



# Social Enterprise eNews

社會企業電子報



Dec 31, 2020 | Social Enterprise

## 社會企業電子報

感謝大家今年對於 **KPMG** 社會企業電子報的支持，團隊走入第六年，未來將持續在社會創新與社會企業領域與大家一起努力。KPMG 社會企業服務團隊，祝大家新年快樂，健康如意！

### 目錄

#### 【KPMG 社會創新 - 視野眺望臺】

[實踐共融的未來，眾人之力「購給力」](#)

#### 【國際趨勢】

1. [跨國企業 SAP 發起「5 & 5 by '25」倡議計畫 以採購方式促進社會創新](#)
2. [不出門也能看醫生！各國推遠距醫療新模式抗疫](#)
3. [農業與新科技的創新結合運用，為農業帶來更具競爭力的未來](#)
4. [國際影響力投資網絡再推出影響力成果報告 盼持續推動影響力分析標準化](#)
5. [想推動內部創新精神？領導者需先破除的迷思](#)

**KPMG 社會創新 - 視野眺望臺**

# 實踐共融的未來，眾人之力「購給力」

黃正忠 董事總經理

KPMG 安侯永續發展顧問股份有限公司

「今年你們還好嗎？」時序靠近 2020 這個混亂之年的歲末，這句問候是我今年碰到許多老闆們的必要寒暄。今年因為新冠疫情這個影響劇烈的風險出現，在整體社會經濟受到衝擊之餘，也迫使許多企業開始面對風險控管全面升級的必要。風險不只是經濟財務層面，還更甚以往須思考如何面對社會與環境中各種挑戰。KPMG 安侯建業聯合會計師事務所今年發布的《2020 台灣 CEO 前瞻大調查》中，發現疫情的確造成 CEO 在觀點上的轉變。全球（63%）及亞太區（66%）超過六成的 CEO 表示，在全球環境充滿變數的情況下將更加重視 ESG 企業社會責任，國內重要媒體如商業週刊、今周刊、天下及遠見雜誌也都以大篇幅熱烈討論 ESG 議題。

這股對 ESG 議題重視的風潮，雖然在今年呈現爆炸性的成長，但企業在面對非財務風險相關議題時所做出的行動改變並不是在今年才起步。勞動條件、員工福利、公共衛生、公司治理、環境變遷、氣候變遷等議題，在在都影響企業 ESG 的績效評比。企業經營是否重視環境、社會與治理要素的同時也能兼顧獲利能力與長久營運認可，是 2020 後企業經營的重要指標。我帶領團隊在這幾年協助政府機關建立永續發展與社會創新生態系的過程，就看到企業對 ESG 的落實，在各方面都逐步推進，尤其從企業投入社會創新組織相關合作與採購中，有十分明顯的正面成長。

企業和結合社會責任與提供優良產品服務的社會創新組織合作不是唯一的法門，卻是不可不重視的重要行動。自 106 年起，經濟部中小企業處主辦鼓勵企業與社創採購合作的「Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制」，每年的採購金額都直線性成長，四年來累積超過十億元的社會採購金額。今年單年度的採購額甚至超過過去三年的所有採購總額。著實看見即使在今年新冠疫情艱困的時刻，仍然有許多企業透過和社創組織間的永續創新專案、供應鏈採購和禮贈品送暖等等多元方式持續回應環境及社會議題，市場的數字也證明社會創新組織將能成為企業得力的夥伴。

今年適逢「Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制」邁入第四年，我在帶領團隊分析過去三年機制所造成的影響時，觀察到幾個有趣狀況：

## 一、金額明確成長，投入單位越來越多

從第一年的 8,500 萬，第二年的 1.5 億，第三年的 3 億到第四年打破 6 億元，累積得獎單位超過 300 家次，越來越多不同類別和組織型態的主流市場資源方進榜，即使有疫情影響，仍為社創市場需求注入源源不斷的強心針。

## 二、民以食為天，食農類仍最受青睞

累計金額前三名分別為食農創新、環境保護、就業促進議題，判斷因許多餐飲相關業者皆為供應鏈採購，因此強調環境友善訴求及食品安全、在地農產等食農相關組織即成為最受歡迎的採購對象。且今年也發現，連鎖手搖飲料業者大力支持和提供友善原料的社創組織採購，更添影響力。

