

# 06

## 深耕社會公益

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、循環經濟等領域，在各地超過 6,800 家門市與民眾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。



管理方針

### 政策與承諾

- 公益發展策略

### 管理行動

- 健康與福祉：幾點了咖啡館、好鄰居健康教室、千禧血壓站、好鄰居同樂會健康關懷類活動
- 消除飢餓：好鄰居送餐隊
- 永續城市：青年深根計畫
- 教育品質：永續好鄰居同樂會、永續扎根計畫、閱讀勵學計畫
- 環境保護：毛孩好福企永續循環經濟計畫
- 公益募捐：公益募款、點數捐贈、物資募捐



好鄰居送餐隊  
約**4.2**萬餐次

好鄰居送餐隊共提供資源較少的族群約 4.2 萬餐次。



幾點了咖啡館  
累積人次  
**979**人

幾點了咖啡館專案疫情停擺後 2023 年重啟，累積服務人次共 979 人。

**1,527** 場  
好鄰居同樂會  
**9** 萬人

「好鄰居同樂會健康類活動」(含捐血、量血壓活動) 共舉辦 1,527 場，約 9 萬人次參與。



DIY 素材  
**29** 萬人  
使用

多樣化 DIY 素材累積超過 29 萬人次使用。

閱讀量  
**20** 萬冊

鼓勵 8 千多位孩童透過閱讀集點提升閱讀動力，閱讀量達 20 萬冊。



青年深根  
**33** 個專案

青年深根計畫累計與青年團體合作 33 個專案。

對應  
重大主題



社會公益



## 6.1 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、SDG12 責任消費與生產，並以廣大通路之優勢，建造公益募捐平台。

## 公益策略架構圖

統一超商影響力願景：架構在地服務網絡最綿密的公益友善商店，搭建社福團體與民眾善意分享橋樑，持續帶動永續共好，致力成為社區中無可取代，傳遞溫暖、安心的好鄰居。

五大面向	策略	主題	行動	議題 (SDG)
消除飢餓	根據內政部統計，2025 年將朝向「超高齡社會」發展，65 歲以上老年人口占比將超過 2 成，亦即每 5 人就會有 1 人是 65 歲以上長者。統一超商與一粒麥子社會福利慈善事業基金會、天主教中華聖母基金會、門諾基金會、弘道老人福利基金會合作，共同倡議照顧偏遠地區弱勢長輩好好吃飯，並結合環境永續概念與好鄰居健康教室，鼓勵長者走入社區，打造高齡友善環境。	鄰里關懷	門市零錢捐 _ 食食陪伴、好好吃飯 好鄰居送餐隊	2 消除飢餓
促進健康福祉	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常見疾病，並因應人口高齡化趨勢，推動關心長者健康的活動、建立高齡友善的環境。另設置「千禧血壓站」鼓勵民眾定期測量健康數據，更推動健康類活動以提升民眾健康意識。	長者關懷 社區關懷 高齡友善	門市零錢捐 _ 老老照顧、有你真好 好鄰居同樂會 健康類關懷活動 幾點了咖啡館	12 責任消費與生產 3 健康與福祉
永續城市	近年我們觀察到城鄉發展落差與資源分配不均現象，加上面臨高齡化、少子化衝擊，地方觀光及相關產業沒落。因此，統一超商好鄰居文教基金會支持青年返鄉發展多元化社區產業，並與青年合力推動地方行銷、商場在地採購。	在地產業發展	青年深根計畫	11 永續城市
教育品質	近來教養觀念上日益重視親子互動，愈顯親子互動與孩童教育重要性；且近年永續意識漸興起，因此我們從與統一超商營運相關的永續觀念出發，藉由淺顯易懂的素材，將環保、食育、健康、公益等知識傳遞予孩童。我們也與學校合作，除了培力青年深根永續理念，也以閱讀勵學計畫促進孩童培養閱讀習慣。	永續扎根 閱讀推廣	好鄰居同樂會 青年永續扎根計畫 閱讀勵學計畫	4 優質教育
環境保護	積極地解決剩食問題、避免糧食浪費，從 i 珍食的蔬果沙拉出發，有效解決糧食浪費的社會問題。	循環經濟	毛孩好福企	12 責任消費與生產

統一超商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，2023 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。

