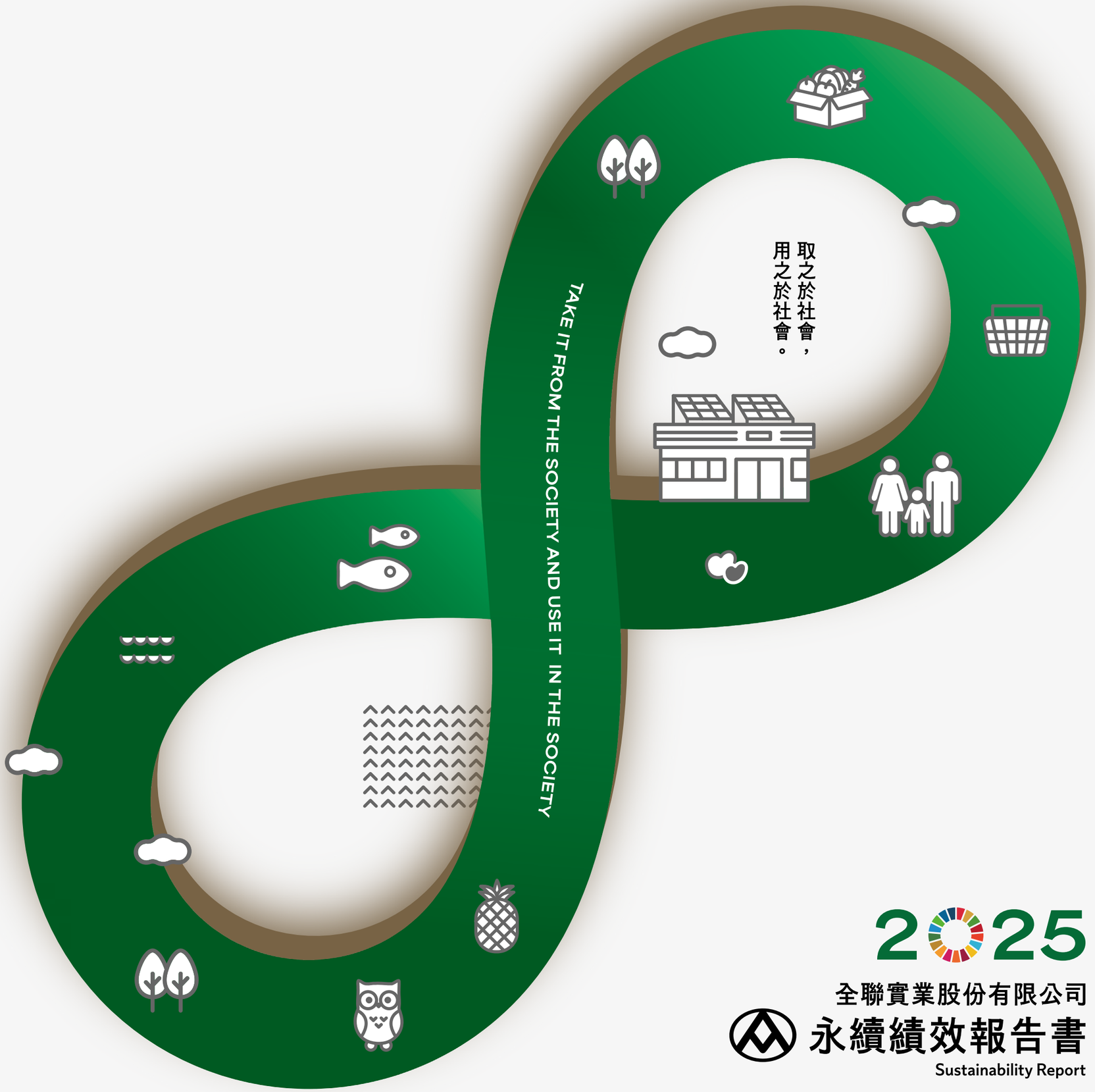
全聯福利中心

Sustainability Report
2025

TAKE IT FROM THE SOCIETY AND USE IT IN THE SOCIETY



2025

全聯實業股份有限公司

永續績效報告書

Sustainability Report

編輯方針

	關於本報告書	01
	2025 年永續亮點績效 / 全聯榮耀與肯定	02
	利害關係人溝通	06
	重大主題鑑別	07
CH1 誠信經營	1.1 全聯願景與永續策略	08
	1.2 誠心企業治理	11
	1.2.1 公司治理與誠信經營	11
	1.2.2 財務績效與通路規模	14
	1.2.3 永續供應鏈管理	15
CH2 永續商品	2.1 把關優質商品	19
	2.1.1 產品安全與品質	20
	2.1.2 產品行銷與標示	22
	2.2 助力永續農業	24
	2.2.1 推廣有機農業	24
	2.2.2 支持在地農作	26
CH3 貼心體驗	3.1 多元店型與創新體驗	31
	3.1.1 店型與服務創新	32
	3.1.2 顧客關係管理	36
	3.1.3 資訊安全與隱私保護	39
CH4 資源循環	4.1 用心守護環境	43
	4.1.1 推動循環減塑	44
	4.1.2 促進惜食減廢	49
	4.1.3 轉型低碳綠能	51
CH5 友善共好	5.1 多元安心職場	53
	5.1.1 多元和諧職場	54
	5.1.2 員工職能發展	57
	5.1.3 職業安全衛生	60
	5.2 打造安心社區	63
	5.2.1 社區參與	63
	5.2.2 社會公益	63

關於本報告書

TAKE IT
FROM THE SOCIETY
AND USE IT
IN THE SOCIETY

編輯方針

本報告書為全聯實業股份有限公司（以下簡稱全聯）所發行之第七年永續績效報告書，聚焦 2025 年在公司治理、經濟、環境及社會面向的相關成果與未來規劃。期望透過報告書之發行，以公開、透明的方式向利害關係人揭露 2025 年全聯於永續發展的努力與成果。

報告期間與涵蓋範圍

本報告書資訊揭露時間為 2025 年度（2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日止），內容包括企業永續發展之具體實踐及相關績效。為保持專案及活動績效之完整性，部分資訊將追溯至 2024 年之績效，或向後延伸至 2026 年。全聯將每年發行永續報告書，本報告書於 2026 年發行，預計下一版本於 2027 年發行。本報告書以全聯營運範疇（不含子公司）為主體，部分重大資訊揭露邊界涵蓋供應商以及顧客等組織外利害關係人。

報告主軸

全聯秉持「用之於社會、取之於社會」的核心理念，以誠信經營為基礎，發展出「資源循環運用」、「永續商品建構」、「數位消費體驗」、「友善共好社會」四大永續策略，並於商品面、環境面著重發展「循環減塑」、「永續農業」、「惜食減廢」、「減碳綠能」等四大重點構面，致力於成為消費者最信賴的全民超市，持續發揮永續影響力，邁向實現美好生活之願景。

聯絡資訊
總公司地址：台北市中山區敬業四路 33 號
聯絡窗口：全聯實業股份有限公司 行銷部公關媒體處
聯絡電話：0800-010-178

聯絡表單　ESG 專區

TAKE IT FROM THE SOCIETY AND USE IT IN THE SOCIETY

2025 年永續亮點績效

環境永續

- LED 燈具汰換節省電力共計 83 萬度、減碳量 395.6 公噸 CO_2e。
- 有機葉菜、履歷葉菜包材改良中間夾層，使用回收原料，有機葉菜減塑 3,450kg、履歷葉菜減塑 5,580kg。
- 全聯鼓勵顧客攜帶自帶杯，本年度自帶杯占比達 37%，減少使用 2,532,509 個一次性容器。
- 於門市設置 ECOCO 回收機，達 223 店，可回收 PET 保特瓶、鋁罐、PP 塑膠杯、牛奶瓶、電池。共回收寶特瓶 11,105,315 個、鋁罐 2,134,376 個、飲料杯 690,693 個、牛奶瓶 803,803 個，共減少 1007.87 公噸 CO_2e，期望藉此養成顧客定點到店回收瓶器的習慣，回收料源進入再生循環體系製成循環商品，實現循環經濟。

社會共融

- 全聯與大全聯公司中高齡者任用比例（45 歲以上）達 31.3%。
- 進用身心障礙員工共 631 人，達 1.98%（優於法令規定民營企業員工達 67 人以上、進用比例 1%）。
- 全聯失智友善商店門市達 120 家，為失智患者及其家屬打造安心、尊重且無障礙的購物環境。
- 全聯慶祥慈善事業基金會全年累計受理 12,139 件急難救助，捐助 6,856 戶家庭，核發 5,165 張愛心福利卡，儲值金總計新台幣 1.21 億元。
- 全聯佩樺圓夢社會福利基金會推動「愛從 1 開始」零錢捐計畫，全年度累積捐贈逾 3,101 萬元。

公司治理

- 門市數量擴展至超過 1,250 間，大全聯量販店則達 21 間，總計營收共 2,200 億元。
- 持續通過 ISO 27001 資訊安全管理系統與 ISO 27701 隱私資訊管理系統認證。
- 持續通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統認證，將員工守護提升至國際標準規格。
- 員工總和傷害指數（FSI）0.19（低於勞動部公告近 2022 至 2024 年，綜合商品零售業之 FSI 0.37）。
- 業務相關正職女性主管占比達 20%。

2025 年全聯榮耀與肯定



2025 遠見 ESG 企業永續獎

公益推動組績優獎 —— 佩樺基金會。愛心育苗計畫

全聯佩樺圓夢社會福利基金會自 2013 年推動「愛心育苗計畫」，十多年來透過專職社工團隊實地走訪以及與地方社福機構、學校合作。台灣偏鄉孩童面對的挑戰，除了資源不足外，亦包括家庭背景、社會問題，以及交通不便等多重困境。為了更有系統地滿足孩子們的需求，自 2024 年起，全聯佩樺圓夢社會福利基金會進一步將「愛心育苗計畫」細分為三大主軸：「助養」、「助學」和「圓夢」。「助養」提供「公益福利卡」儲值金，讓合作單位能到全聯門市購買營養補給品，幫助孩子補充成長所需的營養；「助學」則支持學校與社福單位開設多元才藝課程，讓孩子們發現自己的潛能；「圓夢」則打造屬於孩子們的展演舞台。以滿足孩子的基本生理與營養需求為起點，逐步支持其學習發展、建立自信與能力，最終協助孩子發揮潛能、實現自我，陪伴其健全成長。



2025 TCSA 台灣零售永續獎

顧客永續行動獎 —— 省錢省資源 打造全聯永續新生活獎 —— 金獎
永續零售合作夥伴獎 —— 全聯惜食計畫獎 —— 金獎
永續零售營運獎 —— 全民的超市 全聯 —— 銀獎

身為本土企業，全聯以成為「全民的超市」為願景，在零售產業上持續創新求變，達成永續經營。以資源循環運用、永續商品建構、數位消費體驗、友善共好社會作為四大永續目標，並於商品面、環境面著重發展循環減塑、永續農業、惜食減廢、減碳綠能四大重點構面，搭配陸續推出支付工具 PX Pay、全支付，全面整合線上線下服務，期待帶給消費者「省錢、便利又親民」的商品與購物體驗，以此獲得台灣永續能源研究基金會 (TAISE) 舉辦「2025 台灣零售永續獎」之「顧客永續行動獎」金獎、「永續零售營運獎」銀獎兩項殊榮。

全聯長期推動惜食計劃，透過「惜食三部曲」策略，倡導大眾珍惜產地食材，再以商品折扣促銷，最後則將即期生鮮和醜蔬果供應給鄰近門市的社福機構，讓食材在不同效期階段都能被充分運用，盼能以通路為中心，串起在地合作網路，創造食物延續的價值，並達到減少食物浪費的目的。全聯亦以此獲得「永續零售合作夥伴獎」金獎。



2025 台灣農業永續獎

永續農業生產獎 —— 翻轉物種命運 官田菱雉菱與諸羅樹蛙綠竹筍 —— 金獎
永續農業合作夥伴獎 —— 小農直採專區 —— 金獎
永續農業資源循環獎 —— 全聯漁電共生台灣鯛 —— 銀獎

全聯身為本土通路，積極支持在地農業，期望透過通路力量，協助在地小農，提升台灣農業產值及增進在地青農收入。自 2015 年起，全聯陸續導入「小農直採」專區，讓青農、小農作物也能在連鎖通路上架，並主打「我生產的，我負責」品質安心訴求。2025 年度以此獲頒台灣永續能源研究基金會 (TAISE) 舉辦「台灣農業永續獎」之「永續農業合作夥伴獎」金獎。

此外，全聯長期推廣十大生態友善商品，2025 年度分別以「官田菱雉菱、諸羅樹蛙綠竹筍」、「漁電共生」鯛魚獲頒「永續農業生產獎」金獎與「永續農業資源循環獎」銀獎，期盼能持續透過生態友善商品，帶動農業永續發展與地方經濟成長，並強化通路商品的差異化特色與市場價值。

TAKE IT
FROM THE SOCIETY
AND USE IT
IN THE SOCIETY

2025 年全聯榮耀與肯定





2025 TCSA 永續觀光教育推廣獎

全聯善美的文化藝術基金會 —— 傳藝工藝遊戲島 —— 金獎

全聯善美的文化藝術基金會於宜蘭傳藝園區長期推動傳統藝術文化，讓傳統藝術融入生活，以表演藝術、傳統工藝與遊客、民眾進行互動體驗，打造觀光新篇章。全聯身為本土企業，善盡傳承、創新、永續的企業社會責任，2016 年起經營國立傳統藝術中心宜蘭傳藝園區，讓傳統藝術文化發展出新生命，並與縣市政府教育處、各級學校合作發展「一校一傳藝」行動，將傳統文化擴展至社會大眾，將宜蘭傳藝園區變身為人人都可走入的「全台最大工藝手作基地」，與各店家串連，規劃超過千場的活動，讓民眾可深入體驗傳統文化。

2025 智慧城市卓越貢獻獎 —— 全支付 —— 智慧創新服務獎

全聯集團旗下的電子支付品牌「全支付」自推出以來，憑藉全聯通路優勢與既有的廣大會員基礎，在台灣電子支付市場展現出極高的滲透率與影響力，支付場景涵蓋食衣住行育樂，除了民生消費，更拓展至 foodpanda、KKday、京站、昇恆昌等知名品牌合作，並深入知名夜市、市場、百貨公司等多元場域，有效減少現金交易，提升商業運作效率。在跨境發展方面，全支付更是台灣首家同時與日本 PayPay 及韓國 ZeroPay 合作的電子支付業者，克服不同國家在支付系統、法規、貨幣轉換挑戰，大幅提升國人海外旅遊的便利性，展現台灣金融科技與國際接軌的實力。

2025 TCSA 生物多樣性獎

吃出永續行動力：友善生態商品綠色革命 —— 銀級



全聯福利中心身為本土超市，長期關注台灣農業，自 2016 年以來善用零售通路的優勢，從核心本業出發，持續協助台灣農業與改善農民經濟生活，並推廣環境友善。為了回饋台灣土地，積極與供應商合作，陸續推出 10 種與生物友善的生態系列商品，包含「老鷹紅豆」、「黑面文蛤」、「好欣豬」、「台灣鯛」、「官田菱雉菱」、「放山桂丁雞」、「小農鮮乳系列」、「貓頭鷹鳳梨」、「黑翅鳶生態米飯」、「諸羅樹蛙綠竹筍」等友善生態商品，守護了 10 種生物的棲地與生存空間，也希望讓全民一同從日常飲食、生活愛地球，透過通路持續發揮影響力。



2025 台灣永續行動獎

台灣永續行動獎 —— 全聯惜食三部曲 —— 金獎
台灣永續行動獎 —— 高齡友善職場行動 —— 銀獎
台灣永續行動獎 —— 打造 AI 養殖科技農畜 —— 銀獎
台灣永續行動獎 —— 打造永續小農經濟學 —— 銀獎
台灣永續行動獎 —— 走進偏鄉點燃兒少夢想 —— 銅獎

全聯透過零售通路力量，不斷守護台灣珍貴的生物多樣性，除了串連生產者與消費者，讓永續從產地延伸到餐桌外，更持續透過行動落實讓全民認識生態，讓生態觀念得以永續傳承與發展。2025 年以不同面項主題榮獲「台灣永續行動獎」五項獎項，包含「全聯惜食三部曲— SDG02 消除飢餓」、「高齡友善職場行動— SDG03 健康與福祉」、「走進偏鄉點燃兒少夢想— SDG10 減少不平等」及「打造 AI 養殖科技農畜、打造永續小農經濟學— SDG12 責任消費與生產」，展現全聯在永續議題上的耕耘，持續擴展社會影響力。

利害關係人溝通

全聯以成為「全民的超市」為理念與利害關係人溝通及對話。依公司之永續性脈絡、產業特性及實務經驗給予之建議，並參考 AA1000 SES 利害關係人議合標準，與標竿企業分析比對，鑑別出 7 類利害關係人，持續維持公開、多元的溝通管道，積極了解與回應利害關係人的訴求、期待，作為全聯持續進步的動力。

利害關係人	關注主題	溝通管道及頻率
員工	經營績效 多元與和諧職場 職業安全衛生 員工職能發展	· 設置員工投訴、性騷擾及職場暴力等申訴專線電話、Email 信箱或電話 · 定期召開勞資會議（一季一次） · 定期舉辦多項在職訓練 · 鼓勵員工參與多元外部課程 · 定期開放員工扶助申請
政府機關	公司治理與誠信經營	· 定期追蹤法規更新與相關趨勢 · 不定期配合主管機關政策制度推廣 · 不定期電話或 E-mail 往來溝通 · 不定期公文往來溝通
顧客	顧客健康與安全 責任產品管理與銷售 店型、產品及服務創新 客戶關係管理 資訊安全與隱私保護	· 顧客申訴管道 · 客服專線、信箱 · 門市提供即時急難救助專案申請 · 不定期提供社會資源 · 基金會社工定期電訪弱勢顧客
供應商	永續供應商管理	· 定期舉辦商品展及供應商互動活動 · 定期稽核供應商
社區鄰里	社區參與及社會公益	· 推廣在地傳統文化與傳承 · 定期提供行動超市車幫助偏鄉地區 · 不定期舉辦社區資源網絡會議 · 與部分社區團體合作惜食計畫
媒體 / 社會大眾	責任產品管理與銷售	· 經營社群媒體與影音頻道 · 設置公關相關部門發布新聞稿並協助媒體採訪需求
公益合作夥伴與 NGOs	永續農業 永續產品包裝 廢棄物與廢水處理 氣候變遷因應	· 推廣在地農作、小農直採、友善環境之商品 · 辦理企業志工活動 · 關懷弱勢團體並協助 4 個基金會（全聯慶祥慈善事業基金會、全聯佩樺圓夢社會福利基金會、全聯善美的文化藝術基金會、大安森林公園之友基金會）辦理相關活動 · 定期舉辦社會公益活動

重大主題鑑別

為了辨識永續風險並進行管理，全聯依循 GRI 通用準則 2021 年版之重大主題鑑別流程，分析全球趨勢與蒐集利害關係人關注之永續議題，經內外部衝擊分析，評估永續議題在經濟、環境、人權方面衝擊及對公司營運發展衝擊的顯著程度，篩選出重大主題，並每年進行重大主題檢視，作為永續發展策略規劃的依據；同時透明揭露永續議題正負面衝擊資訊，以利各利害關係人了解其關注的永續議題。

重大主題鑑別程序

Step 1 建立重大主題清單

· 比對國際永續趨勢與準則、國內外同業關注議題，並考量全聯永續策略藍圖及未來專注發展的永續面向，調整既有的重大主題清單，收斂出 15 項與全聯相關之主題。

Step 2 排序重大主題

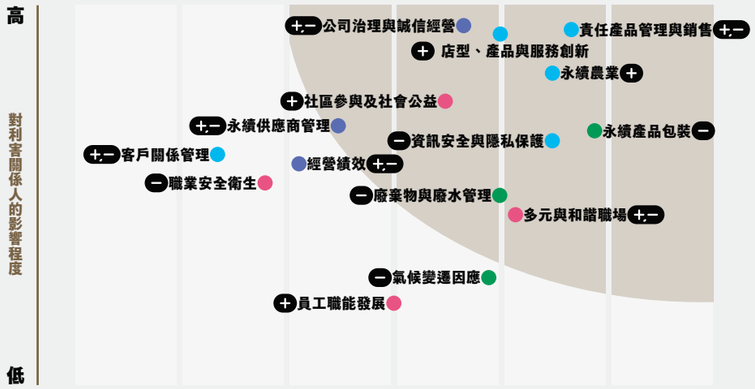
· 聚焦定義各項主題在價值鏈的正、負向衝擊，評估各項議題對整體社會、環境、經濟的衝擊程度（X 軸），並分析各議題對利害關係人的影響程度（Y 軸），排序各項重大主題。

Step 3 確認重大主題矩陣

· 由全聯企業永續權責單位檢視與探討重大主題排序之合理性，確認全聯重大主題矩陣，共計 10 項重要主題，5 項次要主題。

重大主題鑑別結果

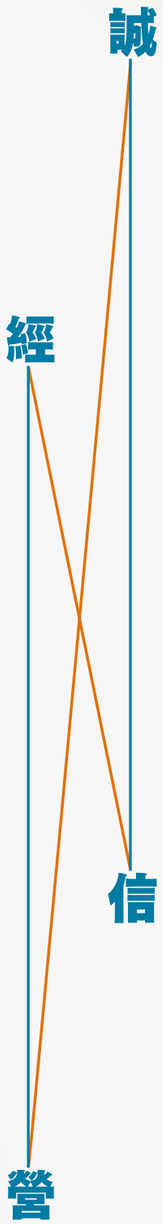
全聯2025年重大主題矩陣沿用2022年之主題，共鑑別出10項重要主題，5項次要主題，作為全聯推動永續的重點及2025年績效報告書揭露內容的依據。



治理 ● 產品與服務 ● 環境 ● 員工與社會 ●

正面主題 ⊕ 負面主題 ⊖ 正負面兼具主題 ±

永續主題	議題面向 經濟	環境	人群	衝擊價向與說明	對應章節
責任產品管理與銷售			✓	▶正面 落實產品溯源管理與透明行銷販售，守護顧客健康與安全，並提供消費者可安心選購的責任產品。 ▶負面 產品品質與安全管理失當，導致食安、健康相關事件；及產品行銷標示不當，侵害消費者權益。	2.1.1 產品安全與品質
公司治理與誠信經營	✓		✓	▶正面 完善公司治理架構，增進公司營運績效與韌性發展，並獲利害關係人信任。 ▶負面 因公司治理績效不佳及重大疏失，或發生不誠信、貪腐、詐欺或舞弊事件，影響公司營運、侵害客戶及其他利害關係人權益。	1.2.1 公司治理與誠信經營
店型、產品及服務創新	✓	✓	✓	▶正面 推動店型、產品與服務的數位化，提供消費者和社區鄰里便利貼心的購物體驗；與值得信賴的品牌合作，推出創新產品，提供消費者更多元安心的選擇。	3.1.1 店型與服務創新
永續農業		✓	✓	▶正面 推廣與生態平衡的在地永續農業，促進環境保護與生物多樣性的同時，為在地農漁民創造正向的財務報酬，並保障消費者的健康安全。	2.2.1 推廣有機農業 2.2.2 支持在地農作
社區參與及社會公益			✓	▶正面 運用全聯企業與四大基金會影響力，推動公益/慈善活動，並與公益社福團體合作，幫助經濟弱勢或其他特殊族群。	5.2.1 社區參與 5.2.2 社會公益
永續產品包裝		✓		▶負面 因選用難以循環利用或回收處理的包材、容器，導致資源浪費與環境衝擊。	4.1.1 推動循環減塑
資訊安全與隱私保護			✓	▶負面 因資安漏洞或遭受駭客網路攻擊，導致客戶個資或企業機敏資訊外洩，侵害相關利害關係人權益。	3.1.3 資訊安全與隱私保護
廢棄物與廢水管理		✓		▶負面 因不當處理（如不當掩埋）營運所產生與丟棄的廢棄物、所排放的廢水，導致環境污染問題。	4.1.2 促進惜食減廢
多元與和諧職場			✓	▶正面 提供女性及弱勢員工好的工作及機會。 ▶負面 因性別及其他形式的歧視，侵害員工工作權益；及因加班、強迫勞動等勞工權益問題，及不暢通的勞資協商溝通管道，導致員工工作權益受損。	5.1.1 多元和諧職場
永續供應商管理		✓	✓	▶正面 選擇良好績優的供應商合作夥伴，並提升供應商ESG意識和管理作為，保障顧客權益。 ▶負面 供應商ESG管理不當，導致供應商發生環境污染、侵犯勞工/人權等問題。	1.2.3 永續供應鏈管理
客戶關係管理			✓	▶正面 透過提升商品、服務的品質與效率，優化客戶體驗，使其能接觸與使用到更優質的零售服務。 ▶負面 因未有效落實公平待客，或商品與服務品質不佳，導致客戶權益受損或申訴事件。	3.1.2 顧客關係管理
經營績效	✓		✓	▶正面 持續維持良好的營運策略、績效及獲利，並為員工及其他利害關係人創造正向的財務報酬，促進產業鏈整體經濟韌性。 ▶負面 若營業狀況不佳，將導致利害關係人權益受損，連帶影響產業韌性。	1.2.2 財務績效與通路規模
職業安全衛生			✓	▶負面 若職業安全衛生管理失當，將導致工殤或職災，影響員工及其他利害關係人的工作權益。	5.1.3 職業安全衛生
氣候變遷因應		✓		▶負面 若未能有效因應氣候變遷，持續增加能源耗用與溫室氣體排放，將加劇氣候變遷及空氣污染問題。	4.1.3 轉型低碳綠能
員工職能發展			✓	▶正面 提供完善的培訓規畫，提供員工良好的工作與發展機會。	5.1.2 員工職能發展



