

Shinybrands

軒郁國際股份有限公司

2021

企業社會責任報告書



環境永續
Environmental Sustainability

誠信治理
Integrity Governance

產品責任
Product Liability

社會共融
social inclusion

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
- CH2 產品責任
- CH3 環境永續
- CH4 社會共融
- 附錄

目錄

- 02 關於本報告書
- 03 經營者的話
- 04 2021亮點績效
- 06 永續發展與願景
- 10 利害關係人議和與重大議題分析

誠信治理 1

- 19 1.1 關於軒郁
- 20 1.2 營運策略與表現
- 23 1.3 公司治理
- 27 1.4 風險管理

產品責任 2

- 34 2.1 永續產品與創新
- 37 2.2 產學合作
- 38 2.3 產品安全責任
- 42 2.4 客戶服務

環境永續 3

- 50 3.1 氣候變遷因應
- 51 3.2 營運環境管理
- 53 3.3 永續供應鏈
- 56 3.4 綠色物流

社會共融 4

- 59 4.1 人力資源發展
- 61 4.2 幸福職場
- 67 4.3 訓練與發展
- 71 4.4 社會參與專案

附錄

- 74 附錄一 GRI 永續性報導準則
- 77 附錄二 會計師事務所 確信報告

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

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」）所出版的第一本永續報告書（Sustainability Report），內容主要揭露軒郁國際於2021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2021年度（1月1日至12月31日），內容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較性，部門資料回溯2019、2020年度，或提及2022年度的行動方向。



報告書撰寫原則

本報告書採用全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standard Board, GSSB）GRI永續性報導準則（GRI Standards），依循「核心」（Core）選項進行內容之編撰，並於附錄中提供GRI Standards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）。

發行時間

- 本年度發行時間：2022年6月
- 下一年度發行時間：預計2023年6月

本報告書聯絡單位

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：

軒郁國際股份有限公司(shinybrands)

- 聯絡窗口：軒郁國際股份有限公司 公關部 方宓菁 主任
- 地址：台北市松山區復興北路311號6、7樓
- 電話：02-8712-1319
- 信箱：ESG@shinybrands.com
- ESG永續網址：www.esg-shinybrands.com
- 公司官網：https://www.shinybrands.com/

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

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。

生技核心，數據為輔成就閃亮品牌！

面對高度競爭的市場環境，軒郁國際相信惟有紮實的研發技術才能因應不斷迭代改變的市場，透過旗下美容與保健兩大部門，自建兩大實驗室分別於配方的開發與研究，純天然科學精油的分析與創新功效的驗證，公司目前已累積多項專利核心技術與多達百種以上有效且穩定的產品配方，本公司將持續運用市場大數據分析與公司顧客行為管理系統，做到更深層的消費者洞察進而推出更貼近消費者需求的產品。

成立委員會 提升企業永續加值

為了接軌國際永續趨勢，以期能真正落實ESG，軒郁國際2021年正式成立「永續發展委員會」，由各部門主管親自擔任委員推動跨部門整合的力量，共同推動集團永續發展。針對「誠信治理」、「產品責任」、「環境永續」、「社會共融」四大面向擘畫軒郁國際的永續發展藍圖，訂定ESG短中長期目標，展現集團欲將永續徹底扎根的決心。

參與減碳行動 導入環保包材使用

隨著全球暖化與氣候變遷所帶來的極端氣候危機，如何回應《巴黎協議》已是各國的重點議題，我們致力將「減碳」列為集團的重要目標。今年更藉由辦公室同仁自發的「軒郁國際愛地球，減碳新生活」每人每天減碳1公斤的活動，從同仁的日常生活中開始體現對環境的重視。未來我們將持續與供應商及物流業者合作，打造綠色環保物流，以及減塑包材的研發，為環境永續盡最大心力。



董事長 胡蕙郁

總經理 楊尚軒

投入社會公益 發揮正向影響力

我們相信在打造科學確效保養品牌的同時，兼顧環境永續與社會共融是同樣重要的事。在社會共融的部分，軒郁國際持續實踐「取之社會，用之社會」以及「尊重生命」的理念，我們將關懷社會與推廣公益視為職志。透過長期與弱勢團體合作，並以集團成立日訂為當年度之「軒郁公益日」鼓勵員工投入各樣的公益活動。此外，我們亦積極與各大專院校進行產學合作，共同研發亮點產品，提升各校師生的學術研究量能，為社會帶來正向的影響力。

利人利己 建立永續品牌精神

過去一年我們在永續發展的推進與努力，獲得了永續獎項的肯定。軒郁國際首度榮獲「TSAA台灣永續行動獎」、及「亞太傑出企業獎 (Asia Pacific Enterprise Awards, APEA)」，此外，旗下品牌Dr.May 美博士更從113家眾多品牌中脫穎而出，以環境永續經營的成績拿下「金船獎ESG管理績效大獎」，證明了軒郁國際作為美容保養品的領導品牌，要做就要做到最好的精神！

展望未來，軒郁國際將持續堅守誠信經營的原則，及有效的風險管理，由上而下打造出堅實的永續治理。我們亦將秉持「數據思維為核心」、「讓消費者動心」、「為社會付出關心」的核心價值，透過專業團隊的技術研發與精密檢驗，創造最受消費者喜愛、符合社會永續、安全有效地當責商品，並且以AI數據化分析及虛實融合的行銷模式，持續搶佔海內外全通路商機。我們期許能成為產業中的標竿，履行對員工、消費者、供應商、投資人等所有利害關係人的永續承諾，共同締造與社會和環境共生共榮的永續願景。