2023 年統一超商參與社會公益所投入之時數及成本（單位：新台幣元）

項目	金額
現金捐款（不含行銷廣告費用）	26,865,000
時間投入成本（員工帶薪工時內的志願服務）	22,097,152
實物捐贈（產品或服務的捐贈、專案與夥伴關係或類似的捐贈）	156,270,000
經常性管理投入成本	5,802,342
<b>合計</b>	<b>211,034,494</b>

（註）數據統計邏輯係依參與人員時數投入、人員薪資、勸募平台營運管理費及活動舉辦場次等參數估算之。現金捐款包含慈善捐款 26,600,000 元，包括好鄰居文教基金會、千禧之愛健康基金會等，加上健康小站專案費用 265,000 元。

## 6.2 公益募捐

### 公益捐款

統一超商期望透過通路便利性及普遍性發揮公益影響力，而「把愛找回來」公益募款平台是目前本土最完整、最大之捐款通路之一，包含 OPENPOINT APP 線上捐款、門市零錢捐、ibon 便利生活站、會員點數捐贈、愛心物資認捐等多元管道，提升大眾對公益議題的重視。2023 年度公益捐款共募得約 7.17 億元，相較去年增加約 2.54 億元<sup>(註)</sup>，讓企業資源深耕健康福祉、消除飢餓、城鄉永續、教育培力、環境保護等領域，透過民眾與各地超過 6,800 家門市，攜手創造美好永續的社會。2023 年另攜手 10 家公益團體響應「9/5 國際慈善日」募款串聯活動，以及於年末串聯有迫切經費需求的 10 家指定公益團體，發起「把愛找回來歲末感恩募款串聯活動」，串連內外部公益社群宣傳共同倡議，號召民眾一起做愛心，發揮募款平台扶弱的功能，啟動社會善的循環。

（註）本年度捐款大幅增加原因主要為與衛福部、世界展望會發起土耳其和敘利亞震災緊急募款，且合作公益團體增加、疫情趨緩，各項捐款增加。

### APP 線上捐款

2023 年與 70 間公益團體合作，共募得超過 9,870 萬元

2022 年初首創推出捐款訂閱制功能，帶動數位募款金額逐年翻倍成長，2023 年定期定額募款金額占比突破 2 成，持續致力於公益生態圈的永續經營。2023 年除了於每季推出「定期愛心捐月月送好

禮」定期定額促捐活動外，OPENPOINT APP 線上捐款與 70 間公益團體合作，共募得超過 9,870 萬元。使用 OPENPOINT APP 捐款的每 5 名消費者，就有 1 人養成定期定額捐款習慣，單筆捐款最高達 16 萬元、多筆定期定額捐款金額高達 1 萬元。

## 門市零錢捐

### 2023 年門市零錢捐共募得約 2.08 億元

「把愛找回來」公益募款自 1988 年開始推行，於超過 6,800 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，至今已深耕 10 年，觀察時勢需求、呼應社會議題，2021 年起納入環境議題，聚焦「綠色生活」、「高齡友善」兩大重點，2023 年也持續推動銀髮照護議題、環保議題，與相關公益團體合作；另外也與關注身心障礙者的公益團體合作，透過零錢捐「一塊」小小的力量，為人民生活、環境永續創造更大的價值！2023 年門市零錢捐共募得約 2.08 億元。

	合作單位與內容	零錢捐募得金額
第一季 第二季	 <p>7-ELEVEN 與荒野保護協會攜手響應國際減碳活動「Earth Hour 地球一小時」，並擴大規模，邀請康是美、星巴克、COLD STONE、Mister Donut、21Plus、Semeur 聖娜、聖德科斯等品牌一同響應，逾 7,000 間門市於 3/25(六) 晚間關閉招牌燈 1 小時，約減少 5 公噸 CO2e 的溫室氣體排放量。</p>	8,678 萬元
第二季 第三季	 <p>7-ELEVEN 攜手一粒麥子基金會為弱勢長者進行送餐照顧，共同倡議在家好好吃飯、安心生活。2023 年首度透過「OPEN！行動購物車」深入鄉鎮送餐，擴大服務量能，不僅為長輩遞送生活物資或營養補充品，更善用行動式小型門市空間優勢，將便利商店服務深入購物不便的鄉鎮角落，協助長輩獲得餐食及生活照顧。</p>	7,008 萬元
第四季	 <p>7-ELEVEN 幾點了咖啡館為業界首創讓失智長輩體驗學習的門市公益服務，2023 年 10 至 12 月，攜手天主教中華聖母基金會一起倡議「老老照顧，有你真好」門市零錢捐募款活動，持續推動友善失智。2023 年更規劃首間「幾點了咖啡館獨立店」、「門市行動劇演出」兩大全新專案服務。詳細內容可見第一章永續專欄。</p>	5,128 萬元