1.1 全聯願景與永續策略

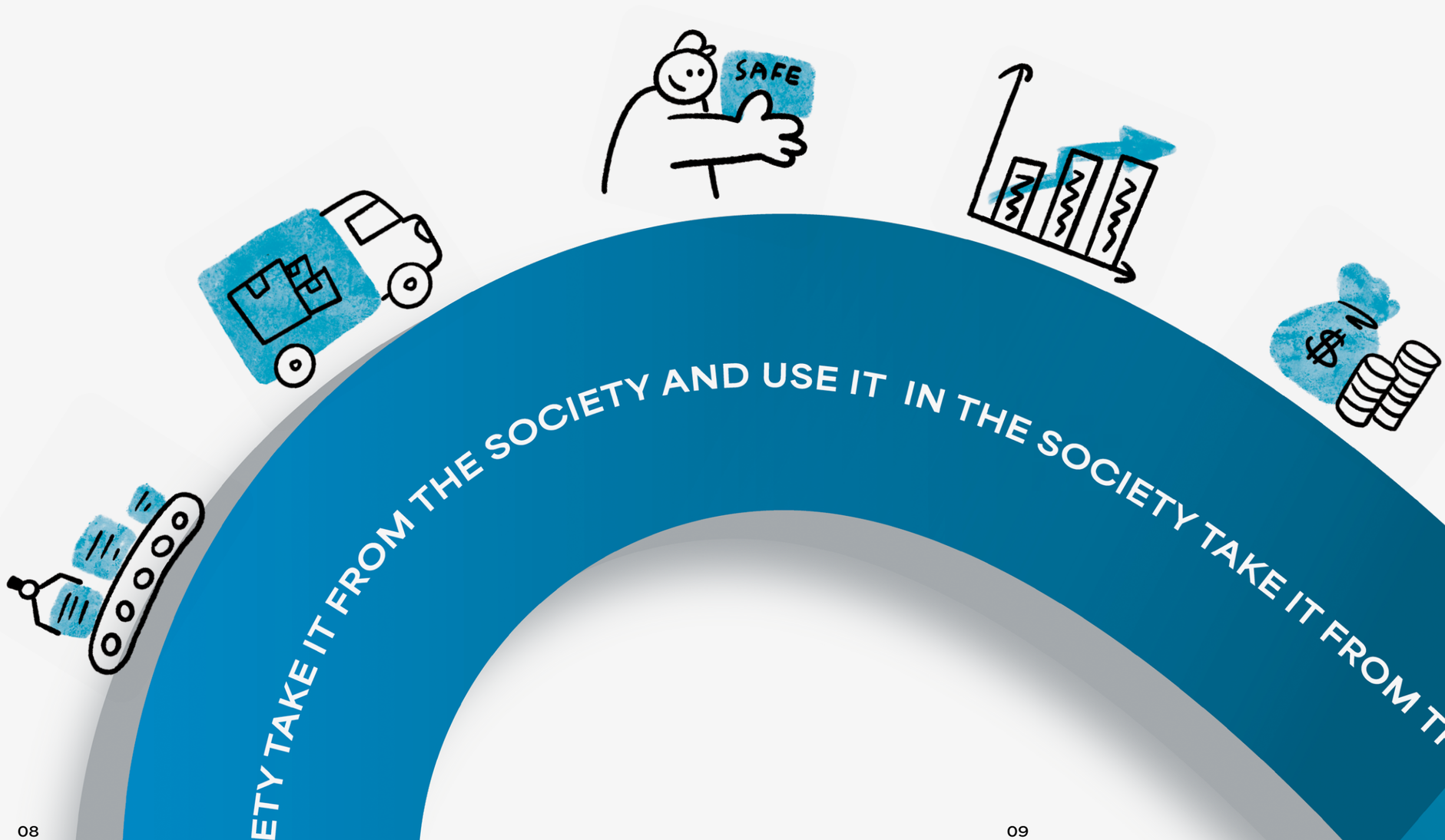
1.1 全聯願景與永續策略

1.2 誠心企業治理
1.2.1 公司治理與誠信經營
1.2.2 財務績效與通路規模
1.2.3 永續供應鏈管理

全聯經營願景

全聯以成為「全民的超市」為願景，致力於提供民眾平價、優質的產品與服務。自1998 年 10 月成立以來，全聯穩健發展零售核心本業，並積極推動數位創新，為消費者帶來全新的消費體驗，持續創造亮麗的經營成績單。隨著大眾消費需求的改變，全聯陸續推出支付工具「PX Pay」、「全支付」、電商平台「全電商」，以及外送服務「小時達」。同時整合了全聯、大全聯及上百家品牌供應商，提供箱購日用品、家電、美妝、保健、寵物等超過 15 萬件多元商品，期待帶給消費者「方便又省錢」的商品與購物體驗，全面整合線上線下服務。

2025 年是全聯成立 27 周年，一路走來，全聯堅持讓利、平價的經營策略，讓消費者能以最划算的價格買進美好生活並擁有豐富的購物體驗。同時秉持「取之於社會、用之於社會」的精神，制定永續發展策略藍圖，結合核心本業打造公司治理、環境永續與社會共榮的多元永續價值，將永續 DNA 深植於全聯企業文化中，攜手同仁、供應商、消費者一同實踐美好生活。



永續發展策略藍圖

全聯以誠信經營為基礎，「從心出發，實現美好生活」為核心理念，開展與核心本業連結之四大永續方向，持續推動全聯永續發展藍圖，以「資源循環運用」、「永續商品建構」、「數位消費體驗」、「友善共好社會」四大永續目標，積極落實於日常營運中，並於商品面、環境面著重發展循環減塑、永續農業、惜食減廢、減碳綠能四大重點構面，積極回應全聯關注的 10 項聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals，SDGs），將 SDGs 的精神與理念融入日常營運和績效，致力於成為消費者最信賴的全民超市，持續發揮永續影響力，邁向實現美好生活之願景。



資源循環運用

關注環境與氣候變遷並積極管理能源使用，透過模組化硬體設備，打造低碳據點，並透過源頭減量，包材減塑降低能資源浪費。

子議題

ESG 示範店、店型模組化、包裝減塑、循環經濟。

數位消費體驗

發展數位消費與服務模式，簡易且即時滿足跨地區顧客的多元需求，並拓展全聯服務觸角至全台各個偏鄉角落。

子議題

數位訂貨 / 物流、數位消費體驗、銀髮族數位應用、數位行銷永續消費概念推廣。

永續商品建構

堅守產品品質，發展永續農業，將 AI 等技術導入農漁業生產；同時向供應商及消費者提倡對環境、生物、人更健康的農業生態。

子議題

有機高品質生鮮商品、永續農業、生態商品、動物福利、產銷履歷

友善共好社會

打造多元與包容的職場，給予不同族群同樣工作機會與職業衛生安全照護，同時持續投入社會關懷，扶助弱勢。

子議題

行動超市車、四個基金會（全聯慶祥慈善事業基金會、全聯佩樺圓夢社會福利基金會、全聯善美的文化藝術基金會、大安森林公園之友基金會）、員工健康、惜食再利用、無障礙友善空間。

對應 SDGs 行動



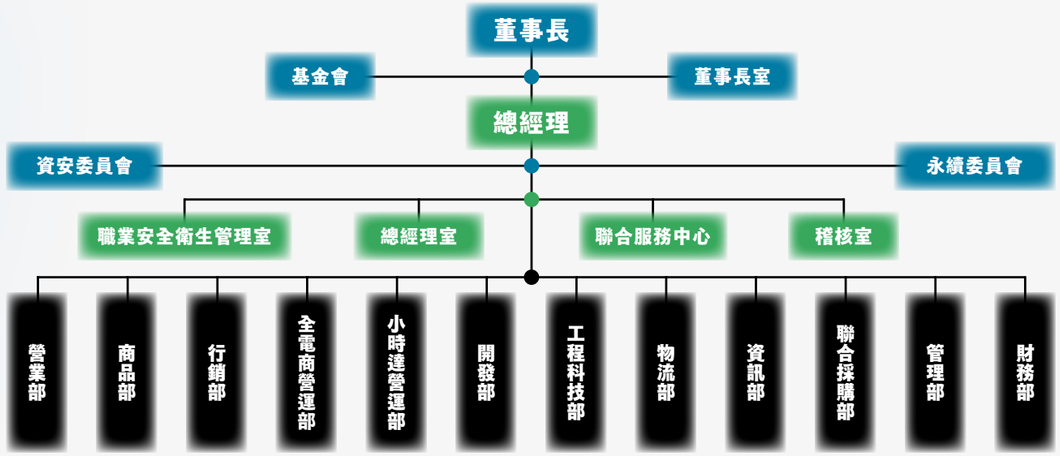
1.2 誠心企業治理

1.2.1 公司治理與誠信經營

公司治理架構

公司治理是奠定企業永續發展之重要基石，全聯致力形塑完善公司治理文化，以嚴謹標準實踐公司治理規範。全聯董事長為集團最高公司治理主管，負責監督與管理全聯的公司治理，領導全集團自管理階層至基層夥伴皆以正直、誠實的態度執行業務，實踐誠信經營的企業文化。總經理轄下設有職業安全衛生管理室、總經理室、聯合服務中心、稽核室等專責單位，並設立總經理室作為幕僚單位，帶領全聯 12 個部門，組織架構及權責劃分明確，成為穩健成長與永續經營的基礎。

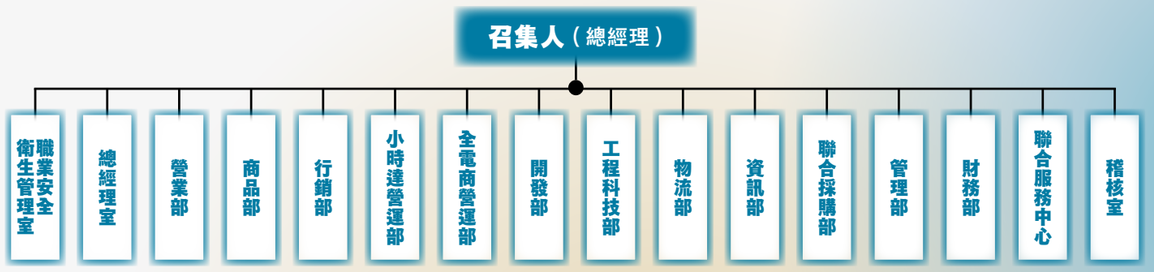
2025 年全聯總部組織架構圖



永續治理架構

全聯深信永續治理是企業營運的核心。為實踐永續治理，全聯積極建立完善的永續管理機制，制定明確清晰的藍圖，並與利害關係人持續溝通。於 2022 年 10 月成立永續小組，由各部門代表參與，監督全聯永續發展藍圖的推動成效，並於 2022 年確立「全聯善美的永續發展策略」，著重發展循環減塑、永續農業、減碳綠能、惜食減廢四大重點構面，落實永續發展。為確保永續議題的管理，2024 年永續小組升級為永續委員會，由行銷部公關媒體處統籌各部門的永續議題管理成效，每年召開四次會議，定期向永續委員會匯報；並於高階主管會議中呈報董事長、常務董事、總經理。此外，亦透過每年出版永續報告書，向利害關係人揭露與溝通永續績效，展現全聯實踐永續發展的決心。

全聯永續委員會組織結構



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

全聯重大潛在風險與管理措施

單位	風險類型	管理措施
商品部	商品安全風險	1. 嚴格把關供應商廠區的衛生環境及相關 ISO 文件資料，並不定期進行訪廠稽核與抽驗。 2. 若有異常之商品，要求供應商將商品送交檢驗並複驗，並由行銷部發佈聲明稿及放置正確訊息。 3. 確認異常之商品下架，並通報各地衛生局，啟動顧客退換貨機制。
營業部	天然災害 / 人為事故風險	1. 設置標準化應對流程，第一時間保證人員及顧客安全，維持所有出入口及救護路線暢通，通知 119 或 110 並回報主管營業所資產與商品損失確認。 2. 遭遇不可抗拒的天然災害，例如：颱風、地震、土石流、淹水等，第一時間皆依據標準化流程處理，將現場狀況回報總部。
管理部	總部大樓天然災害 / 人為事故風險	1. 訂定 SOP 標準作業程序，以人員安全為第一考量，並評估現場情況，協助疏散人群，並關閉天然氣和電源的總開關等相關工作，減少損害。 2. 遭遇天然災害 / 人為重大事故影響總部大樓營運時，依 SOP 標準作業程序執行，並於事後召開危機處理檢討會議，調整相關策略。
資訊部	資訊安全風險	1. 持續通過 ISO 27001:2022 國際標準認證，並依資訊安全委員會訂定之「資訊安全稽核作業程序書」，每年定期辦識資訊安全風險，落實資訊安全規範，並確保業務活動皆符合資安相關法令或法規要求。 2. 辨識事件歸屬及採取對策，並決定處理方法與程序。 3. 依據《個資暨資安委員會組織章程》及《個人資料檔案安全維護計畫》，進行事件傷害控制，降低影響程度及範圍。 4. 後續追蹤係檢討相關資訊安全事件是否會重複發生，並審視現有資安漏洞，進行補強改善。
物流部	勞動安全風險	1. 全面依照 ISO 45001 國際標準導入並落實職業安全衛生管理系統，定期召開會議、舉辦安全衛生教育訓練，並針對各工作環境進行職場風險評估。 2. 設置標準化流程，現場處理者應第一時間通知物流中心幹部、119 至現場，幹部應確保救護車動線順暢，避免延誤就醫，並完整保存現場監視器畫面及現場目擊者資料。 3. 事發後致電關心或派員前往探視，關懷同仁身心狀態，並予以撫卹。 4. 實施職業災害分析調查，並研議相關改善措施，以降低勞動安全風險。
行銷部	廣告標示不實風險	1. 落實文宣預審，確認全聯海報提供完整資訊與註記，降低消費者疑慮。 2. 儘速與相關單位確認情況，並擬定媒體應對措施，妥善處理危機事件。 3. 為避免出現重大版權疏忽，行銷部須主動與法務確認相關權責，並委請法務部開辦廣告不實、比較廣告及商標法等法令宣導課程。 4. 委請法務部彙整公平會廣告不實、消費者爭議等案例，提供行銷部實施改善做法。
聯合採購部	採購貪腐風險	1. 落實內控制度並遵循標準採購程序，降低貪腐風險。
財務部	財務與信用風險	1. 落實內控制度及標準財務作業程序，當有異常事件發生，應即時釐清、通報主管並進行後續追蹤檢討，降低重複發生可能性。 2. 由全聯財務部門考量現行政策、法規與市場機制，定期查核並分析相關風險並擬定因應策略，以降低財務與信用風險。
線上事業部	數位科技風險	1. 資訊系統異常、資料遭駭客入侵、盜用等，造成公司營運產生損毀，即刻通報主管，阻擋惡意軟體破壞並即刻修復漏洞，妥善處理危機。 2. 安裝系統即時偵測，並因應數位化轉型計畫所涵蓋的流程，辨認高風險區塊做好事前預防，降低數位危機。
開發部	不動產使用風險	1. 評估設店前相關資料，遵循主管機關土地使用分區、建物使用用途等相關規定，杜絕公司違法風險。 2. 簽訂契約前蒐整出租人資料，遵循民法、稅法等相關規定，確保公司使用權益。
工程科技部	天然災害 / 人為事故風險 法令風險	1. 於改裝、保養等案件訂定進入場所需遵守管理規範，避免各合約廠商或必要之廠商進入店內任何場域執行業務時，可能會造成顧客、員工、施工人員安危疑慮。 2. 遭遇天災 / 人為重大事故時，落實標準作業程序，降低影響及範圍，展開執行內容策略及處理機制檢討。 3. 管控政府機關來文，檢討相關法令規範，執行相關作業標準，降低營運風險。

企業風險管理

全聯建置健全之企業風險管理機制，定期進行潛在風險之辨識與評估；並由稽核室落實內部稽核制度，定期查核與評估各單位內部控制之執行狀況。此外，全聯建置違反從業道德行為舉報平台，以利合作廠商藉由公正之第三方針對違反全聯相關政策之不正當行為進行舉報，防堵各類因不正當行為導致的潛在風險。針對階段性策略目標擬定查核計畫，亦由稽核室執行查核任務，降低及改善各項作業控制點潛在之風險；如發現缺失或異常事項，立即提出建議、協助溝通改善，定期追蹤改善情形。

除了掌握重大風險外，全聯針對危機事件發生設置機動性處理小組，確保遵循危機處理標準程序妥善溝通、處理，將重大風險事件對公司與利害關係人的負面衝擊與影響降至最低。危機處理依狀況分設「危機處理小組」、「財務危機處理小組」，負責統籌各類危機事件處理，於發生狀況時，直接向總經理報告，並召開相關會議。相關小組成員應包含權責單位最高主管與同仁、相關業務單位同仁以及稽核室、聯合服務中心及公關同仁，以利擬定全面化的回應對策。

誠信經營

秉持「誠信為公司治理之本」的信念，全聯致力於建立誠信經營的企業文化，藉由建立完善的法規遵循機制，將法遵、商業道德、智慧財產權保護等觀念落實於日常業務中。

全聯設有稽核室，負責監督並落實法遵管理機制，透過定期檢視新修法令與各單位法遵情形，確保公司各面向皆符合法律規定，並定期舉辦法律講座、教育訓練及發放內部刊物宣導，提升企業內部全體同仁的對法律的認識。全聯更針對近年數位轉型策略，導入 TIPS 企業智慧財產管理制度，確保公司智慧財產管理流程之嚴謹與合規性。

全聯 2025 年法規遵循管理機制與成果

1 每月提供主題式企業法遵因應措施報告，例以「勞動法令相關案例」為題目分享，確保同仁遵守對經營目標產生影響的風險與事件，瞭解成為法律、行業、主管機關等廣義法令，避免企業內部觸法造成損失

2 每月彙整新修法令報告，供相關單位遵守，避免各單位違規缺失



3 召開年度法規鑑別會議，並依業務單位實際需求訂定會議主題，預先確認主題方向、內容深度及與會人員職等，以解決業務單位現行工作困境，並提供相關法律建議以供參考

4 鼓勵同仁依本職學能進修專業項目，並依各自專業領域輔佐總部、門市人員





5 強化智慧財產防禦，每週定期於各大網路平台、自有平台進行商標維權巡查

6 針對行政指導、法學常識、著作權法等主題舉辦教育訓練。勞動法宣導講座共 117 人參與

7 不定期自行或與政府機關合作舉辦法律講座，增進同仁對法律知識的瞭解，同時提升企業內部全體同仁對法規遵循之認知

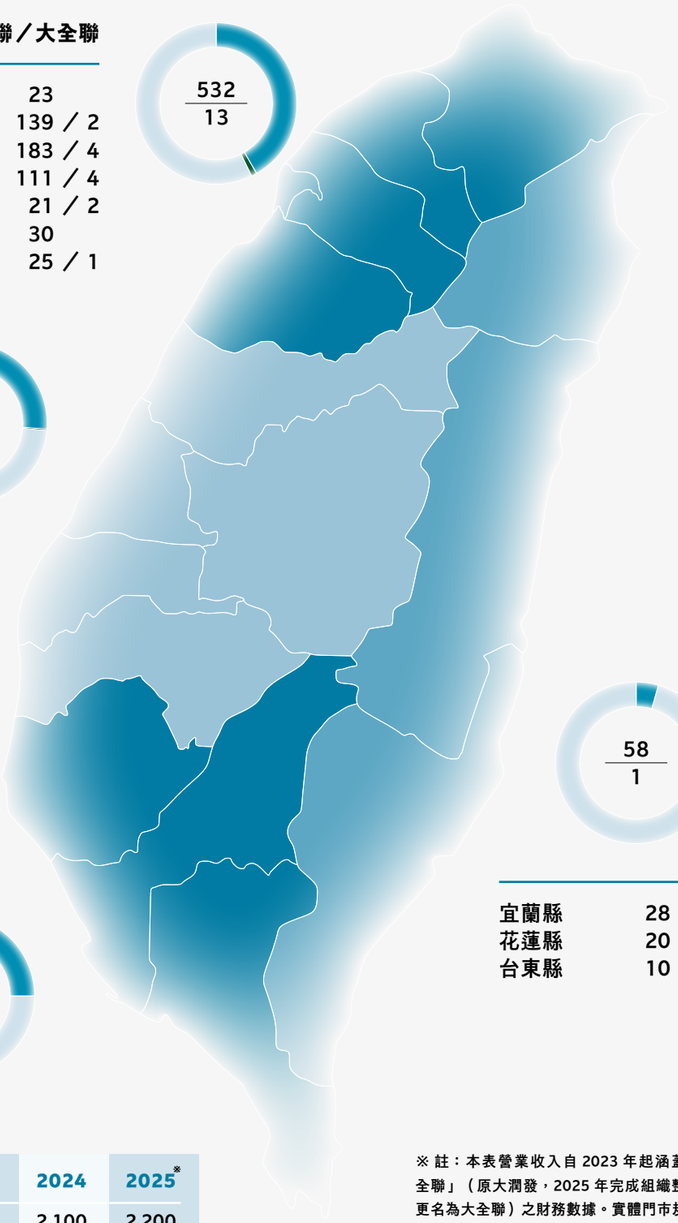
8 週期性寄送法規電子報、全聯內部周刊之生活法令專欄及全聯報報「法律停看聽」專欄，共計發布 6 篇專題文章



1.2.2 財務績效與通路規模

全聯合併大潤發流通事業股份有限公司（「大潤發」於 2025 年 8 月 1 日起更名為「大全聯」），2025 年集團合併營業收入（含全聯及大全聯）達新台幣 2,200 億元，共同發揮集團綜效力量，提供消費者更便利且多元的購物管道，門市範圍遍布北、中、南本島及離島地區。截至 2025 年底，集團超過 1,250 間全聯門市、21 間大全聯門市。全聯及大全聯合計共有 31,902 名員工，以及逾 1,500 萬位會員，為台灣規模最大且店數最多的連鎖超市。藉由在地超過 1,200 間門市連結，提供便利、優質和多樣化的服務。

