

目錄

前言
關於本報告書
經營者的話
2021亮點績效
永續發展與願景
利害關係人議合與
重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

01 誠信治理



目錄

前言

關於本報告書

經營者的話

2021亮點績效

永續發展與願景

利害關係人議合與

重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

誠信經營與風險管理

對軒郁國際的意義	軒郁國際內部堅持誠信道德，具備健全的公司治理架構，達到誠信經營、反貪腐、資訊透明、保障股東權益及決策參與，並針對未來可能發生的各種風險有所關注，監控並採取預防和應變行動，降低營運風險以達永續經營之目標。	
政策與承諾	本公司訂有「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」及「風險管理政策與程序」作為員工執行業務之規範及指南，並落實董事對經理人及對經營政策之承諾，從內而外建立誠信治理文化。	
責任單位與資源	設置公司治理主管及小組，針對誠信經營、法令遵循、會議議事及公開資訊等項目落實公司治理。並成立風險管理小組，依循公司經營策略及產業環境核定風險管理政策，並確保管理機制之有效運作。	
目標	短期 (未來1年)	<ul style="list-style-type: none">• 遵守董事會議事規範，強化董事會運作。• 依內控制度與法規要求，持續落實各項稽核計畫。• 維持無任何重大之違法情事。• 鑑別重要作業風險，強化風險管理機制。
	中長期 (未來3-5年)	<ul style="list-style-type: none">• 持續貫徹杜絕違反道德誠信之相關規範。• 強化永續發展議題作為內部決策參考。
具體行動與績效	<ul style="list-style-type: none">• 2021年度各營運循環至少完成一次稽核報告，重大如銷售收款、採購付款、研發生產完成二次稽核報告，共提出6項建議及11項缺失，已請相關單位進行補正及改善。• 強化永續發展議題作為內部決策參考。• 未發生任何貪腐事件	

目錄

前言

關於本報告書

經營者的話

2021亮點績效

永續發展與願景

利害關係人議合與

重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁

營運策略與表現

公司治理

風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.1 關於軒郁

品牌願景

軒郁國際為台灣國內第一家品牌電商，以生物科技及大數據行銷兩大引擎，使其「iQueen愛女人購物網」品牌電商之會員人數已超過90萬人，透過市場大數據分析及自建的兩大實驗室，我們得以研發出符合不同年齡層之消費者功能需求的美容與保健商品，於全台連鎖藥妝通路、各大實體店家銷售，並遠銷至海外15個國家。

美妝保養品牌	機能保健食品品牌
<ul style="list-style-type: none">• SEXYLOOK 西西露• MIRAE 未來美• LUDEYA 露緹雅• Dr.May 美博士	<ul style="list-style-type: none">• Simply 新普利• M2 輕次方• Eatbliss 益比喜

軒郁國際股份有限公司 基本資料

公司全名	軒郁國際股份有限公司
成立時間	2009年05月18日
上櫃時間	2020年10月20日
資本額	新台幣208,000仟元
員工人數	106人
董事長	胡蕙郁
總經理	楊尚軒
總部位置	台北市松山區復興北路311號7樓
股票代號	6703
主要產品與服務	美妝保養品及保健食品的研發與銷售

軒郁國際
股份有限公司

主要關係企業

100%

深圳軒郁化妝品有限公司

100%

LUDEYA INTERNATIONAL INC.

60%

PT. Shiny Brands Indonesia
(印尼軒郁)

100%

新普利股份有限公司

面膜、美妝保養品及電商營運主要由母公司軒郁國際負責，並由子公司新普利股份有限公司從事有關機能性保健食品的專責研發。新普利以「消費者健康為核心推出高機能之產品」、「以數據為核心打造不斷創新的品牌」及「以社會公益為核心不斷付出的精神」出發，旗下2大品牌則分別以日系及韓系兩大纖體保養潮流作為區分，開發出可以滿足消費者不同需求的保健產品；其餘3間轉投資子公司則主要從事海外當地業務的開發，持續增強集團整體的品牌能見度。

