

課程：ESG在企業與品牌價值中的角色

Governance and Sustainability at Nike

Study & Research



十則圍之組

製作：呂○包○芳 吳○堯 陳○苑

指導教授：吳○勳

大綱

Questions and Response

Q1 : NIKE是否應該重新審視其對「零排放之路」的承諾

Q2 : 對NIKE將“競爭”與“競爭前”區分開來的理解是什麼

Q3 : 如何看待NIKE主張“在可持續性上進攻”的觀點

Q4 : 如何評估高層領導

Q1

NIKE是否應該重新審視其對「零排放之路」的承諾？

您會降低用水目標還是從其他地方找資源？

如果您處於瓊斯（JONES）的位置，您會推薦什麼？

在斯普龍克（SPRUNK）的位置呢？

A1

1. Nike應否重新檢視零排放目標？

若公司在實現目標上遇到困難，需要重新評估目標的可行性，以確定是否需要調整目標和時間表。如果重新審視後，發現原先設定的用水目標不切實際，那麼降低目標會是一個選項。

2. 應該降低用水目標還是尋找其他資源？

需要綜合考慮效益和成本，可能需要減少目標或尋找替代資源。可以考慮從其他方面尋找資源，而不是降低用水目標。這包括優化供應鏈，提高效率，採用創新技術以減少用水量。

但如果發現可以透過其他方式實現零排放目標，例如改善能源利用率，使用可再生能源或將製程更加環保化，那麼可能不需要降低用水目標，就能達到最終目標。

A1

3. Jones該推薦什麼？

建議重新評估目標，內部團隊和外部專家合作，確定目標所需的具體資源和時間，制定更實際可行的計劃，提出調整目標或時間表。尋找更實際而且可行的方法來實現零排放目標但可能涉及到重新設定一些目標，才能更好地反映出當前的科技和市場趨勢。

4. Sprunk該推薦什麼？

強調公司應該堅持對可持續性的承諾，推動技術創新，考慮成本效益，並尋找可持續發展的解決方案，以保持公司的競爭力和形象，並將與供應伙伴的合作透明化。

Q2

你對NIKE將“競爭”與“競爭前”區分開來的理解是什麼？

作為可持續投資管理委員會的一員，你會推薦全面收購DYECOO嗎？

為什麼？

為什麼不？

A2

"競爭"指的是當前市場上已經存在的對手或是環境

"競爭前"則是指未來可能出現的新對手，技術，趨勢或市場變化！

NIKE可能將資源和注意力集中在了"競爭前"，以便應對未來可能出現的挑戰和機會，保持其在行業中的競爭優勢。

就像籃球比賽前和比賽中一樣。首先是籃球隊在賽前研究對手和訓練，然後才是實際比賽。**Nike**做這樣的分別是為了確保他們做好準備，並能夠靈活應對市場的變化。

A2

推薦(60%)

DyeCoo的技術能夠幫助**NIKE**實現可持續發展目標，而這筆收購有助於**Nike**在這方面取得領先地位，同時還可以減少生產成本，提高效率，增加市場份額和盈利。

1.戰略性投資: **DyeCoo**的無水染色技術具有巨大的潛力，可以使**Nike**在可持續性和環保領域擁有領先地位。

2.未來競爭力: 這項投資符合**Nike**在可持續性和創新領域的戰略方向。隨著社會對環保和永續發展的重視不斷增強，**Nike**作為一家全球性品牌，能夠率先採用和推廣這種新技術，將為其在市場上帶來競爭優勢。

A2

3.技術拓展: **DyeCoo**正積極探索應用於其他面料的技術。這將為**Nike**拓展其產品範圍提供更多可能性，使其在不同產品類別中都能享受到無水染色帶來的優勢。

4.企業形象和價值觀: **Nike**作為一家重視企業社會責任的企業，收購**DyeCoo**將進一步鞏固其在可持續性領域的領導地位，顯示出對環境問題的積極態度，提升品牌形象。

不推薦(40%)

如果收購**DyeCoo**存在重大風險，可能會影響到**NIKE**的財務和可持續性目標，那麼我就會建議在做出決定之前，應該要進行全面風險評估和分析，確保收購對**NIKE**的長期發展有利！

A2

Nike對於產品和業務的發展有著長遠的戰略眼光。

Nike對**DyeCoo**的投資展示了對新技術和可持續性創新的重視。

儘管**DyeCoo**的技術在成本上目前還不具備傳統方法的競爭力，但**Nike**意識到了它在環保、資源節約和生產效率方面的巨大潛力。**Nike**可能將這種投資視為投資未來競爭力的一種方式，即使當前可能不會立即產生商業利益，但可以為未來帶來關鍵的競爭優勢。

對一家公司完全的收購，因此少了自主性會變成被綁手綁腳的。而且很多的智慧財產權被買下後，反而因為經營的考量而被雪藏，這樣反而不好。

Q3

你如何看待NIKE主張“在可持續性上進攻”可以推動創新、增長和盈利性的觀點？

你的觀點有什麼證據？



A3

NIKE的這個主張是透過將可持續性這個概念融入企業戰略的核心，進而在可持續性方面投資能夠帶來創新、增長和盈利。透過投資和努力，企業可以找到新解決方案、開發新產品，吸引更多消費者，進而增加收入。

