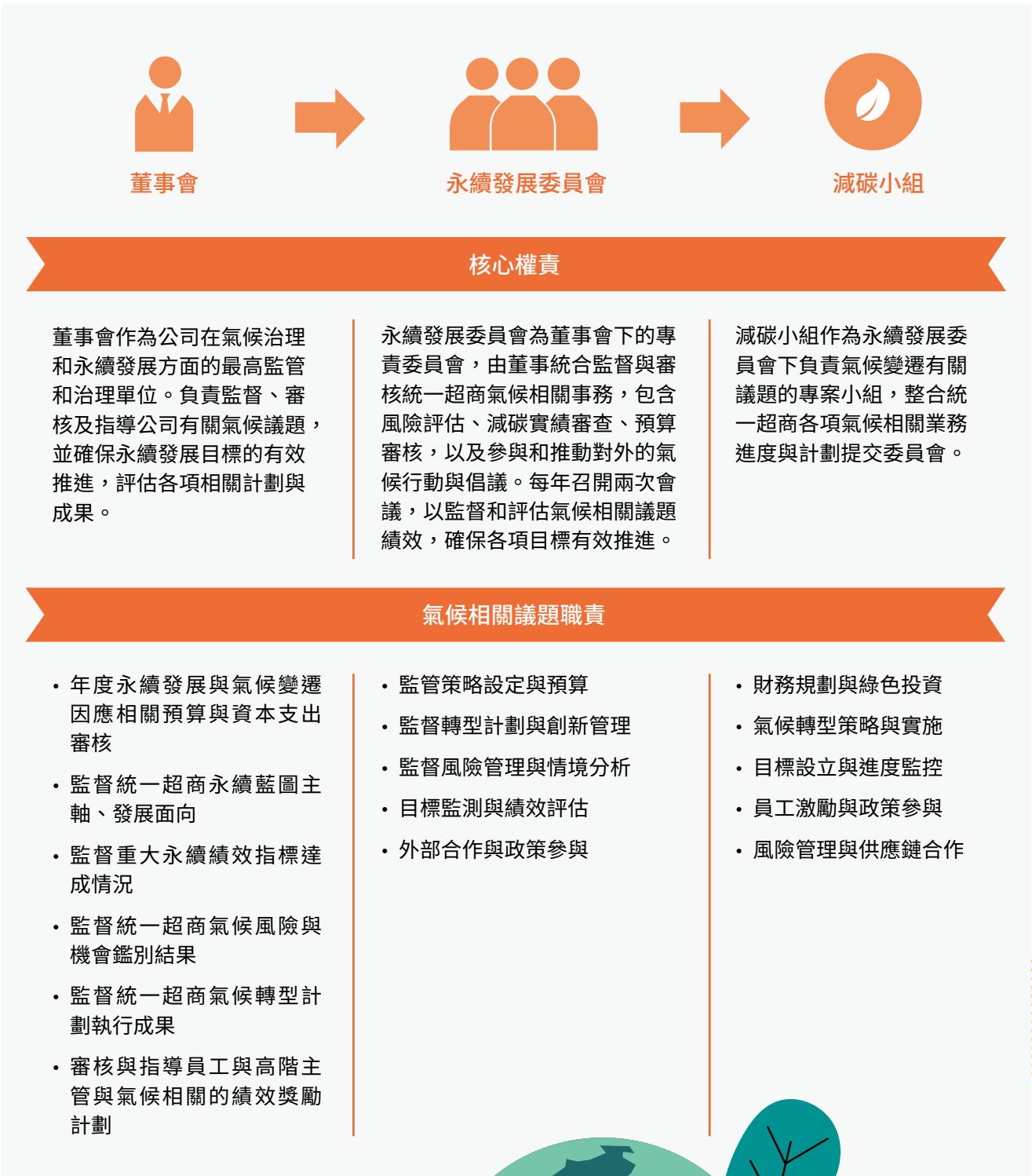
面對氣候變遷帶來的全球性挑戰，統一超商積極關注氣候相關議題，響應國際氣候倡議，承諾遵循《巴黎協定》，將全球氣溫上升控制在工業化前水平最多 1.5° C 以內，並支持環境部 2050 年淨零排放目標。自 2020 年起，公司依據氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）架構管理氣候風險與機會，持續強化氣候治理，確保氣候行動與公司治理緊密結合。為推動淨零轉型，統一超商依循 PDCA 循環制定完整氣候策略，逐步實踐永續發展藍圖。另因應金管會「接軌 IFRS 永續揭露準則藍圖」，統一超商將於 2026 年首次適用國際財務報導準則（International Financial Reporting Standards, IFRS），並自 2025 年起提前進行導入作業，依據國際財務報導準則第 S2 號準則辨識並管理氣候相關風險與機會。統一超商積極整合跨部門資源，配合法規要求，提升財務資訊透明度與氣候風險管理能力。

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。永續發展委員會由獨立董事組成，確保永續策略的多元規劃與有效執行，亦負責制定並推動永續發展策略，管理氣候轉型行動及目標表現。永續發展委員會成員皆由獨立董事擔任，每年召開兩次會議，監督年度永續專案的執行情況，並每季向董事會報告整體氣候策略的進展。

永續發展委員會轄下其中設有減碳小組，自 2021 年起正式成立作為氣候相關議題的專案小組，該小組由財務長擔任總召集人，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。其核心職責包括：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，並制定應對策略。同時，減碳小組轄下三大執行策略：分別負責能源轉型－導入節能減碳措施與設備、推行物流節能方案；產業轉型－採購與開發低碳產品與服務；生活轉型－強化內外部利害關係人之溝通與對氣候議題之認知。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，並透過每季例會追蹤進度，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。



· 氣候相關管理獎酬機制與成果 ·

因應對氣候議題管理的重視，統一超商持續優化「永續發展績效指標」連結高階主管績效獎酬機制，該機制適用對象包含總經理、協理與群主管與副群主管，其中與氣候及環境相關指標包含氣候變遷納入溫室氣體排放強度減量績效、剩食管理以年度剩食廢棄量減量比例、包裝包材之一次性塑膠減量占比、永續採購之認證原物料金額等四項議題共占比 10%、其他重大主題指標佔比 2%。2025 年度與氣候及環境相關的薪酬連結實際取得酬金比例為 10%。2025 年度高階管理層之酬金結構與績效表現密切連動，績效評核中已納入永續相關指標（約占 12%），並透過整體績效評等機制反映於各項變動薪酬之核發。藉由將永續績效納入關鍵評核指標，強化管理層對永續發展之責任與落實程度。

2025 年實施的績效獎勵，適用對象包含總經理、高階治理團隊、減碳小組之相關單位，期待管理層級發揮決策影響力，以推進本公司的氣候及環境績效進展。氣候相關管理指標包含：每佰萬元營收的碳排密集度同比前一年度下降，且符合公司年度減碳目標、完成 ISO14064-1 溫室氣體查證聲明書以及通過 ISO50001 能源管理系統驗證，全部 KPI 達標，於績效總分再加 1 分，藉此績效評估方法計算出與環境相關的金錢激勵占比。

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，獎勵方式如下表。2025 年度門市異常電費追回後發放獎金共計 30,013 元。2022 年起累計至 2025 年，總門市異常電費追回後發放獎金達 94,259 元。

統一超商門市節能獎勵計劃

節能成效獎	門市異常電費追回獎勵
各區工程同仁有責任將其門市的用電量和成本降至最低。在每一季度的工程評鑑中，以區為單位，取前 3 名頒發團體獎金各 1,000 元。	若工程同仁能夠成功追溯並收回因電錶誤讀而多付的電費，可獲得高達總退款金額的 5% 作為獎金。

