



CC&S Monthly

氣候變遷及企業永續發展電子報



June 25, 2019 | 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

[正視全球氣候變遷下的企業潛在風險與商機](#)

專題報導

[解讀 CDP 2018 年度報告 - 企業準備好面對氣候變遷了嗎？](#)

相關動態

1. [與投資人議合企業永續發展的五個步驟](#)
2. [塑膠產品對於氣候變遷的影響超乎你的想像](#)
3. [時尚產業的循環經濟改革](#)
4. [投資人敦促英國石油公司制定合宜之氣候相關商業策略](#)
5. [三大策略 帶動塑膠包裝革命](#)
6. [永續金融正在重塑亞洲資本市場的面貌](#)

正視全球氣候變遷下的企業潛在風險與商機

林泉興 | 安侯永續發展顧問股份有限公司 副總經理

KPMG 近期發布《2019 全球 CEO 前瞻大調查 (2019 Global CEO Outlook) 》，在近 1,300 名 CEO 回饋的資訊統計中，「環境與氣候變遷風險」躍升為五大企業面臨風險之首位，其次分別是新興/顛覆性科技、屬地主義、資訊安全及企業營運等風險。此調查結果呼應了世界經濟論壇 (WEF) 於一月發布之《2019 年全球風險報告 (The Global Risks Report 2019) 》，揭示十大全球風險中就有五項屬於環境與氣候變遷相關風險。上述二份報告，無疑地強化了氣候變遷已是全球企業必須嚴加關注的風險訊號。

在氣候風險訊號逐漸放大的此刻，國際標竿企業對於氣候變遷風險議題的積極管理作為，或可提供國內企業參考與借鏡。以 Apple 為例，在氣候變遷的潛在風險鑑別部分，Apple 分別從購電成本增加、降雨模式改變與極端天氣影響基礎設施、以及利害關係人產生負面回饋等風險情境，具體估計於營運成本、營收及品牌價值可能受到負面影響的財務數據；另一方面，氣候變遷也帶來商機，Apple 從其產品能源效率領先、兼顧消費者天災需求及綠色品牌形象偏好等情境，分別估計於營收、銷售量及品牌價值等可能獲得利益的財務數據。此外，殼牌 (Shell) 已公開宣示，預計將 2030 年減少 20%、2050 年減少 50% 淨碳足跡減碳目標之達成度與近 1,200 名高階主管 10% 的績效獎金連結。

目前已有部分國內企業參考氣候變遷相關財務揭露 (TCFD) 指引，揭露氣候變遷帶來的潛在風險與機會，但尚未與既有風險治理架構系統性整合，以及運用適當的情境分析，具體評估財務正負面影響。KPMG 建議，企業可從檢視現有治理架構開始，將氣候變遷風險鑑別與機會評估納入公司治理監管機制，並逐步依適當氣候變遷情境，具體評估中長期實體風險、轉型風險以及商業機會；其後，將評估結果反饋至營運策略、商業模式與財務規劃，據此訂定或調整管理方針及關鍵指標。另一方面，更須考量利害關係人需求，有效溝通氣候變遷對企業的實質財務正負向衝擊，方能展現整合性治理績效。



專題報導

解讀 CDP 2018 年度報告 – 企業準備好面對氣候變遷了嗎？

CDP (原名 Carbon Disclosure Project，碳揭露專案) 甫於六月初出版 2018 年度報告《CDP Climate Change Report 2018》，綜整 6,937 家企業於氣候變遷風險、商業機會、實質財務影響與潛在衝擊、以及企業管理成本等面向的準備與因應狀況。報告指出，參與回應的企業中，有 53% 企業認為，氣候變遷將

對企業未來之經營與策略產生實質影響；而其中逾 200 家市值排名全球前五百大之企業更預估，氣候變遷可能帶來近一兆美元的損失，在在顯示氣候變遷已經是企業不能忽略的課題。

在 2018 年度報告中，CDP 總結提出以下七項觀察：

1. 多數企業已認知氣候變遷對營運之風險，但需擴大分析範疇

儘管已有超過五成的企業認知氣候變遷將對其營運產生實質影響，然而，多數企業目前關注的焦點，較侷限於氣候風險對企業本身的影響，忽略了相關風險也會進一步影響供應商與客戶。此外，企業關注的轉型風險，多半集中在政策與法規等風險，較缺乏針對氣候相關市場 (Climate-related market)、企業聲譽與科技等風險的關注。

