

取之於社會，

Corporate Social Responsibility 2023
ESG績效報告書
全聯實業股份有限公司

TAKE IT
FROM THE SOCIETY
AND USE IT
IN THE SOCIETY



用之於社會。

關於本報告書

編輯方針

CH1
誠信經營

CH2
永續商品

CH3
貼心體驗

CH4
資源循環

CH5
友善共好

關於本報告書	01
全聯 2023 年榮耀與肯定	02
利害關係人溝通	04
重大主題鑑別	05
1.1 全聯願景與永續策略	07
1.2 誠心企業治理	09
1.2.1 公司治理與誠信經營	09
1.2.2 財務績效與通路規模	11
1.2.3 永續供應鏈管理	12
2.1 把關優質商品	15
2.1.1 產品安全與品質	16
2.1.2 產品行銷與標示	18
2.2 助力永續農業	20
2.2.1 推廣有機農業	20
2.2.2 支持在地契作	22
3.1 多元店型與創新體驗	27
3.1.1 店型與服務創新	28
3.1.2 顧客關係管理	32
3.1.3 資訊安全與隱私保護	34
4.1 用心守護環境	37
4.1.1 推動循環減塑	38
4.1.2 促進惜食減廢	41
4.1.3 轉型低碳綠能	43
5.1 多元安心職場	46
5.1.1 多元和諧職場	47
5.1.2 員工職能發展	50
5.1.3 職業安全衛生	53
5.2 打造安心社區	56
5.2.1 社區參與	56
5.2.2 社會公益	57

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）所發行之第五年 ESG 績效報告書，並依循環境、社會、治理（ESG）之三大面向編製而成。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 2023 年全聯於永續發展上的努力與成果。

報告期間與涵蓋範圍

本報告書資訊揭露時間為 2023 年度（2023 年 1 月 1 日至 12 月 31 日止），內容包括 ESG 各面向之具體實踐及績效數據。為保持專案及活動績效之完整性，部分內容溯及 2023 年之前績效，和／或向後延伸至 2024 年。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。

發行日期

上一版發行日期：2022 年

下一版預計發行日期：2024 年

發行週期：每年

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 行銷部公關媒體課

聯絡電話：0800-010-178

聯絡表單



TAKE IT
FROM THE SOCIETY
AND USE IT
IN THE SOCIETY

2023 第 10 屆台灣活動卓越獎 品牌行銷活動 金質獎

光鑰未來 全聯 25

2023 年是全聯邁入 25 周年的日子，年初配合台灣燈會在台北推出「光鑰未來 _ 全聯 25」LED 數位迷宮燈飾作品，活動從籌備到舉辦耗時超過半年，全區使用超過 2700 片 LED 打造光影沉浸秀，加上高達 12 米的數位光塔以及 5 米高的福利熊，開放免費參觀，成為年初元宵節最閃耀燈區。同時也增加民眾與藝術的接近性，更成為國際與城市交流的橋樑，此場活動共計吸引超過 200 萬人次進場。



2023 TCSA 生物多樣性金獎 全聯友善生態商品讓多種鳥類回歸

環境生態

全聯重視環境生態議題，2016 年與屏東科技大學鳥類生態研究員林惠珊攜手推廣老鷹紅豆成功復育老鷹的案例廣為大眾所知，全聯持續發展友善生態商品，開啟官田菱雉菱、黑翅鳶米飯、貓頭鷹鳳梨，兼顧生物多樣性、農業永續價值鏈、和友善農業商品的開發，並呼應 SDG8 合適的工作與經濟成長、SDG12 責任消費與生產、SDG15 保育陸域生態，成效如下：

1 與農友採用友善農法栽種紅豆，2016 年~2023 年累積復育黑鳶族群數量 808 隻，研發產品 20 款。

3 運用友善農法種植稻米，不灑藥並在田間豎立棲架，吸引黑翅鳶到此棲息，並捕食稻田中的小動物，不僅友善動物更穩定農友經濟，響應農友從 40 多位增加至 112 位，耕種面積從 65 甲地，擴增至近 100 甲。

關於友善生態商品，詳請見 2.2.2。

2 全聯重振台南官田經濟作物，推廣官田菱雉菱，復育水雉鳥，累計至 2023 年底孵化幼鳥數逾 450 隻，同時開發多款新品將菱角入菜。

4 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，栽種面積從 10 甲增至 16 甲。

2023 財訊金融獎 消費者金融品牌獎

行動支付業優質獎 PX Pay

全聯 PX Pay 以支付為核心，主打操作簡單的 App 介面、親民的服務，並結合儲值、轉帳、累積點數與發票載具等創新功能，讓新舊會員都能享有便利又安心的消費體驗。截至 2023 年底，PX Pay 累積下載數超過 1,560 萬次，註冊數超過 974 萬人次。



獲選 THE GREEN BOOK Green 10 企業及綠色永續・解方

惜食計畫



公民共編計畫「THE GREEN BOOK 臺灣綠色永續行動與解方指南」，由好事交易所與商周共同發起、台灣設計研究院共編，以及臺灣大學實驗林管理處、可寧衛共同策動，歷經公開徵件以及 16 位專家評審二階段評選，2023 年底揭曉全聯惜食計畫為「綠色永續・解方」的優秀案例。

惜食計畫執行策略涵蓋四大面向，在「販售適當分量」部分，透過契養契作模式，維持農友種植作物的供需平衡，也藉由門市提供小分量包裝食材、發展「貼體包」產品，有效鎖住食材水分與鮮度來延長保存期限，減少門市報廢品與剩食等問題；在「幫助弱勢營養均衡」部分，要讓廢棄食物變得更有價值，不僅是加菜、加營養，更期望有需要的人能夠吃飽吃足，終結飢餓困境。

2023 家庭最愛品牌 量販大賣場首獎

未來親子 2023 家庭最愛品牌

長期關注家庭消費權益，促進品牌與家庭相互了解的《未來親子學習平台》公布「未來親子 2023 家庭最愛品牌」網路調查，全聯以提供民眾就近的多樣選擇、方便為主，獲得量販大賣場首獎。



利害關係人溝通

全聯以成為「全民的超市」為理念，用心與利害關係人溝通及對話。參考 AA1000 SES 利害關係人議合標準，並進行標竿企業分析比對，鑑別出 7 類全聯的關鍵利害關係人。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
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 - 不定期舉辦社區資源網絡會議 - 定期提供行動超市車幫助偏鄉地區 - 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
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	- 推廣在地契作、友善環境之商品 - 辦理企業志工活動 - 關懷弱勢團體協助 4 大基金會辦理相關活動（如：物資銀行等實物捐贈） - 定期舉辦社會公益活動

重大主題鑑別

全聯關注零售業價值鏈標竿企業之重大永續議題。2023 年，全聯分析國際永續趨勢、標竿同業所關注的永續議題，並參考全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative，GRI）所發布的「GRI 3：重大主題 2021」永續報導準則的精神，進行重大主題鑑別。

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

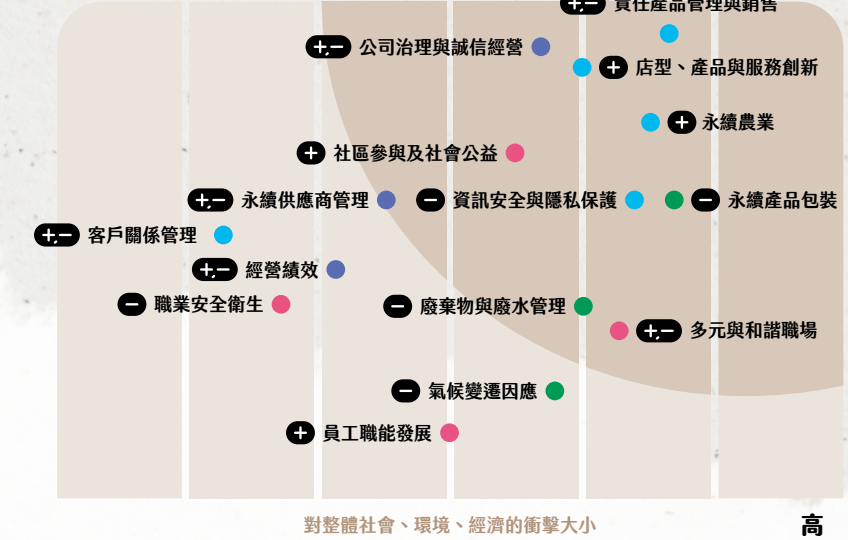
- 由全聯企業永續權責單位檢視與探討重大主題排序之合理性，確認全聯 2023 年重大主題矩陣，共計 10 項重要主題，5 項次要主題。

重大主題鑑別結果

全聯2023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2023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
責任產品管理與銷售				✓
公司治理與誠信經營		✓		✓
店型、產品及服務創新		✓	✓	✓
永續農業			✓	✓
社區參與及社會公益				✓
永續產品包裝			✓	
資訊安全與隱私保護				✓
廢棄物與廢水管理			✓	
多元與和諧職場				✓
永續供應商管理			✓	✓
客戶關係管理				✓
經營績效		✓		✓
職業安全衛生				✓
氣候變遷因應			✓	
員工職能發展				✓



衝擊傾向與說明

- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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，並與公益社團團體合作，幫助經濟弱勢或其他特殊族群。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 負面** 若未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。
- 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。
- 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。

對應章節

- 2.1.1 產品安全與品質
- 1.2.1 公司治理與誠信經營
- 3.1.1 店型與服務創新
- 2.2.1 推廣有機農業
2.2.2 支持在地契作
- 5.2.1 社區參與
5.2.2 社會公益
- 4.1.1 推動循環減塑
- 3.1.3 資訊安全與隱私保護
- 4.1.2 促進惜食減廢
- 5.1.1 多元和諧職場
- 1.2.3 永續供應鏈管理
- 3.1.2 顧客關係管理
- 1.2.2 財務績效與通路規模
- 5.1.3 職業安全衛生
- 4.1.3 轉型低碳綠能
- 5.1.2 員工職能發展

誠信經營

Corporate Social Responsibility

CH 1

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

1.1 全聯願景與永續策略

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「PX Go!全聯線上購」，以及外送服務「小時達」。同時整合大潤發及引進上百家品牌供應商推出服務推出「隔日達」(2024年更名為全電商)，期待帶給消費者「方便又省錢」的商品與購物體驗，並全面整合線上線下服務。

2023年是全聯的25周年，一路走來，我們堅持讓利、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，全聯秉持「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，以「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，持續推動全聯永續策略藍圖，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），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。

