August 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

- 打破青年求職困境，教育創新模式帶來的社會影響力
- 房貸也能暫停？Nordea 用金融社會創新支持新手父母，改善性別不平等
- 加拿大傢俱銀行轉型成社企 Again & Again，打造資源再生與青年培力的共好模式
- 以農林複合系統促進農業永續與土地復育
- NFT 募款行動如何啟動非營利組織的數位進化
- 人道金屬計畫賦能暴力倖存者成為改變力量，串聯產業、政府與社區共同打擊槍枝暴力

國際趨勢

打破青年求職困境，教育創新模式帶來的社會影響力

在美國數百萬年輕人因缺乏高等教育資源而無法進入職場，形成所謂的「機會鴻溝」（Opportunity Divide）。機會鴻溝的概念是由前華爾街銀行家 Gerald Chertavian 所提出的，用來描述青年擁有潛力與動力，但缺乏進入職場的管道與支援，造成職涯發展受限或斷裂，這樣的現象不僅影響個人，也對整體社會與經濟造成深遠影響。

2000 年，Gerald Chertavian 創立非營利教育組織 Year Up United（以下簡稱 Year Up），致力於提供職業技能訓練與企業實習機會，幫助 18 至 29 歲、未取得學士學位的年輕人進入高薪職場。根據 Year Up 的統計，美國有超過 500 萬名年輕人因缺乏資源與支援而無法參與全球經濟，因此該組織以培訓技能優先（skills-first）為核心

理念，主張招募面談的條件不應只以學歷為唯一門檻，而應重視青年實際能力與潛力。成立 25 年以來，已服務超過 50,000 名學生，與 250 多家企業合作，成為美國具規模與影響力的職業培訓機構之一。

Year Up 培訓分為兩階段：前六個月密集職業技能訓練，包括資訊科技、金融服務、客戶成功管理等領域；後六個月進入企業實習，獲得實務經驗與職場人脈。同時強調軟實力，如溝通、時間管理與職場文化適應，確保學生能在職場中穩健發展。目前在全美設有 30 多個據點，並與社區學院、非營利機構建立人才網絡，拓展服務範圍與強化在地連結，並透過旗下的 Grads of Life 與 YUPRO Placement 等子品牌，推動企業改變招聘文化，採用「技能優先」的用人策略，協助畢業生媒合職缺，擴大社會影響力。

此外，與美國衛生與公共服務部合作進行長期追蹤研究與評估成效。根據 2022 年的評估報告，完成課程的畢業生在六年後，平均年收入比對照組高出 30%，累積收入多出 38,000 美元，估算每投入 1 美元，社會可獲得 2.46 美元的回報，顯示其高度的社會效益，影響層面不僅限於個人發展，更在制度層面引發變革。許多企業因此重新檢視招聘標準，重視非傳統背景的求職者。

Year Up 的運轉模式提供穩定教育與職場之連結，青年不僅能翻轉命運，也能成為推動社會進步的力量，Netflix 於 2024 年推出紀錄片《Untapped》，完整記錄六位畢業生的職涯旅程，在全球面臨技能斷層與青年失業挑戰之際，提供了一個值得借鏡的教育創新模式。

資料來源：Year Up United

房貸也能暫停？Nordea 用金融社會創新支持新手父母，改善性別不平等

在芬蘭法律保障男女享有相同天數的育嬰假，但實際上媽媽們仍承擔了絕大多數育兒責任，高達 88% 的育嬰假仍由女性休，僅有 12% 的育嬰假由父親使用，甚至有 20% 的芬蘭父親根本沒有休過育嬰假。為了改善此系統性的不平等問題，北歐銀行（Nordea）推出「育嬰假期房貸寬限方案（Parental Leave Mortgage）」，讓父母在育嬰假期間能暫停房貸本金繳款，且無需任何手續費，減輕家庭經濟壓力，讓父母能好好共同分擔育嬰時間。

