

潤泰全球持續關注氣候變遷議題，致力於透過各項措施及宣導，如，照明設備汰換為 LED 燈、回收可用紙張再利用、減少包裝材與購物袋的使用等方式，以減少資源使用及溫室氣體排放。同時憑藉著多年紡織產業的豐富專業，研發涼感及保暖材質之紡織品，讓使用者可以減少能源的實用，為環境保護盡一份心力。

※節能減碳未來量化管理

1. 水資源使用管理

預期目標：以 2022 年為基準，逐年減少用水量 5%~20%

(百萬公升)	2021	2022
取水量	3.58	28.82

註 1：耗水量以水費單及水表統計

註 2：2021 年取水量數據僅包含總公司；2022 年取水量數據包含總公司及中和分公司

註 3：2021 年及 2022 年取水量業經勤業眾信聯合會計師事務所確信。

2. 溫室氣體排放管理

預期目標：以 2022 年為基準，排放量減少 3%~10%

潤泰全球為善盡企業責任重視資源使用與環境衝擊，確實掌控及管理溫室氣體排放現況，透過各類宣傳、線上課程及教育訓練，推動節能減碳相關計畫，期以減少溫室氣體排放，為環境盡一份心力。

潤泰全球積極配合政府企業溫室氣體盤查登錄作業，並配合金管會永續發展路徑圖之溫室氣體盤查時程規劃，於 2022 年導入溫室氣體盤查，全面推動溫室氣體排放量盤查與查證，總公司與中和分公司按 ISO 14064-1:2018 標準進行溫室氣體盤查，未來將陸續擴大盤查範疇，併規劃取得第三方驗證。

範疇別	2021 年(註 1)	2022 年
範疇一	~	182.45
範疇二	318.62	3,154.87
總計(範疇一+範疇二)	318.62	3,337.32

註 1：本公司於 2022 年始導入溫室氣體盤查，2022 年範疇一、二包含總公司及中和分公司；2021 年範疇一、二僅包含總公司。

註 2：溫室氣體排放計算採營運控制權法進行盤查，計算方法為活動數據*排放係數*GWP 值（排放係數依據環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版，GWP 值係採用 IPCC 2021 年第六次評估報告，若第六次評估報告無更新者，以 IPCC 2013 年第五次評估報告內容計算）

3. 廢棄物管理

潤泰全球的營運活動可區分為辦公大樓以及商場產出的一般生活廢棄物，主要分為塑膠、保麗龍、廢食用油、廚餘及廢棄物等，並依循「廢棄物處理管理程序」，確保營運過程中產生的廢棄物，能正確與安全地處理。本公司委託合格之環保回收廠商辦理清運作業，由合法清運公司簽定合約，清運公司依約需依「事業廢棄物貯存清除處理方法及設施標準」之規定及相關

法規等規定辦理，清運車輛需登錄於環保主管機關核發之清除許可證。並雙方同意以處理場所地磅之過磅單重量為申報之基準，依環保法令之規定確實申報廢棄物產出、清除等相關資料。

於包材管理方面，因應政府減塑政策，潤泰全球皆嚴格要求供應商須符合法規，並定期的審查。

廢棄物減量政策	
總公司	量販店
1. 宣導員工用餐儘量使用環保杯、環保餐具，公司員工餐廳提供環保碗盤 2. 不主動提供一次性餐具 3. 進貨使用重複性籃子、物流箱 4. 落實回收政策，減少垃圾產生	1. 依政府規定確實執行環保兩用袋 2. 依顧客需求，提供紙箱取代塑膠袋 3. 裸賣蔬果，不過度包裝 4. 以廢紙自製摺紙袋提供顧客包裝代替塑膠袋 5. 於買場內張貼限塑告示，及辦公室張貼節能減碳告示 6. 落實廢棄物分類，塑膠回收、一般垃圾、廚餘、廢油等 7. 推行環保購物優惠活動-環保杯等 8. 於賣場內設立環保標章產品專區 9. 凍藏設備監控及記錄 10. 提供廢電池、燈管回收服務 11. 惜食管理:剩餘食材與員工分享、晚間八點後出清蔬菜、熟食等及降價出售醜蔬果，不予丟棄 12. 要求同仁針對需要報廢之商品明確填寫報廢記錄及清運總廚餘量登記，以供管控並制定減量策略

廢棄物產生與處置轉移情形（單位：公噸）

廢棄物組成成分		2021	2022
一般廢棄物	產出量	393.44	412.61
	回收量	259.13	272.58
	焚化量	134.31	140.03
	其他	0	0

