



# CC&S Monthly

氣候變遷及企業永續發展電子報

July 29, 2024 | Climate Change & Sustainability

## 氣候變遷及企業永續發展電子報

### 本期內容

#### KPMG 永續風向前哨站

[緊迫在碳議題後 人權 / DEI 議題成為一大亮點](#)

#### 專題報導

[不遺漏任何人 永續議題亟需加入多元性別觀點](#)

#### 相關動態

- [1. 政治壓力下的企業策略 — 支持 LGBTQ+ 權利的必要性](#)
- [2. 多元共融趨勢影響 AI 產業 — 從員工招募到產品設計](#)
- [3. 全球大型品牌減塑承諾評分 近半「不及格」](#)
- [4. ISSB 推出數位永續分類法，助投資人高效分析永續財務揭露](#)
- [5. 中國證券市場發佈 ESG 資訊報導指南，2026 年上市公司強制揭露永續發展資訊](#)
- [6. 樂高公告薪酬政策鼓勵員工積極減碳，營運碳排放將影響員工獎金](#)
- [7. 企業如何運用新工具應對嚴格的 ESG 揭露規範](#)

KPMG 永續風向前哨站

緊迫在碳議題後 人權 / DEI 議題成為一大亮點

2050 年全球淨零目標掀起全球跨產業共同重視碳議題，緊接在碳議題後，人權議題已成為這兩年企業永續的另一大亮點。聯合國 SDGs 17 項永續發展目標中，與人權相關目標將近一半，涵蓋議題從最基本的生活條件、健康、教育、性別平等，乃至創造包容可持續成長的經濟機會、消弭各種不平等進而促進人權、法治、社會和平與包容等，展現了人權議題面向的多元性。

歐盟於今 ( 2024 ) 年 5 月 24 日正式通過《CSDDD ( Corporate Sustainability Due Diligence Directive · 企業永續盡職調查指令 ) 》，成員國需在兩年內將該草案轉化為各國法律。自 2027 年起至 2029 年分成三階段推動，第一波在 2027 年將會受到影響的企業門檻為員工人數 5 千名以上且全球淨營業額達到 15 億歐元的歐盟企業，以及在歐盟淨營業額達到 15 億歐元的非歐盟企業，首波預計將有超過 5,000 多家企業受到監管。這些被監管的企業需要針對活動鏈進行人權與環境盡職調查，活動鏈係指受監管公司及其子公司上游和下游、直接和間接的商業夥伴，但排除產品銷售、運輸、儲存及其之廢棄處理，上述產品端之規範將遵從該會員國之出口管制。同時，CSDDD 亦訂定風險因應及申訴機制，用來確保利害關係人能有申訴管道。若監管企業不遵守 CSDDD 的規定，將處以該公司全球營收淨額至少 5% 罰款，這也是全球目前第一個訂立罰款機制的永續規範。台灣身為歐盟第四大經濟合作夥伴，中小企業更是在全球供應鏈中扮演關鍵角色，於企業經營規劃中當開始逐步建立人權政策與相對應的管理機制。

反觀國內，行政院經濟部也跟進國際步伐，於今 ( 2024 ) 年 4 月底公布《臺灣供應鏈企業尊重人權指引草案》，內容包括四大面向：企業尊重人權基本理念、企業是否將前述理念納入政策中、對於自身及供應鏈有沒有進行人權盡職調查，定期鑑別及管理人權風險以期有效預防危機，有沒有相對應的企業乃至於國家救濟機制。這些皆呼應全球人權趨勢已非僅滿足於勞動的基本法規，企業更須提前接軌遵循國際規範與要求，帶著價值鏈上的合作夥伴一同強化人權韌性，以重視碳議題的關注度及資源投入度面對人權議題，方能在國際規範下站穩市場保有競爭力，滿足客戶及不同經濟體的需求。