雖然因為許多家庭擔心休育嬰假會使收入中斷或減少，則導致房貸還款壓力遽增，影響家庭的財務穩定性，反倒讓育嬰假更難使雙方平等共享。因此，北歐銀行期待透過金融創新，減輕育有新生兒家庭的財務壓力，鼓勵雙親共同承擔育兒責任，促進性別平等，同時也強化其於永續金融領域的領導地位，建立正面的品牌形象。

該組織於 2024 年推出「育嬰假期房貸寬限方案」，讓其房貸客戶在育嬰假期間只需支付利息，暫停償還的本金會被分攤到剩餘的房貸期限中，或是根據房貸客戶的意願延長房貸總年限，不會增加額外的罰款或費用。若雙親都休假，各可申請最長 6 個月，共計最多 12 個月的房貸寬限期。這項方案不是期間限定的優惠活動，而是正式融入該組織房貸產品中，以期透過金融本業實際促進性別平等。

該方案一推出即掀起熱議，在首週即有逾 1 萬個家庭諮詢，四個月內超過 6,000 個家庭申請，平均每個家庭每月可節省 460 歐元的房貸支出。媒體曝光後引發社會對性別分工與家庭經濟分配等議題的討論。消費者不僅感受此方案推出對家庭的支持，企業品牌形象也因此提升。透過產品的創新設計，北歐銀行不僅展現對客戶的關心，也進一步為社會帶來正面影響。

此案例顯示，銀行業不僅能透過金融創新回應客戶需求，更能成為推動社會改變的力量。產品設計若能回應社會結構性問題，便有機會成為改善不平等的有效工具。對其他組織而言，這也是一個啟發，社會創新不必完全依賴政策，企業本業的重新設計，也能創造深遠的社會影響。

資料來源：Nordea, Nord DDB

加拿大傢俱銀行轉型成社企 Again & Again，打造資源再生與青年培力的共好模式

傢俱產業長期依循「取用 - 製造 - 丟棄」的線性模式，造成大量資源浪費與環境負擔，根據環境部統計，舊沙發、衣櫃、廢床墊等巨大垃圾的產生量，在 2022 年全台突破二十萬公噸，與 2021 年相比漲幅近二成，且全國巨大垃圾的產生量呈現逐年增加的趨勢；平價傢俱品牌興起「快時尚」風潮，讓民眾汰換傢俱頻率增加、巨大垃圾隨之大增，使傢俱的循環再利用成為必須要關注的議題。加拿大非營利組織 Home Again Furniture Bank 長年致力於解決「傢俱貧窮」（furniture poverty）問題，協助弱勢家庭取得基本居家設備。然而，在推動服務過程中，組織觀察到許多待轉送的二手傢俱即使狀況良好，但與受助者需求不符也容易被棄置，導致資源無法充分利用。

Maureen Lymburner 以及 Amy Tulk 在 2023 年將非營利組織轉成立為社會企業 Again & Again Furniture and Decor Thrift（以下簡稱 Again & Again）。該社會企業的傢俱來源主要來自社區民眾與企業捐贈，評估傢俱使用狀況，再針對弱勢家庭需求提供相對應合適的傢俱，傢俱破損較多的則由 Again & Again 進行修復或創意加工後販售。銷售通路包含實體店面與官網，部分收益也分給藝術創作者。不僅使傢俱再利用，也將「青年培力」納入核心行動，提供青年實習與技能學習職缺，並與在地非營利組織及培力機構合作，創造具技能學習性質的工作機會。該組織也與社區共同舉辦藝術與手作課程，提升社區凝聚力，擴大社會參與。在 2023 年首年營運的盈餘達 37,000 加幣（約新台幣 88 萬元），成功突破原先組織經營的傳統捐款模式，創造具永續性的收入來源，達成資源再利用目標。

