

2022永續報告書

Sustainability Report

誠信治理
Integrity governance



環境永續
environmental sustainability



社會共融
social inclusion



產品責任
product liability



前言

- 01 關於本報告書
- 02 經營者的話
- 03 2022亮點績效
- 06 永續發展與願景
- 11 利害關係人議和與重大議題分析

誠信治理

- 24 1.1 關於軒郁
- 25 1.2 營運策略與表現
- 29 1.3 公司治理
- 35 1.4 風險管理

產品責任

- 43 2.1 產品研發與創新
- 49 2.2 永續包材與循環經濟
- 50 2.3 產品安全責任
- 55 2.4 客戶服務

社會共融

- 72 4.1 人力資源發展
- 74 4.2 幸福職場
- 81 4.3 訓練與發展
- 83 4.4 社會參與專案

環境永續

- 63 3.1 氣候變遷因應
- 65 3.2 營運環境管理
- 67 3.3 永續供應鏈
- 69 3.4 綠色物流

附錄

- 86 附錄一
GRI永續性報導準則
(GRI 準則) 對照
- 90 附錄二
永續會計準則 (SASB)
對照
- 92 附錄三
會計師事務所
確信報告

關於本報告書

本報告書為軒郁國際股份有限公司(以下簡稱「軒郁國際」或「我們」)所出版的第二本永續報告書(Sustainability Report)，內容主要揭露軒郁國際於2022年度於永續發展領域中的治理、社會及環境各面向成果。此外，身為台灣知名的美妝及保健食品品牌，我們亦積極透過導入產品的綠色包材，持續強化核心本業與永續發展之間的連結，期待透過與各方利害關係人密切的溝通，能夠持續引領軒郁國際攜手社會邁向更永續、共同成長的美好未來。

報告範疇與 揭露期間

本報告書揭露之內容與數據期間為2022年度(1月1日至12月31日)，財務資訊與年報邊界一致，除財務數據外之數據/績效僅涵蓋軒郁國際及台灣子公司之新普利股份有限公司(以下簡稱「新普利」)，並針對利害關係人高度關注之議題做出回應及揭露管理作為。為求報告書內容完整性及資訊可比性，部門資料回溯2020、2021年度，或提及2023年度的行動方向。

本年度發行時間：2023年6月

下一年度發行時間：預計2024年6月

報告書 撰寫原則

本報告書依循全球永續性標準理事會(Global Sustainability Standard Board, GSSB)2021年頒布之GRI準則(GRI Standards)，以及永續會計準則委員會(Sustainable Accounting Standards Board, SASB)所發布之行業準則編製，並於附錄中提供GRI Standards、SASB索引，以利利害關係人快速檢索及對照。

外部確信

本報告書相關資料由軒郁國際各部門主管審核內容之完整性及正確性，並由管理部(本報告書之責任單位)進行內容的統籌與規劃。為增加報告書資訊的品質與可信度，委託安永聯合會計師事務所依據中華民國確信準則第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，針對報告書重要資訊進行有限確信(Limited assurance)。

意見回饋

如您對本報告書有任何回饋與指教，歡迎您透過以下管道與我們聯繫：

- 聯絡人：軒郁國際股份有限公司 管理部 方宓菁 公關副理
- 地址：台北市松山區復興北路311號6、7樓
- 電話：02-7730-8909 #230
- 信箱：ESG@shinybrands.com
- ESG永續網址：www.esg-shinybrands.com
- 公司官網：<https://www.shinybrands.com/>

經營者的話

在軒郁國際，我們相信人類的生活會因科技的進步變得越來越美好，透過不斷的創新與生物科技的精進，我們將不斷地推出能夠讓消費者的生活更美好、更簡單、更健康、更無負擔的環境友善機能商品。

產品與市場創新 持續成就閃亮品牌

面對市場多變的需求，我們相信惟有對環境永續的負責與紮實的研發技術才能因應不斷迭代的市場需求，未來我們將結合AI人工智慧運算與公司累積多年的天然植物微分子資料庫，進行新專利成分的開發與功效驗證，公司目前已取得多項創新發明專利，持續提高企業核心競爭力；同時，面對高齡化社會與少子化的趨勢，我們也投入發展銀髮族與學齡兒童保健的研發，期待為社會帶來更樂活健康的生活品質。

經營者領頭 邁向永續願景

為了落實「創新永續、共生共好」的核心理念，我們2021年正式成立「企業永續委員會」，由董事長擔任主任委員、管理部召集各部門主管擔任委員，針對「誠信治理」、「產品責任」、「環境永續」、「社會共融」四大永續發展藍圖，辨識與集團營運相關的風險與機會、以及規劃訂定短中長期目標，2022年共開立討論會議12場次，展現集團欲將永續價值徹底扎根的決心。

軒郁國際從自身產品出發，積極邁進品牌綠色轉型以因應全球暖化與氣候變遷所帶來的極端氣候危機。2022年美妝全系列產品導入無動物實驗測試，新品陸續導入PCR (Post-Consumer Recycled，消費後再生回收) 環保材質等，未來將持續擴大導入；保健食品方面，共有5項產品取得潔淨標章 (Clean Label)，2022年新品包裝材質已全數採用經森林驗證認可計畫委員會 (PEFC) 或森林管理委員會 (FSC) 認證的永續紙品外盒，未來我們將以2024年減塑30%、2026年50%、2032年80%為目標，持續降低產品對環境的負擔。



