



CC&S Monthly Newsletter

氣候變遷及企業永續發展電子報



Oct 27, 2017 | 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】

重視非財務績效資訊於衡量企業價值的重要性

【專題報導】

2017 全球企業社會責任報告大調查

【相關動態】

1. ESG 議合如何協助企業與投資人創造價值
2. 2017 全球證交所永續資訊揭露排名出爐
3. 城市興盛的 4 種創新
4. 國際大型企業期望持續提升對再生能源採購的投資
5. 國際綠色債券現況
6. 從零售業的新永續政策看消費者心態轉變

【KPMG 永續風向前哨站】

重視非財務績效資訊於企業價值的重要性

林泉興 | 安侯永續發展顧問股份有限公司 協理

近年陸續爆發數起全球知名日本或德國企業，因汲汲追求財務績效，在降低成本、提高效率、甚或資訊揭露等面向『另闢蹊徑』，結果企業的整體價值不僅沒有提升，反而賠上多年努力經營所積累的利潤、品牌聲譽與企業形象。對全球企業經營管理團隊、投資機構及相關利害關係人而言，這無疑是個清晰的警訊：衡量企業價值不能只看財務績效，而必須將非財務績效同時列入考量。其中，非財務績效即為企業在環境（E）、社會（S）、治理（G）等面向的具體作為與成果。

另一方面，國際永續評比（如 DJSI、CDP 等）及相關倡議組織（如 GRI、IIRC 等）對於非財務資訊揭露的需求也愈趨一致：評估或評量企業對外部的影響。例如：DJSI 增加題組（Impact Measurement & Valuation）詢問企業是否量化評估對外部的社會或環境衝擊；CDP 調查企業是否以貨幣價值呈現氣候變遷所帶來的風險與機會；GRI 準則（GRI Standard）重申企業或組織應評估重大主題對外部的 ESG 衝擊或影響；IIRC 整合性報告書框架（IR Framework）也建議企業或組織揭露於商業模式中六大類資本的投入（Input）、產出（Output）和產生的影響（Outcome）。

KPMG 預估量化企業對外部的影響即將成為顯學，建議國內企業應及早導入公益投資社會報酬分析（SROI）及企業真實價值評估（True Value）等量化/貨幣化評估方法，並將結果反饋到 CSR 策略及營運策略規劃，藉由財務與非財務資訊之整合，重新衡量企業價值。



【專題報導】

2017 全球企業社會責任報告大調查

自 1993 年起，KPMG 每兩年進行一次全球企業社會責任報告大調查。今年是第 10 次發行，亦為有史以來規模最大的調查，共涵蓋 49 個國家（或地區）的前 100 大公司，總計 4,900 家企業。KPMG 希望藉此調查報告，引領各界共同探討企業於 ESG（Environmental, Social, and Governance）資訊揭露及國際新興永續議題之發展趨勢。

本次調查主要以兩個數據樣本呈現，分別為 N100（49 國家的前 100 大企業）及 G250（全球前 250 大企業）。報告內容除彙整一般調查項目外，也檢視企業於四項全球新興永續議題的報導狀況：氣候相關財務風險、聯合國永續發展目標（SDGs）、人權議題、以及減碳目標。

一般調查項目指出，G250 企業發布 CSR 報告已邁入動態平衡（92%~95%），N100 企業則仍在成長中，且國家法規、證券交易所規定與投資人的壓力可有效提高企業發布比例；其次，在年報中揭露 CSR 資訊呈現增加趨勢，G250 逾 75%，而美國 N100 則達 81%；此外，整合性報告呈現緩慢成長，日本成長最快（增加 21 家），巴西和墨西哥次之（各增加

16 家)；在報告書的確信或查證部分，不論是 N100 或 G250 均呈現逐步成長的趨勢，同時，各企業仍以 GRI 框架為主要的揭露依循。

近年來投資機構密切關注氣候相關財務風險之揭露，近 50% G250 企業認知氣候變遷將對企業產生相關財務風險，N100 企業則僅 28%。同時，逾 60%企業描述氣候變遷對企業的潛在影響，但僅有 2%企業進一步針對相關的風險進行量化及情境分析。

企業展現與聯合國 17 項永續發展目標 (SDGs) 之聯結亦逐漸加溫，G250 及 N100 在短時間內已各有 40%的企業將企業社會活動與 SDGs 做聯結，此顯示 SDGs 無疑地將成為企業執行企業社會責任的重要依循方向。