外部公協會參與

軒郁國際積極參與相關的公協會，與業界先進與前輩交流有關美妝及保健產業的發展趨勢與經驗，期待透過同業的共同努力，為我們的消費者提供最優良的產品與服務。

公協會名稱	參與形式
台北市進出口商業同業公會	會員
台灣上市櫃公司協會	會員
台北市化粧品商業同業公會	會員
社團法人國家生技醫療產業策進會	會員
社團法人台灣網商協會	會員
台灣CERT/CSIRT聯盟	會員

目錄

- 前言
- 關於本報告書
- 經營者的話
- 2021亮點績效
- 永續發展與願景
- 利害關係人議合與重大議題分析

CH1 誠信治理

- 關於軒郁
- 營運策略與表現
- 公司治理
- 風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.2 營運策略與表現

1.2.1 市場策略

美妝保養、保健食品發展趨勢與分析



數位結合多元化市場經營

目前全球化妝品大廠於競爭激烈的市場態勢中皆採取多元化的經營策略，其中又以增設數位行銷管道資源、發展電商平台大數據分析為重，透過電子商務的數據資料庫應用以鞏固各自在全球的領導性地位。



美妝保養市場規模快速增長

工業研究院及零售商分析公司Edited報告皆指出，2020年全球美妝保養品的市場規模已達到將近6,000億美元，面膜市場即占了該市場中的近80億美元，未來美妝保養品市場規模將持續穩定增長。



疫情衝擊、跨境直播電商崛起

在COVID-19衝擊各大實體通路的情況下，跨境直播電商已然成為全球熱潮，其中又以亞洲區最為盛行。透過網路無遠弗屆的特性，品牌得以藉由直播形式跨過國與國之間的界線，並開拓新的海外商機。



人口結構與健康意識抬頭

隨著現代人們健康意識地抬頭、文明病增加、人口高齡化及少子化的趨勢，預防保健及孩童健康格外受到重視，消費者對於保健食品的需求更是與日俱增，受到疫情影響，2020年度的保健市場規模已達800億元新台幣，年增長率則來到8%。



目錄

前言

關於本報告書

經營者的話

2021亮點績效

永續發展與願景

利害關係人議合與

重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁

營運策略與表現

公司治理

風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.2 營運策略與表現

經營策略

面對高度競爭的市場環境變化，我們定期透過主管會議進行會議討論，以滾動式方式進行經營策略的調整，除了以建立扎實的研發及核心技術做為基底為，亦將深化運用市場大數據分析與公司顧客行為管理系統，發展出適合於不同年齡與身體狀態族群的利基商品與品牌。旗下各品牌分別針對用戶不同功能需求進行深度研發，務求消費者能輕鬆體驗到商品所帶來的好處，不斷地提升消費者品牌價值與服務體驗，進而增加客戶滿意度及忠誠度，創造穩健地營收與獲利成長。

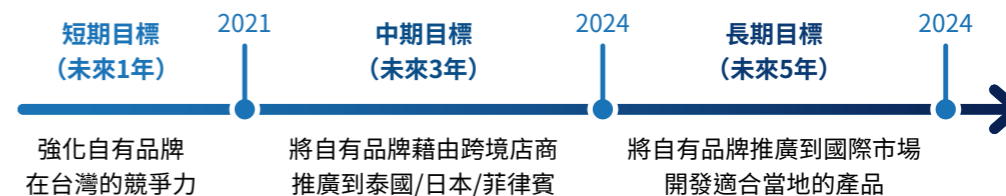
2021年集團的經營策略要點如下：

要點	內涵說明
細分化	因應高度競爭的美容與保健紅海市場，軒郁國際旗下品牌專注於目標客群的細分化，之所謂市場沒有飽和只有區隔，不斷讓旗下品牌加強品牌區隔性與不同功能特色的鮮明定位，目標在不同分類市場成為該分類之領先指標品牌進而打造行業領先優勢。
數位化	承襲過去集團於數據核心的技術累積，在大數據和人工智慧AI的高速發展下，致力於旗下品牌電商的購物場景更加智能化，消費者行為標籤化和智能導購化將更進步，導入更先進的客戶滿意回購服務系統，深度瞭解消費者的購買需求，透過網站AI深度解讀進而推出適當的商品選擇與行銷方案。
國際化	在疫情的影響下，集團針對國際市場布局轉向跨境電商的模式。透過台灣總部建立國際跨境電商平台耕耘海外線上市場，並積極開發該地適當代理商成為該市場之落地客服夥伴，形成我銷他營的新雙贏模式，共同深耕海外線上與線下市場。
技術專利化	我們堅信唯有不斷的創新及研發，持續進行前瞻性技術與創新應用的研究，並透過專利申請形塑品牌壁壘創造公司的核心競爭力進而提升品牌價值，提高市場佔有率。

