



CC&S Monthly Newsletter

氣候變遷及企業永續發展電子報



February 25, 2016 | Climate Change & Sustainability

氣候變遷及企業永續發展電子報

目錄：

【KPMG 永續風向前哨站】

掌握非財務績效資訊揭露潮流下的新機會

【專題報導】

COP21 巴黎氣候協議：給企業的信號彈

【相關動態】

1. 8 個供應鏈需提升氣候衝擊應變的理由
2. 歐盟循環經濟新方案
3. 氣候變遷風險揭露搜尋工具上線 美國石化產業表現普遍較歐洲差為劣
4. 責任投資將成為市場主流
5. 極端天氣與全球經濟成長
6. 永續設計讓手機品牌揚名國際
7. 如果將重大性分析應用在整個產業？

【KPMG 永續風向前哨站】

掌握非財務績效資訊揭露潮流下的新機會

迎接 2016 靈動的猴年，如何能夠因應似乎擁有七十二變的全球經濟、營運風險等高度挑戰局勢，在潮流起落下持續領航、扮演產業變動大環境的佼佼者，企業除了穩健掌舵財務經營表現以外，更有賴於清楚辨識組織刻正面臨的非財務績效領域之相關風險與機會，從中發掘潛力契機、順應永續驅策力的重要趨勢。

由近期國內外金融主管機關或證券交易單位，陸續推動（強制）編製、發行永續性報告（CSR Report），或揭露 ESG（Environmental, Social, and Governance）的相關績效表現，我們可以明確瞭解並觀察到，企業的經營表現與商業策略必須跟非財務績效資訊揭露進行深入聯結，已經是一枚明亮的信號彈。而從台商企業多在兩岸四地的布局與發展來看，鄰近的中國大陸、新加坡、香港對於企業社會責任的相關要求有增無減；台灣則陸續於氣爆、食安事件後，過去一年會計師事務所針對 CSR Report 出具確信意見逾六十家，背後所代表的意涵，更是一块具體的試金石。到底，什麼樣的契機必須被掌握，才有助於企業的轉型與蛻變，方能通過利害關係人的檢視，回應資本市場的要求與期待？

首先，許多企業在非財務績效資訊揭露上，較為欠缺的是制訂一個具時效性且可以被衡量的永續藍圖與執行目標，並且視己身的短中長程願景與商業策略，定期修正與回饋調整。這其實一方面反應出推動主軸未被確立，另一方面則代表的意義是治理（或監理）機制未被妥善建立－特別在董事會的陳報與決策聯結上可能是脫鉤的。其實，透過永續藍圖與執行目標的滾動式管理，能夠讓所鑑別出來的 ESG 風險與機會更為收斂、聚焦，也能更了解企業所在的戰略位置與方向落差、甚至競爭力的體檢分析，是經營策略上鮮少會被留意到的要點。

再者，從回應利害關係人的角度來看，有效的溝通、簡潔的訊息，一份統合財務與非財務績效資訊揭露的整合性報告（Integrated Reporting），闡明六大資本（財務、製造、智慧、人力、社會、自然）的配置與運用狀況的成效，更是企業未來在此的重點挑戰和趨勢。對於企業而言，能夠藉此盤點、量化六大資本投入與產出間的價值創造（或減損），說明關鍵之永續風險及營運策略，得以全方位的將組織整體串連、內外一體，這才是所謂「整合」的真實意涵以及企業成長、領先的轉機。

然而，報告書只是企業營運的日常績效總整理與表現，所呈現的也都是歷史性資訊；如同基金投資警語「過去之績效亦不代表未來績效之保證」，做為非財務績效資訊揭露的使用或閱聽者，當然得適當留意內容有關之更新及權益事項，而企業本身則應秉持「盡善良管理人之注意義務」，確實地落實與執行、務求透明與平衡揭露，如此才能真正化危機為契機、掌握這股揭露趨勢潮流下的商機。