董事長 胡蕙郁

總經理 楊尚軒

積極投入社會參與 發揮企業影響力

秉持「社會共融」的理念，軒郁國際積極投入社會參與，並將每年的公司成立日訂定為軒郁公益日，由公司領導者號召全體員工一起身體力行。今年我們推出嶄新社會參與專案模式，以藍、紅、綠三大主軸色彩、結合SDGs議題，實踐帶給社會及環境正向影響力的專案活動。2022年我們社會參與總投入金額為3,356,159元、為前一年的1.7倍，服務達1,598小時。

軒郁國際堅信永續發展與ESG精神落實於公司治理為公司持續成長的關鍵核心，2022年我們在永續發展的推進與努力，獲得財團法人台灣永續能源研究基金會「永續報告書金獎」的肯定，展望未來，我們將持續整合各部門、以實際行動打造兼顧獲利與社會影響力的經營法則，持續朝永續負責的產品設計前進，從配方到包裝，一點一滴的累積永續發展量能，透過不間斷的內部教育訓練與永續發展競賽，讓旗下各品牌發展出屬於自己的永續堅持，也讓其消費者能透過選購集團旗下品牌商品進而助力於世界永續的發展。

2022亮點績效 | 永續績效亮點 |

E 環境面

- 新品已**100%**選用FSC或PEFC認證綠色紙漿進行包材生產
- 美妝保養新品開始導入PCR環保材質軟管
- 包材報廢量與2021年相比減量達**67%**
- **在地採購**金額佔總採購**92%**
- 2022年完成所有**100%**供應商評鑑，合格率達**96.1%**
- 辦公室照明燈具已**全面汰換**為LED節能燈具
- 物流包裝緩衝材，已改選用**減塑30%之產品**

S 社會面

- 每年透過軒郁公益日履行同仁實踐社會公益的精神，今年為支持**世界臉部平權日**
- 提供同仁**優於勞基法1.55倍**的起薪
- 提供**確診防疫給薪假**，不限申請天數
- 以**紅、藍、綠**為主軸，規劃**四大社會參與活動**社會參與總投入3,356,159元
參與總人次**330人**
- 連續**6年**參與忠義基金會愛心園遊會攤位贊助
- 連續**4年**認購陽光基金會慈善年曆，以累積認購**730本**

G 經濟與治理面

- 連續**5年**通過SGS優質企業評鑑認證
- 2022年度**營收成長26%**
- 股利殖利率穩定表現，2022年度為**5.6%**
- 品牌電商會員數超過**100萬**，產品遠銷**15個國家**
- 女性董事占董事會席次達**57%**，具員工身分之董事占**14%**
- 董事會**持續進修永續相關知識**，2022年辦理一場永續課程
- 維持**0貪腐、0賄賂、0違反公平交易案件**
- 透過代理商新開發累計**105位**直播主，舉辦**50場**大型廠拍活動
- 取得**3件專利**、獲得**6項國際發明展**與技術產品獎、發表**1篇**國內期刊



2022肯定與榮耀



財團法人台灣永續能源研究基金會

2022永續報告書金獎

Cosmetics & Toiletries (C&T)

Dr.May美博士FRSAB自由酚

獲C&T Allē Award最佳成分獎

Dr.May美博士B3淨痘精華

獲C&T Allē Award最佳產品獎

iCAN加拿大國際發明創新競賽

2022第7屆iCAN加拿大國際發明創新競賽
「具心血管保健之發酵乳製品」

榮獲金獎與NIKCC美國特別獎

美國NIKCC創新研發中心

「具心血管保健之發酵乳製品」

榮獲特別獎

倫敦ITE國際發明暨貿易展

2022倫敦ITE國際發明暨貿易展
「具心血管保健之發酵乳製品」

榮獲金牌與法國特別獎

克羅埃西亞INOVA國際發明展

新普利研究成果「具心血管保健之發酵乳製品」

囊括金牌

德國紐倫堡國際發明展

2022第74屆德國紐倫堡國際發明展(iENA)

天然植物美白複方精油榮獲銀牌

2022第74屆德國紐倫堡國際發明展(iENA)

天然植物防曬複方精油榮獲銀牌

女人我最大粉美賞

m2超能膠原飲榮獲

最佳口服美容飲賞

中華民國國家企業競爭力發展協會

Dr.May美博士B3淨痘精華獲

2022第19屆國家品牌玉山獎 最佳產品獎

中華民國國家企業競爭力發展協會

2022年新普利榮獲

玉山獎-最佳人氣品牌獎

International Institute for Quality Selections

Monde Selection國際品質大獎

益比喜-S702黃金成長素(香草布丁口味)

