

ESG：迈向可持续的未来

ESG

ENVIRONMENTAL, SOCIAL & GOVERNANCE

中国ESG发展

2024年7月



OC&C
Strategy consultants

Certified

Corporation

目录

第一部分

什么是ESG以及其相关概念？

第二部分

为什么企业需要关注ESG？

第三部分

企业在发展ESG时会面临什么挑战？

第四部分

OC&C能如何帮助您发展ESG？

ESG是什么？

如今，ESG（环境、社会与公司治理）已成为大多数组织用以界定“可持续发展”边界的标准

ESG的概念是什么？谁应该关注ESG？

概念介绍

ESG是一个将可持续发展从不同层面加以解释的框架...

E 环境 (Environment) – 企业的日常经营如何对周围环境产生相应的影响



S 社会 (Social) – 企业如何处理与不同利益相关方的关系，以及如何为其创造价值

G 公司治理 (Governance) – 公司领导及其相关管理机制的完善程度

... 并被用作评估如何为“更大的社会利益”采取行动并产生积极社会影响的工具



消费者...

...在购买商品时，会评估生产者在 ESG 方面所做的工作及影响...



员工...

...评估雇主在 ESG 方面的表现，寻找更符合其核心价值观的雇主...



品牌...

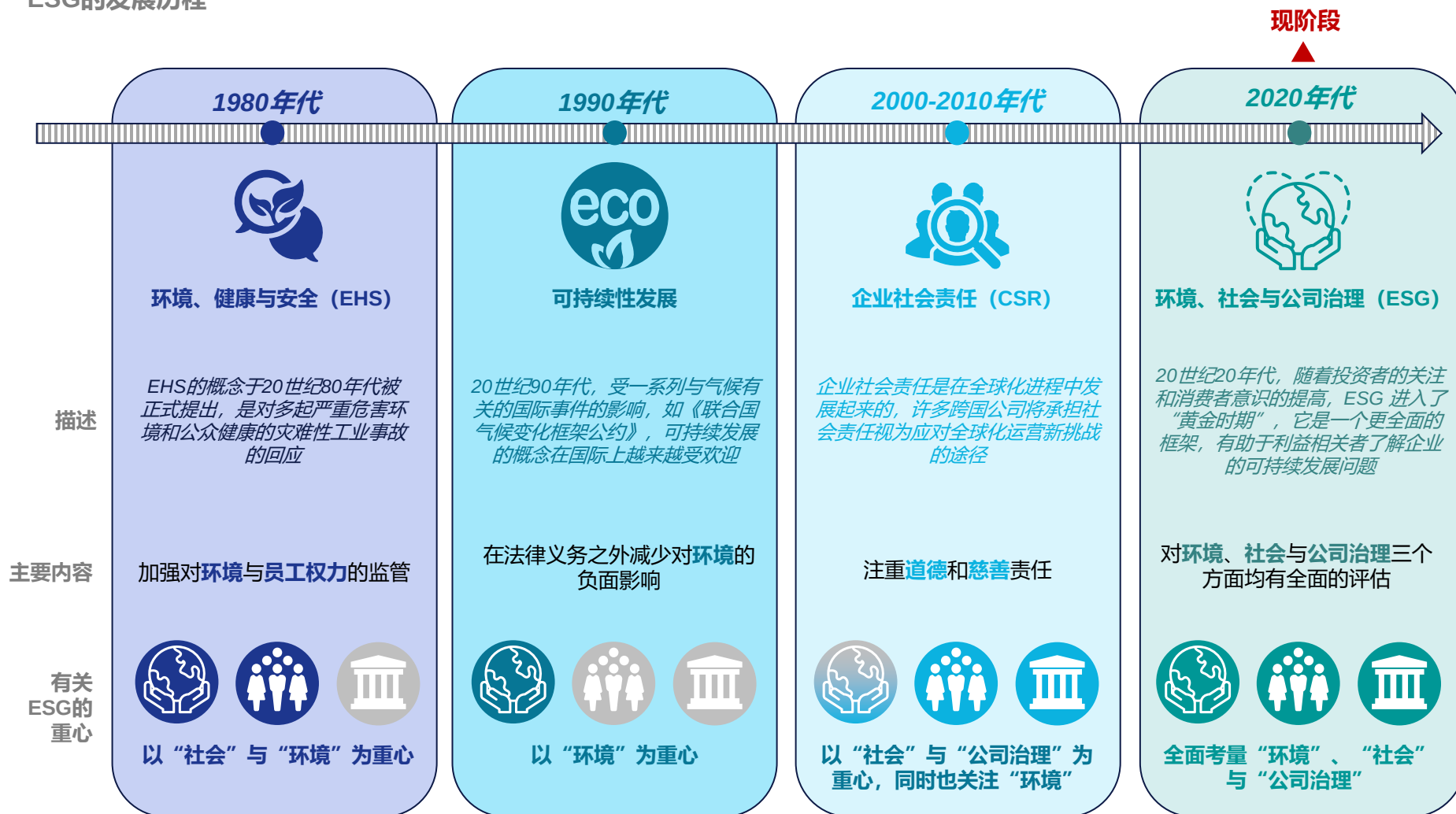
...在选择供应商时参考其在 ESG 方面的表现...

为确保业务顺利开展，获得更多品牌订单，提高 ESG 方面的能力与表现是现如今企业的当务之急

ESG是什么？

但ESG起初并不是人们讨论可持续发展的普遍起点，而是在2020年后才成为“主流”

ESG的发展历程



ESG是什么？

现在，ESG（环境、社会和公司治理）整体而言是一个非常广泛的概念，每一个维度下涵盖了各种不同的主题

ESG涵盖的主题

部分举例 – 仅列举核心话题



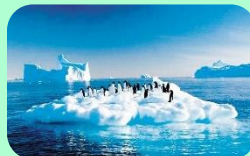
环境 (E)



空气与水污染



生物多样性



气候变化及温室气体



能源效率



资源短缺（水、森林等）

...



社会 (S)



慈善贡献



消费者隐私与数据安全



平等与包容



劳动关系



产品责任（安全与健康）

...



公司治理 (G)



董事会多元化



信息披露



道德工作准则



行政人员薪酬



内部控制与风险管理

...

当下市面上，指导企业发展ESG的标准也种类繁多，各自侧重点有所不同...

ESG框架

部分举例

ESG框架/承诺	涵盖环境、社会与公司治理的框架准则	   
环境与可持续性审计	企业可持续性影响的外部审计认证	  
多样性及包容性标准	提高企业多样性和包容性的认证/承诺	  
可持续发展标准 / 报告	明确衡量和报告影响的方法，旨在提高企业透明度	     
影响力投资 / 社会影响力	致力于通过提供咨询或资金捐助产生积极社会影响的团体	       

...各大标准的目​​的不尽相同，同时覆盖的主题完整度也不一 – 其中共益企业 (B Corp) 是其中相对最全面的评估框架

ESG框架对比

示例

	主要目的	框架类型	环境	社会	公司治理	是否提供评估工具	附注
 共益企业 (B-Corp)	通过支持性基础设施和激励措施，实现核实可信企业的目标	外部认证体系	✓	✓	✓	✓	- ESG表现良好的企业，可以通过申请，获得第三方B Corp官方认证及背书 - 通过认证的企业根据其营收规模收取一定年费
 联合国全球契约组织 (UN Global Compact)	动员公司和利益相关者以负责任的方式开展业务，并采取战略行动推进更广泛的社会目标	承诺	✓	✓	✓	✓	- 加入该组织后，需要向联合国签订承诺信，遵循联合国对ESG相关契约，但联合国不会对企业ESG发展进行评估和认证 - 加入后，年费约2,500-5,000美元，企业可获得ESG发展指导和相关工具
 “衡量利益相关者资本主义”	界定可持续价值创造的通用指标	标准	✓	✓	✓	✗	仅作为标准供企业进行自我评估
 碳信息披露 (CDP)	推动投资者、公司和城市采取行动，建设可持续经济并了解其对环境的影响	外部认证体系	✓	✗	✗	✓	- 一些上市公司需要向CDP根据框架披露环境相关指标，评分基于企业自我报告和问题回答 - 年费约2,000-5,000英镑
 全球报告倡议组织 (GRI)	提供可持续发展报告标准，以“共同语言”宣传影响	标准	✓	✗	✗	✗	仅作为标准供企业进行自我评估
 气候披露准则理事会 (CDSB)	提供与财务信息披露同样严格的环境信息报告框架	标准	✓	✗	✗	✗	仅作为标准供企业进行自我评估

要成为认证的B Corp共益企业，企业必须在ESG下的5大方面都表现良好，在满分200分内达到80分即可通过认证

共益企业影响力评估 (BIA)

共益企业有一个全面的ESG框架来评估公司的做法，要获得共益企业认证的标准非常严格...

