



CH3 綠色營運 低碳家園

重大性議題：1. 氣候變遷與環境資源管理
2. 綠色物流與包裝



● 重大性議題：氣候變遷與環境資源管理

對東森購物的意義

東森購物致力於企業創新與環境永續，除了依循政府政策訂定節約能源目標，更落實環境管理政策，訂定短中長期的環境績效目標。透過訂定相關具體績效目標方式，落實氣候變遷與節能減碳的推動。

政策與承諾

東森購物積極因應氣候變遷對環境與企業營運帶來的衝擊，我們辨識氣候變遷會帶來的風險與機會，並擬定對應的策略和業務計畫，除了將氣候變遷對營運帶來負面影響的可能性降到最低，也實踐永續的環境能資源管理。

主責單位

行政服務處

特定行動與績效

- 投入空調水塔更新，每年約可節省 50 萬度電與 150 萬元電費。
- 楊梅二倉導入隔熱及綠能工程。
- 2021 年用電量 6,158,000 度，較前一年度減少 173,200 度。
- 2021 年用水量 26,064 度，較前一年度減少 4,429 度用水。

● 重大性議題：綠色物流與包裝

對東森購物的意義

東森購物致力於企業創新與環境永續，我們精進供應價值鏈上的綠色環境承諾，執行綠色採購、包裝耗材管理、綠色物流等行動。

政策與承諾

我們透過致力於包裝材料的減量作為，以多元的行動和倡議精進包材減廢與回收再利用技術，同時，我們也與供應商夥伴合作，推動低碳物流運輸，攜手帶動供應鏈的綠色永續。

主責單位

物流部

特定行動與績效

- 「永續循環包裝專案」前置規劃，進行循環袋設計、發包與製作。
- 於台中地區導入電動機車配送服務，落實降低運輸碳足跡的目標行動。
- 致力於精進減廢回收行動，執行併件包裝機制，2021 年共節省約 134 萬個紙箱。





3.1 落實綠色環境管理

東森購物積極落實企業的永續環境管理，不只遵循政府相關的環保與能源管理法規，更是從辦公環境、能源與資源利用、員工與供應商參與等多方面的角度著手，制定各項相關的環境管理政策與目標，與內、外部利害關係人共倡環境永續、共創東森購物的綠色永續品牌。