2. 215 家全球 500 大企業預估氣候風險帶來近一兆美元之損失

2018 年，CDP 首度將企業揭露其鑑別之氣候風險所相應之財務評估數據列入計分條件。統計顯示，共有 2,185 家企業提供至少一項財務數據，說明氣候變遷風險所帶來之影響；其中，企業鑑別氣候風險最主要的二項財務影響，分別是 GHG 排放計價導致營運成本增加、以及產能受到實質影響而導致營收減少。同時，有 1,958 家企業認為氣候變遷帶來新的商業機會，並提供相關財務評估數據。此外，215 家名列全球市值前五百大 (G500) 之領導企業，預估至多五年內，氣候相關風險將帶來總計近一兆美元的損失。

3. 氣候變遷的機會大於風險

有超過五成的企業認為，氣候變遷是新機會。而 225 家市值全球前五百大的企業則認為，因為低碳產品或服務，以及消費者偏好改變可能帶來的新商機，可高達 2.1 兆美元，且在短中期就可能發生。另一方面，多數企業也認為，導入節能設備與使用其他替代能源，能有效省下營運成本，增加其產業競爭機會。

4. 各地企業對氣候變遷的風險認知落差大

總部設在歐洲的企業，約六成辨識出氣候變遷帶來的風險與機會，高於美國、巴西、墨西哥、智利等地的企業。全球前五百大的歐洲企業，預測氣候變遷相關的財務風險，高達 6,400 億美元，近乎是美國企業的六倍之多。此外，中國企業辨識出的氣候相關機會則是低於平均值，且表示難以實現。

5. 金融業比實體產業更關注氣候變遷可能的影響

若以產業別區分，來自金融、石化、電力等產業的企業，高達八成認為氣候變遷將帶來實質的風險或機會。以能源產業而言，近年來氣候變遷相關的法規、市場變遷與科技革新，都對電力業與石化業造成不小的衝擊。此外，金融業因為資金的投放，以及近年來氣候變遷相關財務揭露 (TCFD)、中央銀行、監管單位的關注等，都讓金融業更關注氣候變遷相關的議題。

6. 管理氣候變遷的成本，遠低於可能帶來的新商機

192 家全球市值前五百大的企業認為，管理氣候變遷風險所帶來的成本，遠低於可能帶來的新機會。整體而言，氣候變遷帶來的潛在機會大約是相關管理成本的七倍，可預期的是，因機會遠大於成本，將有更多企業投入氣候變遷相關的轉型計畫。

7. 電力業面臨的難題是所有企業的借鏡

在所有的產業中，只有電力業在面對氣候變遷時，反饋出成本高於機會的狀況。其中，成本來自於各種的實體風險，如氣候因素對於資產帶來的損害或長期的缺水問題等。另外，在轉型風險方面，電力業也正面臨市場、科技與溫室氣體排放成本提高所帶動的低碳轉型。再者，因為電力業所擁有的資產壽命較長，也屬於資本密集，故面對氣候變遷時，需花費更多資源。

近兩年因為極端氣候在世界各地不斷發生，且低碳轉型過程中伴隨的科技革新，以及金融監理者和投資人的關注等，企業是否已做好因應措施，已成為各界關注的焦點。全球標竿企業已率先評估氣候風險與機會的財務意涵，國內企業也應儘速跟上，不僅可滿足機構投資人等相關利害關係人之需求，更可及早策略布局，搶佔低碳轉型先機。

資料來源：Carbon Disclosure Project



相關動態

與投資人議合企業永續發展的五個步驟

ESG 投資已進入新時代！以美國來說，在 2014 年時，ESG 投資不到 18%，但 2016 年到 2018 年間，ESG 投資成長了 38%，至今佔總資產管理的四分之一。無獨有偶，歐盟自 2014 年起迄今，ESG 投資則已佔整體資產管理的一半，去年更宣布一項具有雄心的「永續金融 (Sustainable Finance) 」行動方案，該方案旨在建立一項分類標準，定義永續投資的組成，為綠色金融產品創造歐盟標籤，並提升對企業報導與揭露的要求。在此脈絡下，還未開始與投資人議合永續發展的企業，正錯失吸引與留住關注長期價值創造和 ESG 議題的投資人。

