June 2025 | Social Impact and Sustainable Innovation

社會影響力及永續創新電子報

目錄

國際趨勢

- 善用科技提升照護品質，創新模式助力照顧者專業成長與壓力減輕
- 從洗衣科技到淨水行動，如何改變全球用水困境
- 歐盟 PPWR 法規上路，全球包裝產業邁向永續新時代
- 借鏡軍方經驗，打造校園心理防線
- 誰製作了這件衣服？美國服飾品牌善用溝通，體現企業人本溝通的策略

國際趨勢

善用科技提升照護品質，創新模式助力照顧者專業成長與壓力減輕

全球人口老化速度迅速，台灣亦將於 2025 年正式進入超高齡化社會，造成高齡者照護需求大幅增加。然而，許多區域缺乏充足的護理師、居家照護專業人員及相關設備，導致國家醫療成本上升及不必要的高齡者死亡現象。國際性獎項 Schwab Foundation Awards 是表彰在全球推動社會創新與系統性變革的傑出領導者與組織，來自墨西哥的 Manuel Rosemberg 為 2025 年獎項得主，因自身家庭所需以及觀察到居家照護人員短缺、留任率低、專業度不足、薪資低廉及壓力大的問題，創立線上平台 ANACare 希望改變現狀。

ANACare 主要服務非醫療背景的照護人員。為提升照護員薪資，平台提供 300 多種專業線上訓練課程，內容涵蓋失智症長者互動方法、患者移動技術、藥物注射等。同時，也引入人工智慧系統，照護者輸入被照護長者的生理數據后，系統會推薦最符合長者需求的技能供照護者學習。在墨西哥及拉丁美洲地區，照護者多為無醫療背景的婦女，透過平台推薦課程習得新技能後，可在原有照顧家庭中獲得更好薪資條件，專業度及留任意願皆因此提高。

此外，人工智慧系統會自動生成可衡量照護者症狀、日常習慣及飲食指標，並提供客製化的照護優化方案，讓照護者了解是否需要專業團隊介入或接手照護任務。創辦人在接受訪問時表示，人工智慧演算法與自動化辨識功能可以確保照護過程中的重大風險被排除，這一方式降低了照護者的身心壓力，進而提升照護者的留任率。

為擴大平台普及率，ANACare 與墨西哥政府合作，期間平台被導入至約 5,000 個有長者照護需求的家庭中。計畫結束後證實長者急診率降低 18%，住院率降低 12%，估計每年節省公共醫療支出約 20 萬美元。研究還發現，導入系統的照護者組別培訓留存率達 70%，對照組僅為 40%，前者工作滿意度亦較高。完成 ANACare 受訓者中有 95% 認為自己更有信心勝任照護任務，另有 86% 的照護者使用平台後感覺壓力降低。通過提升照護者的技能、自信及薪資，以及降低照護壓力，成功增加了專業照護人員的基數與留任率。此案例協助解決了拉丁美洲的照護問題，同時也為台灣進入超高齡化社會提供了借鑒，我們亦需積極思考是否已建立完善的招聘、培訓及留任機制。

資料來源：Expansion ESG, IDB, ANAcare

從洗衣科技到淨水行動，如何改變全球用水困境

根據世界經濟論壇的報告，全球有接近四分之一的人口無法取得乾淨的飲用水，其中飲用污染水所引起的腹瀉，仍然是發展中國家嬰幼兒主要的疾病與死亡原因之一。此外，每天有超過 700 名 5 歲以下兒童死於與缺乏適當供水、衛生與個人衛生服務有關的疾病。缺乏乾淨水源也為落後地區帶來許多挑戰。兒童經常因水源性疾病而缺課，家長也難以維持家庭生計。而女性受到的影響更為嚴重，她們承擔了家庭用水的主要責任，許多人每天需步行數公里取水，她們也常需照顧生病的家人。這使得許多女性無法上學，失去受教育的機會。

為回應這項全球性挑戰，Procter & Gamble（P&G）於 2004 年啟動了「Children’ s Safe Drinking Water Program（CSDW 計畫）」，目標讓更多人能以簡單、可負擔的方式獲得乾淨水源。P&G 與美國疾病控制與預防中心（CDC）合作，研發出一款僅重 4 克的淨水粉包，能在 30 分鐘內將 10 公升混濁甚至可能致命的水轉化為可安全飲用的水。這項技術源自 P&G 洗衣產品的研發，原本用於分離洗衣廢水中的污垢。科學家 Phil Souter 博士在東南亞親眼見到兒童因缺乏乾淨水源而受苦，因而啟發將這項技術應用於淨水領域。