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2021亮點績效

永續績效亮點

經濟與治理面



連續**4年**通過
SGS優質企業評鑑認證



上櫃以來，營收穩健成長
兩年平均年增率**15.44%**

女性董事占董事會席次達**57%**

上櫃以來，平均每年股利殖利率
穩定增長，**約7%**



品牌電商會員數超過
90萬人產品遠銷**15個**國家

海外業績**成長200%**

建置直播主開發團隊
與新開發**60位**直播主
舉辦**30場**大型廠拍活動

3件產學合作計畫案
9項共同發研究技術及
10件功效驗證檢測計畫

社會面

每年透過**軒郁公益日518專案**
履行同仁實踐社會公益的精神

連續**5年**參與忠義基金會
愛心園遊會攤位贊助



提供同仁優於勞基法
1.5倍的起薪

「**連續3年**認購陽光基金會慈善年曆
已累積認購**565本**」

設置**3間**性別友善廁所

捐贈**100萬元**協助大魯閣號事故救災

環境面

啟用「**軒郁環保急救站**」，鼓勵同仁使用環保餐具



以「**軒郁國際愛地球，減碳新生活**」
獲得「TSAA台灣永續行動獎」

辦公室區域總能源消耗量
較2020年下降**96,929.39**仟焦耳、
用水量減少**326度**



100%原物料在地採購、
26.50%辦公室採購品項符合綠色採購定義



全集團商品彩盒中已有**34%**
轉換使用**FSC/PEFC**

原物料供應商評鑑稽核家數完成**134家**，
稽核百分比達**100%**



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2021肯定與榮耀

財團法人台灣永續能源研究基金會 (TAISE)

2021「TSAA台灣永續行動獎」
SDG 12 責任消費與生產-銅獎

亞洲企業商會 (Enterprise Asia)

2021「亞太傑出企業獎」
(Asia Pacific Enterprise Awards, APEA) 』
優異勵志品牌 (Inspirational Brand)

中華民國全國商業總會

第3屆「金舶獎 ESG管理績效大獎」

MONDE SELECTION

2021「世界品質評鑑大賞」-金獎
(Simply新普利 多有酵益生菌EX)

MONADIA

第23屆「法國維多利亞美妝大賞」
最佳面膜大獎
(Mirae 未來美 三款面膜)



榮獲金舶獎 ESG管理績效大獎

中華民國經濟部國際貿易局
中華民國對外貿易發展協會

2021「台灣精品獎」

(Dr. May美博士 專利分子精萃)

女人我最大粉美賞

2021「女人我最大粉美賞」化妝水達人獎

(Dr. May美博士 CICA雙精萃)

2021「女人我最大粉美賞」最佳口服纖體組賞

(Simply新普利 超濃代謝夜酵素飲)



軒郁國際 首獲「2021台灣永續行動獎」



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

永續發展與願景

軒郁國際長期將「數據思維為核心」、「讓消費者動心」、「為社會付出關心」的理念，貫穿企業經營的理念與精神。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健康保健品，並且以大數據分析為客戶創造優質的客製化消費體驗。



數據思維為核心

用數據的價值，成就商品
創新，決策商品魅力。



為社會付出關心

用感恩的心落實公益，在
地扎根，回饋鄉里弱勢。



讓消費者動心

用求新求變的動力，不斷
帶給消費者滿意及驚喜。

理念願景

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

六大核心價值觀

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健康保健品，並且以大數據分析為客戶創造優質的客製化消費體驗。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，以發揚軒郁國際的六大核心價值觀。

客戶思維

透明負責

熱情創新

擁抱變化

尊重彼此

永續環保



價值鏈上的永續價值

軒郁國際係屬美妝保養品與健康保健品產業，主要扮演產品價值鍊上游的研發、原物料採購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，並與經銷商、代理商、便利商店、量販店等實體通路合作進行廣泛銷售。有關軒郁國際於產業價值鏈中所創造之永續價值對應如下表：

價值鏈階段	產品技術研發	產品代工製造	倉儲物流配送	各式銷售通路	
軒郁國際業務內容	研發	產品委外製造生產、 包耗材自購或委外	委託專業物流配送公司	線上通路	線下通路
	原物料採購	實驗室品質檢驗		<ul style="list-style-type: none"> ● 自有電商平台 ● 各大電商平台 ● 海外經銷商/代理商 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各大實體通路
合作廠商	原料、半成品供應商	OEM代工廠	物流供應商	電商平台、經銷商、 代理商	連鎖藥妝店、量 販店、超市、百 貨公司等
創造SDGs 永續價值	 提升大眾取得高品質 保健服務的管道	 生產過程中減少都市對環境的有害影響  透過預防、減量、回收與再使用， 減少生產及包材廢棄物的產生  於生產製造及物流管理納入氣候變遷 管理意識與措施	 減少零售與消費者 階段的浪費  與各大廠商合作 以實現永續發展		

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

企業永續委員會

軒郁國際為了企業永續的發展與管理，於2021年設立企業永續委員會，由董事長擔任主任委員、行政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，制定永續策略與年度計畫，以期許真正落實「以創新實踐完美，傳遞共好價值」的核心理念。



企業永續委員會於2021年共召開12場會議，共同企業ESG相關活動，通過3項決議，期許藉由每位員工的力量影響身邊最少三個人，透過微小的改變，發酵創造更多的不平凡。

- (1) 2021年度報告書重大性主題鑑別與舉證
- (2) 軒郁公益日518專案活動策畫與推動
- (3) 廢棄物管理辦法擬定與推動

永續發展策略與目標

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。

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

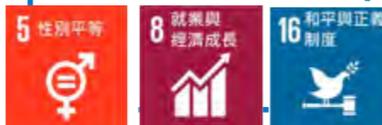
- CH1 誠信治理
- CH2 產品責任
- CH3 環境永續
- CH4 社會共融
- 附錄

