

CH 05

深耕社會公益

實踐聯合國永續發展目標

- 2 消除飢餓**

57,591 人次 增加 **5** 成
 好鄰居送餐隊共提供弱勢族群**57,591**送餐人次，較**2020**年增加約**5**成。
- 3 健康與福祉**

1,700 人次
 幾點了咖啡館專案累積服務失智長輩超過**1,700**人次。
- 4 教育品質**

12 萬人次
 永續DIY素材累積超過**12**萬人次使用。
- 11 永續城市**

14 個專案
 青年深根計畫累計與青年團體合作**14**個專案。
- 12 責任消費與生產**

1 萬 個永續商品 逾 **1** 萬人次
 「加減新生活-福企好CHIC」計畫永續商品共銷售逾**1**萬個，逾**1**萬人次消費者響應公益行動。

對應重大主題

社會公益

對應利害關係人

民間組織 社區鄰里 媒體 員工

▶ 管理目的

統一超商以核心本業為起點，在社區經營過程中，我們了解民眾需求，累積信任及情感，充分運用企業資源深耕健康與福祉、消除飢餓、城鄉永續、教育品質、環境保護等領域，與民眾在各地超過**6,300**家門市，攜手創造美好永續的社會，致力成為社區中無可取代，傳遞溫暖、給人安心的好鄰居。







▶ 政策

公益發展策略

▶ 權責單位

透過統一超商**100%**捐贈成立的統一超商好鄰居文教基金會，及公益募款平台「把愛找回來」二大公益版圖深耕地方：前者與**7-ELEVEN**協力舉辦公益活動或推動社區服務；後者則提供民眾簡便透明的小額捐款管道(零錢捐款、點數捐贈、APP線上捐款、捐物及**ibon**便利生活站)，並將募捐所得捐助公益團體或社會福利機構，將**7-ELEVEN**打造為民眾可信賴的公益平台。

▶ 行動計畫

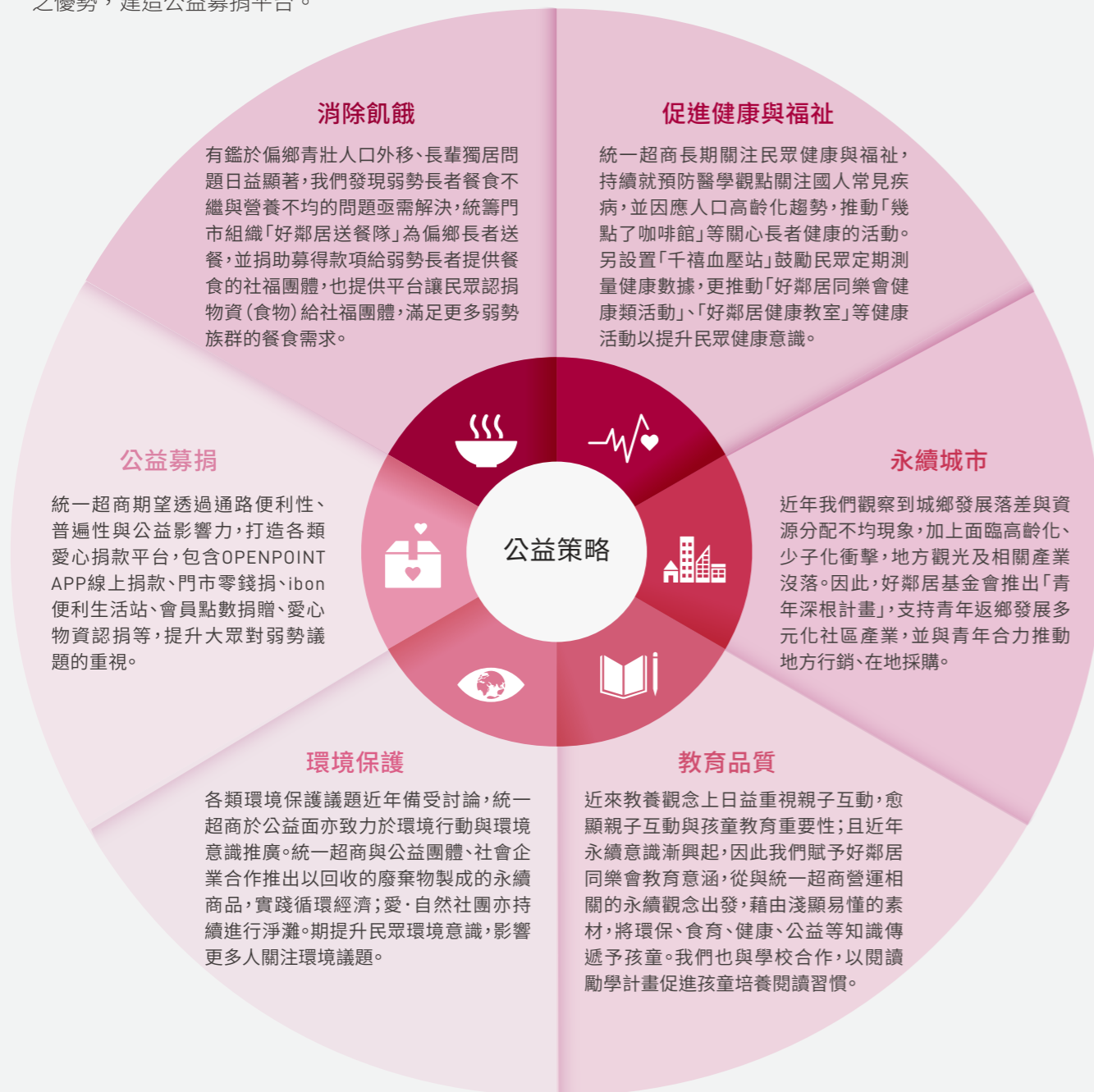
-  健康與福祉：幾點了咖啡館、好鄰居健康教室、千禧血壓站、好鄰居同樂會健康類活動
-  消除飢餓：好鄰居送餐隊
-  永續城市：青年深根計畫
-  教育品質：永續同樂會、閱讀勵學計畫
-  環境保護：加減新生活-福企好CHIC、淨灘活動
-  公益募捐：公益募款、點數捐贈、物資募捐