环境 (E)	社会 (S)			公司治理 (G)
 环境	 员工	 社区	 顾客	 公司治理
环境管理	经济保障	多样性、公平与包容	客户管理	使命与参与
空气与气候	健康、幸福与安全	经济影响	基本服务	道德与透明度
水	职业发展	公民参与和捐赠	教育	锁定企业任务与使命
土地与生命	员工参与及满意度	供应链管理	艺术、媒体与文化	
可再生能源	员工所有权	供应链扶贫	经济赋能	
土地与野生动物保护	员工发展	助力微小企业/微小特许经营	健康与保健	
减少有毒物质		本地经济发展	对目的驱动型企业的支持	
资源保护		生产者合作社	加强社会影响	
环境保护教育		旨在奉献	为需要帮助的人服务	
环境保护创新			行业特定附录	

- 每个“影响领域”都有自己的问题和加权评分
- 达到认证标准的最低分数为80分（满分为200分）

示例

... 标准将根据不同的市场、行业和公司规模略作调整

影响领域	总体影响领域和测试主题保持不变
市场	为“发达”和“新兴”市场量身定制的问题和评分权重
行业	不同行业在不同的问题和加权分数上有不同的规定
公司规模	针对不同规模的公司调整问题和评分

中国的BIA标准已针对本地市场进行了调整，其严格程度低于全球市场，但对于大多数中国企业而言，这仍然是一个很高的标准

目前，许多全球领先企业都获得了B Corp认证，也有 200 多家中国企业获得了 B Corp 认证

经共益企业认证的国际化企业

服装与鞋履



美容与个人护理



食品与饮料



...

经共益企业认证的中国企业

服装与鞋履



食品与饮料



其它



...