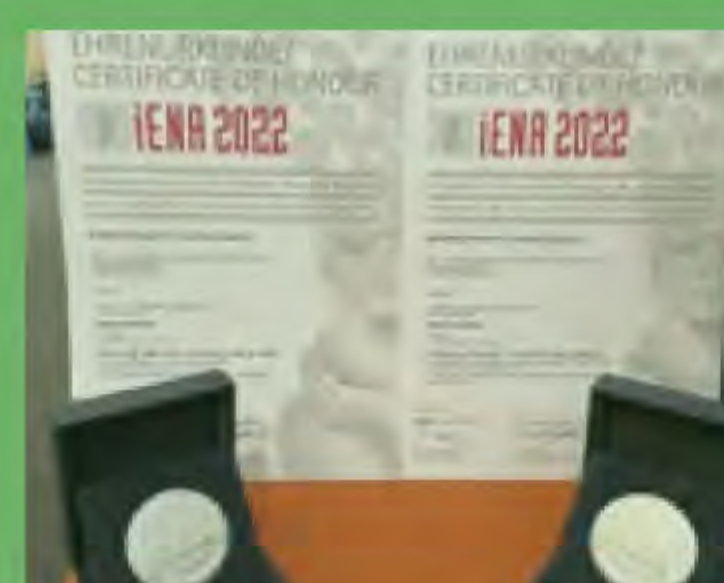
網路溫度計

新普利榮獲網路溫度計

2022第五屆網路口碑之星

中華創新發明學會

第十八屆IIP國際企業創新金鑽獎



品牌願景

「讓世界因我們的商品，生活變的更美好」

我們軒郁國際是台灣國內第一家品牌電商，憑藉著多品牌的經營策略，針對不同消費者需求推出功能產品，並善用大數據行銷進行精準、高效的消費者溝通。其中，「iQueen愛女人購物網」品牌電商的會員人數已超越百萬人。我們不僅不斷打造更便捷、舒適的品牌電商購物體驗，還致力於擴大投入新商品核心技術，研發出符合消費者需求的美容和保健商品。

為了滿足消費者在不同功能和膚質需求上的要求，我們創立了四個保養美容自有品牌。針對年輕不安定的肌膚，我們設計了「SEXYLOOK 西西露」；針對忙碌上班族對快速有效保養的需求，我們推出了「MIRAE 未來美」；為了幫助熟齡肌膚對抗氧化和老化問題，我們開發了「LUDEYA 露緹雅」；而透過專業科研成果提供類醫美保養技術，解決各種肌膚問題的品牌則是「Dr.May 美博士」。

此外，我們旗下的子公司新普利股份有限公司專注於保健品領域，擁有品牌「Simply 新普利」和「m2美度」。這兩個品牌以酵素和乳清蛋白為核心技術，透過獨家的專利成分和配方，提升消費者的健康力和代謝力。同時，我們的Eatbliss益比喜品牌則涵蓋銀髮族和學齡兒童及青少年市場，推出了頂級乳清蛋白系列、Eatbliss好齡光白金蛋白系列和S702黃金成長素系列，讓健康變得更輕鬆、簡單而無負擔。

我們的銷售通路不僅包括國內各大網路電商平台，還在我們自有的品牌電商平台「iQueen愛女人購物網」以及各產品的購物官網上銷售。此外，我們也透過線下實體連鎖藥妝通路和各大實體店家進行銷售。同時，我們還通過跨境電商將商品外銷至15個國家。



永續發展與願景

永續發展與願景



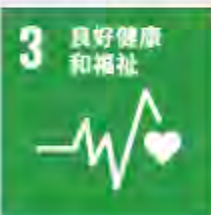
在我們軒郁國際，我們的核心競爭力在於閃亮品牌、大數據和生物科技的應用，我們透過最前端的扎實技術研發，與價值鏈上之供應商、製造商合作，提供最高品質的美妝保養及機能保健食品，並且以大數據分析為客戶創造優質的客製化消費體驗，使健康美麗變得毫不費力。我們秉持著客戶思維、透明負責、熱情創新、擁抱變化、尊重彼此和永續環保的六大核心價值觀。我們堅信永續發展是我們的使命，並致力於在經濟、社會和環境層面實現可持續的成長。

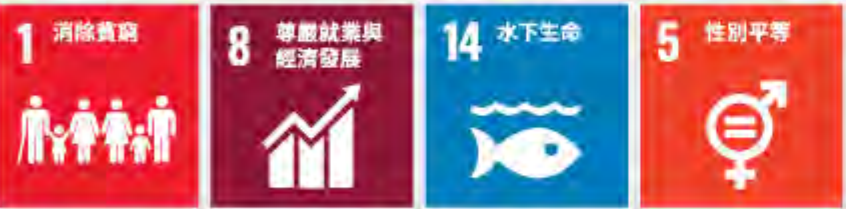
我們不只將「取之於社會，用之於社會」視為一份口號，而是實際投入社會公益與環境關懷，期許能發酵出最大的社會影響力，以發揚軒郁國際的核心價值觀，我們追求成為引領行業的標竿企業，為社會和地球的可持續發展做出積極的貢獻。



