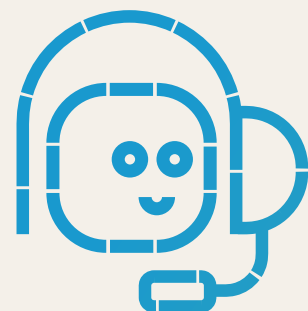


momo

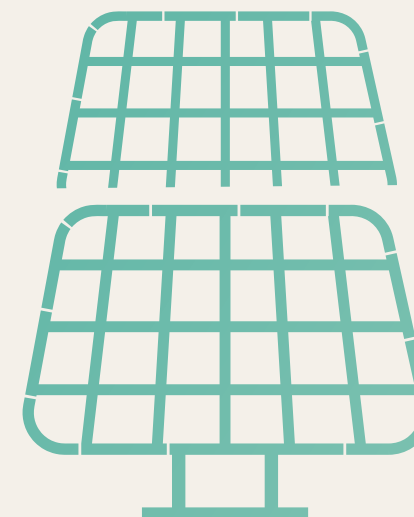
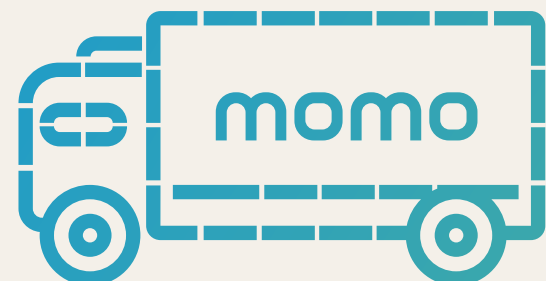
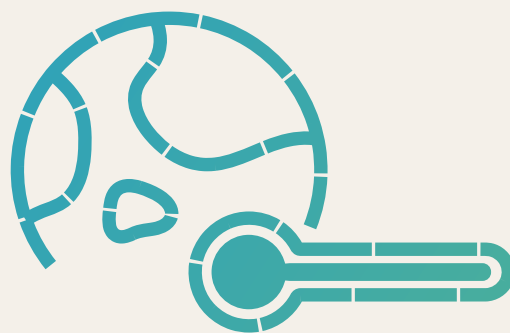
富 邦 媒 體 科 技 股 份 有 限 公 司



2024

氣候相關財務揭露報告書

TCFD Report



目錄

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

1. 前言	2	3. TCFD 揭露項目	8
1.1 經營者的話	2	3.1 治理	9
1.2 momo 簡介	4	3.1.1 氣候治理推動架構與管理階層權責	9
1.3 環境永續里程碑	5	3.1.2 董事會氣候相關風險監督情形	10
1.4 榮耀與肯定	6	3.1.3 酬勞及績效評估機制	10
		3.2 策略	11
2. 報告書編製說明	7	3.2.1 氣候相關情境分析	18
2.1 報告依據	7	3.2.2 氣候韌性與財務影響評估	25
2.2 報告目的	7	3.3 風險管理	28
2.3 報告範疇與期間	7	3.3.1 氣候相關風險與整體風險管理制度之整合	28
		3.3.2 氣候相關風險管理措施	29
		3.4 指標與目標	30
		3.4.1 溫室氣體相關指標與目標	30
		3.4.2 其他氣候相關指標與目標	31

附錄 TCFD 揭露對照表	34
---------------	----



1 前言

1.1 經營者的話

董事長的話

美國國家海洋暨大氣總署 (NOAA) 指出，2024 年已創下氣象觀測史上最高溫紀錄，較 20 世紀平均溫度上升 1.29°C；另一方面，世界經濟論壇《2025 年全球風險報告》指出，環境相關風險持續主導長期威脅排行榜，極端氣候、生態系統破壞及生物多樣性流失等議題亦受到高度關注。此外，臺灣於 2025 年 1 月正式實施碳費制度，顯示無論在全球或臺灣，淨零轉型皆勢在必行。面對嚴峻與急迫的轉型挑戰，如何應對全世界氣候調適與減緩的需求，是 momo 在永續經營策略下必須深入思考的重要課題。

氣候變遷已是企業永續競爭力的核心挑戰

我們清楚地意識到，氣候變遷已是國際與臺灣社會的系統性風險，若企業無視氣候風險轉型壓力，也將失去與未來對話的資格。對此，momo 於 2024 年再次重啟氣候相關財務揭露 (TCFD) 架構，辨識零售價值鏈的氣候風險與機會議題，依據氣候議題辨識結果，開展相對應的策略、行動方案、目標。

我們在整體商業策略納入對氣候衝擊的考量，涵蓋倉儲、物流、包裝與日常營運。在低碳倉儲方面，結合綠建築概念、太陽能發電系統、建築節能與淹水防治，於 2024 年正式啟用南區物流中心；在包裝與物流方面，持續以數據、科技的運用，擴大循環包裝與集中配送規模，以發揮 momo 的永續核心職能。

不只是氣候風險因應者，更是氣候淨零轉型的驅動者

momo 正式邁入 20 周年，以全新品牌標語「momo 更多更多」，展現創新領導品牌定位，更反映我們對永續行動的深化意象。我們深知，電商零售產業需貼近臺灣在地社會的文化脈絡，才能使永續影響力扎根於日常的實踐；我們也認為，僅有因應氣候風險之作為，仍尚不足以完善 momo 整體淨零轉型的路徑。故 momo 2023 年起

展開「綠活會員」計畫，鼓勵消費者參與永續網購旅程，賦予消費者「永續消費選擇權」。此外，持續擴大「綠色生活館」商品件數和品類，篩選環境友善、無動物實驗等認證標章之優質商品，透過宣導、倡議，持續驅動消費者綠色消費意識。

在價值鏈上，供應商亦為重要利害關係人，momo 積極強化與供應商議合，包含推廣循環物流箱與去節點等合作，且在 2024 年首次推動供應商 ESG 自評，評估與掌握供應商環境議題狀況，後賦能 momo 綠色共益夥伴，讓「一件商品的選擇」、「一個包裝的承載」到「一筆訂單的配送」，驅動擴大至整體電商零售生態圈的共同行動與決擇。

在氣候變遷持續加劇的時代下，已逐漸發生產業典範的轉移。momo 透過「科技」以及「永續」作為核心驅動，我們將持續做為臺灣本土電商龍頭，並引領數位永續零售的標竿企業，透過核心職能，從消費者的每一筆消費訂單流程中，展現對環境與社會的深遠關懷。

董事長



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

總經理的話

「淨零碳排」已經是全世界的共同方向，在零售產業中，消費者的永續意識崛起，且購買行為亦納入永續價值考量，皆是社會進步的象徵。momo 於 2019 年開展「永續生活藍圖」計畫，以綠活電商領航者為目標，掌握氣候的契機，邁向卓越永續經營。我們每 2 年將定期審視營運價值鏈的氣候風險與機會議題，以氣候相關財務揭露 (TCFD) 架構評估重大氣候議題的潛在財務衝擊。

momo 奠基於「永續生活藍圖」，以整體價值鏈切入與思考環境衝擊，於環境面擘劃六大策略，從「綠活會員」、「綠色夥伴」、「低碳倉儲」、「綠色物流」、「環境友善包裝」到「綠色營運」，由相關權責單位共同推動，落實氣候韌性管理，藉此才能從產品上架、倉儲備貨、消費者下單、包裝出貨到物流配送等環節，打造環環相扣的低碳購物旅程。

連結多方力量，實踐從供應到消費的永續轉型

2024 年 momo「綠活會員」已達近 70 萬名，以會員制度推廣循環包裝、集中配送與綠色生活館的永續商品，提升消費者對永續消費意識的認同，讓消費者更願意選擇低碳的服務與商品。展望 2025 年，momo 將推動綠活點數回饋機制與減碳儀表板等制度，鼓勵消費者與 momo 一同實踐永續消費。

momo 持續深化與供應商的合作，2024 年籌辦 momo ESG 學苑，分享與 momo 核心本業之減碳主題，共同強化 88 家供應商的永續意識與能力；更攜手各大通路夥伴共同合作回收循環袋，透過重複使用包裝，從源頭減量做起，至 2024 年底，全臺已有逾 1.5 萬個回收站點，讓消費者能就近回收循環袋，與綠色夥伴們共築循環包裝生態圈。

以行動落實永續發展，從內部掀起綠色轉型

2024 年 momo 正式啟用南區物流中心，透過以綠建築設計概念規劃，並建置每年可提供約 130 萬度綠電的太陽能發電系統，搭配自動化設備，實現智慧化低碳倉儲；並依循綠色採購政策，優先採購或租賃具有節能與環保標章之產品，2024 年綠色採購金額共計 6.4 億元。

此外，我們同步導入商業電動三輪機車，減少燃油機車配送比例，於 2024 年累計為 50 噸二氧化碳當量的減碳效益，並以科技輔助減碳，運用 AI 系統規劃最佳配送路徑，縮短運輸碳足跡；並在包裝減量的趨勢下，透過 AI 演算法提供最適化包材建議，使每件訂單選用規格最適合之包材，減少紙箱與緩衝材的耗用，在 2024 年平均單件包材重量與基準年 2019 年相比已下降 26.5%。

隨著氣候變遷與淨零趨勢的浪潮下，momo 將持續以低碳轉型鏈結至生活轉型的策略層次，各面向落地推動以提升 momo 的氣候韌性，這是關鍵的隱性競爭力，也是 momo 身為臺灣電商領導業者對社會的承諾。

總經理

劉之宏



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

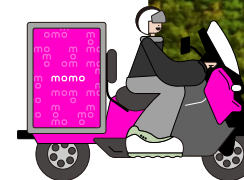
附錄

1.2 momo 簡介

富邦媒體科技股份有限公司（以下簡稱 momo）為臺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，總部位於臺北市內湖區，主要營業項目包含網路購物、電視購物及型錄（因永續發展考量，於 2024 年 12 月停刊），註冊會員數已超過千萬名。momo 全新品牌標語「momo 更多更多」，以「物美價廉、優質服務」為使命，打造「多、快、好、省」的全方位購物體驗，致力成為消費者與供應商首選的虛擬購物平臺。



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 2,523,574,050 元
股票代號	8454
員工人數	3,744 人（截至 2024 年底）
產品服務	網路購物、電視購物、型錄（2024 年 12 月停刊）
經營團隊	董事長 蔡明忠 / 總經理 谷元宏



1.3 環境永續里程碑

低碳倉儲 綠色物流 綠活會員 環境友善包裝 綠色夥伴 綠色營運

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄



目錄

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄



- 環境部「資源循環績優企業遴選－資源循環績優企業 金質獎」
- 環境部「2024 第六屆國家企業環保獎 銀獎」(3 度獲獎)
- 環境部「民間企業及團體綠色採購績優單位」
- 臺北市環保局「112 年臺北市推動民間企業與團體綠色採購計畫」
- 商業週刊「2024《碳競爭力100 強》數位雲端產業第一名」
- 社團法人臺灣全球商貿運籌發展協會「ESG 物流永續獎－物流作業永續組 金獎」
- 臺灣永續能源研究基金會「2024 臺灣永續行動獎 SDG13－momo 綠活會員計畫 金級」
- TCSA 臺灣企業永續獎「單項績效－氣候領袖獎」