● 3.1.1 環境管理政策

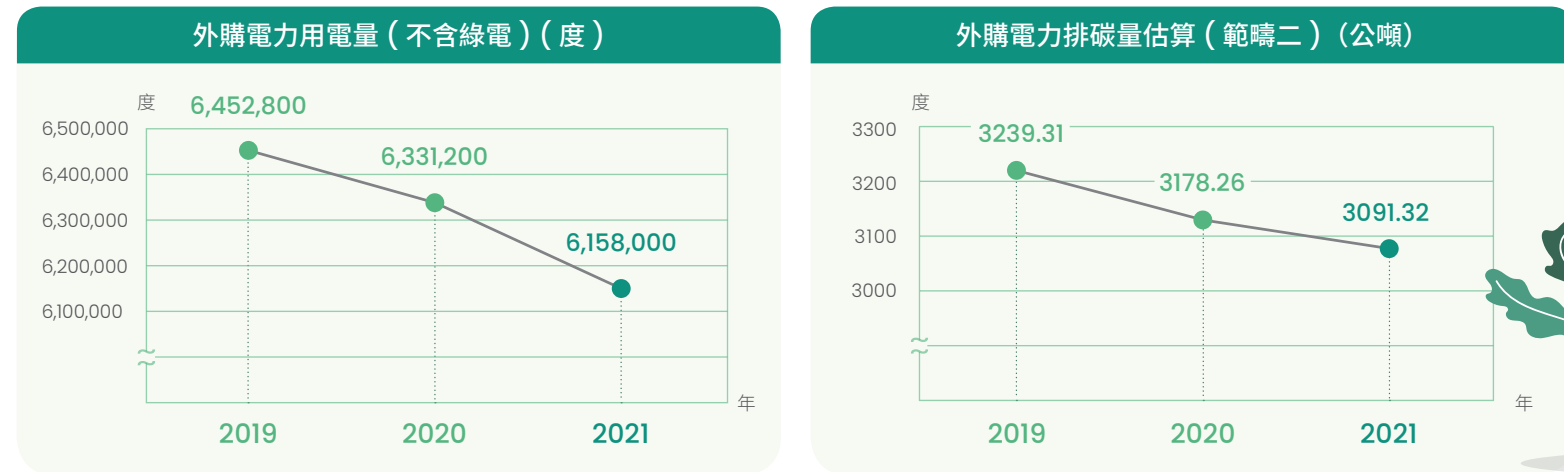


管理政策	政策作為
環境法令遵循	遵守政府環保及能源管理法令要求，積極將環境法令落實於公司整體經營策略，以提升能源使用效率並減少耗能為使命，達成永續的品牌承諾。
環保辦公空間	長期進行節電、省水、紙量減量、綠色植栽行動，並且以全面替換具環保性能的設備、逐年降低能耗為目標，持續精進辦公節能行動。
營運紙箱減量	致力於精進減廢回收行動，執行併件包裝機制。2021 年共節省約 134 萬個紙箱。
綠色供應商優先	優先選用提供環境友善產品與服務的供應商，如採用電動交通工具以降低環境碳足跡。
員工參與提倡	定期辦理環境相關的教育訓練活動，倡議環保知識與理念予員工，提供工作執行階段的指引。
滾動修正改善	定期針對環境管理政策進行檢視與討論，針對各項政策目標的可行性、未來性與執行作為進行滾動式調整。

● 3.1.2 能源管理

東森購物能源消耗用量源自於辦公室用電、交通運輸等，來自於組織擁有或控制的排放源。其中東森購物的主要能源耗用源來自外購電力的辦公區域用電，2021 年我們的辦公區域用電量較去年減少 173,200 度，預估減少 86.94 公噸的碳排放。東森購物近三年主要之能源消耗用量－外購電力用電，統計如下表格所述：

能源消耗用量統計



備註 1：2019 至 2021 年東森購物並無外購綠電。

備註 2：範疇二的估算參考溫室氣體盤查表 6.04 和 109 年度電力系數 (0.509) 計算 2019 年排碳量、110 年度電力系數 (0.502) 計算 2020 年與 2021 年排碳量。

● 3.1.3 打造綠色辦公環境

我們針對辦公環境的環境管理持續落實節電、省水、紙張減量、員工環保宣導與教育、增加綠色植栽等行動方案，並且在 2021 年投入相當成本在空調冷卻水塔的更新之中，透過設備的汰舊換新，提升辦公環境節能減碳成效。

