

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證證書

# 產品責任

PRODUCT LIABILITY



## 章節重點

|           |    |
|-----------|----|
| 產品研發與創新   | 72 |
| 永續產品與循環經濟 | 83 |
| 產品安全責任    | 89 |
| 客戶服務與資安管理 | 98 |



# 產品責任

PRODUCT LIABILITY



## 亮點績效

**6 項專利**

集團國內外，共取得6項新專利

**100% 合格與達標**

供應商抽檢稽核、產品檢驗合格率达100%

**100% 結案率**

國內外客服回饋、申訴與結案率达100%

**0 受損**

本年度無任何資訊安全、客戶隱私受損事件發生

**9 成滿意**

國內客戶滿意度調查達94分、海外經銷回饋滿意度達95%

**1 新品牌**

發表新永續美妝品牌-「BIOSEA 碧海絲」

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 重大議題：永續產品與服務、產品創新研發



| 章節名稱                                                                                                                        | 2024年目標                                                                                        | 2024年成果                                                                                                                                                                                                                             | 短期目標 (未來1年)                                                                                                                  | 中期目標 (未來3-5年)                                                                                                                | 長期目標 (未來5年以上)                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>產品研發與創新-<br/>產品研發與投入、<br/>進展與流程</p> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>開創綠色永續產品，結合在地原生海藻萃取之美髮產品</li> </ul>         | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>與歐萊德合作，創立新永續美妝保養品品牌-Biosea(碧海絲)</li> <li>Biosea洗髮精取得多項產品國際綠色認證、最佳碳中和與永續包裝獎、USDA BIOBASE生質基認證等標章</li> <li>Biosea產品皆使用在地原生海藻榮獲原料國際天然認證</li> </ul>                                  | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Biosea系列將持續以永續產品為基礎，於2025年開發並推出新品</li> </ul>                              | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行產品開發與綠色材料的研發投入、產學合作與技轉開發</li> <li>持續研究保健產品之各項低碳永續環保耗材</li> </ul>      | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行產品開發與綠色材料的研發投入、產學合作與技轉開發</li> <li>持續研究保健產品之各項低碳永續環保耗材</li> </ul>                                                                                           |
|                                                                                                                             | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>深化阿原對青草植萃療癒力的研究，將其應用於更具體的肌膚保養與健康領域</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新品開發持續導入PCR循環再生瓶器相關產品</li> <li>建置北海明珠專業萃取室，並設計兩套獨家萃取設備，以模擬提升青草植萃技術與生產效率</li> <li>成功萃取艾草稀有活性元素，並計劃應用於肌膚清潔與保養產品開發，拓展其護膚功效</li> <li>該萃取技術已申請專利，確保創新成果獲得保護，並推動科研與產業應用的進一步發展</li> </ul> | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>將於2025年使用在地食材開發機能性新品，持續增進產品永續取材及循環</li> <li>持續研究保健產品之各項低碳永續環保耗材</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新品開發持續導入PCR循環再生瓶器</li> <li>推動萃取鍋爐的正式量產與商業應用，提升青草植萃技術的穩定性與規模化生產能力</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新品開發持續導入PCR循環再生瓶器</li> <li>持續關注洗沐與保養品市場趨勢，深化青草植萃研究，並拓展至非阿原農場的作物，進一步強化與廣泛應用阿原獨有的萃取技術</li> <li>必要時攜手台灣在地廠商與學術機構，合作開發對人體有益且環保永續的產品，推動產業朝向更友善環境與地球永續的方向發展</li> </ul> |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證書

## 重大議題：永續產品與服務、產品創新研發

| 章節名稱                                                                                                                    | 2024年目標                                                                                                                        | 2024年成果                                                                                                                                                                                                                                                | 短期目標 (未來1年)                                                                                                 | 中期目標 (未來3-5年)                                                                                                                                                 | 長期目標 (未來5年以上)                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>產品研發與創新-<br/>專利、技術與產學<br/>合作</p> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續研發技術開發，取得專利及新申請專利</li> </ul>                                              | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>成功且持續開發高濃度、低刺激之面膜與保養品，以及各項抗老與煥膚亮白功效之高純度單方原料，提升功效性與商品力，滿足消費者需求</li> <li>深入佈局並持續優化兼具外觀與效用的美容保養儀器</li> <li>開創全新綠色永續結合獨家研發海藻萃取美髮產品</li> <li>旗下品牌取得2件專利、獲得6項國內外研發獎項、3項國際設計獎、原料國際天然認證與產品國際綠色認證</li> </ul> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續研發技術開發，取得專利2件，新申請專利4件</li> <li>申請國際設計獎：1項商品</li> </ul> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>研發導入、產學合作與技轉開發，取得專利5件</li> <li>綠色原料開發：持續與學術單位進行產學相關合作，研究其他各項廢棄原物料再利用之技術</li> <li>落實運用在地化及公平交易原料</li> </ul> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行產品與綠色材料的研發投入、產學合作與技轉開發</li> <li>強化在地化及公平交易原料目標與審查機制</li> <li>綠色原料開發：持續與學術單位進行產學相關合作，研究其他各項廢棄原物料再利用之技術</li> </ul> |
|                                                                                                                         | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>與學術研究機構產學合作：開發台灣在地特有保健素材</li> <li>申請食品無添加物認證</li> <li>研發導入與專利技轉開發</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>在地採購支出50%以上</li> <li>公平交易：契作戶2戶</li> </ul>                                                                                                                                                            | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>與學術研究機構產學合作</li> <li>持續研發導入與專利技轉開發，取得專利1件</li> </ul>      | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>與學術研究機構產學合作：產品功效驗證執行2件</li> <li>申請食品無添加物認證：3項商品</li> <li>研發導入與專利技轉開發，共取得2件</li> </ul>                       | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行學術研究與機構產學合作，強化研發導入與專利技轉開發</li> <li>持續進行食品無添加物認證取得與申請</li> </ul>                                                   |
|                                                                                                                         |                                                                                                                                | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>以台灣在地素材展開保健原料開發，已陸續執行二次放大量產，驗證原料有效性、功能性；將經典熱銷之商品進行升級與創新再現化，達到開發品牌獨家原料與滿足各年齡層顧客需求</li> <li>旗下品牌成功於2024年獲得1項國際發明展金獎；6項食品無添加物認證商品；25項國際產品獎</li> </ul>                                                   | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>在地採購支出維持50%以上</li> <li>維持兩位契作農戶</li> </ul>                 | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>在地採購支出維持50%以上</li> <li>維持兩位契作農戶</li> </ul>                                                                   | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>在地採購支出維持50%以上</li> <li>維持兩位契作農戶</li> </ul>                                                                             |
|                                                                                                                         |                                                                                                                                | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>在地採購支出50%以上</li> <li>完成契作簽約與採收</li> </ul>                                                                                                                                                             |                                                                                                             |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                         |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證證書

## 重大議題：永續包材及循環經濟



| 章節名稱                                                                                                  | 2024年目標                                                                                                    | 2024年成果                                                                                                                                                                                                                   | 短期目標 (未來1年)                                                                                               | 中期目標 (未來3-5年)                                                                                                                  | 長期目標 (未來5年以上)                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>永續產品與循環經濟</p> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>既有商品環保材質包材年度轉換率&gt;85%</li> <li>報廢包材年重量低於5公噸</li> </ul> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>軒郁國際美妝保養產品已全數持續使用經森林驗證認可計畫委員會 (PEFC)、森林管理委員會 (FSC) 國際認證包材的紙品，且既有商品彩盒也已完成更換。</li> <li>Biosea洗髮精瓶器使用100%PCR</li> <li>未來美雲朵機包裝(含甘蔗渣紙襯)可再生材料-2024年度使用量：14.188公噸</li> </ul> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持商品環保包材轉換率100%</li> <li>持續朝向報廢包材年重量低於5公噸</li> </ul> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2026年減塑達50%</li> <li>持續維持商品環保包材轉換率100%</li> <li>持續朝向報廢包材年重量低於3公噸</li> </ul> | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續加強全系列品牌商品減塑達80%</li> <li>持續維持商品環保包材轉換率100%</li> <li>持續朝向減低年包材報廢重量低於1公噸</li> </ul> |
|                                                                                                       | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>洗沐類產品之新品開發持續使用PCR循環再生材料為瓶器</li> <li>包材報廢減量</li> </ul>     | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新普利保健食品新品同樣持續導入PEFC、FSC認證的包材，年轉換率也一併提升至100%，並對比2024年包材轉換率年增達9%</li> </ul>                                                                                               | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新品開發持續使用PCR循環再生材料為瓶器</li> <li>包材報廢持續減量</li> </ul>        | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新品開發持續使用PCR循環再生材料為瓶器</li> <li>包材報廢持續減量</li> </ul>                             | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新品開發持續使用PCR循環再生材料為瓶器</li> <li>包材報廢持續減量</li> </ul>                                     |
|                                                                                                       |                                                                                                            | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>95mL、430mL瓶器導入使用PCR循環再生材料</li> <li>2024年包材報廢相較於2023年總體減量11%(kg)</li> </ul>                                                                                               |                                                                                                           |                                                                                                                                |                                                                                                                                        |
|                                                                                                       |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                           |                                                                                                                                |                                                                                                                                        |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 重大議題：產品品質管理與安全責任



| 章節名稱                                                                                           | 2024年目標                                                                                                                                                    | 2024年成果                                                                                                                                                                      | 短期目標 (未來1年)                                                                                                               | 中期目標 (未來3-5年)                                                                                                                                                          | 長期目標 (未來5年以上)                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>產品安全責任 | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>依產品類別增訂需求檢驗項目，並提升每批留樣數量供回溯檢測使用，確保上市中產品品質</li> </ul>                                                     | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>旗下品牌之產品，皆已定時執行回溯複測確保產品品質</li> <li>持續依據抽驗與改良之數據，進行各項檢討與優化檢驗機制</li> </ul>                                                   | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>依產品類別增訂需求檢驗項目，並提升每批留樣數量供回溯檢測使用，確保上市中產品品質</li> </ul>                    | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>增加SGS委外送測項目與檢測頻率</li> <li>持續加強各批號產品留樣和定期執行回溯檢測</li> </ul>                                                           | <b>軒郁國際</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續增加SGS或各第三方單位委外送測項目與檢測頻率</li> <li>強化各批號產品留樣程序與回溯檢測機制</li> </ul>                        |
|                                                                                                | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>定期追蹤檢核原料使用素材，保障各項產品品質</li> <li>增加產品的有效性含量的檢測</li> <li>增加產品安全性的項目檢測:除了原有的檢驗項目外，另外增加12項防腐劑的檢驗項目</li> </ul> | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>增加產品安全性的項目檢測-增加12項防腐劑</li> </ul>                                                                                           | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>定期追蹤檢核原料使用素材，保障各項產品品質</li> <li>持續增加產品的有效性含量的檢測</li> </ul>               | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>增加產品進行輪替方法不定期進行第三方檢驗單位監控</li> <li>建構國內外保健食品風險資料庫，強化產品危害風險控管能力</li> </ul>                                             | <b>新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>強化產品不定期第三方檢驗單位抽驗與監控流程</li> <li>擴增與加強國內外保健食品風險資料庫安全防護與數據分析能力，持續深化產品風險危害控制與管理機制</li> </ul> |
|                                                                                                |                                                                                                                                                            | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>總公司、石門廠、農場取得 ISO 9001：2015 品質管理系統驗證</li> <li>石門廠開始規劃 ISO 22716/GMP 驗證及人員培訓</li> <li>石門廠開始規劃品保實驗室，以自主檢驗半成品、成品檢驗要求</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>結合外部稽核驗證能量，持續優化品質管理制度、提高產品與服務之品質</li> <li>2025年Q2建制完成石門廠品保實驗室</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>配合 ISO 9001：2026 品質管理系統版本驗證更新、接軌國際，品質管理系統與品質管理小組將持續改善及精進</li> <li>持續完善石門廠品保實驗室管理，以提供穩定產品品質，提供消費者更高品質及安全的產品</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續關注國際與國內品質管理與安全責任議題，透過品質管理小組、ESG工作小組深化執行</li> </ul>                                      |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 重大議題：客戶關係管理、資訊安全及隱私保障



| 章節名稱                                                                                                                   | 2024年目標                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2024年成果                                                                                                                                                                                       | 短期目標 (未來1年)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 中期目標 (未來3-5年)                                                                                                                                                                                                                                                            | 長期目標 (未來5年以上)                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>客戶服務<br/>與資安管理-<br/>客戶關係管理</b> | <b>軒郁國際與新普利</b><br><br><b>B2C(客服)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>優化溝通管道，確保與客戶之間的順暢溝通，包括使用電子郵件、社交媒體、客服熱線等多種方式。</li> <li>持續維持當前客戶滿意度之94分數，同時促進客戶滿意度評分與回饋。</li> <li>持續開拓新的產品線或擴大業務範圍，以滿足客戶不斷變化的需求。</li> <li>不斷透過大數據、AI系統導入的支持與持續深化教育訓練的品質，強化客服回覆速度與再優化。</li> <li>關注提供更好的客戶體驗，包括簡化購物流程、快速解決問題和提供個性化服務。</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續與客戶保持良好溝通，客戶滿意度仍保持94高分。</li> <li>客服人員的素質提昇，加速訂單成交率，客戶藉由客服電銷通路下單回購，持續增進集團業績與目標。</li> <li>強化官網與其他網站平台之社群溝通 (LINE、FaceBook等)</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b><br><br><b>B2C(客服)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>高滿意度維持與深化，滿意度維持 ≥94分，針對低於90分回饋進行個案分析持續維持當前客戶滿意度之94分數，同時促進客戶滿意度評分與回饋。</li> <li>優化溝通渠道，確保與客戶之間的順暢溝通，包括使用電子郵件、社交媒體、客服熱線等多種方式。</li> <li>持續開拓新的產品線或擴大業務範圍，以滿足客戶不斷變化的需求。</li> <li>不斷透過大數據、AI系統導入的支持與持續深化教育訓練的品質，強化客服回覆速度與再優化。</li> <li>關注提供更好的客戶體驗，包括簡化購物流程、快速解決問題和提供個性化服務。</li> <li>持續優化非官網之各項平台與社群溝通，導入AI機器人快速溝通與處理客戶回饋。</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b><br><br><b>B2C(客服)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>滿意度穩定 ≥94分，提升NPS (淨推薦值) 5%</li> <li>建立客戶數據庫：開始建立客戶數據庫，追蹤客戶購買歷史、偏好和行為，以更好地了解客戶需求。</li> <li>續優化流程：定期檢討和優化CRM流程，以確保其與企業目標和客戶需求的一致性。</li> <li>整合社群訊息與客服系統，建構全通路回應機制，強化AI與人工客服協同服務效率。</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b><br><br><b>客服暨海外與特通：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>滿意度 ≥95分，導入「情緒分析系統」輔助追蹤感受趨勢</li> <li>目標與10個主要客戶建立策略合作夥伴關係，制定長期發展計劃。</li> <li>目標實現雙方收入增長30%，促進長期永續發展。</li> <li>通過持續的合作和互動，建立深度和穩固的合作夥伴關係，共同成長和發展。</li> <li>導入智慧語意分析與客戶歷程整合，實現全自動化即時應對與個人化互動回應機制。</li> </ul> |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

