



統一超商 GRI小組報告

組長

- 張智堯 整合報告及產銷永續、ESG IR平台介紹

組員

- 趙蘭英 公司簡介及結論
- 江盈儒 永續管理
- 黃淑娟 永續治理
- 呂巧淵 永續地球及社會共好

統一超商公司背景

趙蘭英

統一超商股份有限公司



沿革	創立時間：1987年6月10日 母公司：統一企業，成立於1967年，是台灣食品及飲料業的龍頭企業，涵蓋食品、飲料、物流、零售等多個領域。 品牌引進：統一企業於1978年與美國南方公司（Southland Corporation，7-Eleven的母公司）簽訂合作協議，將7-Eleven品牌引進台灣。 上市日期：1997-08-22
董事長	羅智先
總經理	黃瑞典
資本額	新臺幣103.96億元
主要業務	經營7-Eleven便利商店，提供食品、飲料、日用品等商品，以及多元化的服務如代收費用、電子票證、行動支付等。
營業額	2023年合併營收達新臺幣3,170億元，較去年成長9.16%
展店規模	全台門市數量6,859家，遍及368個鄉鎮，實現全鄉全店的佈局
員工人數	8,651 人(含兼職人員)
商場據點	商場事業經營據點達57個
總部地址	臺北市松山區東興路65號2樓

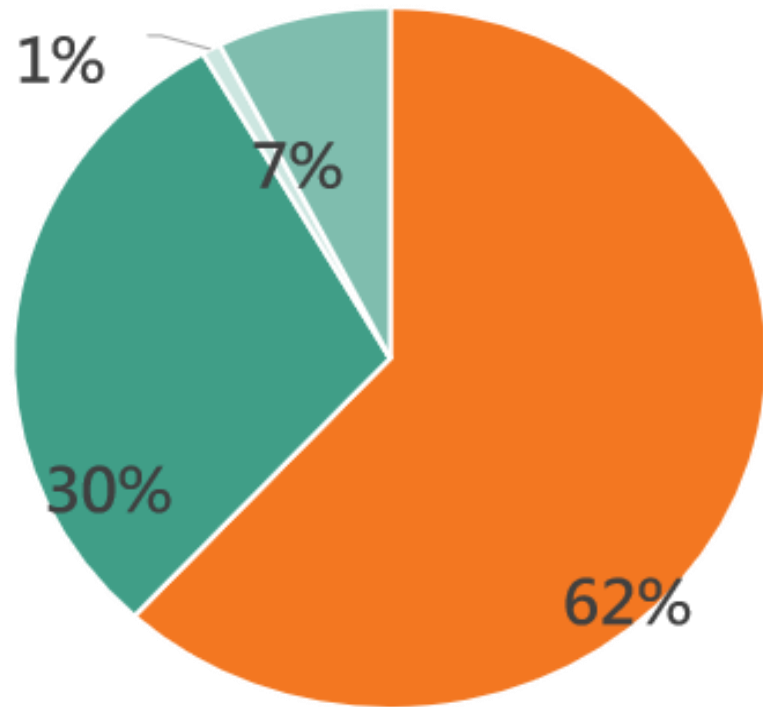
近年營收及獲利表現

單位：NT（十億元）	2019	2020	2021	2022	2023	YOY
Revenue (Company Only)	158.0	168.1	168.0	182.9	197.7	8.1%
Revenue (Consolidated)	256.1	258.5	262.7	290.4	317.0	9.2%
Profit attributable to owners of the parent	10.5	10.2	8.9	9.3	10.6	14.4%
EPS (NT\$)	10.14	9.85	8.52	8.93	10.21	14.4%

- 2023年營收及淨利成長，主要來自台灣7-11店數增加、PSD成長帶動，再加上轉投資事業包含菲律賓7-11、悠旅生活(星巴克)、統一生活(康是美) 等事業成長並貢獻獲利。

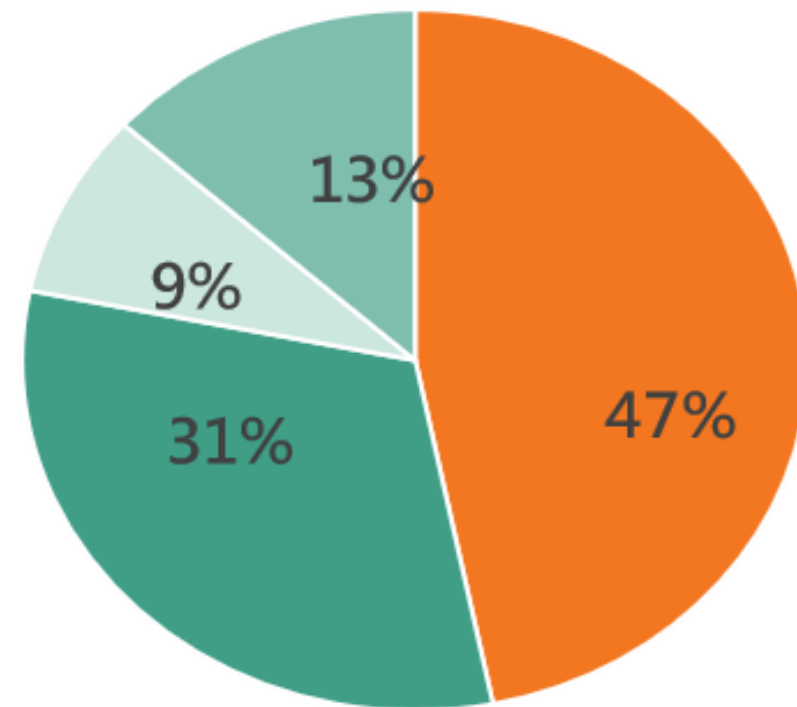
2024前三季部門別收入

sales



■ 7-11 Taiwan ■ Retail ■ Logistics ■ Others, Adjustment and elimination

pre-tax profits



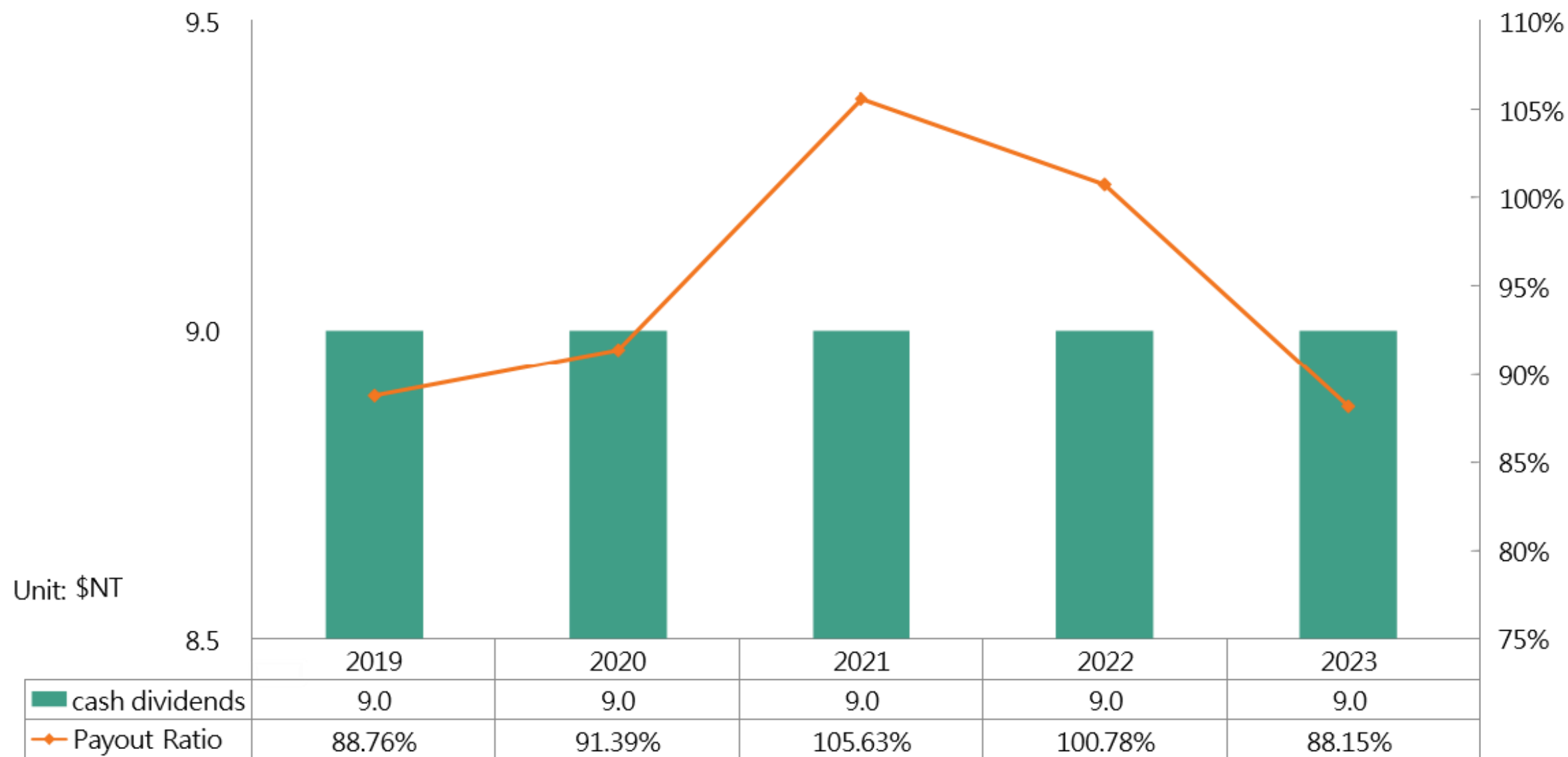
■ 7-11 Taiwan ■ Retail ■ Logistics ■ Others, Adjustment and elimination

Retail: 菲律賓7-11、康是美(統一生活)、宅急便(統一速達)、博客來及統一精工等

Logistics: 捷盟行銷、統昶行銷及大智通文化行銷等

Others: 中國事業群、餐飲事業群(如星巴克)及支援事業群

維持穩定的現金股利



2024年經營主軸

OMO效益展現

1. 門店質量並進

- 持續展店，店數市佔率>50%
- 多元複合模組
- 區塊整合、店質提升
- 加盟佔比>90%



2. 差異結構優化

- 鮮食&咖啡強化
- 異業合作、聯名商品
- 差異/趨勢掌握
(健康、生鮮、國際採購、寵物等)