【專題報導】

COP21 巴黎氣候協議：給企業的信號彈

於第 21 屆聯合國氣候變化綱要公約締約國大會 (COP21) 中，為達到將全球平均溫度上升的幅度控制在工業化前的 2°C 以下之共同目標，全球 65 個國家共 450 個企業的 CEO，已承諾設定減碳目標及碳揭露進度，同時，富裕國家也將會對資源缺乏國家提供財務援助，攜手推展相關氣候行動。

對於企業而言，巴黎氣候協議如同一枚信號彈，代表低碳轉型的必要性。為控制溫度上升、實現碳中和，企業必須改變過往所仰賴的電力與生產、運輸模式，轉而發展再生能源、投資清潔技術 (clean technology) 等低碳模式。而企業於營運與策略面可供參考碳管理的方向如下：

營運面：

- 確保企業充分理解供應鏈上受氣候變遷影響的潛在財務、環境與社會衝擊，並及早擬訂因應方針
- 考量極端氣候對重要供應商的影響；例如洪水擾亂物流、暴雨使重要原物料供給減少、水資源日益匱乏等
- 確保公司具有正確的碳排放管理系統與流程，以應對日益嚴格的碳排放報告、資訊揭露要求
- 建立公司對於碳與氣候變遷的立場，對外一致宣傳，同時明確揭露企業的減碳行動，以鞏固品牌形象與聲譽
- 充分了解各國政府的減碳目標，及其目標對於組織造成的可能影響

策略面：

- 與政府及業界合作，了解減碳政策的方向。再依據可能的法規、罰則與獎勵政策，規劃影響組織的各式情境方案
- 透過建構內部碳價計畫和風險管理，預測碳定價系統對企業的衝擊影響
- 從碳減量法規、不斷變化的市場動態、利害關係人的關注項目，以及極端氣候的影響，了解企業將面臨的風險與機會，並準備將因應策略清楚傳達給投資人
- 企業應訂定本身的減碳策略與目標，以達到全球控制溫度不得上升 2°C 的共同目標
- 探索組織如何從投資清潔技術和低碳解決方案中獲益
- 鑑別投資節能減碳與低碳創新的機會，例如：綠色債券，或清潔技術的獎勵與補貼

KPMG 為全球 60 個國家提供氣候變遷與永續發展服務，我們的專業能夠幫助面臨氣候變遷與相關法規風險的組織。提供的服務包含策略、法規、報告、金融等四大面向。在策略面，我們幫助您了解低碳轉型並從中獲利；例如：鑑別並降低供應鏈中的氣候相關風險、

幫助最小化碳稅以降低成本。於法規面，幫助您了解並遵守碳減量規範與碳排放報告。在報告面，將實施有效的流程與 IT 解決方案，以收集並分析整體組織的碳排放數據，並具備標竿分析、獨立第三方驗證等服務。於金融面，提供發行綠色債券的諮詢服務。透過以上四大面向，KPMG 協助企業進行低碳轉型，以因應 COP21 後受碳限制的世界。

如想了解更詳細之資訊，請參考報告全文。



【相關動態】

1. 8 個供應鏈需提升氣候衝擊應變的理由

CDP 日前出版一份報告，列舉了 8 個理由說明為何企業應留意供應鏈對於氣候衝擊的應變。

1. 供應鏈的溫室氣體排放遠高於企業本身

根據 CDP 的報告，因供應鏈所產生的溫室氣體排放約為大部分企業（能源、礦業除外）營運的 4 倍。可以見得，企業在世界各地進行採購時，亦將溫室氣體排放外加予其供應鏈。因此，建議鼓勵更多企業開始量測、管理並揭露其碳排放量。

2. 觀念的建立與行動需要時間，且比想像中還棘手

許多供應商仍忽視氣候議題，這將使得許多企業在營運上受到真正的衝擊。CDP 在研究中代表了數家大型跨國企業與約 8,000 家主要供應商聯絡，其中僅約 51% 的供應商回覆。而隨著巴黎協議與後續政策將日趨具體，供應商若不具氣候風險意識，企業將在供應鏈管理方面面臨極大的風險。