- 1.1 關於軒郁
- 1.2 營運策略與表現
- 1.3 公司治理
- 1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

- 2.1 產品研發與創新
- 2.2 永續產品與循環經濟
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

- 3.1 氣候變遷因應
- 3.2 營運環境管理
- 3.3 永續供應鏈
- 3.4 責任採購

## 4 社會共融

- 4.1 人力資源發展
- 4.2 幸福職場
- 4.3 訓練與發展
- 4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表
2. SASB準則對照表
3. 第三方查確證書

## 重大議題：客戶關係管理、資訊安全及隱私保障

| 章節名稱                                                                                                                  | 2024年目標                                                                                                                                                                                       | 2024年成果                                                                                                                                                          | 短期目標 (未來1年)                                                                                                                                                                                   | 中期目標 (未來3-5年)                                                                                                                                                                                                                                                  | 長期目標 (未來5年以上)                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>客戶服務<br/>與資安管理-<br/>客戶關係管理</b> | <b>B2B(海外與特通)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續加強業務人員的產品知識及溝通技巧，提升顧客滿意度</li> <li>客戶服務流程優化：加快回覆時間</li> <li>開拓新的產品線或擴大業務範圍，滿足客戶不斷變化的需求。</li> <li>持續增進客服電銷通路下單回購率，增加逐年業績。</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>於2024 Q1完成Omnichat系統上線啟用，整合各社群渠道客戶訊息</li> <li>2024年度已串接 Line OA</li> <li>各通訊渠道 (FB/IG/Line) 客服回覆效率提升</li> </ul> | <b>B2B(海外與特通)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續加強業務人員的產品知識及溝通技巧，提升顧客滿意度</li> <li>客戶服務流程優化：加快回覆時間</li> <li>開拓新的產品線或擴大業務範圍，滿足客戶不斷變化的需求。</li> <li>持續增進客服電銷通路下單回購率，增加逐年業績。</li> </ul> | <b>B2B(海外、特通)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>建立客戶忠誠度:推出客戶忠誠度計劃，目標吸引至少30%的現有客戶參與該計劃。</li> <li>高價值客戶獎勵計劃:預計在2-3年內通過獎勵計劃，將高價值客戶的保留率提高25%。</li> <li>協助代理商善用直播特性，直接與消費者溝通，減少產品預期落差，降低退貨率。</li> <li>與客戶建立策略合作夥伴關係，共同制定長期發展計劃，實現雙贏局面，促進長期永續發展。</li> </ul> | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>建立本地化會員生態圈，透過忠誠計畫吸引更多人投入永續消費</li> <li>會員計畫與地方社區串聯，推動在地綠色行動</li> </ul> |
|                                                                                                                       | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>整合線上線下客戶平台，與社群顧客服務平台Omnichat合作，串接 Line OA，提高客服效率及滿意度</li> </ul>                                                                              | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>啟動會員ESG回饋機制，鼓勵消費者購買以100%PCR再生環保瓶身補充瓶</li> <li>會員系統升級，並調整會原制度，增加會員回饋比例</li> </ul>                                | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>擴大會員專屬體驗，如綠色講座、永續工作坊</li> <li>強化會員數位體驗，提供個性化推薦</li> </ul>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                        |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證書

## 重大議題：客戶關係管理、資訊安全及隱私保障



| 章節名稱                                                                                                                   | 2024年目標                                                                                                                                                                                       | 2024年成果                                                                                                                                                                                                        | 短期目標 (未來1年)                                                                                                                                                                                            | 中期目標 (未來3-5年)                                                                                                                                                                       | 長期目標 (未來5年以上)                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>客戶服務<br/>與資安管理-<br/>資訊與隱私安全</b> | <b>軒郁國際與新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>落實API使用存取權限與安全機制規範。</li> <li>每年舉辦1次員工資訊安全意識訓練。</li> <li>每年執行1次系統災害還原演練。</li> <li>維持無資安相關事件發生。</li> <li>每季檢視1次各後台帳號清單權限是否適當。</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>限制API金鑰存取權限與使用範圍，將API金鑰與公司IP綁定強化使用安全性。</li> <li>2024年度完成1次員工資訊安全意識訓練。</li> <li>2024年度完成1次系統災害還原演練並記錄。</li> <li>2024完成4次(每季一次)，檢視各後台帳號權限是否適當。</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>維持每年1次弱點掃描修復高風險漏洞。</li> <li>加強API安全防護，實施限制存取IP及使用權限規範。</li> <li>維持每年1次員工資安意識教育訓練，提升企業員工安全防範意識。</li> <li>完善的資安事件處理流程，包含定期模擬演練與事後復原機制。</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>對第三方供應商進行安全審核，確保合作夥伴遵循資安標準，降低供應鏈攻擊風險。</li> <li>發展內部資安監控中心，提升資安風險即時監測與應變能力。</li> <li>加強零信任架構環境建置，包含裝置驗證、多重認證等安全機制。</li> </ul> | <b>軒郁國際與新普利</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>零信任架構全面落實，實現端點至端點的零信任安全，包含裝置、網路、身份、應用程式的全方位保護。</li> <li>建立內部資安指標並與永續報告整合，展現企業資安承諾。</li> </ul> |
|                                                                                                                        | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>確保資安事件發生能有效應變處理</li> <li>公司WIFI無線網路區分內外部使用，建立基本安全措施</li> </ul>                                                                               | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2024年無資安事件發生</li> <li>已完成內外無線網路設定</li> </ul>                                                                                                                  | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>強化基本安全措施：如防毒軟體更新、規劃建構異地備援設備</li> </ul>                                                                                                                | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>針對敏感數據實施加密保護</li> <li>評估第三方資訊安全措施，減少外部威脅</li> </ul>                                                                                | <b>阿原</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>建立資訊安全文化，深化安全意識，讓所有成員自發遵循實踐</li> <li>確保企業的資訊安全政策符合國際標準（如ISO 27001）及相關法律規範</li> </ul>                |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證書

## 重大議題：永續產品服務

### 對軒郁國際的意義

軒郁國際始終秉持「綠色創新、永續發展」的核心理念，致力於開發對環境友善的產品，將永續價值融入企業經營之中；阿原則依據ISO 14001環境管理系統之產品生命週期開發產品，考量如何能以最小環境成本滿足消費者需求。我們堅信，企業不僅僅是產品的提供者，更是對地球負責的實踐者。透過創新科技、在地資源運用與低碳技術研發，打造真正符合環境永續的美妝、保健，以及日常保養與清潔用品之產品。

### 政策與承諾

軒郁國際積極投入綠色永續產品的開發，如結合在地原生海藻萃取，打造更天然、環保的美髮產品，減少對環境的影響。同時，透過與歐萊德策略合作推出全新永續美妝品 Biosea（碧海絲），進一步推動美妝產業的綠色升級。我們亦關注保健產品的低碳永續耗材，致力於降低生產過程中的環境足跡，為消費者提供更具責任感的健康選擇。

此外，阿原為落實永續產品與服務，共採取三項措施，包含：選擇供應商時，將近50%以上的比例，採購在地80km內供應商；與北海岸居民配合小農契作，穩定小農的收入以及減少中間的剝削；水液態及相關產品，則自2023年起生產並使用PCR材質的塑膠瓶器，同時持續推動環保包材或可回收再利用之包材。

未來，集團將持續深化「永續產品服務」的發展，透過創新科技與環保理念的結合，實現企業與環境共好的目標，為產業帶來正向影響，並引領市場走向更加永續的未來。

### 責任單位與資源

美妝保養類產品由軒郁國際研發部門主導、保健食品類產品由新普利主導，則日常保養與清潔用品由阿原主導，三方合力對於各項新、舊產品之永續選材、商品開發進行改良與努力。

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

### 重大議題：產品創新研發

#### 對軒郁國際的意義

產品研發與創新乃為產品力之根本表現，持續深耕投入研發領域創造新穎、有效產品，為品牌之宏願，打造獨一無二的品牌特色與配方獨特性。

此外秉持「取之自然、用之自然、回歸自然」的理念，致力於研發友善環境與肌膚的天然保養品，將永續融入品牌精神，選用純淨天然的原料、減少環境負擔，實現人與自然和諧共生。

#### 政策與承諾

透過技術研發、爭取國際獎項與專利申請、與學術機構產學合作、導入綠色原料與永續包材，並且堅持原料來源透明化、環保生產製程、減速與包材優化、動物友善與倫理採購、社會共融與教育等產品研發精神，持續以創新研發打造集團的品牌特色。

#### 責任單位與資源

美妝保養類產品由軒郁國際研發部門主導，保健食品類產品由新普利主導，並且齊力與學術機構進行產學合作，日常保養與清潔用品由阿原主導，由各部門協作進行產品研發。

### 重大議題：產品品質管理與安全責任

#### 對軒郁國際的意義

軒郁國際以先進科技專注創新，注重安全、有效及穩定性，層層檢測，品質嚴格把關。阿原亦透過導入ISO 9001：2015品質管理系統驗證，提升產品安全及品質管理的水準。

#### 政策與承諾

軒郁國際全系列商品達到高純度、高品質、高效能、高活性、高吸收、溫和、低敏、不刺激的特性；保健食品產品則以「產品有效、安全、健康」為宗旨，致力於創造優質、優良產品。阿原推出的日常保養與清潔用品在設計和開發階段遵循設計開發管制程序，新品皆實施安定性與相容性試驗及委外第三方公正單位檢驗，以確保產品性能和穩定性；生產過程中則採用先進設備與儀器，設置多項品質管制點，如感官測試、物性測試、微生物測試、氣密測試，以確保每件產品符合高品質要求。

我們承諾持續強化新品開發品質控管，並漸進式開發綠色產品，落實社會責任。

#### 責任單位與資源

母公司及新普利皆設有商品開發單位，主責研發安全且有效之產品，並與法務部合作以確認各項產品應符合相關法規規範；由集團品質管理中心協助把關並執行各項產品之品質監控管理。阿原則由品質管理小組主導，確保各項品質管制政策得以有效執行。同時，內部各部門協同合作，將品質與安全理念融入產品開發、生產和行銷等各個環節。

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證書

### 重大議題：永續包材及循環經濟

#### 對軒郁國際的意義

軒郁國際與阿原透過產品包材減量、重複使用、使用再生原料、提升回收效率等方式，並且採用環保標籤、無化學溶劑的印刷技術，降低製程中的污染負擔等方式，減少包裝廢棄物的環境衝擊，建立循環經濟的生產與銷售模式。（例如：使用回收再生的塑膠原料製作成瓶器）。

#### 政策與承諾

環保材質包材使用率提升

#### 責任單位與資源

依照產品之類別，由母公司研發部門、採購部門與新普利分別執行永續包材的導入與轉換，並設定未來管理目標。日常保養與清潔用品則由阿原行銷處、商品開發部、研發部、採購部、品質管理部分別執行永續包材的導入與轉換，並設定未來管理目標。

### 重大議題：客戶關係管理

#### 對軒郁國際的意義

虛擬零售購物日益逐漸取代實體銷售，如今人手一機隨時購物的型態已成趨勢，iQueen愛女人購物網除與系統合作建置APP之外，更進一步透過AI演算法精準推薦客戶最合適的產品，及適時關懷客戶，創造個人化的貼心購物體驗。

#### 政策與承諾

軒郁國際透過大數據系統AI演算及嚴謹的個資把關、尊重隱私權，精準滿足顧客需求，提升消費者的購買體驗的同時，取得消費者的信賴與建立忠誠度。

#### 責任單位與資源

主要由集團內之業務處進行統籌，其中由客服電銷部協助第一線B2C之客戶回饋，本土B2B或後續因應作為則由品牌部、研發部、物流部及採購部門協助，海外客戶及特殊通路之關係管理則交由海外事業拓展部負責。

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 重大議題：資訊安全及隱私保障

### 對軒郁國際的意義

軒郁國際為全台首家品牌電商上櫃之企業，我們格外重視每一位客戶與內部資訊的安全，良好的資安與隱私保障不僅維護品牌聲譽、符合法規要求，更有效保障營運的持續性。我們除了恪遵個人資料保護相關法令，確保個人資料之蒐集、處理與利用均符合法令規定，以維護及保障個人資料權益之外，更是建置完善之資訊安全管理機制並遵循嚴格的管控規範與防護措施。

### 政策與承諾

本公司遵循相關法規與國際資訊安全標準，係有制定了資訊資通安全政策，以管理、保護公司的資訊資源，包括但不限於客戶數據、交易數據等敏感資訊，並在公司內部普及與定期進行培訓。

#### 1.數據收集透明度與數據保護

確保所有數據在傳輸、存儲及處理過程中的完整性、可用性與機密性。另外多層次的安全技術，如資料加密、防火牆及入侵檢測系統。

#### 2.存取控制

嚴格限制敏感數據的存取權限，僅授權必要人員使用。另外定期審核用戶存取權限，杜絕不當使用。

#### 3.保護客戶隱私

重視客戶隱私保護，在收集、使用和儲存客戶個人資訊時，我們會嚴格遵守相關法律法規和內部管理制度，確保客戶數據的安全和保密。

#### 4.保護公司資源

定期進行資安風險評估確保公司資源，包括但不限於交易數據、財務資訊、人力資源等敏感資訊的安全，並建立資訊安全事件回應計畫，確保快速解決問題。

#### 5.保障系統可靠性

致力於維護系統運行的可靠性和穩定性，並確保系統的高效運行和及時更新，以滿足客戶的需求。

#### 6.保障公司形象

資訊資通安全是公司的核心競爭力之一，將竭盡所能保障公司的形象和聲譽，並為客戶提供最優質的服務體驗。

### 責任單位與資源

- 軒郁國際董事會：核可與監督集團整體資訊安全政策與重大資安問題緊急決策。
- 軒郁國際資訊部：協助集團建置與進行各項第一線資訊、隱私安全之保護機制與應對。
- 軒郁國際電商運營部：網站會員之客戶資訊保護與維護。
- 阿原風險管理小組：風險管理推動與執行單位，由各部門最高主管組成，管理部門之最高主管擔任召集人。
- 阿原行政部：IT定期進行機房設備檢測、規劃災害演練、資訊安全宣導。
- 人力資源部：協助誠信政策宣導訓練課程安排

