



# CC&S Monthly

氣候變遷及企業永續發展電子報



JAN 29, 2021 | 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

淨零碳排—說到·更要做到

### 專題報導

新塑膠經濟的解決方案

### 相關動態

1. 永續包裝當道 促進減塑再循環
2. 三大循環經濟趨勢及展望
3. 2020 年十大永續運輸關鍵趨勢
4. 碳追蹤與驗證對企業氣候問責的重要性
5. 2021 年以 ESG 重新定義「常態」

KPMG 永續風向前哨站

# 淨零碳排一說到，更要做到

林泉興 | 安侯永續發展顧問股份有限公司 執行副總經理

回首 2020 年，除了備受新冠肺炎疫情衝擊全球景氣，更有對於全球環境造成重大衝擊的野火事件，2020 年加州、西伯利亞、澳洲、巴西等綿延數月的森林大火，除破壞了原始森林和物種多樣性，更釋放數十億噸的溫室氣體到大氣中，可能加速全球暖化並引發更多火災，加劇氣候變遷的衝擊。為了達到《巴黎協定》中將全球升溫控制在 2°C 以內更甚至 1.5°C 之目標，各國積極研擬減量目標，致力於實現淨零排放目標 ( Net Zero Emission )。

中、日、韓這三個亞洲最重要經濟體相繼於 2020 年宣布將在 2060 和 2050 年達成淨零排碳目標，雖意味著全球三分之二的煤炭的使用量和將近二分之一的二氧化碳排量已被這些國家或地區的淨零目標所覆蓋，不過對這三個國家而言，要成為一個碳中和的社會，在因應氣候變遷的立場上勢必要做出重大轉變，如日本將致力於發展更多的再生能源；韓國擬透過「綠色新政」( Green New Deal ) 投入 8 兆韓元 ( 約新台幣 2000 億元 )，以再生能源取代對煤炭的依賴，並創造更多綠色就業機會；而中國，其燃煤發電仍占其總發電量 62%，要在 2060 年達到碳中和，挑戰何其大可想而知。而這三個國家的淨零碳排承諾，意謂控制全球升溫的轉折點即在亞洲區域，真正要實現淨零碳排，對於此等國家在融資及開發可再生或替代能源方面，亦將是一場的新挑戰。

目前已有超過 125 個國家宣示淨零碳排，顯然淨零排放目標已成為國際氣候談判議程中一項明確的指標，用以表示一個國家、地區、城市或甚至是企業對於實現《巴黎協定》之積極程度，目前以歐盟最積極，其於 2020 年 9 月通過《歐盟氣候法》，其會員國都必須遵守在 2050 年達淨零排放，通過減少排放、投資綠色技術和保護自然環境，實現整個歐盟國家的淨零溫室氣體排放目標。

當然，除了國家外，國際知名企業如：Apple、Google、Amazon、BP、Shell、Mercedes-Benz、Facebook、Microsoft、Neste、Rubicon 和 Unilever 等紛紛提出各種方案與支持淨零排放行動或具體提出承諾，如 Apple 預計在 2030 年達到碳足跡為零的完全碳中和；Google 宣布在 2030 年以前，將所有資料中心和辦公室，完全改由無碳能源供電；Amazon 設立「氣候承諾基金」( The Climate Pledge Fund )，推動符合「氣候承諾」的技術與服務，計畫在 2040 年實現淨零碳排放；而我國的鴻海，更是於 2020 年 11 月正式宣示，基於「巴黎氣候協定」，訂定在 2050 年前，其所屬價值鏈將實現溫室氣體零排放目標。

值得關切的是，不論是國家或是企業的淨零碳排承諾，說到更要做到才能發揮其控制升溫之成果，展望 2021 年，預期將會有更多國家、企業提出其對於淨零碳排的承諾，KPMG 建議能從以下三點著手：

- 除確立 2040、2050 目標年外，應更積極建構短中長期目標與推動規劃，以利於更具體朝淨零碳排邁進

- 可透過情境分析，促進相關政策與配套策略的建制，促進國家與企業的減碳、碳中和的參與度與積極度
- 應轉換思維，了解減碳與碳中和並非僅產生經濟成本，其亦能創造環境與社會效益，更是激發綠色經濟

