



富邦媒體科技
momo.com Inc.



2022

TCFD Report

氣候相關財務揭露報告書

Task force on
Climate-related
Financial
Disclosures



目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

目錄 Contents

董事長的話 3

1 富邦媒體科技簡介 4

2 報告書編制說明 5

2.1 報告依據 5

2.2 報告目的 5

2.3 報告範疇與期間 5

3 TCFD 揭露項目 6

3.1 治理 6

3.2 策略 8

3.3 風險管理 25

3.4 指標與目標 28

4 環境永續里程碑 31

5 附錄 32

TCFD 揭露對照表 32

圖／表目錄

圖 1、氣候治理推動架構 6

圖 2、去節點運作模式 9

圖 3、物流中心換氣與地道風設計 14

圖 4、富邦媒價值鏈 15

圖 5、氣候相關風險與機會鑑別程序 16

圖 6、氣候相關風險與機會議題矩陣 17

圖 7、氣候相關風險／機會財務影響排序 24

圖 8、風險管理三道防線與管理流程 25

表 1、2022 年永續發展委員會與董事會報告氣候相關議題 7

表 2、6 大策略構面 8

表 3、溫室氣體減量目標 11

表 4、近三年溫室氣體排放情形 12

表 5、無紙化推動說明 12

表 6、倉儲廢棄物回收量 13

表 7、氣候變遷風險與機會時間長度 16

表 8、氣候相關風險議題說明 18

表 9、氣候相關機會議題說明 20

表 10、氣候相關風險機會與價值鏈 21

表 11、風險管理三道防線執行內容 25

表 12、風險因應措施 26

表 13、風險類型與管理指標 28

表 14、氣候相關風險短中長期目標與達成情形 29

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

董事長的話



「氣候極端變化」躍為國家發展層級重大戰略課題，富邦媒 momo 認為負責任的企業，應制定清晰氣候治理策略，故依據聯合國金融穩定理事會（Financial Stability Board）發布之 TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）氣候相關財務資訊揭露建議架構，出版台灣電商業第一本 TCFD 報告書，揭露在風險管理、低碳轉型之路徑規劃，期盼運用核心職能串連利害關係人，促動台灣電商業邁向永續轉型。

聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）於 2023 年 3 月公布第六次評估總結報告指出，全球近半人口生活在極易受氣候變化影響地區，過去十年，高度脆弱地區因洪水、乾旱、風暴造成的人類死亡數，是其他地區的 15 倍。事實上，2022 年在澳洲、南非、巴基斯坦、中國大陸皆曾發生洪水災情，巴西與歐洲傳出乾旱，台灣南部亦面臨降雨量減少的缺水危機。從你我的生活經驗，已不難想見氣候極端變化的迫在眉睫。

體認到氣候變遷「綠天鵝」，恐怕衝擊經濟穩定及企業經營，momo 近年制定商業策略時，已納入對環境衝擊的減緩與調適的考量，特別聚焦於「倉儲」、「物流」、「包裝」等三大主軸，發展「綠活電商」指標及短中長期目標。

舉例而言，momo 大型物流中心均建置太陽能發電系統，逐步規劃綠色能源自發自用。同時積極建構循環包裝生態圈、研發環境友善包材，運用 AI 技術開發「最適包裝建議模組」，制定包裝精簡標準作業流程，幫助第一線人員減少緩衝材使用量，並提升環保包材使用率。

為縮減最後一哩路的碳足跡，momo 持續拓展主倉及衛星倉佈局，以收「短鏈物流」之效，並攜手物流商、供應商落實去節點、集貨併件等行動。近年採購貨車均為一級能源效率車款，亦導入載貨量為傳統機車三倍之商業三輪電動機車，致力建置綠色車隊。透過這一本 TCFD 報告書，利害關係人將能掌握 momo 在氣候相關的轉型風險、實體風險、機會及財務影響評估。展望未來，雖大環境變化詭譎，momo 將持續發揮台灣電商業領導品牌之正向影響力，帶動整體價值鏈強化氣候風險韌性！

富邦媒體科技股份有限公司 董事長

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

富邦媒體科技簡介

富邦媒體科技股份有限公司（以下簡稱富邦媒）為台灣證券交易所掛牌上市之線上零售業領導者，隸屬於富邦集團，總部位於台北市內湖區，主要營業項目包含電視購物、網路購物、型錄郵購、旅行相關服務、人身保險代理及財產保險代理等，目前為台灣最大 B2C 虛擬購物通路，註冊會員數逾 1,180 萬，以「提供物美價廉商品及優質服務改善人們生活品質」為使命，自許成為消費者及供應商首選的虛擬購物平台。

公司基本資訊

公司名稱	富邦媒體科技股份有限公司
成立日期	2004 年 9 月 27 日
總部地址	台北市內湖區洲子街 96 號 4 樓
實收資本額	新台幣 2,184,912,600 元
股票代號	8454
員工人數	3,035 人（截至 2022 年底）
產品服務	電視購物、網路購物及型錄購物
經營團隊	董事長 蔡明忠 總經理 谷元宏



目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

報告書編制說明

(一) 報告依據

氣候相關財務揭露建議 (Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 以下簡稱 TCFD)。

(二) 報告目的

富邦媒重視氣候變遷對公司營運及利害關係人所帶來之影響，與企業對落實環境永續所肩負之責任，依照 TCFD 框架編制本報告書，說明公司所鑑別之氣候相關風險與機會，以及相關管理作為，強化與利害關係人之溝通，展現富邦媒積極落實永續營運之決心。

(三) 報告範疇與期間

本報告揭露範疇以富邦媒體科技股份有限公司為主，揭露期間為 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。使用資料若無額外註解，皆為 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日之資料。



TCFD 揭露項目

(一) 治理

1 氣候治理推動架構與管理階層權責

富邦媒以董事會作為公司最高治理單位，具有高階管理者的選任與提名之職責，負責制定公司企業社會責任及永續發展策略。2022年7月27日第七屆董事會第21次會議董事會決議設置之「永續發展委員會」，為負責制定永續發展年度計畫及策略方向之功能性委員會，由獨董及董事組成，總經理擔任執行長，各處室最高主管為當然委員，就公司治理、環境永續、商品責任、顧客承諾、員工關懷、社會公益等面向規劃核心資源、制定行動目標。

「永續發展委員會」每年至少召開4次工作會議及執行長會議，確保組織橫向及縱向之溝通有效性，並每季向董事會報告重要專案執行情形。秘書單位為隸屬於財會處之「永續發展部」，負責協調推動跨部門 ESG 專案及成效追蹤。

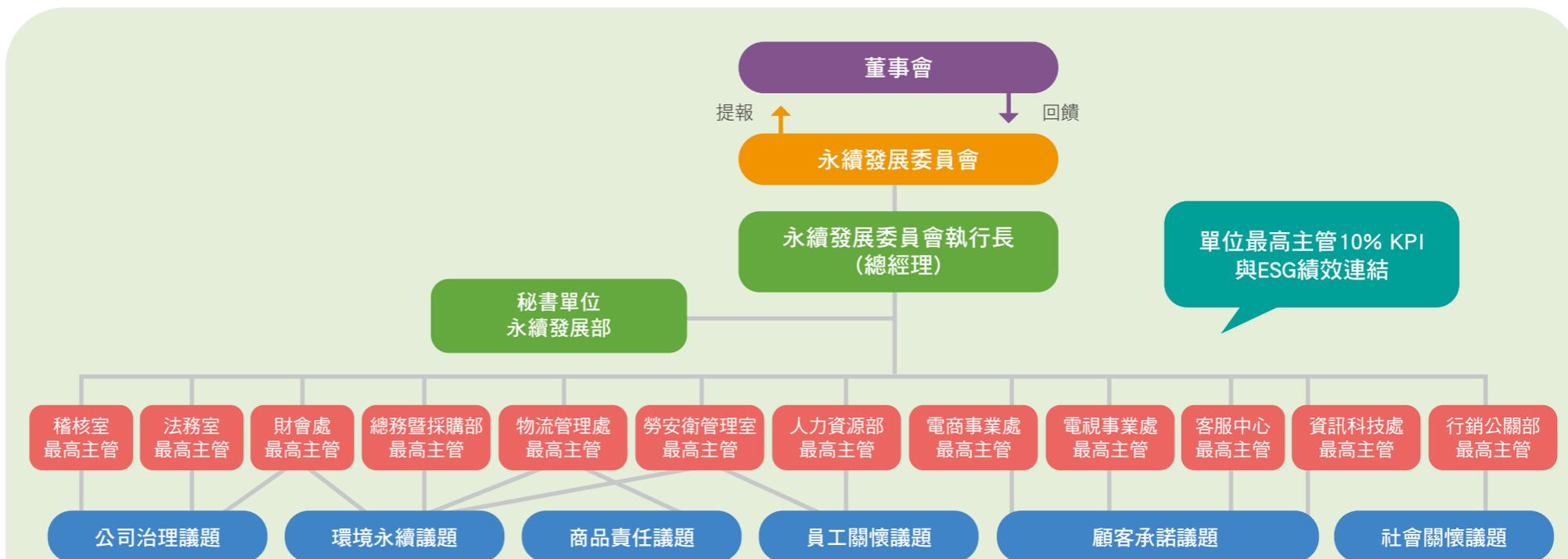


圖 1、氣候治理推動架構

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

環境行動專責推動組織——環境管理委員會

「環境管理委員會」由富邦媒綠色營運相關部門代表共 18 人組成，推動包括 ISO 14064-1 溫室氣體盤查、ISO 14001 環境管理系統、ISO 14067 碳足跡盤查等跨部門環境相關專案，每季固定召開會議，追蹤專案執行情形及評估績效。

2 董事會氣候相關風險監督情形

董事會除監督公司整體營運風險、制定策略、辨識營運及財務與稅務風險，亦監督公司永續發展的落實情形。富邦媒將氣候相關風險納入公司主要營運風險之中，2022 年於永續發展委員會及董事會報告之氣候相關議題如下表：

