

Social Impact & Sustainable Innovation News

社會創新趨勢分享

October 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

- [英國電信企業如何以數位調度回應非洲孕婦的緊急就醫難題](#)
- [乳牛也能休「帶薪病假」：肯亞 Too Good 如何重設酪農誘因，守住食品安全](#)
- [從員工提案走進主流產品：三星 Relumino 如何改善低視能者的智慧電視體驗](#)
- [沒有智慧型手機與網路也能收款換匯：阿根廷如何依現實條件重設金融服務](#)
- [從地毯製造走向低碳轉型：美國 Interface 如何從材料、製程與循環模式著手](#)
- [減碳不只靠一次性補助：德國如何以「氣候契約」分攤企業轉型風險](#)

國際趨勢

英國電信企業如何以數位調度回應非洲孕婦的緊急就醫難題

在非洲偏鄉，當孕婦與新生兒面臨緊急醫療需求時的挑戰，除了能否獲得治療，也包括是否能夠及時抵達醫院。在救護車不足及交通工具難以取得的情況下，病人即使知道需要就醫，仍可能因運送延誤而錯失黃金的治療時期。根據世界衛生組織 2023 年的調查結果，全球孕婦死亡案例中，約有 70% 來自撒哈拉以南的非洲地區。

英國電信企業 Vodafone group 旗下的基金會觀察到此挑戰後，推動 m-mama 計畫，透過數位派遣系統，將既有救護車、社區司機與醫療院所串聯成緊急運送服務。該計畫於 2013 年在坦尚尼亞發展，目標是降低孕婦與新生兒因缺乏交通工具而無法取得緊急照護的風險。當救護車無法出勤時，計畫可透過社區司機網絡填補缺口，且服務對象不須支付運送費用，相關費用由政府負擔。

整套服務由孕婦或其家屬撥打免付費專線開始，再由具護理或助產背景的調度人員詢問孕婦的位置與身體狀況，並將相關資訊輸入系統進行分流，待確認適合收治的醫療院所後，再安排救護車或社區司機前往接送。並且考量

偏鄉網路的穩定性，該計畫採用成本較低、可配合當地條件運作的技術。截至 2026 年 9 月，該計畫已在非洲完成超過 25 萬次孕婦與新生兒的緊急運送，接受運送的孕婦中有 58% 最終需要緊急剖腹產，因此，估計此計畫能使孕婦死亡率減少 15%。

對臺灣而言，若將案例情境延伸至行動不便的高齡者或偏鄉居民，亦可重新思考企業如何運用核心能力回應就醫交通與資源連結需求，例如：先辨識現有服務容易中斷的環節，再盤點通訊、客服、資料或在地網絡等既有資源，與政府、醫療及社區夥伴建立更即時的轉介與運送機制，使分散的服務量能得以被有效連結。

資料來源：Vodafone foundation, WHO

乳牛也能休「帶薪病假」：肯亞 Too Good 如何重設酪農誘因，守住食品安全

在肯亞，乳牛生病、接受抗生素治療後，必須經過約 3 至 5 天的停藥期，期間生產的牛奶不得販售，以免抗生素殘留進入食品供應鏈，這對依靠每日售乳維持生計的小型乳農而言，讓乳牛暫停供應牛奶，也代表數日收入直接歸零。當食品安全的成本由收入有限的酪農承擔，即使了解風險，仍可能面臨停藥期的經濟取舍難題。因此，肯亞乳品品牌 Too Good 提出另類解決之道，並非著眼於如何檢驗與拒收問題牛奶，而是進一步思考如何從源頭降低酪農隱匿用藥的經濟誘因。

該公司發現，再多的食品安全宣導也很難抵抗酪農減少收入的壓力，所以重新盤點乳品供應鏈，將乳牛停藥期重新設計為「有薪病假」，把原本由農民獨自承擔的損失，轉化為企業應共同負擔的食品安全成本。這項作法以乳牛作為最源頭的生產角色，重新檢視其生病期間所衍生的收入風險，並透過補償機制，使酪農遵守停藥規範與維持生計之間找到平衡。

