



CHAPTER 2. 永續環境力

本公司接軌國際趨勢，辨識氣候變遷風險與機會，積極打造低碳營運賣場與綠色營運文化，建置能源管理系統及節能、創能措施，並依各利害關係人提出具體行動方案：向專櫃、供應商進行永續選商、永續採購，對員工進行永續教育，建構一站式購足綠色平台，以通路力量推廣永續教育及消費意識，引領台灣產業轉型，打造零售淨零聯盟。



國內百貨第一

- 六度獲國家企業環保獎銀級以上榮耀
- 電子禮券發行十年省紙量等同17.64座玉山高
- 雲端發票四年省紙量達18.77座七星山高
- 刷卡簽單合併明細，年省紙長達2座高速公路

節能減碳，提升能效

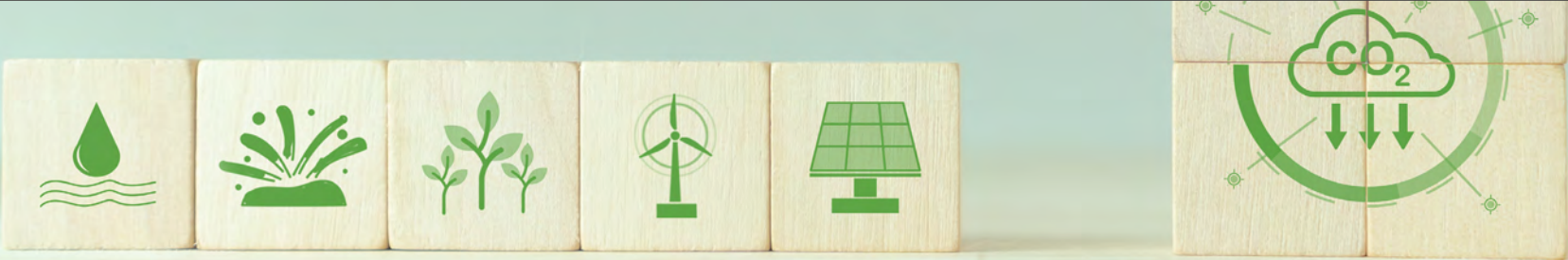
- 率先台灣大型連鎖百貨，簽署SBT承諾
- 每度電創造營收502.41元，EP100計畫達標8成
- 營收4.49%投入改善節能設備

2.0 策略成果與規劃

政策承諾		組織願景		重大主題	國際框架與指標	
透過自發性導入環境相關之ISO管理標準，積極與國際永續框架接軌，以強化氣候治理，嚴格執行減碳行動。承諾降低能資源消耗、提高能源生產力、提升再生能源占比、落實永續消費，目標2040年碳中和，響應政府政策2050年淨零排放。		結合節能減排、永續消費、循環商模等三大淨零策略主軸，將商業影響力延伸為永續影響力，推動淨零綠生活，帶動供應商綠色轉型、與專櫃啟動低碳營運商機、撬動顧客改變消費習慣，引領台灣零售產業邁向淨零。		氣候因應策略 能源管理 低碳營運 資源再生與廢棄處理	201 經濟績效 305 排放 302 能源 - 306 廢棄物	- 在零售與物流業的能源管理 CG-MR-130a.1 - -
管理行動	2024行動績效追蹤	達成概況		短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)	
強化氣候治理	提高氣候風險揭露程度	達標	國內百貨第一導入TNFD（自然相關財務揭露）。	針對TNFD鑑別結果規劃行動方案。		
	強化跨部門溝通機制	達標	氣候變遷委員會增能，邀請專業顧問授課。	● 持續強化氣候變遷委員會永續知能。 ● 激勵制度連結永續績效。 ● 高階主管薪酬連結氣候績效指標。		
提高能源生產力	提升用電營收	達標	用電營收502.41元/度，年成長1.08%，較2018年成長40.81%。	持續增加用電營收。 ● 2028年EP100達標。		
	透過AI優化能源管理	達標	天母店為示範點，建構雲端能源管理暨中央空調AI控制平台。	● 2025年正式啟用。 ● 復興館及新竹店導入AI能管系統。 ● 各營運據點陸續導入AI能管系統。		
	汰換老舊用電設備	達標	優化節能設備金額6,106萬元，占2024年年度淨利4.49%。	持續更換空調設備及冰水主機。 ● 汰換專櫃燈具及冷凍冷藏設備。		
	提升再生能源占比	達標	● 再生能源使用占0.54%，成長0.17個百分點。 ● 開始轉供綠電給國際精品專櫃Chanel滿足其RE100需求，已供63,395度。	2025年天母店二期太陽能案場動工。 ● 2028年新竹店綠電占比6%。		

管理行動	2024行動績效追蹤		達成概況	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
打造綠色 低碳賣場	全台溫室氣體盤查	達標	全台執行ISO 14064-1溫室氣體盤查，其中1店完成外部查證，其餘陸續於2025年查證完畢。	全台各店盤查溫室氣體含2024年起分區逐步開幕的遠東Garden City。	● 2028年新竹店碳中和；2040年全台碳中和。
	全台取得碳足跡標籤	達標	遠東SOGO除敦化館外，6店完成ISO 14067查證。	2025年申請碳標籤。	● 配合政府政策取得環保標章認證。
	科學方法設定減碳路徑	達標	簽署SBT(科學基礎減量倡議)減碳承諾書，承諾控制地球升溫1.5°C內。	2026年設定減碳目標。	● 2030年達成設定目標。
提供低碳服務， 落實永續消費	善用數位工具，減少資源耗用	達標	● 以發行電子報取代紙本DM，首度電子報占比突破9成(90.29%)。 ● 鼓勵發票存載具，雲端發票占比64%，超越財政部標準。 ● 百貨首創信用卡簽單合併銷貨明細，以年度1,065萬筆消費計算，約可節省2座高速公路紙長。	● 各店發送電子報占比皆達9成。 ● 2025年雲端發票占比65%。	● DM全面無紙化。 ● 雲端發票占比達7成。
	永續採購占比提升、品項增加	達標	● 環保禮贈品(由環保再生材質製成，或製程減少碳足跡，或具永續概念之禮贈品)占比自上年度1.83%提升至7%。 ● 2024年女性冬季制服、2025夏季制服改款，皆採環保再生材質。 ● 年發行價值39億元紙本禮券皆採FSC紙材製作。	● 2025年完成ISO 20400永續採購管理系統認證。 ● 各店環保禮贈品採購占比皆達7%。	● 提供永續商品/服務，或符合永續標準查驗證的廠商，可優先投標。
	推廣淨零綠生活	達標	全台各店舉辦13場農產品展售，觸及逾10萬人次。	持續舉辦小農展，提升客單價。	● 導入永續策展概念。
	輔導餐廳申請環保認證	達標	全台89.7%為環境部認證之「環保餐廳」。	全台100%為環保餐廳，配合政府政策轉型為「綠食飯桌」。	● 鼓勵推出永續料理。

管理行動	2024行動績效追蹤		達成概況	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
減廢並強化循環再利用	減少營運廢棄物	達標	● 忠孝、復興、天母店啟用廚餘機，廚餘減重13.3%。 ● 回收率5.94%，年增0.13個百分點。	各店逐步導入廚餘機。	● 持續從廚餘減重和提升回收率，實踐廢棄物減量。
	鼓勵資源回收及重複利用	達標	● 全台45家餐飲專櫃推出自備環保杯折價，共節省9萬個紙杯。 ● 回收近54萬個美妝空瓶、5.3萬個電池。	● 常態推出自備環保杯與餐具優惠。 ● 提升美妝空瓶回收率。	● 增加循環材質商品銷售比例。
	超市減塑減廢	達標	● 蛋品、青果改變包裝，減塑0.9噸。 ● 宅配紙箱77%紙箱為進貨紙箱再利用。 ● 鼓勵自備購物袋，減少使用5.5萬個紙袋。	● 設置塑膠回收站。 ● 自營超市生鮮托盤全面改用 rPET 再生塑膠托盤。	● 響應政府法規，制定減塑目標(本公司自營超市目前非管制對象)。
	電商包材減量	達標	● SOGOplus綠色電商出貨符合環境部「網購包裝減量規定」。 ● 原箱出貨占比77%。	● 提升回收包材使用率。 ● 評估引進循環包裝。	● 持續推出適合原箱出貨的永續商品。
	推動紡織循環	達標	舉辦全台首場可追蹤衣服去向的舊衣回收活動，430人次參與，回收5,778件衣物，減碳7,341公斤。	● 優化舊衣回收活動，增加回收價值。 ● 推出首款以回收舊衣物為原料製作的永續托盤。	● 串聯利害關係人，打造紡織循環生態圈。



利害關係人群組	議合管道	2024年成效
供應商 	● 庶務類及工程類供應商合約內簽署永續條款。 ● 首度建檔供應商 (即新合作供應商) 簽署永續條款。	→ 簽署永續條款422份, 涵蓋率100%。 → 簽署永續條款556份, 涵蓋率100%。
承租廠商(專櫃) 	● 簽署永續條款。 ● 各營運據點餐廳取得環境部「環保餐廳」認證。	→ 簽署永續條款2,478份, 涵蓋率98.06%。 → 各營運據點餐廳89.7%取得環境部「環保餐廳」認證。
顧客 	● 顧客滿意度調查 (每年)。 ● 推廣永續選商SOGO Sustain (每半年) ● 自媒體永續倡議 (每月)。 ● SOGO ESG網站 (不定期)。 ● 小農市集。	→ 1,068位顧客接受調查, 對本公司的環保作為整體滿意度達77.5%。 → 全年有2大宣傳檔期, 全台觸及199萬人次。 → 共觸及逾21萬人次。 → 4.7萬人次瀏覽。 → 全台舉辦13場, 173萬人次受益。
員工 	● 全台工務會議 (每月)。 ● eWork APP、公布欄、Line群組 (不定期)。	→ 檢討各店能資源耗用。 → 發布永續新訊。

遠東SOGO x EP 100

組織目的

能源生產力提升倡議，由氣候組織（The Climate Group）和節約能源聯盟（The Alliance to Save Energy）推動，會員宣示透過提高能源效率來改善生產力，藉以降低溫室氣體排放，創造潔淨經濟發展模式。

會員組成

全世界超過110個會員（台灣僅5家企業會員，太百為唯一非上市櫃公司）。

遠東 SOGO 目標

2018年為基準年，至2028年累計節電率達40.30%，每度用電創造營收成長50.52%。

典範意涵

亞太第一個加入EP100的百貨零售業。

遠東 SOGO行動

1. 盤查既有ALC能源管理系統現況，2024年從天母店開始導入AI能源管理系統、推動動力馬達節能，系統即時呈現於手機APP，可監、可控、可列印。
2. 為佐證電力耗用，2023年起，溫室氣體盤查涵蓋各店。
3. 議合上、中、下游利害關係人，攜手邁向淨零。