軒郁國際永續發展藍圖

誠信治理



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。



產品責任



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。



環境永續



履行我們對於氣候變遷的重視，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。



社會共融



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。



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

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。

步驟	執行內容	重點說明
鑑別與蒐集	<ul style="list-style-type: none">● 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：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/通路商、政府、產學合作單位、媒體、社福團體。● 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反饋，彙整18項永續議題清單。	9類利害關係人 18項永續議題
排序與分析	<ul style="list-style-type: none">● 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。● 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。● 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241份有效問卷。	12位高階主管內部問卷 241份問卷回收
確認與揭露	<ul style="list-style-type: none">● 以上述問卷之回收成果進行量化與統計分析後，提交給企業永續委員會確認，本年度共鑑別出7項重大議題。● 於2021年永續報告書中揭露並回應各項重大永續議題，並針對此7項重大永續議題持續追蹤管理。	7項重大議題

目錄

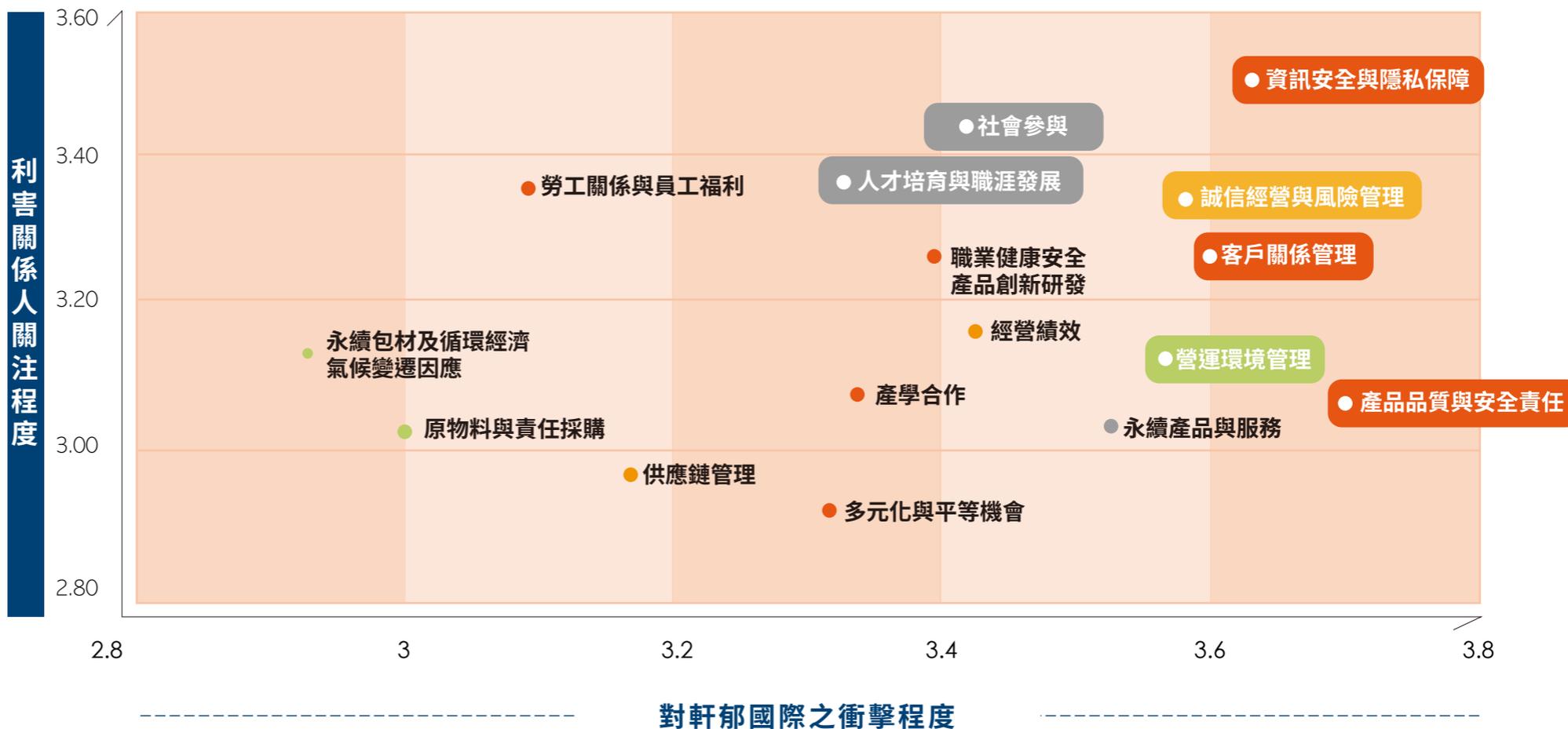
- 前言
- 關於本報告書
- 經營者的話
- 2021亮點績效
- 永續發展與願景

利害關係人議合與重大議題分析

- CH1 誠信治理
- CH2 產品責任
- CH3 環境永續
- CH4 社會共融
- 附錄

重大議題分析矩陣

軒郁國際重大議題矩陣圖



2021年軒郁國際永續議題清單

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

重大議題與價值鏈衝擊邊界

重大議題	對應GRI揭露項目	管理方針回應章節	價值鏈衝擊邊界											
			內部		外部									
			軒郁 國際	員工	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		
● 資訊安全及隱私保障	● GRI 418客戶隱私	● 2.4.2 資訊與隱私安全	●	●		●		●	●	●	●			
● 誠信經營與風險管理	● GRI 205 反貪腐	● 1.3.2 誠信經營與法規遵循 ● 1.4 風險管理	●	●	●			●	●	●				
● 客戶關係管理	● 自訂議題	● 2.4.1 客戶關係管理	●	●	●	●	●	●	●				●	
● 產品品質與安全責任	● GRI 416 顧客健康安全	● 2.3 產品安全責任	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
● 社會參與	● 自訂議題	● 4.4 社會參與專案	●		●								●	●
● 人才培育與職涯發	● GRI 404 訓練與發展	● 4.3 訓練與發展	●	●									●	
● 營運環境永續	● GRI 302 能源	● 3.2 營運環境管理	●	●							●			

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

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：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，並根據他們所關注的軒郁國際永續議題於本報告書中優先進行回應。