CSDW 計畫不僅提供技術，更與 CARE、國際兒童救助會等非營利組織合作，在缺乏乾淨水源的地區免費發放淨水粉包，並由當地夥伴推動衛生教育。例如來自肯亞維多利亞湖地區的 Bonface，在小學時參加 CARE Kenya 的課程後開始向同學宣導乾淨水的重要性。如今 23 歲的他，已成為社區中推廣淨水與衛生知識的倡議者。

截至 2024 年，CSDW 計畫已與全球 150 個非營利組織建立合作網絡，覆蓋超過 100 個國家，特別是在非洲與中南美洲地區。P&G 不僅提供產品，更透過技術與資源支持合作夥伴，打造超越金錢捐助的價值循環鏈，展現企業在全球水資源議題上的長期承諾與行動力。

資料來源：CSDW, World Economic Forum, unicef, Business for 2030

歐盟 PPWR 法規上路，全球包裝產業邁向永續新時代

歐盟於 2024 年 12 月通過《包裝與包裝廢棄物法規》（Packaging and Packaging Waste Regulation, PPWR），並於 2025 年 2 月 11 日正式生效，預計 2026 年 8 月 12 日全面實施。該法規要求自 2030 年起，所有包裝皆須具備可回收性，塑膠包裝須含一定比例的再生材料（最高達 65%），並限制一次性塑膠的使用，同時強化標示與可重複使用設計的規範，這將對廢棄物管理產業帶來重大挑戰與轉型機會。

作為全球領先的紙包裝解決方案供應商之一，來自愛爾蘭的 Smurfit WestRock 積極響應 PPWR 法規，推動三大永續倡議行動希望透過自身的做法擴散企業影響力：

1 創新產品與永續材料

推出 EnduraGrip™，取代傳統塑膠環與收縮膜，兼具功能性與環保性，榮獲 2023 年北美紙板包裝競賽「年度創新獎」，並入選 2024 年《Fortune》「美國最具創新力公司」。2024 年共使用約 1,400 萬噸回收纖維，所有原木來源皆通過產銷監管鏈（CoC）認證。

2 與客戶共創永續解方

在歐洲與拉丁美洲 9 個體驗中心舉辦 Better Planet Packaging Days，邀請超過 1,000 位客戶參與，說明即將上路的永續法規，並共同開發減碳與減廢的包裝方案。

3 兼顧環境與社區發展

與世界自然基金會（WWF）合作，在哥倫比亞保護超過 1,400 種物種棲地，2024 年投入超過 880 萬美元於教育、環境保護、災害應對與社區健康等領域。

隨著 PPWR 法規的推動，全球包裝產業正面臨一場深刻的轉型。除了 Smurfit WestRock 積極投入永續包裝創新外，歐洲多家企業與組織也正積極響應 PPWR 法規。例如，奧地利的 ARA 公司強調透過標準化設計提升回收效率；國際顧問公司 RecycleMe 則呼籲企業將循環經濟納入核心策略，並投入研發以因應法規要求，帶動整體供應鏈的升級與合作模式的重塑。由此可見，企業不僅是法規的遵循者，更是永續創新的推動者，驅動產業轉型與創新的契機。

資料來源：EU, Smurfit Westrock, 環境資訊中心

借鏡軍方經驗，打造校園心理防線

根據美國健康心靈網絡（Healthy Minds Network）調查，青少年心理健康問題正快速惡化。2013 年時僅有 17%的大學生表示感到焦慮，但到了 2018 年已上升至 31%。在高中階段，2019 年有三分之一的學生表示長期感到悲傷與絕望，六分之一曾制定自殺計畫。2007 至 2018 年間，10 至 24 歲族群的自殺率更上升了 57%。這些數據凸顯出心理健康議題的迫切性，也呼籲社會各界共同投入解方。

美國非營利組織傑德基金會（The JED Foundation）致力於青少年情緒健康與自殺預防，並借鏡美國空軍一套已被證實能有效降低自殺、暴力與家庭衝突的系統，將其轉化為適用於大學校園的策略。該系統從三個面向著手：