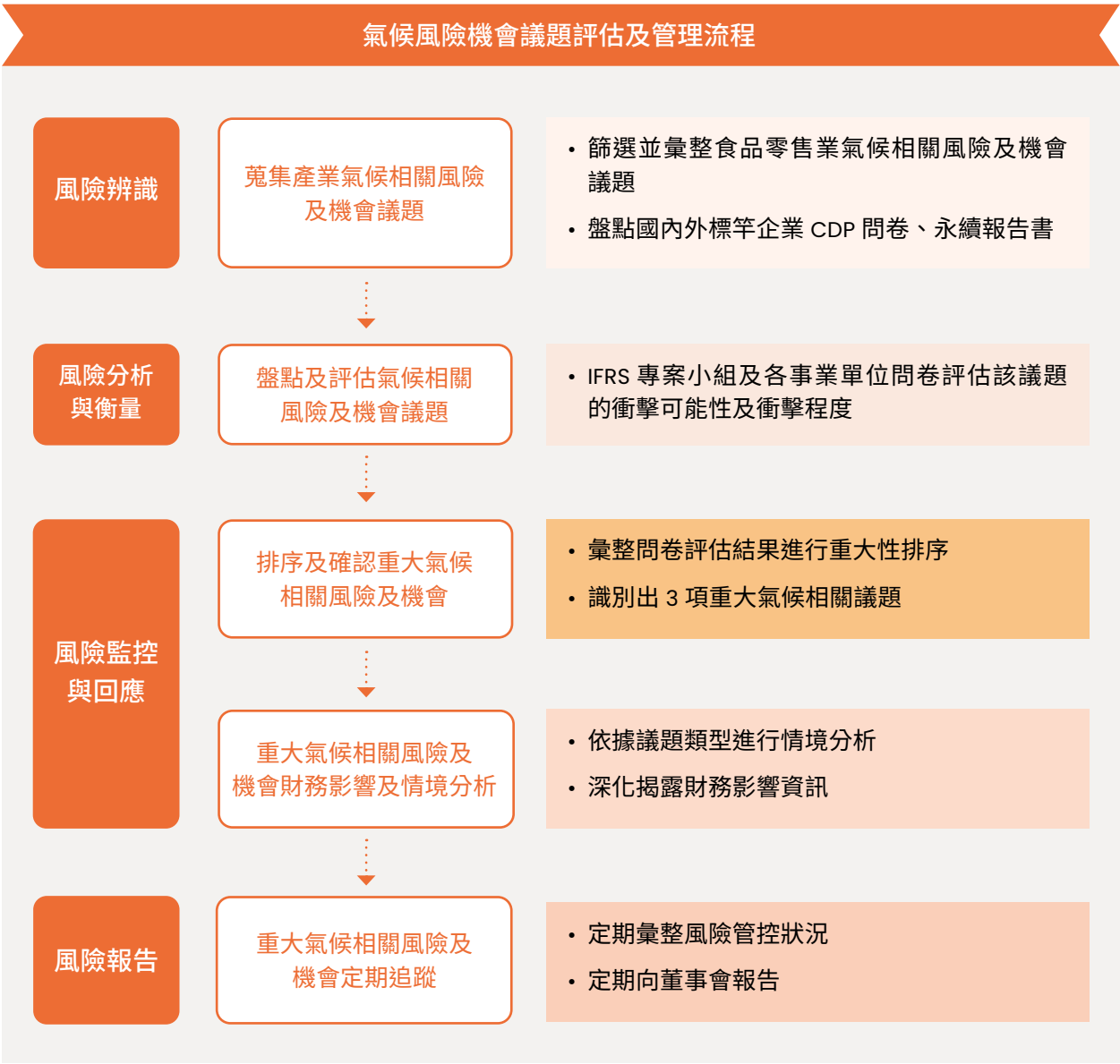
氣候風險與機會管理

在氣候變遷議題管理方面，統一超商於 2025 年透過系統性的氣候風險與機會評估流程，識別出 15 項議題，並依據減碳小組及各事業單位對實質性財務與策略影響的評估原則，篩選出 3 項重大氣候風險與機會議題。

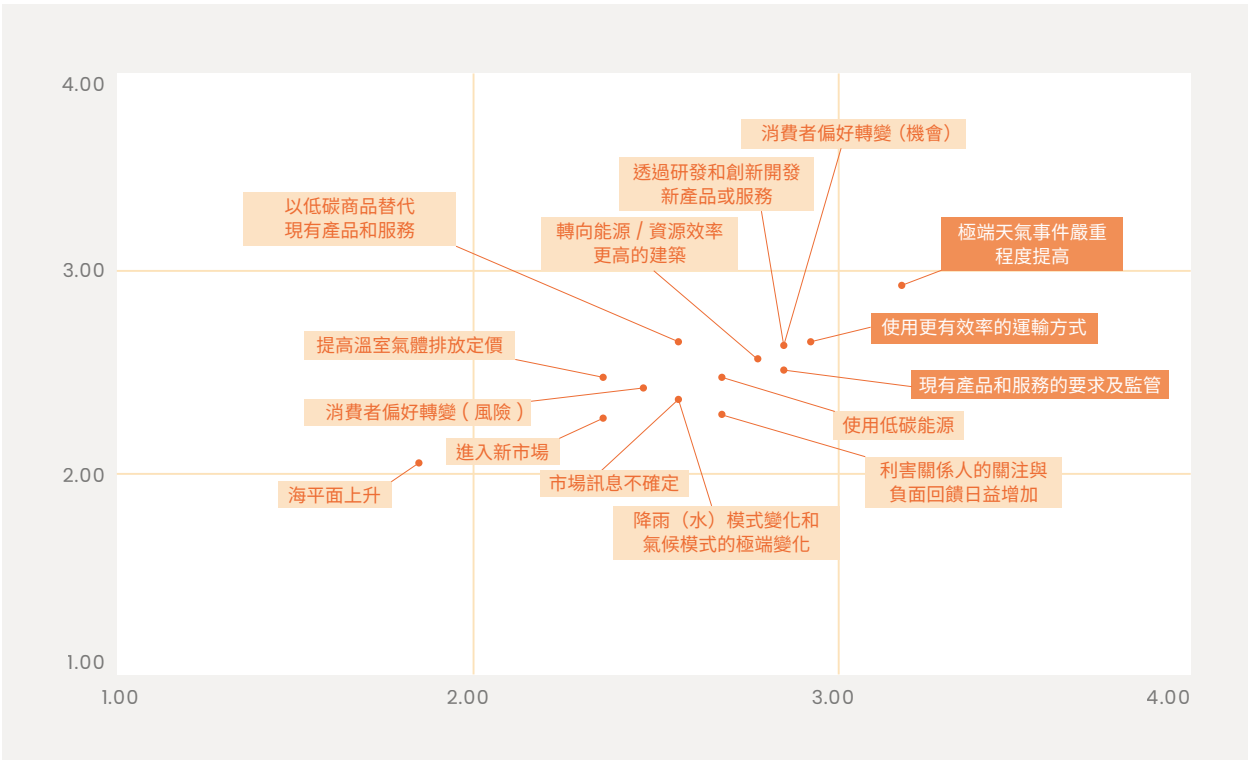
評估時涵蓋集團產業之氣候相關風險及議題，並參考 SASB 產業標準、國內外標竿企業的 CDP 問卷與永續報告書，依營運現況篩選後彙整共 9 項風險與 6 項機會議題；其次，透過問卷調查與 IFRS 小組、各事業單位合作，評估時考量氣候議題之「衝擊可能性」和「衝擊程度」分別以

1-5 等級評估議題，根據評估結果進行重大性排序並製作議題矩陣，考量議題多元性與管理完整性，從實體風險、轉型風險、機會三類議題中各挑選一項評分最高的議題，篩選出 3 項重大氣候風險與機會議題，納入後續財務衝擊與策略討論，亦將議題明確界定評估影響時間區間：短期（2026-2029 年）、中期（2030-2035 年）、長期（2032-2050 年）；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，並且根據公司的風險管理程序將氣候議題納入管理，強化企業韌性與永續發展。氣候相關風險與機會預期可能發生之時間區間劃分為「短期」、「中期」及「長期」，說明如下：

期間	定義	與策略性決策規劃時程之連結
短期	2026-2029 年	本集團鑑別氣候相關風險與機會可能發生的時間區間與集團內部既有目標管理時程一致，包含治理目標及永續相關目標。
中期	2030-2035 年	
長期	2032-2050 年	



氣候風險機會議題矩陣



氣候策略

· 重大氣候風險與機會 ·

根據氣候相關風險與機會之管理程序，統一超商辨認出可合理預期將影響公司展望的永續及氣候相關風險與機會如下表，氣候風險並進一步區分為：（1）轉型風險：因應氣候變化造成市場複雜化與衍生影響，需透過調節供需結構以減緩衝擊，調節方法包含政策、法律、技術和市場條件改變。（2）實體風險：長期性氣候變遷和立即性極端天氣災害帶來的實體風險，對公司可能造成直接性衝擊和供應鏈中斷等影響。（3）機會：因應低碳服務與產品的提供，為公司帶來潛在的新市場開拓及營收成長，並避免市場及法規風險，統一超商針對各項議題評估對公司經營模式、價值鏈上游、下游可能造成的影響，以及預期發生之時間區間。

風險 / 機會類別	氣候議題	議題描述	衝擊位置	預期發生時間區間
實體風險 - 立即性	極端天氣事件嚴重程度提高	因極端氣候事件（野火、颱風、洪水、強降雨等）造成的火災或淹水導致門市設備毀損、營運中斷	自身營運據點、上游供應鏈與下游客戶	短期、中期、長期
轉型風險 - 法規	現有產品和服務的要求及監管	全球環保法規趨嚴，各國政府與國際組織紛紛推動減塑、碳排放控制、食品安全強化等相關政策，對各產業的產品與服務帶來長期監管挑戰。臺灣現行限塑政策要求企業減少一次性塑膠製品的使用，如禁止提供一次性吸管、提升循環杯占比等，並鼓勵消費者選擇環保替代方案	自身營運據點、上游供應鏈與下游客戶	短期、中期、長期

風險 / 機會類別	氣候議題	議題描述	衝擊位置	預期發生時間區間
機會	使用高效的運輸模式	企業透過提升運輸與物流的能源效率，減少燃料消耗與碳排放，從而降低運營成本並提升環保形象，藉由採用新能源車輛、優化配送路線、提升裝載效率，或與其他企業合作共享運輸資源，以提高整體物流效率	上游（物流關係企業）	短期、中期、長期