上述規範共同關注的議題，不外乎是強迫勞動/雇用童工、生活/工作場域條件、員工福祉、人口販運等；而近年更隨著 me too 運動強調的反歧視/騷擾議題，企業開始被要求重視 DEI ( Diversity, Equity and Inclusion · 多元、平等、共融 ) 。DEI 包含來自不同性別、年齡、族群、種族、國籍、社會經濟地位有差異者皆須納入的共融。性別議題也不再只關注二元性別，而是近一步拓展到生理性別、性別認同、社會性別、性傾向組成的多元性別光譜，例如 LBGT+ 族群等。國際企業如 Microsoft、Google、3M、Swiss Re ( 瑞士再保險公司 ) 等，除了每年定期出版永續報告書之外，也獨立出版 DEI 報告書，彰顯其 DEI 政策、做法及成果，讓不同利害關係人了解並監督企業在職場上的努力與推進。迪士尼 ( The Walt Disney Company ) 、Netflix、Walmart Inc 等公司甚至創立新的職位如多元長 ( Chief Diversity Officer, CDO ) ，多元長打破過往人資部門一視同仁的消極策略，改從一開始的員工聘任、薪酬、教育訓練，到公司內部流程革新與調整、職務因多元性再設計等，都須根本建立多元包容的策略。

DEI 不只侷限於企業內部的人權政策或教育訓練，更將其範疇擴展至價值鏈上的供應商/承攬商、客戶、消費者，並隨著盡職調查的邊界，深化至各產業中。另一方面，隨著數位工具、AI 新科技普及，企業須將數位平權 ( Digital inclusion ) 一同納入營運策略考量中，成為另一個拓展觸及多元族群的關鍵。行政院國家永續發展獎也將數位平權納入評比條件之一，說明企業不光塑造內部 DEI 文化，更須將此透過企業數位化工具、平台與服務落實，進而兼顧到不同族群的需求。

今 ( 2024 ) 年 9 月是 TIFD ( The Taskforce on Inequality Financial Disclosures · 不平等相關財務揭露 ) 預計試行上路的關鍵時刻，透過 TIFD 的框架帶領要求企業在營運過程中所涉及的人權、社區關係、員工健康與安全、人才政策多元共榮等議題，使其成果能夠被量化，並呈現至於不同利害關係人族群。也因著越來越清楚的國際人權、社會議題的規範與框架引領下，企業永續從偏重環境議題，逐漸轉移重心到社會面向，打造更平衡、兼顧 ESG 面向的永續韌性。

## 專題報導

# 不遺漏任何人 永續議題亟需加入多元性別觀點

隨著時序邁入七月，全球各地平均氣溫創下新高。持續上升的氣溫、空氣污染及水資源短缺等問題，對各個地區的健康照護與農產品生產系統造成壓力，其中女性與孩童受限於收入分配及缺乏管道取得資源，暴露於更高的氣候變遷風險之中，成為亟需各界關注的重要性別議題。

聯合國兒童基金會 ( The United Nations Children's Fund, UNICEF ) 報告指出，由女性領導的家戶平均會因為高溫比男性損失超過 8% 的收入，並會因為洪災比男性損失超過 3% 的收入，對其重要生計來源產生嚴重影響；此外，未受到良好教育的女性承擔了家戶中無酬的照護工作，資源取得受限增加了女性應對相關災害的脆弱度，降低應對氣候災難的能力，以致於面臨中度或嚴重食物短缺的成年女性，由 2019 年的 27.5 % 上升到 2021 年的 31.9 %。

克服結構性的性別不平等議題對於氣候韌性議題的推動至關重要，設計更具共融性及性別友善的社會保障可以向女性提供服務及經濟機會，並強化女性群體面對氣候變遷的韌性。

除了提升面對氣候變遷的韌性之外，全球各國也持續透過不同的金融服務縮小性別間的資源差距，其中玻利維亞的 BancoSol 銀行於今 ( 2024 ) 年 6 月底發行該國首檔性別債券 ( Gender Bond )，將提供超過 300 萬美元資金予 4,500 家由女性主導的微型及小型企業。作為玻利維亞境內最主要的微型貸款銀行，BancoSol 期待透過此項債券的發行，減少性別間的融資差距，特別是在該國境內有超過半數的企業由女性領導，卻僅有 24% 女性有辦法接觸到貸款服務。BancoSol 的副總經理 Verónica Gavilanes Véjar 表示，此項債券提供了巨大的市場發展潛力，且顯示出女性帶領之企業有強烈的需求需要取得資金進行發展。BancoSol 也將會透過內部經濟數位工具 FinEquity 評估此次性別債券帶來的影響，其中將衡量女性的經濟參與、經濟自主能力、使用相關金融產品產生的信心及提升的收入作為主要評估指標。