## ibon 便利生活站捐款

### 2023 年支持了 90 家公益團體，共募得超過 1.86 億元

為使統一超商能協助更多公益團體進行社會服務，扶持更多需幫助的族群，2008 年起，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。2023 年 ibon 便利生活站捐款持續關注五大議題（生態環保、消除貧窮飢餓、促進健康關懷、扶助特殊境遇就業及閱讀教育），支持了 90 家公益團體，共募得超過 1.86 億元。另響應土耳其、敘利亞強震救援活動，2023 年 2 月亦協助衛福部和世界展望會發起「土耳其及敘利亞震災」募款專案，共募得 137,121,461 元，為災民救援和災後重建工作注入強心針，海外緊急救援亦不缺席。

## 利害關係人回饋



家扶基金會  
高級專員

統一超商 ibon 不但便利更是安全值得信賴，讓許多家扶捐款人能放心捐款，以家扶申請的勸募專案來說，來自 ibon 和 OPENPOINT APP 的捐款即超過 50%，讓家扶基金會有成功集結大眾愛心，持續透過生活照顧、教育補助、急難救助、自立輔導等服務，全方位幫助弱勢孩子好好長大、逐步脫貧邁向無窮未來！除此之外，統一超商在年節禮盒包裝中融入家扶孩子畫作，讓弱勢孩子的才華被更多人看見提升孩子們的自信心，7-ELEVEN 的做法很有意義！



## 點數捐贈

### 2023 年共募得超過 2,600 萬點， 換算價值約 2,814 萬元

數位化時代來臨，低接觸經濟學當道，統一超商持續架構在地服務網絡最綿密的友善公益平台，超前部署數位公益轉型，讓公益捐贈多了更快速便利的選擇。首創提供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 7-ELEVEN 的小七集點卡愛心捐贈，雙點數機制讓顧客有多元化的做公益選擇。



**OPENPOINT 捐點愛 幸福多**

動動手指~ 邀請您將手中用不到的 OPEN POINT 點數 愛心捐贈給需要的團體

活動日期 | 4/1 - 6/30

詳細活動辦法依本公司公告為主。凡參與本活動，即視同承認及接受本活動注意事項及相關規定，本公司保有隨時修正、暫停或終止本活動之權利，若有未盡事宜，悉依本公司之相關公告辦理；本公司保留最終解釋及決定權利。

統一超商透過點數募捐，協助公益團體兌換生活物資，幫助經濟困難的家庭、獨居長輩、家庭失能孩童等有需要的個案。2023 年共募得超過 2,600 萬點，其中 OPENPOINT 點數超過 600 萬點，全店集點小 7 集點卡點數捐贈超過 2,000 萬點，換算募得點數兌換愛心物資價值超過 2,814 萬元，共捐贈給超過 50 個公益團體。

## 物資募捐

**2023 年度捐物金額達 0.59 億元，  
合計近 16 萬套物資**

統一超商自 2018 年起協助公益團體向民眾、供應商一同募集愛心物資，提供給經濟困難、獨居長輩、家庭失能孩童、無家者和流浪動物等有需要的對象。2023 年度捐物金額達 0.59 億元，合計近 16 萬套物資，全數捐贈給合作之公益團體扶助的案家，包括基本民生物資，如 1919 救助套餐，以及文具組、鮮乳、母親節、中秋節、聖誕傳愛、春節年菜等節令愛心禮盒，還有關懷流浪動物之犬食、貓糧、毛孩好福企凍乾等愛心物資認捐，一起倡議保護動物。其中，愛心年菜專案邀請 156 家全球供應商永續夥伴共襄盛舉共認捐近 3 萬份，統一企業亦捐贈 720 份民生物資、統一超食代鮮食廠則捐贈 313 份鮮食便當，與台北市、新北市社會局合作捐贈給無家者過好年，幫助上萬個家庭與個案！



