



# CC&S Monthly

氣候變遷及企業永續發展電子報



September 30, 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

[國家是否已經準備好面對氣候變遷](#)

#### 專題報導

[面對全球暖化危機 金融體系執行氣候變遷調適的五大障礙](#)

#### 相關動態

1. [全美重要企業執行長重新定義企業的宗旨](#)
2. [荷蘭社會企業與紡織品牌商及零售商共同推動棉花回收試驗計畫](#)
3. [以租代買 紡織品閉環回收](#)
4. [綠色革新：時尚產業遵守循環經濟新準則](#)
5. [回收鋁製咖啡膠囊 循環再造永續單車](#)
6. [物流業者提出零廢棄物計畫，改善供應鏈永續性](#)

## 國家是否已經準備好面對氣候變遷

施昂廷 | 安侯永續發展顧問股份有限公司 協理

毫不意外地，「氣候變遷」被認為本世代以及下一個世代所要面臨的最大風險，也為世界帶來了兩項挑戰：轉型為低碳的經濟體、以及從調適的角度去面對氣候風險。去碳化需要鉅額的投資，而因應全球的氣候變遷衝擊的成本也相當高，肇因於來自洪水、超級風暴、乾旱、熱浪、海平面上升以及其他衝擊所造成的，超過數千億美元的財務損失等，這些都必須要由國家的政府機構、企業以及公民共同面對。

如同所有複雜的問題一樣，我們並沒有一個單一而簡單的解決辦法。在 2019 年版的 KPMG 氣候變遷準備指數 ( KPMG Change Readiness Index, CRI ) 中，KPMG 收集了來自 140 個國家超過 150 個變數以了解政府、私部門以及公民團體對於應對改變所做的準備，藉由強調世界各地的優弱勢、進展以及永續發展指標 ( SDGs ) 的觀點，提出 CRI 指數以供各部門用於領導決策、改善以創造社會福祉的全方位工具。

CRI 的評比共分為：企業能力、政府能力及公民社會能力等三大面向，在此三大面向下各自有 10 項細項指標，整體而言，CRI 評比之指標除 2017 年更新後，近三年並無變動，唯在 2019 年評比時，特別提出原先 30 項指標內，其中 18 項指標可做為評估國家於因應氣候變遷相關政策推動能力的主要參考指標，分別舉出如下：

- 一、 企業能力面向：運輸和公用事業基礎設施、金融機構、企業永續性、經濟多元性、經濟自由度、基礎設施技術
- 二、 政府能力面向：食物及能源安全性、政府策略規劃、環境及氣候變遷、公共行政與國家商務關係、土地及財產權、總體經濟架構
- 三、 公民社會能力面向：社會安全網、人權、公民社會、包容性成長、健康照護、訊息獲得能力

在 2019 年 CRI 評比中，台灣的總排名及三大指標的分數都較 2017 年有提升，這代表了近年在政府、學術界、私部門和公民之間有廣泛且緊密的伙伴關係，讓台灣得以解決當前和未來社會面臨的挑戰，其中亦包括減緩與適應氣候風險、加速永續能源發展以及公私部門合作共同發展永續創新科技等。

KPMG 觀察到下列三點將有助於提升因應氣候變遷，期待台灣公部門能更加重視，提升國家準備度。

- 一、 綠色投資以克服創新困境：加速在永續能源以及能源效率的創新，提升投資動能更是刻不容緩，政府與民間社會可以提供更多有效的角色，創造新的合作關係。
- 二、 將永續性納入國家基礎建設策略：為了因應氣候變遷，臺灣須加提高氣候韌性與調適能力，公部門應帶頭推動永續基礎建設的落地，利用政策誘因而影響消費者與產業行為，並鼓勵採用永續科技。

三、擴大規模與合作是提升調適力的關鍵：有效因應氣候變遷必須建立在跨領域與跨國的合作上，並強調擴大與聚焦在開發中國家（如小農及小型供應商）的弱勢族群的重要性。同時臺灣在許多開發中國家有投資，故氣候行動也是很好的國際參與。