KPMG 期待在 2021 年看到更多的台灣企業一同宣示承諾達到淨零碳排，不只要說，更是要身體力行地做到淨零碳排，透過低碳投資、新能源的開發、低碳技術的創新等作為，與台灣共同邁向淨零碳排的未來。

資料來源：The climate pledge、Climate action 100



## 專題報導

# 新塑膠經濟的解決方案

塑膠是人類生活中的最甜蜜的負荷，亦在全球循環經濟轉型中被點名為須優先處理的重點材料。艾倫·麥克阿瑟基金會 (Ellen MacArthur Foundation, 以下簡稱 EMF) 在 2020 年 11 月出版《上游創新：包裝解決方案指南》(Upstream Innovation: A guide to packaging solutions)，本手冊為實用指南，提供企業透過創新策略與方法來實踐包裝循環的目標，內容包含實用技巧、決策支持框架及案例研究。

EMF 為全球推動經濟最具影響力的國際組織，從 2016 年開始推動新塑膠循環經濟倡議 (New Plastic Economy)，號召政府與企業共同重新思考建立一個系統性的新塑膠循環經濟系統。EMF 在 2016 年出版「新塑膠經濟：重新思考塑膠的未來」，針對塑膠對環境的負面衝擊提出完整現況分析，並進一步提出了新塑膠循環經濟的發展願景—淘汰不需要的塑膠製品、對材料及商業模式進行創新、循環再利用已使用的所有塑料。

2018 年聯合國環境規劃署 (United Nations Environment Program, UNEP) 與 EMF 共同推出「新塑膠經濟全球承諾 (The New Plastics Economy Global Commitment)」，號召全球政府及企業共同建立的新循環經濟願景，設立具有野心的 2025 年目標，並檢視年度目標及進程。目前全球簽署此承諾的單位已達 500 個組織，包括政府、企業、金融機構、重要國際組織及學術機構。其中簽署的企業超過 250 家，包含了塑膠包裝價值鏈裡的重要成員，這些企業的塑膠用量佔全球塑膠包裝用量的五分之一以上；另外包含 27 個金融機構，其管理資產總值達 4 兆美元等；重要國際組織則包含世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF)、世界自然基金會 (World Wildlife Fund) 等。

經過幾年的倡議，政府、企業及社會大眾普遍認知到塑膠對環境及生態系統的危害，需要系統性的解決方案。EMF 此次出版的指南建立於過去與產官學研的倡議合作及試驗計畫的基礎上，提供更具體實用的方法及實際案例，鼓勵企業從產品及包裝的設計開始思考及規劃零廢棄。本指南透過思維模式、關鍵策略、落地實踐等三大面向提供企業解決方案。

- 思維模式：強調從源頭設計的重新思考
- 關鍵策略：三大策略包含徹底淘汰 ( Elimination )、重複使用 ( Reuse )、資源循環 ( Material Circulation )，透過指引及案例來實踐循環思維
- 落地實踐：提供決策框架來指引來協助企業落實。透過 Tesco、Walmart、Nestlé、Coca-Cola 等國際零售業及品牌商的案例，展現企業可以如何與各部門來合作推進循環經濟。

面對塑膠議題，KPMG 建議企業可重新定義在塑膠價值鏈上的角色，掌握這一波的全球塑膠轉型過程中新的機會及角色，可善用真實價值 ( True Value ) 方法學來做為內部決策及外部溝通的工具，將塑膠價值鏈上的環境、社會外部性納入成本計算思考，以利與投資人、供應商、消費者進行更有效的溝通，並共創新價值。

資料來源：Ellen MacArthur Foundation



## 相關動態

# 永續包裝當道 促進減塑再循環

包裝對品牌而言不僅僅是一個容器，也是帶給消費者第一印象的重要媒介，品牌採用永續包裝，可在核心業務中落實永續作為，向消費者展現品牌永續精神，同時亦提升消費者的永續意識及認同感。隨著環保意識高漲，消費者更對企業之永續作為有更多的關注與期待，會對環境造成負面影響的「包裝」即是其中一項消費者所關注的議題。國際環境法中心 ( Center for International Environmental Law, CIEL ) 指出包裝佔全球塑料需求的 40%；利樂公司 ( Tetra Pak ) 的調查亦指出石化塑料的產量持續成長，但僅 9% 的塑料被回收、32% 之塑料包裝並未被回收、鋁製包裝製程需消耗大量能源，顯示現行的包裝模式與材料使用皆對環境造成嚴重的負擔。