## 6.3 環境保護

### 循環經濟

#### 商場實踐循環經濟

統一超商響應循環經濟，在商場導入循環杯使用、高效智能回收機與循環經濟木酢洗手液、咖啡渣循環利用等一系列循環經濟作為，為環境永續盡一份心力。

2023 年我們完成新竹友達與聯發科商場內 Icircle 智能回收機的建置，全年共回收保特瓶 14,341 個、廢電池 12,369 顆。為推廣在地廠商製作的永續 ESG 商品，商場向訴求運用本土林木修枝循環再利用製成洗手液的『木酢達人』購買洗手慕斯，在六座高人流商場供顧客使用並同時宣導循環再利用。本次採購的洗手慕斯數量，相當減少一輛車行駛 406,776 公里之碳排放，2023 年 ESG 廠商增加收入共 62,276 元。在新莊副都心商場、台中友達商場耶誕環保二手市集中，我們也邀請 CPET 綠塑食器、致力守護食安的廠商『哩皿食器』，讓參與者了解食器的選用致力為循環永續盡一份心力。



友達循環杯活動



商場引進 Icircle 智能回收機



商場使用木酢洗手慕斯宣揚循環利用理念

#### 毛孩好福企

惜食永續創新毛孩也能接力

2023 年 7-ELEVEN 創新「超商永續循環經濟」，從整體供應鏈減少食物浪費，關懷面向擴大至動物保護，將門市內「i 珍食」時段指定的蔬果沙拉，定期「保鮮接力」到底護工場，再製成毛孩凍乾增加食物使用率，回到門市邀請消費者認購，捐贈給流浪動物公益團體，讓動物再「續食」，兼具環境永續、公益扶持及動物友善。本專案相關效益詳請見第一章 [永續專欄](#)。

## 6.4 促進健康與福祉

### 長者關懷

#### 幾點了咖啡

**2023 年服務人次共 979 人**

7-ELEVEN 幾點了咖啡館為業界首創讓失智長輩體驗學習的門市公益服務，2023 年服務人次共 979 人。為讓更多民眾可參與此別具意義的活動，7-ELEVEN 與天主教中華聖母基金會今年特別規劃「首間幾點了咖啡館獨立店」、「門市行動劇演出」兩大全新做法，讓失智症議題更貼近生活，喚起大眾關注。本專案詳細執行情形請見第一章 [永續專欄](#)。

### 社區居民關懷

#### 好鄰居同樂會健康關懷類活動與好鄰居健康教室

**2023 年「健康關懷類活動」共舉辦 1,527 場，約 9 萬人次參與**

統一超商長期關注民眾健康與福祉，2008 年起，好鄰居基金會與千禧之愛健康基金會合作，於 7-ELEVEN 門市擇點成立「千禧血壓站」，亦推動「好鄰居同樂會健康、弱勢身心關懷」等健康關懷類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，每年定期舉辦健檢活動，呼籲民眾一同遠離三高慢性病及代謝症候群。「好鄰居同樂會健康關懷類活動」2023 年共舉辦 1,527 場，內容涵蓋捐血、量血壓、量腰圍、健康講座、身心障礙衛教、長輩與弱勢健康關懷、OPEN! CARES 等活動，約 9 萬人次參與，2024 年與 2025 年目標均舉辦 2,000 場。

## 利害關係人回饋



門市店經理

顧客很開心公司舉辦健康性活動，可增加社會形象。



顧客

雖然是為了 sou.sou 聯名贈品而參加，但也因為這次活動才知道，原來 7-ELEVEN 門市可以量血壓，真是大家的好鄰居。



## 6.5 消除飢餓

### 鄰里關懷

#### 好鄰居送餐隊

至 2023 年累計送取餐服務超過 24 萬人次

統一超商長期關注偏遠地區高齡議題，根據內政部統計，2025 年將朝向「超高齡社會」發展，65 歲以上老年人口占比將超過 2 成，亦即每 5 人就會有 1 人是 65 歲以上長者，其中購物不便區域長者需要公益團體長期穩定支援日常送餐，為補足公益團體於假日送餐人力缺口，統一超商自 2014 年起號召 7-ELEVEN 門市夥伴共同成立「好鄰居送餐隊」，攜手門諾基金會、天主教中華聖母基金會、一粒麥子基金會及弘道老人福利基金會四大公益團體合作，送取餐據點遍佈於 8 大縣市，補足長輩餐食缺口，並且解決公益團體送餐人力不足的痛點，2023 年有 33 家門市投入，全年門市送取餐服務估約 4.2 萬餐次。