進度

10年計劃之第6年，能源生產力較基礎年提升40.81%，達標八成。
每年提交報告，確保進度，並與國際社群分享台灣零售業推動淨零減排的經驗。

40.81% 達標八成



SOGO x SBTi

組織目的



SCIENCE
BASED
TARGETS

科學基礎減量目標倡議，由CDP、聯合國全球盟約（UNGC）、世界資源研究所（WRI）及世界自然基金會（WWF）組成，響應巴黎協定與IPCC報告，促使企業以科學方式，設定有助於控制全球升溫不超過1.5°C的減碳目標。

典範意涵

國內第一個簽署SBT承諾的大型連鎖百貨。

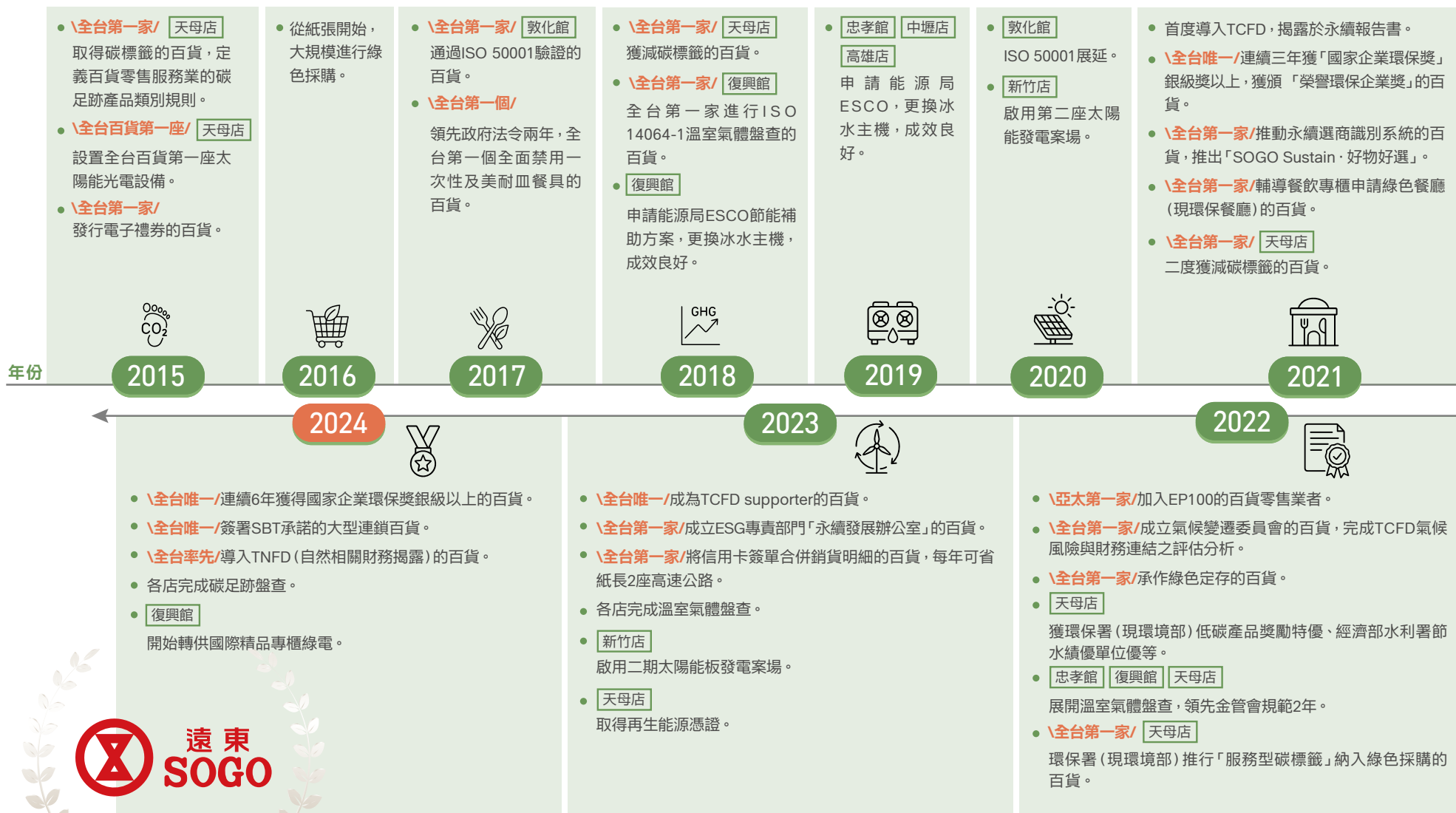
進度

2024年完成第一階段「承諾」，2026年將提交「目標」，經審核通過後公布。

完成

2024年 承諾 2026年 目標

遠東SOGO低碳營運里程碑



2.1 氣候韌性與因應策略

2.1.1 氣候變遷管理策略 GRI 201-2

氣候變遷是全球企業營運必須面對的重要議題，審視角度也自過去聚焦「負面風險衝擊與預防」，擴大至其帶來的「新商業機會」。本公司由核心職能出發，發展淨零三大策略——「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」，打造低碳通路，2021年便領先金管會時程，導入「氣候相關財務揭露建議」(Task Force on ClimateRelated Financial Disclosures,TCFD)；2022年成立氣候變遷委員會，奠定氣候治理機制，並正式加入國際能源生產力提升倡議組織EP100，為亞太第一個加入的百貨零售業，藉此引動供應商/承攬商永續轉型，撬動消費者加入綠色生活行列，承諾以2018為基準年，至2028年累計節電率達40.3%，能源生產力（每度用電創造營收）成長50.52%，截至2024年已達標8成。2023年率台灣百貨之先，成為TCFD supporter，並成立永續發展辦公室，直屬董事長管理，專責推動企業永續。2024年進一步簽署「科學基礎減碳目標」(Science based targets, SBT) 承諾，兩年內將提交以控制地球升溫1.5°C內為減量目標的減碳路徑。

氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）架構

治理		策略	風險管理	指標與目標
管理策略與行動方案	負責單位 董事會監督，永續委員會帶領，定期檢視組織氣候變遷願景、策略與長期目標。	- 以「永續環境力」、「節能減排」為策略核心，三大方針實踐永續行動，打造綠色百貨2.0。 ✓ 低碳營運 ✓ 綠色行銷 ✓ 綠色行動	- 將氣候風險納入企業管理流程。 - 跨部門合作，檢視價值鏈之氣候相關風險與機會。 - 持續評估氣候風險與財務的連結，擬定因應對策。	評估指標 ✓ 溫室氣體排放密集度 ✓ 每度電創造營收 ✓ 單位樓地板面積用水量 - 定期追蹤行動方案進度。 - 各店進行ISO 14064-1、ISO 14067盤查與查證。 - 每年於永續報告書揭露範疇一至三的溫室氣體排放。
	組織運作方式 永續委員會下轄氣候變遷委員會，由財務本部專責管理，納入相關部門推動具體作為；重大氣候風險與機會議題，則由董事長直接帶領高階主管管理。每半年一次向董事會及副總級以上主管報告。			
	執行情況 執行進度於2月、9月 ESG高階主管策略會議提報。			
章節連結	2.1 氣候變遷減緩與調適	- 鑑別短中長期實體轉型風險。 - 相關部門完成對應之策略行動方案。 - 舉辦第一屆供應商減碳聯盟年會。 - 取得ISO20400，嚴格要求供應商合規。	- 估算行動方案潛藏成本。 - 連結氣候風險，完成財務衝擊程度鑑別。	- 納入永續委員會例行追蹤項目。 2025年各店取得碳標籤。 2028年新竹單店碳中和、2040年全台碳中和。 - 響應政府2050淨零。
		2.1 氣候變遷減緩與調適 2.2 能源管理	2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理	2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理 2.2 能源管理

2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別

率全台百貨之先，導入國際框架TCFD，透過深度訪談、問卷調查、資料蒐集與交叉分析等流程，全面盤點氣候風險與機會，鑑別6項中、高度風險議題，加以研擬與優化管理措施。

1. 氣候變遷風險議題分析流程

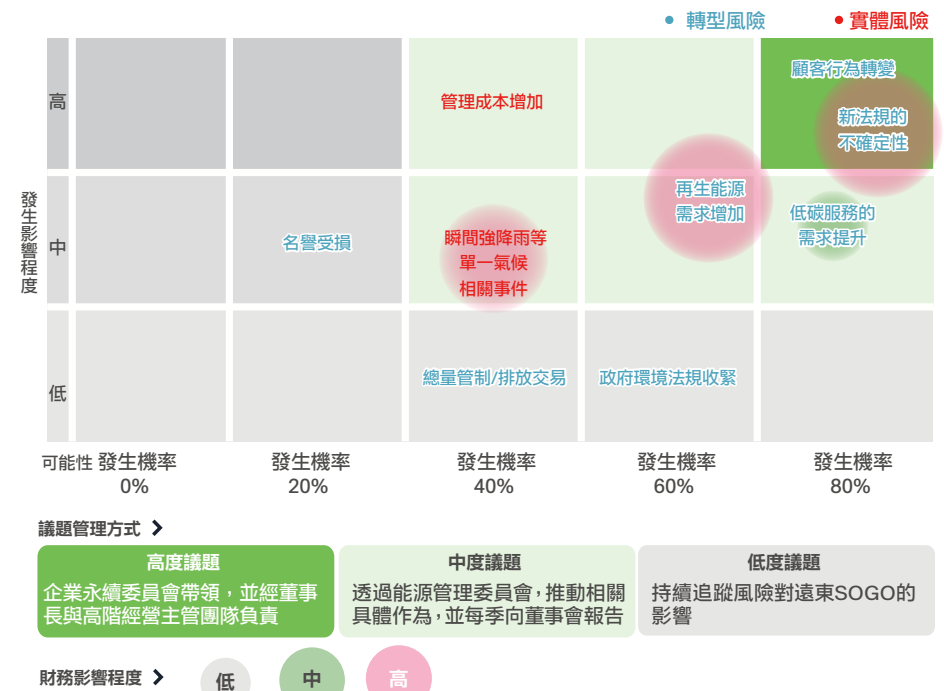


2. 氣候變遷風險議題蒐集與鑑別

本公司從檢視自我營運概況出發，廣泛蒐錄市場發展現況、國際永續趨勢變化等面向，以至2030年為區間，分析本公司可能面臨之氣候議題。為評估風險與機會，以「代表性濃度路徑」（RCP）、「共享社會經濟路徑」（SSPs）模擬定義未來氣候變遷，建構實體情境；轉型情境則設定於，為控制特定升溫幅度，不同政策結果及對應的技術布署，對能源供需與經濟的影響，依循TCFD架構，從「轉型風險」與「實體風險」兩面向，探討對本公司「發生可能性」與「發生影響程度」高的重大氣候議題。

3. 氣候變遷風險議題分析結果

鑑別後將「新法規的不確定性」、「低碳服務的需求提升」、「再生能源需求增加」、「顧客行為轉變」、「瞬間強降雨等單一氣候相關事件」和「管理成本增加」等6項議題列為重大氣候風險。與高層訪談所對應的「能源效率」、「公司形象」和「強化氣候韌性」等3項議題列為重大氣候機會。



- 備註
- 發生可能性的發生機率依據「過往發生過的頻率」、「未來法規規範強度」與「現在企業因應韌性」3個面向進行評估。
 - 發生影響程度「高」、「中」、「低」以「發生對營運影響的規模」、「發生對價值鏈的影響規模」與「影響類別」三面向進行評估。
 - 財務影響程度「高」、「中」、「低」以日平均營業額「減少20%以下」、「減少20~60%」、「減少60%以上」三個級距進行評估。