▶ 申訴機制

設有聯合服務中心接受各界傳達對超商公益發展之想法。

5.1 公益發展策略

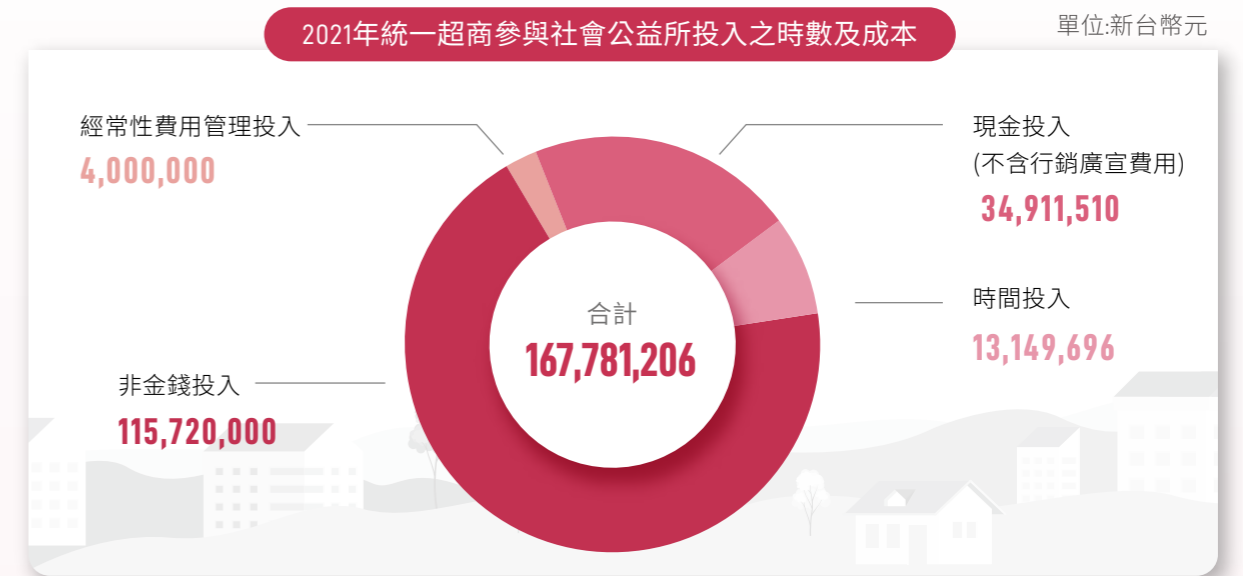
統一超商優先關注健康與福祉、營養餐食需求及城鄉永續發展議題，實現 SDG2 消除飢餓、SDG3 促進健康與福祉、SDG11 永續城市的目標；亦關注 SDG4 教育品質及環境保護議題、SDG 12 責任生活消費，並以廣大通路之優勢，建造公益募捐平台。



藉由推動社區服務與捐款、捐物、點數捐贈等慈善募款，不僅達到促進健康、消除飢餓、社區發展、教育品質與環境保護的公益目的，同時也從與民眾互動過程中，深入瞭解潛在的健康營養或對地方經濟發展的需求，這些都可能轉換為未來的商機，促進如健康鮮食品的銷量增長，達成統一超商社會公益與經濟面永續發展。

年度參與與公益投入

統一超商發揮企業影響力，積極投入社會公益活動，2021 全年參與社會公益所投入之時數及成本各項金額請詳下表。



(註) 數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資及活動舉辦場次等參數估算之。現金投入包含慈善捐款 33,801,910 元，包括千禧之愛健康基金會、鮮食發展協會、學術單位捐款及獎助學金等。