送餐服務

每周六、日由公益團體的營養師挑選 7-ELEVEN 門市餐點，讓店長「送餐」至長輩家中，並透過送餐的過程給予長輩溫暖的關懷與問候，讓感受多了份感動。



取餐服務

由公益團體志工或長輩到 7-ELEVEN 門市兌換餐點，不僅可以讓長輩透過取餐過程活動，也能走出家門與門市店員互動並與人群接觸。



OPEN! 行動購物車服務

藉由高機動性的行動購物車，定期深入花蓮購物不便區域，除滿足餐飲需求，也能補足日常物資或營養補充品，縮短居民採購距離。



#### 揪哩挺農友

商場主動開放顧客會經過的空間，無償提供在地小農與公益團體空間，讓在地居民兌換農產品，或讓顧客用銅板價挺在地小農增加收入。泰安商場繼馬鈴薯與鳳梨小農特賣活動後，2023 年「揪哩挺農友」活動，分別在 2023 年 2 月、4 月與 7 月，進行芋頭、高麗菜、芒果的推廣。活動期間，芋頭銷售 459 顆、高麗菜 389 顆、芒果 927 顆，有效協助農友農產品推廣。



## 6.6 永續城市

### 在地產業發展

#### 青年深根計畫

至 2023 年累計與青年團體合作 33 個專案

行政院定調 2019 年為「地方創生元年」，各鄉鎮陸續湧現青年返鄉創業潮，發展在地特色旅遊、飲食、文創、翻新老屋、建設聚落等多元創新模式，但據國發會調查：「地方創生團隊平均歷經 9.8 年才能存活。」且多有商業模式不確定及產品行銷推廣困難等問題。

統一超商好鄰居文教基金會自 2017 年起，以「回家最好的創生平台」為理念推出「青年深根計畫」，利用兩大模式結合自身統一超商的門市店點、經費投入及多方資源媒合，與青年共建永續夥伴關係：一為青年團體於所在地之門市舉辦多場「OPEN! 青春同樂會」，藉由實體活動與一線消費者接觸、傳達其倡議之社會理念；二為輔導青年團體與統一超商接軌，透過實體輔導課程，針對具有商品力的品項，提供商品上架的實戰場域，包括門市與 i 預購等線上、線下管道。

「青年深根計畫」在 2023 年共與 11 個青年團體合作，七年間已陪伴 18 個在地團隊、累積達 33 個專案，包括花蓮的「洄遊吧」、新北三峽的「禾乃川國產豆製所」、雲林斗六的「三小市集」、新竹湖口的「木酢達人」、馬祖南竿的「小柒咖啡」等，遍布 18 個鄉鎮。

## 利害關係人回饋



迴遊吧

「迴遊吧」很幸運在創業的第二年即與統一超商好鄰居文教基金會及統一超商合作，2021~2022 年即於門市進行線上、線下食魚教育活動辦理，鯉魚鬆爆米花更在 2023 下半年上架橫跨北中南東之門市。青年深根計畫讓以「迴遊吧」有機會以 7-ELEVEN 門市為示範據點，發展具教育性質的活動教案「小小魚達人」，首創臺灣以「食魚教育」推廣於實體零售通路場域教學之典範。

## 服務區輔助小農

統一超商看到本土農業面臨大者恆大的衝擊，而許多堅持友善土地的小農反而需要努力尋找資源，突破重圍才能讓顧客吃到安心食材，我們認為商場應與小農站在一起，讓小農感受到更多支持，也讓顧客吃的更安心健康。2023 年統一超商經營泰安、仁德、東山與關廟，共四座服務區商場，邀請用路人以實際行動支持小農，為在地農產品創造新價值。2023 年四座服務區商場小農銷售營業額 18,207 仟元。