在地球的另外一端，冰島政府也在今 ( 2024 ) 年 6 月推出 3,000 萬美元的性別債券，為全球首檔由主權國家發行的性別債券。此項金融工具將資助可負擔的住宅，幫助處於脆弱狀態的女性度過難關，並協助女性減輕無償照護及家事工作的負擔，如：擴大長照服務分擔女性的工作量。冰島作為全球最為性別平權的國家，性別平等的意識落實在經濟機會、教育參與及政治參與等面向，2023 年，冰島女性也發起罷工活動，期盼讓大眾了解社會中仍存在性別不平等問題。冰島財務部長 Sigurdur Ingi Johannsson 表示，這項債券的推出是為了凸顯冰島

仍存有性別不平等的問題，並嘗試透過全新的方式解決，也希望未來其他國家的政府可以效法及參考這項方案。

綜觀上述提及的性別平權議題與各國積極尋求的解方，隨著氣候變遷的挑戰日益嚴峻，對於不同群體造成的衝擊也會更加極化，如何重新設計社會福利制度及創新金融服務方案以消弭性別間的不平等，並確保各個族群皆有足夠的反應韌性，實踐不遺漏任何人 ( No one left behind ) 的永續發展目標，將是各國政府及企業未來應思考的下一步。

資料來源：UNICEF、The Banker、Bloomberg



## 相關動態

# 政治壓力下的企業策略 — 支持 LGBTQ+ 權利的必要性

儘管過去十幾年來 LGBTQ+ ( Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer or Questioning and others ) 族群權利逐步取得了進展，這些進步在全球各國仍然面臨著不少挑戰和危機。美國新任眾議院議長麥克·強生 ( Mike Johnson ) 長期以來表達反對同性戀的立場，積極在國會說服共和黨否決與 LGBTQ+ 權利相關的立法。美國公民自由聯盟 ( American Civil Liberties Union ) 數據顯示，2023 年美國各州立法機構至少提出了 510 項反對 LGBTQ+ 的法案，不僅與 2022 年的 180 項相比多出了近兩倍，更創下歷史新高。此外，仍有 29 個州沒有法律禁止針對性取向的就業歧視。全球方面，2024 年 1 月金磚五國 ( BRICS ) 新增五個對 LGBTQ+ 權利懷有強烈敵意的國家，形成了 BRICS+，分別為：伊朗、沙烏地阿拉伯、埃及、衣索比亞和阿拉伯聯合大公國，此組織擴增後佔全球人口約 45%，並聚焦於經濟成長和貿易政策，對於全球經濟的影響力與日俱增。

隨著政府和國際組織對 LGBTQ+ 權利的態度漸趨惡化，企業該如何在政治壓力下做出穩健的商業決策呢？Out Leadership 的美國研究報告中指出，92% 的受訪者在求職時會關注公司在 LGBTQ+ 權益方面的聲譽，70% 的 LGBTQ+ 員工認為在職場上獲得性別認同能讓他們更全心投入工作，另有 36% 的受訪者考慮搬遷到較有包容度的州別生活和工作。因此，打造一個多元包容的工作環境對於吸引、激勵和留任 LGBTQ+ 族群員工至關重要。

在當前國際環境下，跨國企業要在各個國家和地區實施不同的 LGBTQ+ 政策是巨大的挑戰。一方面，考量道德、法律和市場需求等因素，企業對 LGBTQ+ 個體之認同意識逐漸提高；另一方面，它們仍然必須遵守商務活動所在國家反對 LGBTQ+ 的相關法律。

根據 Gallup2023 年的電話調查，超過 20% 的 Z 世代 ( 1997 年以後出生 ) 成年人自我認同為 LGBTQ+，千禧世代 ( 1981-1996 年出生 )、X 世代 ( 1965-1980 年出生 )、嬰兒潮世代 ( 1946-1964 年出生 ) 和沉默世代 ( 1945 年以前出生 ) 比例約略為 10%、5%、2% 和 1%。根據美國勞工統計局的估計，2030 年 Z 世代將佔美國勞動力的 30%。故企業應該推動更多吸引和鼓勵 LGBTQ+ 員工的相關政策，這既是組織文化的需要，也是公司營運上必要的改變。展望未來，企業應在國際間推行多元包容的政策，致力爭取 LGBTQ+ 族群之權利，將有助公司招聘和留住頂尖人才，增強企業營運上的穩定性，使其更具競爭優勢。