註：僅統計中和分公司數據，其餘地點因數量微小並無統計相關數據。

※氣候變遷評估與因應措施

因應氣候緊急狀態與能資源供應的潛在危機，潤泰全球不僅加強對氣候韌性的調適，降低災害可能帶來的營運衝擊，亦在減緩溫室氣體排放上持續努力。藉由鑑別氣候變遷之風險與機會，落實相關因應措施及策略，以降低風險並掌握商機，達到企業永續經營之目標。並透過情境設定辨識實體及轉型風險及產品面、客戶面與營運面之機會，對公司營運活動造成之衝擊與影響，強化公司之氣候變遷治理。

潤泰全球因應氣候變遷風險，參照「氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD)」指引，透過四大面向，治理、策略、風險管理及指標與目標，推動綠色低碳價值鏈轉型與氣候調適策略。

氣候風險類型包含轉型風險與實體風險兩大類別，其中轉型風險包含政策與法規、技術、市場、聲譽；實體風險則包含立即性和長期性的氣候風險。機會則區分為資源效率、能源來源、產品與服務、市場以及組織韌性等類別。2022年，潤泰全球各部門小組透過Workshop方式，鑑別氣候變遷因素可能帶來的風險與機會，評估其發生可能性及衝擊程度，依照分析結果繪製風險與機會矩陣，並對前兩大氣候風險及機會進行策略研擬、設定氣候變遷因應策略。

氣候相關重大風險與策略評估

<p>風險 001 原物料成本上升</p> <p>[衝擊情境] 潤泰全球仰賴國際貿易，極端氣候引起的原料生產失序和物價上揚，可能會對原物料成本、匯率波動幅度和通貨膨脹產生影響。</p>	<p>[風險衝擊面向]</p> <ul style="list-style-type: none"> 其中主要原物料之一的棉花受到氣候和長期強降雨的影響，導致棉花品質不佳或產量減少，導致原物料價格上漲，進而影響終端產品的交貨時間和價格 	<p>[財務衝擊]</p> <ul style="list-style-type: none"> 淨利減少、營運成本提高 	<p>[因應策略]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 導入更多供應商進行選擇，不過度集中於同一區域，分散風險，使料況與交貨穩定
---	---	---	--

<p>風險 002 颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高</p> <p>[衝擊情境] 因極端天氣變化及嚴重性加重，惡劣天氣如颱風、水災等情況的發生頻率增加，造成淹水、停電等情況，可能導致營運中斷，人員損傷，而使營收減少、成本增加。</p>	<p>[風險衝擊面向]</p> <ul style="list-style-type: none"> 強風暴雨影響零售店營運，顧客消費機會意願下降，導致成本上升以及營業額下降 供應商據點受到乾旱、颱風、暴雨天氣影響，造成停產或遭受財產、人員損失，無法正常出貨 	<p>[財務衝擊]</p> <ul style="list-style-type: none"> 無法如期出貨、零售店營運中斷，營收減少 資產受到影響或報廢，資本支出增加 運費提高、營運成本增加 	<p>[因應策略]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 投保營運中斷險，降低災情損失 ● 定期檢視防淹水設備與緊急應變程式，並定期演練 ● 量販店地基墊高或遷至地勢較高之區域
--	--	--	---

氣候相關重大機會與策略評估

<p>機會 001 開發和/或增加低碳商品和服務</p> <p>[影響情境] 隨著國際間減碳趨勢，客戶端對配合供應商有更高的減碳要求，為確保競爭力，我們需要以永續概念吸引客戶、提升競爭力、開發新客群。</p>	<p>[機會影響面向]</p> <ul style="list-style-type: none"> 研發自製款式，開發出更加環保、高品質的產品；同時採購機能布料，並使用再生材料創造具競爭力的產品 推廣供應商端採用綠能，省水加工方式，以減少製成對環境的衝擊，更有助於降低溫室氣體排放 	<p>[財務影響]</p> <ul style="list-style-type: none"> 營收增加及獲得被投資機會 	<p>[因應策略]</p> <ul style="list-style-type: none"> 設計開發永續環保布料，供客戶或品牌商選擇 與供應商合作，使用具有較低碳足跡的原材料，如有機棉、再生纖維和永續生產的合成纖維，減少產品的整體碳排放
---	---	--	---

<p>機會 002 消費者偏好轉變</p> <p>[影響情境] 消費者環保意識抬頭，愈來愈多消費者傾向購買對環境友善之永續時尚品牌/商品、低碳產品等。</p>	<p>[機會影響面向]</p> <ul style="list-style-type: none"> 新研發商品採用低碳排放，或零碳排放之紗線（為面料之主要減碳之可控因子），在對品牌客戶端之推廣作業中，加入減碳比例，提高品牌客戶對碳排控制之觀念 	<p>[財務影響]</p> <ul style="list-style-type: none"> 營收增加及獲得被投資機會 	<p>[因應策略]</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品原料選擇環保、有機棉布料製造；並使用含有回收材質/環境友善的產品包材
--	---	--	--