人權是全球重點關注議題之一，目前在 G250 及 N100 中分別有 90%及 73%企業在企業社會責任報告書中呈現企業對人權的重視，但其中僅有三分之二的企業揭露人權相關政策。整體而言，在人權的認同上，西歐平均最高，而東歐、北美、中東與非洲則相對較低。

在企業減碳目標部分，逾 67% G250 以及 50% N100 企業已具體設定目標。然而，多數企業減碳目標與全球、區域或國家減碳目標的聯結性並不高，其中僅 23%與巴黎協定全球減碳目標相關聯，而與區域或國家目標的關聯程度則介於 2%~7%。

KPMG 將於 11 月 23 日舉辦「2017 年企業責任報告全球調查結果發表會」，向國內各界分享國際最新企業社會責任報告動態，[詳情及報名網址請點此](#)。欲了解本次大調查結果詳細內容，請先參考[報告全文](#)。



【相關動態】

1. ESG 議合如何協助企業與投資人創造價值

PRI 官網指出，將於 2017 年底發行的年度報告中 (PRI Report)，收錄「ESG 議合如何為投資人與企業創造價值」(How can ESG engagement create value for investors and corporations?) 一文，探討 ESG 議合對企業本身和投資人所創造的價值。

文中認為價值創造是一個在企業與投資人間交互流動的過程，主要分為三類：

1. 資訊交換：議合過程改善及強化企業與投資人間的資訊流，進而創造集體價值。比方：企業開始型塑讓投資人有感的 ESG 議題論述方式，並加速提升其應承擔的責任。同時，議合也可用以提升對外印象，特別是在商業模式未被投資人理解的情況下，而

投資人亦可從企業的說明與執行細節中，勾勒出對企業 ESG 相關期望。此外，藉由議合，更可提升企業對客戶、主管機關及標準設定者溝通之能力與品質。

2. 製造與散佈知識：議合是個資訊交換和學習的平台。在平台上，企業與投資人可互相分享 ESG 相關議題的知識、趨勢、限制以及實務經驗。投資人另可透過投資決策，要求企業加強 ESG 相關議合工作。
3. 衍生利益：對企業而言，投資人對企業的 ESG 要求可協助發展經營團隊與功能團隊相關人員的內部關係，並提升董事會層級的 ESG 意識，進而確保資源分佈於相關活動。而就投資人而言，議合也是有效與客戶溝通，並考量客戶利益的方法之一。

另外，本文也分析了議合規模或大小的優劣。例如，一次與單一投資人議合，可以討論及涵蓋的 ESG 議題較多，唯一的缺點是耗時；相反地，企業則認為多方參與的議合更具經濟效益，特別是在揭露爭議性議題的時候。可惜的是，無論規模大小，大部分的議合多聚焦於單一的 ESG 議題討論，企業鮮少有機會展現整體的 ESG 執行與相關活動。

事實上，無論是企業或投資人在推動 ESG 議合時皆會面臨困難，例如可能因為文化或語言的隔閡因而無法確實產生對話；或其他來自組織本身的限制，包括：企業內部組織結構、投資人代表性不足或缺少準備議合的資源等。

資料來源：PRI



2. 2017 全球證交所永續資訊揭露排名出爐

身為永續證交所倡議 (Sustainable Stock Exchanges Initiative) 主導成員之一，英國最大的保險集團英傑華集團 (以下簡稱 Aviva) 自 2012 年起即委託加拿大研究機構 Corporate Knights 每年發布全球交易所於非財務績效資訊揭露情形之評比報告，以提升全球上市公司 ESG 績效透明度，有效促進永續性投資決策。

2017 年共調查全球 55 個交易所管轄之上市公司 (共 6,441 家) 於 7 項永續指標之資訊揭露情形，評比交易所於 ESG 績效之透明度。其中，7 項永續指標分別為員工離職率 (employee turnover)、能源使用情形 (energy)、溫室氣體排放 (greenhouse gas emissions)、工傷率 (injury rate)、人事成本 (personnel costs)、廢棄物管理 (waste) 及用水情形 (water)。

調查結果顯示，芬蘭赫爾辛基證交所 (Helsinki Stock Exchange) 於永續績效資訊揭露方面表現最佳，該證交所有超過一半以上的上市公司針對所有調查之環境指標 (共 4 項) 進

