關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

關於本報告書

報告書內容

本報告書為全家便利商店股份有限公司 (股票代號：5903，以下簡稱本公司、全家、我們) 所發行之第十二本永續報告書。本報告書揭露 2025 年全家在永續發展面向的策略觀點、核心目標與具體作為，涵蓋公司治理、經濟、環境及社會面向之實踐成果與未來規劃，具體落實與利害關係人的透明溝通。

報導期間與發行週期

報導期間

本報告書揭露期間為 2025 年度 (2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日)。為確保資訊的連續性與比較性，部分績效數據溯及至 2024 年 (含) 以前，或延伸報導至 2026 年度之重要專案規劃與活動成效。

發行週期

本公司每年定期發行中文版及英文版永續報告書，歷年版本均公開揭露於本公司「企業永續」網站中。

- 現行發行版本：2026 年 08 月
- 上一發行版本：2025 年 08 月

邊界與範疇

本報告書邊界以全家便利商店股份有限公司及全台所轄之店舖據點為主。為提升資訊揭露透明度與完整性，本年度範疇擴大納入關鍵物流與鮮食子公司之永續績效。未來將持續推進，逐步擴展揭露範疇至所有合併財務報表子公司，以落實集團化之永續治理與影響力評估。

資料計算基礎

本報告書揭露之財務數字以新台幣為計算單位；相關統計數據以國際通用指標為計算基礎。量化指標若含特殊意義或計算調整時，均另以註解說明。

報告書管理

撰寫依據

制定 / 發佈單位	依循項目
全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiatives, GRI)	GRI 永續性報導準則 2021 年版
臺灣證券交易所	上市上櫃公司永續發展實務守則
財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心	上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法
聯合國 (United Nations, UN)	永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)
永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB)	永續會計準則委員會之行業準則 (食品零售與分銷產業、公路運輸、加工食品)
國際財務報導準則基金會 (International Financial Reporting Foundation, IFRS)	參考國際財務報導準則第 S2 號 (IFRS S2) 架構
自然相關財務揭露工作小組 (Task Force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD)	TNFD 揭露框架指引

關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

內部稽核

本報告書資料來源 (包括重大主題) 經各部門主管檢視內容之正確性，並由永續發展委員會審閱，經董事會決議通過後核准發行。

資訊品質外部認證

項目	依循標準	第三方驗證機構
永續資訊	中華民國確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」針對所選定指標執行獨立有限確信 (limited assurance)	資誠聯合會計師事務所 (PwC)
財務數據	會計師受託查核簽證財務報表規則，出具無保留意見查核報告	資誠聯合會計師事務所 (PwC)
永續採購數據	ISO 20400:2017 永續採購指南標準	BSI 英國標準協會台灣分公司
環境數據	GHG Protocol 溫室氣體盤查議定書	青山永續聯合會計師事務所
能源數據	ISO 50001:2018 能源管理系統	TUV 台灣德國萊因
職安衛數據	ISO 45001 職業安全衛生管理標準	SGS 台灣檢驗科技
資安數據	ISO 27001:2022 資訊安全管理系統	BSI 英國標準協會台灣分公司
個資保護數據	TPIPAS 台灣個人資料與保護與管理制度	財團法人資訊策進委員會

聯絡資訊

- 聯絡單位：公司治理暨企劃 Team 潘襄理
- 地址：104 台北市中山區中山北路二段 61 號 7 樓
- 電話：(02)2523-9588
- 企業永續網站：https://www.family.com.tw/ESG/
- 公司網站：www.family.com.tw

FamilyMart

關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

目錄
CONTENTS

關於本報告書 1
全家打造循環生活圈，讓永續成為日常 4
經營者的話 6
永續績效 9
榮耀與肯定 10

1 全家永續發展
1.1 企業永續藍圖 12
1.2 永續發展組織 14
1.3 IFRS永續揭露準則推動進展 15
1.4 利害關係人鑑別與溝通 16
1.5 重大性分析 19
1.6 永續影響力 25

2 全家永續治理
2.1 公司治理 27
2.2 風險管理 33
2.3 客戶權益保護 36
2.4 法規遵循 38

3 全家產銷最安心
3.1 永續供應鏈管理 41
3.2 食品安全體制推動 49

4 全家就是愛地球
4.1 環境管理 54
4.2 氣候行動與能源管理 55
4.3 資源循環管理 65
4.4 自然與生物多樣性 70

5 全家一起來關懷
5.1 全家愛心大平台 76
5.2 環境教育行動 80
5.3 共融友善社會 82
5.4 物資循環與惜食 85
5.5 全齡關懷教育 86
5.6 未來展望 88

