

環境永續

ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY



章節重點

重大議題	73
氣候變遷因應	75
營運環境管理	79
永續供應鏈	82
責任採購	85





原物料
與責任採購



2023年目標

- 持續加強供應商之管理與採購機制

2023年成果

- 2023年供應商評鑑完成度100%，供應商合格率達100%
- 2023年持續擴大落實在地採購，在地採購金額比例已佔總採購額92%。

短期目標 (未來1年)

- 維持供應商評鑑完成度100%和稽核管理，並提升供應商合格率
- 持續與主要供應商深度溝通，強化責任採購之意義，以及責任採購之落實

中期目標 (未來3-5年)

- 持續完全落實供應商評鑑與稽核管理
- 持續與供應商議合並建立友好關係
- 規劃輔導強化供應商之ESG績效和減碳管理
- 持續加強供應商之企業社會責任，強化現有之合作夥伴承諾書

長期目標 (未來5年以上)

輔導強化供應商之ESG績效和減碳管理包含：

- 教育訓練
提供永續環保和綠能減碳的培訓資源
- 指導方案
協助制定指導方針，遵循特定環境標準及可永續發展原則，領域可涵蓋廢棄物管理、減碳措施等
- 環境評估
要求進行環境評估，確認可進行改善的項目，協助設立追蹤機制，根據供應商提供的資訊追蹤並進行回饋

強化與落實原物料與採購責任包含：

- 低碳措施
在兼顧產品品質與穩定之情況下，持續採用、開發低碳產品的原料使用
- 資源管理
持續推動與輔導供應商達成節能省水管理，並將陸續訂定節能與省水相關目標
- 產品品質
將陸續推行強化供應商之品管措施，要求供應商需持續取得相關認證(如ISO)
- 永續聯盟
將陸續邀請供應鏈夥伴一同推動、加入國際相關永續倡議與目標，攜手推動環境永續實質作為



重大議題

原物料與責任採購

對軒郁國際的意義

在採購過程中如何落實減碳與環保，是軒郁國際非常重視的議題。透過落實綠色採購、在地採購，可以強化軒郁國際於節能減碳、支持當地供應商的貢獻，並且持續生產出更優質的綠色產品。

政策與承諾

軒郁國際承諾持續在產品的生產與包裝，選用友善環境、經有機等認證的原物料；團隊內部制定責任採購政策，支持社會創新、在地採購與綠色採購。

責任單位與資源

主要由採購物流部執行原物料及代工廠的採購，以及定期落實供應商管理與評鑑，持續落實責任採購的內涵。



3.1 氣候變遷因應

氣候相關財務揭露

(Task Force on Climate-related Financial Disclosures - TCFD)

氣候變遷日益嚴峻，軒郁國際視環境永續發展為己任，訂定短中長期的節能環保計畫，並持續擴大旗下品牌導入綠色環保循環材料，發展出低碳減材的商業模式，減緩產品於生產過程中可能會對環境造成之負面衝擊。軒郁國際參照TCFD所發布《氣候相關財務揭露建議》(Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures)、IPCC《政府間氣候變化專門委員會》(Intergovernmental Panel On Climate Change)於2021年發布之第六次評估報告(AR6)、IEA《國際能源署》(International Energy Agency)於2023年發布之年度WEO《世界能源展望》報告(World Energy Outlook)，及國內外標竿企業和「行政法人國家災害防救科技中心—氣候變遷災害風險調適平台」推估各式災害情境模擬資訊，呈現治理、策略、風險管理、指標與目標，說明執行方向與管理行動：

01 治理

氣候治理推動架構暨管理階級權責

軒郁國際以董事會為氣候治理最高督導與決策之單位。2021年董事會正式通過成立「企業永續委員會」，為集團建立起永續方向的基礎，並於2023年8月之董事會決議設立「企業永續發展委員會」，成為集團永續相關的核心管理暨策略階層。委員會主要由四位獨立董事擔任成員，同時委由管理部擔任執行秘書協同召集各部門主管擔任委員，負責擬定「誠信治理」、「產品責任」、「環境永續」、「社會共融」之集團四大永續發展目標與策略方案擬定。透過針對氣候相關議題辨別與集團營運相關的風險與機會，制定永續策略與年度計畫，並定期至少一年一次向董事會報告。董事會亦透過多項永續相關教育訓練，隨時掌握最新氣候變遷之企業經營風險與機會的議題趨勢。



02 策略

■ 短、中、長期風險與機會

軒郁國際彙整國際報告與同業分析，並納入我國2022年3月發布之「2050淨零排放政策路徑藍圖」做為集團策略擬定之借鑑，同步依據產業特性、國家政策、國際情勢等多方角度設立短、中、長期之最適目標。定期鑑別與調整因氣候變遷可能受到的相關風險與機會，並依照各議題分析結果，時刻掌握各階段軒郁可能遭遇之實體、轉型風險與機會。

■ 業務、策略和財務規劃的風險與機會

短、中、長期風險與機會的鑑別流程中，皆納入考量軒郁國際既有的業務、策略與財務面向，並且評估風險與機會對於軒郁國際的影響。包含：新興或現有的法規、市場、極端天氣等實體風險、能源來源、資源使用效率、產品與服務。軒郁國際亦依據分析結果，制定因應行動。