## 專題報導

# 面對全球暖化危機 金融體系執行氣候變遷調適的五大障礙

全球正逐漸暖化的現象已無庸置疑，為避免造成不可避免的氣候變遷實體衝擊，控制升溫 1.5-2 度為終極目標，為達此不單單僅靠各產業的減緩作為，更需要有對應的調適作為，以雙管齊下方式，以達巴黎協定之目標。而對金融產業來說，為依循 2015 年巴黎協定而產生的調適需求，將有可能成為這個世代最大的投資機會。根據預測指出，每年全球的調適成本將在 2030 年達到 1,400-3,000 億美金的規模。然而，金融體系至今並未對此做出相對的顯著應變。

舉例來說，金融產業的核心之一在於對投資風險的評估與控管，但目前為止真的將氣候變遷的實體風險納入投資決策流程中的金融機構屈指可數。即便對實體風險的機會與風險相關知識正迅速發展，仍缺乏清晰的風險管理，儘管已有許多針對金融體系整合氣候變遷風險於決策流程的倡議和努力，但現實是目前的法規、標準及最佳實務仍十分粗淺與模糊。因此，若金融體系能有效辨認氣候風險的財務意涵，將可為投資人帶來大量的投資機會。為此，聯合國環境規劃署財政倡議（United Nations Environment Program Finance Initiative, UNEP FI）與全球適應委員會（Global Commission on Adaptation, GCA）共同發佈研究報告，提出金融體系在面對氣候變遷時可能遭遇的五大障礙：

### 1. 缺乏足夠的支持與誘因

全球公部門不論是在重視程度和資金援助上，對於調適的投入相較於減緩低上許多。同時在私部門的部分，因為對於調適作為的風險與投資機會認知不足，導致相較於太陽能這類型的正向投資，資金投入極為稀少。而保險及政府補助的存在，也造成潛在的道德危機，因為多數人認為已將風險轉移給保險公司或政府就無須持續投入。

### 2. 金融產業的政策與實務不夠充足

在金融體系的層級來看，目前法規政策大多未包含氣候變遷的風險與揭露。同時對企業來說，法規與投資人的要求不足也使得企業在氣候變遷相關揭露有資訊不對襯的情形。而即便想要進行揭露，現有的評量與準則也尚無法有效對應需要因情境調整的調適作為。

### 3. 市場在接受程度低落

儘管目前已有許多投資案例，但大多數針對氣候變遷調適的投資仍因為無法有效將外部效益轉為內部收益，而被視為應該由政府來進行投資。此外，因為缺乏適當的會計準則、較短的投資週期與對外部效益認知的不足，使企業與投資人無法有效取得應有的投資成果。

#### 4. 氣候風險管理缺乏成熟應用

針對因應氣候變遷所帶來如乾旱或熱浪等實體風險，企業已經有不少應對作為，但目前仍缺乏主動管理潛在氣候風險的實務作法，讓投資人無法有效在投資決策中進行有效地評估。同時對於未來潛在風險的量化評估與投資決策工具也尚在發展中，造成投資人對氣候風險決策的完備程度仍有待強化。

#### 5. 氣候風險管理的能力不足

在金融監管單位與金融機構中，缺乏足以進行財務判斷的氣候風險管理專業能力。一方面是因為議題本身綜合科學、經濟、管理與政策議題的複雜程度，另一方面則是因為會對金融機構的商業模式造成挑戰，需要各式專業領域、投資管理及監管評估的專業人才。

面對逐漸升溫的地球所帶來的氣候風險，以及上述的障礙需要克服，需要全體金融體系的參與者，包含政策制訂者與金融業者，建議可透過運用公部門基金來催化私部門資金投入的規模，並積極發行社會衝擊、綠色或氣候債券來鼓勵私部門資金的投入，或是成立以氣候變遷調適為投資主題的基金，由公部門的基金作為支持並創造誘因，金融產業亦可利用獎項與競賽吸引新創團隊投入發展調適金融的發展，而對於氣候變遷所造成的實質風險，金融產業透過巨災債券 ( Catastrophe bonds ) 以及指數連動型保險 ( Index insurance ) 協助自身與企業轉移氣候風險，期待金融產業能共同努力撬動公私部門資金的投入，為氣候變遷調適做出貢獻。