因此，許多企業就包裝議題著手，特別是食品相關產業，像是雀巢 ( Nestlé ) 已投入更多的資源開發非原生塑料、可口可樂 ( Coca-Cola ) 承諾在西歐於 2025 年達成 100% 回收塑膠瓶並將 50% 的回收塑料投入做為 PET<sup>1</sup> 的原料、百事可樂 ( PepsiCo ) 訂立之目標為在歐盟區域於 2025 年前包裝瓶用料達 45% 再生塑

料，在 2030 年前將再生塑料比例提升到 50%、瑪氏食品 ( Mars ) 投入 10 億美元與全球包裝供應商合作，目標在 2025 年實現 100%採用可回收、可重複使用或可堆肥的包裝。

從前述案例可發現，企業紛紛投入包裝材料技術之研發及設立積極目標，以減緩包裝所造成的環境汙染，其中不乏開始建立較完整的回收機制，以延伸其責任至產品包裝之生命終期。美國軟包裝協會 ( Flexible Packaging Association, FPA ) 和產品管理學會 ( Product Stewardship Association, PSI ) 經過一年的討論與研議，在 2020 年底發布聲明表示針對包裝和紙製品的生產者延伸責任 ( Extended Producer Responsibility, EPR ) 法案達成協議，該協議列出應納入立法的政策要素，包括製造產商對包裝物的收集、包裝物的運輸和加工、市政回收設施及關鍵資金需求等。隨產官學研逐步攜手為永續包裝議題努力，以及消費者對永續包裝的支持日漸提升，使永續包裝生態體系更為完整，有助於促進永續包裝的發展，減緩對環境的影響。

註 1：PET ( 聚對苯二甲酸乙二醇酯 ) 可回收經熔融抽絲作成纖維，做為編織品的原料

資料來源：Forbes、Greenbiz



## 三大循環經濟趨勢及展望

2020 年新冠疫情對世界帶來巨大的衝擊，包含全球經濟動盪、股市崩盤、感染和死亡人數快速增加等狀況使全球陷入恐慌；但也因為全球經濟發展減緩，大幅降低了溫室氣體的排放以及舒緩生態系衝擊，提升了人們對於環境與永續議題的信心與關注。2020 年對於循環經濟是一項挑戰，但更是一個機會。以下說明 2020 年循環經濟三大趨勢：

### 1. 提升重複再利用

儘管 2020 年因疫情爆發，一次性包裝的使用量大幅增加，看似阻礙了包裝重複使用轉型倡議的推進，但實際上轉型之路有重大進展。美國環保網購公司 Loop 迅速成長，甚至在 2020 年成功募資 2,500 萬美元。Loop 與 P&G、Unilever、PepsiCo 等快速消費品品牌商及物流商 UPS 攜手合作，提供可重複使用的包裝，Loop 在 2021 年更將進入食品業，將重複包裝的概念推進漢堡王以及麥當勞等速食餐廳。

一次性包裝將逐步被重複性包裝取代，許多公司訂定了在 2025 年達到永續包裝的目標，如果品牌商與零售履履行承諾，類似 Loop 的重複性包裝平台亦將成為市場新寵。

## 2. 循環經濟工具與準則導入

2020 年許多國際組織發布了循環經濟的循環度工具與相關準則，以利企業追蹤產品及組織的循環績效。在循環度計算工具方面，有世界永續發展協會（WBCSD）與 KPMG 共同研擬循環轉型指標（Circular Transition Indicators, CTI）、艾倫·麥克亞瑟基金會（Ellen MacArthur Foundation）的循環經濟績效衡量工具 Circulytics 等工具。在標準建立的部分，全球報告倡議組織（GRI）發布了新的廢棄物準則（GRI 306:Waste 2020），搖籃到搖籃產品創新研究院（Cradle to Cradle Products Innovation Institute）亦發布了第四版的搖籃到搖籃產品準則（Cradle to Cradle Certified™ Version 4）。