軒郁國際在轉型風險面向，透過導入永續包材、減少包材與耗材相關的報廢物，積極應對國內外政策與消費習慣變化的各項影響，回應客戶與市場期待，並在產品的環保發揮更大的影響力；實體風險面向，軒郁國際則持續落實供應商篩選與供應鏈管理制度，並且由各層面目的相關單位進行風險評估、因應與追蹤，同時逐步訂定供應商永續相關評鑑指標。

■ 考量不同氣候相關情境

軒郁國際使用國際能源署(IEA)於2023年發布之《全球能源展望2023 (WEO 2023)》、行政法人國家災害防救科技中心—氣候變遷災害風險調適平台，同時選定政府間氣候變遷專門委員會(IPCC)於2021年發布之《第一工作小組第六次氣候變遷評估報告(IPCC AR6 WG1)》之SSP5-8.5永續性氣候情境與2050淨零排放情境(NZE)等文獻，進行情境分析。

03 風險管理

氣候風險的鑑別和評估流程與管理流程

現行軒郁國際之氣候風險鑑別與評估管理流程已整合於既有風險管理程序，並同步由企業永續發展委員會主導和委由執行秘書邀請各部門進行風險鑑別。最終依據鑑別結果提出因應策略及管理目標，相關單位亦持續不定期向企業永續發展委員會報告氣候相關風險，將各面向整合與定期追蹤管考執行情形。

04 指標與目標

評估氣候風險與機會所使用之指標、溫室氣體排放和相關風險

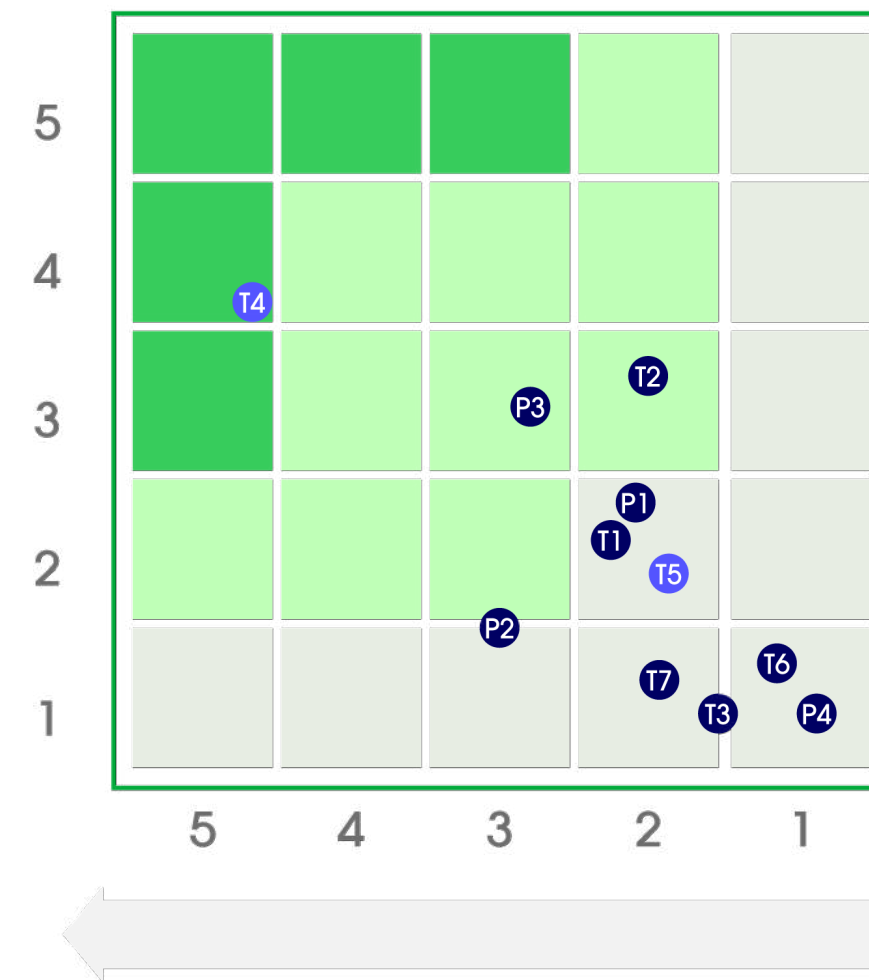
軒郁國際自2023年起正式導入溫室氣體盤查(ISO 14064-1:2018)，以軒郁辦公室、香氛實驗室、新普利辦公室、新普利保健實驗室為組織邊界，揭露範疇一、範疇二與部分範疇三的溫室氣體排放量。軒郁國際將持續從溫室氣體、水電與廢棄物管理等方面，掌握能資源的使用情形，設置氣候風險及機會使用之管理指標(包含：用電量、用水量等)，未來將逐步訂定與擴大自身和供應鏈的環境面績效目標。