· 重大氣候議題對經營模式及價值鏈之影響 ·

統一超商評估氣候相關風險與機會對經營模式、價值鏈可能會造成目前及預期之影響。相關說明如下：

< 實體風險 - 立即性 >

極端天氣事件嚴重程度提高				
影響	對經營模式的影響		對價值鏈的影響	
	目前	預期	目前	預期
正面影響	門市建立災害復原機制，提升營運恢復速度與危機應對能力	將氣候韌性納入門市營運策略，如選址、建築規格、彈性配送，提升抗風險能力	1. 導入緊急應變 SOP 與定期防災演練：提升應對短期營運中斷的能力，降低極端事件損失規模 2. 業務連續性：緊急應變的設施投資，如備用發電機或防災基礎設施 3. 供應商風險管理：與預備緊急應變能力之供應商合作，確保物料多元採購來源，提升供應穩定性	供應商風險管理：氣候風險納入供應商評估與選商機制，將提升整體供應鏈風險應對韌性
負面影響	1. 防災管理措施將導致營運成本增加 2. 頻繁災害導致門市營運中斷，造成財產損失、門市暫時關閉	1. 營運成本提升，氣候風險加劇導致設備毀損、運輸中斷、防災及營運成本隨門市擴增數量提升 2. 氣候變遷可能導致消費者需求轉變 3. 重新設計營運策略：現行營運模式未能應對反覆發生之氣候風險	1. 產品供應中斷：導致營收下降、物流成本提升 2. 門市及倉儲設備受損：設備毀損，資本支出與維修費用增加 3. 員工出勤：交通受阻使員工延遲或無法到班，影響營運 4. 頻繁災害導致門市營運中斷，造成財產損失、門市暫時關閉 5. 食品安全與物流影響：災後修復期間物流延遲，影響配送效率與食品安全控管，停電導致易腐爛的商品變質，營運成本上升	1. 產品供應鏈中斷：災害造成代工廠無法正常運作、物流運輸中斷，影響產品配送及銷售 2. 設備耗能上升：溫度上升使空調 / 冰箱耗能增加，營業成本上升 3. 保險費用增加：極端天氣事件更加強烈和頻繁，保險費用上升 4. 防災管理措施將導致營運成本增加 5. 頻繁災害導致門市營運中斷，造成財產損失、門市暫時關閉

< 轉型風險 - 法規 >

現有產品和服務的要求及監管				
影響	對經營模式的影響		對價值鏈的影響	
	目前	預期	目前	預期
正面影響	1. 因應法規建立營運模式，推出環境友善產品及服務，提升品牌形象及利害關係人信心 2. 完善監管的標準作業流程（SOP）與內部資訊管理流程，提升服務一致性及可靠度 3. 因應法規帶來轉型機會，可能減少成本，如減少一次性包材使用量	1. 因應法規趨嚴，增加販售環境友善商品，可能提升營收 2. 優化流程並整合法規，建立高適應力的產品開發機制，強化氣候轉型下的競爭韌性	1. 消費者對於商品永續性意識提升，非塑材質及再生材質使用提升，提升品牌聲譽 2. 與供應商建立永續合作條件，使用再生材料、取得環保標章，提升價值鏈永續性	1. 若能迅速因應、超前法規監管，可建立同業競爭優勢 2. 透過法規引導合規供應商加入，提升供應鏈品質與永續管理，建立具韌性之供應網絡
負面影響	1. 為符合臺灣限塑法規，需增加研發替代材質與管理之營運成本 2. 為符合臺灣溫室氣體擴大盤查法規，須進行盤查與申報，增加營運成本 3. 新材質提升商品的設計難度，可能導致商品包裝瑕疵 4. 因應法規改變營運模式，使消費者觀感不佳 5. 因應快速變化法規要求，營運部門需頻繁調整作業流程，增加營運單位成本 6. 為符合法規要求，減少塑膠包材使用，如將塑膠杯蓋轉換為封膜，可能會導致門市用電量上升	1. 環境法規趨嚴，企業需持續調整產品與營運流程 2. 替代材質與新技術導入的投資壓力 3. 因應臺灣碳費相關法規，並考量營運成長性，未來可能增加額外營運支出	1. 為符合法規，如限塑與包裝、環境保護相關法規，增加供應鏈調整與合規成本 2. 須建立合規培訓與內部稽核，透過內部監控機制，防範違規風險，增加營運成本 3. 材質替代的成本較高，造成原物料採購成本提升 4. 供應商未符永續標準時，需尋找替代供應商，增加供應鏈不確定性與成本壓力	1. 若技術與資訊系統未能即時因應，將影響合規透明度 2. 替代材質與新技術導入的投資壓力 3. 若需強制揭露產品碳足跡或履歷來源，供應商若無數據基礎，將影響內部合規性與商品上市速度

< 機會 >

使用高效的運輸模式				
影響	對經營模式的影響		對價值鏈的影響	
	目前	預期	目前	預期
正面影響	1. 低碳車型導入：降低營運碳排放與油耗成本，提升營運效率 2. 消費者價值主張轉變：認為綠色運輸成為產品附加價值 3. 開發差異化服務：碳中和交貨選項、追蹤碳排的運輸服務等，創造運輸平台商業模式 4. 關鍵資源與夥伴重組：共享運輸、協同配送等方式，跨企業合作頻率提高	1. 永續競爭力提升：運輸模式轉型，建立可追蹤的碳管理機制，強化氣候資訊揭露能力 2. 綠色物流及數位化創造新營收機會：提供綠色物流、碳中和配送、碳揭露報告等加值型物流服務，開拓新收入來源 3. 成本結構優化：智慧排程、減少空車、減少誤運與退貨，優化運輸流程，降低營運成本 4. 供應鏈韌性與合規能力提升：具備韌性運輸中斷風險與未來碳費法規，提升整體供應鏈穩定性	1. 降低運輸成本與能源消耗：使用節能運輸方式，如電動卡車或油電混合車，減少運輸能源消耗和營運成本，降低碳足跡，提升品牌的永續形象 2. 合併運輸與配送效率提升：不同訂單集中安排運輸，降低運輸成本與碳排放，也減少進貨延遲與入庫壓力，助於提升供應穩定度 3. 數據整合與排程優化：利用數位工具整合交期與貨量資訊，避免閒置車輛以提升時效與協作效率 4. 運輸效率提高的情況下，提高補貨速度和庫存管理效率	1. 與供應商建立長期夥伴關係，開發節能配送技術與減碳方案 2. 採用電動運輸車隊降低溫室氣體排放，推動低碳門市與社區物流模式，打造具競爭力的綠色供應體系，提高消費者對品牌的認同
負面影響	1. 導入合併配送、路線優化與低碳車型等策略，短期需投入設備（電動車隊、碳監控系統、AI智慧物流平台）、人力訓練、資訊系統成本、增加工作流程（碳排監測、碳數據揭露、碳權管理）造成營運資金運用之壓力 2. 既有配送合作夥伴缺乏轉型能力，造成物流整體效能不一、營運不穩定 3. 資訊與設備安全風險提升	1. 氣候政策如碳費或燃油法規趨嚴，若未能即時轉型，將面臨成本上升、營運彈性下降等壓力 2. 永續物流需求增加，可能加速淘汰部分低效率但低成本的營運方式	1. 為減少供應鏈碳排放，要求供應商回報碳排數據，需花人力檢視數據品質 2. 實施低碳配送時段或限制車型，可能影響配送彈性，造成特定時段補貨不及，降低營運效率 3. 門市需配合調整收貨時間與冷鏈儲藏規定，造成額外人力與能源支出 4. 推行有效率的運輸方式需要上游供應商、下游物流業者如大智通、統昶等子公司進行設備更新和資本投入	1. 若碳定價或燃料法規趨嚴，未及時改善效率的供應商可能失去合作機會 2. 運輸去碳化需高額投資進行車輛汰換、設置充電設施、智慧物流系統 3. 新運輸模式實施初期可能出現交貨延遲、效率不穩、技術錯誤 4. 資訊與設備安全風險提升：數位化、智慧運輸系統導入後，面臨資安風險與系統故障的可能性

· 氣候淨零轉型計畫 ·

統一超商深入分析至關重要的氣候風險與機會議題，根據該議題對公司策略及決策之影響，分析目前及預期之財務狀況、財務績效及現金流量之影響，並以氣候相關情境分析目前及預期，回應議題的韌性策略。配合全球《巴黎氣候協定》將升溫控制於 1.5° C 氣候目標、國家發展委員會於 2022 年公布之「臺灣 2050 淨零排放路徑及策略」，統一超商公開承諾其關鍵氣候策略為 2050 年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；並以 2020 年為基準年，2035 年範疇一與範疇二之溫室氣體排放強度較基準年（2.99 公噸 CO₂e/ 百萬營業額）減少 60%。為達成此目標，依循「能源、產業、生活及社會」四大方向制定轉型戰略，將三項氣候議題對應氣候調適與減緩、產業轉型、能源轉型策略，另以生活轉型持續回應內外部利害關係人對於氣候議題的關注，依據四大方向做為氣候轉型計畫發展方向。統一超商預計 2026 年投入 72,847,414 元於氣候淨零轉型計畫，透過持續管理及動態調整，整合內外部資源，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，並謹慎監控風險與預防管理，期許逐步邁向 2050 淨零生活轉型。

