



Social Enterprise News

社會創新趨勢分享



30 June 2023 | Social Enterprise

社會企業電子報

目錄

視野眺望臺

[要強化 ESG 績效？就從建構 IDE 友善職場開始！](#)

國際趨勢

- [剩食問題新解方，醜蔬果逆轉勝！創新科技 x 藝術設計 x 即時料理](#)
- [印度東北部巧克力品牌，促進戰亂傷痕地區經濟永續發展](#)
- [離岸風電新契機：能源島將為風電產業帶來全新運作模式](#)
- [增進產業供應鏈的氣候韌性 ClimateAi 以人工智慧助企業因應氣候風險](#)
- [LVMH 永續新創企劃 二手布料成為新一代設計師的孵化器](#)
- [勇奪荷蘭年度社會企業獎項 清潔品牌快速成長擴散公平貿易影響力](#)
- [建立不同文化的員工網絡 打造共融、多元、平等的工作環境](#)

視野眺望臺 — KPMG 社會創新洞見

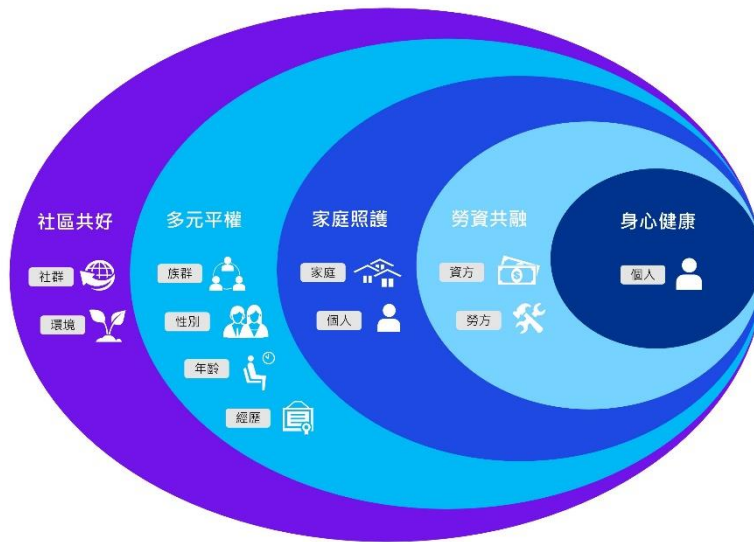
要強化 ESG 績效？就從建構 IDE 友善職場開始！

黃正忠董事總經理、侯家楷經理、李若寧經理、張凱柔高級顧問師、程芝榆研究員 | 安侯永續發展顧問股份有限公司

近年來，報章雜誌中對於缺工議題的討論方興未艾，許多企業也開始爭相祭出員工福利以吸引人才加入。但是此議題背後隱藏的就業市場變遷，並非福利金、休假或零食櫃即可回應與翻轉：經濟與社會壓力導致的少子化大量減少青年勞動力、提早退休潮使企業流失中高齡雇員、乃至疫後快速發展的非典型就業（例如：部分工時、約聘、派遣等）創造多元工作選擇等，皆將使得招聘與留用人才愈趨困難。

面對快速變遷的潮流、AI 科技的普及、全球化等，組織除了聘用「數量足夠的」人力以外，尚需確保其團隊能夠保持高度彈性、深度了解市場脈動、具備創意創新能力、善於跨文化協作等，以保有或創造其競爭優勢。近期國內外盛行的 IDE (Inclusion、Diversity、Equity) 概念即旨在協助企業回應上述挑戰——那麼，企業或各類型組織究竟該怎麼做才能營造吸引新世代優秀人才長期共同投入的友善職場呢？

正如生活中的每個環境皆是由一段段互動關係交織而成（例如：學校教室中包含老師教導學生、同學間共同學習等關係），職場也不例外。因此，本文經檢視職場中各式的互動關係，羅列出職場環境的五大構面，並一一指出其於理想職場建構中扮演的關鍵角色：