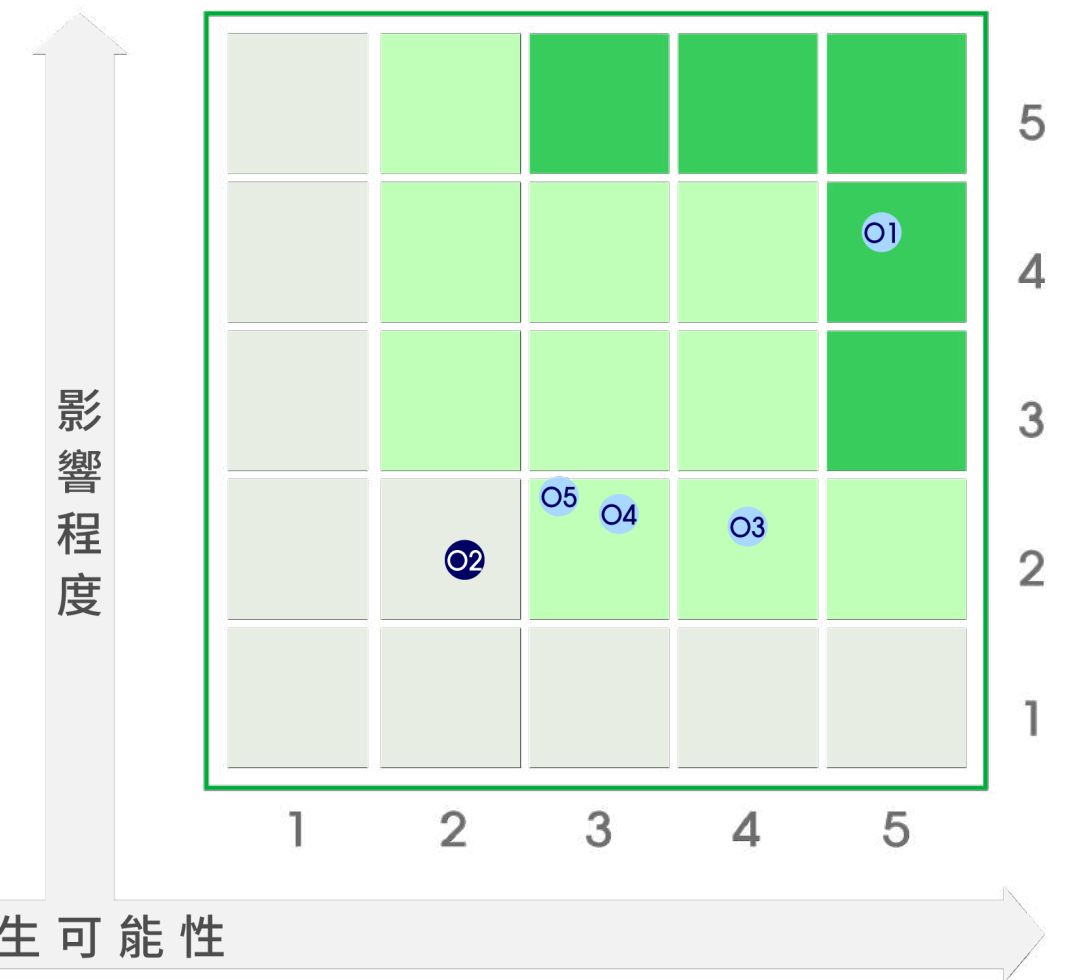
氣候相關風險機會鑑別與因應

軒郁國際參考國際科學報告，評估於SSP 5 - 8.5及淨零排放(Net Zero Emissions NZE)情境下軒郁國際可能遭遇之氣候相關風險與機會，並由企業永續發展委員會綜合分析各風險與機會之發生可能性與影響程度(財務影響)，鑑別出各項氣候相關議題之風險與機會等級，並特別根據前三大風險與機會進行進一步描述與相關因應措施。

氣候相關風險矩陣



氣候相關機會矩陣



● 短期 (2024-2025) ● 中期 (2026-2030) ● 長期 (2031-2050)

氣候相關風險主題篩選

- T1 碳定價機制
- T2 加強排放報告義務(如再生能源)
- T3 加強排放報告義務(如歐美碳關稅)
- T4 轉型至低碳排技術
- T5 客戶行為改變
- T6 政府或社區等利害關係人的關注度增加或給予負面回饋
- T7 因價值鏈相關利害關係人的關注度增加或給予負面回饋
- P1 颱風、洪水等極端天氣事件的嚴重性和頻率增加
- P2 平均氣溫上升
- P3 降水模式的改變與極端氣候
- P4 海平面升高