資源循環利用

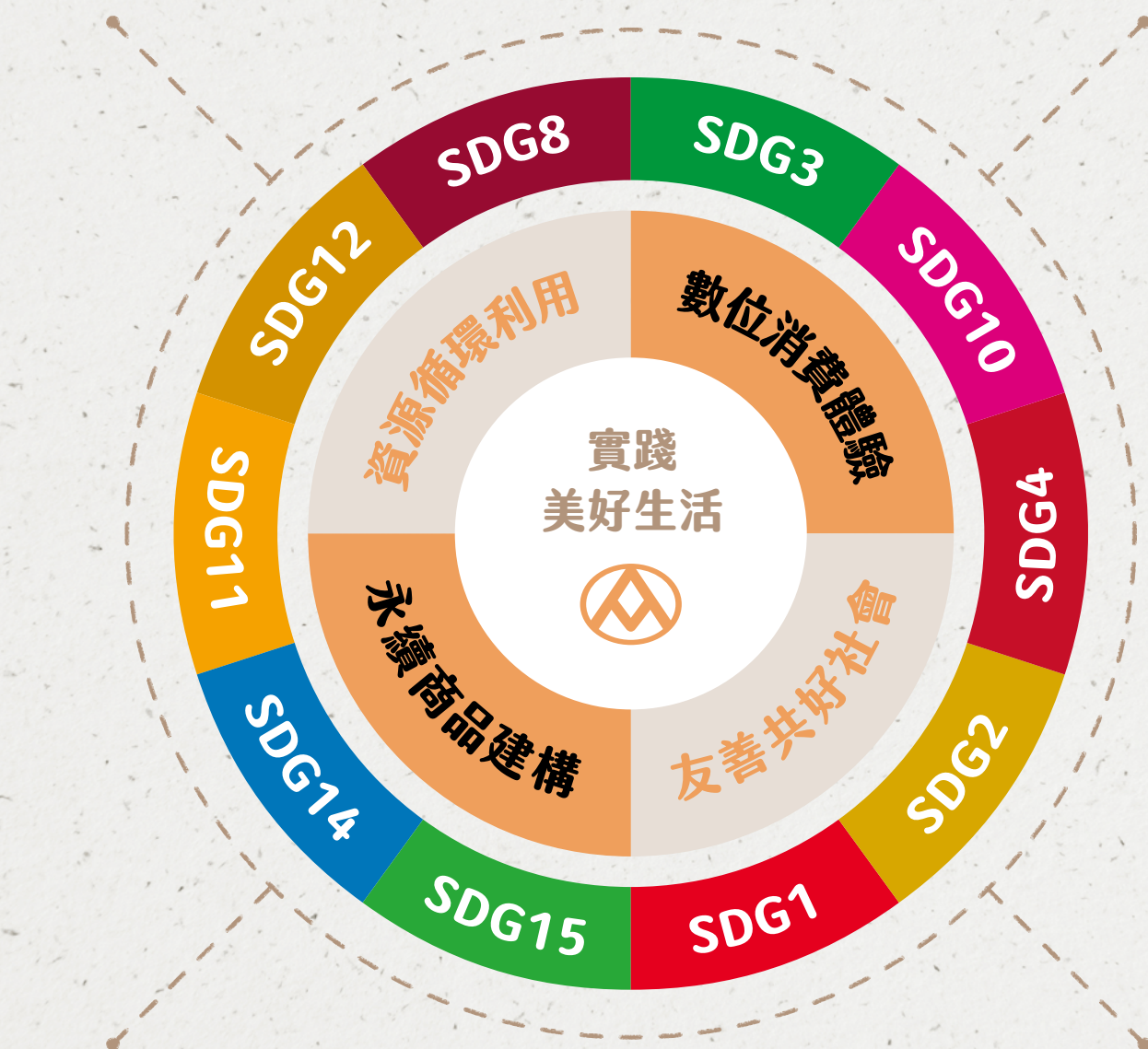
關注環境與氣候變遷並積極管理能資源使用，透模組化硬體設備，打造低碳據點，並透過源頭減量，包材減塑降低能資源浪費

子議題：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消費者的多元需求，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、協助銀髮族進入數位應用、數位行銷永續消費概念推廣



永續商品建構

堅守產品品質，發產永續農業，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、人都更健康的農業生態

子議題：有機高品質的生鮮商品、永續農業、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：行動偏鄉車、四大基金會、員工健康、惜食再利用、無障礙友善空間

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

全聯董事長為本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。全聯總經理旗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秘書單位，帶領全聯 11 個部門，組織架構及權責劃分明確，成為我們穩健成長與永續經營的基石。

永續治理架構

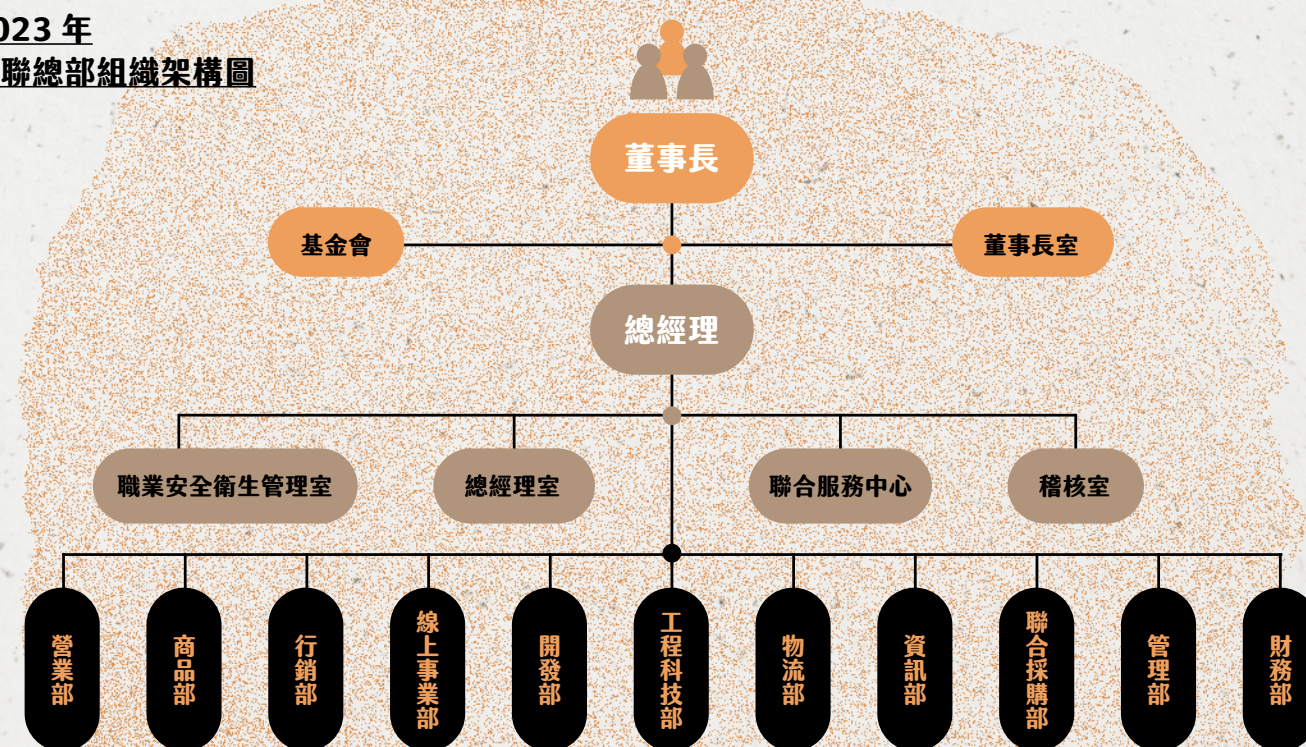
為實踐永續發展承諾，全聯於 2022 年 10 月起成立永續小組，由各部門代表參與，監督全聯永續策略藍圖的推動成效。全聯永續小組於 2022 年確立「全聯善美的永續發展策略」，著重發展循環減塑、永續農業、減碳綠能、惜食減廢四大重點構面，落實永續發展。為確保永續議題的管理，全聯由行銷部公關媒體課統籌各部門的永續議題管理成效，定期向永續委員會匯報，並於高階主管會議中呈報董事長、常務董事、總經理，每年出版永續績效報告書，向利害關係人揭露與溝通永續績效，展現全聯實踐永續發展的決心。

企業風險管理

全聯建置完善企業風險管理機制，定期辨識與評估潛在風險，並由稽核室執行內稽內控制度，針對各單位的風險執行事項進行稽核與檢查，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，則由各單位執行自行查核評鑑，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，全聯訂定《危機管理手冊》，針對危機事件設置處理小組，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。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。

2023 年全聯總部組織架構圖



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	- 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 - 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 - 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	- 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 - 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	- 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 - 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	- 辨識事件歸屬及採取對策，並決定處理方法與程序 - 依據各類資安事件危機處理之程序，進行事件傷害控制，降低影響程度及範圍 - 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	- 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 - 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 - 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	- 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 - 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 - 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 - 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	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	- 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 - 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	- 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 - 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	- 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 - 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	- 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 - 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 - 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

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。

全聯設法務暨公共事務室，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 2023 年法規遵循管理機制與成果



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（以下簡稱「大潤發」），2023 年集團合併營業收入（含全聯及大潤發）達新台幣 2,000 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。截至 2023 年底，全聯擁有 1,161 間門市、24,397 名員工，以及近 1,560 萬名會員，為台灣規模最大且店數最多的連鎖超市。

年度	2020	2021	2022	2023*
全聯營業收入（單位：新台幣億元）	1,446	1,590	1,650	2,000
全聯總店數（單位：店）	1,025	1,072	1,115	1,161

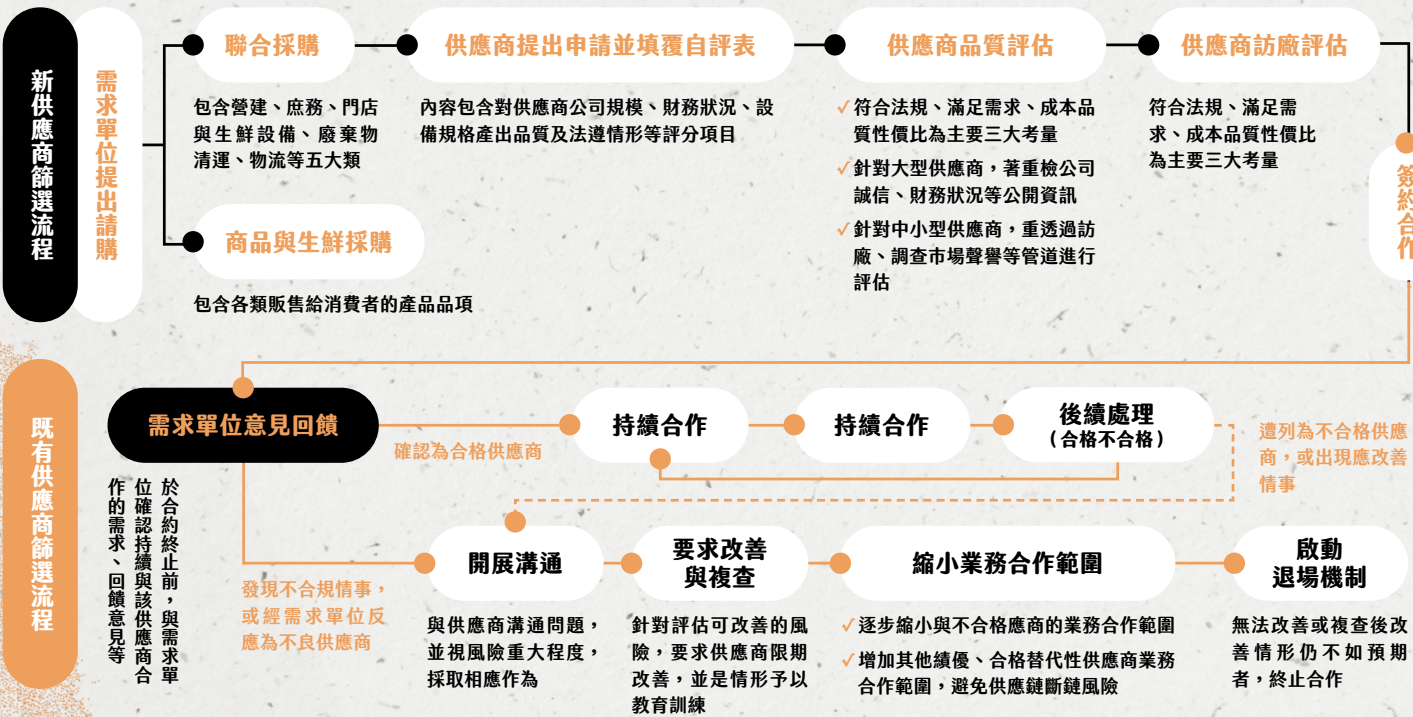
※ 註：2023 年營業收入達 2,000 億元為全聯及大潤發總計的營業收入；店數部分全聯為 1,161 間，大潤發為 20 間。

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（16%）、廢棄物清運（19%），以及物流、生鮮廠區設備（13%）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。

為持續精進永續供應鏈管理，全聯訂定供應商與物流管理機制，要求供應商簽署《廠商誠信廉潔承諾書》，確保供應商落實誠信經營與勞動人權保障，若違反相關規定則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，為消費者的健康把關。

供應商管理機制



項目

供應商管理規章

說明

- 全聯要求供應商皆需簽署《廠商誠信廉潔承諾書》，規範供應商落實誠信經營（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）；進口產品則要求供應商提供進口報關單及檢驗報告
- 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，且終身不得在全聯通路上架，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民、刑事責任
- 提供之商品，需符合國家法規及國家相關法令所訂定之各項標準
- 非經同意將契約權利義務轉讓第三人，或將標的物供給之全部或一部轉包第三人或使第三人代為履行，須給付違約金