Too Good 與廣告代理商 The Partnership Africa 合作建立申請機制。與 Too Good 合作的酪農可先登錄乳牛，當乳牛生病並接受抗生素治療時，酪農可使用 WhatsApp 提交病假申請及獸醫證明，經後台審核通過後，乳牛便進入 3 至 5 天的有薪病假。在停藥期間，農民不得將該乳牛生產的牛奶送入食品供應鏈，Too Good 則按無法販售牛奶的天數，補償相應的收入損失，藉此食品安全問題更能從農場端源頭就獲得改善。計畫執行後 8 個月共向酪農補償 27,000 美元，檢出問題牛奶拒收的發生情形也減少至接近零。

此案例重新分配安全生產的成本，使酪農不必獨自在生計與食品安全之間取舍。對其他企業而言，亦可從供應鏈中找出要求第一線採取正確行為，卻由其承擔主要損失的環節，再評估是否能透過補償、保險、保價、長期契約或技術支持分攤風險，讓安全與永續要求具備更可行的執行條件。

資料來源：Cannes Lions, Contagious, Ads of the World, Too Good Foods

從員工提案走進主流產品：三星 Relumino 如何改善低視能者的智慧電視體驗

隨著人工智慧與影像處理技術快速發展，電子產品不斷追求更高畫質與更豐富的使用體驗，但是科技進步的成果是否也能讓不同需求的族群共享，成為產品設計的重要課題。根據世界衛生組織統計，全球至少有 22 億人存在近距離或遠距離視力障礙。韓國的身心障礙者調查發現，85.2% 的低視能者將觀看電視列為最喜愛的休閒活動，

但對低視能者而言，電視畫面輪廓常因模糊、對比不足而難以清楚辨識內容，若使用專用視覺輔助設備，其價格與使用方式也可能形成額外的使用門檻。

韓國三星電子於 2012 年成立內部創新計畫 C-Lab，鼓勵員工探索既有業務以外的創新機會，將員工提案的視覺輔助構想逐步發展為智慧電視內建功能，不僅改善低視能者的觀影體驗，也展現企業如何從員工創意出發，將社會需求轉化為產品創新的契機。2017 年，Relumino 視覺輔助專案由此誕生，嘗試運用企業既有的影像處理能力，改善低視能者取得電子視覺體驗的可能。初期以 VR 應用程式為研發方向，並於國際消費性電子展展示相關技術。

為確保產品符合實際需求，三星與醫療中心合作，在 2022 年邀請 67 名低視能者參與測試，依據使用者回饋優化影像效果。將 Relumino Mode 導入智慧電視，透過強化影像輪廓、色彩與對比，協助低視能者辨識畫面，並提供雙畫面模式，讓不同視力條件的家庭成員也能共享觀影時光。歷經多年研發、使用者驗證與跨領域合作，亦延伸至行動裝置。

此案例顯示，支持員工創新不只是鼓勵提出新點子，更重要的是建立讓構想持續驗證、跨領域合作並進入市場的機制。當企業在規劃既有產品或服務時，也可進一步檢視哪些使用者仍需額外付出成本才能順利使用，並透過需求訪談、情境測試與原型驗證，評估能否將共融功能直接納入主流產品體驗，使尚未被充分滿足的社會需求成為產品持續改善的起點。

資料來源：Samsung Electronics, WHO

沒有智慧型手機與網路也能收款換匯：阿根廷如何依現實條件重設金融服務

根據世界銀行《2025 年全球金融包容指數》(The Global Findex Database 2025) 顯示，全球仍有約 13 億名成年人未持有金融帳戶，難以透過正式金融體系存款、收受薪資、匯款或取得貸款。對只能仰賴現金與非正式借貸進行日常交易的民眾而言，往往承擔更高的成本與風險。一旦面臨疾病、失業或自然災害等突發狀況，就常因缺乏儲蓄使家庭承受難以度過的財務衝擊，並也因無法取得貸款，限制其在教育、醫療或小型生意的機會。