商務社會責任國際協會 (Business for Social Responsibility, 簡稱 BSR) 近期更新了《利害關係人議合五步驟 (Five-Step Approach to Stakeholder Engagement) 》報告，提出界定與實施利害關係人議合計畫的實際指引，並指出採取結構化方法與投資人議合，將具有巨大的價值。

步驟一：建立議合策略

為投資人設定願景和目標是首要步驟。企業可回顧先前與投資人議合的經驗，並建立相關商業個案。同時，也需要建立一個由投資人關係和永續團隊組成的內部團隊。永續團隊和投資人關係團隊能以多元方式共同合作，達到積極與投資人議合永續發展的目的。

步驟二：對應利害關係人

第二步驟是辨識和排序利害關係人，並選擇議合機制。議合團隊可建立資產擁有者、資產經理人和 ESG 評比機構、賣方研究機構等一系列議合對象清單，並可參考投資人的影響力、可信度、以及與投資人議合時所需資源的程度進行分析並排序。隨後，運用上述原則製作利害關係人地圖，協助企業針對投資人之特性，研擬議合機制。

步驟三與四：準備及議合

辨識與排序利害關係人後，則可為每個利害關係人量身訂製適當的議合形式，包括 ESG 年度報告的傳遞、投資人大會或 ESG 推薦活動的邀請或直接對話等。

步驟五：創造行動方案

至此階段，議合作業尚未完成，仍須轉達由投資人所獲得的發現和見解，並反饋到組織中。例如：告知行銷團隊投資人希望得知顧客滿意度之訊息等。

鑒於投資人評估企業是否能永續生存與發展時，ESG 表現已成為主要關注面向，企業採取更具有積極性的方針與投資人議合永續相關議題則顯得更加重要，上述步驟或可成為擬定策略性議合計畫時的參考訊息，以利創造企業的長期價值。

資料來源：Business for Social Responsibility



塑膠產品對於氣候變遷的影響超乎你的想像

現代生活中充斥各種塑膠產品，包括牙刷、浴簾、座椅、遙控器、汽車儀錶板、午餐容器等，塑膠對於海洋生態的污染及危害已被廣泛宣傳，但許多人可能仍未意識到塑膠產品對於溫室氣體排放具有巨大的影響，企業應積極設想一個可以同時解決廢棄塑膠及獲利的商業模式。

根據國際環境法中心 (Center for International Environmental Law, CIEL) 的研究報告發現，目前塑膠的生產、製造、運輸、焚燒及降解處理過程中會排放約 0.86 Gt CO₂e，相當於 189 座燃煤發電廠 (發電量 500 megawatt) 的排放量。世界經濟論壇 (The World Economic Forum, WEF) 預估塑膠產品將在

2030 年前以每年 3.8% 的速度成長，2030~2050 年間成長速度為每年 3.5%，如果依照這樣的趨勢，塑膠產品於 2050 年預估會排放 2.8 Gt CO₂e，相當於 615 座燃煤發電廠的排放量。全球溫度上升若要控制在 1.5°C 以內，目前全球可排放的碳預算只剩下 420~580 Gt CO₂e；而若無法有效減少塑膠產品的製造與使用，在 2050 年之前，塑膠製品所造成的排碳量預估將會累積達 56 Gt CO₂e，佔全球碳預算的 10~13%。因此，塑膠產品與氣候變遷的關係，可能比大多數人意識到的程度高。

目前，塑膠廢棄物的回收已是全球許多國家的難題。聯合國環境署 (UNEP) 於 2019 年 5 月宣布，187 個國家共同簽署「巴賽爾公約」 (Basel Convention) 修正案，要求先進國家將垃圾運送至他國前，須取得進口國的同意，且須追蹤塑膠廢棄物離境後的流向。此修正案將影響美國的塑膠回收現況，根據美國環保署統計，美國塑膠產品回收率已逐年下降，從 2015 年的 9.1% 下降到 2018 年的 4.4%，巴賽爾公約修正案通過後，若亞洲國家採取類似中國的廢料進口禁令，預估 2019 年美國塑膠產品回收率將下降至 2.9%。