空調冷卻水塔更新
投入 **800 萬** 更新空調冷卻水塔，預計每年約可節省 **150 萬** 電費。

導入電力中央監控系統
即時掌握 **電力需求**、調配夏季用電尖峰的電力使用。

採購環保設備
設備汰換以採用 **綠色環保標章** 產品為優先。

採用省水設備
全面更換 **水龍頭省水閥**。

推動公文無紙化
主管可直接使用手機進行簽核作業，**減少紙張浪費**。

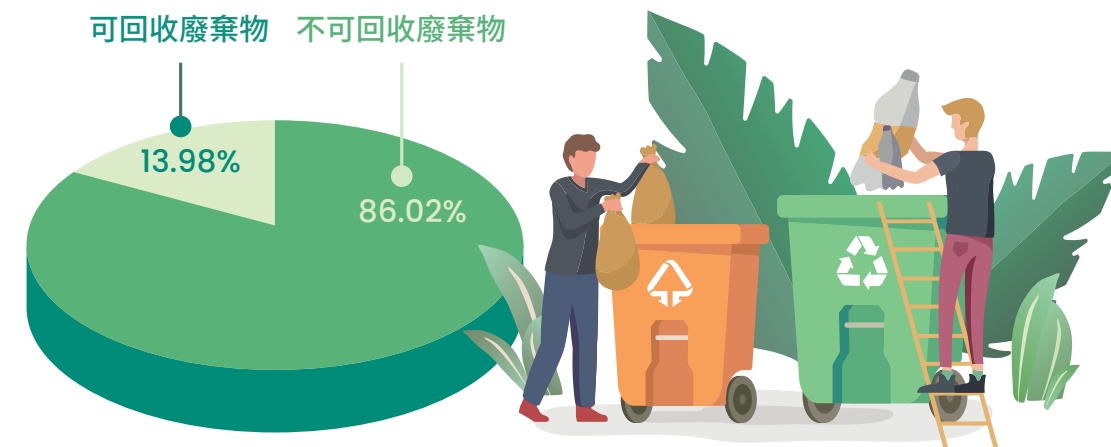
推行電子發票
平均每年可減少消耗 **800 多萬** 張用紙量，相當於減少砍伐 **80 棵樹木**。

● 3.1.4 廢棄物及水資源管理

東森購物嚴格執行營運過程中的垃圾分類與資源回收，確保廢棄物的清理皆是委由合格的廠商進行處理，並且搭配包材減量（詳見 3.2 包材減量與綠色包裝）的多元策略，致力於降低廢棄物的產生。此外，我們在水資源管理的作為也不落人後，透過廁所和馬桶全面更換水龍頭省水閥、定期向員工宣導愛惜水資源等實際作為，2021 年相較於去年大幅地減少 14.5% 用水。

2021 年廢棄物回收統計

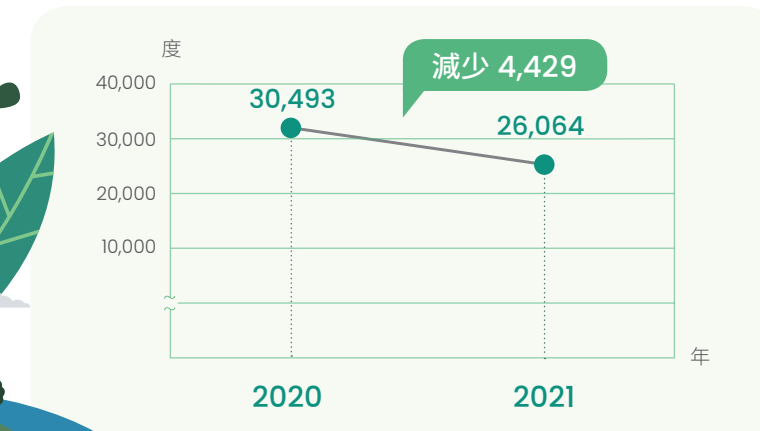
	類別	重量（公噸）
 可回收廢棄物	紙箱	14.04
	塑膠類	5.2
	小計	19.24
 不可回收廢棄物	廚餘	10.4
	焚化垃圾	108
	小計	118.4



2021 年水資源使用情形



東森購物總取水量統計（度）



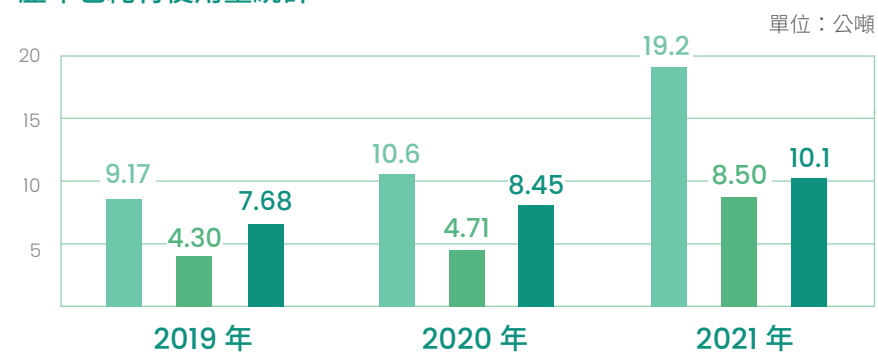
3.2 包材減量與綠色包裝

我們與供應商攜手推行綠色包裝行動，透過網購包裝減量和產品客製化包裝，減少一次性耗材的使用，增加包材的循環使用可能性。雖然 2021 年受疫情影響，網購數量提升而導致包裝耗材使用量提升，但我們仍然致力於提升在包裝材料中的再生材料使用，其中，2021 年 AB 楞紙箱的使用量為 3,886,7602m²，較前一年度減少 5,974m² 的用量，顯示我們達成包材循環再生目標的用心。