· 氣候調適與減緩 ·

根據《2025 年臺灣氣候變遷分析系列報告：暖化趨勢下的臺灣劇烈降雨與衝擊》，隨著全球暖化程度升高，臺灣未來颱風劇烈降雨發生頻率整體呈現上升趨勢，從氣候議題鑑別結果顯示「極端天氣事件嚴重程度提高」為統一超商所面臨的重大氣候實體風險。統一超商在全臺灣有超過 7,000 家門市，短時間內的極端天氣事件（如颱風、暴雨、洪水、熱浪、乾旱與強風）的嚴重程度增加，可能對營運造成突發性且短期的衝擊，並影響供應鏈穩定性、設施安全性與產品品質管理。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 年的臺灣莫拉克風災造成的災損為例，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，亦可能影響季節性商品銷售及營運銷售模式，透過聚焦以下因應策略，從完善門市防災設備、氣候風險應變與管理制度著手，提升營運韌性，減少極端天氣造成的損失。

風險 / 機會類別	風險 / 機會描述	時間 區間	經營模式及資源分配變動	提供資源 之方式
實體風 險 - 立即性	極端天氣事 件嚴重程度 提高	目前	1. 導入防災設備 2. 啟動「天氣情報配信」系統監測並發布氣候資訊 3. 雲端備援與資料分散儲存 4. 成立職安 / 應變群組與建立應變流程 5. 體系化將氣候風險納入企業風險管理或 ESG 架構 6. 將氣候風險模擬、風險轉移，如保險及韌性設計納入物流策略決策標準流程 7. 評估預期的災害狀況並採取預防措施之策略或規範 8. 供應鏈彈性措施，包含臨時改變配送路線或請求合作夥伴支援	內部營運支 出或資本支 出增加
		預期	將氣候風險模擬、風險轉移，如保險及韌性設計納入物流策略決策標準流程	內部營運支 出或資本支 出增加

情境分析及結果

類型	極端天氣事件嚴重程度提高
主要假設	1. 以門市營運為核心，結合每日高頻率物流配送、大量輪班員工出勤、對冷藏 / 倉儲設備的高度依賴，在臺灣極易受颱風、豪雨、洪水等急性氣候事件影響的特性下，選取以下財務衝擊進行分析，因其直接關聯公司每日營收、現金流、營運成本及資產維護，具有高度財務重大性，能有效呈現氣候變遷加劇下對零售業日常營運的潛在衝擊。 2. 天然災害影響日數（如災害假期）依《天然災害停止上班及上課作業辦法》規定，當災害造成停工或停課時，事業單位應依法停止工作或上課，並視為災害假期。根據《天然災害發生事業單位勞工出勤管理及工資給付要點》，期間員工未出勤不計為曠工，且雇主應全額給付工資，或按日給付，也可提供調休、彈性工時安排或災難津貼等補助措施。 3. WRI Aqueduct 水風險評估工具：識別當代及未來不同暖化情境下臺灣高風險淹水 / 洪水區域之營運據點曝險程度。此來源主要支援「營運中斷損失」、「設備損毀損失」及「設備維修成本」。 4. 根據「NCDR 112-T24 不同氣候變遷時期下之臺灣颱風推估差異分析」研究：提供當代基期線性推估及未來 1°C / 2°C / 4°C 情境下強烈颱風發生數量之科學預估。此來源主要支援「災害時營運成本」及「物流中斷損失」。
選用情境	全球暖化增溫情境（GWLs, Global Warming Levels） 1°C、2°C、4°C 情境
時間區間	2025、2030、2050
分析範圍	主要營運據點（臺灣）
評估影響 及 韌性能力	在特定時間區間評估不同全球暖化增溫情境下極端天氣事件造成門市營運中斷損失、在災害時營運的成本與設備損毀損失財務影響。財務評估結果為不同情境下位於高風險門市潛在財務影響，並非報導年或未來實際發生之情形。 報導年（2025 年） • 營運中斷損失、災害營運成本與設備損失，經評估後潛在財務衝擊共為 4,285.77 百萬元 1°C 情境： • 2030 年營運中斷損失、災害營運成本與設備損毀，經評估後潛在財務衝擊共為 4,536.66 百萬元 • 2050 年營運中斷損失、災害營運成本與設備損毀，經評估後潛在財務衝擊共為 5,121.72 百萬元 2°C 情境： • 2030 年營運中斷損失、災害營運成本與設備損毀，經評估後潛在財務衝擊共為 15,108.81 百萬元 • 2050 年營運中斷損失、災害營運成本與設備損毀，經評估後潛在財務衝擊共為 17,058.58 百萬元 4°C 情境： • 2030 年營運中斷損失、災害營運成本與設備損毀，經評估後潛在財務衝擊共為 15,235.21 百萬元 • 2050 年營運中斷損失、災害營運成本與設備損毀，經評估後潛在財務衝擊共為 17,201.76 百萬元 詳細策略請參考「經營模式及資源分配」欄位內容。

永續 / 氣候相關 風險	財務影響	
風險描述	報導期間	預期
極端天氣事件 嚴重程度提高	內部管理： 本年度包含成立職安群組以利災害回報與實施應變措施、評估預期災害規範如「低窪地區門市防水閘門及矮牆施工規範」以及體系化將氣候風險納入企業的全面風險管理（ERM）或 ESG 架構，使本期營業成本增加與營業活動流出共 314.11 百萬元。	短中長期策略因資訊尚未具備可量化條件，或不涉及實際財務支出，故未反映於揭露之量化金額中。
	策略量化影響僅揭露具可量化基礎之策略影響，部分策略因資訊尚未具備可量化條件，或不涉及實際財務支出，故未反映於揭露之量化金額中。	

· 產業轉型 ·

在全球推動淨零碳排的趨勢下，各國加強環境相關法規的制定，企業面臨越來越嚴格的監管要求，除了能源使用帶來的溫室氣體排放之外，現有產品與服務同樣面臨監管風險，以食品零售業而言，政府持續推動減塑措施，限制一次性塑膠用品，未來亦可能透過法規強化塑膠包裝材料的循環性、資訊揭露透明度，外部合規要求將對統一超商的供應鏈管理和營運流程造成潛在壓力。隨著相關政策日益嚴謹，統一超商必須主動調整產品策略與服務內容，以確保符合法規要求並降低潛在的合規風險，維持市場競爭力。

風險 / 機會類別	風險 / 機會描述	時間區間	經營模式及資源分配變動	提供資源 之方式
轉型風險 - 法規	現有產品和 服務的要求 及監管	目前	1. 外部顧問輔導並導入碳盤查作業、IFRS SI/S2 指標揭露導入之前置作業、減碳專案 2. 導入門市設備減少塑膠使用：高效智慧回收機、咖啡封膜機、製冰機 3. 導入永續商品包材與容器：rPET 包材鮮食商品、導入 OPEN iECO® 循環杯、100% 再生塑膠購物袋 4. 逐步汰換高能耗設備，包含：運具、空調設備、冰水主機、冰箱、燈具等，並導入再生能源設備 5. 消費者減塑誘因設計：提供自備飲料杯優惠價格、規劃長期活動推廣循環杯租借	內部營運支出 或資本支出
		預期	1. 導入溫室氣體盤查 2. 導入 rPET 包材鮮食商品 3. 尋找提升營運永續性的實務方式（永續包裝、擴大替代材料供應、與供應商合作改善環境實務） 4. 全面淘汰購物用塑膠袋、塑膠吸管 5. 以循環杯、智慧回收機為主軸，增加塑膠回收再生使用品項 6. 再生能源採購	內部營運支出 或資本支出