與此同時，美國的塑膠產量仍持續上升。CIEL 的研究報告指出，美國於 2017 年的石化產品生產設施 (共 260 個) 總投資額為 1,640 億美元，於 2018 年額外針對 70 個新設施或擴建計畫投資 3,600 萬美元。之外，美國頁岩氣的熱潮也提供了大量的乙烷，而乙烷是製造塑膠產品的重要原料之一。2008~2017 年美國乙烷的產量從每天 70 桶增加至 150 萬桶，預計 2021 年可達每天 200 萬桶的產量，殼牌 (Shell) 目前正在美國賓州投資數十億美元的廠房，將以頁岩氣為原料，每年生產 160 萬噸聚乙烯 (PE)。

另一方面，目前也有許多企業正透過回收再利用，降低塑膠製品對環境的衝擊。在塑膠製品中，商品的塑膠包裝為最主要的產品，也是廢棄塑膠產品的主要來源。德國化學產業巨頭巴斯夫 (BASF) 於近期啟動「化學循環專案」，從塑膠垃圾中提取出回收物，替代製程中所需的石化資源，這些再生化學品用於生產 BASF 相關產品，如奶酪包裝、冰箱部件及隔熱板；可口可樂 (Coca-Cola)、百事可樂 (Pepsi) 及歐舒丹 (L'OCCITANE) 皆選擇 Loop Industries 為其提供可回收之 PET 塑膠，以實現 2025 年包裝瓶使用 100% 回收塑膠之目標。此外，BASF 於 2019 年與 30 家塑膠及消費品價值鏈上的企業共同成立「終結塑膠垃圾聯盟」 (The Alliance to End Plastic Waste, AEPW)，與各國政府、學術單位、非政府組織及民間機構合作，投入 10 億美元協助開發基礎設施、創新及擴大新技術、辦理教育活動，以期解決世界的塑膠垃圾問題。

資料來源：Greenbiz、Plastic Pollution Coalition、BASF



時尚產業的循環經濟改革

趕在 2019 年哥本哈根時尚高峰會舉辦之前，五個時尚產業的領導協會：歐洲服飾與紡織品聯盟 (European Apparel and Textile, EURATEX)、歐洲運動產品產業聯盟 (Federation of the European

Sporting Goods Industry, FESI)、國際時尚議事組織 (Global Fashion Agenda, GF)、國際成衣聯盟 (Internal Apparel Federation, IAF) 與永續服飾聯盟 (Sustainable Apparel Coalition, SAC)，共同呼籲歐盟制定時尚產業在循環經濟的相關政策，鼓勵產業鏈重新思考，並建立服飾業的循環經濟系統。

依服飾業目前現況，73%的服裝最後都會進到垃圾掩埋場，僅有低於 15%的衣服被回收，但只有少於 1%的衣服真正被重新利用。另一方面，每一秒都有相當於一整個貨車的紡織品被視為垃圾丟棄，同時，全球時裝業預計到 2030 年將成長 81%。在這樣的成長以及消耗的速度下，若繼續依賴目前原料開採、製造、棄置的線性經濟模式發展，很快就會達到環境能夠容納的極限。因此，為求資源永續發展，並最小化資源利用模式，循環經濟變成了目前最不可或缺的解套方式。因此，這五個領導協會共同提出了政策宣言，希望能夠讓產業中的決策者，能夠重新思考一致的做法，並改變現行政策工具以及商業模式，以整合業界資源共同解決問題，讓服飾業往循環經濟的方向邁進。

此宣言旨在加速政策決定者和時尚產業的合作，並已開始仔細檢閱時尚產業的實際案例，但由於支持循環經濟系統的基礎設施以及工具不足，因此，目前相關企業仍尚未與政策制定者及監管單位共同建立價值鏈中明確的標準與框架。此宣言從三個面向討論循環經濟，第一、必須確保新的模式能夠完全的循環；第二、必須採用新科技，例如分解纖維以便重新循環再利用；第三、必須擁有更具開創性的政策措施，比如中小企業及跨國企業皆適用的規範，以及能夠協助消費者重新思考拋棄衣物的做法等。