## 多元共融趨勢影響 AI 產業 — 從員工招募到產品設計

在非財務資訊揭露已成為顯學的時代，英國非營利組織「勞動力揭露倡議」（Workforce Disclosure Initiative, WDI）發現，機構投資人仍然認為企業揭露的資訊不夠完整，特別是「人權」議題中救濟與申訴機制的建立，反映企業未充分落實因應和降低人權風險的措施。全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）2021年更新的標準已更具體要求企業揭露其如何實踐人權的政策；而世界經濟論壇新經濟與社會中心（The World Economic Forum Centre for the New Economy and Society）發布的2023年報告中，更指出企業對於DEI（Diversity, Equity and Inclusion，多元平等共融）的關注有所增加，DEI的重要性逐漸被企業看見。

DEI代表著多元、平等與共融，聯合國全球盟約（The United Nations Global Compact, UNGC）認為多元是企業中不同群體的代表性，平等意味著認識到每個人有不同情況，共融則是關乎個人和群體在工作環境的經驗，感受自己是企業的一份子，同時能被看見及理解。在AI（人工智慧）蓬勃的世代，研究指出AI會產生偏見，像是在臉部辨識的運用上，有色人種比白人更容易被錯誤辨識。AI工具的好壞取決於它所訓練的資料，從人臉辨識功能到語言能力將會受限於技術團隊人口組成，如果用於訓練AI模型的數據存在種族、性別、能力等偏見，這些偏見將會顯現於AI模型的訓練成果中。

AI系統帶來便利，然而卻有著擴大偏見的風險，企業如何消弭AI所帶來的不平等遂為重要，哈佛商業評論提供以下三個策略：

- **將 DEI 融入 AI 系統的開發流程中：**

為了創造設計良好的AI系統，必須讓不同人口群體和背景的利害關係人參與，這將有助於建立公開透明、尊重多樣性和不同文化，且可讓所有用戶輕易取用的系統。最關鍵的是僱用具有不同經驗與人口結構的開發與測試團隊，多元化團隊比起同質化團隊更有能力辨識和挑戰偏見，從而降低偏見無意中被納入AI技術的風險。

- **將 DEI 納入到員工技能提升與培訓計劃中：**

公司除了投資AI以外，更要全面性投資提升員工的技能，用以了解AI工具如何被發揮、使用或管理，員工也應該意識到與人工智慧相關的風險，包括針對某些人口群體的演算法偏見。

- **利用 AI 創造機會以提升 DEI：**

AI也可用於識別決策方式是否存在影響特定族群的風險，使用AI系統識別這些盲點可建立更公平的績效評估、晉陞過程、資源分配和專案分派，並可用於改善身心障礙者的工作環境，像是利用影像辨識技術幫助視障者；或是藉由收集和分析有關員工敬業度、滿意度和回饋的資料，幫助企業量身打造共融措施，這些數據讓企業能夠更容易解決潛在的差異，並根據個人或團體的特定需求和經驗設計DEI措施。

Google身為AI巨頭之一，多元共融的概念已融入到Google的數位活動，確保每一個人感受到被歡迎與包容。在招募人才方面，Google不斷重新評估面試方式，並擴大彈性工作的方案，這些變化有助於聘僱新人才加入

Google 團隊，同時為代表性不足的群體創造更多平等機會，使得團隊接納更多樣化的觀點。在產品設計方面，Google 提到在工程為導向的公司中，可能會存有先入為主的觀念，因此團隊開始反思：如果膚色不代表種族，髮型不代表性別的話，要如何以大眾熟知 emoji 傳達女性概念？Google 在產品設計過程中加上學術研究與量化資料結果，讓團隊以共融的方式打造科技，並反映各族群的需求。AI 已變成生活不可或缺的一部分，如何避免 AI 對大眾造成潛移默化的影響，科技巨頭對於 DEI 的實踐責無旁貸。

資料來源：GRI、AI Business、HBR、Google Cloud、World Bank、[WEF 2023 report](#)



## 全球大型品牌減塑承諾評分 近半「不及格」

今（2024）年 6 月，倡導股東權益的非營利組織 As You Sow 與環境問題解決方案媒合平台 Ubuntu，共同發布最新的分析報告《2024 年減塑承諾評分（2024 Plastic Promises Scorecard）》。該報告指出，多數企業實際上執行的減塑行動（包含減少使用、回收、與再利用塑膠）與其所提出的承諾其實存在巨大的落差。