類型	現有產品和服務的要求及監管
主要假設	1. 臺灣頒布「氣候變遷因應法」，針對高於特定溫室氣體排放企業收取碳費，且逐年調整費率 2. 除持續發展再生能源自發自用外，仍預期購買綠電，以減少市場基礎之溫室氣體排放量
選用情境	Net-Zero 情境：根據 IEA WEO 2025，NZE 情境假設全球能源部門於 2050 年實現二氧化碳淨零排放，且不依賴能源部門以外的減排。 既定政策情境（STEPS）： • 根據 IEA WEO 2025，STEPS 情境反映當前政策設定，納入各國已實施及已宣佈的政策；至 2100 年，全球平均氣溫將上升約 2.5° C。 • 根據 2024 年第 5 次碳費費率審議會參考國際間對 2030 年碳價水準之建議，2030 年後碳費費率可考量訂定於 1,200~1,800 NTD/tCO ₂ 範圍。
時間區間	2025、2030、2050
分析範圍	主要營運據點（臺灣）
評估影響 及 韌性能力	依據臺灣相關法律與政策情境，評估報導年（2025 年）因未合規執行溫室氣體盤查、IFRS 永續揭露準則及產品原物料法規等因素，所產生之潛在財務衝擊，並針對未來情境進行碳費財務影響分析。 報導年（2025 年） • 統一超商依據環境部行政指引執行溫室氣體盤查，報導年無相關罰鍰；另 IFRS 永續揭露準則預計於 2027 年起申報，因此報導年無相關罰鍰；現行產品原物料符合環保法規，亦無相關罰鍰。 Net-Zero 情境 • 統一超商 2030 年經評估預計碳費支出 2,441.04 百萬元，2050 年經評估預計碳費支出 8,862.67 百萬元。 既定政策情境（STEPS） • 統一超商 2030 年經評估預計碳費支出 672.09 百萬元，2050 年經評估預計碳費支出 3,625.70 百萬元。 • 詳細策略請參考「經營模式及資源分配」欄位內容。

永續 / 氣候相關風險	財務影響	
風險描述	報導期間	預期
現有產品和服務的要求及監管	設備購置與汰換： 本年度包括導入高效智慧回收機與膠膜回收設備、增設咖啡封膜機與製冰機以減少一次性塑膠使用、推動再生塑膠循環利用，並逐步汰換高能耗設備，如：運具、空調、冰水主機、冰箱及燈具等，以降低能源耗用。並導入再生能源設備、建置數位行動監控中心，以提升油耗管理與運輸監控效能。上述措施主要使本期不動產、廠房及設備項目增加 3,408.48 百萬元，並反映於營業成本約 572.05 百萬元與投資活動現金流量流出約 927.92 百萬元。 原材料採購： 本年度包括導入 rPET 包材於鮮食商品以降低塑膠使用量、推動網購包裝減量及循環包材以提高再生料使用比例，全面導入 OPEN iECO® 循環杯，以及採用 100% 再生塑膠購物袋。上述措施使本期營業成本增加以及營業活動現金流出合計 233.08 百萬元。 無形資產新增： 本年度採行以無形資產新增為主軸之策略，導入能源管理系統以監測營運能源消耗並強化能源使用量之識別與管理。相關系統建置與導入支出，使本期無形資產項下增加，並反映於營業費用與營業活動現金流出，共 0.55 百萬元。 第三方機構合作與委任： 本年度採行策略包含委請外部顧問輔導並導入碳盤查作業、協助 IFRS S1/S2 指標揭露之前置作業、支付車機系統相關之每月使用費，以及委任專業顧問導入減碳專案。上述合作與委外支出，使本期營業費用增加並反映於營業活動現金流出，共 5.38 百萬元。 銷售計劃相關： 本年度透過 OPEN iECO® 循環杯回饋獎勵金促進消費者回流、推動循環杯租借長期優惠，並提供自備飲料杯之減塑誘因之間接性策略，進一步達到間接減緩溫室氣體排放，以面對未來溫室氣體監管區言之情形。上述措施使本期營業成本增加並反映於營業活動現金流出，共 521.40 百萬元。 策略量化影響係僅揭露具可量化基礎之策略影響。部分策略因資訊尚未具備可量化條件，或不涉及實際財務支出，故未反映於揭露之量化金額中。	第三方機構合作與委任： 短期將採行策略包含導入碳盤查作業。上述合作與委外支出，使本期營業費用增加並反映於營業活動現金流出，共 2.60 百萬元。 策略量化影響係僅揭露具可量化基礎之策略影響。部分策略因資訊尚未具備可量化條件，或不涉及實際財務支出，故未反映於揭露之量化金額中。

· 能源轉型 ·

根據環境部公告之《第二期（110 年至 114 年）溫室氣體減量推動方案》，運輸部門應提升運輸系統及運具的能源使用效率。對統一超商而言，門市眾多使物流運輸成為營運的關鍵。統一超商透過健全的物流管理體系，推行物流低碳轉型，包括導入環保車輛、實施高效配銷流程及物流中心的減碳措施，企業藉由採用新能源車輛、優化配送路線與裝載效率，並透過資源共享等措施，提升整體物流效率，減少燃料消耗與碳排放，達成降低成本與提升環保形象雙重目標。

風險 / 機會類別	風險 / 機會描述	時間區間	經營模式及資源分配變動	提供資源之方式
機會	使用更有效率的運輸方式	目前	1. 六期車購置 2. 雙溫層物流車導入 3. 配銷自動化設備 4. 調整倉儲位置	內部營運支出、資本支出與外部融資
		預期	1. 六期車購置 2. 保養維修 3. 配銷自動化設備 4. 調整倉儲位置 5. 導入內部碳定價制度：將碳排成本內化於投資與營運決策中 6. 提供「綠色配送選擇」，並透過定價或會員制度鼓勵消費者支持低碳物流	內部營運支出、資本支出與外部融資

情境分析及結果

類型	使用更有效率的運輸方式
主要假設	1. 第三期溫室氣體階段管制目標（草案）所更新設定之國家 2030 減碳新目標「較基準年減量 28±2%」，並設定能源、製造、住商、運輸、農業及環境六大部門階段管制目標 2. 電動小貨車擬自 2026-2027 年示範期推動示範計畫、2028-2030 年推廣期起視國產 5 噸電動小貨車技術成熟度，擴大推動推廣計畫、2031 年後穩定推動；電動大貨車配合經濟部評估 2027 年後才會推出國產電動大貨車，擬自 2028-2030 年示範期推動示範計畫
選用情境	自訂情境（交通部第三期運輸部門溫室氣體減量行動方案）
時間區間	2025、2030、2050
分析範圍	主要營運據點（臺灣）
評估影響及韌性能力	根據國家政策發展與自有策略發展下，評估汰換環保車輛節省之燃油成本與綠色倉儲減少之人力成本進行統計與評估： 報導年（2025 年） - 環保車輛（六期車）導入，使燃油成本下降達 11.15 百萬元新台幣。另因集中訂單運輸，較前年度降低 2.81 百萬元倉儲營業成本，以及綠色物流服務營收 0.14 百萬元。 自訂情境： - 未來將持續換環保車輛汰換，2030 年預估可節省之燃料成本約為 9.53 百萬元。 - 未來將導入綠色物流智慧倉庫，2030 年預估減少之人力成本約為 115.29 百萬元。 - 未來持續進行綠色物流服務，2030 年與 2050 相關服務營收預計為 0.14 百萬元。 - 詳細策略請參考「經營模式及資源分配」欄位內容。

永續 / 氣候相關風險	財務影響	
風險描述	報導期間	預期
現有產品和服務的要求及監管	設備購置與汰換： 本年度採行策略包含六期車購置與配銷自動化設備（高效自動導引電動拖板車、電子撿貨分類系統等）購置，上述措施主要使本期不動產、廠房及設備項目增加 984.36 百萬元，並反映於營業成本增加 16.16 百萬元與投資活動現金流量流出約 99.70 百萬元。	設備購置與汰換： 短期策略包含六期車購置與配銷自動化設備（高效自動導引電動拖板車、電子撿貨分類系統等）購置，上述措施主要使本期不動產、廠房及設備項目增加 492.16 百萬元，並反映於營業成本增加 139.91 百萬元與投資活動現金流量流出約 492.16 百萬元。 內部管理： - 短期採行策略包含調整倉儲位置（設備採購），使短期不動產、廠房及設備項目預計增加 87.68 百萬元，反映於增加營業成本 4.38 百萬元與投資活動現金流量流出 87.68 百萬元 - 中期策略包含申請物流減碳標章，預計營業成本與營業活動現金流量流出 500 元 - 長期策略則包含導入內部碳定價制度，達成減碳措施物流土可領取獎金，預計營業成本與營業活動現金流量流出為 9.50 百萬元。

· 生活轉型 ·

全球邁向淨零排放的趨勢下，企業不僅需積極提升自身營運的環境績效，更須與消費者、供應鏈及政府與相關合作夥伴攜手合作，共同推動永續轉型。統一超商以「生活轉型」為其中一項關鍵理念，透過兩大方針－加強消費者與利害關係人的溝通教育，以及深化供應鏈與合作夥伴的倡議合作，持續聆聽及蒐集內外部利害關係人的想法，在推動淨零轉型計畫的過程中，納入公正轉型的概念，統一超商透過提供各項永續議題的內部培訓，提升員工 ESG 意識及工作技能，在淨零轉型過程中考量對於社會影響，致力打造涵蓋上游、中游到下游的低碳循環生態系，推動整體社會朝向淨零未來邁進。

< 消費者與利害關係人溝通與教育 >

統一超商積極扮演社會大眾的生活夥伴角色，致力於提升消費者與利害關係人對永續及氣候變遷議題的認知。從自身營運端出發，我們透過「好鄰居同樂會」等活動，結合門市人員、消費者及合作夥伴，推廣減碳、減塑及惜食理念，2025 年舉辦超過 1.4 萬場次，影響逾 13 萬人次，深植永續生活意識。我們亦注重與消費者的互動溝通，如推廣「OPEN iECO® 循環杯」租借及高效智慧回收，運用回饋獎勵機制促使消費者積極參與循環經濟，提升消費者永續意識。

