

TAKE IT
FROM THE SOCIETY
AND USE IT
IN THE SOCIETY

取之於社會，
用之於社會。

TAKE IT FROM THE SOCIETY AND USE IT IN THE SOCIETY

Corporate Social Responsibility 2022

永續報告書

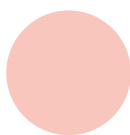
全聯實業股份有限公司



編輯方針

關於本報告書	01
全聯 2022 年榮耀與肯定	02
全聯永續特刊 1/2	04
利害關係人溝通	08
重大主題鑑別	09

CH1 全聯最誠心 Heartiness



1.1 永續經營策略	11
1.1.1 全聯願景與永續策略	12
1.1.2 經營績效	13
1.2 誠心企業治理	14
1.2.1 公司治理與誠信經營	14
1.2.2 永續供應鏈管理	17

CH2 商品最放心 Enjoyment



2.1 把關優質商品	21
2.1.1 產品安全與品質	22
2.1.2 產品行銷與標示	24
2.2 助力永續農業	27
2.2.1 推廣有機農業	27
2.2.2 支持在地契作	29

CH3 數位最貼心 Availability



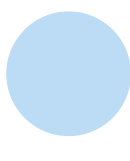
3.1 貼心數位服務	37
3.1.1 店型與服務創新	38
3.1.2 顧客關係管理	43
3.1.3 資訊安全與隱私保護	45

CH4 循環最用心 Recycling



4.1 用心守護環境	49
4.1.1 推動循環減塑	50
4.1.2 促進惜食減廢	54
4.1.3 轉型低碳綠能	57

CH5 照護最安心 Tendence



5.1 多元安心職場	59
5.1.1 多元和諧職場	60
5.1.2 職業安全衛生	63
5.1.3 員工職能發展	67
5.2 打造安心社區	70
5.2.1 社區參與	70
5.2.2 社會公益	73

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）所發行之第四年永續報告書，並依循環環境、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 2022 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 2022 年度（2022 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 2022 年之前績效，和／或向後延伸至 2023 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「從心出發，實現美好生活」的核心理念，持續推動全聯永續策略藍圖「HEART」，以「全聯最誠心（Heartiness）」為基礎，開展出「商品最放心（Enjoyment）」、「數位最貼心（Availability）」、「循環最用心（Recycling）」、「照護最安心（Tendence）」等四大永續策略，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。

關於本報告書

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



2022 遠見雜誌 CSR 企業社會責任公益推動組楷模獎

惜食計畫

全聯結合全聯食品零售核心本業，於 2022 年持續推動「惜食計畫」，推行即期食材商品折扣促銷，並將即期商品提供予鄰近門市的社福機構，為弱勢族群提供營養均衡的食材。2022 年共計搶救價值超過新台幣 3,136 萬元的美食浪費，並為超過 360 萬人次的弱勢民眾「惜食加菜」。

關於全聯惜食計畫，請見 4.2.1 促進惜食減廢



2022 數位時代 FCA 創新商務 最佳商業模式金獎

PX Pay 滿月紅利 暨全聯與電通顧問 評審團大獎

全聯 PX Pay 創新推出「滿月紅利」會員福利制度，消費者免付高額年費，只要使用 PX Pay 支付，每一筆在全聯的消費皆可自動累積回饋，配合消費滿百贈送福利點制度，讓消費者可雙重累計，優化顧客體驗，讓線上線下都能越買越有利。

關於全聯 PX Pay，請見 3.1.1 店型、產品及服務創新



2022 財訊 金融獎 行動支付業者優質獎

PX Pay

全聯 PX Pay「全支付」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，讓菜籃族和婆婆媽媽等新舊會員都能享有便利又安心的消費體驗。截至 2022 年底，PX Pay 累積下載數超過 1,300 萬次，註冊數超過 830 萬人次，活躍用戶數從 450 萬戶提升至超過 500 萬戶。

關於全聯 PX Pay，請見 3.1.1 店型、產品及服務創新



2022 TCSA 永續單項績效 循環經濟領袖獎

全聯友善農業 - 官田菱雉菱

全聯推廣「官田菱雉菱」，於門市販售支持友善耕作、維護水雉生態的菱農所產的菱角，並推出多款創新以菱角入菜的覆熟即食商品，為堅持無化學農藥、肥料的友善耕作菱農提供銷售通路，讓消費者可購買到健康美味的菱角，同時促進水雉生態保育。

關於全聯官田菱雉菱友善農業商品，請見 2.2.1 助力永續農業



2022 TCSA 永續單項績效 社會共融領袖獎

全聯慶祥慈善事業基金會 - 急難救助

全聯慶祥基金會自 2014 年起推動「急難救助專案」，動員遍布全台超過 1,100 家的門市網絡，接受民眾申請一次性的急難救助金，或最長為半年期的愛心福利卡購物金物資扶助，幫助超過逾 4 萬戶遭遇急難的弱勢家庭安度人生關卡。2022 年共計發放新台幣 5,300 萬元急難救助金、價值新台幣 2,800 萬元的愛心福利卡購物金。

關於全聯急難救助專案，請見 5.2.1 社區參與及社會公益。



2022 食創獎 產業組 設計美學創新類獎

夢想福利社

全聯「夢想福利社」是公益商品預購的分享平台，每年與社團團體合作，在遍布全台的全聯門市推廣社福團體的公益禮盒。2022 年全聯邀請知名設計師方序中設計公益禮盒包裝，藉由實際參訪合作基金會的庇護工場，將身心障礙朋友自力更生的故事與感動融入於公益禮盒設計中，讓民眾在分享與品嘗美好滋味的同時，一起認識與支持弱勢朋友。



全聯永續特刊①

秉持推廣在地好物的理念，全聯設立由小農自行包裝、訂價與運送的平台與專區，嚴選具有農產品許可標章、農家鮮採產地直送的優質作物，於各地門市「農家直採專區」實體通路販售，並結合全聯的線上自媒體平台資源，設立「農友二三事」專區分享小農採訪故事與農作物的全年產季表、「親農學堂」不定期辦理永續農產品與食材講座，以及「農友專區」線上服務已加入農家直採平台的農友，拉近全聯、農家產地與消費者餐桌之間的距離。

結合農友「會種」、全聯「會賣」的優點，全聯「農家直採專區」運用線上、實體並行的行銷推廣，提供消費者友善耕種、產地直送且安心溯源的優質商品，將綠色保育的行動融入到顧客的日常消費體驗中；

同時，為優質農家提供販售通路與品牌推廣，確保農友獲得公平、穩定的收益，創造消費者、農友與土地生態三贏的永續農業價值鏈，發揮全聯的永續農業影響力。2022 年，全聯農家直採專區共與 167

位農友合作，銷售金額達新台幣 6.77 億元。其中，包含與小農合作全新推出的綠色保育特色商品「諸羅樹蛙綠竹筍」與「官田水雉白蘿蔔」。

諸羅樹蛙綠竹筍

全聯與農友謝汶勳合作推出「Mydarling 鮮採綠竹筍」，堅持採用不使用化學肥料、不使用農藥的友善耕作農法，並投入諸羅樹蛙復育計畫。透過在灌溉竹筍時保留水窪供樹蛙產卵，營造田區成為適合諸羅樹蛙棲息的棲地環境，並與蛇類、野兔、夜鷺與老鷹等野生動物和平共存，以天然的食物鏈平衡防治蟲害，種植出取得林務局嘉義林區管理處「諸羅樹蛙友善棲地管理標章」的綠竹筍與烏殼綠竹筍，並優化產銷履歷。

綠竹筍於採收後，由農友直接進行清洗、整修、預冷及包裝，並於 3 小時內交付貨運，直送全聯 14 間門市販售。藉由零時差的產地直送，保留綠竹筍、烏殼綠竹筍的清甜味道與鮮嫩肉質，廣受消費者歡迎，於 2022 年共計賣出 2,940 包，銷售金額逾新台幣 41 萬元。

在消費者的支持、農友的用心下，全聯農家直採專區所販售的諸羅樹蛙友善鮮採綠竹筍、烏殼綠竹筍的栽種面積，相較於 2022 年的 5 公頃，預計將於 2023 年成長為 12 公頃，預期收益將可成長超過 50%；綠竹筍產地的諸羅樹蛙數量，也由 2022 年的 138 隻，增加到 394 隻，正是消費者、農友與土地生態三贏的最佳例證。



Mydarling 鮮採綠竹筍
農場負責人
謝汶勳

諸羅樹蛙



諸羅樹蛙是台灣特有種蛙類，為行政院農業部列為保育等級 II 的珍貴稀有野生動物。在嘉義地區，約 70% 的諸羅樹蛙棲息於竹林環境中，與竹林具有高度依存關係。近年來，因農村產業結構與農地利用型態改變，適合其棲息的竹林範圍大幅縮減，導致諸羅樹蛙數量銳減。

清洗



將烏殼筍外皮的泥土用水洗淨。

整修



將纖維較粗的部分切除，同時剝去外殼。

包裝



用真空機將烏殼筍袋內空氣抽光，完成後立刻冷藏。



包裝完成的烏殼綠竹筍。



全聯農家直採專區網站



諸羅樹蛙友善棲地
管理標章



綠色保育標章

官田水雉白蘿蔔

基於過往販售友善耕作、維護水雉生態的菱角「官田菱雉菱」的成功案例，全聯於 2022 年進一步與農友林丙火合作，推出「官田水雉白蘿蔔」。

有鑑於官田菱角一年採收兩次。農友林丙火便以菱角和白蘿蔔輪作，在菱角採收期之間輪耕種植白蘿蔔。同樣採用不使用化學肥料、不使用農藥的友善耕作農法，並在菱角田旁種木瓜，吸引白頭翁覓食、去除菱角田的害蟲，營造天然食物鏈來防範蟲害，並守護水雉鳥的棲地。

而原本屬於菱角田配角、個頭較小又不好賣的白蘿蔔，經過分級、修整、再包裝，農友將產品從產地直送全聯 40 間門市販售，變身為詢問度極高的商品，於 2022 年共計賣出超過 5,300 包，銷售金額逾新台幣 23 萬元；水雉白蘿蔔的栽種面積也持續擴大到約 4 分地，年產量達 1,000 公斤。此一營造天然食物鏈的農法，亦取得行政院農業委員會林務局與慈心有機農業發展基金會共同推動的「綠色保育標章」。



綠寶田農場
經營者
林丙火

台灣水雉



水雉是台灣農田生態系的代表生物之一，為行政院農業委員會列為保育等級 II 的珍貴稀有野生動物。台灣的水雉族群廣泛分布於平原濕地，近 20 年來，由於土地開發與濕地環境破壞，加上農藥毒害與過度獵捕，導致全台灣水雉數量銳減，目前僅存族群主要集中於嘉南平原菱角田中。

未來，全聯將持續提供消費者新鮮直送、安心溯源的優質農產品，並藉由輔導農友加入農家直採專區，提供農友針對自己的商品進行包裝、設計及定價的產銷一條龍平台，號召更多農友加入友善種植的行列，擴大綠色保育商品的來源，攜手消費者與農友一同品嘗天然好滋味、守護台灣土地。



全聯永續特刊②

SROI 報告：全聯慶祥基金會急難救助專案 把 1 塊錢放大成 5.6 塊錢的公益影響力

財團法人全聯慶祥慈善事業基金會（以下稱「全聯慶祥基金會」）為全聯四大基金會之一，長期以「弱勢關懷」為核心關懷，體察弱勢家庭可能因負擔家計者因收入中斷，或因無力負擔臨時性之高預算支出，而使家庭經濟陷入困境，自 2014 年開始推動全聯急難救助專案，運用全聯遍布全台的門市網絡及行動超市車，提供民眾申請暫時性的經濟補助「急難救助金」，以及長達半年的物資補助「愛心福利卡」，並聘僱專職社工追蹤關懷與陪伴，幫助弱勢民眾減輕經濟負擔，安度人生關卡。



全聯慶祥基金會社工實地訪談急難家庭

急難救助金

以協助三個月內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。2022 年累積捐贈急難救助金額達新台幣 5,300 萬元。



全聯門市使用愛心福利卡

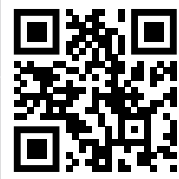
愛心福利卡

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、最長援助半年期的物資扶助，使受助對象可自由持卡至全台全聯門市及行動超市車選購所需生活用品（菸酒品除外）。2022 年度累計發放愛心福利卡儲值金額達新台幣 2,800 萬元。

全聯慶祥基金會於 2022 年首次導入評估型社會投資報酬率評估，經深度訪談與問卷調查，計算出 2021 年全聯急難救助專案的社會投資報酬（Social Return on Investment, SROI）為 5.6，代表全聯急難救助專案每 1 塊錢的投入，可以創造出等值 5.6 元的社會價值。

評估結果顯示，全聯急難救助專案不僅有效幫助受益對象降低經濟與心理壓力、減少孤立感，更為全聯慶祥基金會投入該專

案的區組長、社工，以及協助申辦急難救助的全聯門市夥伴、轉介單位等多元利害關係人創造正向影響力；多數利害關係人亦於訪談中表達對全聯的正向回饋，藉由全聯急難救助專案，認識全聯「取之於社會、用之於社會」的初心，提升對全聯的品牌認同感。展望未來，全聯將持續動員通路資源，擴大執行急難救助專案，2023 年預計投入捐贈新台幣 9,000 萬元，扶助更多有需要的家庭，回饋台灣社會。



SROI 報告書

聽聽全聯與基金會夥伴怎麼說

感受到全聯是大方的企業型基金會，有能力提供更多弱勢資源，很知足並覺得自己擁有一份很好的社工工作。

全聯
慶祥基金會
區組長



全聯
慶祥基金會
社工



以前在機構當社工，需要幫使用者找社福資源；現在有全聯企業型基金會提供資源，給第一線工作者安全感，很喜歡現在（全聯慶祥基金會）這份工作。

覺得社會上辛苦的人很多，（在全聯）工作有幫助到別人會覺得滿快樂的。

全聯
門市夥伴



覺得全聯取之於社會，用之於社會很棒，很感謝全聯有這個心，別家超市或基金會都沒有（類似的急難救助專案）；申請過程中也都沒有刁難，很尊重我們。

（全聯慶祥基金會）社工主動提出協助我申請急難救助，還會持續關心提醒；門市人員教育訓練充足，服務和互動良好，整個過程中都覺得感受到尊重。

聽聽受益民眾怎麼說

全聯門市人員服務都很親切熱心、快速不囉嗦；自己過去也曾做過零售服務業覺得全聯教育訓練做的很好。

（相比其他基金會）只有全聯在申請救助之後社工還會持續關心、陪伴，覺得很感動，對全聯印象很好。

聽聽合作夥伴怎麼說

很難得有基金會對邊緣戶一次性的醫療補助，還會視情形提供物資，對全聯印象很好。

轉介單位



聯繫（全聯慶祥基金會）社工的過程溝通清楚、快速，使用通訊軟體溝通很方便，整個流程很順暢。

註：合作夥伴指的是協助有扶助需求的民眾接洽與申請全聯急難救助專案的政府或民間轉介單位，包含民政、社政、衛政單位，以及地方醫院等。

轉介單位



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、友善環境與動保之商品 • 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。2022 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 2022 年重大主題矩陣，共計 10 項重要主題，5 項次要主題。
---	--	---

