

CH 3

綠色營運 環保安心

重大性議題：綠色物流、氣候變遷因應 (節能減碳)



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，更落實東森購物的環境管理政策，訂定短中長期的環境績效目標。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，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

東森購物遵守政府環保及能源管理法令與相關規範，同時我們落實環境永續經營的環境管理政策，發展綠色營運管理，提升能源使用效率並減少耗能。在營運方面，精進減廢與回收再利用技術，減少並預防污染排放。同時，針對內部員工與供應鏈合作夥伴執行環境教育訓練，逐步強化綠色供應鏈管理，履行保護地球生態環境的承諾。

短期目標 | 未來 1 年目標

- 綠色辦公環境：
 - 辦公區域全面停止提供一次性紙杯及杯水。
 - 達成平均每年節電率達百分之一的目標。
- 綠色物流：
 - 包裝材質使用可回收且單一材質、再生料摻配比率達 25% 以上，以及印刷面積應小於表面總面積的 50%。
 - 預計於 2021 年第二季將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。
 - 鼓勵供應商提供環境友善的產品與服務。

中長期目標 | 未來 3-5 年目標

- 綠色辦公環境：
 - 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。
- 包裝耗材管理：
 - 建立循環箱(袋)體系及一次性包裝箱(袋)、緩衝材回收點：東森購物規劃透過現有集團資源的東森房屋及寵物雲門市作為回收據點，並提供東森幣作為環保獎勵，讓包裝箱重覆循環利用。
 - 透過推動法規並教育消費者，發展可循環利用包裝及其回收站。
- 綠色物流：
 - 持續擴大電動機車配送的服務範圍，降低碳足跡。
 - 遴選供應商以符合環境永續經營的企業為優先考量。

主責單位

行政服務處

特定行動與績效

- 綠色辦公環境：
 - 參與 2020 年新北市企業自願節電獎勵活動榮獲節電獎。
 - 辦公區域已全面汰換成 LED 燈具，節能減碳愛護地球。
- 綠色物流：
 - 於 2020 年 5 月導入來回件(以貨換貨)機制，減少逆物流帶來的碳排放，每月平均可減少約 1,000 次的運輸次數。
- 包裝耗材管理：
 - 落實網購包裝以 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%、封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和的 2.5 倍。
 - 辦落實商品併件包裝機制，2020 年共節省 84 萬個紙箱，平均併箱率 2020 年達 14.8%，較去年提升了 3%。
- 能源管理：
 - 東森購物 2020 年用電量為 1,328KW，辦公區域用電量較去年減少 121,600 度。

3.1 環境管理政策

東森環境管理政策

東森購物對於支持環境永續的心不落人後，我們非常積極回覆內、外部利害關係人日益對綠色營運重視的心聲，在對內、對外的經營管理作為皆以減少資源浪費為目標，針對環境管理制定相關政策與目標，提倡環境永續思維，承諾讓全體員工與供應商共同創造屬於東森購物的永續綠色生活品牌。



環境法令遵循

東森購物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，如年度節電率的目標訂定等，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

東森購物長期進行節電、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

東森購物了解綠色物流在我們的綠色營運管理扮演重要角色。因此致力於精進減廢與回收行動，透過並且執行併件包裝機制，2020 年共節省約 84 萬個紙箱。



綠色供應商優先

東森購物期待與供應商夥伴一同守護地球，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

東森購物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。我們持續鼓勵員工一同攜手員工展開環境友善行動，以達成最佳永續經營的企業。



滾動修正改善

東森購物定期針對環境管理政策進行檢視與討論，針對各項政策目標考量可行性以及未來性，進行滾動式調整，並在執行作為上定期滾動式修正與改善，在極端氣候持續不穩定的處境下，達到最好的永續環境經營。

辦公綠色環境管理

東森購物的綠色環境管理從辦公營運場域開始落實，我們針對辦公綠色環境管理共有四大管理方針。同時，透過定期宣導、教育與行動之方式，主動邀請員工一同落實節能減碳，營造合宜、舒適之辦公空間。