表 1、2022 年永續發展委員會與董事會報告氣候相關議題

重要會議	議案與報告事項
永續發展委員會	<p>2022 年共召開 2 次會議，將以下決議內容呈報董事會：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 富邦媒永續發展未來三年計畫 (2022-2024)，包含企業人權風險管理、永續供應鏈管理、精進利害關係人溝通及氣候相關財務揭露 (TCFD) • 2022 年導入科學基礎減量目標倡議 (SBTi) 承諾與通過計畫 • 2021 年 ESG 執行成果報告 & 2022 年 ESG 精進目標 • 2021 年第三屆利害關係人座談會溝通情形
董事會	<ul style="list-style-type: none"> • 富邦媒與合併報表子公司溫室氣體盤查及查證時程規劃案 • 第 2 季及第 3 季溫室氣體盤查與查證執行情形報告案

3 酬勞及績效評估機制

富邦媒依循《董事會及功能性委員會績效評估辦法》，每年對董事會、董事成員及功能性委員會辦理進行自評，並且至少每三年執行一次由外部專業獨立機構或專家學者團隊進行的績效評估，評估內容涵蓋 ESG 參與程度。在經過內外部績效評估之後，將評估結果送交薪資報酬委員會，並向董事會提出報告和改善方案。

為了強化 ESG 行動力，富邦媒將氣候議題納入人員的薪酬管理機制。2021 年經永續發展委員會決議，將各單位最高主管 (涵蓋處級最高主管及總經理轄下部室最高主管) 的年度績效評核納入 5% ESG 指標，並於 2022 年決議將 ESG 指標佔比由 5% 提升至 10%。透過將酬勞及績效評估，與氣候相關議題連結，富邦媒能夠持續內化綠色經營，穩健朝向「台灣綠活電商 NO.1」目標發展。



目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

(二) 策略

2020 年為富邦媒的「momo 環境元年」，繼 2016 年導入 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，2019 年首度取得 ISO 14001 環境管理系統認證，並由行政院環保署授予『網購包裝減量標章』；同時確立綠色共益夥伴、綠色包裝、綠色能源運輸、綠色倉儲、綠色營運、氣候行動等 6 大策略構面，推動各項低碳轉型計畫。

富邦媒於 2022 年承諾規劃 SBT 科學基礎減量目標，預計透過自建倉太陽能發電系統、外購再生能源，逐年提升再生能源使用量，並持續與員工、供應商議合，推動價值鏈低碳轉型。

1 綠活電商策略構面

以下說明 6 項綠活電商策略構面的目標與落實情形，並考量非實體零售產業的特性，再針對其中的綠色包裝、綠色能源運輸和綠色倉儲構面，重點說明富邦媒的氣候變遷減緩與調適作為：

表 2、6 大策略構面

策略構面	行動方案
綠色共益夥伴	與供應商推動循環物流箱
	與品牌商推動去節點計畫
	與配送商研擬提升運輸效率計畫
綠色包裝	包裝與包材塑膠盤點與減量計畫
	循環包裝倡議
綠色能源運輸	物流短鏈布局
	共享節碳計畫
	自有廠車運轉減碳計畫
	輔導富昇物流能源管理
綠色倉儲	自建倉裝置太陽能發電系統
	新建大型物流中心環境評估
綠色營運	行政文件紙張減量
	總部大樓人均廢棄物減量
	綠色採購政策訂定與執行
氣候行動	溫室氣體盤查與擴大盤查範疇
	承諾加入 SBTi 啟動總碳排減量規劃
	建立有效能源管理系統



1.1 綠色共益夥伴

與供應商推動循環物流箱

- 為取代一般紙箱的使用、減少資源消耗和廢棄物處理成本，富邦媒提供供應商可重複使用的物流箱，2022 年媒合 7 家供應商租借，累計使用 288 個循環物流箱，共減少 2.2 噸碳排放。

去節點計畫

- 富邦媒自 2018 年以來持續推動去節點運輸，至 2022 年已有 13 家供應商、25 項品牌與富邦媒合作去節點計畫。
- 去節點計畫的種類持續擴增，包含尿布、衛生紙、水飲、洗劑等 69 種品類，2022 年去節點運送件數達 1,143,693 件，較 2021 年成長約 86%，節省碳排達 75.39 公噸 CO₂e。

去節點運作模式

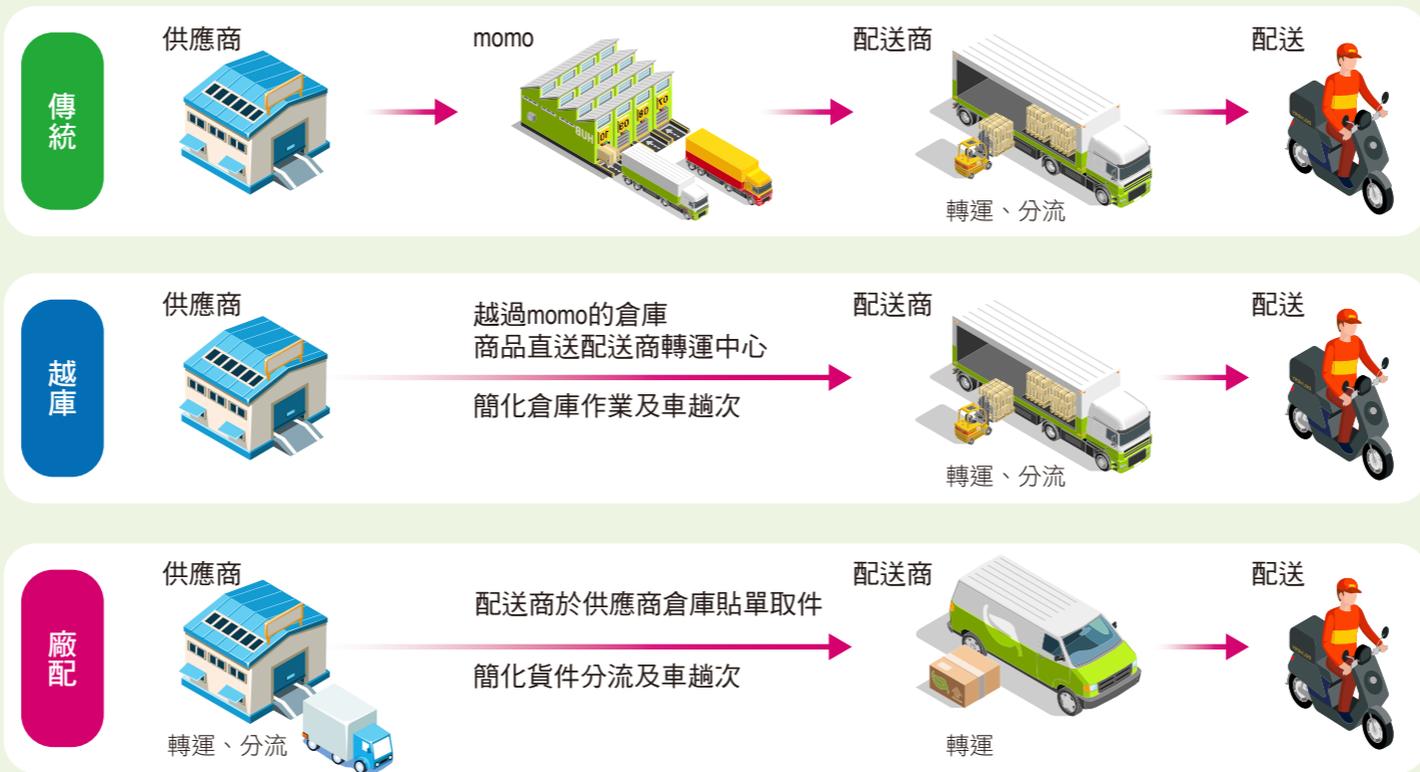


圖 2、去節點運作模式

配送商運輸效率提升計畫

- 2022 年配合之超商取件 (四大超商) 及台哥大門市取、到站自取 (i 郵箱)，總計合作據點數達 1.3 萬點，且可服務之商品種類從常溫商品擴大至低溫、易碎品，2022 年超取件數已達約 554.6 萬件，超取件數相較 2021 年基準年同期成長 43%。
- 規劃與超商合作，讓消費者可以就近至超商門市使用退貨服務，當物流配送商品至超商門市時，可一併收取退貨件，減少逐家收取退貨件的趟次。
- 規劃與配送商合作，由富邦媒中南部倉庫出貨之超商件可由配送商直送至取件的超商門市，減少須集運到北部倉庫的趟次。

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

1.2 綠色包裝

富邦媒積極響應環保署於 2023 年生效的《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，提前落實包材減量與包材技術創新作為，更藉由大數據分析及系統的輔助，分析商品存貨的位置和出貨包裝，減少跨倉分箱出貨和紙箱包材的使用，提升配送車裝載使用率。

循環包裝行動

- B2C 循環袋於全台郵筒、i 郵箱和美廉社門市總計逾 1 萬個回收據點，亦持續與集團夥伴及超商洽談合作回收通路，2022 年出貨件數達 22,822 個。
- 與財團法人中華民國佛教慈濟慈善事業基金會旗下 7 座「慈濟環保教育站」配合，提供回收據點與志工，協助篩選符合標準之紙箱。
- momo 總部及瑞光辦公室大樓設置循環紙箱回收站，提供員工就近回收之管道，並透過內部公告管道強化宣導。
- 規劃經營「綠活會員」客群，使消費者可自由選擇使用循環包裝、訂單併件，培養永續消費客群。

