

經營者的話

2022 年受俄烏戰爭及連帶影響能源、糧食等大宗商品價格浮動，通貨膨脹與隨之而來的升息等各項貨幣政策影響，對企業而言無一不是風險與挑戰，回首創立至今 50 年，勤美歷經石油危機、金融風暴、COVID-19，儘管不易但在同仁的共同努力下仍屢次從中掌握契機、拓展事業版圖。然而面對自然資本與人力資本稀缺的未來，企業必須加速提升對永續議題的觀念，一方面擘劃企業與其他有形財貨上的藍圖，一方面連結社會與環境發展，創造影響力，方能在浪潮中穩健前行，而勤美已為此醞釀多年。

◆ 永續思維 啟動未來

過去我們已為集團三大事業定錨並展開分工，金屬成型事業以循環經濟的實踐者為使命，大幅運用回收鋼料、不生產一次性產品；建設住宅事業立志成為友善居住環境的提供者，視百年建築為目標；生活創新事業則以永續生活的推動者出發，致力打造低碳生活圈與永續聚落。

今年仍貫徹以 G、S、E 為序的永續推動策略，再次聚焦三大事業使命，在既有推行基礎上，規劃 19 堂緊貼執行實務的「勤美五十講堂」課程，深化永續性思維、提升達成集團願景的能力，也藉慶祝五十週年之際，以線上與實體論壇向利害關係人報告過去努力的方向與成果，宣示未來的目標及承諾。

◆ 超前部署 響應倡議

勤美自技術升級、設備優化、數位轉型、系統化管理、人才培力、上下游協作六大面向著手，全方位建置轉型能力並取得優異成果，方向與「臺灣 2050 淨零排放路徑及策略」不謀而合。

面對接踵而來的碳議題則依循永續發展計畫，由重要營運據點為始擴展至全集團，逐步完成溫室氣體與產品碳足跡盤查，並持續佈設再生能源與儲能裝置；嚴峻少子化現象可能引發的人才育留，勤美大幅提升既有婚育津貼，包含 10 萬元結婚津貼及每胎最高 36 萬元托育津貼之外，也與大專院校自十數年的合作中培育產業新星，如今 105 位翹楚留任集團成為發展主力，2022 年亦獲 CHR 企業健康公民銅獎、TCSA 人才發展領袖獎等各項肯定，種種嘗試與提前部署為勤美爭取更多時間及資源，掌握先機。

◆ 綠色成型 掌控風險

勤美集團所提供的產品與服務涵蓋食衣住行育樂等生活所需，我們根據 TCFD 的指導方針，評估集團受到的氣候相關風險，包括實體風險與轉型風險並確定碳排放、產品碳足跡、溫室氣體減排目標、氣候相關風險管理等關鍵指標後，逐步展開相關執行工作。同時致力研發低碳生產技術以減少碳排放、採用可再生能源和綠色材料、優化產品設計等方式實現轉型，妥善掌握氣候變遷帶來的機會，在領域中持續創新求變。

在歷年努力下，金屬成型事業除了產品生命週期可達 10 至 20 年，原物料採用回收鋼料的平均比率自 2015 年 71% 成長至 2022 年 94%，單廠最高可達 99%；溫室氣體排放密集度則較基準年 2015 年下降 13.02%，獲國際級客戶高度認可，大陸廠區亦皆獲選綠色鑄造示範企業。

建設住宅事業以綠建築及智慧建築為設計底蘊，經十餘年的持續導入，已將建築資訊模型 (BIM) 純熟運用於設計、施工以及建物使用階段，並透過建物健檢服務為客戶打造安心居住環境。2022 年起則依案導入建築產業碳足跡評估，以取得設計許可階段「LCBA 建築碳足跡認證書」為目標。

生活創新事業以台中草悟道為葉脈向街道巷弄延伸，發展「草悟道生活圈」街區經營計畫，以數位科技串聯 200 家區域店家與社教機構，規劃城市深度旅行路線，並由街區經營系統搭配晴天點數商城與 AI 行銷，協助店家提升品牌能見度，每年可減少 3 萬張塑膠卡片及 25 萬張實體禮券印製，更達成共享街區數據，共榮永續生活圈。

勤美創立之初是與同仁共同拼搏求得溫飽，現在則是要讓地球跟社會一起活下去，一路走來永續的概念從未脫節。面對未來變幻莫測的外在環境，我們以竹為借鑒與自勉，竹子做為東方文化的重要象徵，不僅有高風亮節之意，更是具備高度韌性的植物，根部團抱與匯聚成林的特性更增添抵禦風雨能力，也因此我們取其特性並以「韌」字展望 2023 年，期許勤美能夠持續運用集團優勢，發揮最大韌性共同迎接未來的挑戰。

勤美集團 董事長