資料來源：KPMG社會企業服務團隊

圖：IDE 友善職場五大關鍵

- 身心健康：首先自職場中每一位個人出發，友善職場中應確保組織內上至負責人、下至基層員工都具備良好的生理與心理狀態，以充分展現其專業與能力，進而最大化運作效率。例如社會企業鳴醫推出的遠距心理諮商品牌「Farhugs 遠距抱抱」以心理健診、主題講座與客製化課程等，協助 35 間企業照顧成員心理健康、建立團隊士氣與提升工作效率等。專注以科學、健康方式回應失眠議題的「好眠事務所」亦透過睡眠品質監測與改善服務，協助企業提升員工睡眠品質，進而改善身心靈狀態。此外，「心理安全感」的建立與維繫亦是企業於此面向上需面對的重要課題：組織應打造一個成員們皆能夠自在表達正負面意見、不必擔心招致責怪懲罰的環境，不僅得以增加創新點子的產生（引用 KPMG UK 發布之 Inclusion, Diversity and Equity，將相較其他組織增加 83%）、建立團隊互信，更能確保每位同仁無需承擔額外的心理壓力。
- 勞資共融：雖然近年已出現愈來愈多對於組織扁平化的討論，職場中仍無可避免存在資方與勞方的關係。然而，勞資是否必然是對立的呢？理想的友善職場中，勞方與資方實應為相互支持、彼此成就的關係，包含：透過有效的教育訓練或日常工作的回饋建議，賦能同仁專業能力成長，進而反應於團隊工作效率、產品服務品質甚或銷售狀況提升中。亦或逐步導入「經濟民主」的機制，由員工共同參與企業經營管理的集體決策與獲利分配，使其對企業產生更強的歸屬感與向心力，願意積極投入、降低流動率。例如長期推動勞工權益的台灣勞工陣線，即深度鑽研「經濟民主」機制與成效，期待協助企業達成勞資共好。
- 家庭照顧：現代家庭多半面對著工作與家庭難兩全的考驗，不僅間接促成生育率的降低，挑戰亦隨著超高齡化的到來更加嚴峻。因此，企業內每一位成員及其家庭的關係是友善職場的第三個關鍵。組織應評估透過兒童、長者照顧相關支持政策（例如：接送學童者得彈性上下班時間、串聯兒童福利聯盟等組織辦理專業親子共好課程、攜手長照議題非營利組織協助照顧長輩起居等），降低員工家庭照顧負擔，進而減少因相關需求離職、身心靈狀態下滑或頻繁請假等情形，更可能吸引具相關需求之優秀人才加入。

- 多元平權：組織在招聘人才、日常工作乃至績效評估等環節中，皆應平等對待性別、種族、年齡、經歷背景等條件不相同的每一位成員。此舉並非僅為因應平權潮流，而是與組織表現直接相關：引用 KPMG UK 發布之 Inclusion, Diversity and Equity，具備多元種族或文化背景的管理團隊之獲利表現優於均值的機率較其他團隊高 30%，且多元組成的組織相較單一組成者更能理解不同市場或客群的需求、決策速度亦較其他團隊高 60%。因此，企業除了應全面檢視其選訓用留乃至日常工作中是否有透明度欠佳、可能排除特定背景者加入的環節外，也需思考如何確保不同背景的成員，能夠於發揮各自專長與價值的同時順暢協作。例如長期推廣平權的媒體社群女人迷即推出「多元共融培訓課程方案」，協助企業全面建立組織成員的多元同理意識、辨識並消除無意識偏見與微歧視等，為共融的環境紮穩根基。
- 社區共好：友善職場除了照顧組織內部的工作夥伴（包含負責人與全體員工等）外，如何與外部周遭社區夥伴建立關係、共同發展亦是一大關鍵。例如洗沐用品品牌茶籽堂即深耕其主要原物料來源地—種植苦茶樹的宜蘭朝陽社區—透過契作農場、社區協會合作、地方小舖改造等，引注活水支持村莊的復興發展，也為品牌增添更多地方的味道。一如茶籽堂曾於報導中指出「我們與社區想建立的是夥伴關係，一起合作發展」，IDE 的精神應藉由組織及其員工與地方緊密的關係，進一步拓展至周遭的人群、自然環境等（例如：於生產過程中考量如何確保生產夥伴的權益保障、賦能其發展等），以協助企業穩定供應鏈、增加員工工作價值感，甚或結合地方特色推出創新商模與產品服務等。