2 報告書編製說明

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄



2.1 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)。

2.2 報告目的

momo 重視氣候變遷對公司營運及利害關係人所帶來之影響，以及企業對落實環境永續所肩負之責任，依照 TCFD 框架編製本報告書，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 momo 積極落實永續營運之決心。

2.3 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 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。使用資料若無額外註解，皆為 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日之資料。

3 TCFD 揭露項目

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

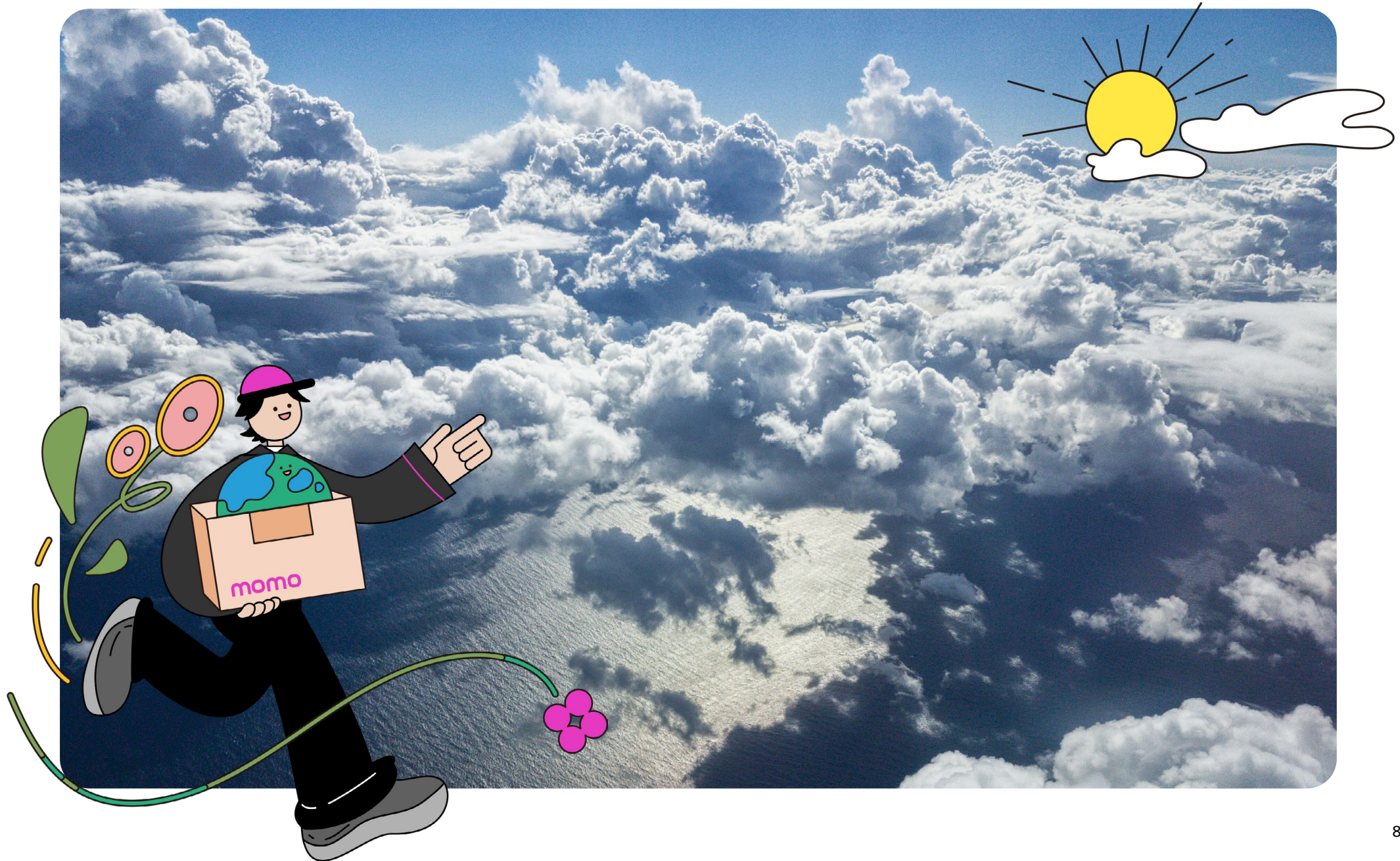
3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄



3.1 治理

3.1.1 氣候治理推動架構與管理階層權責

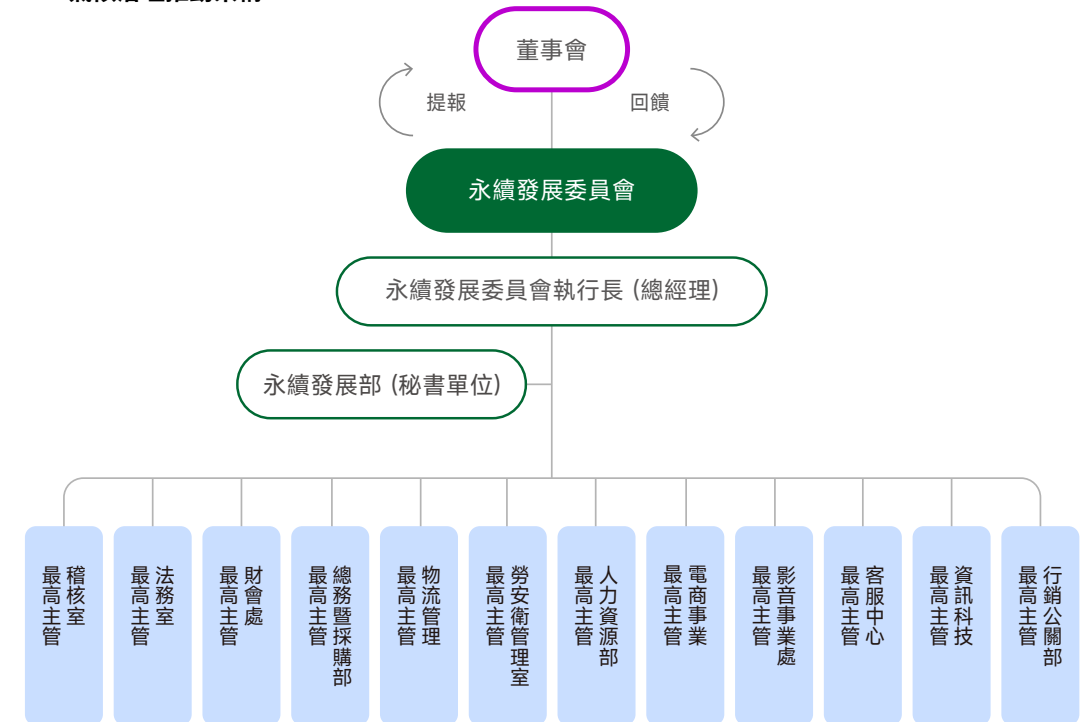
momo 於 2016 年 10 月提請董事會報告後設置「企業社會責任委員會」，並於 2022 年更名為「永續發展委員會」，制定「永續發展委員會組織規程」，就治理、環境、人群（人權）三面向相關議題辨別風險與機會，緊密結合營運與核心資源，制定永續策略，執行各項 ESG 相關行動專案，並依「永續發展實務守則」作為長期推動永續之指導原則，將推動永續發展納入公司管理方針與營運活動。

為加強落實推動永續經營管理，2022 年 7 月 27 日第七屆董事會通過提升「永續發展委員會」層級為董事會轄下之功能性委員會。2023 年 5 月 19 日第八屆董事會第 1 次會議決議，委任 3 位獨董及 2 位董事為「第二屆永續發展委員會」委員，經委員相互推舉，由蔡明忠董事長擔任召集人及會議主席。每年至少召開 2 次委員會會議及 2 次執行長會議，每半年定期向董事會報告永續治理策略及年度發展計畫執行成效。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。

momo 成立「環境管理委員會」，依據永續發展委員會審核通過之環境管理指標，每季召開會議定期追蹤環境執行績效。2019 年首次通過英國標準協會臺灣分公司驗證，取得 ISO 14001 環境管理系統證書，爾後每年持續通過複驗，維持環境管理系統有效運作。

透過上述層級監管與督導的氣候治理結構，momo 積極面對險峻的氣候變遷相關風險與機會；為支持《巴黎協定》與臺灣 2050 年國家淨零目標與政策，momo 身為臺灣電商龍頭，承諾朝向 2050 年淨零目標邁進，亦承諾不投資於化石燃料產業；同時，momo 亦承諾與相關利害關係人，如消費者、供應商等，進行溝通與議合，倡議永續消費，以利透過「綠色消費力」共同因應氣候暖化險峻課題，讓氣溫升幅控制於在工業化前水平以上 1.5°C 之內。

氣候治理推動架構



momo 透過「永續生活藍圖」之願景與策略，以 2050 年淨零碳排為目標，透過「綠色營運」、「綠色包裝」、「綠色物流」與「綠色消費」四大面向積極推動減碳，針對相關環境議題訂定短、中、長期目標與行動方案。2024 年總計達成 16 項行動方案，包含 6 項氣候治理與能資源管理、2 項永續供應鏈、2 項綠色包裝、2 項綠色物流及達成 4 項 ISO 14001 之環境目標方案。相關行動方案由永續發展部、物流管理處、電商事業處、影音事業處、總務暨採購部及勞安衛管理室等相關權責單位共同落實，詳細請參見 3.2 策略之「策略構面」說明。

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

3.1.2 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。momo 將氣候相關風險納入公司主要營運風險之中，2024 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：

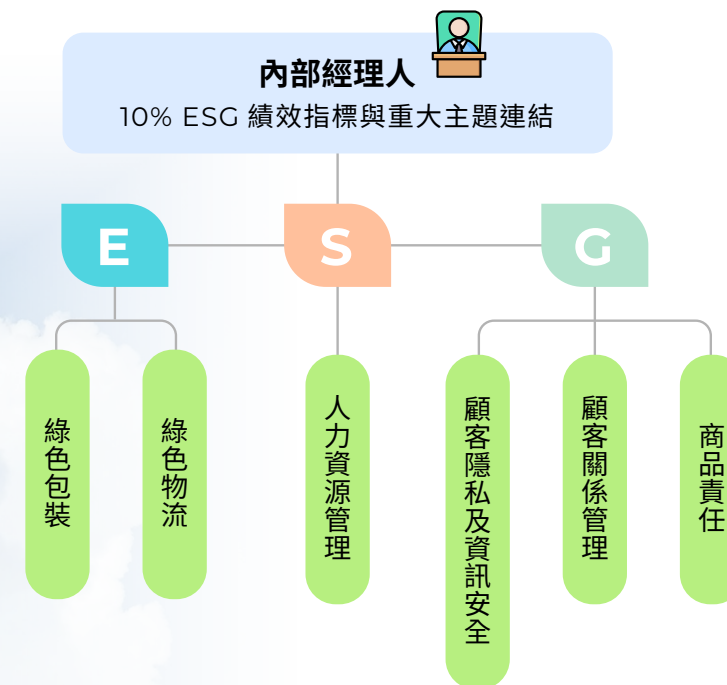
2024 年永續發展委員會一議題與提報董事會

- 2023 年永續績效檢視暨 2024 年精進計畫及目標報告案
- 2023 年第 4 季溫室氣體盤查與查證執行情形報告案
- 2024 年上半年綠活電商 KPI 檢視暨下半年精進方案報告案
- 2024 年第 2 季本公司暨子公司溫室氣體盤查及查證進度報告案
- 國際電商永續趨勢與臺灣電商產業未來動向報告案