環境管理	執行作為
 節電措施	<ul style="list-style-type: none"> 使用中央空調管理：統一縮短空調開機時間，同時於會議室全面增加戶外窗，降低空調使用率 調整飲水溫控：因應不同季節對於飲水溫的需求不同，於秋冬季時調高飲水機冰水溫度，減少過多能源消耗 採購環保設備：辦公室全面使用 LED 燈，設備汰換以採用綠色環保標章產品為優先
 省水措施	<ul style="list-style-type: none"> 採用省水設備：我們辦公空間的廁所、馬桶全面更換水龍頭省水閥 定期宣達政策：定期向員工宣導愛習水資源
 紙量減量	<ul style="list-style-type: none"> 停止提供紙杯水：響應臺北市政府「禁用一次性及美耐皿餐具」，辦公室全面停止提供紙杯及杯水，倡導員工自行攜帶環保杯，並獲得臺北市政府頒發感謝狀 推行電子發票：東森購物為了環保愛護地球及精進客戶服務作業，自 2014 年起推行電子化發票，節約紙張，平均每年可減少消耗 800 多萬張用紙量，相當於減少砍伐 1,000 棵樹木
 綠色植栽	<ul style="list-style-type: none"> 取得綠建築標章：規劃中的林口全球營運總部，建築設計大量提高綠地面積、增加喬木種植數量，增加地面保水量與蓄洪功能、綠建材使用，取得銀級綠建築標章

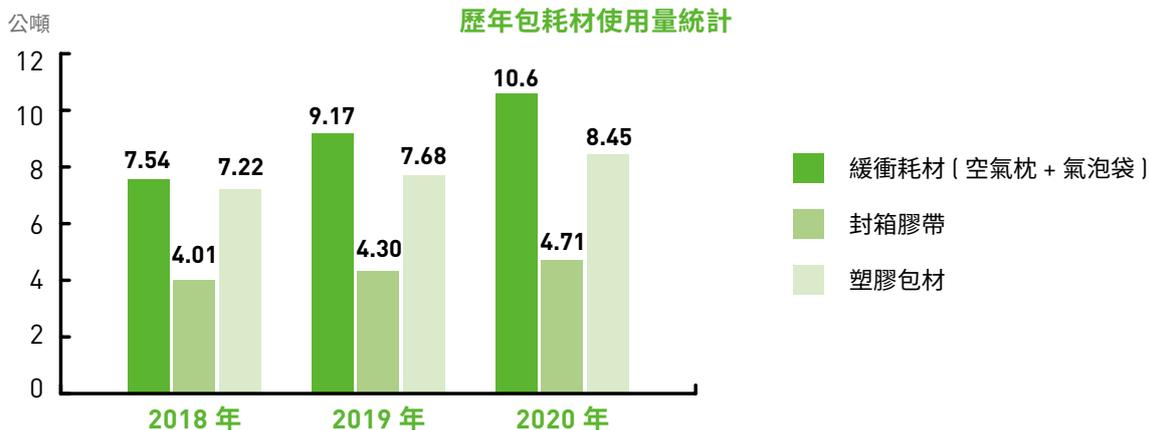
3.2 綠色包裝與包材

3.2.1 包裝耗材管理

東森購物有感於包裝耗材往往成為一次性且消耗量大的物品，積極邀請東森供應商攜手落實綠色行動，共同為環保盡一份心力。東森購物串聯包材業者、物流業者與政府單位，一同執行網購包裝減量計劃，我們遵循政府政策，響應由環保署發布的網購包裝減量指引，如今東森購物平台已榮獲行政院環境保護署頒發的「網購包裝減量」標章。