《2024 年減塑承諾評分》主要根據企業減少的塑膠使用量、提高產品的可回收性、廢棄塑膠商品再利用等三面向，給予每家公司 A-F 不等的評分。受評對象橫跨 15 個行業別、共 225 家公司，沒有一家公司取得 A。事實上，將近一半的企業（107 家）僅獲得 F。

那些生活中耳熟能詳的企業分別取得什麼樣的成績呢？只有 4% 的企業取得 B- 以上的成績，其中英國時裝品牌 Stella McCartney 拔得頭籌，獲得唯一的 B+；其次是獲得 B 的可口可樂、H&M 集團、家用清潔化學品製造商 SC Johnson 及美國軟性飲料公司 Keurig Dr Pepper、Starbucks Coffee Company、McDonald's、Apple 則坐落在 46 個 C 等企業之中。PepsiCo、3M、IKEA 與其他 61 間公司位於更後段的 D 評級。

最後在代表「不及格（Failing）」評級 F 的 107 家公司中，包含跨國科技商 Amazon、美國知名食品加工業者通用磨坊 General Mills、產品暢銷全球的罐頭生產商金寶湯公司 Campbell Soup Company... 等行業巨頭通通「榜上有名」。

Ubuntu 共同創辦人 Venky Kidi 表示：「塑膠在『理論和技術上的可回收性』與『規模化的回收現況』之間，存在著巨大的落差。」As You Sow 的循環經濟經理 Kelly McBee 認為，每個行業和每間公司都可以、也必須在減塑行動上貢獻更多，「面對這項日益嚴峻的威脅（此指塑膠所帶來的風險），我們的準備根本還沒步上正軌。」

基於本次報告調查結果，As You Sow 與 Ubuntu 建議企業應持續從六大領域深化減塑行動，分別是：

- **可回收性** — 生產真正可回收的產品
- **減量** — 減少塑膠的總使用量，包含塑膠原料和塑膠包裝
- **回收材料** — 增加使用回收材料，尤其應優先使用源自消費產品廢棄物而非工業廢棄物的回收料
- **再生** — 使用再生包裝，或是再生消費產品廢棄物

- **再利用** — 企業應積極研發可再利用的包裝 / 可回填的商品等塑膠再利用模式，並融入其日常業務中
- **生產者責任延伸 EPR ( Extended Producer Responsibility )** — 越來越多的企業開始支持 EPR，亦即生產者應為產品的整個生命週期（包括消費後的廢棄物）負責。

資料來源：GreenBiz、As You Sow



## ISSB 推出數位永續分類法，助投資人高效分析永續財務揭露

國際財務報告準則 ( IFRS ) 旗下的國際永續準則委員會 ( International Sustainability Standards Board，ISSB ) 近日發布了永續揭露分類法 ( IFRS Sustainability Disclosure Taxonomy )，這一新數位工具目的是幫助投資人更有效率的分析永續財務揭露是否遵循 ISSB 標準。

國際永續準則委員會的目標是為資本市場提供統一的永續揭露標準，以滿足投資人、企業、政府和監管機構對於永續揭露資訊一致性和可比較性的需求。2023 年 6 月國際永續準則委員會推出了 IFRS S1「永續相關財務資訊之一般性揭露要求 ( General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information )」和 IFRS S2「氣候相關揭露要求 ( Climate-related Disclosures )」兩套永續揭露準則，這些準則為全球各國監管機構提供資訊揭露的新興標準。

2024 年 4 月 30 日發表的永續揭露分類法反映了 IFRS S1「永續相關財務資訊之一般性揭露要求」、IFRS S2「氣候相關揭露要求」及相關指南的要求。永續揭露分類法將使投資人有辦法搜尋、獲取和比較遵循國際永續準則委員會標準提供的永續性相關財務揭露資訊。此分類法的制定是為了幫助企業與投資者之間的對話，在沒有新增揭露要求，且不影響企業遵循國際永續準則委員會標準合規性的情況下，協助企業做好資訊揭露的準備。

永續揭露分類法設計與 IFRS 會計分類法保持一致，確保公司能夠向投資人提供一套全面的數位財務報告，同時永續揭露分類法也可以與其他數位分類標籤一起使用。

國際永續準則委員會主席 Emmanuel Faber 表示：「由於世界各地監管機構正在考慮採用或已使用國際永續準則委員會標準，因此在首個標準生效後僅幾個月發布了永續揭露分類法，這對於支持資本市場的透明度和效率至關重要，確保公司與投資人能夠以數位化的方式處理永續相關財務揭露。此外，我們已採取措施確保永續揭露分類法能夠促進與其他分類法的互通性，舉例來說，此項方案可促進與歐洲財務報導諮詢小組 ( European Financial Reporting Advisory Group, EFRAG ) 正在開發分類法的互通性，使所有公司和投資人能夠立即更加有效地鑑別國際永續準則委員會標準的揭露要求。」

