



Social Impact & Sustainable Innovation News

社會創新趨勢分享

March 2026 | Social Impact and Sustainable Innovation

社會影響力及永續創新電子報

目錄

國際趨勢

- [從 CSR 到供應鏈：WEF 揭示企業如何用責任採購放大社會影響力](#)
- [全球社會採購現況：供應鏈社會風險的新數據洞察](#)
- [看不見的水資源危機：Shayp 搭建可量化治理的 AI 節水革命](#)
- [告別社會價值作文比賽：英國 National TOMs 透過貨幣化工具轉化影響力](#)
- [把「社會影響力」變成可投資資產韓國 SK 的創新金融實驗](#)
- [當科技變快、心卻變累：AI 世代為何更需要全球公民教育？](#)

國際趨勢

從 CSR 到供應鏈：WEF 揭示企業如何用責任採購放大社會影響力

在全球供應鏈重組與 ESG 揭露壓力持續升高的背景下，企業影響力的來源正快速轉變。過去企業多透過企業社會責任（CSR）回應社會議題，但根據世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）與全球社會創業聯盟（Global Alliance for Social Entrepreneurship）發布的《State of Social Procurement: Impact Measurement》報告指出，企業正逐步將「社會採購（Social Procurement）」納入核心營運策略，並開始將影響力轉化為可衡量的管理指標。其中一項關鍵數據顯示，FTSE 100 企業的採購預算為 CSR 預算的 400 倍以

上，意味著企業只要在既有採購支出中進行策略性調整，即可大幅放大其社會影響力，使採購從成本管理工具轉變為價值創造槓桿。

企業之所以加速導入社會採購，來自於產業供應鏈風險結構的改變。報告指出，2023 年至 2025 年間，全球約 18% 的供應鏈中斷來自社會因素，包括勞動條件、人權議題與社區衝突等，顯示社會議題已從聲譽風險轉為營運風險。與此同時，揭露制度亦逐步整合，從氣候相關財務揭露 (TCFD) 與自然相關財務揭露 (TNFD)，延伸至不平等與社會相關財務揭露 (Taskforce on Inequality and Social-related Financial Disclosures, TISFD)，均推動 ESG 朝向整合式揭露架構發展，S (社會面) 不再是附屬或是加分議題，而是企業治理核心。

在此趨勢下，企業開始透過系統化工具來理解與管理影響力。報告提到，包含全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative) 與企業社會影響力衡量框架 (Business for Societal Impact, B4SI) 等，正被用於揭露與衡量供應鏈與採購所創造的社會價值，使原本分散的影響力得以被整合與比較。數據亦顯示影響力衡量正逐步普及與追求可視化，B4SI benchmark 指出，2014 年僅有 33% 的企業揭露影響力，至 2024 年已提升至 51%，反映企業已將影響力管理納入常態經營。

整體而言，企業正從以風險控管為主的採購模式，轉向主動創造影響力與競爭優勢。透過將社會影響納入採購決策，企業不僅能強化供應鏈韌性、降低社會風險成本，也能提升品牌信任與投資人信心。在 ESG 走向整合揭露的趨勢下，採購已成為企業最具規模且可立即啟動的影響力工具。對企業而言，下一步關鍵在於重新檢視既有採購支出，逐步建立可衡量的社會採購策略，讓影響力從揭露走向管理，進而成為長期競爭力的一部分。

資料來源：WEF, B4SI



全球社會採購現況：供應鏈社會風險的新數據洞察

在全球化高度發展的今天，供應鏈的穩定性已成為企業生存的命脈。過去，我們習慣將焦點放在天災、疫情或地緣政治，而世界經濟論壇與奧地利科技公司 Prewave 分析 2023 年 1 月至 2025 年 10 月間超過 18 萬筆供應鏈事件，揭示全球供應鏈面臨日益嚴峻的社會風險：「社會議題」正在成為供應鏈中最不容忽視的變數。