5.2 公益募捐

公益捐款

• APP 線上捐款

「把愛找回來」公益募款平台是目前台灣最完整、最大之捐款通路之一，2021 年 5 月更因應疫情領先同業推出公益創新作法「OPENPOINT APP 慈善捐款」，讓廣大的會員可以隨時隨手行善，符合行動支付趨勢，於疫情期間便利消費者用具體行動安心做好事。並領先零售業界推出「捐款訂閱制」，消費者只要操作一次便能定期定期額捐款。且線上捐款串聯公益團體捐款帳戶，公益團體可以直接、快速獲得現金流，解決燃眉之急、運用更靈活。2021 年 APP 線上捐款與 9 間公益團體合作，共募得超過 571 萬元。

• 門市零錢捐

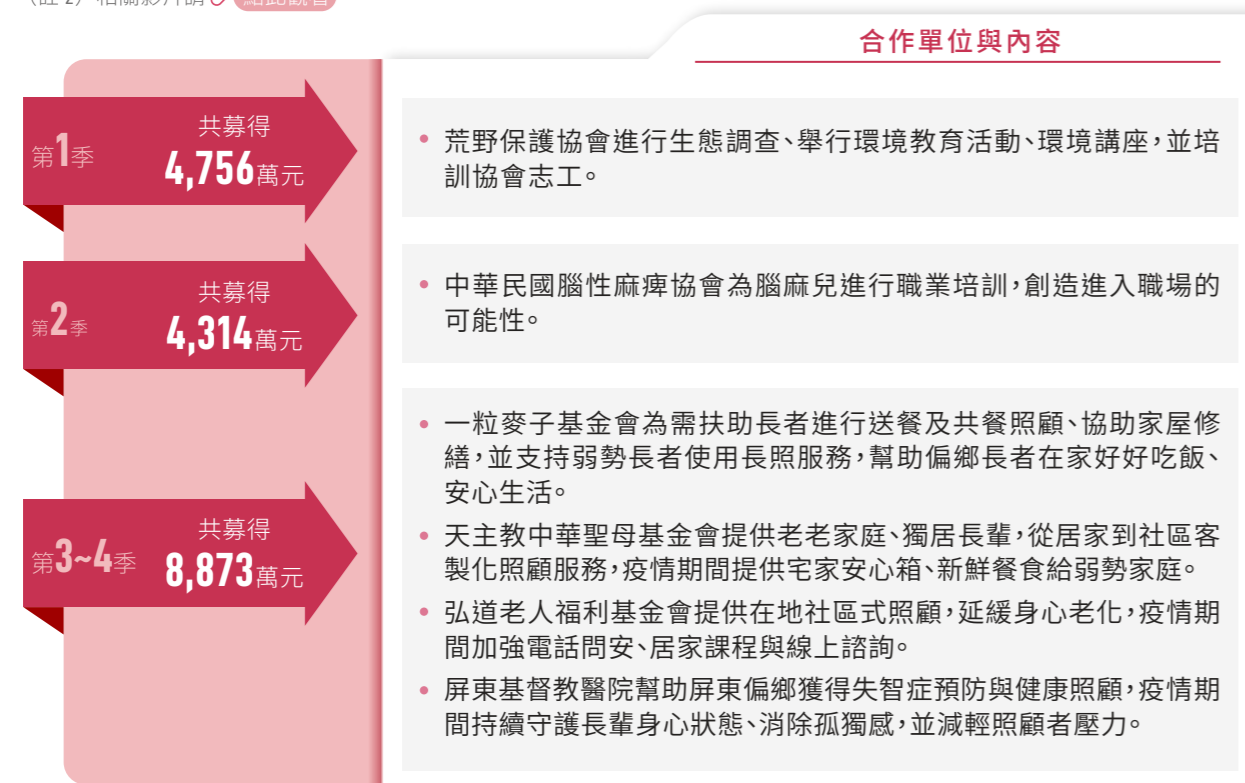
「把愛找回來」公益募款自 1988 年開始推行，於超過 6,300 家門市設置「把愛找回來」零錢捐款箱。我們也定期清點及稽查募款箱金額，透明化金流與帳務處理，為社會大眾愛心把關，讓民眾行善沒有顧慮。

因應高齡化社會來臨，自 2014 年零錢捐募款計畫切入「銀髮關懷」面向，2021 年我們觀察到疫情期間，被視為高風險群的長者，在防疫居家期間更加劇長者的孤獨感，除了維持基本生存所需與延緩身心老化，維持人際關係互動與持續社會參與及貢獻也是重要一環。故把愛找回來公益募款持續攜手社福團體，共同推動加一點關心、減一點冷漠的「加減新生活 - 銀齡新生活」公益募款行動；2021 年也首度以環境議題為主題，與關注環保議題的公益團體合作；另外也與關注身心障礙者的公益團體合作募款^(註1)。2021 年門市零錢捐共募得 1.79 億元。