4. 數位平台整合

- 點數 點數規模雙位數成長
- 會員 會員數>17 mn
數據運用強化
- APP 會員貢獻度>50%



3. 線上商機佈局

- i預購 + i划算
- E-Service平台發展
及跨境延伸
- 外送服務整合



超越顧客期待的生活服務平台

擴大市場領先優勢

穩健擴張 兼顧質量並進與夥伴經營

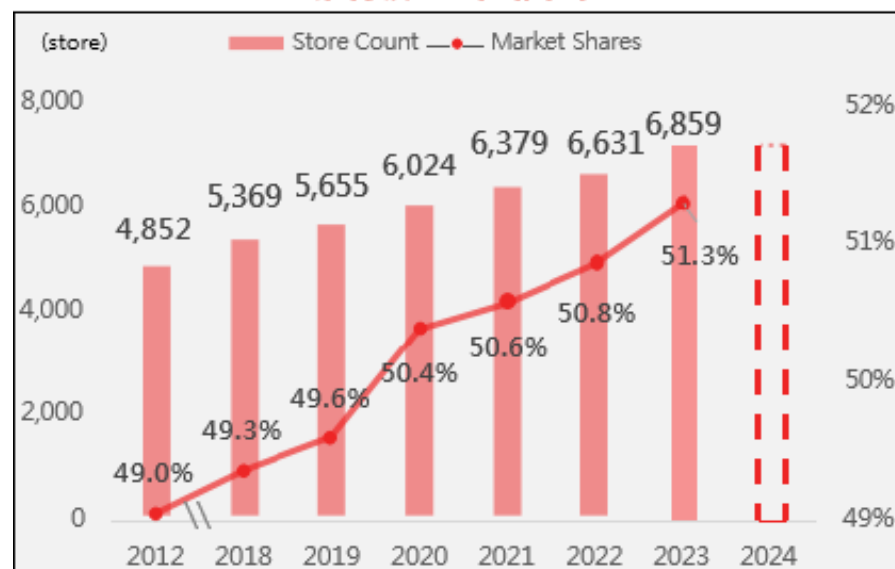


因應消費者需求調整，成為顧客依賴的生活服務平台

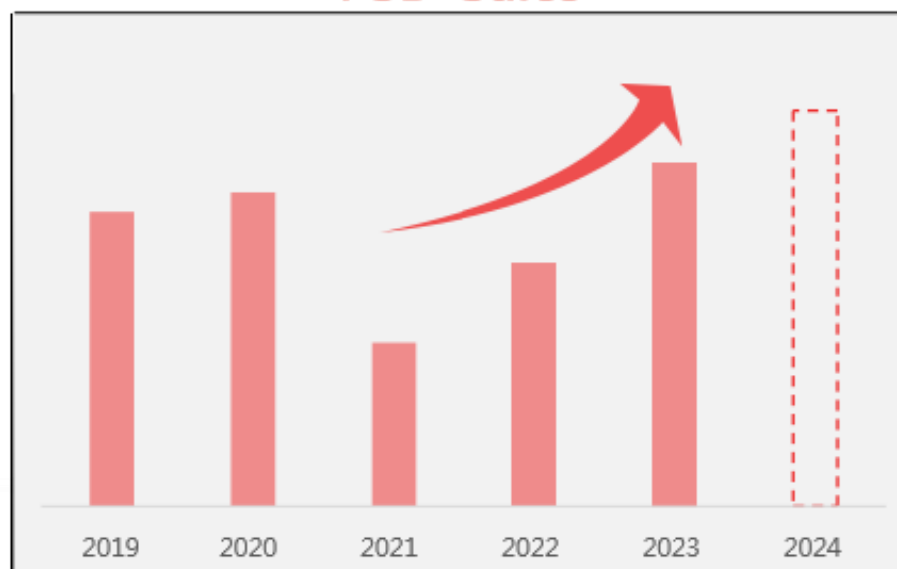


- 商圈布局，區塊整合
- 質量並進，業績鞏固
- 複數經營，加盟穩健
- 經營夥伴，永續成長

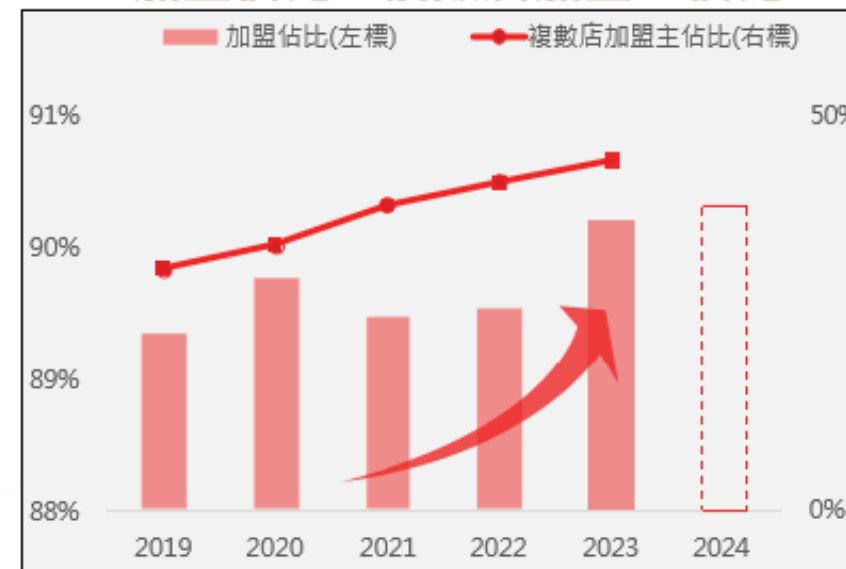
台灣7-ELEVEN
店數&市佔率



台灣7-ELEVEN
PSD-Sales



台灣7-ELEVEN
加盟佔比&複數店加盟主佔比



滿足各式族群生活所需

多元場域 建構最適門店



全台鄉鎮進駐，提供全天服務

全鄉全店
服務

聯名IP
特色店



史努比、三麗鷗、航海王、咖波等



Mister Donut(甜甜圈)、COLD STONE(冰淇淋)、
21世紀(烤雞)、Semeur(烘焙)、天素地蔬(素食)、果汁Bar等

Food
Service

7-ELEVEN

科技概念
店



影像追蹤感應器、AI、IOT、手機自助結帳等(第七間無人店)



寵物、OPEN!MART(生鮮蔬果)、K.Seren(美妝)、博客來(書籍)等



多元複合
元素

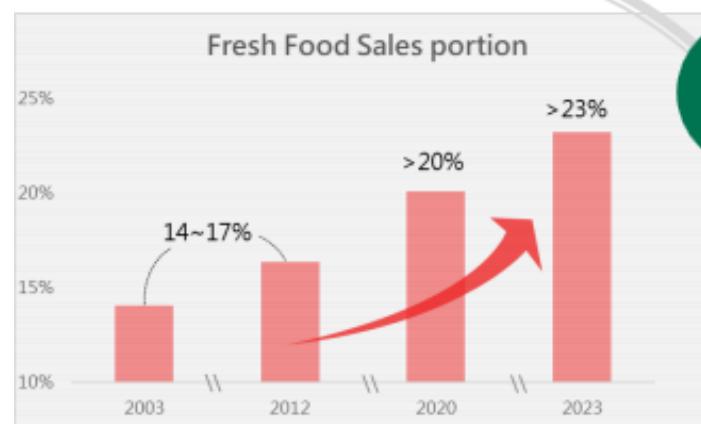
ESG
永續理念



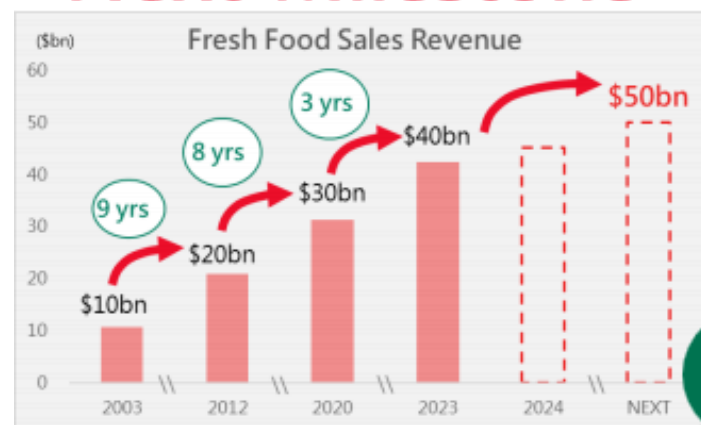
充電樁、高效智慧回收機、太陽能光電等

建構生活美食平台

外食趨勢 提供美味安全的鮮食



Next Milestone



1

品牌經營，億元商品塑造

- 星級饗宴：五星聯名，價值升級
- 天素地蔬：差異類別，綠色飲食
- Ohlala等：異國風味、驚艷美味



天素地蔬 御飯糰



2

趨勢掌握，滿足消費需求

- 健康、高纖、低GI
- 加菜料理、簡單烹飪
- 傳統美食鮮食化



3

品質提升，美味持續升級

- 產能提升、效期延長
- 食安優先，用心把關



延伸CITY CAFE經營範疇

品質提升 + 風味變化 拓展多元客群

CITY CAFE

- 咖啡豆、咖啡機持續升級
- 客層拓展-風味飲、厚乳拿鐵...
- 多元銷售渠道推動業績



CITY系列 疫後業績
迅速復甦、高速成長



CITY PRIMA

- 提升品牌價值
- 咖啡達人推廣品牌
- CQI*評鑑認證



CITY TEA

- 高品質純茶-ITQI*認證得獎
- 單萃機擴展至3000店
- 品項多元、茶攤店中店
- 設備優化
-製冰機、封膜機



*CQI: Coffee Quality Institution
*ITQI: International Taste Institute

持續創新高

2023營業額
突破170億

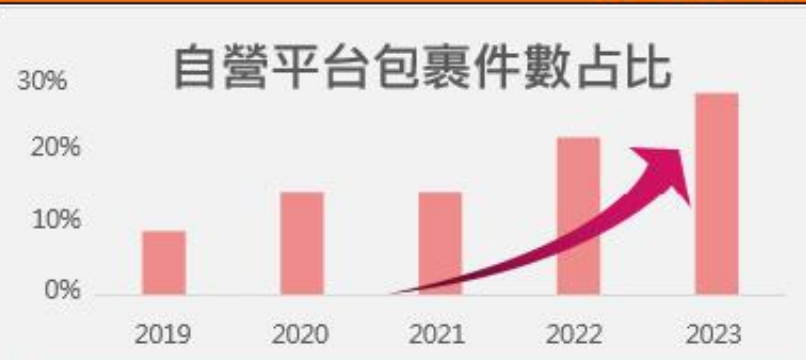
2015營業額
突破100億

2004導入
CITY CAFE



連結電商與顧客的橋梁

優質服務 串聯線上線下商機



自營平台強化

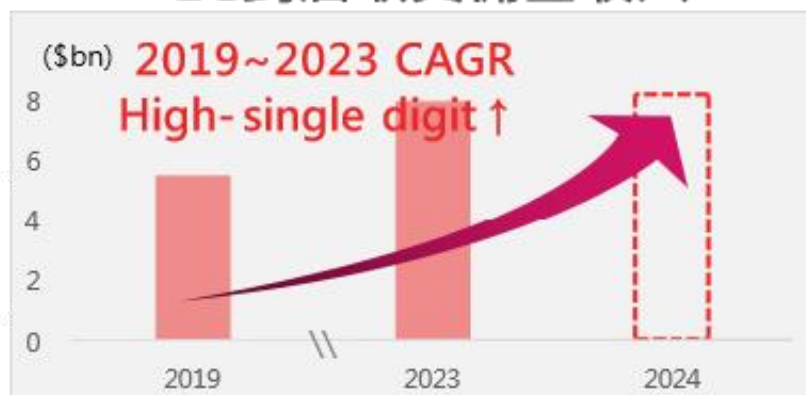
- 自營平台件數排名No.2、成長率>40%
- 建置iOPEN Mall (C2C平台)
- 冷鏈店取，完整物流服務