氣候風險議題

風險主題	氣候風險議題	議題對遠東 SOGO 的意義	價值鏈影響階段			衝擊時間點			風險等級 (高/中/低)	財務影響程度 (高/中/低)
			上游	營運	下游	短期目標 (近1-2年)	中期目標 (3-5年)	長期目標 (5年以上)		
轉型風險	新法規不確定性 	台灣政府頒布之2050淨零排放路徑之規劃，於2040年設立電動車、電動機車市售占比達100%目標。因應政策方向，對於來店客對停車環境的需求可能帶來改變，如何在有限的資源下預留充電設備停車位，為遠東 SOGO需積極規劃的項目之一。	✓	✓		✓	✓	✓	高	高
	低碳服務需求提升 		✓	✓		✓	✓	✓	高	中
	再生能源需求增加 		✓	✓		✓	✓	✓	中	高
	顧客行為轉變 			✓	✓	✓	✓	✓	高	NA
實體風險	【立即性】瞬間強降雨等單一氣候相關事件 	根據IPCC於2021年發布的調查與情境預測分析中指出，2050年極端 暴雨恐增強20%，故瞬間強降雨、洪水、颱風、龍捲風、傳染性疾病等單一氣候事件，造成遠東SOGO暫時停業，或相關硬體設備損壞。		✓		✓			中	高
	【長期性】管理成本增加 			✓					中	NA

氣候機會議題

氣候機會	議題對遠東 SOGO 的意義	價值鏈影響階段			衝擊時間點			機會等級 (高/中/低)
		上游	營運	下游	短期目標 (近1-2年)	中期目標 (3-5年)	長期目標 (5年以上)	
機會	能源效率 		✓		✓	✓	✓	高
	公司形象 	✓	✓		✓	✓	✓	中
	強化氣候韌性 		✓		✓	✓	✓	中

2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理

GRI 305-2 GRI 305-4 GRI 305-5

氣候風險與機會議題管理措施

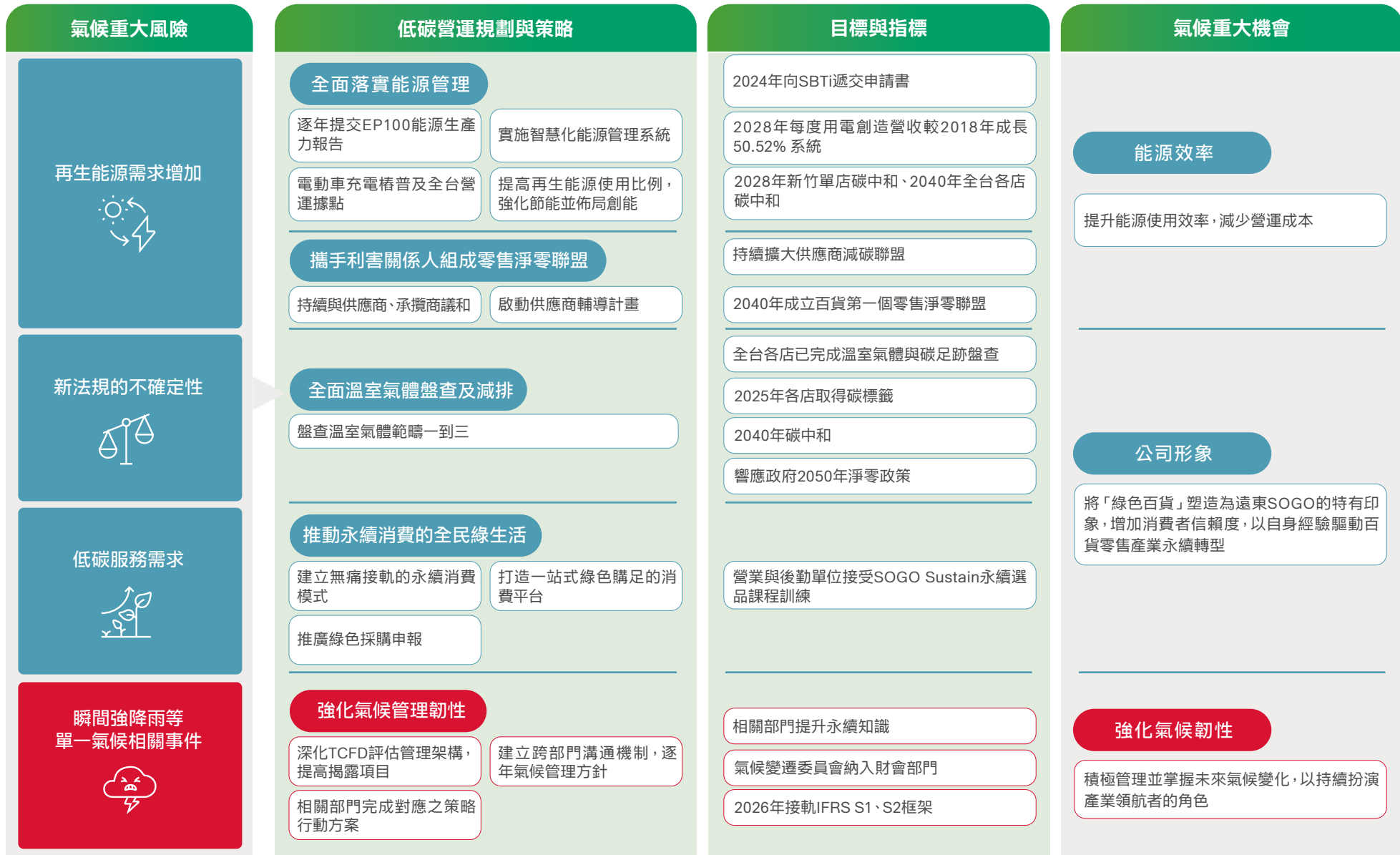
遠東SOGO優先針對發生機率、影響程度為中度以上，財務影響程度同時為「高」的議題，制定管理對策，以因應潛在氣候風險，同時掌握轉型過程中之機會。

高度風險/ 機會主題	風險/機會議題	議題分析/議題說明	潛在財務衝擊	管理對策
轉型 風險	新法規不確定性 	風險情境討論基礎 ▾ - 台灣政府頒布2050淨零排放路徑。 - 氣候變遷因應法。 轉型風險情境變化 ▾ - 電動車市售占比達100%。 - 環境部將「先大後小」、分階段徵收，向碳排大戶收取碳費。	- 溫室氣體盤查與查證費。 - 綠電購買費用。 - 碳費。	全面溫室氣體盤查及減排 ▾ - 盤查溫室氣體範疇一到三。 2025年全台營運據點取得環境部碳標籤。 - 簽署SBT承諾，以科學方式規劃減碳路徑。 2040年達成碳中和。

高度風險/ 機會主題	風險/機會議題	議題分析/議題說明	潛在財務衝擊	管理對策
轉型 風險	低碳服務 需求提升 	風險情境討論基礎 ▼ - 台灣政府頒布之2050淨排放路徑之規劃。 轉型風險情境變化 ▼ - 商業營運場所燈具全面採LED燈；空調最佳化操作60%。 - 市區公車及公務車全面電動化。 - 電動車、電動機車市售比提升。	- 公務車汰換為電動車成本。 - 電動車充電樁建置與維運成本。 - 節能燈具或設備汰換成本。	推動永續消費全民綠生活 ▼ - 建立無痛接軌的永續消費模式。 - 打造一站式綠色購足的消費平台。 - 推廣綠色採購申報。
	再生能源 需求增加 	風險情境討論基礎 ▼ - 台灣政府頒布2050淨零排放路徑。 轉型風險情境變化 ▼ - 台灣再生能源發電之裝置容量從2023年17.1GW至2030年增加至45.46-46.12GW。	- 太陽能發電案場建置與維運成本。 - 電費上漲費用。	全面落實能源管理 ▼ 2028年達成EP100目標，每度電創造營收較2018年成長50.52%。 - 逐年提交EP100能源生產力報告。 - 實施智慧化能源管理系統。 - 電動車充電樁普及全台營運據點。 - 提高再生能源使用比例，強化節能並佈局創能。 攜手利害關係人組成零售淨零聯盟 ▼ - 持續與供應商、承攬商議和。 - 啟動供應商輔導計畫。
實體 風險	【立即性】 瞬間強降雨等單一氣候相關事件 	風險情境討論基礎 ▼ - IPCC,不同大氣中溫室氣體濃度所衍生的代表濃度途徑(Representative Concentration Pathways, RCPs)。 - IPCC,共享社會經濟路徑 (Shared Socioeconomic Pathways, SSPs)。 轉型風險情境變化 ▼ - SSP5-8.5情境下，台灣年總降雨量預計增加15%。 - SSP5-8.5情境下，強颱比例將增加5.5%。 - SSP5-8.5情境下，強颱雨量比例將增加20%。	營業據點因單一氣候事件，導致營運據點暫停營業之營收損失。	強化氣候管理韌性 ▼ - 深化TCFD評估管理架構，提高揭露項目。 - 建立跨部門溝通機制，逐年檢視優化氣候管理方針。 - 相關部門完成對應之策略行動方案。
機會	能源效率 	台灣政府頒布之2050淨零排放路徑之規劃中，須於2050年需要達碳中和目標，故能源配比之再生能源需提高至60%~70%。	- 太陽能發電案場建置與維運成本。 - 能源效率提升專案之推動成本。 - 綠電購置費用。 - 利害關係人溝通成本。 - EP100專案管理費用。	提高能源使用效率並增加再生能源占比 ▼ - 實施智慧化能源管理系統，提高能源生產力，預計2028年每度用電創造的營收成長50.52%。 - 提高再生能源使用比例，並透過政府「微型抵換」專案獲取碳權，開拓零售新商業機會。

氣候治理策略藍圖

鑑別出氣候風險與機會後，本公司具體擘畫氣候治理策略藍圖，訂定目標與對策，有效管理氣候重大議題。



溫室氣體排放與減量

因應減碳趨勢，本公司全面檢視溫室氣體排放量，自2022年，從忠孝館、復興館及天母店開始，進行前一年之ISO 14064-1:2018溫室氣體盤查，2023年啟動全台碳盤查，2024年再新增碳足跡盤查。

百貨碳排以範疇二為主，本公司2024年全台範疇二排放量为41,848.47噸CO₂e，較2023年42,676.35噸CO₂e減少1.94%。若將年營收成長納入考量，比較範疇一加二之排放密集度，2024年為0.925公噸CO₂e/百萬元。