資料來源：UNEP FI、GCA



## 相關動態

### 全美重要企業執行長重新定義企業的宗旨

「股東利益優先」為商業圓桌會議 ( Business Roundtable ) 多年來的信條，被許多企業視為企業經營的依歸。然而，這個由全美大型企業包含摩根大通 ( JPMorgan Chase & Co. )、亞馬遜公司 ( Amazon.com Inc. )、美國銀行 ( American Airlines ) 等執行長組成的會議日前發表「企業宗旨」 ( Statement on the Purpose of a Corporation ) 之聲明，打破多年來企業應盡可能最大化股東利益的商業信念，主張企業不該再以股東利益作為唯一追求，員工、供應商、顧客和全體社會之其他利害關係人 ( stakeholders ) 的價值皆需擁有相同的重視和對待。

此次的「企業使命聲明」主要的內容如下：

企業以創造工作機會、促進創新和提供必需品與服務作為經濟中的重要角色，企業生產與銷售消費性產品、製造設備和機具、支持國防安全、生產食品、提供醫療服務、產生和提供能源，和提供財務金融、通訊和其他服務以鞏固經濟成長。

即使每家企業皆有各自要履行的使命，但是我們共同分享對所有利害關係人的基本承諾，我們承諾：

- 向顧客傳遞價值，滿足甚至超越客戶的期待；
- 投資員工，從提供員工公平的薪資和重要的福利開始，也包含員工教育訓練，協助其發展因應世界快速變遷的新技能。另外，我們將於企業內促進多元包容、尊嚴和尊敬；
- 公平和具道德的與供應商合作，致力成為其他公司之好的合作夥伴；
- 支持我們所處的社區、社會，尊敬社會中的每一個人，同時在商業體制中以較為永續的作為保護我們的環境；
- 為股東創造長期價值，我們承諾以透明和有效率的方式與股東議合；

對我們而言，每一位利害關係人皆不可或缺，為了企業、社會和國家未來的成功，我們承諾對所有利害關係人傳遞和實踐價值。

這份重新定義的企業使命正好發生在日益緊繃的勞雇關係、薪資漲幅的停擺、擴大的貧富差距的時間點上，嬌生公司 ( Johnson & Johnson ) 執行長亞歷克斯·戈爾斯基 ( Alex Gorsky ) 表示這份新聲明正好反映了企業現行需要變革的經營方式，並強化企業作為促進社會進步之角色的重要性。除此之外，摩根大通執行長傑米·戴蒙 ( Jamie Dimon ) 亦表示企業重視所有利害關係人才能促成較為健全的經濟體以對抗美國日趨擴大的貧富差距。

即使許多企業家對於企業使命的改變表示支持與認同，仍有相關人士和學者提出對聲明的疑惑，懷疑企業是否能真正的改變經營思維，表示需等待企業能否具體提出追求和衡量除了財務價值的手段，像是將管理階層的薪酬計算納入各利益關係人的價值考量，以確定企業的存在不再僅是服務股東。而企業究竟能否具體落實改變，備受各界的期待與關注。

資料來源：Reuters、Business Roundtable



## 荷蘭社會企業與紡織品牌商及零售商共同推動棉花回收試驗計畫

荷蘭社會企業 Circle Economy 推動為期 12 至 14 個月的棉花回收試驗計畫 ( Cotton Recycling Pilot )，與紡織業的品牌商及零售商共同合作，欲解決消費後棉花回收再利用的障礙，並透過推動循環紡織，強化紡織供應鏈導入循環經濟商業模式。此計畫預期可協助服裝品牌及零售商，進一步了解循環經濟概念及回收紡織品所需的條件，解決原物料供應及再生品的品質。同時，Circle Economy 連結紡織業的供需雙方來了解彼此需求、技術能力及障礙，共同解決棉花在消費後回收過程所面臨之限制。

近期有兩大新成員將加入此計畫，分別為英國組織 WRAP ( The Waste and Resources Action Programme ) 與義大利 KPMG 顧問團隊。WRAP 為英國廢棄與資源處理行動計畫，旨在協助各產業提升資源效率、催化具有經濟可行性的循環經濟方案。WRAP 同時也是永續服飾行動方案 ( Sustainable Clothing Action Plan ) 之領導者，將在此棉花回收試驗計畫中扮演要角。義大利 KPMG 將貢獻其協助企業成長及拓展市場的商業服務經驗，聚焦在支援企業創新。