從分析數據來看，社會風險不再是次要的考慮要素，在所有造成供應鏈中斷的事件中，「社會議題」佔比高達 18%。如果排除掉企業可控的內部營運因素，社會風險在「外部衝擊」中的佔比更攀升至近三分之一；導致供應鏈停擺的前五大社會因素分別為有：法律與監管議題 (24%)，為最常見的事件，通常與訴訟、調查或罰款相關；社會議題 (18%)，其中勞工罷工是最突出的事件類型，佔所有社會事件的 34%，其次是抗議與示威；環境與災難事件 (14%)、健康與安全議題 (12%)、犯罪活動 (9%)，共同構成供應鏈事件的前五大類別；供應鏈的社會壓力在 2024 年底開始顯著加劇，並於 2025 年 3 月達到歷史巔峰 (共 1,566 件)，讓我們更加意識到社會不平等、通膨壓力與人權要求正轉化為直接的經營挑戰。

面對日益複雜的風險，企業可以怎麼因應？WEF 建議企業應將「社會採購」(Social Procurement) 納入核心戰略，這不只是為了做公益，更是為了強化供應鏈韌性，隨著歐盟《企業永續盡職調查指令》(CSDDD) 等法規生效，將社會風險納入採購決策，能有效避免昂貴的法律裁罰，降低合規風險。此外，社會企業通常與當地社群連結深厚，在發生動盪時，這類供應商往往展現更強的適應力與信任基礎；。強化供應韌性後，更能提升 ESG 績效，透過向多元化、具社會目標的供應商採購，企業能直接量化其對社會的貢獻，滿足投資人與消費者的期待。

社會風險在近年來已被視為「財務重大事件」，未來的採購不只要看價格與品質，更要看影響力。當供應鏈中的勞工獲得公平對待、社群關係穩固時，企業的營運安全感也隨之提升。

資料來源：Novel Data on Social Impact in Global Supply Chains



看不見的水資源危機：Shayp 搭建可量化治理的 AI 節水革命

聯合國統計指出，全球約有 20 億人口生活在高度缺水地區，而到 2030 年，全球水資源需求可能超過供給量的 40%。然而，在城市環境中，水資源浪費往往不是來自極端氣候，而是來自建築系統中長期被忽視的漏水問題。許多建築與公共設施中，平均 20% 以上的用水會因漏水或設備異常而流失，甚至有 95% 在數週或數月都不被發現，使得水資源的流失平均佔水費支出的 21%，加劇全球水資源管理的壓力。

2017 年一家位於比利時的 B 型企業 Shayp，透過人工智慧與物聯網技術回應這個全球性問題。該企業指出，現行的智慧水錶無法提供可靠的數據來偵測異常，因此研發能即時監測建築用水並自動回報漏水的智慧管理系統。在既有水錶安裝感測器，以約 30 秒為間隔收集用水數據，並透過低功率廣域網路傳輸至雲端平台。AI 系統會分析建築的用水模式學習其日常使用規律，有異常流量或持續性漏水時，便能在短時間內發出警報，與傳統依靠人工巡檢相比，能將漏水偵測時間從數週縮短至數小時內。

此解決方案快速在市場上推廣，關鍵在於其低門檻與高度可擴展性。感測裝置採用非侵入式設計，不需更換水錶或重新鋪設管線。同時，AI 系統採用自動學習模型，能快速適應不同建築的用水模式。這使得該技術能夠在公共建築、學校、醫院與大型商業設施中迅速建構，降低了城市導入智慧水資源管理系統的門檻。截至目前，已配合超過 7,000 棟建築，累積節省約 289 億公升水資源，平均減少 21% 至 22% 的水費支出，對物業管理者而言能有效地解決城市中水資源管理效率低落的問題。

Shayp 也透過跨產業合作擴大社會影響力，推出 4IMPACT 計畫，建立了企業與公共部門合作的節水模式。透過企業資助，公共建築可以免費安裝節水系統(如：學校與市政設)，而企業則可將節水成果納入其 ESG 與永續報告(如：BREEAM、CSRD、CDP Water)。隨著數據量的累積，這套技術也可應用於能源管理監測(如：天然氣和瓦斯)，讓城市基礎設施逐漸從被動維修的模式，轉變為能預測問題並提前處理的智慧系統。

此案例展現了人工智慧在社會創新領域的一個重要趨勢：AI 不再只是提升效率的工具，而正逐漸成為解決公共資源管理問題的智能系統。透過 AI 能將過去難以察覺的資源浪費轉化為可監測、可管理的資訊，讓政府、企業與社會組織能更精準地採取行動，不僅能降低成本更能为城市永續與公共治理帶來新的可能。