行揭露。同時，此次評比前 10 名證交所有 7 個位於歐洲已開發國家，另外 3 個分別是南非約翰尼斯堡證交所（Johannesburg Stock Exchange）、澳大利亞證交所（Australia Securities Exchange）及泰國證交所（Stock Exchange of Thailand）。值得一提的是，泰國證交所之排名由 40 名躍升至第 10 名（2014 年訂定強制揭露法規），而台灣證交所（Taiwan Stock Exchange）之排名亦從 30 名躍升至第 11 名，此顯示強制揭露相關法規之訂定仍為推動 ESG 績效資訊揭露最主要之推手。

另於各項永續指標資訊之揭露情形，其排名分別為人事成本（78%）、溫室氣體排放（43%）、能源使用情形（40%）、用水情形（38%）、廢棄物管理（29%）、工傷率（24%）及員工離職率（15%）；其中，揭露用水情形及員工離職率之公司數量較過去成長了 10%，而其他指標資訊揭露情形之成長率則較平緩（介於 1%~6%），歷年無重大改變。對比台灣上市公司揭露情形，排名依序為人事成本（97%）、溫室氣體排放（79%）、廢棄物管理（67%）、用水情形（66%）、工傷率（52%）、能源使用情形（49%）及員工離職率（47%）。

Corporate Knights 表示，全球推動企業非財務績效資訊透明化已超過 20 年，然此次調查顯示全球大型企業之非財務績效資訊揭露情形仍不理想，唯有透過制定更多強制揭露法規與政策、研擬全球統一之揭露原則與標準、以及發展明確之揭露機制與工具，才能有效提升企業永續績效之揭露，進而協助聯合國永續發展目標（SDGs）之落實。

資料來源：Corporate Knights



3. 城市興盛的 4 種創新

現今，全球已有 54% 的人口生活在城市，每週更有 3 百萬人移動至市中心。聯合國估計，2050 年全球將有 66% 的人生活在城市中，這股潮流對正從鄉村過渡到都市生活的非洲與亞洲尤其明顯。如果管理得當，都市化的城市生活可以帶來許多利益。

都市化促進規模經濟與網絡效應，並減少對運輸的需求，因此使得經濟活動更能達成環境友善。人們的親近性和多樣性能觸發創新和創造就業。城市的多樣性亦能提高社會容忍，並為公民參與提供機會。城市之間的連結成為全球貿易的主軸，且城市已成為全球 GDP 的主要來源。然而，若管理得不當，城市可能會遺留污染、擁擠、貧民窟擴張和都市貧窮的問題。在已開發世界中，城市擴張會導致個人的資源消耗水平遠超過開發中世界，都市建設亦擴大全球威脅，如氣候變遷、水和食品安全，以及資源短缺等。如果都市化持續發展，我們的城市該如何回應？若城市無法持續擴張，那最好的方式就是不斷創新。創新解決方案必須是可擴大、複製、以及在多元特殊都市環境下能被適應。

世界經濟論壇於全球城市未來議程 (World Economic Forum' s Global Agenda Council on the Future of Cities)，從城市如何創造創新解決方案到不同的都市化問題中，揭示了十大都市創新方向。在這些創新中，重複浮現四項原則，它們可以被看作是為複雜的都市問題尋找創新解方的核心架構。

- **釋放剩餘容量**：許多創新聰慧地使用已存在但未被使用的資源，例如 Airbnb 將未使用的私人住家出租、共生校園和再造設施促使空間進行公私分享、循環經濟則提供再利用、回收和升級再造的機會。
- **削減高峰**：從電力、水資源，乃至於道路和大眾運輸，多數時間裡有超過 20%的閒置容量處於備用以解決可能的高峰需求。以技術輔助需求管理或創新定價結構，進而削減這些高峰，可顯著地限縮財物和自然資源的負擔。
- **小規模基礎設施的思維**：城市總是需要大規模的基礎設施計畫，但有時小規模的基礎設施-從自行車道和共享單車，到為調適氣候變遷而種植樹木-也可以在都市區域產生巨大衝擊。
- **以人為中心的創新**：改善城市的最好方法是動員市民。從智能交通照明到垃圾稅，科技、服務和治理的創新本身不是關鍵，而是城市居民的行為塑造和生活改善。所有創新應以市民為中心，秉持通用設計原則，並適用於所有年齡和能力的人們。

在邁向永續發展的過程中，城市被期許提供更好的生活水平，並提升社區凝聚和福祉。為能成功達到這些要求，城市需轉變其策略以容納創新，並促進數位與實體的融合。城市需支持高科技解決方案的設計和發展，並與私部門、科研機構、學術、市民和創業家合作，以維持競爭力，同時提供最佳的實踐和都市服務。