利害關係人類別	對軒郁的意義	溝通方法與頻率	主要關注之議題	我們的回應與作為	回應章節
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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 公布營收業績（每月） ● 季報（每季） ● 年報（每年） ● 電話/電子郵件（即時） ● 公文往來/發言人/ ● 代理發言人（不定期） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 經營績效 ● 產品創新研發 ● 誠信經營與風險管理 ● 永續產品與服務 	<ul style="list-style-type: none"> ● 發布21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110年各季財報及109年度年報。 ● 舉辦1次股東常會。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1.2 財務績效 ● 1.3.2 誠信經營與法規遵循 ● 1.4 風險管理 ● 2.1 永續產品與創新
消費者	滿足並超越消費者對於軒郁產品的需求與期待，並持續建立良好的客戶關係，提升客戶滿意度。	<ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品創新研發 ● 產品品質與安全責任 ● 資訊安全及隱私保護 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 2021年12月消費者滿意度調查82分。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2.1 永續產品與創新 ● 2.3 產品安全責任 ● 2.4.2 資訊與隱私安全
員工	人才是資產，更是企業成功的關鍵，軒郁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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 勞雇關係與員工福利 ● 人才培育與職涯發展 ● 職業健康安全 ● 經營績效 	<ul style="list-style-type: none"> ● 舉辦4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29人次 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1.2 財務績效 ● 4.2 幸福職場 ● 4.3 訓練與發展

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

利害關係人類別	對軒郁的意義	溝通方法與頻率	主要關注之議題	我們的回應與作為	回應章節
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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品品質與安全責任 ● 供應鏈管理 ● 產品創新研發 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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134家。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2.1 永續產品與創新 ● 2.3 產品安全責任 ● 3.2 永續供應鏈
代理商 經銷商 通路商	為軒郁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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 電話/電子郵件/拜訪會議（不定期） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品品質與安全責任 ● 客戶關係管理 ● 原物料及責任採購 ● 誠信經營與風險管理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 直播通路開發：B2B2C新模式運營。 ● 台灣：透過代理商新開發60位直播主，舉辦30場大型廠拍活動、300場小型直播，售出約100多個不同的品項。 ● 海外代理行銷：聚焦於新品推廣及通路狀況溝通。新增1家代工客戶、1家經銷商；提報49支新品。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1.3.2 誠信經營與法規遵循 ● 1.4 風險管理 ● 2.3 產品安全責任 ● 2.4.1 客戶關係管理 ● 3.2 永續供應鏈
政府	主管機關負責檢核並監督軒郁的產品及營銷行為，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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品品質與安全責任 ● 客戶關係管理 ● 資訊安全及隱私保護 ● 職業健康安全 	<ul style="list-style-type: none"> ● 收、發公文共236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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2.3 產品安全責任 ● 2.4.1 客戶關係管理 ● 2.4.2 資訊與隱私安全 ● 4.2 幸福職場

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

利害關係人類別	對軒郁的意義	溝通方法與頻率	主要關注之議題	我們的回應與作為	回應章節
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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 永續產品與研發 ● 產品品質與安全責任 ● 產學合作 	<ul style="list-style-type: none"> ● 3件產學合作計畫案。 ● 9項共同開發研究技術。 ● 10件功效驗證檢測計畫。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2.1 永續產品與創新 ● 2.2 產學合作 ● 2.3 產品安全責任
媒體	對於軒郁之報導及評價將影響企業的聲譽及形象。	<ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 資訊安全及隱私保護 ● 誠信經營與風險管理 ● 永續產品與服務 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新聞稿超過29則。 ● 專訪約3場。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1.3.2 誠信經營與法規遵循 ● 1.4 風險管理 ● 2.1 永續產品與創新 ● 2.4.2 資訊與隱私安全
社福團體	稟持著「取之於社會用之於社會」的初心，軒郁於弱勢團體的關懷及救助上都不遺餘力，為社會貢獻一點小小力量。	<ul style="list-style-type: none"> ● 忠義基金會每年固定2次園遊會活動邀約 ● 台北市進出口公會每年12月冬令救助活動 	<ul style="list-style-type: none"> ● 資訊安全及隱私保護 ● 社會參與 ● 永續產品與服務 	<ul style="list-style-type: none"> ● 忠義基金會「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259,200元。 ● 陽光基金會慈善年曆認購200本。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2.1 永續產品與創新 ● 2.4.2 資訊與隱私安全 ● 4.4 社會參與專案

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

- 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

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

- 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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

重大議題：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10項建議及3項缺失，已請相關單位進行補正及改善。• 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

- 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

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保養美容與機能性保健商品。

針對消費者不同功能與膚質需求創立四大保養美容自有品牌：「SEXYLOOK 西西露」針對年輕不安定的肌膚所設計、「MIRAE 未來美」為工作忙碌有快速效率保養需求的上班族設計、「LUDEYA 露緹雅」幫助熟齡肌膚對抗氧化與老化肌膚而生、「Dr.May 美博士」透過專業科研成果提供類醫美保養技術解決各式肌膚問題。主要線上銷售通路除了於國內各大網路電商平台外，亦在集團自有的品牌電商平台「iQueen 愛女人購物網」上做主要線上銷售，另在各大線下實體連鎖藥妝通路、各大實體店家銷售，並透過跨境電商外銷至海外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6、7樓
股票代號	6703
主要產品與服務	美妝保養品及保健食品之研發與銷售



主要關係企業



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。新普利旗下兩大保健品牌「Simply 新普利」及「M2 輕次方」分別以酵素與乳清蛋白兩大保健成份做為品牌核心技術，透過獨家的專利成分與配方幫助提升消費者的健康力與代謝力，讓健康變得更輕鬆簡單無負擔。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