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。

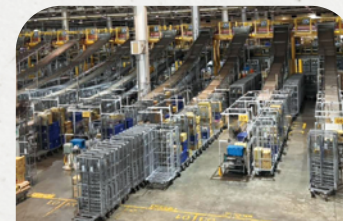
物流管理機制



自動化的物流中心



運用自動分揀機輸送帶分檢貨物



運用滑道分撥貨物

措施

採用 ITF 外箱條碼

內容

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。

提供奶粉類商品追溯管理

配合衛福部食品追溯追蹤管理辦法，提供奶粉類商品追溯管理。物流倉進貨驗收時必須於系統輸入商品效期，並將資料上傳至食品追溯追蹤管理資訊系統。

物流增值服務

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 ▶ 2 作業安全 職安管理 ▶ 3 運輸安全 道安講習 ▶ 4 節能減碳 微波感應器安裝

- 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。

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。

- 建立安全駕駛環境。
- 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。

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

CH 2

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

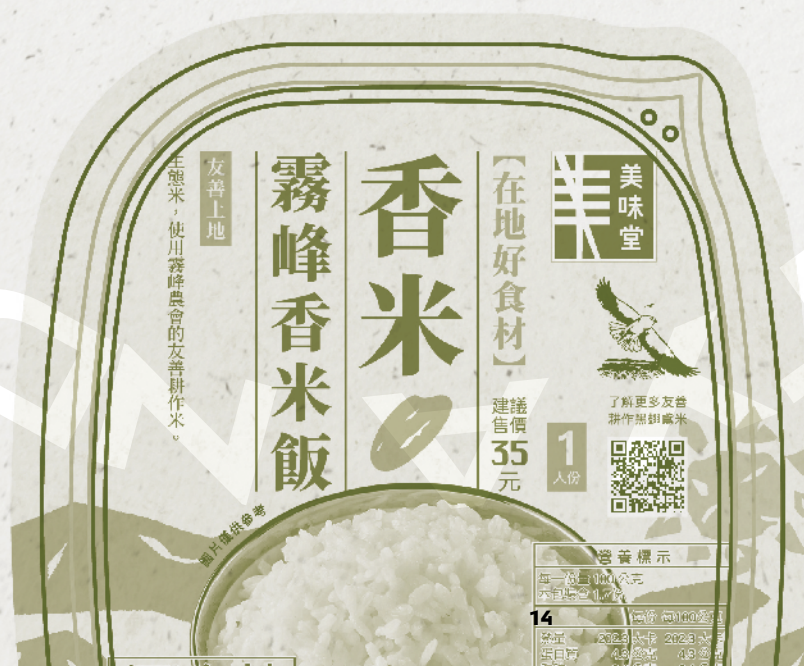
2.2 助力永續農業

- 2.2.1 推廣有機農業
- 2.2.2 支持在地契作



2.1 把關優質商品

全聯堅持站在食安最前線，嚴格把關產品來源，採取高規格的食物安全作業流程、嚴謹的產品溯源管理以及透明的產品行銷與標示，提供最放心且高品質的商品，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

品質是全聯從事生鮮事業的最高原則。全聯在全台建置六處生鮮處理中心，採用日本最尖端超市生鮮技術，處理魚肉及蔬果商品，並經外部單位定期稽核，符合多項食品驗證標準，守護消費者的健康與安全。全聯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，維持全聯善美的生鮮廠最高標準的食安品質與專業知識。同時，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

CAS 財團法人 中央畜產會

說明

- **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

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
- **稽核內容：**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

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、作業場所、設施衛生管理及其品保制度

食品安全系統 （ISO 22000）

- **稽核頻率：**每年到廠區進行一次 ISO 22000 稽核，為期 2-3 天
- **稽核項目：**從食品加工、生產，至運輸與零售皆進行審查，確保整條食品供應鏈皆符合食品安全

食品檢測計畫與成果

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。此外，全聯不定期稽核相關供應商和工廠，委任檢驗公司進行食品安全評估分析，2023 年全聯共計投入新台幣 2,820 萬元，每月進行生鮮商品的檢驗，送檢次數高達 7,684 次，合格率達 98%，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，第一步為通報相關單位並自行檢驗。若產品違規則立刻全數下架，要求相關廠商與農友詳實紀錄報告，並於消費端執行退換貨，維護消費者的權益。

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。2023 年共計推出約 66 項具產銷履歷標章的商品，銷售金額約新台幣 14.26 億元，期望讓消費者安心選購，並減少對土地的負擔。



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，全聯完整記錄及明確標示資訊的供應鏈過程，設計嚴謹的作業程序，控管各類產品從原物料端、產製過程、成品保存到消費者手上之鑑別及追溯作業。

食安最前線 —— 全聯善美的生鮮廠

全台六處全聯善美的生鮮廠每天共計處理近 41.02 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，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

- 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

作業規範

- 手部應保持清潔，工作前應用食品用洗潔劑洗淨並消毒。
- 工作中不得有不符合衛生操作之現象
- 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

產銷履歷標籤

產銷履歷是自願性農產品驗證制度，具有生產資訊公開可追溯、遵照「台灣良好農業規範」（TGAP）生產，且生產過程通過第三方驗證的農產品。

消費者可藉由食品包裝上的產銷履歷標籤，取得商品品名、追溯碼、驗證機構及資訊公開方式等資訊，並可掃描產銷履歷標籤下方 QR Code，連結至產銷履歷農產品資訊網，了解商品生產紀錄、食物里程、營養成分及推薦食物等資訊，吃得更放心。

產品溯源：品管機制的三道檢核關卡

第一道

由供應商篩檢農產品，確認無誤後貼上產銷履歷標籤。

第二道

全聯善美的生鮮處理中心進行第二階段篩檢。

第三道

確認農產品無虞後，送至全台通路，並透過食安小組每月定期／不定期抽檢。

2.1.2
產品行銷與
標示

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		標章說明	2023 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。	2023 年引進超過百款具有此兩項認證標章之商品，如飲品、咖哩、衛生紙、染髮劑、防曬乳等，業績近新台幣 1,300 萬元。 - 全聯自有咖啡品牌 OFF COFFEE，選用 100% 雨林聯盟認證的精品咖啡豆，採用傳統耕作法於原生林樹陰下栽培，嚴格把關烘焙過程，以永續農業、友善環境為宗旨，2023 年業績為新台幣 1.7 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」。	
食品類	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。	2023 年販售近 20 款具有碳足跡標章的商品，包含粉絲、水、飲料、罐頭油品、麵製品、雞蛋等，業績超過新台幣 2,400 萬元，較去年增長 20%。
	潔淨標章	 - 慈悅潔淨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。	2023 年販售近 90 款具有慈悅潔淨標章的乾貨品項，包含油品、調味品、沖泡飲品、休閒食品、冷藏優酪製品、乳製品及巧克力，業績超過新台幣 2,200 萬元。 - 全聯自有品牌 READ BREAD 麵包、吐司品項全面升級為榮獲國際潔淨標章之商品，以減少食品添加物，使用最天然的原料製作為訴求。2023 年全數 READ BREAD 共 45 款皆擁有國際潔淨標章。 - READ BREAD 小農鮮奶吐司是同時獲得動物福利標章之產銷監管鏈及潔淨標章雙重認證的優質商品，業績達新台幣 4.43 億元。



永續標章商品

全聯引進近 500 款具有永續標章的商品，以「綜合類」（含食品及用品）、「食品類」、「用品類」、「友善雞蛋類」四大類別為主，展現全聯關注環境友善，與消費者一起愛地球、做環保的理念。

永續標章		標章說明	2023 績效
食品類	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。	2023 年販售 8 款符合國際素食認證的泡麵商品。
	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。	2023 年引進 8 項具有環保標章的衛生紙、家庭清洗劑、個人清洗劑。
用品類	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。	2023 年引進販售 4 款具有 PEFC 森林認證的衛生紙。
友善雞蛋類	友善雞蛋聯盟認證	 友善雞蛋聯盟認證由非營利動保組織台灣動物社會研究會嚴格審查，參考歐盟與英國 RSPCA Assured 動物福利規範，與國內外科學家、非籠飼蛋農合作，所制定出的友善雞蛋聯盟蛋雞動物福利標準，包含牧場不得同時生產、販售格子籠雞蛋等共計 114 項高標條件，遠高於政府定義門檻與國內相關驗證標章。	2023 年販售 1 款符合友善雞蛋聯盟認證的雞蛋商品。
	人道監控友善畜產認證	 台灣農業標準學會所推行符合「人道監控與友善畜產雙標章認證」，旨在促進經濟動物福利，以期提升農產品品質，並使產業朝良性循環及永續發展邁進。	2023 年超過 897 家門市設置「動福蛋專區」，推廣以人道、無用藥、環境優質等方式飼養蛋雞所產的蛋品。 2023 年共有 11 款雞蛋商品同時符合人道監控與友善畜產雙認證」。 2023 年共有 2 款雞蛋商品符合人道監控認證。

2.2 助力永續農業

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、扶持在地契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。



全力支持友善耕作

2

藉由擴大合作的契作農牧場面積、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。全聯自 2021 年起推出「全聯善美的食物計畫」，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。

有機蔬菜管理策略

回應的 SDGs 指標	
產地生態平衡	
配銷溫度守恆	
消費營養均衡	
剩食無痕	
策略	行動方案
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，並進行國際第三方驗證體系為履歷檢驗 3. 大農制度：各產地配置全聯管理中心，管控各契作農場 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
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 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
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，提供在地契作農場、共生農漁業之多元友善環境商品，讓民眾吃得放心。	1. 確保糧食安全，並促進永續農業 詳見 2.2.2 支持在地契作章節
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. 嚴選在地食材，堅持不浪費 2. 食材效期內最後一天，貼折扣標 3. 即期商品貼惜食標章，轉贈社福單位 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

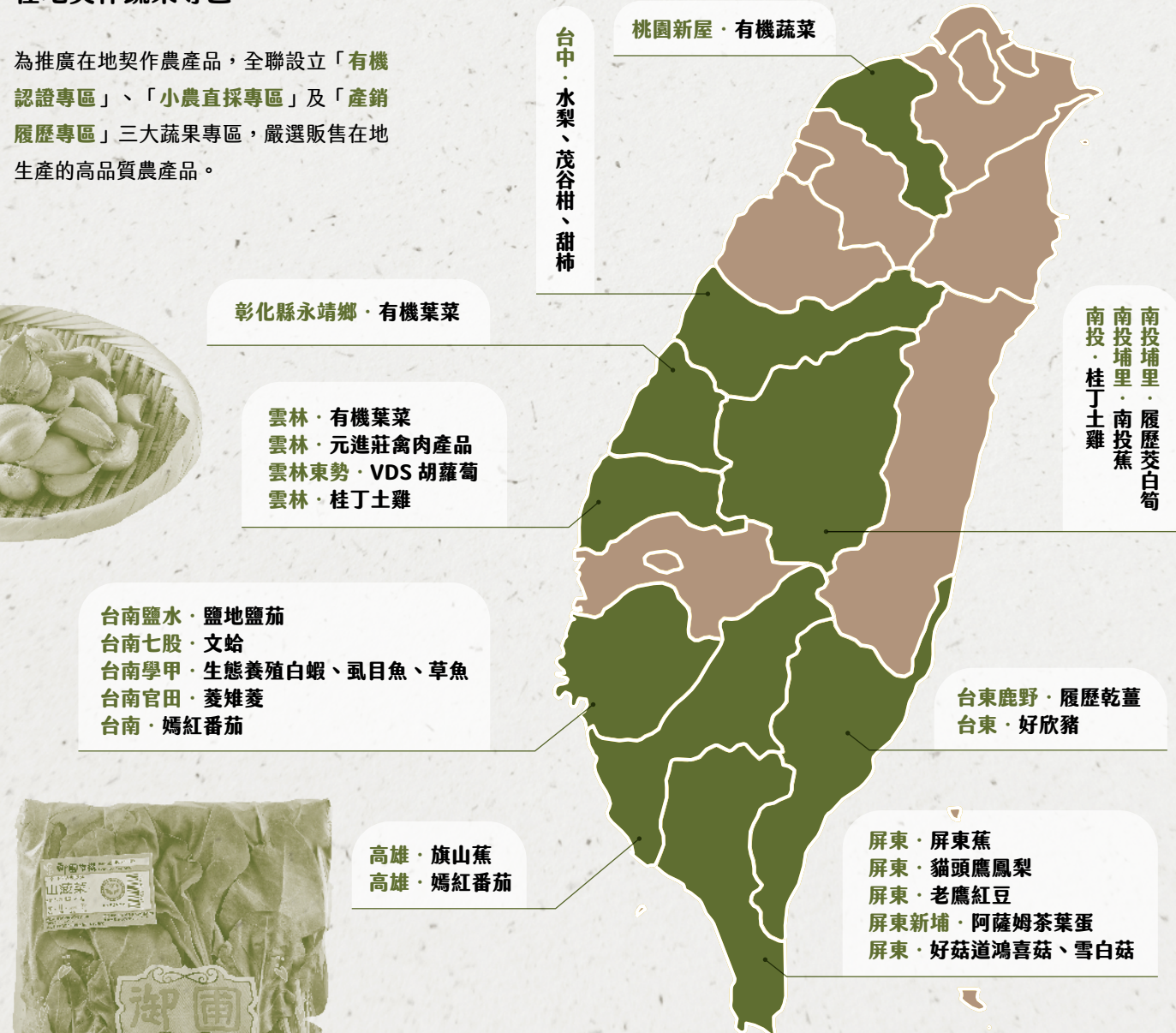
2.2.2 支持在地契作

作為本土超市第一品牌，全聯全力支持在地農業發展，藉由在地契作，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、產銷履歷、小農以及平價安心等四大類別追蹤在地採購數據。2023 年全聯蔬菜本土採購金額比例 83.49%，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 48.12%，其中有機蔬菜的採購噸數達 15,000 噸，產銷履歷蔬菜及水果採購噸數達 14,301 噸，推廣在地契作成效卓著。