此計畫還包含其他紡織相關組織，例如紡織品交換組織 ( Textile Exchange )、社會企業 ReBlend、荷蘭政府基礎設施及水管理部門 ( Dutch Ministry of Infrastructure and Water Management ) 皆為計畫夥伴。紡織品交換組織 ( Textile Exchange ) 為國際性非營利組織，致力於推動企業採用優質纖維與材質，建立品質標章，並鼓勵建立符合社會責任的供應鏈。社會企業 ReBlend 則致力於開發符合循環概念的服裝纖維，並提供相關諮詢服務。

在此計畫中，參與夥伴將立基於各自專業，分享過往經驗及數據資料，深入提供對於服裝產業循環經濟模式之洞察，以及現況下所努力之發展方向與執行方法。透過此機會，品牌及零售商將可能達成消費後紡織品回收之承諾，推動服裝產業朝向循環經濟模式發展。

資料來源：Circleconomy



## 以租代買 紡織品閉環回收

在美國每年產生 210 億磅的消費後紡織廢料，對環境造成負擔，面對這些龐大的廢棄物問題，導入循環經濟將是最佳解方，近日，越來越多品牌，如 IKEA 和 H&M 透過租賃模式減少浪費與支持永續的發展，也逐漸引起消費者注意。

過往，租賃模式雖然提高產品使用率，卻也讓產品隨著營業額提升而加速磨損成為廢棄物，並沒有在租賃過程中延長壽命。理想上，租賃結束時產品應被更新或回收，形成封閉循環，而非常見「製造—使用—處置」的線性循環。因此現擬透過循環經濟模式的思維，於產品設計到壽命終止階段提升能資源使用效率，能有效減少與消除廢棄物，達成閉環回收。

舉例而言，Coyuchi 的閉環紡織品計畫「Coyuchi for Life」，是一個針對租賃模式帶來更多垃圾掩埋問題的解決方案。客戶透過訂閱方式租用有機床單或毛巾，一旦訂戶拿到新一套紡織品，可以將舊紡織品裝入包裝交由 Coyuchi 處置。接著，收回的亞麻布將在與 The Renewal Workshop 的合作之下以環保無水的技術進行清洗以及修補後，再重新出售。若無法清洗或有其他無法解決的問題，則將提供給設計師升級為包裝、服裝和首飾等新產品。所有 Coyuchi 床單皆被回收再利用，朝向百分之百再紡製成再生棉的目標邁進，以形成閉環回收。Coyuchi for Life 計畫透過循環模式避免產生亞麻布廢棄問題，同時提高民眾對永續有機床單和毛巾的接受度。

透過 Coyuchi for Life 計畫，訂戶在購物時考慮到產品壽命結束後的循環再利用，減少紡織廢棄物。即使消費者未參與該計畫成為訂戶，亦可以透過另一項回收計畫「第二個家」，在產品生命週期結束後將床單寄回，並將於未來購物時享有折扣。而收回的亞麻布會與 Coyuchi for Life 計畫一樣進行更新、升級或回收，使每個紡織品循環利用並減少廢棄。

品牌以及客戶透過租賃模式取代傳統線性模式，重複使用產品並正確回收再利用，有效減少與消除廢棄物。透過串聯線性生產鏈的起點與終點，循環經濟可以將「成本」轉變為「資本」，為企業創造產品多樣性、減少環境負擔並提升品牌形象，是企業同時增加獲利與照顧環境的最佳解方。

資料來源：Sustainable Brands



## 綠色革新：時尚產業遵守循環經濟新準則

自快時尚趨勢盛行以來，成衣的浪費問題持續對環境帶來負面衝擊。根據美國公共電視 (PBS) 報導，消費者一年丟棄 1300 萬噸成衣，相當於原擁有量之 85%。同時，艾倫·麥克阿瑟基金會 (Ellen MacArthur Foundation) 發佈的統計顯示，只有不到 1% 的成衣在丟棄後被有效再利用。

而在所有紡織品中，牛仔布料由於製程中耗費大量用水以灌溉棉花、水洗製程所使用的危險化學物質，被認為對環境造成不小的負面衝擊。因此在今年 7 月，艾倫·麥克阿瑟基金會推出了牛仔褲重新設計準則 (Jean Redesign Guideline)，此準則由四十位產業專家聯手擬定，以循環經濟為核心概念設立準則，希望藉此改善製程並增進產業永續性。