在經歷網路科技與新冠疫情震盪的就業市場中，年輕求職者有更彈性、多元的就業與創業選擇。諸如《Cheers》雜誌「Z 世代萬人大調查」、「Z 世代全方位意向調查」或《數位時代》等媒體針對「P 世代」之報導也顯示，年輕族群相較過去求穩定溫飽的世代，更高度注重工作生活平衡（對應上述五大關鍵的「身心健康」、「家庭照顧」）、職場中的學習發展機會（對應上述五大關鍵的「勞資共融」）以及工作的價值與意義感（對應上述五大關鍵的「勞資共融」、「社區共好」）等。而臺灣 55 到 64 歲勞動參與率相較國際情形明顯低落，則同樣來自友善職場的缺乏—根據衛生福利部調查，72% 受訪者曾因「年齡限制」遭遇求職困難（對應上述五大關鍵的「多元平權」）一致使產業錯失一群具備豐富經驗與熱誠的工作夥伴。

友善職場已不再是有餘裕再做的額外福利，而是企業在激烈競爭中成功徵才、留住人才持續於組織中高效率貢獻的關鍵。反之，若員工於組織中缺乏賦能成長的機會、難以兼顧自身健康與家庭生活，甚或面對差別待遇，不僅難以形成對組織的向心力、工作態度上轉趨消極，企業更可能就此失去留用、培養人才的良機。面對缺工危機，企業於絞盡腦汁競爭員工福利優渥與否之餘，不妨先行檢視是否已依循五大關鍵建立友善職場，以打造能夠與優質工作夥伴永續經營的共好環境。



國際趨勢

剩食問題新解方，醜蔬果逆轉勝！創新科技 x 藝術設計 x 即時料理

聯合國環境署（UN Environment Programme）的〈Food Waste Index Report 2021〉指出，2019 年全球約浪費 9.31 億噸食物，更表示全球 8-10% 的溫室氣體排放與未食用的食物有關。柏克萊經濟評論（Berkeley Economic Review）〈The Good, the Bad, and the Ugly Produce Movement〉則提到全球每年約 13 億噸食物未被食用，其中 1,000 萬磅由於外觀不完美而被丟棄，增加溫室氣體排放之餘更影響農民收入。食物浪費使社會與自然環境的負擔越來越沉重，因此，如何解決食物浪費問題成為一項具挑戰性的任務，近年許多新創企業將目光投注於減少「醜蔬果浪費」的議題。

ANINA Culinary Art (以下簡稱 ANINA) 是一家位於以色列的新創食品科技公司，由兩位耶路撒冷的工業設計師 Meydan Levy 與 Esti Brantz 於 2020 年成立，創辦人起初發現市售蔬果僅因外觀不好看就被丟棄，造成大量食物浪費問題，於是透過創意產品設計作為解決方案，讓醜蔬果發展美麗新用途，並與行銷、烹飪專家 Anat Natan 合作，提供消費者飲食新體驗。團隊觀察到當代人的生活步調快速，常在營養健康與方便快捷之間取捨，於是 ANINA 回收被淘汰的醜蔬果，透過「創新技術」、「設計專業」和「烹飪藝術」的結合，製造具有藝術感、100%天然、高營養的微波素食即時餐塊，使醜蔬果免於丟棄，解決食物浪費問題。製造流程分為兩塊，包裝外殼向攤商收購因大小、形狀、瑕疵等美觀問題被淘汰的醜蔬果，切片、堆疊、排列後，層壓成碗狀的外殼容器，內餡則製作義大利麵、穀物與豆類等主食餐點裝入碗裡，再以蔬果薄片封存，製成即食餐塊。

ANINA 藉由升級再造食物 (upcycling food) 回應剩食議題，每售出 10 噸即時餐塊，約可減少 3.5 噸乾燥醜蔬果的浪費，為醜蔬果謀劃吸睛新出路，幫助農民提升收益、有效減少食物浪費、為生活忙碌的現代人提供快速美味的健康飲食新選擇。食物浪費議題一直以來是各國政府、企業、非營利組織不斷關注的議題，如國內的格外農產品採購友善農法小農的「格外品」加工製成果茶醬等。國內外企業大多選擇處理水果類剩食，而根莖類的醜蔬果因處理成本相對較高，所以較少企業投入，後續如何更深入的處理食物浪費，需要各界持續地思考與投入，共同創造更永續的生活環境。