3.1.3 酬勞及績效評估機制

momo 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，momo 將氣候議題納入人員的薪酬管理機制。自 2021 年起，內部經理人皆需承接 ESG 目標結合事業單位的營運展開，於年度目標設定與 ESG 相關之策略目標，其目標佔總目標均有 10% 之佔比，ESG 相關策略目標如：綠色採購、節能措施、ESG 教育訓練等。其目標設定亦與重大主題相連結。momo 將持續內化綠色經營，穩健朝向「綠活電商領航者」目標發展。



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

3.2 策略

momo 自 2019 年展開永續願景計畫，擘劃「永續生活藍圖」推動公司永續發展。依循「共益夥伴」、「永續消費」、「永續環境」、「友善職場」、「社會共好」五大永續主軸，以「綠活電商領航者」為承諾，於核心業務多管齊下，針對溫室氣體相關目標，持續運用數位賦能，向下展延針對綠活會員、綠色夥伴、低碳倉儲、綠色物流、環境友善包裝、綠色營運 6 大策略構面，導入科技輔助，推動各項低碳轉型計畫，穩健朝向淨零目標邁進。

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，並由環境部授予「網購包裝減量標章」，亦於 2023 年首度取得 ISO 14067 碳足跡證書及環境部碳足跡標籤，且持續獲頒「網購包裝減量標章 2.0」。從營運核心職能出發，momo 持續推動「綠活會員」與拓展「循環包裝生態圈」，強化 ESG 綠色循環經濟及串聯供應商實踐永續綠色營運。

下表說明 6 項綠活電商策略構面的目標與落實情形，說明 momo 的氣候變遷減緩與調適作為：



2024 年永續發展委員會與董事會報告氣候相關議題

策略構面	對 momo 的意義	落實單位	對應綠活電商永續路徑主軸
1. 綠活會員	momo 設立「綠色生活館」以及「綠活會員」計畫，鼓勵消費者選購永續商品，一同響應永續消費倡議。	電商事業處、影音事業處、永續發展部	綠色消費 (請參閱永續報告書 3.1)
2. 綠色夥伴	momo 與供應商、配送商、超商門市、台灣大哥大、美廉社、中華郵政等多元夥伴合作，推行循環物流箱、去節點計畫、多元門市取件等；並且推動供應商 ESG 自評管理與能力建構，共創綠色價值。	物流管理處	共益夥伴 (請參閱永續報告書 2.4、4.3.2)
3. 低碳倉儲	推動綠色物流中心及自動化倉儲，每座大型物流中心於建造前均進行完善的「設廠環境評估」，並結合綠建築概念、再生能源、建築節能及淹水防治，打造低碳節能的倉儲。	總務暨採購部	永續環境 (請參閱永續報告書 4.1.5)
4. 綠色物流	momo 引進電動機車打造綠色物流車隊，亦搭配保養計畫，降低車輛損壞率及資源消耗；以及透過最佳配送路徑模擬、最適出貨倉分析及物流中心倉儲創新技術，提高配送效率，減少運輸碳足跡。	物流管理處	永續環境 (請參閱永續報告書 4.3)
5. 環境友善包裝	momo 導入 AI 進行最適包裝建議，亦運用再生包材及減量技術進行循環包裝行動，透過循環袋、循環紙箱及集中配送，邀請消費者一起為地球盡一份心力。	物流管理處	永續環境 (請參閱永續報告書 4.2)
6. 綠色營運	momo 以「消費通路」、「供應商」及「內部簽核」三大方向推行紙張減量與無紙化行動，也繼續推動總部大樓及倉儲廢棄物回收、減量與再利用，落實資源最佳化利用。	總務暨採購部、永續發展部、勞安衛管理室	永續環境 (請參閱永續報告書 4.1)

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

1. 綠活會員

0 綠活會員計畫

- 提供消費者永續消費選擇權，包含優先使用「循環包裝」配送及提供會員「集中配送」減碳物流新選擇，同時搭配「綠色生活館」永續選品並提供「綠活專屬優惠」，強化經營永續消費客群。
- 2024 年已達近 70 萬名 momo 會員加入綠活會員，並已有 469,664 名會員同意使用循環袋、541,489 名會員同意集中配送。
- 將於 2025 年推動綠活點數回饋機制以及「減碳儀表板」，透過可視化的累積減碳行動效益，鼓勵會員更有動力響應減碳行動，並瞭解自身對於環境的影響力。



0 綠色生活館

- momo 打造「綠色生活館」，鼓勵消費者選購永續商品，目前已配合上百家永續理念的品牌夥伴，提供逾 5,300 項綠色商品，包含家庭清潔、健康食品、環保減塑及美妝保養等豐富商品。
- 綠色生活館每年舉行數場結合消費及環境意識之線上與線下活動，如：淨灘、綠色購物節、綠色美妝推廣、環保減塑商品策展等，邀請消費者在生活中以行動實踐愛地球。
- 綠色生活館鼓勵供應商獲得更多認證標準，目前館內認證之商品標章共 11 項，包括 ECOCERT 歐盟有機認證、美國 USDA 有機認證等，期許一同響應永續標章與認證。

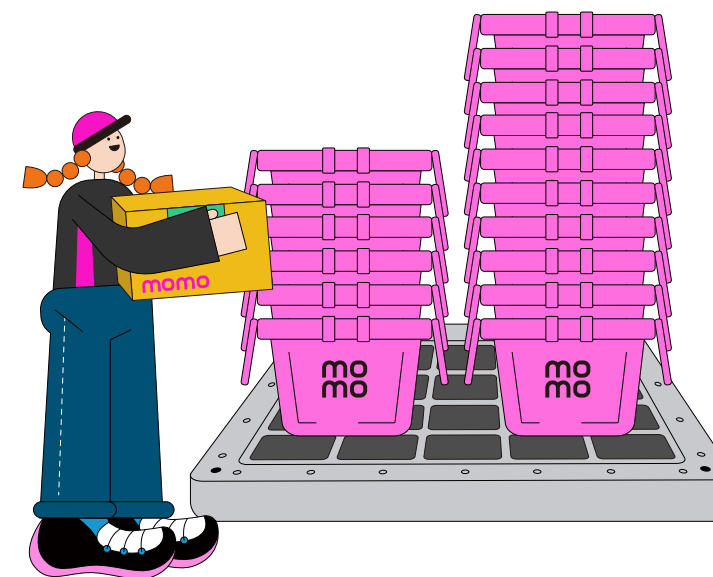


2. 綠色夥伴

0 與供應商推動循環物流箱

- 為降低一次性紙箱的使用、減少資源消耗和廢棄物處理成本，momo 2021 年起提供供應商可重複使用的物流箱，2024 年媒合 34 家供應商租借，累計使用 2,325 個循環物流箱，共減少 17.6 公噸碳排放量^(註)。

註：循環物流箱減碳量計算方式：以每 1kg 採原木漿製成的紙箱排碳量為 6.1kg 為比較基準，momo 循環物流箱為 1.24kg，以 2024 年度總共使用 2,325 個物流箱計算，平均每使用 1 個循環物流箱可節省 7.564 kgCO₂e，故 2024 年度共減少 17.6 tCO₂e。(資料來源：造紙公會)



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

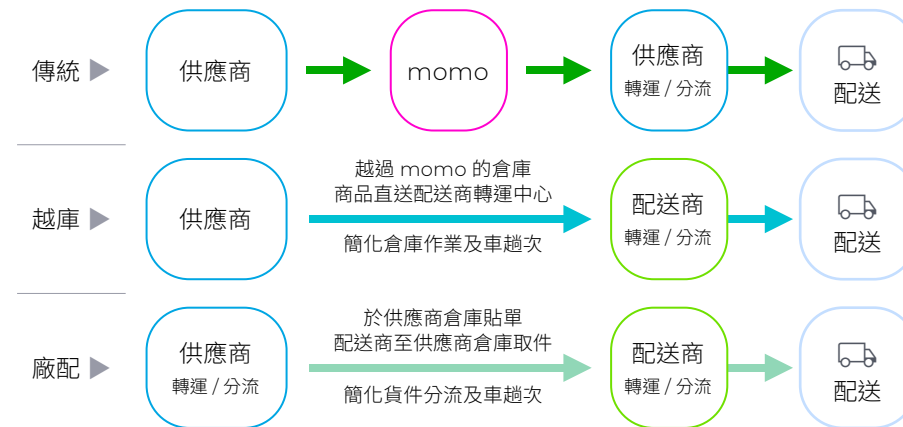
3.4 指標與目標

附錄

去節點計畫

- momo 自 2018 年以來持續推動去節點運輸，至 2024 年已有 22 家供應商、40 項品牌與 momo 合作去節點計畫。
- 去節點計畫的種類持續擴增，包含 220 種品類，2024 年去節點運送件數達 2,285,711 件，較 2023 年成長約 52%，節省碳排達 143.26 公噸碳排放量。

去節點運作模式



多元門市取件

- 2024 年配合之超取 (四大超商)、台灣大哥大門市店取、到站自取 (i 郵箱)，總計合作據點數達 1.66 萬點，2024 年超取件數已達約 594.1 萬件，超取件數相較 2023 年同期成長 3.8%。若以運輸最後一哩路的配送來計算，平均一件包裹的配送公里數為 0.7 公里，超商通路整體所節省的公里數達 415.9 萬。



- 2023 年導入超商退貨便服務，與超商擴大合作，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。
- 已與配送商黑貓合作快速到店，由 momo 中南倉庫出貨之超商件可由黑貓直送至取件的超商門市，減少原本需先從北部倉庫集運的趟次。

供應商 ESG 自評與能力建構

- 2024 年 momo 於 SCM 學堂上架 14 支影片，平台年度總觀看次數逾 5.3 萬次，藉由整合多元線上學習資源，分階段設計不同學習主題，亦包含 ESG 議題以強化供應商永續意識。
- 於 2024 年第一季導入供應商 ESG 自評，包含溫室氣體盤查、減碳目標規劃、包材減量議題。
- 協助供應商 ESG 能力建置，2024 年 momo 籌辦 momo ESG 學苑，針對四大主題「國際淨零與碳趨勢解析」、「溫室氣體自我盤查應用工具介紹」、「產品碳足跡盤查及業務連結方向」及「包裝減量 & 循環物流箱宣導」進行分享，共有 88 家供應商響應參與一同強化永續意識，邁向綠色共好。