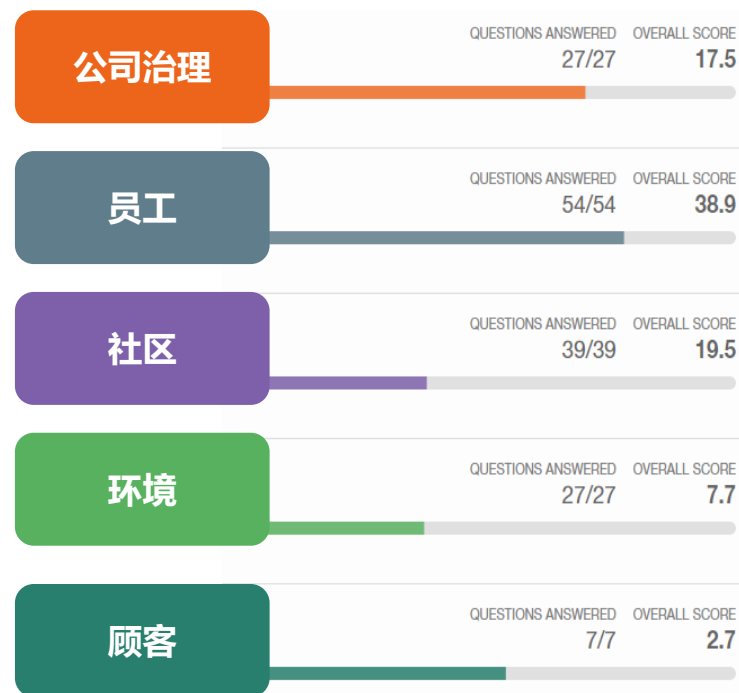
OC&C近年也获得了B Corp认证，在满分200分中获得了86.5分

OC&C

示例



- 86 OC&C共益企业评估分数
- 80 达到共益企业认证标准
- 51 普通公司得分中位数



Agenda

第一部分

什么是ESG以及其相关概念？

第二部分

为什么企业需要关注ESG？

第三部分

企业在发展ESG时会面临什么挑战？

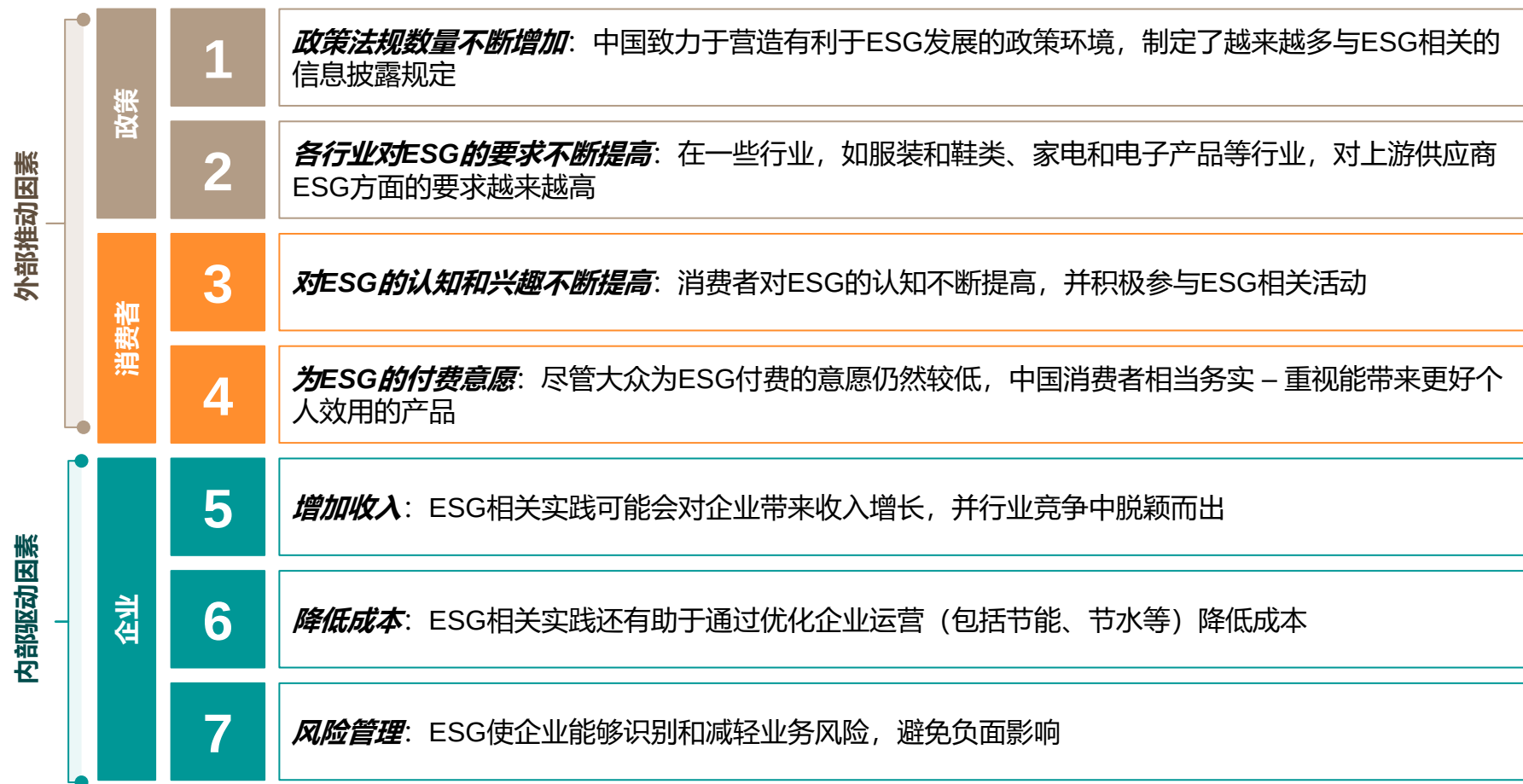
第四部分

OC&C能如何帮助您发展ESG？

变革性的政策、消费者心态的转变以及企业可因此获得的商业价值，使ESG比以往任何时候都更加重要

蓬勃发展中的ESG

部分举例



政策：中国致力于创造有利于ESG发展的政策环境，将更多的信息披露法规落到实处

中国的ESG相关政策

部分举例

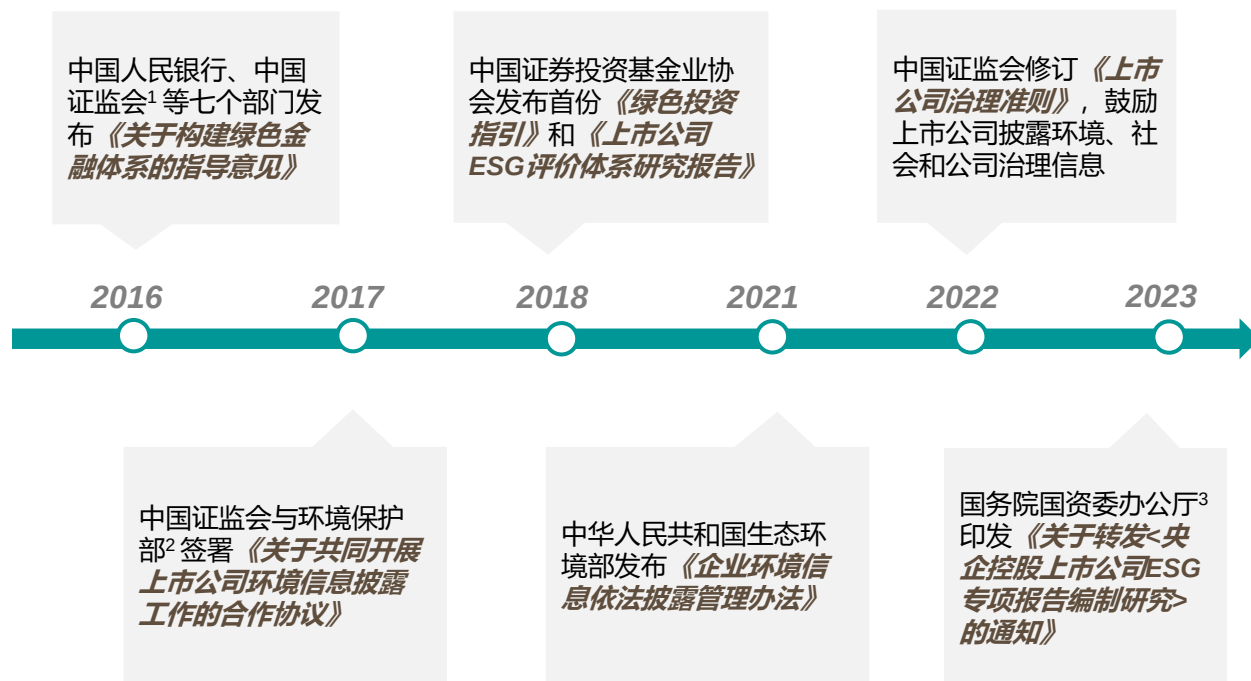


实现碳达峰和碳中和目标

- 在2030年前，中国的二氧化碳排放量将达到峰值，然后趋于稳定和下降
- 在2060年前，中国将实现碳中和，全面建成绿色、低碳、循环的经济体系



环境、社会和公司治理 (ESG) 相关的披露法规正在逐步建立...



1. 中国证监会：中国证券监督管理委员会

2. 环境保护部：中华人民共和国生态环境部

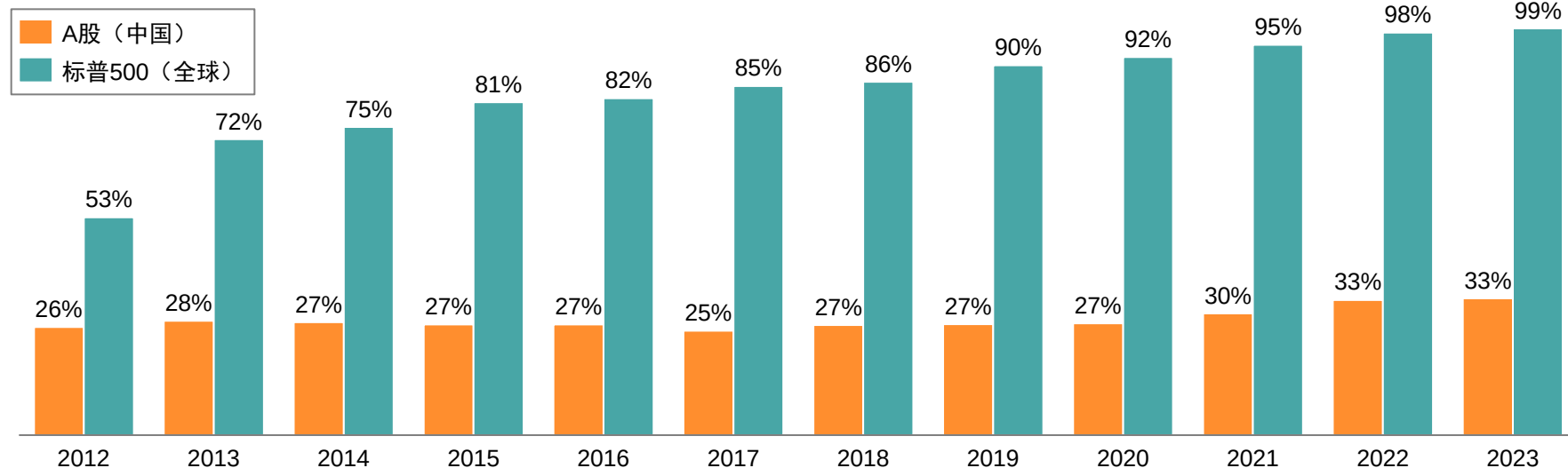
3. 国务院国资委：国务院国有资产监督管理委员会

资料来源：桌面研究、OC&C分析

政策：在全球范围内，ESG信息的记录与披露已经相对成熟，而在中国仅处于起步阶段

ESG信息披露

% 披露可持续性发展相关信息的公司（A股 vs. 标普500）
2012-2023



全球：标普（S&P）公司发布的ESG报告数量多、质量高，未发布报告的公司只是少数...

“随着报告数量的增加，我们看到**可持续发展报告更加成熟**，企业报告人更加注重内容的实质性、可比性、平衡性和背景，以满足利益相关者不断提高的期望。”

治理与问责研究所（G&A Institute）

中国：在环境、社会和公司治理报告方面采取行动的公司相对较少，且没有观察到上升趋势

“由于中国**没有强制要求上市公司发布ESG报告**，因此很少有公司主动采取行动。”

中国ESG发展白皮书

政策：在欧盟等发达国家，上市公司必须根据规定的严格标准披露ESG报告

ESG报告披露

部分举例

2023年，欧盟通过了《公司可持续发展报告指令》，要求强制披露以下信息

这些标准以其广泛性和高颗粒度而著称...