資料來源：UN Environment Programme, AgFunderNews

印度東北部巧克力品牌，促進戰亂傷痕地區經濟永續發展

烏克魯爾(Ukhrul)是印度東角曼尼普爾邦(Manipur)的山區，擁有豐富的植物和在冬日陽光閃爍金光的綿延山脈，但這樣美麗的環境，卻自 1947 年印度獨立以來，成為衝突和叛亂的發生地。當該地區併入印度時，因種族差異衍生一系列鎮壓、剝削等問題，致使當局與民眾的激烈衝突，從森林、村莊、灌木叢，無處不見紛飛炸彈。

軍事化對於該地區產生負面衝擊，即使到了現代衝突已然平息，但戰爭的傷痕仍讓當地經濟復甦困難，當局政府也未有相對應的政策，沒有工作機會的烏克魯爾，也讓年輕人紛紛離開此地、失去創業的動能。然而兩位當地居民 Zeinorin Stephen Angkang 和 Leiyolan Vashum 卻從危機中看到轉機，烏克魯爾擁有許多獨特的在地農作物，如生長在野外的多刺亮橙色漿果 Karathei、野胡椒粒、長在樹上成串的酪梨、落在地上的鮮豔李子，極富有農業生產潛力。於是，2017 年 Hill Wild 巧克力品牌成立，使用烏克魯爾的契作農產加工製成巧克力，加入在地南瓜籽、幽靈辣椒等，並與當地工匠合作進行包裝設計，期待透過此商業模式在印度東北部地區建立一個經濟可持續發展的社區。

在整個創建的過程中，Hill Wild 藉由品牌建立、網絡零售、實體通路與婚禮節慶活動等合作，為農民創造可持續性收入，也為當地社區提供穩定的就業機會，但兩位創辦人也深知，想要讓一個地區經濟復甦，光靠他們是不夠的。於是開始在當地創建了 15 個農民團體，幫助他們獲得有機認證，鼓勵當地農民、設計師、廚師和工匠創造植根於該地的產品，由 Hill Wild 協助打包與銷售，讓在地居民更加有信心，豐沛了當地的創業動能。

現在 Hill Wild 已有 4 人正職團隊、13 位兼職女性協助生產並開發新產品，與當地超過 200 位農民進行契作，更發展出酒、茶、毛毯、織布等超過 91 間企業在村莊裡如雨後春筍般湧現。未來，Hill Wild 預計推出更多用可持續方法生產出的食品，將當地物產融入，預計在 2030 年讓烏克魯爾成為一個以全有機兼具創業精神而聞名於印度的地區，讓在地社區蓬勃發展。

資料來源：HillWild, The Better India, Good Food Jobs

離岸風電新契機：能源島將為風電產業帶來全新運作模式

丹麥三面環海，位於風力充沛的西風帶上，19 世紀末已經將風力發電實用化，1991 年更建造了全世界第一支離岸風電機，為風力發電帶來全新運作模式。國際上知名的再生能源公司 Ørsted、Vestas、Siemens Gamesa、GE Wind Energy 皆受益於丹麥領先的風力發電技術。根據能源法，丹麥必須在 2030 年前相較 1990 年排放的溫室氣體減少 70% 以及於 2050 年前成為氣候中立 (Climate Neutral) 的國家。雖然丹麥是歐盟的最大產油國，但為了達到淨零排放目標，目前官方已宣布停止審核開採執照，2050 年前全數停止石油、天然氣的生產，並擴大再生能源的發展。

因此，2020 年丹麥宣布將在北海建造能源島，面積相當於 64 個足球場，是丹麥史上最大的基礎建設投資項目。過去風力發電皆是單向運輸，建造能源島之後，可以透過島上的設施收集周圍 200 具機組的電力，再藉由電網彈性調配需運輸的電量，此舉更可讓周邊的國家受惠，如荷蘭、德國、波蘭等，成為跨國合作的風場，預計 2033 年完成建造，將可以完全供應丹麥所需電量。

