

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄



CH 3

綠色營運 減碳實踐



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。

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
- 於台中地區擴大電動機車配送服務，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，2022 年共節省約 166 萬個紙箱
- 從機制面、系統面進行優化，引導客戶多使用超商取件，透過集運模式運輸，來減少運輸次數及過程中所產生的碳足跡，2022 年超商取貨件數已達 60 萬件，較 2021 年成長 3.4%

未來短期目標

- 紙箱印刷面積減量優化，印刷面積從總面積 50% 降至 30%
- 紙箱的再生料配比提高到 90%
- 持續推動「永續循環包裝專案」，2023 年預計使用循環袋出貨件數達 250 件 / 月、回收件數 70 件 / 月
- 建置楊梅物流中心太陽能發電設備

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。

未來中長期目標

- 配合政府「溫室氣體減量及管理法」之政策管制目標，逐步增加引進電動載具（機車）佔比，預計電動機車佔比至 2025 年目標提升至 50%
- 遴選供應商以符合環境永續經營的企業為優先考量

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。

主責單位

行政服務處

特定行動與績效

- 相較於去年減少了約 2,552 度的用水

未來短期目標

- 擴大內部宣導節電、節水、省紙、減廢，凝聚員工環保共識
- 東森購物總部辦公大樓更新空調冷卻水塔，預估每年可節省 150 萬元電費（支出費用 800 萬元）
- 鼓勵會員響應植樹減碳，高貢獻會員消費搭贈及付費認購，搭配東森幣種滿 10 萬棵虛擬樹，東森將捐款種植 100 棵樹等活動
- 號召員工發動愛護海洋淨灘活動，預計於新北翡翠灣進行

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。

未來中長期目標

- 持續執行每年節電率達百分之一的目標
- 推動內部會議、簽核行政流程無紙化措施
- 推動「植樹減碳」公益活動，預計 3 年內於全台種植 15,000 棵樹
- 與台大合作，預計 10 年植樹 1,070 株，撫育 25,000 棵樹苗

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

3.1 推動綠色環境管理

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。
 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於員工，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。



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

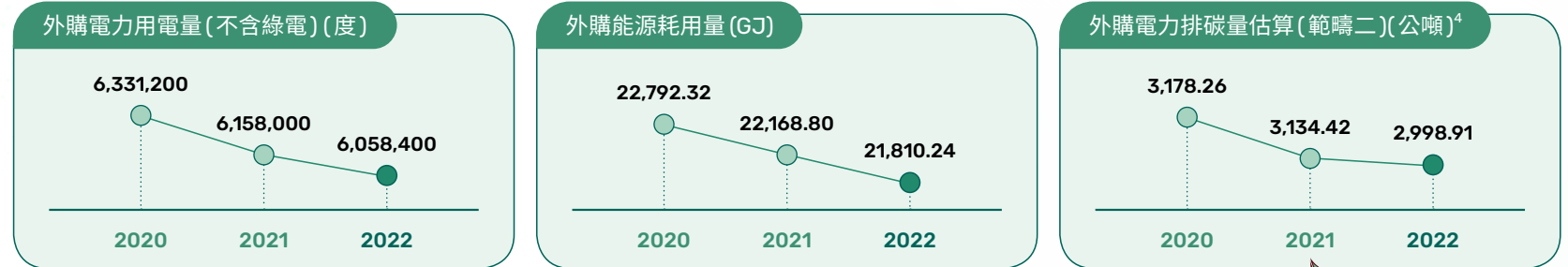
CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

3.1.2 能源管理

東森購物的能源耗用主要源自於辦公室用電、交通運輸和生產製程，來自於組織擁有或控制的排放源。2022 年我們的用電量較去年減少 99,600 度，預估減少 7.59 公噸的碳排放。東森購物近 3 年的內部能源使用狀況如下表格所述：

能源消耗用量統計

註 1：GJ (十億焦耳) = 10⁹J (焦耳)。

註 2：總能源消耗量 (kcal) = 總用電量 x 電力熱值 (860kcal/kWh)，並換算成百萬焦耳 (1kcal=0.004184 百萬焦耳)。熱值依據為能源局公告之能源熱值。

註 3：2020 至 2022 年東森購物並無外購綠電。

註 4：範疇二的估算係參考溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版：以 2020 年度電力排放係數 (0.502)、2021 年度電力排放係數 (0.509) 及 2022 年度電力排放係數 (0.495)，估算 2020 至 2022 年之碳排放量。

3.1.3 打造綠色工作環境

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，並且持續更新辦公設備，透過設備的汰舊換新，提升辦公環境節能減碳成效。