全台門市據點與分布圖



全聯／大全聯	
基隆市	23
台北市	139 ／ 2
新北市	183 ／ 4
桃園市	111 ／ 4
新竹市	21 ／ 2
新竹縣	30
苗栗縣	25 ／ 1
台中市	174 ／ 1
彰化縣	59 ／ 1
雲林縣	37 ／ 1
嘉義市	19 ／ 1
嘉義縣	19
南投縣	25
金門縣	3
澎湖縣	7
台南市	116 ／ 2
高雄市	161 ／ 1
屏東縣	41
宜蘭縣	28
花蓮縣	20
台東縣	10 ／ 1

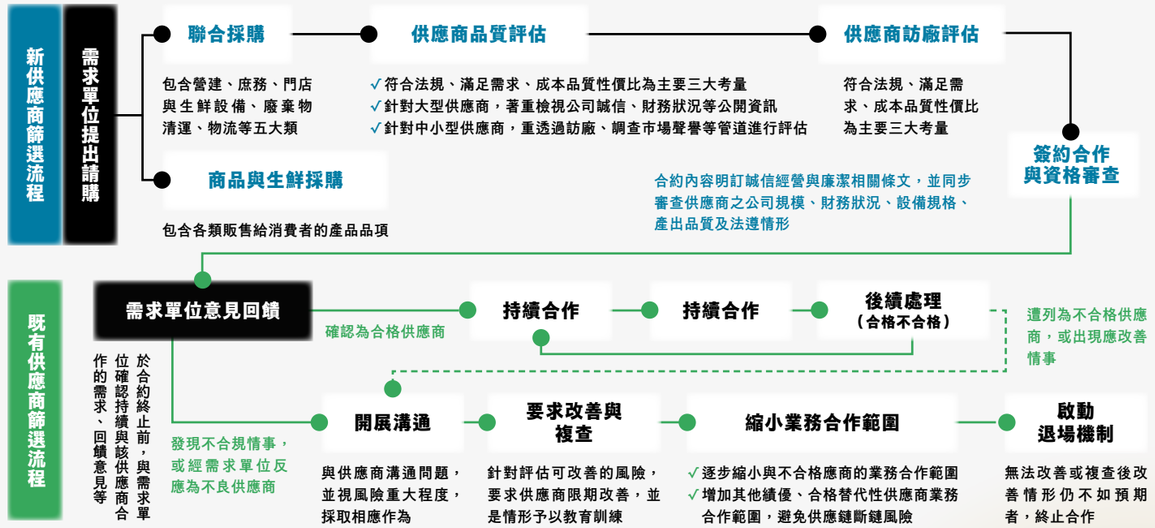
年度	2022	2023	2024	2025※
全聯營業收入（單位：新台幣億元）	1,650	2,000	2,100	2,200
全聯總店數（單位：店）	1,115	1,161	1,211	1,250

※ 註：本表營業收入自 2023 年起涵蓋「大全聯」（原大潤發，2025 年完成組織整併後更名為大全聯）之財務數據。實體門市規模，全聯門市為 1,251 間，大全聯量販店為 21 間。

1.2.3 永續供應鏈管理

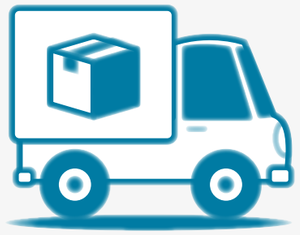
全聯致力於提供消費者高品質且安心的產品，針對橫跨全台各地的供應商進行嚴格把關，包含門店設備、廢棄物清運，以及物流、生鮮廠區設備等供應商，確保從原物料供應、產品製造、生鮮廠區到物流配送皆符合規定，並設置全台灣最大物流園區，時時為各地消費者提供最新鮮的商品。全聯訂定供應商與物流管理機制、鑑別重要供應商、落實供應商管理辦法之外，確保供應商落實誠信經營與勞動人權保障，若供應商違反相關規定，全聯可能逐步縮小合作範圍，並啟動退場機制。此外，全聯定期執行供應商評鑑與產品檢測，確保廠商提供的產品安全無虞，發揮全聯的超市通路影響力，協助供應商永續轉型，落實對供應鏈的系統化管理，力求提供安全無虞且具合規標示之商品，為消費者的健康把關。

供應商管理機制



項目	說明
供應商管理規章	· 將廉潔承諾相關條文納入供應商簽署之合約中，規範供應商夥伴落實誠信經營（包含不得涉及賄賂、給予回扣等不正當利益，且提供之交易資料絕無偽造、變造等情形）。 · 全聯訂有工地勞工進廠相關服儀規範，並與承攬商訂定衛生安全管理辦法，確保供應商符合勞工安全衛生相關法規之規範。
新供應商篩選方法	· 執行新供應商評鑑稽核，藉由品質評估與訪廠，評鑑供應商之價格、品質、交期、服務、風險等指標，確認是否適用。
既有供應商評鑑與產品檢測制度	· 執行既有供應商評鑑稽核，採用請購單位滿意度調查，並評鑑供應商之價格、品質、交期、服務、風險等指標，評估是否續用。 · 嚴格檢查合作供應商廠區的衛生環境及相關 ISO 文件資料。 · 供應商須針對各產品提供受政府認證的相關合格檢驗報告（如 SGS）；針對進口產品，要求供應商提供進口報關單及檢驗報告；針對國產商品，則要求供應商須具備合法的工廠登記證。此外，本公司亦實施「自主抽樣送驗」，嚴謹實質審查落實商品安全，確保消費者權益。 · 不定期進行訪廠稽核與抽驗，透過委任檢驗公司與全聯食品安全組查廠評鑑，確保產品安全無虞，並針對有問題的產品進行宣導複查，複查不合格者，一律下架既有產品，並另處罰款。
違約懲處	· 提供之商品，若涉及專利權、商標權、著作權等智慧財產權或其他權，須給付懲罰性違約金並承擔相關罰責責任。 · 提供之商品，其成分、標示、包裝及生產流程，均須實質符合國家各項法規、環境標準及商品檢驗法令。 · 為維持商品品質穩定性與供應鏈透明度，非經本公司同意，供應商不得將契約權利義務轉讓、轉包或由第三人代為履行，違者須給付違約金。 · 針對假冒偽劣、成分品質異常商品，或任何可能危害人體健康之重大商品安全之事件，建立即時下架與處置機制，並追究供應商之法律責任與損害賠償，傾力守護消費者的健康與安全。

DISTRIBUTION CENTER



設置物流園區

因應消費者的購買，全聯啟動北中南常溫自動倉儲設備、低溫物流中心規劃，導入高度自動化的智慧化倉儲理貨，滿足不同溫度的商品物流需求。

全聯物流中心

瑞芳物流中心

冷鏈低溫

全聯於 2022 年啟用瑞芳冷鏈低溫物流中心，滿足台灣北部地區至少 300 店的低溫商品的出貨需求，從訂單、理貨、配送、退貨等，全程溫度管控，確保品質。

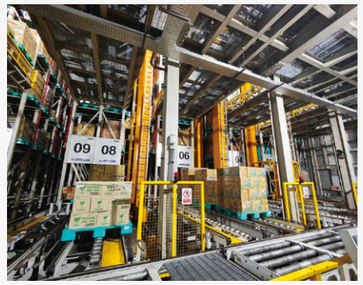
桃園觀音、台中梧棲、高雄岡山物流中心

常溫

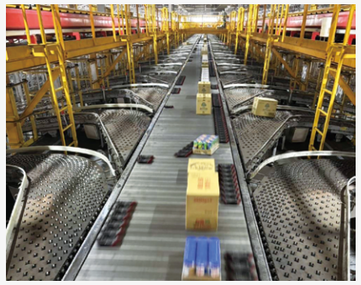
2011 年，全聯店數達到 600 間後成立物流部門，並斥資 250 億元，陸續打造觀音、梧棲、岡山 3 大物流園區，分別負責供應北部、中部與南部的門市。擁有全台灣最先進自動分揀 (Sorter) 設備，引進日本最新的高速自動分揀機，在零售業物流系統中，為全亞洲規模最大的自動分揀設備。

自動分揀機每小時可處理 1 萬箱以上商品，經過集貨、分揀後，再透過運輸車隊配送到營業所，從進貨到出貨最快可以在 24 小時內完成。

2020 年啟用的岡山物流廠自動倉儲，是耗資近 10 億打造的全台零售業最大的自動倉儲，每坪所創造的儲位數是傳統倉儲的 5 倍，透過 AI 人工智慧協助，不僅可以支援傳統倉儲補貨、出貨，還能進行自動疊貨、自動包膜等動作，有效提升倉儲運作效率。



自動化的物流中心



運用自動分揀機輸送帶分撿貨物



運用滑道分撥貨物

LOGISTICS CENTER



物流管理機制

措施	內容
採用 ITF 外箱條碼	台灣零售通路首家採用 ITF (Interleaved 2 of 5 Code) 箱條碼結合自動分揀機進行進、出貨作業的物流倉。商品外箱需印有外箱條碼。
制定外箱條碼標示規範	制定商品外箱條碼標示位置及印製規範，商品外箱條碼必需經檢測及驗證通過後才能進貨。
規範進貨商品的效期	規範供應商每次進貨商品的效期必須晚於或等於前次進貨商品的效期。若效期比前一次進貨商品的效期早，採拒收或退貨方式辦理。
設立溫控商品規範	針對溫控商品（如巧克力），規定供應商送貨車輛的車廂溫度不能超過 25 度，確保商品品質無虞。
物流加值服務	根據商品的效期以及銷量調整配送時數以及次數，運用訂貨頻率進行訂貨以避免缺貨情形，同時運用拆箱揀貨的方式降低庫存量。
物流中心自動化	運用自動倉儲系統（Automatic Storage & Retrieval System, ASRS）結合後端自動分揀機（Sorter）輸送作業，將作業流程融入動線設計及自動化運作程序內，提升物流中心的產能及運作效率。

物流中心四大環境管理措施

1 廠區安全 消防演練



- 緊急應變小組組織編訓（每半年）。
- 緊急事故通報流程及應變程序演練。
- 消防防護設備、防火避難設施檢查及位置標示。

2 作業安全 職安管理



推動物流中心職安室安全衛生相關業務。透過作業危害風險與機會評估以及持續改善，保障所有員工的安全與健康。

3 運輸安全 道安講習



- 建立安全駕駛環境。
- 建立事故通報程序及緊急處置原則。
- 實施業務前酒測，服儀及禮貌宣導。

4 節能減碳 微波感應器安裝



人員走進感應區內，並達到照明需求時，感應開關自動開啟，並啟動延時系統；人體未離開感應區，負載電器將持續工作提供照明。

永續商品









2.1 把關優質商品
2.1.1 產品安全與品質
2.1.2 產品行銷與標示

2.2 助力永續農業
2.2.1 推廣有機農業
2.2.2 支持在地農作

2.1 把關優質商品

全聯作為產品供應鏈終端零售業者，秉持提供消費者安全、安心、健康的商品。堅持站在食安最前線，嚴格把關原物料供應商，採取高規格的食品安全作業流程、嚴謹的產品溯源管理以及透明的產品行銷與標示，確保消費者購買的食品安全無虞，守護大眾的健康。此外，為了讓生活忙碌的消費者也能時刻保持健康，全聯致力提供營養均衡、方便料理又多元創新的商品，鼓勵民眾健康飲食。

2.1.1 產品安全與品質

隨著消費意識提升，食品安全議題日益受到關注，消費者對商品品質的要求也逐步提高。品質是全聯從事生鮮事業的最高原則，全聯就供應商管理之產品檢驗、現場點檢與稽核評鑑等執行相關管理，全聯目前擁有 4 座蔬果配送中心（五股、潭子、西螺、路竹）與 3 座魚肉處理中心（五股、大肚、岡山），採用日本最尖端超市生鮮技術，處理魚肉及蔬果商品。生鮮廠內部環境衛生與管理為內部驗證單位至廠內檢查，2025 年共檢查 4,947 次，合格率為 100%；除了廠內檢查，也進行外部單位定期稽核，符合多項食品驗證標準，守護消費者的健康與安全，亦透過訂定嚴謹的生鮮人員從業規範、辦理食安相關教育訓練、執行食品檢測計畫，與落實產品溯源管理，維持全聯善美的生鮮廠最高標準的食安品質與專業知識。為強化生產過程食物鏈與末端超市店鋪的食品安全，魚肉處理中心（五股、大肚、岡山）通過 ISO 22000 食品安全管理系統認證及 HACCP 雙認證。全聯期許做到「今天生產，今天到貨」，將生鮮商品第一時間送達門市，供消費者選購最新鮮、高品質的蔬果鮮肉。

食品驗證標準	說明	稽核結果
CAS 財團法人中央畜產會	· **稽核頻率**：財團法人中央畜產會每年 1~2 次到廠區稽核畜禽產品，並每季進行商品抽驗 · **稽核項目**：包含作業場所設施、品質規格、禽肉成份以及儲存溫度之檢驗	· 三處魚肉處理中心（五股、大肚、岡山）稽核完成率為 100%，合格率 100%
食品安全管制系統（HACCP）	· **稽核頻率**：衛生局每年不定期至廠區進行 HACCP 稽核，HACCP 內容涵蓋危害分析（Hazard Analysis，HA）與重要管制點（Critical Control Point，CCP）兩部份，強調預先分析食品製造過程中的風險，並予以控制 · **稽核項目**：涵蓋廠區環境、體檢報告、HACCP 上課時數證明、冷藏庫溫度檢測、商品抽樣檢測、作業區環境溫度檢測等	· 三處魚肉處理中心（五股、大肚、岡山）稽核完成率為 100%，合格率 100%
食品良好衛生規範準則（GHP）	· **稽核頻率**：遵循食安法之規範，衛生局每年到廠區進行一次 GHP 稽核 · **稽核項目**：包含規範食品業者從業人員、作場場所、設施衛生管理及其品保制度	· 三處魚肉處理中心（五股、大肚、岡山）稽核完成率為 100%，合格率 100%
食品安全系統（ISO 22000）	· **稽核頻率**：由通過國際認證之第三方獨立驗證機構每年定期至廠區進行一次 ISO 22000 追蹤或驗證稽核，每次實地審查為期 2–3 天 · **稽核項目**：涵蓋從源頭原料、食品加工、生產製造、倉儲運輸至門市零售之全流程審查，確保整條食品供應鏈皆符合國際食品安全管理標準	· 三處魚肉處理中心（五股、大肚、岡山）稽核完成率為 100%，合格率 100%

食安最前線 —— 全聯善美的生鮮廠

全聯善美的生鮮廠每天共計處理近 44.5 噸生鮮商品，是我們守護消費者食品安全的最前線。為守護消費者健康與安全，全聯訂定嚴謹的生鮮人員從業規範，從穿著、作業與環境皆嚴格控管，並針對內部員工進行食安教育訓練，2025 年共辦理 240 次食安教育訓練，共 6,828 人次參與。利用廠區內發生的案例（如「盒外肉」、「盒邊肉」等封裝瑕疵案例）進行深度檢討。所謂「盒外肉」與「盒邊肉」，指肉品在裝盒或封膜過程中，因位置偏移導致肉塊壓在封口溝槽或沾黏於盒身外部的情形，此類情況不僅會影響商品外觀，更會因封口未密合而破壞包裝氣密性，引發血水滲漏、細菌滋生及加速食品變質等食安風險。為避免此類情形發生，全聯每週於廠務會議向同仁進行佈達與案例解析，強化生鮮人員對封口瑕疵的警覺度與作業品質意識，確保全聯生鮮的最高品質。

穿著規範

- 凡與食品直接接觸的工作人員不得蓄留指甲、塗抹指甲油及配帶飾物等
- 工作時必須穿戴整潔之工作衣帽，以防頭髮、頭屑及夾雜物落入食品中
- 進入作業區必須戴口罩及拋棄式網帽

環境規範

- 手部應保持清潔，工作前應用食品用洗潔劑洗淨並消毒
- 工作中不得有不符衛生操作之現象
- 進入廁所前應脫下工作衣帽，離開廁所要充分洗手消毒並擦乾
- 工作中不得有吸煙、嚼檳榔、飲食等可能污染食品之行為

作業規範

- 休息或進入洗手間所脫下之工作圍裙、手套等，應置於適當場所
- 清潔區（含準清潔區）與污染區之作業人員不可互通

食品檢測計畫與成果

全聯自 2008 年開始經營生鮮品類，是帶動營運成長的重要引擎。因此全聯遵循食品衛生管理法規，以及中央主管機關公告實施的食品安全監測計畫，每季或每批食品實施監測計畫並強制檢驗，定期到廠檢視食材與食品作業程序與管理，監督供應商是否符合標準，並由採購人員、委任之供應商與田間管理師協力稽核監督。在供應鏈管理上，全聯依據食品良好衛生規範準則（GHP）與農藥殘留容許量標準（MRL），進行稽核與相關作業程序監督。此外，全聯亦不定期稽核供應商工廠，並委託 TAF/TFDA 檢驗機構進行食品安全評估與分析。2025 年全聯共計投入新台幣 3,482 萬元，每月進行生鮮商品的檢驗，送檢次數高達 9,975 次，合格率達 98.5%，為消費者全面把關食品安全。同時，全聯持續配合衛生局不定期檢查，凡有檢驗出商品農藥超標，若於廠內檢測發現即一律退貨並通知相關單位，若已進入消費端，則立即執行下架及退換貨作業，以維護消費者權益。2025 年四處蔬果配送中心（五股、潭子、西螺、路竹）共進行 203,816 次檢驗，合格率為 99.98%。

生鮮處理中心驗收

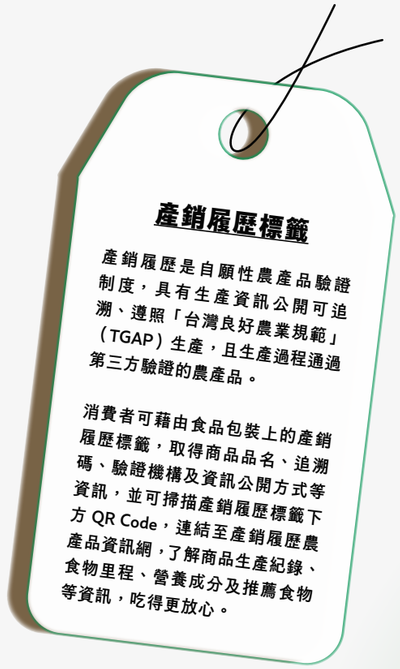
判定合格者對產品標示「進貨日期」，而判定不合格者，只要不良率超過 20%，則移交到不合格區隔離，進行退貨作業。

產品鑑別作業

為確保提供消費者安全保障的食品，全聯針對上游供應來源定期委託第三方認證單位，針對生產設備 / 產能 / 品管 / 環境衛生等面向進行稽核，並建立「供應商工廠稽核文件」及「供應商工廠評鑑準則」確保供應端安全性。
商品定期 / 不定期委託第三方認證單位進行藥檢，針對品質異常頻率過高、初檢不合格等廠商進行不定期訪廠或複查，嚴格控管供應商品質，並由生鮮物流廠（蔬果配送中心 / 魚肉處理中心）負責執行農藥殘留及動物用藥快篩檢測，於源頭進行品質把關；商品並全程採溫控與冷鏈物流配送，於門市端落實生鮮室低溫管理及商品上架作業，以確保產品安全與新鮮品質。

產品溯源管理

為提供消費者安全、可溯源且友善環境的嚴選食材，全聯自 2013 年推廣產銷履歷商品，從各式農產、肉品、熟食甚至甜品皆引進產銷履歷標章。2025 年共計推出約 90 項具產銷履歷標章的商品，銷售金額約新台幣 19 億元，期望讓消費者安心選購，並減少對土地的負擔。行 203,816 次檢驗，合格率為 99.98%。





2.1.2 產品行銷與標示

為確保全聯販售商品標示符合《食品安全衛生管理法》及《包裝食品營養標示應遵行事項》等相關規範，全聯嚴格要求供應商遵循商品標示規定，掌握商品供應來源及流向，並定期與供應商召開定價會議，確保消費者安心購入資訊透明、標示清楚且價格合理之商品。同時，全聯掌握消費者的購物趨勢，致力引進具有動物保護、環境友善相關永續標章的商品，讓消費者和全聯一起愛護土地、友善環境。

商品標示管理

全聯遵循商品標示法相關規定，嚴格要求供應商提供衛福部檢驗合格的商品及工廠登記證，並針對進口商品要求廠商在販售前必須提供報關單、檢驗報告，以及中英文說明書。此外，全聯每月定期與供應商召開定價會議，討論合理的定價，並即時更換門市之價格標籤，明確標示商品售價，保障消費者權益。

永續標章商品

全聯致力打造永續賣場，將永續理念融入消費者日常生活。截至 2025 年，全聯共導入近 500 款具有永續標章商品，涵蓋「綜合類（食品及用品）」、「食品類」、「用品類」及「友善雞蛋類」四大類別，商品取得包含雨林聯盟、FSC ／ PEFC 森林驗證、碳足跡、潔淨標章（Clean Label）、人道飼養等多項國內外永續認證，提供消費者更多環境友善、動物友善及潔淨標章商品的選擇，共同實踐責任消費與永續生活。

永續標章商品

	永續標章		標章說明	2025 績效
綜合類（食品及用品）	雨林聯盟認證		· 雨林聯盟認證標章係由非營利組織雨林聯盟（Rainforest Alliance）認證核發的標章，認證生產過程善盡保護森林、氣候、人權與社區生計責任的永續商品。	· 引進包含「雨林聯盟認證」與「FSC 森林驗證」超過百款綠色標章商品，涵蓋紙品、咖啡飲品、咖哩、染髮劑及防曬乳等日常民生用品。2025 年雨林聯盟認證商品銷量逾 60 萬件，銷售額逾新台幣 1 億元。2025 年 FSC 森林驗證商品銷量逾 1,100 萬件，銷售額逾新台幣 14 億元。
	FSC 森林驗證標章		· FSC 認證是由森林管理委員會（Forest Stewardship Council，FSC）核發的認證，用以顯示產品的原材料是來自於可靠、永續、被監管且被認可的「良好管理森林」。	· 全聯自有咖啡品牌 OFF COFFEE 選用雨林聯盟認證精品咖啡豆，採取永續農業耕作方式，於原生林樹蔭下栽培。2025 年 OFF COFFEE 售出近 550 萬杯，銷售額達新台幣約 1.56 億元。
食品類	永續標章		標章說明	2025 績效
	碳足跡標章		· 碳足跡標章（Carbon Footprint Label）是由行政院環保署推動用以顯示產品（含服務）生產歷程碳排放量之標示。	· 2025 年全聯上架之碳足跡標章商品共 18 款，涵蓋民生必需之沙拉油、包裝水、茶飲、泡麵及機能蛋等。2025 年碳足跡標章商品銷量逾 2,400 萬件，銷售額達新台幣約 6.84 億元。
	Clean Label 慈悅潔淨標章		· 慈悅潔淨標章 (Clean Label) 主要強調產品成分的潔淨與透明化，透過第三方驗證機制確保產品減少或避免人工添加物，並提升食品標示的可讀性與可信度，標章認證符合減少食品添加物、簡單成分、簡單加工製程及簡單標示等四大原則的商品。 · 穀研所潔淨標章由中華穀類食品工業技術研究所認證核發，援引慈悅潔淨標章驗證標準，認證符合無添加八大類食品添加物的商品。	· 2025 年販售 86 款具有慈悅潔淨標章（Clean Label）之商品，涵蓋食用油、優酪乳、沖泡穀粉、醬油與休閒零食等民生核心品項。 · 2025 年 Clean Label 商品銷量突破 2,347 萬件，銷售額達新台幣 22.65 億元，展現市場對「健康、安心、少添加」產品概念的高度接受度與購買轉換力。
	國際素食認證		· 英國慈善機構純素協會（The Vegan Society）所推行的國際素食認證，是國際公認的純素產品認證，訴求為排除一切以食物、衣物或任何其他目的進行動物剝削和虐待之行為。	· 2025 年全聯共販售 8 款國際素食認證之泡麵商品，銷售量達 250 萬件，銷售額約新台幣 1.47 億元。
用品類	環保標章		· 環保標章是由行政院環保署認證核發，用以顯示產品設計與製造經認定符合減量、可重複使用、可回收再利用、低污染、省能源、省資源或對環境友善等環保特性之標示。	· 2025 年共有 8 項商品納入認證，銷量約 250 萬件，銷售額約新台幣 1.4 億元。
	PEFC 森林認證		· PEFC 是世界上最大的森林認證體系，其標準旨在改變森林在全球和當地的管理方式，以促進森林之良好實踐，並確保生產符合最高生態、社會和道德標準的木材和非木材森林產品。	· 2025 年全聯上架 PEFC 認證商品共計 4 款，含抽取式衛生紙與廚房紙巾等，總銷售量逾 130 萬件，銷售額約新台幣 3.68 億元。
友善雞蛋類	人道監控友善畜產認證		· 「動福蛋」是以動物福利飼養方式生產的雞蛋，不使用傳統狹小籠飼，而是讓母雞能自由活動、展翅、啄食、休息，擁有更自然、友善的生活環境。全聯截至 2025 年已匯集多家通過認證的台灣在地牧場品牌，讓消費者每次採買，可以方便選購動物福利雞蛋。	· 2025 年全聯動物福利蛋共銷售達 171 萬件，銷售額約新台幣 1.93 億元，推廣以人道、無用藥、環境優質等方式飼養蛋雞所產的蛋品。

