



乾淨能源轉型： 零售業

隱藏的碳足跡

兼顧環保的消費模式。計算零售業的溫室氣體排放量相當棘手。舉例來說，核算實體店面的碳足跡時，可以按建築物供暖、降溫及照明所用能源計算。相較於住宅建築，實體店面這方面的能源使用量可能相當高。當然，若相較於重工業，實體店面的溫室氣體排放量微不足道。

即使是大肆使用空調，或是擺滿冰箱、冰櫃和同樣大量耗電設備的店面，和焦炭煉鋼電爐比起來，碳排放量也只能算是小巫見大巫。但是，只看零售業者在銷售據點的能源消耗量，真的就能核算出他們的碳足跡嗎？如果把整個供應鏈全都算進去呢？

根據世界零售大會 (World Retail Congress) 和世界企業永續發展委員會 (World Business Council for Sustainable Development)，全世界的溫室氣體排放量有高達 25% 出自零售供應鏈。但是，重點就在這個「但是」，就供應鏈溫室氣體排放量而言，零售業能夠直接控制的只佔一小部分。

以歐洲為例，根據 EuroCommerce 的報告，歐洲零售批發業的溫室氣體排放量當中，能由產業直接控制的比例只有 2%。原因在於該產業絕大多數的碳排放均屬於範疇 3 (Scope 3) 排放。範疇 3 排放是發生在組織上游和下游活動的間接排放。



零售業者能直接控制的溫室氣體排放量比例如此之小，若要達成淨零排放的目標，難度自然相當高。我們請零售業專家就乾淨能源轉型對業界所造成的影響發表見解時，大多數的專家皆表示零售業者要在未來三年內實現淨零排放的可能性不高，或許原因就在於此。不論是我們在美國、中國等大型市場，和越南、泰國等較小型市場，以及奧地利、義大利、荷蘭和瑞士等歐洲市場的核保人員也抱持相同的看法。我們在波蘭的核保人員表示，當地零售業無法在未來三年內實現淨零排放目標。

要降低範疇 3 排放量，其中一種方法就是推動循環模式的零售經濟。這同樣是個兩難的選擇，因為零售業是個「賣越多」利潤越高的產業。根據美國零售業聯盟(US National Retail Federation) 的報告，80% 的美國人現在都認同一件事：未來 20 年內嘗試過零廢棄的生活是挺有吸引力的。對消費者而言，零廢棄的生活方式可能是買二手商品，常見的購買管道則包括 eBay、Vinted、ThredUp 和 ReBuy 等轉售品牌。

二手交易（線上二手市場）現在確實在許多區域蓬勃發展著。在歐洲，eBay 在 2023 年的商品交易總額 (GMV) 達 300 億美元，緊隨其後的是 Vinted，其 GMV 超過 80 億美元。

對實體零售業者來說，提供商品舊換新的選項並販賣二手/整新品也算是一種循環經濟。許多零售業者已經在 eBay 等二手交易網站上開設了「商店」。

顯而易見，消費者對於能永續發展的零售業者和產品有著濃厚的興趣。Bain & Company 最近做了一項研究，發現全世界絕大多數的消費者非常關心永續發展，其中以巴西和亞太地區的比例最高。

這個現象與我們向零售業專家徵詢得到的資訊一致。我們在中國的核保人員表示，零售業對乾淨能源的需求大增，未來幾年有機會帶動產業成長。我們在臺灣的核保人員指出，即使目前尚未出現統一標準，本地零售公司也能受惠於風險評估機構給予的綠色評級。我們在越南、日本和臺灣的核保人員都表示，當地消費者越來越重視永續發展和環保措施。



Atradius 核保人員認為零售業面臨的主要議題有哪些？

全世界許多零售業者眼前面臨的其中一項主要議題是生存。疫情重擊許多傳統實體零售業者，處境艱難之際又得應對高通膨和供應問題，著實雪上加霜。

誠如我們在奧地利和瑞士的核保人員所述：「2023 年發生了多起零售業者破產倒閉的案例，今年也不例外。我認為，對大多數的零售業者而言，乾淨能源轉型不是目前最重視的議題。」核保人員補充說道：「許多零售業者提撥的能源轉型投資儲備金很少，甚至根本沒有儲備金，而且，零售業者所用的銷售場域大多是租來的，基本不能決定選擇什麼樣的電源和供暖/空調類型。」

我們在法國和波蘭的零售業專家也認同這個看法，更另外指出一點：小型企業想實現氣候變遷目標，難度會更高。我們在法國的核保人員說道：「中小型公司都已經因為困難的大環境（特別是家庭開銷造成的壓力）而在苦苦掙扎，ESG 實在不是眼前最重要的事。」

我們在波蘭的核保人員也同意，當地零售業者在未來三年內達成歐洲氣候目標的可能性不大。他們解釋說，政府目前的重中之重並不在於零售業的乾淨能源轉型，而且還說道：「政府並沒有提供充分的支援和明確的指引。零售業將重點放在短期目標，不強求能源轉型，先專心追求私利再說。」