綠色包裝行動

行動方案	專案目標	專案作為
 網購包裝減量	包裝減量	1. 網購包裝以 90% 產品重量對應 10% 包裝重量為原則，將包裝材之重量低於包裹總重量 10%。 2. 封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和的 2.5 倍。
	環保材質	1. 使用的包裝材質採用可回收且為紙或 PE 的單一材質。 2. 包裝箱（袋）以 100% 回收紙或摻配 25% 以上的塑膠再生料。 3. 紙箱以保持紙板原色，包裝箱（袋）印刷面積小於 50%。 4. 包裝箱（袋）、緩衝材、封箱膠帶不使用 PVC 材質。
	循環包材	預計於 2022 年使用可回收循環的循環箱（袋）比例提升至 10%。
	紙箱規格化	預計與其他電商平台共同合作設計規格化紙箱，減少不同大小的紙箱開版增加紙類的消耗。
	鼓勵併箱	透過購物金獎勵，鼓勵消費者選擇併箱寄送貨物，減少物送趟數，提升物流運輸效率、降低運輸能源消耗。
	增加破壞袋包裝	2022 年規劃採用再生料佔比達 25% 以上的破壞袋，除可提升裝載容積，亦符合環保訴求。

歷年包材使用量統計



歷年每件網購包裝的包材重量

單位：公斤 / 件

2019 年	2020 年	2021 年
0.18	0.18	0.19





行動方案	專案目標	專案作為
 產品客製化包裝	保健熱銷品	分析 30 種熱銷保健商品，調整原有縮小材積的方式，有效提高併件率且省去耗材費用。
	保健飲品 (玻璃瓶裝)	客製紙箱規格，使其貼合商品原有大小以強化可承受力，除了減少緩衝材的使用，更達到包裝減量的使命。
	小型家電用品	預計 2022 年 Q2 導入小型家電商品特殊包裝，將紙箱改以側面開口，減少膠帶的使用量。

產品客製化包裝效益



- 每個紙箱成本 4 元、人工包裝成本 6 元，約節省 **17,172 個紙箱** 的使用。
- 減少 17,172 份包耗材，年節省共約 **17 萬元**。



- 每個氣泡袋成本 1.1 元、人工包裝成本 3.5 元，約節省 **50,652 個紙箱** 的使用。
- 減少 50,652 份包耗材，年節省共約 **23 萬元**。

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄



3.3 綠色物流

為了在營運過程中落實綠色物流，東森購物從供應商合作、提升運輸效率和改善取換貨服務等方向著手，降低物流運輸過程中的碳足跡以及任何可能產生的環境汙染，落實以下綠色物流管理政策：



● 3.3.1 低碳運輸

降低運輸碳足跡是東森購物在物流過程中的首要目標，我們透過集運出貨、超商統倉合作、減少逆物流等策略，以及依序完工啟用的衛星倉，不僅透過運輸效率的改善，提升了物流與取件服務的品質，更有效地朝永續物流的目標邁進。

行動方案	專案作為								
集運合併 效率提升	導入「入統倉集運出貨」機制，簡化出貨作業流程，同步減少不同廠商分批配送的運輸里程，平均每年可減少 33 萬次的配送次數。在將產品從合作工廠運輸到商店的階段，透過合併集裝箱同時減少運輸過程中使用的瓦楞紙板，採用可折疊的容器來增加裝載空間，降低運輸的次數。								
統倉合作 門市取件	超商門市包裹件數 <table border="1"> <thead> <tr> <th>年份</th> <th>包裹件數 (萬件)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>54</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>58</td> </tr> </tbody> </table> 我們從 2017 年開始便與超商的統倉合作，讓不同客戶的訂單可以透過集運的方式送達到單一的超商門市，有利於大幅減少宅配車輛的配送次數。至 2021 年東森購物已累計導入約 58 萬件超商包裹。	年份	包裹件數 (萬件)	2019	39	2020	54	2021	58
年份	包裹件數 (萬件)								
2019	39								
2020	54								
2021	58								