2.2 助力永續農業

全聯董事長林敏雄曾說：「農民有事，就是全聯的事。」全聯以「農業再生宣言」作為永續農業推動框架，聚焦於小農經濟學、平價有機、生態農作、科技農畜、蔬果裸賣及動物福利六大面向，期許透過通路的影響力，建構出「生產者、消費者、地球環境」三方共好的循環經濟。全聯致力支持永續農業的發展，自生產、配送、上架、直至剩食回收皆以最高標準嚴格控管，將永續概念融入到循環生產的流程中，並持續提升符合各項農產品認證、支持動物保護與人道畜牧、扶持在地農作或共生農業之產品比例，期待創造全聯、農友、供應商、消費者與土地生態共贏的永續農業價值鏈。

全聯「永續農業」兩大主張

1 積極經營有機農業

在維護生物多樣性、守護生態永續的同時，將全聯打造為全民的平價有機專賣店，讓消費者享受有機、新鮮且價格合理的食材。

2 全力支持友善耕作

藉由擴大合作的農牧場面積、開發多元共生作物品項，持續提升本土蔬果採購金額，為消費者提供在地生產、安心溯源的高品質商品。

2.2.1 推廣有機農業

全聯針對有機認證蔬果農場進行契作，期望讓消費者以合理價格享受各式安全健康的有機蔬菜。同時，商品經過第三單位驗證，不使用含基因改造產品、化學農藥、化學肥料、動物用藥品或其他禁用物質，期望帶動台灣農業提升價值感及環境永續。從產地源頭管理、配送過程把關、推廣健康飲食，到減少食材浪費等每一環節均落實管理策略，並以守護生態永續、解決成本問題及保障消費者權益為三大永續目標。

全聯「有機農業」三大永續目標

1 守護生態永續

以促進土壤健康、維護生物多樣性外，更因減少與農藥接觸的機率，有效保護土地。

2 解決成本問題

透過計畫銷售、計畫生產之方式，收購有機農產品，有助掌握產品成本，並同時為農民提供種植及就業保障。

3 保障消費者權益

提供多樣選擇、品質佳的有機農產品，給予價格優勢，讓有機超市也能用平實的價格支持及消費永續。

全聯善美的食物計畫

全聯打造「善美的」有機蔬菜品牌，網羅各地特色農場的優質有機商品，採用以量制價的策略確保供貨穩定、價格實惠，並建立有機蔬菜四大管理策略，搭配全聯強大的冷鏈系統，確保消費者能夠方便、且選擇價格合理又新鮮的有機好食材。自 2021 年起推出「全聯善美的食物計畫」，以生態平衡、溫度守恆、營養均衡與剩食無痕等 4 大政策為核心訴求，設置「農場管理系統」控管契作農場，並委外建立「產銷履歷控管中心」，所有蔬果皆須進行田間管理與農藥殘留檢驗等篩檢，並於分級後透過冷鏈送達全台 7 座生鮮處理中心，再透過車溫測試、藥檢測試與品質測試，達成「生態平衡」與「溫度守恆」目標。

有機蔬菜管理策略

	回應的 SDGs 指標	策略	行動方案
產地生態平衡	1 消除貧窮 12 確保永續消費和生產模式 14 保育及永續使用海洋資源 15 保育及永續使用生態陸地	積極推廣採用「友善生態農法」所飼養及耕種的農牧產品，鼓勵農牧業者採用環境友善之飼養及耕種方式。 同時，依收購對象將農作收購制度分成大農與小農制度，提供分流的收購管道，確保不同規模的農家收入與營運，建立完善的農業經濟規劃，扶持在地農業。	1. 保育動物及生態，確保農產品零農藥殘留，並加強田間管理。 2. 生鮮處理中心驗收與清洗，導入 ISO 22000 國際第三方驗證體系為履歷檢驗。 3. 大農制度：設置「農場管理系統」控管契作農場，包括契作、檢驗流程等產地源頭管理。 4. 小農制度：採用「小農直採」方式，讓農友自行訂價與上架。 5. 保障農民收成，契作面積作物全面收取。
配銷溫度守恆	12 確保永續消費和生產模式	嚴格落實食物安全監管，於生鮮中心採取低溫運作，確保生鮮產品從驗收、清洗、配送到上架等流程皆保持新鮮，提供消費者高品質、安全的商品。	1. 產地到餐桌的旅程，由生鮮物流廠 PC（Processing Centers）、DC（Distribution Centers）廠把關。 2. 謹慎檢驗生鮮產品，包含內部快篩機制，針對生鮮蔬果實施農藥快篩（檢測有機磷、胺基甲酸鹽類劇毒）；針對肉品與水產品則進行藥物殘留檢驗，並委委託具備 TAF 及衛福部 TFDA 認證的第三方實驗室（如 SGS 台灣檢驗科技、台美檢驗等）進行詳細的農藥、動物用藥及重金屬殘留檢測。 3. 全程溫控與冷鏈物流配送，廠內溫控 20°C 低溫處理，運送過程全程保持低溫 12~18°C。 4. 門市生鮮室低溫管理與上架。
兼顧永續農業與均衡營養	12 確保永續消費和生產模式	推出創新多元的生活提案，提供方便、營養均衡且附有明確營養標示的眾多商品供消費者選擇。 同時，積極推廣永續農業，提供在地農作農場、共生農漁業之多元友善環境商品，讓民眾吃得放心。	1. 支持在地農業發展、採購具產銷履歷蔬果、推廣人道畜牧及生態保育，確保糧食安全並促進永續農業。 （詳見 2.2.2 支持在地農作章節）
剩食無痕	1 消除貧窮 2 終止飢餓	推動「惜食計畫」，將即期食材以優惠價格促銷，向消費者宣導惜食的消費觀念；或轉為惜食商品給予需要幫助的人，確保弱勢群體都能取得安全、營養的糧食，並減少食物浪費。	1. 鼓勵消費者珍惜食材、減少浪費，並於 PX Pay APP 推出「惜食地圖」功能，讓消費者可即時查詢鄰近門市的即期商品資訊並進行購買。經由惜食地圖推廣後，對於最終仍未售出的剩餘食材，則透過完善機制無縫銜接，捐贈鄰近社福團體。 2. 食材效期內最後一天，貼折扣標籤。 3. 即期商品貼惜食標章，與社福單位合作，提供給設有供餐據點的社福單位。 4. 使用貼體包裝，讓食物保存期限加長，且保有新鮮，減少消費者因效期短而丟掉食物。 （詳見 4.1.2 促進惜食減廢章節）

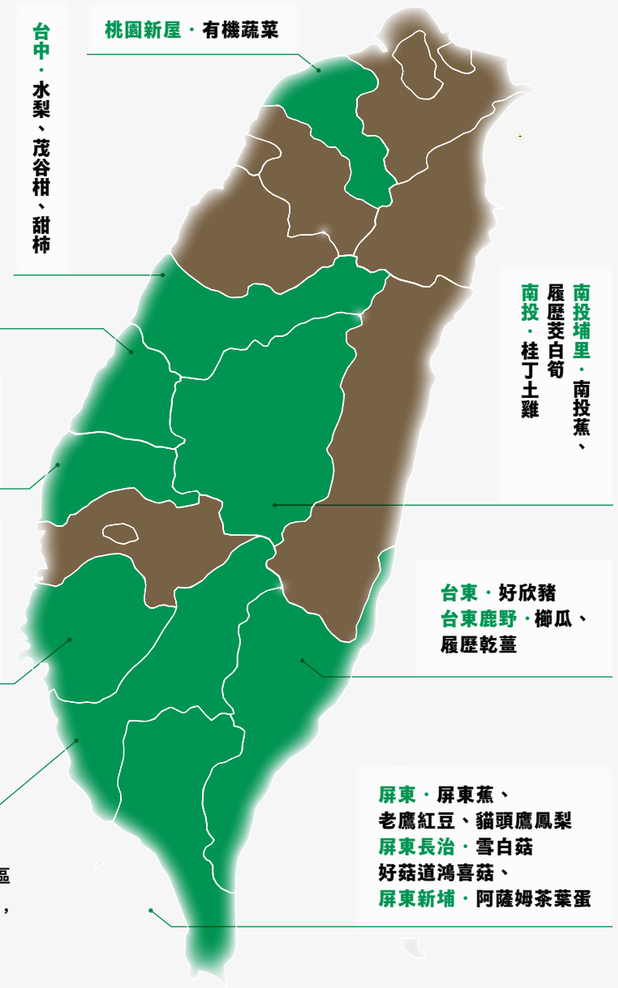
2.2.2 支持在地農作

作為本土超市第一品牌，全聯全力支持在地農業發展，提供消費者在地生產、可溯源的高品質商品；同時推廣人道畜牧及生態保育，全聯依有機、履歷、小農以及平價安心等四大類別追蹤在地採購數據。2025 年全聯蔬菜本土採購金額比例 85.8%，獲得有機認證、產銷履歷認證以及小農種植的蔬菜採購金額占比 47.99%，其中有機蔬菜的採購噸數達 12,267 噸、產銷履歷蔬菜採購達 12,509 噸、產銷履歷水果採購數量達 4,601 噸。

	蔬菜		水果	
	數量（噸）	銷售金額占比(%)	數量（噸）	銷售金額占比（%）
有機	12,267	16.45	0	0
履歷	12,509	16.23	4,601	12.82
小農	7,899	15.31	898	1.90
平價安心	45,273	52.01	24,306	85.28
合計	77,948	100.00	29,805	100.00

在地農作蔬果專區

為推廣在地農作農產品，全聯設立「有機認證專區」、「產銷履歷專區」及「小農直採專區」三大蔬果專區，嚴選販售在地生產的高品質農產品。



2023 年度 1,853 面積（公頃）

2024 年度 2,068 面積（公頃）

2025 年度 2,170 面積（公頃）

2023~2025 年總計蔬果面積：有機認證專區＋產銷履歷專區＋平價安心三類農作面積加總由 1,853 公頃成長至 2,170 公頃，成長幅度達 17.1%，展現契作規模的穩定擴大。

有機認證專區

全聯蔬菜品牌「善美的」有機蔬菜 2022 年於全門市設立「有機認證專區」，以支持在地有機農業發展、推廣環境友善之栽種方式，並經由第三方單位驗證產品品質，確保產品符合政府訂定之有機農產品驗證標準，包括：栽培過程不得使用化學合成農藥及化學肥料、不使用基因改造種源，並定期進行農藥殘留檢驗，確保產品安全無虞。此外，商品自產地採收後，皆採新鮮冷藏配送方式送達門市，以維持品質與新鮮度，讓消費者安心選購。



2025 績效成果

✓ 共於 1,250 家門市設置有機認證專區

✓ 銷售量較 2024 年成長 8.7%

小農直採專區



2025 績效成果

✓ 共於 665 家門市設置小農直採專區

並與 157 位農友合作

✓ 農友年營業額為新台幣 16.3 億元

✓ 營業額較 2024 年成長 30.26%

全聯致力縮短小農與消費者之間的距離，透過高效率的供應鏈與新鮮直送機制，讓小農辛勤耕耘的成果能以最新鮮的狀態送達消費者手中，並獲得最直接且公平的回饋。全聯設立由小農自行包裝、訂價與運送的「小農直採」專區與平台，扶持在地小農與農業發展。結合實體販售通路與線上平台資源，全聯提供在地農友穩定的銷貨管道，適時依市場需求調整定價，並賦能小農使用店端電腦系統、深入田間宣導用藥安全和病蟲害防治，以及透過銷售數據給予種植建議。

產銷履歷專區

全聯設置「農產管理系統」控管契作農場，並委外建立「產銷履歷控管中心」，負責記錄生產計畫、採收、包裝、配送等管理事項，為所有蔬果進行田間管理與農藥殘留檢驗等篩檢、分級，隨後由冷鏈送達生鮮處理中心，進行車溫、藥檢與品質等測試，保證每樣產品符合「生態平衡」及「恆溫保鮮」之目標，並確保產品資訊皆可追溯，以提供消費者安全無虞的農產品。



2025 績效成果

✓ 共於 1,250 家門市設置產銷履歷專區

✓ 銷售量較 2024 年成長 1.05%

在地農作牧場

全聯提供的生鮮肉品（含豬肉、雞肉、牛肉、羊肉）主要分為三大類別，包括擁有 CAS 標章、產銷履歷以及進口肉品，以擁有 CAS 標章之肉品占大宗。自 2019 年起推行「一地一好物」，與各縣市合作推廣當地特色生鮮禽肉、畜牧產品，全聯以行動支持國產特色雞肉、豬肉，**2025 年全聯所販售的生鮮肉類中，合作農作牧場所產的雞肉已達 100%、豬肉占 74%。**

肉類	銷售金額占（%）
CAS 標章	69.63
產銷履歷	0.40
進口肉類	29.97
合計	100.00

	產品		特色
國產特色豬肉	好欣豬		全聯「好欣豬」講究飼養環境，以架高豬舍、恆溫保濕設備、富含益生菌之飼料等條件飼養，並具備產銷履歷驗證。其中多項商品更具備碳足跡標籤，包含：好欣豬里肌薄切肉片、好欣豬梅花薄切肉片、好欣豬腿肉絲，顯示畜牧產品生命週期之碳排放量。
國產特色豬肉	珍香豬		全聯獨家販售 18 款系列商品之雲林「珍香豬」，堅守 6 大基礎管理保證：主打在地牧場生產、貫徹藥檢一條龍、通過 300 項檢驗、確實監控屠後至預冷時間、嚴格落實全程 15°C 冷鏈管理，以及把握肉質鮮度的黃金 8 分鐘，為消費者供應最新鮮的肉品。
國產特色雞肉	S 級放山桂丁土雞		全聯與凱馨實業合作，獨家引進台灣首度由民間主導與政府共同研發的純種土雞「S 級放山桂丁土雞」，利用仁愛鄉山區原鄉進行小單位的精緻放養，同時由原住民部落媽媽們飼養，讓她們就近工作，可兼顧家庭，又能增加當地工作機會。S 級放山桂丁土雞，放養於高海拔、純淨無污染的濁水溪上游，好山好水外，並用專利活菌配方飼料培育，達 100 天以上自然養成的雞種，皮薄肉質結實有彈性。目前共販售 5 款商品，品名放山桂丁雞胸（含里肌）、放山桂丁雞翅組合、放山桂丁去骨腿肉、放山桂丁雞骨腿切塊、放山桂丁雞切塊。
國產特色雞肉	S 級火山烏骨雞		全聯販售契作南投信義鄉「火山烏骨雞」，火山烏骨雞的飼料中添加了日本的純淨火山石粉，富含多種微量元素及礦物質，可吸附雞隻腸道中不佳的氣體，雞隻腸道健康便可減少用藥，肉質亦更細緻、清甜。

在地農作之共生產品

全聯推出多款在地農作的共生產品，在扶持在地農業的同時，積極推廣採用「友善生態農法」所飼養及耕種的農牧產品，鼓勵農牧業者採用環境友善之飼養及耕種方式，促進在地農業發展與產地生態平衡的共贏。

官田菱雉菱

全聯販售「官田菱雉菱」商品，使用台南菱角為原料，以全程無化學農藥、無化學肥料，營造野生動物棲地等方式友善耕作，搶救生態瀕危的水雉鳥，獲林務局與慈心有機發展基金會共同頒發「綠色保育標章」。

同時，全聯得知目前菱角產業的困境，雖有菱農為了水雉鳥堅持友善耕作，但缺乏銷售的通路。全聯效法老鷹紅豆的成功經驗，將菱角入菜，推出多款特色的菱角熟食商品，為優雅的水雉鳥、以及堅持友善耕作的農友謀出路，達到保育土地生態、扶持在地農業又挺在地好物的共贏目標。

2025 績效成果

- 合作農友為 **10** 人
- 四角菱與二角菱栽種面積 **4.05** 公頃
- 菱角熟食料理銷售金額達新台幣 **1,918** 萬元



2025 績效成果

- 全聯合作面積達到 1,000 公頃 養殖量超過 **18,000** 噸
- 漁電共生產品年銷量達 新台幣 **2.8** 億元
- 漁電共生太陽能板一年可產出 約 **230** 萬度綠電
- 智能養殖示範區達 1.2 公頃，共有 26 個智能池，相較傳統養殖減少約一倍用電量 減少 **90%** 用水量

漁電共生



全聯「台灣鯛背肉」、「台灣鯛魚腹片」商品使用採漁電共生的養殖原料魚，約占年產量的 10%，產能持續況大中。魚池上方架設太陽能板，達到降溫、儲能與節能的優點，並結合 AI 智能養殖技術，讓漁民使用 App 即可 24 小時智慧遠端監控、控制溫度、自動投餌、投藥，減輕漁民工作負擔。魚池更具備淨水和回收系統，有效節省水資源，底部亦增設排污孔，以提供乾淨的養殖環境。榮獲 HACCP、國際水產養殖管理委員會（ASC）台灣鯛養殖國際標準認證以及歐盟食品安全管理等多項國際品質認證，更是全台第一家獲得全球海鮮聯盟（GSA）之最佳水產養殖規範（BAP）認證、全台唯一臺灣鯛原料全面送 SGS 檢驗的魚肉產品。

貓頭鷹鳳梨

自 2021 年起，全聯藉由屏科大鳳梨田減藥計畫，與認同守護貓頭鷹的鳳梨農友合作，於屏東縣高樹鄉鄰近水源保護區田間設置棲架及掛載巢箱，利於貓頭鷹在此棲息及捕食田間有害農作之小型動物，以生物防治法取代慣行田間管理，生產台農 17 號金鑽鳳梨「貓頭鷹鳳梨」的品質良好且深受消費者喜愛。



2025 績效成果

栽種面積 8 公頃、年產量 2 公頃
銷售金額達新台幣 **16** 萬元

※ 2025 年受到 2024 年底氣候不穩定、乾旱及暖冬影響，導致鳳梨生長熟成慢，產期順延且整體產量較少，業績減少新台幣近 13 萬元。

黑翅鳶生態米飯



全聯 2022 年推出熟食商品「霧峰香米飯」，遵循自然農法，推行無化肥栽培之友善耕作，並與屏科大生物資源研究所合作，在田間豎立棲架，利於黑翅鳶棲息與捕食田鼠，不僅助長有機香米的銷售，更在生態永續上具意義及價值。

共有 **120** 位農友投入種植
種植面積為 **150** 公頃
較 2024 年種植面積的 98.64 公頃**成長 52%**

貼心體驗

3.1 多元店型與創新體驗
3.1.1 店型與服務創新
3.1.2 顧客關係管理
3.1.3 資訊安全與隱私保護

3.1 多元店型與創新體驗

全聯以顧客需求為核心，持續開創創新店型與服務，形塑高質感的購物體驗。近年更加速數位轉型步伐，整合 PX Pay、小時達、全電商及全支付等數位科技，將科技便利與溫暖的人情味完美結合。同時，全聯深知顧客信任的價值，除透過多元線上平台建構即時溝通管道，亦定期維護客戶隱私與資安防護系統，致力打造讓大眾安心、無後顧之憂的消費環境。



3.1.1 店型與服務創新

全聯秉持「以人為本」的理念，持續推動實體店型革新，並依據不同商圈特性與消費客群需求，發展出多元化的店型布局。除了空間達 500 坪以上、引進大型生活用品的「複合式家庭生活店」，以及設有家電體驗區與美食商店街的「大全聯」外，也透過深入全台社區、提供完整生鮮與乾貨商品的「標準店」，滿足各類型消費者的購物需求。

從早期以乾貨販售為主，到逐步導入生鮮商品，再到如今新型態標準店必備的烘焙、咖啡與調理熟食服務，全聯不斷打破傳統超市的框架，讓民眾的日常購物不只實踐「方便又省錢」，更昇華為一種質感的生活享受。迎向未來，全聯更將持續推進「在地共好」與「永續共好」兩大創新策略，致力將全台門市打造成具備在地特色、落實綠色能源與環保減材的永續生活場域，以實際行動回應社會信賴，攜手大眾邁向共好生活。

在地共生特色門市

作為全民的超市，全聯以服務社區為理念，積極與地方政府合作，將在地特色與門市結合，打造符合當地人文和產業特性的生活圈，活絡地方消費、創造就業機會，並吸引人潮聚集。不僅促進了各個城鎮的經濟發展，也提升了居民的生活品質，實現正向成長的願景。繼 2024 年開幕之前鎮廣東三門市，2025 年度持續增設嘉義縣鹿草國中、屏東縣崁頂中正、羅東林場，以及桃園市大全聯青埔店，目前全台共有 8 間在地共生特色門市。



嘉義縣鹿草國中門市

2025 年 12 月，素有「老人村」之稱的嘉義鹿草鄉，迎來首家全聯門市。為滿足在地居民的採買需求，門市規劃逾 250 坪的賣場空間，販售生鮮蔬果、精肉鮮魚、熟食及各式民生必需品。考量當地高齡人口比例較高，為優化該門市全齡友善環境，全聯將賣場主動線通道拓寬至 250 公分，打造寬敞且具包容性的空間，讓不同年齡層與行動需求的消費者都能輕鬆自在地完成採買。

屏東縣崁頂中正門市

屏東縣崁頂鄉過去 30 年來缺乏大型傳統菜市場，也沒有連鎖超市進駐，居民日常採買多仰賴前往東港或潮州，往返不便，全聯於 2025 年 11 月進駐崁頂鄉，開設當地首家連鎖超市「崁頂中正店」。門市規劃為兩層樓空間，總坪數約 370 坪，販售生鮮蔬果、精肉鮮魚、民生用品、食品零食等多元品項，滿足居民一站式採買需求。更設有小農直採專區，販售超過 60 款品項，讓居民不必遠行即可輕鬆採買，同時支持台灣友善耕作農業。





宜蘭縣羅東林場店

2025 年 10 月開幕的羅東林場店位於交通便利地段，不僅設有可容納約 25 輛車的大型停車廣場，對面更是即將完工的千戶國宅社區，周邊鄰近羅東林業文化園區，並位處串聯羅東與五結的重要交通幹道旁，成為全聯深耕宜蘭的重要商業據點。門市設有多元豐富品項的熟食調理區、具備量販特色的全酒窖、全電器；此外還有大樹藥局進駐，更便利在地居民生活。