新供應商遴選簽署包裝減量

- 因應「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」公布實施，2024 年訂立包裝減量規範，供應商同意書簽署率為 98.9%，並安排定期包材抽檢，從包裝減量、環保材質及循環包裝三項原則推動網購包裝減量。

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

3. 低碳倉儲

momo 透過打造「綠色物流中心」與「自動化倉儲」實踐綠色倉儲概念，momo 大型物流中心（北區、南區）透過太陽能發電裝置、綠建築設計概念、雨水回收系統等降低倉儲碳足跡，發展低能耗、低碳排之綠色倉儲，每一座大型物流中心均於建造前進行完善的設廠環境評估，增強公司因應氣候變遷的韌性。



0 再生能源與建築節能

- momo 大型物流中心採用多樣環保建材及節能設計，包括在建築結構上運用綠能屋頂、節能燈具、鋼構 / 環保建材、雙層牆面、複層 LOW-E 玻璃。在通風降溫上，自然通風系統包含常開式捲門、排氣風口、慢速扇、協流式風機等設備等，減少外牆輻射熱吸收，以及導入地道風及水簾系統，運用地道風原理並搭配水簾系統，降低廠區溫度並維持濕度。有效地降低空調能耗使用。
- 此外，北區物流中心設有雨水回收植栽灌溉系統，以及南區物流中心設有地下水系統，地下水進行回收後用於廠內廁所沖廁，節省倉儲之用水量。
- 中區物流中心目前興建中，預計於 2027 年啟用，建築已參考綠建築標章得分指標進行設計，室內裝修裝修中綠建材使用量大於 75%，以及採用高效率空調設計、LED 燈等，打造低碳節能倉儲。
- 北區物流中心、南區物流中心及興建中之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 1,200,000 度，南區物流中心和中區物流中心啟用後每年可提供用電量各約 1,300,000 度。未來 momo 自購 / 自建倉儲將全面建置再生能源系統，並預計自發自用。

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

4. 綠色物流

2024 年 momo 子公司富昇物流車隊總體配送量能，占 momo 倉庫出貨比例已上升至 25.6%。momo 持續從「綠色車隊」和「減少運輸碳足跡」雙面向著手，以降低物流運輸的碳足跡，推動物流車隊的運送效率與綠色能源運輸。

🌿 綠色車隊

- 採購車輛 100% 皆為環保車輛，已累計採購 170 臺貨車符合一級能源效能、145 臺機車符合二級能源效能，燃油車均依法配合執行排氣檢測。
- 已購置 50 臺三輪商用電動機車，累計減碳效益達到 50 公噸碳排放量，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。
- 預計 2025 年提升電動機車至 30%，2026 至 2027 提升至 50%，並持續提高電動機車占比。
- 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

- **最佳配送路徑模擬：**佈建北中南 58 座主倉及衛星倉，搭配 AI 系統規劃最佳或最短配送路徑，並配合 QGIS 地理資訊系統，利用訂單熱點分析，劃分配送區，取代傳統行政區劃，提升配送效率。
- **最適出貨倉分析：**透過大數據管理，分析各類商品與存放倉庫的最佳配置，使商品與消費者的距離盡可能縮短。出貨時亦依各倉庫存、倉庫現場作業情況、出貨材積及貨運商取件等資訊，自動轉拋訂單至最適出貨倉，調度配送距離減少貨運商取件往返趟次與轉運調度時間、以及同一訂單分箱出貨所消耗的包裝材與配送里程。
- 2024 年底正式啟用南區物流中心，不僅導入自動化倉儲設備、智能揀貨系統等，大幅提升物流效率，南區物流中心的布局，更優化 momo 整體物流網絡布局，使其能更有效率地調配資源，促進節能減碳。

5. 環境友善包裝

momo 積極響應環境部《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，2023 年持續獲頒「網購包裝減量標章 2.0」。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。相較基準年 (2019 年)，2024 年共計減少 4,710 公噸碳排放量，平均每件減少 66 公克碳排放量，相當於種下 39 萬棵樹的年碳吸附量^(註)。

註：最適化包材減碳量計算方式：2024 年各包裝材數量 x 2024 年相較基準年 (2019 年) 各包材每件減少重量 × 各包材碳排係數之加總。



🌿 循環包裝行動

- **momo 循環袋：**持續攜手中華郵政郵筒及 i 郵箱、美廉社全臺門市合作回收循環袋，2024 年再拓展台灣大哥大與 7-ELEVEN 加入回收服務新據點，截至 2024 年底，全臺已有逾 1.5 萬個回收站點，同時亦將持續拓展循環袋出貨倉佔全臺自有倉儲比率，至 2024 年已超過 76%。
- **循環紙箱：**與財團法人中華民國佛教慈濟慈善事業基金會旗下 8 座「慈濟環保教育站」合作，消費者可以將使用後之紙箱歸還至慈濟環保教育站，慈濟分類後將運送回 momo 倉庫清潔、消毒重整，並於箱身印章標示「循環紙箱」圖章，再投入下次包裝出貨行列。momo 總部及瑞光辦公室大樓亦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；2024 年起，北區與南區物流中心也加入紙箱回收站行列，消費者可以將 momo 紙箱交由兩地的物流中心警衛室回收。2024 年 momo 累計已整新逾 46 萬個紙箱重新投入使用。

0 包材減量

- 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 41 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。
- 2024 年自營進口商品採綠色包裝原箱出貨達 1,129 萬件，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、推動原箱出貨適用品項清查。
- 2024 年平均單件包材重量為 141.73 公克，與基準年 2019 年相比下降 26.5%(減少 51.1g)。

0 包材技術創新

- 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 SOP，幫助第一線人員選用最適合尺寸之包裝，避免耗用多餘的包材。未來 AI 建議介面規劃導入適用環保包裝之提示，提升循環包裝出貨量。
- 2024 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。






6. 綠色營運

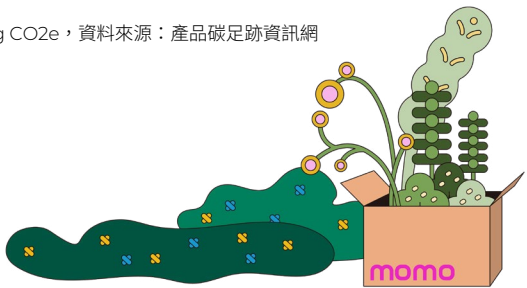
0 紙張減量與無紙化

momo 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，2024 年 momo 共減少 6,818 萬張以上用紙，相當於減少 518.19 公噸碳排放量。

無紙化推動說明

無紙化推動方向	推動說明	2024 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 > 6,671 萬張· 碳排放量減少約 507.02 公噸
 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，減少使用紙本發票及紙本方式對帳。	<ul style="list-style-type: none">· 供應商對帳無紙化作業比例已達 93.64%· 減少用紙量共 >123 萬張· 碳排放量減少約 9.42 公噸
 內部簽核	落實辦公室紙張減量並提升簽核流程之透明度，共計導入 75 種電子表單及計程車乘車券電子化。	<ul style="list-style-type: none">· 減少用紙量共 >23 萬張· 碳排放量減少約 1.75 公噸

註：A4, 80g (210mm x 297mm) 每包 500 張共 3.8kg CO2e，資料來源：產品碳足跡資訊網



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

廢棄物減量

momo 訂定年度廢棄物減量目標，並持續推動減量宣導與相關措施，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，2024 年人均廢棄物量約 0.0137 公噸，相較於 2020 年（基準年）減少了 18.25%，資源回收量共計約 10.65 公噸。
- 倉儲：momo 致力於提升倉儲內部資源回收率，廢棄物總量共計約 903.2 公噸、資源回收量共計約 3,615.36 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。

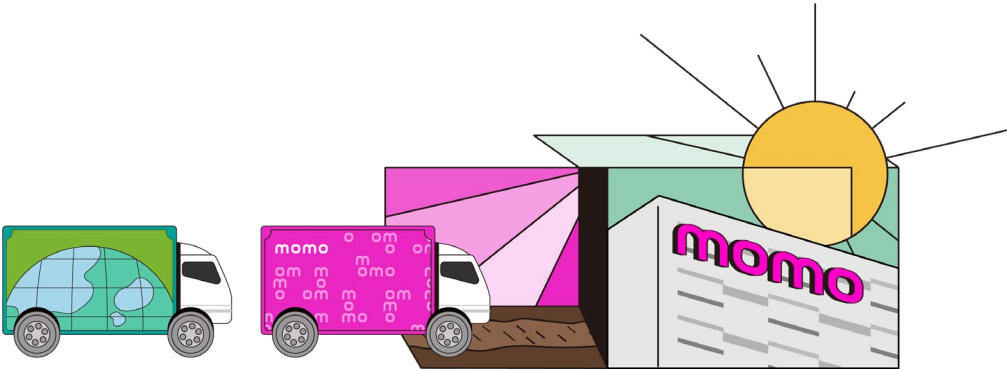


倉儲廢棄物回收量

項目	2022	2023	2024
紙箱回收量	3,001.97	3,091.97	3407.82
塑膠類回收量	81.59	112.41	204.95
氣泡布回收量	1.59	3.61	2.59
資源回收總量	3,085.15	3,207.99	3,615.36