## 6.7 教育品質

### 永續扎根

## 永續好鄰居同樂會

### 多樣化 DIY 素材 2023 年超過 29 萬人次使用

統一超商好鄰居文教基金會以離家最近的親子平台與社區連結，2009 年起 7-ELEVEN 門市舉行「好鄰居同樂會」活動，聚焦於「親子互動、地區關懷、教育文化、環保樂活」等四大主題，提供多樣有趣的體驗活動，如小小店長，培養孩子系統思考、解決問題和合作的能力，使知識更貼近生活。2016 年起進一步推出「永續好鄰居同樂會」，主題含括環保、食育、健康，呼應聯合國永續發展目標及統一超商業務，開發多樣化的繪本素材，從玩樂中學習與落實永續生活，更富教育意義。2023 年攜手農糧署、荒野保護協會等共同倡議食農教育、環境友善教育，在各地門市舉辦主題同樂會，推出《吃出綠食力》、《安心農場 Eat 起郊遊趣》、《我的蔬果好朋友，開 FUN 啦！》等主題

繪本、DIY 素材，透過簡單易理解的內容，讓大小朋友認識在地好食材、友善土地與動物、減碳生活等，從日常深根永續教育，共舉辦超過 1.5 萬場永續好鄰居同樂會，影響超過 14 萬人次，永續繪本 DIY 素材 2023 年超過 29 萬人次使用。



## 利害關係人回饋



顧客

超商同樂會活動有好玩的 DIY、有趣的手掌繪本、豐富的禮物，參與的小朋友都很開心。



門市店長

手掌繪本、DIY 素材主題多元且操作簡單，除了傳遞永續理念，與內容有連結度的實體場次贈品，有助門市與顧客溝通及認識品牌商品。



農糧署長  
胡忠一

感謝統一超商及好鄰居基金會透過同樂會活動，將食農教育以親子共讀方式推廣到社區，提高消費者對國產農產品與環境永續的認同感，進一步穩定農民收益。

## 青年永續扎根計畫

### 2023 年共培力 387 位大專院校學生

統一超商「青年永續扎根計畫」2020 年起於大專院校及青年社群中取得顯著成果，透過積極推動永續發展目標（SDGs）的實踐，深化大專院校學生對永續議題的理解與參與，同時提升統一超商在永續領域的企業形象。在 2023 年度，我們進一步回應全球淨零碳排的趨勢，邀請六所學校參與我們的「永續產學合作」計畫。此計畫聚焦於「惜食管理、循環經濟、低碳產品或服務、推廣永續消費與永續認證」等四大永續主題，透過校園培力工作坊及兩天密集式的永續營，引導參與學生進行深度的場域觀察、提案試作，同時獲得業師即時回饋。

2023 年鎖定 6 所大專院校共舉辦 10 場工作坊，共培力 387 位學生完成三小時課程，50 組團隊超過 200 位學生進行提案，透過產學合作培育未來永續人才。自 2020 至 2023 年累計前進超過 30 所大專院校，培力超過 1,500 位永續青年。透過提案競賽，深度分享統一超商的永續作為。

## 永續深耕

承襲歷年培力工作坊模式，今年鎖定六所大學進行校園培力工作坊，進一步建立統一超商在校園中的培力地位，成為與各校青年溝通永續議題的主要橋樑，深化影響範圍。

## 永續產學

在聚焦四大永續主題的基礎上，透過課程合作與導師指導，釐清學生在永續提案競賽中可能存在的盲點，提供更深度、更具挑戰性的內容，以進一步提升參與學生的水平。

## 永續實踐

提供學生門市實地觀察、提案發表及統一超商業師回饋的機會，強化其實務能力，培養出更具永續思維的新世代領袖。



## 利害關係人回饋



學生

「充實的一堂課、很喜歡今天的活動，很有意義！」  
「分享統一超商對於提案很有幫助讓我們更了解永續」  
「統一超商為環保做的很多事件」



逢甲大學

本校與產業界連結促使學生藉由 SDGs 永續觀點認識到產業永續趨勢與作為，提升學生之「綠」實力。以實務案例來解決業界問題，透過教學與產業界緊密結合，同學在做中學中接觸全球食品零售龍頭並與業界專家們相互交流的方式促進永續經營及未來產學合作機會。

## 閱讀推廣

### 閱讀勵學集點計畫

統一超商好鄰居文教基金會長期以來以「提升閱讀力」、「落實永續教育向下扎根」雙重目標，攜手 7-ELEVEN、產業、政府、教育領域等多元永續夥伴合作，共同陪伴學童閱讀以累積未來永續力。2014 年起啟動閱讀勵學計畫，透過高複製性且容易執行推動的「閱讀集點」模式，激發孩子的閱讀動機，學生在閱讀後經過老師認證獲得點數，集滿 50 點後將集點卡寄回統一超商好鄰居文教基金會，可兌換 7-ELEVEN 50 元商品卡獎勵；除了鼓勵閱讀，我們也鼓勵孩童自主閱讀寫作，每年舉辦「好鄰居徵文比賽」，於題目中融入食育教育、生物多樣性、節能減碳等議題，讓孩子們從日常中了解並觀察永續議題。