其中，受到疫情嚴峻的影響，2021年我們在海外的事業拓展未如預期，故調整發展策略，投入更多心力在台灣本土特殊通路——直播通路的經營，以有別於以往的方式對外宣傳及行銷我們的自有產品。

市場區域	2021年發展策略	發展目標
新加坡 馬來西亞 越南	主要透過代理商及經銷商發展當地市場，以分享各品牌在台灣行銷與通路經營經驗為重，搭配代理商的在地行銷去推廣軒郁國際旗下的品牌。新加坡、馬來西亞、越南的代理商在2021年度開始，皆開始嘗試尋找配合的直播主進行產品銷售，透過直播主的經營及銷售，填補當地市場因疫情關係封城導致實體通路營收下滑的缺口。	品牌在地化
泰國	初期透過B2C跨境電商方式經營，搭配在地KOL (Key Opinion Leader) 等行銷曝光，創建品牌聲量，進而尋找更適合的代理商合作。	品牌在地化
台灣	除了原有的通路及經銷、代理商外，2021年更主要投入於經營直播通路，透過不同直播主的自有粉絲，進而可以讓公司商品有機會接觸到不同面向的消費者。除公司知名品項外同時打造屬於直播通路的特規品項，開發商品亮點及創造直播新的爆款商品。	拓展多元的消費族群

品牌及海外市場經營策略目標



目錄

前言

關於本報告書

經營者的話

2021亮點績效

永續發展與願景

利害關係人議合與

重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁

營運策略與表現

公司治理

風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

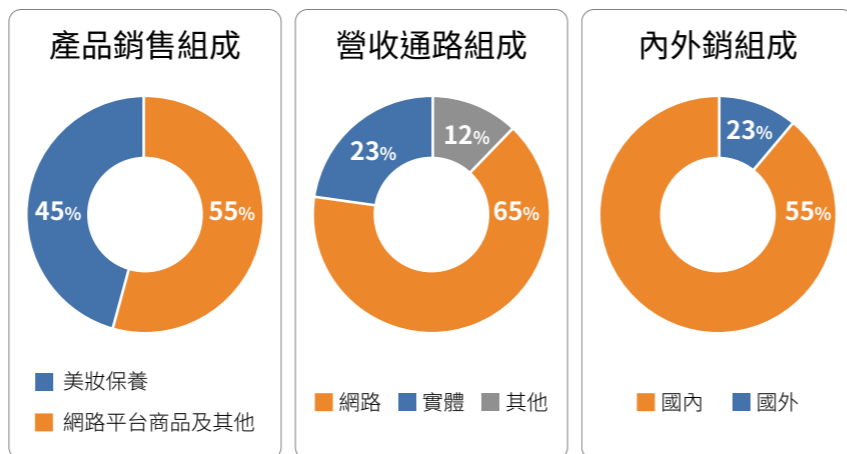
附錄

1.2 營運策略與表現

1.2.2 價值創造與經濟績效

自2019年11月併入保健食品公司新普利為旗下百分之百子公司以來，我們已正式成為以美容、保健，雙生引擎驅動未來成長的生計品牌集團。藉由大數據分析及虛實融合的商業模式轉型，受惠於旗下子有電商平台會員數的穩定成長，我們得以在疫情衝擊實體販售通路的情況下，仍然保持較2020年成長2.01%的營收表現。

營收組成



集團藉由積極的跨足保健食品領域、取得美容及保健之相關專利、投資併購及策略結盟方式，在虛實整合之路，讓線上線下不只是導流，更共同借力使力發揮加乘作用，讓業績同步成長。

近3年經濟績效(合併) ▶▶▶

單位：新台幣仟元

項目	基本要素	2019年	2020年	2021年
產生之直接經濟價值	收入	1,031,156	1,328,963	1,355,628
	營運成本	343,005	407,036	424,252
分配之經濟價值	員工薪資與福利 ^{註1}	86,098	104,378	122,624
	支付出資人的款項 ^{註2}	142,400	150,800	151,840
	支付政府的款項 ^{註3}	53,877	19,263	33,535
	社區投資 ^{註4}	1,504,472	206,043	1,568,472
留存之經濟價值 ^{註5}		107,283	120,921	142,008