永續發展藍圖

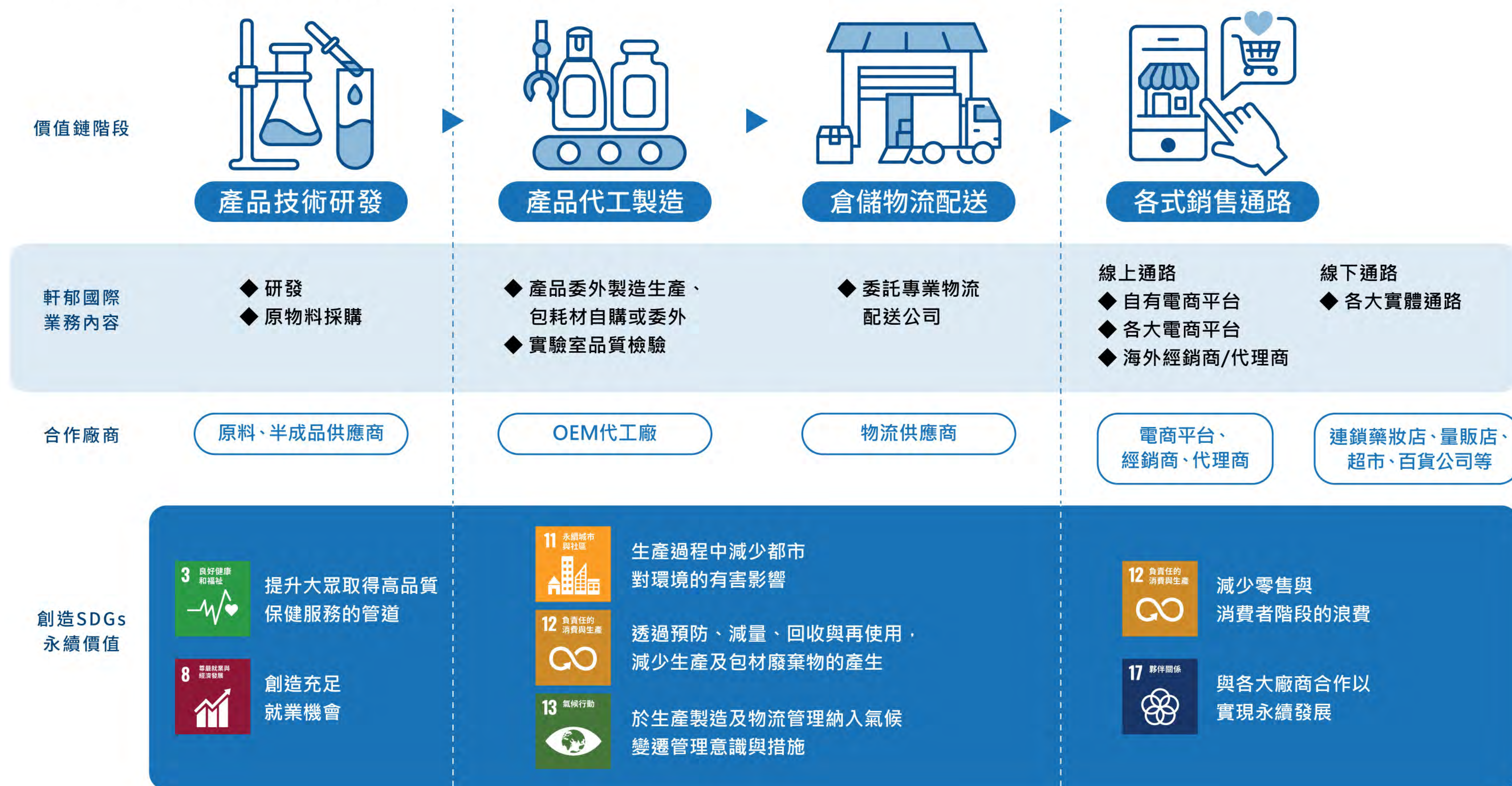
為了回應聯合國於的永續發展目標 (Sustainable Development Goals, 下稱SDGs)，軒郁國際從誠信治理、產品責任、環境永續、社會共融四大面向，於2021年擬定永續發展藍圖，我們聚焦SDGs的12個項目，期待能許下與永續共榮共存的承諾，並且與利害關係人攜手發揮 我們正向影響力。

誠信治理	2022目標	2022達成績效	短期目標(未來1年)	中期目標(未來3-5年)
 長期願景與策略 我們將善盡對股東及利害關係人之社會責任，以「當責」、「透明」及「永續」為基本原則。 對應SDGs   	◆ 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，強化風險管理机制。	◆ 董事會積極運作，共召開7次會議 ◆ 2022年度各營運循環至少完成一次稽核報告，共提出11項建議及0項缺失 ◆ 2022年度無任何違法事件 ◆ 鑑別出5項重要營運風險並提出因應措施	◆ 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 ◆ 定期分析及評估營業範圍內不誠信行為風險 ◆ 規劃內部組織、編制與職掌，對營業範圍內較高不誠信行為風險之營業活動，安置相互監督制衡機制 ◆ 每季宣導廉潔行為政策、每年舉辦一次訓練課程	◆ 董事會及管理階層查核及評估落實有效誠信經營，並定期就相關業務流程進行評估遵循情形。 ◆ 將誠信經營納入績效考核與人力資源政策中，設立明確有效之獎懲制度
 長期願景與策略 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。 對應SDGs   	◆ 持續強化新品開發、品質控管、溯源管理與產品審查機制。	◆ 2022年產品檢驗合格率达100% ◆ 軒郁國際2022年導入無動物實驗 ◆ 系列產品推出無水精華劑型 ◆ 新普利2022年取得5項產品的潔淨標章 ◆ 取得4件專利	◆ 提升每批留樣數量以供回溯抽驗，確保上市中產品品質 ◆ 持續完全落實供應商評鑑與稽核管理 ◆ 持續研發技術開發，並與學術研究機構產學合作 ◆ 專利佈局及爭取國際獎項 ◆ 維持供應商評鑑完成度100%，並提升供應商合格率	◆ 增加SGS委外送測項目與檢測頻率 ◆ 建構保健食品風險資料庫，強化產品危害風險控管能力 ◆ 持續完全落實供應商評鑑與稽核管理 ◆ 與研究單位建置原料篩選平台，驗證單一原料功效 ◆ 研發導入、產學合作&技轉開發，取得專利
	◆ 持續加強供應商之管理	◆ 2022年供應商評鑑完成度100%，供應商合格率达96.1%	◆ 維持供應商評鑑完成度100%，並提升供應商合格率	◆ 規劃強化供應商ESG績效之作為