(註 1) 與該公益團體除了合作募款，更進一步從零售本業核心出發，與社會企業與非營利組織共同打造循環經濟商品。

請詳閱「加減新生活 - 福企好 CHIC」段落內容。

(註 2) 相關影片請 [點此觀看](#)



● 商場捐獻

2021 年受到 COVID-19 疫情影響公益團體的捐款收入，統一超商商場遍佈各地，持續關注各地公益團體。統一超商各地 50 座商場連絡當地受疫情影響的公益團體，盤點與購買其需要的物資，共捐贈給 11 個公益團體，扶助範圍多元，包括身心障礙者、偏鄉、年長者與兒童等，捐贈物資價值共約 84.3 萬元。



點數捐贈

數位化時代來臨，低接觸經濟學當道，結合數位工具的公益捐贈，讓公益更快速便利，也多了新的捐贈選擇。我們提供民眾兩大數位點數捐贈方式，分別是 OPENPOINT APP 中的 OPENPOINT 會員點數捐贈，及各檔活動集點卡愛心捐贈，雙點數機制讓顧客有多元化做公益的選擇。

2021 年共募得近 1,450 萬點，其中 OPENPOINT 點數近 250 萬點、各檔活動集點卡點數近 1,200 萬點，換算募得金額超過 870 萬元。點數捐贈主要協助需要協助的長輩、家庭或孩童的餐食與生活物資需求，共捐贈給 55 個合作單位。

物資募捐

統一超商希望號召民眾一同募集資源提供給經濟較需要協助的家庭，解決生活上的困難。自 2018 年起與公益團體合作，鼓勵民眾透過 7-ELEVEN 認捐愛心物資，品項如 1919 救助套餐 / 年菜 / 鮮乳 / 中秋禮盒 / 母親節蛋糕等，勸募基本民生物資與節令禮盒捐贈給合作團體扶助的個案。認捐的管道從傳統的 7-ELEVEN 紙本預購誌、門市的 ibon 機台，2021 年起更擴展到數位平台的 i 預購，愛心認購方式突破空間與時間限制，大幅增加顧客認捐物資的方便性。2021 年度捐物金額達 0.36 億元，合計約 10 萬餘套物資。

2021 年共募得
超過 2.5 億元

● ibon 便利生活站捐款

為使統一超商能協助更多公益團體進行社會服務，扶持更多弱勢族群，2008 年開始民眾可於「ibon 便利生活站」進行捐款，以最即時便利的捐款，讓愛心不打烊。



2021 年 4 月太魯閣號意外事故，ibon 便利生活站捐款第一時間便與政府合作，共同啟動緊急募款；5 月整體公益募款受疫情影響備受挑戰，在後續五倍券發放時，也率先與 5 家公益團體合作「五倍券勸募專區」，提倡振興經濟同時也發揮愛心，為下半年的公益團體募款困境注入一劑強心針。2021 年 ibon 便利生活站捐款首度依關注的五大議題（生態環保、消除貧窮飢餓、促進健康關懷、扶助弱勢就業及閱讀教育）支持了 74 家公益團體，共募得超過 2.5 億元。

利害關係人回饋

王騰仁（中華基督教救助協會）

「2021 年遇到太魯閣號意外事件以及防疫三級警戒的特殊狀況。很感謝 7-ELEVEN 的夥伴在最快的第一時間能夠協助救助協會，一起用物資及 OPENPOINT 募款來及時幫助這些在急難及受疫情影響的朋友們。不只是回應迅速，相關的行政配合也十分的順暢。」



5.3 環境保護

循環經濟

● 加減新生活 - 福企好 CHIC

統一超商首度與社會企業、社福團體跨界合作，「加減新生活 - 福企好 CHIC」計畫攜手中華民國腦性麻痺協會與社會企業 Story Wear，結合「廢棄物循環經濟」與「協助腦麻家庭就業」概念，將回收統一超商門市的寶特瓶、鮮乳空瓶作為素材，透過 Story Wear 零廢設計，再交由腦麻家庭及非營利組織媽媽們手工縫製「永續商品」，消費者可透過全台門市或預購網站購買商品。此計畫實踐循環經濟，同時具體實踐環保減塑和扶助弱勢的理念，創造企業、公益團體（弱勢家庭）、社會企業的多贏。

(註) 相關影片請 [點此觀看](#)

社會企業設計產品、7-ELEVEN 逆物流回收

7-ELEVEN 以逆物流方式回收門市寶特瓶、咖啡鮮乳空瓶，將廢棄原料委由零廢時尚社會企業 Story Wear 循環再製、設計再生。另外收集廢棄衣物廢布料運用於產品當中，減少工廠布料報廢的浪費。