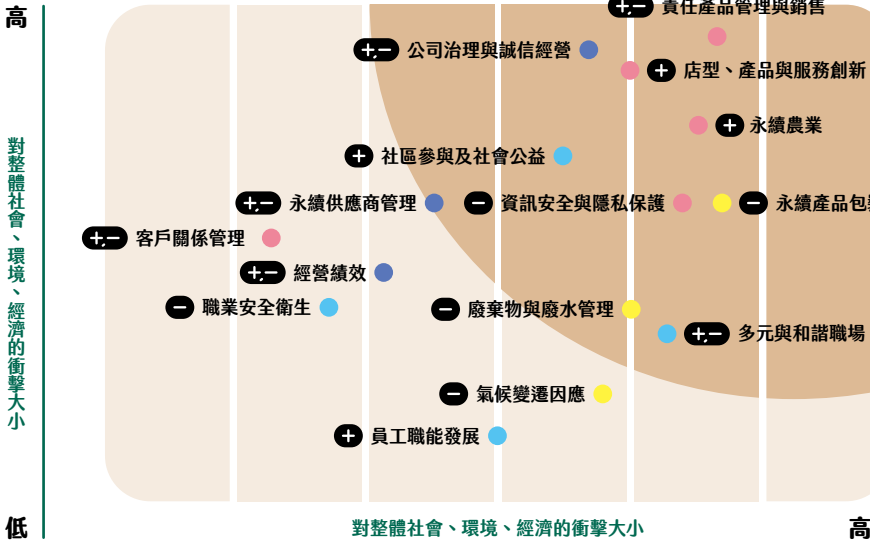
重大主題鑑別結果

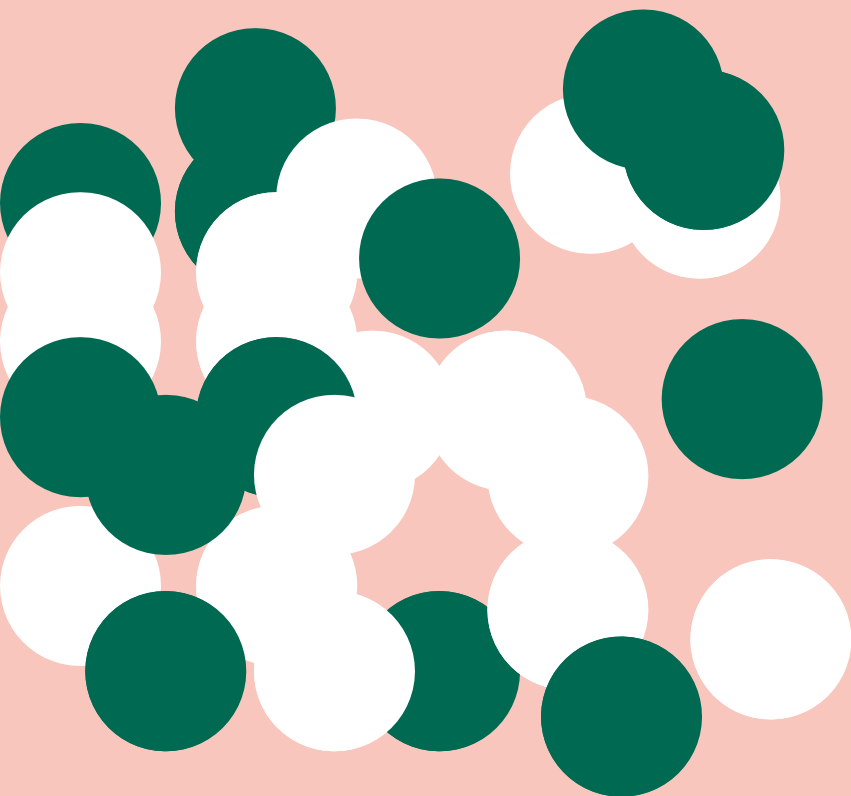
全聯 2022 年重大主題矩陣共鑑別出 10 項重要主題，5 項次要主題，作為全聯推動永續的重點及 2022 年績效報告書揭露內容的依據。

治理 ● 產品與服務 ● 環境 ● 員工與社會 ●

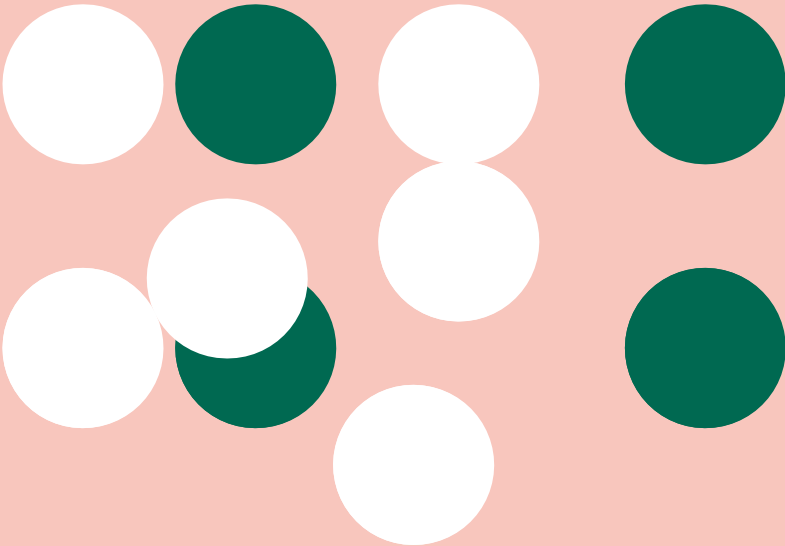
正面主題 + 負面主題 - 正負面兼具主題 +/-

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 責任產品管理與銷售
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、產品及服務創新
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 助力永續農業
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 社區參與及社會公益
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 多元與和諧職場
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。	1.2.2 永續供應商管理
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 客戶關係管理
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。	1.1.2 經營績效
職業安全衛生			✓	【負面】若未職業安全衛生管理失當，將導致工傷或職災，影響員工及其他利害關係人的工作權益。	5.1.2 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。	5.1.3 員工職能發展





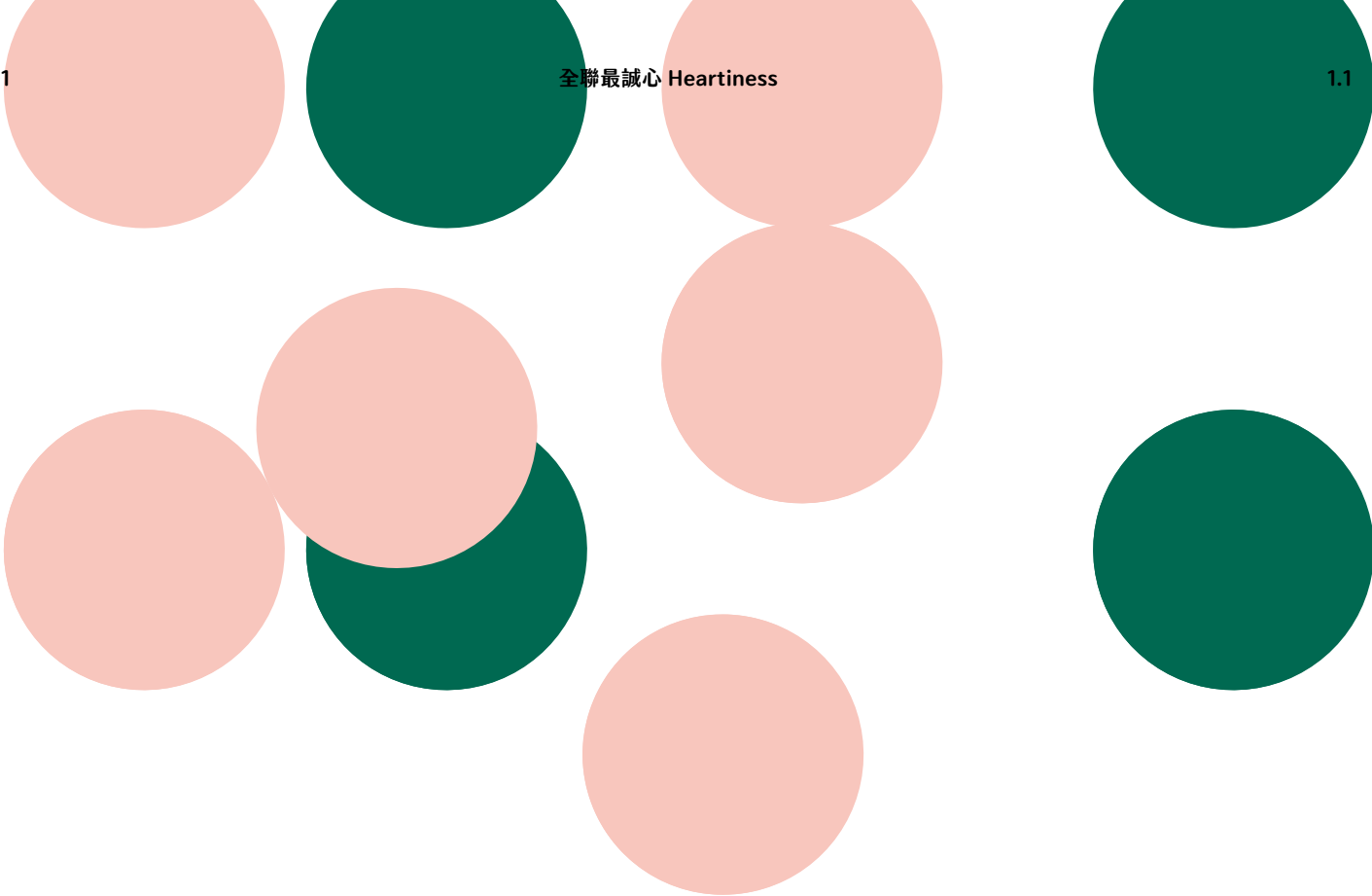
全聯最誠心



01

- 1.1 永續經營策略
 - 1.1.1 全聯願景與永續策略
 - 1.1.2 經營績效
- 1.2 誠心企業治理
 - 1.2.1 公司治理與誠信經營
 - 1.1.2 經營績效

HEARTINESS



1.1 永續經營策略

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。近年來，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。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。

1.1.1 全聯願景與永續策略

全聯是台灣的本土超市品牌，自 1998 年 10 月成立至今，已陪伴台灣民眾 25 個年頭。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。隨著大眾消費需求的改變，全聯陸續推出支付工具「PX Pay」、電商平台「PX Go! 全聯線上購」、「全支付」，其中「全聯小時達」服務以及攜手集團內的大潤發量販店推出的「隔日達」，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。

循環最用心

驅動資源循環運用

Drive Circular Economy Action

關注環境與氣候變遷並積極管理能資源使用，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：店型模組化、包裝減塑、循環經濟

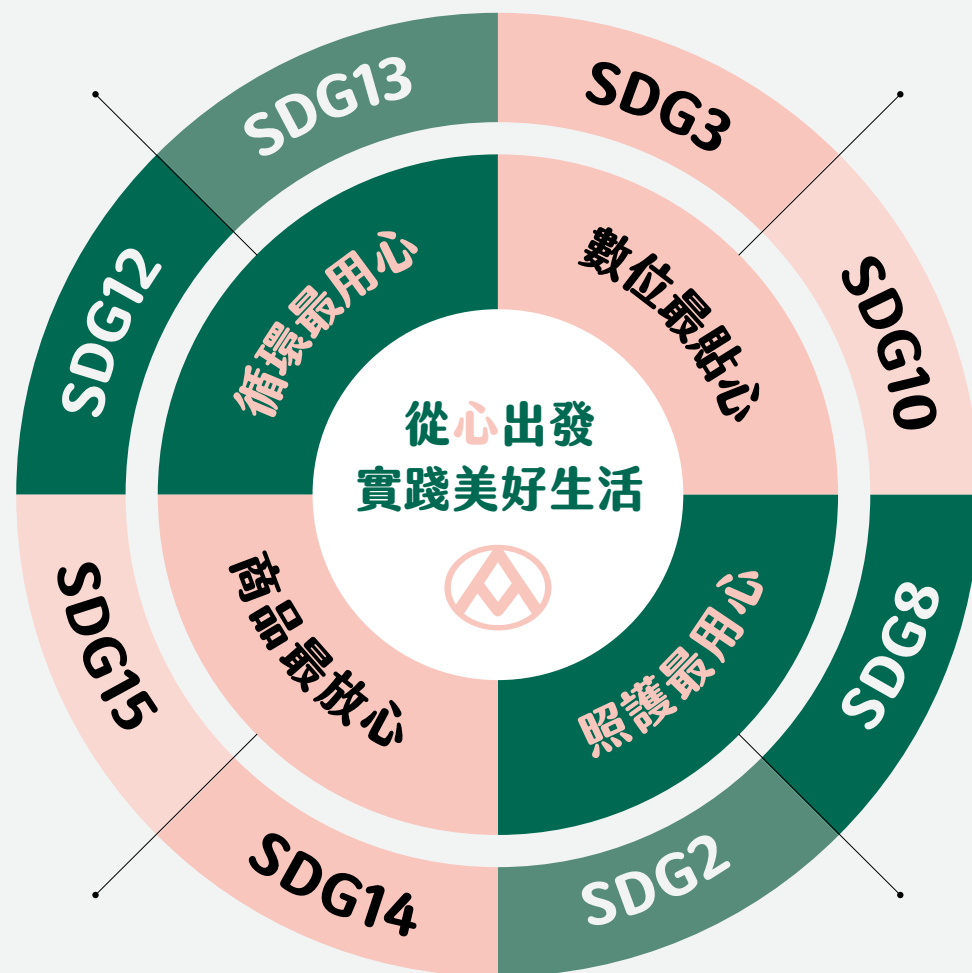
商品最放心

建構永續農業生態

Establish Sustainable Agriculture Ecosystem

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：高品質的生鮮商品、永續農業、動物福利、產銷履歷



數位最貼心

引領數位消費體驗

Create Digital Customer Experience

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

照護最安心

營造友善共好社會

Build Common Good Community

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、四大基金會、員工健康、惜食計畫、賣場友善空間

永續發展策略藍圖

全聯以「從心出發，實現美好生活」為核心理念，持續推動全聯永續策略藍圖「HEART」，以「全聯最誠心（Heartiness）」為基礎，開展與核心本業連結之四大永續策略：「商品最放心（Enjoyment）」、「數位最貼心（Availability）」、「循環

最用心（Recycling）」、「照護最安心（Tendence）」，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 8 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。

1.1.2 經營績效

財務績效與通路規模

全聯 2022 年年度營業額達新台幣 1,650 億元，相較前一年度再創新高；2022 年集團合併營業收入（含全聯及大潤發）達新台幣 1,900 億元。在通路規模方面，全聯於 2022 年正式併購 100% 大潤發流通事業股份有限公司（以下簡稱「大潤發」），一舉跨足量販通路，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 2022 年底，全聯擁有 1,115 間門市、24,112 名員工，以及近 1,300 萬會員，為台灣規模最大且店數最多的連鎖超市。