强制披露	在受监管的欧盟市场上市的大型欧盟和非欧盟公司必须在披露财务报表的同时披露年度可持续发展报告
需按照标准	报告必须按照《欧洲可持续发展报告准则》(ESRS) 编写
需被第三方审计审核	可持续发展信息披露在提交之前必须经过独立第三方审计师的审核

交叉准则		
ESRS 1 一般要求		ESRS 2 一般披露
针对具体主题的跨行业准则		
环境	社会	公司治理
ESRS E1 气候变化	ESRS S1 自有劳动力	ESRS G1 商业行为
ESRS E2 污染	ESRS S2 价值链中的员工	
ESRS E3 水和海洋资源	ESRS S3 社区影响	
ESRS E4 生物多样性	ESRS S4 消费者和终端用户	
ESRS E5 资源使用和循环经济		

要求：各行各业对ESG的要求也越来越高，尤其是对上游供应商的要求

不同行业对ESG的要求

示例

	服装与鞋履	家电与电子产品	食品与饮料	化妆品与个护
对供应商的要求	- 可回收材料 - 碳排放 - 绿色包装 - 水污染 - 公平的劳动力条件与待遇 ...	- 能源使用效率 - 环保材料 - 公平的劳动力条件与待遇 - 绿色/可持续的供应链 ...	- 可持续农业 - 环保 - 动物保护 - 食品安全 ...	- 环保的生产流程 - 可持续的原材料 - 符合道德规范的产品检测方法 ...
相关案例	 - 贯穿整个供应链的可持续性采购模式 - 要求供应商遵守严格的材料要求（包括回收材料、生态种植棉花），遵守更高的ESG标准	 供应商清洁能源计划：到2030年，使用100%的可再生能源生产所有产品 - 超过300家供应商（占Apple直接制造支出的90%以上）承诺在Apple生产中使用可再生能源	 可持续采购：到2030年，100%的主要成分实现负责任采购 - 确保供应商遵守环境保护、道德劳工实践、人权、保护农场动物等方面的标准	 - 发布负责任采购政策 - 要求供应商同意从环境保护（包括保护生物多样性、减少废物等）到提供安全的工作环境等各种标准

要求：例如，李宁通过将ESG纳入供应商选择，提高供应商的环境、社会和公司治理透明度

案例分享 – 李宁



李宁公司将ESG概念和标准纳入其供应商标准，以确保供应商在ESG方面的表现“达标” ...

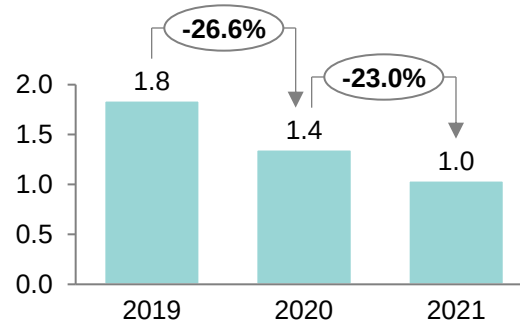
... 通过不断收紧ESG标准，李宁有效地降低了其供应链的排放量：

标准 (关键示例)	- 节约能源 (如采用节能技术) - 减少排放 (如减碳计划)	E
	- 员工安全 (如工厂的烟雾检测) - 劳动标准 (如与工人签订适当且公平的合同)	S
	- 无商业贿赂 - 所提供数据的透明度和准确性	G
强制执行	供应商筛选	筛选出“表现最差”的供应商 – 不道德的供应商 / “高风险” 供应商 (例如没有相关文件可供评估)
	定期评估	识别不合格供应商，表彰“表现最佳” 供应商 – 供应商将根据绩效评估结果获得评级
	后续行动 (针对不合格供应商)	进行整改/改进，若该供应商连续3个季度不合格，将被终止合同

2021年行动范例：

植物染	与供应商开展试点项目，用植物染料取代化学染料
减少碳排放	开展供应链碳盘查 (监测和报告温室气体排放情况)

2019-21 主要服装供应商的碳排放情况 (吨二氧化碳当量/千元)



李宁公司将要求供应商提供相关文件来证明其在ESG方面的积极影响，而获得ESG相关认证的供应商将更容易证明其在ESG方面的表现，从而有可能赢得更多订单

要求：苹果公司制定了雄心勃勃的ESG目标，从而提高了对其供应商的要求

案例分享 – 苹果



ESG	苹果的目标	对于供应商的要求
碳中和	“我们敦促在2030年前实现苹果在全球供应链上碳足迹的去碳化。”	2030年前，供应商必须过渡到100%使用可再生能源，并实现与苹果生产相关的运营的去碳化
资源使用效率	“在2022年，我们在苹果产品中使用的材料有20%来自可回收来源。”	供应商需增加使用可回收材料，进一步减少废物，以实现最终100%使用可回收或可再生材料的目标
安全化学	“我们作出承诺，将逐步淘汰产品和生产工艺中的全氟辛酸磺酸。”	供应商在生产过程中杜绝使用有害化学品，包括采用更安全、智慧的化学方法
劳动力与人权	“我们与供应商密切合作，坚持最高的劳工和人权标准。”	要求供应商对员工进行劳工权力教育，包括在他们的权利没有得到尊重时如何反馈相关意见
员工安全	“用于制造我们产品的材料、机器和工艺可保障我们供应链中人员的健康和安​​全。”	供应商应建立一种将健康和安全放在日常工作首位的文化，包括提供安全培训材料等

部分供应商在环境方面已采取行动...