## 三、企業與社創組織間建立長期合作關係

以供應商採購、通路合作之累計採購金額最高，並且為倍數成長，其次為永續專案與計畫、職工福利的採購型態。代表除了企業已經將社會創新組織納入企業經營的供應商選擇之中；企業也逐漸將與

社會創新組織合作納入長期耕耘的 CSR 議題，借重社會創新組織在環境或社會議題的專業理解，一同為企業在永續領域相互幫忙，促進良善循環。

除了這幾項台灣發展責任消費與社會採購的趨勢外，今年我也拜訪了幾家和社創組織有深度合作關係的企業，每間企業的合作過程都令我印象深刻。有企業以無比堅定的耐心，用數年時間磨社會創新組織成為堅定的供應商盟友；有企業以回饋社會為主軸，尋到志同道合的夥伴一起為台灣土地付出，更與社會創新組織培養出如同老友般的革命情感，更重要的是增進消費者對其品牌的認同；也有企業以社創組織搭著企業內部轉型，成功脫胎換骨，甚至連帶影響員工看待食材選擇的方式，願意更主動投入尋找優質廠商。當然，還有為了改善台灣在地畜牧業現況的企業，以開發新產品搭配供應鏈改革，成功讓社創組織產品成為企業共創價值的好夥伴。

這些企業都透露出一個共同的訊息：我們跟社會創新組織合作，不是因為單純做「公益」，而是我們相信這樣的價值正確且永續，能為台灣投注多一些正面影響力，且商業模式跟投注心力的成果也禁得起市場的考驗，這才是企業能夠永續投入的主因。當然，台灣市場還有許多值得發揮的空間，除了民生物品，製造業、科技業如何透過供應鏈的合作，一起創造更永續及韌性的社會及商業模式，是值得後續期待的。期望未來能有更多企業願意一起投入永續供應鏈，和社創組織一起提供給市場更好的選擇，創造永續發展的共融未來。

本文同步發表於中華民國全國工業總會《產業雜誌》民國 109 年 12 月號 

## 國際趨勢

# 跨國企業 SAP 發起「5 & 5 by '25」倡議計畫 以採購方式促進社會創新

知名企業資源管理軟體公司 SAP，於 2020 年宣布「5 & 5 by '25」倡議計畫。目標在 2025 年前，將每年採購支出的 5% 用於「社會企業」，其中包含婦女、少數民族、原住民所持有的「多元化供應商」。期待透過中介組織串聯社會企業，藉此積極地對我們所處的社會產生更多正面影響力。根據內部估計，到 2025 年，SAP 每年可將高達 6,000 萬美元的全球採購支出用於社會企業和多元化供應商。而根據世界銀行 (World Bank) 數據，2019 年全球企業採購支出至少為 14 兆美元。只要將此筆支出的一小部分用於經過認證的社會企業，企業就可以攜手解決目前世界上最急迫的社會和環境問題。SAP 看到了這樣的現況，並決定做出實際行動來做改變。

SAP 強調，每個行業、每間公司都有採購需求——從洗手間中的肥皂、辦公室用品、自助餐廳中的食物和飲料、病蟲害防治甚至是人才的獲取都算在內。這些都是社會企業能提供的產品和服務，同時也是企業的必要花費。那麼，若能把錢花在經認證的社會影響力供應商身上，在採購同時創造社會影響力，何樂而不為呢？

目前 SAP 以英國作為試點，已在 9 個月內將採購支出的 2.5% 投入到社會企業 (如以咖啡販售協助無家者的 Change Please)。在這個過程中，SAP 也破除了大眾對於社會企業的迷思：

**迷思一：社會企業的產品與服務過於昂貴？**

並非如此。通過將這些供應商整合到供應鏈中，實際上是節省資金。

### 迷思二：社會企業提供的質量較低？

恰恰相反。到目前為止，SAP 員工對公司從社會企業購買的產品和服務更加滿意。

### 迷思三：社會企業規模太小，無法負擔企業所需規模？

大錯特錯。在英國，合作之社企完全遵守 SAP 嚴格的採購政策，在不到 9 個月的時間內就使 20 個社會企業穩定提供 SAP 採購來源。

企業、機關等單位透過有意識的採購行為不僅有實質好處，也協助社會創新組織在經營體質上的健全發展，以及拓展更多銷售通路、帶動消費市場的商機，並對社會與環境議題創造正面衝擊。