過往循環經濟的揭露停留在敘述性的承諾，缺乏可驗證的數據及證據來證實循環經濟是更佳的选择，上敘工具及準則將能彌補過往的不足。2021 年度將可期待看見企業公開承諾循環願景的背後有循環度相關數據的支持，以及將循環經濟相關指標整合到既有的永續揭露框架。

## 3. 循環轉型的關鍵角色—塑膠

提到資源管理和循環經濟解決方案時，塑膠仍然是眾所矚目的焦點。疫情期間，大眾對於生活中各種一次性使用的需求頻率大幅提升，也導致有大量的塑膠廢料進入海洋。面對塑膠汙染議題，雖然源頭減量及預防才是解決之道，但仍許多企業仍只關注管末處理。可以預期在 2021 年塑膠廢料及塑膠生產的問題將持續討論，相關政策的發展以及塑膠上下游製造之解決方案亦將持續受到關注。

邁向 2021 年，推動循環經濟仍有諸多已存在的挑戰，但隨著國際組織、政府及企業對循環經濟的重視及投入，我們可以樂觀期待 2021 年將有許多重大推進。

資料來源：Greenbiz



## 2020 年十大永續運輸關鍵趨勢

2020 年度全球深受 COVID-19 疫情所困，各產業供應鏈遭受衝擊，運輸業首當其衝。然而，對於運輸業而言，2020 年亦是一個重要的轉折點，政府、企業及金融機構應對進一步推進低碳運輸轉型，更加重視其市場發展潛力，並將運輸電動化視為因應氣候變遷的重要途徑。以下彙整說明 2020 年度永續運輸的十大關鍵趨勢：

1. **柴油油車禁令**：2020 年美國加州首開政令，要求 15 年內（即 2035 年）停止銷售燃油車，實現汽車全面零碳排，落實其政府團隊脫碳政策，以表對抗氣候變遷之政策決心。

2. **電商巨頭 Amazon 重塑電子物流：**Amazon 正在形塑電動貨車產業，宣布啟動「全電動貨車隊」計畫，與新創公司 Rivian 合作，下單 10 萬量電動貨車，全面淘汰傳統的柴汽油車，逐步實踐「2040 年零碳排放」（Net Zero Carbon by 2040）的願景。
3. **叫車服務產業電動化：**全球兩大叫車平台 Uber 與 Lyft 紛紛宣布零碳排承諾。Lyft 首先宣布在 2030 年前將其擁有的車輛、駕駛員擁有的車輛等全數轉為電動車；Uber 則是承諾在 2030 年前，在美國、加拿大與歐洲地區汽車改為電動車，全球其餘地區則需在 2040 年前達標。在面對美歐電動車管制政策措施趨嚴、外界環保團體的抗議下，這些承諾及推動規劃反映了叫車服務產業亦需要有所改變與因應。
4. **以低碳與電動化進行脫碳的車隊：**交通業者面臨趨嚴的管制法規、永續目標及客戶期待，逐步邁向低碳運輸。公共交通與運輸業者紛紛採購新型電動車與電動巴士，並逐步淘汰燃油車隊。雖然電動貨車及公車的市場仍相對年輕，但在特定服務仍極具競爭力，例如「最後一哩路」（Last Mile Delivery）服務，如何從倉儲配送至客戶的這段最後路程，提升配送效率且又能夠降低環境衝擊是企業營運關鍵。
5. **特斯拉的成功：**汽車產業因疫情導致業績萎靡，然而特斯拉交出漂亮的成績單，業績持續飛漲。特斯拉正在重塑百年汽車產業，其他汽車公司被迫轉型投入電動汽車製造，學習其新興銷售模式。特斯拉的成功顯示電動汽車產業未來將是關鍵趨勢。
6. **「慢街」（Slow Streets）的可行性：**慢街趨勢於 2020 年浮現，為因應疫情，街道的基礎設施因而有所調整，讓自行車、行人行走更為友善，且能夠減少汽機車的空氣污染。這項趨勢亦鼓勵部分城市執政者規劃城市治理時思考新途徑，調整為以人為本的公共空間的規劃，而不再是以汽車為主。
7. **運輸公司併購：**近期「特殊目的收購公司」（Special Purpose Acquisition Company, SPAC）成為運輸公司發展電動化籌集資金上市的首選財務手段。SPAC 係指是沒有營運業務的空殼公司，唯一的目的是透過首次公開發行（Initial Public Offering, IPO）募集資金後，專門收購有前景的未上市公司，等同讓被併購的公司能夠借殼上市。避免企業需要花費數年時間進行 IPO，透過 SPAC 僅需要幾個月即可以上市，讓新創運輸公司能快速募集資金，獲取利潤。
8. **氣候科技與技術蓬勃發展：**資本家與投資人開始對於低碳技術、潔淨科技產生濃厚興趣，相關產業的企業也看見市場的機會，致力提供改變世界的解決方案，亦有越來越多採購再生能源、低碳運輸與碳技術等。
9. **拜登終結川普的氣候黑暗時代：**拜登確認當選表示美國電動汽車與零碳排汽車行業的重要開端，拜登執政將能推動大規模的電動車基礎設施、修正汽車排放標準，未來亦將可能通過相關立法，以推動脫碳運輸產業。