自 2019 年 3 月以來，服飾和紡織品也已被歐盟執行委員會列入須發展循環經濟架構的前八大產業，而上述五大協會已經承諾要協助發展服飾業在歐洲循環經濟的藍圖。目前許多品牌商陸續意識到全球暖化以及塑膠污染所帶來的壞處，例如 Nike 最近與中央聖馬丁藝術與設計學院合作，提出十個給設計者關於循環經濟設計的參考原則，包含：材料選擇、可回收性、避免浪費、容易拆解重製、減少有害的化學製程、翻新利用、多功能性、提升耐用性、採用可循環的包裝，以及採用其他創新模式等，期望促使服飾業相關業者思考新的商業模式。

隨著線性模式帶來越來越大的環境衝擊，時尚業的改革已刻不容緩。與此同時，更需要更多元的產業領導者共同集思廣益，嘗試從設計上解決問題，更全面的在時尚產業推動循環經濟。

資料來源：Fast Company、Nike、Bloomberg



投資人敦促英國石油公司制定合宜之氣候相關商業策略

社會大眾對氣候變遷的擔憂逐漸提升，近幾個月以來，全球各地接連不斷的抗議行動和氣候罷課倡議活動也一一浮現。據 2019 年 3 月英國政府調查顯示，英國對氣候變遷的關注比以往還來得更高，而擁有英國

石油公司 (British Petroleum, BP) 約 127 億美元股份的 58 位投資人更是共同提出決議，敦促 BP 制定符合巴黎協定的商業策略。

這些投資人總持股約為 10%，皆為「氣候行動 100+ (Climate Action 100+)」倡議的成員，為迄今呼籲大型企業應採取氣候行動相關決議的活動中，投資人持股最高之比例。氣候行動 100+ 倡議背後的投資人包括英國最大的資產和基金經理人，如英傑華 (Aviva)、匯豐 (HSBC Global AM)、Legal & General Investment Management (LGIM)、M&G 投資、施羅德 (Schroders)、瑞銀 (UBS) 和 Royal London AM 等，這也是全球首次由主要投資人以共同提交之形式啟動股東決議。

決議內容指出，BP 這類的石油公司於全球均溫上升至遠低於 2 度 C 的過程中扮演重要角色，而《巴黎協定》中，也要求應大幅減少對化石燃料的需求及相關投資以進行低碳轉型。此外，投資人有權利請求被投資公司擔起責任，確保公司確實呼應《巴黎協定》；針對提升透明度，則要求 BP 揭露其與《巴黎協定》在以下各方面之一致性：新的資本投資、溫室氣體減排目標、投資石油、天然氣和其他能源技術、估計能源產品的碳密集度、企業目標與高階經理人薪酬間之關聯等。

事實上在 2018 年，「氣候行動 100+」倡議的多名投資人已採取過類似行動，迫使 BP 的競爭對手殼牌 (Shell) 公司支持他們所提出與氣候行動相關之決議，並同意將高階管理層之薪酬獎勵與績效掛勾，以達到其減碳目標。近年來，Shell 和 BP 皆持續擴大對低碳產業的投資，然而外界仍批評他們並未採取足夠的行動以脫離對化石燃料的依賴。這類的爭端可從是否設定範疇三 (Scope 3) 目標看出端倪，由於此份決議並未要求 BP 設定涵蓋所有排放的減排目標，因此，例如燃燒石油及天然氣所引起的範疇三減排目標即未被涵蓋；然而，範疇三係為非屬自有或可支配控制之排放源所產生之排放，在排放足跡中佔最大多數。來自荷蘭的投資集團「Follow This」曾提出另一份投資人決議，欲強制 BP 設定範疇三減排目標，但 BP 呼籲其股東拒絕此決議，因其無法控制第三方排放。Follow This 所提出的決議在 2019 年 5 月 21 日舉行的 BP 年度股東大會上，僅獲得 8.4% 的贊成票。

即使 BP 的因應並未滿足所有人之期許，然而這些投資人的舉動在在顯示投資人在因應氣候變遷下，漸採取更積極的方式進行資產管理；而股東對主要碳排放公司也採取更強硬的行動。在與投資人議合後，BP 董事會於年度股東大會上支持「氣候行動 100+」倡議所提出之決議，並獲得股東高達 99.14% 的贊成票。BP 也承諾將在今 (2019) 年以後和 2020 年 4 月公布的年報中揭露其成本最高，風險最大之石油及天然氣計畫，不僅使報告更有深度，更可協助投資人評估 BP 於提供可負擔且清潔能源的進展。BP 對該決議的支持，也證明了投資人可藉由合作來驅動有意義的變革，使企業與未來的低碳經濟保持一致之路徑。