桃園市大全聯青埔店

大全聯青埔店於 2025 年 12 月以全新品牌定位盛大開幕，成為更名為「大全聯」後首家全新打造的門市，以地下 1 樓將近 1,500 坪量販賣場結合 1 樓美食與生活品牌專區，匯集約 5 萬種商品與超過 25 家品牌進駐，涵蓋餐飲、選物、時尚、生活與親子娛樂，打造青埔地區最完整、最具規模的一站式社區購物中心。此外，2~5 樓進駐營業面積約 9,000 坪的全台最大 IKEA 商場，提供眾多設計感家具，讓青埔店成為全台唯一「量販 +IKEA（標準店型）」複合據點，結合美食、購物、居家與休閒，打造全方位生活場景。

永續共好門市

響應全球 ESG 浪潮，全聯以「永續共好」為核心，積極推動綠色通路轉型。透過店裝模組化設計與太陽能光電建置等具體行動，打造低碳能源、設備可循環再利用的綠色店型。在降低建造成本與建材耗損的同時，更實踐對環境的友善承諾，與大眾共創永續未來。2025 年增設歸仁中正南店，目前全台總計設有 3 間永續共好門市。

台南善化中山店

2023 年 1 月開幕的善化中山店是全聯最大旗艦店，擁有兩層樓的寬敞空間，是首家設有手扶梯的店面，方便顧客輕鬆上下。於屋頂建置 456 片符合規範的太陽能板，產生的綠電可作為賣場自用電，自產自用的綠電可節省門市約三分之一的用電量。





林口文化北店

2023 年 11 月開幕的林口文化北店，面積逾 350 坪，內裝採取極簡化工法，減少不必要的工程耗材，以提升資源利用效率。例如，平面式燈光設計有效減少燈具數量（僅保留投射燈、線燈，取消間接燈照明）、店內視覺配置簡化（使用模組化吊牌、吊架取代原有的封版設計），與去除輕隔間並將天花板鏤空設計以減少工程材料。而裝飾用的組合板則採用可拆卸的模組化設計，便於快速安裝及建置店面，減少建築過程中的廢棄物產生，降低資源消耗，並提高內裝可重複利用性。

歸仁中正南店

2025 年 8 月正式開幕的台南「歸仁中正南」門市，為全聯首間 ESG 永續概念店，以「綠化 / 綠能、模組化 / 再生材、省電 / 再利用、低碳 / 節能」四大面向作為規劃核心，實踐從建築到營運的永續藍圖。門市規劃七大具體措施，包括設置 345 片太陽能板，預計每年減少碳排約 8 萬公斤 CO_2e；打造雨水滯洪池並建置雨水回收系統，將回收之雨水用於植栽澆灌，以提升水資源再利用效益，形成完整的水循環；鋪設透水磚降低地表溫度、調節微氣候；種植 14 棵綠樹與設置休憩區，提升社區綠化與公共價值；採用符合綠建築標準的三明治板，三明治板利用金屬面板夾著低導熱係數的保溫芯材，能有效阻絕外部熱源與室內冷熱交換，兼具保溫與隔熱效果；安裝 Low-E 隔熱玻璃，與一般膠合玻璃相比，約可降低 50% 的空調能源需求；未來將規劃增設電動車充電樁，滿足新型態綠色交通的需求。



數位服務創新

順應數位浪潮與消費習慣的轉變，全聯以科技賦能，全力佈局數位生態圈，發展出「店端即時體驗」與「店外跨域延伸」的雙軌數位策略。在店端即時體驗中，全聯透過 PX Pay 簡化支付流程，提升購物便利性；以「分批取」滿足大量購買且跨店分次領取的需求；並藉由「小時達」整合實體門市資源，提供生鮮雜貨最快 30 分鐘送達的即時便利服務，全面升級到店與周邊的消費體驗。

在「店外跨域延伸」方面，全聯藉由「全電商」打破實體貨架限制，提供更豐富的跨品類雲端選擇，並以「全支付」走出全聯，融入大眾多元的日常消費支付體驗。同時，全聯持續優化並自動化後端服務設備，藉由科技減輕門市夥伴的行政負擔，為門市夥伴創造更多關懷顧客與巡補商品的時間。全聯不僅致力成為最懂顧客的賣場，更期盼以兼具便利與溫度的數位創新，領航永續美好生活。

全聯創新數位服務

PX Pay

行動支付服務

全聯於 2019 年推出行動支付品牌 PX Pay，結合行動支付與會員服務功能，民眾只要透過手機綁定信用卡，「嗶」一聲就能完成結帳，同時累計會員點數，舒緩過去因現金結帳、福利卡累積點數等需求所造成的排隊人潮，提供消費者方便又快速的結帳體驗。2023 年推出電子禮卡，2024 年 1 月開始與代銷商合作販售電子禮券。

生活繳費服務

PX Pay 提供生活繳費服務，民眾可不受時間與地點限制，隨時隨地繳納信用卡費、電信費、公營事業及規費等帳單。

愛心捐贈服務

秉持「取之於社會、用之於社會」的精神，全聯於 PX Pay 內新增「愛心捐贈」服務，採用福利點數捐款方式，讓民眾可以透過 PX Pay 支持不同的社福機構。



2025 績效成果

✓ 截至 2025 年，福利卡總卡片數達 2 千萬

PX Pay 會員數超過 1,000 萬人

愛心捐贈功能中，「點數捐」及「全支付現金捐」兩種捐款方式於 2025 年累積捐款共為

✓ **新台幣 4,386,300 元**

（統計期間為 2025/1/1 至 12/31）



2025 績效成果

2025 年小時達門市

✓ **共 1,201 間**

年訂單突破 1,300 萬張，
平均 1.2 公里配送距離，實現 30 分鐘送到家
6 都開設 24 小時據點，全時段供應即時民生需求

小時達

小時達

2021 年 1 月全聯從實體跨入生鮮電商，推出「全聯小時達」服務，經營由實體門市揀貨、出貨並直接宅配到府的快商務服務。藉由小時達的正式上線，全聯完成整合線上線下的現代化零售版圖。小時達從首波雙北 50 家門市擴展至 1,201 間（全聯 1,183 間、大全聯 18 間，含 9 間離島門市：金門 3 間、澎湖 6 間）24 小時營運的「小時達專門店」（共 9 間，含 3 間小時達專門店家、6 間 24 小時門市），採「前店後倉」模式，由揀貨員專門處理線上訂單，並於最快 30 分鐘內將最新鮮的商品外送給消費者。

2023 年 7 月推出「好好吃可購式食譜」，在「全聯小時達」站內提供豐富多樣的食譜，激發消費者的烹飪靈感，同時結合外送服務，讓消費者在線上看食譜直接下單，食材則由「全聯小時達」從實體門市配送到家，實現從食譜推薦到線上購買實體門市商品的無縫消費體驗。

分批取

全聯提供「分批取」服務，消費者於購買商品後，可依需求分次領取商品，不僅享有優惠價格，也可降低一次性大量採購及囤放需求，讓全聯成為消費者的第 2 個冰箱；還可透過一鍵轉贈功能，將商品分享給親朋好友，打造親切實用有溫度的送禮文化。

全電商

整合大全聯及引進上百家品牌供應商推出服務，販售箱購日用品、家電、美妝保養、保健、寵物用品等多元商品。2025 年，全電商持續推動平台升級與服務優化，致力提升消費者線上購物體驗並強化數位生態系整合。在支付服務面，新增支援 Apple Pay 及 PX Pay 點數支付，提升交易便利性與使用彈性，並進一步將線上服務納入全聯支付生態體系，打造更完整的一體化消費環境；在商品供給面，持續擴充商品結構，商品數由 15 萬件成長至近 50 萬件，提升平台商品豐富度與消費者選擇性，優化線上購物體驗。同時，針對預購營運流程，逐步推動預購模式作業輕量化，導入供應商透過全電商系統自主提報機制，有效降低交易流程摩擦並提升整體營運效率。

此外，全電商持續精進資訊安全管理制度，確保消費者資料安全。在資安治理面，2024 年導入 ISO 27001: 2022 資訊安全管理系統認證，並於 2025 持續通過 ISO 27001: 2022 認證，亦通過經濟部行政檢查，展現對資訊安全與法規遵循之高度重視。



2025 績效成果

✓ **全電商截至 2025 年會員數逾 106 萬**

✓ **新增支援 Apple Pay 及 PX Pay 點數支付**

✓ **商品數成長至近 50 萬件**

DIGITAL EXPERIENCE

2025 績效成果

✓ **會員規模成長**

截至 2025 年底累計會員數

已有 700 萬名

根據金管會「電子支付帳戶重要業務資訊揭露」最新資訊，全支付已成為第三大支付工具

✓ **推動數位公益**

2025 年度「全支付現金捐」之愛心捐款

總額達新台幣 2,737,300 元



全支付

全聯福利中心 100% 投資的關係企業「全支付」，於 2021 年 6 月獲金管會許可專營電子支付機構業務。延續「買進美好生活」的核心理念，除提供跨通路消費、生活繳費等多元普惠金融服務外，亦積極實踐企業社會責任。2024 年 5 月底正式上線「全支付現金捐」愛心捐贈功能，提供消費者安心、便利的數位公益體驗。展望 2026 年，全支付將聚焦於「三大票券」（包含全聯生活圈回饋券、生活樂購券、通勤樂購券）機制，以將消費者日常採買、生活服務及交通通勤等剛性支出轉化為點數與優惠循環。

全聯後端客戶服務

電子標籤



於智慧超市、旗艦店門市優先導入多媒體貨架標籤（Vusion Rail）、大型電子標籤與電子標籤等裝置，輔助門市夥伴更省力、快速地更新商品資訊與價格，並可從後台即時更新廣告看板所顯示的促銷與資訊，提升門市的營運效率，打造創新與自動化的零售場域。電子標籤具備超低耗電、可重複使用的優勢。此舉不僅全面取代傳統紙本價卡、大幅省下廣告紙印刷與人工抽換的營運成本，更能有效減少樹木砍伐，為地球減碳盡一份心力，成功打造更環保、更高效的智慧購物體驗。

若以現行門市每 2 週更換一次紙本檔期價卡計算，設置電子紙與電子標籤的智慧店型

✓ **平均至少可節省單店每次約 8,000 張紙張使用**

也能節省人力更換標籤的時間

全聯繼內湖瑞光門市、南港旗艦店、信義莊敬店導入電子標籤後
2025 年全面擴大導入至大安延吉店、竹東仁愛店、左營海總店及

✓ **大全聯中壢青埔店等 4 家門市**

大全聯則已於 21 家門市全面導入電子標籤

✓ **全聯左營海總店與大全聯中壢青埔店 更引進 2.8”冷凍專用電子標籤**

3.1.2 顧客關係管理

全聯秉持「以客為尊」的核心價值，致力優化顧客體驗並建立長遠的信任關係。我們制訂客服作業制度規範，建置多元溝通渠道與完善的申訴處理機制，確保暢通的客訴與意見回饋管道；同時，透過定期檢視服務流程中的不足，並強化第一線門市人員培訓，持續精進整體服務品質。此外，全聯推動多元會員福利與印花集點等回饋活動，回饋顧客對全聯的長期支持與信任。

顧客溝通管道

客戶溝通管道	電話服務	門市服務專線	市話：0800-010-178 ／手機：02-8175-1000、02-2533-7700
		線上購物服務專線	02-8501-1566、02-8175-1008
	文字服務	官網信箱	
		線上購物留言板	小時達／分批取→訂單→客服提問　全電商→我的→訂單提問
	臉書社群平台回饋		
	門市反應		客戶若有相關建議，可直接向門店反應



顧客申訴處理流程

全聯設有完整的申訴與溝通流程，由「聯合服務中心」專責處理顧客的申訴案件，守護消費者權益。2025 年全聯聯合服務中心處理案件共計 1,159,176 件，其中包含接獲來電反應共 94,052 件、文字服務（電子信箱、網購留言等）共 366,671 件、ChatBot 人機協作服務共 698,453 件，線上即時處理率達 91%，2025 年經轉出至營業單位的案件追蹤處理完成率達 99%，展現全聯對消費者心聲的高效回應與負責任態度。未來將持續優化客服與人機協作服務，深化顧客溝通品質。

客戶申訴處理流程

STEP 1 接獲客訴



於接獲客訴時，詳實記錄客訴內容及顧客資料。

STEP 2 客訴篩選



聯合服務中心須於當月 10 日前，將上個月客訴案件進行分類，完成初步篩選。

STEP 3 決議小組投票



為求客觀處理案件，聯合服務中心須將申訴案件提供決策小組進行兩次評議，確認案件內容以及成立與否。

STEP 4 依規定處置



聯合服務中心將客訴確定成立案件通報予營業單位，依公司規定進行改善、補償與懲處措施。

顧客與會員福利

完成「PX Pay 福利任務」抽江蕙演唱會門票

台語天后「二姐」江蕙睽違十年重返舞台，全聯為回饋 PX Pay 會員，於 2025 年 2 月抽出 100 組江蕙演唱會門票，每組 2 張、票價均為 4,880 元，共計送出 200 張門票。獎項包含 7 月 12 日高雄場 50 組、8 月 30 日台北場 25 組及 9 月 1 日台北場 25 組，合計 100 組名額，讓幸運會員有機會親臨現場，一同見證江蕙重返舞台的精彩時刻。



2025 績效成果

✓ 活動共 **723,998** 位會員參與

MEMBER REWARDS

再見大潤發！大全聯登場邁向新里程 顧客感恩茶會溫馨登場



2025 年 7 月全台大潤發以「再見大潤發，感恩有你」為主題，舉辦顧客感恩茶會，感謝在地顧客一路相挺，也向大潤發這段精彩旅程溫馨告別。為感謝會員的支持，大全聯也推出會員連結全聯 PX Pay，即贈送 100 點福利點活動。而內湖店更於 7 月 20 日舉辦感恩茶會，特別邀請曾在內湖店打工、如今已是全能創作歌手的鼓鼓呂思緯驚喜現身為活動畫下溫暖句點。

2025 績效成果

✓ 活動共 **329,546** 位會員參與

✓ 大潤發會員卡連結 PX Pay，全聯 100 點限時福利點
共送出 **32,954,600** 點福利點

全聯 PX Pay 福利券重磅上線！實現 OMO 線上導線下虛實整合

為深化會員經營，全聯積極推動線上線下整合策略，2025 年 12 月 8 日「PX Pay 福利券」升級上線。本次升級最大亮點為「PX Pay 福利券」首度整合全聯集團四大通路，涵蓋全聯、大全聯、小時達及全聯全電商。會員只要打開 PX Pay，即可一次領取所有優惠，告別過往優惠分散的困擾，實現線上導線下的 OMO 虛實整合。PX Pay 福利券涵蓋生鮮、日用品等高需求品項，並延伸至小時達與全聯全電商，優惠廣度全面升級。



2025 績效成果

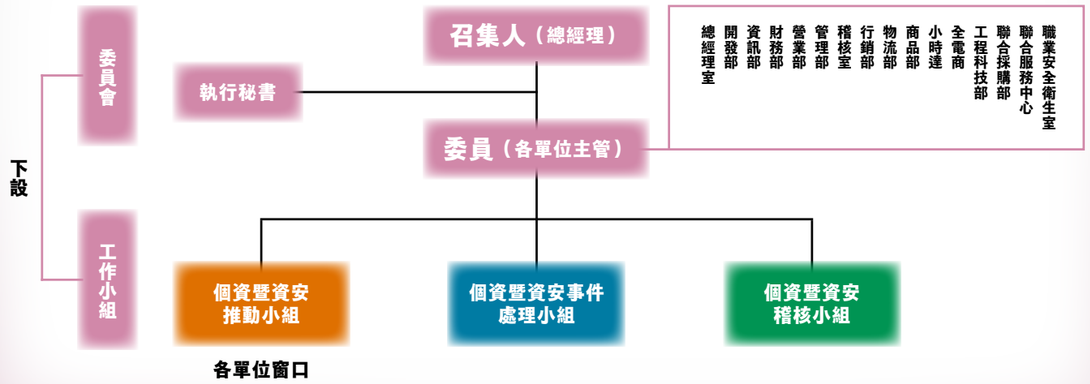
✓ 共計近 **650** 萬名會員參與
於 PX Pay App 內一站式領取福利券

3.1.3 資訊安全與隱私保護

為落實資訊安全與客戶隱私保障，全聯於 2023 年成立「全聯個資保護暨資訊安全委員會」，由總經理擔任召集人，並由資訊部門最高主管兼任資安長、各級主管出任委員；2024 年取得 ISO 27001、ISO 27701 雙驗證。2026 年進一步設立資安室，改由專責資安長主導，並將委員會會議改為每季定期召開，專責推動與執行資安規範。

2025 年 7 月通過經濟部行政檢查，全面建構系統化資安管理機制，嚴密守護公司內外部資訊安全。委員會並於 2025 年 5 月公告修訂《全聯個人資料檔案安全維護計畫》（2.0 版），涵蓋「資訊科技安全、人員安全、實體與環境安全、客戶個資保護」四大構面。

個資暨資安管理委員會架構圖



INFORMATION SECURITY

SECURITY



管理面向	說明
資訊科技安全	· 依《資訊安全稽核作業程序書》，每年定期辨識資訊安全風險、落實資安規範，並確保業務活動符合相關法令法規要求。 · 訂定《資訊安全事件管理程序書》，明訂通報流程，於資安事件發生時迅速回報並採取應變措施，降低事件衝擊。 · 系統開發需經嚴謹評估流程，上線與上版前須先完成申請與檢測，通過後始可執行。 · 伺服器具備完善安全控管機制，即時監控總部主機、收銀機系統等端點防護狀態。
人員資訊安全	· 內部人員須簽署員工保密切結書，服務期間並應遵守《人員資訊安全守則》。 · 委外服務廠商須簽署保密承諾書，遵循全聯資訊安全相關規範，並依《委外管理程序書》辦理。 · 定期辦理資安教育訓練，強化內部資安意識。 · 社交軟體與無線網路使用須先申請權限，並持續監控異常流量與使用紀錄。 · 每年定期掃描稽核各公用電腦 IP 環境設定，確認社交軟體下載與瀏覽權限之執行情形。
實體及環境安全	· 以文件管理系統彙整各部門文件資料並進行掃描存檔，可隨時監控與追蹤資料狀態。 · 訂定《全聯文件銷毀作業要點》，標準化公司內部及營業門市重要文件之銷毀流程，避免資訊外洩。 · 每月依「辦公區域安全檢查表」逐項檢查與審核，每季依「個人電腦安全檢查表」逐項檢查。 · 若發現異常，依《矯正預防措施管理程序書》執行矯正與預防措施；如異常已直接影響資安或隱私安全，則依《安全事件管理程序書》留存處理紀錄，供後續評估與改善。
客戶個人資料保護	· 對內部系統個資與敏感資料欄位及流程完成盤點並設定保護措施。 · 2025 年 6 月通過經濟部商業發展署「個人資料安全維護行政檢查」，查核項目包含個資盤點、風險評鑑、資通安全及帳號密碼認證機制等。 · 訂定門市個人資料管理作業規範，保護顧客隱私，避免客戶資料外洩。 · 規定門市妥善存放顧客訂購單、福利卡申請書，以機密性文件集中管理歸檔，落實個資保護與隱私管理環境。 · PX Pay、全電商均符合相關法規，並通過經濟部工業局公告之《行動應用 App 基本資安檢測基準》認證。 · 定期安排白帽駭客進行模擬滲透測試與演練，強化個資保護實際應變能力。

DATA PROTECTION

資安風險辨識

個資暨資安管理委員會每年針對資安系統的機密性、完整性和可用性的指標，並定期進行資安風險辨識。對於中高風險項目，會進行持續追蹤和改進，以便有效評估和管理內外部資安風險。如遇資訊安全事件，資安長會即時向總經理報告事件管理的情況和進度。



客戶個資保護



為了讓消費者安心使用會員服務，全聯制定《個人資料管理規範》，明確規範各項數位服務之資訊安全管理，落實客戶隱私與個人資料保護。此外，全聯內部並定期接受嚴格稽核與驗證，於 2025 年持續通過 ISO 27001（資訊安全管理系統）與 ISO 27701（隱私資訊管理系統）雙重驗證，後續每年將持續接受第三方機構稽核，作為個資管理的堅實基石。

在內部防護方面，全聯內部每年定期舉辦資訊安全教育訓練，2025 年資訊人員培訓時數達 5 小時以上，同時亦另外開設給總部及門市人員的資安宣導課程。2025 年全聯共舉辦 4 場個資保護與資訊安全相關課程，累計參與人次達 26,003 人次，透過普及化的宣導深化總部與門市全體同仁的資安及隱私防護意識，全面構建堅實的消費者個資安全網。

資訊安全教育訓練

隨著數位支付型態如 PX Pay、全電商、全支付的推出，全聯採用了數位支付的 3D 驗證機制，並對客戶資料進行隱碼保護，以降低信用卡盜刷和資料被濫用的風險，確保消費者在使用數位支付時的安全。

每年針對資訊安全安排年度教育訓練，強化內部同仁對資安意識的提升。

日期	課程名稱	參與部門／人員
2025/08/20	· 隱私管理認知與法規宣導	資訊同仁
2025/06/16	· 完善個資保護，從你我做起	總部與門市
2025/11/21	· 特權管理（ Privileged Access Management, PAM）教育訓練課程	資訊同仁
2025/11/21	· 生成式 AI 風險與資安防護教育訓練課程	資訊同仁

資源循環

4.1 用心守護環境
4.1.1 推動循環減塑
4.1.2 促進惜食減廢
4.1.3 轉型低碳綠能

4.1 用心守護環境

環境保護與土地共好，是全聯堅守的永續使命。自 2022 年起，全聯在永續策略藍圖的基礎上，持續聚焦「循環減塑」、「惜食減廢」與「減碳綠能」三大核心主軸。不僅在內部營運上嚴格把關廢棄物與廢水管理、推動節能減碳，對外更積極發揮通路影響力，連結政府、供應鏈、員工及消費大眾，共同實踐減塑行動與資源循環。全聯期許與社會各界齊心協力，減輕地球負擔，共創台灣綠色未來。



4.1.1 推動循環減塑

全聯採取三大減塑行動策略——自行減塑與使用再生材料、推動消費者減塑、與供應商合作減塑。在內部營運方面，持續引進環保可分解與再生包材，並優化運輸配送及銷售流程，從源頭減少塑膠浪費；在外部生態圈方面，全聯積極發揮通路影響力，攜手供應商夥伴與消費大眾共同實踐減塑，期盼透過跨界協作推動源頭減量，提升資源循環利用價值，朝向永續發展目標邁進。

策略 1 自行減塑與使用再生材料

2025 績效成果

行動方案 提升裸賣比例

蔬果裸賣 ——— 自 2022 年 10 月 28 日起門市新增「裸賣安心平價專區」後，深受消費者喜愛，推出蔬果數量大幅增加外，於架上提供可重複使用的托盤讓消費者盛裝，完成結帳後即可將蔬果收納於自備購物袋中，並歸還托盤給收銀員，回收再利用，此托盤則使用再生料進行製作。



✓ 蔬果裸賣品項超過 350 項
比例由 2024 年 47%
提升至 51%

✓ 蔬果裸賣品業績
由 2024 年逾 41 億元
提升至逾 45 億元

PLASTIC REDUCTION

2025 績效成果

✓ 2025 年水果包裝袋
實施減塑 8,100 公斤

✓ 2025 年 PSP 托盤
總使用量為
75,844,640 個

> 較 2024 年
減少 2,871,700 個
減幅達 3.65%

行動方案 塑膠包裝減量

自 2011 年起，全聯開始全面使用可回收的聚乙烯（PE）保鮮膜來取代難以回收的聚氯乙烯（PVC）保鮮膜，同時減少使用保麗龍（PSP）和保鮮膜等難以回收的塑膠包裝。

（統計範疇皆為全台門市）

策略 2 推動消費者減塑

2025 績效成果

行動方案 減少塑膠袋使用

減少提供一次性塑膠袋與耐熱袋 ——— 為減輕購物袋對環境的負擔，全聯持續優化門市包裝與購物袋策略。從源頭管理，包裝區不提供免費一次性塑膠袋，並減少蔬果區耐熱袋之供給，同時於門市各區域進行倡導，深化消費者的減塑意識。