10. **公共運輸危機**：2020 年的疫情使得公共運輸面臨最大的危機，美國各地交通機構皆不得不減少交通服務及工作人員，此舉也可能衝擊目前具有氣候及環境友善的公共運輸。

COVID-19 疫情肆虐雖然造成運輸產業的停滯，卻也是社會重新審視運輸產業發展的契機。企業如何奠基再生能源、新興技術，提供更安全、永續的運輸模式與低碳交通工具，將是運輸業未來發展的關鍵點。

資料來源：GreenBiz



## 碳追蹤與驗證對企業氣候問責的重要性

因應氣候的議題，越來越多企業都建立減碳目標，但針對碳排放追蹤與驗證的技術一直尚未成熟。基岩資本集團 (Cornerstone Capital Group) 首席執行官 Erika Karp 在 2021 年早些時候接受彭博社 (Bloomberg) 採訪時表示，ESG 投資的最大挑戰是數據的測量與統整，當越來越多的企業做出零碳排的承諾，沒有相應的工具下，投資人與利害關係人如何確認這些企業是否對其碳排放負起責任？

KPMG 在 2020 年針對氣候會計 (Climate Accounting) 的研究預估美國需要 90 兆美元的城市與基礎建設投資，估計在 2024 年後，為達到氣候標準的相關減碳作為，將支付高達 1~1.5 兆美元的罰款。為落實相關倡議，需要有標準化的方法學來測量減碳及零排放能源；隨著科技的發展，物聯網 (IoT)、區塊鏈和人工智慧等技術將有助於方法學的發展，亦有利後續追蹤和驗證碳排放。以下說明三項科技對減碳數據的貢獻：

IoT 的應用可以監控不同的數據，進而善用這些數據進行分析與改善。環境相關數據例如水質、製程效率、營運地區的汙染，與氣候變遷相關的數據例如水位的追蹤、風速、土地侵蝕和動植物的生長模式等。

區塊鏈的技術能確保數據和資訊上安全、即時且透明化。區塊鏈的不可篡改性 and 可追溯性確保資料上鏈後不會有後續的操縱和修改，可確保資訊透明；此外，區塊鏈能針對資訊進行適當修正且保有軌跡，使得投資人與利害關係人能更清楚的溯源和了解投資項目與營運實際狀況。

結合人工智慧的分析與決策能力，可即時判斷未來的風險且做出相對的因應措施，將使我們能做出更合理的資源、能源分配，進而減少浪費。以農業為例，人工智慧協助更準確的分配水資源和肥料，節省了水資源使用、確保種植地的土壤健康，進而提升產能，並且能同時減少碳排放。

目前財星世界 500 大 ( Fortune Global 500 ) 的企業裡，23% 的企業已宣示其碳中和目標，目標年設定的範圍包含現在到 2050 年前。為追蹤碳排並對外揭露，企業需要工具來計算碳足跡以避免罰款，投資人與利害關係人亦需要數據來相信 500 大企業的碳足跡揭露。創新的技術是緩解氣候變遷與促進低碳發展的必要工具，未來可預期更多企業將把碳排放議題納入商業模式，氣候會計即服務 ( Climate accounting-as-a-service ) 的正在茁壯發展，有望在未來十年內創造十億美元的數據管理商機。