	蔬菜		水果	
	數量 (噸)	銷售金額占比 (%)	數量 (噸)	銷售金額占比 (%)
有機	15,000	19.14%	0	0.68%
產銷履歷	14,000	18.81%	301	6.98%
小農	5,590	10.17%	780	1.24%
平價安心	32,000	51.88%	6,235	91.10%
合計	66,590	100%	7,316	100%

在地契作蔬果專區

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



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，提供消費者新鮮配送之商品。



2023
績效成果

✓ 累計共設置門市 **1,158** 家

✓ 與 2022 年相較銷售成長 **10.83%**

✓ 與 2022 年相比業績成長 **10.47%**

2023
績效成果

✓ 累計共設置門市 **463** 家

✓ 合作農友 **158** 家

✓ 農友月營業額新台幣 **9.09** 億元

✓ 銷售金額比 2022 年增長 **34.27%**

小農直採專區

秉持推廣在地好物的理念，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



2023
績效成果

✓ 累計共設置門市 **1,158** 家

✓ * 銷售成長率 **-14.95%**

✓ * 業績成長率 **-20.94%**



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節檢、分級，隨後由冷链送達生鮮處理中心，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。

* 備註：因 2023 年主推標賣蔬果及小農直採專區，因此銷售業績較過往微幅下滑。

契作契約牧場

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標章之肉品佔大宗。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，**2023年全聯所販售的生鮮肉類中，契約牧場所產的雞肉已達100%、豬肉占90%。**



CAS 標章
產銷履歷
進口肉類
合計

肉類

數量 (噸)	銷售金額占 (%)
22,406	69.12%
62	0.35%
3,309	30.53%
25,777	100%

國產特色豬肉

好欣豬



特色

全聯「好欣豬」講究飼養環境，以架高豬舍、恆溫保溫設備、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。

產品

珍香豬



特色

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。於2023年共推出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。

火山烏骨雞



全聯2023年持續擴大新增契作南投信義鄉高原「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。

在地契作之共生產品

全聯推出多款在地契作的共生產品，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

全聯推出「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，搶水雉鳥，獲林機發展基金會色保育標章」。知目前菱角產有菱農為了水耕作，但缺乏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。



合作農友由去年7人 增至 **9** 人



2023 年四角菱與二角菱栽種面積由 2022 年 3.2 公頃

增加為 **4.7** 公頃



菱角熟食料理銷售金額達新台幣 3,001 萬元

較去年成長

70%；生菱角銷售金額為新台幣 236 萬元



契作菱角田孵化幼鳥數達 **129** 隻

2023
績效成果

2023
績效成果



2023 年全聯契養面積達到 1,200 公頃

契作量 **10,000** 噸



漁電共生的
台灣鯛背肉年銷量達
新台幣 **1** 億元



漁電共生太陽能板
一年可產出綠電約
230 萬度



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 **93%** 用水量



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。



2023
績效成果

栽種面積 12 甲、年產量 8 甲、
銷售金額新台幣達 149 萬元

較去年成長 **101%**

漁電共生

全聯「台灣鯛背肉」全面採用漁電共生的養殖原料魚。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、自藥，減輕漁民動投餌、投工作負擔。魚池更具備淨水有效節省水資源，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（ACS）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水產養殖聯盟（GAA）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。



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。



2023 年的種植面積由 2022 年 87.29 公頃，

增加為 **98.93** 公頃

貼心體驗

Corporate Social Responsibility

CH 3

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

全聯以顧客的需求為本，積極開發創新店型與服務，提供消費者高質感的購物體驗。近年來，全聯積極推動數位轉型，結合數位科技推出自有支付工具、電商平台以及外送平台，提供民眾最貼心且富有人情味的服務。同時，全聯重視消費者的回饋與隱私保護，不僅利用線上平台增加溝通管道，亦定期維護客戶資料系統，期望回應顧客信賴，並創造無後顧之憂的購物環境。

3.1.1 店型與 服務創新

秉持為消費者提供高質感購物體驗的初心，全聯積極推動店型革新，從早期以販售乾貨為主，至逐步導入生鮮商品，再到如今擴大提供烘焙、咖啡、與調理熟食等多樣選擇與服務，已是全聯新型態標準店型必備的規格，讓全台民眾的日常購物不只「方便又省錢」，更是一種生活享受。此外，全聯持續推進「在地共好」與「永續共好」兩大創新策略，致力於將全聯門市打造成具有在地特色、節省建材，與推動綠色能源等永續面向的生活場域。

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。



台南文賢一門市

2023 年 2 月開幕的台南文賢一門市，是該地區第一間日本設計師所設計的西川店型，裝潢空間極具日式美學與質感，為周邊居民提供便利的購物選擇，也為社區注入新的活力與商機。隨著商圈的發展，此店成為居民日常生活的重要樞紐，達到促進當地的經濟繁榮的目標。



內湖舊宗門市

2023 年 5 月開幕的內湖舊宗門市為全聯與大潤發鮮食集結合的首間門市，除了提供全聯多樣化的商品外，消費者購物後還可至大潤發鮮食集享受各類美食，提供便捷的選擇，滿足商圈需求。



文山興隆門市

此商圈原無超市進駐，當地民眾購物較為不便，2023 年 10 月全聯進駐花木批發市場，在硬體設備上透過店內精心設計，讓顧客在購物的過程中享受到如同百貨公司和超市結合的高級感，另引進多元專業運動品牌迪卡儂，為喜愛戶外運動的顧客提供優質的運動商品。此外，該門市亦設有熟食區、座位區提供民眾休憩與享受美食的舒適空間，提升顧客消費體驗。門市樓上則結合里民活動中心，為社區提供更多交流與活動的機會。

永續共好門市

全球 ESG 浪潮興起，全聯各門市也積極透過內裝模組化設計、太陽能板設置等實際行動，打造能源永續且設備可重複使用的門市，期望能降低建造成本、節省建材，並對環境更加友善。

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。



林口中山北店

2023 年 11 月開幕的林口中山北店，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。



數位服務創新

除了打造新型態購物體驗之外，全聯掌握數位化時代消費者的需求與購物習慣改變，積極推出 PX Pay、PX GO!、全支付等數位服務，讓顧客的採買變得更加便利與快速，打造最懂顧客的賣場。同時，全聯持續優化、自動化後端服務設備，為門市夥伴創造更多服務顧客、巡補商品的時間，引領消費者買進幸福好生活。

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。並於 2023 年推出電子禮卡。

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。



2023
績效成果

截至 2023 年 12 月底，PX Pay 下載數

✓ 已突破 **1,560** 萬次 ↓

（為全台第三大行動支付平台）



✓ 2023 年度點數捐總額等同於
新台幣 **3,447,760** 元

（統計至 2023 年 12 月底）

全支付

全聯福利中心百分之百投資的關係企業「全支付」，在 2021 年 6 月獲金管會許可申請專營電子支付機構業務，延續全聯「買進美好生活」的核心理念，打造幸福企業。PX Pay 會員們若註冊升級「全支付」，將可跨通路使用且能生活繳費等多元應用。全支付致力於拓展全新生態圈，提供給消費者最方便、安心的支付體驗！



✓ 全支付於 2021 年 6 月獲得金管會核准取得專營電子支付機構營業許可

2022 年 9 月 1 日正式上線

✓ 截至 2023 年底約有 **455** 萬會員

2023
績效成果



PX GO! 全聯線上購

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 家門市擴展至超過 700 家（包含金門與澎湖），除了既有門市外，還特別開立 24 小時營運的「小時達專門店」，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。

隔日達（2024 更名為全電商）

整合大潤發所推出的服務，引進上百家國內外品牌，日用品、家電、美妝、保健、寵物等破 10 萬件商品，全站消費最低 0 元免運費。

分批取

全聯分批取，幫你省更多！眾多商品一次買多享優惠，還可以分批取貨，使消費者不須囤貨，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。

2023
績效成果

2023 年擁有小時達服務的店數

達 **739** 間

（含 6 間離島門市）

✓ 小時達專賣店則有 **9** 家



隔日達累積註冊會員數截至 2023 年底

✓ 共有 **3,629,189** 人

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。

全聯後端客戶服務



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

2023
績效成果

✓ 繼內湖瑞光門市、南港旗艦店後，信義莊敬店於 2023 年 2 月導入電子標籤

✓ 信義莊敬店導入 1.6"、2.2"、2.6" 等電子標籤
取代原本傳統紙本價卡，具備超低耗電與可重複使用的特性，避免樹木砍伐且節省廣告紙印刷的人力物力成本。

3.1.2 顧客關係管理

全聯重視顧客需求與體驗，致力於建立良好的互動關係，並不斷提升消費者的服務體驗與滿意度。藉由制定客戶關係管理方法，設立多種溝通渠道和申訴處理流程，以便充分聆聽顧客的意見與回饋。藉由定期檢查服務流程中的不足，並加強對第一線門市人員的培訓，全聯提升整體服務品質。此外，運用會員福利制度，例如印花集點等優惠活動，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 線上購物服務專線	市話：0800-010-178 / 手機：02-8175-1000、02-2533-7700 02-8501-1566、02-8175-1008
	文字服務	官網信箱 線上購物留言板	
	社群平台回饋		
	門市反應		

小時達／分批取一訂單一客服提問 全電商一我的一訂單提問

客戶若有相關建議，可直接向門市反應



顧客申訴處理流程

全聯設有完整申訴流程，由聯合服務中心主責處理顧客的申訴案件。2023 年全聯聯合服務中心處理案件共計 394,760 件，其中包含接獲來電反應 94,447 件、文字服務（電子信箱、網購留言等）共 234,572 件，真人文字客服共 65,741 件，線上即時處理率達 80%，2023 年經轉出至營業單位的案件追蹤處理完成率達 96%。

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

電子禮券

將傳統紙本禮券升級為電子禮券於 2023 年 10 月在 PX Pay 上正式販售，面額為 1,000 元，限以 2 張的倍數購買。電子禮券相較於紙本禮券，在購買、使用與轉贈上都更為靈活。該功能亦能提升 PX Pay 會員的黏著度，可望成為全聯非現金支付的第四個重要工具。



推出後截至 2024 年 1 月底（此活動截止日歷經跨年度）

✓ 銷售 **11.8** 億元的電子禮券

✓ 約可省下 **1,894,386** 張紙

2023
績效成果



25 周年慶會員活動

適逢 25 周年，針對會員福利推出有別於一般週年慶滿額現折、贈點、送好禮或抽購物金等活動機制，而是祭出 4,000 萬獎金，週週抽百萬現金頭獎的活動，不僅於線上抽獎，更搭配地區性的實體活動，連結全聯與社區的互動。