2023 年閱讀勵學計畫持續發揮積極影響，共支持 117 所學校、陪讀班據點，鼓勵 8 千多位孩童透過閱讀集點提升閱讀動力，閱讀量達 20 萬冊，為孩童奠定了良好的閱讀基礎。2023 年徵文比賽參與校所 / 據點共 20 所學校，共計 428 件。

## 利害關係人回饋



教師

有小朋友起初連閱讀注音都有障礙，經由閱讀集點，辨讀識字能力進步神速；從圖文繪本到能研讀科學書籍，透過教案合作讓閱讀成為一件令人喜歡的事。(台中思恩堂)

自從有這個活動我變得更愛借書看書，因為可以學習新的事物又能換獎品，最興奮的就是看到集點卡貼滿貼紙的時候，讓我得到很大的成就感！(屏東內埔鄉崇文國小)

集滿集點卡時，心中非常的開心，很有成就感。收到 50 元商品卡與升旗時公開頒獎時會更開心。(屏東西勢國小)



學童

以前孩子閱讀只是偶爾看到，現在發現孩子很常借書回家看，讓我們不禁好奇這些書本有什麼魔力，在和孩子一起閱讀後，發現親子相處的時間變多了，感情也愈來愈親密，真該感謝 7-ELEVEN 這麼優質的獎勵計畫，讓我們全家都愛閱讀。(台南市菁寮國小)



家長

孩子拿到商品卡後，會主動買東西感謝家長辛勞，也會買個小點心給弟妹，我覺得很棒。另外徵文活動也讓孩子多了集點機會，孩子也覺得很開心。真的很謝謝好鄰居勵學基金會讓我們偏鄉孩子多了許多機會，無論是在獎勵或是在徵文比賽上，讓孩子獲得信心。(屏東縣車城國小)

## 一校一專案計畫

統一超商好鄰居文教基金會 2020 年起，推動「一校一專案」計畫，每年會選擇需要特別支援的學校作為合作對象，並針對該學校的需求規劃圓夢計畫，讓鄉鎮孩童除透過閱讀擁有實踐夢想的力量外，更向下扎根成為培育下一代的永續公民的方法。

2023 年，「一校一專案」與屏東玉光國小合作，因發現玉光國小地理位置不便，學生數少、同儕競爭力不高，且較無機會到外縣市見習，因此與校方共同合作設置「閱讀主題教室」，結合近年來流行的密室逃脫遊戲，舉辦屬於師生自己的沉浸式閱讀體驗，透過不同的閱讀主題教室內容，結合各種題材及動、靜態各種媒材，以團隊合作與挑戰性激發孩童學習動機，養成自主學習能力、獲得成就感，更能藉由閱讀不同領域書籍豐富知識量，鄰近學校孩童也能藉由來玉光參加密室逃脫活動，達到鄰里共好。專案推動過程亦拍攝成紀錄片。



## 好鄰居紙圖書館

2023 年適逢閱讀勵學計畫迎來第一個 10 年里程碑，攜手 7-ELEVEN、串聯綠色供應鏈夥伴正隆公司及捷盟行銷，運用回收之 5,000 公斤紙箱，首度深入鄰里、進駐學校以外的地方，共同打造 2 座「MINI 好鄰居紙圖書館」，以「角落陪讀」的理念，提供孩童放學後閱讀課外讀物、平時則作為共學團學生自主學習、教學的多功能空間，用迷你空間發揮陪讀班最大效益，為地球減少 29,000 公斤碳排放，成為永續教育中循環經濟的最佳案例。



## 好鄰居教室

作為據點最多的超商業者，7-ELEVEN 不只是便利的商店，更能扮演社區中主題教學的安心場域。「好鄰居教室」與當地小學和課輔班合作，將 7-ELEVEN 門市做為戶外教學場域，提供真實的生活情境，讓師生可進行體驗教學，橫跨語文、數學、健康教育、生活禮儀等，給孩子們另一種寓教於樂的學習體驗，提升學習動機。