此案例的實踐凸顯非營利組織轉型成社會企業的創新可能，將資源浪費轉化為社會價值，並透過循環經濟模式結合青年培力與社區發展。展現傢俱銀行從「救助」走向「賦能」的進程，也提供其他組織思考如何在財務永續、環境責任與社會影響之間找到平衡的重要參考。

資料來源：CBC News, Again & Again

以農林複合系統促進農業永續與土地復育

大多數投入永續發展議題的從業者可能聽過世界經濟論壇（World Economic Forum），但大家是否知道它有一個姊妹組織「施瓦布社會企業家基金會（Schwab Foundation for Social Entrepreneurship）」，該組織同樣是一間由 Klaus Schwab 教授成立的非營利組織，其目標是推廣社會企業家精神，並促進社會創新。該組織每年皆頒發施瓦布獎（Schwab Foundation Awards），用來鼓勵社會企業家透過創新性的方案來解決永續議題，而今（2025）年的得獎者之一就是來自巴西的 B 型企業 Belterra。

Belterra 是一家農業科技公司，其專注於與中小型的農民合作，透過導入農林複合系統，讓農民在維持經濟的條件下，同時能恢復退化土地的功能。農林複合系統的概念是利用短中長期的作物進行配置，例如在一塊土地同時配置：

1. 短期作物：在第一年可收成的作物（香蕉、木薯等）
2. 中期作物：在 3-5 年可收成的作物（可可、棕櫚等）
3. 長期作物：經濟木材或其他永續林木

相較於傳統的單一輪作搭配休耕期種植綠肥，Belterra 透過農林複合系統可以更好地達成恢復退化土地的效果，並且能確保土地每年都有收入來源。此外，Belterra 也協助農民建立行銷與物流管道，讓農民可以專注於種植。截至目前為止，Belterra 已經協助超過 2,000 公頃的土地，並投入種植超過 50 萬棵香蕉樹、150 萬棵可可樹、6 萬棵林木等成果。

就目前臺灣以休耕輪作的方式運作，主要目的仍是為了追求短期的經濟效益，土地復育的效果相對有限，由 Belterra 提出的方法有機會讓臺灣農業在維持經濟收入的情況下，同時達到土地復育的效果，若未來有組織願意在臺灣推動類似模式，可作為提升土地復育與農業永續性的參考方向之一。

資料來源：Schwab Foundation Awards、belterra

NFT 募款行動如何啟動非營利組織的數位進化

在科技飛速發展的時代，非營利組織該如何與時俱進？在生活成本上升的情況下，新加坡許多慈善團體面臨捐款金額明顯下滑，使得資源吃緊募款日益嚴峻。

新加坡 Metta Welfare Association 成立於 1992 年，是一間專注於服務身心障礙者與特殊需求群體的非營利組織。運用 NFT 一種數位資產非同質化代幣，用於證明某樣東西的擁有權，它存在於區塊鏈上並且無法被偽造或修改，打造一場兼具故事性、參與感與社會影響力的募款行動。

Metta 據點遍佈新加坡，共有 9 個服務中心，每年協助超過 1,000 名學員接受藝術、職能、照護與生活培力。在多年藝術療癒的實踐中，許多學員創作了充滿個人風格的畫作，這些作品被視為情緒表達的出口與內在世界的縮影。然而，一幅畫除了美感，還能成為什麼？這個問題，讓 Metta 的管理團隊開始思考。在一次策略會議中，拋出一個看似瘋狂的想法：「能不能將作品做成 NFT？」，這不只是將作品數位化，更是一種創新的募款方式與參與體驗。