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 2.1. 產品研發與創新

軒郁國際的理念為：「數據思維為核心」、「讓消費者動心」、「為社會付出關心」。

為了持續創造出高口碑、高回購、高CP值的暢銷產品，我們透過商情數據分析、國際保養趨勢作為產品發想，並且藉由敏銳的市場觀察，精準解析在地需求，了解環境、氣候因素及消費者習性，並取材在地特色原料，融合在地需求，成就產品的創新與獨特性。



### 2.1.1 產品研發與投入

軒郁國際2024年持續深化新品研發與既有商品升級，近年也致力將美容儀器與高濃度保養科技相結合，開創更具競爭力的綠色永續與護膚產品，**總計投入新台幣46,690仟元於研發費用。**

雖然對比2023年僅略為提升2%的投入，但資源配置更為精準，聚焦於環保材料、節能設計，以及高效能護膚技術的融合及應用改善，確保產品在創新與永續發展之間得以取得最佳平衡。

其中美妝保養品2024年產品研發資源，**聚焦於「高濃度保養」、「美容保養儀器」、「綠色永續」三面向，說明如下：**

1. 高濃度保養：持續開發高濃度、低刺激之面膜與保養品，提升功效性與商品力。
2. 美容保養儀器：持續優化兼具外觀與效用的美容保養儀器，擴充產品線。
3. 綠色永續：結合海洋元素，研發獨家原料，開創更多元豐富美髮產品線。

**阿原的研發策略則涵蓋三面向：**

深化青草植萃研究與應用、優化生產技術與設備開發、環保永續包裝與綠色製成，期許不斷研發滿足消費者需求的同時，亦對環境產生最小負擔的產品。2024年共計投入新台幣8,049.2仟元用於研發費用。

1. 深化青草植萃研究與應用：持續開發阿原農場產出的青草作物，啟動更多農場作物的萃取應用，透過科學分析萃取物的有效成分，確保其功效與安全性，並導入護膚與清潔等相關商品。
2. 優化生產技術與設備開發：設立青草植萃室，獨立研發萃取技術，提高青草活性成分的萃取效率。並協助建置量產型萃取鍋爐，提升生產穩定度，確保品質與規模化應用。
3. 環保永續包裝與綠色製程：開發可回收或可生物分解的包裝，減少塑膠使用量，推動裸裝或補充包產品。採用環保標籤、無化學溶劑的印刷技術，降低製程中的污染負擔。

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 產品研發創新之進展

軒郁國際持續研發技術開發新劑型、新功效與產品設計之專利申請。美妝保養品於2024年已取得2件專利，包含具清除自由基功能的複方精油及其在抗氧化上的用途，以及洗臉機之部分；保健食品方面，因應消費者近年來對健康飲食的關注提升，新普利於2024年持續深化保健食品之潔淨與配方研發，並積極推動產品標準升級。2024年多項產品再度榮獲潔淨標章(Clean Label)及全球純粹品味(A.A. TASTE AWARDS)與無添加驗證(Anti Additive Clean Label)，展現對我們對高品質與純淨配方的堅持。

新普利將持續投入國內、外專利申請，推動新功效研發，並將專利技術與商品量化，以滿足市場需求並強化品牌國際競爭實力。期望能逐步優化產品生產與應用，為消費者提供更高品質、健康且環保的保健食品選擇。

| 品項   | 商品                               | 說明                                                                     | 亮點                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 美妝保養 | 專利技術開發                           | 已取得2件專利                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>洗臉機之部分</li> <li>具清除自由基功能的複方精油及其在抗氧化上的用途</li> </ul>                                                                                                                                                                        |
|      | MIRAE 未來美<br>白金級雲朵潔顏美<br>膚儀      | 獨家設計雲朵造型洗臉機，細緻刷毛結合四段LED，搭配石墨烯溫熱震動按摩，深入清潔肌膚                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>榮獲設計專利</li> <li>2024 MUSE DESIGN AWARDS國際設計-銀獎</li> <li>2024 NEW YORK PRODUCT DESIGN AWARDS國際設計-銀獎</li> <li>2024 JAPANESE INTERNATIONAL DESIGN PIONEER AWARD國際設計-銀獎</li> </ul>                                            |
|      | MIRAE 未來美<br>超級A醇緊緻透亮精<br>華3X升級版 | 高濃度A醇抗老精華，91%有感淡化細紋、增加緊緻彈性、提亮膚色與淡化斑點                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2024 Cosmetics &amp; Toiletries Allé Awards-最佳抗老產品獎</li> </ul>                                                                                                                                                            |
|      | MIRAE 未來美<br>專業溫熱美容儀             | 在家就可以享受音波+電波的逆時雙波機，EMS+RF深入肌膚，使用2週後，91%受測者感到明顯拉提效果；4週後，95%受測者感到顯著拉提效果。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2024 Cosmetics &amp; Toiletries Allé Awards-深具產業影響力產品</li> </ul>                                                                                                                                                          |
|      | Bioseas 碧海絲<br>豐盈潤澤洗髮精           | 獨家研發海洋萃取SeaGlo養髮成分，結合綠色永續包材，保養秀髮並友善環境                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2024 Global Green Beauty Awards最佳永續包裝設計-銀獎</li> <li>2024 Global Green Beauty Awards最佳碳中和產品</li> <li>美國農業部USDA認證</li> <li>Ecocert Conformity Attestation - Cosmos Approved &amp; Without Animal Origin (SeaGlo)</li> </ul> |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證證書

### 品項

### 商品

### 說明

### 亮點

### 保健食品

**Eatbliss 益比喜  
善又美草本複方膠  
囊系列**

台灣前三大中藥製藥廠製造，使用天然漢方材料萃取，經科學實驗證實，具有健康食品認證，有助於不易形成體脂肪。



• SNQ國家品質標章授證

**Eatbliss 益比喜  
寶倍成長高鈣凍**

成長關鍵三步驟：補鈣、灌鈣和鎖鈣，每包鈣含量有200mg，並添加精氨酸和專利乳酸菌K-2等，提供孩童成長保護力。



• Monde selection 世界品質大賞-金獎  
• A.A. TASTE AWARDS 全球純粹品味評鑑-一星

**Eatbliss 益比喜  
好齡光白金健體素**

嚴選世界知名大廠Glanbia生產之頂級乳清蛋白，除了有高濃度優質蛋白質外，還有多種珍貴營養成分，如乳鐵蛋白、免疫球蛋白、BCAA、糖巨肽等。



• Anti Additive Clean Label 100% 無添加驗證  
• A.A. TASTE AWARDS 全球純粹品味評鑑-三星  
• Monde selection 世界品質大賞-金獎

**Simply 新普利  
日本專利益生菌DX**

包含消化道黃金四角：益生菌+益生質+後生元+消化酵素，每包有300億菌數，專利三層包埋技術與北歐智慧瞬冷系統，增加活菌比例與完整性。



• Anti Additive Clean Label 無添加驗證-三星  
• SNQ國家品質標章認證  
• 日本與台灣新型專利

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證證書

### 品項

### 商品

### 說明

### 亮點

### 保健食品

#### m2 美度 超能膠原水光飲

足量添加韓國專利玻尿酸及日本米神經醯胺，並搭配韓國專利小分子魚膠原蛋白胜肽，達到相輔相成的美肌功效，本產品適合肌膚乾燥敏感肌的族群使用。



- KPBA Awards 韓國優質品牌獎 健康美容類別-海外保健功能食品獎
- Anti Additive Clean Label 無添加驗證-三星
- A.A. TASTE AWARDS 全球純粹品味評鑑-二星

#### m2 美度 超能膠原飲

韓國專利小分子魚膠原蛋白胜肽 6000mg+日本專利速攻型蠶絲蛋白，吸收度大幅提升，且產品獲得Anti Additive Clean Label 三星認證，口感好喝無腥味、健康無負擔。



- KPBA Awards 韓國優質品牌獎 健康美容類別-海外保健功能食品獎
- Anti Additive Clean Label 無添加驗證-三星
- A.A. TASTE AWARDS 全球純粹品味評鑑-三星
- GBWA 全球美容健康大獎-最有效產品-入圍獎

#### Simply 新普利 野菜多多酵素粉

野菜多多酵素粉內含三種蔬菜類的超級食物：羽衣甘藍、青花椰菜、小麥苗，提供豐富營養素與膳食纖維，並選用日本專利的水溶性纖維，每包都含有2.5克的針對現代人飲食習慣增加膳食纖維的攝取，還有兩種蔬果酵素：鳳梨酵素與木瓜酵素，幫助達到消化的輔助效果。



- 日本東京創新天才國際發明展-金牌
- The VegeProject奶素認證

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證證書

### 品項

### 商品

### 說明

### 亮點

### 日常保養與清潔用品

#### 阿原YUAN 月桃潤澤精華油 月桃潤澤精華水

「專為亞洲肌膚開發美容精華油」  
阿原有機農場月桃萃取，富含抗氧化多酚，有助抗老，強化肌膚健康潤澤屏障。

- 100%天然植物基底油與天然來源成分
- 英國純素認證
- 清透純油基底，高延展、高吸收、高潤澤、調理肌膚油水平衡，保濕豐潤肌膚
- 含高濃度、獨家專利「原多酚®」美白、抗自由基精油、打造彈潤飽滿、亮白煥顏
- 取自阿原農場的月桃植物，以天生天養方式栽種，獲得慈心綠色保育認證，致力友善環境、守護土地。



月桃潤澤精華油



月桃潤澤精華水

#### 阿原YUAN 艾草萬用青草膏

古法煉製結合萃取技術完整封存植物營養、20種植癒守護：11種天然植萃+9種修護精油、輕巧好攜帶，隨時隨地無盡呵護、安心適用全家大小舒新芳香療癒身心。

- 100%天然來源成分、獨家首創艾草、茶蠟「萬用小綠寶」
- 提供居家萬用護理，緩乾癢、緩乾裂、護水分、按摩推拿、舒緩敏感、修護暗沉肌
- 英國純素認證，不含任何動物成分，且在開發和生產過程中未進行動物實驗。
- 取自阿原農場的有機艾草，以天生天養方式栽種，獲得慈心綠色保育認證，致力友善環境、守護土地。



## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

## 創新產品研發流程

軒郁國際與新普利

我們承諾「以安全為核心」，所有新產品品項，於上市之前皆須遵循研發流程SOP，包含產品定位訴求、原物料評估選用、驗證測試及品質管理等八大流程，並且透過表單控管紀錄，於每季落實稽核抽檢，確保創新產品符合市場需求與安全要求。



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證證書

### 阿原

阿原自創立以來，致力於研發友善環境與肌膚的天然保養品，透過選用純淨天然的原料、減少環境負擔，實現人與自然和諧共生，將品牌精神融入新產品研發的各個階段。

| 研發流程                                                                                           | 主要內容                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>規劃評估階段   | <ul style="list-style-type: none"> <li>開發的緣由(為何要開發此產品)</li> <li>開發的品項(劑型)</li> <li>競品分析</li> <li>商品特色</li> <li>代工廠遴選(指定原因)</li> <li>設計開發進度日程</li> <li>產品規劃書</li> </ul>                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <br>產品設計階段 | <b>產品設計</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>產品內料劑型配方設計</li> <li>原物料規格評估分析</li> <li>檢驗分析</li> <li>風險分析</li> <li>代工廠遴選評估</li> <li>執行產品配方設計、打樣與測試</li> <li>檢核配方符合台灣與歐盟法規、天然占比及EWG等級、官方配方表審閱</li> <li>化妝品產品登錄</li> </ul> | <b>包裝設計</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>依品牌風格與設計部溝通進行圖稿製作</li> <li>直接包材之制定，依據產品特性，選定直接包材之材質、規格，包材如使用未曾有測試紀錄之新材質，應執行12周相容性測試評估結果</li> <li>間接包材之制定，依據產品運輸條件，考慮間接包材之保護性，選定間接包材之材質、規格</li> <li>尋找包耗材，確認材質與設計特色</li> <li>與供應商聯繫製作</li> </ul> | <b>產品設計審查</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品標示資訊及產品說明書</li> <li>產品配方表</li> <li>原料COA、SDS</li> <li>產品組成BOM</li> <li>商品成本組成表</li> <li>報價單級詢比議價表</li> <li>包裝設計稿(直接包材、間接包材)</li> <li>相容性報告、安定性報告</li> <li>產品規格表(檢驗項目)</li> <li>第三方公正單位檢驗報告</li> <li>自製品一批模擬生產紀錄</li> <li>自製品原物料、半成品、成品之檢驗方法確認</li> <li>製造產率之允收範圍確認</li> <li>決定自製品開發試產之批量</li> </ul> |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

### 研發流程

### 主要內容



#### 產品開發階段

- 依據「採購管制程序」進行原物料、包材之採購。限度樣品保留在品質管理部
- 自製品試量產報告與批次紀錄：
- 產品研發處專案負責人依據設計階段之製程設計流程，提供設計流程、製程描述與初版BOM表，會同品質管理部、製造中心擬定「樣品生產製令單」，批量大小以產品設計階段審查決議之結果制定。樣品生產結果由產品研發處制定「試量產報告」
- 檢驗方法移轉：產品研發處專案負責人提供產品設計階段確認之檢驗方法給品質管理部，品質管理部參考各國化粧品法規之規定，建立QC工程表、檢驗作業指導書與紀錄
- 相關文件制定：產品研發處：試量產報告
- 品質管理部：QC工程表、檢驗作業指導書與紀錄、儀器設備操作指導書與紀錄
- 製造中心：製造作業指導書與紀錄、相關之生產設備操作、清潔、保養作業指導書與紀錄

#### 品質檢測

- 測試產品安定性與瓶器相容性/穩定性



#### 產品效能驗證

- 與行銷處確認行銷需求，委外安排安全性、功效性、消費者試用調查檢測計畫執行



#### 產品量產階段

- 依產品最終確樣版本請購生產需求進行備料
- 安排首批時程及交貨日期確認
- 向供樣商下單確認需求
- 量產首批安排人員現場監製伴料及包裝充填作業

#### 品質管理

- 進行首批量產產品檢測，確認符合要求

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證證書

## 2024年推出之重點產品與效能

軒郁國際2024年持續在旗下品牌推出創新產品，包含美妝保養品牌Sexylook西西露、Mirae未來美、Ludeya露緹雅、Dr.May美博士、Biosea碧海絲，以及保健食品品牌Simply新普利、m2美度、Eatbliss益比喜，我們提供高效能的產品，滿足消費者的生活需求。