6 幸福企業在全家
6.1 人才吸引與留任 90
6.2 勞動人權與勞資溝通 92
6.3 職業安全衛生 95
6.4 人才發展與培育 100
6.5 加盟夥伴挺全家 103

附錄
1.ESG數據 105
2.GRI內容索引表 115
3.永續會計準則委員會(SASB)指標對照表 119
4.氣候相關財務揭露(TCFD)及上市上櫃公司氣候相關資訊索引表 124
5.自然相關財務揭露(TNFD)索引表 125
6.依「上櫃公司編制與申報永續發展報告書作業辦法」第四條第一項(以下簡稱「作業辦法」)加強揭露事項與確信項目彙總表 126
7.IFRS永續揭露準則導入計畫執行進度 128
8.第三方查證聲明與確信報告 130

關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

全家打造循環生活圈，讓永續成為日常

從生活痛點出發：運用店舖據點優勢打造隨手做環保的日常基地

在台灣高密度城市生活節奏下，便利商店在提供極致便利的同時，亦正面臨「高消費、高廢棄」的資源挑戰。全家觀察到，循環制度推動的痛點往往在於門檻過高與流程繁瑣，導致永續意識難以轉化為持續行動。我們深信循環若要真正實踐，必須符合「順手、順路、看得見」。便利商店作為城市中最密集、也最被信任的生活節點，具備成為循環系統關鍵節點的獨特優勢。當循環系統能自然嵌入民眾每天的生活動線，永續就不再是額外的選擇，而會成為理所當然的日常行為。全家從街角的店舖出發，逐步建構一個能被全民參與的「循環生活圈」。

循環生活圈的核心理念：把永續變成可持續的日常

設計「做得到的循環」

全家不從宏大口號出發，而是回歸日常行為，透過店舖空間、逆物流與跨界夥伴的串聯，讓資源回收不再只是丟進桶子，而是能被追溯，並且重新應用。

1. 就近完成：在巷口就能做
2. 不增加負擔：不用特別準備
3. 知道資源去了哪裡、變成什麼

循環生活圈的行動模組：從回收、再生到跨界合作

循環生活圈由三大模組組成：回收便利站、產業材料再生、跨界循環生態。三者共同形成完整的循環系統。

回收便利站：打造最貼近日常的回收網絡

全家持續在店舖導入多元回收模組，將便利商店轉化為社區型回收節點，讓「順手回收」轉化為日常行為。

- 廢 3C 回收
- 犀牛盾手機殼回收
- 配客嘉循環包材回收
- ECOCO 智慧回收系統

產業材料再生：把店舖營運的廢棄物重新應用

除消費端回收，全家亦從自身營運與供應鏈源頭著手，推動材料再生系統。

牛奶瓶再生應用

自 2023 年起，全家整合物流、店舖、回收廠等環節，啟動咖啡業務用牛奶空瓶回收制度，截至目前回收率已高達 97%。2025 年導入 100% 再生垃圾袋，成功實踐「從牛奶瓶到垃圾袋」的循環路徑，賦予廢棄塑料第二生命；未來將持續擴大應用範疇，將回收塑料轉化為店內其他永續商品，落實資源循環再利用的綠色承諾。

成立咖啡渣循環再生大聯盟

全家為全台首家獲環境部核准「咖啡渣自主管理計畫」的零售通路。透過 IoT 智能咖啡渣乾燥機將含水率降至 10% 以下，並搭配逆向物流回程回收，較傳統清運方式減少約 86% 運輸碳排。2025 年底進一步攜手科技、製造、物流與品牌夥伴，成立全台首個「咖啡渣循環再生大聯盟」，將廢棄咖啡渣轉化為保養品原料、活性碳濾材、木炭與制服等產品並回流應用；透過建立可驗證、可複製的循環治理模式，推動零售業由「回收者」進化為「循環設計者」。

「全家」咖啡渣循環再生大聯盟整合跨界資源，將咖啡渣從廢棄物華麗轉身為提升經濟價值的各類循環經濟產品，開啟「黑金變綠金」的循環大門

「全家」宣布攜手鴻旭科技、鴻海科技集團等跨產官夥伴，並由環境部資源循環署指導，共同成立咖啡渣循環再生大聯盟，並預計於 2026 年全面導入全台 2,200 間店舖，推動黑金轉為綠金的循環創新模式