包材再生與減量

- 採用 100% 再生紙漿製造原色紙箱，印刷面積低於 30%。
- 增加紙箱規格的種類達 33 種，透過多種規格紙箱的選擇減少緩衝包材的使用，也降低網購包裝體積空隙率。
- 推動原箱出貨適用品項清查，提升自營進口商品採綠色包裝原箱出貨比例，2022 年達 46.9%，較 2021 年成長 5.9%，並與進口原廠合作，使商品在原廠包裝時與 momo 欲販售組合相同，減少再包裝之包材浪費。
- 提供供應商訂購之 momo 貼紙尺寸縮小，並針對特定商品類型精進最適包裝，並研發紙類包材。

- 2022 年平均單件包材重量為 204.9 公克，與 2021 全年相比下降 6.8%(減少 15.0g)；緩衝材使用較 2021 年同期下降 17.6%。

包材技術創新

- 運用 AI 技術開發「最適包裝建議模組」，幫助第一線人員選用最適合尺寸之包裝，制定包裝精簡標準作業流程 SOP。
- 2022 年破壞袋之再生塑料佔比達 30%，印刷面積低於 20%。
- 推行使用水解膠紙膠帶，採用 FSC 森林認證紙漿搭配植物澱粉提煉製成之黏著劑，遇水即產生黏性。
- 推行 FSC 森林認證紙漿蜂巢紙袋，減少緩衝材使用。
- 紙箱使用 100% 國際認證再生紙漿。
- 循環袋由倉儲回收廢棄膠膜經熱熔形成的再生塑料製成，袋體可重複使用達 25 次。



目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

1.3 綠色能源運輸

富邦媒從「綠色車隊」和「減少運輸碳足跡」雙面向著手，除了降低物流運輸的碳足跡，也打造出提升物流車隊運送效率的綠色能源運輸行動方案。

綠色車隊

- 採購車輛 100% 皆為環保車輛，已累積採購 144 台貨車符合一級能源效能、145 台機車符合二級能源效能，燃油車均依法配合執行排氣檢測。未來將持續擴大電動運輸載具在物流運輸服務中的佔比。
- 2022 年底起陸續導入三輪商用電動機車，可望降低運輸途中的碳排放量，且三輪商用電動機車貨箱容量較現有機車大型貨箱容量增加約 3 倍，能承載更多貨件，提升運輸效率。
- 自有車隊落實保養計畫，延長車輛壽命，降低車輛損壞更換所造成的資源消耗。

縮短最後一哩路，減少運輸碳足跡

- 佈建北中南 54 座主倉及衛星倉，搭配 AI 系統規劃最佳或最短配送路徑，結合物流各節點，推動短鏈物流。
- 若訂單商品需由多倉出貨，將透過既有的倉對倉轉運車趟，將訂購商品集中至集貨倉合併出貨，以減少配送趟次。
- 透過與四大超商既有的物流系統、台灣大哥大門市和 i 郵箱到站自取合作，將不同消費者的貨件合併運送至單一門市，減少戶對戶宅配的最後一哩路配送里程數。若以配送最後一哩路來計算，平均一件包裹的配送公里數為 0.7 公里，2022 年超商通路整體所節省的公里數達 388.2 萬，減少能源用量約 2,508.5 GJ，碳排放量減少約 231.4 公噸。
- 與供應商和配送商合作推動「去節點（廠配／越庫）計畫」，擴大配送貨件類型，減少宅配轉運趟次 2,239 趟，進而減少轉運延噸公里數達 320,818 公里，2022 年總計減少 75.39 公噸碳排放（CO₂e）與 3,224.75 能源耗用量（GJ）。

1.4 氣候行動

富邦媒成立「環境管理委員會」、制定環境安全衛生管理政策，定期追蹤和落實環境管理系統的日常運作。自 2016 年導入 ISO 14064-1 溫室氣體盤查以來，每年通過第三方驗證，並於 2018 年底導入 ISO 14001 環境管理系統，於 2019 年取得 ISO 14001 環境管理系統驗證證書、2022 年再次通過驗證。

此外，富邦媒 2022 年承諾加入 SBTi 科學基礎減碳目標倡議 (Science Based Targets Initiative)，以 2050 年淨零碳排為目標，規劃每年減碳目標與行動，預計 2024 年通過 SBTi 審查。同時 2023 年導入 ISO 14067 碳足跡盤查並規劃申請碳足跡標籤，以提供消費者電商服務透明化碳排資訊。

溫室氣體減量與管理

2022 年富邦媒設立溫室氣體減量目標，目標設定如下：

表 3、溫室氣體減量目標



註：基準年排放量為總部大樓、北區物流中心及 4 個主倉（蘆竹、林口、蘆四、南工）範疇一及範疇二排放量。

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

近三年富邦媒溫室氣體排放情形如下：

表 4、近三年溫室氣體排放情形

排放源	範疇	2020 年	2021 年	2022 年
直接排放量 (公噸 CO ₂ e)	範疇一	337.92	384.99	1,595.48
	範疇二	5,353.62	7,384.91	13,240.45
間接排放量 (公噸 CO ₂ e)	範疇三	3,663.9	2,204.74	1,524,208.69
	總排放量	9,355.43	9,974.64	1,539,044.62
人均排放量		3.8	3.6	2.7

(註 1) 歷年盤查邊界：2020 年 - 總部大樓、北區物流中心；2021 年 - 總部大樓、北區物流中心及 4 個主倉 (蘆竹、林口、蘆四、南工)；2022 年 - momo 及國內子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)。

(註 2) 所統計之溫室氣體為二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟碳化物、六氟化硫、三氟化氮。

(註 3) 人均排放量：2022 年計算方法為「溫室氣體 (範疇一、二) 排放量 / momo 及子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健) 總人數 (含派遣公司進駐人員)」，與 2020-2021 年不同。

1.5 綠色營運

紙張減量與無紙化

富邦媒從「消費通路」、「供應商」和「內部簽核」三方向推動無紙化的應用，不僅減少紙張使用，也提升作業效率。透過無紙化減少用紙量，2022 年富邦媒共減少碳排放約 431.6 公噸。

表 5、無紙化推動說明

無紙化推動方向	推動說明	2022 年成效
消費通路	2015 年起導入電子發票與運用網路、語音確認替代消費者銷貨退回證明單方案，以及販售旅遊行程之代收轉付收據由紙本改為電子郵件通知	<ul style="list-style-type: none"> 減少用紙量共計約 5,591 萬張
供應商	簡化供應商對帳流程，由 B2B 加值中心以網路方式進行對帳單確認、貨款及贊助款發票、退貨折讓單開立作業，減少使用傳統紙本發票以及紙本方式對帳，同時也節省郵寄作業流程	<ul style="list-style-type: none"> 供應商對帳無紙化作業比例已達到 80.75% 減少用紙量共計約 57.65 萬張
內部簽核	落實辦公室紙張減量，同步提升簽核流程之透明度	<ul style="list-style-type: none"> 導入 71 張電子表單 透由電子表單及計程車乘車券，電子化用紙量共節省約 24.17 萬張

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

廢棄物減量

2022 年富邦媒藉由 ISO 14001 環境管理系統訂定年度廢棄物減量方案，分別從總部大樓和倉儲兩大營運據點落實廢棄物回收、減量與再利用。

- 總部大樓：自 2020 年推動辦公室減廢行動以來，透過落實資源回收、鼓勵紙張重複使用、自備環保餐具和辦理視訊會議等措施，使廢棄物量逐年減少，2022 年人均廢棄物量約 0.0133 公噸，相較於 2020 年（基準年）減少了 20.36%，資源回收量共計約 9.87 公噸。
- 倉儲：富邦媒致力於提升倉儲內部資源回收率，2022 年擴大統計區域，廢棄物總量共計約 568.6 公噸、資源回收量共計約 3,085.15 公噸，未來將持續落實倉儲資源的最佳化利用、推動資源的循環再利用。

表 6、倉儲廢棄物回收量 (單位：公噸)

項目	2020 年	2021 年	2022 年
紙箱回收量	1,497.9	2,431.93	3,001.97
塑膠類回收量	19.92	48.82	81.59
氣泡布回收量 (註 2)	0.116	0.713	1.59
資源回收總量	1,517.93	2,481.46	3,085.15

註 1：揭露範圍：2020 年 - 北區物流中心；2021 年 - 北區物流中心、4 個主倉 (蘆竹、林口、蘆四、南工)；2022 年 - 資料涵蓋率為 100%，momo 營運控制之倉儲

註 2：氣泡布為 2020 年 Q4 開始進行回收

綠色採購

自 2021 年以來導入綠色採購政策，優先採購或租賃具有節能、環保標章之產品。2022 年，更擴大新增具碳足跡減量標章、FSC 標章等產品或服務，綠色採購金額共計 778,866,963 元。

1.6 綠色倉儲

透過物流中心太陽能發電系統的建置以及自動化設備的導入，積極布局淨零減碳、減緩氣候變遷影響，而面對氣候變遷可能加劇短期與長期性災害，亦針對物流倉儲據點的選址與規劃設計，皆納入環境因素的考量，增強公司因應氣候變遷的韌性。

再生能源與建築節能

- 北區物流中心採用多樣環保建材及節能設計，包括雙層牆面、複層 LOW-E 玻璃、地道風及水濺系統、自然通風系統、雨水回收植栽灌溉。南區物流中心及中區物流中心以綠建築概念規劃設計，分別預計於 2023 年及 2027 年啟用，透過常開式捲門、排氣風口、慢速扇、協流式風機等設備的使用，能夠減少外牆輻射熱吸收、導入地道風與引導自然通風對流，有效地降低空調能耗使用。
- 已經興建的北區物流中心和興建、規劃中的南區與中區物流中心，皆有建設太陽能發電裝置，北區物流中心每年可提供用電量約 110 萬度，南區和中區物流中心啟用後每年可提供用電量各約 130 萬度。