2023
績效成果

✓ 活動約有 **49** 萬會員參與 ✓ 活動業績達 **17.3** 億元

3.1.3 資訊安全與 隱私保護

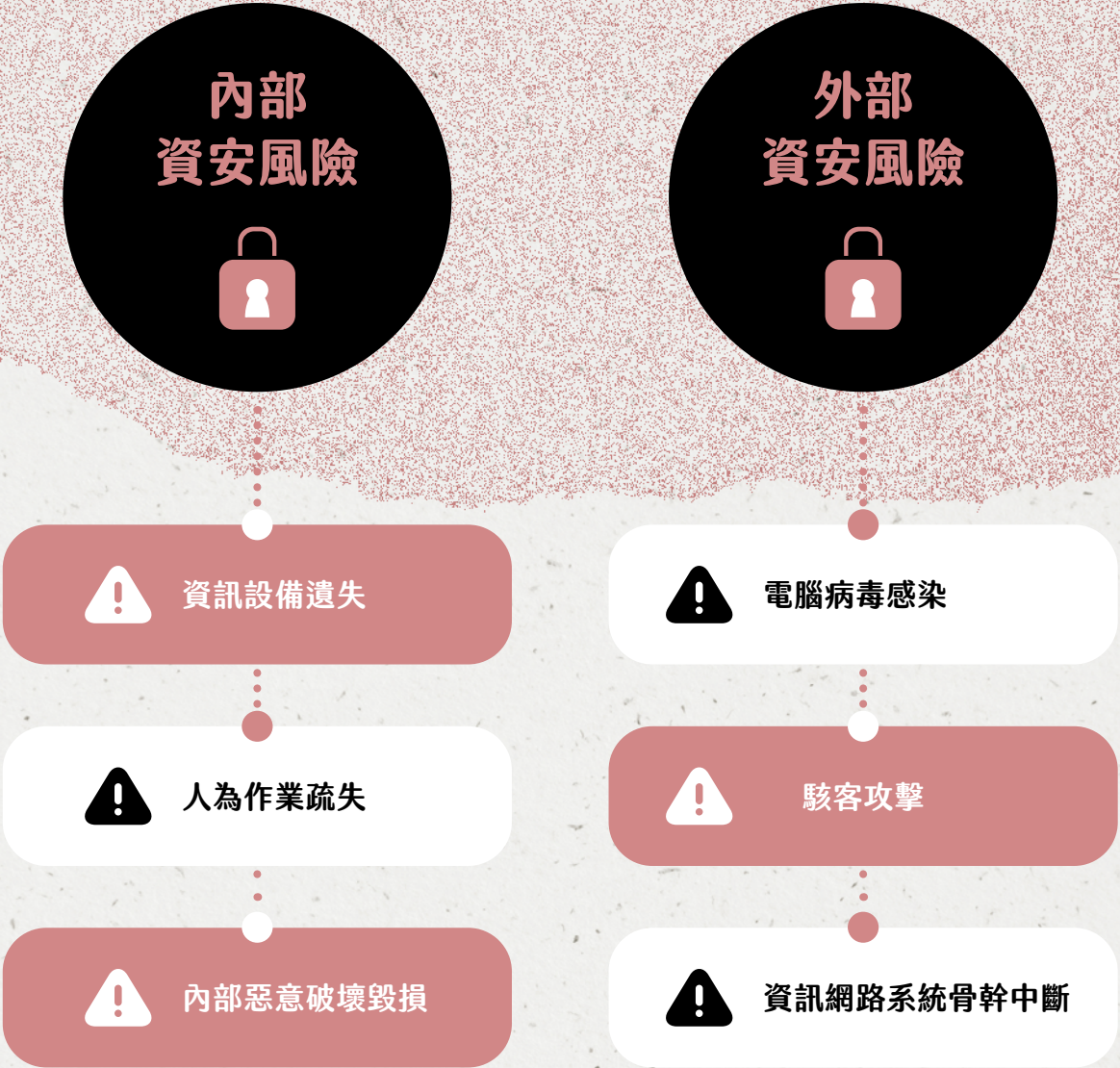
為了保障資訊安全和客戶隱私，全聯設立了資訊安全委員會，由資訊部門的最高主管擔任資安長，各級主管擔任資安委員。該委員會負責推動和執行資訊安全規範，並制定《全聯資訊部資訊安全暨隱私管理政策》。這些政策涵蓋資訊科技安全、人員安全、實體及環境安全，以及客戶個人資料保護等四大方面，旨在建立全面的資安管理機制，以保護公司內外部的資訊安全。

管理面向	說明
資訊科技安全	- 資訊部預計 2024 年取得 ISO27001:2022 資訊安全管理系統要求驗證，確保應用系統開發、維護管理與機房維運符合認證。 - 依資訊安全委員會訂定之「資訊安全稽核作業程序書」，每年定期辨識資訊安全風險，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。 - 訂定資訊安全事件管理程序書規範，確保資安事件發生時，迅速依通報程序進行回報，並採取必要之應變措施，降低資安事件帶來之衝擊。 - 資訊系統開發需經過嚴謹評估流程，系統上線與上版需先經過申請與檢測後，方可執行。 - 伺服器具備完善的安全控管機制，即時監控總部主機、收銀機系統等防毒安全。
人員資訊安全	- 內部人員須簽署員工保密切結書，並且於服務期間皆應遵守《人員資訊安全守則》。 - 委外服務廠商皆須簽署保密承諾書，遵循全聯訂定之資訊安全相關規範，並依據《委外管理程序書》之規定辦理。 - 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需經過申請權限後才可以使用，並隨時監控使用異常流量與紀錄。 - 每年定期掃描與稽查各公用電腦 IP 環境的設定資訊，確認執行社交軟體下載與瀏覽的權限。
實體及環境安全	- 以文件管理系統彙整各部門的文件資料，並進行資料掃描存檔，可隨時監控與追蹤資料狀態。 - 擬定《全聯文件銷毀作業要點》，標準化公司內部、營業門市之重要文件銷毀流程，避免資訊外洩，維護全聯相關資產。 - 資訊部機房維運管理預計 2024 年取得 ISO27701:2019 隱私資訊管理系統要求驗證認證 - 每月依據「辦公區域安全檢查表」之項目逐一進行檢查與審核。 - 每季依據「個人電腦安全檢查表」之項目逐一進行檢查。 - 若發現有異常時則依據《矯正預防措施管理程序書》之相關規定執行矯正與預防措施，進行問題矯正及風險預防的作業。若異常事件已直接影響資安及隱私安全時，則依據《安全事件管理程序書》規定留下處理紀錄，以供後續評估及改善。
客戶個人資料保護	- 訂定門市個人資料管理作業規範，保護顧客隱私，避免客戶資料之洩漏。 - 規定門市妥善存放顧客訂購單、福利卡申請書，並以機密性文件集中管理歸檔，創造可信賴的個資保護與隱私環境。 - 確保 PX Pay 皆符合相關法規之規範，且通過工業局公告之《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攻擊與演練，強化個資保護之實際應變能力。



資安風險辨識

全聯資訊安全委員會每年設立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，全聯制定了《個人資料管理規範》，明確規範涉及客戶隱私的數位服務資訊安全管理，確保資訊安全與個人資料保護。此外，全聯的數據機房將會進行稽核與驗證，預計 2024 年通過 ISO 27001、ISO27701 認證，每年接受認證機構的稽核與驗證，作為管理個人資料的依據。不僅如此，全聯每年皆會舉辦資安防護課程，2023 年全聯內部舉辦 5 場個人資料保護認知宣導教育訓練與資訊安全課程，時數共計 39 小時，提升資訊人員的資安意識與專業技能，全面保護消費者的個人資料與隱私。

隨著數位支付型態如 PX Pay 和全支付的推出，全聯增設了數位支付的 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。



資源循環

Corporate Social Responsibility

CH 4

- 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

全聯將保護環境和愛護土地視為核心使命。自 2022 年起，全聯在永續策略藍圖的基礎上，持續在「循環減塑」、「惜食減廢」和「減碳綠能」三大重點領域進行發展；從自身營運做起，妥善處理廢棄物和廢水，並推行節能減碳措施。此外，全聯還與政府、供應商、員工和消費者攜手合作，推廣減塑、資源循環和節約消費的理念，以減少對環境的負面影響，守護台灣的美好生活環境。

4.1.1 推動循環減塑

全聯採取了三大減塑行動策略－「自行減塑與使用再生材料」、「推動消費者減塑」，以及與「供應商合作減塑」。我們持續引進環保可分解的包裝材料，逐步減少包裝、運輸配送及銷售過程中的塑膠使用與包材浪費。同時，我們也積極與消費者和供應商合作，共同推進減塑工作，致力於減少塑膠使用並增加資源的循環利用。

策略 1

自行減塑與再生材料使用

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。

提升裸賣比例

裸賣品項超過 300 項
比例達 **35%**
2023 年裸賣品項
業績逾 33 億
(統計範疇皆為全台門市)



2023
績效成果

2023
績效成果

2023 年使用保麗龍包裝共達 21 個品項，以使用量計算
2023 年相較於 2022 年
減量近 **2.3%**
(統計範疇皆為全台門市)

塑膠包裝減量

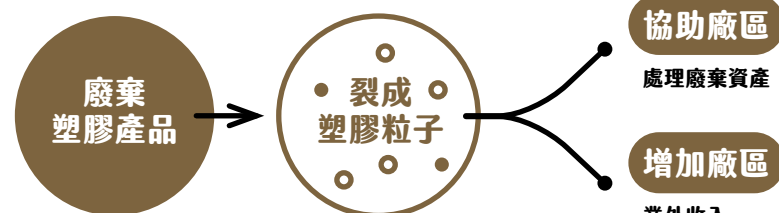
自 2011 年起，全聯開始全面使用可回收的聚乙烯 (PE) 保鮮膜來取代難以回收的聚氯乙烯 (PVC) 保鮮膜，同時減少使用保麗龍 (PSP) 和保鮮膜等難以回收的塑膠包裝。

制定店內回收機制

- 業務用保麗龍箱由專業廠商進行回收，例如美國進口葡萄的保麗龍原箱，會委託專業公司進行後續處理。
- 店內廢棄的配送籃由委託的廠商進行裂解處理，轉化為塑膠粒子以促進廢棄塑膠的回收與循環利用。

2023 年回收 **1,815 公斤**
之廢棄配送籃後續製成塑膠粒子循環利用
(統計範疇皆為全台門市)

2023
績效成果



策略 2

推動消費者減塑

減少塑膠袋使用

減少提供一次性塑膠袋與耐熱袋

取消在包裝區提供給消費者自由取用的免費一次性塑膠袋，並減少蔬果區耐熱袋的提供，同時在店內提醒消費者減少使用塑膠袋。

提供雙北兩用袋，導入 100% 回收塑料 (PCR) 環保購物袋主動推出雙北兩用袋，並祭出會員環保用品點數免費換活動，鼓勵消費者減少使用一次性塑膠袋。此外，為鼓勵消費者自備購物袋，全聯在 2022 年於雙北市以外的全門市推出 100% 回收塑料 (PCR) 環保購物袋，大袋由 2 元改為 3 元、小袋 1 元改為 2 元，藉由微幅提高付費購物袋價格，喚起消費者自備購物袋的意識。新推出的背心袋平均成本增加 30%，雖然製作成本增加、售價提升，但每年可減少使用 921,411 公斤的原生塑料，估計可減少約 75% 的溫室氣體排放量。



2023
績效成果

2023 年 OFF COFFEE 顧客
自帶杯占比達 47.2%
共計減少使用一次性容器
6,197,034 個
2023 年環保杯
加價換購量逾 **12,000 件**

推廣自帶杯優惠

OFF COFFEE 自帶杯優惠

響應環保署公告之限塑政策，全聯於門市販售的現煮咖啡 OFF COFFEE 給予自備飲料杯 5 元的價差優惠，鼓勵消費者減少使用一次性飲料杯。

環保杯加價換購

推出限量「Bodum 咖啡隨行杯」，設計雙層不鏽鋼結構，可保溫不燙手，以 500 福利點加價 349 元即可換購一個，鼓勵消費者多使用自帶杯，以循環容器盛裝飲料。

2023
績效成果

2023 年付費一次性塑膠袋
使用量為 **5,337 萬個**
相較於 2022 年，增加 729 萬個
增加之原因為 2023 年店數
較 2022 年增加 51 店

2023 年耐熱袋使用量為 **77,328 捲**
相較於 2022 年
減少 **6,874 捲**
減量達 8.9%

2023 年 PCR 購物袋
使用 **719 噸** 回收塑料

策略 3

與供應商合作減塑

引導供應商源頭減塑

全聯鼓勵供應商採用可回收的紙盒與政府認證的可回收塑膠進行包裝，自 2023 年 5 月起針對有機蔬菜、履歷葉菜產品開始使用新式包材，改良中間夾層，改用回收原料，表層材質改以最低厚度，並在蔬菜包裝上增加減塑標章，水果包材則從降低厚度著手。