資料來源：Social Enterprise World Forum 

## 不出門也能看醫生！各國推遠距醫療新模式抗疫

2020 全球新冠疫情未歇，不僅在大流行後的十個月內造成近八千萬確診，各國產業經濟、旅遊觀光受到極大衝擊，也讓許多國家的醫療資源瀕臨潰堤邊緣，而身在第一線的醫療人員還得克服心理上面對病友照顧的高負荷情緒困擾。

根據荷蘭皇家飛利浦電子公司 (Koninklijke Philips) 調查全球 500 位 40 歲以下之醫師因應 COVID-19 疫情所造成的工作改變，並出版《2020 年未來健康指數報告 Future Health Index Insights: COVID-19 and younger healthcare professionals》。其中一項重要數據顯示：疫情後有 61% 之年輕醫師認為「遠距醫療」將超越 AI 醫療成為科技醫療領域中發展的首位，從此趨勢也能看出，這場席捲全球的嚴重傳染性疾病，正悄悄地改變了人們未來就診看醫生的新趨勢。

這股因應疫情吹起的遠距醫療風潮，已逐步落實在日常醫療生活中。如來自美東的遠距醫療平台 AmWell，是第一家獲得美國遠距醫療協會 (ATA) 認證的遠距醫療廠商，至今已有超過 1.5 億次的平台使用量。患者只要下載 AmWell App 註冊後，線上挑選該服務的醫生進行預約，即可於指定時間與預約的醫師進行線上視訊通話診療服務，而收費卻只要一般實體門診看診費用的一半，提供民眾負擔得起的醫療服務新選擇。

在醫療資源相對缺乏的中東與北非地區，則有來自阿拉伯的線上醫療平台 Altibbi。不僅於網路上累積上千篇醫學文章，更摘錄最新的醫學新知、提供遠程醫療服務以及與專業醫生的諮詢。因為新冠疫情的緣故，Altibbi 與阿拉伯聯合大公國衛生部門合作啟用一條 111 電話熱線，讓所有阿拉伯地區的人民皆可透過撥打電話連接醫生端，在家中就可以獲得專業的醫學評估，避免出入公共場所暴露傳染風險。

疫情期間除了減少公共場所出入避免 COVID-19 的感染外，更要嚴防前往醫療院所候診時於密閉空間交叉感染的可能。來自美國舊金山的 Navimize 團隊就開發了一款系統，可以精準預測醫生看診時的延誤時間，幫助患者精準掌握自己的就診時間，避免了眾多病患於同一室內空間候診之互相改染的機會。

除了感冒或慢性疾病可以透過遠距醫療的方式進行線上看診外，來自台灣的鳴醫 (Mediot Co. Ltd.) 則是看準了心理疾病的遠距商機，開發了「遠距抱抱」平台串接民眾、醫療人士、醫療機構，讓三方利用數位化方式，降低心理疾病患者不願至醫療院所實體就診的痛點，也降低了民眾心理諮商與求助的門檻。

因為一場全球流行的新冠疫情，不僅改變了未來的醫療就診模式，也讓民眾日後更多了智慧醫療的新選擇。

資料來源：Social Innovation Academy、World Economic Forum、Philips 

## 農業與新科技的創新結合運用，為農業帶來更具競爭力的未來

隨著近年來許多新興科技，如：AI、IoT、區塊鏈等技術的發展及運用，帶動許多產業的創新轉型。尤其是傳統的一級產業農業，也藉由科技創新提升工作效率與農作物的品質。此外，由於氣候變遷造成種植生長環境的不穩定性、人口增加導致產量需要提升、勞動力減少使得產出減少，以及食品安全促使品質更被重視等眾多威脅與挑戰下，更顯得農業必須迫切地尋求更多創新做法以保護和提升農作物產量，新興科技與傳統產業結合的綜效便是相當合適的解方。

近年來，市場上已可見到許多相關的創新模式或是新產品。台灣的區塊鏈技術公司「奧丁丁」把區塊鏈的去中心化、溯源性、資料共享性與不可竄改性特色，運用在農業供應鏈中，提升產品來源追溯的透明化。奧丁丁和許多在地酪農牧場合作，經由區塊鏈技術、電子商務與地圖系統的結合，讓消費者可以透明地了解並搭配購買來自不同地區牧場的鮮乳，再由產地直送至消費者的手中，使得購買過程變得相當簡單與清楚，也能為在地酪農創造更多的銷售。