太平洋崇光百貨溫室氣體排放量彙總表¹

盤查年度	2022	2023 ⁷	2024
盤查邊界	全台7店	全台7店	全台8店、總公司辦公大樓
ISO 14064-1盤查與查證情形	敦化館、高雄館未盤查 ²	敦化館預計2025年閉店，故僅盤查、無查證	查證中
範疇一（噸CO ₂ e） ³	3,200.65	4,042.21	3,875.45
範疇二（噸CO ₂ e） ⁴	45,088.11	42,676.35	41,848.47
範疇三（噸CO ₂ e） ⁵	21,887.45	28,467.28	33,905.46
範疇一+二總排放量（噸CO ₂ e）	48,288.76	46,718.56	45,723.92
年營收（千元）	45,013,913	49,661,966	49,433,078
排放密集度（噸CO ₂ e/百萬元） ⁶	1.07	0.94	0.93
臭氧層破壞物質（ODS）	0	0	0
氮氧化物（NO _x ）、硫氧化物（SO _x ），及其它顯著的氣體排放	0	0	0

溫室氣體盤查進度



- ✓ 全台已完成2023年溫盤，並通過ISO 14064-1查證
- ✓ 全台已完成2024年溫盤，預計2025年通過ISO 14064-1查證
- ✓ 已完成2024年完成首次**碳足跡盤查**，預計2025年通過ISO14067查證，並取得碳標籤。

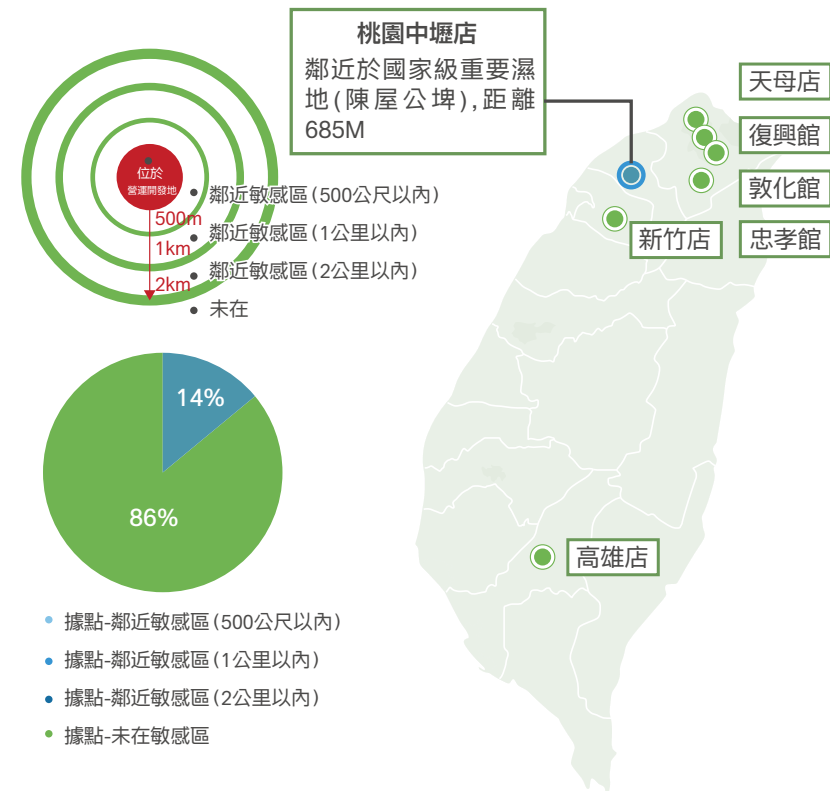
- 備註
- 溫室氣體盤查邊界以營運控制法，設定於全台7大營運據點；2024年新增遠東Garden City及總公司辦公大樓。
 - 未盤查之店別，以用電量*該年度電力排碳係數計算碳排。
 - 範疇一，指溫室氣體的直接排放，遠東SOGO非製造業，範疇一之排放溫室氣體占比較小。
 - 範疇二，指來自使用電力或蒸汽之能源利用所產生之間接排放。遠東SOGO範疇二之主要排放源為各營運據點之用電。未執行溫室氣體排放量查證作業之年份與據點，主要以用電量計算範疇二之排放。
 - 範疇三對應類別三~六，指由事業活動產生之間接排放，該排放源並非事業自有或可控制的，包含員工通勤，以及產品生命週期產生的排放。
 - 排放密集度 = 範疇一+範疇二排放量（噸CO₂e）/年營收（百萬元）。
 - 2023年重編，更新為查證後數據。

2.1.4 自然衝擊與依賴鑑別

生物多樣性風險評估

為深入了解組織整體營運活動與生物多樣性敏感區的關係，遠東SOGO於2024年度首度依循TNFD架構建議，依據LEAP分析步驟 (Location, Evaluation, Assess, Preparation) 選定台北店 (復興館、敦化館、忠孝館)、天母店、桃園中壢店、新竹店、高雄店共計7大營運據點，作為風險評估與研究基礎。為使調查與分析更加貼近在地營運概況，遠東SOGO同時採用國際與台灣生物多樣性資料庫，包括聯合國世界保護區數據庫 (IUCN World Database on Protected Areas) 和台灣林務局「生物多樣性資料庫」，進行全台灣營運位置和生物多樣性敏感區的疊加分析。

分析結果顯示，遠東SOGO全台7個營運據點之中，惟桃園中壢店鄰近國家級重要濕地 (陳屋公埤，距離685公尺) 依據國際資料庫與分析判定其鄰近生物多樣性敏感區。然而，**為確保結果之準確性、合理性，同時考量國際生物資料庫與當地實際環境可能存在的差異性，經現場勘查，確認桃園中壢店實際未處於生物敏感區域。**



生態服務系統重大依賴與影響

遠東SOGO進一步運用涵蓋「供應服務、支援服務、自然調適/調節服務、文化服務、生物多樣性壓力、環境因子、社會經濟因子以及其他聲譽」等8大類別33項指標因素的世界自然基金會生物多樣性風險評估工具 (WWF Biodiversity Risk Filter) 盤點全台7個營運據點位置，同時評估零售百貨產業於生態服務系統的重大依賴性和影響性。分析結果顯示，遠東SOGO面臨6項重大因子，分別屬於「企業依賴性」中的媒體監督、熱帶氣旋、極端高溫、土石流，以及「影響驅動因子」中的污染、勞工/人權，以此說明我們的行動計畫與管理方式。

企業價值鏈自然資本重要性分析	企業依賴性				影響驅動因子	
	其他聲譽因素	調適/調節服務			生物多樣性壓力	社會經濟因素
	8.1	3.6	3.5	3.1	5.4	7.3
	媒體監督	熱帶氣旋	極端高溫	土石流	污染	勞工/人權
台北忠孝館	4	4	2.5	4	3.75	3.5
台北復興館	4	4	2.5	4	3.75	3.5
台北敦化館	4	4	2.5	4	3.75	3.5
天母店	4	4	2.5	4	3.75	3.5
中壢店	4	4	2.5	4	3.75	3.5
新竹店	4	4	2.5	4	3.75	3.5
高雄店	4	4	3.5	3.5	3.75	3.5
WWF(平均)	4	4	2.64	3.93	3.75	3.5
ENCORE	-	3	1.4	3	1.4	-

依賴性因子	對遠東SOGO的影響	行動方案
媒體監督 	● 提升公眾意識，更容易推動永續商模。 ● 施加社會壓力，一旦產生負面形象，可能會導致消費者抵制，影響營收。	● 建立媒體應對策略，主動發布自然相關透明行動。 ● 成立危機管理小組，即時監控與回應 → 相關部門主管跨店建立LINE群組即時通報。
熱帶氣旋 	● 人潮減少。 ● 營業縮短或停業。 ● 商品、建物損壞。 ● 交通不便、供應鏈中斷。	● 進行氣候風險評估 → 已完成TCFD評估。 ● 強化線上購物平台，設計有如實體場域的購物體驗。 ● 投資淨零、碳中和據點 → 新竹店計畫2028年、全台2040年碳中和。

依賴性因子	對遠東SOGO的影響	行動方案
極端高溫 	● 消費行為的改變： 避暑需求增加、消費時間縮短、線上購物興起。 ● 營運成本增加： 能源消耗上升、維修費用增加。	● 提升空調設施效率。 ● SOGO Sustain推薦適應高溫的永續商品。
土石流 	● 營業縮短或停業。 ● 商品、建物損壞。 ● 供應鏈中斷。	● 評估土石流的實質影響程度 → 實際發生機率低。 ● 強化供應鏈彈性，支援地方災害復原計畫。

影響驅動因子	對遠東SOGO的影響	行動方案
污染 	● 水源污染： 可能導致百貨公司用水受到限制，影響日常運營，甚至可能引發食品安全問題。 ● 空氣污染： 導致百貨室內外空氣品質不佳，影響消費者和員工健康，進而降低消費意願，衝擊營收。	● 推廣綠色商品，審查供應商確保符合環保標準 → 各店員工必修SOGO Sustain選品課程。 ● 建立永續供應鏈合作計畫 → 擴大招募減碳聯盟。 → 通過ISO 20400永續採購指南認證。
勞工/人權 	● 極端天氣事件頻傳： 可能導致百貨公司停業、淹水、甚至建築損壞，直接影響員工的工作安全與生活。 ● 工作環境惡化： 高溫天氣可能導致百貨公司內部溫度過高，影響員工的工作效率，甚至造成健康問題。	● 提升員工對勞工與永續議題的培訓。 ● 盡職調查審核供應鏈勞工條件。 ● 強調公平貿易與永續產品。



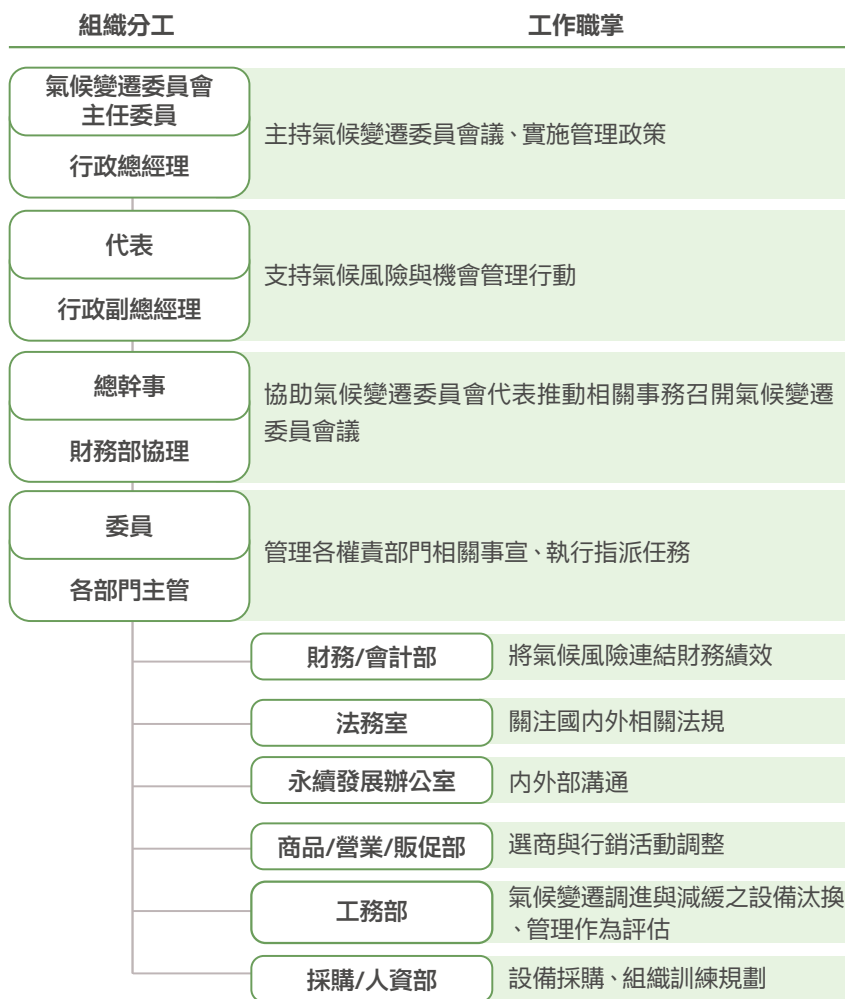
2.2 能源管理

2.2.1 能源管理政策與架構

能源管理委員會

ESG委員會下設「能源管理委員會」，由行政總經理擔任主任委員、簽署能源政策，推動與協調能源管理制度，帶動全公司攜手利害關係人，降低能資源消耗。

備註 能源政策全文請見本公司ESG網站「永續承諾與政策」



節能政策

- 一、遵守法規自我要求，支持能源效率產品。
- 二、透過多元宣導管道，提升同仁節能認知。
- 三、落實節能減碳目標，持續改善能源績效。
- 四、善盡企業社會責任，永續經營綠色百貨。