資料來源：GreenBiz



## 2021 年以 ESG 重新定義「常態」

2020 年因為新冠疫情，所謂的「正常」，已經不再是正常。世界都在期待 2021 年會更好，希望可以回復到接近以往「正常」的狀態，但大家口中所謂「正常」，在某方面不僅危害到人們的健康與生活，更不利於地球的永續與繁榮。與其恢復到以往「正常」的生活，我們更應該透過 ESG 重新定義「正常」，創造一個更幸福、更健康、更道德、更平等的世界。但要實現這個目標，需要更大膽的嘗試、合作以及強而有力的目標，五個重要觀察結果說明如下：

### 1. 員工心理健康為作戰前線

2020 年新冠疫情前所未有地嚴重影響人們日常生活，封城限制人們原本的生活模式，也進一步衝擊人們的心理健康。研究發現 2020 年三月到五月期間，64% 的人出現一些憂鬱症的常見症狀，而 57% 的人患有焦慮症。英國研究報告亦顯示，42% 企業發現在疫情期間員工因缺乏情緒上的支持而離職。

員工心理健康將成為 2021 年職場員工照顧不可避免的議題。成果導向的工作模式將成為新型態工作焦點，員工不再需要早九晚五守在辦公室，這也能促使員工有更多時間社交、休閒，進而提升員工的喜悅及動機。未重視此議題並因應地企業，可能會在 2021 年看到大量員工精疲力盡，並對企業營運的底線產生衝擊。

### 2. 多元化不再只是數字

職場多元化多半只顯現在企業責任的數字中，並無展現出對企業的實質影響力。然而，隨著 2021 年賀錦麗 ( Kamala Harris ) 成為美國第一任女性副總統，我們將會看到更多元化的領導力，以及伴隨而來新的思維及工作模式。

### 3. 消費者關注 ESG 議題

2020 年消費者對於永續議題的關注大幅提升，消費者逐漸不再只因價格或材質進行消費決策，亦開始對低價產品的原料與製程的永續性提出質疑。英國 365 Retail 研究指出，73% 的消費者期望品牌商及

零售商使用可回收包裝，35%的消費者表示只會購買在地、自然、且永續性的產品。2021 年供應鏈的透明揭露將成為消費者關注的議題之一。

#### 4. 透過合作達成 ESG 目標

企業總會大幅報導自己所達到的 ESG 目標，這是常態。然而，往往有一些 ESG 目標是企業很掙扎、難以達標，甚至可能企業無法自行達成某些 ESG 目標。這樣的目標，需要不同企業之間合力來完成，這樣鼓勵企業創造夥伴關係，不僅互利，也將 ESG 發展更進一步的推廣，2021 年期待看到更多的合作。

#### 5. 擴大運用核心技能，跨足不同產業領域

產業須因應環境的變化，彈性運用自身產業的特性以及技術，轉型跨足不同領域。以 Dyson 為例，在疫情間利用自身技術轉型打造醫療用的呼吸器，不僅在疫情間尋找的未來商機，也為疫情出一份心力。

隨著疫苗的開發與配送，到 2021 年底，我們的生活也許有機會可以回到正常狀態。然而，2021 年也是一個重要契機，讓我們重新以環境、社會、與經濟等 ESG 面向，重新定義「常態」的大好機會。

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 執行副總經理

T: +886 2 8101 6666 Ext.13974

王峻弘

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

狄佳瑩

安侯永續發展顧問(股)公司 協理  
T: +886 2 8101 6666 Ext.15158

## Key links

- [氣候變遷及企業永續發展服務 \(KPMG Taiwan\)](#)
- [KPMG Global - Sustainability services](#)

### 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。

[home.kpmg/tw](#)



KPMG in Taiwan apps



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

本電子報發送自 KPMG 安侯永續發展顧問股份有限公司。服務據點：台北市 11049 信義區信義路 5 段 7 號 68 樓(台北 101 金融大樓)。

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

© 2021 KPMG Sustainability Consulting Co., Ltd., a Taiwan company limited by shares and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.