資料來源：IFRS Foundation、ESG today、NordSIP



# 中國證券市場發佈 ESG 資訊報導指南，2026 年上市公司強制揭露永續發展資訊

中國三大股票市場 — 上海、深圳和北京證券交易所發佈最新的上市公司永續發展報告指引，其中包括要求數百家市值較大及雙重上市公司 ( Dual primary listing ) 自 2026 年起開始強制揭露 ESG 相關資訊。隨著這項指引的發佈，中國跟上其他主要交易市場的腳步，與其他國家一同推動永續發展報告揭露要求，如：歐盟最近推出的企業永續報告指令 ( Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD )、美國證券交易委員會 ( United States Securities and Exchange Commission, SEC ) 即將發布的氣候揭露規則，以及澳洲、巴西、新加坡和英國等監管機關。

根據中國證券交易所最新發布的指引，企業的永續報告必須涵蓋四個「核心內容」主題，包括治理、策略、風險和機會管理、指標與目標。這些要求揭露的議題反映出中國證券交易所要求企業採用雙重重大性 ( Double materiality ) 的方式揭露資訊，包含永續議題對企業的風險與財務影響，以及企業營運造成的外部環境和社會衝擊。

此外，中國人民銀行等七個部門也聯合發布指引，首次明確將 ESG 表現納入信用評估機制中。有鑑於氣候變遷、環境污染、勞工權益受損等永續風險可能嚴重影響上市公司的經營，不利於永續發展目標的實現，這讓投資人和其他利害關係人越來越關注上市公司的商業行為是否符合永續發展方向。根據中國銀河證券的統計顯示，截至今 ( 2024 ) 年 4 月底，已有 1,938 家 A 股上市公司發布了 ESG 永續報告。

最新的永續資訊揭露要求將適用於大型企業，包括深圳 100 指數、上證 180 指數和上海科技創新 50 指數上市的公司以及在中國境內及境外市場雙重上市的公司。整體而言，此項揭露要求適用於 450 多家公司，約佔中國上市公司市值的一半。

隨著中國企業永續發展資訊揭露標準的逐步完善及實施，預計可提升中國企業在國際資本市場中的資訊透明度，同時也將推動中國金融機構在氣候風險管理和永續發展投資方面的進步。

資料來源：Greenpeace、Dialogue Earth、XinhuaNet



## 樂高公告薪酬政策鼓勵員工積極減碳，營運碳排放將影響員工獎金

隨著永續浪潮推動，國內外已有許多企業將各項在社會面、環境面之企業永續表現與管理階層之薪酬進行連結。丹麥企業樂高 ( LEGO Group ) 於近日亦加入此行列，宣布將其營運產生之碳排放與員工之薪酬獎金進行連結。與其他大型企業較不同之處為，此一新政策所影響的對象不僅為樂高之管理階層，而是全體受薪員工。

樂高一新薪酬獎金制度以鼓勵員工積極減碳

為了鼓勵員工更積極地投入於工廠、零售商店、辦公室等空間之營運碳排放減量，樂高頒布最新（2024）年度 KPI 計算營運碳排放之碳排放強度（Carbon intensity metric），並以樂高生產之塑膠玩具磚塊作為量化單位。此 KPI 之計算方式為：計算樂高之營運碳排放（範疇一、二）和商務旅行（範疇三）碳排放，並將此數字對比同期所生產之樂高塑膠玩具磚塊數量，得出這段期間的碳排放強度，此項指標有助於樂高更有效地審視其減碳表現。此項指標亦是影響樂高員工部分薪酬獎金之關鍵指標，樂高在網站聲明指出，未來將考慮逐步納入所有範疇三之排放，以邁向更永續性的企業為目標。

Mastercard 於 2022 年亦曾提出與樂高相似之薪酬連動政策。Mastercard 在 2021 年時首先將執行副總層級以上的高階管理階層獎金與企業在環境、社會及治理三大面向之表現連動，2022 年起更將此種薪酬計算模式擴大實施至全球員工與年度企業計分中，員工獎金計算亦將採納 ESG 目標之達成現況。