註1：包含獎金、退休金、提繳工資墊償費用等其他用人費用。

註2：當年度配發之現金股利。

註3：當年度支付所得稅費用。

註4：捐助政府機構、社福機構及敦親睦鄰之公益支出。

註5：當年度稅後淨利。

我們將持續進行前瞻性技術與創新應用的研究，以繼續深化本公司在核心競爭力的領先地位，在替股東創造最大的價值之餘，也為消費者帶來更好的產品與服務體驗。更詳細營運財務績效請參閱集團之合併財務報告。

軒郁國際財務專區



目錄

前言

關於本報告書

經營者的話

2021亮點績效

永續發展與願景

利害關係人議合與

重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

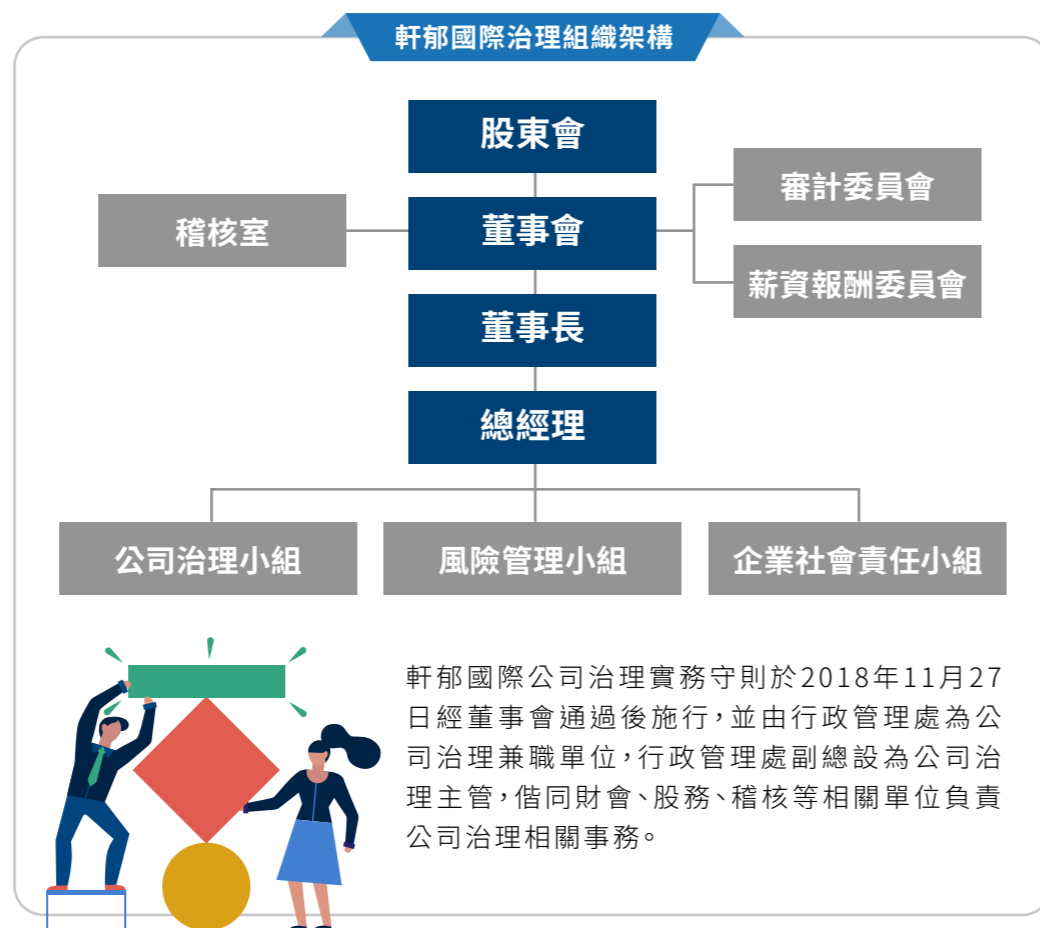
CH4 社會共融

附錄

1.3 公司治理

我們將完善的公司治理視為企業永續經營的根本，伴隨著軒郁國際於2020年10月正式上櫃，我們依循台灣主管機關針對公司治理的相關規範，訂有明確且合理的治理架構及專業分工，並致力於提升董事會運作職能、提升資訊透明度、設置各類委員會提升治理效率與決策品質，以滾動式的方式持續進行修訂，以保障股東權益並兼顧其他利害關係人對於軒郁國際的期待。