跨界循環生態：以合作擴大循環的社會效益

全家深信，真正能放大循環影響力的關鍵，在於跨界合作。我們以店舖據點與物流網絡為基礎，攜手品牌夥伴、社會創新組織與產業夥伴，共同建構可被長期運作的循環生態。

籌組循環杯大聯盟：讓重複使用成為日常選項

攜手六大產業、八大品牌成立「循環杯大聯盟」，提供跨品牌、跨場域「甲地借乙地還」服務，讓重複使用成為消費者的日常首選。

全家店到店 × 舊鞋救命：讓物流成為善意的橋樑

透過店到店寄送讓消費者更輕鬆地將狀況良好的舊鞋送往舊鞋救命協會，經整理後運送至東非地區，幫助當地孩童免於沙蚤侵害。物流不只是商品流動的工具，也能成為串聯善意、放大社會影響力。

全家 × 歐萊德：建立美妝包材的循環示範

攜手台灣綠色美妝品牌 O'right 歐萊德，運用 Let's Café 咖啡渣做為循環再生原料，聯名開發「Bio 咖啡萃永續美妝」洗沐系列產品，更榮獲有「美妝界奧斯卡」之稱的 2024 法國巴黎全球永續美妝獎 – 永續循環包裝金獎，成功將黑金變綠金。

全家 × 金色三麥：拓展食品產業的循環可能

攜手 SUNMAI 金色三麥跨界打造循環食品新商模，交換餘料、轉廢為寶。

董事長

經營者的話

從便利出發，建構更好的永續生活系統

如果說過去的便利商店，是解決「當下需求」的地方；那麼如今的全家，正努力成為一個能回應「未來生活問題」的平台。

2025 年，全球環境持續快速變動，從人口結構改變、健康意識抬頭，到氣候議題與社會共融挑戰，企業不再只是回應市場，而是能更主動成為提出解方的角色。

在這樣的背景下，全家 2025 年持續穩健成長，全年合併營收突破 1,100 億元，店數達 4,470 店，會員數超過 1,950 萬人。我們看見的，不只是規模的擴大，而是一個更重要的機會——當便利深入日常，我們也要把改變帶進生活。

【虛實融合，重新定義生活服務】

面對數位浪潮，我們持續深化 OMO 布局，透過全家行動購、店長團購 LINE 群組、節慶預購與隨買跨店取等多元渠道，讓顧客在不同情境中，都能以最適合的方式完成消費。

會員經濟亦持續成長，截至 2026 年 2 月全家會員數突破 2,000 萬人，Fa 點流通量超過 1,600 億點，成為串聯消費與生活的重要媒介。我們將 APP 打造為「便利生活平台」，整合購物、物流、健康管理與跨境電商服務，讓便利從單一場景，延伸到更多生活片段。

因應小家庭與單身戶成為主流，我們重新思考商品與服務結構，從鮮蛋、鮮奶到冷凍生鮮與調理食品，讓便利商店不只是補給站，更成為日常餐桌的延伸。

【回應顧客，重新定義便利價值】

零售業的本質，是切實回應人們生活的需求。我們深刻感受到，消費者的期待正快速轉變——從吃得健康、生活便利，到對永續與社會責任的重視，便利商店早已成為日常生活的重要節點。

全家以「分眾健康」、「聯名經濟」、「明星品類創新」三大策略深化鮮食商品力。持續針對金飯糰、Let's Café、minimore 等核心品牌進行品質革新，讓熟悉的商品不斷進化，也透過跨界聯名，創造更多生活中的驚喜。

總經理 [illegible]

與此同時，我們回應不同族群需求，推出「營養管理」、「低碳飲食」與「微健康」產品線，讓健康不再只是選項，而是融入日常的一部分。聚焦營養管理支援的健康志向餐盒系列，除既有運動應援、纖食應援，再添對應熟齡族群之「補充應援」；低碳飲食則以蔬食品牌「植覺生活」為中心，發展多溫層多元產品及專屬貨架；「微健康」則開發無咖啡因草本穀物水、低負擔新零食「超纖日記」等自有特色與獨家商品。

台灣正同時面臨高齡化與慢性病年輕化的雙重挑戰，而多數人的健康管理，仍停留在零碎資訊與被動作為之中。我們透過全家會員 APP 結合 AI 技術，打造涵蓋飲食、運動與生活狀態的全方位健康管理服務。

嵌入在全家 APP 中的「健康」功能，串接 Apple Health、Google Fit 等健康管理平台，導入身高、體重、步數與基礎代謝等個人數據，消費者可依個人狀況設定健康目標，例如熱量、脂肪或蛋白質攝取需求，系統便會自動依據條件篩選合適餐點，並清楚標示其適合程度，提供每日餐食的即時建議。