- 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

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

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

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

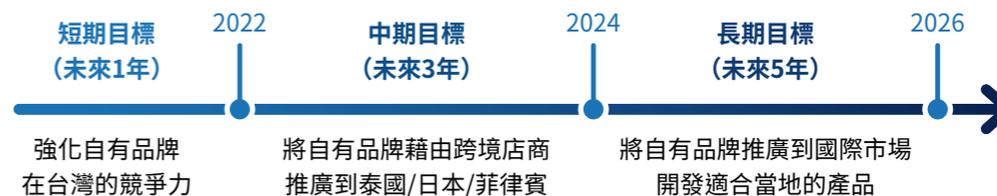
面對高度競爭的市場環境變化，我們定期透過主管會議進行會議討論，以滾動式方式進行經營策略的調整，除了以建立扎實的研發及核心技術做為基底，亦將深化運用市場大數據分析與公司顧客行為管理系統，發展出適合於不同年齡與身體狀態族群的利基商品與品牌。旗下各品牌分別針對用戶不同功能需求進行深度研發，務求消費者能輕鬆體驗到商品所帶來的好處，不斷地提升消費者品牌價值與服務體驗，進而增加客戶滿意度及忠誠度，創造穩健地營收與獲利成長。2021年集團的經營策略要點如下：

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

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

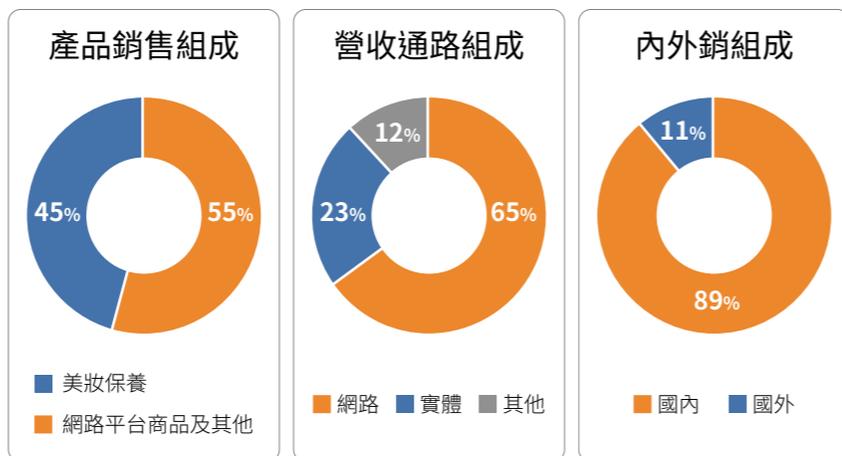
附錄

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。

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。

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。

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

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

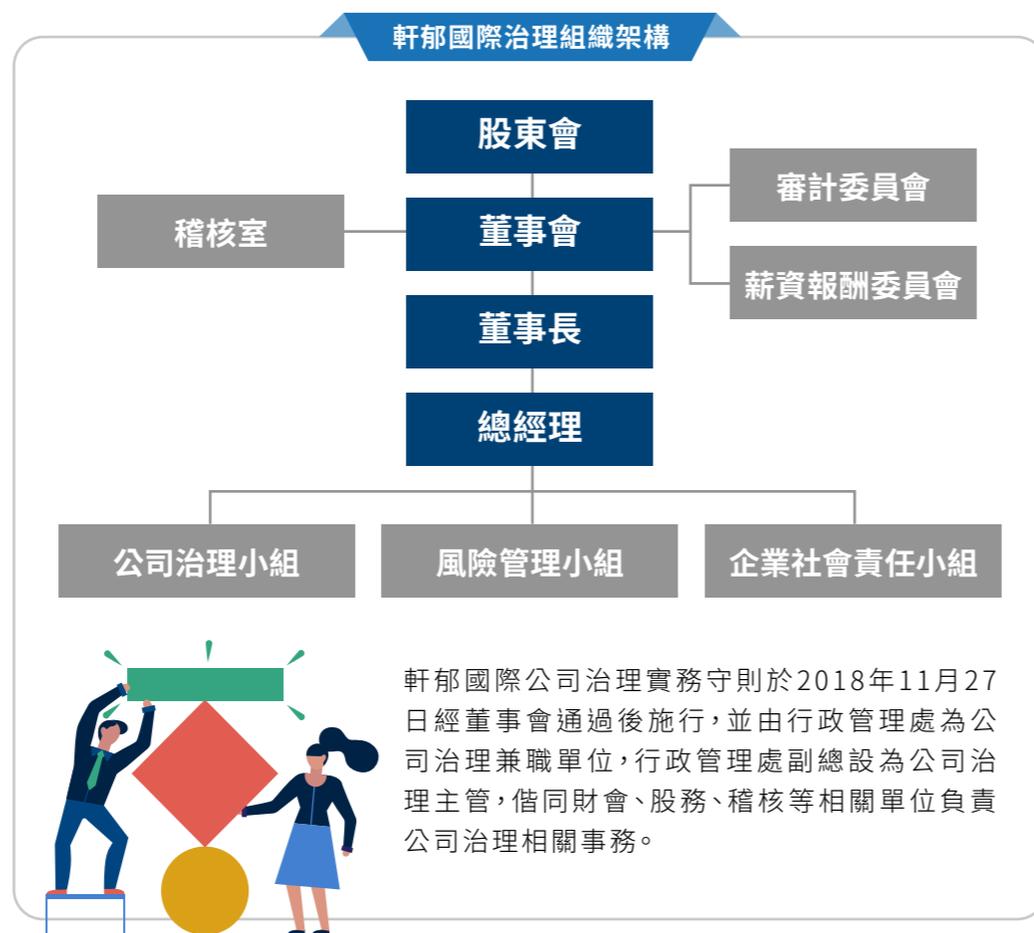
CH4 社會共融

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

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

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

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

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訊嚴格保密。

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

- 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

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

- 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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