## 利害關係人回饋



學校

學生鄰居阿姨看到孩子出現在 7-ELEVEN，問他們孩子上課間怎會來 7-ELEVEN 呢？孩子說：「我們在上課。」也跟鄰居分享要如何操作行動載具、掃 QRcode 來瞭解食品履歷，讓大人感到這是一個真實生活的學習課程，也看見 7-ELEVEN 不只是販售商品，也可成為一個教學環境。（嘉義縣梅山鄉大南國民小學附設幼兒園 安靖分班）

## 6.8 ESG 永續宣傳平台

### 永續倡議行動

統一超商再次入選「道瓊永續世界指數」，已連續五年被納入道瓊永續指數，不僅是本土唯一零售業者入榜，更是在全球食品零售業中排名第三，永續績效斐然。2023 年統一超商持續以「地球永續 你我日常」為概念，從超商本業創新推展永續行動。更首次參與台灣永續能源研究基金會所主辦的亞太永續博覽會，結合具備永續循環概念之商品、服務、公益，打造「7-ELEVEN GOOD STORE」永續概念店。全年度透過波段式內外虛實整合活動與媒體倡議方式，如參與天下 SDGs 國際論壇、高雄永續城市及永續臺北循環城市高峰論壇、今周刊自綠生活節、聯合報的 500 趴等活動，邀請消費者從日常展開永續行動。

3 月

天下 SDGs  
國際論壇

統一超商以統一超商好鄰居文教基金會推動 SDG11 永續城市的「青年深根計畫」經驗參與論壇對談，實體活動同步線上直播，整合線上線下宣傳，共觸及超過 100 萬人次，文章點閱破萬。其中統一超商對談內容達 9 分滿意度（總分 10 分）。



4 月

世界地球日

社群永續迷因觸及近百萬人次，透過內外部串聯以及線上線下整合活動，邀員工與消費者共同響應日常永續，提升內部有感及外部品牌形象。



7 月

亞太永續  
博覽會

亞太永續博覽會三天總參觀人數超過三萬人。統一超商結合具備永續循環概念之商品、服務、公益，打造「7-ELEVEN GOOD STORE」永續概念店，透過永續展攤集結營銷資源及合作廠商共同發聲，首次參展即獲主辦單位頒發「綠色設計銀獎」肯定。線上線下包含門市海報、OPEN CHANNEL 與自營媒體共同宣傳，共觸及約 2,100 萬人次。



8、9 月

高雄及臺北城  
市高峰論壇

統一超商受高雄市政府及臺北市政府邀請參與「2023 高雄永續城市高峰論壇」、「2023 永續臺北循環城市進化論」論壇分享自身如何打造綠色商業模式、引導綠色生活轉型。



9 月

今周刊  
自綠生活節

結合統一超商好鄰居文教基金會「青年深根」計畫，並邀請 2023 年合作的六組青年團隊於活動攤位陳列並銷售青年深根在地商品，今周刊官方活動宣傳總觸及 320 萬人次以上，透過好鄰居基金會串聯統一超商通路力量，幫助更多勇於返鄉發展的青年，實現 SDG11 永續城市的願景。



12 月

聯合報 500 趴

持續倡議「地球永續、你我日常」核心概念外，更結合時下流行趨勢首創「在地永續賞」限定活動，攜手統一超商好鄰居文教基金會「青年深根計畫」在地永續商品共同倡議，三天共觸及約 13 萬人次。



### 永續推廣與社群

2023 年永續社群以迷因形式與利害關係人溝通，透過迷因解惑等軟性趣味內容與消費者溝通超商生活中的永續作為，邀請消費者共同響應「地球永續 你我日常」行動。

透過永續積分挑戰賽活動，溝通超商永續成效，年度近萬人挑戰；並採波段操作方式，透過 4 月世界地球日、7 月亞太永續博覽會、12 月 500 趴活動持續發酵，讓超商永續聲量得以延續。依據 2023 年意藍輿情報告熱門企業永續聲量顯示，截至 2023 年 10 月 7-ELEVEN 公益永續聲量排名第一。7-ELEVEN 把愛找回來公益募款平台則整合線上線下資源推出多元勸募管道，共創共好社會，2023 年全年公益募款社群發文共觸及近 480 萬人次。