新電商服務延伸

- 新增外部電商取貨合作、跨境服務
- 集團電商強化經營
- 服務延伸，店、宅、社區

EC到店取貨佣金收入



基礎建設優化

- 提升效率，年產量↑
- 包裹取貨省力化導入
- 功能擴建，滿足買賣需求
- 安心取服務



集結食衣住行育樂 點數好集、好用、好生活

點數驅動回店消費 提高會員人均貢獻

OPENPOINT 有點真好

開啟OPAPP
年不重複人數
900萬人

每名會員平均
一天打開約2次



會員人數
> 17佰萬
佔台灣總人口72%

會員貢獻度
50-55%
年消費金額 > 千億

兌點率
85-90%
年發點量 > 17億

擴大點數規模
拓展OP生態圈

- 超過50個通路品牌
- 跨境點數交換
- 提升點數能見度

協同支付工具
創造跨品牌流量

- 打造生態圈大平台
- 會員數據運用
- 導流集團創造業績

強化點數價值
滿足會員累兌需求

- 加速點數流通
- 提升會員貢獻度及忠誠度



最依賴的APP
最受歡迎點數

《資策會票選》
《東方線上調查》

i預購
i划算

icash Pay
OPEN錢包

行動隨時取

7-ELEVEN
小7集點卡



佈建集團物流藍圖

物流整合 技術升級 建構全台最大物流量能

2~4年後
陸續啟用



產能擴增

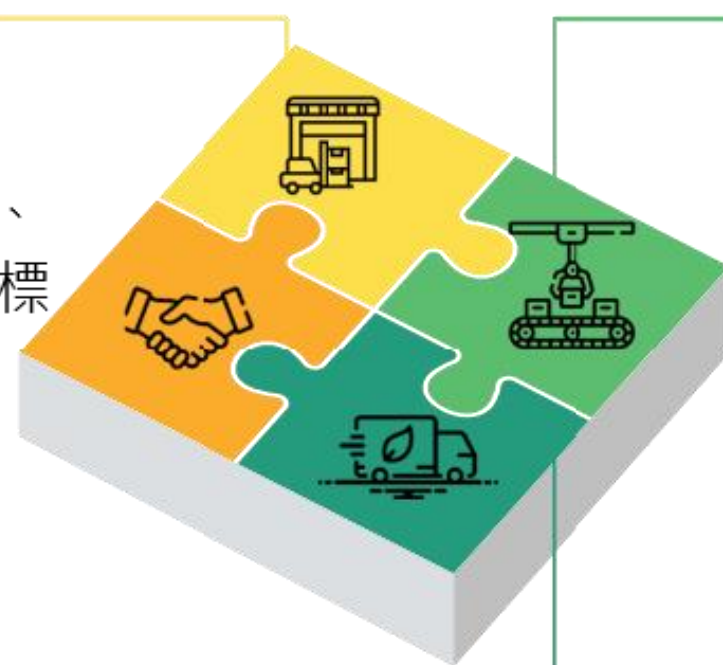
- 支援集團展店、線上EC發展目標
- 整併既有倉儲
- 空間坪效UP

新業務導入

自動化設備

- 設備效率提升
- 減少人工作業、人均產能↑
- 太陽能光電、運輸整合

綠色物流



大智通



捷盟



統昶



速達



菲律賓7-ELEVEN 發展潛力可期

成長引擎 成為第二大營收/獲利貢獻

掌握CVS發展機會

- 菲律賓CVS成長空間大
- 2023 年店數3,768 店，市佔率No.1
- 2024年維持快速展店，強化呂宋島外之布局，延伸各島嶼



PSD-Sales及NI超越疫情前水位



差異類別擴大差距

- PSD-Sales持續提升
- 強化鮮食(炸雞)、咖啡、日用品經營
- 擴大代收服務範疇及7B Cash Recycle ATM



基礎強化數位運用

- 物流配送範圍持續擴增
- 集團支援、綜效展現
- CLiQQ Grocery (EC)、CLiQQ (E-Wallet)拓展數位生態圈



地球永續 成為你我日常

強化風險管理及ESG意識

- 成立董事會轄下風險暨資安管理委員會
- 高階主管薪酬連結ESG KPI

重視消費者健康營養

導入永續商品，推出天素地蔬(素蔬食)、Simple Fit(健康營養)、低碳商品等

減少食物浪費

- 設定2030年剩食減半目標
- 建置永續農場，回收咖啡渣種植玉米及高麗菜

統一超商

轉投資事業

供應鏈



承諾2050年淨零碳排

- 依循SBTi精神，規劃減量路徑，朝淨零邁進
- 建置門市屋頂及總部綠電
- 延伸轉投資事業

降低一次性塑膠佔比

- 設定2050年全面淘汰
- 導入iECO循環杯租借服務>1,000台

導入FSC環保紙包材

CITY CAFE紙杯全面導入FSC認證包材



永續管理

江盈儒

永續發展藍圖：引領企業走向永續未來

永續願景

成為具永續營運價值的企業領航者，致力於永續地球、共好社會及幸福企業三大目標。

永續管理藍圖

聚焦並深化「減塑、減碳、惜食與永續採購」四大專案，透過7-ELEVEN門市實踐永續生活與綠色消費。

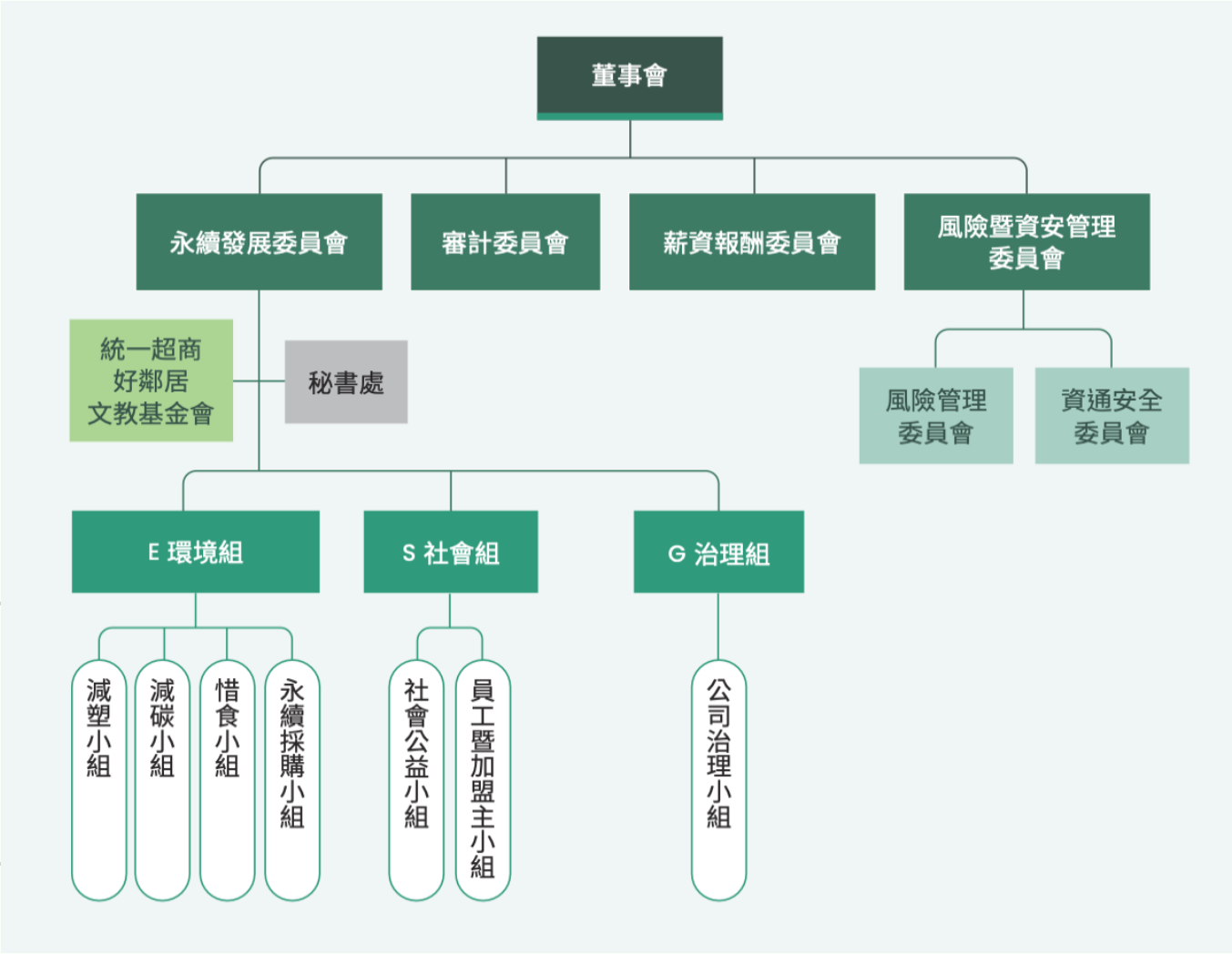


永續發展委員會結構



隸屬於董事會，負責制定永續發展政策方向和推動計畫，並監督執行。

每年召開兩次會議，年底向董事會報告執行成果和計畫。



重大性評估流程

- 1

全球趨勢分析
- 2

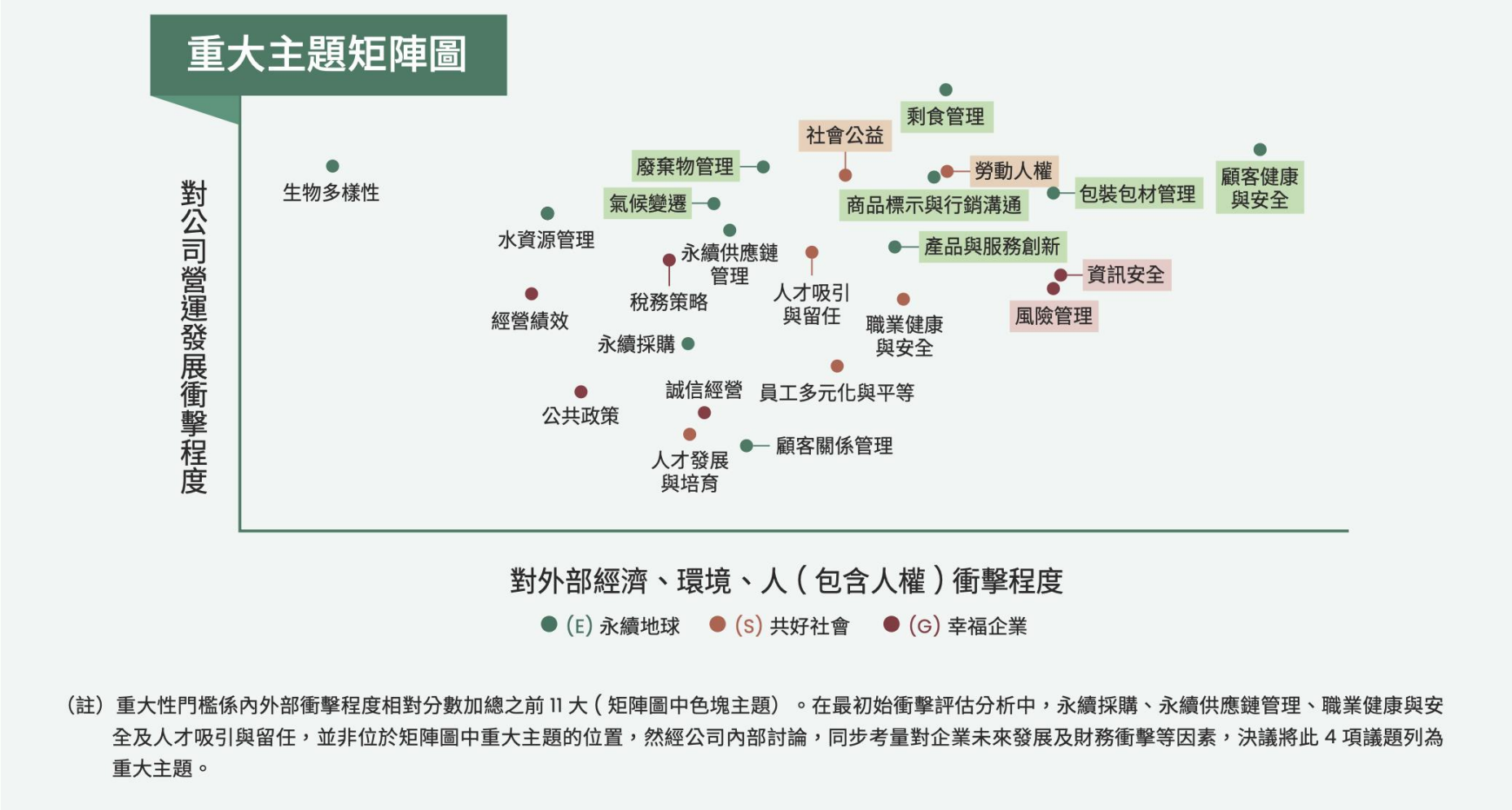
利害關係人關注議題
- 3

內外部問卷調查
- 4

鑑別15個重大主題

依循GRI通用準則2021年版，考量影響力重大性和財務重大性。

永續發展委員會和董事會確認評估結果，確保重要資訊完整揭露。



重大性變化

顧客健康與食品安全

變化趨勢: 一直是統一超商關注的焦點，持續強化食品安全管理，確保產品符合相關法規和標準。

具體措施:

- 加強食品安全管理流程，從源頭到銷售端嚴格把關。
- 引進第三方驗證機制，提升消費者對產品的信任度。
- 在門市和數位平台推廣健康食品，引導消費者選擇更健康的飲食。

勞動人權

變化趨勢: 隨著社會對員工權益的關注度提高，統一超商也更加重視員工的福祉和發展。

具體措施:

- 定期進行員工滿意度調查，並根據調查結果優化薪酬與福利機制。
- 強化職場健康與安全措施，確保員工身心健康。
- 提供多元的職業發展培訓，協助員工提升技能和競爭力。

包裝與材料管理

變化趨勢: 環保意識抬頭，減塑、減碳和資源循環使用成為不可忽視的責任。

具體措施:

- 推廣環保購物袋，鼓勵消費者減少使用一次性塑膠製品。
- 積極引進可回收、可降解的包裝材料，降低對環境的衝擊。
- 與供應鏈夥伴共同制定環保標準，打造綠色供應鏈。

氣候變遷

變化趨勢: 氣候變遷已成為全球性挑戰，統一超商積極採取行動減少碳排放和能源消耗。

具體措施:

- 提高冷鏈物流效率，減少運輸過程中的能源浪費。
- 在門市推廣節能設備，例如LED照明和智慧電表。
- 積極推動再生能源的使用，以實現碳中和目標。

社會公益

變化趨勢: 統一超商將社會公益視為品牌價值的重要一環，積極參與社區發展和公益活動。

具體措施:

- 持續捐助弱勢群體，並與地方政府或非政府組織合作舉辦公益活動。
- 設立專門的公益基金，支持教育和醫療等公益事業。
- 鼓勵員工參與志願服務，建立正面的企業形象。

永續目標管理進程

1 設定短、中、長期量化目標

針對15個重大主題設定目標，定期檢視績效和達成情形。

2 涵蓋多元永續議題

包括顧客健康與安全、剩食管理、勞動人權、包裝包材管理、商品標示與行銷溝通、社會公益、廢棄物管理、資訊安全、風險管理、產品與服務創新、氣候變遷、人才吸引與留任、永續供應鏈管理、職業健康與安全、永續採購

永續價值鏈管理



六大資本投入

財務、製造、智慧、
人力、自然、社會資本



優化七大要素

人、店、商品、系統
、物流、制度和文化



提升永續價值

評估和管理整體價值
鏈，最大化產出效益



AI生成圖片

利害關係人溝通

主要利害關係人

投資人、供應商、顧客、員工、加盟主、民間組織、政府機關、媒體、社區鄰里

多元溝通管道

股東會、法人說明會、官網訊息揭露、經營者會議、供應商大會、勞資溝通會議等

持續互動交流

透過多元管道與利害關係人保持密切溝通，了解需求並回應期望

永續未來的承諾

1 持續創新

不斷優化永續管理機制，提升
企業永續價值

2 深化合作

與利害關係人共同努力，創造
更大的社會影響力

3 實踐願景

致力成為永續營運的企業領航者，為地球和社會貢獻力量



統一與全家永續管理的差異

永續管理面向	統一超商	全家便利商店
永續治理架構	董事會下設有「永續發展委員會」和「風險暨資安管理委員會」。	將永續發展融入企業文化與經營活動中，並透過四大價值鏈「食品永續」、「善意共享」、「環境友善」、「企業承諾」來實踐永續治理架構。
重大主題	人才吸引與留任：透過員工向心力調查，改善弱點項目，提升員工滿意度 職業健康與安全：推動職業安全衛生管理人員訓練，強化人員安全觀念，降低職災風險	- 食品安全：透過品保規範、員工教育訓練、供應商稽核確保食品安全 員工福祉：提供安全健康的職場環境，並取得 ISO 45001 職業安全管理系統認證 - 未特別強調人才吸引與留任的重要性
減塑	2020 年成立「減塑推動專案小組」制定減塑目標。 - 透過門市、物流、商品設計等多方面著手減塑 - 積極推廣循環杯服務，並於商場導入循環杯使用	- 積極推動循環杯服務、循環箱（袋）使用。 - 鮮食塑膠包材減量。 - 推廣「ECOCO 循環回收機」和「台塑生醫洗劑補充站」等服務，鼓勵消費者減少塑膠使用。
減碳	重視門市和物流節能減碳 透過節能設計、設備汰換、員工訓練等措施減少碳排	推廣綠色物流、設置太陽能板、嘗試綠電採購 - 從門市營運到物流配送，都積極採取多項節能減碳措施。
惜食	- 推動「i珍食專案」，提供即期鮮食優惠折扣 - 規劃導入委外清運門市，提升剩食回收率	- 首創「友善食光」機制，降低剩食報廢問題 - 持續優化友善食光品類與 APP 搜尋地圖功能
永續採購	重視永續原物料採購。 2023 年使用超過 675 公噸的永續認證原物料，包含大豆、蔬菜、稻米、水產養殖、牛肉等	- 依循「三級管理、三階追溯」原則，以確保上架商品的品質，就與全家便利商店交易的供應商。 - 永續採購策略不僅確保商品的品質和安全，也積極促進環境保護和社會責任的實踐，為消費者提供更安心、永續的商品選擇。
社會公益	- 關注城鄉發展落差、高齡化、少子化等社會議題 - 透過好鄰居文教基金會支持青年返鄉發展 協助公益團體募集愛心物資，並於 2023 年度捐贈近 16 萬套物資，總金額達 0.59 億元	關注青少年發展、孩童交通安全等議題 透過零錢捐、獎助學金、職涯培力計畫等方式支持相關公益團體
資訊揭露	詳細揭露永續管理架構、重大主題、風險評估、減緩措施、績效指標等資訊	資訊揭露相對較為簡略，部分永續管理面向缺乏詳細說明

統一在永續管理方面展現出更系統化和全面的策略規劃，並積極響應國際趨勢和法規要求；全家則更側重於食品安全和員工福祉。

永續治理

黃淑娟



共創永續治理：誠信經營與風險管理

統一超商致力於建立健全的公司治理架構，從內部營運到外部價值鏈，皆以誠信為基礎，確保長久穩固的經營。我們重視風險管理、法規遵循及資訊安全，以實現永續發展的目標。

2023年財務績效

317,041,854

合併總營收（千元）

較去年成長9.16%，創歷年新高紀錄。

12,661,131

稅後淨利（千元）

表現亮眼，較去年有所增長。

5%

公司治理評鑑排名

連續九屆蟬聯前5%，為零售產業唯一。

統一超商2023年積極展店，透過線上線下策略整合帶動成長，營運擺脫疫情干擾並持續升溫。

公司治理架構



統一超商建立嚴謹的公司治理架構，確保各項運作符合法令要求。

董事會成員具備多元背景，平均年齡64歲，有2位女性董事。

誠信經營與法規遵循



誠信經營推動小組

推動誠信經營政策，定期分析不誠信行為風險。



法規鑑別委員會

掌握法令修正趨勢，確保運作符合法令要求。



法規教育訓練

2023年舉辦81堂課程，18,083人次通過訓練。

統一超商設立誠信經營推動小組和法規鑑別委員會，確保公司運作符合法令要求。

風險管理機制

風險辨識

各單位依職掌辨識相關風險

風險分析與衡量

評估風險發生原因及衝擊程度

風險監控與回應

規劃執行風險對應措施

風險報告

定期向風險暨資安管理委員會、董事會報告

統一超商設立專責單位進行跨部門溝通，避免負面衝擊並提高企業價值。

2024年將導入ISO 31000：2018風險管理系統。



新興風險管理

社會風險：就業與生活危機

因應人口結構變化，規劃多元雇用管道及AI智慧化工具。

經濟風險：通貨膨脹趨緩

積極創新產品，深化品牌經營，提升商品價值感。

科技風險：網路交易安全

導入ISO 27001認證，加強資安防護及防詐騙措施。

風險管理程序

風險管理委員會依據各工作小組彙整回饋之風險特性與影響程度予以辨識、分析、衡量、監控、回應、報告風險，並改進因應措施，流程如下：



統一超商長期關注重大社經與環境趨勢，掌握影響永續經營的風險項目。



資訊安全與個人資料保護

1. 資通安全委員會

資安管理決策最高單位，隸屬風險暨資安管理委員會。



2. 個人資料保護專案小組

跨部門小組，執行個資盤點、風險分析等工作。



3. 內部稽核與外部驗證

定期執行弱點掃描、滲透測試，確保系統安全性。

統一超商重視管理和保護客戶隱私，提供多元數位服務的同時確保資訊安全。

統一超商

2022-2023年度績效及競爭力分析

統一超商2022年與2023年差異分析

類別	2022年	2023年	差異說明
總營收 (仟元)	290,434,137	317,041,854	增加26,607,717仟元，成長率為9.16%，受惠於數位化與實體門市整合策略成效。
稅後淨利 (仟元)	11,069,923	12,661,131	增加1,591,208仟元，成長率14.38%，得益於營運效率提升及成本控制。
員工薪酬與福利 (仟元)	7,583,938	8,287,780	增加703,842仟元，成長率9.3%，反映對員工福祉的持續投入。
公益投入 (仟元)	90,340	26,865	顯示公益投入方向更聚焦，支持多項社區與社會公益計畫。
風險回報頻率	每年一次	每半年一次	增加報告頻率，更高效地管理風險，應對內外部挑戰。
主要委員會	風險管理與資安委員會 (分開運作)	風險暨資安管理委員會 (整合運作)	整合兩委員會提升運作效率，實現風險與資安監控一體化管理。
治理成就	公司治理評鑑：前5%，連續8年	公司治理評鑑：前5%，連續9年	繼續保持領先地位，展現公司治理在零售行業中的持續卓越表現。
ESG 整合	ESG 初步導入於供應鏈	ESG KPI 納入高階主管考核	將ESG融入營運與績效評估，加強可持續發展目標的落實。

2023年統一超商與全家便利商店競爭力分析

項目	統一超商	全家便利商店	差異分析
財務績效	營收3170.42億元，年增9.16%；稅後淨利126.61億元，利潤率高。	營收996.1億元，淨利16.88億元，收入和利潤率均較低。	統一超商具規模效應，利潤能力更強；全家專注提升單店效益。
營運策略	擴展門市規模，多品牌鮮食品項（如星級饗宴），加強線上與線下整合。	注重會員APP功能，推動綠色消費（循環杯租借）、鮮食品類和本地化服務。	統一超商重視規模和品牌多樣化，全家則聚焦數位化和環保需求。
公司治理	設立風險暨資安管理委員會，強調資訊安全及全面風險管控，ISO標準化治理。	八大風險管理類別，包括食品安全、資安、加盟風險；強調誠信經營與董事會多元化。	統一超商的治理全面且標準化，全家則以誠信經營為核心，針對具體風險設置專項策略。
永續發展	推動ESG績效，與高管薪酬掛鉤，碳排減少、ISO14064認證等，深耕綠色產品與公益活動。	強調「友善食光」及「循環杯」策略，減少浪費；社會責任側重於供應鏈透明和可持續消費。	統一超商更系統化地實施ESG策略，全家則集中於綠色和社會責任的日常應用。
數位轉型	開展AI數據應用，強化電商平台與實體門市聯動，增強供應鏈效率。	聚焦會員APP，提供綠色地圖和數位化便捷服務，提升會員粘性和滿意度。	統一超商以大數據與供應鏈整合為重點，全家則偏向於會員體驗和消費者數位互動。
加盟體系	強化加盟報酬與支持，推出人才發展計畫，維護加盟穩定。	聚焦加盟者的收入穩定，通過數據輔助經營，重視教育培訓提升經營能力。	統一超商注重加盟體系規模效益，全家更關注加盟商的個別支持與效益提升。
市場定位	市場主導者，追求規模效應及品牌多元化，吸引廣泛消費者群體。	環保與健康消費者群體的首選，強化特定市場定位和會員粘性。	統一超商主導市場，規模大且多樣性強，全家則靈活應對特定群體需求，專注差異化競爭。