為了實現這個構想，與兩間新加坡區塊鏈新創公司 NFT Ventures 與 Mega X World 合作。他們不是要操作虛擬資產，而是選擇完全以「新加坡元 + 信用卡」支付，避免加密貨幣所帶來的法律與風險爭議。透過將藝術作品轉化成獨一無二的數位收藏品，讓每一位支持者可以購買純 NFT（數位畫作）、實體畫作、NFT + 實體畫作套組，不僅尊重創作者，也讓捐款人能擁有一份具收藏價值的專屬回饋。活動在 2023 年初的農曆新年期間上線，不到一個月時間，成功募得新幣 68,686 元（約新台幣 1,628,115 元）。雖不是天價，但在社福募款界掀起話題，學員的作品被世界看見，成為創作者賦權的象徵；特殊需求者不再只是被幫助的角色，也能透過創作成為募款與倡議的主角。同時，組織員工從不懂區塊鏈，到親自參與 NFT 上架、社群行銷與購買流程設計，完成從「傳統社福提供者」到「數位創新實踐者」的轉型。

這場行動吸引媒體報導與論壇邀請，也促使更多企業、新創願意與他們合作，形成新的影響力網絡。這一場組織文化上的改變創新，透過勇敢挑戰未知、跨界合作，推動整個組織邁向更具韌性的未來，展現非營利組織也能「用創新說故事、用故事創價值」。

資料來源：CAN, Metta

人道金屬計畫賦能暴力倖存者成為改變力量，串聯產業、政府與社區共同打擊槍枝暴力

繼 7 月電子報介紹人道金屬在品牌端的應用案例後，本月我們回到源頭，根據瑞典非營利組織 IM Swedish Development Partner（以下簡稱 IM）統計，目前全球流通的小型武器約達 8.75 億件，每年以百萬計速度持續增加，成為槍枝暴力問題的重要根源之一。數據顯示，全球平均約 40%、中美洲高達 77% 的暴力致死案件與槍枝有關，每年因槍枝攻擊死亡人數約 20 萬人，每日受傷超過 2,000 人。IM 指出，非法槍枝氾濫占槍枝暴力問題相當大比例，且部分非法槍枝往往經由合法持有者或政府流入犯罪組織。因此，銷毀槍枝及減少非法槍枝流通被視為解決此問題的關鍵措施。

2016 年 IM 組織成員 Johan Phil 與 Peter Brune 發起了 Humanium Metal（人道金屬）計畫。該計畫透過與中南美洲及非洲等國家政府合作，由地方政府負責沒收並銷毀非法槍枝，將其熔解後加工為金屬粉末或錠，再供下游品牌製作手錶、飾品、文具、安全帽、廚具等中高價產品，並將部分收益回饋槍枝暴力受害社區。考量到國際上對槍枝暴力議題討論多聚焦於管制政策，較少著眼於倖存者生活重建，人道金屬計畫則強調賦能倖存者，包括專業技能培訓、收入提升及心理支持，使其成為推動社區正向變革的核心力量。

薩爾瓦多是首個執行人道金屬計畫的國家，IM 與當地非營利夥伴協作，發展四大面向：提升倖存者經濟收入與心理韌性、推動社區公共空間無暴力化、輔導青年遠離暴力行為、協助社區進行防止槍枝暴力相關立法倡議。此外，IM 亦在社區推廣農業及園藝計畫，旨在增進食物營養、韌性，以及居民技能和經濟來源，進一步改善生活品質。

截至目前，人道金屬計畫已在薩爾瓦多和尚比亞銷毀逾 6,000 支槍枝，生產超過 1 噸人道金屬，2021 年更將計畫拓展至美國，總銷售額突破 500 萬美元，其中 120 萬美元直接投入受槍枝暴力影響的社區。該計畫獲得達賴喇嘛等知名人士背書，並榮獲坎城創意獎、ADC 年度設計獎 Design for Good 類別等多項國際殊榮，也成為各國政府展示非法槍枝銷毀成效的重要平台。

人道金屬計畫認為，槍枝暴力屬結構性社會問題，需仰賴國家機構、社會各界與個人共同參與與改善。除建立全球合作商業模式及賦能項目外，IM 作為母組織提供全方位支援，藉由建立正向社區生態系，強化地方社群的韌性與自我改變能力，促使其在面對槍枝暴力時具備主動應對與持續改革的能力。

資料來源：Jönköping University, Humanium Metal, IM

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.