牛仔褲重新設計準則的幾大重點如下：

- 耐久度：產品須可經至少 30 次洗滌，且在洗滌後仍符合原廠訂定的耐久度標準。此外，產品須清楚附上維護方式的相關資訊，包含建議洗滌頻率與溫度、避免烘衣與乾洗等等。
- 無害材質：原料纖維素纖維 ( cellulose-based fibres ) 須為再生農業或使用有機、過渡性耕種法所生產。同時，牛仔褲所使用的化學物質須符合有害化學物質零排放聯盟 ( ZDHC ) 所訂定之標準。
- 可回收性：牛仔褲的材質成份中纖維素纖維須占至少 98%，並且避免使用金屬釦釘；使用的任何其他原料都須易於分解。
- 可追蹤性：與準則相關的製程資訊需便於外界取得。此外，廠商可於符合準則的產品上印製重新設計準則的認證標誌，且廠商的資格每年都將重新受到檢驗。

目前 GAP、H&M、Tommy Hilfiger、Lee 等 15 個跨國服飾集團都已加入準則的行列，預計於 2021 年 5 月前，共同生產 43 萬條符合認證的牛仔褲。H&M 集團永續負責人 Cecilia 表示：「這是令時尚產業振奮的時刻，H&M 正在重新思考如何調整製程的每個步驟，以確保自然資源被有效地運用、浪費被降至最低。牛仔褲重新設計準則提供了絕佳機會，讓業界重新檢視過去牛仔製品設計與生產的方式。」同時艾倫·麥克阿瑟基金會推動時尚產業循環計畫 ( Make Fashion Circular ) 負責人 Francois Souchet 亦表示：「過去牛仔褲的製造方式產生了大量環境問題，但我們其實可以選擇更好的方式。透過合作，我們能夠使製程對勞工及環境都更加友善，生產更耐久、可被回收重製的牛仔褲。」

牛仔褲重新設計準則驅動著時尚產業的綠色革新，Francois Souchet 提到：「這個準則只是個開始，未來我們將以循環經濟為核心準則，繼續向蓬勃發展的時尚產業注入動能。」對業者而言，加入不僅可提升企業在上述四個面向的表現，亦能以此作為契機，增進其他面向的永續性，超越同業。同時，準則內容將在業界加入、給予反饋後，定期調整與更新，以確保效益。在循環經濟的概念下，時尚產業獲得機會擺脫以往取用-製造-廢棄 ( take-make-waste ) 的線性商業模式，轉為循環商業模式。

資料來源：CNN、Vogue、Ellen Macarthur Foundation



## 回收鋁製咖啡膠囊 循環再造永續單車

雀巢膠囊咖啡與堅持使用回收鋁製作腳踏車的新創瑞典腳踏車品牌 Velosophy 合作，經過兩年的開發，一共生產了 1000 台由回收鋁製膠囊所組成的 RE:CYCLE 腳踏車，每一台由 300 個咖啡膠囊製成，售價為 1290 歐元，約為台幣 44,814 元。此合作除了展現了兩品牌對循環經濟的重視與承諾，更表現出循環經濟的創意以及無限可能性，同時也提升大眾對於鋁的回收意識。

因分解雀巢的咖啡膠囊需要花 150 年的時間，因此雀巢將回收咖啡膠囊設為永續經營計畫的關鍵因子。普遍來說，咖啡膠囊不能由一般的回收管道處理，需要消費者將咖啡膠囊放入預付的包裹並寄送至 UPS 物流



或是 Nespresso 門市，最後再經由專業回收業者進行煉鋁，造成 Nespresso 咖啡膠囊只有 25% 的回收率。面對這個回收的困境，雀巢 CEO Jean-Marc Duvoisin 表示，希望透過這次的合作機會，讓消費者看到雀巢回收的咖啡膠囊也能做出美麗的 RE:CYCLE 腳踏車，進而促進回收的風氣。對雀巢來說，與不同業界的合作關係是一個改變消費者回收觀念的機會。

雖然鋁自然分解的時程較塑膠短，但大部分消費者仍不知道挖掘與精煉鋁礦其實是相當耗費資源且碳密集度極高的活動，且回收鋁所需能源只要前述過程的 5%。根據國際鋁生產組織（The Global Association of Aluminum Producers）估計，若回收全球使用後的鋁製品，像是飲料罐和鋁箔包裝，可以降低 9 千萬噸的二氧化碳排放和節省足夠供給整個荷蘭的電力。除此之外，因為只有 35% 的鋁被回收，加上使用回收鋁的意願較低，造成回收的成本上升，對業者的吸引力也跟著降低。因此，透過提升鋁的回收率，可幫助提升鋁的永續性。