註 1：揭露範圍：2022-2023 年 - momo100% 營運控制之倉儲；2024 年 - momo 及合併財務報表所有子公司之倉儲。

註 2：採計每月廢棄物清理合約重量。



綠色採購

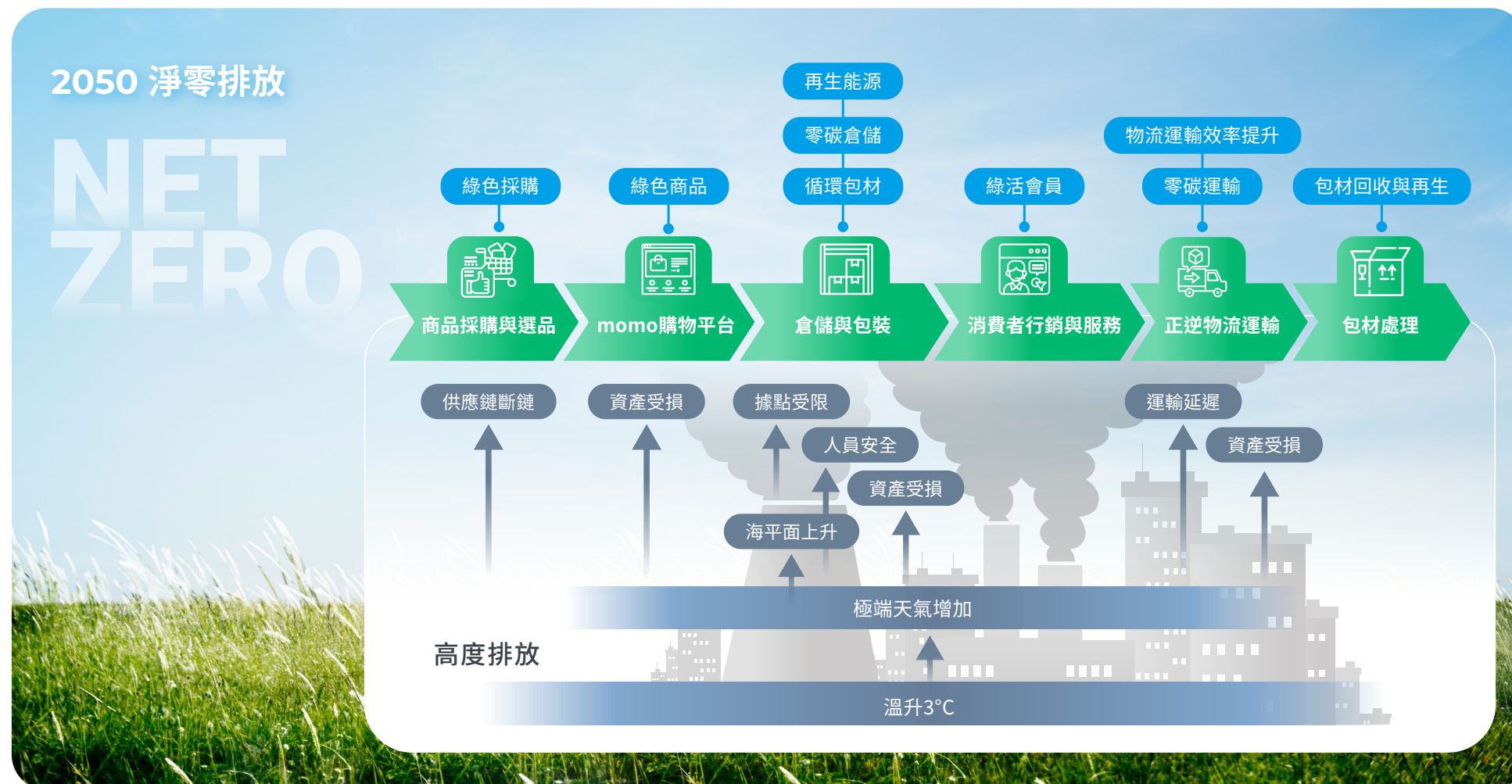
momo 導入綠色採購政策，優先採購或租賃具有節能、環保標章之產品。2024 年 momo 透過「包裝減量」、「循環袋」、「循環紙箱」、「門市自取」及「集中配送」等措施，減少配送及紙箱採購金額，2024 年綠色採購金額共計 642,280,968 元。此外，2024 年 momo 訂立包裝減量規範，力邀供應商共同遵守，2024 年同意書簽署率為 98.9%，並安排定期包材抽檢，從包裝減量、環保材質及循環包裝三項原則推動網購包裝減量。



3.2.1 氣候相關情境分析

momo 重視氣候變遷對於公司整體營運價值鏈所帶來的影響，梳理價值鏈對應的潛在議題與衝擊：

氣候變遷與 momo 價值鏈



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

momo 透過考量營運價值鏈的潛在氣候相關風險與機會，每 2 年透過一定的氣候風險與機會鑑別程序，掌握在特定氣候情境下，與公司營運有關的短、中、長期議題，並針對鑑別排序在前位的議題進行財務影響分析。2024 年氣候議題對應價值鏈風險節點，詳如右表：



氣候相關風險機會議題與價值鏈

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
自建零碳建築			🟢			
再生能源提升			🟢			
電動車取代燃油車					🟢	
更換租賃建物為零碳建築			🟢			
增加碳費	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢
倉儲、據點淹沒			🟢			
因極端天氣導致營運成本提升		🟢	🟢		🟢	
溫升提升人事成本			🟢		🟢	
平均氣溫上升			🟢			
永續作為不足		🟢		🟢		
極端天氣導致斷鏈	🟢		🟢		🟢	
永續績效停滯	🟢	🟢	🟢		🟢	🟢
包材減量技術投入			🟢			🟢
淨零技術研發	🟢		🟢		🟢	🟢
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
零碳倉儲			🟢			
積極永續作為	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢
綠色消費意識興起	🟢	🟢		🟢		🟢
物流運輸效率提升					🟢	
包材研發			🟢			🟢

1. 氣候議題資料蒐集

氣候相關風險與機會鑑別程序

1 蒐集

參考氣候變遷能源及淨零排放相關國際趨勢報告、國內外研究報告、標竿企業分析

3 評估

利用 SMARTER-ROC 法評估各部門權重，並計算各項風險機會的發生可能性與影響程度

2 鑑別

利用訪談搭配問卷進行專家評鑑法，邀請權責單位同仁提出意見

4 排序

將上述兩維度依照權重計算出的數值進行排序，以利後續擬定因應措施



momo 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 1-2.6 與 SSP 5-8.5 情境^(註1)，彙整出在各個時間尺度下，能夠反映 momo 產業特性的轉型、實體風險與機會議題^(註2)。

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：

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	1 - 2 年	2025 至 2026	momo 依循公司永續策略，自訂 2025 年至 2026 年為短期的時間範圍。
中期	3 - 7 年	2027 至 2031	2027 至 2031 依據本次 TCFD 參考之國際報告，指出全球於現今至 2030 年之能源轉型與減碳路徑，以及 momo 依循公司永續策略，設定 2031 年為中程目標。
長期	8 - 26 年	2032 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，momo 呼應國際趨勢，設定 2050 年達成淨零碳排目標。

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。

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

2. 氣候情境說明

為了掌握在極端氣候的影響下，momo 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 2024 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，代表各國在 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。
- 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。



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：

- 風險危害 = 發生可能性 * 影響程度
- 發生可能性：將發生可能性區分為「極無可能」、「不太可能」、「有可能」、「很有可能」至「極有可能」五個級距，針對每個級距提供 1-5 的分數，參考國際相關科學報告與相關部門資深主管的專業經驗判斷，評估每項議題的發生可能性。
- 影響程度：將影響程度區分為「極高」、「重大」、「高度」、「中度」、「輕度」，依照資本額為財務影響級距的分級基礎，參考歷史氣候風險衝擊事件與相關部門資深主管的專業經驗判斷，評估每項議題的影響程度。

發生可能性級距說明

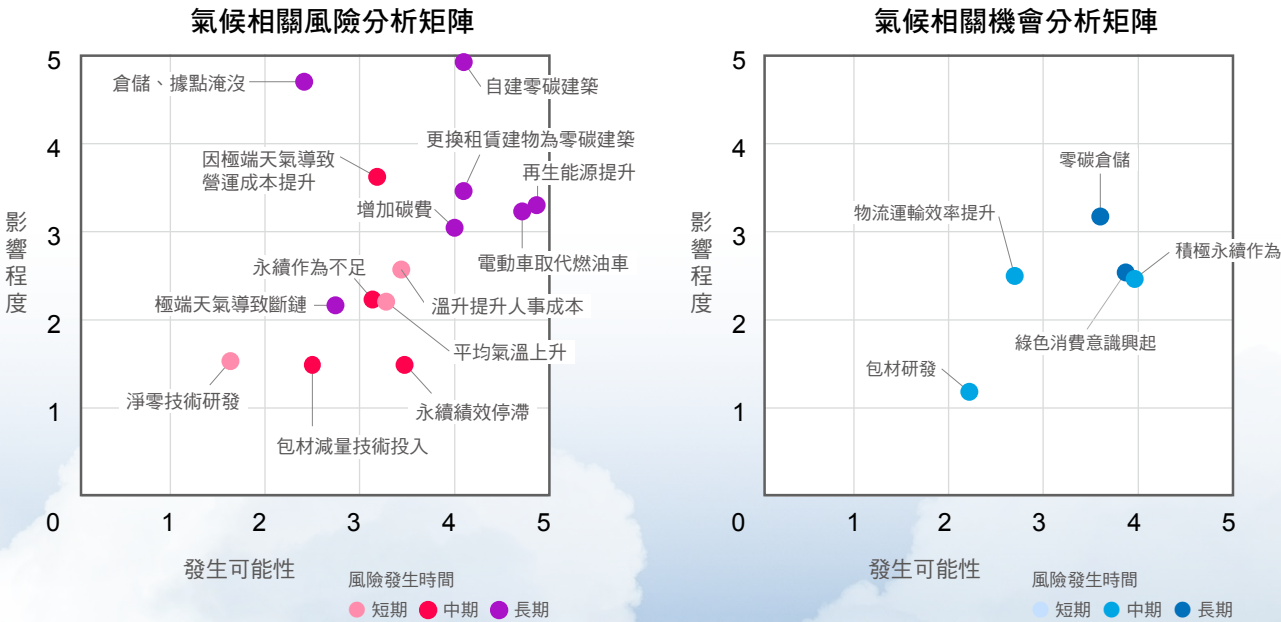
發生可能性	級距	級距分數
極有可能	81%-100%	5
很有可能	61%-80%	4
有可能	41%-60%	3
不太可能	21%-40%	2
極無可能	0%-20%	1

影響程度級距說明

影響程度	財務影響潛在金額	約佔資本額 %
極高	7,200 萬以上	約為資本額 3% 以上
重大	2,400 萬 - 7,200 萬	約為資本額 1%~3%
高度	720 萬 - 2,400 萬	約為資本額 0.3%~1%
中度	240 萬 - 720 萬	約為資本額 0.1%~0.3%
輕度	240 萬以下	約為資本額 0.1% 以下

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，2024 年 momo 共鑑別出 9 項轉型風險、5 項實體風險，以及 5 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右圖；參考鑑別出的氣候相關風險與機會議題排序結果，並經 momo 內部討論，決議本次重大議題包含 4 項轉型風險、1 項實體風險、2 項機會議題，本次辨識排序結果列表如下：



氣候相關風險議題說明

排序	類型	風險議題	議題說明	時程
1	轉型風險	自建零碳建築	因應零碳建築發展趨勢，momo 於未來新建的辦公大樓、倉儲及物流中心，需考量符合零碳建築之標準，使建造成本增加，進而使資本支出增加。	長期
2	轉型風險	再生能源提升	因應國際與臺灣政府對企業使用再生能源的要求，momo 需提高營運過程中的再生能源使用比例，將使營運支出增加，進而導致營運成本增加。	長期
3	轉型風險	電動車取代燃油車	因應國際低碳物流與國內運具電動化趨勢，momo 將現有燃油物流車逐步取代為電動物流車，增加採購電動機車、貨車，使設備支出增加，進而使資本支出增加。	長期
4	轉型風險	更換租賃建物為零碳建築	因應國內外推動近零碳建築趨勢，momo 租賃之辦公大樓、倉儲更換租賃建物，將導致營運成本上升。	長期