環境永續	2022目標	2022達成績效	短期目標(未來1年)	中期目標(未來3-5年)
長期願景與策略 履行我們對於氣候變遷的重視，積極規劃碳盤查與查證目標，同時落實於辦公室能資源管理的減量、減廢目標的同時，亦推展至產品包材的環保減塑中。 對應SDGs 	◆ 全面換購LED節能燈具 ◆ 定期紀錄廢棄物重量與清運數據 ◆ 新品導入環保可回收綠色包材	◆ 辦公室已全面汰換LED節能燈具 ◆ 2022年一般垃圾總重量約1,474.86公斤，可回收垃圾總重量約1,759.28公斤 ◆ 新品已全數使用經PEFC、FSC認證的紙品	◆ 持續落實減廢，並鼓勵員工攜帶環保餐具 ◆ 提升既有商品環保材質包材年度轉換率 ◆ 全集團導入ISO14064-1，進行碳排放盤查	◆ 持續推動包材減塑 ◆ 選用減塑的緩衝材、減少出貨紙箱的使用 ◆ 全集團導入TCFD與SBTi，並完成ISO14064-1之外部查證
社會共融  長期願景與策略 我們將員工視為最重要的資產，以專業培育與良好的福利，創造良性競爭的職場環境。我們也推崇「尊重生命」的理念，將關懷社會、推廣公益視為我們的職志。 對應SDGs	◆ 建立成熟的內部講師團隊，提供內部專業課程主題 ◆ 開始導入人權管理流程 ◆ 規劃長期性之慈善類公益專案 ◆ 增加與本業相關之社會參與計畫內容	◆ 共辦理9堂提升員工專業能力課程，總課程時數為51小時 ◆ 建立基礎人權管理流程，包含人權政策建立、風險辨識、減緩與補救措施等 ◆ 持續捐贈與贊助長期合作之非營利組織的活動，包含攤位認養、桌曆認購與蔓越莓粉捐贈，共投入172,580元 ◆ 本年度以藍、紅、綠為主軸辦理4大社會參與專案	◆ 參考2022年員工滿意度調查回饋，調整2023年訓練課程規劃 ◆ 每年開授人權、勞動及資訊相關法規規劃課程及調訓 ◆ 規劃未來年度之人權深化作為 ◆ 持續投入長期性之慈善公益專案 ◆ 擴大本業相關之社會參與專案	◆ 增加SGS委外送測項目與檢測頻率 ◆ 建構保健食品風險資料庫，強化產品危害風險控管能力 ◆ 持續完全落實供應商評鑑與稽核管理 ◆ 與研究單位建置原料篩選平台，驗證單一原料功效 ◆ 研發導入、產學合作&技轉開發，取得專利

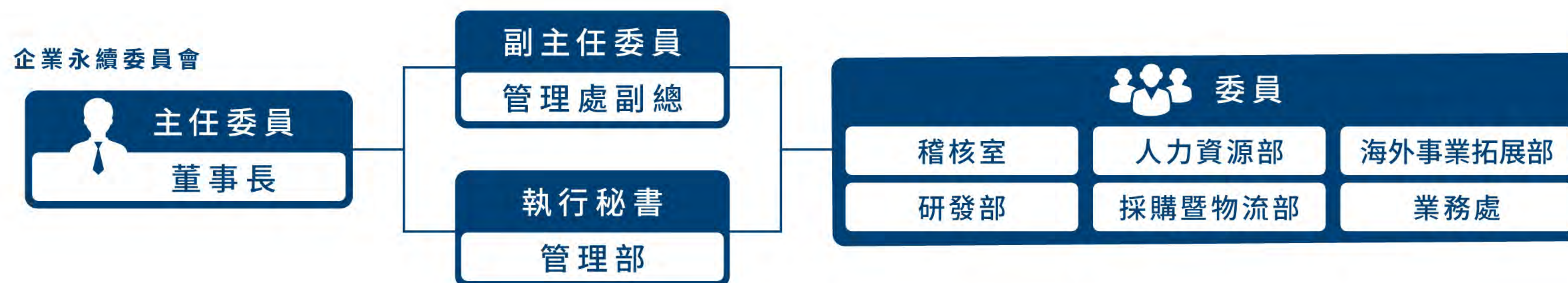
永續價值鏈

軒郁國際旗下包含美容保養品及保健食品，扮演產品價值鏈上游的研發，及下游自有電商平台的銷售角色，產品的產製過程皆為委外生產，除了線上通路外，亦透過經銷商、代理商、連鎖藥妝店、量販店等實體通路販售。



企業永續委員會

軒郁國際為了企業永續的發展與管理，依「永續發展實務守則」於2021年設立企業永續委員會，由董事長擔任主任委員、管理處擔任副主任委員召集各部門主管擔任委員。委員會針對環境(E)、社會(S)及治理(G)各面向的議題辨別與集團營運相關的風險與機會，以及擬定與確認工作計畫，提報董事會後，由管理部配合各部門推派人員組成企業永續委員會，負責計畫之執行，並定期於回報董事長計畫進度，以期能真正落實我們「以創新實踐完美，傳遞共好價值」的核心理念。



董事會檢視軒郁國際報告書、永續計畫與成果之程序



企業ESG相關活動 4項議題

- (1) 軒郁公益日518專案活動策畫與推動
- (2) 上半年度達成情形及下半年度訂定短期目標與執行方式
- (3) 9/23-24公司員工旅遊 綠色旅行方案討論
- (4) 9/30公司淨灘日 活動策畫與推動