儘管這可能會增加成本，但從長遠來看，這可以提高企業的價值和盈利。許多企業已經透過在可持續性上努力，實現了業績增加和盈利提升，也有許多企業的實例支持了這一觀點。

A3

1. 開發可降解或可循環利用的材料，或採用更節能的生產工藝，都需要公司投入研發和創新。這種做法可提升公司的競爭力。
2. 如減少碳排放、提倡社會責任和綠色製造等，可以贏得消費者的青睞。這種品牌認知和忠誠度的提升有助于推動銷售增長和市場佔有率擴大。
3. 通過優化供應鏈、減少資源浪費和能源消耗等措施，可以降低生產成本，增加盈利性。此外，採用可再生能源或減少廢棄物的處理成本也有助于提升公司的利潤。

A3

一些科技公司投資於可再生能源和清潔技術，這不僅為他們帶來了創新產品，也擴大了市場份額和盈利能力。

在消費品行業，一些公司通過使用可持續材料和製程吸引了更多的消費者，提高了品牌忠誠度和盈利水平。許多研究也表明，具有積極可持續性策略的企業通常在長期內表現更好，包括更高的股價回報率和更好的財務績效。

2011年，特斯拉推出了全電動車特斯拉Roadster，這個產品不僅不產生排放，還能實現長距離行駛，引起了全球汽車行業的巨大關注，並對汽車產業產生了深遠影響。

Q4

你如何評估高層領導為將企業責任和可持續性整合入業務所採取的步驟？



A4

首先，組員一致認為 Nike 高層領導在企業責任和可持續性整合入業務方面的評價是積極的

他們制定了明確的目標和策略，接著建立了支持可持續發展的企業文化，並且實施了具體的計劃，最重要的是他們保持了透明度，定期向內外部報告他們在可持續發展方面的進展，

這有助於建立信任和透明的企業形象！

A4

評估高層領導將企業責任和可持續性整合入業務的步驟時，可以從幾個方面來考量：

承諾：高層領導是否展現出對於企業責任跟可持續性的強烈認同感？

執行力：高層領導是否積極推動企業責任和可持續性戰略的執行？包括是否提供足夠的資源和支持？

透明度：高層領導是否向利害關係人展現出應有的透明度？

A4

明確做法如下：

定明確目標和願景 => 例如設定在2020年消除供應鏈中的有害排放

成立高級創新委員會（CSI）=> 表明公司高層對可持續性戰略的重視和支持

利益相關者合作 => 與非政府組織和其他利益相關者合作，共同解決供應鏈中的環境和社會問題，如水污染和勞工權益

定具體計劃和路線圖 => 例如制定"零化學物質排放"目標

創新和技術發展 => 鼓勵發展可持續的材料和生產技術

改進和透明度 => 不斷調整可持續性戰略，建立起信任和合作關係

綜合以上，如果都有正面的答案的話，就將會是成功融合的開始！

Our Team



吳堯

Ceo Of Ingoude
Company



呂

Ceo Of Ingoude
Company



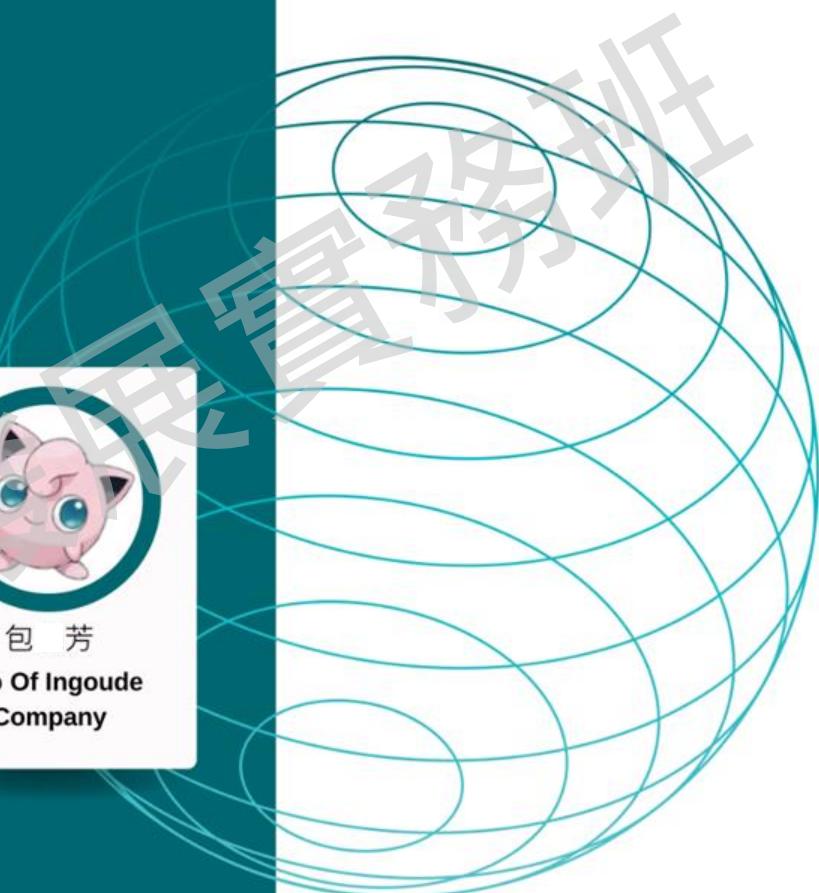
陳苑

Ceo Of Ingoude
Company



包芳

Ceo Of Ingoude
Company



Thanks

For

Your Listening !!!