< 供應鏈及合作夥伴倡議與合作 >

統一超商嚴格遵循《巴黎協定》目標，參與並審視相關行業協會及遊說活動，確保政策方向符合淨零目標，並公開透明揭露參與成果，強化利害關係人信任。透過跨界合作，我們也與政府與 NGO 密切溝通，進行氣候教育與政策推動，形成多元公眾對話平台，共同促進社會向低碳轉型的共識與行動。供應鏈管理方面，統一超商針對所有代工供應商，持續進行能源使用與碳排放相關事項之管理與追蹤，了解代工廠節能減碳作為之規劃與執行情形，以促進供應鏈整體環境表現之提升。2025 年各代工廠加總共執行 27 件節能減碳措施，包含空調、冰水主機與燈具等汰換，累計減碳量約為 360.73 公噸二氧化碳當量，節電量約為 761,037.73 度。統一超商亦鼓勵供應商提供低碳標章產品，如 ISO 14067 減碳標章乳製品，並透過定期供應商大會推廣品牌永續理念，以期提升整體供應鏈環境表現。

氣候指標與目標

· 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，2025 年度溫室氣體盤查範圍涵蓋 7,468 個據點，溫室氣體盤查邊界涵蓋率 99.36%。

2025 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
7,455	13
共計 7,468 個據點	

註：2025 年盤查之 7,434 家超商包含在 2025 年位移或關店之 205 家門市

2025 年溫室氣體排放量

溫室氣體排放	主要排放源	總排放量
範疇 1	冷媒、沼氣、公務用車及生啤酒用 CO ₂	45,413.86
範疇 2	門市、總公司、商場及地區辦公室、訓練中心用電	560,102.17
範疇 3	包含採購商品、資本財、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	5,969,764.43
溫室氣體排放總量		6,575,280.46

單位：公噸二氧化碳當量

註 1：溫室氣體盤查係依據 ISO14064-1：2018 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、則依盤查時經濟部最新公告之電力排碳係數；環境部公告 114 年 4 月 14 日溫室氣體排放係數、環境部產品碳足跡資訊網；全球暖化潛勢（GWP）數值則源自聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）第六次評估報告。該等輸入值及假設於報導期間內未有變動。

註 2：間接排放中外購電力計算方式採用地點為基礎，以經濟部能源局 2024 年排放係數 0.474 公噸 CO₂e/ 千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）、氟氫碳化物（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为 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 76.90%，其中不含破壞臭氧層的製冷劑占比為 100%。

· 間接排放 ·

2025 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、購買之商品、資本財、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，2025 年度所有營運據點的使用的 外購電力為 118,165.01 萬度，造成的間接溫室氣體排放量為 560,102.17 公噸 CO₂e，相較 2024 年排放量減少 0.8%，外購電力用電度數較 2024 年增加 3.40%，主要原因是門市增加且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	560,102.17	8.58%
購買之產品	購買之產品的排放	5,694,335.58	87.20%
	資本財	37,695.45	0.58%
	外購燃料上游排放	130,967.10	2.01%
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	63,151.96	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	37,058.61	0.57%
商務旅行產生之排放	員工因公出差之交通運輸排放	1,161.71	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	4,057.32	0.06%
產品生命終期階段的排放	產品包材處置	1,336.69	0.02%
總計		6,529,866.59	100%

· 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，統一超商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。自身營運方面，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。2025 年溫室氣體排放強度為 2.75 公噸 CO₂e/ 百萬營業額，較前一年下降 1.75%，本年度溫室氣體排放強度已達成 2025 年較前一年減少 1.5% 之目標，未來將持續提升能源效率與營運優化，以邁向長期減碳目標的實現。

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，2025 年新增盤查「資本財所產生的排放」，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。

· 內部碳定價 ·

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，依循環境部目前公告之碳費費率，已制定內部碳定價為新台幣 300 元 / 公噸 CO₂e。統一超商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。

· 能源使用 ·

統一超商 2025 年度所有盤查據點所使用的外購電力為 118,165.01 萬度，消耗能源總量為 4,255,222.20GJ；外購電力百分比為 99.92%。2025 年度再生能源使用率為 0.03%。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。2025 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 18,980,747.64 公升柴油，相當於 667,089.76GJ 的能源消耗量。

2025 年統一超商於物流中心建置 320kw 屋頂太陽光電轉供綠電至超商總部大樓與部分門市，2025 年 3 月正式轉供，向經濟部標準檢驗局取得 335,000 度再生能源憑證。我們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供應門市直接使用，2025 年新增於道生、松高、宏泰門市使用再生能源，未來將持續提升再生能源的發展與使用。

地點	總部	道生、松高、宏泰門市	亞萬門市
再生能源使用量 (kWh)	186,401	174,520	3,255

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	60.65	1,979.33	0.05%
公務車用油	柴油	千公升	3.95	138.71	0.003%
緊急發電機	柴油	千公升	1.06	37.19	0.0009%
割草機	柴油	千公升	0.02	0.73	0.00002%
盤查營運據點用電	外購電力	萬度	118,165.01	4,251,860.84	99.95%
消耗能源總量 ^(註)				4,254,016.79	100.00%

註：消耗能源總量不包含自發轉供再生能源

· 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。2025 年門市用電密集度減量目標為 869.6 度 / 平方公尺，較 2024 年減少 0.5%，而 2025 年實際門市用電密集度為 850.82 度 / 平方公尺，比 2024 年減少 2.65%，主因為有效掌握用電量與逐步提升用電效率，持續汰換高效能設備與每月追蹤進度。

EUI（註）								
年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
EUI	1,008	962	919	891	833	826	874	851
下降百分比	-0.30%	-4.56%	-2.96%	-3.05%	-6.46%	-0.81%	5.75%	-2.65%

註：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。

為有效提升所有門市能源使用效率，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措施。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。

2025 年統一超商門市透過節能專案成功節省 95,668,216 度電相當於減少了間接排放 45,346.74 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（註）
- 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

註：「門市節能減碳行動策略」適用於所有門市，以逐步提升整體能源效率。

門市節能減碳行動方案						
門市節能行動方案		2025 導入數量	溫室氣體減 排量（公噸 CO ₂ e）	節能量 kWh	節能量 GJ	節能專案成果 節能減碳占比
採用變頻系統	門市導入或汰換使用變頻冷氣機	1,666	14,670.94	30,951,350	111,424.86	32.35%
	三代組合冰箱	4,076	25,635.13	54,082,559	194,697.21	56.53%
	新型節能冷凍櫃	142	175.38	370,000	1,332.00	0.39%
冷藏櫃節能	採用 OSC 無電熱玻璃	2,594	466.15	983,439	3,540.38	1.03%
燈具減量、LED 燈具、室內照明管理	騎樓照明節能升級	3,811	279.69	590,063	2,124.23	0.62%

門市節能行動方案		2025 導入數量	溫室氣體減 排量（公噸 CO ₂ e）	節能量 kWh	節能量 GJ	節能專案成果 節能減碳占比
燈具減量、LED 燈具、室內照明管理	門市照明升級	20,724	3,077.21	6,491,994	23,371.18	6.79%
招牌節能	橫字招牌節能改良	9,831	724.21	1,527,871	5,500.34	1.60%
改善熱交換環境	節能風除室	107	318.03	670,940	2,415.38	0.70%
總計		42,951	45,346.74	95,668,216	344,405.58	100%

註 1：由於溫室氣體查證完成前 2025 年度電力排碳係數尚未公告，因此減碳量計算依據 2024 年公告之電力排碳係數 0.474 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。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。

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

物流公司節能減碳行動方案				
物流公司名稱	節能措施能說明	溫室氣體減排量 （公噸 CO ₂ e）	節能量 （kWh）	節能量 （GJ）
統昶行銷	1. 更換 LED：每盞燈更換後預計減少消耗 25~26W，依據更換地點之每日使用時間以及一年使用 365 日計算 2. 更換空調設備：2025 年採購冷氣共 10 台，依節能度數統計可省 4624kwh	6.82	14,383.00	51.78
捷盟行銷	更換空調設備：中壢廠區更換舊空調設備，根據更換數量、使用率，更換月數比例與節省能源使用量計算總節能量	18.83	39,723.52	143.00
大智通	以磁浮扇取代工業扇：增設 26 台磁浮扇並拆除 72 台 1 馬力的工業風扇，根據風扇每小時耗能差異，計算每年使用約 240 日情況下總節能量	51.22	108,057.00	389.00
總計		76.87	162,163.52	583.78

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：由於溫室氣體查證完成前 2025 年度電力排碳係數尚未公告，因此減碳量計算依據 2024 年公告之電力排碳係數 0.474 公斤 CO₂e/ 度進行減排量的計算。