資料來源：GreenBiz



4. 國際大型企業期望持續提升對再生能源採購的投資

暨宣布美國退出《巴黎協定》後，美國現任總統川普於 2017 年 10 月上旬以鬆綁燃煤產業的相關方案，撤換由歐巴馬政權簽署的「清潔能源計畫」(Clean Power Plan, CPP)，持續否定低碳轉型創造的經濟價值與就業機會。然而，再生能源成本在今年邁入轉捩點，其中蘊含的長期商業利益向企業展現了更具說服力的投資誘因，激勵更多企業將再生能源納入投資組合與採購策略。

世界經濟論壇 (World Economic Forum) 指出，因國際間潔淨能源政策與交易制度逐漸到位，以及對再生能源的投資增加，現今有超過 30 個國家其太陽能與風力的發電成本已等

同或低於化石燃料發電。彭博新能源金融 (Bloomberg New Energy Finance) 最新的 New Energy Outlook 2017 報告，亦指出太陽能在德國、澳洲、美國、西班牙和義大利已比煤炭便宜，並預測 2021 年前於中國、印度、墨西哥、英國與巴西，太陽能會低於煤炭發電成本；同時，直至 2024 年，太陽能的平均發電成本還會再下降 66%。隨著太陽能與風力的價格開始展現明顯競爭力與商業價值，對企業會是一個長期、穩定、具抗能源通膨的新投資選擇，可提升企業因應氣候變遷的獲利性。

Apex Clean Energy 能源公司與環境永續媒體平台 GreenBiz 於 2017 年 6 月發布「企業再生能源採購狀況」 (State of Corporate Renewable Energy Procurement) 報告，深入研究 153 家大型企業 (年營收高於 2.5 億美金) 的再生能源採購情形與策略，進一步瞭解他們的決策驅動力，協助世界前財富 500 強企業-其中逾 50% 企業已設定永續營運或再生能源相關目標-以更快的速度或更大的規模規劃與採用再生能源。研究發現，風力與太陽能發電不僅是企業實現永續目標的途徑，且越來越多的企業買家以再生能源作為更具成本競爭力的新發電源，對抗傳統能源的價格波動，並透過提升能源種類的多樣性，降低未來能源政策與制度變動衍生的財務風險。

本研究報告中，高達 84% 企業期望或考慮在未來 5~10 年內提升對再生能源的採購，其中 43% 有意在未來 2 年內採取更積極的作為；而這些積極推動再生能源採購業務的企業中，則有 87% 表示川普的政治意圖對其決策不會有影響。另一方面，企業在購買再生能源時，最重要的考量因素為「價格」佔 65%、其次為「經濟價值」佔 34%，其餘則為非經濟考量的技術因素。受調查企業中有 57% 設有再生能源使用率目標，其購買再生能源的主要驅動力為「達成目標」佔 70%、「展現領導力」佔 65%，同時，明確的再生能源目標將有助於企業進行更積極的採購規劃。此外，尋求購買再生能源的企業其目的不僅是降低成本，而是在進行策略性投資，將採用再生能源視為創造獲利、降低風險、與同業形成差異化的重要商機。

最後，本研究報告針對欲推動再生能源採購之企業提供以下幾點經驗以供借鑒：

1. 處於早期規劃階段之企業；應在內部採納更多元的專業，包括能源管理、能源策略、永續發展、以及與財務與法務之交流，並透過能源效率、PV 實地評估、購買 RECs 等相關經驗，優化企業現有的目標設定/評估框架。
2. 處於欲採取進階做法之企業；可考慮以優化投資組合的方式，考量再生能源的來源、能源轉換方式與地理位置等因素進行項目投資，並且多方考量利用不同的再生能源採購方式，如公用電力事業綠色費率方案 (Utility Green Tariffs)，以降低特定財務風險。
3. 與 REBA、RE100 等非政府推動組織合作，分享最佳實務、參與實踐工具與研討會。



5. 國際綠色債券現況

全球氣候變遷的挑戰已是現在進行式，國際企業於公司治理策略、商業模式至價值鏈皆逐步納入低碳經濟思維。為了使全球資本市場可以更有效率地減緩或調適氣候變遷的影響，全球大型金融機構如中國國家開發銀行、中國工商銀行，及歐洲復興開發銀行皆透過發行綠色債券以面對嚴峻的挑戰。