阿原亦持續結合品牌精神及利用自有有機農場推出各類的日常清潔與保養產品，各品牌的重點產品與詳細內容，歡迎參考軒郁國際官方網站「軒郁 x 品牌」及各品牌網站連結、阿原官方網站連結。



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

### 2.1.2 技術與專利

軒郁國際於2024年共計成功取得6項專利，其中美容保養方面專利占2項，並新增申請共4件，集團累積至今共持有24項專利權。2024年著重於配方技術創新研發、美容儀器設計，故專利權類型以發明與設計為優先考量，強化公司獨家技術及產品獨創性行銷。保健食品方面，新普利深化國內、外之產品研發與專利布局，於2024年取得台灣、日本共4項專利。其中，產品「野菜多多酵素粉」，採用台灣在地複合蔬菜粉，並透過專利冷凍乾燥技術，於2024年取得日本東京創新天才發明獎金獎肯定。阿原雖然2024年尚未取得專利，然我們成功從艾草中萃取出極為稀有的活性元素，後續將擬定提出專利申請，為天然保養品的科學研發邁出重要一步。

### 2024年專利成果

| 2024年專利成果 | 專利名稱                                                                         | 國家/類型(新型或發明) | 專利號        |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------|
| 美妝保養      | 具清除自由基功能的複方精油及其在抗氧化上的用途                                                      | 中華民國/發明      | I854702    |
|           | 洗臉機之部分                                                                       | 中華民國/設計      | D231472    |
|           | 具清除自由基功能的複方精油及其在抗氧化上的用途                                                      | 中國/發明        | 申請中        |
|           | 具抗自由基功能的複方精油                                                                 | 日本/發明        | 申請中        |
|           | 廣頻譜防曬組成                                                                      | 中華民國/發明      | 申請中        |
|           | 廣頻譜防曬組成                                                                      | 中國/發明        | 申請中        |
| 保健食品      | 含有複合蔬菜纖維及益生菌之營養多層複合顆粒                                                        | 中華民國/新型      | M662580    |
|           | 排便を促進し、消化を助け、腸内フローラを整える効果を有する野菜栄養補助食品構造<br>(具有促進排便、幫助消化及調整腸內菌叢效果的蔬菜營養補充食品結構) | 日本/新型        | JP3247007U |
|           | 腸の健康用プロバイオティクスパックの組み合わせ<br>(腸道健康用的益生菌包組合)                                    | 日本/新型        | JP3247632U |
|           | 益生菌包裝組合                                                                      | 中華民國/新型      | M664978    |

### 專利取得之短中長目標

| 產品線       | 短期目標(未來1年)        | 中期目標(未來3年)      | 長期目標(未來5年)      |
|-----------|-------------------|-----------------|-----------------|
| 美妝保養      | 取得專利2項專利          | 取得專利2項專利        | 取得專利3項專利        |
| 保健食品      | 取得1項專利<br>移轉或產學合作 | 取得2項專利<br>或技術移轉 | 取得3項專利<br>或技術移轉 |
| 日常保養與清潔用品 | 持續規劃中             | 持續規劃中           | 持續規劃中           |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

### 2.1.3 產學合作

軒郁國際積極與學術單位展開產學合作，透過美妝創新技術的研發，結合大專院校學術研究實力，提供市場更新穎且多樣化的選擇。2024年我們繼續與弘光科技大學化妝品應用系所及高雄醫學大學香粧品學系產學合作，截至年底共完成47項專案計畫、38項產品、合作發表5篇學術論文，取得了台灣發明專利別共計44個海內外獎項，持續擴大軒郁國際在產學合作領域的影響力。

#### 產學合作面向

| 合作面向   | 合作內容                                                                     |
|--------|--------------------------------------------------------------------------|
| 共同開發   | 與各大專院校密切合作，結合教授與學生的學術研究成果，透過軒郁國際對美妝市場趨勢的深刻洞察，共同發展與商品化，將台灣技術推向市場。         |
| 學術發表   | 與大專院校研發團隊攜手參與國際發明獎，並發表學術論文，以提升研發實力。                                      |
| 產品測試   | 透過產學合作，參考大專院校教授專業技能、經驗與設備，在產品開發中持續分析與檢測，篩選最佳原物料，確保產品功效與品質安全，以打造經認證的創新產品。 |
| 產品功效驗證 | 與大專院校設備及醫院合作，藉由細胞實驗驗證產品功效，同時確保品質安全，並進一步透過人體實驗驗證其功效。                      |

#### 2024年產學合作亮點故事

| 產品專利                    | 亮點(獎項、專利)              | 產學合作單位                                                                                                                                 |
|-------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 具清除自由基功能的複方精油及其在抗氧化上的用途 | 榮獲中國國家發明專利證書           |  <p>軒郁國際與弘光科技大學化妝品應用系所</p> <p>易光輝教授、王曉芬教授共同研發</p> |
| 世界首創專利的「天然植物美白複方精油」     | 第十五屆 IIIC 國際創新發明競賽獎 金獎 |                                                                                                                                        |
| 世界首創專利的「天然植物防曬複方精油」     | 第十五屆 IIIC 國際創新發明競賽獎 金獎 |                                                                                                                                        |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

## 2.2 永續產品與循環經濟

軒郁國際致力於開發並推出永續產品，涵蓋美妝保養品、保健食品及生活日用品，為海內外消費者提供更多永續選擇。在永續產品的開發上，軒郁國際以天然有機成分為基礎，並致力於在生產過程中減少對環境的負面影響，新普利預計於2025年將機能性新品開發納入當地食材，結合並兼顧綠色永續、產品品質與消費者需求。



### 2.2.1 永續產品與服務

#### 守護海洋永續

2024年軒郁國際與歐萊德策略合作推出全新永續美妝品牌「Biosea (碧海絲)」，在首波最新美髮產品「Biosea髮膜洗髮精」中，成分萃取在地原生海藻，不含環境荷爾蒙、塑化劑，並納入環境友善配方，包含生質基含量達66%以上，含高比例天然可再生成分，有助於減緩傳統洗髮用品對於海洋環境生態的影響。

Biosea髮膜洗髮精產品，追求從材料取得、運輸、生產製造和廢棄處理所產生的溫室氣體排放皆達到抵銷，並預計於未來爭取ISO 14068-1碳中和認證。

「Biosea髮膜洗髮精」已取得美國農業部USDA Biobased認證，確保產品的天然成分含量以及可追溯性，並於品牌發表第一年便斬獲

同時品牌、產品也於發表的首年(2024年)，先是取得美國農業部USDA Biobased認證，確保產品的天然成分含量以及可追溯性，更斬獲2024年「The Global Green Beauty Awards 全球綠色美妝大獎」最佳永續包裝設計-銀獎、最佳碳中和產品，兩項國際級雙料獎項。

## 120秒 藻回豐盈 新!髮膜洗髮



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 自然農法永續

阿原農場兼顧生產與生物棲息的平衡，進行水土復育及樹木養護，努力營造生物多樣性與農業生產並存的環境。我們不使用化學合成農藥、化學肥料、除草劑或任何有害環境、傷害保護物種資材的耕作原則。阿原實施KKF（Khao Kwan Foundation）自然農法，從山區取得腐植土，從法鼓山回收果皮、瓜囊等廚餘，同時從全家便利商店收集咖啡渣。我們自行培養菌水，將這些材料混合發酵成天然堆肥，施用於農地，為青草藥植物提供養分。

阿原農場已取得慈心有機農業發展基金會「綠色保育產品證書」及「慈心有機農產品驗證證書」。這些有機認證原料被運用於阿原的產品系列，包括各式手工皂、牙膏、頭髮護理、面膜以及多種艾草保養產品，提供消費者天然及永續的消費選擇。此外阿原的商品亦受到「Vegan純素認證」的認可，認可阿原持續推出對環境友善、消費者友善的產品承諾。

| 認 證       | 認 證 證 書 或 範 圍                                                                         | 認 證 說 明                                                    | 驗 證 作 物                                                             | 應 用 產 品                                                                                                      |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 慈心有機農產品驗證 |   | 農場採用綠色保育計畫，是兼顧生產與生物棲息的空間。                                  | 短期葉菜（紫蘇）、柑桔類（柚子、檸檬）、茶菁，以及咸豐草、尤加利樹葉、油茶（苦茶籽）、洛神葵、白鶴靈芝、艾草、薄荷、香茅與魚腥草等作物 | 艾草皂、清肌男生皂、白鶴草皂、清肌玉膚皂、魚腥草皂、檸檬皂、紫草洛神皂、馬櫻丹皂、左手香皂、咸豐草牙膏、檸檬洗頭水、艾草洗頭水、艾草牙膏、艾草洗澡水、檸檬                                |
| 綠色保育產品證書  |  | 不施用化學合成農藥、化學肥料、除草劑或有害環境、傷害保護物種的資材，符合公司品牌農場培養的青草植物，天然純淨的能量。 | 柑桔、葦菜、茶、其他（左手香、苦茶樹、艾草、月桃、魚腥草、迷迭香、咸豐草、洛神、薄荷、紫蘇、抹草、香茅、桑樹、大青）          | 美髮素、好膚保濕晚安面膜、好膚淨化泥膜、好膚煥采泥膜、好膚豐潤面膜、白茶晶透亮面膜、艾草萬用青草膏、艾草素面水、艾草修護霜、艾草卸妝乳、艾草結面露、艾草平安包、艾草護手霜、艾草防蚊液、艾草精華保濕面膜、艾草淨無暇面膜 |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

| 認 證           | 認 證 證 書 或 範 圍                                                                       | 認 證 說 明                                                                | 驗 證 作 物 | 應 用 產 品                                                                                                                                                     |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vegan純素<br>認證 |  | 阿原為青草藥的應用專家，產品皆符合環保和道德標準，純素標章，不只是加深阿原健康天然的品牌形象，更是可以證明阿原對於動物權益以及環境保護的承諾 | N/A     | 艾草皂、左手香皂、馬櫻丹皂、紫草洛神皂、綠豆薏仁皂、檸檬皂、燕麥皂、清肌玉膚皂、檜木皂、四神皂、甘草洗頭皂、清肌男生皂、抹草皂、月白皂、金銀花皂、魚腥草皂、白鶴草皂、月桃皂、艾草萬用青草膏、月桃潤澤精華水、月桃潤澤精華油、白茶晶透亮面膜、月桃水澎潤面膜、艾草淨無暇黑面膜、岩蘭草抗菌洗手慕斯、玫瑰天竺葵洗手慕斯 |

### 有機艾草種植計畫

2024年起，在陽明山國家公園管理處及慈心有機農業發展基金會輔導引介下，與位在新北市金山區的農友展開「有機艾草契作計畫」。農友具備多年友善耕作種植經驗，並獲得慈心綠色保育標章，阿原透過提供有機種苗及專人輔導種植，並全額收購作物，讓農友可以安心種植。金山契作艾草田距離阿原石門廠「北海明珠」僅15公里，車程僅20分鐘，透過縮短原料產地與製造工廠距離減少碳足跡，並且攜手當地小農，打造永續與在地共生的經營模式。2024年與契作小農在總共1分地的農地收穫409公斤的艾草。



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證證書

## B型企業認證(B Corps)

阿原於2022年起著手準備B型企業認證，因自創業以來秉持土地倫理、勞動美學、社區營造之理念及實踐，終於2023年4月於取得認證，為阿原品牌發展中重要的里程碑與持續邁向未來的轉捩點。

取得B型企業認證後，除強化阿原品牌形象，更同時揭露公司對於員工照顧，例如我們提供完整的勞動力發展雇用與訓練計畫，協助在地長期未充分就業的族群(包含弱勢族群、身心障礙、中高齡者等)培力職場技能以提升支持當地就業發展。

此外阿原對於社區扶植的重視也獲得認可，我們積極採購台灣本土原物料及相關設備，每年至少50%以上之採購支出為向在地獨立供應商採購，並採用嚴謹的道德及環境標準管理供應鏈。

針對公司治理、客戶關係、環境友善等面向，阿原則持續於內部精進管理作為，以發揮公司對於社會環境的正向影響力。

2024年仍保持認證取得B型企業認證後，強化阿原品牌形象，同時揭露公司對於員工照顧、社區扶植的重視，並於內部持續精進公司治理、客戶關係、環境友善等面向，屬於阿原品牌發展中重要的里程碑與持續邁向未來的轉捩點。有關更多阿原B型企業認證資訊，歡迎參閱B型企業協會官方網站。

## Declaration of Interdependence.

We envision a global economy that uses business as a force for good.

This economy is comprised of a new type of corporation—the Certified B Corporation—which is purpose-driven and creates benefit for all stakeholders, not just shareholders.

As B Corporations and leaders of this emerging economy, we believe:

That we must be the change we seek in the world.

That all business ought to be conducted as if people and place mattered.

That, through their products, practices, and profits, businesses should aspire to do no harm and benefit all.

To do so requires that we act with the understanding that we are dependent upon another and thus responsible for each other and future generations.

Director/Officer

4/24/2023

Date

Yuan Workshop Company Ltd.