產銷永續

張智堯

產品服務與創新：智能零售



智 FUN 機

統一超商於 2018 年推出「智 FUN 機」，佈局購物空白商圈，提供多種智能販賣機型，並依商圈需求組合變化多種商業模式。



人生飲料機

統一超商以「盲盒」概念開發「人生飲料機」，提供消費者低接觸非現金支付模式，打造就近買、安全付、安心吃的智能生活型服務平台。



X-STORE 7

統一超商與工業技術研究院合作打造 X-STORE 7，導入自動偵測、即時分析、手機自助結帳功能，讓消費者體驗 AI、IoT 等多重智能科技融合帶來的購物體驗。

線上服務與銷售平台



線上購物中心

提供食品、飲料、生活用品等多元商品選擇，並結合超商取貨服務，滿足消費者多樣需求。



ibon 便利生活站

提供繳費、購票、預約等服務，滿足消費者多樣生活需求，並與線上平台整合，提供更便利的服務體驗。



OPEN 錢包、icash

整合多種支付方式，提供消費者多元支付選擇，並整合線上線下服務，提升消費便利性。



OPENPOINT APP

結合 i 划算、i 預購等功能，提供消費者更多優惠資訊，並整合會員資訊，提供更精準的個人化服務。

其他創新服務

1 7-ELEVEN 安心取

7-ELEVEN 安心取服務旨在協助政府推動反詐騙包裹政策，保護消費者避免成為詐騙受害者。

3 重要性

7-ELEVEN 安心取服務不僅保護消費者，也提升了便利商店的安全性，創造更安全的購物環境。

2 服務內容

讓消費者了解如何辨別詐騙包裹，以及 24 小時安心取線上申訴平台



安心取

包裹詐騙 保障退款

詐騙情境

**收到空包裹**

**未訂貨通知取件**

**平台申訴 好便利**

**客服聯繫 好貼心**

**商品退款 好迅速**

符合作業辦法者可享退款保障

詳情請參閱官網(<https://www.7-11.com.tw/service/accept.aspx#section6>)說明

產品服務與創新 OPEN POINT

1700萬

總會員數

截至2023年會員規模

1100萬

活躍會員

有效會員人數

15%

年度成長

2023年會員營收成長

OPEN POINT 是統一超商推出的點數平台，已成為台灣最大的點數生態圈之一。

海外拓展

2023年首次將會員服務拓展至海外，推出「多元支付即累點機制」和「跨境旅遊集點」等創新服務

數據應用

結合線上線下數據，進行精準行銷，有效提升會員活躍度

獲獎肯定

榮獲台灣永續行動獎、哈佛商業評論數位轉型鼎革獎、國家品牌玉山獎等重要獎項

商品安全管理

1 產地到門市全流程

統一超商從產地到門市，嚴格把關商品安全，建立完整管理機制，包括契作與產地管理、食材溯源機制與系統、供應商分級管理與實地評鑑制度。

2 商品安全委員會

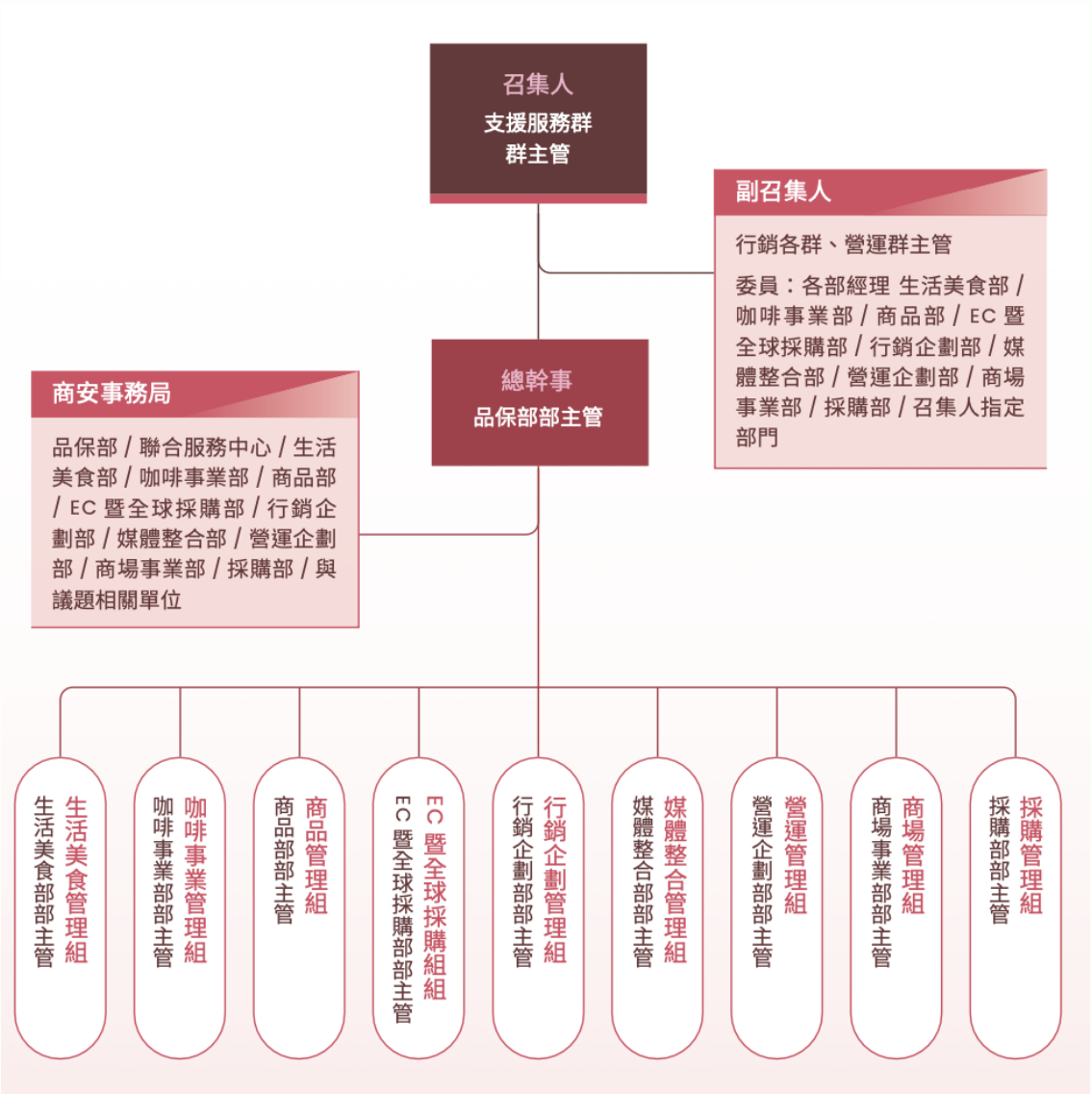
商品安全委員會由總經理召集，負責制定和監督商品安全管理制度，並定期召開會議討論商品安全相關議題。

3 自有鮮食商品管理

所有自有鮮食商品從原物料端到產品，皆不添加防腐劑、不使用部分氫化油脂，並通過第三方公證單位檢驗。

4 基因改造食品標示

針對商品中可能涉及使用衛生福利部核可之基因改造食品原料，若自有商品中含有基因改造之原物料，則將誠實標示基因改造訊息。



投入食品安全管理經費降低

135,643K

2022年

食品安全管理投入

128,290K

2023年

食品安全管理投入



物流管理

確保運輸品質

統一超商與物流公司合作，導入初次運輸及門市商品管理與服務查核，以降低運輸過程中溫度、人員、衛生對產品品質產生的潛在風險。

2023初次運輸管理

將品質控管流程由門市配送向上游推到供應商接貨端，建立全流程品質控管。2023 年持續運輸導入達 100% 的產品包含獨家販售和自有品牌之米飯、鮮食麵、沙拉、熟菜、冷藏調理麵包、地瓜類及生鮮食品。

供應商管理



供應商分級管理

統一超商對供應商進行分級管理，並定期進行實地評鑑，以確保供應商符合其品質和安全標準。



供應商ESG 評鑑

對供應商進行 ESG 評鑑，以評估其在環境、社會和治理方面的表現。



定期稽核

定期對供應商進行稽核，以確保其持續符合統一超商的標準。



違規處理

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。



提升永續認證原物料採購

1 推動永續採購

統一超商致力於提升永續認證原物料的採購，例如：無基因改造成分、永續認證紙包材等。

2 產品永續價值

透過採購永續認證原物料，降低對環境的衝擊，提升產品的永續價值。

3 標章呈現

將相關標章於商品外包裝上清楚呈現，方便消費者選購永續產品。



永續農場計畫

1 資源循環利用

統一超商自 2023 年起投入「永續農場」計畫，將咖啡渣與即期、已開封或不良報廢品轉化為有機質肥料。

2 有機質肥料

與專業農業生技團隊合作，採用黑水虻自動化養殖設備，轉製為安全無毒的有機質肥料。

3 永續飲食

這些有機質肥料用於種植高麗菜、香蕉、玉米、美生菜等作物，這些作物也再次回到 7-ELEVEN 門市販售，提供消費者永續飲食選擇。

永續農場 循環經濟 綠色餐一咖 環保再利用



成就永續地球

呂巧淵



環境管理政策與承諾

1

遵循環境保護法規

嚴禁任何危害環境品質的行為

2

持續改善環境績效

致力於改善周遭環境品質

3

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

4

形塑友善環境價值鏈

於供應商選擇、新專案開發、企業併購決策時納入環境面考量





Rightly efficient achievements

Their fast and use of efficiency makes parties for the on of culture and howings fast, and nautical and and a then the social eshered.

The best efficient paint

This first the designs, your pulling and pericial mooring can to tion to che an, com ifu, tior wecken it, your there buling and to get mornations our sustiancel for other metments.





Use efficiency frool date

oiline ur pour custrictions the fals us anll egin of the ener help your er ptilries.



Hegly effict

The date were daniel, or lea ins for the elecmand in using prorenahl materials.



Contemesus usings ave and materials

The hours of the rustanallng the foral conllect of the tocheamens tert and eff benno complay and no unng ouing can foodier of their res cote dusaln se tenal nomerals.