提供雙北兩用袋、100% 回收塑料 (PCR) 環保購物袋 ——— 持續提供雙北兩用袋，並結合會員點數換購蔬果網袋等活動，鼓勵使用環保用品。針對雙北以外門市推出 100% 再生塑料（PCR）環保購物袋，並透過微幅調整袋價（大袋調為 3 元、小袋調為 2 元），喚起消費者自備購物袋意識。

雖然 2023 年推出的 PCR 背心袋製作成本增加 30%，但此舉每年預計可減少 921,411 公斤的原生塑料消耗，相較於傳統塑料購物袋，估計可減少約 75% 溫室氣體排放量，展現全聯推動低碳轉型的決心。

✓ 2025 年 PCR 購物袋
使用 771 噸回收塑料
相較於 2024 年
減少 0.39 % 使用量

因門市鼓勵消費者
「自備購物袋」與「重複使用」
帶動門市塑膠袋使用量下降

✓ 2025 年付費一次性塑膠袋
使用量為 5,725 萬個
相較於 2024 年減少 53 萬個



✓ 2025 年耐熱袋
使用量為 51,432 捲
相較於 2024 年，減少 24,600 捲
減量達 32.4%

2025 績效成果

行動方案 推廣自帶杯優惠

OFF COFFEE 自帶杯優惠 ——— 為從源頭減少一次性飲料杯對環境造成的負擔，全聯積極回應政府限塑政策，將減塑行動結合門市 OFF COFFEE 現煮咖啡服務。提供消費者自備環保杯享 5 元價差優惠，鼓勵民眾在享受優質咖啡的同時，也能輕鬆實踐減廢生活。



✓ 2025 年 OFF COFFEE
顧客自帶杯占比達 37%

✓ 全年度累計減少使用 2,532,509 個一次性容器
代表企業與消費者共同降低廢棄物產生的堅定決心

（統計範疇皆為全台門市）

PLASTIC REDUCTION

策略 3 與供應商合作減塑

2025 績效成果

透過包材結構改良、極薄化設計與再生材質導入

✓ 於 2025 年包裝減塑績效
生鮮全品項全年
累計減塑 **19,531** 公斤

- 有機葉菜包裝袋 減塑 **3,450** 公斤
- 履歷葉菜包裝袋 減塑 **5,580** 公斤
- 水耕菜包裝袋 減塑 **2,401** 公斤
- 水果包材改良 減塑 **8,100** 公斤

行動方案 **引導供應商源頭減塑**

為降低零售通路包材對環境的負荷，全聯發揮通路影響力，積極鼓勵供應商選用可回收紙盒及政府認證之可回收塑膠。自 2023 年 5 月起，針對有機蔬菜、履歷葉菜與水耕菜等重點生鮮產品，全面導入新式環保包材。新包材採用「循環與極薄化」的生態設計原則：包裝中間夾層改用回收原料，表層材質則極限調降至最低薄度，同時於蔬菜包裝外觀印製「減塑標章」，讓消費者在選購時能直觀辨識綠色產品。在水果包材方面，亦同步從輕量化（降低薄度）切入，全方位實現生鮮供應鏈的源頭減塑與低碳轉型。

年度	總出貨件數	包材總重量（公斤）	紙箱重量	塑膠箱 / 袋重	緩衝材重	平均單件包材重量（公斤）
2023 基準年	1,104,883	78,561	74,963	2.3	2,346	0.07
2025 年	2,125,952	212,989	200,905	1,585	6,416	0.1

鑑於全電商平均包材重量高於基準年，本公司積極尋求改善方案。2026 年全電商評估引進「配客嘉」專業循環包材機制，配客嘉為國內具公信力之循環包材服務商，具備完整之第三方驗證循環次數紀錄機制，所產出之循環數據符合主管機關對「循環包材」之認定標準。期盼藉由外部專業夥伴之系統化服務，邁向法規所訂定第三年 15% 循環比例之法定目標。此外，為了解決傳統網購電商對「供應商倉出貨端」包材缺乏直接實質管理權之產業瓶頸，全電商規劃將配客嘉循環包材方案逐步擴及合作供應商，持續定期發函供應商說明法規要求，並於招商說明會、合約等商務條件中納入包材減量宣導，以商業合作誠信推動供應商自主配合。將綠色包材規範從本公司自有倉延伸至上游供應鏈，全面提升網購資源循環率與碳減量。

循環行動策略

為降低門市新設、改裝及營運過程對環境的負荷，全聯以「Reduce（減量）、Repair（維修）、Reuse（再利用）、Recycle（回收）」4R 理念為核心，將循環經濟思維深度融入門市資產管理。在門市建置階段，推動門市外觀、硬體建材、賣場設備及陳列道具的「模組化循環設計」，提升構件的通用性與彈性；在營運階段，優先實施設備維修與整新重用，有效延長資產使用壽命；當設備達到最終報廢階段時，亦嚴格執行廢棄物分類，極大化回收零組件與原材料的再利用價值。透過 4R 計畫，全聯不僅減少廢棄物產生，更在實踐環境永續的同時，為顧客打造舒適、新穎的綠色購物環境。

2025 績效成果

- ✓ 2025 年共有 **47** 家門市導入模組化服務台
  目前共有超過 **750** 家門市導入
  每家門市平均節省了 **1.1** 萬元
- ✓ 2025 年共有 **43** 家門市導入模組化隔柵
  目前共有超過 **555** 家門市導入
  每家門市平均節省了 **3.7** 萬元
- ✓ 2025 年共有 **3** 家門市導入柱間樞，目前共有超過 **14** 家門市導入

措施 **循環營建**

模組化設備 ——— 全聯在門市裝修過程中採用了循環營建概念，包括模組化設計服務台、格柵和商品櫃，以及使用可重複利用的裝修材料。這樣的做法不僅減少施工過程中的廢棄物，還提升了門市設備重複利用和維修翻新的可能性。

綠建材使用 ——— 全聯致力於提升門市裝修中綠建材的使用比例，確保使用的材料不會對環境造成污染，且不含放射性物質或致癌成分，從而將裝修過程對環境的影響降到最低，保護顧客的健康。

行動方案 網際網路購物包裝減量概況

2025 績效成果

全電商響應綠色包裝政策，依據環境部公告之《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》編製及揭露減量成果。

本公司網購包材確信以 2023 年為基準年。2025 年 8 月完成大全聯整併後，即於大全聯門市落實跨門市回收再使用紙箱作業。

- 網際網路銷售件數 **2,125,952** 件
- 包裝材料總重量 **212,989** 公斤
- 原箱出貨件數 **1,506,068** 件
- ✓ 每件平均包材重量 **0.1** 公斤
  因供應商倉出貨必須加裝防護包材
  推升平均包材重量
- ✓ 受惠於相關措施推展
  循環紙箱使用數量由 2024 年 **10,719** 件
  成長至 2025 年 **26,956** 件，成長幅度達 **151**%

（統計範疇皆為全台門市）

（統計範疇皆為全台門市）

措施

落實 4R 設備再利用

因應全台持續展店與門市改裝需求，全聯以 4R 永續發展計畫為核心理念，於台中、嘉義和高雄委託外包商進行整備中心存放。對低溫設備和商用冷凍冷藏設備進行整新處理或回收再利用，實現資源循環，延長設備使用壽命，並顯著節省購置新設備和拆除報廢設備的費用。

Reduce（減量）——門市閉店或改裝內裝後的冷凍冷藏設備，會在倉庫先經過清洗、除塵、防水處理、研磨、補土和噴漆等工序來重新整理冷凍設備，進而減少報廢設備的產生。

Repair（維修）和 Reuse（再利用）——設備優先進行維修和整新後，會以再利用取代直接報廢，優先賦予舊設備第二生命，延長資產生命週期。

Recycle（回收）——報廢設備由全聯自行委外拆除後回收。對於判定無法再利用之極限設備與零組件，於廢棄前落實嚴格的材質分類與資源回收，促進原料閉環循環。

2025 績效成果

2025 年共有 204 台生鮮設備和 28 台空調進行維修整新和再利用

總計 232 台

整備成本共計為 221 萬元

相較於購置全新設備需花費超過新台幣 1,353 萬元

節省成本約新台幣 1,132 萬元

2025 年報廢設備原拆除費用預估為 215 萬元

經自行拆除回收後，扣除拆除成本節省新台幣 199 萬元

2025 績效成果

全聯與高雄市環保局於鳳山光華、鳳山保華一、三民陽明左營海總等 4 間門市設置資源回收機回收 317,130 支寶特瓶

相當於減少約 20.11 公噸的二氧化碳當量排放(註 1)

全聯參與「臺北市政府 101 淨零專案」截至 2025 年底共於臺北市 6 間門市建置智能自動回收機台回收 67,431 顆廢乾電池、49,727 支廢鋁罐及 124,141 支廢寶特瓶

累計實現減碳量高達 786.94 公噸二氧化碳當量排放(註 2)

全聯與 ECOCO 合作，已於全台 223 間門市裝設 ECOCO 智慧自動回收機台讓「到全聯順手做回收」成為大眾的生活日常回收 PP 飲料杯 690,693 支、HDPE 牛奶瓶 803,803 支、電池回收量 1,837,505 顆、鋁罐回收量 2,134,376 支、寶特瓶回收量 11,105,315 支

累計減碳 1,007.87 公噸二氧化碳當量排放(註 3)

措施

設置智慧回收機

全聯發揮門市通路影響力，自 2021 年起與高雄市環保局展開合作，於門市裝設「智慧回收機」。截至 2025 年，全聯已於高雄地區 4 間門市：鳳山光華店、鳳山保華一店、三民陽明店、左營海總店設置（因與高雄市政府合作到期，故以上站點於 2025 年 6 月撤機）。

為響應台北市政府 ESG 議題，全聯參與「臺北市政府 101 淨零專案」，於門市設置智能回收機台，提供市民便利、智慧的資源回收管道。該機台可針對寶特瓶、金屬鋁罐及廢乾電池進行回收。截至 2025 年，全聯已於臺北市 6 間門市：大直敬業店、大安延吉店、南港旗艦店、北投捷運店、天母天玉店、天母中山北店進行設置（因與臺北市政府合作到期，故以上站點已於 2025 年 11 月撤機）。

為響應 ESG 循環經濟議題，與 ECOCO 宜可可循環經濟合作，於門市設置智慧回收機台，該機台可進行 PET 寶特瓶、鋁罐、PP 塑膠杯的回收，並結合全聯福利卡點數回饋，鼓勵民眾將寶特瓶清潔乾淨並撕除外層包裝膜後再行投入回收機，提升回收塑膠（rPET）與循環再利用價值，養成顧客定點到店回收瓶器的習慣，期望建立循環經濟產業鏈，將回收料製成循環再製商品，實踐循環經濟願景。

（統計範疇皆為全台門市）

註：1. 參照環境部產品碳足跡資訊網之 PET 寶特瓶回收生命週期減碳效益係數，寶特瓶約 0.0634 kg CO_2e/ 支。
2. 減碳量計算係依據環境部「產品碳足跡資訊網」及資源回收自動機（ARM）系統之生命週期評估（LCA）減碳係數進行換算：廢鋁罐約 15.65 kg CO_2e/ 支、廢乾電池約 0.122 kg CO_2e/ 顆、廢寶特瓶約 0.0039 kg CO_2e/ 支。
3. 減碳量係採用 ECOCO 智慧回收系統數據，並參照環境部「產品碳足跡資訊網」之生命週期評估（LCA）減碳係數換算：寶特瓶 0.0634 kg CO_2e/ 支、鋁罐 0.089kg CO_2e/ 支、HDPE 瓶 0.065kg CO_2e/ 支、廢電池 0.0245kg CO_2e/ 顆、PP 杯 0.024kg CO_2e/ 支。

4.1.2 促進惜食減廢

全聯深知連鎖零售與生鮮處理對環境帶來的負擔，致力於廠區及門市端建構嚴謹的環境管理體系。在污染防制與法規遵循方面，針對生鮮處理廠導入完善的廢水處理措施，並依循水污染防治法定期檢測水質，確保營運過程產生的廢棄物與廢水符合政府環保標準。在廢棄物管理上，全聯全面落實垃圾分類、資源回收與廚餘管理，並積極拓展「廢棄物資源化（Waste-to-Resource）」的創新應用。特與臺中市環保局展開合作，將門市廚餘轉化為「沼氣發電」與「有機堆肥」，成功將營運廢棄物翻轉為綠色能源與農業資源。此外，全聯亦透過門市「惜食計畫」，向消費者宣導「吃多少、買多少」的永續飲食觀，從供應鏈末端攜手大眾減少食物浪費，共同實踐零廢棄的永續願景。

廢水處理

了防止廢水和污水造成污染，全聯設立詳細的廢污水處理流程，以便對營運廢污水和混有污泥的廢水進行分流處理。營運廢污水首先會進入油脂分離槽進行油脂隔離，然後與民生污水一起流入初沉池。接著，廢水會經過一系列處理階段，包括廢水處理設施、接觸氧化槽、生物沉澱槽、澄清液槽和消毒流放槽，最終達到排放標準。對於混有污泥的廢水，系統會使用污泥濃縮槽和污泥儲存槽進行處理，並委託外部廠商抽取污泥，最後將處理過的污泥送往迪化污水處理廠進行最終處理，確保所有廢污水都得到妥善處理。

廢棄物管理

全聯致力於減少營運對環境造成的負擔，在全台門市執行 100% 廢棄物源頭分類機制，將一般廢棄物嚴格區分為可回收與不可回收兩類，並委託專業廢棄物處理廠商進行後續回收再利用或焚化處置。同時，全聯發揮實體門市的社區影響力，於門市內部設置多個資源回收桶，鼓勵顧客在消費體驗中落實垃圾分類，攜手推動資源循環。2025 年全聯廢棄物處理總量約為 23,276 公噸。廢棄物總量較 2024 年成長，主因係全聯於 2025 年持續擴展門市，營運邊界擴大帶動總量上升。展望未來，全聯將持續精進廢棄物的源頭分類、減量和回收，致力於提升資源循環率並減少環境負荷。

全聯廢棄物統計表

項目	廢棄物類別代碼	2022	2023	2024	2025
回收處理廢棄物（噸）	廚餘 R-0106	4,089.6	4,275.6	4,490.1	5,116.0
焚化處理廢棄物（噸）	事業活動產生之一般性垃圾 D-1801	16,020.9	16,186.2	16,998.3	16,629.3
	動植物性殘渣混合物 D-0199	1,387.2	1,344.0	1,411.4	1,530.4
總計（噸）		21,497.7	21,805.8	22,899.8	23,276.0
單位營收廢棄物處理量（噸／新台幣百萬元）		0.1264	0.12945	0.2289	0.2327

註：此表格數據範疇為全聯實業（不含子公司）

無紙化

全聯推動無紙化作業，結合數位化服務，藉由提供電子化服務及數位印花，在提供消費者便利消費體驗的同時，提升門市流程與資源效率，落實紙張減量。

2025 績效成果

隨著全台門市規模與營業額持續成長 2025 年全聯發票紙捲總使用量為 10,142,313 捲

措施

電子發票服務

全聯自 2010 年起推出會員申請電子發票服務，並進一步結合多元支付，提供顧客刷卡消費時同步將發票儲存於信用卡的便利功能。透過發票載具推廣，從源頭減少發票存根聯與紙本發票的紙張耗費，亦優化門市作業流程，降低實體發票保管負擔與倉儲空間需求。

（統計範疇皆為全台門市）

2025 績效成果

全聯門市雲端發票使用率逐步提升
至 2025 年雲端發票開立占比達 55.25%

相當於減少了約 2.7 億張紙本發票的列印

顯著降低營運端紙捲與熱感應紙廢棄物之產生

措施 **雲端發票服務**

全聯致力將永續理念融入顧客的日常購物體驗，自 2017 年起推廣雲端發票，並結合 PX Pay 等數位服務功能，主動引導消費者使用雲端發票，養成以載具儲存發票的習慣，節省紙張耗用。

（統計範疇皆為全台門市）

惜食減廢

全聯秉持珍惜資源、減少浪費的精神，自 2017 年起，啟動「惜食計畫」，將即將過期或外觀不佳的商品，如蔬果、水果、肉類、鮮魚和麵包等轉為惜食商品。由門市與附近提供弱勢族群供餐服務的社福團體合作，形成了在地資源分享網絡，讓有需要的人能夠獲得健康、安全的食品，賦予即期生鮮與食品第二次機會。此外，全聯也積極推廣「吃多少買多少」的理念，鼓勵消費者珍惜食物。2024 年 10 月 PX Pay 上推出「惜食地圖」功能，消費者可依惜食地圖引導至門市購買。門市透過數位惜食地圖推動，全年度生鮮報廢率從 2018 年 1.96% 降低至 2025 年 1.28%，進一步落實「惜食三部曲」。

截至 2025 年，惜食計畫已累積搶救價值達新台幣 2 億元的食物；平均每年搶救約新台幣 2,500 萬元的食物免於被拋棄與焚化。惜食計畫降低門市端食物浪費，減輕環境碳排負荷，更是全聯實踐 SDG 12（責任消費與生產）與 SDG 2（消除飢餓 / 惜食三部曲）的具體展現。

全聯「惜食計畫」三部曲

STEP 1 適當份量 吃多少買多少

全聯積極向消費者推廣「吃多少買多少」的消費習慣，希望與大家共同珍惜食材。

STEP 2 即期商品 折扣促銷

所有生鮮產品設定三天的保存期限，在效期最後一天，各門市會推出即期商品折扣促銷活動，以減少門市的食物浪費。2024 年 10 月底於 PX Pay 上推出「惜食地圖」功能，消費者可依惜食地圖方便查詢當日生鮮折扣商品。

STEP 3 惜食商品 提供需要幫助的人

全聯與附近符合以下三項條件的社福團體合作，提供資助以支持他們獲取惜食商品：

1. **必須設有供餐服務並擁有廚房設施。**
2. **距離門市車程需在 30 分鐘以內。**
3. **每天晚上 9 點半後能到門市領取惜食商品。**

2025 年度全聯有 148 家惜食門市，惜食受益人次超過 430 萬人次。全聯向 80 家社福團體（包括教會學童陪讀班、身心障礙安置所、老人長照據點、戒毒村等）提供支援，致力照顧銀髮老人、孩童及弱勢群體，確保他們能夠獲得充足、安心且營養均衡的食物。2025 年合作社福單位家數減少，主要係因部分社福機構領取惜食志工人力短缺，影響到定時前往門市領取惜食之量能。

而為降低生鮮商品因保存期限屆滿而造成的食物浪費，全聯亦與供應商合作，對進口牛肉及海鮮產品進行貼體包裝。貼體包裝可有效減少包材使用量，並透過提升包裝密封性與保鮮效果，使產品保存期限較傳統包裝延長 30% 以上，增加商品架上販售時間及消費者購買後的保鮮期，更進一步降低生鮮耗損及食物浪費。

年份	2022	2023	2024	2025
惜食門市（店）	146	175	152	148
媒合供餐社福機構（家）	92	101	88	80
受益人次（人）	360 萬	413.5 萬	368 萬	430 萬

4.1.3 轉型低碳綠能

為響應台灣「2050 淨零排放」目標，全聯將環境永續理念深植於實體門市的營運與建構中，全力打造低碳、友善的「綠色門市」。在門市空間規劃上，透過外觀綠化減緩都市熱島效應，並於興建與改裝過程中嚴選綠色建材，降低建物生命週期的環境負擔。同時，全聯全面提升門市能源管理效率，選用環保標章與節能標章的高效能空調系統、商用冷凍冷藏設備及 LED 照明系統，以實質行動精進能源使用效率。自 2016 年至 2025 年，全聯共計投入約新台幣 23 億元增添與汰換設備，每年約可減少約 2,372 萬度能源使用量，將近 1,170 萬公斤的碳排放量，在日常營運中實踐全聯用心守護環境的理念。

全聯綠色友善門市設計

門市外觀

措施與 2025 年績效

- 截至 2025 年底，已全面完成全台所有門市招牌螢光燈汰換為 LED 燈具，2025 全節省電力達 83 萬度、減少溫室氣體排放 395.6 公噸 CO_2e。

2026 年目標與未來規劃

- 2026 年下半年預計測試門市裝修用組合版，簡化現場室內施工樓成並縮短施工時間；並將 2023 年於林口文化北店測試之極簡化工法擴大應用至其他門市。

硬體建材

- 設置風除室、櫥窗玻璃防皺捲簾，隔絕室內與室外的空氣，阻擋灰塵和蚊蟲進入，同時有效節省冷氣開支。
- 採用高壓透水磚，其具有出色的透水和透氣性能，相較於傳統水泥和柏油鋪面效果更佳，有助於改善排水和調節溫度。
- 2025 年於高雄左營海景、台南歸仁中正南、嘉義布袋大智等三間門市導入太陽能，共累積七間門市導入太陽能。2025 年節省電力達 94.8 萬度，節省約 349.81 萬元電費開支，並減少溫室氣體排放約 450 公噸 CO_2e。

- 2026 年計畫擴大導入 EMS（能源管理系統），目標導入 60 家門市（涵蓋北部、中部、南部、東部等區）預計可減少約 160 公噸 CO_2e。
- 單店節能效益：預計每店節省電費 7%。

賣場設備

- **安裝節能空調室外機**：2025 年新增 46 家門市增設節能空調室外機，實現 601,067 度的電力節省，並減少 284.91 公噸 CO_2e 的溫室氣體排放。
- **變頻冰箱規格由 R22 冷媒冷凍藏設備汰換升級為 R410A 環保冷媒變頻式主機**：2025 年在 45 家門市完成了變頻冰箱的升級，節省 160.2 萬度電力，並減少 759.35 公噸 CO_2e 的溫室氣體排放。
- **設置賣場、騎樓及小夜燈等燈具單獨迴路**：2025 年完成 40 間門市設置，騎樓燈 716 盞、小夜燈 50 盞，每年可省約 4.65 萬元電費、減少溫室氣體排放 86.14 公噸 CO_2e。
- **導入賣場 LED 線型燈，優化光效並提升整體能源管理表現**：減少用電量 287,912 度，為門市節省電費 92 萬元，並減少溫室氣體排放 136 公噸 CO_2e。
- 在 17 家門市設置汽車電動車充電站，並在 281 家門市設有機車換電站。

2016-2025 年門市節能減碳設備投入與成效

措施	累積投入成本（新台幣億元）	可節省電力（度／年）	可節省碳排放量（噸 CO_2e ／年）	擴及據點
空調主機汰換—門店空調設備汰換為具節能二級之變頻主機	2.63	8,356,410	3,902,443	更換 192 間店
冷凍藏設備汰換—淘汰冷凍藏設備 R22 冷媒，改採用 R410A 環保冷媒變頻式主機	16.48	11,367,536	5,308,639	更換 317 間
燈具汰換—將傳統 T5 螢光燈具更換成 LED 燈具	2.8	11,232,486	5,245,571	更換 1,113 間店

註：以上用電碳排放計算，使用經濟部 2025 年 6 月公布「2025 年電力排碳係數」=0.467 公斤 CO_2e/ 度，代表每度電的碳排放量為 0.467 公斤二氧化碳當量。

友善共好

5.1 多元安心職場
5.1.1 多元和諧職場
5.1.2 員工職能發展
5.1.3 職業安全衛生

5.2 打造安心社區
5.2.1 社區參與
5.2.2 社會公益



5.1 多元安心職場

全聯秉持「以人為本」的核心信念，將每位同仁視為與公司共同成長、推動企業永續發展的關鍵夥伴。我們致力於建構兼具競爭力的薪酬福利、透明多元的溝通管道，以及完善的人才發展與培育措施；同時，透過「職業安全衛生委員會」的運作與管理，全面守護職場安全與同仁身心健康。全聯期盼打造一個安心、包容且充滿成長動能的共榮職場，與員工攜手共創價值。