Company

*Eleanor Allen*

Eleanor Allen  
Director/Officer, B Lab Standards Trust

4/24/2023

Date of Current Certification

4/24/2026

Certification Expires

4/21/2023

Date of Original Certification

Certified



Corporation



## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

### 2.2.2 永續包材及循環經濟

#### 永續包材與報廢

軒郁國際致力推動可再生物料包材，自2022年起，部份美妝保養品新品已開始使用PCR（Post-Consumer Recycled，消費後回收）環保材質軟管；保健食品自2021年起，商品彩盒已導入經森林驗證認可計畫委員會（PEFC）或森林管理委員會（FSC）國際認證的紙品彩盒。並於2024年將所有新品的彩盒包裝，全面改為使用PEFC與FSC認證的紙品。其中阿原在沐浴相關產品自2023年起已全面生產、使用PCR循環再生瓶相關商品，並於2024年取得SGS綠色標章—再生材料含量驗證。阿原將致力落實減少材料使用(reduce)、物盡其用(reuse)、循環利用(recycle)理念，並持續依循ISO 14021再生材料含量驗證與FSC森林管理委員會所制定的標準，考量減少包材塑料及耗用量的行動策略。

| 產品線       | 作為                                         | 成果                                                                                                                                                                        | 未來規劃                                                                                                                                        |
|-----------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 美妝保養      | 導入PCR環保材質                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>導入30% PCR軟管於部分商品：<br/>Dr. May(新)美博士眼霜、MIRAE超級A醇煥膚亮顏洗面乳120ml</li> <li>新品已全部使用FSC或PEFC認證紙品</li> <li>Biosea洗髮精使用100% PCR瓶器</li> </ul> | 軒郁持續減少塑料之使用，以環保瓶器取代傳統瓶器，例如：擴大導入PCR材質於軟管及瓶器，以及規劃減少碳排放及包材使用量(新品開發將以PCR相關材質做為優先考量)                                                             |
|           | 選用甘蔗渣可再生材料                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>「未來美雲朵機」新品包裝紙襯採用甘蔗渣作為原料</li> </ul>                                                                                                 |                                                                                                                                             |
| 保健食品      | 使用經森林驗證認可計畫委員會（PEFC）、森林管理委員會（FSC）國際認證的紙品彩盒 | <ul style="list-style-type: none"> <li>新品已全部使用FSC或PEFC認證紙品</li> <li>既有商品亦已全數轉換完成</li> </ul>                                                                               | 持續尋找塑料含量較低之包材                                                                                                                               |
| 日常保養與清潔用品 | 導入PCR環保材質                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>沐浴產品自2023年起使用95%PCR循環再生瓶，並於2024年取得SGS綠色標章—再生材料含量驗證</li> </ul>                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>瓶器持續使用PCR循環再生材料</li> <li>壓頭、蓋子、配件持續減少新製塑料使用，改採用不同比例之PCR循環再生材料</li> <li>紙類包材維持持續使用FSC認證之紙材</li> </ul> |
|           | 減少包材塑料與耗材使用                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>減少聚乙烯(PE)塗料，採用大豆油墨印刷，選用可再生材質，並簡化運輸過程中包裝耗材使用</li> </ul>                                                                             |                                                                                                                                             |
|           | 使用FSC認證紙                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>肥皂內襯紙包材使用FSC認證紙材</li> <li>肥皂腰套包材使用環保紙材</li> <li>禮組盒替換採用FSC認證紙材</li> </ul>                                                          |                                                                                                                                             |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證書

## 減少包材報廢

軒郁國際持續推動包材減廢計畫，並設定每年報廢量控制於5,000公斤以下作為短、中期階段性目標，長期則朝向「一公噸以下或零報廢」邁進。2024年起，因需報廢品項數量驟減，考量逐年報廢處理已不符合成本效益，故決議將於2025年再進行報廢處理與計算。軒郁國際展現各部門於減廢執行上的積極成果，未來中、長期預期將努力以三年一期為目標之方式前進進行包材報廢結算，持續優化物料規劃與使用效率。阿原工作室2024年度的報廢量為78,892件，總重量為632.789公斤，將偕同集團持續推動減少各項包材之報廢量。

## 推動永續材料使用

在永續包材導入方面，在2024年雖因受業務需求持續攀升影響，使得軒郁國際、新普利之總包材重量較去年翻倍，但在使用可再生物料製造的包材重量當中，成功從2023年的8.8公噸，大幅成長至101.24公噸。使用可回收、可重複使用或可生物分解物料的包材重量比例也年增將近3倍。此外，在不可再生物料重量更相比2023年急遽降低41.95%，同時也維持整體使用100%環保包材，展現公司在減廢及綠色轉型的堅定承諾。

保健食品的包裝優化，繼2023年成功將1項產品的塑膠收縮膜改為回收紙材破壞盒（如：青春黃金蔬果酵母NMN夜酵素）後，2024年持續深化永續包裝策略，將此成功經驗納入新品開發標準，優先考量低碳環保包裝方案。保健食品與廠商溝通減少外包裝收縮膜，以及溝通未來採用鋁袋減碳並計算碳排放技術的可行性，持續推動包裝減量。

在瓶器包裝方面，2024年軒郁國際加速導入PCR再生塑料及其他低碳環保材質，提升資源循環利用效率。許多產品已採用天然環保材質作為包材，包含「未來美雲朵機」選用的甘蔗渣植物纖維作為紙托包材，落實「從源頭減量」的環保理念。軒郁國際將持續秉持包裝減碳及優化策略，從產品開發階段即納入環境友善考量，透過材料創新與永續設計，實踐減塑、減碳並行的目標，為地球盡一份責任。

### 軒郁國際集團 2024年包材使用統計

| 項目                                                        | 單位：公噸 (t) |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| 總包材重量                                                     | 338       |
| 當中使用回收再利用(recycled)物料製造的包材重量                              | 16.79     |
| 當中使用可再生(renewable)物料製造的包材重量                               | 103.34    |
| 來自回收材料(recycled)或可再生(renewable)物料製造的包材重量                  | 0         |
| 可回收(recyclable)、可重複使用(reusable)或可生物分解(compostable)物料的包材重量 | 157.16    |
| 不可再生物料重量                                                  | 60.71     |

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證書

## 2.3 產品安全責任

軒郁國際制定「品質檢測管理辦法」，全面規範商品自開發至生產各階段之品質檢驗流程，涵蓋所有合作代工廠與供應商，藉此嚴格控管產品品質，確保品質一致性與安全性。



### 2.3.1 產品品質管理

所有與軒郁國際合作的產品代工廠，皆須通過 ISO 9001 品質管理系統認證。

自 2024 年起，公司更引進歐洲第三方檢測機構，藉此有效縮短檢測時間，並提升對產品品質的即時掌控能力。

在保健食品方面，新普利秉持「產品有效、安全、健康」的食品安全政策，由專業研發團隊調配具黃金比例與功效的配方，並以消費者的食用安全為基準，健康為核心。所有產品皆委由通過 ISO 22000 食品安全管理系統與 HACCP 食品安全管制系統認證的製造廠進行生產。此外，新普利訂定「產品品質監控管理辦法」，於產品生命週期中全面執行品質監控，並結合第三方公正檢驗單位進行查驗，以確保產品的品質與安全性。截至2024年底，累積已完成6款商品申請無添加物協會認證標章，除了配方的審查外，也稽核製造廠環境，讓消費者更加安心。2024年軒郁國際、新普利及阿原工作室皆未發生任何違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件。

### 軒郁國際品質管理流程



### 100% 通過臨床測試的品質控管

●300+項無添加

●GMP自動化製程

●臨床安全性把關

●80道檢驗標準

●品保回饋商品升級

軒郁國際的香氛實驗室，以先進科技專注創新，注重安全、有效及穩定性，層層檢測，嚴格把關，全系列商品達到高純度、高品質、高效能、高活性、高吸收、溫和、低敏、不刺激的特性，給肌膚最好的零負擔呵護。

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證書

## 阿原北海明珠產品生產流程

阿原於2024年正式啟用石門廠「北海明珠」，該廠涵蓋產品從潔淨生產、精油調配、冷凝熟成至加工包裝的全製程管理，並從空間設計、成分選用到品質標準，全面控管手工皂的製作品質，確保每一塊皂均符合品牌標準。

北海明珠內設有「品保實驗室」，配備黏度計、pH酸鹼檢測儀、水活性測定儀等設備，分別用於檢測皂漿黏度、酸鹼值，以及肥皂成品的出貨品質，落實科學化品質監控。

此外，廠內也設有循環水萃蒸餾器與鮮葉活萃蒸餾器，用以萃取植物中的翠綠精華與芳香成分，體現阿原對天然植物能量與職人製皂精神的堅持。



| 階段     | 說明                                                                             |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 1.潔淨生產 | 採用專業空調，嚴格控制空氣中微塵粒子，同時精密調節空間溫濕度、壓力與氣流速度，以嚴格品質管理確保製造環境的純淨與穩定。                    |
| 2.精油調配 | 設有品保實驗室與植萃實驗室，可分餾萃取植物精華。阿原手工皂採用獨家調配的複方精油，源自天然的香氣絲絲都是對心靈及感官的極致療癒。               |
| 3.冷凝熟成 | 採手工冷凝古法製皂，並確保製作過程中甘油分子結構不受破壞，同時最大限度保留青草精華，更耗時45至60天的冷凝熟成靜置等待，讓製造出的手工肥皂更溫和友善淨膚。 |
| 4.加工包裝 | 從攪拌皂漿、脫模、裁切到包裝，每個步驟皆由品管單位嚴格控管監督，確保阿原所生產的每一塊皂，都符合品質標準，提供消費者最佳產品體驗。              |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

- 1.1 關於軒郁
- 1.2 營運策略與表現
- 1.3 公司治理
- 1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

- 2.1 產品研發與創新
- 2.2 永續產品與循環經濟
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

- 3.1 氣候變遷因應
- 3.2 營運環境管理
- 3.3 永續供應鏈
- 3.4 責任採購

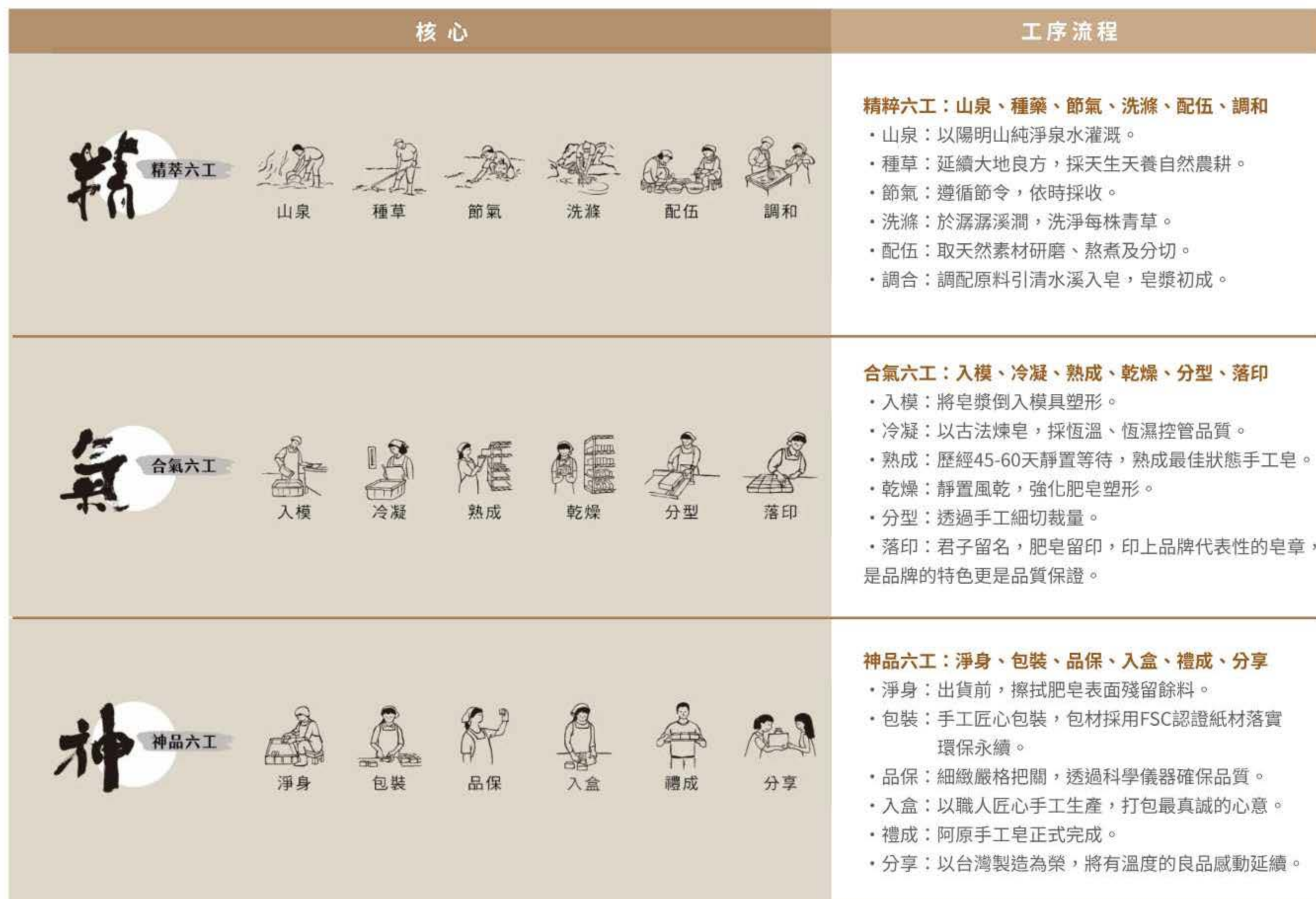
## 4 社會共融

- 4.1 人力資源發展
- 4.2 幸福職場
- 4.3 訓練與發展
- 4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表
2. SASB準則對照表
3. 第三方查確證書

## 阿原製皂工序



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

### 2.3.2 產品安全與標示維護

軒郁國際始終秉持最高規格保障產品品質，所有化妝品與保健食品的代工合作廠商，分別均獲得ISO 22716/GMP（化妝品）、ISO 22000/HACCP（食品安全管理）等國際標準認證，並確保生產全程嚴格遵循GMP與GHP作業規範，並榮獲其他多項國際級認證，展現對品質與安全的高度承諾。在化妝品領域，軒郁國際的全系列產品均依據台灣國家標準（SGS）、國家品質標章（SNQ）、製藥工廠管理（GMP）及清真認證（Halal）等標準進行嚴格測試，確保產品具穩定且安全的品質。

2024年，我們持續進行產品例行檢測、包材測試及委外SGS測試，並維持100%的合格率，確保消費者能安心使用每一項產品。在保健食品方面，除了嚴格控管原料來源外，所有原料均符合使用標準，並確保產品標示亦遵循食品安全衛生管理法（以下簡稱食安法）及其他相關標示規範，包括：包裝食品營養標示應遵行事項、包裝維生素礦物質類之錠劑膠囊狀食品營養標示應遵行事項、包裝食品營養宣稱應遵行事項、健康食品標示、原料使用限制及標示規定等。

此外，子公司新普利亦持續舉辦「食品標示法規說明會」，並參與「保健營養食品GMP專題課程」外部訓練課程，針對驗貨人員進行相關教育訓練，並且實施考核，進一步強化同仁食品安全與標示之相關觀念。

阿原所推出的肥皂、洗沐產品與保養品依照ISO 9001之YQ2-0037 管制物質管理程序之規定，進行原料技術文件、SDS、COA之審查，以確認原料符合主管機關對化妝品禁止使用成分之規定，且使用EWG Skin Deep 的資料庫中3分以下之原料，另外根據規定，產品亦需送驗第三方公正單位檢驗總生菌與四大致病菌及重金屬四項檢測。肥皂已進行微生物檢測及做重金屬檢測，所有原料皆已審查SDS、COA文件。此外新推出的洗沐產品所有原料皆已審查SDS、COA文件，並皆以進行總生菌與四大致病菌及重金屬四項檢測，未來將陸續完成量產中產品的送驗。