目標

以2018年為基準，於2028年每度電創造營收成長**50.52%**。

2024年成效概況

- 總用電量354,039 GJ，**年減1.53%**（不含位於大巨蛋的遠東Garden City）。
- 每度電創造營收為502.41元/度，年增1.08%，較2018年**成長40.81%**。
- 總用水量1,223.25百萬公升，**年減0.58%**。
- 單位樓地板面積用水量為每日8.53公升/平方公尺，**年減0.58%**。
- 單位來客及員工數用水量為每日24.43公升/人，**年減18.08%**。



2.2.2 節能措施與成效

GRI 302-1

GRI 302-3

GRI 302-4

能源績效管考



本公司於2017年以台北店敦化館為標的，導入ISO 50001能源管理系統，並通過查證，為台灣連鎖百貨第一家，目前各店皆以此精神控管能源，並每月召開工務會議，以燈號標示管理機制，審視各店能源使用情形；透過測量與監督，找出現階段可改善之處，同時管理未來能源供應的相關風險，藉此提升能源效率，降低經營成本及減少溫室氣體排放。

為評估能源管理績效，本公司積極參與遠東集團每季舉行的「能源使用效率競賽」，並要求各部門主管參加永續委員會例會，以了解目前公司最新ESG相關政策與計畫，各部門共同為永續目標努力。

近年電力能源耗用

全台各營業據點能源耗用以外購電力為主，搭配天母店與新竹店自發自用太陽能電力，無其他能源耗用，持續透過各項節能措施，提升能源使用效率。2024年遠東SOGO來客數較2023年增加21.37%，但用電度數98,392,267度（含外購電力及再生能源電力），轉換成能源消耗量為354,039GJ，與去年度相比，反減1.53%。在用電強度（能源使用效率）方面，遠東SOGO每度電創造營收為502.41元/度，較2023年成長1.08%，與2018年基準年相較，提高40.81%。

遠東SOGO能源使用量彙總表¹

		年份	2022		2023		2024	
		類別	用電量(度)	能源量(GJ) ⁴	用電量(度)	能源量(GJ)	用電量(度)	能源量(GJ)
消耗電量	再生能源 ²		58,668	211.10	372,522	1340.42	531,202	1,911.39
	非再生能源		100,421,098	361,339.21	99,547,496	358,195.78	97,861,065	352,127.60
	總量		100,479,766	361,550.31	99,920,018	359,536.21	98,392,267	354,038.99
再生能源使用占比(%) ³			0.058%		0.373%		0.54%	
年營收(千元)			45,013,913		49,661,966		49,433,078	
能源密集度(單位:GJ/百萬元) ⁵			8.03		7.24		7.16	
每度用電所創造營收(營收/度電,單位:元)			447.99		497.02		502.41	
每度用電所創造營收成長比(單位:%) ⁶			6.97%		10.94%		1.08%	
每度用電所創造營收成長比相較2018基準年成長比(單位:%) ⁷			25.55%		39.29%		40.81%	

- 備註
- 消耗電量統計來源為全台7個營運據點大樓用電。
 - 再生能源包含天母店、新竹店太陽能板所自發電力。
 - 再生能源占比(%)=再生能源能源量(GJ)/消耗電量總量(GJ)*100%。
 - GJ=度*860*4.184/1,000,000。
 - 本公司營運耗用能源以電力為主，能源密集度=組織內部消耗電量/年營收。
 - 每度電所創造營收成長比=(今年度用電創造營收-去年度用電創造營收)/去年度用電創造營收*100%。
 - 2018年每度電所創造營收為356.81元。

節能措施

遠東SOGO在日常營運實踐環保，嚴密管控空調、照明燈具及電梯等設備，推動節電措施，以提升能源使用效率。

ALC環境自動控制系統

各店採美製ALC環境自動控制系統（Automated Logic Corporation），管理燈光照明、插座電源、空調啟閉，並監管賣場溫度及冰水主機效率。

導入AI控制平台

以天母店為示範，2024年導入雲端能源管理暨中央空調AI控制平台，更精準管控耗電。

空調系統設定

- 適時汰換冰水主機，減少能源消耗。
- 符合能源局冷氣適溫用餐時段23度、非用餐時段26度之規範。空調於開店前20~30分鐘開啟預冷，打烊前20~30分鐘關閉。每月檢討操作流程，以發揮最大效益。

外氣交換

適時運用外氣交換，減少冰水主機負載量，節能並改善賣場空氣品質。

高效能照明燈具

更換高效能LED照明燈具，減少能源耗損，每年節省電費342萬元。



電梯電力再生系統

為減少電梯耗電產生額外熱能，復興館電梯採「電力再生系統」，一邊運作，一邊回生電力。

電梯分層停靠

客用電梯與同仁電梯均分層停靠，人潮較少時段關閉部份電梯。低樓層或距離較短時，鼓勵走樓梯。

空氣簾/防風門

入口加裝空氣簾或規劃防風門，減少熱風進入賣場，導致溫度升高或冷氣外洩。

遮陽簾

玻璃帷幕裝置遮陽簾，減少陽光直接照射，維持賣場溫度。

種植綠色草坪

天母店頂樓種植大片綠色草坪，降低太陽照射高溫。

管理措施

- **空調節能：**
 - 汰換老舊冰水主機。
 - 機動性調節冷卻水出水溫度。
 - 持續更換散熱水塔鰭片，以利增加冷熱交換效率。
 - 固定清洗空調箱散熱鰭片提高效能。
 - 導入AI，增加能源管理效率。
- **照明節能：** 持續更換新式節能燈具。

2024年成效概況 備註

- 2024年投入6,106萬，歷年共投入**2.62億元優化**與汰換設備。
- 2018~2024年累計**節省約1.12億度電**。
- 2018~2024年累計**節省電費約2.08億元**。
- 2024年較2023年累計節省**5,497.22 GJ**。

備註 成效估算方式為：「設備功率(kW)」× 台數 × 運轉時數(小時) × 設備負載率或使用率(%) × 認列月數比例(%) = 能源使用量(kWh)」計算能源使用量，再以「改善前能源使用量加總(kWh)-改善後能源使用量加總(kWh)=總節能量(kWh)」。

再生能源管理

遠東SOGO致力打造亞洲第一綠色百貨，積極響應政府之再生能源政策，並透過多元作法擴大「創能」佈局，提升再生能源比例，朝淨零目標邁進，先後於2015年在天母店、2020年在新竹店頂樓完成太陽能集光發電系統建置，新竹二期太陽能板於2023年8月啟用。2024年再生能源使用占比0.54%，換算減碳量262.41噸。

2024年7月1日起，復興館導入單一電號多用戶綠電2.0供國際精品Chanel專櫃使用，助力其達成RE100目標，截至2024年底，已供電63,395度。

新竹店太陽能

年份	2022		2023		2024	
單位	度	GJ	度	GJ	度	GJ
總發電量	495,645	1,783.45	837,136	3,012.25	974,524	3,506.57
自用發電	56,560	203.52	362,201	1,303.29	521,768	1,877.45

天母店太陽能

年份	2022		2023		2024	
單位	度	GJ	度	GJ	度	GJ
總發電量	9,583	34.48	10,331	37.17	9,434	33.95
自用發電	9,583	34.48	10,331	37.17	9,434	33.95

備註 1. GJ=度*860*4.184/1,000,000。
2. 新竹店2022、2023年數據重編。



新竹一、二期太陽能板

2.3 水資源管理

2.3.1 水資源管理政策

遠東SOGO全台7據點皆位於都會區域，主要水源為自來水，主要耗費於生活用水。因應氣候變遷可能導致的缺水危機，遠東SOGO推動節水宣導、減量、水回收利用等措施，每月檢討用水量，並結合節水技術改善設備。2024年全台總用水1,223,251度，節水0.58%。

取排水路徑



水資源管理彙整表¹

	年份	2022	2023	2024
取水來源 1：第三方的水 ²	自來水 (百萬公升)	1,146.24	1,229.96	1,222.279
取水來源 2：地表水	回收水 (百萬公升)	0.21	0.41	0.97
總取水量 (百萬公升) ³		1,146.46	1,230.36	1,223.25
總排水量 (百萬公升)		1,146.46	1230.36	1,223.25
總耗水量 (百萬公升)		0	0	0
年度總營收 (千元) ⁴		45,013,913	49,661,966	49,433,078
單位營收用水量 (公升/千元) ⁵		25.47	24.77	24.75
單位樓地板面積用水量 (每日：公升/平方公尺) ⁶		7.99	8.58	8.53
單位來客及員工用水量 (每日：公升/人) ⁷		45.31	29.82	24.43

備註

- 統計邊界為全台7個營運據點大樓。
- 遠東SOGO營運據點取水來源為第三方的水（自來水）及地表水（回收水），排放終點為公共汙水下水道，屬第三方的水。
- 總取水量（百萬公升）=取水來源1之取水量+取水來源2之取水量。
- 單位營收用水量（公升/千元）=總耗水量/年營收。
- 單位樓地板面積用水量（每日：公升/平方公尺）=總耗水量/（樓地板面積*365）。
- 2022、2023年數據重編。

2.3.2 管理措施與成效

本公司非耗用大量水資源之業種，仍自我監督做好每個節水環節，每月於全台工務會議檢討各店用水量，將單期水費實際費用與預算，與去年同期數據比較，累計費用也同樣比對差異，共檢視4項指標，最後以綠、灰、黃、紅四種燈號呈現，一目了然；結合節水技術、改善用水設備，推動各項措施，例如天母店設有雨水回收系統，主要用於花台灌溉、洗手台、馬桶用水；新竹店設管線協助巨城購物中心回收雨水，作為建築公用水。

節水措施與推動方式



省水設備換裝



省水衛廁設備

全台均設有節水水龍頭、省水馬桶。

雨水回收系統

天母店設有雨水回收系統，用於衛廁清潔及植栽澆灌，復興館正評估增設；衛廁設備皆採用省水器材。

用水管理SOP



標準化管理(每日)