網購包裝減量行動

目標	環保行動
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%



東森購物因應疫情和消費者習慣的改變，年度網路購物的營運成長顯著，故包耗材使用量顯著上升，然而在網購包裝減量行動下，已積極落實每份網購包裝的包裝材重量、封箱膠帶長度減量行動，顯著降低每份網購包耗材的使用量，回應政府政策宣達以及守護地球環境的使命。

客製化調整包裝

東森購物在商品包裝重視空間的有效使用，針對自營商品致力於減少空間的浪費，裸裝商品以客製化挑選最合適和貼合的包材，回應我們的包裝減量政策目標。當供應商入庫時如果選用的紙箱過大，不符合包裝耗材的環境友善政策時，亦會要求供應商重新修正。

產品客製化包裝

保健熱銷品

實際行動

東森購物分析 30 個熱銷保健商品，調整原有包裝縮小材積的方式，讓我們除了有效提高併件率，亦省去耗材費用。

實際效益

藉由產品客製化包裝，針對保健熱銷品的包裝可節省紙箱 4 元、人工包裝費 6 元，共計約節省 17,172 個紙箱使用、17,172 份包耗材數量，年省共約 17 萬元。

保健飲品(玻璃瓶裝)

實際行動

針對玻璃瓶裝的保健飲品，我們客製紙箱規格，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。

實際效益

針對保健飲品(玻璃瓶裝)部分，我們可節省氣泡袋 1.1 元、人工包裝費 3.5 元，共計約節省 50,652 個紙箱使用、50,652 份包耗材數量，年省共約 23 萬元。

包裝減量與回收

東森購物配合環保署「網購包裝減量指引」，推動包裝材料使用量、封箱膠帶長度管制、再生料規範。我們針對網購商品的包裝，使用可回收性的「打包袋」包裝商品，並定期執行回收作業，積極推行物品的再利用，將回收商品再製成可重覆使用的材料(如環保絲)。東森購物目前平均每月回收約達 704 公斤，年度總量為 8.45 噸。

包裝回收作業



循環箱機制規劃

東森購物將循環箱租用機制列為長期規劃之中，持續改善網路購物產生的一次性包裝的問題，目前正與相關業者進行討論，不斷尋求減少一次性包裝的最佳解方。東森購物致力完善建立從出貨、回收方式至回收點位置的執行模式與配置，除了讓消費者有更多環保行動的選擇，更打造出領先產業的永續網路購物機制。

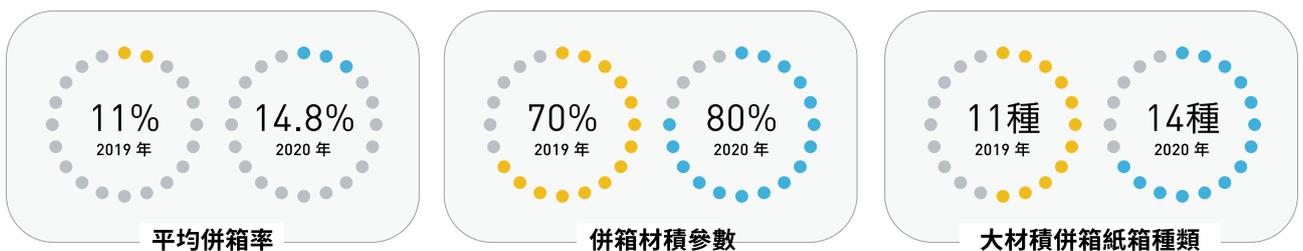
3.2.2 貨品併件包裝

東森購物貨品併件包裝措施自 2012 年開始實施，我們長期觀察客戶網購時的行為需求，分析過去網購送件情形，發現平均每 1.8 次運送才會完成 1 次配送作業；因此，東森購物透過貨品併件包裝方式鼓勵客戶若有退貨的情形時以併件方式進行退貨，來共同維護地球環境，創造美好綠色生活品質。