- 目錄
- 關於本報告書
- 董事長的話
- 東森購物大事紀
- 2021 年度永續亮點績效
- 利害關係人議合及重大議題分析
- 永續價值與策略
- CH1 穩健治理 永續經營
- CH2 嚴選品質 創新體驗
- CH3 綠色營運 低碳家園**
- CH4 健康平權 幸福企業
- CH5 熱心公益 共融社會
- 附錄



行動方案	專案作為
衛星倉儲 短鏈布局	2021 年 6 月與 10 月分別啟用了位在新北市新莊區和桃園市楊梅區的衛星倉儲。透過數據分析事先挑選長銷和熱銷商品入倉，再透過集運方式，將商品分發到中繼倉後進行配送，除了能夠降低運輸過程的碳足跡，亦可有效地分散倉儲飽和的風險。
少逆物流 碳排降低	為了有效減少逆物流的產生，東森購物自 2020 以來便導入了更為完善的來回件換貨服務，同步進行逆物流收取和新商品配送的作業，有效降低運輸次數，並降低換貨所需耗費的時效天數，根據統計，2021 年每月平均可減少約 650 次的運輸次數。

● 楊梅倉——提升 EC 商品入庫率及豐富性

導入多倉機制
系統會依據訂單地址及存貨數來判斷出貨倉庫，以離訂單配送地最近為優先，降低運輸距離。

判斷商品入庫倉
可平衡各倉的庫存水位，同時分散揀貨與出貨的壅塞程度，並縮短運輸配送距離。

外觀

隔熱及防火建材

通風鐵捲門

太子樓

中、南部衛星倉規劃
整合物流倉儲的庫存量、運輸承載及暢銷品等供給能量，縮短到貨時間及加快中南區配送速度：

- 中倉：預估有 **15%** 的訂單由中倉發出
- 南倉：預計有 **20%** 的訂單由南倉發出

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄

● 3.3.2 串聯綠色物流供應商

東森購物深信要落實綠色環保的物流運輸，必須與供應商夥伴攜手合作，我們針對運輸過程的載具進行汰換與創新，著力於增加電動機車的配送和電動機車的研發，並淘汰易造成空氣汙染的大型柴油車輛。環境保護也被我們納入供應商評選要點之中，並與承運商共同推動電子簽名作業，以多元的形式和供應商共同落實環境永續。

導入電動機車配送

做為全台首家綠色宅配業者，我們在 2014 年起便與合作夥伴導入電動機車，截至 2021 年已導入了超過 703 輛電動機車。



研發新式電動機車

物流合作夥伴與光陽工業合作研發新式的電動機車，擬透過電動車之電力供應，來維持保冷袋之恆溫功能，以降低生鮮食品失溫情形，預計 2022 年導入 200 台新式電動機車。



舊式柴油車汰舊換新

配合政府推動的大型柴油車汙染改善計畫，鼓勵合作夥伴積極汰換易產生污染的一、二期柴油車。累計至 2021 年已陸續汰換 520 輛一、二期柴油車，有效減低空氣污染的排放。



- 目錄
- 關於本報告書
- 董事長的話
- 東森購物大事紀
- 2021 年度永續亮點績效
- 利害關係人議合及重大議題分析
- 永續價值與策略
- CH1 穩健治理 永續經營
- CH2 嚴選品質 創新體驗
- CH3 綠色營運 低碳家園
- CH4 健康平權 幸福企業
- CH5 熱心公益 共融社會
- 附錄