專人排班巡檢，各店定期查漏，合格率100%。

結合數位工具(每日)

電子總表監控，抄表紀錄。

用水檢討(每月)

工務會議盤點水績效，針對公共水費研擬節水措施或替換省水設備，針對水費較高或增加的專櫃勸導，未來將研擬節水獎勵制度

定期宣導(每月)

內部網站及會議宣導節水。

空調設備改善



優化設備及設定

改善排放頻率、減少水量蒸發。

節水觀念推廣



顧客溝通

洗手台設置標語、社群推播倡議。

設置商品專區

環保標章搭配SOGO Sustain標示，引導購買節水家電。



2.4 循環再生與廢棄管理

2.4.1 廢棄物管理政策 GRI 306-1 GRI 306-2

本公司推動源頭減量，搭配各項回收誘因，鼓勵消費者落實循環利用，減少資源消耗及降低環境污染。商場廢棄物的終端處置重點則分為「垃圾、廚餘、廢油、廢水、廢油煙」，依環保法令分類，皆屬一般事業廢棄物，無有害特性認定廢棄物之產出。各據點皆交由環保主管機關登記核可之專業廢棄物處理廠商清運，送交公營焚化爐處理，無現場處置。

管理措施

- 源頭減量**
 - 餐飲內用與外帶不提供一次性及美耐皿餐具。
 - 輔導餐飲專櫃加入環保餐廳。
 - 鼓勵顧客使用環保袋，超市自備購物袋贈點。
 - 自營超市推動青果及蛋盒包裝減量。
- 循環利用**
 - 各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動。
 - 天母店、新竹店贈點鼓勵回收電池。
- 終端處置**
 - 各店陸續導入廚餘處理機，記錄減量成果。
 - 其餘一般廢棄物交由合格之第三方組織單位處置。

2024年成效概況

- 27,629人次**參與超市自備購物袋贈點。
- 超市青果及蛋盒包裝**減量0.9公噸**。
- 全台環保餐廳占比**89.7%** (至2025年2月增加為98.3%)。
- 回收**17.8萬個空瓶**，獎勵53.5萬點。
- 回收**5.3萬個電池**，獎勵2.7萬點。
- 全台廚餘**9,103公噸**，**年減8.67%**。
- 遠東SOGO台北三店(敦化館除外)已導入廚餘機，廚餘重量**年減13.3%**。
- 新竹店與新竹市政府合作，架設循環方舟，半年共13,191人次使用，**回收資源3,251公斤**。

各類廢棄物處理流程

遠東SOGO針對不同種類廢棄物，皆有妥善處理流程，垃圾、廚餘、廢油屬需外運後處理之廢棄物，各據點依個別需求委託合格之專業廠商處理。

廢棄物種類	集中/分散處理	分類方式	處理方式
垃圾	集中分類	一般垃圾	合格廠商清運焚化
		資源回收：紙類、鋁罐類、鐵罐類、寶特瓶	合格廠商回收利用
廚餘	集中處理	-	合格廠商處理→作為掩埋、堆肥、養豬廚餘
廢油	集中存放	-	合格廠商至專櫃收取廢油→餐飲專櫃簽收並保留單據→環境部網站申報
廢(污)水	集中處理	餐飲專櫃產生	初級攔渣設備→末端截油槽→納管排放至生活下水道系統
		自行排放	初級攔渣設備→末端截油槽→污水處理槽→添加除油垢、除臭藥劑→達法規限定值內再合法排放
廢氣(油煙)	分散處理→集中排放	-	靜電式油煙處理設備→集中至大樓排煙管道→屋頂水洗式油煙設備處理→排放至大氣

2.4.2 廢棄物產出結構

GRI 306-3 GRI 306-34

2024年遠東SOGO全台各店產出廢棄物總計9,103公噸，包含回收廢棄物460公噸，焚化廢棄物7,288公噸，廚餘1,355公噸。百貨零售業之廢棄物產生結構，與來客數變動高度相關，2024年遠東SOGO來客數較2023年成長21.37%，廢棄物產出總量減少8.67%，單位非有害廢棄物產生量下降8.25%。

本公司從「廚餘減量」及「提升回收率」兩大方向推動減量計畫。2022年起，遠東SOGO天母店、忠孝館、復興館接續導入廚餘處理機，瀝出廚餘所含油脂與水份、壓碎以降低重量，且增加循環再利用之價值，三店廚餘清運合約量由引進前的110噸，大幅降低至70.5噸，減少36%。

提升回收率不但可使垃圾減量，降低處理成本，亦可延長掩埋場及焚化廠的使用年限。2024年遠東SOGO資源回收率達5.94%，高於2023年的5.81%。

廢棄物產出結構彙整表

單位:公噸

類別	處理方式	2022	2023	2024
回收再利用	離場處置	363.2	447.5	460
焚化	離場處置	6,675.5	7,254.4	7,288
廚餘	離場處置	2,171.2	2,264.9	1,355
總計		9,209.9	9,966.8	9,103
單位非有害廢棄物產生量（公斤/百萬元營收）		204.60	200.69	184.15
單位非有害廢棄物產生量 較前一年增減(%)		+3.84%	-1.91%	-8.24%

- 備註
1. 回收再利用廢棄物：交由合格之第三方回收廠商代為處置；新竹店因由遠東巨城購物中心統一處理，故不納入統計。
 2. 焚化廢棄物：交於合格之第三方組織單位代為處置並依環保署之事業廢棄物規範申報；新竹店因由遠東巨城購物中心統一處理，故不納入統計。
 3. 廚餘廢棄物：廚餘之收集與回收，各縣市因地制宜並無統一。目前遠東SOGO七家營業據點，僅忠孝、復興、敦化、天母受台北市政府環保局規範強制申報；其餘三店（中壢、新竹、高雄）為內部自行記錄。本表僅呈現忠孝、復興、敦化、天母。

2.5 綠色百貨

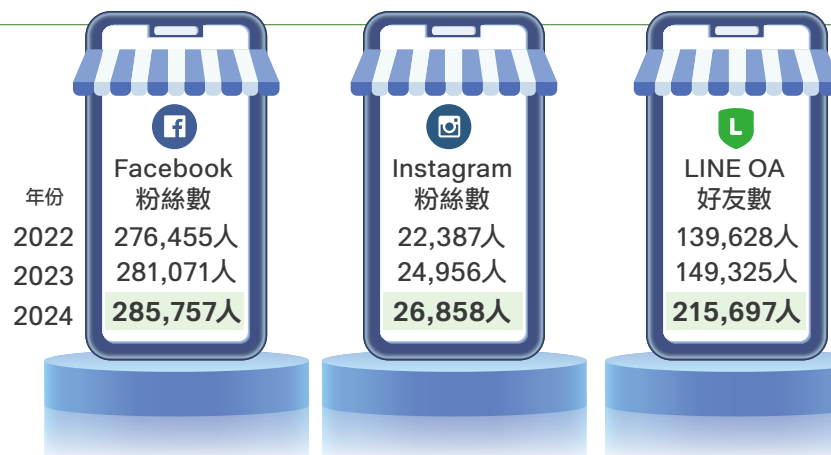
本公司自2015年取得第一張百貨零售服務業「碳標籤」後，持續打造綠色營運文化，以「綠色行銷」、「綠色行動」攜手利害關係人邁向淨零，並以「氣候變遷減緩與調適」、「能資源管理」作為環境永續重要議題。

2.5.1 綠色行銷

網路社群互動

本公司推動數位化，全力發展網路社群，提供即時資訊；全台各據點逐步將館內宣傳版面電子化，減少紙張與耗材使用，降低對環境的影響，並有效溝通訊息。

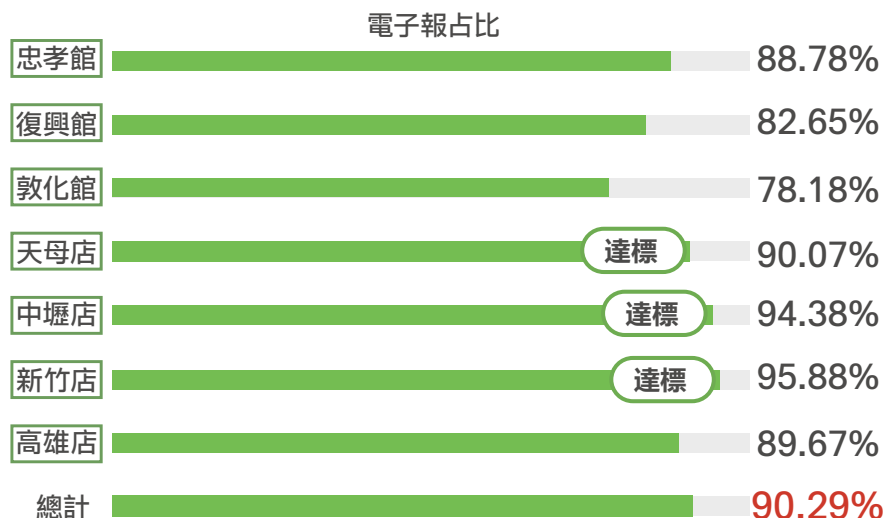
備註 以上數據為台北店（忠孝、復興、敦化）總計。



數位整合服務

APP是消費者掌握檔期促銷、參與贈獎的重要管道，於綠色行銷扮演關鍵角色。2024年全台發出4,500萬份電子報，於全年DM占比首度突破九成，各店電子報占比皆提升，省紙量相當於少砍6.5萬棵樹。

備註 一份DM以12張A4紙計，一箱A4紙5,000張約25公斤，約需0.6棵樹。參考資料引用自環境品質文教基金會，中華民國內政部營建署。



APP整合線上DM、線上購物、累積點數、點數換購物金、行動支付、來店禮、贈獎活動、餐廳訂候位、美食外送、停車服務等十項功能，減少紙本印刷、節省人力成本，符合行動永續精神，也節省75%以上交易時間。

2024年APP數位整合服務亮點



數位永續創新專案

為提升顧客黏著度，每年兩次SOGO Sustain檔期皆推出APP小遊戲，簽到五天即可兌換永續小禮，使顧客透過遊戲接觸並於生活實踐永續。2024年4月為淨灘樂，兌換洲南鹽場霜鹽，10月步步健走綠生活，送瑪利亞基金會成立社企品牌「Merry Young快樂襪」的寶特瓶紗襪。

亮點績效

全台57,757人次參與，送出5,446包霜鹽、4,240雙快樂襪。

線上淨灘樂 簽到活動介紹



遠東SOGO提供HAPPY GO電子點數作為贈品選項，減少實體贈品包裝與運送過程中產生的碳排放，亦養成顧客選擇電子點數取代實物的習慣；2024年業績持平，發出6.06億點，較2023年略減1.3%。