1.3.1 治理組織介紹



多元化的董事會組成 ▶▶▶

為持續強化公司監督機制，軒郁國際董事會設有7名董事，任期為3年，在股東會授權範圍內，負責執行公司業務方針及制定營運目標，並於2021年7月16日之股東常會中決議通過董事之改選，本屆任期自2021年7月16日起至2024年7月15日為止，其中包含3名獨立董事及1位兼任員工身分之董事，獨立董事席次占董事會比例達43%。董事會成員組成考量多元化，並就本身運作、營運型態及發展需求已擬定適當之多元化方針，成員普遍具備執行職務所必需之知識、技能及素養；董事如有兼任子公司或其他職務均有依相關法令規定辦理，符合兼任職務之規範。

此外，我們亦特別重視性別平等所帶來之多元觀點對於公司營運的重要性，根據臺灣證券交易所「上市櫃公司董事會性別多元化與財務績效之關聯性研究報告」中指出，增加董事會性別多元化程度，不僅對於提升公司利潤有所幫助外，女性的認知和人力資本對於提升公司營運表現亦產生正面效益。本年度所新選任董事會成員當中，共有4名女性董事，所占席次比例達57%，遠超於台灣上市櫃公司平均女性董事比例，在以女性為主要消費者族群的美妝保養及保健產業中，更能夠做出貼近顧客需求的決策，並提高對性別平權議題的關注。

目錄

前言

關於本報告書

經營者的話

2021亮點績效

永續發展與願景

利害關係人議合與

重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.3 公司治理

1.3.1 治理組織介紹

董事會運作績效

2021年度共召開董事會8次，討論項目主要聚焦於重要財務業務報告及內部稽核業務報告，討論公司規範修訂、獎金酬勞盈餘分派、投資等議題。

除了整體董事會與相關功能性委員會定期執行自訂及成員自我考核外，我們於2021年委請社團法人中華公司治理協會進行110年度董事會績效評估；主要評估董事會、審計委員會及薪資報酬委員會對於公司治理及永續發展之執行與督導，包含成員遴選、公司決策探討、督導永續發展議題及風險管控等，以加強董事會運作效率。

審計委員會

為健全監督功能及強化管理機能，於2018年11月13日股東臨時會選任3名獨立董事設置審計委員會，委員會至少每季召開一次會議，其主要職責包括但不限於，協助董事會監督和控管公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則以及公司存在或潛在風險之管控。

其中獨立董事與會計師至少每年一次定期會議，會計師就公司之財務狀況及整體運作情形及內控查核情形向獨立董事報告；而公司之內部稽核主管不定期與獨立董事就年度內部稽核計畫執行情形進行報告，且內部稽核主管於每季至少一次的審計委員會召開時，列席報告。



薪資報酬委員會

軒郁國際設有薪資報酬委員會，委員會成員人數為3人，由董事會決議委任之，成員皆為獨立董事。旨在以專業客觀之地位，就公司董事及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，並向董事會提出建議，以供其決策之參考。本委員會每年召開至少兩次，並得視需要隨時召開。

更多有關軒郁國際董事會成員及公司治理報告內容，請參閱 2021 年年報。

目錄

前言
關於本報告書
經營者的話
2021亮點績效
永續發展與願景
利害關係人議合與
重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.3 公司治理

1.3.2 誠信經營與法規遵循

重視誠信道德

軒郁國際訂有「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」及「誠信經營作業程序及行為指南」等據以規範公司內部誠信經營之行為準則。除了將誠信經營議題納入信金員工的教育訓練課題外，稽核室每季亦會發信公告或舉辦相關教育訓練講座，廣泛宣導並深化道德廉潔的企業文化，讓全體員工皆能清楚瞭解公司政策。