而在歐洲以外的地區，情況也相去不遠。我們在泰國的產業專家表示：「乾淨能源轉型經費和投資都不足，中小型零售業者尤其如此。」在中國，我們的核保人員特別提到要釐清零售業者的碳排放量有難度，他們也問道：「重點是，該如何針對零售業者制訂符合科學原則且得當的 ESG/綠色標準？」

在零售業中，與乾淨能源轉型相關的議題還包括所有產業都會面臨的挑戰。比方說，我們在越南的核保人員就表示：「基礎設施老舊，還沒有準備好承受再生能源帶來的更多電力。」再生能源的資源又是另一個不公平的全球較勁場域。我們在南韓的核保人員表示：「韓國的再生能源很貴，因為我們的山林地範圍不大，先天條件受到限制。」



儘管如此，再生能源逐漸在幾個市場上供應著相對便宜的能源。我們在美國、奧地利、德國、香港、瑞士、泰國和越南的核保人員都認同這一點，他們表示，電費變便宜、效率變高，對零售業就是機會。

挑戰：零售業未來三年最迫切的挑戰是什麼？

1. 經濟壓力

實體零售業在經濟方面面臨諸多挑戰，包括來自電子商務的競爭、租金提高，以及高通膨和高利率環境導致消費者信心指數下降。誠如我們在義大利的核保人員所說：「綠色轉型的成本很高，這會影響到本就已經苦苦承受著高壓的產業。」

2. 供應鏈錯綜複雜

要減少溫室氣體排放量，零售業者就需和供應商及客戶合作，仔細核算範疇 2 和範疇 3 的排放量。我們在法國的核保人員表示：「一定要與供應商合作，確保整個供應鏈確實遵行永續發展措施。」

3. 財務援助

投資乾淨能源轉型的成本非常高，而由於零售業近期破產倒閉事件頻傳，前景堪慮，因此許多零售業者無法順利融資。我們在奧地利、德國、匈牙利、愛爾蘭、義大利、瑞士、泰國和英國的核保人員都表示，資本取得不易是一大議題（對規模較小的業者尤其如此）。

機會：零售業未來三年內最大的機會是什麼？

1. 節省成本

在部分市場中，若是長遠來看，再生能源的價格較低。我們在德國的核保人員說道：「零售業者採用綠色能源可以節省成本。」

2. 提高聲譽

我們大多數的核保人員都同意消費者越來越重視永續發展，消費者的購買力和購買選擇就是最好的證明。我們在波蘭的核保人員則指出，這方面在波蘭當地市場顯然就不那麼重要。越南、臺灣、日本以及美國、英國和幾個歐洲市場的情況則完全相反，綠色零售業能因為堅定的客群而受惠。

3. 經營效率

乾淨能源轉型措施還能提高經營效率。原因就在於，會投資乾淨能源的企業，通常也會尋求節能解決方案。誠如我們在香港的核保人員所說：「這樣反而有助於提高營收。」



接下來會如何發展？

未來幾年，零售業可能會往循環經濟靠攏。也就是說，零售業者除了製造及銷售可以維修而非直接汰換的物品之外，也會開始從事二手交易（零售業者起用第三方經銷商，同時也轉售自家「稍微使用過」的產品）。

誠如我們在捷克共和國的核保人員所說：「經濟體必須比現在更重視再生能源、循環經濟。像 Vinted 這樣的平台會越來越重要。消費者行為也會跟著改變。去全球化之後，承受海外壓力的零售子產業（包括服裝、藥品、電子產品、玩具等產業）也能得到成長的空間。」

尤其是照明和空調費用，商店若能使用更便宜的綠電，自然就能因為經營成本降低而受惠。實體店面的耗電量通常會低於線上零售商的耗電量，如果能讓尋找永續發展商品的消費者認同實體店面比線上零售商更環保，自然可能受惠於此。

許多品牌開始更密切地留意其範疇 2 和範疇 3 排放量，因此，供應鏈可能還會出現變化。

不過，這些變化也可能源自於疫情後出現的破產倒閉潮（零售業者被迫找新的供應商，反過來的情況也一樣），有些市場甚至出現了產業回流現象增加的情況。

越來越多製造商開始推動乾淨能源轉型，零售商能購入的「綠色」產品量也會增加。舉例來說，目前的綠色鋼材大多以汽車市場為主要客群，但未來用於洗衣機和冰箱等物品的比例將會增加。同理可證，完全使用再生能源的工廠，供貨給零售業者的碳足跡，必然比使用燃煤或燃氣能源生產的工廠低得多。

EuroCommerce 認為，零售業者在全球推動淨零排放的過程中會發揮相當關鍵的作用。該組織在《淨零遊戲規則改變者》(Net Zero Game Changer) 這份報告中斷言，零售業「可以透過獎勵生產商、製造商及運輸服務業者的方式採行更適合永續發展的措施，原物料採購流程也不例外。」

追蹤 Atradius
社群媒體
[youtube.com/user/atradiusgroup](https://www.youtube.com/user/atradiusgroup)
[linkedin.com/company/atradius](https://www.linkedin.com/company/atradius)

Atradius
David Ricardostraat 1
1066 JS Amsterdam
P.O. box 8982
1006 JD Amsterdam
The Netherlands
電話：+31 (0)20 - 553 91 11
info@atradius.com
www.atradius.com