遠東SOGO以HAPPY GO電子點數取代實體贈品

發放HAPPY GO電子點數

2022年 5.60億

發放HAPPY GO電子點數

2023年 6.14億

發放HAPPY GO電子點數

2024年 6.06億



備註 1. 單筆消費滿100元累積1點；35點可折抵消費10元。
2. 每年點數回沖調整，故2022~2023年資料重編。

遠東SOGO為國內第一家發行電子禮券的百貨，持續推動票券電子化、整合於APP。2023年起，九成以上抵用券改發電子版，2024年贈送電子抵用券的活動數增加三成，金額大幅成長125%，加上即享券、電子禮商券金額皆成長，電子券發行金額達73.3億元，年增100%，占比超過六成五，十年累計省紙量高度達17.64座玉山；其餘三成五為因應企業禮品需求而發行的紙本禮券，自2023年10月起，率台灣百貨之先，全數採FSC永續森林認證紙材製作。

備註 將電子券金額換算為傳統禮券本數，每本有7張500元券，厚度0.2公分。玉山高度為3,952公尺。

三大類電子券

類別	即享券	電子禮商券	電子抵用券
說明	本公司創百貨先例，和宜睿智慧共同推出電子禮券。顧客出示QR Code或手機簡訊電子序號，就能購買商品。	本公司發行，除發放予同仁，本公司贈獎系統及PAY EASY、i禮讚網站亦有販售。	搭配滿千送百等販促活動發放，出示APP會員QR Code，載入消費資訊，即可兌換及使用。

歷年發放金額

類別/年度	2022	2023	2024
即享券	540,988,000	487,210,000	519,190,000
電子禮商券	331,850,000	331,014,980	377,780,000
電子抵用券	1,343,143,765	2,852,167,575	6,433,264,170
總計	2,215,981,765	3,682,182,555	7,330,234,170

備註 2023年即享券金額數據重編。



2.5.2 綠色行動

遠東SOGO結合行銷創意與通路特性，將永續消費、低碳生活等概念融入組織營運與服務流程，透過「永續採購」、「吃出永續」、「選品永續」、「行動永續」、「不廢永續」5大構面設計永續消費旅程。



永續採購



1.採購發揮影響力

本公司由內而外推動綠色百貨，除了庶務類100%在地採購，在營銷、活動、庶務、能源等類別，以「綠色採購、社創採購、以租代買」三大原則，逐年提高永續採購比例。例如，各營運據點更換為LED照明燈具、節省標章設備、全面使用FSC認證用紙，以減少能資源耗損，2024年綠色採購金額近7,000萬元，占庶務類採購總額7.31%。

禮贈品、異業合作等優先選擇社創團隊之產品與服務，獲經濟部中小企業處Buying Power貳獎肯定；硬體設備如事務機、入金機、主管公務車為以租代買。整體永續採購金額近8,788萬元，年成長59%。

年份		2022	2023	2024
綠色採購	金額	33,379,934 元	34,949,455元	69,492,457元
	占比	4.83 %	4.99 %	7.31%
社創採購	金額	2,387,461 元	10,069,467 元	7,957,771元
以租代買	金額	7,014,708 元	7,972,425 元	4,576,180元
在地採購	占比	100%	100%	100%
獲獎		- 臺北市府綠色採購表揚。 - Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制參獎、特別獎。	- 臺北市府綠色採購表揚。 - Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎。	- 臺北市府綠色採購表揚(自2017年起連續八年獲獎)。 - Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎、多元響應獎。
永續採購內容		1.包裝紙袋(FSC) 2.影印紙(FSC) 3.衛生用品(FSC) 4.電腦主機(環保標章) 5.影印機、入金機、公務車(以租代買) 6.環保材質禮贈品(社創採購) 7.教育訓練(社創採購) 8.環保材料制服(其他)	1.包裝紙袋(FSC) 2.影印紙(FSC) 3.衛生用品(FSC) 4.紙本禮券(FSC) 5.電腦主機(環保標章) 6.影印機、入金機、公務車(以租代買) 7.環保材質禮贈品(社創採購) 8.教育訓練(社創採購) 9.環保材料制服(其他)	1.包裝紙袋(FSC) 2.影印紙(FSC) 3.衛生用品(FSC) 4.紙本禮券(FSC) 5.電腦主機(環保標章) 6.公務車、入金機、植栽、AED設備(以租代買) 註:影印機改計綠色採購 7.環保材質禮贈品(社創採購) 8.教育訓練(社創採購) 9.環保材料制服(其他)

備註

- 綠色採購金額為登錄臺北市環保局之資料，綠色採購比例(%)=綠色採購金額(元)/庶務類採購總額(元)，庶務類採購總額以每年12月20日採購部輸出報表加總計算。
- 社創採購金額為向登錄於經濟部中小企業處社會創新組織採購之資料。
- 在地採購定義為供應商公司登記地為台灣。
- 2022~2023年資料重編，改為未稅數字。

2. 永續用紙

「紙張」是消費者在百貨公司最常接觸到的用品，遠東SOGO全台各店優先採購具環保標章及認證的商品，與顧客一同守護地球。

遠東SOGO推行電子禮券有成，考量紙本禮券需求仍在，為建立正向消費與經營循環，也透過實際行動促使同業參與，遠東SOGO自2023年10月起，紙本禮券皆以FSC認證紙材製作，2024年印製張數價值39億元，占有禮券35%，其餘65%已轉型電子禮券。

 購物提袋	全數使用通過國際FSC (Forest Stewardship Council, 森林管理委員會) 認證紙材。 
 衛生紙	
 紙本禮券	
 廣告DM	減少紙本DM、採用數位行銷，如需發行紙本DM，皆採大豆環保油墨印刷，比傳統油墨環保，且利於廢紙回收與再生。
 衛廁擦手紙	使用再生環保紙漿，讓紙材循環再利用。

3. 環保制服與環保禮贈品

本公司制服均依歐盟紡織品標章OEKO-TEX 100之標準檢測，採用經檢測對人體健康無害物質的布料產製，2024~2025年女性社員制服改版，新款採100%環保紗材質，每套約使用60支回收寶特瓶製成；冬季舊款為100%聚酯纖維，單一材質可回收再利用，秉持循環經濟精神，統一由總公司回收，再製為大巨蛋美食街托盤，將是台灣百貨第一款由衣服製成的環保托盤。

另，本公司訂有採購環保禮贈品之政策，詳見〈1.5.1.供應商規範〉，並由內而外推動綠色消費，檔期禮贈品優先贈送環保杯、保鮮盒等可重複使用的產品。2024年進一步要求供應商優先提案具有環保標章，或以再生材料製成的贈品，年度環保材質禮贈品採購金額7.23%，達成設定目標（5%）。



吃出永續

太百串連通路、品牌、社創、小農到顧客，發揮通路影響力，透過連續7年舉辦全台最大規模小農展，推廣在地優質農特產品，推動永續食農教育，減少食物里程碳足跡，並鼓勵餐飲專櫃取得環境部環保餐廳認證。

1. 台灣百貨小農展第一品牌：透過會展設計體現永續價值

本公司關注食物里程，力推「飲在地、食永續」，不單搭建購物平台，更透過工作坊和課程，帶入產地故事，傳達食農教育與在地文化，自2018年起，遠東SOGO忠孝館每年與社創企業「好時好物」合作小農展，推廣在地當令的低碳飲食，以文創概念行銷，打響「台灣百貨最大規模小農展」，2024年起，由「島東風味探索」接棒，兩場共吸引超過1.4萬人次選購，歷年累計11萬筆消費，客單價自361元成長至628元，以經濟效益支持農業發展。

除了培養日益茁壯的永續消費客層，本公司亦用永續活動原則設計展場，從細節傳遞永續價值，例如用瓦楞紙板取代塑膠板，回收後作為農家宅配箱，減少一次性廢棄物；不提供免洗餐具，鼓勵自備餐具或可於現場租借循環餐具。

奠基於忠孝館經驗，各店依按當地特色規劃小農市集，2024年共投入資源價值超過2千萬元，舉辦13場相關活動，吸引5.5萬人次入場，協助小農銜接從「產地到貨架」的最後一哩路，而消費者透過與生產者互動，從友善農產品、綠色生活的愛好者，成為長期支持與推廣者，歷年影響173萬人次。

從「產地到貨架」—遠東SOGO小農展推廣環境永續兼顧社會共榮



2024年成果

遠東SOGO舉辦全台最大規模小農展，為小農串接從產地到貨架的最後一哩路，打造永續生態系，獲亞太零售商協會FAPRA社會責任最傑出獎、AREA社會公益發展獎、遠見ESG社會創新楷模獎、ASSET社會創新獎、TCSA社會共融領袖獎、TSAA SDG 12金獎肯定。



2.新食器時代5.0：與餐飲專櫃共同倡議「環保餐廳」

響應環境部淨零綠生活計畫，本公司輔導店內餐飲櫃位申請環保餐廳認證，從餐飲櫃位到員工餐廳永續轉型，落實源頭減量、採用在地食材、向顧客推廣惜食點餐等三大方向。截至2024年底，共105家通過認證，占89.7%；新進櫃位陸續於2025年初通過，全台遠東SOGO與遠東Garden City合計98.3%為環保餐廳。



本公司館內餐廳多數取得環保餐廳認證



新食器時代歷程



選品永續



1.SOGOplus — 全台首創ESG線上概念店



本公司於2023年成立全台百貨第一個綠色電商平台SOGOplus，以ESG為核心理念，延續實體百貨的永續選品原則，支持台灣在地品牌、B型企業、青年及女性創業、社會公益，積極打造價值型電商，2024年中秋義賣投入約4萬元，募集468盒喜憨兒月餅致贈偏鄉學童，公益價值逾22萬元，創造5.5倍效益。

SOGOplus

SOGOplus 2024年售出SOGO Sustain商品1,337件，年增120%；銷售金額約215萬元，年增54%，占全站業績9%。

SOGOplus多採原箱販售（77%），或鼓勵顧客到店取貨（5%），以減少宅配紙箱與包材，其餘宅配包材均符合環境部「網購包裝減量規定」。

SOGOplus : <https://www.sogo.com.tw/>

2.SOGO Sustain · 好物好選

遠東SOGO於2021年11月推出永續選商識別系統〈SOGO Sustain·好物好選〉，每年定期發行2期專刊，嚴選符合環境保護、試圖解決社會問題的永續性商品，讓顧客每次消費都能簡單做出好選擇。2024年〈SOGO Sustain·好物好選〉規劃永續時尚、淨零綠生活主題，全台推薦604項永續商品，觸及199萬人次。

