

氣候變遷 機會鑑別與因應策略表

機會因子	開發和增加低碳商品和服務	投入循環經濟	取得低碳融資或投資
機會種類	產品和服務	資源效率	市場
發生時間評估	中期	長期	中期
影響情境	隨著國際間減碳趨勢，公司擴展低碳、低功率及綠能產品種類，反應市場消費者偏好的轉變，提前搶占市場商機。促使公司市場競爭力提升、市佔率增加、營收及企業形象提升，對產業型態帶來正面影響。	因應國際環保趨勢，發展可回收再利用之循環經濟新產品，鼓勵消費者回收產品；並與策略廠商合作研發再生原料，建立循環經濟效益。藉由提倡環保意識，減少電子廢棄物，進而提升企業形象，營收連帶增加。	因應氣候變遷，金融機構及投資人對公司有更高的ESG要求，若公司有具體的措施及成效，可藉以降低資金成本並增加籌資管道。而永續績效的提升，也會使公司曝光度提升，營收與市值增加，進而吸引更多投資機構關注，增加可用資本。
機會影響面向評估	提升產品功能與效能，除了可減少實體設備使用、降低資料中心用電量、提高耐熱性、降低運作過熱當機外，更可透過公司開發的網管軟體，協助客戶了解產品的使用效能與異常問題判斷、提高客戶使用效能、強化管理階層與各營運據點密切溝通、並快速排除異常問題。	資源回收最大化： - 公司可將已汰換之資訊設備經檢視、篩選後，提供予偏鄉弱勢族群使用，使其得到更多資源。 - 產品隨晶片功能增加，硬軟體均需要換裝升級，可建議客戶購買新型且有低碳功能的設備；建議客戶汰換舊設備之際，將汰舊設備捐贈給當地公益團體或是學校技職訓練。 廢棄物產出最小化： 產品於設計開發階段需評估如何在省電、省油、省水、省紙、提高運輸量能等情形下，研發出符合循環經濟的產品物料，減少廢棄物產量。	對產品或服務的影響： 提升ESG資訊揭露品質，以因應金融機構綠色融資審查及永續投資趨勢。
財務影響面向評估	- 降低間接（營運）成本 - 對產品和服務的需求增加，導致收入增加 - 通過進入新興市場來增加收入	- 產品符合環保意識，可提升企業形象，獲取更多客戶關注並增多訂單、增加營收。 - 精簡產品運輸包裝、減少配件配置，可降低產品成本支出，產品售價可更符合市場期望。	達到永續目標同時關注綠色金融趨勢，取得優惠貸款利率。目前市場上已有相關融資方案，例如：視永續目標達程度可減少貸款利率約0.02%~0.05%。
機會因應策略	產品或服務： - 產品運作能耗管理： - 產品運作、電源部分晶片採取低能耗設計，降低產品整體能耗輸出。 - 設定風扇啟動運作溫度，可減少風扇持續運轉之能耗，降低葉片轉動次數提升風扇壽命以減少物料更換頻率，但仍能維持設備恆溫。 - 將產品使用運作能源分為高、低峰期，遇產品使用低峰期則將能源設定為低輸出狀態。 - 產品物料精簡管理： - 縮小產品體積，並減少包裝物料，以節省使用空間與運輸成本。 - 使用環保可回收物料，提升回收率，減少廢棄物產生。 - 產品機構設計採一體式、卡榫式；操作說明採電子版線上說明，減少物料使用。	產品或服務：資源回收最大化 - 公司可將已汰換之資訊設備經檢視、篩選後，提供予偏鄉弱勢族群使用，使其得到更多資源。 - 產品隨晶片功能增加，硬軟體均需要換裝升級，可建議客戶購買新型且有低碳功能的設備；建議客戶汰換舊設備之際，將汰舊設備捐贈給當地公益團體或是學校技職訓練。 供應鏈或價值鏈：廢棄物產出最小化 - 建議供應商使用可循環性材質。 - 使用可自然解質/縮小的產品外包材。 - 產品模組化設計，維修可採模組替換不需全機汰換處理。	提升ESG資訊揭露品質，以因應金融機構綠色融資審查及永續投資趨勢，如CDP、S&P Global、FTSE Russell等。
機會因應成本	- 營業成本提高 - 資本取得的調整 - 新融資計畫 ■ 針對循環經濟議題，需指派專案團隊和人員（如永續管理師），適時搭配適度預算，以專職、專責的方式進行。短期營業成本雖會增加，若能分階段持續進行並以量化方式管理，長期對公司將有正面效果。		