年度	2020	2021	2022*
營業收入（單位：新台幣億元）	1,446	1,590	1,650
總店數（單位：店）	1,025	1,072	1,115

※ 註：表格數據為不含大潤發。併購大潤發後，2022 年集團合併營業收入達新台幣 1,900 億元；大潤發店數另有 20 間通路及 1 間鮮食集。

行動支付與電子支付

為提供消費者多元、便利的支付新選擇，全聯推出專屬的行動支付 PX Pay，整合福利卡點數、儲值金及支付功能，截至 2022 年底，PX Pay 下載數已超過 1,300 萬次、註冊數達 830 萬人次，為全台第三大行動支付。此外，全聯百分之百投資的電子支付品牌「全支付」，於 2022 年 3 月 1 日獲金管會核准取得專營電子支付機構營業執照，正式進軍電子支付市場。全支付提供支付、儲值、轉帳、金流整合等服務外，更持續新增多元、生活化的功能，2022 年底挑戰用戶數 300 萬人，目標為打造與用戶、通路、銀行共好的電子支付平台。PX Pay 及全支付提供消費者更方便的付款選擇，使全聯 2022 年非現金支付的占比達近 35%。

外送宅配

為滿足忙碌上班族對線上購物與外送的需求，全聯於 PXGo! 全聯線上購推出「小時達」外送宅配服務，並建置小時達專門店，提升揀貨效率，期望成為外送生鮮第一品牌，2022 年共有 20 間小時達專賣店。同時，全聯與外送平台 Uber Eats、foodpanda 展開合作，持續拓展外送覆蓋率，為民眾提供更快速且全面的生鮮雜貨外送服務。2022 年，全聯攜手大潤發，結合 PXGo! 全聯線上購推出「隔日達」服務，主打「今日划算買，隔日送到家」，網羅萬件家電、鍋具、保健、美妝品，擴大外送宅配的品項與服務，提供更完善的消費體驗，2022 年 PXGo! 全聯線上購整體成長為去年 3 倍。

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，領導全集團自我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、法務暨公共事務室、稽核室及永續小組等 4 個專責單位，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

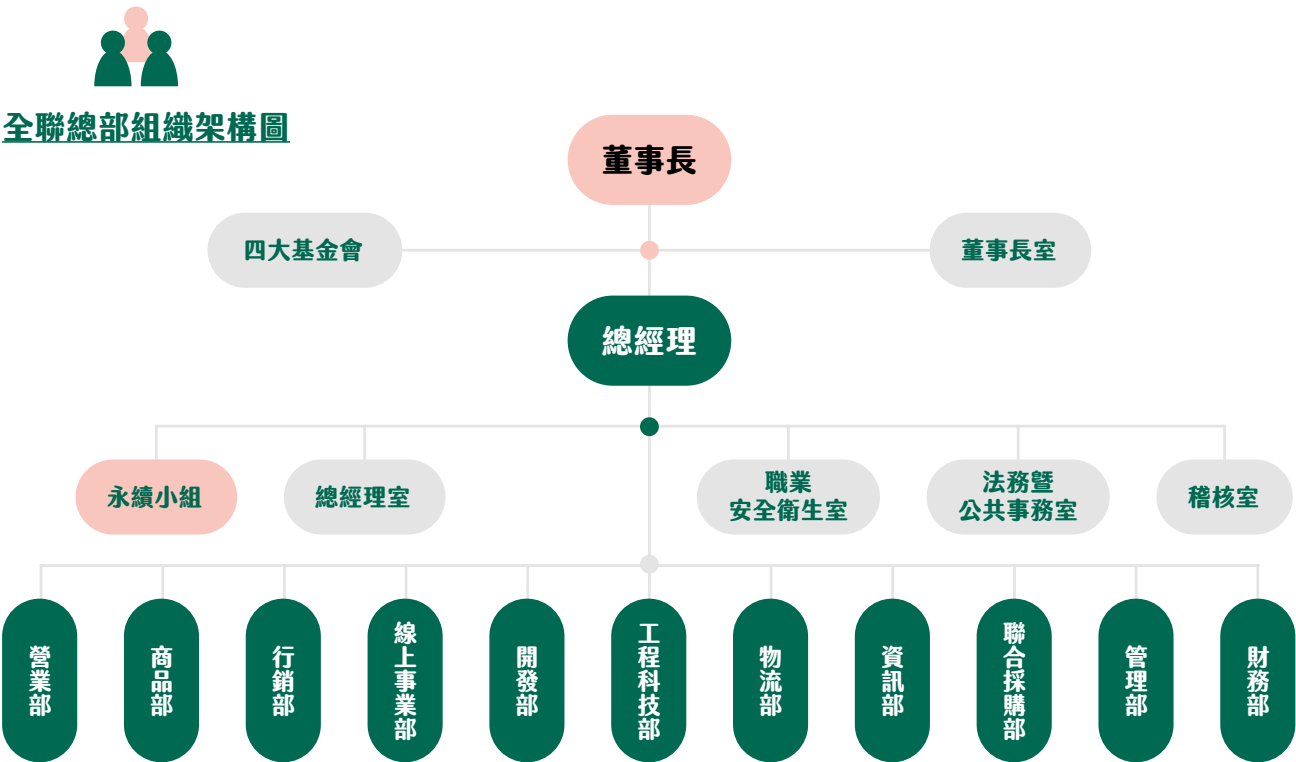
為實踐永續發展承諾，全聯於 2022 年 10 月成立永續小組，由各部門代表參與，監督全聯永續策略藍圖「HEART」的推動成效。全聯永續小組於 2022 年確立「全聯善美的永續發展策略」，著重發展循環減塑、永續農業、減碳綠能、惜食減廢四大重點構面，以期自供應鏈生產、消費者採購至食物報廢的過程中，落實永續發展。

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，定期每月向永續小組匯報，並於高階主管會議中呈報董事長、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，依公司組織環境、階段性策略目標擬定查核計畫，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、法務暨公共事務室及公關同仁，以利擬定全面化的回應對策。



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，第一時間皆為標準化管理，將現場狀況回報總部；另外，若天然災害導致社區居民生活嚴重影響，總部將視情況發出調派通知，派遣全聯「行動超市車」前進災區提供物資，主動提供支援
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	- 設置申訴管道，讓員工能通報稽核室及法務暨公共事務室，即時啟動調查 - 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。



各部門法律講座



門市法律講座

全聯 2022 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，例如以「不實廣告案例」為題目分享，確保同仁了解，並遵守相關案例對經營目標產生影響，避免同仁誤觸法規而造成損失
2. 每半年彙整新修法令報告，供相關單位遵守，確保各單位掌握法規動態，避免違規缺失
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. 法務室服務集團內部之法律諮詢案件共計 3,430 件、文宣預審 956 件，共計投入相當於 956.2 萬元之預算
5. 鼓勵同仁依本職學能進修專業項目，2022 年共計 1 名成員擁有個資管理師資格、1 名成員取得智慧財產認證資格
6. 針對行政指導、法學常識、智慧財產權等主題舉辦教育訓練
7. 2022 年全聯共舉辦了 9 場法律講座，委請律師舉辦講座 2 次，增進同仁對法律知識的瞭解
8. 週期性寄送法規電子報、全聯報報等內部刊物之生活法令專欄

亮點故事

TIPS A 級認證

全聯致力於推動數位轉型，陸續推出 PX Pay、PX Go! 全聯線上購等數位工具。為保護消費者與供應商的權益，全聯制定智財管理手冊、商標管理辦法、研發及專利管理辦法等規範，落實內部智財權管理，並每年舉辦 2～3 場相關教育訓練，強化企業對於智慧財產的意識。全聯於 2021 年首次導入 TIPS 企業智慧財產管理制度認證系統，即獲頒 TIPS A 級證書，成為首間獲頒認證之超市。

2022 年，全聯進行智慧財產管理 2.0 計畫，擴大驗證「營業秘密」，透過保全智慧財產權相關設計開發紀錄，可妥善保留與管理全聯各項成果，也能降低外流風險。全聯於 2022 年二度通過國家級檢驗，獲得 TIPS A 級證書，展現全聯在營運機密管理與數位轉型系統後台維護上的專業。

TIPS

是由經濟部工業局委由資策會推動的「企業建置智慧財產管理制度計畫」，藉由該驗證機制，輔助企業取得具備智慧財產管理能力證明。

1.2.2 永續供應鏈管理

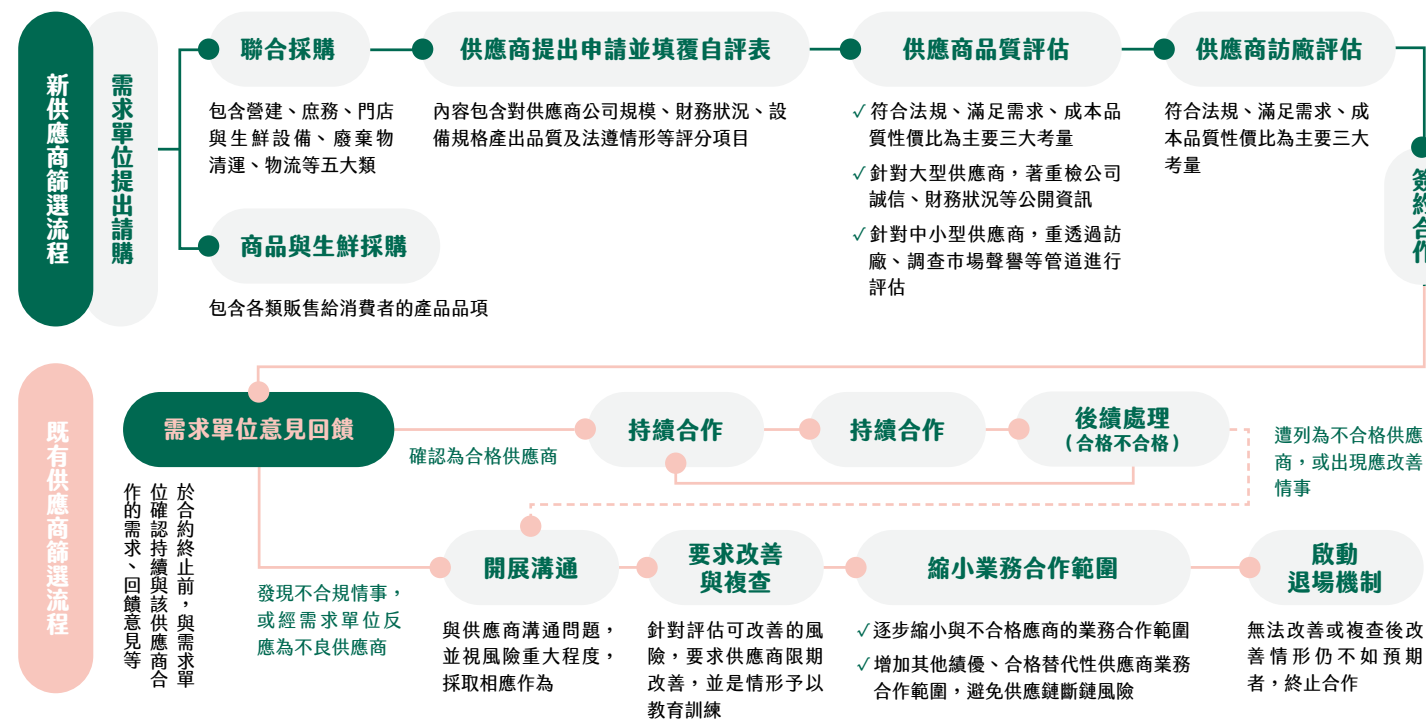
全聯致力於提供消費者高品質且安心的產品，針對橫跨全台各地的供應商進行嚴格把關，包含門店設備（16%）、廢棄物清運（19%），以及物流、生鮮廠區設備（13%）等供應商，確保從原物料供應、產品製造、生鮮廠區到物流配送皆符合規

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

說明

供應商管理規章

- 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，滿足不同溫層的商品物流需求。



瑞芳冷鏈



瑞芳冷鏈



觀音物流

全聯物流中心

地點	類型
瑞芳物流中心	冷鏈低溫
桃園觀音、台中梧棲、高雄岡山物流中心	常溫

特色

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。

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、中、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 年則新啟用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。



梧棲物流



岡山物流

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。
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
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。



自動化的物流中心



運用滑道分撥貨物

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。
- 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。

商品最放心

02

- 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

ENJOYMENT

2.1 把關優質商品

為了讓忙碌生活中的消費者也能時刻保持健康，全聯致力於提供營養均衡、方便料理又多元創新的商品，鼓勵民眾健康飲食，並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。

2.1.1 產品安全與品質

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 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**：衛生局每年到廠區進行一次 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

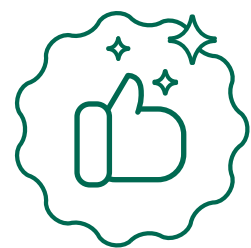
食品良好衛生規範準則（GHP）

- **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

品質是全聯從事生鮮事業的最高原則。為守護消費者的健康與安全，全聯在全台建置六處生鮮處理中心處理魚肉及蔬果商品，引進日本最尖端超市生鮮技術，經外部單位定期稽核，符合多項食品驗證標準，並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智識。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 40 噸的生鮮商品，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

- 手部應保持清潔，工作前應用食品用洗潔劑洗淨並消毒。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
- 工作中不得有吸煙、嚼檳榔、飲食等可能污染食品之行為

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

- 工作中不得有不符衛生操作之現象
- 進入作業區必須戴口罩及拋棄式網帽
- 進入廁所前應脫下工作衣帽，離開廁所要充份洗手消毒並擦乾



食品檢測計畫與成果

全聯遵循食品衛生管理法規與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用程序與管理，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，2022 年全聯共計投入新台幣 1,500 萬元，每月進行生鮮商品的檢驗，送檢次數高達 7,300 次，合格率達 96%，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，2022 年共計推出約 130 項具產銷履歷標章的農產品，銷售金額約 700 萬，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。

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、營養成分以及推薦食物等資訊，讓消費者吃得更放心。

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，確認無誤後並貼上產銷履歷標籤。

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，並定期召開定價會議，確保消費者安心購入資訊透明、標示清楚且物超所值之商品。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，保護消費者權益。

永續標章商品

全聯引進近 500 款具有動物保護、環境友善相關永續標章的乾貨商品，分別取得 10 項不同的永續標章，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	2022 年商品與績效
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。	2022 年引進超過 30 款茶、咖啡、巧克力、衛生紙等具有雨林聯盟認證的商品。
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。	2020 年首度引進 6 款擁有碳足跡標章的乾貨商品，截至 2022 年已販售有包含粉絲、水、飲料、罐頭油品、麵製品、雞蛋等近 20 款具碳足跡標章的商品，業績攀升至超過新台幣 2,000 萬元。
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。	2022 年引進 9 項具有環保標章的衛生紙、家庭清洗劑、個人清洗劑。具有環保標章認證的商品。
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。	2022 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，其中更有 40 多款為 2022 年新引進販售的日配、乾貨品項。 2022 年販售 3 款獲得穀研所潔淨標章的調味品項。

永續標章	標章說明	2022 年商品與績效
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的、永續的、被監管的且被認可的「良好管理森林」。	2022 年引進包含衛生紙、廚紙、茶、個人清潔用品、防曬乳、染劑、眼罩、咖哩調味、家用清洗劑等超過百樣符合 FSC 認證的品項。
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。	2022 年販售 1 款符合友善雞蛋聯盟認證，未來將持續引進相關商品。
人道飼養、友善畜產認證	台灣農業標準學會所推行的「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。	於超過 700 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，2022 年共有 14 款雞蛋商品符合「人道監控」與「友善畜產」雙認證。
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。	2022 年販售 8 款符合國際食認證的商品。
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。	2022 年引進販售 3 款具有 PEFC 森林認證的衛生紙。