這座能量島將可提供 500 GW 的電力供應 500 萬戶使用，對於僅 270 萬戶的丹麥，多餘的電力不只在沒有風的季節能持續供電，多餘的電力也能透過電網對外輸出至周邊國家，解決綠色能源缺口。另丹麥也持續研究電力轉為氫能，再轉為綠色燃料的技術，此舉將可以運用於飛機、貨輪等高碳排運輸工具大幅減少碳排，有望在北海成為提供 6,000 艘貨輪燃料的綠色加油站。雖然停止進行石油產業的開採與轉型為丹麥帶了經濟衝擊，但能源島的出現也帶來了龐大的經濟潛力，平均每支風機可創造 1,500 萬美元的經濟活動，除販售電力及綠色燃料，整個能量島的建造與維運也帶來了 500 個工作機會，未來將隨著離岸風機的擴張持續增加。

自 21 世紀起全球的風力發電量快速增長，截至 2020 年已達 733 GW，台灣隨著 2050 淨零碳排的口號喊出，能源轉型、自主成了各國必須面對的議題，紛紛將風力發電納入對抗氣候變遷、降溫室氣體排放的重點政策之一，也讓離岸風電發展成了關注焦點。

資料來源：State of Green, BBC



增進產業供應鏈的氣候韌性 ClimateAi 以人工智慧助企業因應氣候風險

2023 年加州暴風雨釀成 300 億美元的設施損壞和經濟損失，加拿大魁北克省劇烈森林大火讓鄰近城市籠罩陰霾，嘉布瑞爾(Gabrielle)熱帶氣旋則造成紐西蘭本世紀最嚴重的極端天氣災害。在氣候災難日益頻繁的今天，如何適應氣候變化是產業供應鏈不得不關注與解決的問題。為此，越來越多新創科技企業也嘗試透過人工智慧分析大量數據，提供天氣辨識與預測的服務，幫助企業提升氣候變化的適應能力。

2023 年 4 月甫在 B 輪投資中募得 2,200 萬美元資金的 ClimateAi 便是其中之一。這家總部位於美國舊金山的新創科技公司，由 Himanshu Gupta 和 Max Evans 共同創辦。他們結合企業家、科學家和工程師組成團隊，透過人工智慧應用於建構氣候風險模型的技術，幫助食品及農業領域的企業掌握天氣變化及可能造成的市場波動，能夠提早採取有關的行動，降低氣候變化帶來的干擾與虧損。

目前 ClimateAi 已跟許多食品及農業公司展開合作，例如曾協助澳洲的種子公司 Advanta Seeds 精準預測了兩個月後的一場降雨，使 Advanta 能夠搶先競爭對手將種子輸入市場，創造 5-10% 的銷售成長，另外也幫助該種子公司預測到收成時期的潮濕條件將不利收成，得以提前收穫種子，免受數十萬美元到數百萬美元的損失。

ClimateAi 也和世界上知名食品及飲料公司 The Wonderful Company (TWC) 合作，結合雙方的數據和技術，預

測作物的產量與品質、氣候風險、水資源可用性等等。他們也與農民分享共用 ClimateAi 平台，使企業能夠為他們的農民夥伴提供支持，形成多方互惠的網絡。

根據 Forbes 於 2022 年的訪問，ClimateAi 的技術已在食品與農業領域的 15 家公司及 16 個國家的 42 種作物中被使用，並間接嘉惠了超過 1500 萬農民和農業工人。在「確保全球經濟和供應鏈具有氣候適應性」的使命下，展示了人工智慧和預測性分析如何能夠幫助供應鏈做出精準決策，進而提升供應鏈因應極端天氣與氣候變化的韌性。

資料來源：Forbes; Tech Monitor, GlobeNewswire, ClimateAi



LVMH 永續新創企劃 二手布料成為新一代設計師的孵化器

隨著氣候變遷的不確定性、能源稀缺、廢棄物資源化的議題日漸受到重視，如何整合永續發展概念至本業核心業務已成為企業策略主力方向，其中循環經濟將資源最大化的思維與商機，已逐步擴展到各個產業，成為當今不分領域的顯學。