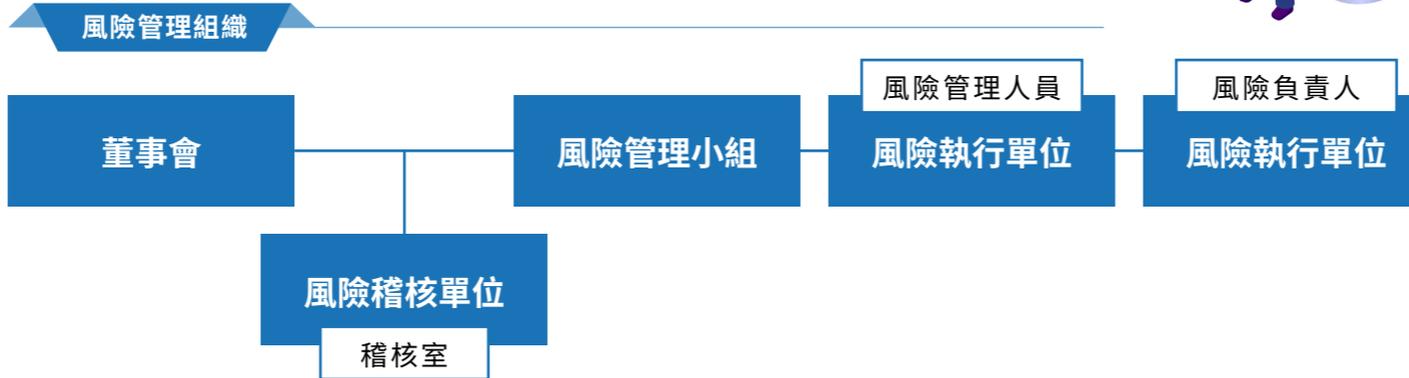
CH4 社會共融

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

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

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 • 執行權限控管 • 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 • 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

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

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10項建議及3項缺失，已請相關單位進行補正及改善。



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

CH2 產品責任

- 2.1 永續產品與創新
- 2.2 產學合作
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

02 產品責任



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

重大議題：產品品質與安全責任

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。	
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，在漸進式開發綠色產品之餘，更落實對社會的責任。	
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把規規範；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。	
目標	短期 (未來1年)	軒郁國際 <ul style="list-style-type: none">持續強化新品開發品質控管及溯源管理。	新普利 <ul style="list-style-type: none">持續加強供應商之管理。優化產品相關審查機制
	中長期 (未來3-5年)	軒郁國際 <ul style="list-style-type: none">持續穩定產品品質，結合外部檢驗能量。	新普利 <ul style="list-style-type: none">推動保健食品安全文化。建構食品安全資料庫。
具體行動與績效		軒郁國際 <ul style="list-style-type: none">實驗室檢測流程優化，增設產品回溯複檢機制，強化實驗檢測數據。	新普利 <ul style="list-style-type: none">建立實驗室，執行產品之品質管控。強化實驗室添購實驗設備，提高產品的穩定性。

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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

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，精準滿足顧客需求，並且持續開發優質的商品，取得消費者的信賴。
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之客戶反饋，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。
目標	短期 (未來1年)	<ul style="list-style-type: none">軒郁國際新建置一套行銷大數據演算系統，與國際趨勢同步接軌，將進行全站佈局機器學習。透過會員數據串接與特定族群分眾，打造深度的個人化旅程，一起為用戶創造更好的使用體驗。持續加強業務人員的產品知識教育訓練。
	中長期 (未來3-5年)	<ul style="list-style-type: none">整合所有外掛的大數據演算系統資料，建置完整的會員系統，實踐虛實整合管理，全方位服務軒郁國際的會員。透過直播主的產品教育，培養消費者的品牌忠誠度。
具體行動與績效		透過大數據系統，進行會員站內行為追蹤，AI演算分別為「行為推廣」和「行銷推廣」兩個部分規畫劇本路徑，「行為推廣」用於維繫顧客權益和提醒，「行銷推廣」用於內容分享和活動推廣，利用AI演算進行分眾推廣，能精準投遞訊息，免除不必要的打擾，使購物車結帳率提升12%，並且降低行銷成本。

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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

重大議題：資訊安全與隱私保障

對軒郁國際的意義		隨著網路技術與通訊科技不斷地推陳出新，全球均面臨資訊安全的衝擊，不僅是企業的永續經營受到影響，甚或國家的安全亦受到威脅，如何加強資訊安全工作，尤其是網路安全管理，為軒郁國際當前的重要課題。
政策與承諾		資訊安全為全球重大的議題，軒郁國際持續強化個資保護及資安管理，為消費者的資訊安全把關，並成立專案小組執行個資事故處理程序，妥善解決個資問題。
責任單位與資源		由資訊部全面檢討網路及系統安全性，針對漏洞追蹤改善，並持續加強宣導資訊安全的認知。
目標	短期 (未來1年)	<ul style="list-style-type: none">• 公司同仁取得ISO/IEC 27001:2013 資訊安全管理系統主導稽核師證照。• 將定期進行年度資訊安全演練與教育訓練。
	中長期 (未來3-5年)	<ul style="list-style-type: none">• 成立資訊安全專責部門。• 推動集團導入通用資料保護規則 (General Data Protection Regulation, GDPR)。
具體行動與績效		<ul style="list-style-type: none">• 於iQueen平台官網進行反詐騙宣導、設置警語提醒，保障客戶權益。• 委託第三方廠商協助公司進行年度資安健診，並立即依照評估結果提升對資訊安全管理及強化個資保護，降低資安風險。• 委託第三方廠商針對主要接觸個資報表的電腦及異常主機硬碟進行分析作業，防堵惡意外部入侵，確保客戶個資安全。

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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.1 永續產品與創新

軒郁國際以「數據思維為核心」、「讓消費者動心」、「為社會付出關心」為理念，持續創造出高口碑、高回購、高CP值的暢銷產品。我們以商情數據分析及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，取材在地特色原料，融合在地需求，成就產品的獨特魅力。

創新研發與投入

軒郁國際近年來針對新劑型技術、三滾筒混料機設備與智慧財產保護進行研究與開發，並且投入產品檢驗審查費。2021年集團總計投入新台幣22,242仟元於研發費用，較2020年（新台幣16,728仟元）提升了24.8%的金額投入。