亮點故事

全聯健康好生活 永續標章特色產品



OFF COFFEE 100% 雨林聯盟認證

全聯自 2016 年推出自有咖啡品牌 OFF COFFEE，不僅耗資新台幣 4 億元選用瑞士原裝進口的頂級智能咖啡機，更選用 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，並將部分收益回饋野生動物，讓消費者擁有高品質咖啡的同時，也能保護自然環境、農民與動物棲息地。



READ BREAD 麵包、吐司 永續雙認證

為了提供成份更單純、零負擔的產品，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。2022 年有約 50 款的商品完成升級，其中生吐司系列增加在地友善生態方式種植之「老鷹紅豆生吐司」。另外，還有 2 支商品「READ BREAD 小農鮮奶吐司」、「READ BREAD 小農鮮奶巨大棒」同時獲得動物福利標章之產銷監管鏈以及潔淨標章雙重認證的優質商品。



We Sweet 甜點 動物福利標章認證

全聯自有甜點品牌 We Sweet 關注動物福利，使用花蓮小農牧場鮮奶為原料，推出 3 款獲得動物福利標章認證的甜點，包括「We Sweet 小農鮮奶泡芙」、「We Sweet 小農鮮奶戚風蛋糕」、「We Sweet 小農鮮奶巨大杯」，讓消費者在享受甜點的同時，也能支持善待動物的精神。

2.2 助力永續農業

全聯致力於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、新鮮且超值的食材。

2

全力支持友善耕作

藉由擴大合作的契作農牧場面積、開發多元共生物品項，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

為了促進台灣農業產銷平衡，並滿足消費者對健康飲食的需求，全聯致力做好全民超市產銷平台之角色，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，落實守護生態永續、解決成本問題及保障消費者權益三大永續目標。

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，收購優良品質產品，經通路保證收購，以提供農民種植及就業保障。

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，於 2022 年正式於全台門市上架販售，確保消費者能夠方便、便宜的購入新鮮有機的好食材。

有機蔬菜管理策略

回應的 SDGs 指標

產地生態平衡

1 消除貧窮 12 確保永續消費和生產模式 14 保護及維護海洋資源 15 保護及維護陸地生態環境

策略

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。

行動方案

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「農家直採」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
6. 與政府單位合作，行銷推廣在地食材

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、安全又價格平實的商品。

消費營養均衡

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熟食商品供消費者選擇。同時，積極推廣永續農業，提供在地契作農場、共生農漁業之多樣化友善環境商品，讓民眾吃得放心。

剩食無痕

1 消除貧窮 2 陸上能源

推動「惜食計畫」，將即期食材以優惠價格促銷，或轉為惜食商品給予需要幫助的人，向消費者宣導惜食的消費觀念，確保弱勢族群都能取得安全、營養的糧食，並減少食物浪費。

(詳見 4.1.2 促進惜食減廢)

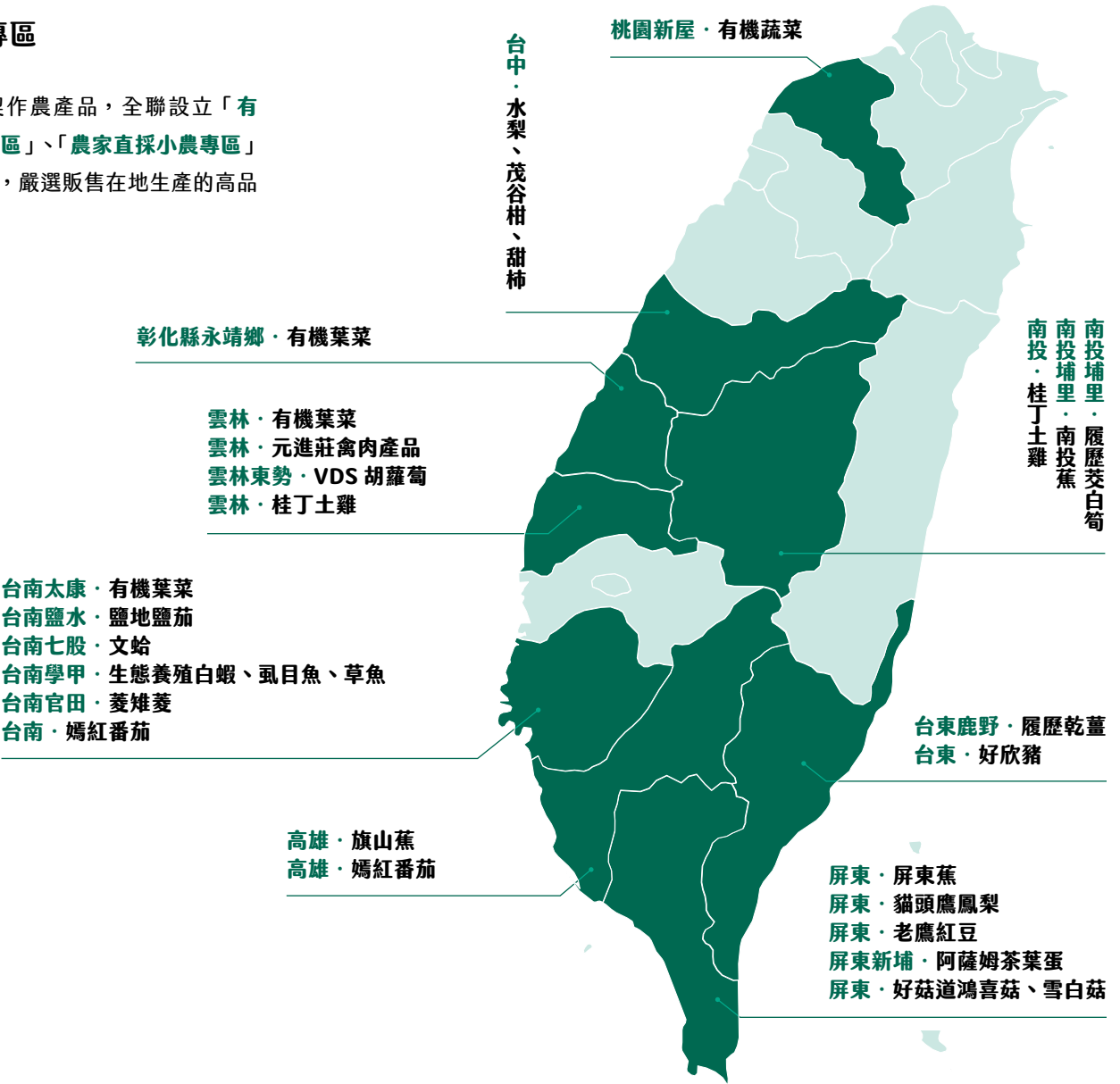
2.2.2 支持在地契作

作為本土超市第一品牌，全聯全力支持在地農業發展，致力於藉由在地契作，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。2022 年全聯蔬菜本土採購比例 85.65%，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 50.98%，其中有機蔬菜的採購噸數近 15,000 噸，產銷履歷蔬果採購噸數超過 19,000 噸，合作之契作面積逐年提高，推廣在地契作成效卓著。

	蔬菜		水果	
	數量 (噸)	金額占比 (%)	數量 (噸)	金額占比 (%)
有機	14,739	22.91%	63	0.14%
履歷	約 14,055	21.84%	5,622	7.14%
小農	約 3,927	6.10%	309	1.01%
平價安心	約 31,626	49.15%	75,520	91.71%
合計	約 64,347	100.00%	81,514	100.00%

契作蔬果專區

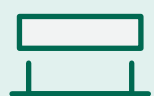
為推廣在地契作農產品，全聯設立「有機」、「履歷專區」、「農家直採小農專區」三大蔬果專區，嚴選販售在地生產的高品質農產品。



契作蔬果專區

有機認證專區

2022 年全聯蔬菜品牌「善美的」有機蔬菜全新登場，於眾多門市設立「有機認證銷售專區」，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，提供消費者既符合政府規定與全程新鮮配送之商品。



✓ 設置門市 **1,130** 家



✓ 銷售成長率 **21.87%** 



✓ 業績成長率 **10.6%** 

2022
績效成果



產銷履歷專區



✓ 設置門市 **1,130** 家



✓ 銷售成長率 **17.47%** 



✓ 業績成長率 **13.95%** 

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。

農家直採專區

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「農家直採」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。



✓ 設置門市 **357** 家



✓ 合作農友 **167** 家 



✓ 專區年營業額 **6.77** 億元 



✓ 蔬果銷量上升 **144%** 

2022
績效成果



契作契約牧場

全聯自 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，用行動支持國產特色雞肉、豬肉。2022 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%**。

100%

國產特色豬肉

產品

好欣豬



特色

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、好欣豬前胸肉等，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，提供消費者最新鮮的肉品。



CAS 標章

產銷履歷

進口肉類

合計

肉類

數量 (噸)

21,198

51

5,566

26,815

金額占比 (%)

69.69%

0.31%

30%

100%

國產特色雞肉

產品

S 級放山桂丁土雞



特色

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」，以專利配方飼料飼養，並利用仁愛鄉山區原鄉進行小單位之精緻放養，同時有助於增加當地婦女工作機會。

產品

火山烏骨雞



特色

全聯於 2022 年擴大新增契作南投信義鄉高原「火山烏骨雞」，火山烏骨雞在飼料中添加來自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，其腸道健康自然可減少用藥並使雞隻的肉質更為細緻、清甜。

90%

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

全聯與新夥伴「官田菱雉菱」合作推出台南菱角，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，獲頒林務局與慈心有機發展基金會共同推動的「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，但是卻缺乏銷售的通路。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。

2022
績效成果

✓ 合作農友 **7** 家

✓ 2022 年四角菱與二角菱栽種面積
由 2021 年的 3 甲 4 分地擴大為... **> 4 甲 8 分地**

✓ 菱角熟食料理銷售金額達新台幣 **1,240** 萬元



魚電共生

全聯「台灣鯛背肉」全面採用魚電共生的養殖原料魚，於魚池的上方架設太陽能板，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，不僅減輕漁民工作負擔，更具備淨水和回收系統，有效節省水資源，並於漁池底部增設排污孔，以提供乾淨的養殖環境，榮獲 HACCP、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。

2022
績效成果

✓ 2022 年全聯契養面積達到 1,200 公頃
契作量約從 6,000 噸大幅提升至 **> 10,000 噸**

✓ 魚電共生的台灣鯛背肉
販售年銷量達新台幣 **9,972** 萬元

✓ 魚電共生太陽能板一年可產出約 **230** 萬度綠電

✓ 完成 1.2 公頃智能養殖示範區，共有 26 個智能池
相較傳統養殖減少約一倍的用電量 **> 減少 93% 用水量**

貓頭鷹鳳梨



✓ 栽種面積 **10 甲**

✓ 銷售金額逾 **73** 萬 ✓ 年產量 **2 甲**

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」，品質好且深受消費者喜愛。

黑翅鳶生態米飯

全聯於 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。



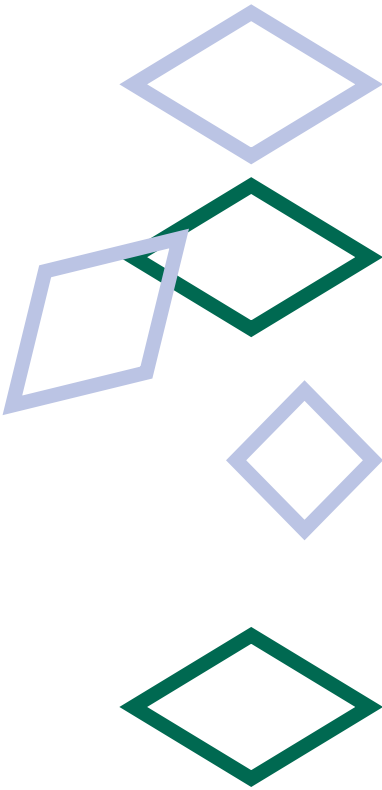
✓ 種植面積擴展至近 **90 甲**

數位最貼心

03

- 3.1 貼心數位服務
- 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

AVAILABILITY



3.1 貼心數位服務

全聯以顧客的需求為本，積極開發創新店型與服務，致力於為消費者提供高質感的購物體驗。近年來，全聯積極推動數位轉型，結合新科技推出自有支付工具、電商平台以及外送平台，利用數位工具提供民眾最貼心、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，利用線上平台增加溝通管道，並定期維護客戶資料系統，回應顧客信賴，為消費者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，隨後逐步導入生鮮，再到如今擴大提供烘焙、咖啡、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，全聯持續以「在地共好」及「創新智慧化」兩大店型創新策略，將全聯門市打造為具有在地特色、智慧數位化的消費與生活場域。

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，結合在地的特色農產，推廣「一地一好物」，將全台各地的全聯門市，營造為符合在地人文產業特性的生活圈，在扶植地方農業的同時，活絡地方消費、就業機會與人潮聚集，促進每個城鎮的幸福生活與正向成長。



左營果貿門市

配合高雄市政府經發局招商活化閒置的左營果貿公有市場 2 樓空間，全聯於 2022 年投資進駐，打造廣達 240 坪、寬敞明亮的賣場空間，並自主協助翻新市場電梯、修繕出入口無障礙斜坡、清潔環境等，提供鄰里更便利、安全的購物環境。



新北投捷運門市

全聯於 2022 年 4 月進駐新北投捷運站，打造近 232 坪、與捷運共構的門市，方便民眾通勤返家的路程中即時購物，並提供外送服務，提供北投週邊消費者多元的購物選擇。



北投稻香門市

全聯於 2022 年進駐北投區稻香合署大樓 1 樓，與社區公共托育家園、居家托育服務中心、區民活動中心、職能治療所、居家護理所及圖書館等各類公共社福設施與服務共存，提供社區便利的生活機能，協力創造扶老攜幼的現代化複合型社區公共設施。

創新升級門市

順應數位轉型浪潮，全聯結合創新與智慧化的理念，推出智慧超市、標竿旗艦店等創新升級店型，導入數位化的設備，並從空間升級、商品擴大、體驗豐富三大店型進化面向著手改造門市，不僅便利主力客群的日常購物體驗，更創造貼心滿足所有民眾食衣住行育樂的一站式生活平台。

創新升級店型

智慧超市

店型規格與標準

全聯智慧超市以創新與智慧化的核心理念，導入數位化設備，並引進更多元的智慧化商品與生活服務，從在地社區的需求出發，成為能滿足居民食衣住行育樂的智慧社區生活平台。



內湖瑞光門市

內湖瑞光智慧超市占地共 391 坪，以住戶與當地上班族的需求出發，建置自助洗烘衣、智取櫃送洗等服務，滿足顧客工作、餐飲、休閒等生活機能，並優化門市購物動線，導入全聯首台自助結帳機，帶給消費者最佳智能購物新體驗。



創新升級店型

標竿旗艦店

店型規格與標準

全聯標竿旗艦店在新型態標準店型的基礎上，從「空間升級」、「商品擴大」、「體驗豐富」三大面向再升級進化，主打改造門市的動線與空間設計，引進多元與特色商品品項，給予消費者最高質感的購物體驗。



南港旗艦店

南港旗艦店主打提升「賣場改造力」、「豐富商品力」及「服務完整力」，給予消費者最高質感的購物體驗。

- **賣場改造力：**特聘日本設計師西川隆操刀，設計清水模灰色暗色系質感美式風格，並加入文青工業風的妝點。
- **豐富商品力：**首度規劃五金、寵物、漁港直送鮮魚、有機生機、進口商品專區以及全聯阪急麵包 PREMIUM 系列。
- **服務完整力：**採用洄遊式動線，有效引導顧客輕鬆逛賣場，並配置休憩區、展演區、哺集乳室等空間。