3. 主要跨國企業正進行供應鏈重整

相關議題對供應鏈帶來的衝擊既是風險、也是機會。知名企業如可口可樂（Coca-Cola）、高盛（Goldman Sachs）、美國聯邦政府、以及電子產業亦透過產業組織（EICC）參與由 CDP 發起的計畫，每年收集其供應商之溫室氣體排放資訊。該計畫目前共有 75 個組織參與（主要為跨國企業），預計每年有將近 2 兆美元的支出。

此外，萊雅集團（L'Oreal）也承諾其前 300 大供應商須提出 2020 年之排放減量目標，並表明不排除更換供應商的立場；戴爾（Dell）亦有類似作法，並要求其供應商對他們的供應商提出同樣的承諾。

4. 法規要求即將上路且影響深遠

及早應變的企業除節省成本外，當相關法規正式生效後，亦具有較強的應變能力。為達到巴黎協議的目標，在全球特別是新興市場，相關法規的制定與執行強度將越來越高。過往許多企業採用「全球外包策略」（Global Sourcing Strategy），將供應商移轉到新興市

場，以減少排放成本，但現在隨著法規規範的制定與執行，這些地方將成為營運風險與成本攀升的國家。

舉例而言，美國銀行（Bank of America）曾預測聯邦碳稅施行後對己身之影響，若將其供應鏈應擔負的成本一同計算，總計為 18~50 億美元，而銀行本身應擔負的成本僅 1,300~2,600 萬美元。

5. 水資源往往被忽視

水資源匱乏的議題雖然重要，卻容易在一片溫室氣體減量或能源議題中被忽視。報告中顯示，在 8,000 個受訪的供應商中，僅 34% 的供應商曾經進行有關於水資源的風險評估。報告中建議需讓企業了解水資源議題如何影響其營運，水資源是如此稀少且珍貴的商品，而許多供應商卻未協助其客戶在供應鏈中進行良好的管理作為。

6. 供應鏈重整具實質效益

雖然多數供應商未對 CDP 的調查進行回覆，但從已回覆的相關問卷中，仍可見資料品質的提升：供應商較願意揭露排放數字，並懂得如何鑒別風險，且願意設定減量目標。而透過採購者對供應鏈設下減量目標，也將迫使供應鏈加快回應的腳步。由此可見，當正視並開始管理相關議題，便會有顯著的結果產生。

7. 樽節成本

報告中指出，願意揭露其氣候資訊的供應商，整體而言節省了 66 億美元的成本，而越早著手進行管理的企業，所節省的金額亦較多；平均而言，每一溫室氣體排放減量計畫，可協助節省 150 萬美元。過去一年，這些供應商已協助其客戶減少了 350 萬公噸的溫室氣體排放量。

8. 供應鏈的投入資訊將被公開

CDP 顧慮企業可能在氣候議題上忽略了供應商的角色，從今年開始，將把企業及其供應鏈如何因應氣候議題納入評分項目中，並每年公佈評分結果，以促使更多企業重視並開始管理相關議題。

資料來源：GreenBiz



2. 歐盟循環經濟新方案

歐盟執委會（European Commission）於 2015 年 12 月發佈新版的循環經濟方案（Circular Economy Package），該方案給予市場運作一個明確的訊號，目的在全面推動更永續使用資源的方式，啟動歐洲企業與消費者邁向零廢棄物的循環經濟模式。

循環經濟為一個可恢復且可再生的產業體系，不同於傳統的線性經濟 (Linear Economy) 的「生產—使用—丟棄」(Take-Make-Dispose)，在最理想的循環經濟系統中，所有產品、材料皆可被分別納入生物與工業兩個循環，於其中生生不息 (Closing the loop)，達成零廢棄物的商業模式。在歐盟執委會所發佈的循環經濟方案中，完整涵蓋了生命週期各階段的行動方案，由歐盟的 ESIF (European Structural and Investment Funds) 提供約 60 億歐元的財務支持，而歐盟執委會預測，在循環經濟模式下，歐洲企業將可節省 6 千億歐元、創造 58 萬個工作機會、並降低歐盟國家 2~4% 的溫室氣體排放量。例如，輕型商用車輛可透過再生與再利用節省原料成本約 64 億歐元以及 1.4 億歐元的能源成本，並減少近 630 萬公噸溫室氣體排放。