企業永續委員會於**2022**年共召開**12**場會議，共同擬訂企業**ESG**相關活動，討論**4**項議題，期許藉由每位員工的力量影響身邊最少**3**個人，透過微小的改變，發酵創造更多的不平凡。

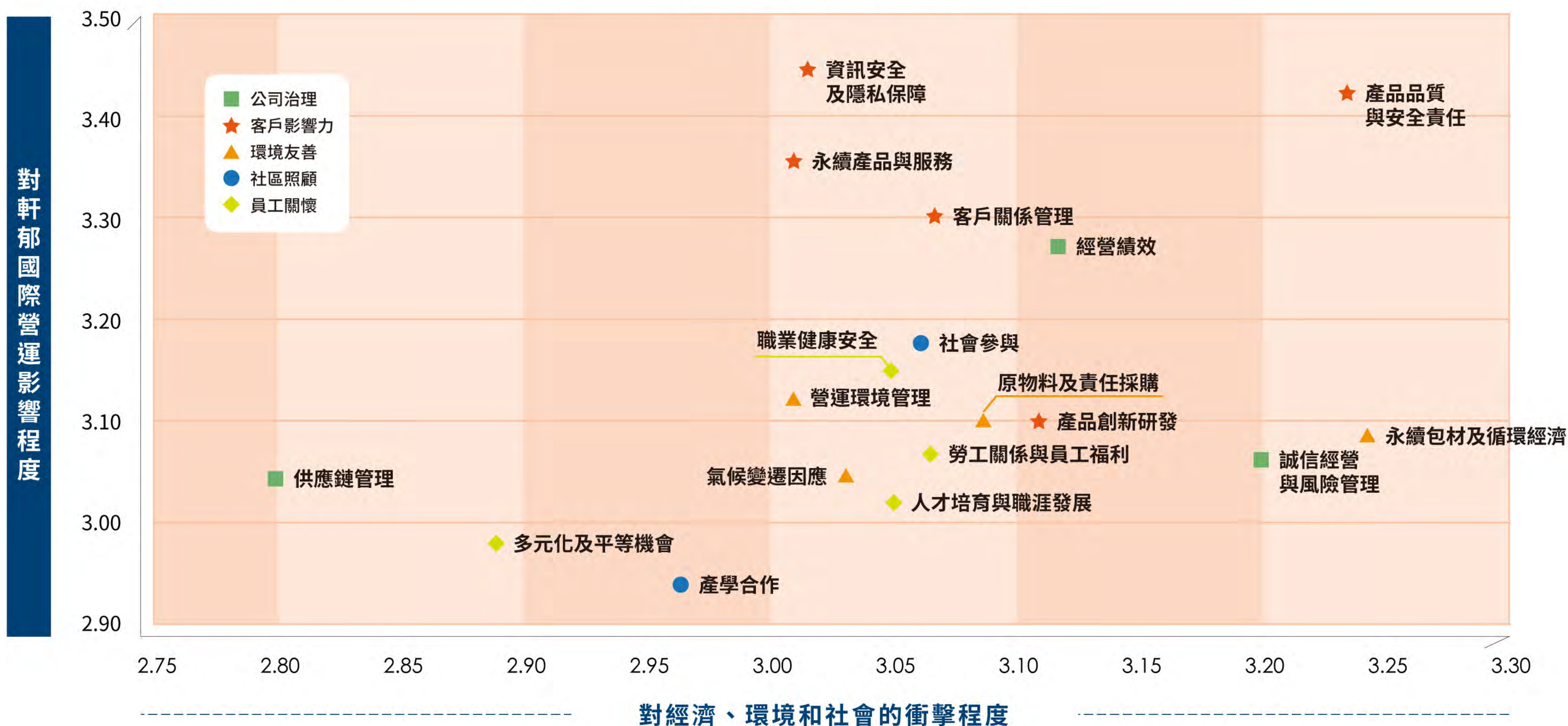
利害關係人議合與重大議題分析

軒郁國際將所有利害關係人的意見視為公司永續經營的重要指標，為瞭解其所關注的永續議題，並達成企業社會責任報告書溝通之目的，成功接軌國際永續標準，我們參照全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 發布之GRI準則 (GRI Standards) 報導原則 (利害關係人包容性、永續性脈絡、重大性及完整性) 及AA1000當責性原則標準，建構下列重大議題分析流程，更透過問卷分析及部門訪談等系統化的方式，回應利害關係人對於軒郁國際永續議題的期望。

階段說明	執行內容	重點說明
01 永續脈絡調查	● 依循AA1000利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES)，透過與內部重要主管討論，鑑別出9類重要之利害關係人類別 ● 參考GRI準則、國際永續評比與議題趨勢、國內外同業標竿及內外部利害關係人回饋，彙整17項永續議題清單。 ● 透過線上問卷形式調查9類利害關係人對於各項議題的關注程度，本年度共回收242份有效問卷。	9類 利害關係人 17項 永續議題
02 衝擊鑑別評估	● 由內部12位高階主管評估各項永續對於軒郁國際營運之衝擊程度。 ● 根據不同類利害關係人與軒郁國際之溝通頻率、依賴性及影響程度等，歸納各類利害關係人的議題關注權重。	12位 高階主管內部問卷 242份 問卷回收
03 重大性確認	● 以上述問卷之回收成果進行量化與統計分析後，由企業永續委員會確認並鑑別出8項重大議題。	鑑別出8項 重大議題
04 確認與揭露	● 針對此8項重大永續議題建立管理方針及短、中長期目標，持續追蹤管理 ● 於2022年永續報告書中揭露並回應各項重大永續議題	建立重大議題之 短、中、長期目標