3.4 氣候變遷風險與機會

東森購物了解氣候變遷可能會對企業營運產生衝擊，展開氣候相關的風險與機會評估，並制定相應的管理措施與業務計畫。

類別	辨識項目	對公司營運的衝擊 / 影響	因應管理措施 / 業務計劃
 轉型風險	法規政策變動	政府頒布的相關法規或政策，溫室氣體相關法規或其他節能減碳政策與目標，導致營運成本增加。	已採用 LED 燈具等節電措施，將逐步全面汰換具有環保節能標章的設備，同步落實物流運輸過程的碳足跡降低計畫。
 實體風險	極端性氣候災害增加	難以預測的極端性氣候災害（例如暴雨、淹水），可能造成物流運輸無法如期抵達，導致交期延遲，客戶滿意度下降，間接影響營收。	完善物流業務執行團隊，強化供應鏈間的整合與彈性，提升物流供應鏈及時因應極端氣候性災害的韌性。
 氣候變遷 相關機會	網購包裝政策獎勵	響應政府推廣的網購包裝減量政策，具有潛在節約包材消耗費用的效益。	持續串聯包材業者、物流業者、政府單位與其他電商平台，階段性地落實包材減量、導入環保材質與循環包材。
	消費者習慣改變	受全球氣候變遷影響，消費者逐漸培養起購買環境友善的產品的永續意識，這樣的消費者行為改變是我們創造新商機的機會。	檢視所有產品與服務組合，結合大數據分析，有效地揀選和推廣具有環保效益的產品，並且選擇對環境影響低的產品。
	物流運輸效率提升	高效節能的物流運輸，除了有助於降低運輸過程中的碳足跡，亦能夠提升整體服務品質與效率，並降低物流運輸上的營運成本。	建立綠色物流管理政策，整合且完善物流的管理作為，並將環境保護列入供應商評選要點。

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄

山林保護

東森購物透過東森文化基金會，先是與台北市政府合作認養陽明山路段，用以種植櫻花，並提供長期的維護保養，鼓勵民眾親近山林。後續我們也投入了玉山國家公園的環保費贊助，作為保護山林教育、路樹種植保養等用途。

我們也與新北市政府合作，預計將在 2022 年正式推行「新北山海造林計畫」，在文山農場植樹種植 200 棵喬木樹苗，並邀請東森購物會員及東森直消電商的經銷商共同響應。展望未來，東森購物將持續在山林保護上的投入，預計在羅東、新竹、東勢、南投、嘉義、屏東、花蓮及東台等 8 個林場認養 9.3 公頃的土地，在 3 年內種下 15,000 棵樹苗，打造台灣永續之森。



保養品空瓶回收計畫

東森自然美直營店預計在 2022 年 4 月響應「世界地球日」，正式推出「EARTH DAY · THANK YOU EVENT 保養品空瓶回收計畫」，消費者將不限品牌的任一空瓶攜至指定地點回收，即可享有多重好禮的優惠，讓消費者與東森購物共同透過行動落實環保愛地球的作為，也培育消費者環境永續的意識。



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2021 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續價值與策略

CH1 穩健治理 永續經營

CH2 嚴選品質 創新體驗

CH3 綠色營運 低碳家園

CH4 健康平權 幸福企業

CH5 熱心公益 共融社會

附錄

環保綠點

東森購物響應行政院環保署政策，攜手會員一起推動環境永續，在東森購物官網設置環保集點專區，會員可以透過在專區選購具備環保標章之產品累積回饋點數，2021 年共 3,549 名會員響應，營收共計 4,980,693 元。環保集點專區累計推動成果如下：



項目	2019 年	2020 年	2021 年
 集點會員人數	1,226	9,665	3,549
 營收	7,844,593	13,789,271	4,980,693

永續循環包裝袋

東森購物自 2021 年開始規劃「永續循環包裝袋專案」，並且於 2022 年正式推動循環包裝袋，我們提供回收獎勵機制，未來更擴大推動環保會員，藉此大幅減少一次性包裝廢棄物對環境造成的負擔。