新版的循環經濟方案中包含下列行動計畫：

- 減少食物浪費行動，響應全球永續發展目標 (SDG) 於 2030 年前達成食物浪費減半
- 發展次級原料的品質標準，以增強市場信心
- 2015-2017 生態設計工作計畫措施，促進產品的可修復性、耐久性、可回收性及能源效率
- 修改相關肥料法規，以促進有機和廢棄型肥料的發展並支持生物營養素
- 發展塑料政策，規範可回收、可生物分解、及有害物質的塑料，並達成 SDG 中減少海洋垃圾的目標
- 水資源再利用的一系列行動；包括建議訂定廢汙水回收、再利用的最低標準

並提出廢棄物管理的提案：

- 2030 年歐盟共同目標：回收 65% 的城市垃圾及 75% 的包裝廢棄物
- 設定具約束力的垃圾填埋量目標：土地填埋的垃圾量不得超過所有垃圾量的 10%
- 利用經濟手段降低土地填埋的垃圾量
- 簡化和統一歐盟對回收率的定義和計算方法
- 促進產業合作共生：某一產業的副產品可成為另一產業的原料
- 利用經濟誘因刺激綠色產品的市場並支持回收與再利用計畫

近年來，各大國際品牌如 Patagonia, Levi's, Unilever, Pepsi, Coca-cola, Starbucks 等企業，都已陸續採用循環經濟的概念與技術研發，加上各國官方的各項政策趨勢，相關產業如維修、廢棄物與回收、租賃產業等在未來都有可預見的成長潛力，而台灣品牌與企業是否能掌握國際循環經濟的政策趨勢與資金機會，將成為未來能否鞏固與拓展事業版圖的關鍵因素。

資料來源：Latham & Watkins、European Commission



3. 氣候變遷風險揭露搜尋工具上線 美國石化產業表現普遍較歐洲為劣

搭上巴黎氣候會議熱潮，Ceres 及 CookESG Research 於 2016 年初共同發布了一個新的線上搜尋工具，提供投資人及其他利害關係人了解受美國證券交易委員會 (U.S. Securities Exchange Commission, SEC) 監管企業的氣候變遷相關風險揭露狀況。

這個工具涵蓋的風險包含氣候變遷、水資源、碳資產 (carbon asset) 以及水力壓裂法 (hydraulic fracturing) 四個面向，針對企業提交的文件進行關鍵字分析，藉此了解企業向主管機關及投資人公開揭露氣候變遷相關風險的程度。除美國本土企業之外，在境外但受美國 SEC 列管的企業也涵蓋在分析範圍內。

Ceres 及 CookESG Research 也利用這個工具實際進行示範調查，了解石化產業的氣候變遷風險揭露狀況。調查發現，美國境外企業的氣候變遷風險掌握與揭露程度遠較國內企業高。例如英國石油公司 (BP) 已著手評估且公開揭露企業內部與碳相關的隱含成本，並研析 2035 年全球石油、天然氣及再生能源的使用情境，以及早因應；相較之下，雪佛龍 (Chevron) 竟然未曾考慮碳價格及碳資產對公司財務的潛在風險，而艾克森美孚 (Exxon Mobil) 與碳資產風險相關的揭露內容與 2011 年如出一轍，顯然無助於投資人了解氣候變遷風險並進行有利決策。

巴黎氣候會談後，石化產業面臨前所未有的氣候變遷潛在風險，企業對相關風險的理解與揭露程度不足，可能導致投資人失去信心。2015 年，殼牌公司 (Shell)、BP，以及挪威國家石油公司 (Statoil) 董事會皆已提案股東會，決議全面盤點企業在巴黎會談後將面臨的碳資產風險；例如 BP 投資人即要求其根據國際能源總署預測的不同能源使用情境進行風險分析，用以評估 2035 年碳成本對企業的衝擊，以及公司的耐受程度。