目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

環境評估

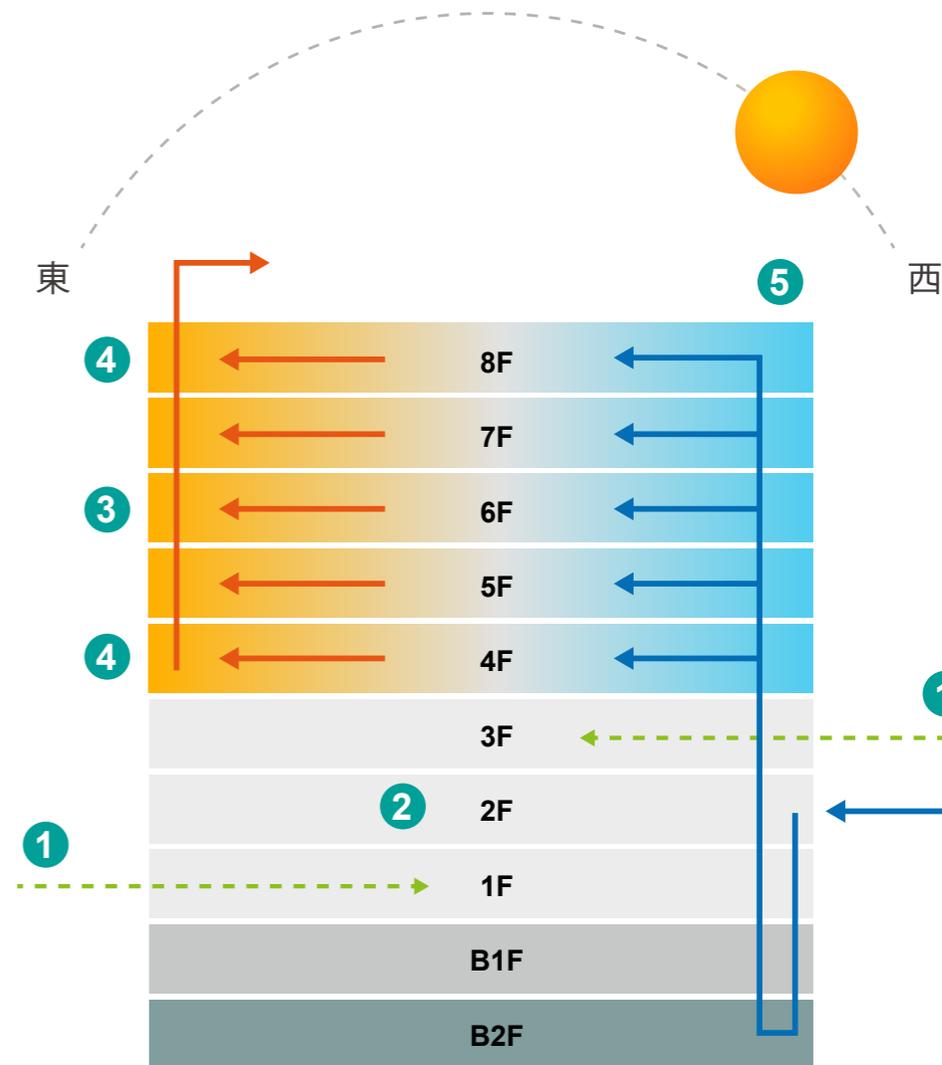
- 建置大型物流中心前皆會進行完善的「設廠環境評估」，包含出流控制、土壤液化評估、土壤、地下水位監測、交通影響評估等，其中透過規劃建置綠帶，使暴雨期間不影響原地表逕流分擔之功能，滿足防洪需求，並辦理相關專家審查會議，經專家意見調整設廠規劃，確保影響程度降至最低。

淹水防治

- 興建中的中區物流中心建置出流管制設施，透過基地周邊之排水溝、集水井、及雨水入流管導入筏基式滯洪池，再由抽水機及控制閥門調節滯洪池的水位，能夠有效因應基地開發後，在暴雨期間所需之滯洪量。

南區物流中心換氣設計、地道風設計示意

- 1 地面層、三樓 採自然通風
- 2 二樓 預冷空調箱+小型送風機
- 3 五~七樓 吊掛空調箱+噴流出風口
- 4 四、八樓 Q台精準空調
- 5 全棟 環境偵測系統



設置區域變頻水泵，依現場使用狀況及時段不同進行冰水量調節

達到空調總量彈性調配

圖 3、物流中心換氣與地道風設計

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

2 氣候相關風險與機會鑑別程序

富邦媒重視氣候變遷對於公司整體營運價值鏈所帶來的影響，分析價值鏈中可能面對的氣候相關風險與機會：

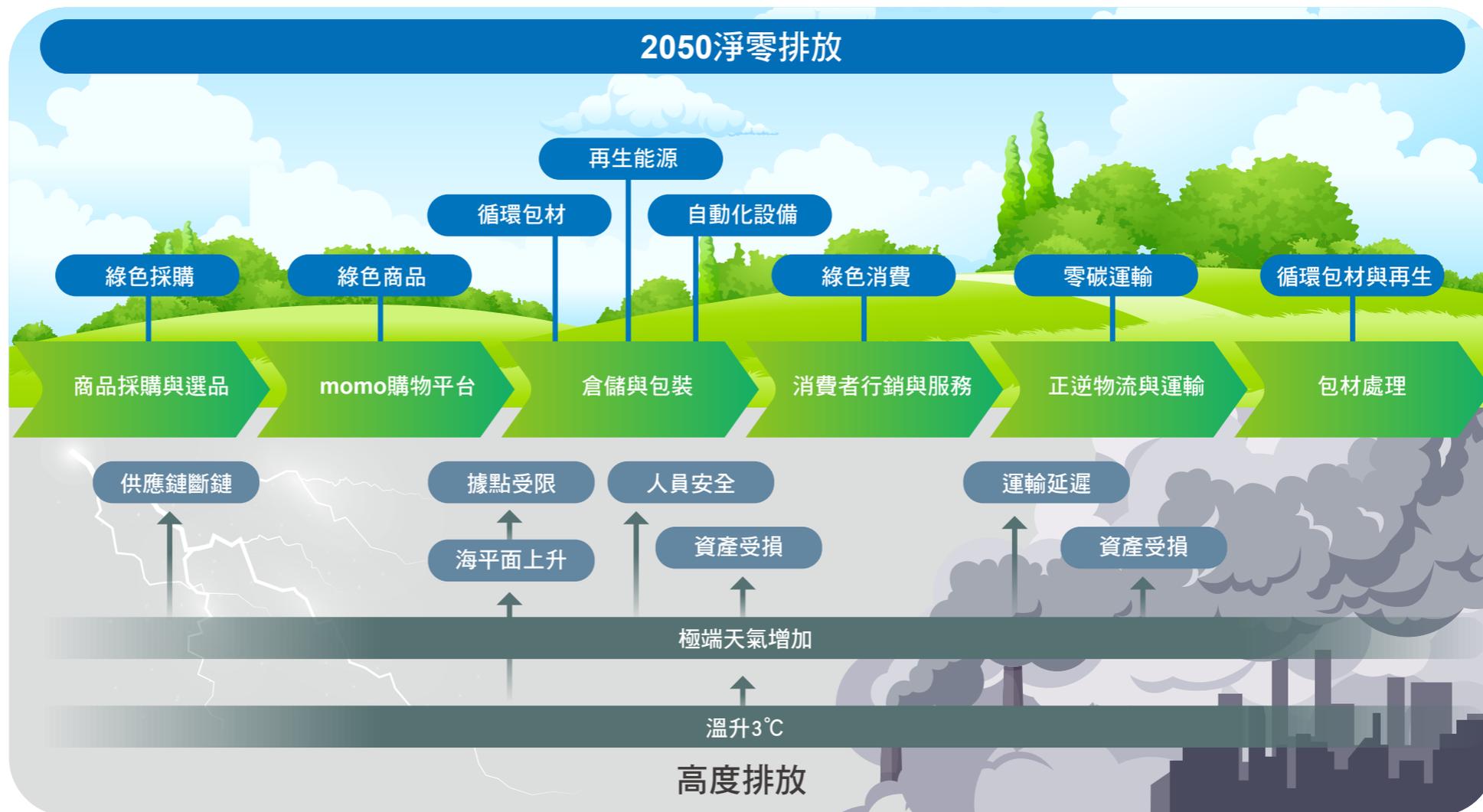


圖 4、富邦媒價值鏈

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

透過下述的氣候風險與機會鑑別程序，富邦媒掌握氣候相關風險與機會在特定氣候情境下，與公司營運有關的短、中、長期議題，並針對影響重大性排序在前位的議題，進行財務影響分析。

2.1 氣候議題資料蒐集



圖 5、氣候相關風險與機會鑑別程序

富邦媒參考國際能源總署 (International Energy Agency, IEA) 以及政府間氣候變化專門委員會 (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 定期發布的報告，選定 2050 淨零排放情境 (NZE)、SSP^{註 1} 1-2.6 與 SSP 5-8.5 情境，彙整出在各個時間尺度下，能夠反映富邦媒產業特性的轉型、實體風險與機會議題^{註 2}。

註 1：SSP 意指「共享社會經濟路徑 (Shared Socioeconomic Pathway, SSP)」，透過情境模擬來評估政策施行後對社會與經濟面向的影響。

註 2：轉型風險意指組織在面對低碳經濟轉型可能需要的政策、法律、技術和市場變化，所會面臨在財務和名譽上的風險；實體風險為氣候變遷在立即性的極端天氣事件和長期極端溫度變化，可能對組織產生的財務衝擊；機會為組織為減緩和適應氣候變遷所能創造出的機會。