併件包裝管理

針對併件包裝的管理方式東森購物透過大數據分析，以電子資訊化系統提供直接建議的紙箱大小，自動計算出最佳的併件方式以及最適合使用的紙箱。東森購物每年仍持續進行滾動式修正，透過大數據分析的方式在執行上的任何細節進行流程改善，如優化併箱材積參數、新增三種大材積紙箱供併箱使用等。2020 年共計合併的件數達 140 萬件、56 萬箱，總共節省約 84 萬個紙箱。

東森併件包裝措施



3.3 綠色物流

3.3.1 綠色物流管理政策

為善盡東森購物企業社會責任，我們訂定綠色物流管理政策和執行方案，重視減低運輸過程的碳足跡，致力於減緩網路購物經濟下的物流模式對生態環境造成的衝擊，承諾做到下列事項：

綠色物流管理政策



● 3.3.2 遴選環保物流供應商

東森購物於物流營運管理上，致力於響應綠色節能行動，我們鼓勵運輸業者共同響應節能減碳作為，呼應聯合國訂定的永續發展目標精神。在遴選合作運輸業者方面，我們將環境保護列入供應商評選要點之一，並與承運商共同推動電子簽名作業，鼓勵運輸業者響應節能減碳。



環境友善電動機車：

合作夥伴自 2014 年起即導入電動機車加入配送服務，成為全台首家綠色宅配業者，截至 2020 年已導入了 725 輛電動機車，減低的二氧化碳排放量超過 465 公噸。



大型柴油車物汙染改善計劃：

鼓勵合作夥伴積極配合政府推動大型柴油車物汙染改善計劃，近年來已陸續汰換近 400 輛一、二期柴油車，有效減低空氣汙染的排放。

● 3.3.3 降低運輸碳足跡

在物流營運階段，降低運輸碳足跡一直是東森購物永續經營的政策與使命。我們目前採取多元化方式在各物流營運階段達成減少碳足跡的承諾，東森透過集運出貨、與超商統倉合作及建置衛星倉等方式，來落實運輸階段碳排放的減量。

集運出貨 減低碳足跡

東森購物重視商品運送過程中產生的碳足跡情形，我們將商品以集運出貨之方式，導入「入統倉集運出貨」機制，以簡化出貨作業流程，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。

在將產品從合作夥伴工廠運輸到商店時，我們通過合併集裝箱和卡車來提高運輸效率。此外，東森購物致力減少運輸使用的瓦楞紙板，挑選適合的紙板類型、採用可折疊的容器來提高裝載效率，以降低運輸的次數，降低運輸的碳足跡。

超商門市統倉合作

東森購物了解客戶使用超商門市取件已經是常態性的消費行為模式，因此東森購物自 2017 年起已陸續與超商之統倉合作，將不同客戶的訂單，透過集運模式轉發到單一超商門市，以減少宅配車輛的配送次數，進而落實東森於綠色物流營運上降低排碳量的目標，本年度累計已導入約 54 萬件超商包裹。

落實短鏈布局，建置衛星倉

東森購物於新北市新莊區設立衛星倉儲，透過數據分析，挑選長銷、熱銷品入倉，再透過集運方式，分發到雙北市區的 7 個中繼倉所後進行配送，已於 2021 年 6 月 10 日（三）正式啟用，東森購物將持續在綠色物流營運上考量運輸所造成的碳足跡效應，降低排碳量的產生。

● 3.3.4 減少逆物流

隨著網路購物的消費型態越來越普及，伴隨著商品受退回的情況造成另類的環境影響與衝擊。東森購物注意到逆物流的情況發生在我們的物流營運之中，因此我們建立了來回件換貨服務，減少不必要的碳排放，以充分落實我們綠色物流的精神，維護消費者的權益同時，更發揮東森購物綠色營運的核心價值。

建立來回件換貨服務

東森購物針對商品發生逆物流的情況，於 2020 年 5 月導入完善的來回件換貨服務，我們於收取逆物流同時配送新商品，除可有效減少運輸次數，亦能提升換貨時效天數，每月平均可減少約 1,000 次的運輸次數。