CORNING

康宁

承诺在所有与苹果公司有关的生产中100%使用可再生能源

NITTO DENKO

日东电工株式会社

承诺在所有苹果产品的生产过程中使用100%的可再生能源

SK hynix

SK海力士

参与苹果公司的清洁能源计划，承诺在苹果公司生产中使用可再生能源

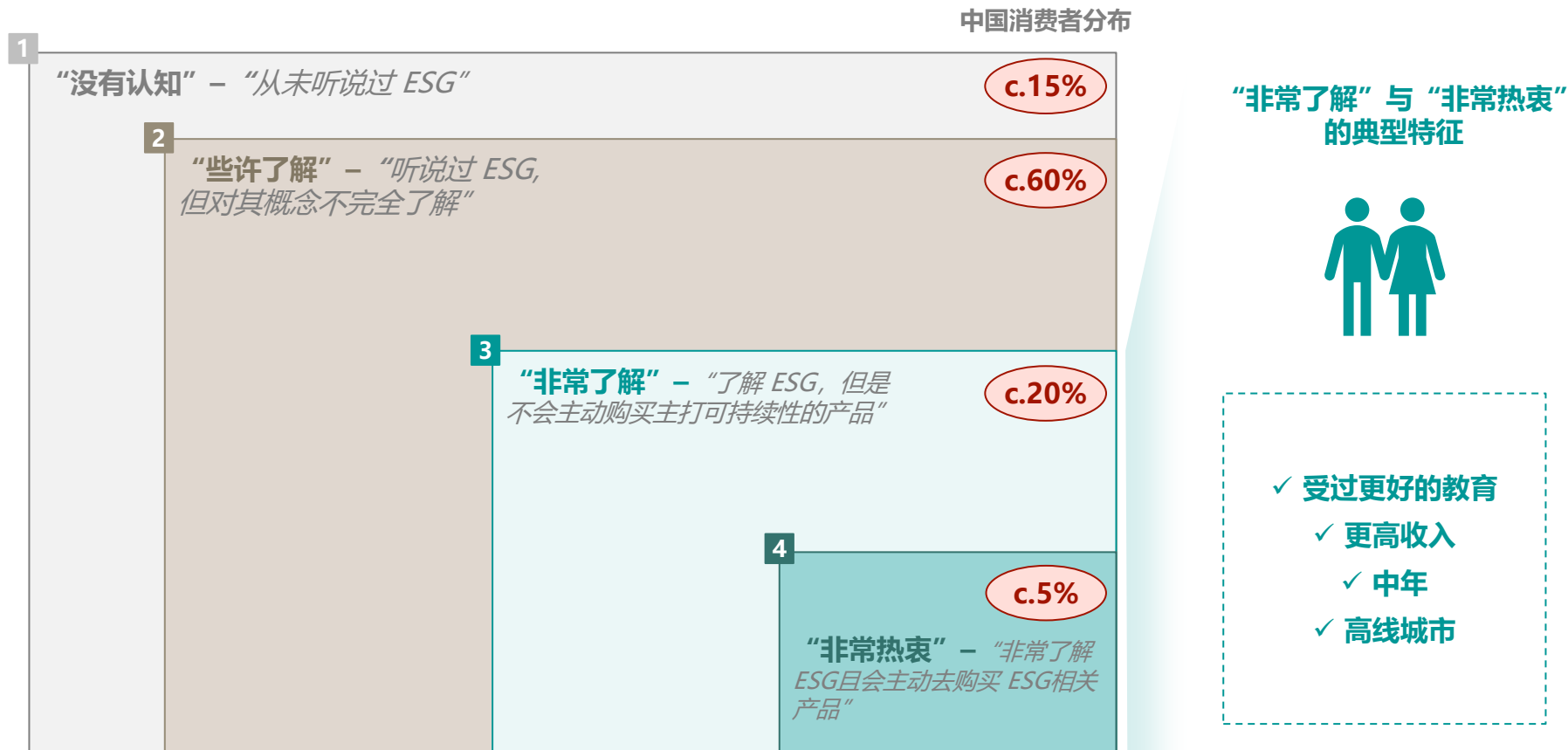
...大部分供应商也已在社会治理方面有所成效

- 自2008年以来，**2800多万**名供应商员工接受了有关工作场所权利的培训
- 2023年，**850多个**供应商参加了安全培训

消费者：如今，超过60%的中国消费者听说过ESG，25%的消费者真正了解ESG 概念

消费者对于ESG的态度¹

根据第三方调查；
按人口和城市层级调整²



1. 因ESG在中文里概念较难解释，该问卷作为参考，问卷原问题为：问题10 “您对可持续性发展的态度是什么？”

2. 已按教育、收入、家庭状况、年龄及城市级别重新调整

资料来源：2022 OC&C ESG 调查问卷、OC&C分析

3 对ESG的认知和兴趣不断提高

消费者：在大多数领域，中国消费者与全球其他消费者相比是独一无二的，在对环境、社会和公司治理的态度方面也不例外

中国顾客如何看待环境、社会和公司治理？

总结 – 部分举例

中国消费者对ESG的关注点十分明确...	1	环境大于社会，更大于公司治理	中国顾客似乎更关心ESG中的E（环境）与S（社会），而并不将G（公司治理）视为一种必要因素
	2	更关心于本地	中国顾客非常关心中国的环境和社区，但较少关心国际事务
...在开展ESG相关活动时别有用心...	3	将ESG作为一种教育工具	家庭有意识地开展有利于环境、社会和公司治理的实践，以教育子女并培养社会责任感
...在评估一家公司的ESG友好程度时有不同的门槛 – 偏向于本地企业...	4	鼓励和宽容本地公司在ESG方面的努力	中国企业在行动中考虑/融入ESG因素的所有努力都得到了客户的赞赏
	5	ESG被认为是全球跨国公司的“必备品”	国际企业在ESG方面所做的努力更多地被视为是必要的
...以非常被动的方式获取 ESG 相关信息 ...	6	非常被动地获取ESG相关信息	除了以不同的方式使用/感知/关注ESG外，中国顾客还倾向于以不同的方式接收/接受ESG信息...

消费者：消费者对参与ESG相关的活动热情也水涨船高

消费者参与

以阿迪达斯和三顿半为例

阿迪达斯：海洋保护活动



阿迪达斯与致力于海洋保护的
非政府组织 Parley for the Oceans
建立了长期合作伙伴关系

相关举措

线下活动



“跑出蔚蓝”活动：十分钟长
跑 = 清理一个塑料瓶

产品创新



环保产品：从海洋废弃物中回
收的纺织品

130万
中国跑步参赛者
(2022)

8100万
分钟的跑步时间
(2022)

1.6亿
微博话题观看量
(截至2022年7月)

三顿半：“返航计划”回收活动



SATURN
BIRD®
COFFEE

三顿半推出了“返航计划”- 消费者可在指定
咖啡店用使用完的咖啡壶交换咖啡或商品的
回收计划

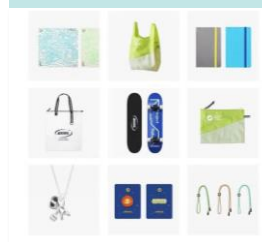
相关举措

1. 选择商店



进入微信小程序选
择兑换门店

2. 选择礼品



选择礼品或周边

3. 线下兑换



带着使用完的咖啡
壶去线下兑换

7.1万
消费者参与
(截至2022年7月)

490万
咖啡壶被回收
(截至2022年7月)

214
家咖啡店参与合作
(2022)

消费者：在为ESG付费意愿上，总体而言，中国消费者认为购买可持续产品具有吸引力

中国消费者喜爱可持续产品的原因

部分举例；
焦点小组访谈节选 (n = 12)



商品被认为质量更高...

“...我只喝朝日牛奶。他们在保护牧场的**土地管理方面**投入了大量资金，这**进一步确保了牛奶的高品质**...”

产品经理，35岁



...在健康和**安全方面** “对我更好”

“...如果一个品牌以明显的方式重视环境、社会和公司治理，我认为它确实会认真对待，并有可能提供**更安全、更健康**的产品...”

信息技术工程师，40岁



这些品牌的价值能够引起顾客的共鸣...

“...我使用NU护肤品已经有好几年了...产品**包装简洁，可循环使用**；品牌还不断向不同的慈善基金捐款。该品牌非常**注重环保和慈善**，这**与我的价值观不谋而合**...”

投资经理，37岁



...为客户提供与众不同的途径

“...对我来说，ESG是一个**社交标签**，它能**帮助我区分一个品牌和其他品牌**；这很有帮助，因为现在人们的穿着非常相似。我发现那些也购买Lululemon等ESG品牌的人**与我很合得来**...”

房地产经理，42岁

消费者：然而，在购买决策上，ESG目前还未成为最重要的购买因素，但在家居、日化用品等相关领域，消费者会高度关注是否为绿色产品...

