

研究：可持续报告 与公司品牌价值有正面关系

韩宝镇 报道
hanpt@sph.com.sg

一项对本地100个领先品牌进行的研究发现，可持续报告同公司品牌价值有正面的关系。然而，这100个品牌当中，有两成并没有发布可持续报告。

根据新加坡国立大学商学院治理制度与机构研究中心（Centre for Governance, Institutions and Organisations）的报告，城市发展（CDL）、新电信（Singtel）和凯德集团（CapitaLand）等率先做出可持续报告的本地企业，都名列全球首100家可持续发展企业排行榜，而城市发展更连续10年在榜上维持排名。

按照品牌价值排名，这些企业年复一年都跻身本地25大企业。这是本地少数最早脱颖而出、走在同行企业前头的公司。

尽管研究发现企业披露得越多，品牌的价值越高，但许多品牌在披露社会与环境信息方面仍然不足。

此外，研究也发现，由于公众对企业的印象需要时间来建立，因此企业即使做出可持续报

告，也需要一些时日才会在品牌价值上反映出来。

撰写这项研究报告的是治理制度与机构研究中心主任卢耀群副教授和国大环境管理硕士学位课程毕业生陈思敏。

报告是对国际品牌估值咨询公司Brand Finance在2016年和2018年的品牌价值排名进行研究，并对每家公司在企业网站、常年报告和其他相关报告的披露，计算出可持续性方面的得分。

卢耀群副教授指出，自从新加坡交易所在2017年实施“要不遵守、要不解释”的上市条规后，发表可持续报告的公司从2017年的186家，增至2018年的327家。

不过，这还不到我国所有上市公司的一半，“这可能意味着公司不完全了解可持续报告的潜在价值。”截至8月，本地共有710家上市公司。

五项最少被披露的事项，依次是生物多样性、产品和服务管理、人权、因气候变化所蒙受的经济影响，以及劳工惯例与劳资关系。