排序	類型	風險議題	議題說明	時程
5	實體風險	因極端天氣導致營運成本提升	因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，導致公司產能下降或資產設備 (如，辦公據點、物流車隊、倉儲據點) 維修頻率增加，提升營運成本。	中期
6	轉型風險	增加碳費	政府預計 2025 年針對特定排碳大戶收取碳費，未來有可能逐漸擴大徵收碳費之產業，當未來 momo 成為徵收對象時，若一年之排放量超過政府規定之門檻，將需依據超過之份額繳納碳費，使營運支出增加，進而導致營運成本增加。	長期
7	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
8	實體風險	溫升提升人事成本	平均氣溫上升，導致倉儲員工或戶外作業人員被迫離開工作崗位，進而影響營業成本。	短期
9	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、設備冷卻、緊急供電設備與等用電成本提高。	短期
10	轉型風險	永續作為不足	因應消費者行為開始關注永續議題，公司若未持續推動商品於環境面永續作為，例如引入永續商品、推動供應商及商業夥伴減碳，恐喪失消費者青睞，轉向其他具永續作為之消費管道，導致營業額降低，使營收減少。	中期
11	實體風險	極端天氣導致斷鏈	因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，導致供應商或物流無法正常出貨，造成斷鏈，進而影響公司營運。	長期
12	轉型風險	永續績效停滯	公司未推動永續作為，使永續績效停滯不前，進而使永續評比成績下降，將可能失去投資人的青睞。	中期
13	轉型風險	包材減量技術投入	因應國內網購包裝減量規範與指引，momo 需增加包材中的再生材料比例與循環包材使用率，在營運過程中投入研發和採購再生材料與循環箱 (袋)，進而使營運成本增加。	中期
14	轉型風險	淨零技術研發	因應淨零排放趨勢，momo 投資物流相關的淨零技術研發，透過採購相關技術與設備，並投入人力研究技術，例如最佳配送路徑、最適出貨倉分析，若技術研發失敗，將導致公司的資本流失與營運成本增加。	短期

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

氣候相關機會議題說明

排序	類型	風險議題	議題說明	時程
1	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，並配合再生能源使用，打造出低用電量且零碳的倉儲，減少營運過程中的用電支出，進而降低倉儲營運成本。	長期
2	機會	綠色消費意識興起	因應消費者行為開始關注永續議題，以及偏好更環保的綠色商品，公司提早因應永續消費趨勢，可以提升客戶滿意度與黏著度，致使營收上升。	短期
3	機會	積極永續作為	momo 採取積極永續作為，持續獲得投資人青睞。	中期
4	機會	物流運輸效率提升	透過持續推動零碳物流、更高效的物流運輸方式與技術創新，有效減少人力處理時間成本、物流時間成本與油耗支出，進而降低營運成本。	中期
5	機會	包材研發	投入產品的包材研發，降低營運過程中的碳排放，將回應政府網購包裝減量指引，以及拓展新的商業業務領域，降低營運成本。	中期



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

3.2.2 氣候韌性與財務影響評估

在 2024 年氣候變遷風險議題的重大性排序結果中，前四項皆為轉型風險，包含「因應零碳建築發展趨勢，momo 於未來新建的辦公大樓、倉儲及物流中心，需考量符合零碳建築之標準，使建造成本增加，進而使資本支出增加」、「因應國際與臺灣政府對企業使用再生能源的要求，momo 需提高營運過程中的再生能源使用比例，將使營運支出增加，進而導致營運成本增加」、「因應國際低碳物流與國內運具電動化趨勢，momo 將現有燃油物流車逐步取代為電動物流車，增加採購電動機車、貨車，使設備支出增加，進而使資本支出增加」、「因應國內外推動近零碳建築趨勢，momo 租賃之辦公大樓、倉儲更換租賃建物，將導致營運成本上升」，其衝擊危害值分別為 20.30、16.42、15.47、14.51。

此外，因本公司將極端天氣對公司營運的衝擊，納入主要營運風險之中，經討論取實體風險中，衝擊危害值為 11.33 的「因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，導致公司產能下降，提升營運成本」，與前四項轉型風險議題一併納入財務衝擊計算，對財務影響說明如下：

轉型風險：因應零碳建築發展趨勢，momo 於未來新建的辦公大樓、倉儲及物流中心，需考量符合零碳建築之標準，使建造成本增加，進而使資本支出增加。

- 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，依照臺灣 2050 淨零路徑規劃，2050 年時，100% 新建建築物與超過 85% 既有建築物需為近零碳建築，而 momo 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（2032-2050 年）
- 潛在財務影響說明：以一次性更換物流中心為綠建築進行計算。
- 平均一年財務影響：約佔 2024 年營收之 0.03%。

轉型風險：因應國際與臺灣政府對企業使用再生能源的要求，需提高營運過程中的再生能源使用比例，將使營運支出增加，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 momo 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：長期（2032-2050 年）
- 潛在財務影響說明：以 2024 年為基準年，推估每年商品吞吐量成長與倉儲用電成長，並納入每年辦公室與倉儲之節電比例、再生能源發電自用等考量評估。
- 平均一年財務影響：保守估計以淨零目標為評估基準，約佔 2024 年營收之 0.10%。

轉型風險：因應國際低碳物流與國內運具電動化趨勢，momo 將現有燃油物流車逐步取代為電動物流車，增加採購電動機車、貨車，使設備支出增加，進而使資本支出增加。

- 影響說明：依據 IEA 2050 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，臺灣政府宣布預計在 2040 年停售燃油汽機車，而 momo 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（2025-2050 年）、電動貨車長期（2032-2050 年）
- 潛在財務影響說明：以營收年成長率推估未來車輛需求，並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。
- 平均一年財務影響：電動機車約佔 2024 年營收的 0.007%、電動貨車約佔 2024 年營收的 0.02%。

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

轉型風險：因應國內外推動近零碳建築趨勢，momo 租賃之辦公大樓、倉儲更換租賃建物，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，依照臺灣 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 momo 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（2032-2050 年）
- 潛在財務影響說明：以一次性更改租賃大樓與倉儲為鑽石級綠建築進行計算。
- 平均一年財務影響：約佔 2024 年營收的 0.06%。

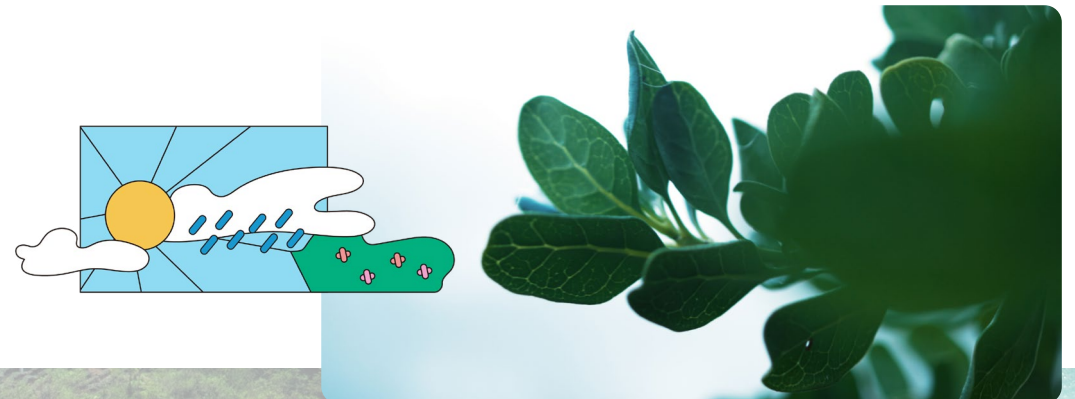
實體風險：因颱風、暴雨、洪水等極端天氣，導致公司產能下降，提升營運成本。

- 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。未來極端天氣可能使 momo 產能受影響，導致營運成本增加及營收損失。
- 議題發生時間：中期（2027-2031 年）
- 潛在財務影響說明：假設極端氣候所衍生的複合災害事件導致停電，以及考量未來營收成長幅度下，估算網站平臺無法下單 8 小時，日用品消費者移轉可能影響。
- 平均一年財務影響：約佔 2024 年營收的 0.03%。

momo 氣候變遷機會重大排序結果前一項為「將現有與未來的倉儲建物轉變為更高能源效率的建築，並配合建置再生能源系統，打造出低用電量且零碳的倉儲，減少營運過程中的用電支出，進而降低倉儲營運成本」，衝擊影響值為 11.64。本次亦納入「因應消費者行為開始關注永續議題，以及偏好更環保的綠色商品，公司提早因應永續消費趨勢，可以提升客戶滿意度與黏著度，致使營收上升」，衝擊影響值分別為 9.94，共取該二項重大氣候機會議題對財務影響說明如下：

機會：將現有與未來的倉儲建物轉變為更高能源效率的建築，並配合建置再生能源系統，打造出低用電量且零碳的倉儲，減少營運過程中的用電支出，進而降低倉儲營運成本。

- 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，依照臺灣 2050 淨零路徑規劃，2050 年時，100% 新建建築物與超過 85% 既有建築物需為近零碳建築。
- 議題發生時間：長期（2032-2050 年）
- 潛在財務影響說明：假設北區物流中心於長期（2032-2050 年）達到近零碳建築，達到啟用年節電量 50% 預期節省之用電電費。預期節省之用電量，電費價格因受國家決策影響，在未來長期的推估上有較大的不確定性，支出費用以 2024 年平均實際每度用電價格保守估算。
- 平均一年財務影響：平均一年財務影響約當 2024 年營收之 0.01%。



目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

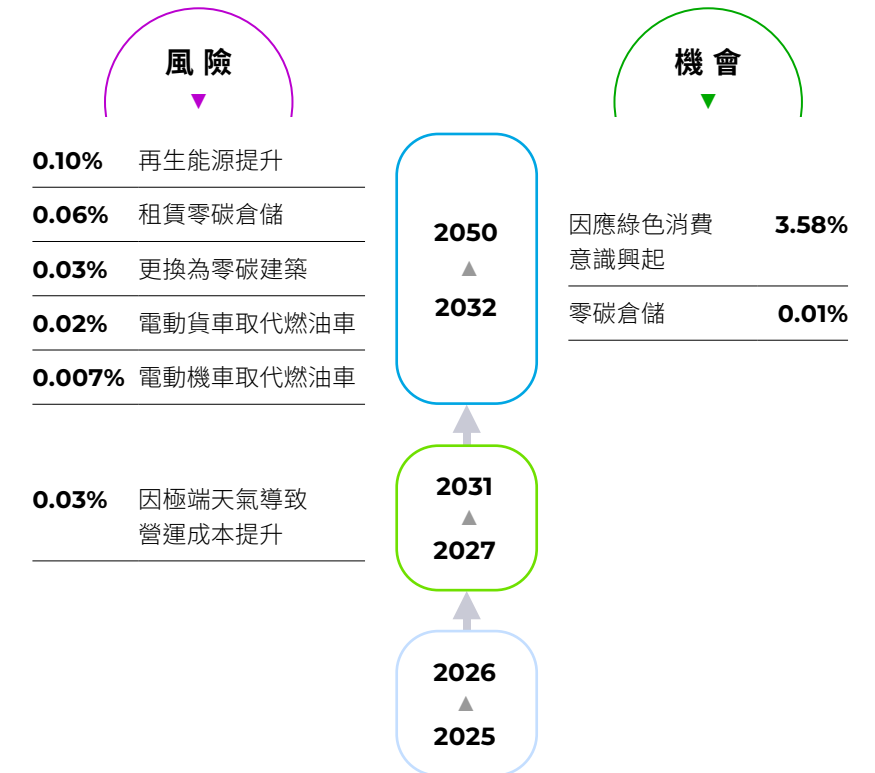
機會：因應消費者行為開始關注永續議題，以及偏好更環保的綠色商品，公司提早因應永續消費趨勢，可以提升客戶滿意度與黏著度，致使營收上升。