【跨界共創，重新定義永續模式】

全家一年銷售超過 2 億杯咖啡，也產生約 6,000 噸咖啡渣。過去，這些多被視為廢棄物，但我們選擇重新定義它的價值。2025 年，我們攜手產官夥伴成立「咖啡渣循環再生大聯盟」，從源頭處理、物流回收到再製應用，建立完整的循環體系。透過店舖導入 IoT 乾燥設備與逆物流系統，我們讓咖啡渣從「廢棄物」轉為「資源」，再應用於日用品、紡織材料甚至濾芯產品，真正落實循環經濟。

此外，我們持續推動「全家一起友善移工」計畫，從商品、服務到教育，逐步打造更友善共融的消費環境；而 2025 年全家更進一步，與賽珍珠基金會合作，成立全台首間「新住民就業友善便利商店」，讓便利商店成為支持就業與文化交流的平台。這間具示範意義的店舖，導入多語系教學工具、友善名牌與社工支持機制，不只是工作場所，更是一個讓新住民建立自信、融入社會的起點。

關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

【以人為本，重新定義工作樣貌】

面對少子化與人才流動挑戰，全家啟動一場從制度出發的轉型。我們設立零售業首創的「企業托嬰中心」，並導入核心工時與工時帳戶制度，讓員工能在工作與家庭之間找到新的平衡。

這不只是福利，而是對工作本質的重新思考——從「時間管理」轉向「價值創造」，從「制度限制」走向「自主與信任」。同時，我們也將資源向外延伸，透過企業托育聯盟共享托育資源，讓企業的能力，成為社會的一部分。

【展望未來，成為無所不在的生活夥伴】

展望未來，全家將持續以「以顧客為核心，成為無所不在的跨產業便利生活服務平台」為目標，深化鮮食競爭力、優化數位服務、拓展會員與電商經濟，並回應健康分眾與家戶需求，同時落實強化永續價值鏈。

在不確定的時代，我們會持續做一件簡單卻重要的事——把每一個當下做好，讓每一次消費、每一次服務，都能多一點體貼、多一點溫度、多一點對環境與社會的正向影響。

我們相信，真正有影響力的企業，不是規模最大、聲量最高的，而是最貼近人們生活，能夠放低重心、對抗風險、展現韌性，並在每一個微小選擇中，累積改變的力量。

謝謝所有支持全家的顧客、加盟夥伴、同仁與合作夥伴。因為有你們，全家才能在變動中繼續前行。

關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

永續績效

環境永續

- 2025 年正式通過 **ISO 20400: 2017** 永續採購指南之符合性查驗
- 2025 年啟動並完成 **ISO 50001: 2018** 能源管理系統驗證，並於 2026 年 1 月正式取得證書
- 2025 年鮮食塑膠包材使用率減量 **36%**（基準年 2020 年）
- 2025 年鮮食廢棄率減量 **22%**（基準年 2020 年）
- 2025 年範疇一與範疇二之溫室氣體排放強度減量 **3.4%**（基準年 2024 年）

社會共融

- 2025 年**全家托嬰中心**正式營運，成為全台首家取得 **ISO 45001** 認證的托嬰中心
- 2025 年公益募款金額 **2.3 億**元，幫助 **58 個**公益團體
- 2025 年身心障礙者累計聘用人數達 **107 人**
- 2025 年**總合傷害指數 (FSI) 為 0**，低於近三年我國綜合商品零售業平均標準值

公司治理

- 2025 年通過 **ISO 27001: 2022** 資訊安全管理系統驗證
- 2025 年執行 **1 場**重大危機風險演練
- 2025 年總店數 **4,470** 店
- 2025 年合併營收 **1,100.4** 億元
- 2025 年合併稅後淨利 **17.9** 億元

關於本報告書
經營者的話
永續績效
榮耀與肯定
1 全家永續發展
2 全家永續治理
3 全家產銷最安心
4 全家就是愛地球
5 全家一起來關懷
6 幸福企業在全家
附錄

榮耀與肯定

榮 獲

2025 年總統盃黑客松

「卓越團隊獎」

榮 獲

2025 年天下永續公民獎

「大型企業 - 服務業組第 8 名」

榮 獲

2025 年天下人才永續獎

百強企業

榮 獲

2025 年親子天下

友善家庭職場獎

榮 獲

2025 年遠見 ESG 企業永續獎

「傑出方案 - 社會創新組楷模獎」

「傑出方案 - 環境友善組績優獎」

榮 獲

台灣零售永續獎

「合作夥伴獎金獎」

「永續零售供應鏈金獎」

「顧客永續行動金獎」

榮 獲

Buying Power 社創採購獎

「採購獎 - 卓越領航獎」

「創新共好組 - 特別獎」