資料來源：Greenbiz、Shropshirestar、Financial Times、Follow This



三大策略 帶動塑膠包裝革命

隨著全球的塑膠需求量持續上升，塑膠的回收率卻始終低迷。近日各國政府對塑膠吸管採取的積極管制，加上全球消費者環境意識的提升，迫使相關企業重新審視其塑膠包裝策略，以確保能朝向更循環的模式，亦即材料可被回收再利用的閉環循環（closing the loop）。然而，更循環的模式意味著必須在包裝設計、回收系統、以及消費者參與等面向付出更多的努力。

包裝設計 – 為循環而設計

全球的塑膠製造與使用量正逐漸攀升，預期將在 20 年內成長為兩倍，其中有超過一半為一次性塑膠，且包裝佔多數。在塑膠包裝材料中，使用回收塑膠的佔比相當低，最常見的回收塑膠種類佔比更是不到 10%，因此，從設計端重新改良塑膠包裝，才是釜底抽薪的解決之道。由艾倫·麥克亞瑟基金會（Ellen MacArthur Foundation）發起的「全球新塑膠經濟承諾」（New Plastics Economy Global Commitment），目前已逾 350 家企業簽署，目標是要移除所有非必要或難以回收的塑膠包裝，並研發可分解之塑膠，使其能在全球經濟中循環利用。身為簽署者之一，可口可樂所回收之塑膠瓶多數屬 PET 材質，然而塑膠瓶在回收過程中卻會因為瓶身黏附的標籤含有雜質而污染回收物，因此，可口可樂設計了可回收的標籤，並宣布 2025 年前，達到包裝材料 100% 可回收，以及 2030 年前其包裝中含有 50% 回收材料。此外，永續包裝聯盟（Sustainable Packaging Coalition, SPC）則出版了「為回收而設計的指導方針」（Design for Recycled Content Guide），以指導企業在包裝上充分利用回收材料。

回收系統 – 支持相關基礎建設及科技發展

在美國僅有 15% 的塑膠包裝是來自消費者回收再利用，主要原因是包裝並未針對回收而設計。然而，矢志打造循環經濟的投資公司「封閉循環夥伴」（Closed Loop Partners）則指出，針對已使用塑膠的管理，在收集與回收過程的基礎建設及科技均有顯著極限。另一方面，永續包裝聯盟（SPC）的研究則指出，僅一半的美國人於生活周遭即有便利的回收管道，其餘的人則被要求須提出有回收需求、額外訂購回收服務、自行送至回收站或是週邊根本沒有回收管道。為此，「封閉循環夥伴」設立了「封閉循環基金」（Closed Loop Fund），針對全美各地能支持循環經濟的基礎建設展開投資，近期亞馬遜（Amazon）則投資了三億台幣於該基金，要讓三百萬人口能接觸到回收管道。此外，德國漢高集團也與塑膠銀行（Plastic Bank）合作，在海地成立塑膠收集中心，除了解決回收基礎建設的不足之外，更提供當地人就業機會，讓廢棄物透過 3D 列印技術成為貨幣。

消費者參與 – 提升消費者認知及參與度

根據非政府組織全球生態焦點（EcoFocus Worldwide）的調查結果，75% 的美國人認為回收很重要，其中更有 65% 的美國人表示，產品包裝是否使用可回收材質，會大幅影響其品牌選擇及購買意願。值得注意的是，食品製造商協會（Grocery Manufacturers Association）研究發現，92% 的美國人對產品包裝上所標示的回收標誌有錯誤的認知，或不清楚包裝是否真的能回收。永續包裝聯盟（SPC）於 2008 年開始推動「如何回收」（How2Recycle）計畫，旨在提升消費者對回收的認知，讓回收標誌更淺顯易懂，便

於產品回收，目前已有 130 家企業加入。其中，沃爾瑪 (Walmart) 及聯合利華 (Unilever) 皆採用了該計畫的專屬回收標籤。德國漢高集團更發起宣導計畫，要在 2025 年前幫助超過十億名消費者建立正確的回收知識。