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

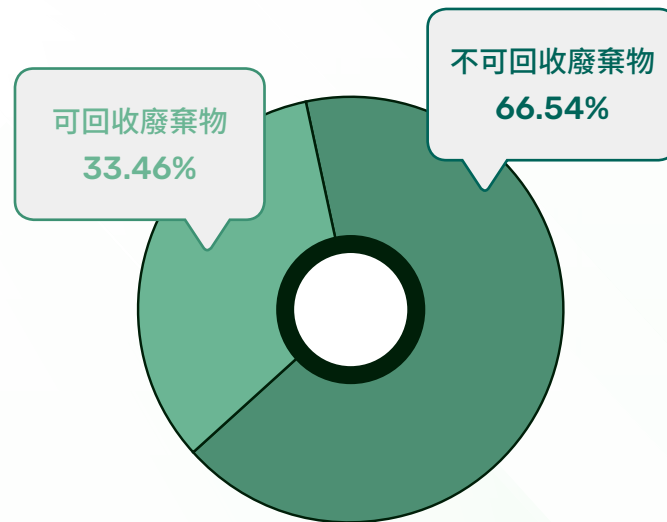
附錄

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 綠色物流與綠色包裝）的多元策略，致力於降低廢棄物的產生，2022 年相較去年減少 13 公噸不可回收廢棄物。此外，我們持續精進水資源管理作為，進行用水裝置的汰舊換新、定期向員工宣導愛習水資源，2022 年相較於去年減少了約 2,552 度的用水。

2022 年廢棄物回收統計

	類別	重量（公噸）
可回收廢棄物	紙箱	35
	塑膠類	18
	小計	53
不可回收廢棄物	廚餘	10.4
	焚化垃圾	95
	小計	105.4



2021 年水資源使用情形



水資源取得來源

地表水



主要用水用途

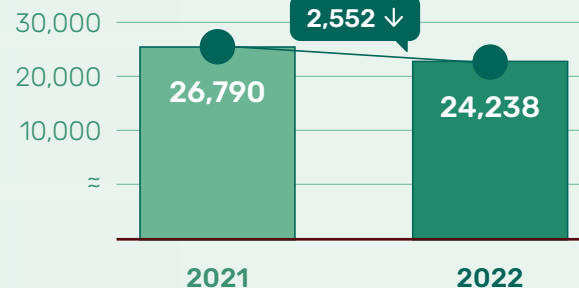
空調冷卻、環境清潔、辦公區及商場用水



2022 年總取水量（百萬公升）

24.238

東森購物總取水量統計（度）



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

3.2 綠色物流與綠色包裝

東森購物深知在物流運輸過程中，降低運輸過程碳排放是邁向淨零的重要關鍵，持續提升同倉和併箱，以及與電動運輸載具供應商合作；此外包材減量法規即將正式上路，而東森購物也提前投入開發更加環保、更具有資源使用效率的包材研發和回收機制。



環保便利袋

導入再生料佔比達 **30% 以上** 的環保便利袋，預計 2023 年達到 **6 萬件** 的使用量



循環袋回收點

與中華郵政合作建立循環袋回收點，客戶可至全省綠色郵筒或 i 郵箱將環保袋直接投入後回收，2022 年回收率約 **5.85%**



提升同倉與併件率

商品入庫率提升、導入多倉備貨機制，2022 年非 EC 通路的併件率約為 **17.8%**，較 2021 年的 13.4%，提升 **4.4%**。預計 2023 提升非 EC 通路併件率約 **5%**



太陽能發電

2023 年太陽能發電量預計達到約 **420 萬度 / 年**，為現行用電的 **4.6 倍**^註

註：詳細資訊請參閱報告書第 55 頁。

3.2.1 低碳運輸

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：

綠色物流管理政策

- 1 遴選環保物流供應商
- 2 集運出貨減低碳足跡
- 3 全省超商門市取件服務
- 4 落實短鏈布局，建置衛星倉
- 5 建立來回件換貨服務



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

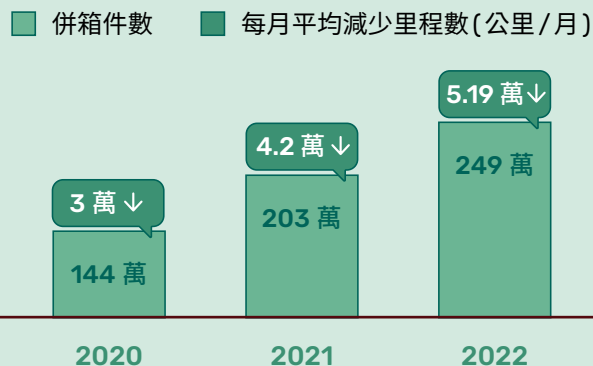
降低運輸碳足跡是東森購物在物流過程中的首要目標，我們透過集運出貨、超商統倉合作、減少逆物流等策略，以及依序完工啟用的衛星倉，不僅透過運輸效率的改善，提升了物流與取件服務的品質，更有效地朝永續物流的目標邁進。