有機葉菜包裝袋
截至 2023 年底，共減塑
2,229.7 公斤
履歷葉菜包裝袋
截至 2023 年底，共減塑
2,072.4 公斤
水果包材改良後，最高可減塑達 **58%**

2023
績效成果

網際網路購物包裝減量概況

2023
績效成果

網際網路銷售件數 **1,104,883** 件

包裝材料總重量、包裝材料分項重量
78,561.450 公斤

原箱出貨件數 **934,178** 件

每件平均包材重量 **0.49** 公斤

全聯「隔日達」
(2024 更名為全電商) 依據環保署公告之「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」之規定編製及揭露減量成果，並進行有限確信。

2023
績效成果

2023 年共有 293 台生鮮設備和 44 台空調進行維修整新和再利用，總計 337 台，整備成本共計為 458 萬元，相較於購置全新設備需花費超過新台幣 1,821 萬元

節省成本約新台幣
1,363 萬元

2023 年報廢設備交由原廠商拆除，原拆除費用預估為 261 萬元，經回收後，扣除拆除成本

盈餘 **244** 萬元

設立整備中心

因應展店及改裝店需求，全聯以 4R 永續發展計畫為核心理念，在台中、嘉義和高雄設立「整備中心」，對低溫物流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。

Reduce (減量) 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，延長設備使用壽命。

Recycle (回收) 對於無法維修再利用的設備和零組件，在廢棄前進行分類回收。

循環行動策略

全聯的 4R 永續發展計畫以「Reduce (減量)、Repair (維修)、Reuse (再利用)、Recycle (回收)」為核心理念，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。這個計畫旨在減少報廢設備的產生，優先對設備進行維修和整新再利用，以延長其使用壽命和價值。當設備最終報廢時，會進行垃圾分類，並最大化回收零組件和原材料的資源價值。這些措施不僅有助於環境永續，也提升了顧客在賣場的購物體驗。

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。

已超過 **57** 家門市導入模組化服務台
每家門市平均節省了 1.5 萬元

超過 **57** 家門市導入模組化隔柵
每家門市平均節省了 6.2 萬元

2024 年的目標是將模組化服務台和模組化隔柵擴展到 71 家門市
並在台中中清、台中福雅、三民十全一家門市增設模組化柱間櫃

2023
績效成果



4.1.2 促進惜食減廢

全聯針對自身營運部分，建立完善的廢棄物和廢水管理系統，確保所有生鮮廠及門市營業過程中產生的廢棄物都按照法律規定進行處理。此外，在生鮮廠內也實施了污水處理措施，定期按照水污染防治法進行水質檢測，以確保排放水的品質符合政府環保標準。全聯還致力於提高資源使用效率，全面實施垃圾分類、廚餘回收和資源回收，並與台中市環保局合作，將廚餘轉化為沼氣發電和堆肥，推動廢棄物資源化。另外，全聯也透過「惜食計畫」與消費者一起減少浪費。

廢水處理

為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。

設置資源回收機

自 2021 年起與高雄環保局合作引進「資源回收機」並搭配點數回饋，鼓勵民眾將寶特瓶清潔乾淨、撕除外層包裝模後投入回收機，隨手做環保。未來規劃增加導入資源回收機的門市數量。截至 2023 年共有 2 台，分別於高雄左營海總店、三民陽明進行設置。

截至 2023 年底，
已回收 **868,788** 個寶特瓶

2023
績效成果



廢棄物管理

全聯在所有門市中對廢棄物進行 100% 分類，將一般廢棄物分為可回收和不可回收兩類，然後交由專業廢棄物處理廠商進行回收或焚化。此外，門市內設有多個資源回收桶，以鼓勵顧客參與資源回收並加強垃圾分類。2023 年，全聯的廢棄物處理總量為約 21,805.5 公噸，較 2022 年有所增加，主要因為全聯在 2023 年持續擴展門市。未來，全聯將繼續推動廢棄物的源頭分類、減量和回收，致力於改善廢棄物管理和減少廢棄物產生。

全聯廢棄物統計表

項目	廢棄物類別代碼	2020	2021	2022	2023
回收處理廢棄物（噸）	廚餘 R-0106	2,779.2	3,772.8	4,089.6	4,275.6
焚化處理廢棄物（噸）	事業活動產生之一般性垃圾 D-1801	14,037.1	15,091.32	16,020.96	16,186.2
	動植物性殘渣混合物 D-0199	1,828.8	1,238.4	1,387.2	1,344
總計（噸）		17,444.4	18,645.1	21,497.76	21,805.8
單位營收廢棄物處理量（噸／新台幣百萬元）		0.1342	0.1289	0.1264	0.12945

備註：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。

電子發票服務

2023
績效成果

2023 年發票紙捲使用量為 21,185 捲，相較於 2022 年大幅減少 97% 使用量

全聯自 2010 年起推出會員申請電子發票服務，並提供刷卡消費同步下載發票至信用卡的服務，減少發票存根聯的紙張耗費，並減少倉儲空間及門市保管壓力。

雲端發票服務

全聯自 2017 年起推廣雲端發票，陸續推出 PXPAY 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。

2023 年全聯門市雲端發票佔比為 49%，約當減少 2.3 億張發票列印，近三年使用率逐步提升。

2023
績效成果

惜食減廢

自 2017 年起，全聯啟動了「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。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。迄今，

平均每年搶救的食物價值超過新台幣 2 千 7 百萬元，截至 2023 年底，累計金額已達新台幣 1.67 億元。

全聯「惜食計畫」三部曲

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。

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。

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 點半後能來門市領取惜食商品。

2023 年度全聯有 175 家惜食門市，惜食加菜的受益人次超過 413.5 萬人次。全聯向 101 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。

為了減少生鮮產品因未能在保鮮期內售出而造成的浪費，全聯與供應商合作，對進

口牛肉和海鮮產品進行貼體包裝。這種包裝方式不僅節省了包裝材料，還將肉品的保存時間延長了 30% 以上，從而增加了商品的架上販售期和售後保存期，進一步減少了食物浪費。

年份

惜食門市（店）

媒合供餐社福機構（家）

受益人次（人）

2020

161

100

超過 273.9 萬

2021

149

95

超過 247.9 萬

2022

146

92

超過 360 萬

2023

175

101

超過 413.5 萬

4.1.3 轉型低碳綠能

為響應台灣 2050 年淨零排放目標，全聯積極打造綠色友善門市，藉由門市外觀綠化、選用綠色建材以及具環保節能標章的空調、冷藏與燈具設備，提升門市能源使用效率，在日常營運中實踐全聯用心守護環境的理念。自 2016 年至 2023 年為止，全聯共計投入約新台幣 18.26 億元添置與汰換設備，每年約可減少 2,014 萬度能源使用量、將近 1,000 萬公斤的碳排放量，未來也將持續擴大導入節能設備的門市據點。

全聯綠色友善門市設計

門市外觀

措施與 2023 年績效

- 招牌螢光燈汰換為 LED，至 2023 年已完成 275 店汰換，一年可節電 35%、減少溫室氣體排放 0.023 噸 CO₂。

2024 年目標與未來規劃

- 預估 2024 年底全面汰換招牌螢光燈管為 LED 燈具

硬體建材

- 設置風除室、櫥窗玻璃防蝕捲簾，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。
- 於台南善化門市導入太陽能板：一年可省約 53 萬元、減少溫室氣體排放 121 噸 CO₂。

- 預計 2024 年建置首間 ESG 示範店

賣場設備

- 安裝節能空調室外機：**在 192 家門市增設了節能空調室外機，每年可實現 3,503,414 度的電力節省，並減少 1,783.2 噸 CO₂ 的溫室氣體排放。
- 變頻冰箱規格由 R22 汰換升級為 R410：**在 230 家門市完成了變頻冰箱的升級，每年可節省 8,270,366 度的電力，並減少 4,209.6 噸 CO₂ 的溫室氣體排放。
- 設置賣場、騎樓及小夜燈等燈具單獨迴路：**一年可省約 2 萬元、減少溫室氣體排放 3.5 噸 CO₂。
- 導入賣場 LED 線型燈：**一年節電 30%、減少溫室氣體排放 11.7 噸 CO₂。
- 在 9 家門市設置汽車電動車充電站，並在 293 家門市設有機車換電站。

- 預計於 40 家門市增設空調節能室外機
- 預計於 10 家門市汰換並升級變頻冰箱
- 預計於 52 家門市導入賣場 LED 線型燈
- 汽車電動車充電站的設置門市預計增加 22 家，機車換電站的設置門市預計增加 29 家

2016-2023 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 CO2e / 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	2.38	3,228,934	1,643,527	更換 171 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	13.38	8,270,336	4,209,600	更換 230 間店
燈具汰換 將傳統 T5 螢光燈具更換成 LED 燈具	2.5	9,618,984	4,896,063	更換 1,026 間店

註：以上用電碳排放計算，均使用經濟部 2023 年 6 月公布之「2022 年電力排碳係數」= 0.495 公斤 CO2e/度，代表每度電的碳排放量為 0.495 公斤二氧化碳當量。

友善共好

Corporate Social Responsibility

CH 5

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

秉持「以人為本」的信念，全聯將每一位同仁視為與公司共同成長的夥伴，提供員工具具有競爭力的薪酬福利、多元的溝通管道及完善的人才發展與培育措施，並設置職業安全委員會，維護工作環境之安全與衛生，致力於營造安心、健康且具有發展性的工作環境。

5.1.1
多元和諧職場

員工管理機制

項目	說明
行為管理	• 依循《全聯工作規則》、《績效考核辦法》
招募、聘用、留任	• 依循《全聯新進人員招募面試作業要點》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	• 設置總經理信箱與專線、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

全聯員工人數逐年成長，2023 年全聯總員工人數共計 **24,397** 人，其中 **13,997** 位正職員工，**10,400** 位兼職員工，正職員工佔 **57.4%**，兼職員工約佔 **42.6%**，兼職員工人數較去年微幅增長。

全聯的人才政策貫徹多元平等的核心價值，不因性別、年齡、種族或族群、身心障礙等而給予員工差別待遇，致力於營造多元且平等的職場文化。全聯遵循勞動基準法之規範，廣納多元族群工作者，並建立平等、公平的升遷體制，設置人才評議委員會，依據內部公開之績效考核制度、年資等可量化資訊進行同仁升遷之評估。

除此之外，全聯積極照顧弱勢就業族群，2023 年身障人士晉用率達 1.75%，高於法令之相關規定，響應政府之身心障礙者就業政策，並協助身心障礙者融入職場，打造包容體貼的企業文化。

勞雇類型	2020		2021		2022		2023	
	男	女	男	女	男	女	男	女
正職員工	3,254	10,283	3,543	10,799	3,549	10,611	3,539	10,458
兼職員工	3,224	5,086	3,658	5,856	3,928	6,024	4,028	6,372
合計	6,478	15,369	7,201	16,655	7,477	16,635	7,567	16,830

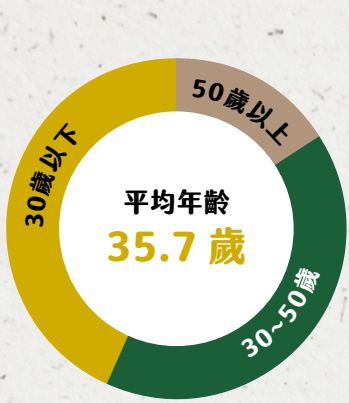
2023 年
員工性別分布

- 管理職
- 非管理職



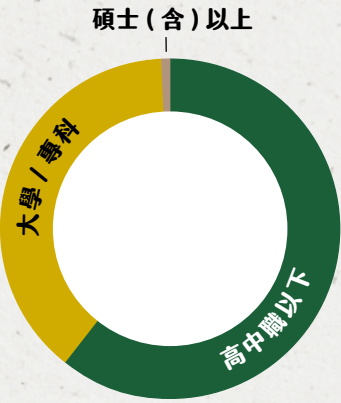
2023 年
員工年齡分布

- 16.0%
- 40.7%
- 43.3%



2023 年
員工學歷分布

- 0.80%
- 38.40%
- 60.80%



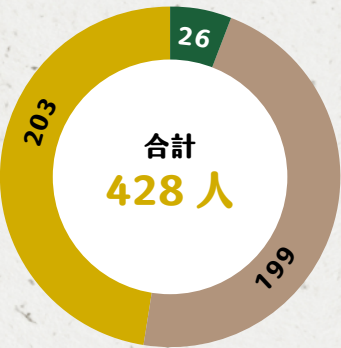
2023 年
多元員工占比
原住民

- 管理職
- 非管理職
- 兼職



2023 年
多元員工占比
身障人士

- 管理職
- 非管理職
- 兼職



員工福利制度

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，並提供優於勞基法的自請退休制度。
- 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，2023 年共舉辦 46 場巡迴檢查，到院檢查配合醫院達 36 間。，檢查項目更優於法規，提供包含心臟檢查及尿液全套檢查。
- 總部配備健身房，並提供同仁優惠價，每季繳交 100 元即可不限次數使用。