綠色債券市場現況

根據氣候債券倡議組織 (Climate Bonds Initiative) 報告，綠色債券 2017 年截至第三季已達 830 億美元，而去年 (2016) 發行之綠色債券為 831 億美元；據估計，2017 年綠色債券全球總發行額將達 1,300 億美元。2017 年法國截至第三季佔全球總發行額 18%，其次中國佔 15%，美國則佔 14%。此外，從 2005 開始至今，全球綠色債券主導貨幣 (dominant currency) 為人民幣 (32%)，其次為美元 (26%)，第三則為歐元 (20%)。另一方面，全球綠色債券有 83.2% 符合標普綠色債券指數 (S&P Green Bond Index)，並有 78.4% 符合標普綠色債券精選指數 (S&P Green Bond Select Index)。截至 2017 年 9 月 29 日，全球綠色市場未償還債務總計 2,322 億美元，其中 2,097 億美元為標普綠色債券指數之綠色債券，並有 79% 為標普綠色債券精選指數。

中國：國家開發銀行 (China Development Bank) 與中國工商銀行 (Industrial & Commercial Bank of China)

中國國家開發銀行在 2017 年 9 月上旬發行第三期之三年期約 7.5 億美元綠色債券，旨在為長江沿岸經濟帶的水資源保護募集資金，其中約 6.6 億美元將在中國債券市場發行，其餘 9 千萬美元則將首次直接提供個人投資者認購。中國工商銀行將發行五年期 4 億美元之綠色債券，於盧森堡綠色證券交易所 (Luxembourg Green Exchange) 上市；此綠色債券經氣候債券倡議組織認證，穆迪 (Moody' s) 評等為 A1 級，募集的資金將投入全球再生能源、低碳交通運輸、能源效率提升、水資源永續管理等綠色信貸項目。

歐洲：歐洲復興開發銀行 (European Bank of Reconstruction and Development, EBRD)

歐洲復興開發銀行於 2010 年開始發行綠色債券，累積至 2017 年 6 月共發行 65 項綠色債券，總額近 27 億美元。同時，在 2017 年 9 月底也已發行四年期 5 億美元之全球綠色債券，標準普爾 (S&P) 與穆迪評等分別為 AAA 級與 Aaa 級，由巴克萊、花旗及法商東方匯

理銀行 (Crédit Agricole CIB) 共同籌辦。資金將用於全球能源效率、再生能源、水資源管理、廢棄物管理、空氣污染防治與大眾運輸之環境與社會永續專案投資。

目前全球綠色債券主要有兩種國際認證，一為國際資本市場協會 (International Capital Markets Associations, ICMA) 所建立之綠色債券原則 (Green Bond Principles)；另一為非營利組織氣候債券倡議組織所建立之氣候債券標準 (Climate Bonds Standard)。綠色債券原則提出四種外部評審方式：顧問諮詢、審計驗證、第三方認證以及評級；氣候債券標準則著重於針對投資用途是否「綠色」而進行評估。國際認證除了對企業之公司治理、財務績效表現等進行評等，亦包含社會與環境衝擊之評估。然而，機構專業背景導致認證標準權重不同，故其可信度亦相異。所造成的影響，其一為債券基金經理人難以判斷各基金之投報率，無法有效管理相關投資風險；其二為投資人無法實際知曉投資之價值與意義為何，如此將使綠色投資進程趨緩。綜合言之，國際綠色債券認證應趨向外部確信標準統一、評估面向完善、財務與非財務之持續性揭露監測，方能使全球資本市場持續推動綠色金融。

資料來源：Climate Bonds Initiative, Luxemburger Wort, Chinadaily, EBRD



6. 從零售業的新永續政策看消費者心態轉變

零售業龍頭提出化學物質相關永續目標

零售業龍頭沃爾瑪 (Walmart) 最近提出新的永續化學政策，以消除數千種消費品 (例如家用清潔、化妝與皮膚保養產品、及嬰兒用品等) 中的有毒化學物質。此政策包含將於 2022 年完成限制超過 2,700 種用於家用產品中的有害化學物質、增加使用成分的透明度，並鼓勵供應商從 2018 年起同時在網路以及產品包裝上，提供主要化學物質的完全揭露。此外，也鼓勵供應商對其產品進行第三方驗證，例如：EPA Safer Choice，將應用於來自 700 個供應商的 90,000 種產品。