台東中山旗艦店

全聯於 2022 年斥資逾新台幣 5 億元，打造東台灣最大、總坪數超過 680 坪的台東中山旗艦店，將原先只販售乾貨台東中山店移點改建，完整販售生鮮、烘焙熟食、冷凍品、休閒食品、五金鍋具等多元品項，成為台東商品最齊全的全聯門市；此外，更導入無印良品進駐，並規劃咖啡休憩座位區，打造複合式的消費與生活空間，活絡台東零售商圈的消費。

於開幕時，推出 3 款使用台東在地嚴選食材的快閃限定新品阪急麵包，讓民眾與全聯一起支持台東在地好物。

數位服務創新

除了建構新形態購物體驗外，全聯掌握數位化時代下消費者的需求與購物習慣改變，積極推出 PX Pay、PX GO! 全聯線上購、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時間服務顧客、巡補商品，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，結合行動裝置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，解決過去現金結帳、福利卡累積點數所造成的排隊人潮，提供消費者方便又快速結帳體驗。

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，立即繳納信用卡費、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。



✓ 截至 2022 年 12 月底
PX Pay 下載數已突破 **1,340 萬次**
(為全台第三大行動支付平台)

✓ 統計至 2022 年 12 月底，點數捐總額等同於
新台幣 **5,831,090 元** 的捐款



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「買進美好生活」為核心理念，打造幸福的企業。PX Pay 會員們將有更多元的運用範圍，升級全支付拓展全新生態圈，提供給消費者最方便、安心的支付體驗！

✓ 全支付於 2022 年 3 月，獲得金管會核准取得專營電子支付機構營業執照
2022 年 9 月 1 日上線

✓ **52 天**，會員數達到 **200 萬**

PX GO! 全聯線上購

外送服務

PX Go! 全聯線上購於 2021 年推出「小時達」外送服務，開設 24 小時營運的「小時達專門店」，採「前店後倉」模式，讓揀貨員專門處理線上訂單，於 30 分鐘至 1 小時內將最新鮮的商品外送給消費者，並與 Uber Eats、foodpanda 雙平台合作，全面推展外送服務。

線上預約送貨與到店取貨服務

PX Go! 全聯線上購亦提供線上預約送貨時間、到店取貨服務，全面滿足消費者不同的需求。



2022 績效成果

✓ 2022 年小時達專門店共有 **20 家**
✓ PX GO! 全聯線上購 2022 年度總業績較去年成長 **3 倍**

全聯後端客戶服務

GOP 生鮮平板

GOP 訂貨系統

於各門市皆配置 2 台行動作業平板，搭載 GOP (Graphic Ordering Pad) 圖形訂貨平板系統，讓門市夥伴由後場轉進賣場的走動式貨架管理貨品，並以電子化數據取代原先的紙本作業，實踐「現場、現實、現物」於貨架前一站式完成查詢業績及訂貨作業，減少同仁前後場走動的時間，並追蹤業績數據，掌握最適訂貨量。

工程保修系統

於作業平板中新增「工程保修系統」，讓門市設備保修作業朝向「故障預防、主動監控」，系統化輔助計畫性保養，降低銷售損失，達到門市、總部同仁及合作廠商作業「無紙、省力、效率」的數位轉型目標。

2022
績效成果

2022 年 GOP 訂貨系統與工程保修系統

約協助減少使用 **86** 萬張紙換算減少 **5.5** 公噸碳排放量

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，並可自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景。



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，以及人力更換標籤的時間

繼 2021 年內湖瑞光智慧超市之後



南港旗艦店於 2022 年 7 月導入電子標籤



內湖瑞光店於 2022 年 8 月導入 25 吋及 28.3 吋的彩色電子紙看板

取代原本傳統印刷海報，具備超低耗能、超低耗電與可重複使用的特性，

避免樹木砍伐及廣告紙印刷的人力物力成本

3.1.2
顧客關係管理

全聯重視顧客的需求與感受，致力於與消費者維繫良好互動關係，持續優化消費者服務體驗與滿意度。為此，全聯訂有客戶關係管理方法，設置多個溝通管道與申訴處理流程，仔細聆聽每位顧客的聲音與回饋，定期檢視服務流程中的缺失，並強化對第一線門市人員的教育訓練，提升整體服務品質。同時，全聯也透過會員福利制度，提供顧客印花集點等優惠活動，回饋消費者對我們長期的信賴與支持。

客戶溝通管道

電話服務

門市服務專線

線上購物服務專線

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

市話：0800-010-178 / 手機：02-8175-1000、02-2533-7700

02-8501-1566、02-8175-1008



小時達 / 分批取 → 訂單 - 客服提問 隔日達 → 我的一訂單提問



客戶若有相關建議，可直接向門店反應

顧客申訴處理流程



全聯設有完整申訴流程，由聯合服務中心主責處理顧客的申訴案件。2022 年全聯聯合服務中心處理案件共計 331,387 件，其中包含接獲來電反應 112,632 件、文字服務（電子信箱、網購留言等）共 218,755 件，線上即時處理率達 80%，2022 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

於接獲顧客客訴時，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

數位印花

全聯自 2015 年開始推出全店印花集點活動，並於 2021 年推出數位印花，主打「可轉贈」、「更好集」、「趣味多」等 3 大特點，不但可同時收集實體印花和數位印花，並於換購商品時一同計算，讓顧客收集印花更為方便；同時，全聯注意到消費者很在乎自行貼上印花的過程，因此特別開發數位「貼印花」功能，讓消費者在手機上也能享受蒐集的趣味。



2022
績效成果

✓ 截至 2022 年底，年度三檔活動數位印花發派率約 **61%**
✓ 皆高於實體印花發派率，共節省約 **5.1 億張印花貼紙**



滿月紅利機制

在全聯，超過 7 成以上進店消費的顧客都是會員。為回饋廣大的會員顧客群，全聯 2021 年起推出 PX Pay「滿月紅利」，每筆消費都可自動累積，以月為單位計算，分為銅、銀、金、鑽石 4 個消費額度門檻，消費額度越高、累積回饋越多，亦會配合特殊節慶不定期推出加碼回饋，讓顧客享受最優惠的消費體驗。

2022
績效成果



✓ 2022 年度，共回饋約 **3.4 億福利點**，等同於新台幣 **3,400 萬元**
✓ 成功鼓勵會員消費使用 **PX Pay**，享受優惠的消費體驗

3.1.3
資訊安全與隱私保護

為確保資訊安全與客戶隱私保護，全聯以資訊部部門最高主管為資安長、各級主管為資安委員，籌組資訊安全委員會，負責推動與落實資訊安全規範，並訂有資安管理政策，就資訊科技、人員、環境、與客戶個人資料保護等四大面向，建立完善的各項資安管理機制，全面守護公司內外部資訊安全。

管理面向

說明

資訊科技安全

- 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流程，系統上線與上版需先經過申請與驗測後，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

人員安全

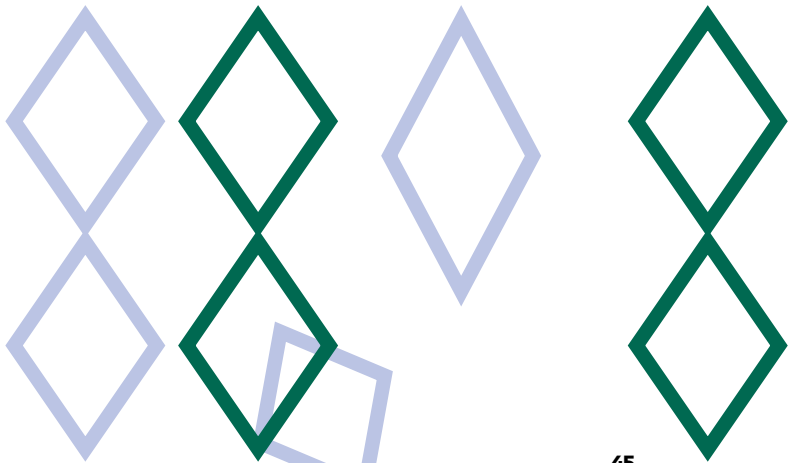
- 內部人員須簽署員工保密切結書，委外服務廠皆須簽署保密承諾書，遵循全聯訂定之資訊安全相關規範
- 辦理資安教育訓練，強化內部資安意識
- 通訊軟體與無線網路需經過申請權限後才可以使用，並隨時監控使用異常流量與紀錄

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
- 擬定文件銷毀作業規範，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
- 每年進行資訊存取管制檢驗，並設定資訊安全管理量測指標，規範每年公司內部違反資訊處之作業規範不得超過 3 件，掌握資料存取控制安全
- 機房全面通過 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，且每年進行資訊機房例行性作業查核，確保電腦機房電力異常中斷或空調、消防系統異常故障之風險事件一年不超過三次，保障實體環境安全

客戶個人資料保護

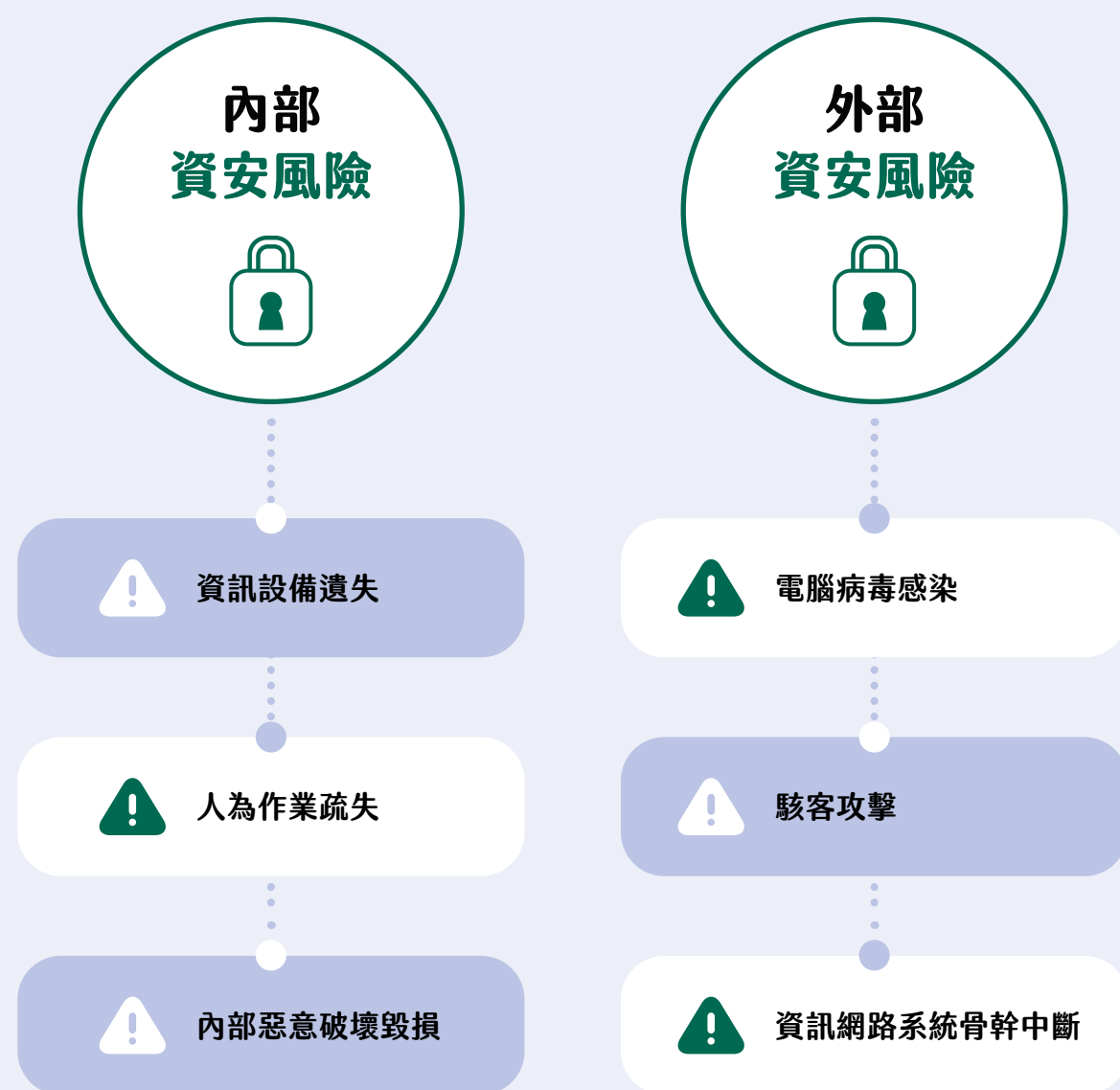
- 訂定門市個人資料管理作業規範，保護顧客隱私，避免客戶資料之洩漏
- 規定門市妥善存放顧客訂購單、福利卡申請書，並以機密性文件集中管理歸檔，創造可信賴的個資保護與隱私環境
- 確保 PX Pay 皆符合相關法規之規範，且通過工業局公告之「行動應用 App 基本資安檢測基準」認證
- 定期安排白帽駭客進行模擬滲透攻擊與演練，強化個資保護之實際應變能力





資安風險辨識

全聯資訊安全委員會每年分別就資安系統之機密性、完整性、可用性設置量測指標，定期實施資安風險辨識，並對中高風險項目進行追蹤與改善，以利評估、追蹤資訊安全系統，有效預防與管理內外部資安風險。如遇有資訊安全事件，由資安長向總經理即時通報資訊安全事件管理情形與進度。



客戶個資保護

為使消費者安心使用會員服務，全聯訂有個人資料管理規範，明確規範數位服務所涉及與客戶隱私相關的資訊安全管理，落實資訊安全與個人資料保護；此外，全聯數據機房全面通過 ISO 27001 認證規範，每年經過有效認證單位稽核與驗證，作為全聯在蒐集、處理或儲存個人資料時的管理依據，並每年辦理資安防護課程，強化資訊人員的資安防護意識與專業能力，全面把關消費者的個人資料與隱私。

因應近年陸續推出 PX Pay、全支付等數位支付型態，全聯增加數位支付 3D 驗證機制，且客戶資料皆以隱碼保護傳輸，降低信用卡盜刷或客戶資料被利用的風險，保障消費者安心使用各項數位支付。

2022 年全聯累計辦理超過 20 堂資安講習、雲端服務之個資保護、資安管理主導稽核員課程等，未發生任何資訊安全或個資隱私洩漏之違法事件。





循環最用心

04

- 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

RECYCLING

4.1 用心守護環境

全聯視守護環境、愛護土地為重要的企業使命。2022 年，全聯在 HEART 永續策略藍圖的基礎上，著重發展「循環減塑」、「惜食減廢」、「減碳綠能」等環境議題，從自身營運做起，妥善處理營運廢棄物與廢水，落實節能減碳的行動，同時攜手政府、供應商、員工與消費者力行減塑，推廣資源循環、不浪費的消費文化，降低營運對環境造成的負面衝擊，守護台灣社會的美好生活環境。