針對交易往來之廠商部分，則會要求合作廠商簽署軒郁集團合作夥伴承諾書，作為商業活動中對於誠信連結暨保密之承諾。

2021年未有發生任何貪腐、賄賂和違反公平交易法之相關事件。

檢舉與管理制度

涉及面向	內部依循政策	執行方式
個人資料保護	<ul style="list-style-type: none">個人資料保護管理辦法個人資料檔案安全維護計畫及業務終止後個人資料處理方法消費者個人資料保護守則	建立第一線人員通報，經權責主管判別後通知相關單位執行應對措施，並執行後續資訊安全確認處理程序。
營業秘密及內部重大資訊	<ul style="list-style-type: none">內部重大資訊處理與內線交易防範作業道德行為準則誠信經營守則誠信經營作業程序及行為指南	建立檢舉與懲戒制度並定期每季進行宣導，由稽核主管接獲申訴或檢舉事件後進行判別，向上呈報管理階層或董事會。

檢舉及申訴事件通報管道

針對內外部不同利害關係人，我們設置多元的雙向溝通管道，並對於檢舉內容及個人資料嚴格保密。

其中針對2021年中所收到消費者申訴收到詐騙電話之情形，我們即於第一時間對外通知消費者及大眾注意詐騙防範、對內檢核確認資訊安全作業，並提升防火牆及防毒軟體安全係數等加強資訊安全防範措施。
(更多詳細說明請見CH 2.4.2 資訊與隱私安全)

項目	聯絡管道
內部員工	<ul style="list-style-type: none">設有內部檢舉信箱、檢舉專線及Line等得向獨立董事、經理人或內部稽核主管呈報
外部人員	<ul style="list-style-type: none">官網設有聯絡電話、郵件信箱及留言專區各銷售平台亦設有客服電話及留言區、各社群網站及通訊軟體之客服聯絡管道

軒郁國際申訴機制

若有知悉不當行為者，可以將相關事實說明及提供相關事證向單位最高主管（經理人）告知，或是以下列方式擇一檢舉（不限匿名或具名之方式），公司對於檢舉人資料將予保密。

- 【郵件方式】寄送下列收件人及地址：
收件人：軒郁國際股份有限公司 稽核主管
收件地址：台北市松山區復興北路311號7樓
- 【電子郵件】
寄送到下列檢舉信箱：ad@shinybrands.com
- 【電話】02-87121319 分機232
- 【Line】稽核主管



目錄

前言
關於本報告書
經營者的話
2021亮點績效
永續發展與願景
利害關係人議合與
重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.3 公司治理

1.3.2 誠信經營與法規遵循

法規遵循

軒郁國際從永續的角度出發在法規最新資訊取得部分，透過訂閱主管機關電子報、RSS及法規資料庫搜尋系統，隨時關注官方網站公告，了解法令更新狀況。我們平時亦藉由與產官學研不斷地資訊交流，策略化的形式深化與供應鏈的商業合作，而得以從不同的渠道了解產業新訊及法規脈絡，再以制度、工具及教育訓練逐步落實法規遵循。

自2020年於台灣證交所正式掛牌以來，集團內部有關於管理規範的作業皆經由主管機關嚴密的審查；針對2021年間主管機關來函所示之內容，法務部門會協同對應部門彙整相關資訊，完成法令與主管機關的規範及指導。2021年軒郁國際未有並未接獲主管機關依據法令，處以裁罰金額的事件，且未有重大違法紀錄。

智慧財產權維護

我們以台灣智慧財產權管理系統-TIPS (Taiwan Intellectual Property Management System) 管理規範所提出之避免侵權架構，建置內部一系列程序及規範辦法，如：誠信經營作業程序及行為指南、道德行為準則、智慧財產權管理辦法、研發循環規範、存取或處分資產處理程序等，並確保內外部相關人權均須簽屬保密協議，落實智慧財產權「計劃、執行、檢查與行動」之管理循環，確保公司內部擁有足夠資源規劃、實施、持續改善智慧財產權之權利保護制度。

軒郁國際於員工報到時和與廠商簽約時，均有簽訂智慧財產權歸屬、營業秘密保密條款，亦定期提醒所有員工應注意維護與職務相關之營業秘密，透過教育訓練方式，加強員工對於智慧財產權與營業秘密的認知。本公司並於2021年參與財政部關務署所舉辦之「海關真仿品辨識講習」共2場（基隆關、臺北關），主要針對保健食品部分向海關說明及演示真仿品辨別重點。