非營利組織媽媽手工製作零廢永續商品

透過腦麻家庭及其他串聯的非營利組織媽媽們，彈性運用時間，手工製作「飲料杯袋」和「丹寧包」兩款永續商品；在製作商品時也能照護腦麻子女，甚至孩子們還可以幫上忙，讓照顧者能兼顧子女照護與經濟收入。

而產品本身也極具環保概念，「LOVE+ EARTH 丹寧包」不僅使用庫存丹寧布，更結合回收 PET 寶特瓶紗製成織帶，連包包底板都由回收鮮乳空瓶製成，此外也公開透明資訊，於商品上印刷其身分證，讓消費者了解商品背後的永續製程。「LOVE+ EARTH 杯袋」以升級再造的永續手法，開發出市面上罕見能夠 100% 永續再生，可回收到寶特瓶分類箱的零廢商品。且兩項商品外包裝都是使用回收鮮乳瓶「零廢」製成，減少一次性的塑料使用。

民眾參與公益行動

消費者可透過 7-ELEVEN 門市或預購網站購買商品，同時做到環保與支持腦麻家庭的就業。

7-ELEVEN 推廣環保意識

為讓消費者能響應「加減新生活-福企好 CHIC」計畫，好鄰居基金會全新開發三款永續 DIY 手作，主題包含分類回收、寶特瓶循環再生等，將本計畫寶特瓶回收的旅程融入繪本，教導孩童正確回收觀念。另外，7-ELEVEN 把愛找回來粉絲專頁也發起「愛地球請舉手」社群串聯活動，促進民眾環保意識。

永續商品銷售
超過 1 萬個，
超過 1 萬人次響應
公益行動

專案具體效益

永續商品銷售額達 **400** 萬，創造公益團體
零錢捐額外收入 (截至 2021.7)

提供 **92** 位非營利組織媽媽就業機會，幫助
近百個弱勢家庭

超過 **1** 萬人次消費者響應公益行動，永續商品共銷售超過 **1** 萬個

資源回收再利用

2,520 kg
寶特瓶 (PET)

2,968 kg
業務用鮮乳空瓶 (PE)

3,400 碼
廢棄牛仔布料



利害關係人回饋

愷愷 (腦麻朋友)

「跟媽媽一起工作中，我最喜歡拆縫線，而且可以主動協助打掃，回到家也可以幫忙做曬衣服等簡單的家事，讓我對自己的能力更有信心，也可以為辛苦一直照顧陪伴我的家人做一些事情。」

翁媽媽 (腦麻家屬)

「對孩子未來工作有多一些的信心與希望。對於孩子工作的馬斯洛金字塔概念，了解首要的是工作的動機，概念及態度培養，進而才是工作能力。」



海洋與山林保護

● 淨灘與淨山

「愛・自然社團」自 2016 年起以企業社團名義參與環保署推動的倡導認養美麗海岸線及維護海岸清潔（金山中角沙珠灣、萬里翡翠灣、萬里頂寮海灘），2021 年考量 COVID-19 疫情持續嚴峻僅規畫 3 場，保守估計每場清出近 600 公斤^(註)來自於惡意棄置、漁業行為、海岸遊憩 & 生活棄置、異國海漂、天災 & 掩埋場等垃圾（海廢）。我們都知道，海洋廢棄物總是撿不完，但社員們持續堅持讓海洋環境恢復自然清淨的樣貌、減少生物傷亡的信念，以實際行動履行公民責任，希望讓更多人關注此議題，影響更多人加入。

(註) 每場次至少清出估計 30 袋以上垃圾 (70L 環保局垃圾袋，不含大型垃圾)* 每袋估計 20 公斤

2021 年愛・自然社團除淨灘外，也持續空氣品質淨化區認養計畫，認養 2 所學校（瑪陵國小、尚仁國小），並在基隆七堵種植 20 顆落羽松，除美化環境、提供休憩場所，還有調節氣候、空氣，減少噪音、涵養土地、豐富生態等許多優點，期能藉由植樹造林對社會盡一份心力。



另外，統一超商商場在清境地區經營已超過 20 年，與在地有深厚連結，每年皆會響應南投縣政府淨山活動；2021 年由商場中區營運經理、商場幹部與志工參加淨山，清境、小瑞士商場也響應淨山活動，贊助志工餐費 3 萬 6 仟元，當天淨山活動共清出 900 公斤垃圾，希望民眾能經由親身參與活動及相關報導的介紹，提升山林環保意識。

公益相結合，並借鏡歐洲和日本的經驗，2017 年開始與中華聖母基金會等社福團體合作，首創「幾點了咖啡館」，失智長輩每週固定到合作門市體驗一小時，以高齡學習生的身分，在門市夥伴陪伴下，協助接待、擺放陳列、收銀、沖泡咖啡等工作。打造超商門市成為失智長輩日常復能活動的安全場所，也是民眾最佳的友善失智實體教室。