氣候相關機會主題篩選

- O1 資源效率
- O2 能源來源
- O3 產品與服務
- O4 進入新市場
- O5 韌性



軒郁國際高階氣候風險分析清冊

類別	類別	面向	子面向	風險描述	因應措施	發生時間	風險等級	財務影響
轉型風險	T4	技術	轉型至低碳排放技術	因應低碳轉型趨勢與永續消費意識提升，各品牌因導入使用低碳包裝材料以及建立產品回收機制，進而增加研發和營運成本	- 由商品開發部門自產品研發階段即朝向減少、共同使用同款包耗材理念設計產品。 - 攜手供應鏈廠商持續開發與調整具低碳、高度可回收性質包裝材料及產品。	短	高	研發與營運成本提升
	T2	現行法規	加強排放報告義務	因應國際趨勢公司擴大使用再生能源資源，導致營運成本增加	- 集團將持續關注各項國際環境倡議，以及聯合國計畫於2024提出之「全球塑膠公約」內容。 - 積極推動節能減碳相關措施、汰換及更新節能與省水新型設備接軌國家溫室氣體排放管理辦法與國際氣候相關倡議，評估提前納入溫室氣體盤查第三方查證/確信。持續關注國家與國際永續趨勢、法規動態。	長	低	營運成本提升
類別	編號	面向	子面向	風險描述	因應措施	發生時間	風險等級	財務影響
實體風險	P3	慢性實體	降水模式的改變與極端氣候	長期的氣候模式變化致使缺水風險提高，將衝擊營運。	- 積極與協力代工廠進行增設大型水塔，目標足以應付3-6個月的限水、減壓供應。 - 持續推動宣導和落實辦公室節約用水、用電政策。 - 推動供應鏈廠商取得省水相關認證。	長	中	營運與保險成本提升
類別	類別	面向	子面向	機會描述	發展作為	發生時間	風險等級	財務影響
機會	O1	資源效率	使用更高效的運輸方式	與通路商合作，建立低碳物流配送模式，降低運輸成本與碳排放，擴大市場機會與消費者信任	- 品牌與通路商合作，創造低碳商品物流模式，使得雙方共同降低碳排、也降低運輸成本，更獲取新市場機會與商譽。 - 擴大線上直播團隊完整性，優化電商服務與產品運輸，減少碳足跡的產生。	短	高	市場與消費者需求提升
	O3	產品與服務	開發和/或擴展低碳排放的商品與服務	與代工廠合作，持續開發全面綠色包材產品。針對美妝保健領域及早投入佈局，降低產品碳足跡並提升企業形象，增加商品競爭力	持續投入綠色包材及相關結構性美妝保健品研發，增進消費者青睞。	中	中	市場與消費者需求提升
	O4	市場	進入新市場	因應極端氣候水資源匱乏問題，開發低含水量商品，開創氣候變遷調適方案新市場	- 各項產品佈局綠色標章申請，促進加入綠色採購行列與低碳、淨零目標。 - 籌備產品取得環保、碳足跡、減碳等綠色相關標章。 - 應用軒郁國際集團旗下各大美妝、保健自有品牌及無工廠化優勢，攜手整合供應鏈廠商導向綠碳產品，助力帶動整體營收成長。	中	中	營運成本的降低，促使營收成長

3.2 營運環境管理

無紙化的綠色營運

軒郁國際在綠色營運方面，除了將「節水」、「節電」、「廢棄物減量」及「減少碳排放」列為發展主軸外，2020年起推動愛護地球的系列活動，並積極推行「無紙化政策」。透過BPM系統進行線上簽核作業，持續減少行政文件用紙量，並且不定期向員工宣導節省用紙，鼓勵員工從辦公室的實務中實踐珍惜資源和環保精神。軒郁國際2023年在業務成長的趨勢下，同年之用紙量仍較2022年減少8.2%，未來軒郁國際亦將持續兼顧業務成長需要與節省用紙的目標，持續落實線上簽核作業和推行無紙化政策。

紙量仍較2022年

減少8.2%



能源管理

軒郁國際產品的生產與製造，皆委託給專案廠商進行，因此內部能源消耗量皆來自辦公室用電，其中又以夏季時冷氣空調設備的使用為用電高峰，其用電來源皆為向台電外購電力。2023年軒郁國際辦公室區域用電量及總能源消耗量，相較於2022年小幅提升，主因為軒郁國際業務量快速提升，新承租三樓新辦公室，以及人員持續擴編(118人至144人)所致；然而，軒郁國際2023年人均用電量較2022年減少，已達成短期減量目標。2023年外購電力總用電度數達152,483度，較去年提升11,607度；**人均用電量為1,058.91度，較去年減少143.95度**。2024年將會繼續秉持節電措施，例如實施夏季用電限制管理，持續精進短期目標人均用電量減少1-2%。

人均用電量，較去年

減少143.95度



能源數據統計

能源使用類別	事業體	2020年 ¹	2021年	2022年 ²	2023年 ³
外購電力 (度)	軒郁國際	123,359	100,119	111,383	121,610
	新普利	19,407	15,709	29,493	30,873
	總計	142,766	115,828	140,876	152,483
外購電力 (千焦耳)	軒郁國際	443,875.2	360,252.19	400,782.77	437,581.97
	新普利	69,831.04	56,524.75	106,122.89	111,088.46
	總計	513,706.33	416,776.94	506,905.66	548,670.43
人均能源耗用量 (度/人)	總計	1,413.52	1,092.72	1,193.86	1,058.91

※總能源消耗量 (kcal) = 總用電量 x 電力熱值 (860kcal/kWh)，並換算成仟焦耳 (1kcal=0.004184仟焦耳)。熱值依據為能源局公告之能源熱值。
※計算數值結果皆採四捨五入至小數點第二位



水資源管理

軒郁國際主要用水為民生及空調用水，使用之水源皆取自台北當地自來水廠，並無直接取用地下水及河川。因COVID-19防疫措施鬆綁，加上軒郁國際業務量提升及人員擴編（118人至144人），2022年新外租一辦公室，以及2023年新承租三樓辦公室，致使集團整體總用水量有小幅增加的趨勢。2023年全年用水量達1,434度，較去年增加169度；人均用水量9.96度，反較去年減少0.76度。