1 保護情緒健康

研究指出，孤獨感是心理健康風險的重要因子。基金會透過正念訓練、鼓勵學生參與健身活動與社交互動，幫助學生建立生活技能與人際連結。

2　促進早期介入

多數自殺個案未曾尋求協助。基金會培訓與學生互動頻繁的教職員與同儕，提升識別與轉介能力，並將心理健康與藥物濫用納入健康教育課程，同時透過宣傳降低求助的羞恥感。

3　提供可近的治療資源

為提升服務可及性，基金會推動延長心理諮詢門診時間、提供社區照護，並與州政府合作限制高風險自殺途徑，如頂樓出入口、處方藥濫用與槍枝取得。

截至目前 JED 基金會已與超過 1,200 所學校合作，協助建立心理健康支持系統，並使學生自殺企圖率下降 25%。這個案例顯示，非營利組織若能善用既有成功經驗並加以調整，便能有效降低試錯成本，加速服務落地與擴散。對台灣的相關組織而言，這是一個值得參考的實踐模式。

資料來源：The JED Foundation、Stanford Social Innovation Review

誰製作了這件衣服？美國服飾品牌善用溝通，體現企業人本溝通的策略

「認識桑托斯──他是一位多才多藝的員工，擁有超過 10 年的工廠管理經驗。他閒暇時會陪伴女兒一起彩繪、捏黏土。」美國服飾品牌 Los Angeles Apparel 將產線工人的照片與個人簡介印製在衣物標籤上，讓員工的故事和價值也有機會被消費者看見，除了能增進消費者對責任生產的意識，也讓人們更能感受到該企業對待員工的溫度。

美國本土成衣工業長期仰賴移工與低薪人力，其生產環節往往缺乏關注與透明度。Los Angeles Apparel 採取垂直整合模式，從設計、製造到銷售皆由自家團隊完成，旗下約有 1,500 名員工。品牌希望透過這樣的標籤設計，讓工人的故事被看見，強化與利害關係人之間的連結，也展現對勞動人權的重視，而非僅靠冷冰冰的制度說明。

除了溝通策略，該品牌也重視給員工公平的薪資，產線工人的起薪為每小時 20 美元（優於洛杉磯市最低工資每小時 17.28 美元），並根據自身專業與擅長的領域，可提高至 35 美元。此外，也支持採購國內原料，並期待透過回收紡織廢料及使用有機或回收棉來減少對環境造成的負面衝擊。

這樣的做法不僅讓工人獲得尊重，也讓消費者更願意支持具社會責任的品牌彰顯其勞動價值，有助於帶動產業邁向更友善勞工的職場環境，在媒體與社群上也創造迴響。不過，其創辦人於過往有爭議，該組織仍應完善內部的性別與騷擾防治制度，以落實真正的友善職場。

企業 ESG 在社會面的舉措，需要同時完善制度規範以落實保障，並且善用溝通來添上更多的人情味，除了能讓企業的友善職場作為更容易被人理解與感受，還有機會拉近與利害關係人之間的距離。

資料來源：Los Angeles Apparel, Raider HK

Contact us

黃正忠 Niven Huang
安侯永續發展顧問(股)公司
董事總經理
T: (02) 8101 6666 ext.14200
E: nivenhuang@kpmg.com.tw

侯家楷 Jeff Hou
安侯永續發展顧問(股)公司
社會影響力及永續創新服務 副總經理
T: (02) 8101 6666 ext.15177
E: jeffhou@kpmg.com.tw

李若寧 Ning Lee
安侯永續發展顧問(股)公司
社會影響力及永續創新服務 經理
T: (02) 8101 6666 ext.18236
E: ninglee@kpmg.com.tw

Key links

- ESG 服務
- 社會影響力及永續創新服務團隊
- Social Impact and Sustainable Innovation Service

kpmg.com/tw

KPMG Campaigns

Privacy | Legal

本電子報發送自 KPMG 安侯建業聯合會計師事務所。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)。請進入 KPMG Campaigns 平台管理您的訂閱。或點擊連結退訂此電子報。

You have received this message from KPMG in Taiwan. To manage your subscription, please log in to the KPMG Campaigns platform. If you want to unsubscribe, please click here.

If you have any questions, please send an email to Cindy Chang.

© 2025 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.