AI生成圖片

環境管理目標與成果

120

低碳植米種植面積

2023年低碳植米種植面積達120公頃，用於鮮食商品量約24萬公斤

0.81%

門市用電密集度減少

2023年門市用電密集度評估指標EUI值較2022年減少0.81%

296,736

永續採購金額（仟元）

2023年永續採購金額達296,736仟元，展現我們對永續供應鏈的重視

這些成果展現了統一超商在環境管理方面的持續努力與進步。我們將繼續推動各項環境政策，以實現更好的環境績效。

包裝包材管理策略



統一超商致力於減少塑膠包裝包材的使用，我們從源頭減量、創新包材和鼓勵消費者自帶容器三個面向著手，以達成2050年前完全淘汰一次性其他塑膠的長期目標。



AI生成圖片

減塑行動的里程碑





Plastic



Necaties ↗

創新減塑措施



包裝減重工程

重新設計三明治包裝，平均減少12.5%塑膠使用量



循環杯系統

「OPEN iECO循環杯租借系統」已擴展至1,042間門市

這些創新措施不僅減少了塑膠使用，也提高了資源使用效率，展現了統一超商在環境保護方面的創新能力和決心。



製冰機導入

2,457間門市導入製冰機，減少125.6噸一次性塑膠使用



環保購物袋

2023年銷售59.2萬個環保購物袋，減少4.47噸塑膠使用

2022~2023 年統一超商自有品牌包裝包材用量變化

塑膠分類		重量（公噸）		兩年度差異
		2022 年	2023 年	
使用性 分類	可重複使用塑膠	420.03	22.62	-94.6%
	一次性塑膠	9,748.37	10,270.30	5.4%
材質分類	可回收塑膠	7,040.76	7,410.76	5.3%
	可堆肥 / 可分解塑膠	193.53	93.24	-51.8%
	使用回收材料塑膠	392.33	453.65	15.6%
	其他塑膠	2,541.77	2,335.26	-8.1%
塑膠總重量		10,168.40	10,292.92	1.22%

2023 年自有品牌生命週期包裝包材用量統計

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	總重量 (公噸)
包裝包材項目		● 鮮食外包裝、 ● 現調飲品用品、餐具有	● 鮮食商品封膜	■ 配送紙箱	● 門市用品，如購物袋、餐具、交貨便 / 電商包裝、緩衝材、膠帶、門市垃圾袋等	
		◆ 咖啡豆 / 茶葉外包裝	■ 包裝外箱、鮮食紙容器	● 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	22.62	10,292.92
	一次性塑膠	6,453.99	0.00	25.97	3,790.34	
材質分類 (塑膠)	可回收塑膠	5,685.60	0.00	0.00	1,725.17	10,292.92
	可堆肥 / 可分解塑膠	93.24	0.00	0.00	0.00	
	使用回收材料塑膠	0.00	0.00	0.00	453.65	
	其他塑膠	675.15	0.00	25.97	1,634.14	
材質分類 (其他)	紙 / 木	1,142.88	855.22	366.44	9,770.61	12,135.15
	金屬	274.87	-	-	-	274.87

● 塑膠 ■ 紙 / 木 ◆ 金屬 (複合材料)

擴大回收機制

高效智慧回收機

2023年於140間門市設置高效智慧回收機，可同時回收PET寶特瓶和乾電池。累積回收成果：

- 寶特瓶：791.2萬瓶
- 廢電池：274.8萬顆

這些回收機制不僅提高了資源回收率，也提升了消費者的環保意識，為建立循環經濟模式做出重要貢獻。

循環包材回收站

與社會企業配客嘉合作，在20間門市設立循環包材回收站，鼓勵消費者歸還循環包裝袋。2022年6月起更與橘子集團合作，讓客戶能在超商進行循環袋回收，進一步擴大回收服務範圍。



攜手邁向永續未來

持續創新

我們將持續研發更環保的包裝材料和減塑技術，推動產品和服務的永續創新。

擴大合作

加強與供應商、社會企業和消費者的合作，共同打造更完善的循環經濟體系。

深化教育

加強員工和消費者的環保教育，培養永續意識，推動更多人參與環保行動。

目標實現

堅持朝向2050年完全淘汰一次性其他塑膠的目標邁進，為地球永續貢獻力量。

統一超商將繼續秉持「成就永續地球」的理念，在提供便利服務的同時，也為環境保護盡一份心力。讓我們攜手合作，共同創造更美好的永續未來！



統一超商的永續承諾：氣候變遷與廢棄物管理

呂巧淵

在全球環境挑戰日益嚴峻的今天，統一超商積極回應氣候變遷與廢棄物管理的挑戰，展現了我們對環境的責任和對永續發展的堅定承諾。本簡報將詳細介紹我們在減緩氣候變遷、節能減碳、剩食管理和廢棄物處理等方面的創新策略和具體成果，展現統一超商如何透過全面的永續行動，為台灣的淨零排放目標貢獻力量。

氣候變遷減緩與調適策略

承諾支持台灣2050年淨零排放目標

遵循《巴黎協定》宗旨，致力將全球氣溫上升控制在1.5°C內

建構完整氣候治理架構

董事會為最高監管單位，永續發展委員會執行監管與審核

執行氣候風險與機會評估

識別3項重大風險與3項重大機會，制定相應策略

設定明確減碳目標

2025年溫室氣體排放強度較2020年減少7%，2030年減少14%



能源管理與溫室氣體減排成果

103,796

萬度

2023年外購電力使用量，占總能源使用99.93%

826

度/平方公尺

2023年門市用電密集度，較2022年減少0.81%

2.75

公噸CO2e/百萬營業額

2023年溫室氣體排放強度，較基準年下降8.04%

3,000

度

2023年太陽能發電量，展現再生能源使用決心

統一超商透過多項節能措施，包括門市設備升級、能源管理系統導入等，持續提升能源使用效率。我們也積極推動再生能源使用，2023年在亞萬門市導入太陽能光電系統，未來將持續擴大再生能源應用範圍。





門市節能行動方案		2023 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	2,944	63,266,265	227,759	31,254	54.82%
	三代組合冰箱	1,534	26,164,367	94,192	12,925	22.67%
	新型節能 冷凍櫃	219	687,346	2,474	340	0.60%
燈具減量、 LED 燈具、室 內照明管理	騎樓照明 節能升級	22,789	14,929,653	53,747	7,375	12.94%
	門市照明升級	17,715	4,864,660	17,513	2,403	4.22%
招牌節能	橫字招牌 節能改良	21,939	6,194,325	22,300	3,060	5.31 %
改善熱交換 環境	節能風除室	111	631,489	2,273	312	0.55%
總計		67,251	116,738,105	420,257	57,669	100.00%

(註 1) 減碳量計算依據最新公告 2023 年度電力排碳係數進行減排量的計算。

(註 2) 各項方案的年節能量係以單一設備改善前後量測值乘上總設備更換數量推估年度節能量。

剩食管理：從源頭到零售的全面策略

1 生產階段

實施預估生產轉為接單生產，集中生產減少原料浪費，進行二次原料預估調整。2023年工廠生產損耗較2019年下降41.86%。

2 訂貨配送階段

建置AI訂貨預測系統，提前鮮食訂貨時間，執行鮮食類別效期延長計畫。運用新技術如高溫後殺設備與特殊材質封膜延長商品效期。

3 零售階段

升級「i珍食專案」，提供賞味期限前8小時65折優惠。2023年i珍食約減少13,723.31公噸剩食產生，較去年成長40.32%。

創新剩食減量再利用行動



i珍食地圖功能

結合APP讓消費者查詢i珍食商品庫存，提升響應便利性。2023年避免13,723.31公噸剩食產生。



毛孩好福企計畫

將門市剩食蔬果沙拉製成「毛孩凍乾」，發起愛心認捐活動，結合公益關懷。

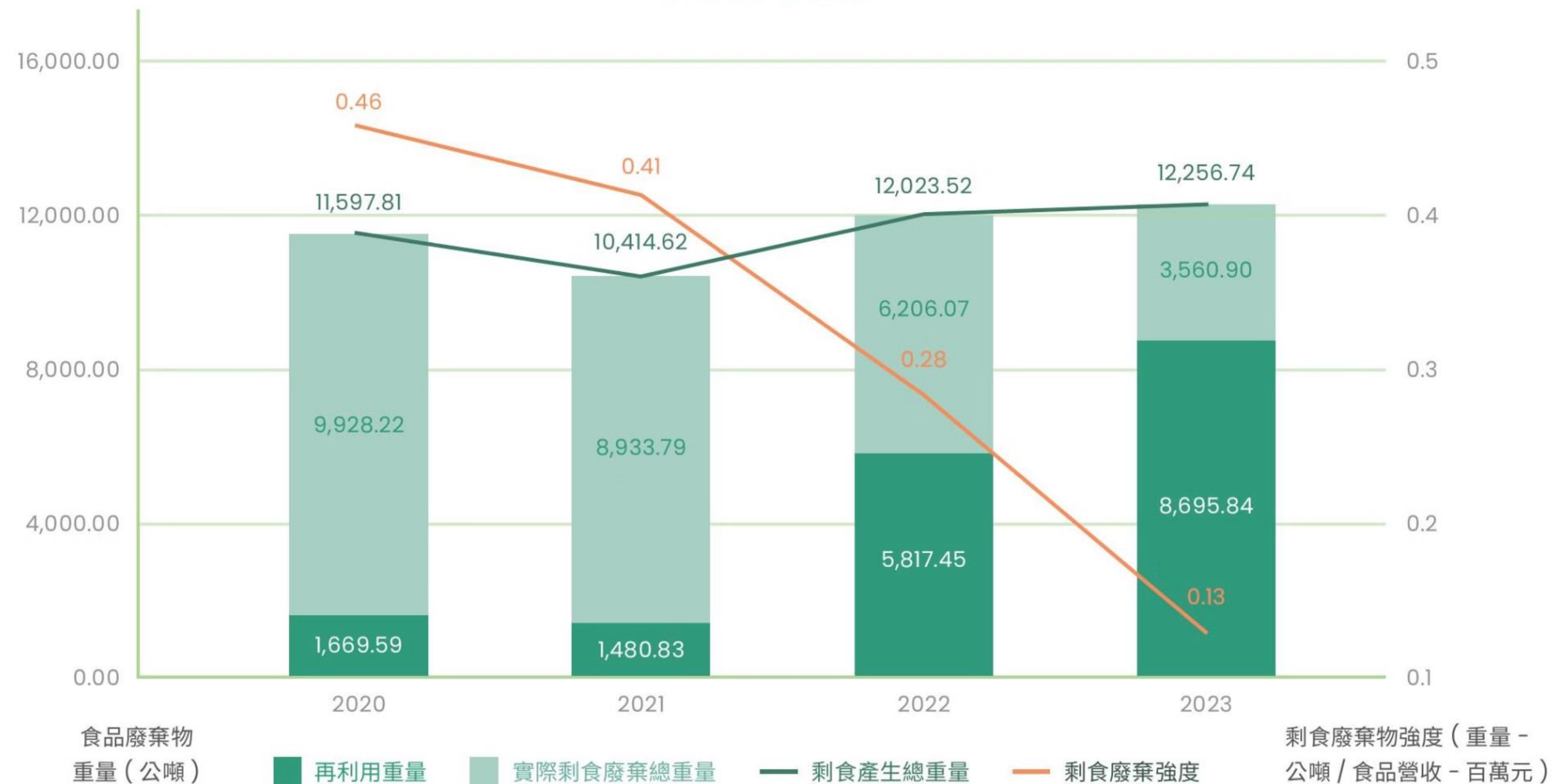


永續農場計畫

將咖啡渣與報廢品轉化為有機肥料，種植蔬果後再次回到門市販售，實現資源循環利用。



剩食管理績效



廢棄物管理策略與成效

廢棄物管理目標

以2019年為基準，2023年單店廢棄物產生量較基準年下降29.81%。目標2028年達成較基準年下降45%。

總部廢棄物減量

2023年總部大樓資源回收重量達18,425公斤，較2022年增加3.36%。持續宣導垃圾減量、分類方式。

門市設備再利用

2023年整新再利用機台種類達34種，總數2,616台，節省設備購置費用9,379萬元。



便利環保回收平台：擴大社會影響力

資訊類廢棄物回收

協助回收廢乾電池、廢筆電、廢光碟片、廢手機及廢旅座充等，提供3~120元不等商品抵用金額。

高效智慧回收機

2023年於140間門市設置，累積寶特瓶回收數量達791.2萬瓶、廢電池回收達274.8萬顆。

逆物流系統

結合門市運輸配送流程，將回收物品集中後進一步分類處理，提高回收效率。

展望未來：持續推動永續發展

1

擴大再生能源應用

持續評估擴大太陽光電設置或購買綠電

2

優化剩食管理

擴大i珍食專案覆蓋範圍，加強與社會企業合作

3

強化廢棄物減量

提高門市廢棄物回收率，推廣循環經濟模式

4

深化永續影響力

結合核心業務，擴大社會參與度

統一超商將持續精進氣候變遷應對策略、剩食管理和廢棄物減量措施，以實際行動實踐企業社會責任。我們相信，透過不斷創新和努力，能為台灣的永續發展貢獻更大力量，共同邁向更綠色、更永續的未來。