其中，為持續推出最高規格的新產品，我們於2021年至上海與全球乳清蛋白大廠哥蘭比亞營養有限公司 (Glanbia Nutritional) 簽訂高端原料Salibra®702之台灣市場的代理權。為了守護民眾的健康，我們於2021年9月上市益比喜黃金成長素，且本產品取得以科學實證為核心的SNQ國家品質認證標章。

新產品研發流程

我們以安全為核心，領導研發新品，開發研究皆嚴謹遵循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，都透過表單控管紀錄，並且每季落實稽核抽檢，也因應實際運作適時調整規範作業。下方表格內容為集團所有新產品品項於上市前必經之流程。



流程	內容
產品發想	<ul style="list-style-type: none">● 供應商提案、趨勢分享資訊提供● 市場調查與市售品評估● 市場調查與反饋● 品牌消費者反饋
產品企劃	<ul style="list-style-type: none">● 產品定位與訴求概念● 通路需求確認● 產品視覺風格定義● 功效與訴求成分提案
研發	<ul style="list-style-type: none">● 執行產品配方設計、打樣與測試● 檢核配方符合台灣與歐盟法規及EWG安全等級²● 化妝品產品登錄
包裝設計	<ul style="list-style-type: none">● 各品牌依據風格與設計部溝通進行圖稿製作● 尋找包耗材，確認材質與設計特效● 與供應商聯繫製作
品質檢測	<ul style="list-style-type: none">● 測試產品安定性與瓶器相容性/穩定性
產品效能驗證	<ul style="list-style-type: none">● 與品牌部確認行銷需求，委外安排安全性、功效性、消費者試用調查檢測計畫執行
生產製造	<ul style="list-style-type: none">● 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
品質管理	<ul style="list-style-type: none">● 進行首批量產產品檢測，確認符合要求

²EWG為美國非營利環保組織 (Environmental Working Group, EWG) 的簡稱，針對化妝品成分中對人體和環境的危害，進行安全度分級。

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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新
2.2 產學合作
2.3 產品安全責任
2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.1 永續產品與創新

2021年推出之重點產品與效能 ▶▶▶

產品線：美妝保養



SEXYLOOK 西西露 仙人掌發光雙精萃

水精華+液態輕油
抗顆粒肌加乘配方雙層科技



MIRAE 未來美 極速特潤水感油

專利水脂囊包覆科技



LUDEYA 皇家蜂王無暇微臻霜

仿生技術，促進吸收+
獨家科學驗證舒緩精油



Dr. May 美博士ACE撫紋精華

獨家無水滲透配方+
三重維他命

產品線：保健食品



SIMPLY 夜間代謝酵素飲

以功能性為主軸-
2021年主打夜間代謝酵素飲：
中西配方加成，睡前一瓶，輕
鬆入眠。



M2輕次方 超能奶昔PLUS

以膳食補充為主軸-
主打超能奶昔PLUS：取代高
熱量早餐或高糖飲料，營養、
飽足，一包滿足。



EATBLISS S-702黃金成長素

以健康保健為主軸-
2021年推出S702黃金成長素：
使用獨家專利蛋白，黃金比例
之配方。

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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.1 永續產品與創新

技術與專利

軒郁國際至今已持有9項專利權，2021年專利申請共6件，其中有2件專利已經取得專利號，其餘為審查及申請階段。2021年我們著重於配方技術創新研發，故專利權類型以發明為優先考量，強化公司獨家技術及產品獨創性行銷。

2021年專利成果

專利名稱	國家/類型	專利號/取得狀況
1. 保濕面膜	中華民國/新型	M618758
2. 精華液滴管容器	中華民國/新型	M621837
3. 小分子面膜液及包含其的面膜	中華民國/發明	審查中
4. 無水乳霜	中華民國/發明	審查中
5. 控油靈	中華民國/發明	申請中
6. 酸類煥膚洗面乳	中華民國/發明	申請中

專利取得之短中長目標

	短期目標 (未來1年) 2021	中期目標 (未來3年) 2022	長期目標 (未來5年) 2024
美妝保養	取得2項專利	取得2項專利	取得3項專利
保健食品	取得2項專利 移轉或產學合作	取得4項專利 技術技轉	取得6項專利 技術技轉

永續性產品開發

我們已訂定短中長期的節能環保永續計劃，承諾將未來所有產品包材將陸續轉為綠色環保節能材料，以發揚軒郁國際六大核心價值觀：「客戶思維、透明負責、熱情創新、擁抱變化、尊重彼此、永續環保」。我們持續開發對環境友善保養品與綠色包材，2021年已完成測試PCR環保可回收綠色包材，並計畫於2022年開始導入新品開發中。

◆ 永續產品開發目標

	短期目標 (未來1年)	中期目標 (未來3年)
美妝保養	<ul style="list-style-type: none">新品已導入FSC或PEFC認證紙盒舊品回單導入FSC或PEFC認證紙盒	<ul style="list-style-type: none">全品項彩盒使用FSC或PEFC認證紙盒：占總產品100%
保健食品	<ul style="list-style-type: none">申請食品無添加物認證：5項商品導入全品項彩盒使用FSC或PEFC認證紙盒：占總產品30%	<ul style="list-style-type: none">申請Clean Label認證：3項商品全品項彩盒使用FSC或PEFC認證紙盒：占總產品100%

◆ 新普利商品逐步使用環保認證彩盒

新普利積極推展環保包材，減少包裝廢棄物可能對環境造成的負面影響，2021年新普利商品彩盒逐漸更改採用取得森林驗證認可計畫委員會 (PEFC) 或是森林管理委員會 (FSC) 國際認證的紙品。