關務署 海關真仿品辨識講習



公平交易法 及消費者保護法講座



誠信法規之教育宣導

面對快速變遷的大環境，我們逐步推定多項法治觀念，並建置及累積內部資料庫，在多面向偕同遵循法令與降低軒郁國際所面臨的風險。我們依據人資部門所規畫的公司內部教育訓練體系，法務部門定期於新人教育訓練及不定期的線上與實體法規課程中講授契約簽訂、個人資料保護、智慧財產權使用、公平交易法、消費者爭議處理等與執行業務相關之法規應注意事項。

課程名稱	受訓人員	受訓總時數
資訊安全	全體員工	0.5小時
內線交易防範、營業秘密侵害防範	全體員工	0.5小時
廣告宣稱及消費者爭議相關法令 (公平交易法及消費者保護)	全體員工	2.5小時

目錄

- 前言
- 關於本報告書
- 經營者的話
- 2021亮點績效
- 永續發展與願景
- 利害關係人議合與重大議題分析

CH1 誠信治理

- 關於軒郁營運策略與表現
- 公司治理
- 風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

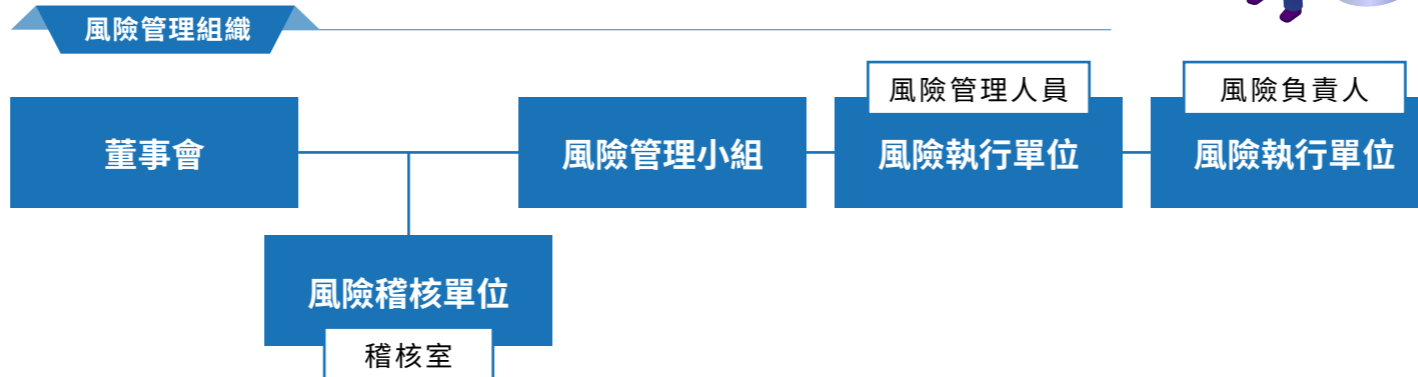
CH4 社會共融

附錄

1.4 風險管理

風險治理機制

軒郁國際以董事會為風險管理之最高決策單位，以「風險管理政策與程序」為最高指導原則，依循公司經營策略及產業環境核定風險管理政策，並由各單位最高主管組成風險管理小組為負責執行風險管理之權責單位，管理部門之最高主管擔任小組召集人，確保管理機制之有效運作。軒郁國際的風險管理組織如下圖所示：



風險鑑別與管理流程



1. 風險辨識

由風險管理小組及相關部門人員，透過風險管理會議，辨識與營運相關活動之潛在風險。



2. 風險衡量

各部門評估可能會面對的各項風險後，訂定適當之衡量方法，作為後續管理風險的依據。



3. 風險因應

各部門依據衡量後之風險，辨識風險責任人，並採取適當的因應措施。



4. 風險監控

各部門主管或經指派之風險管理人員對於職掌範圍及管理流程所面對之各項風險管理執行情形，應隨時監督管控，適時採取必要之措施，並將風險管理執行情形提供風險管理小組以供管理。

目錄

前言
關於本報告書
經營者的話
2021亮點績效
永續發展與願景
利害關係人議合與
重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.4 風險管理