- 影響說明：2024 年環境部「淨零綠生活轉型技術及策略發展專案工作計畫」，調查「民眾落實意願」與「減碳潛力」雙高領域，情境結果指出，居住品質面向中最高為「高能效家電」(94.6%)、「遠端控制家電」(82.5%)；友善環境綠時尚面向：最高為「選用環境友善材質的衣物與日常用品」(92.7%)、「選用節能衣著」(87.8%)。企業推動優先減碳領域，結合民眾落實意願，有助於創造商機。
- 議題發生時間：長期（2032-2050 年）
- 潛在財務影響說明：預估綠色生活館的銷售金額成長。
- 平均一年財務影響：約佔 2024 年營收的 3.58%。



氣候相關風險／機會財務影響排序

單位：財務影響約佔 2024 年營收比例



氣候韌性

momo 依據 2024 年全面的情境分析與深入的財務影響評估，系統性檢視企業氣候韌性，並定期將氣候韌性管理成果與關鍵指標呈報永續發展委員會。momo 已將氣候韌性視為策略發展核心，並承諾持續強化調適能力，將其納入基礎營運能力與企業文化中，以因應全球氣候變遷日益極端化的挑戰，同時把握低碳轉型所帶來的市場機會，創造永續經營與品牌價值。

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

3.3 風險管理

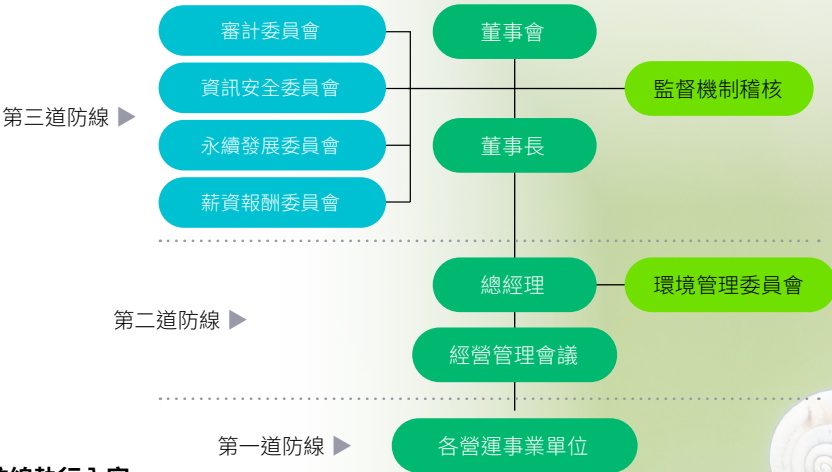
3.3.1 氣候相關風險與整體風險管理制度之整合

momo 於 2023 年 11 月修訂「風險管理政策與程序」並經董事會通過，作為風險管理最高指導原則。董事會為風險管理最高決策單位，轄下之審計委員會負責監督風險相關策略執行，另由稽核室協助審計委員會執行風險管理相關事宜，並定期 (至少一年一次) 向董事會報告風險管理執行情形。

momo 已將「氣候變遷風險」辨識為主要營運過程中的一項重要風險，並依照風險管理程序，定期盤點辨識氣候變遷可能會造成的公司營運衝擊面向，並透過權責單位依因應措施及管理方式執行。



風險管理三道防線與管理流程



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	營運單位	營運單位負責最初之風險辨識、評估及控制，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。
第二道防線	管理階層	擔任規劃及監督所屬單位內相關業務風險管理工作之責，並執行董事會之風險管理決策，導引資源分配確保內部控制程序有效執行。
第三道防線	治理階層	為風險管理最高決策單位，核定風險管理政策與相關規範，監督風險管理政策執行情形，確保風險管理機制有效運作。
監督機制	稽核室	評估各項業務風險之高低，作為排訂年度稽核計劃之依據；執行稽核作業，檢查及覆核各營運單位風險管理之實際執行狀況，呈報稽核結果並追蹤缺失。

3.3.2 氣候相關風險管理措施

momo 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 2024 年重大氣候風險與機會議題，訂定因應措施，以及盤點各項議題於本次評估之時間長度（中期、長期）下的管理成本：

重大氣候風險與機會議題因應措施與管理成本

重大氣候風險與機會議題	管理行動與因應措施	管理成本
自建零碳建築	<ul style="list-style-type: none">倉儲建置時運用淹水模擬資料，並參考地理區域及環境因素等條件。倉儲導入地道風冷卻外氣及自然通風換氣設計，減緩溫升影響。自有倉儲閒置屋頂建造太陽能裝置，生產再生能源。依法進行「設廠環境評估」，包含土壤液化評估、地層分布、地下水位監測等，也透過建置綠帶，滿足防洪需求並降低建物對生態環境之影響。	人事業務成本長期約 320,320 千元
再生能源提升	<ul style="list-style-type: none">momo 利用自有倉儲閒置屋頂建造太陽能裝置，已包含北區物流中心、南區物流中心，生產再生能源。	人事業務成本長期約 366,080 千元
電動車取代燃油車	<ul style="list-style-type: none">為了提升運輸效率及減少物流里程產生的碳排放，momo 打造綠色車隊，持續添購電動車輛，預計 2025 年提升電動機車至 30%，2026 至 2027 提升至 50%，持續提高電動機車占比。搭配短鏈物流與去節點等技術，逐步導入兼具環境友善與效率的運輸模式。擴增倉儲據點搭配與供應商合作廠配與越庫模式，縮短貨物配送時間與距離。運用 AI 大數據導入「最短配送路徑建議」模組。	人事業務與電動車定期維護成本長期約 202,046 千元
更換租賃建物為零碳建築	<ul style="list-style-type: none">momo 持續評估未來租賃綠建築或零碳建築的可行性。總部大樓推行空調運轉調控機制，追蹤用電行為，落實建物節能減碳。倉儲於不影響照明情況下，調整為半電模式，落實集中現場作業，並評估導入 LED 燈具。	人事業務成本長期約 5,280 千元
因極端天氣導致營運成本提升	<ul style="list-style-type: none">momo 訂定「災害安全防救管理辦法」及「緊急事故應變措施管理辦法」以降低災害損失，另倉庫設有「預防豪雨及颱風檢核表」，包含檢查緊急發電機試運轉及油量是否足夠，管理災害風險。momo 將系統服務分散至網際網路資料中心 (Internet Data Center) 及雲端機房，以因應電力中斷風險。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，再由抽水機及控制閘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。	人事業務成本中期約 437,360 千元
零碳倉儲	<ul style="list-style-type: none">興建中之中區物流中心，參考綠建築標章得分指標進行設計，室內建材裝修中綠建材使用量大於 75%，並採用採用高效率之空調設計、LED 燈等節能燈具。	人事業務成本長期約 320,320 千元
綠色消費意識興起	<ul style="list-style-type: none">綠色生活館號召上百家供應商，提供逾 5,300 種綠色商品提供給消費者。綠活會員計畫賦予消費者「永續消費選擇權」，包含優先使用「循環包裝」配送、「集中配送」等減碳物流新選擇，並提供會員「減碳儀表板」累積個人減碳成果，搭配「綠色生活館」永續選品並提供「綠活專屬優惠」，強化經營永續消費客群。	人事業務成本長期約 343,200 千元

3.4 指標與目標

面對氣候變遷對於利害關係人可能帶來的風險衝擊，momo 已於 2016 年積極推動溫室氣體盤查與查證作業，並於 2019 年起透過「永續生活藍圖」的擘畫，制定與溫室氣體範疇一、二相關之指標與目標，以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。

3.4.1 溫室氣體相關指標與目標

溫室氣體減量與管理

momo 奠基本業核心職能，對標重大氣候主題「氣候治理與能資源管理」、「綠色物流」，並鑑別出多面向溫室氣體排放源。相關權責單位依其業務職掌，以 2023 年度作為基準年，制定溫室氣體排放範疇一與範疇二目標設定分別如下：

溫室氣體範疇一、二減量目標與達成情形

範疇 1	基準年	2024 年 達成情形	短期目標 (2025 年)	中期目標 (2026-2027 年)	長期目標 (2028-2030 年)
綠色車隊	2023	自有車隊每件配送 碳排較基準年 - 4.8%	富昇提升電動機車 佔比達 30%	富昇提升電動機車 佔比 50%	持續優化綠色車隊 及能源使用
範疇 2					
總部大樓 辦公室	2023	人均用電量 - 4.4%	人均用電量 - 1%	人均用電量 - 2%	人均用電量 - 2%
倉庫	2023	每坪用電量 -10.01%	每坪用電量 - 1%	每坪用電量 - 2%	每坪用電量 - 2%

momo 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 年首次取得 ISO 14001 環境管理系統驗證證書，並於每年持續通過複驗。

此外，momo 於 2023 年首次取得 ISO 14067 碳足跡證書以及環境部碳足跡標籤，並規劃申請碳足跡標籤，盤查 momo 零售服務生命週期碳排放量，並針對排放熱點規劃對應減碳措施，帶動價值鏈低碳轉型。



近三年溫室氣體排放情形

直接／間接排放	範疇	2022	2023	2024
直接排放量	範疇一	1,595.48	1,815.70	2,000.55
間接排放量	範疇二	13,240.45	13,534.71	15,021.96
範疇一、二合計		14,835.93	15,350.41	17,022.51
人均排放量		2.70	2.73	2.89
排放密集度		0.14	0.14	0.14

(單位：公噸 CO₂e)

註1 盤查邊界：2022、2023 年 -momo100% 營運控制據點及國內子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健)；2024 年 -momo 及合併財務報表所有子公司。

註2 人均排放量：2022、2023 年 - 溫室氣體 (範疇一、二) 排放量／momo 100% 營運控制據點及子公司 (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)；2024 年 - 溫室氣體 (範疇一、二) 排放量／momo 及合併財務報表所有子公司總人數 (含派遣公司進駐人員)。

註3 排放密集度：2022、2023 年 - 溫室氣體 (範疇一、二) 排放量／momo 100% 營運控制據點及子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健) 營業額；2024 年 - 溫室氣體 (範疇一、二) 排放量／momo 及合併財務報表所有子公司營業額。