不過仍有部分循環經濟專家建議，品牌仍應更注重如何消滅一次性的包裝。舉例來說，雀巢可以開發一款堅固耐用的咖啡膠囊，只需回收後分離咖啡渣即可再次利用。雖然目前可再次利用的包裝仍然少見，一家專門製作可回收再利用之商品包裝公司 Loop，正在與哈根達斯（Haagen-Dazs）、Hellmann's、Chameleon Cold Brew 等多家公司合作開發堅固的不鏽鋼包裝，消費者只需把包裝送回即可清洗並再次投入產業使用，直到不能再使用後再一併回收。

透過跨產業間的合作激發新的循環經濟機會，雀巢與新創腳踏車品牌的跨界合作，賦予咖啡膠囊新生命，為回收帶來新的意義，給與循環經濟一個新的面貌，並鼓勵消費者更積極參與回收。

資料來源：CSR wire、Fastcompany、Quartz、CNN



## 物流業者提出零廢棄物計劃，改善供應鏈永續性

去年名列道瓊永續指數（DJSI）商業服務暨供應產業類別（Commercial Services and Supplies industry）前兩名的澳洲物流業者 Brambles，長期以來透過旗下子集團 CHEP 改善物流供應鏈的永續性。CHEP 專門運營「以租代買」的貨運托盤業務，過去一年間減少的一次性托盤數量，相當於保護了 170 萬棵樹免於砍伐。未來 CHEP 將規劃擴展供應鏈中可重複使用的材料範圍，幫助企業減少一次性廢棄物。

對於環境永續，Brambles 的企圖心不只展現在子公司業務上，近期更拓展至整體供應鏈。其全球永續業務負責人 Juan José Freijo 表示：「現今專業商務人士明白，永續議題牽涉到整個供應鏈，企業不應只關注消費者可觸及的面向，更重要的是，徹底檢視產業背後龐大的供應鏈，改善其中的重點環節。」

基於上述理念，零廢棄物計畫（Zero Waste World）在今年 6 月因應而生，重點如下：

### 重點一：消除廢棄物

許多公司已承諾以「零廢棄物填埋」為目標，然而，所處供應鏈中卻仍有許多一次性廢棄物（如：一次性塑料、一次性紙板等）難以消除。舉例而言，貨運供應鏈中，有隱形脊柱之稱的「運輸用托盤」材質多為一次性紙板，使用僅一次後即成為廢棄物。

### 重點二：減少閒置資源浪費

在歐洲，三成的貨運里程來自卸貨後回程空間的貨車，於是，CHEP 與各貨車公司合作，在不改變車輛原用途的情況下，使用閒置時間運輸托盤，以提高資源運用效益。未來更將促使不同運輸業者一齊開拓「共享里程」模式，讓去程滿載、回程空無貨品的車輛提升運用效益。

### 重點三：改善供應鏈的可追溯性

物流業者時常需要回應客戶對貨品動態的關切，若能夠追蹤托盤，即能間接追蹤產品動向，為客戶創造利益。CHEP 為此推出了名為 BXB Digital 之平台，使用物聯網技術以整理、分析來自 CHEP 托盤的數據。透過這些訊息，公司亦可鑑別導致資源浪費的原因。Brambles 正在推動 CHEP 成為供應鏈裡中立的大數據提供者，幫助建立企業信任並作為嘗試新商業策略的依據。

目前計畫實施已近兩個月，聯合利華及加拿大沃爾瑪 ( Walmart ) 等企業加入行列。而吸引這些企業共襄盛舉的原因，一部分是由於氣候變遷議題受到正視，另一部分則是由於加入後將對自身產生利益。透過零廢棄物計畫，企業能夠節約資源並改善過去資源運用效益不彰的情形，於此同時，減少不必要的支出。

藉由零廢棄物計畫，Brambles 將視野放寬，企圖影響整體供應鏈，為企業創造提升資源運用效率的機會，並為物流業的永續性帶來助益。

資料來源：Supply Chain Times、GreeBiz



## 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](https://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.