資料來源：Shayp, UN, buildindigital



告別社會價值作文比賽：英國 National TOMs 透過貨幣化工具轉化影響力

在推動永續發展的進程中，「公共採購」已被各國政府視為重要的政策槓桿。公共採購係指政府機關、公立學校或醫療機構運用公共資金，向民間企業購買商品、工程或服務的過程。過去採購標案多以最低價標或行政效率為導向，但隨著全球價值鏈轉型，政府開始要求採購過程必須兼顧「社會價值」的創造。英國自 2012 年起施行《社會價值法案》(Social Value Act)，成為此領域的先驅，要求政府在委託服務時，必須評估企業在交付合約任務之餘，如何額外為在地社群帶來經濟、社會與環境效益(如：聘僱在地失業者或支持受災企業)。除英國外，澳洲與韓國亦已實施類似的公共採購政策。

然而，社會採購推動的核心挑戰在於，抽象的貢獻難以客觀衡量；若缺乏統一標準，社會價值往往淪為文字敘述的競爭。為了解決法源通過後卻缺乏量化工具的困境，英國經歷了一場「由下而上」的變革。2017 年，英國地方政府協會與民間組織率先共同開發了 National TOMs (Themes, Outcomes and Measures) 框架，嘗試將官

方的政策目標轉化為可量化的工具。該框架透過將各項指標「貨幣化」，讓每一項社會行為都能被賦予實質財務價值。例如，透過計算公式，聘僱一名長期失業者的行為，可根據其節省的社會救助支出與帶來的經濟產值，核算為約兩萬英鎊的社會淨收益。企業投標時，便能以精準的數據證明其社會價值的實質影響力。

隨著民間與地方政府在量化技術上的成熟，英國中央政府進一步將實務經驗制度化。為了將社會價值從建議轉變為規範，內閣辦公室於 2021 年發布《採購政策說明 06/20》(Procurement Policy Note 06/20, PPN 06/20)，強制中央政府部門在執行重大採購時，必須採用官方標準化衡量模型，即「社會價值模型」(The Social Value Model)。該模型將永續目標定義為五大主題：對抗 COVID-19、應對經濟不平等、對抗氣候變化、提供均等機會以及提升健康福祉。此外，PPN 06/20 規定社會價值指標在整體評定權重中必須佔至少 10%，使社會影響力從公益口號轉化為影響得標與否的實質關鍵。

此案例的亮點在於成功將民間發展成熟的衡量技術(如 National TOMs)銜接至國家整體的採購戰略中，達成「官方定義戰略目標、民間提供量化技術」的協作。英國的實務經驗為臺灣推動公共採購轉型提供了明確的啟示。雖然我國《政府採購法》第 96 條早在 1998 年便已納入「增加社會利益或減少社會成本」之產品得優先採購並准用 10% 價差優惠之精神，但在實務衡量上，仍多依賴質化描述或特定比例的強制採購。此案例顯示，若能引推出如 National TOMs 般的標準化量化工具，將社會貢獻轉化為具公信力的財務影響力，將能有效解決採購端難以評比之痛點。對臺灣企業而言，也意味著社會價值可以更明確地從公益承諾轉型為核心競爭力；當企業能精準核算其在環境保護、在地就業或多元包容上的實質貢獻時，更能獲得更多的資源肯認以及持續成長的影響力商機。

資料來源：Social Value Act, National TOMs, PPN 06/20, NPPS



把「社會影響力」變成可投資資產韓國 SK 的創新金融實驗

在社會創新與社會企業發展的過程中，許多企業能創造就業機會、改善環境或促進社區發展，但這些社會價值往往難以被市場定價，也因此難以吸引資金投入。當金融體系仍以財務回報為主要衡量標準時，許多具有高度社會影響力的解決方案便難以規模化。因此在 2015 年，韓國大型企業 SK Group 推出 Social Progress Credits (SPC) 計畫，希望透過創新金融機制，讓社會企業創造的社會價值能被量化、被看見，轉化為實際的經濟激勵。

SK 建立一套「社會價值量化」制度，由研究機構 Center for Social Value Enhancement Studies 協助設計評估方法，計算社會企業在環境改善、弱勢就業、社區發展等領域所創造的社會效益。當社會企業達成既定的社會成果指標時，便可依據評估結果獲得對應的 Social Progress Credits，轉換為現金獎勵或投資支持。透過這樣的制度設計，社會價值不再只是理念，而是能夠被量化並納入金融決策的資產。