依據短、中、長期時程的定義，訂定氣候相關風險與機會的發生期程如下表：

表 7、氣候變遷風險與機會時間長度

時程	時間長度	期程	說明
短期	0-1 年	2022 至 2023	富邦媒依循公司永續策略，自訂 2022 年至 2023 年為短期的時間範圍。
中期	1-10 年	2024 至 2030	根據 IEA 之 World Energy Outlook 2020 報告指出全球於現今至 2030 年之能源轉型與減碳路徑，富邦媒以此報告為依據，分析氣候變遷之轉型風險，設定中程目標。
長期	11-30 年	2031 年至 2050	現今國際趨勢為多數國家訂定 2050 年達成淨零排放目標，富邦媒呼應國際趨勢，設定 2050 年達成淨零碳排目標。

2.2 氣候情境說明

為了掌握在極端氣候的影響下，富邦媒未來可能遭遇的風險，以及邁向淨零排放的潛在發展機會，分別採用了三種氣候情境進行氣候相關風險與機會的模擬，包含 NZE、SSP 1-2.6 與 SSP 5-8.5 情境：

- NZE 情境：為了達成全球溫度控制在攝氏 1.5°C 以下的目標，IPCC 於 2018 年發布特別報告，建議全球應採取行動在 2030 年前降低一半的排放量，並在 2050 年前達到淨零排放。在 IEA 於 2021 年出版的世界能源展望報告中，NZE 代表的是各國最積極推動減量措施的情境，意即各國在 2050 年實現淨零排放，此情境的應用，可以回應未來全球積極推動減量政策的趨勢。

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

- SSP 1-2.6 與 SSP 5-8.5 情境：IPCC 於 2021 年發布的第六次評估報告 (AR6) 將原先第五次評估報告 (AR5) 使用之 RCP 情境更改為 SSP 情境，新增考量人口成長、經濟發展、技術創新、公司治理、行為改變等因素。SSP 1-2.6 代表未來全球發展依循低度溫室氣體排放情境；而 SSP 5-8.5 代表全球市場趨於整合，且因成功解決許多環境議題使各界相信即使全力發展化石燃料，仍可邁向永續發展的非常高度排放情境。

2.3 氣候相關風險與機會評估方法

在建立風險與機會議題清單後，由各相關部門協助進行風險及機會的辨識與評估，並將各項議題對應的部門進行重要性排序，計算議題中各部門的權重百分比，並參考風險管理實務常見方法，針對每一項風險所造成之危害程度，採用以下公式進行風險危害的重大性評估：

$$\text{風險危害} = \text{發生可能性} * \text{影響程度}$$

2.4 氣候相關風險與機會議題分析

透過上述的氣候相關風險與機會鑑別程序，2022 年富邦媒共鑑別出 9 項轉型風險、7 項實體風險，以及 7 項機會議題，依照風險危害值繪製氣候相關風險與機會之議題矩陣如下圖：

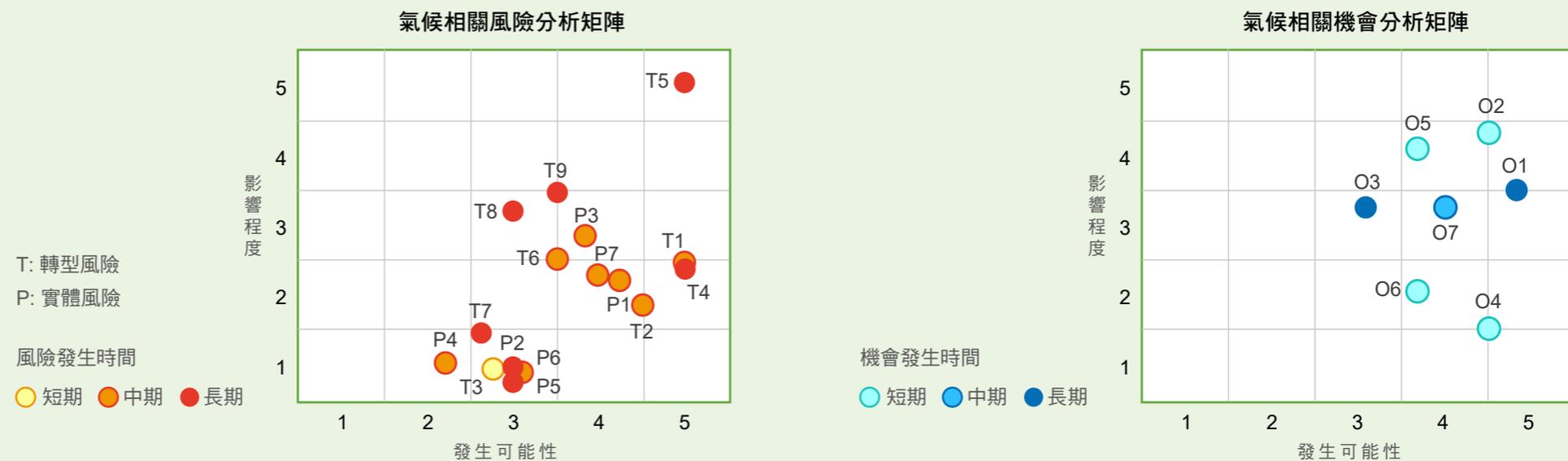


圖 6、氣候相關風險與機會議題矩陣

將所鑑別出的氣候相關風險與機會議題，依照發生時程列表如下：

表 8、氣候相關風險議題說明

排序	編號	類型	風險議題	議題說明	時程
1	T5	轉型風險	零碳建築轉換	因應低碳發展趨勢，推動零碳建築，富邦媒為更換現有建物，將導致營運成本上升。	長期
2	T1	轉型風險	再生能源提升	因應國際與台灣政府對企業使用再生能源的要求，富邦媒需提高營運過程中再生能源使用比例，進而導致營運成本增加。	中期
3	T4	轉型風險	電動車取代燃煤車	因應低碳發展趨勢，推動電動車取代燃煤車的發展，富邦媒為更換現有物流車隊，將導致營運成本上升。	2022-2032 年、 長期 ^(註)
4	T9	轉型風險	永續作為不足	公司若未採取積極永續作為，恐喪失消費者青睞。	長期
5	P3	實體風險	極端天氣導致斷鏈	營業據點因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，面臨斷電、交通中斷、設備毀損等問題，造成斷鏈，影響公司營運及客戶權益。	中期
6	P1	實體風險	資產設備毀損	因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，使公司資產設備(如：辦公據點、物流車隊、倉儲據點、商品)毀損，影響正常營運及設備歲修頻率。	中期
7	T8	轉型風險	永續績效停滯	公司永續績效停滯不前，使永續評比下降，失去投資人青睞。	長期
8	P7	實體風險	平均氣溫上升	因平均氣溫上升，使得營運據點之空調耗能、緊急供電設備與用電成本等提高。	中期

註：此題區分兩種發生可能性：電動機車依照富邦媒所設電動機車導入目標，2022 年導入 50 台電動機車，至 2032 年達成 100% 電動機車占整體機車比例，故時程為 2022-2032 年；富邦媒預計 2050 年導入電動貨車達 925 輛，故時程為長期。

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

排序	編號	類型	風險議題	議題說明	時程
9	T6	轉型風險	淨零技術研發	因應淨零排放趨勢，公司投入淨零技術研發，進而導致研發成本支出增加或投資失敗。	中期
10	T2	轉型風險	增加碳費	為因應與碳定價相關之新興法規需繳納碳費，進而增加營運成本。	中期
11	T7	轉型風險	環境負面消息	政府、社區因環境意識高漲，公司若有環境相關負面消息露出，需投入人力回應輿情，更甚者恐有停工危機、面臨氣候訴訟之風險。	長期
12	P2	實體風險	極端天氣增設設備	為避免公司受到極端天氣，如颱風、暴雨、洪水等，嚴重影響公司營運，而增加於營運據點裝設水災警示系統設備的相關成本。	中期
13	P5	實體風險	倉儲、據點淹沒	全球海平面上升，位處低窪地區的倉儲、據點遭淹沒，產生額外搬遷成本，及增加保險成本。	長期
14	T3	轉型風險	包材減量技術投入	因應網購包裝減量法制化趨勢，增加再生材料、循環箱(袋)使用率、包材減重技術研發等，將導致營運成本上升。	短期
15	P6	實體風險	溫升提升人事成本	平均氣溫上升，員工因溫升而離開工作崗位以及產生人身安全問題的機率增加(戶外工作比例)、保險成本提高。	長期
16	P4	實體風險	極端天氣造成傷亡	員工因為颱風、暴雨、熱浪等極端天氣造成傷亡，增加就醫及保險支出。	中期

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

表 9、氣候相關機會議題說明

排序	編號	類型	機會議題	議題說明	時程
1	O2	機會	物流運輸效率提升	透過物流相關的技術研發和創新，提升運輸效率降低運輸過程碳排放，更因節省配送時間而提升客戶滿意度，致使營收上升。	短期
2	O1	機會	零碳物流	研發更高效的運輸方式，並且因為打造出零碳物流，取得拓展物流業務開發新市場的機會。	長期
3	O5	機會	綠色商品	因為消費者行為的改變，偏好更高效節能的電器設備、環保綠色商品的趨勢更快速的提升，公司提早因應趨勢可以提升客戶滿意度，致使營收上升。	短期
4	O7	機會	積極永續作為	富邦媒採取積極永續作為，持續獲得投資人青睞。	中期
5	O3	機會	零碳倉儲	將現有與未來的倉儲建物轉變為更高能源效率的建築，並且因為打造出零碳倉儲，獲得開發新市場的機會。	長期
6	O6	機會	因應環境永續規範	政府對物流、包材等環境永續的相關要求持續提升，若提早因應將會成為產業標竿案例，進而提升商譽與營收。	短期
7	O4	機會	包材研發	為了降低營運過程中的碳排放，投入產品的包材研發，使公司能夠拓展新的業務領域。	短期