4.1.1 推動循環減塑

策略 1

自行減塑

提升裸賣比例

蔬果裸賣與蛋品包裝

蔬果底盤與蛋品除了使用生物可分解的聚乳酸 PLA 材質包裝，10 月 28 日起門市特別新增「裸賣安心平價專區」首批推出蔬果像是蘿蔔、絲瓜、馬鈴薯、洋蔥，水果則有蘋果、奇異果、柑橘等，於架上採用可重複使用的盒子盛裝陳列，消費者完成結帳後即可將蔬果收納於自備購物袋中，並歸還盒子給收銀員以回收再利用，有效減少一次性塑膠包材。

2022 績效成果

2022 年蔬果裸賣比例為 **47%**
後續將增加品項，供消費者選擇

(統計範疇皆為全台門市)

塑膠包裝減量

減少保麗龍 (PSP)、保鮮膜、淘汰使用聚氯乙烯 (PVC) 等難以回收之塑膠包裝，自 2011 年起將全面以可回收的聚乙烯 (PE) 保鮮膜取代 PVC 保鮮膜。

2022 年使用保麗龍包裝的品項共計 20 項
共計使用 **6,869 萬件**保麗龍容器

相較於 2021 年
減少 **179 萬件**

(統計範疇皆為全台門市)

制定店內回收機制

- 規劃廠商回收業務用保麗龍箱：例如美國進口葡萄的原箱為保麗龍，委請專門廠商回收使用完畢的空箱。
- 委請廠商將店內廢棄的配送籃裂解成塑膠粒子，促進廢棄塑膠回收。

廢棄塑膠產品

裂成塑膠粒子

協助廠區

處理廢棄資產

增加廠區

業外收入

策略 2

推動消費者減塑

淘汰一次性塑膠袋

減少提供一次性塑膠袋與耐熱袋

取消放置於包裝區供消費者自由抽取的免費一次性塑膠袋，並減少提供蔬果區耐熱袋，同時於店內提醒消費者減少塑膠袋使用。

提供環保購物袋、雙北兩用袋主動推出環保購物袋、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。



2022 績效成果

2022 年付費一次性塑膠袋使用量為 **4,608 萬個**

相較於 2021 年

減少 **245 萬個**2022 年耐熱袋使用量為 **84,202 捲**

相較於 2021 年

減少 **7,399 捲**

(統計範疇皆為全台門市)

推廣容器、購物袋租借與再利用機制

OFF COFFEE 自帶杯加碼優惠

響應環保署公告之限塑新政策，全聯自 2022 年 7 月起，於門市販售的現煮咖啡 OFF COFFEE 給予自備飲料杯至少 5 元的價差優惠，同年 9 月再將自帶杯折扣優惠提高至 8 元，優於政府規定，藉由主動加碼自帶杯折扣優惠，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，以循環容器加裝飲料。

門市設置環保袋租借機

全聯南港店、松山健康店自 2021 年 7 月起導入環保茄芷袋租借機，投入 50 元就能索取一個，日後再回到門市退換押金，消費者也可以留做日常的環保購物袋，鼓勵重複使用，並省下購買一次性塑膠袋的開銷。



2022 年 OFF COFFEE

顧客自帶杯占比達 **26%**

共計減少使用

3,076,493 個
一次性容器

2022 年環保杯加價換購量

達 **12,000 件**

2022 年租借出

近 **330 個**茄芷袋

(統計範疇皆為全台門市)

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的塑膠進行包裝，減少葉菜類包材。

新包材使用再生原料，成分取代原有的塑膠成分

預計可減少包材中 **10%** 塑膠

最快自 2023 年 5 月起從有機蔬菜、
履歷葉菜產品開始使用新式包材

全聯從 2022 年 10 月起規劃葉菜類包材減塑

透過更改包裝材質

減少包材塑料 使用

水果部分，則以東勢農會
供應的水梨、甜柿搭配

可回收的紙盒 作示範商品

(統計範疇皆為全台門市)

淘汰保麗龍

積極與國內外產地溝通，勸導農產品不使用保麗龍包裝。

已就 **波特貝勒菇**
品項改善包裝

(統計範疇皆為全台門市)

亮點故事

改用 100% 回收塑料背心袋
成立全聯綠色基金

為鼓勵消費者自備購物袋，全聯於 2022 年於雙北市以外的全門店推出 100% 回收塑料 (PCR) 環保購物袋，並將原大背心袋由 2 元改為 3 元、小背心袋 1 元改為 2 元，藉由微幅提高背心袋 (付費購物袋) 價格，喚起消費者自備購物袋的意識，並利用購物袋盈餘成立「全聯綠色基金」，與社會各界共同推動環境保護工作。

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 57 塑料，估計可減少約 75% 的溫室氣體排放量，對環境保護的貢獻廣獲消費者好評。

未來，全聯將持續推廣 100% 回收塑料背心袋，並投入推動降低生鮮耐熱袋厚度，減少塑料的使用。



循環行動策略

全聯以「Reduce (減量)、Repair (維修)、Reuse (再利用)、Recycle (回收)」4R 永續發展計畫為核心理念，推動門市外觀、硬體建材、賣場設備、陳列道具模組化的循環設計，致力於減少 (Reduce) 報廢設備產生，相較於直接報廢，優先採取維修 (Repair)、整新再利用 (Reuse) 硬體設備，延長設備生命週期及價值，並於設備報廢時落實垃圾分類，最大化零組件或原材料資源回收 (Recycle) 的價值，並讓消費者感受到全聯在設備上的循環設計，達到賣場遊逛體驗再升級的效果。

循環室裝

模組化設備

全聯於門市裝修的過程中導入循環營建概念，採用模組化設計服務台、格柵與商品櫃，並使用可循環利用的裝修材料，降低減少施工階段的廢棄物外，並提升門市設備重複利用、可維修翻新的比率。

綠建材使用

致力於提高門市裝修綠建材使用比率，確保材料無環境污染、無放射性以及致癌性，將裝修對環境的污染降到最低，守護民眾的健康。

2022
績效成果

累積於超過 **800** 店
導入模組化服務台

平均一店可省下 **1.5** 萬元

累積於超過 **600** 店
導入模組化隔柵

平均一店可省下 **6.2** 萬元

目標於 2023 年擴大於 **30** 家門市，
增設模組化服務台、模組化隔柵

於 **3** 家門市增設模組化柱間櫃

循環借杯機與歸還站

全聯與地方政府環保局合作，於門市導入循環借杯機台及循環杯歸還站，鼓勵消費者使用循環杯購買咖啡，並養成自行攜帶自備容器購買飲料的習慣，減少一次性容器的使用。



與台北市環保局合作

於信義黎忠店、中山松江店

設置循環借杯機台及
循環杯歸還站

與高雄市環保局合作

新增於高雄地區 **15** 間門市
推出循環杯借用服務

亮點故事

設立整備中心 落實循環 4R

因應展店及改裝店需求，全聯以「Reduce（減量）、Repair（維修）、Reuse（再利用）、Recycle（回收）」4R 永續發展計畫為核心理念，於台中、嘉義、高雄三處設立「整備中心」，針對低溫物流設備、商業用冷凍冷藏設備，進行整新處理或者回收再利用，不僅落實資源循環，延長設備的產品生命週期，更大幅節省採購新設備、拆除報廢設備的開銷。

Reduce（減量）

閉店、改裝店相關冷凍設備整備入庫後，藉由清洗、除塵、防水處理、研磨、補土、噴漆等工序，減少降低報廢設備產生。

Repair（維修）、Reuse（再利用）

以維修整新、再利用，取代直接報廢，延長設備壽命。2022 年

全聯維修整理再轉用的生鮮設備共 82 台、空調共 60 台，總計 142 台，整備成本共計為新台幣 269 萬元，相較於採購全新設備需花費逾新台幣 1,100 萬元，節省成本約新台幣 890 萬元。

Recycle（回收）

針對無法透過維修再利用的設備與零組件，於廢棄前落實分類，產生回收價值。2022 年全聯將報廢設備交由原廠商直接拆除，估計花費新台幣 940 萬元之拆除費用，但將拆除後零組件與廢棄物進行回收後，扣除拆除成本尚有盈餘新台幣 90 萬元，形同節省超過新台幣 1,000 萬元。

4.1.2 促進惜食減廢

全聯建置完善廢棄物與廢水管理機制，依法妥善處理生鮮廠與門市營業產生之廢棄物，並落實生鮮廠區內污水處理，定期依照水汙染防治法採樣檢測，確保排放水質皆符合政府環保法令標準。除此之外，全聯也致力於提升能資源使用效率，全面落實垃圾分類、廚餘回收及資源回收，並與台中市環保局合作，將廚餘應用於沼氣發電以及堆肥，實現廢棄物資源化。

廢水處理

為避免廢污水污染，全聯建立完善的廢污水處理流程，分流處理營運廢污水與參雜污泥的廢水。針對營運廢污水，首先將廢水導入油質分離槽，初步隔離油脂後，連同民生污水導入初沉池，並經過廢水處理設施、接觸氧化槽、生物沉澱槽、澄清液槽以及消毒流放槽依序淨化，才可排出營運廢污水。針對參雜污泥的廢水，系統將另外使用污泥濃縮槽及污泥儲存槽處置，並委外廠商進行抽取污泥的作業，於作業結束後統一送往迪化污水處理廠處理，確保所有廢污水皆經妥善處理。

廢棄物管理

全聯門市廢棄物 100% 進行分類，將一般廢棄物分類為可回收與不可回收廢棄物後，交由專業合格廢棄物處理廠商，分別進行回收或焚化。除此之外，全聯於門市廣設資源回收桶，鼓勵顧客落實資源回收，加強垃圾分類。2022 年全聯廢棄物處理總量共計約為 21,497.76 公噸，相較於 2021 年廢棄物總量略微增加，主因為 2022 年全聯持續展店，未來全聯將持續推動廢棄物源頭分類、減量與回收，落實廢棄物管理與減量。

全聯廢棄物統計表

項目	廢棄物類別代碼	2019	2020	2021	2022
回收處理廢棄物（噸）	廚餘 R-0106	2,769.6	2,779.2	3,772.8	4,089.6
焚化處理廢棄物（噸）	事業活動產生之一般性垃圾 D-1801	12,841.2	14,037.1	15,091.32	16,020.96
	動植物性殘渣混合物 D-0199	1,833.6	1,828.8	1,238.4	1,387.2
總計（噸）		17,444.4	18,645.1	20,102.52	21,497.76
單位營收廢棄物處理量（噸／新台幣百萬元）		0.1342	0.1289	0.1264	0.1303

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。

檔期展示架無紙化

全聯於 2022 年推動檔期展示架無紙化，改採可重複利用的鐵架，取代過去使用客製化紙架，藉由溝通、打樣、測試，增加展示鐵架的變化度及靈活度，不僅克服客製化紙架無法沿用到下個檔期的限制，並大幅節省紙張耗費與客製紙架成本。

2022 年成功減少 5,500 座的展示紙架
約當節省 27,500 公斤的紙張
超過新台幣 300 萬元的成本

2022 績效成果

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。

2022 年發票紙捲使用量為 86 萬捲
相較於 2021 年，減少 25 萬捲

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。

2022 年全聯門市雲端發票佔比為 45%
約當減少 2 億張發票列印

數位印花

全聯自 2021 年起推出「數位印花」，目前已發放超過 5.1 億枚數位印花，在方便民眾集點的同時，實現節省紙張資源的成效。

截至 2022 年底，年度三檔活動數位印花發派率約 61%
共節省約 5.1 億張印花貼紙

惜食減廢

全聯自 2017 年開始推行「惜食計畫」，將即期或賣相不佳之商品作為惜食商品，品項包含蔬果、水果、肉類、鮮魚、和麵包等，與門市附近有為弱勢族群提供供餐服務之社福團體合作，形成在地資源分享網絡，讓需要的人們得到健康且安心的食品。另外，全聯也積極向民眾宣導吃多少買多少之概念，期望與消費者一同珍惜食物。全聯惜食計畫推行至今，每年搶救價值超過新台幣 3,000 萬元的食物免於被浪費，截至 2022 年累計金額已高達新台幣 1.46 億元。

全聯「惜食計畫」三部曲

1 適量份量
吃多少買多少

向民眾宣導「吃多少買多少」的消費習慣，期望與消費者一同珍惜食材。

2 即期商品
折扣促銷

所有生鮮產品訂下三日保存期限，於效期最後一日在各門市推行即期商品折扣促銷的活動，減少門市廚餘。

3 惜食商品與需要幫助的人

與門市附近、符合以下三項條件的社福團體合作，由全聯予以資助，提供惜食商品。**1.** 服務包含供餐並具備廚房 **2.** 距離門市之車程需 30 分鐘以內 **3.** 每天晚上 9 點半至門市領取惜食。

2022 年度全聯共擁有 146 家惜食門市，惜食加菜的受益人次超過 360 萬人，並提供有供餐需求之社福團體共 92 家（包含：教會陪讀班、精神障礙會所、老人長照據點等）。守護銀髮老人、孩童及弱勢民眾，讓受益者能夠吃得飽、吃得安心又營養均衡。

此外，為了減少門市販售之生鮮產品因沒能在保鮮期內售出、造成浪費，全聯與供應商合作，由源頭端進行進口牛肉與海鮮產品貼體包裝，不僅節省包裝材料耗用，更使肉品保存時間延長 30% 以上，從而增加架上販售期以及售後保存期、減少食物浪費。

年份	2019	2020	2021	2022
惜食門市（店）	171	161	149	146
媒合供餐社福機構（家）	111	100	95	92
受益人次（人）	超過 191 萬	超過 273.9 萬	超過 247.9 萬	超過 360 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 2022 年為止，全聯共計投入約新台幣 16.7 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。

面向

門市外觀

措施與 2022 年績效

招牌螢光燈汰換為 LED，一年可節電 35%、減少溫室氣體排放 0.023 噸 CO₂。

2023 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、櫥窗玻璃防燄捲簾，隔絕室內與室外的空氣，防止灰塵及蚊蟲進入室內，並節省冷氣費用。
選用具有良好透水性及透氣性、性能優於傳統水泥與柏油鋪面的高壓透水磚，促進排洪控溫。
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。

賣場設備

設置空調節能室外機
一年可節電 5%、減少溫室氣體排放 10.1 噸 CO₂。
變頻冰箱規格由 R22 汰換升級為 R410
一年可節電 15%、減少溫室氣體排放 47.1 噸 CO₂。
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。
於 2 間門市設置汽車電動車充電站、248 間門市設有機車換電站。

每年於 40 家門市增設空調節能室外機
每年於 20 家門市汰換升級變頻冰箱
於 53 家門市導入賣場 LED 線型燈
汽車電動車充電站設置門市增加 8 間、機車換電站設置門市增加 20 間

2016-2022 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 ₂ e / 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	2.13	2,889,047	1,470.525	更換 153 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	12.60	7,842,560	3,991.863	更換 220 間
燈具汰換 將傳統 T5 螢光燈具更換成 LED 燈具	2	9,417,216	4,793.363	更換 751 間店

備註：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

照護最安心

05

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

- 5.2 打造安心社區
- 5.2.1 社區參與
- 5.2.2 社會公益

TENDANCE

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
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

全聯提供系統化、完善的招募、聘用及留任管道，並設置雙向溝通管道，以傾聽同仁以維持良好勞雇關係，且藉由提供全面的福利制度，以營造合理及和諧之職場文化，照護員工身心靈健康，達到工作與生活之平衡。

項目	說明
行為管理	• 依循全聯工作規範、績效評核辦法辦理。
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	• 制定工作規則、出勤作業要點、加班作業要點等準則，並導入全聯人資管理系統（HRM）輔助各分店管理之效率化及正確性。
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