自計畫推動以來，SPC 已與超過 400 家社會企業合作，累積創造超過 3.5 億美元的社會價值，並提供約 5,000 萬美元的金融獎勵與支持資金。透過企業資本、社會企業與研究機構的合作，成功建立一套「以成果為導向」的金融激勵機制，使企業在創造社會影響力的同時，也能獲得實際的經濟回報。

SPC 模式也為各國社會創新生態系提供重要啟示：建立標準化的社會價值衡量方法，使企業創造的社會影響能被量化並納入投資決策；透過成果導向的金融激勵，鼓勵企業在追求商業成長的同時，也將社會價值納入核心經營策略；大型企業與研究機構的合作，有助於建立透明且可信的評估制度。若能導入類似機制，社會創新將不再僅依賴補助或捐款，而能透過市場機制獲得長期發展動能，讓社會價值逐步成為金融體系中的重要資產。

資料來源：SK



當科技變快、心卻變累：AI 世代為何更需要全球公民教育？

近年來，美國洛杉磯的青少年心理健康危機逐漸升溫，官方統計數據顯示 10 歲至 24 歲的族群中，自殺成為主要死因之一，而 2023 年的急診自殺未遂與死亡趨勢更在 2025 年 7 月的統計呈現上升趨勢，這不僅反映出青少年心理支持體系的不足，也突顯社群媒體、演算法與高度連結的數位環境，正持續放大焦慮、比較與孤立感，對青少年的心理韌性造成長期壓力。

在青春期面臨心理混亂的同時，AI 的興起又帶來另一波資訊與信任危機。2025 年第三季深度偽造事件暴增至 2,031 起，創歷史新高，顯示被濫用於詐騙、勒索與社會操弄的速度比大眾所想像的更快。從 2023 到 2025 年，深偽檔案更從 50 萬件飆至預估 800 萬件，短短兩年間增加了 1,500%，成為全球數位信任的重大威脅。甚至有案例指向聊天機器人的錯誤引導與自殺事件有所關聯，凸顯在無監管狀態下可能造成的極端危害，而判斷力尚未成熟的青少年，正是最容易受到操弄與誤導的族群。因此，全球教育界意識到「AI 素養」與「公民素養」是面對未來不可或缺的核心能力。

成立於 2005 年的 High Resolves 是總部位於澳洲雪梨的國際非營利組織，致力於透過沉浸式與體驗式學習，培養青少年的全球公民意識與人類共同責任感。其教育模組如「Collective Identity」與「Justice」，引導學生在多元文化與社會議題中建立自我定位，並理解公平、資源分配與社會不平等背後的倫理邏輯，這些能力正是對抗仇恨、偏見、錯假訊息的基礎。而「Collective Action」則讓學生在真實世界情境中練習決策、協作與行動，使他們不只是被動的資訊接收者，而是能夠回應社會變動的主動者。此外，High Resolves 與 Microsoft 的合作，將 AI 個人化教學應用於課程中，示範如何在安全框架下強化學習，而非削弱思考力。

同時，High Resolves 的全球影像倡議平台 Videos for Change 也成為幫助青年在資訊洪流中找回主體性的力量。鼓勵 13 歲至 25 歲的青年以一分鐘短片倡議他們關心的議題，從心理健康、霸凌、性別平權到氣候行動，已成為全球青年聲音的重要舞台，並強調「真實故事」在對抗深偽資訊時的影響力。

身處科技高速發展的時代，青少年面臨的挑戰不僅來自心理壓力與上癮機制，也來自資訊操弄、身份詐騙與倫理難題。推動全球公民素養教育，不再只是「教育創新」，而是守住下一代判斷力、責任感與人性價值的必要工程。未來，無論是教育工作者、青年組織、企業或政策制定者，都需要共同投入，讓科技不只是加速世界，也能讓世界變得更有人性、更有判斷力。

資料來源：High Resolves, OECD Digital Education Outlook 2026,
Microsoft 2025 AI 教育報告



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](#)

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



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



張凱柔 Carol Chang

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.19170

E: carolchang5@kpmg.com.tw

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)。

If you have any questions, please send an email to [Cindy Chang](mailto:Cindy.Chang).

© 2026 KPMG Sustainability Consulting Co., Ltd., a Taiwan partnership 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.

[退訂此電子報 Unsubscribe](#)

[管理訂閱清單 Manage Preferences](#)