時尚圈近年來積極推動永續變革，透過創新的方式減少浪費，使經濟與環境得以並存發展。眾所皆知的 LV 集團是世界最大的跨國奢侈品綜合企業，旗下包含 Dior、Celine、Fendi 等知名品牌，該集團於 2017 年創立「DARE」全球內部創業計畫平台，旨在激發內部創造力和創新的精神，邀請員工分享對業務轉型的想法，平台亦提供多種工具和創業方法，協助將這些想法轉化為具體行動或商業模式，迄今已培育超過 52 個新創計畫。

其中，Nona Source 即是藉由 DARE 計畫孕育而生的二手布料轉售平台，過往時尚服裝在製造過程中常會產生許多剩餘布料，也是秀場臨時修補的材料，為維護品牌的價值及權益，剩餘的布料或產品不會以常規方式回收或丟棄，而是一直堆積在倉庫中。集團採購人員觀察到各大品牌庫存長期堆積大量的高級布料，為使能夠再次被有效利用，故創建線上轉售平台 Nona Source，將法國高級訂製的滯銷布料，經處理後以低於原價 70% 的價格銷售。

綠色時尚當道，以循環再生為核心理念的 Nona Source 頓時受到不少支持零廢棄設計師的愛戴，另一客群為新銳設計師，多以接案方式、製作單品為主、件數不多，所面臨的成本瓶頸即是布料市場的採購門檻，市售大多需大量買進，面對服裝件量不多難以獨立購買、沒有足夠的資金採購高昂布料的難題，Nona Source 提供實惠價位以及小尺寸販售的銷售型態，無疑是新銳設計師的最佳解方。

Nona Source 除了突破時裝原料價位高昂的門檻，更打破地域的框限，不僅開設實體店面提供實際觸摸布料的機會，對於無法到現場的設計師，也提供線上視訊諮詢服務。截至 2022 年已成功再生利用 19 萬公尺的布料，並吸引了超過 600 位客戶，相比去年同期客戶數增長一倍。這使得更多設計師能參與二手布料再製，同時也將 Nona Source 打造成時尚圈的潛在人才庫。

時尚產業常受到「過度浪費」的質疑，為此 LV 集團積極投入社會與環境永續，並期許打造「正向奢華」(Positive Luxury) 的品牌形象，運用循環經濟的思維，減少布料再製所帶來的環境汙染、廉價勞力和能源消耗等問題，如此企業永續行動也成為新一代設計師與時尚品牌之間連結的橋樑。

資料來源：LVMH



勇奪荷蘭年度社會企業獎項 清潔品牌快速成長擴散公平貿易影響力

隨著人口增長與自然環境的破壞，充足與安全的水資源越來越具有挑戰性，聯合國更指出需從減少水汙染以及改善廢水管理系統方面著手，然而由於人口增長、都市化快速，全球的廢水量與總汙染量都在增加，其中未經處理過的家庭廢水更是一大問題，以石化原料製造出的各式清潔劑為河川與海洋帶來不少的汙染。

荷蘭社會企業 Seepje 以尼泊爾種植的無患子果皮打造 99%天然成分清潔產品，包含洗衣精、洗手乳與肥皂等生活用品，以天然成分取代洗滌劑等石化原料，可以快速且安全的溶解於環境中。至今已拓展至比利時、德國、西班牙與韓國等地，因其快速成長與擴散的影響力，於各家社會企業中脫穎而出，獲得 2022 年荷蘭 Social EnterPrizes 年度社會企業獎項。

根據統計，每次使用 Seepje 的清潔劑，可以省下製作一個塑膠袋的石油，也因為成分天然減少加工程序，2021 年共省下 2700 萬個塑膠袋的石油量。除了在成份上的減碳，包裝瓶身更由 97%的廢棄塑膠再生製成，使用完後仍能繼續完整回收，盡可能地減少對環境的負擔，更獲得紅點設計大獎等多項國際大獎。在運輸上 Seepje 透過 GoodShipping Program 使用生物燃料進行原料的海運，每年可以減少約 1,106 公斤的碳排。