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

2.5 氣候相關風險／機會與富邦媒營運價值鏈之關聯

表 10、氣候相關風險機會與價值鏈

議題	風險發生節點					
	商品採購與選品	momo 購物平台	倉儲與包裝	消費者行銷與服務	正逆物流運輸	包材處理
零碳建築轉換			V			
再生能源提升			V			
電動車取代燃煤車					V	
永續作為不足		V		V		
極端天氣導致斷鏈	V		V		V	
資產設備毀損			V		V	
永續績效停滯	V	V	V		V	V
平均氣溫上升			V			
淨零技術研發	V		V		V	V
增加碳費	V	V	V	V	V	V
環境負面消息	V		V	V		
極端天氣增設設備			V			
倉儲、據點淹沒			V			
包材減量技術投入			V			V
溫升提升人事成本			V		V	
極端天氣造成傷亡			V		V	

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

議題	機會發生節點					
	商品採購與選品	momo 購物平台	倉儲與包裝	消費者行銷與服務	正逆物流運輸	包材處理
物流運輸效率提升					V	
零碳物流					V	
綠色商品	V	V		V		
積極永續作為	V	V	V	V	V	V
零碳倉儲			V			
因應環境永續規範		V	V			
包材研發			V			V

3 氣候相關風險與機會財務影響評估

在風險危害的重大性計算結果中，前三項議題皆為轉型風險，包含「因應低碳發展趨勢，推動零碳建築，富邦媒為更換現有建物，將導致營運成本上升(T5)」、「因應國際與台灣政府對企業使用再生能源的要求，富邦媒需提高營運過程中再生能源使用比例，進而導致營運成本增加(T1)」、「因應低碳發展趨勢，推動電動車取代燃煤車的發展，富邦媒為更換現有物流車隊，將導致營運成本上升(T4)」。

此外，因本公司將極端氣候與自然災害對公司營運的衝擊，納入主要營運風險之中，故將實體風險中排序第一的議題，「營業據點因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，面臨斷電、交通中斷、設備毀損等問題，造成斷鏈，影響公司營運及客戶權益(P3)」，與前三項轉型風險議題一併納入財務影響評估：

轉型風險 (T5)：

因應低碳發展趨勢，推動零碳建築，富邦媒為更換現有建物，將導致營運成本上升。

- 影響說明：根據 IEA 所提出的 2050 年淨零排放路線圖，至 2030 年各國家以及地區都要對新建築物符合零碳建築之規範。此外，依照台灣 2050 淨零路徑規劃，2050 年時，100% 新建建築物與超過 85% 建築物需為近零碳建築，而富邦媒為因應趨勢，更換現有建築將會使營運成本上升。
- 議題發生時間：長期（2031-2050 年）
- 潛在財務衝擊（新台幣）：以一次性更換物流中心為綠建築以及照明、空調設備為一級省電設備、更改租賃大樓與倉儲為鑽石級綠建築進行計算。
- 平均一年潛在財務衝擊：約佔 2022 年營收的 0.19%

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

轉型風險 (T1)：

因應國際與台灣政府對企業使用再生能源的要求，富邦媒需提高營運過程中再生能源使用比例，進而導致營運成本增加。

- 影響說明：根據 IEA 所提出的 2050 年淨零排放路線圖，傳統能源將在 2030 年前逐步淘汰，而富邦媒為因應趨勢提升再生能源比例將使營運成本上升。
- 議題發生時間：中期（2025-2030 年）
- 潛在財務衝擊（新台幣）：以 2021 年為基準年，納入每年用電成長、新建物流中心增加再生能源發電自用、每年減碳比例和外購電力等考量評估。
- **平均一年潛在財務衝擊：約佔 2022 年營收的 0.06%**

轉型風險 (T4)：

因應低碳發展趨勢，推動電動車取代燃煤車的發展，富邦媒為更換現有物流車隊，將導致營運成本上升。

- 影響說明：依據 IEA2050 年淨零排放路線圖，電動車比例將在 2030 年達到 20%、2040 年將達到 60%，此外，台灣政府宣布預計在 2040 年停售燃油汽機車，而富邦媒為因應趨勢購入電動車將使營運成本上升。
- 議題發生時間：電動機車短期至中期（2022-2032 年）、電動貨車長期（2031-2050 年）
- 潛在財務衝擊（新台幣）：以一次性更換與購入電動機車和興建充電樁、一次性更換為電動貨車進行計算。
- **平均一年潛在財務衝擊：電動機車約佔 2022 年營收的 0.01%、電動貨車約佔 2022 年營收的 0.04%**

註以富邦媒現有電動機車與電動貨車個別導入目標作為財務影響計算發生時間。電動機車 2032 年佔整體機車占比達 100%、電動貨車 2050 年達 925 輛。

實體風險 (P3)：

營業據點因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，面臨斷電、交通中斷、設備毀損等問題，造成斷鏈，影響公司營運及客戶權益。

- 影響說明：颱風、暴雨與洪水等極端天氣發生頻率和強度因氣候變遷而增加。因極端天氣導致淹水而影響富邦媒營運，導致斷鏈將使營收降低。
- 議題發生時間：中期（2024-2030 年）
- 潛在財務衝擊（新台幣）：假設強颱風發生造成營運中斷一天，並考量未來營收成長幅度計算營運中斷一天可能影響。
- **潛在財務衝擊：約佔 2022 年營收的 0.64%**

富邦媒氣候變遷機會重大排序結果前三項為「透過物流相關的技術研發和創新，提升客戶滿意度，致使營收上升 (O2)」、「研發更高效的運輸方式，並且因為打造出零碳物流，取得拓展物流業務開發新市場的機會 (O1)」、「因為消費者行為的改變，偏好更高效節能的電器設備、環保綠色商品的趨勢更快速的提升，公司提早因應趨勢可以提升客戶滿意度，致使營收上升 (O5)」。

三項重大氣候機會議題對財務影響的說明如下：

機會 (O2)：

透過物流相關的技術研發和創新，提升運輸效率降低運輸過程碳排放，更因節省配送時間而提升客戶滿意度，致使營收上升。

- 影響說明：透過提升物流效率使得客戶對於富邦媒服務的滿意度提升，維持客戶黏著度以及吸引新客戶，進而提升營收。
- 議題發生時間：短期（2022-2023 年）

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

- 潛在財務衝擊：截至 2022 年 12 月止，富邦媒已完成全台 35 座衛星倉的建置，並配合 19 座主倉推動短鏈物流的布局，同時建置 AI 系統規劃最佳或最短配送路徑，更在雙北推出「3H 超市快配」服務，達成生鮮商品亦能快配的目標，此服務比起過往雙北 6 小時送達，配送時間縮短近 50%。結合物流各節點，有效縮短商品運送至客戶端的距離，減少運輸過程碳排放。未來富邦媒將持續推動短鏈物流的布局，透過提供低碳且高效的運輸服務，穩固消費者對於富邦媒綠色品牌的信賴與回購度，維持營收的穩定成長。

機會 (O1)：

研發更高效的運輸方式，並且因為打造出零碳物流，取得拓展物流業務開發新市場的機會。

- 影響說明：未來富昇物流持續配合富邦媒的綠色車隊策略，逐年增加電動車比例，同時提升物流業務承擔能力，將可成為台灣首間提供低碳至零碳物流服務的公司，符合政府與市場對於淨零碳排的期待，取得拓展物流業務新市場的機會。
- 議題發生時間：長期（2031-2050 年）
- 潛在財務衝擊（新台幣）：以 2050 年物流運輸市場需求推估富昇物流營收成長金額。
- 潛在財務衝擊：約佔 2022 年營收的 1.58%

機會 (O5)：

因為消費者行為的改變，偏好更高效節能的電器設備，且環保綠色商品的趨勢更快速的提升，公司提早因應趨勢可以提升客戶滿意度，致使營收上升。

- 影響說明：根據 2022 年工研院產業科技國際策略發展的「淨零永續行為落實意願」問卷調查報告，高達 90.9% 的民眾「已經」或「有可能」在採購家電時，僅購買

具有節能標章或能源效率標示 1 級的產品；60.4% 的民眾「非常可能」與「有點可能」選擇購買與實用台灣生產和時令的食品；將近 60% 的民眾「非常可能」與「有點可能」不使用一次性或單一用途的塑膠製品，這些調查顯示消費者更加重視產品在環境保護表現的價值。而各大電商除了推動包材減量之外，也陸續提升環保相關商品的品項。

- 議題發生時間：短期（2022-2023 年）
- 潛在財務衝擊（新台幣）：預估富邦媒「綠色生活館」銷售成長。
- 潛在財務衝擊：約佔 2022 年營收的 0.73%

依照財務影響評估大小，排序上述氣候相關風險與機會議題如下：

單位：財務影響約當 2022 年營收比例

風險		年	機會	
0.19%	更換為零碳建築	2050	零碳物流新市場	1.58%
0.04%	更換為電動貨車	2031		
0.64%	極端天氣造成斷鏈	2030	因應綠色消費意識興起	0.73%
0.06%	外購再生能源	-		
0.01%	更換為電動機車	2024		
		2023		
		-		
		2022		

圖 7、氣候相關風險／機會財務影響排序

(三) 風險管理

1 氣候相關風險與整體風險管理制度之整合

富邦媒體於 2018 年 10 月 29 日訂定「風險管理辦法」，將氣候變遷納入主要營運風險之中，執行氣候相關風險與機會鑑別程序，並透過風險管理三道防線，依據風險制定對應策略、分層落實與追蹤風險管理成效。

董事會為風險管理最高決策單位，落實並確保公司風險管理機制的有效運作，肩負風險管理最終責任，並由總經理依據風險類型召集權責單位執行風險管理措施。風險管理運作分為三道防線，分別為：第一道各單位或業務承辦人、第二道單位各級主管，以及第三道管理階層，落實風險評估與監督機制。隸屬董事會之獨立部門稽核室，主要辦理內部稽核業務與檢察、評估內部控制之執行情形，彙整各單位自行評估結果，提報永續發展委員會及董事會以評估公司風險管理的有效性。