資料來源：Ceres



4. 責任投資將成為市場主流

長久以來，永續投資 (也稱為責任投資) 被視為為了迎合富人，或是那些希望避免邪惡投資 (如投資煙、酒及軍火等) 的機構所應運而生的利基金融產品，直到去年，主流金融機構紛紛加入戰場，發表考量環境、社會及治理 (ESG) 內涵的投資產品：貝萊德 (BlackRock) 成立新單位致力於社會衝擊投資，並於十月發行貝萊德衝擊美國股票基金 (BlackRock Impact U.S. Equity Fund, BIRAX)，以期獲得那些抱持“做好事也要賺好錢”的投資人的青睞；高盛 (Goldman Sachs Group) 也在七月時買下一家協助顧客進行

ESG 投資的顧問公司。另外，摩根史坦利 (Morgan Stanley) 及其他研究單位的成果，也消除了投資人認為做好事可能犧牲收益的疑慮；而根據晨星 (Morningstar) 的分析指出，無論長期或短期的投資回報，責任投資的收益都較非責任投資更優。

聯合國責任投資 (UNPRI) 常務董事 Fiona Reynold 認為，當金融服務業的龍頭競相投入 ESG 戰場時，即是預告戰事即將開始的一記強力烽煙。2015 年，因投資機構陸續加入簽署責任投資行動，使得可影響的全球總投資金額已達 59 兆美金，占全球總投資金額之比例也自 37% 增加至近 50%；而在三月到十月間，短短八個月內市場也已增加了 30 檔成熟的 ESG 基金與 ETS 的生力軍。

此外，美國勞工部已於去年十月裁決，勞退基金管理人在進行投資決策時需考量 ESG 參數，但並未明確定義「永續」的概念。目前雖仍無稽核系統足以評斷公司是否「永續」，且並未強制要求公司須揭露其在 ESG 的表現及相關風險，使得投資人無從瞭解自己所取得之公司資訊是否可信或只是作秀，因此，建立可信的標準及第三方評等以評估公司在 ESG 的表現及相關風險，也逐漸受到重視。

雖然永續投資距離被一般投資人所廣泛接受仍有許多挑戰，其中最大的挑戰即是目前「永續投資」仍沒有一致的定義，但去年投資市場似乎對於責任投資已逐漸產生了共識，過去採用避免投資煙、酒、軍火及賭博產業的方式只是吹響永續投資戰場的號角，現在大量且可取得的 ESG 資訊使得投資人可逐一評斷公司，不需一竿子打翻產業裡的全部公司，也可證明較少污染、較佳資源管理及較重視員工權益的公司在獲利上不輸其他公司。現在永續投資的戰線才剛拉起，而永續投資將成為公司問題的解方而非問題的一部分。

資料來源：Wall Street Journal



5. 極端天氣與全球經濟成長

總體經濟學家向來認為，短期天氣的波動對經濟活動影響不大，因為如果 3 月的天氣異常地溫暖，建築業也許會僱用更多工人，但到了 4 月和 5 月就會出現相反的情況；如果 8 月的大雨讓人們打消了上街購物的衝動，那麼他們就會在 9 月買更多東西。

但近來超強的聖嬰現象 (El Niño) 讓最新的經濟研究開始反思這一個觀點，極端天氣顯然會對短期的總體經濟數據造成影響，它可以讓全世界最受關注、被認為是最準確的經濟指標之一的美國每月就業增加或減少共 100,000 人。國際貨幣基金組織 (IMF) 的最新研究顯示，澳大利亞、印度、印尼、日本和南非等國家在聖嬰現象的年份中受害嚴重 (經常是因為旱災)，而美國、加拿大和歐洲等地區則從中獲益；例如加州多年來旱災嚴重，現在終於喜逢甘霖。而聖嬰現象通常會帶來通貨膨脹的效應，此部分是因為農業收成下降導致市

場價格升高。此對於發展中國家的影響尤其令人關注，由於許多發展中國家已正在承受中國降低大宗商品價格的負面影響，以及乾旱條件所導致的農業收成大幅減少，在上一次嚴重聖嬰現象期間（1997-1998年），許多發展中國家因此遭遇重挫。