2024年軒郁國際將繼續秉持不浪費水資源，透過新人訓練、員工講座時間宣導節約用水觀念，持續致力減少人均用水量1-2%。

人均用水量，較去年
減少0.76度

辦公室用水量統計

能源使用類別	事業體	2020年 ¹	2021年	2022年 ²	2023年 ³
用水量(度)	軒郁國際	578	411	638	689
	新普利	619	457	627	745
	總計	1,197	868	1,265	1,434
人均用水量 (度)	總計	11.97	8.19	10.72	9.96

¹自2020年度起正式開始啟用美妝實驗室
²自2022年度起正式開始啟用保健實驗室
³自2023年度4月起正式開始啟用3樓辦公室

廢棄物管理

軒郁國際主要廢棄物為同仁日常辦公室工作所產生的一般廢棄物。軒郁致力落實廢棄物減量，設有資源回收專門區域，包括紙類、紙容器、塑膠類、鐵鋁罐、玻璃類及一般垃圾等，前端由同事層層落實資源回收分類，再由大樓物業管理公司人員細部分類與統整，最後由專業之垃圾清運商進行統一處置。同時，軒郁國際也透過各部門陸續設立短、中、長期永續目標，讓新品在研發時便納入再生、永續包材之核心理念，使得品牌與各項產品機能相互結合，期盼從根本出發達到源頭減量的願景。

環保管理作為

軒郁國際針對辦公室的能源、資源之使用進行盤點，亦與公寓大廈管理委員會及房東討論，擬定環保節能、節水、減廢計畫與目標，持續落實環保管理作為。軒郁國際辦公室的照明燈具，已全面汰換為LED節能燈具，並且在世界地球日當月倡導永續環保觀念，全體員工透過身體力行實施無肉日、以爬樓梯代替搭乘電梯等相關活動，用實際行動減少碳足跡，響應永續環保活動。未來軒郁國際也計劃將現有的各項資產與設備，逐步汰換為節能、省水規格，持續落實辦公區域全方位環保的管理作為。

軒郁國際於2023年10月辦理1場次「環境海洋保育宣導講座教育訓練」，延續先前培養員工環保意識，並且深化環保與環境海洋生態、生物多樣性的連結。本次活動同時以實體及線上進行訓練，實體參與33名、線上參與106名，共計139名員工參與。

2023年環保管理作為

目標面向	方案作為
節電	辦公室設備、各項資產未來逐步汰換為具備高效或節能標章之規格
減廢	持續宣導自備環保餐具及分類回收
減紙	持續實施BPM無紙化作業
節能減碳	持續宣導同仁以走路代替搭乘電梯及參與減重活動
節水	廁所、廚房未來逐步更換具有省水標章之水龍頭省水閥

溫室氣體盤查與管理

軒郁國際為了落實營運過程中對永續的承諾，於企業永續委員會中建置溫室氣體盤查小組架構，並於2023年起正式導入溫室氣體盤查(ISO 14064-1:2018)，以軒郁辦公室、香氛實驗室、新普利辦公室、新普利保健實驗室為組織邊界，統計其營運邊界的直接與間接排放，同時預計於未來年度，針對溫室氣體盤查數據取得第三方查驗證。

範疇	類別	說明	2023年排放量(公噸CO ₂ e)
範疇一	直接排放	來自於本公司所擁有或控制之排放源所造成之溫室氣體排放	16.046
範疇二	能源間接排放	來自於輸入電力、熱或蒸氣而造成間接之溫室氣體排放	75.491
範疇三	其他間接排放	由本公司活動產生之排放，非屬能源間接排放，而係來自於其他公司所擁有或控制之排放源所造成之溫室氣體排放	129.934
總量			221.471
排放密集度 ^{註1} (公噸CO ₂ e/百萬元)			0.031

註1：排放密集度量化說明：(範疇一溫室氣體排放量+範疇二溫室氣體排放量)/112年合併財報邊界之營業收入

直接排放

排放源	排放設備	直接排放量(公噸CO ₂ e)	直接排放量佔比(%)
移動源	公務車	0.109	0.68%
逸散源	冷媒逸散、製冷設備	15.937	99.32%

能源間接排放

排放源	排放量(公噸CO ₂ e)	間接排放量佔比(%)
外購電力	75.491	100%

其他間接排放

排放源	排放量(公噸CO ₂ e)	間接排放量佔比(%)
資本財	115.000	88.51%
燃料及能源相關活動	14.934	11.49%

3.3 永續供應鏈

供應商管理流程

軒郁國際的所有供應商及代工廠，皆須依循集團之採購、生產相關作業規範執行，透過廠商遴選、出貨規範管控、年度評鑑、不定期知識資源分享等措施，持續落實供應商管理。

階段	說明
供應商評估與遴選	- 商品開發部門依公司營業所需之採購或客戶訂單需求，透過各式管道進行合適供應商或代工廠合作名單之查找。 - 商品開發部門及業務單位人員得從新進廠商取得提供產品項目、規格過去實績或先行少量產品試用。如有需要，得至現場執行實地之品質確認及技術力評鑑。
品質監控評鑑稽核	- 採購部門提供新的作業規範、出貨規範，給與供應商充分的準備。 - 採購部門協助排定生產時程並下單，定期針對供應商及代工廠之交付進行品質、交期配合等要項進行評核。
定期檢視改善計畫	- 代工廠經評核不合格者，除特殊因素經權責主管核准者外，自評核日起一年內不予選用。 - 包材、耗原物料類之廠商，每年評核分數未達合格標準，由採購部門提報建議經權責主管決是否繼續採用。 - 不合格之廠商應將不合格因素排除後，重新填寫「廠商評核表」，並經權責主管核准後，才得恢復交易。