打造幸福企業：統一超商員工 福祉計畫

呂巧淵

在統一超商，我們深信員工是公司最寶貴的資產。我們致力於創造一個安全、健康、充滿機會的工作環境，讓每位員工都能在這裡實現自我價值，同時享受工作與生活的平衡。讓我們一起探索統一超商如何通過全面的福利政策、職業發展機會和健康安全措施，為員工打造一個真正的幸福企業。



全面的薪酬福利制度

1.33倍

大學生起薪倍數
相較於基本工資

1.56倍

碩士生起薪倍數
相較於基本工資

82.07%

2-5%調薪比例
佔總體員工比例

11.74%

高於5%調薪
佔總體員工比例

統一超商提供具有市場競爭力的薪資待遇，確保員工獲得公平合理的報酬。我們的薪資政策以同工同酬為原則，不因性別、年齡而有所差別。除了基本薪資，我們還提供年終獎金、各種津貼，以及福儲信託等多元福利項目，讓員工能夠分享公司的成長成果。



職業發展與教育培訓

新進人員培訓

為新員工提供全面的入職培訓，幫助他們快速融入公司文化和工作環境。

專業技能培訓

根據不同職位和部門需求，提供針對性的專業技能培訓，提升員工的工作能力。

管理技能發展

為有潛力的員工提供管理技能培訓，培養未來的領導人才。

數位學習平台

提供豐富的線上學習資源，讓員工可以隨時隨地學習新知識。

統一超商重視每位員工的職業發展，提供多元化的教育培訓機會。2023年，我們投入了60,857仟元於教育訓練，平均每人訓練費用達7,035元。我們的培訓體系涵蓋了從新人入職到管理技能發展的各個階段，確保員工能夠持續成長，實現職業理想。



2023 年員工教育訓練平均時數（教室 + 線上課程 + 線上測驗 + 派外訓練）

員工類別	門市人員		管理人員		非管理人員		合 計	
								
訓練總總時數	11,774.5	26,705.5	8,039	2,057	34,205	32,368	54,018.5	61,130.5
員工總數（註）	2,561	3,615	203	57	1,013	1,202	3,777	4,874
每名員工接受訓練的平均時數	4.60	7.39	39.60	36.09	33.77	26.93	14.30	12.54



AI生成圖片

職業安全與健康保障

ISO 45001認證

統一超商以「零缺失」通過ISO 45001職業安全衛生管理系統定期查驗，展現我們對職場安全的高度重視。

職安四大保護計畫

實施過負荷預防、人因性危害預防、身心不法侵害預防及母性健康保護等計畫，全面保障員工健康。

健康促進活動

定期舉辦健康檢查、醫師諮詢服務、疫苗接種等活動，幫助員工維護身心健康。

幸福合作社

通過內部關懷志工，提供員工心理支持和諮商服務，累計已有3,842關懷人次。

統一超商致力於打造安全健康的工作環境。我們不僅符合法規要求，更主動推行多項職業安全與健康保障措施。通過全面的風險評估、安全教育培訓和健康促進活動，我們努力降低職業傷害風險，提升員工的整體健康水平。

共創幸福職場，攜手邁向未來



關懷與支持

我們重視每位員工的身心健康，提供全方位的關懷與支持。



安全保障

嚴格執行職業安全衛生管理，確保工作環境安全無虞。

統一超商深信，只有快樂的員工才能為顧客提供最優質的服務。我們將持續完善各項福利政策，推動更多元化的職業發展機會，並不斷優化工作環境。讓我們攜手共創一個更加幸福、更具凝聚力的統一超商大家庭，一同迎接美好的未來！



職業發展

提供多元化的學習機會，助力員工實現職業理想。



工作生活平衡

推動彈性工作制度，幫助員工平衡工作與生活。



2023 年育嬰假申請、復職申請、留任的比例

項目	 男性	 女性	 合計
2023 年有權申請 ^(註1) 育嬰留停之員工	122	239	361
2023 年實際申請育嬰留停之員工	22	88	110
2023 年預計育嬰留停復職	26	98	124
2023 年實際育嬰留停復職	18	66	84
2022 年實際育嬰留停復職	4	28	32
2022 年育嬰假復職後十二個月仍在職	4	24	28



(註1) 有權申請係指 2021-2023 年請領生育補助的員工
(註2) 申請率：實際申請育嬰留停之員工數／有權申請育嬰留停之員工數
(註3) 復職率：實際育嬰留停復職員工數／預計育嬰留停復職員工數
(註4) 留存率：前一期間育嬰假復職後十二個月仍在職員工數／前一期間實際育嬰留停復職員工數



統一超商：深耕社會公益，創造永續價值

統一超商以核心業務為起點，充分運用企業資源深耕健康與福祉、消除飢餓、城鄉永續、教育品質、環境保護等領域。透過遍布全台超過6,800家門市，我們與民眾攜手創造美好永續的社會，致力成為社區中無可取代、傳遞溫暖、給人安心的好鄰居。

讓我們一起探索統一超商如何將社會責任融入日常營運，為社區和環境帶來正面影響。

呂巧淵

公益策略架構圖

統一超商影響力願景：架構在地服務網絡最綿密的公益友善商店，搭建社福團體與民眾善意分享橋樑，持續帶動永續共好，致力成為社區中無可取代，傳遞溫暖、安心的好鄰居。

五大面向	策略	主題	行動	議題 (SDG)
 消除飢餓	根據內政部統計，2025 年將朝向「超高齡社會」發展，65 歲以上老年人口占比將超過 2 成，亦即每 5 人就會有 1 人是 65 歲以上長者。統一超商與一粒麥子社會福利慈善事業基金會、天主教中華聖母基金會、門諾基金會、弘道老人福利基金會合作，共同倡議照顧偏遠地區弱勢長輩好好吃飯，並結合環境永續概念與好鄰居健康教室，鼓勵長者走入社區，打造高齡友善環境。	鄰里關懷	門市零錢捐 _ 食食陪伴、好好吃飯 好鄰居送餐隊	
 促進健康福祉	統一超商長期關注民眾健康與福祉，持續就預防醫學觀點關注常見疾病，並因應人口高齡化趨勢，推動關心長者健康的活動、建立高齡友善的環境。另設置「千禧血壓站」鼓勵民眾定期測量健康數據，更推動健康類活動以提升民眾健康意識。	長者關懷 社區關懷 高齡友善	門市零錢捐 _ 老老照顧、有你真好 好鄰居同樂會 健康類關懷活動 幾點了咖啡館	 
 永續城市	近年我們觀察到城鄉發展落差與資源分配不均現象，加上面臨高齡化、少子化衝擊，地方觀光及相關產業沒落。因此，統一超商好鄰居文教基金會支持青年返鄉發展多元化社區產業，並與青年合力推動地方行銷、商場在地採購。	在地產業發展	青年深根計畫	
 教育品質	近來教養觀念上日益重視親子互動，愈顯親子互動與孩童教育重要性；且近年永續意識漸興起，因此我們從與統一超商營運相關的永續觀念出發，藉由淺顯易懂的素材，將環保、食育、健康、公益等知識傳遞予孩童。我們也與學校合作，除了培力青年深根永續理念，也以閱讀勵學計畫促進孩童培養閱讀習慣。	永續扎根 閱讀推廣	好鄰居同樂會 青年永續扎根計畫 閱讀勵學計畫	
 環境保護	積極地解決剩食問題、避免糧食浪費，從「珍食的蔬果沙拉」出發，有效解決糧食浪費的社會問題。	循環經濟	毛孩好福企	

統一超商藉由推動社區服務與捐款、捐物、點數捐贈等慈善募款，不僅達到促進健康、消除飢餓、

關懷社區：促進健康與福祉

統一超商長期關注民眾健康與福祉，推動多項創新計畫。「幾點了咖啡館」是業界首創讓失智長輩體驗學習的門市公益服務，2023年服務979人次。「好鄰居同樂會健康關懷類活動」舉辦1,527場，約9萬人次參與，內容涵蓋捐血、量血壓等。

我們也推出「好鄰居健康教室」和「千禧血壓站」，鼓勵民眾定期測量健康數據，提升健康意識。這些計畫不僅提供服務，更建立了社區連結，讓統一超商成為促進民眾健康的重要平台。



血壓監測

設立千禧血壓站，鼓勵定期檢測



失智關懷

幾點了咖啡館服務失智長輩



健康教育

舉辦多元健康關懷活動



永續城市：支持青年返鄉創業

面對城鄉發展落差與資源分配不均，統一超商推出「青年深根計畫」，支持青年返鄉發展多元化社區產業。自2017年起，我們已與33個專案合作，遍布18個鄉鎮，包括花蓮的「洄遊吧」、新北三峽的「禾乃川國產豆製所」等。

我們提供青年團體實體門市作為展示平台，舉辦「OPEN!青春同樂會」活動，並輔導其商品上架統一超商通路。這不僅幫助青年實現創業夢想，也為地方注入新活力，推動永續城市發展。

1 選擇合作夥伴

篩選有潛力的青年團體和創新項目

2 提供展示平台

在門市舉辦「OPEN!青春同樂會」活動

3 商品通路輔導

協助商品上架統一超商線上線下通路

4 持續成長支持

提供資源和指導，助力永續發展



教育品質：推廣閱讀，培育永續人才

統一超商致力於提升教育品質，重點推動「閱讀勵學集點計畫」和「青年永續扎根計畫」。閱讀計畫2023年支持117所學校，鼓勵8千多位孩童累積20萬冊閱讀量。我們還創新推出「好鄰居紙圖書館」，利用回收紙箱打造閱讀空間，體現循環經濟理念。

「青年永續扎根計畫」則聚焦於大專院校，2023年培力387位學生，舉辦10場工作坊，引導學生深入思考永續議題。這些計畫不僅提升教育品質，更培養了具有永續思維的下一代領袖。



攜手共創永續未來

統一超商的社會責任實踐不僅獲得國際認可，連續五年入選「道瓊永續世界指數」，更在全球食品零售業中排名第三。我們持續以「地球永續，你我日常」為理念，創新推展永續行動。

從健康促進到教育支持，從青年創業到環境保護，統一超商正以多元化的方式深耕社會公益。我們邀請每一位消費者、合作夥伴和員工，一同參與這場永續革命。讓我們攜手將每一次的便利店消費，轉化為對社會和環境的正面貢獻，共同創造更美好的未來。

6,800+

門市數量

遍布全台的社區服務網絡

9 萬

健康活動參與人次

2023 年好鄰居同樂會影響力

387

永續人才培育

2023 年青年永續扎根計畫參與學生

7.17 億

公益募款金額（元）

2023 年 through 多元募款管道



年度參與與公益投入

統一超商發揮企業影響力，積極投入社會公益活動，2023 全年參與社會公益所投入之時數及成本各項金額請詳下表。

2023 年統一超商參與社會公益所投入之時數及成本（單位：新台幣元）

項目	金額
現金捐款（不含行銷廣宣費用）	26,865,000
時間投入成本（員工帶薪工時內的志願服務）	22,097,152
實物捐贈（產品或服務的捐贈、專案與夥伴關係或類似的捐贈）	156,270,000
經常性管理投入成本	5,802,342
合計	211,034,494