從源頭的產品設計端革新、基礎建設的改善到消費者回收意識的提升，「全球新塑膠經濟承諾」的目標需要環環相扣的三大策略支持，才能顛覆一次性塑膠所主宰的世界。

資料來源：Sustainable Brands



永續金融正在重塑亞洲資本市場的面貌

根據全球數據公司 (GlobalData) 相關研究，2019 年亞洲地區對於全球 GDP 增長的貢獻將超過 50%。然而，當亞洲以資源密集模式 (Resource-Intensive Growth) 達到快速成長的同時，也伴隨許多隱性成本與非預期產物，例如自然資源與生態系統惡化、水資源更加缺乏、以及有害廢棄物急遽增加等，同時也使得亞洲暴露在環境風險的骨牌效應之下。以水資源為例，麻省理工學院近期研究指出，在未來十年內，亞洲地區將有超過一億人面臨嚴重的水資源短缺，並進一步對糧食安全、經濟成長與政治穩定造成破壞性的影響。此外，聯合國亞洲及太平洋經濟社會委員會 (United Nations ESCAP) 更指出，若未針對氣候風險採行具有實質意義的行動，亞太區域 GDP 將於 2050 年前至少減低 3%。

「永續金融 (Sustainable Finance)」正是具有實質意義的因應氣候變遷行動之一，其不僅能提供多元的投資組合、帶來可觀的財務報酬，更重要的是能驅動全球克服氣候變遷帶來的風險與挑戰。

目前，亞洲各大經濟體的政府正在共同努力發展「永續金融」，針對較成熟的金融工具推動永續的市場建制，例如 ESG 投資和綠色債券等。在 ESG 投資部分，台灣勞退基金近年已釋出新台幣 1,140 億元，投入海內外永續指數成份股的被動型股票投資；上海和深圳證券交易所則要求所有上市公司於 2020 年前揭露環境、社會和公司治理 (ESG) 資訊；此外，優於傳統指數表現的「義利 99 指數 (Social Value 99 Index)」也依 ESG 績效排名，選擇具有良好永續意識的中國企業。另於綠色債券部分，台灣自 2017 年 4 月正式推動，迄今已發行綠色債券近新台幣 540 億元；中國政府則為綠色金融投資制定監管框架，透過綠色金融商品的創新設計，增加外資流入國內綠色債券的投資。同時，全球最大的資產所有者之一，日本政府退休基金 (GPIF) 除了將 ESG 績效納入內部投資，還與外部評估單位共同優化原有之評估方法，期望能夠鼓勵外部資產管理者重視永續發展的議題。截至 2018 年 7 月，日本政府退休基金的資產規模高達 1.4 兆美元，佔日本國內股票市值的 6%，故其所能帶來的影響非常巨大。

另一方面，亞洲地區也正在發展許多創新機制，或大規模地應用其他市場所發展的創新方法。目前已有資產管理公司試圖以創新的模式，將「永續金融」導入投資模式的核心價值。舉例來說，Althelia 氣候基金

投資於印尼 22,000 公頃的雨林泥炭地恢復計畫，並透過資產升值、商品化其資產、以及貨幣化碳權來獲取收益。此外，馬來西亞發行了第一個遵守伊斯蘭金融原則的綠色債券，讓想要符合伊斯蘭金融原則的投資者，也可以投資綠色債券。

綜上所述，若能將「永續金融」的觀念導入並且充分實踐，亞洲應可成為世界資本市場中創造永續發展價值的重要地區之一。

資料來源：Forbes



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。

黃正忠

安侯永續發展顧問(股)公司 董事總經理
T: +886 2 8101 6666 Ext.14200

林泉興

安侯永續發展顧問(股)公司 副總經理
T: +886 2 8101 6666 Ext.13974

施昂廷

安侯永續發展顧問(股)公司 協理
T: +886 2 8101 6666 Ext.13545

王竣弘

安侯永續發展顧問(股)公司 協理
T: +886 2 8101 6666 Ext.16017

Key links

— [KPMG Taiwan](#)

— [KPMG Global](#)

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，請本人以[回覆電子郵件](#)並填妥相關資料，我們即會為您訂閱。

退訂戶

若您想暫停收取氣候變遷及企業永續發展電子報，煩請以[電子郵件](#)告知。

kpmg.com/tw



KPMG in Taiwan apps



[Privacy](#) | [Legal](#)

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

© 2019 KPMG Sustainability Consulting Co., Ltd., a Taiwan company limited by shares 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.