2021 年幾點了咖啡館專案達 16 店^(註1)、服務長輩 235 人次^(註2)、累積服務長輩超過 1,700 人次。2022 年目標預計達 20 店、服務長輩 1,200 人次；2025 年目標預計達 32 店、服務長輩 1,600 人次。期能持續藉由幾點了咖啡館不僅延緩失智長者症狀惡化，更能提升民眾對失智症的認知與維護個人健康的意識。

(註1) 第 16 店因疫情影響延至 2022/1 月開始服務

(註2) 5-11 月因疫情暫停，故服務人次較去年少

(註3) 相關影片請 [點此觀看](#)



至 2021 年累積服務
失智長輩超過
1,700 人次

利害關係人回饋

小雪（門市夥伴）

「很高興有這樣的機會認識秀枝阿嬤，雖然常常需要提醒她工作內容，但是不會覺得厭煩，反而可以耐心教導她該如何做，其實長輩只是需要有人陪伴。雖然知道她可能不會記得我，但我們曾經一起互相學習也是彼此成長的一部分。」（註：非照片中人物）

社區居民關懷

● 好鄰居同樂會健康類活動與好鄰居健康教室

統一超商長期關注民眾健康與福祉，持續就預防醫學觀點關注國人常見疾病。2008 年開始好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於門市擇點成立「千禧血壓站」。亦推動「好鄰居同樂會健康類活動」、「好鄰居健康教室」等健康活動以提升民眾健康意識。

「千禧血壓站」提供民眾自助式量血壓及量腰圍服務，每年並舉辦健檢活動，呼籲民眾一同遠離三高慢性病，共同打擊代謝症候群。「好鄰居同樂會健康類活動」2021 年共舉辦 1,872 場，內容涵蓋捐血、量血壓等活動，超過 2 萬人次參與。其中 2021 年 89 量腰日與全國健康日，好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會號召全門市於活動期間，免費為民眾測量腰圍及透過線上遊戲強化代謝症候群認知，共舉辦 1,425 場。「好鄰居健康教室」2021 年與四個公益團體合作推出線上同樂會活動，以趣味互動的方式進行病症認知、營養餐食、用藥安全、健康操運動等主題的衛教與健康促進活動，提供長輩及家人正確的衛教資訊。

5.4 促進健康與福祉

長者關懷

● 幾點了咖啡館

台灣 65 歲以上老人的失智症盛行率約 3.4%，每 12 人中就有 1 名失智長者，更有研究發現，社會大眾對失智症未有正確認知並缺乏警覺性，加上台灣對失智者及照顧者的服務量能不足，顯示失智預防與照護已是刻不容緩的議題。統一超商體認到高齡社會已不可逆，故透過自身據點廣泛、商品及服務多元的優勢來與社區

5.5 消除飢餓

鄰里關懷

● 好鄰居送餐隊

統一超商坐落在各鄉鎮與城市，透過我們首創的門市送取餐服務，讓經濟弱勢家庭或長輩免於擔心餐食問題，亦能補足公益團體假日送餐人手不足的缺口。自 2014 年開始，從花蓮台東為起點，至 2021 年已涵蓋 10 個縣市、累計 43 間門市提供服務，甚至離島（綠島）也有服務據點。

至 2021 年累計
送取餐服務超過

15 萬人次



我們號召門市熱心夥伴們為獨居或行動不便的長輩送餐，除了送餐也同時關懷長輩動態，如有異狀回報公益團體以採取行動；或是讓經濟弱勢家庭或長輩可以到門市取餐，解決餐食困境之外，更鼓勵長輩出門互動。2020 年末因應疫情，將定點送取餐提升成行動送物資，將送取餐的服務面向擴大、發揮更多效益。2021 年與中華聖母基金會、門諾基金會、弘道老人基金會、一粒麥子基金會等 4 個基金會合作，共累計 57,591 送餐人次，較 2020 年增加約 5 成。

利害關係人回饋

黃爺爺（服務個案）

「有了 7-ELEVEN 的門市取餐，不僅增加了我出門與人互動的機會，更不用擔心每天的支出太多，還每天都吃到不一樣的餐點，讓生活減輕不少壓力呢！」



● 商場義賣

統一超商商場開放顧客會經過的空間，無償提供在地小農舉辦義賣活動，或讓在地居民兌換農產品，協助在地小農曝光與增加銷售管道。2021 年泰安商場舉辦 2 場活動，其中「rock potato」活動現場烹調馬鈴薯創意料理，並供后里居民憑泰安商場購物發票免費兌換馬鈴薯，總共向在地農民購買 480 公斤馬鈴薯共 12,000 元，增加小農收入。