5.1.1 多元和諧職場

全聯提供系統化、完善的招募、聘用、留任與管理機制。為傾聽同仁聲音設置雙向溝通管道，以維持良好勞雇關係，並藉由提供全面的福利制度，營造多元及和諧之職場文化，照護員工身心靈健康，積極協助員工落實工作與生活平衡，打造兼具向心力與成長動能的永續職場。

員工管理機制

項目	說明
行為管理	· 依循《全聯工作規則》、《績效評核辦法》。
招募	· 依循《全聯新進人員招募面試作業要點》辦理。
聘用、留任	· 依循《員工試用期滿考核要點》辦理。
工作時數與休假管理	· 制定《全聯工作規則》內的出勤作業要點、加班作業要點，並導入全聯人事管理系統（HRM），以輔助各分店提升人力管理效率，與提升數據之準確性。
溝通管道	· 設置員工關懷專線及員工內部申訴信箱。 · 每季召開勞資會議，針對勞工條件及權利義務有變動者，進行協商與討論。

員工組成

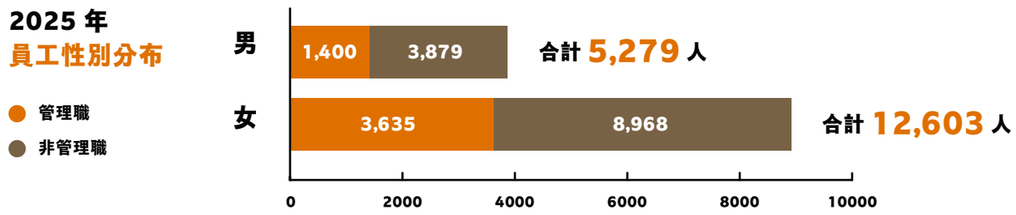
全聯營運規模穩健擴張，帶動就業機會逐年成長。
2025 年全聯總員工人數共計 31,902 人，正職與兼職勞動力均較 2024 年增長；
其中正職員工為 17,882 人（佔 56%），兼職員工為 14,020 人（佔 44%）。
全聯持續優化多元的勞動力結構，為企業永續經營奠定堅實的人才基石。

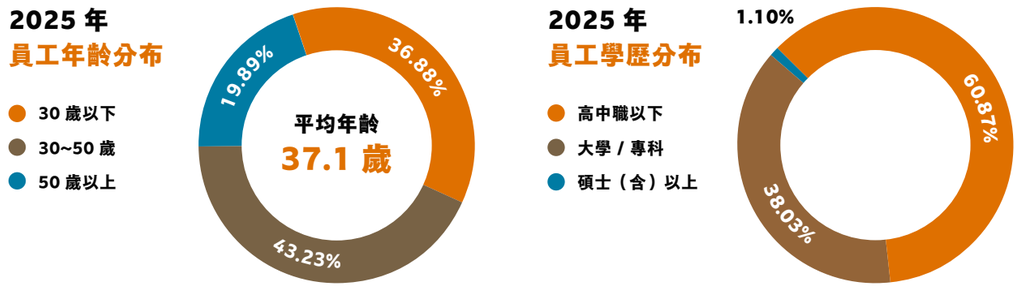
勞雇類型	2023		2024		2025	
	男	女	男	女	男	女
正職員工	3,539	10,458	3,527	10,423	5,279	12,603
兼職員工	4,028	6,372	4,531	7,586	5,225	8,795
合計	7,567	16,830	8,058	18,009	10,504	21,398

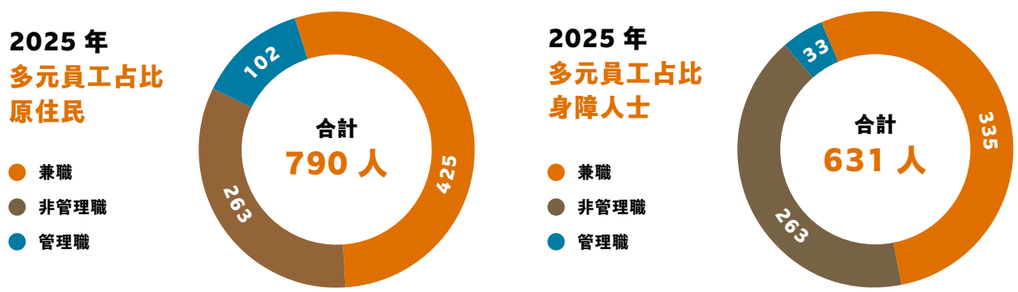
全聯的人才政策貫徹多元平等的核心價值，確保員工不因性別、年齡、種族、族群、身心障礙等而受到不公平對待，致力於營造多元且平等的職場文化。我們全面落實勞動權益與人權保障，廣納多元族群人才；同時建構透明公平的晉升體制，透過設立「人才評議委員會」，依循公開之績效考核制度與量化指標，進行客觀、公正的同仁升遷評估，以制度化確保每位夥伴的職涯發展機會。

除了廣納多元人才，全聯亦積極實踐弱勢平等就業。2025 年全聯身心障礙夥伴晉用率達到 1.98%，高於法定 1% 標準[註]。從 2023 年的 1.75%、2024 年的 1.84% 提升至 2025 年的 1.98%，相關數據呈現逐年成長趨勢，展現全聯在促進多元共榮與打造友職場方面的持續投入與成效。我們透過友善的職場環境設計，協助身障同仁發揮所長，打造兼具包容力、同理心與組織韌性的永續職場。

員工組成







註：依據《身心障礙者權益保障法》第 38 條規定，私立學校、團體及民營企業員工總人數達 67 人以上者，晉用具有就業能力之身心障礙者人數，不得低於員工總人數 1%。

中高齡友善就業

因應臺灣邁向超高齡社會及勞動力結構轉變，全聯積極推動中高齡與高齡人才聘用及留任，由專責管理單位統籌規劃與推動高齡友善措施，致力打造世代共融的職場環境。除持續創造中高齡就業機會外，全聯更著重於推動「青銀共事」，透過強化跨世代職場合作，為社會提供穩定的就業機會。在員工照顧方面，全聯從身心健康與飲食均衡雙管齊下，聘請專業護理團隊提供員工健康照護服務，由護理師定期進行訪視與健康關懷；總部則提供每日水果與樂齡健康餐，確保同仁能維持均衡的營養與體力。為了讓中高齡同仁擁有舒適且無障礙的工作體驗，全聯持續優化工作環境與制度設計。在軟硬體設計上，推動收銀機排版和字體優化以體貼員工視力，並提供專屬的工作輔具（護腰、護腕及酸痛貼布等）以減輕身體負擔；在管理制度上，實施門市排班彈性化，增加工作安排彈性。此外，為了推動青銀共事，全聯更開辦著重於世代共融的訓練課程，並在體制上鼓勵主管任用中高齡員工。截至 2025 年底，全公司任用 45-54 歲 6,582 人，55 歲（含）以上 3,412 人，合計 45 歲以上任用人數 9,994 人，占全體員工人數 31.3%。透過持續完善高齡友善職場措施，全聯不僅回應高齡化與少子化帶來的人才挑戰，更以實際行動促進多元共融，強化企業永續發展動能。

員工福利制度

項目	說明
休假制度	· 依循《全聯工作規則》、《績效考核辦法》辦理，並提供年資滿 3 個月之正職人員公益假。
員工保險	· 勞保、健保、員工團保。
退休金制度	· 依循《全聯工作規則》內的員工退休辦法辦理。 · 正職員工服務年資滿 10 年，頒贈金幣一枚。
健康促進	· 年度員工健檢，健檢模式包括巡迴檢查及到院檢查，2025 年共舉辦 48 場巡迴檢查，到院檢查配合醫院達 34 間。檢查項目更優於法規，提供包含心臟檢查及血液、尿液全套檢查。 · 總部配備健身房，並提供同仁優惠價，每季繳交新台幣 100 元即可不限次數使用。
婚育照護	· 結婚津貼。 · 正職員工年資滿 1 年者，產假 12 周且提供全薪（優於勞基法），另獎勵生育補助 5 萬元。 · 子女獎學金。
獎金制度	· 年終獎金、端午及中秋禮金、生日儲值金（生日儲值金為福委會提供的員工福利）。 · 中元電子禮券發放。響應無紙化，自 2022 年起推動電子化，2025 年發放 33,088 張，實際開券數 30,209 張，開券率達 91%。
彈性工時	· 總公司正職員工，年資滿 3 年以上，且育有學齡前（0-6 歲）子女者，得申請調整上班時間為 08:30~17:30（原表定班時間 09:00~18:00）。

註：除表中另有標示適用對象、年資或資格限制之福利項目外，其餘福利措施原則上適用於全體員工。

育嬰留職停薪統計

2025 年育嬰留職停薪統計	男	女	合計
2025 實際申請育嬰留停之員工（人）	20	191	211
2025 預計育嬰留停復職（人）	19	219	238
2025 實際育嬰留停復職（人）	14	160	174
2024 實際育嬰留停復職（人）	10	139	149
2024 育嬰留停復職後十二個月仍在職（人）	7	112	119
復職率 *（%）	73.7%	73.0%	73.1%
留任率 *（%）	70%	80.6%	79.9%

※ 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 。
※ 留任率：前一期間育嬰假復職後十二個月仍在職員工數 / 實際育嬰留停復職員工數。

EMPLOYEE BENEFITS

TALENT DEVELOPMENT

5.1.2 員工職能發展

全聯深信，人才是企業永續經營的核心根基。我們將每位同仁視為攜手並進的策略夥伴，規劃全方位人才培訓計畫。由「管理部訓練發展處」與「營業部營運訓練處」專責協同，因應業務屬性與職能需求，整合實體與數位學習資源，分別針對總部後勤、門市營業、物流廠及生鮮廠，量身打造符合各職級發展的專業核心課程，由淺入深，全面厚植全聯的永續人才競爭力。2025 年，因應集團整併大全聯（原：大潤發），全年度總訓練時數增至 273,728 小時，總訓練費用為新台幣 4,944 萬元，透過多元且系統化的培訓課程，全聯持續提升員工專業能力與組織效能，並為企業永續成長奠定穩健的人才基礎。



全聯中高齡員工培訓與職涯發展措施

全聯秉持「全齡招募」理念，針對中高齡員工推動一系列友善職場措施，涵蓋招募、培訓、職務調整與職涯支持等面向，致力為其打造兼具包容性與發展性的工作環境。

面向	措施名稱	內容說明	具體數據 / 成果
招募培訓	中高齡職場體驗與招募	・五階段實作體驗，提升中高齡求職者對賣場之了解與認知，降低其求職門檻，包含企業簡介、賣場導覽、商品認識、工作體驗與職缺面試。	・2025 年體驗人數共 300 人
跨世代協作培訓	青銀共事不卡關	・同理溝通、適才適性、化解衝突、心理建設四大主題，培養「共融領導力」。	・參與對象包含店經理、營業部主管，透過提升主管帶領技巧與跨世代理解的能力，促進不同世代間的合作與交流，使中高齡同仁豐富的人生閱歷成為團隊的最強戰力。
友善職場認證	中高齡友善職場認證	・共有六大高齡友善政策，包含：多元招募（創造高齡員工能見度）、內部溝通與教育訓練、硬體改善（提升設備友善性，例如提供護腰等護具）、職務調整（彈性工作／調整職務內容）、健康服務（追蹤員工健康指標）、健康計畫（健康檢查、失智友善商店設置）。	・2025 年共有 14 家門市取得友善職場認證（銀獎 8 家、銅獎 6 家）。

全聯人才培育計畫——全聯訓練地圖



全聯人才培育專案

總部後勤

總部年度訓練
・依據公司年度經營方向，設定學習議題，安排各層級進行主題學習。2025 年培訓主軸為「共融共好」，受訓層級包含總部後勤主管與專員同仁，以部門為主體作訓練開展，總計受訓 1,338 人次，總受訓時數 6,021 小時。

總部新進人員訓練
・專門為總部新進人員設計一系列的線上與實體培訓課程，包含：公司簡介、工作規章、企業文化等內容，促進總部新進人員快速適應工作，協助公司的整體營運更加順暢。2025 年培訓人數 353 人次，總受訓時數 547.55 小時

名人講座
・不定期舉辦內部講座，包含跨域趨勢、軟性激勵、科技技能等不同類型講座，驅動組織進步、協助員工成長、凝聚員工與組織向心力。2025 年舉辦「變局下的領導新思維」講座，此次講座總計 315 名主管共同參與，總受訓時數 472.5 小時。

門市營業部

儲備區主管訓練
・針對具有發展潛力的門市營業部關鍵人才，推動儲備區主管訓練，設計課中作業與測驗、學習成果發表及主管甄選面談等多元的在職培訓。此外，儲備區主管訓練著重商業思維的提升，安排營業處長與區主管，將區域經營的要點，於課程中進行案例研討與分享，積極推廣內部優良案例，且在培訓過程中，提升學員潛力，有效促進人才晉升與發展。2025 年共有 16 名店經理取得儲備區主管資格，整體共有 26 名預備區主管於人才庫中，2025 年總受訓時數 2,436 小時。

儲備區主管實務班
・幫助儲備關鍵人才更深入瞭解公司規章、各單位業務概況及熟悉區主管之工作內容，安排處區會議研習、處長訪店指導等培訓規劃，2025 年總計 14 人受訓，總受訓時數達 455.5 小時。

全體同仁

數位講座
・不定期推出數位講座，精選財經、管理、趨勢內容，以及企業案例研析等專業知識，提供給總部主管與同仁線上修習，也鼓勵營業門市同仁共同學習。2025 年修課人次共計 1,087 人次，累積學習時數達 543.5 小時。

考取證照之委外訓練
・鼓勵全體同仁提升業務相關專業知識或法規知識，並考取專業證照，包含：防火管理人證照、職業安全衛生證照、急救證照等，提供外部機構之培訓資源。2025 年總計 680 人次參與相關委外培訓【註】，總培訓時數達 2,539 小時，獲取證照數 95 張。

註：2025 年委外培訓人次、時數低於 2024 年，主要係統計方式調整所致。過往將法規要求與職安相關規畫講座，皆計算進委外時數中，2025 年起未將該類課程納入委外培訓統計，因此整體培訓人次及時數較前一年度減少。

全聯 e 學院

為提供同仁完善、多元的學習資源，讓學習不再受時間與空間限制，自 2019 年起導入「全聯 e 學院」線上學習平台，累積至 2025 年共上架 1,304 堂課程、1,116 支教材，包含生活藝能、數位講堂、語言學習、數位雜誌等課程。線上課程點閱人數達約 134 萬人次，課程內容除了工作專業知識外，更將生硬嚴肅議題，以輕鬆有趣且易於理解的情境動畫呈現，包括職場紀律、商業道德、營業秘密，讓同仁能輕鬆學習與自身相關的職場規範與法規知識。

職涯測驗評估系統

全聯視員工為企業永續發展的基石，為提升全體員工試用期滿留任率，自 2020 年 7 月起正式導入「職涯測驗評估系統」。針對新進同仁進行職能評估，分析同仁的個人特質與潛力，並將其與「業界常模」進行比對，進而為每位同仁量身打造適才適性的培育計畫與職涯發展機會。2025 年全聯新進同仁試用期滿留任率達到 77%，展現了全聯在人才發展、職涯支持及員工留任管理上的具體成效。

深化人才培育合作

除了優化新進同仁的職涯發展，全聯亦將產學合作視為培育與留住關鍵人才的重要策略。透過完善的培訓銜接機制，並配合定期的電話關懷，持續與實習生保持密切溝通與連結，協助其順利適應職場環境並建構歸屬感。2025 年全聯共與 25 所大專校院開展產學合作，實習生留任率達 65.3%，為企業永續營運注入青年新生力。

5.1.3 職業安全衛生

全聯以「零災害」的安全健康管理為最高目標，設立專職專責單位「職業安全衛生管理室」，規劃並推動企業內部的職業安全衛生政策。全面依照 ISO 45001 國際標準導入並落實職業安全衛生管理系統，定期召開會議、舉辦安全衛生教育訓練，並針對各工作環境進行職場風險評估。透過主動識別風險、落實各項改善專案，全聯致力將職場安全疑慮降至最低，全方位守護全體同仁的職業安全與身心健康。

職業安全衛生組織

職業安全衛生管理室（以下簡稱職安室）為直接隸屬總經理之一級管理單位，以優於法規（第二類事業單位及分散型事業單位）之編制，執行職業安全衛生管理相關事務。職安室劃分為兩大專責單位，派駐專業同仁於總部大樓、超市處區辦公室與量販區域辦公室。其中，「職安管理處」共編制 13 人，皆取得職業安全衛生專業人員相關認證，包含職業安全／衛生管理師、職業安全衛生管理員或職業安全衛生業務主管，專責執行法定各項職業安全衛生業務；「健康促進處」則編制 24 人，包含職業護理師 19 人，專責執行同仁之健康管理、員工關懷、健康諮詢、健康促進、提升運動及社區參與等，全方位守護夥伴的身心健康。同時，為提升職安衛管理效能，全聯由職業安全衛生管理室、相關單位主管與工會代表共同組成「職業安全衛生委員會」，每季定期召開會議。會議由職業安全衛生管理室進行職安衛相關業務報告，並邀請與會之相關單位主管及勞方代表針對關鍵議題進行商討與決議。藉由健全的組織編制與勞資雙方的充分溝通，持續優化工作環境，將職業安全與健康關懷落實於企業日常營運中。

職業安全衛生委員會成員簡介

主任委員：總經理
- 會議主席
- 討論事項決議
- 重大事務決策

委員	委員	勞工代表	特別列席
職業安全衛生管理室	重要部門主管	工會推派	依議題邀集／職安室
・主管 ・職安管理師	・營業單位・工程單位 ・稽核／法務單位	・工會理事長 ・工會推派代表	・邀集之單位主管 ・職安管理師・職業護理師

職業安全衛生系統

全聯於 2023 年完成建置職業安全衛生管理系統，並建立完整的職業安全衛生管理流程，包含查驗相關法規符合性、審視各項作業活動及服務所衍伸之安全衛生風險，以及辦理教育訓練、預防及矯正措施管理等步驟，打造安心之職場文化。

恪遵法規
提供工作者安全健康的工作環境
- 實施每季法規查核，鑑別及符合適用的職業安全衛生法令。
- 訂定相關標準及辦法，並落實各項檢查機制。
- 優於法規的健康檢查制度，並提供各式健康促進活動。

風險管制
鑑別危害並控制風險，以維護工作場域安全
- 利用危害鑑別制度，找出相關危害因子。
- 增加員工職安衛相關知識及加強必要之教育訓練，以提升危害預防認知能力。
- 落實監督與考評制度，以達全員參與之目的。

監控改善
持續監管職安衛管理績效，確保永續經營
- 加強風險評估與管控機制，預防事件之發生。
- 落實事件處理與調查管理制度，找出發生主因。
- 貫徹矯正及預防措施管理制度，徹底阻斷危害源頭。

職業安全衛生業務

全聯於 2024 年通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統驗證，證書效期為三年至 2027 年。全聯以此管理系統為基石，積極落實各項防護措施，使每年「綜合傷害指數」均低於職安署公布之零售業平均值。未來，全聯將持續深化門市職安衛的自主管理能力，由內而外營造安全、健康的企業文化與職場環境。

類別	業務項目	2025 年執行內容與績效
恪遵法規	職安勞檢統計	・門市遇到職安勞檢時主動通報，並於收到函文時將相關資訊上傳系統予職業安全衛生管理室，彙整同仁回饋，以進行改善方案之可行性評估。
職災預防	職災事故調查	・完整統計每件職災類別及致災原因，協助門市進行相關改善，並探討導入改善措施之可能。 ・職安管理師於每次巡訪時會與門市同仁討論，了解門市是否有遇到相關安全衛生疑慮，並將同仁回饋的意見統整，進行改善可行性評估。
風險危害預防	職安管理師門市巡訪	・安排各駐地職安管理師進行門市巡訪，檢視門市相關安全衛生之管理事項，針對有職安疑慮或缺失部份發出改善通知，2025 年總訪店率為 100%。
	護理師 / 醫師門市巡訪	・為維護門市同仁身心健康，定期安排專業護理師與臨場醫師深入門市巡訪，主動進行健康關懷。2025 年，除了全門市至少一輪護理師訪店及醫師臨場服務外，亦增加臨場訪視次數，故護理師巡訪訪店率高達 190.7%，展現對基層同仁的深耕照護。
	化學品危害分級管理	・針對門市常見使用之化學品（如：柴油、酒精、漂白水及清潔劑）進行分級管理與相關檢查。
教育訓練	新進及在職之職安教育訓練	・新進人員固定依法規進行三小時之一般安全衛生教育訓練。 ・在職人員固定接受安全衛生宣導，總時數多於法規規定之三年三小時。
	CPR+AED 訓練	・總部特別規劃 CPR+AED（心肺復甦術＋自動體外心臟電擊去顫器）訓練課程，以提升同仁急救技能，期盼未來發生緊急事件時，可提供救護對象即時幫助，2025 年共舉辦 64 場 CPR+AED 教育訓練，受訓人數達 1,371 人。
職安四大計畫	身心健康評量	・建置員工專用的健康關懷系統，系統中包含身心健康評量，同仁可使用電腦或行動裝置進行填答之便利性，2025 年填答率達 100%。 ・由問卷篩選出高風險人員，並由職業護理師做後續健康訪視及相關勞工健康保護措施。
	勞工健康保護	・**人因性危害預防**：提供第一線同仁輔具，包含護腰、護腕、防滑省力手套與痠痛藥布等，並同步於安全衛生教育宣導示範中教導正確的搬運方法，減少不當搬運姿勢造成的身體傷害。 ・**女性健康保護**：提供懷孕同仁全面的關照與祝福，包含董事長賀卡、全聯鴻孕專屬媽媽包、個人及門市版的孕期注意配合事項、孕期營養補助金新台幣 6,000 元、生育補助金新台幣 50,000 元、育兒托兒補助、適性配工調整、與專屬護理師孕期關懷等。 ・**異常工作負荷促發疾病**：依據每年 3 月身心健康評量量表結合健檢數據異常者，進行心理關懷及預防措施。 ・**執行職務遭受不法侵害預防**：設置專屬員工關懷專線、We-Care 信箱、性騷擾專屬部門、轉介相關醫療及心理諮商輔導。
健康保護	醫療健康照護	・全聯推動主動式職場健康管理，自 2014 年起推行門市走動式關懷，由專業醫療團隊針對同仁健檢異常項目進行實地親訪與定期電訪追蹤。2025 年專業健康照護團隊編制包含臨場服務醫師 16 名、護理師 24 名、心理諮商師 1 名，採一對一健康關懷與解說分析，針對員工當年度健檢結果提供建議。針對健檢異常者，除了護理師與醫師會親訪之外，也會定期以電訪方式持續追蹤同仁健康。2025 年護理師累計關懷 30,768 人次；專業醫師臨場服務達 558 場次；此外，亦針對同仁心理健康需求，舉辦 11 場心理諮商服務，陪伴 113 位同仁走出低潮，守護夥伴的身心平衡。
健康促進	減重新制 2.0 活動	・利用全聯 e 學院開設多元健康的線上課程，包含宣導原型食物及健康飲食法、開設減重班、專業體適能檢測、請營養師宣導等，並額外提供獎金，鼓勵同仁自主減重，維持自身健康。 ・2024 年報名減重班人數達 545 人，體重下降 10% 有 105 人，總減公斤數 2,117 公斤，平均減重成功率 19%，月平均減 183 公斤，月每人減 3.0 公斤，每月平均有 9 人體重減輕達 10% 以上。2025 年報名減重有 643 人，減重計畫預計執行至 2026 年 10 月 31 日截止。
	戒菸活動	・藉由訪店或廠區巡視發現有意願的同仁或直接向各處護理師報名，即可轉介特約戒菸治療服務機構，而護理師會持續追蹤輔導、關懷及成效。若成功戒菸之同仁可獲得獎金新台幣 5,000 元，2025 年報名 117 人，成功戒菸 52 人，成功率 44%。
	健康講座	・為提升夥伴的身心韌性與生活平衡，規劃多元化的身心靈系列講座與多元活動，全方位照顧同仁的心理健康與休閒需求。2025 年身心靈系列講座全年度共舉辦 43 場（總部 26 場、處區 16 場、線上 1 場）。亦舉辦多元心靈紓壓活動，鼓勵同仁參與各類社團活動與國內外旅遊補助 / 活動，營造工作與生活平衡的友善職場文化。
	血壓監測	・為守護同仁健康，促進同仁的自主健康管理，全聯自 2019 年起陸續於全台門市、物流廠區與生鮮廠設立血壓監測站，推動同仁血壓量測與監測，並區分風險等級（由低至高分為：正常、前期、第一期、第二期與高血壓危象 Hypertensive crisis），將高風險或有其他病史之同仁納入優先關懷名單，並進行健康追蹤。 ・全聯利用「員工健康關懷系統」進行線上健康追蹤。2025 年，門市、處辦公室同仁之血壓測量率皆達 97%。此外，自 2023 年起，總公司比照門市同仁健康管理標準，積極推廣員工每月至少測量 4 次血壓之計畫；總部同仁的測量率由 2024 年 34% 大幅提升至 2025 年 67%，顯著成長，顯示總部在血壓監測推廣與自主健康宣導上深具成效。