婚育照護

- 結婚津貼。
- 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。
- 中元電子禮券發放。

彈性工時

- 總公司正職同仁，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)

員工向心力調查

全聯為了解員工的工作認同與職場適應情形，自 2023 年起規劃每一年進行一次員工向心力調查，調查對象包括總部員工、各處辦公室及門市組級以上幹部，共 4,890 人 參與填答，佔全體員工人數 20%，為了蒐集夥伴感受及想法並優化公司同仁工作情況，提升員工對組織的信任度，問卷聚焦工作滿意度及員工留任度，內容包括：人才發展、工作參與、組織關係、工作環境、公司認同等五大構面。分

析向心力調查結果，同意比 92%、向心力 80.53 分，整體來看，員工對於工作環境有較佳的認同感，但針對工作參與的結果仍有更多的進步空間。

中高齡友善就業

近幾年台灣逐漸進入超高齡社會，中高齡員工在勞動市場更顯重要，全聯由專責管理部門規劃與執行高齡友善政策，積極聘用和留用高齡員工，推動青銀共事，強化跨世代職場合作，提供穩定的就業機會。

推出多項政策和福利，協助中高齡同仁有舒適的工作體驗，如聘用專業護理團隊，專責照顧同仁健康；總部提供每日水果、樂齡健康餐均衡飲食；在工作協助上，開辦著重於世代共融的訓練課程、門市排班彈性化、收銀機排版和字體優化、提供中高齡同仁工作輔具、護理師定期訪視關懷。並鼓勵任用中高齡員工。截至 2023 年底，全公司任用 45-54 歲 4,579 人，55 歲（含）以上 1,908 人，合計 45 歲以上任用人數 6,487 人，佔全體員工人數 26.59%。

2023 年育嬰留職停薪統計

2023 實際申請育嬰留停之員工（人）

2023 預計育嬰留停復職（人）

2023 實際育嬰留停復職（人）

2022 實際育嬰留停復職（人）

2022 育嬰留停復職後十二個月仍在職（人）

復職率（%）

留任率（%）

男 女 合計

10 190 200

9 175 184

4 132 136

2 129 131

1 105 106

44.44% 75.43% 73.91%

50.00% 81.40% 80.91%

5.1.2
員工職能發展

全聯深信人才是企業永續經營的根本，將每一位同仁視為與公司共同成長的策略夥伴，由管理部人才發展課、營業部營運訓練課專責規劃全面的人才培訓計畫，結合實體課程與線上平台資源，分別針對全聯總部後勤、門市營業部、物流廠以及生鮮廠同仁職務所須的專業能力，規劃合適各階層之專業課程，充沛全聯的人才競爭力。2023 年全聯訓練費用約新台幣 2,871 萬元，總訓練時數達 159,297 小時。



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。2023 年培訓主題為「團隊力」，受訓層級包含總部後勤理級、課級、專員同仁，總計受訓 727 人次，總受訓時數 3,271.5 小時。

總部新進人員訓

- 專門為總部新進人員設計一系列的線上培訓課程，包含：工作規章、系統操作等內容，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。2023 年培訓人數 297 人次，總受訓時數 755.5 小時。

AI 趨勢講座

- 透過舉辦內部 AI 講座，讓員工能夠快速掌握並應用新興科技工具，以提升工作效率。此次講座吸引了 117 位員工參與，充分展現公司對員工技能提升的支持，並積極投入於培養具前瞻視野的競爭力人才。

全體同仁

數位講座

- 每月定期推出數位講座，精選財經、管理、趨勢內容，以及本土企業案例研析等專業知識，鼓勵全體同仁線上修習。2023 年修課人次共計 11,868 人次，累積學習時數達 1,362 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，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，協助報名公開培訓課程。2023 年總計 325 人次參與相關委外培訓，總培訓時數達 1,887.4 小時，獲取證照數 102 張。

生鮮 SOP 影片

- 建立生鮮廠區標準作業流程，並拍攝現場作業 SOP 教學影片，促進廠區本國與外籍同仁學習與傳承生鮮技術並提升溝通效率。2023 年完成 1 支影片，總觀看人次約 921 人次。

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。
- 2023 年共有 16 名店經理取得儲備區主管資格，已晉升 1

名，15 名預備區主管納入人才庫中，平均學習期間為 10 個月，2023 年總受訓時數 1,886 小時。

儲備區主管實務班

- 幫助人才庫之學員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，於 2023 年總計 18 人受訓，總受訓時數達 522 小時，學習期間為 4 個月。

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，累計至 2023 年共計上架 232 堂課程、629 支教材，線上課程點閱人數約 104 萬人次，較 2022 年成長 18%。學習的課程內容除了工作專業知識外，更首次將生硬嚴肅議題，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

為提升全體員工試用期滿留任率，全聯自 2020 年 7 月起導入職涯測驗評估系統，針對同仁進行職能評估，並與「業界常模」進行比較，據以為同仁提供適才適性的培

育與發展機會。2023 年全聯新進同仁試用期滿留任率為 78%。

深化人才培育合作

同時，為提升關鍵人才留任率，全聯積極拓展產學實習合作，藉由優化培訓銜接機制、增加定期電話關懷，與優秀人才保持連結。2023 年全聯共與 30 間學校進行產學合作，實習生留任率為 64.2%。

5.1.3 職業安全衛生

全聯設置專職專責單位「職業安全衛生管理室」，以零災害的安全健康管理為目標，依照 ISO45001 及 TOSHMS 之國際標準，落實職業安全衛生管理系統，推行職安衛相關專案，並定期召開會議、辦理安全衛生教育訓練，以及進行職場風險評估，以將職安衛風險降至最低，全面守護同仁的職業安全與健康。

職業安全衛生組織

職業安全衛生管理室為直接隸屬總經理之一級管理單位，以優於法規之編制，於總部大樓及派駐於各處辦公室共計設置 11 名職業安全衛生管理專責人員、21 名職業護理。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，組成職業安全衛生委員會，每季定期召開會議，由職業安全衛生管理室進行職安衛相關業務報告，並邀請相關單位主管或代表進行商討及決議。

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

職業安全衛生管理室

- 主管
- 職安管理師

委員

重要部門主管

- 營業單位
- 工程單位
- 稽核／法務單位

勞工代表

工會推派

- 工會理事長
- 工會推派代表

特別列席

依議題邀集／職安室

- 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，於 2024 年完成驗證。

1

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

2

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

3

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

藉由落實職業安全衛生管理系統，2024 年通過職安管理系統（ISO 45001）之驗證，每年達成綜合傷害指數低於職安署公布零售業平均值，並持續提升門市職安衛自主管理之能力，營造安全、健康的文化與職場環境。

2023 年執行內容與績效

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安單位，彙整同仁回饋，以進行改善方案之可行性評估。

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。

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。2023 年總訪店率為 101.4%。

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。

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。

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，預計 2024 年會擴大辦理相關救護課程，成為員工必修課程。

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，2023 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。

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 3,000 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。

自 2014 年起，全聯建立健康管理師及臨場醫師門市走動式關懷」，設置醫療健康照護團隊共計 31 名，其中包含健康管理師、醫師與心理諮詢師等，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。若健檢異常者，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。2023 年護理師關懷 14,108 人；臨場服務醫師共 582 場；心理諮商服務為 11 場。

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。
2023 年企業報名減重有 1,066 人，體重下降 10% 有 285 人，總減公斤數 2,812 公斤，平均減重成功率 20.2%，月平均減 332.6 公斤，月每人減 3.2 公斤，月平均下降 10% 有 16 人。

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，2023 年共 48 為員工戒菸成功。

舉辦多元化身心靈系列講座，2023 年總部舉辦 7 場、處區舉辦 11 場。同時亦有各項心靈紓壓活動，包含社團活動、國內外旅遊。
2023 年舉辦 3 場 CPR+AED 教育訓練。

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。
利用「員工健康關懷系統」線上進行追蹤，截至 2023 年底，門市測量率達 99%；處辦公室 93%。2023 年起總公司比照門市同仁辦理，建議員工每月至少量測 4 次血壓，測量率為 34%，未來將繼續推廣。

職業災害統計

為提升同仁職業災害預防意識，全聯依災害類型進行統計分類，2023 年全聯發生共計 223 件職業災害事件，災害前三項主因分別為切割穿刺傷（61 件）、壓砸傷（47 件）及摔傷（29 件）。

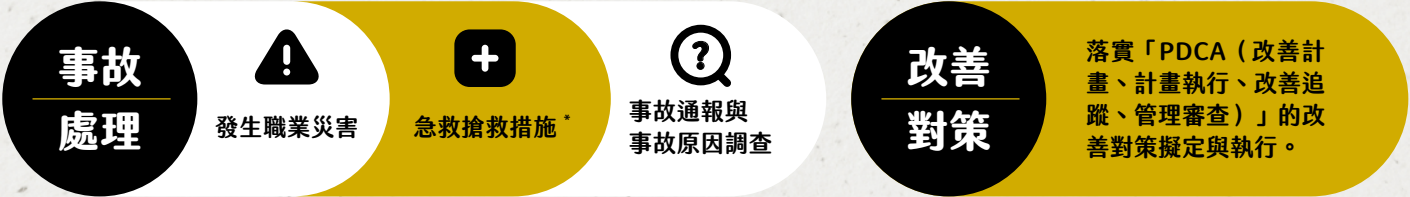
災害類型	墜落	壓砸傷	切割 穿刺傷	撞傷	拉扭傷	捲夾	摔傷	燒燙灼 凍傷	公出交 通事故	其他	總和
男	2	14	19	7	4	2	5	0	6	2	61
女	13	33	42	13	17	4	24	1	8	5	160
合計	15	47	61	20	21	6	29	1	14	7	221

全聯 2023 年總合傷害指數（FSI）值為 0.26，與勞動部職業安全衛生署公布近三年（2021~2023 年）平均標準值 0.35 相比稍低。全聯於統計職業災害損失日數及報備時，使用總部及全國門市總合（約 25,000 人）計算人數，失能傷害人次數則是損失日數一日以上即紀錄，以使實際職災統計與總合傷害指數（FSI）能夠一致。為預防與減少職業災害發生之情形，全聯訂定職業災害處理流程，即時調查事故發生原因，並持續進行追蹤、改善。

2023 年失能傷害統計數據

	男	女	合計
失能傷害頻率 FR	0.38	1.24	1.63
失能傷害嚴重率 SR	16	23	40
總和傷害指標 FSI	0.08	0.17	0.26

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

全聯於門市設置斜坡、電梯、緊急求救鈴等設施，以及拓寬賣場走道等友善設計，並提升同仁對建築內障礙設施之了解與利用。如遇有身障消費者有需要時，門市同仁會主動協同購物，營造安心、友善之購物環境。

友善失智賣場

自 2018 年起，全聯參與衛福部國健署「失智友善賣場推廣計畫」，與各政府機構合作辦理失智課程，以及工作坊、線上學習課程、情境模擬演練、案例分享、海報及 PXTV 宣導等，賦能門市同仁具備失智症識能，瞭解及辨識失智症患者，並培養同理心及與失智者應對的技巧。2023 年全聯友善失智賣場分布於台北市、桃園市、台南市、澎湖縣，共 92 間，打造對失智症患者友善的購物環境。

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。除了既有的花蓮美崙超市車及嘉義中埔超市車外，2023 年新增 2 台超市車，於屏東和新竹服務。

在地關懷活動

公費疫苗接種站

- 自 2017 年起，全聯與疾管署攜手合作，於指定門市設置公費疫苗接種據點，提高民眾接種流感疫苗之便利性；同時，全聯門市提供健康好禮，鼓勵符合公費資格的民眾，善用指定門市接種流感疫苗，提升施打率。截至 2023 年，全聯公費疫苗接種站施打人數累計達 10,939 人。

