

〈創愛的業〉

生態綠 公平貿易躍入主流市場

【朱永光】

公平貿易在歐洲行之有年，在英國不論是超市、航空機票、旅館，都有提供多樣性的公平貿易商品，近年來這種訴諸公平正義的道德消費浪潮，才逐步延伸至亞洲地區。「生態綠」創辦人徐文彥和余宛如夫婦是台灣推動公平貿易理念的先鋒，致力讓公平貿易能夠在台灣發芽生根、落實到民眾的日常生活之中。

「生態綠」成立於2007年，是台灣第一個獲得國際公平貿易組織Fairtrade International (FLO) 認證的貿易商，初期以咖啡做為倡議宣導的媒介，經由自營咖啡店，並在企業機構中推廣「公平貿易茶水間」，採購公平貿易咖啡豆落實企業社會責任，每年也透過上百場的講座及活動，喚起民眾省思消費行為背後的真相及所付出的代價。

「公平貿易為第三世界國家的生產者與農民爭取貿易中的公平條件，但其意義不僅是合理的收購價格，還包括合理的工作條件（勞動人權）與在地的永續性（環境保護），而公平貿易組織持續地推廣市場標準與認證機制，便是在上下游供應鏈上把關，避免自由貿易所產生的壓榨與剝削。」

2013年，「生態綠」結合天使投資人王韋中的資金挹注及參與經營，在台北金山南路上開辦了全台第一家「公平貿易超市」，隨後順利登上創櫃板，為「生態綠」事業的開展以及公平貿易理念的推廣，開啟新的里程碑。

王韋中，同時也是華陽中小企業開發公司董事長，擁有豐富的創業、投資及企業重整等資歷。他說，「不論是創業或選擇投資標的，獲利能力是一定要的，若能引發更大的社會影響力，才是真正的名利雙收！兼具公益性質及商業利益的社會企業就是一個很好參考方向。」

不改創投企業家本色，王韋中分享「生態綠」的未來潛力：兩位創辦人具有國際視野，取得國際公平貿易組織的認證，是公司重要資產；再者，引進國外已發展成熟的商業模式，相對也降低了許多風險。

根據統計，2012年全球公平貿易認證產品的銷售總額約48億歐元，雖然所占的比例仍極小，但近年來各國的公平貿易消費市場都是以雙位數增長。

「相較之下，台灣此一市場幾乎為零，具備相當大的成長空間。」新資金挹注後，「生態綠」開始有系統性地引進各類認證商品，「公平貿易超市」是擴大

經營的第一步，也有知名超市熱烈響應，上架販售公平貿易商品。

參與投資後的王韋中，不僅自己積極參與日常營運，也為「生態綠」引進有企業經營經驗的人才，建構完善的財會與內控制度，以明確掌握公司的成本和盈餘。

「以採購咖啡為例，忽略匯率波動會造成公司平白損失。」他優先導入 ERP 財會系統，並將財報交由會計師事務所簽證，「財務報表可以完整呈現公司營運績效，企業主才能有所依據，做出正確的決策與判斷」，這也是社會企業這類中小型企業比較缺乏的經營能力。

「除了商業模式，也非常在意公司的財務結構及內控制度，藉此評估該公司未來發展潛力。想要進一步引進外部資金，這些都是必要的工作。」

王韋中也希望，自己與「生態綠」可以做為資本市場與社會企業結合的新典範，透過這樣的過程嘗試、學習，未來可協助更多社會企業接軌至資本市場，同時也讓資本發揮更大的社會效益。

從社會運動起家的兩位「生態綠」創辦人，結合創投企業家的資金與經營管理長才，擦出不同以往的火花，為企業營運帶來突變、成長的契機。這個首創的投資輔導模式，可望成為驅動台灣社會企業整體發展的關鍵力量。

（作者是社企流顧問、美商中經合集團總經理，本專欄隔周二刊登）

【2014-06-17/經濟日報/B7 版/經營管理】