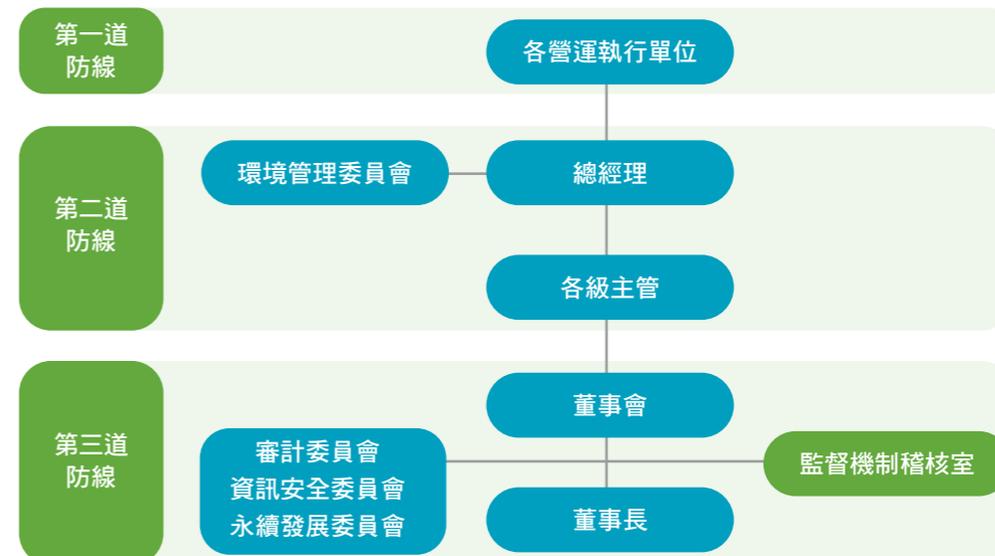


圖 8、風險管理三道防線與管理流程

表 11、風險管理三道防線執行內容

風險管理三道防線	
第一道防線 各營運執行單位	為最初的風險發覺、評估及控制的直接單位，執行日常業務時，能辨識風險來源及分析、評估風險發生時之影響程度，並採取風險回應。
第二道防線 各級主管	負責相關業務之風險管理，定期檢視負責業務之風險及控制點，並注意主管機關公告之最新法規增修訂及業務相關函令，必要時得增修訂相關內部規範。
第三道防線 管理階層	1. 審視公司風險類型之風險管理相關機制之完整性 2. 監控各單位之相關風險 3. 考量風險發生可能性與影響程度，納入營運策略與決策之中
監督機制 稽核室	1. 依據各項業務風險高低的評估，排定年度稽核計畫 2. 執行稽核作業，呈報稽核結果並追蹤缺失 3. 不定期彙整風險管理情形向董事會報告

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

2 氣候相關風險管理措施

富邦媒重視因應低碳轉型與氣候災害對公司營運的潛在與實際影響，依據政策和法規、技術、市場、商譽、立即性與長期性等風險類型，落實相應的管理措施：

表 12、風險因應措施

風險類型	說明
<p>政策和法規</p>	<p>1. 減碳要求：在金管會的「上市櫃公司永續發展路徑圖」中，規劃於 2027 年全體上市櫃公司完成溫室氣體盤查，至 2029 年完成盤查之查證；此外，《氣候變遷因應法》於 2023 年頒布，規範主管機關設置「碳費審議委員會」，制定碳費費率向企業徵收碳費。為提前因應法規，富邦媒已執行相關方案落實減碳作為：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 導入 ISO 14064-1：於 2016 年啟動 ISO 14064-1 溫室氣體盤查，且每年通過第三方單位之查證。 • 導入 ISO 14001：2018 年導入 ISO 14001 環境管理系統，訂定具體管理目標，並於 2019 年取得證書。2022 年再次通過驗證，維持環境管理系統運作。 • 自建再生能源系統：利用自有倉儲閒置屋頂建造太陽能裝置，生產自用再生能源，在減少碳排與節能的同時，避免未來碳費所帶來的營運成本衝擊。 • 導入 ISO 14067：2023 年導入 ISO 14067 碳足跡盤查，掌握生命週期各階段碳排，並預計取得碳標籤。 <p>2. 網購包裝減量要求：環保署於 2023 年正式推動網購包裝減量的法制化，針對包裝材料、平均包裝材減重率和包裝重量比值三個項目進行規範。因應網購包裝減量要求，富邦媒自 2019 年參與環保署主辦之「網購包裝減量計畫」，除積極參與相關公聽會，共同推動法制化的措施，更落實以下作為，被授予「網購包裝減量標章」：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 包裝材料：使用再生紙漿製成之原色紙箱、破壞袋之再生塑料摻配達 30%。 • 包裝重量比值：定期進行訂單抽樣，並且針對比值不合格商品執行訂單重量比值稽核輔導。 • 平均包裝材減重率：2022 年平均單件包材重量為 204.9 公克，與 2021 年相比下降 6.8%(減少 15.0 公克)，緩衝材使用較 2021 年同期下降 17.6%。 • 推行循環包裝：循環紙箱預估每月可出貨 3,500 單、循環袋平均每月逾 2,500 單。將持續增加循環包裝之出貨倉庫數，並持續擴大循環紙箱及循環袋之回收通路。 • 永續供應鏈：鼓勵品牌供應商使用「momo 循環物流箱」裝取入庫商品，減少紙箱用量。
<p>技術</p>	<p>富邦媒重視低碳及能源效率提升的趨勢需求，提前從辦公作業和物流 2 大方向佈局，因應技術轉型對公司營運可能帶來的風險：</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 電子化作業：在消費通路、供應商及內部簽核流程推動無紙化應用，未來將持續推動電子發票整合服務平台、使用 B2B 加值中心，以及優化內部電子表單 eflow 系統。 2. 循環載體使用：由倉儲回收廢棄膠膜經熱熔形成再生塑料，製作為循環袋，袋體可重複使用達 25 次，全台回收據點逾上萬個。同時推動品牌供應商使用循環箱入庫、循環袋出貨，並持續研擬紙類填充材。 3. 短鏈佈局與去節點：擴大倉儲地點，搭配與供應商合作廠配、越庫等兩項快速出貨模式，縮短貨物配送時間與距離，大幅降低配送過程碳排放，更使消費者因快速收到訂購商品而提升對於富邦媒服務的滿意度與信賴度。 4. 數位賦能：運用 AI 大數據開發「最適包材建議」模組，分析歷史包裝經驗及商品尺寸，納入環保包材適合度評估，降低填充材之使用；另開發「最短配送路徑建議」模組，搭配短鏈佈局、佈建電動車隊，有效縮短物流「最後一哩路」之碳排里程。

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

風險類型	說明
市場	<p>因應客戶對物流減碳的要求和綠色消費意識興起可能造成的市場風險，富邦媒從綠色物流和綠色商品推動此項風險類型的管理措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 推動綠色物流服務：使用具能源效能認證之運輸載具，並持續添購電動車輛，搭配短鏈物流與去節點等降低運輸里程數的技術佈局，擴大綠色物流服務規模。 2. 綠色商品推廣：於 2019 年開設綠色生活館，販售具環保節能認證之商品，因應近年來消費者日益提升的永續與環保意識。此外，2023 年推動「綠活會員」機制，鼓勵會員自由選擇採用循環包裝或訂單併件出貨。
名譽	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利害關係人溝通與回應：富邦媒自 2019 年起每年透過永續發展委員會檢視與其業務相關的利害關係人議合主題，並且以利害關係人座談會等多元形式與利害關係人議合。 2. 本年度出版第一本 TCFD 報告書：向利害關係人說明公司因應氣候變遷的積極作為。
立即性	<p>因應極端天氣可能造成斷電、交通中斷、設備毀損等問題，使得供貨斷鏈影響公司正常營運及客戶權益：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 與供應商共同擬定因應極端氣溫變化的運送與倉儲之行動方案，若產品與服務因天災造成供應商無法如期供貨，加強供應商配合入庫。 2. 自有車隊出車前車況檢查，並記錄車故發生當天的氣候狀況，研擬氣候影響車故發生的避免方式。 3. 新建倉儲兼具節能、防洪、因應熱島效應等效能。
長期性	<p>因海平面上升可能造成營運據點受限及資產損失，採取以下管理作為：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 倉儲建置：興建倉儲前參考淹水模擬等資料，評估地理區域及環境因素等條件及對環境的影響，採取減緩與調適措施。 2. 營運管理：維持倉儲 24 小時不間斷運作，並建立單位橫向作業串聯，因應緊急事態發生。 3. 物流運輸管理：透過物流短鏈佈局，搭配數據系統運算與串接，因應訂單移轉配置，並與多家配送商合作，降低無法及時供貨之風險。

(四) 指標與目標

富邦媒自從設定 2020 年為「環境元年」以來，積極落實各項減碳、減廢的氣候行動與目標。

2022 年是富邦媒立下重要環境永續作為的關鍵一年。自 2016 年導入 ISO 14064-1 溫室氣體盤查以來，除了每年通過第三方查證，富邦媒亦在 2022 年達到 100% 的盤查涵蓋率，同年也承諾導入 SBT 科學基礎減量目標。