5.6 永續城市

在地產業發展

● 青年深根計畫

統一超商門市遍布各鄉鎮，我們看見許多鄉鎮面臨高齡化、少子化衝擊，地方觀光及相關產業沒落，然而也有一群青年進鄉發展，努力尋找資源，力圖振興產業，讓鄉鎮重獲生機。因此，好鄰居基金會 2017 年開始規劃青年深根計畫，除投入經費與媒合資源，更邀集相關領域多位專家擔任顧問，一起陪伴、輔導青年創業共榮地方。

至 2021 年累計與青年團體合作

14 個專案

好鄰居基金會發現青年在地創生，缺少的不是創意與能力，而是能夠根植在地、就近展示成果、與市場接軌的場域，故攜手統一超商替返鄉青年提供展演、交流分享平台，推出「OPEN! 青春同樂會」串聯在地社區資源。青年深根計畫讓青年團體共享統一超商通路資源（實體門市展售、線上賣貨便上架），亦提供門市作為青年團體舉辦食農 / 食魚教育與在地文化推廣活動的空間，讓統一超商成為地方創生最好的協力夥伴。與更多返鄉青年攜手合作讓鄉鎮重獲生機，長期下來也有助提升統一超商的在地採購，於地方產業發展、在地採購、地方行銷等創造企業與環境、社會三贏局面。2021 年共與青年團體合作 7 個專案，合作專案數較 2020 年增加 1 倍之多；青年團體結合門市舉辦之食農 / 食魚教育與在地文化推廣等活動共 131 場、約 3,200 人次參與。2022 年目標為青年團體合作專案數量 7 個；2025 年累積達 34 個專案（自 2018 年累計）。

（註）相關影片請 [活動細節請點此查閱](#)

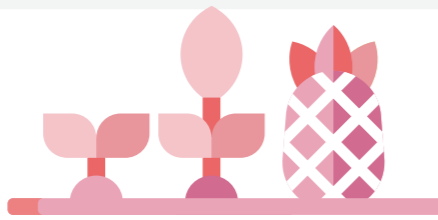
● 2021 年計畫內容與成效

宜蘭金魚。厝邊 傳遞在地文化故事

「金魚。厝邊」以「好厝邊」精神串連在地人、地、產，挖掘在地城鎮特色。與頭城在地藝術家所舉辦之工作坊結合門市推出「OPEN! 青春同樂會 - 自慢頭城職人體驗」，透過藝術家帶領民眾創作與學習，並更認識在地職人與過去歷史故事，2021 年共舉辦 11 場次、306 人次參與。另從宜蘭青年創業加速器開始陪伴宜蘭跨鄉鎮青創團隊，強化宜蘭門市商品的特殊性。



雲林三小市集 食農教育



三小市集透過建立值得消費者信賴的品牌，成為產銷間的溝通橋樑，讓生產者專心耕種、得到合理收入、並轉型友善栽培，讓在地農業與土地得以永續經營。同時透過食農教育，深度介紹雲林食材與生產者的故事，帶動消費者一同打造不一樣的產銷關係。2021年「OPEN! 青春同樂會 - 認識旺來鳳梨 & 尋找本土小麥」活動讓民眾更認識鳳梨與本土小麥，共舉辦12場次、366人次參與。

三峽禾乃川國產豆製所 傳遞在地好食物理念



禾乃川國產豆製所以社會企業理念結合返鄉青農的國產大豆，發展穩定的商業模式。本次與在地門市合作舉行「OPEN! 青春同樂會 - 豆豆隊長出任務」活動，以在7-ELEVEN 嚐一口土地的美好為題，透過影片、美好生活實驗室及上班族一日生活菜單等方式，讓繁忙的都市人能在門市感受慢活，並提高民眾對於在地好食物

及社會企業的認識與關注。2021年共舉辦28場次、573人次參與。



利害關係人回饋

金魚。厝邊團隊 (青年團體)

「本次計畫使團隊能與在地7-ELEVEN門市合作，透過執行活動串連更多在地居民及將青創團隊商品上架至7-ELEVEN門市，因疫情減少了實體空間的人流，金魚團隊也將培育青創團隊商品上架至7-ELEVEN賣貨便平台，使得消費者可以在線上選購，獲得許多正面迴響。」

5.7 教育品質

永續扎根

永續同樂會

統一超商自2009年開始舉辦「好鄰居同樂會」活動，聚焦親子互動等四大主題，深入社區關懷所需。親子互動類型活動如小小店長，帶領孩童體驗店長工作，協助孩童增進生活自理、應對、人際互動等能力；亦舉行各式親子協力完成的體驗或DIY，促進親子關係。2020年疫情嚴峻時，許多實體活動包含好鄰居同樂會因此停辦，觀察到疫情影響非短期，統一超商積極對應，透過跨部門溝通並運用系統化組織，於同年5月首創「好鄰居O2O (Online To Offline) 同樂會」，虛實整合遍及各地的7-ELEVEN門市及好鄰居基金會活動，持續舉辦不間斷，也因此面對疫情更加嚴峻的2021年，統一超商依舊舉辦了近1萬場好鄰居同樂會，共近7萬人次參與。