聖嬰現象的經濟效應幾乎與其背後的天氣現象本身一樣複雜且難以預測。然而，當我們年末回首 2016 年時，很有可能將聖嬰現象視為許多重要國家經濟表現背後的主要因素；辛巴威和南非面臨旱災和糧食危機、印尼疲於撲滅森林火災，美國中西部最近則是大洪水氾濫。總體而言，從以前證據顯示這次大規模的聖嬰現象可能帶給全球經濟成長重大影響，有助於支持美國和歐洲的經濟復甦，但也讓十分疲軟的新興市場雪上加霜。這還不是全球暖化，但已經是重大的經濟事件 - 而且可能只是一個開端。

資料來源：project-syndicate



6. 永續設計讓手機品牌揚名國際

Samsung Electronics America, Inc. 於 2016 年 2 月 11 日宣佈榮獲美國國家環境保護局（U.S. Environmental Protection Agency）所頒發的「永續材料管理冠軍獎」（the Sustainable Materials Management (SMM) Champion Award）以及「永續材料管理暨電子產品一級挑戰獎」（The SMM Electronics Challenge Tier Award），前者由 Galaxy S6 使三星成為贏得該獎的唯一手機品牌，後者則因三星在電子廢棄物方面處理得宜，而使其榮受如領導者般的金牌級肯定。

三星 Galaxy S6 因使用永續材料而贏得冠軍，亦是唯一受美國國家環境保護局永續材料管理獎計畫所認可的手機品牌。三星 Galaxy S6 係以永續概念所設計而成的手機，若年久失修而棄用，整隻手機逾 99.9% 可回收，連包裝也 100% 使用可回收材料。此外，Galaxy S6 的充電座，部份是由回收後的塑膠所再製而成的，就連手機上的字樣亦由大豆油墨所印製。

美國土地與緊急應變管理局（Office of Land and Emergency Management）的助理局長 Mathy Stanislaus 表示，三星身為永續材料管理冠軍獎的得主，代表三星在電子產品的永續管理方面的環境、社會、經濟的成果，已經展現了過人的領導氣勢與創新能力，該成果甚至遠高於該獎項的要求。Mathy Stanislaus 亦言道，他非常恭喜三星在創新方面的努力，讓廢棄的電子產品從垃圾堆中轉變成為有價值的資源，並且將 Galaxy S6 手機，從設計、到包裝與配件皆符合環保標準，相當具有遠見。「我也鼓勵其它品牌落實並且跟進」，Mathy Stanislaus 如是說。

三星的企業環境與法規事務（corporate environmental and regulatory affairs）總監 Mark Newton 獲獎後表示，「三星很榮幸能獲得美國國家環境保護局對其在永續發展以及

電子廢棄物處理方面的肯定，其實如何能讓公司的回收與永續計畫發展得更好，亦是全公司的焦點。三星為環境保育而努力付出的同時，還能獲獎，是一件很振奮人心的事情。」

資料來源：Business Wire



7. 如果將重大性分析應用在整個產業？

「重大性分析」近年來在永續發展社群中是一個熱門關鍵字。

這個概念很穩固，意思是將注意力關注在最需要的地方。重大性分析努力地容納利害關係人的角度，並開始辨識和回應關於組織中最迫切的永續性議題。但經常，實行重大性分析的用處並無法跳脫出內部的策略和報告（僅停留在內部的策略及報告上），因此將進度報告和指標實用化（Contextualizing）在個別公司的全球永續發展議題上可說是非常具有挑戰性，甚至是不可能的事。為了解決現實世界中複雜的永續性問題，我們需要一個能超越追蹤個別公司表現的方法。

永續性發展需要各界共同合作，若只有一小群高度實行永續發展的公司，而大部分公司仍然繼續原先的商業發展，這仍不足以帶領大家到正確的目的地。永續發展的概念需要根深蒂固的深嵌在特定產業公司的日常業務中，每個產業在這議題上仍有很大的努力空間。