按类别划分的主要购买因素¹
% 受访者，n = 1,800

根据调查

第一关键购买因素，按产品类别划分
% 受访者

ESG相关因素在各类别中的排名
(共11个关键购买因素)

		🏆	🏆	🏆	绿色产品	社会责任表现
食物	食品饮料	安全 (29%)	质量 (20%)	健康 (12%)	4	6
	正餐	安全 (26%)	质量 (23%)	健康 (12%)	4	6
	日化用品	安全 (20%)	质量 (17%)	绿色产品 (13%)	3	7
服装和消耗品	服装和鞋子	设计 (18%)	安全 (15%)	质量 (14%)	5	7
	化妆品和个护	安全 (24%)	质量 (17%)	品牌认知 (14%)	4	8
耐用品	家具	设计 (16%)	质量 (15%)	绿色产品 (14%)	3	7
	家用电器和电子产品	科技 (21%)	安全 (17%)	质量 (15%)	6	8

1. 问题 9：“您在购买产品时主要关注以下哪些方面？其他关键购买因素：性价比、产品质量、产品设计、产品安全、产品健康、高科技、品牌声誉、售后服务、产品可用性、明星代言或KOL推荐

资料来源：2022 OC&C ESG 调查问卷、OC&C分析

4 为ESG的付费意愿

消费者：...因此现阶段，在中国主动寻求购买可持续产品的顾客数量仍有限，其中仅70%愿意为此支付溢价

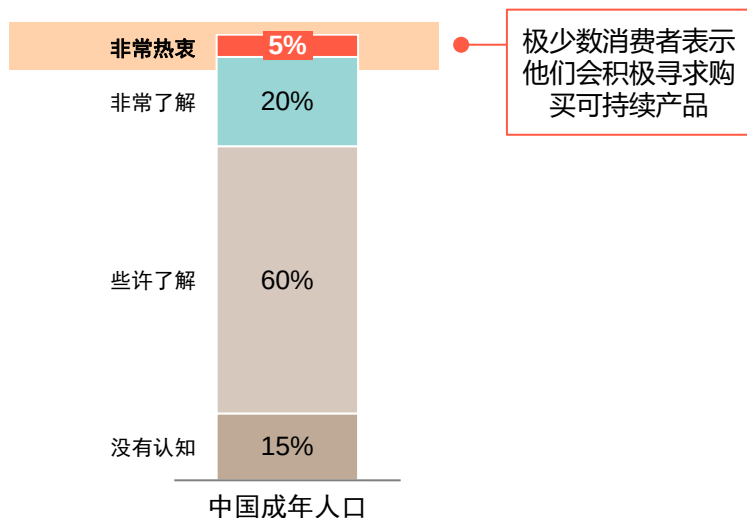
对ESG品牌/产品的支付意愿¹

% 受访者，样本量 n

根据调查和焦点小组讨论
按人口结构和二线城市调整²

积极寻求购买可持续产品的消费者群体有限
(约 5%) ...

中国消费者对ESG/可持续性的购买态度/理解分布²



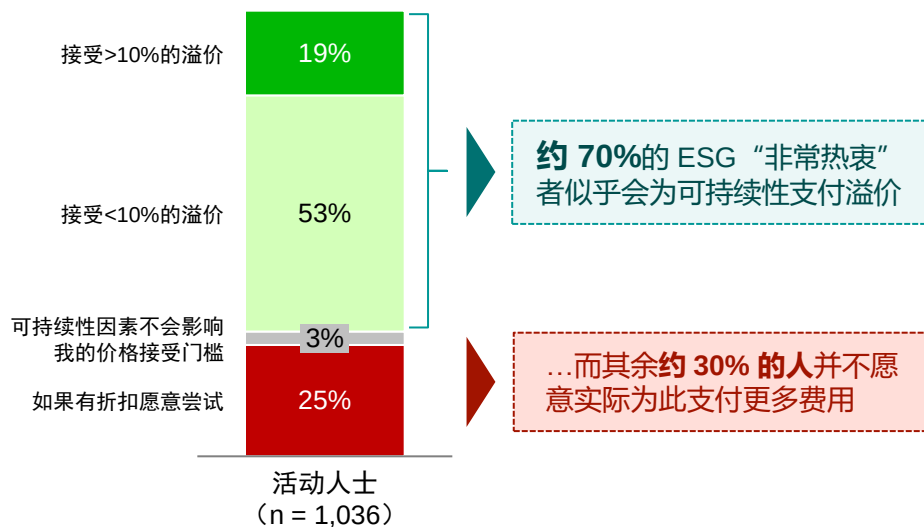
“...当我购买时，我首先关心的是质量。至于 ESG 因素，它确实是一个有了更好但不必须的因素，不会对我的购买决策产生重大影响.....”

工程师，40岁

...而在这群少数人中，只有约 70% (约占总人口的 3.5%) 愿意为可持续性支付溢价

表示愿意为可持续产品付费 (“非常热衷”)

% 受访者



“...我愿意为可持续的产品付费并积极寻找他们——但前提是价格差异溢价不能太大.....”

行政经理，34岁

1. 问题 27: “您愿意为可持续产品支付多少钱?”

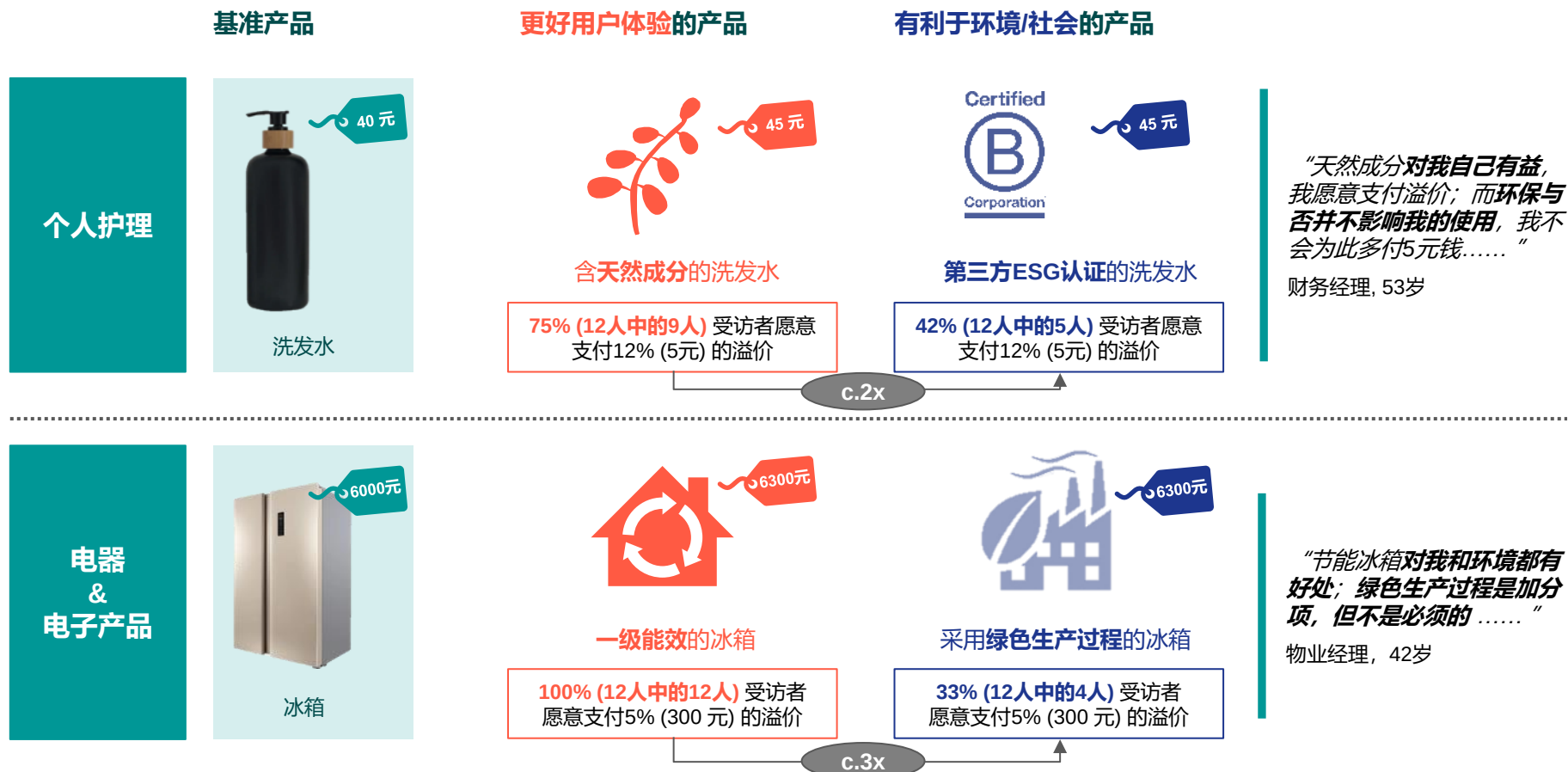
2. 根据教育、收入、家庭状况、年龄和城市等级重新确定基准

资料来源: 2022 年 OC&C ESG 调查、2022 年 OC&C ESG 焦点小组、OC&C 分析

消费者：有意思的是，当ESG能为消费者带来实际的效用时，如更天然、健康、节能的产品，他们则欣然愿意支付 - 如今中国消费者依然极其务实

客户愿意为“可持续性”的哪一部分买单？

焦点小组讨论结果
(n = 12)