成立於 2018 年的阿根廷金融科技新創 Xcapit，致力於運用區塊鏈與人工智慧技術，改善上述弱勢群體取得金融服務與人道援助的機會。其在 2021 年獲得聯合國兒童基金會 (UNICEF) 的投資後，開發讓使用者能自行管理資產、進行轉帳與接收資金的數位錢包，此工具不依賴銀行或其他金融機構作為中介，亦整合財務規劃、遊戲化儲蓄、金融教育及資產管理等功能，希望讓缺乏傳統銀行帳戶與信用紀錄的使用者，也能透過簡單的方式進行儲蓄與投資，甚至建立自行管理資金的能力。另外，此公司也進一步將數位金融工具系統跟非營利組織、企業及政府對接，成為援助金轉移的平台，讓民眾更容易取得資金支持。

針對被傳統金融體系排除的族群，Xcapit 並未要求使用者先提升數位能力或添購智慧型手機，而是依其既有設備與網路條件重新設計服務。Xcapit 推出的 AidLink 方案，讓使用者可透過非智慧型手機，以簡訊操作數位錢包，即使網路不穩定，也能進行收款、換匯等交易，每筆交易成本僅約 0.01 美元。除了提供低成本的簡訊錢包，AidLink 也整合金融服務、財務管理工具與教育資源，並可與援助機構的系統串接。因此，這項方案不只降低金融服務的使用門檻，也有助於提升使用者的財務素養，以及援助資金管理的透明度。

此案例顯示，創新未必然一定得始於打造全新環境才能突破限制，也可以先理解服務對象現有的設備、網路與使用習慣，再據此調整產品與服務。企業若能從本業出發，辨識哪些族群因現行門檻而未被涵蓋，並以成本較低、

操作簡單且值得信任的方式回應需求，不僅能提高服務可近性，也可能開拓尚未被滿足的市場，形成新的收入來源。

資料來源：Stanford Social Innovation Review, UNICEF Venture Fund, Xcapit, World Bank Global Findex Database 2025

從地毯製造走向低碳轉型：美國 Interface 如何從材料、製程與循環模式著手

在全球淨零排放與永續供應鏈成為產業發展主軸的趨勢下，企業面臨的不再只是成本控制與市場競爭，更需要回應環境保護、社會責任與利害關係人期待。對許多傳統製造業而言，如何在維持獲利的同時推動永續轉型，已成為企業能否持續成長的重要課題。美國模組化地毯製造商 Interface 成立於 1973 年，原本是一家典型的工業製造企業。1994 年創辦人 Ray Anderson 開始重新思考企業與環境之間的關係，也由此啟動公司的永續轉型。透過推動「Mission Zero」計畫，致力於消除企業對環境的負面影響。經過近三十年的持續投入，不僅提早達成原訂目標，更進一步提出「Climate Take Back」願景，將目標從「減少傷害」推進至創造正向環境效益。

在環境永續上，Interface 的核心理念已從單純的減少環境衝擊，提升至創造正向環境價值。公司以避免排放、減少排放、儲存碳及影響他人作為推動碳負排轉型的四大策略，系統性地從產品設計、生產製程、供應鏈管理與能源使用等面向展開變革。具體成果包括地毯產品碳足跡較 1996 年降低 74%，製造廠溫室氣體排放強度下降 96%，全球工廠全面採用 100% 再生電力，並使整體能源使用中約 75% 來自再生能源。此外，公司持續提高再生材料、生質材料及碳捕捉材料的使用比例，透過材料創新降低產品全生命週期的碳排放量，逐步實踐碳負排願景。除了推動減碳之外，Interface 也是地毯磚租賃商模的先鋒企業，其建立回收再利用機制，將使用後的地毯產品重新導入回收、再製造或再利用流程，降低對原生資源的依賴，同時減少廢棄物產生。