賣場著重推廣永續商品，SOGO Sustain選品貼標，方便選購。此外，也加強推廣環保標章商品，2024年共售出33,683個節能/節水/綠色標章商品。

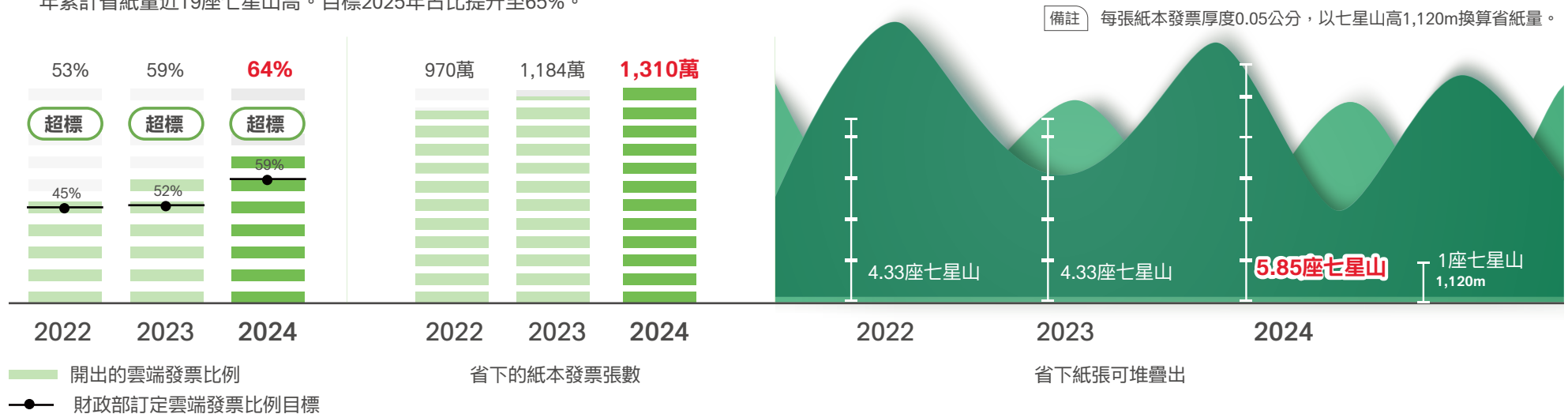
SOGO Sustain檔期行銷成果



行動永續

1.雲端發票

財政部訂定2024年雲端發票占比目標59%，本公司全台消費筆數有64%開立雲端發票，省下紙本發票堆疊高度相當於5.85座七星山（台北最高峰，高1,120公尺），近四年累計省紙量近19座七星山高。目標2025年占比提升至65%。



2. 志工淨灘

志工社認養專屬淨灘地段，開放員工與眷屬、供應商參與，透過記錄海廢類別，統計數量及重量，量化成果，推廣源頭減量。

- 2024年舉辦3次淨灘，130人次參與。
- 2017~2024年共進行17次淨灘、投入1,708小時，清出近3公噸重垃圾。



3. 綠色辦公室

遠東SOGO響應環境部全民綠生活之「綠色辦公室」，以本部大樓為據點，推動「節省能資源」、「源頭減量」、「永續採購」、「環境綠美化」和「宣導倡議」5大指標。

5大指標

1. 節省能資源	2. 源頭減量	3. 永續採購	4. 環境綠美化	5. 宣導倡議
行動方案 • 午休關燈一小時。 • 二手紙袋再利用。 • 雙面影印。 • 電腦設定省電模式。	行動方案 每月舉辦永續餐飲日，訂購不使用一次性容器的循環餐盒；2024年10月起，改為永續餐飲趴，邀請社創組織或社福團體分享永續理念。	行動方案 落實綠色採購、社創採購、以租代買等永續採購原則，庶務類百分之百在地採購。	行動方案 • 鼓勵種植植物。 • 水耕蔬菜架體驗。	行動方案 • 辦理ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎。 • 全員永續有獎徵答（永續認知調查）。
2024年成效 響應同仁約120人。	2024年成效 舉行10次共161人次訂購循環餐盒，31人次參與3場講座。	2024年成效 • 綠色採購占比7.31%。 • 社創採購、以租代買、其他環保商品採購總額逾1,443萬元。 • 永續採購總金額近8,740萬元，年成長58%。	2024年成效 • 巡迴各店辦理水耕蔬菜體驗，搭配24場員工活動，400人次參加；與荒野保護協會合作6場節電課程，139人次受訓。 • 夏至舉辦內部永續週，自備餐具可領取植栽，送完50份。	2024年成效 • 93人次報名，環境類最佳貢獻案占33%，環境類創新提案占32%。 • 永續行動徵文得獎作品40篇，公布於員工公布欄、內部系統。 • 900人參加有獎徵答，參與率70%。



4. 綠色運輸

本公司積極佈局綠色運輸，全台導入智能停車系統，減少取票、停車時間，優化購物旅程的同時，年減逾30公噸碳排及近130萬張紙本停車券；設置18座電動車充電樁，手機QR-Code隨掃隨充，並整合便利支付、客服專線、監管及障礙報修等服務；宅配服務與國內首家取得「產品減碳標籤」之物流業者合作，降低產品配送過程產生的碳足跡。公務車以租代買，車齡皆在10年內，共12台租賃車作為高階主管座車與貨運用車，其中一台為油電混合，減少空污排放，並提升能源使用效率。公務車租賃屆期時，將逐步導入綠色運具。

本公司多數據點位於交通便利處，鼓勵搭乘大眾運輸，針對非座落於交通樞紐的新竹店設置免費接駁車，供員工通勤與顧客搭乘，主要往返火車站。

2024年107.5萬人次搭乘，減碳127.2噸

接駁車歷年接送人次與減碳量

年度	2022	2023	2024
中壢店(萬人次)	0.8	--	--
新竹店(萬人次)	79.6	106.1	107.5
合計(萬人次)	80.4	106.1	107.5
預估減碳量(公噸CO ₂ e)	95.0	125.5	127.2

- 備註 1. 減碳量=(總人次/每4人小客車*往返公里數*小客車40公里時速行駛省道排放係數)-(總人次/每40人一台公車*往返公里數*市區公車40公里時速行駛市區道路排放係數)。排放係數引用來源為108年交通建設計畫經濟效益評估手冊。
2. 因搭乘人數減少，中壢店接駁車於2023年中止服務。

各店綠色運輸（各店導入智能停車）

忠孝館 復興館

- 鄰近捷運忠孝復興站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁，忠孝館2座，復興館4座

敦化館

- 鄰近捷運忠孝復興站、忠孝敦化站，鼓勵搭乘大眾運輸

天母店

- 鄰近捷運芝山站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁4座

大巨蛋

- 鄰近捷運大巨蛋站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車設施由遠雄管理

中壢店

- 停車場設置充電樁4座

新竹店

- 設有接駁車，接駁顧客往返火車站（新竹客運北站）及新竹店
- 停車設施由巨城購物中心管理

高雄店

- 鄰近捷運三多商圈站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁4座



5. 空氣品質管控

遠東SOGO屬應符合室內空氣品質管理法之公告場所，定期進行相關檢測，各項數值符合標準，天母店及復興館為臺北市室內場所空氣品質場所認證金級。

可燃性氣體(瓦斯)檢查	空調設備濾網清洗	冷卻水塔清洗滅菌
每天	每3個月	每半年
空調主機大保養		室內空氣品質檢測
每年		每2年

不廢永續

1. 超市、餐飲與宅配包材減量

自營超市生鮮全面推動包裝減量，並減少塑膠包材，或以其他材質取代；宅配包材符合網購包減量規範，並優先使用二手紙箱。

2024年減塑成果

源頭減量	購物袋	Fresh Club會員自備購物袋且發票存載具，消費滿500元贈10點，贈出326,260點，年成長4倍。
	超市包裝	75%生鮮托盤採生物可分解塑膠PLA材質。
	飲料杯	全台45家餐飲櫃位推出自備環保杯折價活動，共節省9萬個紙杯。
循環利用	宅配	使用2.7萬個紙箱，77%為二手再利用，年增11個百分點。

自營超市包裝減塑量

年份	2022	2023	2024
公噸	1.61	1.3	0.9

- 備註
- 減量方式依環境部要求，以「改用替代容器之產品」及「不使用容器包裝之產品」分別乘上個數與重量後估算。
 - 已汰換品項不重複計算，故減塑量逐年遞減。
 - 2023年數據重編。

3. 銷貨明細與信用卡簽單整併

遠東SOGO一年信用卡消費將近1,000萬筆，每次交易至少印出一張簽單和一張銷貨明細，熱感應紙不可回收再利用，為減低環境傷害，遠東SOGO與聯合信用卡中心合作，於2023年8月開始，將銷貨明細與信用卡簽單內容整併在同一張，每筆消費縮減7公分熱感紙，累計至2024年底已節省長度1,040公里、相當於2.78座中山高速公路的感熱紙。

2.78
HIGHWAY

累計至2024年底已節省長度1,040公里
相當於2.78座中山高速公路的感熱紙

2. 鼓勵回收

遠東SOGO近年化妝品類業種營收約占總營收超過一成，僅次於精品，製造的空瓶垃圾可觀，故全台推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動，持化妝品或香氛正貨空瓶至專櫃回收，每個可獲HAPPY GO 3點。此外，天母及新竹店鼓勵回收廢電池，2024年共回收5.3萬顆，送出2.6萬點。

化妝品空瓶回收活動



4. 推動紡織循環

受環境部資源循環署之邀，遠東SOGO成為「永續時尚聯盟」創始會員，後又跨產業加入「紡織循環聯盟」、「8+N資源循環聯盟」，透過百貨通路的影响力，改變消費市場風氣與購物習慣。2024年舉辦「全台第一場可追蹤衣服去向的舊衣活動」，兩天募集超過7千件衣服，5.9%贈予伊甸基金會進行義賣、16.5%由伊甸基金會轉予需求個案，不可再利用的則委由回收廠進行織材再製、降級回收、做成燃料棒等，網頁即時更新數據，讓消費者知道衣服去了哪，藉此鼓勵盡量選購回收價值大的單一材質纖維服飾，以提升資源循環利用率。



永續時尚
SUSTAINABLE
FASHION

遠東SOGO敦化館於2024年4月舉辦舊衣回收，430位消費者參加，募集5,778件衣服，計算單一材質纖維再利用價值，約減碳7,341公斤。



永續教育

本公司以「打造亞洲第一綠色百貨」為使命，在日常營運與活動貫徹環保概念，營造低碳教育場域，引導利害關係人內化環保意識。2024年投入近2,770萬元，舉辦68場永續共創活動，7.8萬人次參與，33.5萬人次受益。

1. 親子活動扎根永續教育

本公司深信永續教育應從小扎根，透過多元親子活動，讓生態與環保意識自然融入生活。各店每月舉辦ThanQ Club生日會時，不僅開發創新體驗，也融入環境永續概念，讓孩子在遊戲中學習，將永續知識轉化為生活習慣。天母店響應世界地球日及參與國際活動「Open House Taipei打開台北」，開放百貨頂樓讓消費者參觀，帶領民眾親身體驗百貨的永續設施。透過專人導覽，參與者近距離了解太陽能板與雨水回收系統如何應用於百貨營運，從實際案例認識永續管理的重要性。

中壢店與桃園市政府環境保護局攜手舉辦「淨零綠生活，小行動大永續」活動，透過繪本閱讀，以生動故事引導孩童思考環境挑戰，並學習如何在日常生活中實踐環保行動。



天母店開放頂樓，讓民眾認識百貨的綠色措施。



中壢店藉由繪本閱讀讓小朋友思考日常生活中的永續行動。

2. 推廣永續飲食

本公司攜手太平洋崇光文教基金會連續5年舉辦競賽推廣永續飲食，五屆以來，投入千萬資金，觸及超過7,500萬人次，讓永續料理成為全民運動，並培育出100位綠色大廚。賽事結合低碳營運，透過大帶小模式推動供應鏈管理，發揮永續影響力，讓同仁、顧客、百貨餐廳在參與過程中提升氣候韌性，詳見〈5.1.2社會參與成果〉。