鑑別出之風險與因應措施 ▶▶▶

主要營運風險	風險成因	對軒郁的影響	因應措施
市場風險	近年來因面膜市場蓬勃發展，以面膜為主力產品所推出的美容新品牌如雨後春筍，導致面膜品牌的競爭越來越激烈。	主要市場或顧客偏好的改變。	藉由大數據分析，深度剖析消費者真正適合的產品，反向導入商品開發的參考，另加上產品持續創新，不斷投入最新原料、配方的研發，擴大產品的種類。
策略風險	中國官方自2019年8月起宣布暫停陸客自由行，大幅減少中國來台旅遊人次。	無法在既存業務快速成長。	積極開發海外市場，東南亞地區為主要首選。透過全渠道線上線下整合通路，搭配在地的行銷引流落地品牌深耕，先虛後實拓展市場。
智慧財產權	假貨便宜利潤高，且違法成本相對較低。	影響公司銷售額、形象及商譽。公司營運計畫、配方、製程等屬於營業秘密，如發生侵害事件亦會對公司造成巨大影響。	<ul style="list-style-type: none"> ● 建立防偽機制。 ● 公開宣導正常購買管道。 ● 持續檢舉仿冒品賣場及起訴。 ● 建立營業秘密保密及管理制度，並透過公告或教育訓練方式使員工周知。
通貨膨脹	因新冠病毒疫情，導致全球勞動力短缺、供應鏈瓶頸、營運等受影響。	通貨膨脹導致成本增高，營業利益減少	<ul style="list-style-type: none"> ● 與供應商保持良好合作關係，確保工廠產能足夠，簽訂年度報價。 ● 必要時因應通膨走勢情形調整庫存，或調整售價。 ● 密切注意相關原物料及運價指數變化情形。
資訊安全	不當操作缺乏警覺心、或違反規定的員工或使用者、駭客橫行及網路病毒攻擊等。	資料儲存及保護，防止遺失、不當存取及外洩產生損失。	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期完整異地備份 ● 建立防火牆並持續更新 ● 防火牆政策與規則 ● 持續對資訊供應商之監控機制及監督管理 ● 執行權限控管 ● 保密事項規範 ● 資訊安全教育訓練 ● 定期更改密碼

目錄

前言

關於本報告書

經營者的話

2021亮點績效

永續發展與願景

利害關係人議合與
重大議題分析

CH1 誠信治理

關於軒郁
營運策略與表現
公司治理
風險管理

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

1.4 風險管理

內控制度 ▶▶▶

為促進公司之健全經營，我們訂有「內部控制制度總則」、營運活動循環的控制作業及遵循所屬產業法令作業程序等，依各項營運實際需要，規劃作業流程，採分段式作業，並於每一作業流程物中，設定若干控制點，以有效檢視作業過程中有關營運動作及表單有無錯誤、是否符合規定等，以具體數據或文字表達，並予簽認連帶負責。

我們亦定期針對上述內控要點進行宣導，要求內部員工於執行其業務時應經常檢查或檢討其業務執行之內部控制，每年依各部門自行檢查內部控制制度之結果，確保內部控制制度得以持續實施。

稽核室依公司風險評估結果設計年度稽核計畫，呈董事會核議通過。後續依董事會通過知年度計畫執行評估內部控制是否有效，確保內部控制之有效運行。

內稽制度 ▶▶▶

於內部稽核方面，我們依據公司內之「內部稽核制度實施細則」，稽核室就所鑑別出之營運風險於每年底擬訂隔年度稽核計畫，經董事會核議通過後執行，並檢附工作底稿及相關資料等作成稽核報告呈報董事覆核。

此外，我們亦由稽核室每年輔導及督請各單位及子公司自行檢查內部控制制度，並加以彙整、分析及覆核各單位及子公司之自行檢查報告，併同稽核室所發現之內部控制缺失及異常事項改善情形，作成結論與建議「內部控制聲明書」格式提報董事會審議，作為董事會及總經理評估整體內部控制制度有效性及出具內部控制制度聲明書之依據，以確保內控制度得以持續有效實施及作為檢討修正內控制度之依據。

2021年度共提出6項建議及11項缺失，已請相關單位進行補正及改善。