在社會面向上，展現對人的高度重視，長期推動包容、多元與安全的職場文化，並透過人才培育、學習訓練及員工參與機制強化組織韌性，並於全球多個營運據點獲得「Great Place to Work®」認證，反映人才發展與員工體驗方面的持續投入，重視人權保障與供應鏈責任管理，將 ESG 要求納入供應商評估及合作機制，提升整體價值鏈的永續治理能力。同時透過社區服務、公益合作與志工參與等行動，建立企業與在地社區的正向連結，擴大企業影響力。

此案例顯示，永續轉型已不再只是企業形象工程，而是影響市場准入、客戶合作與未來成長的重要關鍵。即使是資源密集型的傳統製造業，也能透過明確願景、創新技術、循環經濟策略、人才培育及供應鏈治理，將永續挑戰轉化為新的商業機會與市場價值。面對產業轉型浪潮，臺灣企業若能積極建立減碳管理機制、導入循環經濟思維、培養永續人才、深化供應鏈合作，並將 ESG 融入產品研發與商業模式創新中，將有機會在全球市場取得新的競爭優勢。

資料來源：Interface, Interface Environmental, United Nations Climate Change

減碳不只靠一次性補助：德國如何以「氣候契約」分攤企業轉型風險

鋼鐵、化工、水泥等高耗能產業是淨零轉型的重要戰場，但企業面對的挑戰不只是低碳設備成本較高，更包括未來能源價格、碳價及低碳產品需求的不確定性。因此，即使低碳技術逐漸成熟，企業仍可能因長期投資風險而延後轉型。

為降低先行者風險，德國推動「氣候保護契約」(Climate Protection Contracts)，由政府與企業建立長期契約。當低碳製程成本仍高於傳統製程時，政府提供支持以降低成本落差，未來若能源、碳價或市場條件改變，支持金額也隨之調整。2024 年首輪共有 15 家企業獲選，最高支持金額約 28 億歐元，契約期長達 15 年，預計期間內累計減少約 1,700 萬噸二氧化碳當量。

獲選企業橫跨化工、玻璃、造紙及金屬等產業。以化工業為例，德國 BASF 已投入製程電氣化，並與合作夥伴在路德維希港建置大型電加熱蒸汽裂解爐示範廠，以再生能源電力取代傳統燃料供熱，相關技術具有大幅降低製程碳排的潛力。德國制度的重點，不只是補助企業購置設備，而是透過長期契約，分攤企業率先採用低碳技術所承擔的營運與市場風險。

回看臺灣，產業減碳工具也正從碳定價逐步走向轉型投資。臺灣 2026 年首次實際徵收碳費，共 461 廠、240 家企業完成繳費，收入達 49.7 億元，並納入「溫室氣體管理基金」，專款投入溫室氣體減量及氣候調適。環境部亦已建立減碳技術補助機制，支持低碳製程、節能、碳捕捉利用與封存 (CCUS) 及創新減碳技術，政策工具並逐步延伸至信用保證及利息補貼。另一方面，國發基金另投入 100 億元推動「綠色成長基金」，預計透過政府與民間共同投資，支持能源、儲能、資源循環、深度節能及低碳技術等淨零永續新興產業。這筆資金雖非來自碳費，但與溫室氣體管理基金共同形成臺灣從碳定價、補助、融資到投資的轉型工具組合。

這些政策顯示，臺灣已開始回應企業「如何取得減碳資金」的問題；德國氣候契約則進一步提醒，當鋼鐵、石化與水泥等產業進入深度減碳階段，政策還必須處理「誰來承擔先行轉型的長期風險」。未來若能整合碳費、既有基金與綠色金融，政策工具便可從降低前期投資成本，進一步延伸至分攤低碳技術商業化初期的不確定性，並以公共資源帶動更多民間資本投入，這將是臺灣產業淨零轉型需要持續推進的下一步。

資料來源：German Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action (BMWK)

Key links

- [ESG 服務](#)
- [社會影響力及永續創新服務團隊](#)

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](#)

本電子報發源自 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](#).

© 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](#)