深化永續供應商管理精神

軒郁國際在既有的供應商管理流程中納入ESG原則，在與新進供應商合作前，要求其簽署「軒郁集團合作夥伴承諾書」，內含軒郁國際對於供應商應盡「企業社會責任」之期待；除此之外，我們也會定期與不定期了解供應商於ESG面向上的具體成果，列為供應商評鑑之加分項目。軒郁國際將持續推動永續採購及綠色供應鏈的深化，積極與供應商分享相關知識，並鼓勵大供應商攜手其供應商分享軒郁作為與永續趨勢，共同擴大正面影響力。

供應商評鑑與稽核

採購、物流部門每年第一季依據「廠商評鑑作業辦法」，針對已配合的供應商、代工廠、物流商進行供應商考核，並將作業之結論，彙報至稽核室、商品開發部，以做為來年挑選新品下單的依據。軒郁國際的供應商評鑑分級制度，共區分A、B、C三個級距，主要評鑑面向包含「品質管理」及「經營管理」。若供應商於評鑑分數時被列為C級，則成為當年度不合格之供應商，軒郁國際將會要求廠商限期改善，或下次工廠稽核時再次稽查驗證。軒郁國際已考量未來供應商評鑑項目，將規劃新增永續相關面向，持續深化供應鏈永續管理作為。

供應商評鑑面向說明

評鑑面向	評鑑面向內涵說明	評鑑面向比重
品質制度	穩定的品質、改善品質的能力、技術的能力	40%
經營管理	交貨的時間、交貨的數量、出貨的文件、價格及付款條件、換貨的處理時間、配合的程度	60%



供應商評鑑成果

年度	2020年	2021年	2022年	2023年
供應商總家數	125	134	179	234
評鑑家數	125	134	179	234
評鑑百分比	100%	100%	100%	100%
A 級	2	28	29	22
B 級	121	95	143	188
C 級	2	11	7	14
合格率	98.4%	91.79%	96.1%	94%

此外，我們亦針對代工廠的表現由商品開發及品保單位執行定期及不定期抽檢稽核。2023年軒郁國際稽核7間供應商，新普利進行全產品製造廠稽核共9間，總計稽核16間供應商，稽核評估結果均無風險。



落實低碳環保物流

軒郁國際亦將環境保護列為遴選合作物流廠商的主要評選要點之一。除了考量倉儲、運送等基本作業方式，也評估電子簽收系統、自動化之集運方式，希望可以透過減少運送趟次來減少產品碳足跡之碳排放。於資訊流方面，亦可藉由E化系統的作業方式，大量減少紙張的使用。我們未來將持續與物流商建立緊密之合作關係，推動綠色物流，並且提升軒郁國際綠色產品的表現。

“ 依據環保署公告《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》規範，軒郁國際針對包裝材料重量績效資訊進行有限確信，以2023年7-12月為基準年，平均單件包材重量為251.9g，運送紙箱更優於限制，全面採用100%回收紙漿，緩衝材已改選用30%減塑之產品外，未來將持續優化綠色包裝策略，將逐步選用循環包材，一起降低地球負擔。

”

01

集中物流作業系統及統籌分配集運流程

02

緩衝材已改選用30%減塑之產品外，整體包裝外箱、緩衝材的回收利用，並使用物流商所提供的回收再製的紙箱，配合物流配送的最大裝載或是儘量統一不更換外箱，減少出貨紙箱的使用