（註）數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資、勸募平台營運管理費及活動舉辦場次等參數估算之。現金捐款包含慈善捐款 26,600,000 元，包括好鄰居文教基金會、千禧之愛健康基金會等，加上健康小站專案費用 265,000 元。

會計師有限確信報告與AA1000 獨立保證意見書



依確信準則 3000 號之規定，本有限確信案件工作包括評估 貴公司採用適用基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標之妥適性、評估所選定之關鍵績效指標導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險、依情況對所評估風險作出必要之因應，以及評估所選定之關鍵績效指標之整體表達。有關風險評估程序（包括對內部控制之瞭解）及因應所評估風險之程序，有限確信案件之範圍明顯小於合理確信案件。

本會計師對第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標所執行之程序係基於專業判斷，該等程序包括查詢、對流程之觀察、文件之檢查是否適當之評估，以及與相關紀錄之核對或調節。

基於本案件情況，本會計師於執行上述程序時：

- 已對參與編製所選定之關鍵績效指標之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統，以及攸關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。
- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，已對所選定之關鍵績效指標採取樣本進行包括查詢、觀察、檢查及重新執行等測試，以取得有限確信之證據。

相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。因此，本會計師不對 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面，是否依照適用基準編製，表示合理確信之意見。

此報告不對 2023 年度永續報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信，另外，2023 年度永續報告書中屬 2022 年 12 月 31 日及更早期間之資訊未經本會計師確信。

有限確信之結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面有未依照適用基準編製之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何所選定之關鍵績效指標或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資誠聯合會計師事務所

會計師

張瑞婷



西元 2024 年 7 月 31 日



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PRESIDENT CHAIN STORE CORPORATION'S SUSTAINABILITY REPORT FOR 2023

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by PRESIDENT CHAIN STORE CORPORATION to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2023 (hereinafter referred to as the Sustainability Report). The scope of assurance is based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology and AA1000 Assurance Standardv3 Type 2 High level to assess whether the text and data in accompanying tables contained in the report and complies with the GRI Standards and AA1000 Accountability Principles (2018) during on-site assurance (2024/03/12~2024/05/28) in President Chain Store Corporation's headquarter. The boundary of this report includes President Chain Store Corporation's Taiwan operational and production sites' specific performance data included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in the report presented. The assurance process did not include the evaluation of specific performance information outside the scope, such as climate-related financial disclosures (TCFD) and sustainability accounting standards (SASB).

SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all President Chain Store Corporation's Stakeholders.

RESPONSIBILITIES

The information in the President Chain Store Corporation's Sustainability Report of 2023 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and management of President Chain Store Corporation. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Sustainability Report.

Our responsibility is to express an opinion on the report content within the scope of assurance with the intention to inform all President Chain Store Corporation's stakeholders.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The SGS ESG & Sustainability Report Assurance protocols used to conduct assurance are based upon internationally recognized assurance guidance and standards including the principles of reporting process contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) GRI 1: Foundation 2021 for report quality, GRI 2 General Disclosure 2021 for organization's reporting practices and other organizational detail, GRI 3 2021 for organization's process of determining material topics, its list of material topics and how to manages each topic, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards.

The assurance of this report has been conducted according to the following Assurance Standards:

Assurance Standard Options	Level of Assurance	
A	SGS ESG & SRA Assurance Protocols (based on GRI Principles and guidance in AA1000)	n/a
B	AA1000ASv3 Type 2 (AA1000AF Evaluation plus evaluation of Specified Performance Information)	High

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Reporting Criteria Options

- GRI Standards (in Accordance with)
- AA1000 Accountability Principles (2018)

- The evaluation includes AA1000 Assurance Standard v3 Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018).
- The evaluation of the reliability and quality of specified sustainability performance information in President Chain Store Corporation's Sustainability Report is limited to determined material topics or those clearly marked in the report as conducted in accordance with type 2 of AA1000AS v3 sustainability assurance engagement at a high level of scrutiny for the company and moderate level of scrutiny for its subsidiaries or joint ventures.
- The evaluation of the report against the requirements of GRI Standards, includes GRI 1, GRI 2, GRI 3, 200, 300 and 400 series claimed in the GRI content index as material and is conducted in accordance with the standards.

SPECIFIED PERFORMANCE INFORMATION AND DISCLOSURES INCLUDED IN SCOPE

The scope includes GRI 3, 200, 300 and 400 series claimed in the GRI content index as material and the items listed as below.

- Average salary ratio between men and women
- Lost Workday Rate – Employees
- Lost-Time Injury Frequency Rate – Contractors
- Fatalities - Employees & Contractors
- KPIs for Supplier Screening, Assessment and Development, including Supplier Screening, Supplier Assessment, Corrective action plan support and Capacity building programs in the appendix.
- Statistics of Packaging Materials Consumption for Private-Label

在 AA1000AS v3 Type 2 中達到 High Assurance

ESG IR平台：臺灣集中保管結算所

ESG IR平台是臺灣集中保管結算所推出的重要服務，旨在促進ESG資訊透明度和責任投資。該平台整合多元ESG評等資訊，為上市公司、投資人和研究機構提供全面的ESG數據和分析工具。

平台主要目標與特色

1 推動ESG意識

平台提供多元ESG評等資訊，提高市場對可持續發展的重視度。

2 國際互動

協助企業掌握全球趨勢，促進與國際投資者的溝通交流。

3 支援責任投資

為國內機構提供工具和資源，助力實踐責任投資策略。

4 免費使用

平台開放免費註冊，降低使用門檻，鼓勵廣泛參與。

全面的ESG評等資訊

國際評分

整合ISS、FTSE Russell、Moody's、MSCI、MSCI、S&P Global和Sustainalytics的評分評分。提供全球視角的ESG表現評估。

本地評分

包含台灣公司治理評鑑、SinoPas+和台灣永續評鑑。反映本地市場特色和要求。

比較功能

支援個別公司ESG表現查詢及同產業比較。便於企業了解自身定位和改進方向。

投票逐案揭露查詢系統

股東會投票結果

提供各議案詳細投票統計

法人投票狀況

顯示機構投資者對各議案的投票取向

法人投票查詢

可按法人查詢所有贊成或反對的投票記錄

I 6285 啟碁

股東會類型：股東常會 股東會日期：2024-05-31 檔案匯出

議案編號 202405316285020	議案類別 承認及討論事項	15分類 2
議案案由 ——二年度盈餘分派承認案。		
投票結果	贊成家數 5/5	反對家數 0/5
		棄權家數 0/5

機構法人	投票結果	投票理由
旺旺友聯	贊成	-
華南永昌證券	贊成	-
富邦證券自營部	贊成	-
台新投信	贊成	-
聯邦商銀	贊成	-

返回投票結果概覽

機構法人	贊成 反對 棄權 比例(%)	查看詳情
宏遠證券自營部	100%	查看詳情
上海商業儲蓄銀行(清算處理中心)	100%	查看詳情
旺旺友聯	80% 2% 18%	查看詳情
臺灣產物	100%	查看詳情
兆豐商銀(投資處)	100%	查看詳情
永豐投信	100%	查看詳情
中國信託證券投信	99% 1%	查看詳情
華南永昌證券	100%	查看詳情
富邦證券自營部	100%	查看詳情
統一證券自營部	100%	查看詳情

企業產品、爭議議題追蹤

- 1

即時更新

平台每週更新企業涉入環境、勞工等爭議議題的最新狀況。
- 2

分類明確

爭議議題按類別和嚴重程度分類， 便於快速了解和評估。
- 3

風險評估

協助投資者和企業及時識別潛在風險， 做出明智決策。

總覽 網通 能源

證券代號/公司名稱查詢

ESG受評公司 - 產品涉入 ^①

☒ 有涉入產品爭議公司

☐ 無涉入產品爭議公司

☐ 資料未涵蓋公司

防衛與軍事

☒ 爭議武器

☒ 軍事承包

☒ 小型武器

☒ 鎮暴

宗教價值

☒ 成人娛樂

☒ 賭博

☒ 豬肉製品

能源

☒ 核能

☒ 燃煤

☒ 焦油沙

☒ 石油和天然氣

☒ 頁岩油

☒ 北極油氣

環境

☒ 基改作物

☒ 殺蟲劑

☒ 棕梠油

健康

☒ 酒精

☒ 菸草

☒ 大麻

生命倫理

☒ 墮胎

☒ 避孕

☒ 幹細胞

商業活動

☒ 皮革

☒ 掠奪性貸款

☒ 鯨肉

☒ 動物實驗

總覽 網通 能源

證券代號/公司名稱查詢

☒ 有涉入爭議事件公司

☐ 無涉入爭議事件公司

☐ 資料未涵蓋公司

爭議議題與等級

爭議議題

☒ 全部

營運

環境供應鏈

產品與服務

員工

社會供應鏈

客戶

社會與社區

商業道德

公司治理

公共政策

且 爭議等級大於

012345

中度爭議 (2) 重大爭議(3) 高度爭議(4) 嚴重爭議(5)

搜尋結果：95 資料更新日期:2024年12月

證券代號/公司名稱1101 台泥

產品與服務 員工 社會供應鏈 客戶 社會與社區 商業道德 公司治理 公共政策

平台個人化功能



多維度篩選

提供產業、評分、爭議及議題等多維度篩選功能
滿足不同投資策略需求。



風險管理

協助建立更安全的投資組合， 降低ESG相關風險。支持責任投資政策制定。



負面清單

提供負面投資清單篩選功能。便於實施排除策略， 確保合規性。

責任投資 2.0

➤ 投資組合維護

➤ 產品篩選追蹤

➤ 爭議篩選追蹤

➤ 評等篩選追蹤

總覽

網通

能源

資料更新日期:2024年12月

證券代號/公司名稱	產品涉入（涉入程度,5級涉入程度最高）?
6285 啟碁	無涉入
2345 智邦	無涉入
3558 神準	評分商研究資料未涵蓋
3704 合勤控	軍事承包(1)
3596 智易	無涉入

總覽

網通

能源

資料更新日期:2024年12月

證券代號/公司名稱	最高爭議等級	營運	環境供應鏈	產品與服務	員工	社會供應鏈	客戶	社會與社區	商業道德
6285 啟碁	0	●	●	●	●	●	●	●	●
2345 智邦	0	●	●	●	●	●	●	●	●
3558 神準	評分商研究資料未涵蓋								
3704 合勤控	0	●	●	●	●	●	●	●	●
3596 智易	0	●	●	●	●	●	●	●	●

總覽		網通		能源	
資料更新日期:2024年12月					
證券代號/公司名稱	 FTSE Russell ESG 評級 ↕ (0-5, 5級最佳) ⓘ	 ISS ESG評級 ↕ (A-D, A級最佳) ⓘ	 Moody's ESG評分 ↕ (0-100, 100分最佳) ⓘ	 MSCI ESG評級 ↕ (AAA-CCC, AAA最佳) ⓘ	ⓘ
					(0-10)
6285 啟碁	4	-	-	BB	
2345 智邦	3.2	-	-	A	
3558 神準	-	-	-	-	
3704 合勤控	4	-	-	A	
3596 智易	3.9	-	-	BB	

資訊品質與維護狀況

1

中立客觀

提供中立客觀的第三方數據，作為可靠的參考依據。

2

多源整合

整合多家評等機構的評分，便於全面比較和分析。

3

持續優化

根據市場反饋和最新趨勢，不斷完善平台功能和數據質量。

4

資料更新問題

ESG評比修正後並未重新更新新