但這樣的挑戰挑起了一個有趣的問題，即重大性分析可以被應用在更廣的認知上去瞭解整個價值鏈分析的永續性議題嗎？

永續發展專家通常提倡應根據不同產業領域而使用不同方法去瞭解永續性發展，這些方法扮演重要的角色，例如標竿分析競爭對手和推動特定產業領域的業務變化。

但我們現在更需要的是能涵蓋整個價值鏈的分析方法，同時也能包含數個不同產業領域。在最近美國清潔協會（American Cleaning Institute, ACI）針對清潔產品產業發表的 2015 永續性分析報告「了解今日，影響明日」中，便將重大性分析概念應用在新的領域。作為同業中第一個分析一個特定產業領域，ACI 的重大分析評估專注在產業的整體，包含所有的供應鏈。這份由永續性分析公司 Framework LLC 所分析的報告是在價值鏈中評估各個階段的關鍵議題，在一連串的訪問、調查以及文件審閱中，去確定對於產業成員和外部的利害關係人雙方而言重要的議題為何。

以下是幾個關於使用不同程度的重大性分析帶來影響的例子：

- 找到共同關注的問題

重大性分析的一個關鍵元素是綜合在價值鏈分析的弱點中找出共同關注的問題，指出供應鏈共同關注的問題對於 B2B 夥伴是相當有價值的。對於永續性的議題，重大性分析將買家和供應商（包含供應連中所有層級）置於同一位置，這在 B2B 關係中變得愈加普遍。在如 ACI 的產業群體中，未來競爭前階段的共同合作模式將會更加興盛。

- 刺激更多公司永續性發展

一個企業在將永續性發展與整個企業組織結合的初始過程必定是項艱鉅又累人的任務。要從何開始？永續性是什麼意思？我需要有自己的定義嗎？要投入多少金錢？誰有閒暇能擔負這件事？但在今天的商業環境，不論是永續性發展或其他類似的形式，都已成為投入事業發展的基本條件，它不再只是給小眾的積極領導者一種策略，一個公司的許多利害關係人、投資人、企業客戶、消費者和員工都有可能被問及與環境、社會與管理的議題。

一份產業的重大性分析可以作為組織展開永續性發展的起始點。甚至資源較少的小組織，也可以從一個簡短且意見一致的價值鏈議題開始，能夠讓這類公司能加入是開啟永續性發展未來的關鍵。

- 情境化議題與改善

產業層級的重大性分析也能為績效表現更上一級並開啟新的潛能，也有助於目標的設定，這都是傳統 CSR 所無法提供的。績效表現能在價值鏈的任一層級或整個價值鏈中檢視，在這個層級的報告能為關鍵議題進展提供更多脈絡化情境，並且能讓更有力的永續發展目標被採用。

創新與改變是我們永續世界發展所必須具備的條件，隨著我們愈接近目標，用來呈現我們進度報告的系統也需要讓創新與改變並行才可以。

資料來源：GreenBiz



聯絡我們

如您想了解更多 **KPMG 氣候變遷及企業永續發展電子報** 之內容，或有任何問題與建議，歡迎聯絡我們及參考我們的網站 ([TW](#) 及 [Global](#))。

姓名	職稱	電話
黃正忠	安侯永續發展顧問 股份有限公司	總經理 +886 (2) 8101 6666 Ext.14200
陳富煒	氣候變遷及企業永 續發展團隊	執業會計師 +886 (2) 8101 6666 Ext.03568

施昂廷	安侯永續發展顧問 股份有限公司	協理	+886 (2) 8101 6666 Ext.13545
林泉興	安侯永續發展顧問 股份有限公司	協理	+886 (2) 8101 6666 Ext.13974

新訂戶

若您的同事、長官或好友也期望收到氣候變遷及企業永續發展電子報之內容，請本人以 [電子郵件](#) 的方式，並告知單位與部門名稱、姓名、職稱及聯絡電話，我們將透過電子郵件為其寄上本電子報。

退訂戶

若您想暫停收取氣候變遷及企業永續發展電子報之內容訊息，煩請以 [電子郵件](#) 告知。



You have received this message from KPMG in Taiwan. If you wish to unsubscribe, please [click here](#)
For information and inquiries, please [click here](#)

Privacy | Legal

© 2016 KPMG, a Taiwan partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.