### 產品開發檢驗流程



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 產品安全衛生檢驗管理

| 產品線       | 安全衛生檢驗管理方式                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 美妝保養      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>新品檢驗：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新品開發嚴選原料來源（EWG安全等級評分<sup>1</sup>安心度數值4以下），原料均具備物質安全資料表MSDS（Material Safety Data Sheet）、SDS（Safety Data Sheet）及COA（Certificate of Approval）品質文件，且參考歐盟/台灣法規與建議添加量。</li> <li>2. 產品出廠前工廠執行產品檢測；品質中心收到各批大貨留樣，會再次檢測以確保各批產品品質，及新品首批委外SGS測試總生菌數，特定產品另送測SPF、重金屬、西藥試驗等相關檢測。</li> </ol> </li> <li>• <b>既有商品檢驗：</b>針對既有商品之外觀、氣味、pH、黏度，由軒郁進行內檢，另委外進行微生物檢測。</li> </ul> <p><sup>1</sup>EWG安全等級安心度：美妝評分數據為4以下(1~4)判定為合格</p>                                                                                       |
| 保健食品      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>新品開發：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 原料：遵循衛福部食品藥物管理署內食品原料整合查詢、食品添加物使用範圍及限量暨規格標準等，並善盡自主管理責任相關原料備有品質安全保證文件(COA)。</li> <li>2. 新品首批：進行產品安全性檢測，委外執行西藥試驗、農藥殘留、重金屬、塑化劑、食品微生物、防腐劑相關試驗。</li> <li>3. 新品上市後：委外執行產品安全性試驗，進行追蹤品質安全無疑。</li> </ol> </li> <li>• <b>既有商品檢驗：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 每批產品出貨前皆會執行商品之外觀、風味、重量、pH、糖度等由新普利進行內檢並留樣至效期確認產品的穩定性。</li> <li>2. 另主力商品每年執行2次微生物試驗，及全商品每年委外執行1次產品安全性試驗。</li> <li>3. 產品中有效性含量的檢測(抽驗)。</li> <li>4. 針對食品安全議題進行產品檢驗(抽驗)。</li> <li>5. 每月進行成品入庫抽樣確認產品完整性(抽驗)。</li> </ol> </li> </ul> |
| 日常保養與清潔用品 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>新品檢驗：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新品開發嚴選原料來源（EWG安全等級評分<sup>1</sup>：安心度數值3以下），原料均具備安全資料表SDS（Safety Data Sheet）及COA（Certificate of Analysis）品質文件，並依循管制物質管理程序參考歐盟/台灣法規與建議添加量。</li> <li>2. 產品出廠前，品質管理部會進行半成品與成品檢驗及留樣。並委外第三方公正單位測試化妝品五項微生物、化妝品四項重金屬檢測。</li> </ol> </li> <li>• <b>既有商品檢驗：</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 針對既有商品進行感官測試(外觀、顏色、氣味)、物性測試(黏度、比重、pH、水活性)、微生物測試、氣密測試。</li> <li>2. 不定期安排產品委外第三方公正單位測試化妝品五項微生物、化妝品四項重金屬檢測。</li> </ol> </li> </ul> <p><sup>1</sup>EWG安全等級安心度：日常保養與清潔用品評分數據為3以下(1~3)判定為合格</p>         |



## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證書

## 2024年產品檢驗通過狀況

| 產品線         | 類別            | 檢驗項目                | 樣品數(件) | 合格率  |
|-------------|---------------|---------------------|--------|------|
| 美妝保養        | 例行檢測          | 外觀/氣味/黏度/pH         | 1253件  | 100% |
|             | 包材檢驗          | 外觀確認                | 438件   |      |
|             | 委外測試          | 總生菌數+重金屬檢測+SPF驗證    | 581件   |      |
| 保健食品        | 例行檢測          | 產品外觀/氣味/物理性確認/安定性試驗 | 1748件  | 100% |
|             | 新品上市          | 食品化學性+微生物檢驗         | 114件   |      |
|             | 例行委外測試        | 食品化學性+食品微生物檢驗+功效性實驗 | 517件   |      |
| 手工香皂<br>清潔皂 | 原物料進料檢驗(IQC)  | 外觀、顏色、氣味、水活性        | 613件   | 100% |
|             | 製程中檢驗(IPQC)   | 黏度、水活性、pH           | 535件   |      |
|             | 成品出貨檢驗(OQC)   | 外觀、重量、產品標示資訊確認      | 1422件  |      |
|             | 第三方公證單位檢驗(委外) | 化妝品五項微生物、四項重金屬檢驗    | 16件    |      |
| 洗沐產品<br>保養品 | 半成品檢驗         | 外觀、氣味、黏度、比重、pH      | 81件    | 100% |
|             | 成品檢驗          | 外觀、重量、產品標示資訊確認      | 81件    |      |

※食品化學性檢測、食品微生物檢測：皆委由第三方公正單位執行檢驗。  
※食品化學性檢測：係指西藥試驗(上市前)、農藥殘留試驗、重金屬、塑化劑（錠劑）等項目。  
※食品微生物檢測：需皆依循食品中微生物衛生標準項目進行檢測。  
※功效性試驗：針對產品功效性含量進行檢驗。



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 產品標示

軒郁國際在美妝保養品方面嚴格遵循「商品標示法」、「化妝品衛生安全管理法」、「化妝品登錄產品辦法」；保健食品類產品，新普利遵循「食品安全衛生管理法」第22條、食品添加物使用範圍及限量暨規格標準，以及衛生福利部「規範食品使用原料彙整一覽表」、「包裝食品營養標示」及各項其他管理公告辦法，以確保產品標示落實合規。

軒郁國際於美妝保養品與保健食品類，皆訂有「產品標示檢核清單」，內容涵蓋成分、用途、注意事項、保存期限、產地，及其他主管機關公告應標示項目等。我們於包材完稿後校對所有文字，並依照代工廠所提供的成分表逐一校對成分，並由商開部門、業務行銷及法務部門共同核對，確保產品標示不含醫療宣稱或誇大描述，並且檢核產品成分是否需要依法特別標示。

**2024年軒郁國際已完成104件化妝品產品資訊檔案(PIF)建置工作，以及所有美妝保養、保健食品類之產品，均已100%進行法規評估。**

阿原推出之肥皂、洗沐產品與保養品等產品，同樣皆依照相關法律規範標示產品全成分、用法、用途、製造日期、批號、保存期限、保存方法、注意事項、製造業者、地址、產地及消費者專線。

### 產品包裝標示之審核流程（以保健食品產品線為例）



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查確證書

## 商品標示內容 (以保健食品產品線為例)

### 1 產品品名全稱

### 2 一般原料及內涵食品添加物展開標示

### 3 營養標示

### 4 建議保存期限與方法

### 5 注意事項與警語標示

**1** 品名: Simply新普利Super超級夜酵素DX錠

**2** 成分: 綜合必須胺基酸(L-白胺酸、L-二胺基己酸、L-異白胺酸、L-α胺基異戊酸、L-蛋胺酸、L-環丁胺酸、L-苯丙胺酸、L-色胺酸、卵磷脂)、綠茶萃取物(含兒茶素)(綠茶萃取物、麥芽糊精)、脂肪分解酵素(麥芽糊精、糖精、脂肪酵素)、麴酸發酵物粉(含GABA)(氧化澱粉、麴酸發酵物)、鳳梨酵素(鳳梨硬梗萃取物、麥芽糊精)、澱粉分解酵素(麥芽糊精、澱粉酵素、糖精)、凝結芽孢桿菌(麥芽糊精、凝結芽孢桿菌)、米糠胚芽發芽萃取物(含GABA 40%)(糊精、米糠胚芽發芽萃取物(含GABA))、L-色胺酸、微結晶狀α-纖維素、碳酸鈣、綜合蔬果酵素粉(玉米來源可溶性纖維、諾麗果、水蜜桃、荔枝、紅葡萄柚、紅葡萄、蘋果、石榴、番茄、柳橙、蔓越莓、草莓、覆盆莓、櫻桃、黑醋栗、醋栗、白葡萄、胡蘿蔔、百香果、鳳梨、檸檬、綠花椰菜、芹菜、蘆筍、藍莓、楊梅、桑椹)、聚乙二吡咯烷酮、蔬果萃取物(黑米萃取物、奇異果萃取物、血橙萃取物、鳳梨萃取物、麥芽糊精、鳳梨酵素)膠衣: 羧基甲基纖維素、二氧化鈦、食用黃色四號、食用藍色一號、食用紅色六號

**3** 營養標示

| 營養標示    |        |          |
|---------|--------|----------|
| 每份量     | 1.5公克  |          |
| 本包裝含    | 15份    |          |
|         | 每份     | 每日參考值百分比 |
| 熱量      | 5.5 大卡 | 0%       |
| 蛋白質     | 0.5 公克 | 1%       |
| 脂肪      | 0.0 公克 | 0%       |
| 飽和脂肪(酸) | 0.0 公克 | 0%       |
| 反式脂肪(酸) | 0.0 公克 | 0%       |
| 碳水化合物   | 0.9 公克 | 0%       |
| 糖       | 0.0 公克 | 0%       |
| 鈉       | 9.8 毫克 | 0%       |

\*參考值未訂定  
每日參考值: 熱量2000大卡、蛋白質60公克、脂肪60公克、飽和脂肪18公克、碳水化合物300公克、鈉2000毫克

\*本產品已投保富邦產物保險5000萬元, 投保金額不等同理賠金額。工廠通過食品安全管制系統(HACCP)與ISO22000國際認證, 使用安心有保障!

**4** 包裝容量: 0.75g/顆×30顆/盒  
食用方法: 建議每日睡前2顆, 配開水使用。

**5** 保存期限: 3年 有效日期: 請見包裝所示  
保存條件: 請放置陰涼乾燥處, 避免受潮, 並避免陽光直接照射。

注意事項: 1.孕婦、服用藥物或有其他疾病者, 請先徵詢醫(藥)師意見再行食用。2.開封後為維持產品新鮮度, 請儘速食用完畢。3.三歲以下孩童不得使用, 請置於無法取得處。

產地: 台灣  
總代理: 新普利股份有限公司  
地址: 台北市松山區復興北路309號7樓  
客服專線: (02)2717-0877

| 地區/國家 | 標示內容                                                                                                                                                                                                                   | 依循法規                                                             | 強制/自願性標示 |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----------|
| 台灣    | <ul style="list-style-type: none"> <li>品名</li> <li>內容物名稱</li> <li>淨重、容量或數量</li> <li>食品添加物名稱</li> <li>國內負責廠商-名稱、地址、電話</li> <li>原產地(國)</li> <li>有效日期</li> <li>營養標示</li> <li>含基因改造食品原料</li> <li>其他經中央主管機關公告之事項</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品安全衛生管理法</li> </ul>      | 強制       |
|       | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品過敏原</li> </ul>                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品過敏原標示規定</li> </ul>      |          |
|       | <ul style="list-style-type: none"> <li>素食宣稱</li> </ul>                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>包裝食品宣稱為素食之標示規定</li> </ul> |          |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

## 異常產品之處理流程

軒郁國際針對商品如有異常情形，將採取「品質異常處理流程」進行即刻管理，經評估後決議是否下架或採取其他處置，避免將異常商品流向消費者。2024年軒郁國際共接獲2件有關「產品包裝配件異常」的申訴，經調查結果均為包裝瑕疵，軒郁國際隨即啟動品質異常處理流程程序，決議整批重工處理，並皆已確認改善完成。

新普利保健食品於2024年未發生任何影響人體之食安異常事件及回收通報；對於一般產品客訴事件，新普利皆會調查發生可能原因並實施矯正預防措施以改善問題，品質單位則會進行後續追蹤並確認改善狀況之有效性。軒郁國際將持續透過既有客訴管道與異常產品處理流程，保障產品品質與消費者之權益。



此外，不論產品交付前後，或是服務提供前後所發現檢驗不合格的產品，阿原則依「不合格品管制程序」根據不合格的性質及其對產品和服務符合性的影響採取適當措施：

- 採取措施，消除已發現的不合格(如重工、篩選)。
- 經有關授權人員批准，適用時經客戶批准，讓步使用、放行或接收不合格品(如特採)。
- 採取措施，防止不合格品原預期的使用或應用(如報廢、退貨等)。
- 公司保持不合格的紀錄以及隨後採取的任何措施的紀錄，包括所批准的讓步的紀錄。
- 對不合格品輸出進行糾正之後應驗證其是否符合要求。
- 在不合格品得到糾正之後(如重工、篩選)，公司將對其再次進行驗證，以證實符合要求。
- 當在交付或開始使用後發現產品不合格時，公司將採取與不合格的影響或潛在影響的程度相適應的緊急處理措施，執行「不合格品管制程序」。

2024年阿原共接獲共3件有關「產品異常」的申訴，經調查結果分別為包裝瑕疵2筆與品質偏差事件1筆，阿原隨即依據「不合格品管制程序」啟動品質異常處理流程程序，決議分別將包裝瑕疵之貨品分批退回代工廠並進行重工處理，品質偏差產品也主動進行回收再試驗，結果顯示均符合產品安全標準無異常，上述三項異常現階段皆已確認改善完成，並列入內部重點稽查事項。

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

## 2.4 客戶服務與資安管理

軒郁國際與 iQueen 愛女人購物網致力於提供優質商品，

**秉持【真】心打造卓越產品、以【善】念培育專業人才，讓每一位消費者輕鬆擁有【美】麗。**  
我們堅守三大核心理念，致力於打造便捷、舒適的品牌電商購物體驗，並不斷優化產品與服務，確保客戶滿意度與忠誠度。



### 2.4.1 客戶關係管理

#### 【真】心：誠摯服務，建立信任

我們堅信，優質的客戶關係源自真誠的服務。

軒郁國際與 iQueen 愛女人購物網秉持誠信與專業，傾聽客戶需求、細心解答疑問，提供貼心的專業建議與解決方案。我們珍視每一位客戶與經銷夥伴，透過真摯互動建立深厚信任，進一步提升客戶忠誠度，促進長期合作關係。