以尼泊爾無患果樹為主要原料的 Seepje，同時也是歐洲第一個獲得公平貿易認證的清潔品牌，以合理價格採購無患子果皮、與個別農民或合作社直接接觸，追蹤其收入是否提升他們的生活品質。此外，更透過定期舉辦研討會、培訓等方式賦能農民，也發放 1,500 棵無患子樹苗，教導農民如何最好地種植，並於 5-6 年內以合理價格收購，建立長期合作關係與創造長期經濟價值，同時提高果樹的經濟價值，減少樹木被砍伐或焚燒。

在無患子採收處理後，會被送到 Seepje 合作的 3 個庇護所，由庇護所中的身心障礙人士協助秤重果皮、包裝，透過工作建立他們的自信心與獨立性，已有約 50 萬件產品經由身心障礙人士協助生產。不論是在環境面使用天然原料、減少碳排，或是社會面致力於公平貿易、賦能利害關係人，Seepje 都不斷創新希望成為產業中的典範，擴散自身經驗與建立長期影響力。

資料來源：UN Water, Social Enterprizes, Seepje



建立不同文化的員工網絡 打造共融、多元、平等的工作環境

2010 年後，企業 IDE (共融、多元、平等)被廣泛視為經營策略之一，打造共融、多元、平等的職場環境，有助於留住員工，並且提升財務報酬。根據麥肯錫顧問公司研究指出，多元化項目中「種族和族裔」領域表現排名在前四分之一的公司，獲得高於其產業中位數財務報酬率的可能性多了 35%，而多元性別的公司獲得較佳報酬率的可能性則多了 21%。

提供客戶體驗管理 (CXM) 服務的 Adobe 致力於為員工、客戶、合作夥伴和整個科技行業構建多元化和包容性的環境，並以此打造一個 Adobe For All 的 IDE 策略。每年，Adobe 都會舉辦一週的 Adobe All Week，由員工擔任講者，分享他們的生活經歷，透過經驗協助同仁建立同理心、包容度和擴大視野，舉例而言，2021 年的主題為 “Do One Thing Today”，提倡以日常的小行動產生大影響，每個人都可以有改變社會的力量。活動當週 Adobe 也會同時宣布當年度的 IDE 重要發展策略。2021 年 Adobe 與 Bowie State University、Winston-Salem State University 等州立大學建立夥伴關係，合作開發獨特的解決方案，讓所有學生都能接觸數位科技職業，除了提供 100 份年度獎學金，更策略性地提供培訓、實習、財務援助和數位工具，以推動他們在 Adobe 或其他地方的職業生涯。

有鑑於公司內部的多元組成，Adobe 將具有相似興趣、背景的人連結起來，組成 Adobe Employee Network，期望藉由員工網絡創造一個健康、和諧、包容的工作場所，並與非營利組織合作，協助相對弱勢的社區進行發展。Adobe Employee Network 總共有：亞洲/太平洋島民 (APIA)、黑人 (BEN)、殘疾者、西班牙裔/拉丁裔 (HOLA)、土著和原住民 (IFNA)、LGBTQIA+、退伍軍人(VEN)、女性等八大員工網絡。每個網絡都有屬於自己文化的專屬月份，例如 APIA 遺產月、黑人歷史月、殘疾人士就業意識月等，2022 年共 12,000 多位的 Adobe 員工在不同文化節日中累積了約 295,000 美元的個人捐款、Adobe 媒合贈款，以支持 40 多個致力於獲得平等教育和經濟機會以及促進人權之非政府組織。

數位科技的領頭羊 Adobe，透過制定完整的 IDE 策略，從內部員工的聲音出發，並且更進一步連結至社會，協助、支持不同文化的弱勢群體，除了打造共融、多元、平等的工作環境，也促進社會的平等、共融。

資料來源：McKinsey, Adobe's Employee Networks, Adobe CSR Report 2022



Contact us



黃正忠 Niven Huang

安侯永續發展顧問(股)公司

董事總經理暨 KPMG 氣候變遷與企業永續服務亞太區負責人

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

社會企業服務團隊 協理

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

社會企業服務團隊 經理

T: (02) 8101 6666 ext.18236

E: ninglee@kpmg.com.tw

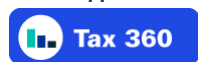
Key links

- [ESG 服務](#)
- [社會企業服務團隊](#)
- [Social Enterprise Service](#)

kpmg.com/tw



KPMG Apps



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)。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 [Joy Lin](#).

© 2023 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.