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。

併箱件數與減少里程數

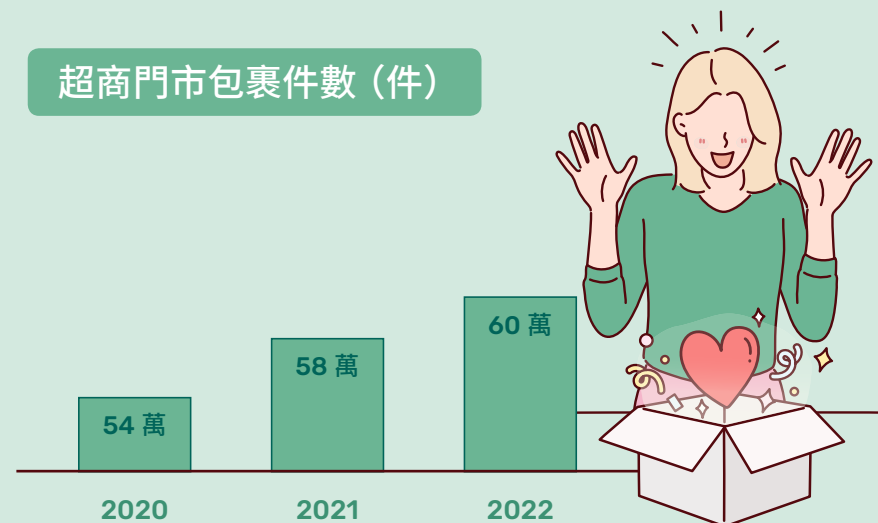


統倉合作 門市取件



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 2022 年東森購物已累計導入約 60 萬件超商包裹。

超商門市包裹件數 (件)



衛星倉儲 短鏈布局



搭配 2021 年新北市新莊區和桃園市楊梅區的衛星倉儲的使用，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 年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、引導客戶採用宅配轉超商之服務，有效降低運輸次數，並降低換貨所需耗費的時效天數，2022 年每月平均減少 2,288 次的運輸次數。

目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

楊梅倉——提升 EC 商品入庫率及豐富性

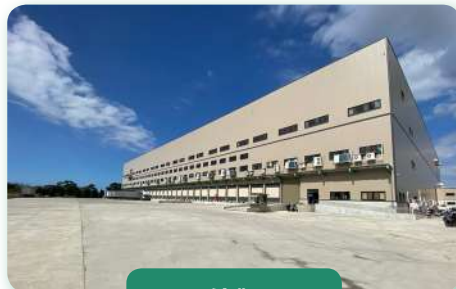
導入多倉機制 | 系統會依據訂單地址及存貨數來判斷出貨倉庫，以離訂單配送地最近為優先，降低運輸距離。

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。

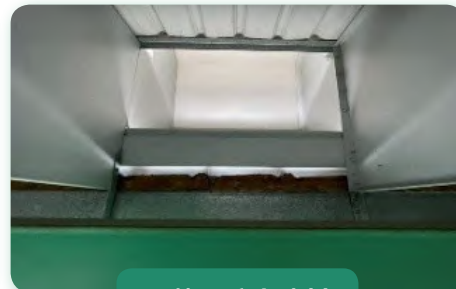


倉儲綠色節能設計

- 太子樓設計：增加熱氣排出速度、降低倉內溫度
- 隔熱板：TSL-750 型三溝屋頂板，可隔熱、隔音、減少滲水疑慮、防鏽、防腐
- 通風門：增設 10 門可加強倉內頂層熱氣交換效率
- 配合中華電信於楊梅園區建置太陽能板，透過再生能源裝置，預估能為台灣貢獻年發電量約 420 萬度電



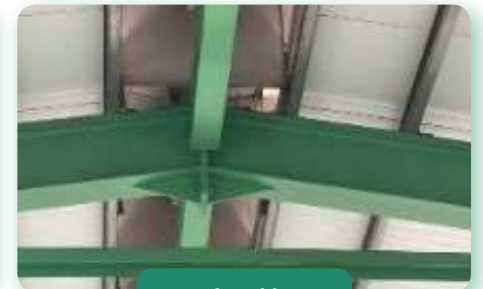
外觀



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

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

3.2.2 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 2022 年已導入了超過 700 輛電動機車，約佔整體機車載具的 25%。

研發新式電動機車

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。



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，鼓勵合作夥伴積極更換易產生污染的一、二期柴油車。累計至 2022 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。

3.2.3 包裝減量

我們採取多角化的綠色包裝行動，與供應商合作開發更為環保、規格化、客製化和可循環使用的包裝材料，也期盼與消費者攜手共同落實包材減量，提供併箱的購物金獎勵和鼓勵包材回收使用，與供應商和消費者共創綠色包裝價值鏈。