#### 【善】念：貼心關懷，超越期待

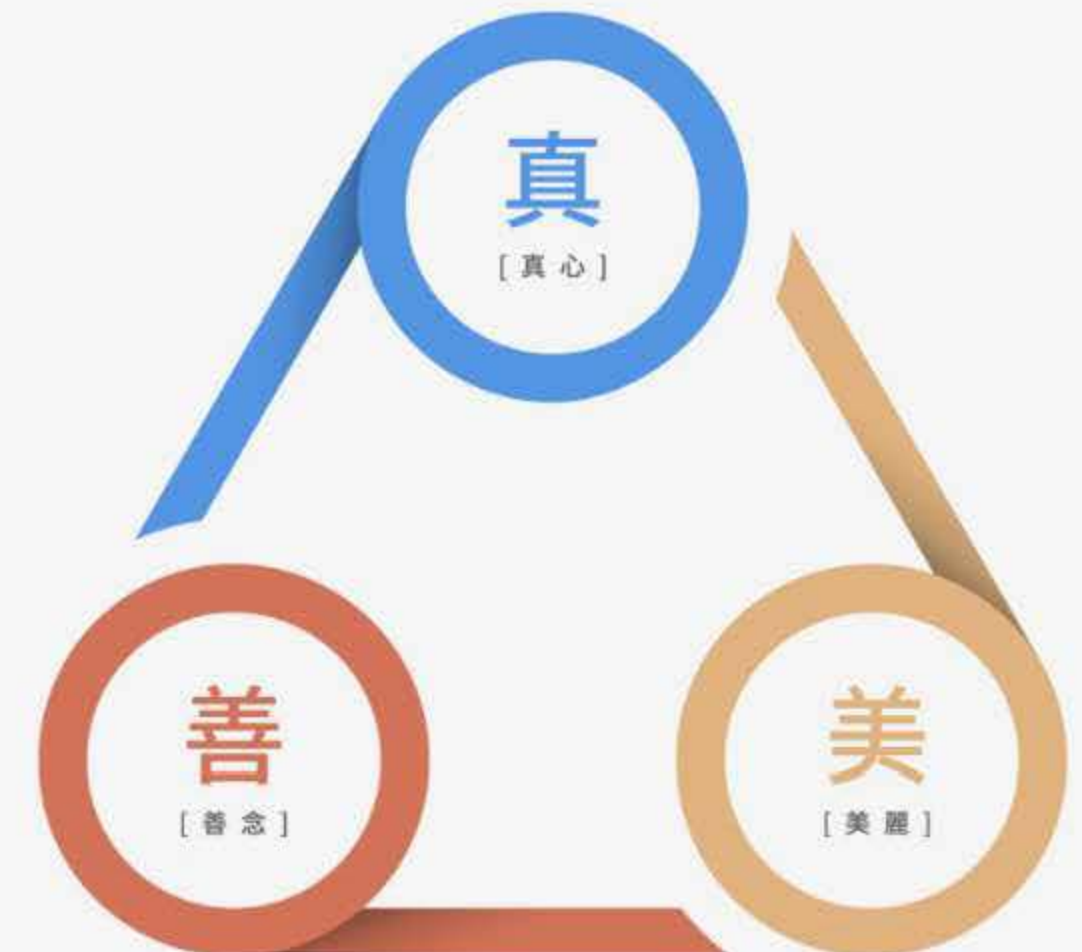
我們不僅提供優質產品，更真誠關懷每一位客戶，力求超越期待。

透過即時回應、專業協助、快速處理客戶需求，持續優化服務品質。此外，每月舉辦品牌關懷活動，積極蒐集並回應會員意見，確保每位顧客的需求都能被滿足。在 iQueen 愛女人購物網，會員依據消費累計金額分為三個等級，享有專屬優惠，如：每月折價券、生日禮、生日購物金及紅利點數回饋。我們希望透過精心設計的客製化關懷，為每位客戶帶來更貼心的消費體驗。

#### 【美】麗：極致體驗，輕鬆舒適

我們致力於提供流暢且多元的服務管道，確保每位客戶都能輕鬆獲得即時協助，包含會議、電話、通訊軟體或 Email，皆能快速傳遞需求，讓客服服務更加便利。我們積極與客戶溝通，深入了解需求與產品使用情況，並以誠信與專業態度善待所有經銷合作夥伴，攜手打造互信共贏的夥伴關係。

**我們將持續精進，為每一位客戶帶來更高品質的產品與服務，讓「美麗」變得毫不費力。**



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

阿原則致力於提供消費者最純粹的天然體驗，不僅關注產品品質，更重視與顧客之間的長期關係。

我們的客戶關係管理（CRM）制度與流程以「真誠溝通、善意回應、美好體驗」為核心，確保每位顧客都能獲得最貼心的服務，打造品牌與消費者的共生共好體驗。



### 1. 客戶關係管理三大核心：

#### • 真誠溝通：

建立專業客服團隊，以透明資訊與即時回應確保消費者信任。

#### • 善意回應：

透過消費者回饋機制，持續優化產品與服務，確保滿足需求。

#### • 美好體驗：

推動會員制度、專屬服務與永續行動，讓顧客參與品牌的共生共好理念。

### 2. 客戶關係管理流程：

#### • 多管道顧客接觸：

- 門市、官網、社群媒體、客服專線等多渠道提供消費者即時諮詢管道。
- 會員專屬福利與個人化推播，提升顧客參與度。

#### • 需求理解與回應

- 建立顧客資料庫，記錄消費行為與回饋，提供更符合需求的產品與服務。
- 透過客服團隊即時回應顧客問題，確保滿意度。

#### • 消費者回饋機制

- 設立ESG顧客參與計畫，邀請顧客參與品牌的永續行動。
- 透過問卷、社群互動收集顧客意見，優化未來產品與體驗。

#### • 會員制度與長期關係經營

- 建立分級會員機制，提供專屬折扣、體驗課程與限定活動。
- 推動共生共好會員社群，讓顧客成為品牌理念的參與者。

## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

## 客服人才選用與培育

軒郁國際秉持【善】的理念培育優秀人才，建立卓越的客服團隊，以落實與客戶的溝通。我們在甄選人才過程中，參考「KSA職能分析表」，評估應徵者的知識（Knowledge）、技能（Skills）與能力（Abilities），結合個人經驗與性格特質，設計精準的面試問題，以徵選出最合適的人才。

客服團隊依公司品牌分配職責，並且為新進客服人員安排全品牌8週教育訓練，培訓內容包含客服／客訴作業流程、系統操作、產品介紹，並透過每週進行測驗確保學習成效。

軒郁國際2024年客服團隊人數達9人，累計培訓時數累計達136小時。此外，我們於新品上架前不定期安排新品教育訓練，每月約2-3次，每次0.5~1小時，確保團隊能夠即時掌握最新產品資訊，為客戶提供專業服務。

### 滿足客戶的便利性

客服人員每日透過各品牌之官方網站及社群平台（如：LINE、Facebook）進行客戶服務處理，並且遵守4小時內及時回覆的原則，以高效率、高品質解答消費者各種關於產品、配送、訂購等各種問題。在電子商務B2C顧客溝通與回饋管道中，網路平台為主要的途徑，其中又以品牌官網及其他電商留言為最大宗，占軒郁國際與新普利整體回饋的49.6%；阿原則是社群溝通平台為最大宗，占整體回饋的72%。

### 設置0800免付費客戶服務專線

為提供更便利的聯繫方式，我們增設 0800 免付費客服專線，客戶不需支付通話費用，即可輕鬆諮詢與反映需求。

此專線不僅提升了服務的即時性，也有助於蒐集客戶意見和需求，促進雙向溝通，透過優化整體服務體驗，也進一步提升客戶的信任。

### B2B海外客戶服務流程



## 前言

關於本報報告書

經營者的話

2024亮點績效

2024榮譽和肯定

永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

1.1 關於軒郁

1.2 營運策略與表現

1.3 公司治理

1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

2.1 產品研發與創新

2.2 永續產品與循環經濟

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

3.1 氣候變遷因應

3.2 營運環境管理

3.3 永續供應鏈

3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展

4.2 幸福職場

4.3 訓練與發展

4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表

2. SASB準則對照表

3. 第三方查證證書

### 客戶回饋成果

| 事業體          | 客戶類型 | 客戶回饋管道               | 回饋數量   |
|--------------|------|----------------------|--------|
| 軒郁國際<br>與新普利 | B2B  | • 經銷商（直播）<br>• 海外代理商 | 每日密切聯繫 |
|              | B2C  | • 各官網/其他電商平台客服留言     | 26,195 |
|              |      | • FB、LINE、其他通訊軟體     | 20,559 |
| 阿原           | B2C  | • 消費者的               | 6,079  |
|              |      | • 官網客服留言             | 970    |
|              |      | • 社群溝通平台             | 4,909  |
|              |      | • 客服電話               | 896    |

### 持續提升代理商客戶回購率

2024年，我們持續優化客戶服務體系，確保高效率且即時回應客戶需求，提供必要的支援與專業諮詢。代理商以過去的優異客服績效為基礎，進一步強化顧客關係管理 (CRM)，透過定期回訪與數據分析，提升顧客滿意度與品牌忠誠度。此外，針對保健食品類產品，透過當地客服個人化推薦、專屬優惠及尊榮售後服務，進一步提升回購率。代理商也將持續透過顧客名單進行精準行銷，主動關心顧客需求，了解產品與服務的優化空間，以提升品牌信任度，並創造更多潛在銷售機會。

### 發展Omnichat

阿原結合LINE官方帳號與Omnichat互動模組，導入遊戲式行銷、抽獎機制與自動客服，提升會員互動、導流並回收沉睡會員。單一活動最高觸及10,000人次以上，並於兩週內成功導入超過300筆會員資料與互動紀錄，有效提升會員活躍度與對於品牌的黏著度。

### 客戶滿意度調查

軒郁國際重視客戶回饋，針對消費者、海外經銷及代理商B端客戶，我們進行客戶問卷滿意度調查，涵蓋產品品質、價格、物流、資訊安全等一共八大面向，全方位進行檢視。在消費者方面，2024年度我們向90天內消費的客人發放10,836份問卷，總滿意度為94分，與去年同期持平，其中有高達89%受訪者感到「滿意」。而在海外經銷及代理商B端客戶，則有高達95%客戶對整體感到滿意，同樣與2023年保持持平。全年度的總體滿意度持續維持於8成以上，顯示整體顧客肯定軒郁國際的服務表現。我們將持續追蹤客戶回饋，優化各項服務，以精進提升滿意度。

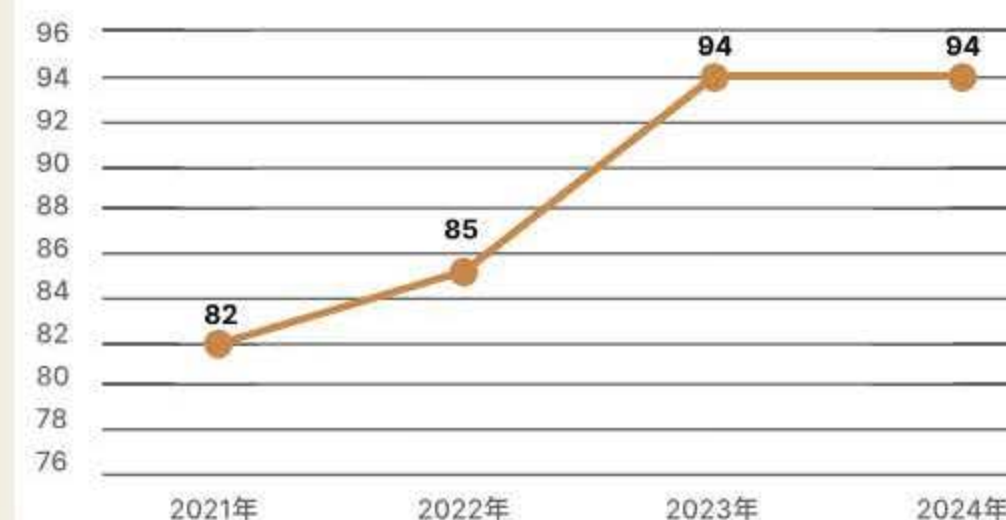
### 手做體驗活動

阿原於百貨專櫃、直營門市及北海明珠工廠舉辦VIP與參訪團體的沉浸式體驗課程。課程內容包含：捏小團圓（捏皂）、香氛蠟塊製作（精油知識）、永續手抄紙（回收再製）、植物聖誕樹DIY。2024年共舉辦50場以上手作活動，總參與人次超過1,200人，有效強化品牌五感體驗與消費者連結，提升回購率與品牌認同。

### 北海明珠參訪活動

阿原自2024年6月以來，接待產、官、學機構、品牌會員VIP及品牌合作夥伴參訪「北海明珠」永續工廠，導覽阿原農場理念與共生共好精神，展示品牌如何實踐低碳生產、永續原料與100%水循環系統。共累計接待30組團體、超過600人次參與，有效強化阿原的永續對外溝通行動，獲得多家企業肯定與媒體正面報導，提升品牌專業與永續形象。

### 滿意度總分



## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

## 客戶滿意度調查面向

### 國內消費者

- 產品品質
- 訂單與交貨
- 客戶服務
- 產品價格
- 物流
- 產品創新研發
- 資訊安全
- 包裝物料與行銷標示

### 海外經銷及代理商B端客戶

- 產品品質
- 產品交期
- 業務服務態度
- 產品價格
- 產品物流
- 產品創新及研發
- 交易安全維護與資訊安全政策
- 環保永續關注度

針對客戶滿意度調查中的相對較低分的面向，我們除了將結果及意見回饋提供給相關部門，亦持續追蹤和提出處置說明，精進產品品質與服務水準。

以客戶服務面向為例，我們將建置數位化CTI話務系統，以提升整體客戶體驗。在資訊安全面向上，我們將實施社交工程演練，並定期舉辦資訊安全培訓和教育課程，提高員工安全意識，強化資訊安全防護能力。

在海外經銷服務方面，針對產品運送包裝的堅固性及正確無缺件部分，積極要求倉儲加強包裝作業，並請宅配業者加強員工教育訓練，經協調優化後，有效降低物流失誤率。交貨速度及準時交貨配合度上，也將積極內部溝通及物流調配協調，以期縮短交貨時間。

## 阿原

阿原工作室亦重視客戶的心聲，針對消費者、經銷與專案客戶，我們進行客戶滿意度問卷調查，分別針對「產品創新與品質管理」、「綠色包裝減塑」、「環境永續」、「誠信與資訊透明度」、「客戶服務與溝通」五大面向，全方位進行檢視。針對客戶滿意度調查中相對低分的面向，將由專案小組將結果及意見回饋提供給相關部門及高階主管，並進行追蹤和提出處置說明，以不斷精進公司產品品質與服務。

## 客戶滿意度調查對象

| 客戶類型 | 調查期間                      | 發送數 | 回收數 | 回收率 | 名單條件                            |
|------|---------------------------|-----|-----|-----|---------------------------------|
| 經銷客戶 | 2025/03/24~<br>2025/03/31 | 7   | 1   | 14% | 2024年交易客戶之有可聯繫email資料，成交金額前20名  |
| 專業客戶 |                           | 13  | 3   | 23% |                                 |
| 零售客戶 | 2025/04/08~<br>2025/04/15 | 350 | 115 | 33% | 官方商城2024年11月至12月消費者，有綁定Line可推播者 |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

- 1.1 關於軒郁
- 1.2 營運策略與表現
- 1.3 公司治理
- 1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

- 2.1 產品研發與創新
- 2.2 永續產品與循環經濟
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

