

**世界經濟論壇與德勤發表聯合報告：  
消費業日益受天然資源短缺與價格波動影響**

業內行政人員齊聚中國大連，探討可持續性的消費和生產面對的挑戰和解決方法

中國香港，2009年10月27日 – 天然資源短缺將使消費業的價格於未來逾十年飆升和波動得更加激烈。估計截至2020年底，全球消費者人口將增加10億，導致消費業失衡，對天然資源的需求遠超於供應。世界經濟論壇與德勤聯合發表《為未來消費者發展可持續性》報告，指出上述壓力可能嚴重限制消費業企業的盈利狀況，建議消費業採取及時果斷的行動，推動行業步向可持續發展的未來。

該報告僅是消費業為應對當務之急合力邁出的第一步。報告指出，除非各項業務能於短時期內重新設計價值鏈來減少所使用的資源，並改變過去以破壞環境為代價的經濟增長模式，否則消費業在推動經濟增長、為股東提供持續穩定的回報，以及滿足消費者需求方面的能力均會受到威脅。業內領導層人員於9月10日至12日參加於大連舉辦的世界經濟論壇期間，商討推動可持續消費專案的下一步行動。

德勤中國消費與運輸行業領導人鄧迎章先生說：「消費業需要採納新技術、商業和管理方法，以面對社會提倡減低污染和推動可持續發展所帶來的上升壓力。消費業由於需要維持成本具競爭性，因此新興經濟已經成為世界市場消費品的主要生產商。但是，新興經濟同樣面對環境問題的挑戰。」

鄧先生繼續說：「例如我們可以將中國三分之一的碳排放量歸因於其出口生產。『綠色GDP』包括因環境受破壞而所需的保健與社會開支，估計最多消耗中國2004年經濟生產的3%，等同超過50億人民幣。這筆開支無疑應該用來創造職位、刺激消費和推動經濟增長。」

該報告強調，資源價格上漲對消費業企業可能造成的潛在影響。報告內其中一個案例介紹了某家收入達800億美元的消費品企業，其資源投入的成本佔營利40%，業務的邊際利潤僅約10%。假設該公司無法將上升的成本轉嫁給消費者，每當資源投入成本上漲10%，其利潤便會下降80%。

德勤美國可持續發展小組消費品行業領導人 Peter Capozucca 稱：「結合資源短缺的情形和未來消費水平的預計來看，資源短缺在不久的將來成為一個十分普遍的問題。它

還會使如能源和水等重要資源的價格飆升和更趨波動。對於資源集中型的企業來說，除非能夠轉向使用效率更高和需求較低的資源的可持續業務發展模式，否則其盈利底線將不保。」

世界經濟論壇消費行業高級董事及主管 **Sarita Nayyar** 指出：「雖然在全球經濟低迷初期，商品價格可能有所回落，但近期價格反彈，反映需求不斷增加，以及資源供應不斷縮減，這個情況將會維持至目前經濟危機過渡後，因此不容忽視。商界領袖不能只著眼於緊急的問題，而忽略了重要的問題，這是非常關鍵的。」

報告概述了下列消費業為實踐未來的可持續發展，應著手採取的一系列行動，包括：

### 協作創新

增長的改善將不足以解決日益緊張的資源供求帶來所需的變化。儘管共同協作型或「開源」創新往往不受歡迎，這些做法卻有助消除鴻溝。企業應當採取「開源」創新。這一做法可為企業創造群聚效應和雙贏局面，同時減少市場開拓者所面對的風險，以及協助訂立各類相關的標準。

### 結束舊有循環體系

傳統的直線型供應鏈模式——建造、購買、填埋——需要由一種資源可被循環利用的新型模式予以取代。為優化資源利用，需重新評估採購、製造、銷售、消費，以及商品生命週期結束等各階段的活動。

### 政策的角色

企業將需要更一致、預測性更強的監管環境。法規可奠定公平的競爭平台，使企業能夠在制定長遠決策的同時，不會失去短期的競爭優勢。

### 消費者參與

消費者往往不瞭解可持續發展，或者當經濟利益、商品實用性與生活便利受到阻礙時，才會發現可持續發展的重要性。消費者也確實喜歡有益環境的消費與公平交易，只要花費不要過高。企業需要在消費者對可持續發展性產品日益增長的興趣，與其對方便性和價格敏感性的要求之間取得平衡。