5.4 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，也為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 年統一超商已制定《[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三類，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。統一超商推動廢棄物減量，並設定明確的廢棄物減量目標，每年持續追蹤績效。目標於 2028 年前，門市單店廢棄物清運量將下降 45%；2025 年目標為門市單店廢棄物清運量下降 20%（以 2019 年為基準年）。

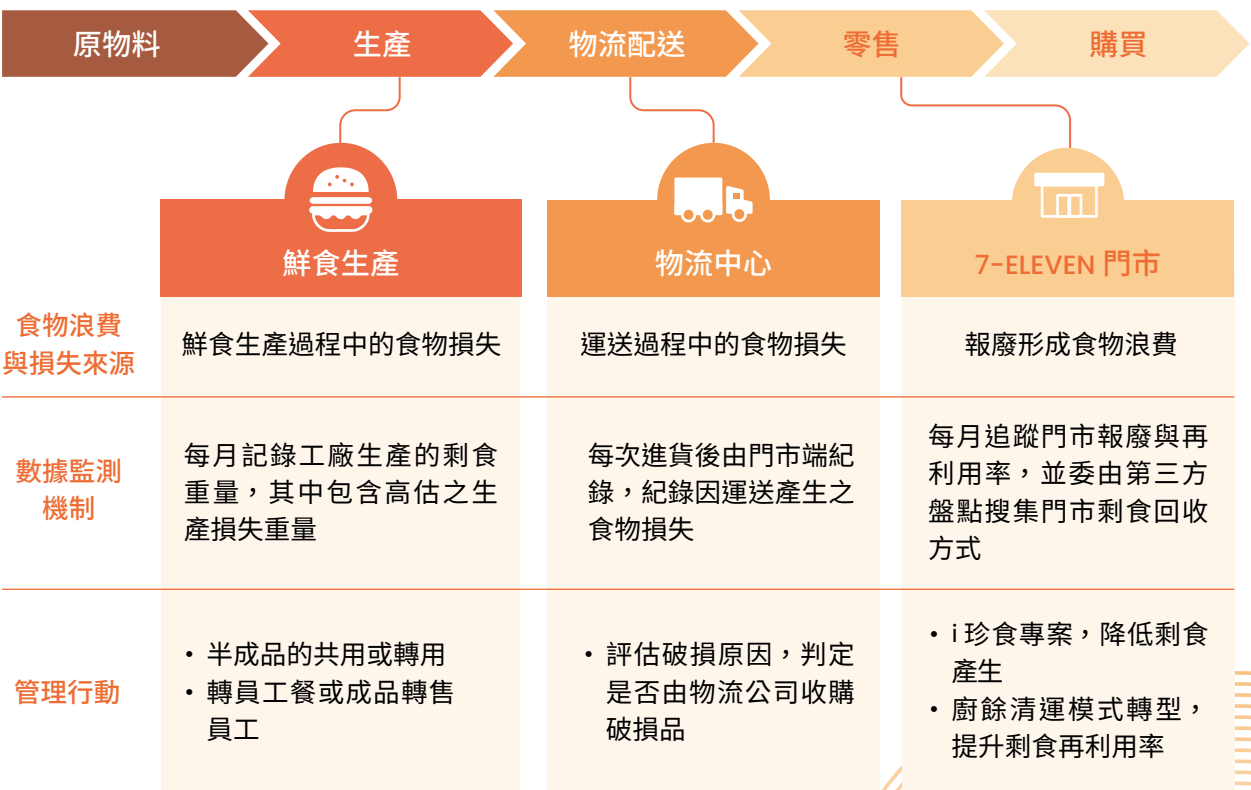
2025 年超商門市營運及總部活動所產生之不可回收廢棄物為 44,360.80 公噸，占全國廢棄物焚化量之 1.00%，當統一超商無法妥適處理廢棄物並推動廢棄物減量措施，不僅為各縣市之焚化廠帶來更沉重的負荷，也會強化垃圾焚化所帶來的後續環境衝擊。統一超商於整體廢棄物管理策略遵循 3R 原則，透過減量（Reduce）、回收（Recycle）與再利用（Reuse），最少化不可回收廢棄物。

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 [5.2 包裝包材管理](#)）

剩食產出與流向管理

統一超商長期關注剩食管理議題，根據 2025 年全球糧食危機報告（The Global Report on Food Crises, GRFC 2025），全球約有 2.95 億人面臨嚴重飢餓，超過 45% 的人口受到糧食危機影響，無法可靠地取得充足、安全且具營養的食物；其中婦女、兒童、農村家庭與受衝突影響的社區影響最為嚴重。環境部亦指出，家戶與事業廚餘平均每天共約產生 2,115 公噸，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%。從公共衛生角度，空污與病媒滋生等因素可能影響周邊居民的空氣品質與呼吸健康，這不僅加劇氣候變遷，威脅社區環境，更造成糧食安全與健康問題，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 年起成立隸屬永續發展委員會下的惜食永續專案小組，2025 年正式更名為食品健康永續小組，除剩食與廢棄物議題，亦納入產品健康與營養議題，並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 家專屬代工廠每月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、報廢金額等）正確性，將偽造、虛報情事列為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。2025 年代工廠剩食再利用率達 82.88%，相較前一年下降主因為 2025 年出現非洲豬瘟疫情，導致部分剩食無法再利用。



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。



零售：報廢形成食物浪費

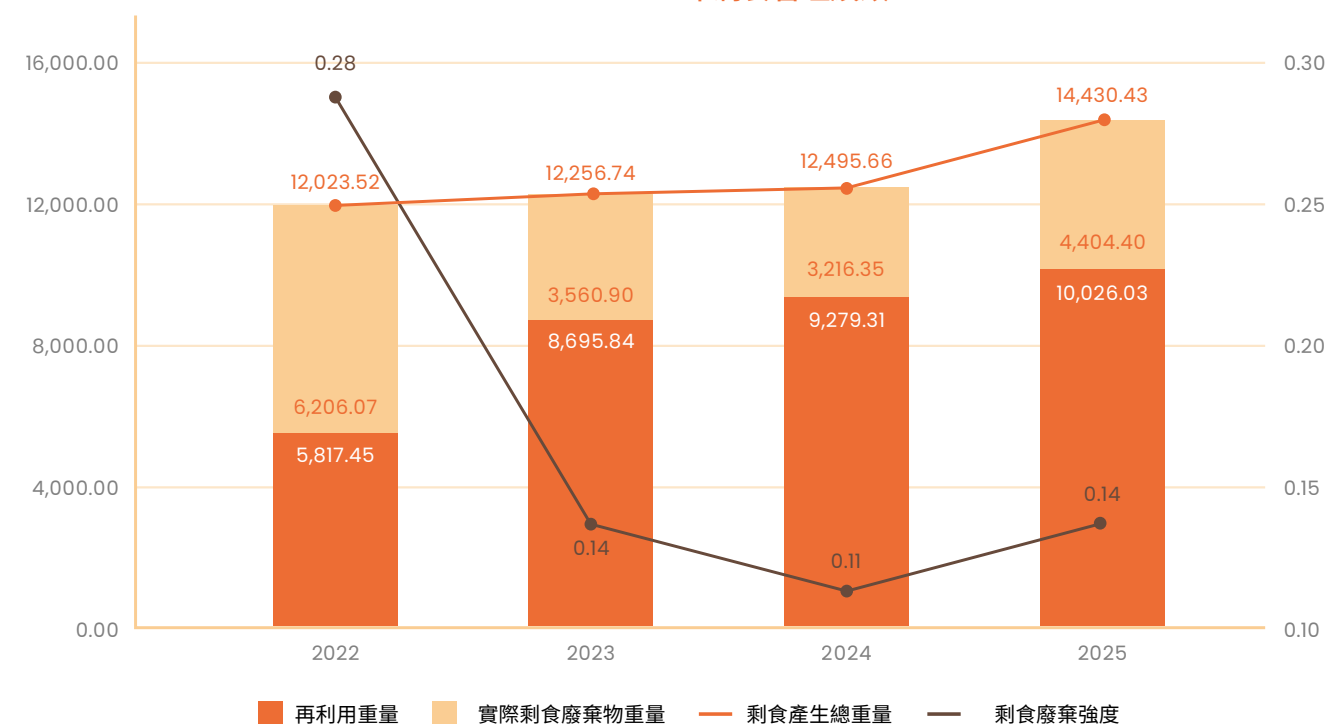
統一超商透過完善的監測機制與減量行動的執行，積極減少門市端報廢與剩食量。門市報廢數據以每月為單位進行追蹤，並記錄各類食品（如生鮮蔬果、熟料理、鮮食麵、便當、烘焙等）的報廢總量。此外，統一超商亦委請第三方單位盤點蒐集門市剩食回收方式，以確保剩食管理機制的透明度與有效性，並持續優化剩食管理策略。