職業災害統計

為提升同仁的職業災害預防意識與自我保護能力，全聯定期針對災害類型進行系統性的統計與分析。2025 年全聯共發生 370 件職業災害事件，前三項最主要災害類型分別為「壓砸傷」（76 件）、「切割穿刺傷」（75 件）及「摔傷」（64 件）。針對此類高頻率發生的風險類型，列為重點管理項目，將持續加強門市設備防護、優化作業流程指引，並落實職場安全宣導，從源頭降低職災發生率。

災害類型	墜落	壓砸傷	切割穿刺傷	撞傷	拉扭傷	捲夾	摔傷	燒燙灼凍傷	公出交通事故	其他	總和
男	3	22	32	18	11	3	15	0	4	2	110
女	25	54	43	30	32	7	49	8	6	6	260
合計	28	76	75	48	43	10	64	8	10	8	370

全聯致力於守護同仁的職場安全，並以嚴格的自我要求打造安心的工作環境。2025 年，全聯之總合傷害指數（FSI）值（註）為 0.19，相較前一年度大幅降低，優於勞動部職業安全衛生署所公布之近三年（2022~2024 年）平均標準值 0.37。全聯以總部及全國門市總計 31,902 人作為計算母體，並將損失日數達一日（含）以上之事件皆納入失能傷害人次紀錄，使實際職災統計與 FSI 指數高度一致。此外，為全面預防並減少職災發生，訂有完善的「職業災害處理流程」，一旦發生異常即即時啟動事故原因調查、持續追蹤並落實改善措施，以具體行動實踐對員工安全與健康的承諾。

2025 年失能傷害統計數據	男	女	合計
失能傷害頻率 FR	0.86	1.75	1.48
失能傷害嚴重率 SR	3	35	25
總和傷害指標 FSI	0.05	0.25	0.19

註：總和傷害指數計算方式 [（失能傷害頻率 FR × 失能傷害嚴重率 SR）÷ 1000]^0.5

OCCUPATIONAL SAFETY

職災處理流程



註：依據《職業災害處理及通報辦法》進行急救搶救措施

5.2 打造安心社區

5.2.1 社區參與

秉持著成為「全民的超市、社區的好鄰居」的理念，以及作為在地企業的使命感，全聯動員遍布全台的門市網絡，從門市自主改善、深化社區溝通做起，打造安心、友善且溫暖的購物環境，到主動推廣與積極參與在地關懷活動，為社區提供多元的活動場所，致力於為台灣民眾創造更友善、宜居且安心的社區環境。

無障礙友善空間

為落實對多元客群的體貼與承諾，全聯於全台門市積極布建無障礙硬體設施，包括設置安全斜坡、電梯、緊急求救鈴，並全面拓寬賣場內走道，以兼具安全性與便利性的空間設計，提升行動不便消費者購物時的安全性與便利性，打造更具包容性的消費場域。此外，全聯持續提升內部同仁對館內無障礙設施的認知與應用能力，並推動「主動協同購物」；當身心障礙、高齡或有特殊需求的顧客進店購物時，門市同仁皆能即時提供必要協助，協助顧客順利完成購物流程。

全聯透過硬體友善環境建置與暖心服務文化的雙軌推動，持續提升購物體驗與服務可近性，致力營造安全、便利、平等且具尊嚴的購物環境，讓每位消費者都能享有無障礙且安心自在的消費體驗。

友善失智賣場

隨著台灣正式邁入超高齡社會，高齡人口與失智症患者比例持續增加，全聯發揮通路影響力，積極投入高齡友善社會建構，致力打造更具包容性與可近性的購物環境。自 2018 年起，全聯響應並參與衛福部國健署「失智友善賣場推廣計畫」，與各地方政府機構攜手合作，持續針對門市同仁舉辦多元培訓，包含實體失智課程、工作坊、線上學習、情境模擬演練、案例分享等，並透過海報及門市 PXTV 加強宣導。透過全方位的賦能計畫，使同仁具備失智症識能，能夠敏銳辨識失智症患者，並培養同理心與正確的溝通應對技巧。2025 年，全聯已於台北市、新北市、桃園市、台中市、彰化縣、雲林縣、嘉義市、台南市、高雄市、屏東縣、花蓮縣及台東縣營運共 120 間失智友善賣場，為失智症患者及其家屬打造安心、尊重且無障礙的購物環境。

行動超市車

全聯行動超市車深入偏鄉地區，服務在地行動不便老年人或居民，於車上供應民生用品、乾貨、新鮮蔬果與魚肉等約 300 至 400 項應有盡有的平價商品，超市車體採用航太工業材質打造，裝入 6.5 噸及 7.5 噸三溫層（常溫、冷藏、冷凍）車體，確保交到民眾手上之商品依然保持新鮮、高品質，隨車配 1 名司機與店員，提升偏鄉消費者購物之方便性。目前全聯全台有 4 台行動超市車，行駛於新竹、嘉義、屏東與花蓮等偏鄉地區或山區，持續提供更多貼心、富有人情味的服務。

在地關懷活動

公費疫苗接種站

全聯深入全台社區，不僅是生活補給站，更是在地居民的健康好鄰居。自 2017 年起，全聯攜手衛生福利部疾病管制署，於全台指定門市設置公費疫苗接種據點，藉由高密度的門市網絡，大幅提升民眾接種疫苗的便利性。為鼓勵符合公費資格的國人踴躍接種，全聯更主動加碼提供門市健康好禮，有效驅動民眾施打意願、提升社區防護力。2025 年，門市公費疫苗接種站服務範疇涵蓋流感、COVID-19 及肺炎鏈球菌等疫苗，累計施打人數達 27,260 人次，展現企業善用核心資源、深耕社區公共衛生的具體實踐。

癌症篩檢

為提升國人對自主健康管理的重視，全聯攜手衛生福利部國民健康署及各地衛生單位，將門市空間轉化為社區預防醫學據點，提供四大癌症（大腸癌、口腔癌、乳癌、子宮頸癌）及成人健檢之免費篩檢服務，落實「早期發現、早期治療」的健康預防目標。2025 年，全聯於全台指定門市共舉辦 249 場篩檢服務，總服務人次達 20,539 人次，包含乳房攝影 8,974 人次、子宮頸抹片檢查 6,586 人次、大腸癌篩檢 4,680 人次、口腔癌篩檢 186 人次、X 光攝影 96 次與成人健檢 17 人次，全方位守護在地居民與同仁的身心健康。

5.2.2 社會公益

全聯經營公益服務已邁入第 21 個年頭，始終秉持「取之於社會，用之於社會」的初心，積極實踐企業社會責任。透過旗下四大基金會發揮綜效，深耕「弱勢關懷」、「兒少關懷」、「生態關懷」與「人文關懷」四大公益主軸。全聯充分結合全台廣大的門市資源並動員全體同仁，將遍布各地的門市網絡轉化為提供社會幫助、保障與溫暖的在地據點，打造具影響力的「公益賣場」。期望讓消費者在全聯獲得滿足的購物體驗之餘，也能共同參與並創造公益的永續價值，攜手實現共好、共榮的美好在地關係。

全聯慶祥慈善事業基金會：弱勢關懷

全聯慶祥慈善事業基金會（下稱全聯慶祥基金會）自 2006 年成立以來，始終以「弱勢關懷」為服務核心，長期推行急難救助、物資銀行等多元公益專案，為遭遇困境的弱勢家庭提供及時的經濟補助與物資支援。基金會更深度結合全聯門市的就業職缺與企業志工服務，協助弱勢民眾獲得穩定工作、實現自力脫貧，發揮企業通路的防護效益，共同建構台灣社會安全網。憑藉扎實且專業的服務績效，全聯慶祥基金會歷次均榮獲內政部與衛福部評鑑為「優等」基金會。2025 年聘雇 24 位全職專業社工，服務足跡遍及全台灣及離島地區；年度總計投入新台幣約 1.82 億元，用於包含關懷弱勢專案、急難救助儲值金與物資銀行等專案補助，給予弱勢家庭最堅實的後盾；積極動員內部同仁投入公益活動，2025 年企業志工服務總時數達 5,282 小時，將企業溫暖實踐於在地鄰里與社區。

項目 急難救助

急難救助金 ——— 以協助遭逢急難之個人及家庭度過困境為宗旨，提供「緊急生活扶助」、「醫療補助」及「喪葬補助」的暫時性經濟補助，最高補助金額以新台幣 10,000 元／類為限，另依據如申請個人或家庭的急難情節重大，最高補助至新台幣 15,000 元。

愛心福利卡 ——— 為保障弱勢民眾在保有尊嚴及自主性的情形下，滿足基本生活物資需求，減輕生活開支，提供每月新台幣 1,000 元、最長援助一年期的物資扶助，使受助對象可自由持卡至全台全聯門市選購所需生活用品（菸酒品除外）。



發送 5,165 張愛心卡，救助金額及愛心卡儲值金

逾新台幣 1.21 億元

企業志工（門市員工）

服務時數 5,282 小時

協助收件與愛心福利卡發卡業務

受理 12,139 件急難申請案

實際捐助 6,856 戶家庭



項目 物資銀行

攜手地方機關與社福機構，針對「住院階段物資急性需求」、「經濟弱勢家庭物資急性需求後之延伸議題」及「身心障礙及婦女長期服務之常態性物資需求」三大類別，捐贈民生用品、營養品等多元物資，扶助弱勢族群解決生活基本需求。2025 年物資銀行專案共補助 22 家醫療院所、30 家社福單位、6 家實物銀行。

總計投入逾新台幣 1,722 萬元　受益對象逾 123 萬人次

項目 全聯好夥伴企業志工

關懷共融活動 ——— 依照員工職能，設計不同的企業志工服務模式，並配套公益假制度與激勵措施，透過在地社區與全聯門市舉辦半日或一日的社區適應體驗，協助身心障礙夥伴踏出家門、促進社會參與。

職場體驗活動 ——— 結合全聯門市職缺需求與企業志工服務，針對中高齡者、身心障礙者、低 / 中低收入戶及二度就業婦女等多元族群，提供專屬職場體驗活動，打造無障礙與具包容性的就業環境。



志工總投入 166 人次，共提供 964 小時公益假時數，共舉辦 21 場次企業志工活動

嘉惠 724 人次社區夥伴與弱勢族群



項目 其他社會公益

守護生態環境 ——— 贊助大安森林公園之友基金會工作計畫案，營造都會生態公園親水濕地，守護生態環境。

投入新台幣 100 萬元整

全聯佩樺圓夢福利基金會：兒少關懷

全聯佩樺圓夢社會福利基金會（簡稱全聯佩樺基金會）於 2011 年創立，致力於照顧與陪伴弱勢兒少成長，藉由補助偏鄉學童成長所需營養、發展學校社團，幫助兒童與青少年正向發展，並支持社福機構發展培力團體，促進弱勢兒少平等接受教育課程的權益，奠定下一代勇敢追夢的根基與自信。2025 年佩樺基金會共計投入約新台幣 5,000 萬元，以及企業志工服務時數 359 小時。為讓弱勢兒少服務更聚焦，全聯佩樺基金會自 2022 年 12 月起，將原有方案進行整併，分為五大專案，另外亦有社會公益的協助，五大專案包含：（一）愛心育苗助學 / 助養計畫、（二）大專校院服務社團補助、（三）清寒獎助學金、（四）愛從 1 開始—愛心零錢捐、（五）社會公益。詳細之受助對象、內容及 2025 年度績效請詳參以下表格說明。

項目 愛心育苗計畫



助養



受助對象｜國小、國中、社福單位

協助弱勢學童（偏鄉國中小學及社福單位）補充基本生活所需之物資及營養，藉由全台全聯門市密切合作，受助單位可用本會捐贈的「公益福利卡」儲值金，方便選購真正所需的商品，讓偏鄉、資源缺乏之學童也能享有平等且方便的購物機會，獲得基本營養進而促進全面發展。

補助 32 所學校
58 所社福單位
受益人數達 2,774 人
捐助 1,379 萬元

助學

受助對象｜國小、國中、社福單位

本會透過日常課後照顧（包含舉辦學習成果發表會、協助學童參與各類競賽及頒發優勝獎勵金）及提供才藝培養課程與校外競賽補助，不僅降低學生家庭經濟壓力，也能藉由各類學習激發潛能鼓勵兒少探索興趣、發現夢想。



補助 88 所學校
44 所社福單位
受益人數達 3,549 人
捐助 1,339 萬元

圓夢



受助對象｜
國小、國中、高中、社福單位

本會支持偏鄉學校及社福單位辦理兒少學習與培力活動，讓孩子有機會持續探索興趣、累積能力，並展現努力的成果。除了提供計畫所需經費，也結合全聯門市等場域，提供靜態展示及動態展演的機會，讓孩子分享自己的作品與表現，在被看見、被肯定的過程中建立自信，勇敢朝夢想邁進。

補助 104 所
學校及社福單位
受益 1,702 人
捐助新台幣 608 萬元

項目 大專校院服務性質社團支持補助計畫

受助對象｜大專校院

大專校院提供多元化資源，鼓勵大專校院之學生社團利用寒暑假期間深入地方，關懷偏遠地區之弱勢族群，彌補城鄉差距問題，並培養大專校院青年關懷社會、服務奉獻之人生觀。

補助 178 支營隊服務
4,921 名大學生參與服務
受益人數達 11,201 人
捐助新台幣 423 萬元



2025 績效成果



2025 績效成果

項目 愛從 1 開始—零錢捐

受助對象｜社福單位

全聯每年與 4 間社福團體共同推動「愛從 1 開始」，持續邀請大眾透過日常消費支持公益。2025 年，全聯每季率先捐贈 1,000 萬點 PX Pay 點數（等值新台幣 100 萬元），以實際行動響應計畫。活動串聯全台超過 1,250 間全聯門市及 21 間大全聯門市，設置愛心零錢箱，並提供 PX Pay 福利點數愛心捐、全支付捐款專區等多元管道，讓民眾能更便利的支持社福服務，響應愛心。

募得新台幣 3,101 萬元　受益人數 3,686 人

項目 清寒獎助學金

受助對象｜國小、國中

為每年頒發清寒獎助學金，鼓勵莘莘學子努力向學，希冀學童不因家庭狀況或環境因素影響求學之路。

補助 5 所學校　捐助新台幣 122 萬 7 千元
受益人數達 93 人



2025 績效成果



2025 績效成果

項目 社會公益

受助對象｜多元關懷族群

除持續投入弱勢兒少助學與培力外，亦積極推動多元公益行動，包括支持臺北市立建國高級中學樂旗隊，以及攜手臺北醫學大學附設醫院關懷社區。結合臺北醫學大學及社區資源，多次辦理捐血活動。透過跨域合作與實際行動，全方位守護兒少、關懷社區，共同為社會永續盡一份心力。

補助 5 家社福機構、1 家醫療院所
受益人數達 3,257 人
捐助新台幣 109 萬 7 千元

大安森林之友基金會：生態關懷

大安森林之友基金會成立於 2014 年，結合產、官、學、民的力量，積極協助台北市政府執行公園環境基礎調查及環境改善等公園認養工作，致力於提升公園環境品質，並以公園為自然教育基地，朝向生態、文化和藝術多元化發展，建立志工及公民科學家團隊，藉由辦理教育計劃、系列環境教育課程，帶動民眾重視自然環境變遷等議題，一同守護台北城市之肺。2025 年大安森林公園之友基金會共計投入約新台幣 2,737 萬元，志工服務時數 2,655 小時。

項目 螢火蟲復育

持續投入螢火蟲復育、螢火蟲生態池維護，以及對民眾的生態導覽教育訓練。大安森林公園復育的螢火蟲以水生黃緣螢為主，主要生活在台灣在低海拔地區，幼蟲喜歡棲息在具有清澈、無汙染水域的森林中。2019 年因民眾放生，外來種螯蝦入侵，導致螢火蟲大量減少。歷經全聯與學術界協力重新建置及復育下，再度見到大安森林公園螢況恢復。

投入新台幣 200 萬元
進行 1 座螢火蟲生態池的維護與導覽教育
召集 423 名志工，投入服務時數共計 846 小時



2025 績效成果

成功復育近 2,763 隻螢火蟲
吸引 30,786 人次賞螢



2025 績效成果

項目 生態防蚊

全聯攜手國立臺灣大學昆蟲系及公共衛生專家團隊，建立科學化「生態防蚊」機制。於園區內執行定時定點之蚊蟲族群消長監測，建立早期預警與精準防治體系，即時阻斷孳生源，兼顧公共衛生安全與生態多樣性平衡。

投入新台幣約 388 萬元，進行全園區生態防蚊
2025 年累計捕獲蚊蟲 38,599 隻、
小黑蚊 1,407 隻、白線斑蚊 39,301 隻
2025 年新增紫外線風扇吸蚊器及吸霸等設備
（目前監測點共計 33 處／ 8 座防蚊液站）

項目 樹木修剪

匯聚國內外樹藝專家，導入專業精密儀器對建國南路行道樹展開全面安全健檢與風險評估。針對具結構安全隱患或腐朽病株實施汰弱撫育，並補植適應本土氣候之原生強健樹種。透過科學化都市林管理，優化街廓綠蔭地景，進一步提升綠覆固碳效益，深化淨零碳排作為，構築具氣候韌性與療癒價值的城市森林。



2025 績效成果

投入新台幣 308 萬元，進行攀樹修剪
2025 年大安森林公園之友基金會重點為捐贈樹木，共捐贈 28 棵樹木



2025 績效成果

項目 **生物多樣性**

生物多樣性為維繫生態系統穩定與企業永續發展之基石。大安森林公園之友基金會深耕棲地復育與生態保育，長年委聘專業生態團隊進行物種族群調查與長期動態監測，持續推動外來入侵種移除作業，並倡導「不餵食、不放生」原則，有效降低人為干擾、守護本土原生棲境。同時，透過多元環境教育專案，深化公眾對生物多樣性價值的認知，串聯社會大眾共同實踐在地生態共好。

總計投入新台幣 10,938,870 元
用於認養區域及生物棲地的長期維護與專業管理

總計投入新台幣 4,620,125 元
進行區域環境調查
成功記錄 1,327 種動植物
建構完整生態數據資料庫

投入新台幣 918,648 元
培訓 1,000 位志工
全年度累積服勤時數達 2,655 小時

全聯善美的文化藝術基金會：人文關懷

全聯善美的文化藝術基金會於 2015 年創立，以「傳承傳統藝術，共創善美生活」為願景，期望以至善的態度發揚傳統價值，用醇美的精神落實生活美學，支持、活化本土傳統藝術文化，讓傳統藝文與民眾的生活結合，並提供傳藝職人健全的藝文發展環境，促進台灣藝術文化的蓬勃發展。2025 年全聯善美的文化藝術基金會共計投入約新台幣 7,320 萬元，累積超過 103 萬人次遊覽宜蘭傳藝園區。

項目 **保存台灣傳統藝術**

巧藝館 ——「巧藝館」是專為臺灣傳統工藝設立的平臺，希望成為公部門的推手、工藝師們的幫手，提供展現藝術作品的空間，促進藝術與大眾的深度交流。2025 年重點推出《十年傳藝情牽漆繫》百年漆線雕聯展及《福韻臺灣—社區聚落工藝特展》，積極推動臺灣傳統技藝的保存、創新與永續傳播。

推廣傳統文化 —— 恪守台灣傳統文化的古禮習俗，辦理多元節慶活動，包含：文昌帝君誕辰系列活動、魯班公誕辰儀式、謝平安儀式等，透過邀請民眾親身參與禮俗，讓傳統文化不再只是靜態展示，而是融入大眾生活的動態記憶，全方位展現臺灣文化的豐沛資源與深厚底蘊。



2025 績效成果

巧藝館吸引約 46,000 人次參觀
辦理 33 場古禮習俗節慶活動
近 7,000 人次參與



2025 績效成果

項目 **弱勢社會關懷**

為落實文化平權、社會共融及回饋鄉里，宜蘭傳藝園區持續推行身心障礙者免費入園政策，確保弱勢族群平等參與文化生活的權利。此外，亦積極結合「全聯志工」的溫暖力量，主動邀請各地社會福利團體蒞臨園區。透過精心規劃的傳統文化與手作體驗，讓弱勢夥伴不僅在歡樂中感受傳統藝術之美，更在互動中培養互助合作精神，將傳藝園區打造為傳遞愛與共融的文化平台。

弱勢社會關懷共計 30 場次　共 1,907 人次參與
免費招待 31,491 位身心障礙者入園參觀

項目 **傳統建築修復與活化**

宜蘭傳藝園區內保存多棟重要傳統建築，包含黃舉人宅、傳藝文昌祠、廣孝堂等，全聯善美的文化藝術基金會長期投入古建築修復工程，從交趾陶、剝漆卸妝、彩繪安金、鑿花到屋瓦、編竹夾泥牆等多項傳統工法，一點一滴把老建築修回原本的樣子，也把逐漸流失的技藝重新帶回現場。基金會透過「以修代訓」的模式，將古蹟與歷史建築修復現場轉化為實務學習場域，藉由老師傅在修復過程中的技術傳承與現場指導，讓學員透過實作累積專業經驗，深化建築工藝技藝傳承。累計培育或帶動 30 名工藝人才參與，自 2018 年起，建築工藝推廣直接或間接參與人數更已超過 200 萬人次。



2025 績效成果

2025 年修復亮點 —— 1. 廣孝堂 403 花東大地震廣孝堂屋脊規帶震損修復
2. 黃舉人宅 編竹夾泥牆修復及屋瓦修復　3. 文昌祠 屋脊、山牆彩繪修復

傳統建築修復活化系列活動吸引約 78,000 人次參與
投入金額新台幣 1,500 萬元



2025 績效成果

項目 **扶植表演藝術團隊**

表演藝術是文化傳承的靈魂。為扶植臺灣本土藝文生態，基金會長期投入資源贊助多元劇團與表演藝術團隊，並邀請優質團隊進駐園區演出，將園區打造為「展演與人才培育」的雙重基地，讓藝術工作者能在優質的舞台上綻放傳統藝術之美，同時帶給廣大遊客感動與深刻的文化體驗。除精彩展演外，亦透過在學校設置「傳藝文昌帝君獎學金（一校一傳藝）」計畫，引導青年學子親近傳統藝術、啟發文化認同，不僅實踐「向下扎根」的教育理念，更為臺灣傳統藝術的永續保存與創新開創無限可能。

舉辦 2,673 場表演　邀請 253 位表演藝術人才演出
共約 600,000 人次觀賞表演
一校一傳藝專案與 15 所學校合作 受益師生約 202 人