重大議題分析矩陣

軒郁國際 重大議題矩陣¹



1.本年度重大議題因內部高階管理層決議有所調整，「經營績效」、「產品創新研發」、「原物料及責任採購」、「永續包材及循環經濟」為本年度新增重大議題。

利害關係人議合與重大議題分析



治理面

誠信經營與風險管理

經營績效

供應鏈管理



產品面

產品品質管理與安全責任

客戶關係管理

產品創新研發

永續產品與服務

資訊安全及隱私保障



環境面

永續包材及循環經濟

原物料及責任採購

氣候變遷因應

營運環境管理



社會面

社會參與

勞工關係與員工福利

產學合作

多元化與平等機會

職業健康安全

人才培育與職涯發展

重大議題管理方針與衝擊說明

重大議題	對應 GRI	衝擊說明	管理方針回應章節
永續包材及循環經濟	GRI 301: 物料	產品透過包材減量、重複使用、使用再生原料、提升回收效率等方式，有助於減少環境衝擊，增強消費者的認同感。	2.2 永續包材與循環經濟
產品品質管理與安全責任	GRI 416: 顧客健康與安全 GRI 417: 行銷與標示	注重安全、有效及穩定性，堅守品質嚴格把關、層層檢驗，降低遭裁罰致商譽受損可能性，提升消費者對品牌的信任度。	2.3 產品安全責任
誠信經營與風險管理	GRI 205: 反貪腐	具備健全的公司治理架構，達到誠信經營、反貪腐、資訊透明，並針對可能風險提前監控、以採取預防和應變行動，強化營運韌性。	1.3 公司治理 1.4 風險管理
經營績效	GRI 201: 經濟績效	持續深化核心競爭力，為股東創造最大價值，也為消費者帶來更好的產品與服務體驗，定期管控財務經營策略及獲利表現，有助於提升投資人之投資機會。	1.2.2 價值創造與經濟績效
產品創新研發	自訂議題	投入大量且穩定的研發經費，持續研究創新技術，推出符合產業及消費者需求之創新產品，貢獻軒郁國際的經濟績效、永續經營。	2.1 產品研發與創新
原物料及責任採購	GRI 204 採購實務	產品的原物料與包裝，堅持選用友善環境、有機認證的原物料，內部更制定責任採購政策，為社會創新與環境永續帶來正向影響。	2.1 產品研發與創新
客戶關係管理	GRI 418 客戶隱私	建立多元化回饋管道，積極落實客戶溝通，並訂有相關申訴、客戶資料安全管理辦法，建立與消費者間的互信基礎，維持良好聲譽。	2.1 產品研發與創新
社會參與	自訂議題	將關懷社會及推廣公益視為職志，攜手員工齊力投入公益活動，為社會帶來正向效益，也能提升員工內部向心力。	4.4 社會參與

重大議題與價值鏈衝擊邊界

重大議題	價值鏈衝擊邊界									
	內 部					外 部				
	軒郁國際	員工	董事/股東/ 投資人/ 金融機構	消費者	供應商/ 代工廠	代理商/ 通路商/ 經銷商	政府	產學合作 單位	媒體	社區團體
永續包材及循環經濟	●		●	●	●	●	●		●	
產品品質管理與安全責任	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
誠信經營與風險管理	●	●	●		●	●	●		●	
經營績效	●	●	●	●			●	●	●	
產品創新研發	●	●	●	●				●	●	
原物料及責任採購	●	●			●		●			
客戶關係管理	●	●	●	●	●		●		●	
社會參與	●	●	●					●	●	●

利害關係人溝通

軒郁國際依循「AA1000利害關係人議合標準」的五大原則：依賴性、責任、張力、影響及多元觀點，衡量各類利害關係人與軒郁國際的關聯性及影響程度，共鑑別出以下9類重要的利害關係人類別：董事/股東/投資人/金融機構、消費者、員工、供應商/代工廠、代理商/經銷商、政府、產學合作單位、媒體、社福團體，並根據利害關係人所關注的軒郁國際永續議題，於本報告書中優先回應。

利害關係人類別	對軒郁的意義	主要關注之議題	溝通方法與頻率	2022年成果	我們的回應與作為
董事/ 股東/ 投資人/ 金融機構	身為台灣上櫃公司，我們依法對於權益持有人負責，並持續創造高價值報酬，達成企業的永續經營。	● 誠信經營與風險管理 ● 經營績效 ● 產品創新研發 ● 產品品質管理與安全責任 ● 永續包材及循環經濟 ● 社會參與	● 公布營收業績(每月) ● 季報(每季) ● 年報(每年) ● 電話/EMAIL(不定期) ● 公文往來(不定期) ● 發言人/代理發言人(不定期)	● 發布23條重大訊息。 ● 受邀參加1次法人說明會。 ● 按月發佈12次自結合併營收數據。 ● 發行111年各季財報及110年度年報。 ● 舉辦1次股東常會。	● 1.2 營運策略與表現 ● 1.3 公司治理 ● 1.4 風險管理 ● 2.2 永續包材及循環經濟 ● 2.3 產品安全責任 ● 4.4 社會參與
消費者	滿足並超越消費者對於軒郁國際產品的需求與期待，並持續建立良好的客戶關係，提升客戶滿意度。	● 產品品質管理與安全責任 ● 資訊安全及隱私保護	● 官網客服專區(即時) ● 客戶滿意度調查(每年2次) ● 促銷活動/禮券發放/電子郵件(不定期)	● 每年發放2次消費者滿意度問卷調查，每月安排各品牌客戶關懷。 ● 2022年12月消費者滿意度調查為85分。	● 2.3 產品安全責任 ● 2.4 客戶服務
員工	人才是資產，更是企業成功的關鍵，軒郁國際珍視每位加入大家庭的夥伴，讓工作不只是工作，期許軒郁人能不斷突破自我，進而追求成長卓越。	● 勞工關係與員工福利 ● 人才培育與職涯發展 ● 職業健康安全 ● 經營績效	● 勞資會議(每季) ● 績效考核面談(每半年) ● 員工申訴專線/ ● 申訴信箱/Line(即時) ● 總經理信箱(不定期)	● 舉辦5次勞資會議 ● 1年2次績效面談 ● 申訴專線/信箱0案件 ● 員工關懷24人次	● 4.1 人力資源發展 ● 4.2 幸福職場 ● 4.3 訓練與發展 ● 1.2 營運策略與表現