企业：从企业角度来看，ESG有助于通过营收增长为企业创造商业价值并提高行业竞争力

收入增加

部分举例

面向消费者的营收增长

吸引消费者

- 完善的 ESG 实践以及有效的沟通有助于**树立具备社会责任的企业形象和声誉...**
- ...这会吸引重视可持续性发展的**消费者**

提高忠诚度

- ESG 有助于吸引**志同道合的消费者**并与客户**建立长期关系**
- **消费者有获得感**（例如通过消费绿色产品为保护地球做出贡献），因此产生粘性

收取溢价

- 有相当一部分消费者，尤其是**年轻一代**，愿意为**可持续产品和服务支付溢价**

面向B端企业的营收增长

赢得更多订单

- ESG 实践有助于**提高竞争力...**
- ...这可以吸引重视可持续性并对供应商有 ESG 要求的**商业合作伙伴和客户**

深化合作

- 供应商的 ESG 实践也可以帮助客户实现 ESG 转型，例如 OEM 为品牌提供更多 ESG 产品...
- ...这有助于**深化与客户的战略合作**

收取溢价

- 供应商还可以通过向品牌提供更多 ESG / 可持续产品和服务**收取更高的费用...**
- ...尤其是服装和鞋类行业的**创新性新型可持续材料**

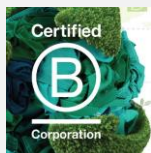
企业：尤其对于上游供应商而言，相关的ESG认证可以帮助他们在行业中脱颖而出，赢得更多的品牌订单

拥有ESG证书的供应商

示例

利华 (服装及鞋类材料供应商)

leverstyle



ESG 举措

- 为100多家客户提供**有机和再生材料**
- 利用数字打样等**环保制造设备来减少样品**
- 开发专有的零排放清洗技术，**消除废水排放**

“获得B Corp共益企业认证后，国际知名品牌对我们的认可度一下提升，我们因此赢得**始祖鸟等更高端品牌的订单**。”

ESG经理，利华控股集团

汉石 (户外服装制造商)

CAPTAIN



ESG 举措

- 再利用回收材料**：将废弃塑料瓶重新加工成聚酯纤维，用于生产服装（57%为再利用材料）
- 支持合作伙伴进行 ESG 评估**：指导其主要合作伙伴 Skechers 将更多产品转向可再生材料

通过紧密合作**加深与合作伙伴的关系** 密切合作，**促进长期收入增长**

立讯精密 (消费电子产品制造商)

LUXSHARE ICT



ESG 举措

- 防治污染**，以提供符合环保要求的绿色产品
- 开展负责任的采购**，避免从有争议的矿山采购
- 禁止使用童工**，公司内部消除歧视和压迫

获得更多客户**认可**，助力**市场份额提升** 及**收入实现两位数增长**

企业：ESG相关实践还有助于通过优化企业运营（包括节能、节水等），从而降低成本

降低成本

示例

ESG致力于优化企业运营，减少能源和水的消耗以及不必要的浪费，从而提高利润率和运营效率……

成本降低案例

降低能源消耗

L'ORÉAL
PARIS

- **行动：**建造100%零碳排放工厂，应用清洁能源供电供暖
- **成果：**每千件产品的能耗降低22%

降低水资源消耗

Coca-Cola

- **行动：**在包装生产中使用超过50%的再生材料
- **成果：**用水率（实际用量：所需量）从1.77下降到1.45

降低采购成本

Marriott

- **行动：**不再主动提供一次性生活用品，并取消洗发水、沐浴露等一次性洗漱用品供应
- **成果：**帮助降低一次性产品的采购成本

降低营销成本

leverstyle

- **行动：**获得B Corp认证，全球层面都广为公认的ESG标准
- **成果：**利用B Corp的声誉帮助他们节约自我ESG营销成本

企业：此外，ESG是一种降低业务风险的新方法，使得组织更具复原力

风险管理

企业面临环境/社会/公司治理风险，这些可能导致运营失败、声誉受损、财务波动...

示例

ESG公关危机示例

环境



拥有全球
产能的快
时尚巨头

污染与废弃物



- 纺织厂排放未经处理的**有毒废水**
- **处理过剩库存**（焚烧/倾倒在垃圾填埋场）导致巨大的碳排放

社会



中国最大
的方便面
生产商

产品安全



- 消费者对**卫生条件**问题感到愤怒
- 比如工人们在泥地上赤脚腌制酸菜

公司治理



拥有6000+台
POS的高性价
比咖啡店

财务造假



- 捏造**不真实的财务业绩**，欺骗投资者.....
- ...公司治理体系**未能控制和监督**财务欺诈

...ESG标准为尽职调查和风险管理提供了新的视角

ESG风险控制



目录

第一部分

什么是ESG以及相关概念？

第二部分

为什么企业需要关注ESG？

第三部分

企业在发展ESG时会面临什么挑战？

第四部分

OC&C能帮助您发展ESG？

总体而言，改善ESG实践可以为当前和未来的企业绩效带来切实的利益

强有力的ESG实践所带来的短期和长期利益

摘要 — 部分举例

短期利益



营收增长

- 通过更具可持续性的产品吸引新的B2B和B2C客户
- 提高具有相似价值主张和ESG意识的消费者的忠诚度



降低成本

- 优化流程，使其需要更少的能源和更少的原材料...
- ...从而节约成本、提高生产效率



提高生产效率

- 通过包容的企业文化来提高员工的积极性.....
- ...以及强烈的“做有正确的事”的感觉，以获得个人满足感



提升品牌形象

- 在公众认知中的企业或品牌形象和声誉
- 成为品牌脱颖而出的差异化因素



增进人才吸引力

- 以强大的、与人才个人价值观相符的企业价值观吸引顶尖人才

长期利益



拓展资金获取渠道

- 作为区别于行业内其他公司的差异化维度...
- ...从而更快速地筹集更多资金



优化投资决策

- 允许进行更多有前瞻性的、适应未来的投资...
- ...从而可以避免对技术的长期再投资



受益于监管措施

- 通过对齐政府政策获得补贴与政府支持



降低未来风险

- 降低与ESG表现不佳相关的风险...
- 例如，由于破坏环境、员工待遇恶劣、董事会报酬过高等原因而引起的媒体负面报道



提高人才留存率

- 积极的工作环境和理想的使命来提高员工满意度

然而，获得ESG最佳实践并非易事——不同行业的许多公司都发现“ESG 卓越”实现起来充满挑战

实现ESG卓越面临的挑战

案头研究和专家访谈



“...对地球最有利的事情通常不是最简单、最快或最便宜的。事实往往恰恰相反...”

Marchoe Dill Northern, 高级副总裁



“...可持续包装很难推广.....很少有公司愿意为此付费...”

阿莫尔代表

CATL 宁德时代

“...我们需要推动整个价值链的协作参与，但并非所有人都认识到ESG的重要性...”

宁德时代代表



“...如今许多衡量标准已不存在（特别是在中国），需要进一步明确...”

陈龙，副总裁

传统行业

非传统行业



“乳制品行业供应链很长，如何利用科技创新减少每个环节的碳排放是关键性的挑战...”