統一超商更觀察到永續教育的重要性與相關教材之稀缺，自2020年起推出近20款自製教材(2021年推出10款)，將環保、食安、健康、公益等知識，轉化成淺顯易懂的素材傳遞，除可透過好鄰居基金會官網下載，更可透過ibon直接列印，多樣化DIY素材於2021年共7.5萬人次使用、累積超過12萬人次使用，透過主題活動操作，讓好鄰居同樂會活動再進化，成為傳達永續知識之平台。

(註) 相關影片請 [點此觀看](#)



多樣化DIY素材
累積至2021年
超過12萬人次使用



利害關係人回饋

參與家長

「不只是教導小朋友，連大人也一起學習，很棒的親子遊戲」

● 青年永續扎根計畫

統一超商積極響應 SDG4 教育品質等目標，著眼於新世代人才與消費者的永續培力。2020 年起，以「青年永續扎根計畫」專案出發，前進各大專院校推動 SDGs 議題的培力，透過「扎根永續－SDGs 培力工作坊」，提升青年永續認知度，並與學生們分享統一超商經營理念、產銷永續計畫、多元募款平台及青年深耕計畫等永續專案。至 2021 年累計前進 15 所大專院校，包含政治大學創新國際學院、中國醫藥大學、中央大學尤努斯社會企業中心等，期望讓青年從認識永續議題，到思考與行動，展現青年力量。

● SDGs 創意挑戰賽

統一超商與交通部、英國在台辦事處等單位，在泰安商場展出全球 SDGs 創意挑戰賽台灣學生 36 件優選作品，共同響應聯合國 17 項 SDGs。如作品用藥提醒裝置「一錠藥記住你」回應 SDG3 促進健康與福祉，設計發想是因為許多樂齡人士常會忘記自己是否已經按時服藥，甚至出現錯誤用藥情況導致危險，所以將用藥提醒裝置設計成遊戲機，有按鈕、燈光、音樂等裝置，除了增加樂趣，最重要的是記得用藥。期待藉由比賽，帶領學生創意發想與實踐 SDGs 議題，更藉由展覽進一步將 SDGs 議題向外擴散。



● 永續社群

統一超商公益社群（7-ELEVEN 把愛找回來官方 FB 粉絲專頁、IG 及 統一超商好鄰居文教基金會 LINE）2021 年由公益社群轉型成為 ESG 永續社群，除了揭露企業永續資訊外，更期許能提升大眾對永續教育的認知及行動。



2021 年分別舉辦「我的永續 你的日常」數位與實體的策展，期能促成消費者實踐個人永續行動。數位策展以簡單插畫告訴消費者可以如何於生活中落實永續；實體活動結合精品咖啡、現萃茶，與消費者溝通自帶杯減塑、零錢捐與數位捐款，及熱帶雨林認證及永續商品，推廣統一超商永續理念。統一超商更串聯長年深耕永續的媒體，及社企組織、公益團體共同發聲，期能擴大永續影響力，2021 年 7-ELEVEN ESG 永續社群總觸及超過 3 千萬人次。^(註)

註：尚未包含好鄰居文教基金會 LINE 社群的好友數

閱讀推廣

● 閱讀勵學計畫

根據調查^(註)，各地鄉鎮小學有超過 20% 沒有購書經費，且高達 90% 必須透過外部資源來推動閱讀活動。響應聯合國永續發展目標 SDG 4「教育品質」目標，自 2014 年起於鄉鎮小學推動閱讀，透過閱讀集點方式，提升孩童閱讀動力。2021 年共支持 97 所學校、陪讀班據點，所在縣市包含雲林、嘉義、台東、蘭嶼、金門等地，鼓勵 6 千多位孩童，並提供免費永續教案進行永續教育。

(註) 根據好鄰居基金會 2016 年針對六都及鄉鎮進行「國民小學閱讀習慣與資源」問卷調查結果。

2021 年暑假推出「好鄰居愛閱讀徵文比賽」鼓勵孩子疫情間不忘閱讀寫作，徵文對象以參與閱讀勵學計劃的學校及陪讀班據點為主，短短不到三個月的徵文時間，總計 224 位孩童投稿，共有 302 篇作品角逐，更邀請金鼎獎童書暢銷作家王文華老師評比，共選出 2 組共 20 篇優勝作品。另外也跨域合作，如結合太古可口可樂與兒福聯盟，將《我有我的霸免權》反霸凌計劃推入閱讀勵學之合作學校，將插畫故事及相關教材、線上課程帶到課堂，讓友善校園的理念能影響超過 6 千名孩童。

(註) 相關影片請 [點此觀看](#)