德勤消費業務小組全球領導人 **Lawrence Hutter** 指出：「消費業領導者正在針對截然不同的經濟環境調整經營戰略。然而，我們也看到人們逐步認識到有必要將以可持續發展的長期商業模式的優先次序提高。可持續發展的商業案例反映了現有商業模式直接面臨的緊迫財務壓力，也反映了可以創造的新機遇。它最終表示消費者和企業將共同成為未來市場的創造者，這些企業可以向消費者表示，無需要為可持續發展而犧牲產品價格及品質。」

鄧先生補充道：「中國越來越關注環境保護和可持續發展的重要性，並且承諾到 **2020** 年底，將以每 **GDP** 單位計算的碳排放量由 **2005** 年的水準大幅度降低。隨著環保意識的提升，中國消費業越來越需要重新設定業務的優先次序，並將可持續性元素包含於其業務模式。」

## 報告簡介

2008年1月，全球消費品業的領先企業齊聚在達沃斯舉行的世界經濟論壇，從此開展了為期12個月的研討過程，報告是這一過程的結晶，代表業內領導人認識到有必要突破傳統發展模式，即主要關注增量增長，轉而尋求可持續發展的方向，從而達到一個理想的未來狀況，使人類的消費需求與自然環境保持平衡。

2008年達沃斯年會後所召開了一連串研討會，吸引了100名消費業的高管和可持續性、經營策略及產品設計領域的專家參與。研討會著重探討如何解決以下四項問題：

- 由於資源需求超過供應，全球消費失衡；
- 消費業過度使用資源是天然資源定價過低的罪魁禍首；
- 消費業企業對資源價格波動與資源限制的敏感性相當高；
- 通過徹底反思未來的可持續性商業模式將浮現新的商業機遇。

報告的調查結果在今年初提交予世界經濟論壇。企業領導人強調，有必要把握系統間的關聯，以及主要通過商業手段以應付錯綜複雜的可持續發展問題。2009/10是計畫的第二階段，此階段採取與商業相關的方式鞏固有關可持續發展的討論，確定各行業在實現可持續供應鏈目標系統性的解決方案過程中發揮的作用。

## 關於德勤

德勤為各行各業的上市及非上市客戶提供審計、稅務、企業管理諮詢及財務諮詢服務。德勤成員所網路遍及全球逾140個國家，憑藉其世界一流的專業服務能力及對本地市場淵博的知識，協助客戶在全球各地取得商業成功。德勤逾168,000名專業人士致力於追求卓越，樹立典範。

德勤的專業人士融合在以恪守誠信、卓越服務、同心協力和融貫東西為本的德勤企業文化中。德勤團隊崇尚持續學習、願意迎接挑戰以及注重專業發展。德勤專業人士積極推動企業社責任，建立公眾的信任，為所在的社群帶來積極的影響。

**Deloitte (德勤)** 泛指根據瑞士法律組成的社團性質的組織 **Deloitte Touche Tohmatsu (德勤全球)**，以及其一家或多家成員所/公司。每一個成員所/公司均為具有獨立法律地位的法律實體。請參閱 [www.deloitte.com/cn/about](http://www.deloitte.com/cn/about) 中有關德勤全球及其成員所法律結構的詳細描述。

德勤中國通過其眾多的法律實體為客戶提供專業服務，此等法律實體均是 **Deloitte Touche Tohmatsu 德勤全球(瑞士會員性社團組織)**的成員。

德勤是中國大陸及港澳地區居領導地位的專業服務機構之一，共擁有逾8,000名員工，分佈在北京、重慶、大連、廣州、杭州、香港、澳門、南京、上海、深圳、蘇州和天津。

早在1917年，德勤于上海成立了辦事處。我們以全球網路為支援，為國內企業、跨國公司以及高成長的企業提供全面的審計、稅務、企業管理諮詢和財務諮詢服務。

德勤中國擁有豐富的經驗，並一直為中國會計準則、稅制以及本土專業會計師的發展作出重大的貢獻。在香港，德勤更為大約三分之一在香港聯合交易所上市的公司提供服務。

-- 完 --

此新聞稿由德勤於香港發佈。查詢詳情，請聯絡：

李國傑 電話：(852) 2852 1243  
高級經理 傳真：(852) 2541 3726  
電郵：[wilflee@deloitte.com.hk](mailto:wilflee@deloitte.com.hk)

陳姿樺 電話：(852) 2852 1679  
助理公關經理 傳真：(852) 2541 3726  
電郵：[bonchan@deloitte.com.hk](mailto:bonchan@deloitte.com.hk)