癌症篩檢

- 全聯配合國健署推廣之四大癌症（包含大腸癌、口腔癌、乳癌及子宮頸癌）篩檢服務，協助衛生單位於門市提供篩檢服務，提高員工及民眾篩檢之方便性。2023 年全聯門市提供 222 場篩檢服務，總服務人次合計達 18,701 人次（包含：子宮抹片檢查 6,295 人次，乳房攝影 8,089 人次，大腸癌篩檢 4,077 人次，口腔癌篩檢 115 人次，X 光檢查 89 人次），期待能幫助民眾達成「早期發現、早期治療」，守護社區居民的健康。

5.2.2 社會公益



全聯經營公益服務已邁入第 19 個年頭，秉持「取之於社會，用之於社會」的初心，全聯四大基金會積極投入「弱勢關懷」、「兒少關懷」、「生態關懷」、「人文關懷」四大公益主軸，結合門市資源、動員全體同仁，將全台各地的全聯門市營造為提供社會幫助、保障與溫暖的據點，成為民眾心目中的「公益賣場」，讓消費者在全聯不僅獲得滿足的消費體驗，同時創造公益的永續價值，實現美好在地關係。

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（簡稱全聯慶祥基金會）成立於 2006 年，以弱勢關懷為核心服務主軸，推行急難救助、物資銀行等多元公益服務，為弱勢家庭提供即時的補助及物資，並結合全聯門市職缺需求與企業志工服務，積極協助弱勢民眾就業脫貧，協助建構台灣社會安全網，歷次均由內政部與衛福部評鑑為「優等」基金會。2023 年全聯慶祥基金會聘雇 24 位全職專業社工，服務範圍遍及全台及離島地區；共計投入超過新台幣 1.41 億元^註，以及企業志工服務時數 4,672 小時。

註：2023 年投入金額將公益專案執行成本（包含：管理與人力成本、交通訪視費用與行政支出等）納入計算。



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，另依據申請之個人與家庭的急難案情節重大者，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）。

急難救助

受理 10,445 件急難申請案

實際捐助 **5,942** 戶家庭

發送 4,941 張愛心卡
救助金額及愛心卡儲值金

合計新台幣 **7,286** 萬元

企業志工（門市員工）

服務時數 **3,787** 小時
協助收件與愛心福利卡發卡業務

2023
績效成果

物資銀行

投入逾新台幣 1,251 萬元

受益對象逾

123 萬人次

較去年 55 萬人次增加超過一半

2023
績效成果

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。2023 年共補助 16 家醫療院所、15 家社福單位、4 家實物銀行



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，於社區內或全聯門市辦理半日或一日的

社區適應活動，並提供公益假制度及志工好康活動，召集企業志工陪伴外出困難的身心障礙者共同參與。

職場體驗活動

結合全聯門市職缺需求與企業志工服務，積極協助弱勢民眾就業脫貧。

全聯好夥伴企業志工

投入企業志工 **150** 人次

共 **885** 小時全聯企業公益假

辦理 **18** 場次活動

受益對象 **472** 人次

2023
績效成果



其他社會公益

支持守護生態環境

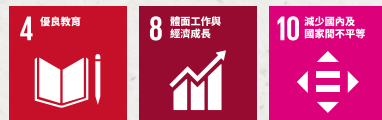
贊助大安森林公園之友基金會工作計畫案，營造都會生態公園親水濕地，守護生態環境。



2023
績效成果



投入超過
新台幣 **1,300** 萬元



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。2023 年佩樺基金會共計投入約新台幣 2,983 萬元，以及企業志工服務時數 264 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）夢想啟程計畫、（三）大專院校服務社團補助、（四）愛從一開始—愛心零錢捐、（五）清寒獎助學金。詳細之受助對象、內容及 2023 年度績效請詳參以下表格說明。

註：2023 年投入金額將公益專案執行成本（包含：管理與人力成本、交通訪視費用與行政支出等）納入計算。



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。

愛心育苗——助學計畫

2023
績效成果



受助對象 | 國小、國中、社福單位

補助 **73** 所學校、**102** 所社福單位

受益人數達 **2,825** 人

捐助新台幣 **600** 萬元



協助弱勢學童（偏鄉中小學及社福單位）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。

夢想啟程計畫（圓夢方案）

受助對象 | 國小、國中、高中、社福單位

補助 **9** 所社福單位

受益人數達 **2,164** 人

捐助新台幣 **135** 萬元

2023
績效成果



本會鼓勵兒少站在舞台上圓夢，將助學內容對外展演，支持偏鄉學校及社福機構展現學習成果，並藉由全聯門市提供靜態及動態型式的圓夢舞台，讓孩童有一展長才的機會，且培養自信心。

大專院校服務性質社團支持補助計畫

2023
績效成果



受助對象 | 大專院校

補助 **148** 支營隊服務、
4,070 名大學生參與服務

受益人數達 **11,502** 人

捐助新台幣 **203** 萬元



提供多元化資源，鼓勵大專院校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，並培養大專院校青年關懷社會、服務奉獻之人生觀。



「愛從1開始」

受助對象 | 社福單位

受益人數 **5,076** 人
募得金額新台幣 **2,690** 萬元

2023
績效成果

每年與4間社福團體共同合作，2023年於全台超過1,160間全聯門市及22間大潤發賣場，設置愛心零錢捐款箱，民眾可至實體門市捐零錢，亦能透過「PX Pay 福利點數愛心捐」功能支持社福團體，加強民眾對社會議題的關注，縮短民眾做公益的時間與距離。未來將進行功能升級，預計新增全支付捐款。

清寒獎助學金

受助對象 | 國小、國中

補助3所學校，參與服務學生99人

捐助新台幣 **247** 萬元

受益人數達99人

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。



社會公益

受助對象 | 不拘

補助6家社福機構、1家醫療院所、受益人數達1,023人

捐助新台幣 **312** 萬元

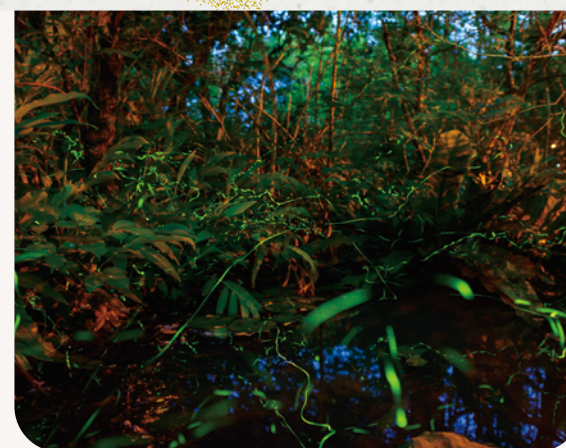
2023
績效成果

在投入弱勢兒少助學培力之餘，努力推動社會公益，參與各領域的公益活動，例如：台北市建國中學樂旗隊、大安森林公園維護工程、周邊環境美化及生態教育推廣等。



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2013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。2023年大安森林之友基金會共計投入約新台幣43,016,486元，以及志工服務時數2,747.5小時。



螢火蟲復育

投入新台幣 **130** 萬元

進行3座螢火蟲生態池的維護與導覽教育

螢火蟲季期間，召集48名志工，

投入服務時數共計1,908小時

成功復育近 **3,839** 隻螢火蟲

吸引13,711賞螢人次

2023
績效成果

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。

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。

生態防蚊

2023
績效成果

投入新台幣 **410** 萬元

進行全園區生態防蚊

進行線上線下研討會、推廣活動

觸及人數為 **10,251** 人

病媒蚊防治

全聯與台大昆蟲專家及公共衛生專家一同組成滅蚊團隊，於公園設置8個防蚊液站於入口處，免費供民眾使用，並在公園定時定點偵測蚊蟲族群數量，一經發現即刻清除蚊蟲孳生源。

蚊蟲防治

受連日降雨及高溫影響，容易加速蚊蟲繁殖，2023年由台大公衛團隊共捕獲4,327隻小黑蚊及350隻白線斑蚊，並以硼酸溶液誘卵滅子桶誘得共11,549顆斑蚊卵粒，共滅16,226隻蚊蟲，同時進行戶外消毒10場。



樹木修剪

投入新台幣 **608** 萬元

進行攀樹修剪

共計修剪 **527** 棵

2023
績效成果

邀請樹木專家檢驗公園四周高大榕樹，評估公園部分內側外圍樹結構是否有安全疑慮。此外，公園樹木高大又密植，易成

為小黑蚊孳生源，基金會委託國內頂尖之攀樹修剪手，於2023年進行完整的樹木檢查、結構性修剪，將樹冠降低，減少受

風力，並優化樹木結構與景觀。修剪期間每日設解說站，與民眾進行即時進行解說修樹的專業知識及適切的環境教育。



本基金會投入 5,464,839 元進行生物棲地的維護與管理，包括宣導民眾不放生餵食，以及移除外來種，減少棲地威脅以維護公園之生物多樣性。同時，投資 684,436 元保護多元物種，也定期進行環境調查及志工培訓與推廣，透過生態教育讓更多民眾了解生物多樣性的重要，總計投入 3,863,180 元。

生物多樣性

截至 2023 年底
大安森林公園有兩對鳳頭蒼鷹育雛
生物調查鳥類 **52 種**

舉辦 1 場生態博覽會共計 **1,630** 人參與
攝影展 **5,091** 人參觀

志工培訓 **103** 人
導覽推廣 **56** 場

2023
績效成果



生態廁所

2023 年 9 月正式完工

2023 年總計投入

新台幣 **14,257,284** 元

基金會打造台北市首座生態公廁，一改 1 號公廁過往 28 年昏暗潮濕的形象，藉由結

合無障礙、親子友善的規劃，以及增加自然採光、建置生態池與地下水撲滿、入口景觀為花卉自然光防雨走廊、架設生態資訊電子牆，富含生態元素的設計，兼顧生

物多樣性之外，也加裝屋頂光電、省水設備落實節能理念。



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。2023 年全聯善美的文化藝術基金會共計投入約新台幣 6,822 萬元，累積超過 95 萬人次遊覽宜蘭傳藝園區。

保存台灣傳統藝術

巧藝館吸引約 **30,000** 人次參觀

辦理 **9** 場古禮習俗節慶活動

約 **7,906** 人次參與

2023
績效成果



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，搭起與民眾對話的橋樑。2023 年辦理「泡·茶·席」及「大河織造·絳絲—人間國寶黃蘭葉藝師展」，合作超過 60 位工藝師，展示

200 件以上的作品，同時舉辦藝師講座、發表會等活動，推廣臺灣傳統工藝的傳承與保存。

推廣傳統文化

依循台灣傳統文化的古禮習俗，辦理節慶活動，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，邀請民眾一同參與，感受與體驗傳統藝術的文化精神價值，展現臺灣文化豐富的資源及底蘊。

弱勢社會關懷

2023
績效成果



弱勢社會關懷共計 **20** 場次

共 **3,200** 人次參與

免費招待 **28,053** 位

身心障礙者入園參觀

為落實文化平權、社會共融及回饋鄉里，持續推動免費接待身心障礙者參觀宜蘭傳藝園區，並與全聯志工合作，邀請弘愛服務中心來園區體驗生活、培養互助合作。





傳統建築修復與活化

2023年執行文昌祠木構清理及防護漆作、文昌街立面裝飾工藝等計畫，修復過程謹守傳藝核心價值，建築整修期間，執行傳統建築整修導覽、蹲點錄製紀錄片等，現地展示說明傳統建築牆面工法。

2023
績效成果



傳統建築修復活化系列活動吸引
約 **34,000** 人次參與

傳統建築修復與活化投入

新台幣 **9,293,998** 元

扶植表演藝術團隊

2023
績效成果



舉辦 **2,724** 場表演
邀請 **375** 位傳統表藝人才演出
共約 **261,831** 人次觀賞表演

與教育部合作一校一傳藝專案
受益人數 **278** 人

以上傳統藝術推廣共計投入
新台幣 **68,226,921** 元



長年贊助、扶植多元劇團與表演藝術團隊，並邀請多元表演藝術團體進駐演出，打造展演及人才培育的基地，讓表演藝術工作

者於園區展現傳統藝術之美，同時提供民眾優質的觀賞平台，帶給遊客對藝術的感動與深刻體驗。此外，在學校辦理一校一

傳藝專案，藉由辦理文昌帝君獎學金，讓青年學子接觸傳統藝術，促進台灣傳統藝術的保存。



Corporate Social Responsibility 2023