### 薪酬制度連結永續指標/表現之案例分享

- Microsoft：將管理階層之部分薪酬與 ESG 措施中之多元性指標連結，進一步實踐永續治理，Microsoft 在 2021 年初宣布將永續發展目標進程納入決定管理階層薪酬之因素，且此政策將於 2021 年 7 月開始實行。
- Nike：訂定涵蓋 E、S、G 三大面向之 2025 永續發展目標，並首度宣布該公司將會把管理階層之薪酬與 2025 永續發展目標之執行表現進行連結。
- McDonald's：連鎖速食餐廳 McDonald's 宣布該公司管理階層之部分薪酬將受公司之 ESG 發展影響：管理階層薪酬獎金之 15% 將與 McDonald's 的全球多元化與共融性目標的達標進程有關。

資料來源：Lego、Sustainable Brands、Nike、Microsoft、Resonance、Mastercard



## 企業如何運用新工具應對嚴格的 ESG 揭露規範

為提高永續報告的可信度，國際間持續制定永續資訊揭露原則。當前各國對永續報告的監管要求，影響較大的包含歐盟的企業永續報告指令（Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD）與美國證券交易委員會 SEC 的氣候相關揭露規定（The Enhancement and Standardization of Climate-Related Disclosures）等規範，皆規範了企業必須依循特定原則揭露 ESG 資訊。對此，建議企業需考慮以下要點，以確保符合各項規範資訊揭露要求。

### 1. 規劃完善內部控制

內部控制建議從一開始就規劃好，以確保永續報告的準確性和完整性。建立類似於財務報告相同的內部控制，能夠確保 ESG 報告的可信度。而最新公告的永續性揭露法規都要求進行第三方驗證，建議可使用軟體和數據管理平台強化揭露的準確性和時效性。

### 2. 強化編制團隊組成

ESG 報告需要財務報告專家的參與，以達到可進行外部查驗證的標準。企業的 ESG 團隊應該包含具備財務報告準備經驗的成員，並考慮聘請外部顧問以快速適應新的揭露要求。同時，董事會也需要了解新的 ESG 揭露，以應對即將到來的挑戰。

### 3. 及早考量不同永續報告原則的揭露要求

未來永續揭露準則將要求數位化的溫室氣體排放數據。企業應該採取以標記語言為中心的編制方法，如：財務報導語言 (XBRL)，從數據收集到編制報告都保持一致的標準，確保在不同格式中的資訊一致性，並提前準備數位化揭露的需求。

### 4. 溝通、揭露愈多愈好，強化傳達企業理念

ESG 報告不僅是符合監管要求的文件，也是展現公司品牌和理念的絕佳機會。公司應該充分利用 ESG 報告機會，詳細揭露永續政策來展現公司理念與企圖心，並於設計與規劃報告書揭露內容時考慮使用揭露項目管理方案協助完成工作。

### 5. 以宏觀視野揭露所需資訊

永續報告書若僅遵守 ESG 揭露要求並不足夠，公司應該考慮投資人的需求和偏好，已有越來越多指數性基金 (Index fund) 強烈呼籲企業提供更完整的 ESG 資訊，包含 Moody's 及 S&P Global。企業應該考量未來的報導需求，並採取全面性的作法，同時蒐集多種揭露要求所需要的資料，並將之視為創造長期價值的機會。

資料來源：ESG today、Financial Executives International、IBM

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。

## Contact us



**黃正忠**

董事總經理

安侯永續發展顧問 (股) 公司



**林泉興**

執行副總經理

安侯永續發展顧問 (股) 公司

## Key links

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

## 管理您的訂閱 Manage your subscription

KPMG 台灣所提供數十種不同專業/產業領域之免付費電子報，提供您最新趨勢及洞察觀點，[管理您的訂閱狀態](#)。如您想暫停收取氣候變遷及企業永續發展電子報，煩請[點此退訂](#)。

## 意見及諮詢 Inquiry/Feedback

我們誠心希望精心規劃的主題與內容能真正切合您的需求，您的意見與批評將是支持我們繼續努力提昇內容品質的動力。盼您撥冗賜教。[點此填寫回饋](#)

[kpmg.com/tw](https://kpmg.com/tw)



KPMG Apps



KPMG Campaigns



[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 110615 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 firm. To manage your subscription, please log in to the [KPMG Campaigns platform](#). If you wish to unsubscribe, please [click here](#).

© 2024 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.