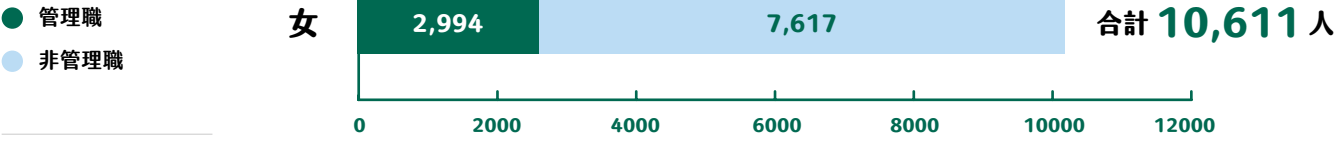
2022 年全聯
總員工人數共計 **24,112** 人
其中 **14,160** 位正職員工 **9,952** 位兼職員工

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，依照公開之績效考核與個人年資等可量化資訊決議同仁升遷。

除此之外，全聯積極照顧弱勢就業族群，2022 身障人士晉用率達 1.7%，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	2019		2020		2021		2022	
	男	女	男	女	男	女	男	女
正職員工	2,999	9,616	3,254	10,283	3,543	10,799	3,549	10,611
兼職員工	3,296	5,015	3,224	5,086	3,658	5,856	3,928	6,024
合計	6,295	14,631	6,478	15,369	7,201	16,655	7,477	16,635

2022 年 員工性別分布



2022 年 員工年齡分布



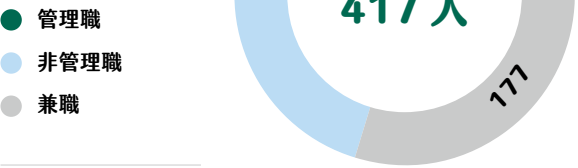
2022 年 多元員工占比 原住民



2022 年 員工學歷分布



2022 年 多元員工占比 身障人士



亮點故事

同心圓計畫

全聯自 2017 年起推行同心圓計畫，提供身心障礙同仁職場關懷與適才適性的培育，協助其迅速融入全聯大家庭、克服職場挑戰，在安全、無慮且具有平等發展機會的工作環境中實現自我。

- **訪店關懷：**在尊重身障員工個人的自尊與隱私權的前提下，定期進行訪店關懷。
- **評估工作環境安全：**評估工作環境及作業內容，預防潛在性的危險或職業傷害。指派身障員工合適的工作內容；若身障員工經評估後認為指派工作內容確實超出能力範圍或造成身心壓力，亦可向店經理反應，據以規劃與調整身障同仁之工作內容。
- **提供標示臂章：**當身障員工自覺在職場工作時，因個人身心的



侷限而造成其受挫於服務顧客時，經其同意可協助提供標示臂章，以利顧客辨別及理解，增加對身障同仁之包容心。

- **生日驚喜：**於員工生日當月，由健康管理師親訪，並提供伴手禮 100 元 We Sweet 蛋糕甜點與手工繪製感謝卡片。
- **節慶關懷：**響應國際身障日，於 12 月期間贈送暖心聖誕節禮物。

自 2017 年推行以來，全聯逐年擴大執行同心圓計畫，相較於 2021 年參與同心圓計畫之身障同仁比例為 34.7%，2022 年參與同心圓計畫之身障同仁人數由 110 人提升為 231 人，佔全聯身心障礙同仁總人數的比例自 34.7% 提升為 55.4%。

員工福利制度

休假制度

依循全聯工作規則、績效評核辦法辦理，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

• 總部大樓健身房員工優惠價 100 元／季

婚育照護

• 結婚津貼

• 產假 12 周（優於勞基法），另獎勵生育補助 5 萬元／胎

• 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

防疫相關

• 提供防疫慰勞金，以及酒精、口罩、維他命保健食品等民生必需品

• 提供疫苗施打有薪假、染疫病假

Corporate Social Responsibility

2022 年育嬰留職停薪統計			
2022 實際申請育嬰留停之員工（人）	男	女	合計
2022 預計育嬰留停復職（人）	9	203	212
2022 實際育嬰留停復職（人）	6	191	197
2021 實際育嬰留停復職（人）	2	133	135
2021 育嬰留停復職後十二個月仍在職（人）	4	102	106
復職率（%）	4	83	87
留任率（%）	33.3%	69.6%	68.5%
	100%	81.3%	82.1%

亮點故事

中元節速食券電子化

中元節為全聯三大重要活動之一，為感謝同仁於重要節慶期間工作的辛勞，全聯每年皆會發送年節紙本速食券，回饋同仁的付出。為響應環保，全聯中元節速食券自 2022 年起全面以電子禮券取代紙本禮券，不僅省紙環保、零庫存且電子化便利管理，更可提供同仁更豐富多元的禮券消費品牌選擇。

過往使用紙本禮券，除須由公司以實際價格購買、作為公司自有

的庫存外，尚須由總公司分派人力包裝與花費郵資寄送至全台門市；而改用電子禮券後，開券張數達一定數量時即可獲得購買折扣，且省去庫存與寄送費用。除此之外，電子禮券尚有無紙化、可自系統後台查閱同仁是否開券的優點，省去簽收與核銷作業用紙。2022 年電子禮券共計發放 26,650 張，實際開券數 24,762 張，開券率達 92.9%，相較於 2021 年，共計節省新台幣 95 萬元的禮券成本、260 小時的包裝與作業時間成本。

5.1.2 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，執行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，全面守護同仁的健康安全。

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，於總部大樓或派駐於各處辦公室共計設置 10 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



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。

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 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

3 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

職業安全衛生業務

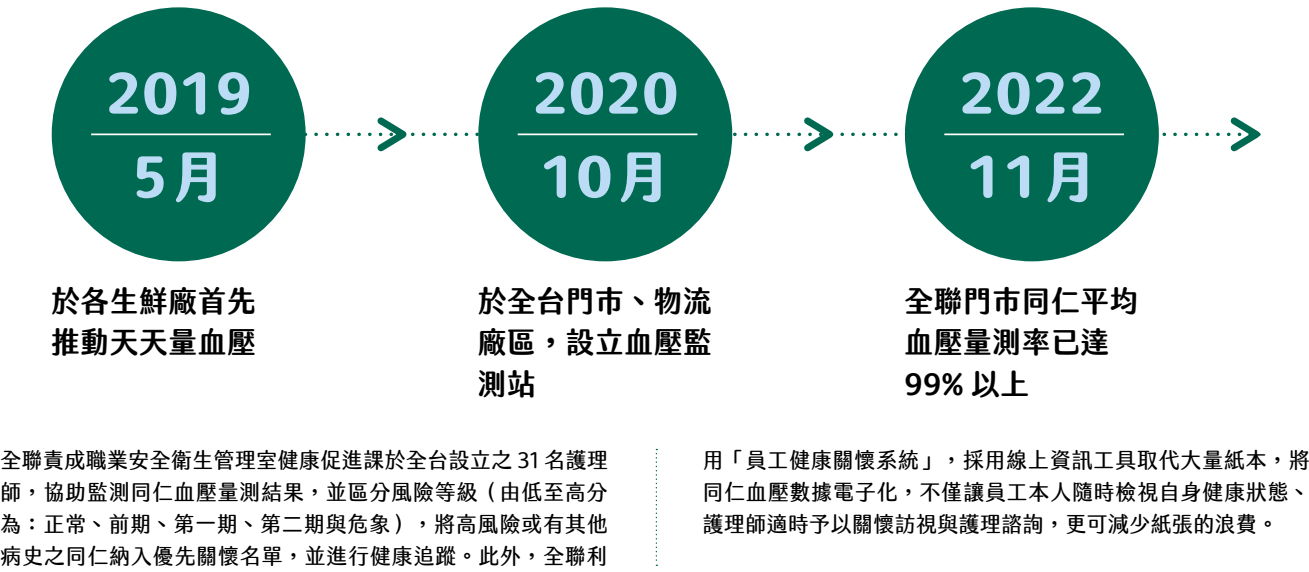
藉由落實職業安全衛生管理系統，我們目標於 2023 年通過職安管理系統（ISO 45001）之驗證，並每年達成綜合傷害指數低於職安署公布零售業平均值，並持續提升門市職安衛自主管理之能力，營造安全、健康的文化與職場環境。

類別	業務項目	2022 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安單位，彙整同仁回饋以進行可行性評估。
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。2022 年總訪店率為 92.8%。
	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，預計未來會擴大辦理相關救護課程，成為員工必修課程。
	身心健康評量	- 利用健康關懷系統，可提供同仁自由使用電腦或是行動裝置進行填答之便利性，2022 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。
職安 四大計畫	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 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	自 2014 年起，全聯首創「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。
	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。 2022 年企業報名減重有 590 人，體重下降 10% 有 108 人，總減公斤數 1,654 公斤，平均減重成功率 18.3%，月平均減 236 公斤，月每人減 2.2 公斤，月平均下降 10% 有 15 人。
健康促進	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，2022 年更增設同仁自己相互鼓勵，成功即可各加碼新台幣 1,000 元，大力鼓勵同仁自主戒菸。
	健康講座	舉辦多元化身心靈系列講座，並舉辦各項心靈紓壓活動，包含社團活動、親子家庭日、挑戰自我極限－登玉山與國內外旅遊。

亮點故事

同仁血壓監測

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。



職業災害統計

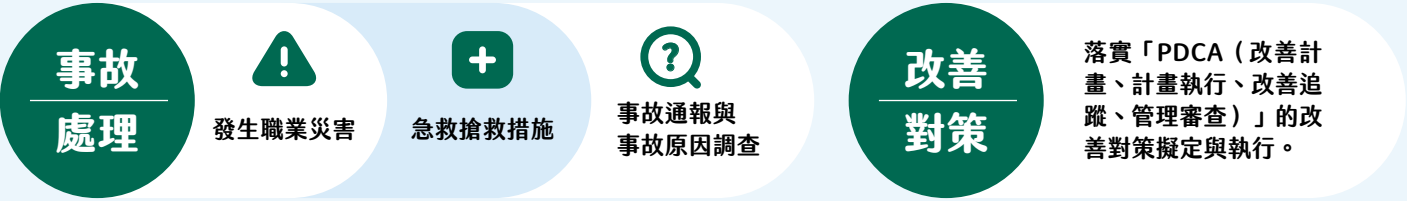
為提升同仁職業災害預防意識，全聯依災害類型進行統計分類，2022 年全聯發生共計 194 件職業災害事件，災害前三項主因分別為切割穿刺傷（生鮮用刀及美工刀為多數）、壓砸傷（籠車為多數）及摔傷（樓梯與地面濕滑為多數）。

災害類型	墜落	壓砸傷	切割 穿刺傷	撞傷	拉扭傷	捲夾	摔傷	燒燙傷 及凍傷	擦挫傷	其他	總和
男	1	7	18	5	3	2	4	2	1	4	47
女	21	30	26	8	12	4	23	5	2	16	147
合計	22	37	44	13	15	6	27	7	3	20	194

全聯 2022 年總合傷害指數（FSI）值為 0.43，與勞動部職業安全衛生署公布近三年（2020~2022 年）平均標準值 0.35 相比稍高。主因為全聯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，故與職安署公布之數值稍有差異。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。

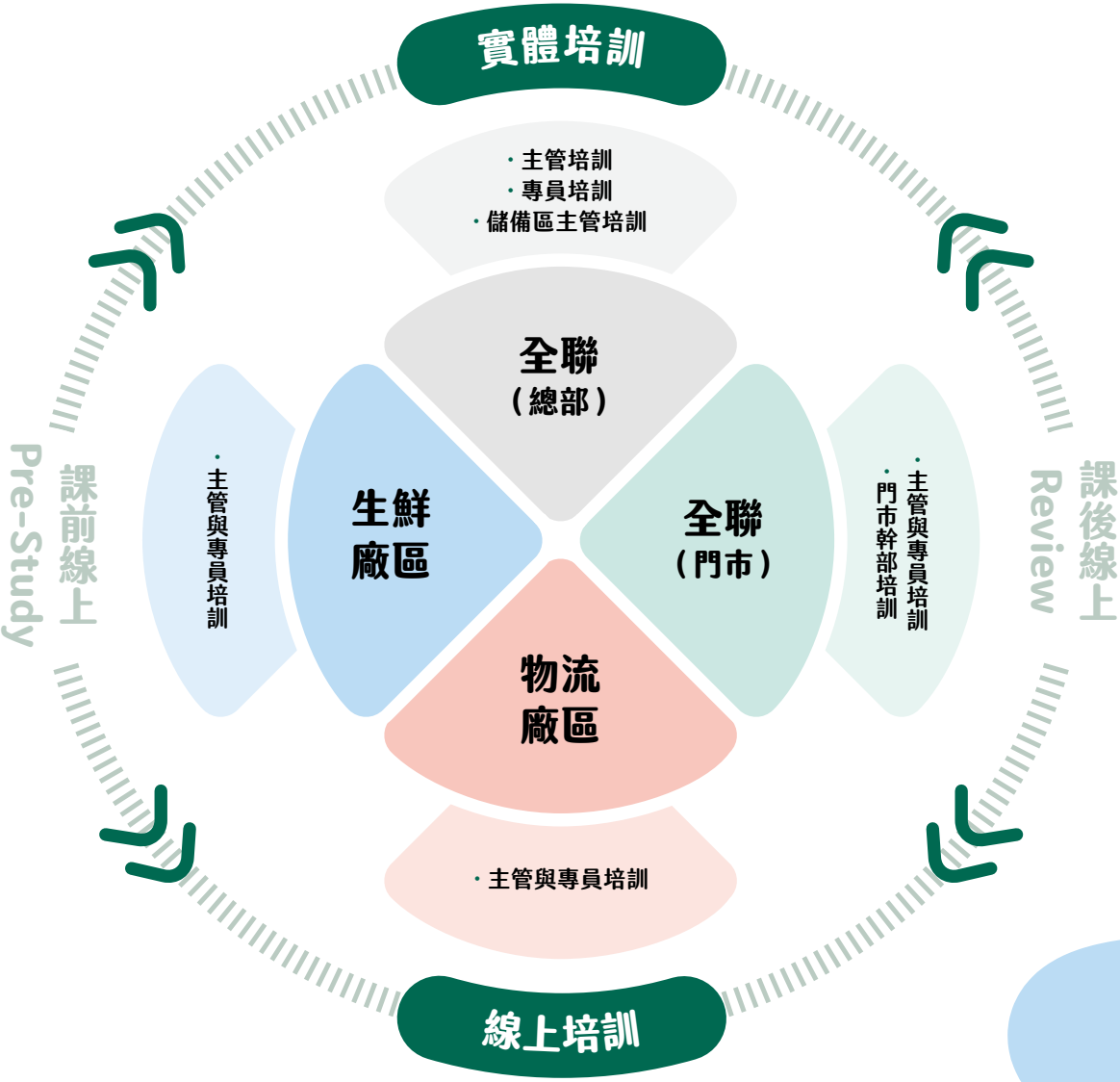
2022 年失能傷害統計數據	男	女	合計
失能傷害頻率 FR	1.67	3.34	2.82
失能傷害嚴重率 SR	17	91	68
總和傷害指標 FSI	0.16	0.55	0.43

職災處理流程



5.1.3
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、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。2022 年全聯訓練費用約新台幣 2,962 萬元，總訓練時數達 178,920 小時。