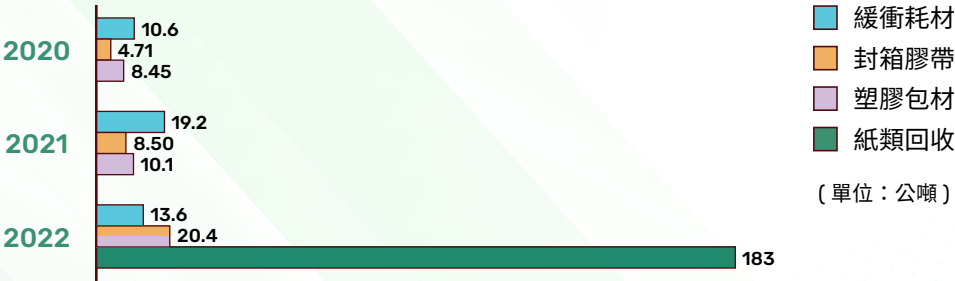


- 目錄
- 關於本報告書
- 董事長的話
- 東森購物大事紀
- 2022 年度永續亮點績效
- 利害關係人議合及重大議題分析
- 永續願景
- CH1 誠信經營 穩健治理
- CH2 嚴選品質 安心消費
- CH3 綠色營運 減碳實踐
- CH4 人權守護 幸福企業
- CH5 傳遞關懷 共善社會
- 附錄

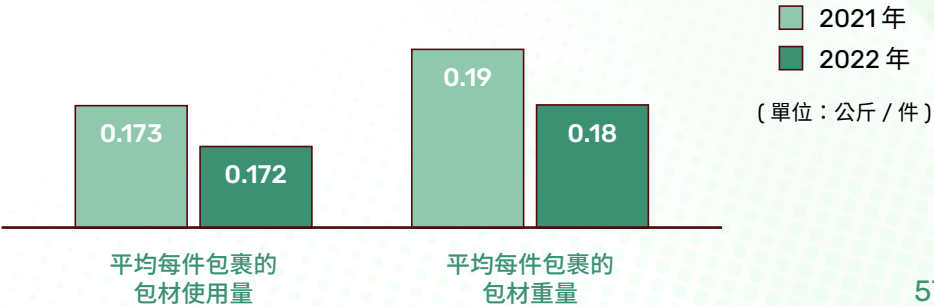
多角化的綠色包裝行動

行動方案	專案目標	專案作為
 網購包裝減量	包裝減量	- 網購包裝以 90% 產品重量對應 10% 包裝重量為原則，將包材之重量低於包裹總重 10% - 封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和的 2.5 倍
	環保材質	- 使用的包裝材質採用可回收且為紙或 PE 的單一材質 - 包裝箱（袋）以 100% 回收紙或摻配 30% 以上的塑膠再生料 - 紙箱以保持紙板原色，包裝箱（袋）印刷面積小於 30% - 包裝箱（袋）、緩衝材、封箱膠帶不使用 PVC 材質
	循環包材	預計於 2023 年使用可回收循環的循環箱（袋）比例提升至 10%，並提升回收率至 20%
	紙箱規格化	- 將 120 款紙箱縮減為 25 款，用作併件包裝使用，推估年可節省 7.5 公噸紙箱 - 預計與其他電商平台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 - 在紙箱上提醒消費者，退換貨時採原包裝箱退回，以達到重覆使用目的
	鼓勵併箱	透過購物金獎勵，鼓勵消費者選擇併箱寄送貨物，減少誤送趟數，提升物流運輸效率、降低運輸能源消耗。2022 年共節省約 166 萬個紙箱
	增加破壞袋包裝	採用再生料佔比達 30% 以上的破壞袋，除可提升裝載容積，亦符合環保訴求
 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	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

歷年包耗材使用量統計



平均每件包裹的包材使用量與包材重量



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

產品客製化包裝效益

保健熱銷品



- 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**。

保健飲品（玻璃瓶裝）



- 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**。



環保便利袋

東森購物採用再生材料佔比達 30% 的環保便利袋，預計 2023 年第 3 季達到月均使用量 6 萬個，約佔小材積商品出貨數的 40%



目錄

關於本報告書

董事長的話

東森購物大事紀

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄

3.3 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 / 業務計畫
 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

2022 年度永續亮點績效

利害關係人議合及重大
議題分析

永續願景

CH1 誠信經營 穩健治理

CH2 嚴選品質 安心消費

CH3 綠色營運 減碳實踐

CH4 人權守護 幸福企業

CH5 傳遞關懷 共善社會

附錄



保養品空瓶回收計畫

東森自然美直營門市 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。



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點數，獲得消費者回饋。



環保集點專區累計推動成果如下

項目	2020 年	2021 年	2022 年
集點會員人數	9,665	3,549	2,472
營收	12,641,232	4,524,390	2,485,471