來回件（以貨換貨）機制

當貨件送達收件人時，同時向收件人收取另一件退貨，以縮短客戶等待換貨的時間，約可提升換貨時效 2 天。因有此來回件機制，東森購物的客戶當有退貨的需求，在我們與客戶取貨的同時，也會請倉庫直接提供換貨，減少逆物流。

3.4 氣候變遷與因應

3.4.1 氣候變遷風險與機會

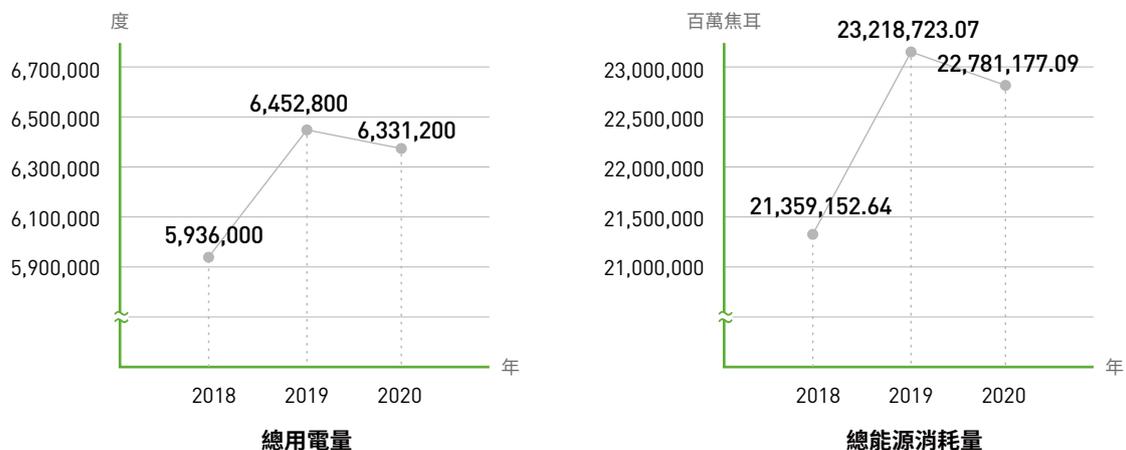
響應主管機關政策與國際趨勢，東森購物 2020 年針對「氣候變遷相關風險與機會」，逐步開展相關分析評估，並規劃因應措施與業務計劃。

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	政府頒布的能源政策，如溫室氣體相關法規或其他節能減碳政策，導致營運成本增加。	目前已採用 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。
實體風險	極端性氣候災害增加	造成物流運輸過程中無法如期順利抵達，導致交期延遲，客戶滿意度下降，間接造成營收下滑。	透過完善的物流業務執行團隊，強化供應鏈間的整合與彈性。
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，長期下來具有潛在節約費用效益。	持續串聯包材業者、物流業者與政府單位，階段性針對包材減量、環保材質、循環包材進行落實。
	消費者習慣改變	受全球氣候變遷影響，消費者消費行為逐漸意識到使用環境友善的產品之重要性，消費者行為的改變是創造新商機的機會。	檢視所有產品與服務組合，選擇具有環保效益的產品，並透過大數據分析，選擇在包裝耗材、運輸過程中對環境影響低的產品。
	物流運輸效率提升	可以透過高效節能的物流運輸，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，以完善物流的整合管理作為，在遴選合作運輸業者過程將環境保護列入供應商評選要點之一。

3.4.2 能源管理

東森購物內部能源耗用量為辦公室用電、生產製程及交通運輸工具等，主要來自於組織擁有或控制的排放源。2020 年東森購物辦公區域用電量較去年減少 121,600 度，總能源消耗量較去年減少 437,545.98 百萬焦耳。近三年東森購物內部能源使用狀況如下表格所述：

內部能源消耗量統計



註：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。