AI 人工智慧也是農業科技發展的重要領域，在農作物種植過程中，首要任務是雜草控制，但現今估計有 250 種雜草已對除草劑的具有抗藥性。美國雜草科學協會評估不受控制雜草對玉米和大豆作物造成農民每年損失 430 億美元。為了解決這個問題，美國機器人公司 Franklin Robotics 團隊將 AI 的自動演算學習能力與機器人硬體結合，開發一款除草用太陽能機器 Tertill，以太陽能提供機器動力來源，並運用機身上的感應器偵測雜草位置、長度與高度進行評估是否該修除雜草，再以旋轉修剪刀片自動除草，如此便能夠提升人力效率以及減少除草劑的使用。

農業千百年來都是人類文明和生活的根本，而農業創新也因應現在多元的挑戰正不斷出現。2020 年疫情帶來糧食的生產問題迫在眉睫，世界糧農組織（FAO）也已警告疫情影響糧食生產和獲取在部分國家可能形成國安危機。農業領域創新如何回應消費者、生產者和環境的多元需求，將會是重要議題。

資料來源：國家實驗研究室、CSROne、Crunchbase 

## 國際影響力投資網絡再推出影響力成果報告 盼持續推動影響力分析標準化

根據國際影響力投資網絡（Global Impact Investing Network，GIIN）於年中發佈的調查，全球影響力投資市場資金規模已達 7,150 億美元（約 20 兆台幣），可見愈來愈多投資人開始關注每筆資金背後的社會影響力。然而，GIIN 近期發佈的報告卻指出，由於缺乏完善的分析工具與資源，至今仍有逾 8 成的影響力投資人無法將投資產生的影響力成果與市場表現做比較。這將導致影響力投資人無法借助分析結果有效管理及運用資產，影響力投資機構也較難與客戶溝通投資成果，這將限縮整體影響力投資市場的發展。

著眼於當前的困境，GIIN 於 2019 年首度推出「潔淨能源」與「房屋」議題的影響力績效評估 (Evaluating Impact Performance) 報告書，提供整體市場影響力成果比較及分析的工具。今年年末 GIIN 又再次推了解影響力績效 (Understanding Impact Performance) 報告書，協助「農業」及「普惠金融」(即人人均可獲得多元、可負擔的金融服務) 領域的衝擊投資人比較不同投資的影響力成果以及影響力投資對該領域的整體影響。本次的報告書中，GIIN 針對兩個領域的影響力投資人分別進行調查，了解全球各地的投資人如何擬定策略、篩選標的與觀測數據，並依據統計結果與各領域中的改變理論 (Theories of Change) 歸納出數個影響力途徑 (Impact Pathway) — 可觀測/搜集的量化數據如何間接或直接顯示「投資帶來哪些衝擊 (WHAT) 及衝擊規模 (HOW MUCH)」、「衝擊的受益人是誰 (WHO)」、「投資如何創造這些改變 (HOW)」及「這些衝擊相應的風險為何 (RISK)」等各個影響力成果面向。

透過發表上述報告書產出分析工具與統計數據，GIIN 期待能持續推動影響力表現分析方法的標準化與工具的普及性，以提升影響力表現評估的數據透明度及可比較性。如此一來，方能健全影響力投資市場的發展，並持續吸引更多投資人因看見影響力投資的正向成果而加入影響力投資的行列。

資料來源：GIIN 

## 想推動內部創新精神？領導者需先破除的迷思

內部創業家精神近年來備受討論，甚至被認為是組織內部不可或缺的新能力。若組織成員具有豐沛的內部創業家精神，不但能有效運用現有資源、協助組織創新、減低營運風險，甚至能間接提升員工在工作上的成就感。

然而，當眾多組織領導者大力推崇內部創新精神時，似乎也誤將內部創新精神視為萬靈丹，而忽略其它輔助條件的重要性。以柯達為例，雖然當時柯達已意識到數位化浪潮，並積極推動內部創新，但始終因為缺乏宏觀視野，並過度仰賴單一員工創新能力，而無法在市場上保有競爭力。此外，近年許多企業紛紛設立創新部門或是內部孵化器，但創新部門若缺乏与其它部門的資訊與資源流通性，也無法有效將創新的想法付諸實行，達到資源綜效的可能。

