

消費行為轉變 家族企業須掌握永續品牌轉型時機

文 / 李宜樺 資誠永續發展服務公司 董事長

根據資誠發布的《2021 全球消費者洞察報告》中發現，疫情常態化促使新的消費行為正在成型。消費者在購物決策過程中，比以往更考慮「永續」，甚至願意花更多錢在對於環境、土地友善，或有社會意義的產品。

企業投入 ESG 相關的作為，連帶影響消費者對企業的品牌信任感，也影響了向他人推薦該企業或品牌的意願。臺灣家族企業在轉型過程中，應將品牌重新定調並連結永續議題，吸引新的消費世代，可替品牌帶來更多的成長空間。

家族企業如何在 ESG 議題上回應外界期待，建議家族企業掌握三原則，踏出永續品牌轉型第一步：

1. 型塑企業內部永續文化，凝聚內部共識，掌握品牌關鍵 DNA。
2. 盤點溝通主軸及亮點，制定永續品牌溝通策略，有效傳遞品牌核心價值。
3. 回應利害關係人，經營品牌能見度，擴大永續影響力。

疫情迫使企業不得不重新思考品牌的永續價值與社會意義，品牌轉型也為臺灣家族企業實踐 ESG 提出解方。品牌結合企業願景，以價值溝通回應與自身產業相關的社會議題，打造品牌價值，重視與利害關係人的溝通，長期累積消費者的信任和忠誠，方能奠定企業永續經營的基石。

資誠家族及企業永續辦公室

協助臺灣家族及企業重新定義家族與企業的使命願景，成就家族及企業永續

臺灣家族企業的企業主在疫情及疫後時代所面臨的競爭、各種營運風險及家族永續傳承的挑戰比以往任何時候都更激烈，企業主需要全新的方法、全新的思維帶領家族邁向永續的航道，如何領導家族實現家族永續、企業永續，絕對是臺灣家族企業主最深切的期待。資誠家族及企業永續辦公室能提供臺灣企業主在家族及企業永續經營的一站式 Total Solutions 整體解決方案，從財務績效、創新與成長、風險與治理、人才與傳承、數位轉型、併購、策略聯盟及 ESG 等企業永續策略目標，及家族治理、財富永續、經營權保護與傳承及家族核心價值等家族永續策略目標，協助企業主成就永續家族與永續企業。

我們的團隊



林鈞堯

副所長

+886 2 27296666 ext.25230
kevin.lin@pwc.com



洪連盛

家族及企業永續辦公室
主持會計師

+886 2 27296666 ext.25008
sam.hung@pwc.com



林一帆

家族及企業永續辦公室
協同主持會計師

+886 2 27296666 ext.26226
yi-fan.lin@pwc.com



鄭策允

家族及企業永續辦公室
協同主持律師

+886 2 27296666 ext.25098
alvin.cheng@pwc.com



李宜樺

資誠永續發展服務公司
董事長

+886 2 27296666 ext.26685
eliza.li@pwc.com