全聯訓練地圖

願景

買進美好生活

使命

用心與台灣在地共好，打造消費者感到購物樂趣的賣場，成為台灣第一、世界一流的超市

理念

價格最放心・品質最安心・開店最用心・服務最貼心

職能

數位領導能力 執行力 規劃力 表達力 團隊力 領導力 市場力 決策力

經營決策
——
理級主管
——
課級主管
——
專員

企業文化

新人訓

職能訓

通識訓

專業訓

企業簡介

公司規章

系統介紹

任務規劃

職場禮儀

全聯大字典

安全衛生教育訓練

決策力

團隊力

領導力

規劃力

市場力

表達力

執行力

新晉主管

工具類課程

管理分析

名人講座

數位講座

職安講座

身心靈講座

委外訓練

講師訓練

職人訓練

誠信實在・包容體貼・勇於承擔



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。2022 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 1,027 人次，總受訓時數 5,256.5 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。自 2021 年推行至 2022 年，累計培訓人數達 361 人次，總受訓時數 932.5 小時，平均學習期間為 6 個月。

新晉副課訓

- 專門為總部新晉主管所設計的系統性專業職能培訓課程，包含：產業趨勢新知、系統權限、領導能力等主題。2022 年安排線上與實體課程研習，培訓人數共計 14 人，總受訓時數 350 小時，學習期間為 4 個月。

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。2022 年修課人次共計 23,263 人次，累積學習時數達 488 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。2022 年總計 446 人次參與相關委外培訓，總培訓時數達 6,525 小時，獲取證照數 259 張。

生鮮 SOP 影片

- 建立生鮮廠區標準作業流程，拍攝成現場作業 SOP 教學影片，促進廠區同仁學習與傳承生鮮技術並提升溝通效率。2022 年完成 2 支影片（包含中文、越南語、印尼語），教學影片於各廠區播放，總觀看人次約 720 人次。

門市營業部

儲備區副理訓練

- 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試等多元的在職培訓。
- 此外，儲備區副理訓練納入全聯 PDCA (Plan, Do, Action and Act) 經營計畫作業，由區主管針對單品經營安排活動、執行計畫、目標與檢核點，於活動結束後進行檢討與改善優化，將儲備區主管的 PDCA 績效列入培訓成績中，提前培養區主管的工作職能，加速人才培養、晉升與有效發展。
- 2022 年共計培育 17 名預備區副理，其中已晉升 4 名區副理，13 名預備區副理納入區域副理人才庫中，平均學習期間為 6-8 個月，2022 年總受訓時數 1,863 小時。

新手區主管訓練

- 該訓練幫助剛晉升區副理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，安排研習課程，2022 年總計受訓 6 人，總受訓時數達 126 小時，學習期間為 2 個月。

PX 小組奇兵

- 於 PaGamO 競賽學習平台，設計門市管理所需知識與規章相關題目，採用遊戲競賽搶答的方式，邀集設計管理職能搶答题目，鼓勵參賽主管邊學邊玩，應用管理職能，達到顧客服務與門市經營管理的目標。2022 年全台灣門市共計 2,304 位組級幹部參與，決賽中管理知識答題正確率達 73%。

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，全聯自 2019 年起導入「全聯 e 學院」線上學習平台，於 2022 年共計上架 59 堂課程、101 支教材，上線人數約 88 萬人次。

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。2022 年全聯新進同仁試用期滿率為 82%，展現職涯評估與人才留任的成果。

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。2022 年全聯共與 20 間學校進行產學合作，實習生留任率為 58%。

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」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，創造對失智症患者友善的購物環境。

2022 年失智友善賣場推廣活動

合作單位／台北市衛生局

深耕全聯失智友善組織

於全聯德安店、南港旗艦店舉辦 VR 體驗活動，有效促進民眾對失智症的了解及提升失智症公共識能。

績效

✓ 參與門市 2 家（內湖德安店、南港旗艦店）

✓ 參與體驗人數 41 人



合作單位／桃園市衛生局

失智友善商店

於門市放置「失智友善組織招募」意願書、失智文宣、海報，並於指定門市辦理課程，講授失智症識能，賦能門市成為失智友善商店。

績效

✓ 參與門市 94 家（放置文宣、海報）

✓ 上課門市 4 家



合作單位／澎湖縣衛生局

失智友善～快樂解方

於門市放置「失智友善組織招募」意願書，並辦理實體演練，提升門市服務失智症患者的能力。

績效

✓ 參與門市 7 家
✓ 上課人數 29 人

合作單位／臺南市衛生局

失智友善～快樂解方

於門市放置「失智友善組織招募」意願書，並辦理「失智友善社區」課程，提升社區對失智症的認識。

另外，凡有失智症患者前往門診、諮詢者，全聯提供「快樂解方」美式咖啡，鼓勵失智症患者取得協助。



績效

✓ 參與門市 **79** 家 ✓ 上課人數 **1,640** 人
✓ 贈送美式咖啡 **43** 杯

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。

目前全聯擁有「花蓮美崙超市車」及「嘉義中埔超市車」，隨車配 1 名司機與店員，提升偏鄉消費者購物之方便性。

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，多加利用全聯接種流感疫苗，提升施打率。截至 2022 年，全聯公費疫苗接種站施打人數累計達 30,940 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。2022 年全聯提供 215 場篩檢服務，總服務人次合計達 19,845 人次（包含：子宮抹片檢查 6,893 人次，乳房攝影 8,541 人次，大腸癌篩檢 4,309 人次，口腔癌篩檢 35 人次，X 光檢查 67 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 18 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。2022 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 1.42 億元，以及企業志工服務時數 3,587 小時。

註：2022 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

急難救助金

以協助 3 個月內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。

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、最長援助半年期的物資扶助，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）。



2022 績效成果

✓ 受理 **10,218** 件急難申請案

✓ 實際捐助 **6,086** 戶家庭

✓ 發送 **4,894** 張愛心卡

✓ 救助金額及愛心卡
儲值金合計新台幣 **8,658** 萬元

物資銀行

攜手地方機關與社服機構，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。



2022
績效成果



✓ 補助 **16** 家醫院
14 家身心障礙及婦女社福單位、**4** 家實物銀行

✓ 受益對象逾 **55** 萬人次 ✓ 投入逾新台幣 **1,248** 萬元



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，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。

✓ 辦理 **10** 場次活動 ✓ 受益對象合計 **78** 人次

✓ 投入 **390** 小時全聯企業公益假

2022
績效成果



其他社會公益

公益賑災

持續參與大型災難之賑災捐款及物資捐贈。

支持守護生態環境

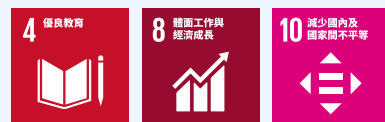
贊助大安森林公園之友基金會工作計畫案，營造都會生態公園親水濕地，守護生態環境。



2022
績效成果



✓ 投入超過新台幣 **1,148** 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。2022 年佩樺基金會共計投入約新台幣 2,635 萬元，以及企業志工服務時數 216 小時；未來，基金會將持續推展各類計畫，輔助弱勢兒少獲得資源，並結合門市職場體驗與媒合，促進青少年發掘其能力、培養自信心，達到獨立自主之目標。

註：2022 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。

愛心育苗

合作，提供營養點心補助、學校社團發展及參賽補助，讓每個孩子都可以獲得充足的營養，有更多元的管道能夠自我實踐、探索興趣，進而培養對未來的信心。



2022
績效成果



✓ 受益人數達 **2,589** 人

✓ 捐助新台幣 **749** 萬元

向陽小樹計畫

全聯發現學校社團是提供孩子培養興趣及發展潛能的地方，但偏鄉地區資源較匱乏而無發培育當地學童，因此為了銜接偏鄉國小學童在社團的才藝發展，「向陽小樹計畫」幫助國小階段已訓練有成之學童，延續夢想所需之資助。



2022
績效成果



✓ 補助 **73** 所學校 ✓ 受益人數達 **2,589** 人

✓ 捐助新台幣 **749** 萬元

幸福手推車



2022
績效成果



✓ 補助 **42** 家社福機構

✓ 受益人數達 **1,420** 人 ✓ 捐助新台幣 **336** 萬元

以全聯公益福利卡儲值金及贊助師資鐘點費用，提供社福機構彈性運用物資和經費，幫助學童參與課後輔導，得到實際的關懷與陪伴，並培養健康正向的生活態度與價值觀，進而擁有解決問題的能力。

大專院校服務性質 社團支持補助計畫

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。

✓ 補助 **70** 支營隊服務

✓ **1,890** 名大學生參與服務

✓ 受益人數達 **3,315** 人 ✓ 捐助新台幣 **102** 萬元



2022
績效成果



夢想啟程計畫

與社福團體合作，依據弱勢兒少的需求，為弱勢兒少提供全方位的服務，讓弱勢兒少也有追夢的權利與能力。在支持圓夢的過程中，最終我們也期盼孩子站在舞台上發光發熱的那一刻，本會將透過全新的夢想啟程計畫來替孩子們圓夢，將透過此計畫贊助資源創造更大圓夢力量，並能啟發孩子更多的創造力。



2022
績效成果



✓ 補助 **15** 家社福機構 ✓ 受益人數達 **376** 人

✓ 捐助新台幣 **100** 萬元

愛從 1 開始

提供全台超過 1,000 間門市通路，設置愛心零錢捐款箱，並結合全聯電子發票平台，將原電子發票會員指定捐贈予特定受捐贈之社福單位之管道整合至「愛，從 1 開始」公益勸募活動中，增加社福團體募款之管道並同步推廣社福單位之愛心碼，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。



2022
績效成果



✓ 受益人數達 **3,615** 人

✓ 募得金額新台幣 **2,800** 萬元

微光藝廊

結合全聯台東中山旗艦店，推出「微光藝廊」公益展覽空間，展出偏鄉學校及社福機構之學童的藝術創作，讓門市成為結合生活、藝術、展覽的空間，並讓小小藝術創作者得以盡情展現作品與交流理念，擁有發光發熱的舞台。



2022
績效成果



✓ 補助 **1** 所學校、**2** 家社福機構

✓ 受益人數達 **67** 人 ✓ 捐助新台幣 **7** 萬元

清寒獎助學金

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。



2022
績效成果



✓ 補助 **2** 所學校、**1** 家社福機構

✓ 受益人數達 **116** 人 ✓ 捐助新台幣 **249** 萬元

社會公益



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：推動大安森林公園環境綠美化及生態教育推廣、支持捐血活動，為傷者提供及時的醫療救援等，期待透過對公益活動的支持與參與，為 18 歲以下弱勢兒少提供健康成長的大環境。

✓ 補助 **6** 家社福機構、**1** 家醫院

✓ 受益人數達 **2,122** 人 ✓ 捐助新台幣 **363** 萬元

2022
績效成果



其他贊助

在與學校、社福機構合作的過程中，發想出許多不同的執行面向與內容，故本會藉由贊助其他活動項目拓展更多元而豐富的合作內容，也藉此發展出基金會與在地學校、社福機構更深厚而獨特的連結。



2022
績效成果



✓ 補助 **11** 家社福機構、**1** 所小學、**1** 家醫院

✓ 受益人數達 **5,669** 人 ✓ 捐助新台幣 **296** 萬元



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 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。2022 年大安森林之友基金會共計投入約新台幣 4,344 萬元，以及志工服務時數 2,119 小時。

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。



✓ 進行 **3** 座螢火蟲生態池、維護與導覽教育

✓ 成功復育近 **2,700** 頭螢火蟲

✓ 螢火蟲季期間，召集 **93** 名志工 ✓ 投入服務時數共計 **576** 小時

✓ 吸引 **9,090** 人次前來賞螢 ✓ 投入新台幣 **200** 萬元

2022
績效成果



生態防蚊

病媒蚊防治

全聯與台大昆蟲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族群數量，一經發現即刻清除蚊蟲孳生源

小黑蚊防治

受連日降雨及高溫影響，容易加速小黑蚊繁殖，2022 年調查發現數量增高，團隊即刻啟動小黑蚊緊急防治，滅蚊成果顯著，並後續供其他縣市學習。



2022
績效成果



✓ 投入新台幣 **200** 萬元，進行全園區生態防蚊

2022 年蚊蟲族群調查結果，全區白線斑蚊密度極低

✓ 有效防治登革熱，防治效果顯著

樹木修剪



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榕樹結構有安全疑慮；加上樹木高大又密植，易成為小黑蚊孳生源。有鑑於此，基金會委託國內頂尖之攀樹修剪手，於 2022 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环境教育。

✓ 投入新台幣 **608** 萬元，進行攀樹修剪

✓ 共計修剪 **250** 棵

2022
績效成果



生態廁所改建工程

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、入口鋪建景觀花卉走廊、架設生態資訊電子牆等富含生態元素的設計，改建生態廁所，改善原本 1 號廁所老舊、陰暗，容易積水，且蚊蟲又多的問題。



2022
績效成果



✓ 2021 年編列新台幣 **1,450** 萬元

✓ 2022 年取得拆照與建照

已於 9 月完成舊廁所拆除、周邊榕樹檢測，移除染褐根病樹木等工作

✓ 自 2022 年 12 月起進行施工，預計 **2023** 年底完工



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。2022 年全聯善美的文化藝術基金會共計投入約新台幣 6,730 萬元，累積超過 67 萬人次遊覽宜蘭傳藝園區。

保存台灣傳統藝術

巧藝館

蒐羅在地優秀工藝師的傑作，提供展現藝術作品的空間，為藝術商品保留其市場與文化價值，並邀請參展工藝師辦理講座、工作坊等活動，讓民眾認識及感受臺灣傳統工藝的手作溫度與精巧技藝。

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，感受與體認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。



2022
績效成果

✓ 巧藝館辦理特展「泡茶席」，約吸引為 **15,542** 人次參館
✓ 辦理 **11** 場古禮習俗節慶活動，約 **10,072** 人次參與

弱勢社會關懷



持續推動免費接待身心障礙者參觀宜蘭傳藝園區，並於第四季【謝謝你，謝平安】季度主題，規劃公益體驗活動，邀請透伊甸基金會、頭城聖方濟及新興聖方濟共同參與。

2022
績效成果

✓ 弱勢社會關懷共計 **13** 場次，共 **3,619** 人次參與
✓ 免費招待 **18,236** 位身心障礙者入園參觀

傳統建築修復與活化

2022 年以文昌祠為修復主體，以傳統技法進行牆面修復。修復過程謹守傳藝核心價值，推出傳藝限定「瓦片平安符」，福袋中的瓦片長年經文昌祠的裊裊香火薰陶，乘載著文昌帝君的賜福。此外，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。



2022
績效成果

✓ 傳統建築修復活化系列活動吸引 **6,532** 人次參與

扶植表演藝術團隊



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，在學校設置傳藝文昌帝君獎學金，讓青年學子接觸傳統藝術，促進台灣傳統藝術的保存。

2022
績效成果

✓ 舉辦 **2,790** 場表演 ✓ 邀請 **568** 位傳統表藝人才演出
✓ 共約 **415,464** 人次觀賞表演
✓ 文昌帝君獎學金受益人數 **245** 人
✓ 發放總金額為新台幣 **88,000** 元

TAKE IT
FROM THE SOCIETY
AND USE IT
IN THE SOCIETY

Corporate Social Responsibility

2022

2022 全聯福利中心 永續報告書