註4 溫室氣體盤查基準年為 2022 年，全球暖化潛勢 (GWP) 依據 IPCC 第六次評估報告。

註5 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。

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

近三年範疇三排放量（單位：公噸 CO₂e）

範疇三之類別	2022	2023	2024
1. 採購商品與服務	1,425,862.64	1,329,323.67	1,314,030.63
2. 資本財	18,107.59	37,863.09	48,817.37
3. 燃料及能源相關之活動	2,574.96	2,971.95	3,116.70
4. 上游運輸和配送	73,822.88	42,632.77	42,310.23
5. 營運產生之廢棄物	628.53	645.64	616.66
6. 商務旅行	14.16	18.49	21.01
7. 員工通勤	2,552.11	2,587.80	3,525.56
12. 銷售產品使用壽命終端處理	645.82	733.72	718.88
範疇三合計排放量	1,524,208.69	1,416,777.13	1,413,157.04
範疇一、二、三合計排放量	1,539,044.62	1,432,127.54	1,430,179.55

註1 盤查邊界：2022、2023 年 -momo 100% 營運控制據點及國內子公司 (富立人身、富立綜保、千卉國際、富昇物流、富美康健) ；2024 年 -momo 及合併財務報表所有子公司。

註2 2022、2023、2024 年 - 範疇三經間接溫室氣體排放源重大性方法學評估後，排除類別 No.8、9、10、11、13、14、15 項目。

momo 考量 IEA 2050 淨零排放路徑圖、臺灣徵收碳費等議題，雖現階段並未屬臺灣碳費管制產業對象，也儘管本次氣候相關風險之鑑別結果，未納入「徵收碳費」為重大氣候風險，但 momo 仍於 2024 年參考內部碳定價之精神，以「影子價格」推算碳管理願付價格，旨在將碳風險納入企業低碳策略擬定考量中。目前 momo 以既有「集中配送」低碳行動進行評估，推算出碳管理願付價格，即 momo 的內部碳定價 (ICP) 為新台幣 4,251 元 /tCO₂e。後續，momo 將持續內部研擬評估內部碳定價之妥適性、管理目標與意涵，調整內部評估方法學與計算流程。

3.4.2 其他氣候相關指標與目標

momo 依據本次策略構面所對應議題之風險與機會議題，訂定指標管理途徑與短、中、長期目標，內容如下表所示：

◉ 溫室氣體減量與管理



策略構面之氣候相關管理指標

策略構面	議題	指標管理途徑	風險與機會議題
綠活會員	永續消費倡議	・綠色生活館營運績效成長 ・推廣綠活會員，強化永續消費客群 ・優化綠活會員功能	⊕ 綠色消費意識興起
綠色夥伴	永續供應鏈	・供應商永續風險強化 ・綠色供應商管理	⊖ 包材減量技術投入
低碳倉儲	綠建築	・綠建築概念物流中心完工啟用	⊖ 自建零碳建築
綠色物流	綠色物流	・打造綠色車隊 ・最後一哩路低碳化	⊖ 電動車取代燃油車 ⊕ 物流運輸效率提升
環境友善包裝	循環包材	・提升循環包材使用率 ・包裝減重率基準年 (2019 年) 減量	⊖ 包材減量技術投入
	廢棄物減量	・減少營運過程廢棄物	
綠色營運	能源效率提升	・自建倉裝置太陽能發電系統建置及啟用	⊖ 再生能源提升 ⊖ 更換租賃建物為零碳建築 ⊕ 零碳倉儲
	營運不中斷	・自身營運不中斷	⊖ 因極端天氣導致營運成本提升

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

氣候相關管理指標短中長期目標

議題	指標管理途徑	2024 年目標達成情形	短期目標 (2025 年)	中期目標 (2026-2027 年)	長期目標 (2028-2030 年)
 永續消費 倡議	綠色生活館營運績效成長 ・ 綠活館有購人數較前一年 +5% ・ 綠活館商品數較前一年 +5% ・ 綠活館線上 / 線下活動參與人數達 1,200 人	・ 有購人數 + 27% ・ 商品數 + 9% ・ 線上 / 線下活動參與人數 > 2,000 人	・ +10% ・ +10% ・ 1,500 人	・ +10% ・ +10% ・ 1,500 人	・ +10% ・ +10% ・ 1,500 人
	推廣綠活會員，強化永續消費客群 ・ 綠活會員數較前一年 + 20%	・ 綠活會員數較前一年 + 29%	・ 綠活會員數較前一年 +20%	・ 綠活會員數較前一年 + 25%	・ 綠活會員數較前一年 + 25%
	優化綠活會員功能	・ 持續優化「綠活會員」及「綠生活館功能」 ・ 規劃並開發「減碳儀表板」及「綠活點數」專案	・ 第一階段「減碳儀表板」於 2025 上半年上線 ・ 第二階段「綠活點數」回饋機制於 2025 Q3 上線 ・ 規劃至少一場綠活會員環境友善實體活動	・ 規劃呈現商品永續資訊 ・ 每年至少一場環境友善實體活動	・ 提升商品永續資訊 ・ 每年至少一場環境友善實體活動
 永續 供應鏈	供應鏈風險管理強化	・ 完成關鍵一階新進供應商 ESG 自評 ・ 規劃 14 次實體供應商 ESG 教育訓練	・ 持續推動關鍵一階及新進供應商 ESG 自評 ・ 舉辦至少一場供應商 ESG 教育訓練上線 ・ 供應商評鑑分級 A、B、C 等級 (商品品質、資安、金流、訂單、寄倉) ・ 資安自評表新版	・ 持續推動關鍵一階及新進供應商 ESG 自評 ・ 新進供應商審核置入 ESG 檢核條件 ・ 持續舉辦供應商 ESG 教育訓練	・ 持續推動關鍵一階及新進供應商 ESG 自評 ・ 持續舉辦供應商 ESG 教育訓練 ・ 規劃 ESG 績優供應商徵選
	綠色供應商管理	・ 帶動供應鏈綠色包裝：持續推廣使用循環物流箱、宣導提升原箱出貨	・ 循環物流箱導入 10 家 ・ 推廣廠商購買 momo 環保包材 80 家 ・ 供應商 ESG 宣導、線上影音 1 支	・ 循環物流箱使用箱次 YOY 成長 10% ・ 推廣廠商購買 momo 環保包材 100 家 ・ 供應商 ESG 宣導、線上影音 2 支	・ 循環物流箱使用箱次 YOY 成長 10% ・ 推廣廠商購買 momo 環保包材 120 家 ・ 供應商 ESG 宣導、線上影音 3 支
	 綠建築	綠建築概念物流中心完工啟用	・ 中區物流中心參考綠建築概念興建	・ 中區物流中心參考綠建築概念完工	

議題	指標管理途徑	2024 年目標達成情形	短期目標 (2025 年)	中期目標 (2026-2027 年)	長期目標 (2028-2030 年)
 綠色物流	打造綠色車隊 · 自有車隊每件配送碳排放較基準年 (2023) – 1% ； · 去節點節省 2,500 轉運趟次	· – 4.8% (平均每件配送碳排放量 0.25 kg CO2e/ 件) · 4,018 趟次	· 富昇提升電動機車佔比達 30%	· 富昇提升電動機車佔比 50%	· 持續優化綠色車隊及能源使用
	最後一哩路低碳化	· 分析集中到貨、短鏈之減碳效益，制定物流減碳優化計畫 · 2024 年每件包裹避免碳排放為 0.068kgCO2e	· 新增退貨通路，減少逆物流里程：超商退貨服務新增全家退貨通 (現有 7-11 退貨便) · 持續推動 “集貨配送” ，新增南區物流中心為集貨點，減少南部客戶訂單的總配送里程和配送速度	· 增加中南倉庫存品項，增加中南倉配送至中南客戶訂單比例，減少整體配送里程	· 與超商或其他物流業者共同合作，減少客戶訂單包裹轉運次數與配送里程
 循環包材	提升循環包材使用率 · 拓展循環袋出貨倉佔比達 50% · 提升循環袋回收率，拓展 1 家以上回收通路 · 循環袋優化改版 · 提升循環紙箱出貨使用，使用總量年成長 ≥ 10% · 拓展慈濟配合站點	· 拓展循環袋出貨倉佔比達 76% · 循環袋回收率 21.4 % · 完成拓展 2 家回收通路 (台灣大哥大及 7-11) · 完成循環袋優化改版 · 循環紙箱出貨總量年成長 18% · 增加 1 個慈濟配合站點	· 循環包材出貨佔比 1% · 紙箱回收點增加，提高進貨紙箱再利用 · 增加循環袋回收通路 · 工研院循環箱 POC	· 成立包裝研究中心，提升可回收性及創新包裝設計	· 透過包裝研究中心，持續包裝研發與減量
	包裝減重率基準年 (2019) 減量 ≥ 25%	· 減量 ≥ 26.6%	· 減量 ≥ 30% · 提高原箱出貨 ≥ 23%	· 減量 ≥ 35%	· 遵循政府包裝減量法規規範
 廢棄物減量	總部大樓人均廢棄物較基準年 (2020) – 4% 邊界：僅計算總部大樓	· – 18.25%	· -4%	· -7%	· -10%
 能源效率提升	自建倉裝置太陽能發電系統建置及啟用	· 完成南區物流中心太陽能系統建置及啟用 · 北區物流中心全年發電量 118.6 萬度	· 南區物流中心太陽能自發自用系統 (1,200kw) 正式啟用及取得綠能憑證	· 中區物流中心太陽能自發自用系統 (1,200kWp) 規劃、建置及啟用	· 未來自建倉太陽能系統皆自發自用，系統效能持續監控
	碳盤查精進，強化範疇三數據管理能力	· 完成盤查「多元門市取件」、「跨倉集中配送」、「電動機車」、「循環袋」、「循環紙箱」及「最適化包材系統」之單件避免碳排放 · 完成 1P 商品碳足跡盤查，鑑別碳排放占比 80% 之商品類別，並掌握產品累積碳排放量前 30 大品牌商	· ISO 14064-1 盤查邊界擴大，包含 9 家國內外子公司達 100%	· 範疇三盤查及揭露新增 1-2 項類別 · 服務生命週期碳排放減量 3%，取得減碳標籤	· 範疇三盤查及揭露新增 1-2 項類別
 營運不中斷	自身營運不中斷		· 定期評估極端氣候緊急應變措施		

附錄 TCFD 揭露對照表

目錄

CH 1 前言

CH 2 報告書編製說明

CH 3 TCFD 揭露項目

3.1 治理

3.2 策略

3.3 風險管理

3.4 指標與目標

附錄

TCFD 建議揭露事項		上市上櫃公司氣候相關資訊	對應章節	頁數
治理	董事會對氣候相關風險與機會的監督情況	① 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	3.1.1	9
	管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色		3.1.2	10
策略	組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	② 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務 (短期、中期、長期)。	3.2.2	25
	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	③ 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	3.2.2	25
	組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境	④ 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	3.2.2	25
風險管理	組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程	⑤ 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	3.2.1	18
	組織在氣候相關風險的管理流程		3.3.2	29
	組織整體風險管理制度之整合		3.3.1	28
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	⑥ 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體 風險及轉型風險之指標與目標。	3.4.1 3.4.2	30 31
	範疇 1、範疇 2 和範疇 3 (如適用) 溫室氣體排放和相關風險	⑦ 溫室氣體盤查及確信情形。	3.4.1	30
	組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	⑧ 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 (RECs) 數量。	3.4.2	31



momo

富邦媒體科技