03

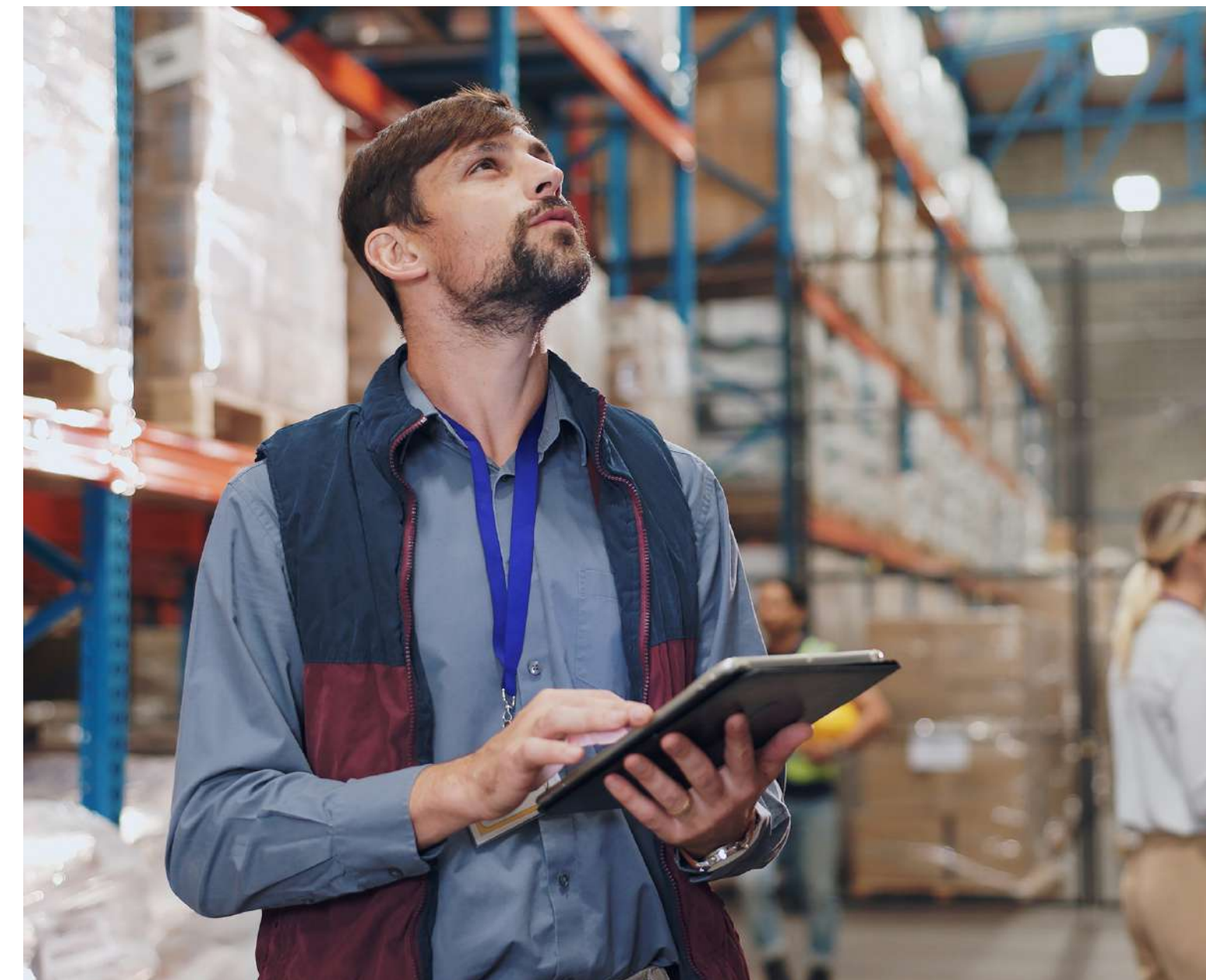
併單處理，減少重複寄送，降低碳足跡

04

全面採用100%回收紙漿之運送紙箱，並分設10種不同的公版紙箱選擇，降低包裝空間的浪費，發揮每個箱子最大的容積

宅經濟與疫情衝擊物流業者

作為臺灣知名電商平台之一，伴隨著疫情影響帶動宅經濟興起，對於物流業者的運輸需求更是節節攀升。目前集團所合作之物流廠商為全一自動化檢包貨作業量能最大之物流業者，主要撿貨包流水線作業是採自動化之機器人作業，大幅降低撿、搬、包貨的人力需求。



3.4 責任採購

責任採購

軒郁國際在供應商管理上積極採取更負責任的採購實務，包含但不限於在新進供應商的篩選過程中，透過索取其環境管理或其他永續管理驗證之相關證書（例如ISO 14000系列），或其他相關永續管理措施，了解其當前各層面的永續績效與方向，作為未來與供應商溝通，以及深化相關規範的依據。

軒郁國際在採購實務中也考量永續概念，例如在包材採購的過程中與供應商達成分季、分次的固定訂購量，不僅降低包材耗損和閒置報廢，也達成銷售和降低風險的需求。軒郁國際亦持續擴大辦公室與資訊用品的綠色採購，在日常營運採購的過程中，實踐對社會創新與綠色採購的支持。