卢敏放，总裁



“在企业经营压力不断增大的情况下，如何保证对ESG持续、充足的投入是一大挑战...”

黄鹏 首席财务官



“...ESG披露要求相对较新...我们需要制定新的评估和报告流程...”

向征 副总裁

Tencent

“...碳中和目标.....是一项巨大的挑战，没有任何一方能独自实现这一目标”

腾讯年度报告

如今，企业在ESG转型过程中似乎主要面临三大挑战：难以评估自身现状、对ESG“目标”毫无头绪和管理投资回报率难以测量

实现ESG卓越的主要障碍

挑战方面

描述

行业观点

1

很难评估公司的表现情况...

不同行业供应链系统/供应商关系的复杂性大大增加了企业透明监控其ESG表现的难度

“我们有 3000 多家供应商……如何确保他们公平对待劳工，比如为他们支付社保，这并不容易...”

陈科，安踏首席运营官

2

...目标不明确

缺乏**统一的标准和明确的指导**，阻碍企业绝对自信地投资发展领域

*“存在一些常见的困难……例如**缺乏标准和工具来明确衡量和追踪碳排放**……我们的碳中和管理平台旨在应对这一挑战...”*

彭翼捷，蚂蚁集团副总裁

3

投资成本高，回报无法预期

为了实现 ESG卓越，**初始投资可能非常巨大**，尤其是在生产设施或可追溯管理系统方面；而**回报往往是长期的，难以衡量或量化**

*“**减少碳排放肯定是有机会成本的。是选择投资在扩张业务还是投资在碳中和；而我们选择后者...**”*

李成，阿里巴巴首席技术官

目录

第一部分

什么是ESG以及其相关概念？

第二部分

为什么企业需要关注ESG？

第三部分

企业在发展ESG时会面临什么挑战？

第四部分

OC&C能帮助您发展ESG？

在企业ESG战略设计上，OC&C可以为您提供全方位的支持

OC&C对ESG战略设计的支持

部分举例

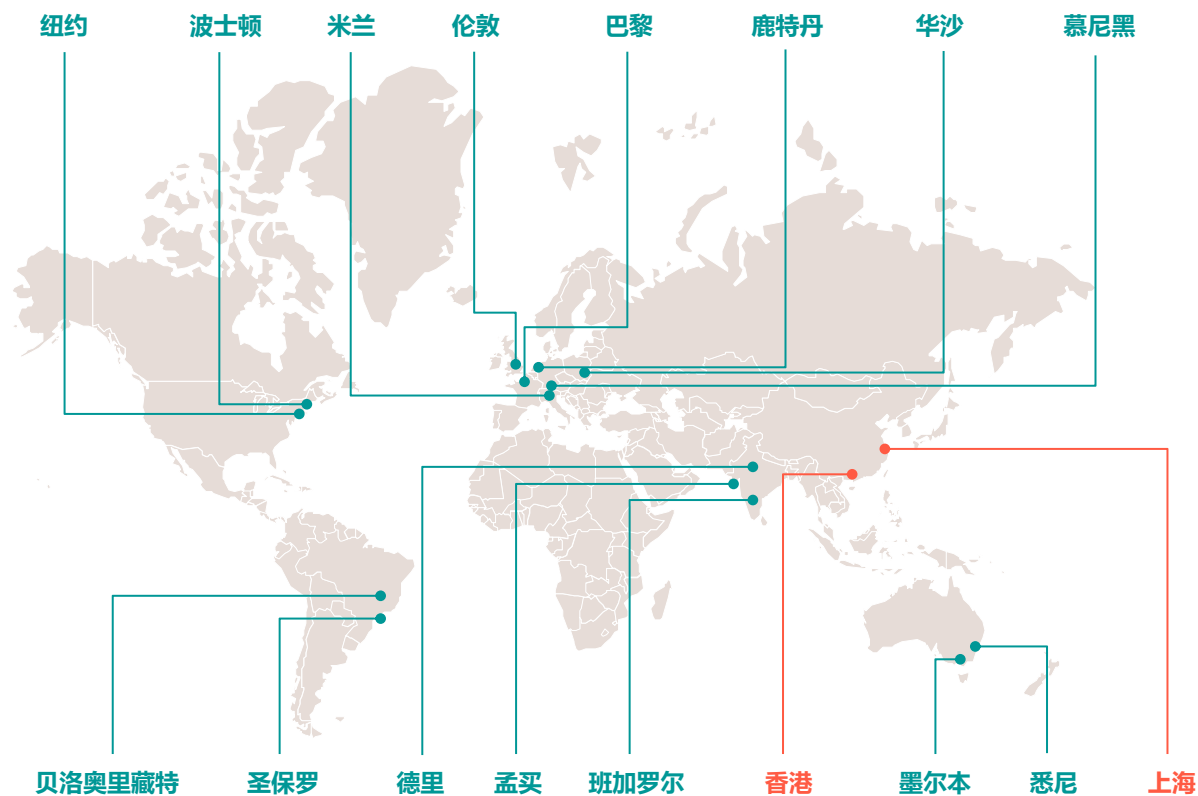
1	ESG发展评估	对标头部企业和行业要求，评估企业当前的ESG发展情况并确定行业内的关键差距
2	ESG核心举措衡量	根据核心差距，挖掘关键ESG举措，并根据不同举措的重要性和可带来的影响力确定ESG发展的优先级
3	ESG财务评估	进一步估算核心举措所需的关键性投资，测算其能带来的潜在财务回报，从财务角度分析给予更专业的评估
4	商业模式调整设计	根据ESG战略规划和核心举措，如有需要，帮助重新调整、设计商业模式以符合ESG发展要求
5	ESG价值主张与市场营销	完善针对目标消费者的ESG主张，并设计ESG营销策略以确保能向受众准确传达
6	设计ESG发展路线	按关键阶段设计更为详细的ESG发展路线图，包括详细的行动计划和关键里程碑等

我们是一家对本土消费市场具备专业认知的咨询公司

- 成立于1987年
- 全球有 17 个办公室
- 业务网络遍布全球
- 我们的客户涵盖了世界顶尖的企业以及极富挑战精神的创新组织



OC&C
Strategy consultants



聚焦于我们的专长行业，与各类行业玩家开展合作

OC&C行业聚焦与客户类型

OC&C 行业聚焦

消费品

- 食品饮料
- 美妆个护
- 奢侈品
- 酒饮

零售

- 生鲜杂食
- 服饰鞋帽
- 多品类综合零售
- 奢侈品及特殊零售
- 电商

休闲娱乐

- 连锁酒店
- 度假区/主题乐园
- 餐饮连锁
- 综合旅行
- 其他娱乐（如赌场及游戏）

科技、媒体与通信

- 通讯技术
- 商业信息服务及媒介
- 媒体娱乐与消费媒体

B2B 产品与服务

- 建筑建造
- 工业品
- 汽车
- 保险
- 外包服务
- 检测、检验与认证

客户类型



大型跨国企业



领先本土公司



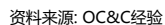
初创公司



私募基金

全球范围内服务于众多消费品与零售行业的客户

部分举例



我们的大中华区团队专注于消费品和零售行业，服务企业和私募基金客户

OC&C大中华区经验

部分举例

消费品



零售业和其他



私募基金



我们曾帮助各类企业走向更可持续的未来

OC&C大中华区经验

部分举例

1

新能源市场进入调研



某亚洲
车企

我们为一家领先的亚洲汽车企业分析重型卡车和采矿卡车中氢燃料电池技术的应用潜能

2

可持续品牌中国市场 进入战略



我们帮助可持续品牌Allbirds评估中国市场，并支持其以更适合中国消费者的方式进入中国市场

3

循环经济



某运动
品牌

我们协助一家全球运动品牌评估为中国自行车市场提供循环经济解决方案的机会

「Thank you!」



OC&C
Strategy consultants

uncommon sense