面對氣候變遷對於利害關係人可能帶來的風險衝擊，富邦媒將持續深化氣候風險的因應與調適作為，維持穩健營運，強化公司的永續韌性體質。

1 氣候相關風險指標

為了有效將氣候議題納入公司整體的風險管理三道防線之中，富邦媒依循前述的氣候風險類型，進一步設定管理指標如下：

表 13、風險類型與管理指標

風險類型	指標	指標管理途徑	風險與機會議題
政策和法規： 因應相關法規，以及未來碳費對營運成本之衝擊	綠建築	<ul style="list-style-type: none"> 綠建築規格物流中心完工啟用 	T5 零碳建築
	能源效率提升	<ul style="list-style-type: none"> 增加再生能源使用比例 減少碳排放量 減少運輸使用之非再生燃料比例 	T1 再生能源 T4 電動車隊
市場：綠色消費意識興起、物流運輸過程減碳	環保節能商品販售	<ul style="list-style-type: none"> 推動綠色生活館 	O1 零碳物流
	物流運輸效率提升	<ul style="list-style-type: none"> 物流短鏈布局 	O2 物流創新
技術：技術改良與創新	廢棄物減量	<ul style="list-style-type: none"> 減少營運過程廢棄物 包裝材減量 	
名譽：利害關係人議合	利害關係人溝通	<ul style="list-style-type: none"> 公開揭露氣候相關風險管理作為 	
立即性：極端天氣造成斷鏈	供貨不中斷	<ul style="list-style-type: none"> 倉儲運作不中斷 	P3 極端天氣造成斷鏈
長期性：海平面上升對營運影響		<ul style="list-style-type: none"> 供應商如期入庫 	

2 氣候相關風險管理短中長期目標與達成情形

富邦媒依循各風險類型的管理指標，針對政策和法規、市場、技術與名譽等轉型風險相關風險類型的指標訂定短期及中長期目標，內容如下表所示：

表 14、氣候相關風險短中長期目標與達成情形

指標	指標管理途徑	短期目標 (2023 年)	中長期目標 (2024-2027 年)	達成情形 (2022 年)
綠建築	綠建築規格物流中心完工啟用	<ul style="list-style-type: none"> 綠建築規格之南區物流中心完工 	<ul style="list-style-type: none"> 綠建築規格之中區物流中心完工 	<ul style="list-style-type: none"> 南區物流中心以綠建築規格興建中
能源效率提升	增加再生能源使用比例	<ul style="list-style-type: none"> 北區物流中心太陽能轉供自用 南區物流中心設裝置容量約 1,200.42 kWp 太陽能系統自發自用 	<ul style="list-style-type: none"> 2025-2027 年每年外購電力達範疇一及二之減碳比例 3.2% 中區物流中心設裝置容量約 1,200kWp 太陽能系統自發自用 自建倉太陽能系統維護運作 	<ul style="list-style-type: none"> 北區物流中心太陽能發電 2022 年全年度累積發電 1.17 百萬度
	減少碳排放量	<ul style="list-style-type: none"> 去節點物流運送減少 2,300 趟次 持續建置衛星倉 乙配開放全方位退貨，「超商退貨」與「宅配退貨」搭配彈性服務 增加超商取貨通路、快速到店 研擬與配送商合作，由中南倉庫出貨之超商件可由配送商直送至取件門市，減少集運趟次 	<ul style="list-style-type: none"> 去節點運輸至 2025 年節省 2,500 趟次，至 2027 年節省 3,800 趟次 透過系統持續監控設備用電狀況，進行老舊設備更換 	<ul style="list-style-type: none"> 共 13 家供應商加入去節點計畫，節省 2,239 趟次 建置 19 座主倉及 35 座衛星倉
	減少運輸使用之非再生燃料比例	<ul style="list-style-type: none"> 累積導入三輪商用電動機車至 50 台，佔比達 25.6% 	<ul style="list-style-type: none"> 2025 年電動機車佔比達 50% 2028 年電動機車佔比達 90% 	<ul style="list-style-type: none"> 引進三輪商用電動機車，並建置相關軟硬體設備
環保節能商品販售	永續消費倡議	<ul style="list-style-type: none"> 綠色生活館年銷售成長率達 30% 啟動綠活會員，經營綠色消費客群 	<ul style="list-style-type: none"> 綠色生活館每年銷售成長率維持 25% 綠色生活館納入在地與永續精神產品(含箱出、公益包裝等) 	<ul style="list-style-type: none"> 綠色生活館年度績效相較 2021 年成長 42%，其販售商品數較 2021 年增加 312 項
廢棄物減量	減少營運過程廢棄物	<ul style="list-style-type: none"> 人均紙張使用量較基準年減量 5%(待疫情穩定調整基準年) 總部大樓人均廢棄物較基準年減量 3%(待疫情穩定調整基準年) 	<ul style="list-style-type: none"> 人均紙張使用量較基準年減量 8% 總部大樓人均廢棄物較基準年減量 5% 	<ul style="list-style-type: none"> 人均紙張使用量較 2020 年減少 17.14% 總部大樓人均廢棄物量較 2020 年減少 20.18%

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

指標	指標管理途徑	短期目標 (2023 年)	中長期目標 (2024-2027 年)	達成情形 (2022 年)
廢棄物減量	包裝材減量	<ul style="list-style-type: none"> 啟動綠活會員，鼓勵消費者選擇循環包裝出貨，精準發送循環包裝，並可自主選擇訂單集貨 拓展循環袋出貨倉別佔全台自有倉儲數達 25% 推動 ipack 自動偵測商品大小壓折紙箱 研究紙緩衝材適用品項 導入及輔導至少 10 家以上供應商採用循環箱進貨，並擴大商品類型及退貨使用 制定包裝規範與相關配套措施，將供應商納入包裝減量規範範疇 短版宅單上線，可減少紙張用量 	<ul style="list-style-type: none"> 降低封箱膠帶、塑膠材料等使用量 20% 平均包裝材減重率相較 2019 年達 35% 拓展循環袋出貨倉別佔全台自有倉儲數達 65% 導入及輔導至少 20 家以上供應商採用循環箱進貨 強化供應商包裝減量輔導及規範稽核 	<ul style="list-style-type: none"> 2022 年始與美廉社合作，全台逾 800 間門市成為循環袋回收新據點，統計全台循環袋回收據點，總計逾 10,000 個，出貨件數達 22,822 個 新增與 7 個「慈濟環保教育站」合作推動循環紙箱 導入及輔導 7 家供應商採用循環箱進貨，累計使用 288 個循環物流箱 2022 年平均單件包材重量為 204.9 公克，與 2021 全年相比下降 6.8%(減少 15.0 公克)；緩衝材使用較 2021 年同期下降 17.6% 自營進口商品採綠色包裝原箱出貨成效達 46.9% 紙箱規格增加至 33 種
廢棄物減量	增加環境友善包材使用比例	<ul style="list-style-type: none"> 啟動紙箱減重計畫，減少部份款式紙箱磅數 紙類緩衝材開發研究 	<ul style="list-style-type: none"> 持續研發環境友善材質新包裝材 	<ul style="list-style-type: none"> 導入 100% 再生紙漿紙箱 2021 年調整紙箱外觀圖樣印刷面積低於 30% 以下 採用 30% 回收料製造，並且減少印刷面積低於包裝袋總面積 20% 以下
利害關係人溝通	公開揭露氣候相關風險管理作為	<ul style="list-style-type: none"> 出版台灣電商業第一本 TCFD 報告書 導入 ISO 14067 碳足跡盤查及規劃申請碳足跡標籤 	<ul style="list-style-type: none"> 預計 2024 年上半年完成 SBT 科學基礎減量目標審查 預計 2025 年填覆碳揭露 CDP (Carbon Disclosure Project) 問卷 定期重新執行氣候相關風險與機會鑑別 	<ul style="list-style-type: none"> 重新執行氣候相關風險與機會鑑別

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

環境永續里程碑

2016 年

- 成立「CSR 委員會」，自願編撰首本「企業社會責任報告書」
- 完成「ISO 14064-1 溫室氣體盤查」查證，後續每年持續取得查證

2017 年

- 北區物流中心啟用，設置屋頂 4,500 坪的太陽能發電系統

2018 年

- 啟動「去節點」運輸模式，與供應商及物流商攜手減少哩程碳排

2019 年

- 取得「ISO 14001 環境管理系統」證書，並接連 3 年通過複驗
- 電商平台開設「綠色生活館」
- 參加環保署主辦之「網購包裝減量計畫」，並獲「網購包裝減量標章」

2020 年

- 發展 momo「永續生活藍圖」，聚焦 12 項聯合國永續發展目標 (SDGs) 制定 5 大永續策略構面
- 導入 TCFD 氣候相關財務衝擊評估框架
- 領先同業推出 momo「循環袋」，袋體可重複使用達 25 次

2021 年

- 「CSR 委員會」更名為「永續發展委員會」
- 總碳排減量計畫已減少 11% (2018 年基準年) 之碳排放量

2022 年

- 永續發展委員會升級為董事會轄下之功能性委員會
- 綠色生活館超過 5,000 項品項，業績成長 42%
- 入選「臺灣永續指數成分股」(FTSE4Good Taiwan ESG Index)
- 《TSAA 第二屆台灣永續行動獎》環境類銀獎
- 《2022 國家企業環保獎》銅獎
- 與「慈濟環保教育站」合作推動循環紙箱專案
- 承諾加入國際倡議組織「科學基礎減碳目標 (SBTi)」，並宣示將於 2050 年達成淨零碳排

目錄

董事長的話

CH 1. 富邦媒體科技簡介

CH 2. 報告書編制說明

CH 3. TCFD 揭露項目

CH 4. 環境永續里程碑

CH 5. 附錄

TCFD 揭露對照表

面向	TCFD 建議揭露項目	對應章節
治理	董事會對氣候相關風險與機會的監督情況	三、(一)、2
	管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色	三、(一)、1
策略	組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	三、(二)、2
	組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊	三、(二)、2
	組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境	三、(二)、2
風險管理	組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程	三、(二)、2
	組織在氣候相關風險的管理流程	三、(三)、2
	組織整體風險管理制度之整合	三、(三)、1
指標與目標	組織依循策略及風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標	三、(四)、1
	溫室氣體排放和相關風險	三、(二)、1
	組織管理氣候相關風險與機會所使用目標及落實目標的表現	三、(四)、2



Task force on Climate-related Financial Disclosures

24小時服務專線：0800-777-959