- 3.1 氣候變遷因應
- 3.2 營運環境管理
- 3.3 永續供應鏈
- 3.4 責任採購

## 4 社會共融

- 4.1 人力資源發展
- 4.2 幸福職場
- 4.3 訓練與發展
- 4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表
2. SASB準則對照表
3. 第三方查證證書

## 客戶滿意度調查結果

| 客戶類型 | 產品創新品質管理 | 綠色包裝減塑行動 | 環境永續 | 誠信與資訊透明度 | 客戶服務與溝通 | 整體滿意度 |
|------|----------|----------|------|----------|---------|-------|
| 經銷客戶 | 60       | 80       | 80   | 100      | 100     | 84    |
| 專業客戶 | 87       | 73       | 87   | 100      | 100     | 89    |
| 零售客戶 | 86       | 79       | 85   | 88       | 86      | 85    |

## 客戶申訴管理

軒郁國際訂有「客戶抱怨與退貨處理程序」，B2B、B2C客戶皆可以透過多元管道（網站留言、LINE、Facebook、客服電話等）反映問題，軒郁國際在受理客訴後，將依照SOP規定填寫客訴處理表單，以最快速度回覆客戶需求，執行改善措施。

2024年軒郁國際的B2C客戶回饋率為6.2%，並且連續四年達成客戶結案率100%。2024年海外B2B客訴申訴結案率亦達100%。近三年來，軒郁國際皆未接獲重大客訴事件。



## 近四年B2C客戶回饋率與結案率

| 項目      | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 客戶回饋率   | 6.8%  | 7.4%  | 7.6%  | 6.2%  |
| 客戶結案率   | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |
| 24小時結案率 | 100 % | 100 % | 95 %  | 100 % |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題

- 1.1 關於軒郁
- 1.2 營運策略與表現
- 1.3 公司治理
- 1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題

- 2.1 產品研發與創新
- 2.2 永續產品與循環經濟
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題

- 3.1 氣候變遷因應
- 3.2 營運環境管理
- 3.3 永續供應鏈
- 3.4 責任採購

## 4 社會共融

- 4.1 人力資源發展
- 4.2 幸福職場
- 4.3 訓練與發展
- 4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表
2. SASB準則對照表
3. 第三方查證證書

### 近四年海外客訴率與結案率

| 項目    | 2021年               | 2022年                | 2023年                | 2024年                |
|-------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 客戶申訴  | 海外：10件<br>特殊通路：4件   | 海外：4件<br>特殊通路：20件    | 海外：6件<br>特殊通路：21件    | 海外：8件<br>特殊通路：9件     |
| 客戶結案率 | 海外：90%<br>特殊通路：100% | 海外：100%<br>特殊通路：100% | 海外：100%<br>特殊通路：100% | 海外：100%<br>特殊通路：100% |

### 阿原

阿原則訂有「不合格品管制程序」，客戶可以透過阿原多方管道（網站留言、LINE、FB、客服電話等）反應問題，公司將立即受理客訴，並依照客訴處理 SOP 規定填寫「客訴處理單」，以最快的速度回覆客戶需求執行改善措施。



### 消費者申訴率與結案率

| 項目    | 2024年 |
|-------|-------|
| 客戶回饋率 | 0.5%  |
| 客戶結案率 | 100%  |

註<sup>1</sup>：回饋率為客訴筆數/進件數

註<sup>2</sup>：結案率以公司簽核系統統計



## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查證證書

### 2.4.2 資訊與隱私安全

軒郁國際與阿原皆遵循ISO 27001資訊安全管理系統，訂定「資訊安全政策」，保護公司資訊系統和資料的安全。我們的資訊安全政策包括：

|              |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 資訊系統<br>使用政策 | <b>1.存取控制</b><br>最小權限原則：使用者僅獲得完成其職責所需的最低權限。<br>身份驗證與授權：所有使用者必須經過適當的身份驗證，並獲得授權後方可存取資訊系統。<br>存取權限管理：建立明確的程序，管理使用者的存取權限，包括新增、修改與撤銷。<br><b>2.定期審查與即時調整</b><br>存取權限審查：每年定期進行一次使用者存取權限的審查，確保其與職責相符。<br>異動管理：在使用者職務異動、離職或其他相關情況發生時，立即調整其存取權限。              |
| 密碼政策         | 實施設置高複雜度規範的密碼設定，並強制需每90天變更密碼，禁止使用已知弱密碼，以防止未經授權的訪問，並依照國際趨勢評估密碼政策的調整。                                                                                                                                                                                 |
| 資料備份<br>政策   | 關鍵應用資料每小時進行資料備份，防止關鍵資料丟失，並每日將備份資料同步至異地儲存設備保存。                                                                                                                                                                                                       |
| 客戶資料<br>安全政策 | 為保護客戶交易訂單資料中的個人識別資訊（PII），如姓名、手機號碼、地址等敏感資料進行遮罩（Masking）處理；在顯示或處理資料時，隱藏部分敏感資訊。並依據最小權限原則，僅授權必要人員存取必要敏感資料。                                                                                                                                              |
| 網路安全<br>政策   | <b>1.網路防護措施</b><br>部署防火牆以控制進出網路的流量，防止未經授權的存取。<br>實施入侵偵測系統(IDS)與入侵防護系統(IPS)，即時監控與攔截可疑或惡意的網路活動。<br><b>2.端點安全管理</b><br>所有使用者終端設備必須安裝並啟用防病毒軟體，定期更新病毒定義庫。<br><b>3.安全的遠端存取</b><br>內部資源僅允許透過虛擬私人網路（VPN）進行存取，確保資料傳輸的加密與安全性。<br>VPN連線存取權限管理訂定明確的申請程序與使用期限規範。 |

軒郁國際與阿原皆訂有「資訊安全事故管理程序」建立明確識別與通報處理機制，確保在發生資訊安全事件時，相關負責單位依照管理程序及時掌握訊息，並作出研判和採取必要應變措施，以避免事件擴大，確保公司與客戶的資訊安全。並定期對員工進行資訊安全意識課程，提高員工對資安的重視。



## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證證書

## 2024年軒郁國際個資防護作為

| 項目          | 內容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 新建置設備與系統    | <p>1. 導入 Aruba WiFi 與中央控制主機，除提升網路的穩定性與可用性外，採用 RADIUS 驗證機制管控企業用戶存取內部網路，有效防止未經授權人員接觸內部資訊，達到降低個人資料外洩風險。同時，透過 Aruba 中控管理介面即時檢視系統運行狀況，並監控異常登入行為，及早發現並處理可疑活動，進一步強化網路環境的安全性，確保個人資料於無線網路傳輸過程中的保密性與完整性。</p> <p>2. 導入 IST 端點安全系統，建立資料外洩防護跟紀錄追蹤機制。系統可即時檢測端點裝置，針對端點裝置上的不當行為、資訊外洩管道透過記錄、管理、控制、統計等機制，強化防護個人資料於端點設備上產生的資料毀損或洩漏，以符合法規對個人資料保護的相關要求。</p> |
| 會員權益聲明      | <p>iQueen愛女人購物網「會員權益聲明」，包含個人資料保護告知暨同意事項，以及會員的相關權益。</p> <div> 會員<br/>權益聲明  </div>                                                                                                                                                                    |
| 隱私權聲明       | <p>iQueen愛女人購物網「隱私權及網站使用條款」，詳細說明蒐集消費者個人資料的目的、方式與用途，並說明消費者個人資料的相關權益。</p> <div> 隱私權及<br/>網站使用條款  </div>                                                                                                                                              |
| 會員個資遮罩與去識別化 | <p>為強化品牌資訊安全，訂單資訊中的會員姓名、電話等識別性個資將進行遮罩與去識別化處理，在不影響出貨作業的前提下，降低個資外洩風險。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                |

## 2024年阿原個資防護作為

| 項目          | 內容                                                                   |
|-------------|----------------------------------------------------------------------|
| 新建置防火牆      | 採購FortiGate防火牆、Sophos防毒軟體，提升公司安全防護能力。                                |
| 會員權益聲明      | 阿原YUAN官方線上商城僅要求消費者在註冊會員時提供必要個人資料，並且於網站提供會員權益聲明，清楚向會員說明個人資料保護告知暨同意事項。 |
| 隱私權聲明       | 阿原YUAN官方線上商城「隱私權及網站使用條款」，涵蓋蒐集消費者個人資料的目的、方式與用途，並且說明消費者的個人資料的相關權利。     |
| 會員個資遮罩與去識別化 | 為強化品牌資訊安全，訂單資訊中的會員姓名、電話等識別性個資將進行遮罩與去識別化處理，在不影響出貨作業的前提下，降低個資外洩風險。     |

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證書

## 資安事件通報與處理程序

軒郁國際依據「資訊安全事故管理程序」，阿原則依據「資訊安全管理辦法」，規範當內、外部人員發現可疑資訊安全事件、事故或安全弱點時，應立即向權責主管通報，並由權責主管初判後，通報至資訊單位人員，通報應於事件發生1小時內完成。

### 資訊安全通報

通報內容宜包含發生時間、地點、事故狀況、系統錯誤訊息、可能受影響範圍及其他主觀判定異常之行為，以作為事件處理的依據。資訊單位收到通知後，需確認是否屬於資訊安全事件，必要時召集外部廠商與顧問協助處理，並於48小時內完成「資訊安全事件處理單」/「資訊安全紀錄單」，呈報資訊單位主管覆核。

軒郁國際將資訊安全事件依影響等級區分為4個級別，由輕至重分為1級、2級、3級、4級。資訊單位應判斷事件與事故在資訊安全威脅與弱點項目的類型，並將其納入風險評鑑進行管理，以改善發生事件的弱點，減少事件發生機率。阿原的資訊單位則判斷事件與事故在資訊安全威脅與弱點項目的歸類，並回饋至風險評鑑中進行風險管理，以改善發生事故的弱點與發生機率。

### 資訊安全事件 評估、決策

### 資訊安全之 安全檢討

資訊單位人員應定期統計資訊安全事故資訊並呈報主管，以追蹤資訊安全事故發生狀況與改善進度。對於各級別、類別的事件，在完成資訊安全事件之通報及應變程序後，應調查所造成的影響和損害並改善。

## 近三年侵犯客戶隱私權客訴事件

2023年第一季曾發生客戶隱私事件，主因是消費者接到詐騙電話，事件發生當下，我們已立即啟動資安事故管理程序，委請資安廠商進行全面檢驗，並採取應變措施，包含於各平台官網進行反詐騙宣導、向消費者傳送反詐騙簡訊，並重新審核全品牌平台帳號權限。

軒郁國際於2023年建立「消費者個人資料保護緊急應變處理程序」，定期進行資料風險評估，根據實際應對經驗和演練結果進行調整和優化。2024年，軒郁國際集團未發生任何與客戶隱私相關或客訴之事件。

## 客戶隱私受損件數

2021年

47件

2022年

0件

2023年

2件

2024年

0件

## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

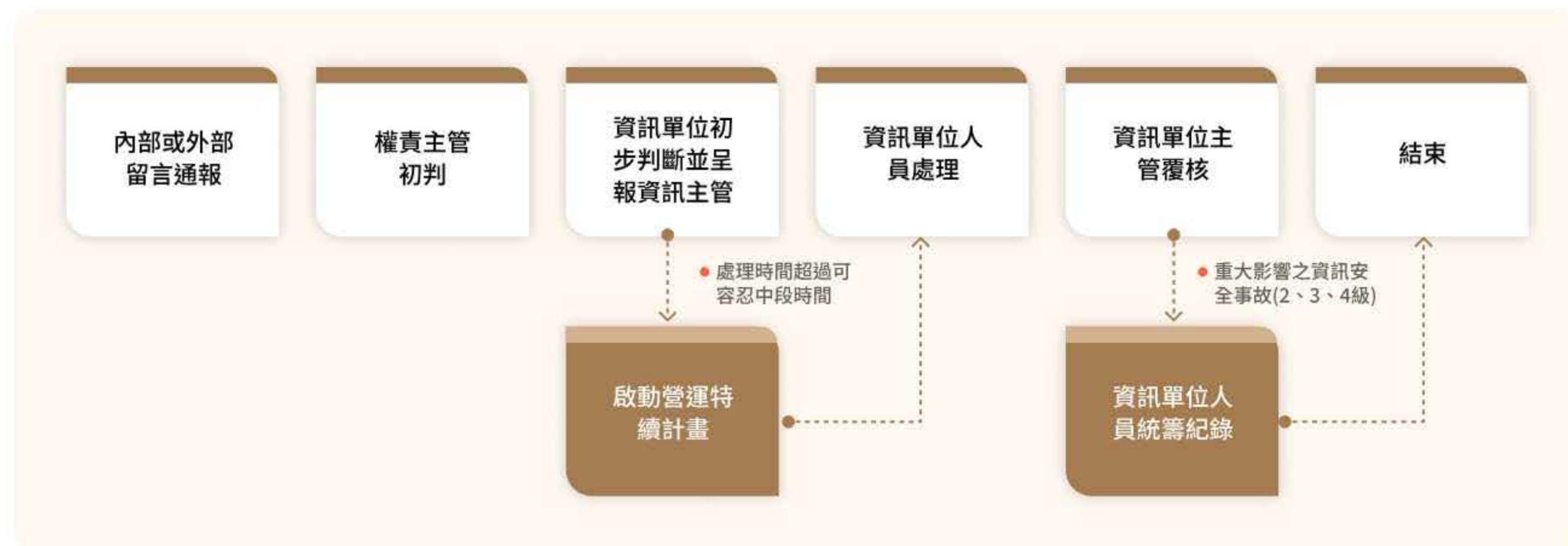
## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證書

### 資安處理作業流程：



### 軒郁國際消費者個人資料保護緊急應變處理程序：



## 前言

關於本報報告書  
經營者的話  
2024亮點績效  
2024榮譽和肯定  
永續發展與願景  
利害關係人議合與重大議題分析

## 1 誠信治理

重大議題  
1.1 關於軒郁  
1.2 營運策略與表現  
1.3 公司治理  
1.4 風險管理

## 2 產品責任

重大議題  
2.1 產品研發與創新  
2.2 永續產品與循環經濟  
2.3 產品安全責任  
2.4 客戶服務與資安管理

## 3 環境永續

重大議題  
3.1 氣候變遷因應  
3.2 營運環境管理  
3.3 永續供應鏈  
3.4 責任採購

## 4 社會共融

4.1 人力資源發展  
4.2 幸福職場  
4.3 訓練與發展  
4.4 社會參與

## 附錄

1. GRI準則對照表  
2. SASB準則對照表  
3. 第三方查確證書

### 阿原網路遭入侵應變處理流程圖：