為了解組織內部成功創新的關鍵因素，美國學者 Andrew Corbett 與其研究團隊針對財富雜誌前百大公司 (Fortune 100 companies)，包含康寧、杜邦、奇異、百事等公司，執行超過 600 場訪談，歸納出下列幾個成功推動組織內部創新的關鍵要素：

1. 以實際行動支持創新的領導者與公司文化
2. 跨部門共享資源
3. 清楚控管、規範創新流程的機制
4. 具有包容性的組織結構，能有效地讓知識與技術跨部門流通
5. 在長期的創新過程中，能給予員工清楚的指標與回饋
6. 有別於傳統工程師或是產品發展部門人員的專業能力

內部創業家精神雖然能有效協助組織創新，但也仰賴組織內從上到下系統性的支持，想要長期推動內部創新的領導者，需思考如何將內部創新精神內化為組織內長期經營的範疇，而非追求一次性的創新。確保讓資訊與資源能夠跨部門流通，才能真正支持從發想到執行的創新產物，為組織帶來長遠的效益。

## 敬邀參與【2021 玉山安侯論壇 - CSR 大不同 · 社會創新是新寵】

2020 年年初世界經濟論壇發布之全球風險報告指出，前十大風險中皆以環境及社會衝擊為主，過去所重視的經濟風險已不再名列前茅，而 2020 年在全球引起經濟震盪的傳染性疾病 - 新冠肺炎，僅在世界風險中敬陪末座。而一整年的震盪，無論是澳洲森林大火之生態浩劫，或席捲全球的疫情風暴，都已成為世界各國無法避免的新興議題，經濟盛衰已與當代環境及社會議題息息相關。

因應當前世界風險演變，全球除關注各大企業之營收表現外，也開始關注企業在非財務指標 ( ESG · Environment 環境，Social 社會，Governance 公司治理 ) 的投入程度。尤其，國內外各重磅媒體以 ESG 為討論主軸，可見 ESG 已不再是單純的法令天花板，更成為新一代經理人的投資新顯學。

ESG 的實踐不是企業單獨打獨鬥。市場上早已有許多透過商業模式來解決環境及社會議題的社會創新組織在不同議題上耕耘。這群對環境及社會有熱忱的社會創業家不僅是 ESG 的實踐者，也是企業思考 ESG 創新切入點的潛在合作夥伴。本次論壇希冀透過分享交流與論壇對話，增進會員企業了解國內外 ESG 趨勢、CSR 企業社會責任議題及社會創新策略，探索長遠的合作夥伴關係。

歡迎對社會創新議題有興趣之人士，報名參與 2021 年 1 月 21 日 ( 二 ) 13:30【[2021 玉山安侯論壇 - CSR 大不同 · 社會創新是新寵](#)】。

## 聯絡我們

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。

### 黃正忠

安侯永續發展顧問(股)公司 董事總經理

T: +886 (2) 8101 6666 Ext.14200

E: [nivenhuang@kpmg.com.tw](mailto:nivenhuang@kpmg.com.tw)

### 侯家楷

安侯永續發展顧問(股)公司 經理

T: +886 (2) 8101 6666 Ext.15177

E: [jeffhou@kpmg.com.tw](mailto:jeffhou@kpmg.com.tw)

### 李宓怡

安侯永續發展顧問(股)公司 高級顧問師

T: +886 (2) 8101 6666 Ext.17566

E: [erinli1@kpmg.com.tw](mailto:erinli1@kpmg.com.tw)

李若寧

安侯永續發展顧問(股)公司 高級顧問師

T: +886 (2) 8101 6666 Ext.18236

E: [ninglee@kpmg.com.tw](mailto:ninglee@kpmg.com.tw)

## Key links

— [社會企業服務團隊](#)

— [Social Enterprise Service](#)

### 新訂戶

若您的同事、長官或好友也期望收到 **KPMG 社會企業電子報** 之內容，請本人以 [電子郵件](#) 的方式，並告知單位與部門名稱、姓名、職稱及聯絡電話，我們將透過電子郵件為其寄上本電子報。

### 退訂戶

若您想暫停收取社會企業電子報之內容訊息，煩請以 [電子郵件](#) 告知。

home. [kpmg/tw](http://kpmg/tw)



KPMG in Taiwan apps



[Privacy](#) | [Legal](#)

You have received this message from KPMG in Taiwan. If you wish to unsubscribe, please [click here](#)

For information and inquiries, please [click here](#)

© 2020 KPMG, a Taiwan partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.