利害關係人議合與重大議題分析

利害關係人類別	對軒郁的意義	主要關注之議題	溝通方法與頻率	2022年成果	我們的回應與作為
供應商/ 代工廠	將供應商視為合作夥伴，我們積極實現供應鏈穩定性、長期經營與生產在地化，分享並宣導相關政策執行情形，在永續發展的基石上產生共好的正向循環。	● 誠信經營與風險管理 ● 產品創新研發 ● 供應鏈管理 ● 產品品質管理與安全責任	● 拜訪/電話/會議/電子郵件/傳真(不定期) ● 生產排程討論(每周) ● 意見交流(每月2-4次) ● 供應商現場稽核與輔導(每季2-4次) ● 存貨管理(每年4-8次)	● 加強資訊安全觀念及宣導，以電話方式訪查。 ● 完成供應商評鑑179家。	● 1.3.2 誠信經營與法規遵循 ● 2.1 產品研發與創新 ● 2.3 產品安全責任 ● 3.3 永續供應鏈
代理商/ 經銷商/ 通路商	為軒郁國際重要的客戶合作夥伴，協助我們更靠近終端消費者的需求，共創永續經營價值鏈，發揮企業社會影響力。	● 產品創新研發 ● 產品品質管理與安全責任 ● 誠信經營與風險管理 ● 供應鏈管理	● 電話/電子郵件/拜訪會議(不定期)	● 直播通路經營：B2B2C模式運營。 ● 台灣：透過代理商新開發累計105位直播主，舉辦50場大型廠拍活動、400場小型直播，售出約150多個不同的品項。 ● 海外代理(B2B)：協助海外代理商於新媒體、新平台的多元嘗試，並重整線上、線下通路，加強多元通路經營的推動，協助與督策代理商在地經營。	● 1.3.2 誠信經營與法規遵循 ● 2.3 產品安全責任 ● 2.4 客戶服務 ● 3.3 永續供應鏈
政府	主管機關負責檢核並監督軒郁的產品及行銷行為，我們配合政府於法規面之更新，確保相關管理及作業流程合法合規。	● 誠信經營與風險管理 ● 產品品質管理與安全責任 ● 客戶關係管理	● 公文/電子郵件/說明會(即時/不定期) ● 主管機關政策宣導(不定期)	● 收、發公文共226件。 ● 法務部門透過函文的收發、主管機關所辦理的活動或主管機關的宣導政策，不定期與政府單位進行溝通及了解法規運行的狀況。	● 1.3.2 誠信經營與法規遵循 ● 2.3 產品安全責任 ● 2.4 客戶服務

利害關係人議合與重大議題分析

利害關係人 類別	對軒郁的意義	主要關注之議題	溝通方法與頻率	2022年成果	我們的回應與作為
產學合作 單位	我們透過產學合作機制持續提升軒郁的研究量能，研發符合消費者需求的永續性產品。	● 產品創新研發 ● 產學合作 ● 經營績效 ● 社會參與	● 產學合作計畫與會議(不定期) ● 技術分享與提案(不定期) ● 功效驗證委託測試(不定期)	● 5件產學合作計畫案。 ● 8項共同開發研究技術。 ● 43件功效驗證檢測計畫。	● 2.1產品研發與創新 ● 1.2 營運策略與表現 ● 4.4 社會參與
媒體	對於軒郁國際之報導及評價將影響企業的聲譽及形象。	● 經營績效 ● 誠信經營與風險管理 ● 產品創新研發 ● 產品品質管理與安全責任 ● 客戶關係管理	● 新聞稿/記者會/採訪活動(不定期) ● 官網專區設立媒體聯絡人及信箱(即時)	● 新聞稿超過22則。 ● 專訪約12場。	● 1.3.2誠信經營與法規遵循 ● 2.1產品研發與創新 ● 2.4 客戶服務
社福團體	稟持著「取之於社會用之於社會」的初心，軒郁國際於弱勢團體的關懷及救助上都不遺於力，為社會貢獻一點小小力量。	● 社會參與	● 忠義基金會每年固定1次園遊會活動邀約兒童福利聯盟捐款新台幣50萬	● 忠義基金會第三轄「築愛齊步走」親子健走暨愛心園遊會參與攤位認養與等值商品195,560元。 ● 陽光基金會慈善年曆認購200本。	● 4.4社會參與