作為政策的延伸，沃爾瑪 (Walmart) 也立志為美國減少消費產品的化學足跡。沃爾瑪 (Walmart) 與 Sam's Club 計畫在 2022 年減少 10% 的化學足跡，成為美國第一個設定明確減量目標年的零售業者。同時，沃爾瑪 (Walmart) 也承諾每年參與化學物質足跡專案 (Chemical Footprint Project)，讓投資人得以比較不同企業之間對於化學風險管理的努力；此承諾反映沃爾瑪 (Walmart) 執行長 Doug McMillon 希望達到極具抱負的目標，包括零廢棄、販售當地生產產品以及採購再生能源。

從消費者角度看待揭露資訊

越來越多證據顯示商業表現與企業目標結合的重要性已經超越利益價值。消費者對於企業有越來越高的期待及要求，希望企業能夠對社會與環境議題有所作為，並選擇購買對社會與環境議題有良好作為的品牌。根據近期由 Cone Communications 所發表的企業社會責任研究，87%的顧客表示他們會因為該企業對他們所關心的議題有所倡議及主張而購買產品；同時，超過 75%的顧客則表示，若該品牌支持的議題與他們的道德及價值觀相反，則會對其產品甚至該品牌進行杯葛。這股潮流預期將會因千禧世代以及 Z 世代而延續，因為這兩個世代的消費模式會選擇優先考慮該品牌是否擁有永續及社會責任，而將購買的能力放在該條件之後。

EU Fragrance Allergens 與 EU Cosmetics Regulation (Annex II) 這兩份清單列出化妝品、個人護理產品以及清潔產品中常見導致過敏原的產品。沃爾瑪 (Walmart) 在消除對人類以及環境健康有所危害的高度優先化學物質 (High Priority Chemicals, HPCs) 後，更進一步擴展優先化學物質 (Priority Chemicals, PCs) 的安全規範到香氛類化學物。除不斷提升供應商產品成分之透明度外，沃爾瑪 (Walmart) 承諾提出更有效的處理香氛過敏原的成分，並藉由鼓勵透過第三方認證，增加永續產品的種類，例如 Cradle to Cradle (銀牌以上) 以及 EWG 認證計畫。除此之外，沃爾瑪 (Walmart) 更希望相關認證的要求能逐漸從私有品牌擴大到國家品牌。

「我們認同沃爾瑪 (Walmart) 對於安全化學物質政策的更新並設定新目標，並提供供應商明確的目標年，以降低數百萬磅有毒化學物質的使用。」 Safer Chemicals, Healthy Families Mind the Store Campaign 的協理 Mike Schade 對沃爾瑪 (Walmart) 的化學永續政策聲明做出回應。「沃爾瑪 (Walmart) 持續地利用本身的影響力改變交易市場，展現其領導能力。沃爾瑪的新政策能夠提升產品中化學物質使用的透明度，也逐步消除在家用清潔、化妝品和嬰兒用品中的危險化學物質。這將對全球供應鏈帶來漣漪效應。我們希望沃爾瑪 (Walmart) 的新政策能夠幫助影響其他主要的零售產業。」

消費者與企業的關係轉變

身為關鍵的利害關係人，顧客決定企業的命運。隨著科技的進步，越來越多的消費平台及增進的資訊，不斷地改變消費者選擇及看待企業的角度。顧客慢慢地希望與企業建立起有如與朋友般的關係，包含互信、尊重、同理心、正直以及互惠等。「消費者指數」 (Customer Quotient) 將企業的人性化與否與他們的財政表現進行聯結。較高的消費者指數象徵著消費者與企業之間有著緊密且良好的關係，較低的消費者指數則代表其關係較弱且不緊密。該指數越高也與企業更好的成長率、消費者間正面的意見及推薦，以及重複性地購買有著密切的關聯。

在一個商業不斷追求利益成長的世界，人與企業關係的建立是通往成功的道路，然找尋正確的路徑及方法需要時間，且並非所有努力都能獲得消費者正面的回饋。相關研究指出，

品牌訊息準確傳達及與顧客同理心之互動，最終能協助企業與消費者建立更好的關係，並能提升個人滿意度以及經濟表現。

資料來源：Sustainable Brands, 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 ([KPMG TW](#) 及 [KPMG Global](#))。

姓名	職稱	電話
黃正忠	安侯永續發展顧問(股)公司	董事總經理 +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)公司	協理 +886 (2) 8101 6666 Ext.13545
林泉興	安侯永續發展顧問(股)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

© 2017 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.