原料及代工採購情形

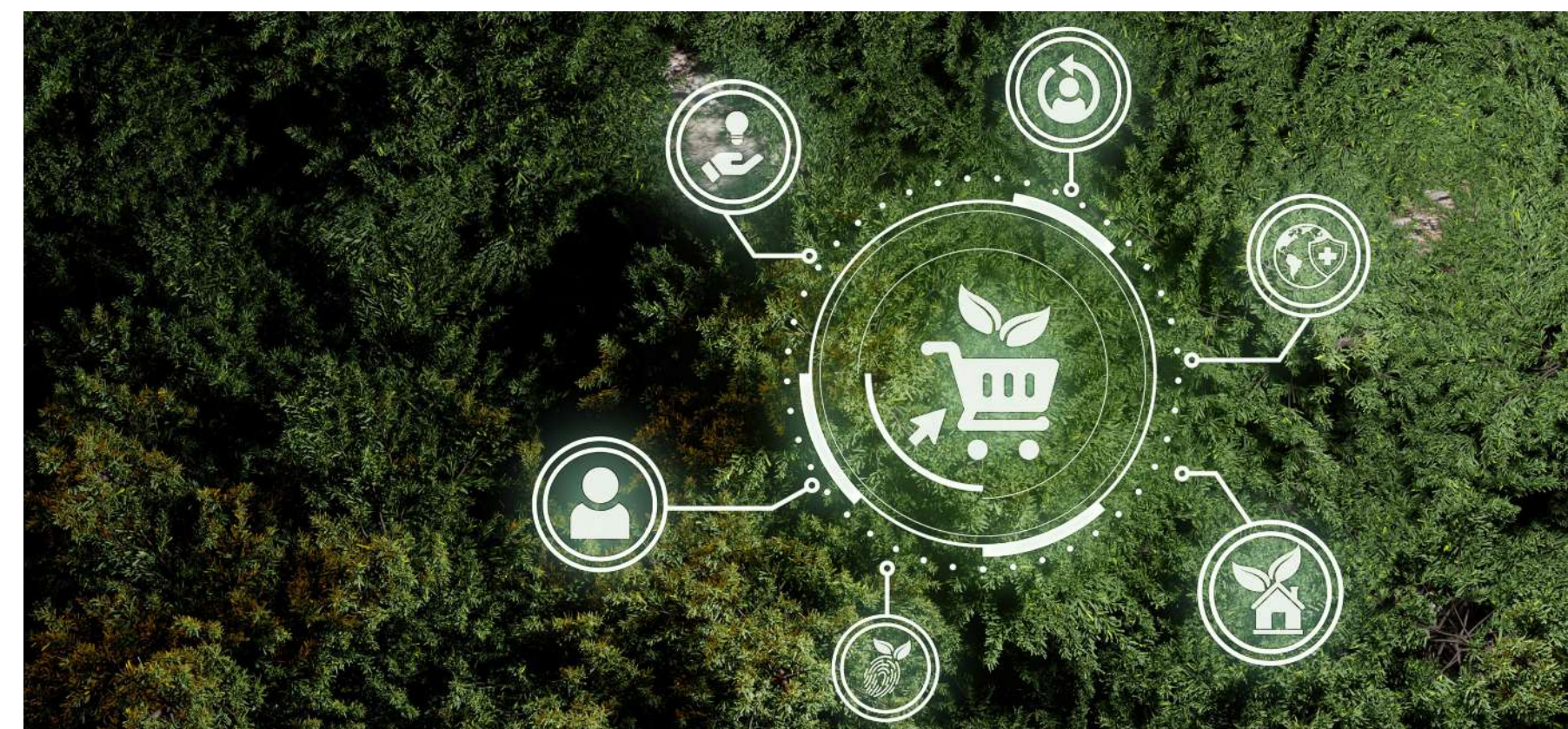
軒郁國際主要採購類型包括產品之代工廠及原物料來源之供應商，其中供應商採購類型又區分為主要原物料及其他供應商。2023年集團總採購金額為 1,089,320 仟元，為落實在地採購、降低運輸過程之碳足跡，以及支持當地供應商，2023年我們主要的原物料採購及代工來源90%來自台灣本地，其他亦有2%來源的採購類型屬於在地採購，整體在地採購金額比例佔所有採購總額 92%。

2023年主要原物料之採購與代工的在地採購比例略為下滑，主因為美妝保健品因應後疫情消費型態轉變，逐步重啟境外的特規產品及銷售通路，部分採購及代工將直接與海外當地廠商配合，以達到減少銷售過程的碳足跡和增加產品海外競爭力。此外，2023年其他採購類型之在地採購明顯下降，主因為2022年COVID-19疫情爆發，軒郁國際為保障全體員工健康安全大量採購快篩試劑，致使2022年在在地採購比例之其他類型採購急遽攀升，後續也隨著2023年疫情趨緩後，其佔比回歸至正常數值。

在地採購比例	2021年	2022年	2023年
主要原物料採購及代工來源	100%	100%	100%
其他採購類型	N/A ⁵	79%	2%
整體在地採購比例	N/A ⁵	92%	92%

⁵其他採購類型，自2022年起始有相關統計資料

⁶同上，整體在地採購比例，自2022年起始有相關統計資料



原料與代工採購比例

單位：新台幣仟元

	2021年	2022年	2023年	
採購類型	採購金額比例	採購金額比例	採購金額	採購金額比例
代工廠	27.58%	65%	884,453	81%
原物料供應商	11.72%	13%	181,227	17%
其他供應商	60.70%	22%	23,640	2%
總計	100%	100%	1,089,320	100%

辦公室用品綠色採購

關於辦公室用品之一般採購部分，我們延續參考環境部綠色生活資訊網之環保產品查詢系統，針對有取得「環保標章」、「節能標章」、「省水標章」及「綠建材標章」之採購品項進行盤點。2022年因所需採購物品市場供給不足，無法優先購得綠色採購之商品，2023年積極落實綠色採購，經統計2023年辦公室用品總採購金額為1,396,403元，其中有78.8%、共計1,100,680元符合臺灣政府對於綠色採購之定義。

軒郁國際進行辦公室用品採購，皆優先考量符合環境部綠色採購定義之產品。未來我們將持續精進並努力，以提升綠色採購比例與採購金額，作為辦公室落實綠色營運的重要指標之一。

辦公室用品綠色採購比例

單位：新台幣仟元

	2021年	2022年	2023年
辦公室用品採購金額	1,486,635	2,577,593	1,396,403
綠色採購佔比	26.50%	3.30%	78.8%