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，2025 年 i 珍食約減少 20,472.50 公噸剩食產生，相較去年成長 14.58%，未來也規劃增加委外清運門市，加入剩食回收作業。統一超商持續藉由以下三項行動，持續提升門市剩食回收率：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，2025 年報廢產生總重量為 14,430.43 公噸，較 2024 年上升 15.48%，與門市數量增加且鮮食銷售持續成長有關；2025 年度之食物再利用比例為 69.48%（主要為動物飼料 / 堆肥），相較於 2024 年的 74.26% 降低，主因 2025 年 10 月臺灣爆發非洲豬瘟疫情，導致 1,645.83 噸原先可再利用為動物飼料之剩食改以焚化方式處理。2025 年實際剩食廢棄重量為 4,404.40 公噸，較 2024 年度上升 36.94%。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。

2022~2025 年剩食管理績效



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 2025 年剩食種類而言，占比最高為麵食達 17.93%，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 13.55%，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)		重量占比
門市	熟食	7.17%
	麵食	17.93%
	沙拉	4.16%
	熱狗	3.77%
	茶葉蛋	3.99%
	便當	4.86%
	米食	12.07%
	飯糰	13.55%
	現煮熟食	3.25%
	冷藏調理麵包	5.82%
代工廠		21.33%
物流 (註 2)		1.97%
總部		0.13%
總占比		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」。
註 2：自 2025 年起剩食統計範疇涵蓋物流階段所產生之剩食。

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，2025 年透過 i 珍食共避免 20,472.50 公噸剩食產生，較 2024 年成長 2,605.56 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。

新湖農場魚菜共生，餐桌上的循環美味

統一超商支持兼顧環境與創新的生態農業，攜手雲林縣新湖合作農場，首創以全台唯一魚塢型的「改良式魚菜共生系統」栽植草莓，打造「菜養魚、魚養水、水養草莓」的循環農業生態鏈，透過廢棄的魚塢池旁建造溫室，利用農場截切的剩餘菜葉養魚，魚塢池水循環利用再引流種植草莓，更搭配有機資材防治與全程不用藥、不刻意催熟的生產管理，讓草莓自然成熟、累積出香氣與酸甜層次，成就顆顆果大味美且安心食用的「新鮮美姬草莓」。

此外，我們也在生產階段與供應商合作，將每年熱銷 600 萬盒的「一日野菜」兩款沙拉種植過程中所產生的廢棄外葉，加入魚菜共生循環系統作為魚類飼料。並以魚菜共生系統種植「紅酸模」，將其運用於質感沙拉品牌「莎拉沐 Salad Mood」的品項「煙燻鮭魚帆立貝沙拉」當中，讓消費者品嚐新鮮及美味。

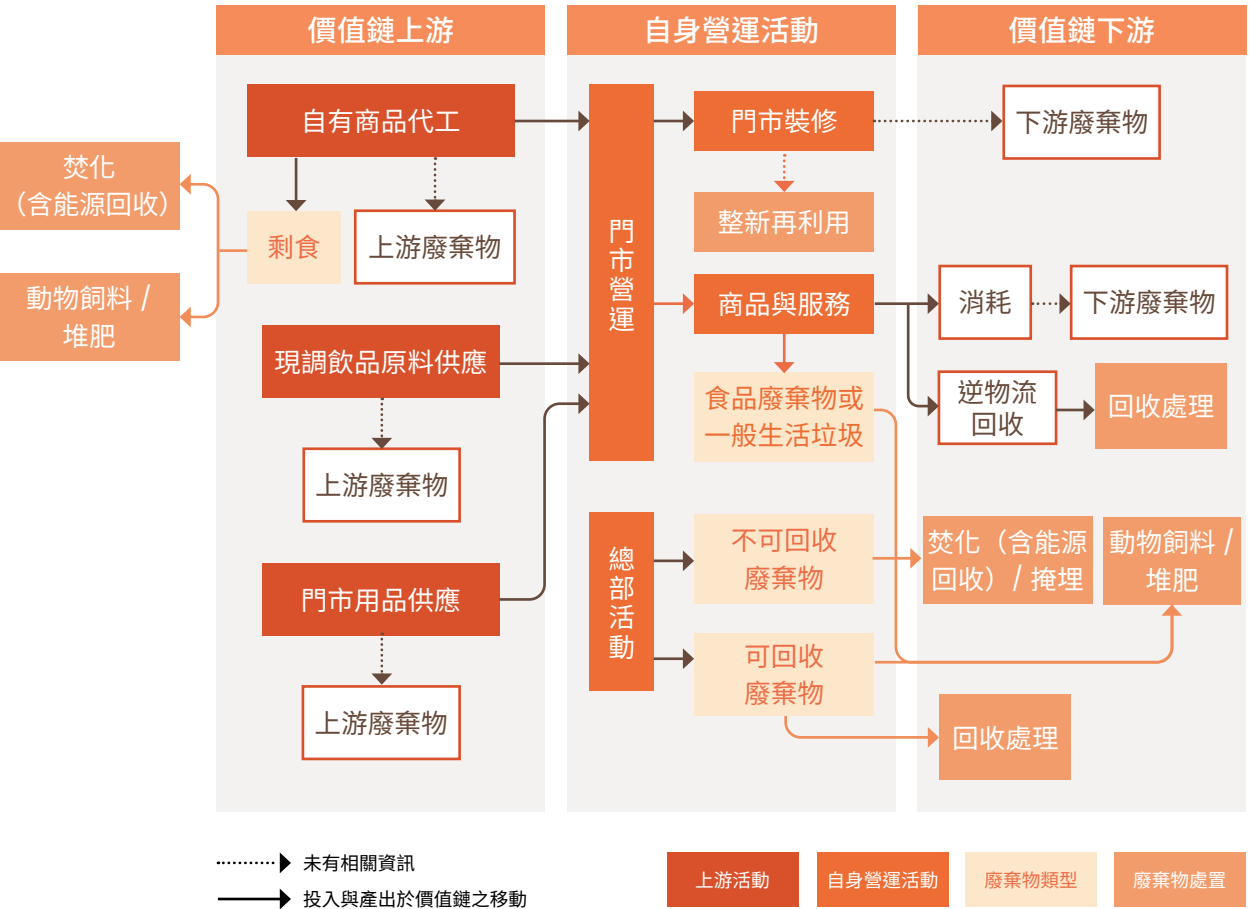
咖啡渣循環利用，實現綠色再生

為持續推動永續循環經濟，統一超商自 2023 年啟動「永續農場」循環再生計畫，透過系統性回收門市即期品、已開封或不良報廢品及咖啡渣，結合農業生技團隊利用黑水虻自動化養殖技術，將回收物轉化為安全無毒的有機質肥料，應用於契作農田。該肥料不僅富含有機質，有助提升土壤肥力與生態健康，還促進低碳農業發展。經再利用的農業廢棄物所栽種的蔬果，回流至門市作為鮮食配菜或銷售，實現從生產到消費的綠色循環。

2025 年 5 月起持續推動咖啡渣資源循環利用計畫，針對中部地區 100 間門市進行咖啡渣回收作業，總回收量為 4.3 噸，成功轉化出 6.4 噸的有機肥料，並全數分送至統一超商合作的 6 家契作永續農場，以種植生菜、胡蘿蔔、香蕉及玉米等作物，並回流至門市，讓更多消費者參與支持永續飲食，落實資源循環與環境友善目標，未來將視試辦成果評估擴展至其他營運門市，持續以循環經濟為導向，推動更多可量化的環境效益。

廢棄物產出與流向管理

統一超商廢棄物產生流程概念圖



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。2025 年人均用紙量較前一年度減少 5.22%，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，2025 年回收重量總計 16,876 公斤，統一超商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。2025 年整新再利用機台種類達到 31 種，總數達 3,207 台，也藉此節省設備購置費用達 103,870,524 元。

· 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。

2025 年，統一超商持續擴大回收機佈建，總累積裝機數達 290 台，其中本島設置 284 台，外島設置 6 台，進一步提升消費者參與資源回收的便利性。此外，為強化設備利用率，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。整體而言，2025 年由高效智慧回收機累積回收寶特瓶 2,861 萬瓶、廢電池 521 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。

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納入台北市、新北市、桃園市、新竹市、台南市、高雄市等區域之委外清運，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，2025 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。2025 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 ·

2025 年共計 1,503 家門市與總部大樓委託廢棄物清運廠商清運，委外清運家數相較去年成長 28.79%，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。

2025 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 44,360.80 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。目標為 2025 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%。2025 年單店廢棄物清運量為 6.56 公噸，較基準年下降 22.22%，已達成 2025 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。

2025 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	2,835.40	7,171.98
	焚化 (含能源回收)	食品廢棄物	-	3,432.44
	衛生掩埋	食品廢棄物	-	444.97
	回收處理	回收塑膠	-	1,361.34
		紙類	-	10,988.59
		金屬	-	29.00
		乾電池	-	598.25
		光碟片	-	84.25
		電子用品	-	88.98
	衛生掩埋	一般生活垃圾	-	4,134.67
	焚化 (含能源回收)	一般生活垃圾	-	38,439.52

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 2025 年全國一般廢棄物處理量，計算焚化與衛生掩埋之處理比例，焚化比例為 88.52%。

註 2：有統計的營運範疇包含：總部、區辦公室、門市；上游之統計範疇包含 12 間代工廠。

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