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.2 產學合作

軒郁國際積極與各大學術單位進行產學合作，發展美妝產業創新技術，提供市場更新穎、更多樣化的選擇，並同時攜手參與產學公益合作，保障學生出社會的發展，善盡社會責任。2021年我們與表現優異的3家學校進行產學合作，截至年底共完成19項專案計畫，30項產品、合作發表2篇學術論文，並且取得國際發明獎、SNQ品質標章、國內外美妝行銷獎別共計20個海內外獎項。其中，美博士Dr. May 全系列商品採用的核心獨家專利成份「FRSAB自由酚」，即是與弘光科技大學化妝品應用系所技術合作的重要成果。

產學合作三大面向



共同開發

與各大專院校密切聯繫，將教授與莘莘學子的學術研究成果，透過軒郁國際對美妝市場動向與趨勢的洞悉，共同發展與商品化，將台灣技術推廣至市場。

學術發表

與大專院校研發團隊共同參與國際發明獎，並發表學術論文，提升研發量能。

產品測試服務

透過產學合作，參考大專院校教授專業技能、經驗與設備，在產品開發中不斷分析、檢測，尋找最佳原物料，開發產品功效與確保品質安全、打造經認證的創新美妝保養品。

2021年產學合作案重大亮點成果

▶ Dr. May 美博士 AIO專業全效美白精華



▶ LUDEYA 露緹雅 深層舒緩精油



▶ Dr. May 美博士 ACE撫紋精華



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

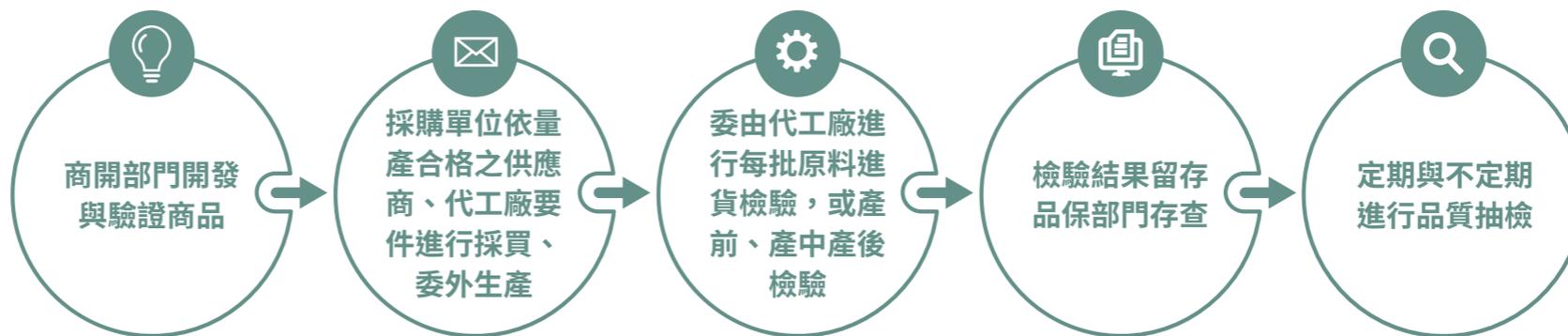
附錄

2.3 產品安全責任

2.3.1 產品品質管理

軒郁國際為嚴格控管產品品質，特別訂定「品質檢測管理辦法」，規範商品從開發至生產過程中，所有合作代工廠、供應商的檢驗流程，與我們合作的代工廠均通過ISO 9001 品質保證系統，並且要求品管人員每半年進行一次KPI考核。新普利保健食品以「產品有效、安全、健康」為食品安全政策，我們交由專業的研發團隊，調配具有黃金比例成效的產品，我們以消費者食用安全為基準，健康為主軸，所有產品均由符合ISO 22000食品安全管理系統及HACCP食品安全管制系統之廠商所製造，並且訂定「產品品質監控管理辦法」，利用產品週期執行產品品質監控；除了自主監控外，我們更是結合第三方公證檢驗單位進行產品檢驗，確認產品的安全性，並在2021年底開發4款商品申請無添加物協會認證標章，讓消費者食用起來更加安心、更加健康。

◆ 2021年軒郁國際未違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件



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



品保反饋
商品升級

軒郁國際的未來香氛實驗室，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。

軒郁國際未來香氛實驗室



▲ 黏度檢測機台



▲ pH酸鹼度計

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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.3 產品安全責任

2.3.2 產品安全與標示維護

集團以最高規格確保產品品質，與軒郁國際之化妝品、保健食品代工合作廠商分別皆獲有ISO 22716/GMP和ISO 22000/HACCP規範認證，生產過程全程分別皆符合GMP和GHP作業要求，並且榮獲多項國際認證。化妝品全系列產品皆依台灣國家標準SGS、國家品質標章 (SNQ)、製藥工廠管理 (GMP) 及清真認證 (Halal) 等認證進行嚴格測試，提供穩定且安全的優良品質，2021年度的產品例行檢測、包材檢測及委外SGS測試，合格率皆為100%。

SNQ 國家品質標章	GMP 規範	ISO 22716	SGS	ISO 22000	HACCP
					
國家生技醫療產業策進會召集專家權威，以嚴謹專業的科學驗證審查，篩選出最優質的生計、醫療與保健產品。	需衛生福利部審核通過，代表「優良製造標準」，特別注重製造過程中產品質量與衛生安全的自主性管理制度。	為國際標準的化妝品優良製造規範，規範出口化妝品各方面的品質安全，由國際驗證機構驗證及頒發證書。	SGS稽核評鑑系統係透過專業之審核，對廠商製造、產品管理、社會責任或衛生安全等能力，做出獨立公正之評核。	為國際通用的食品安全管理系統標準，確保在食品供應鏈中，每個階段皆有嚴謹的管控產品之品質制度管理。	是一種以科學為依據，為世界各國普遍認定是目前最佳的食物安全控制方法，以預防的角度來降低產品製造時所會導致的危害，保證在生產中的產品安全。

◆ 產品開發檢驗流程



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新
2.2 產學合作
2.3 產品安全責任
2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

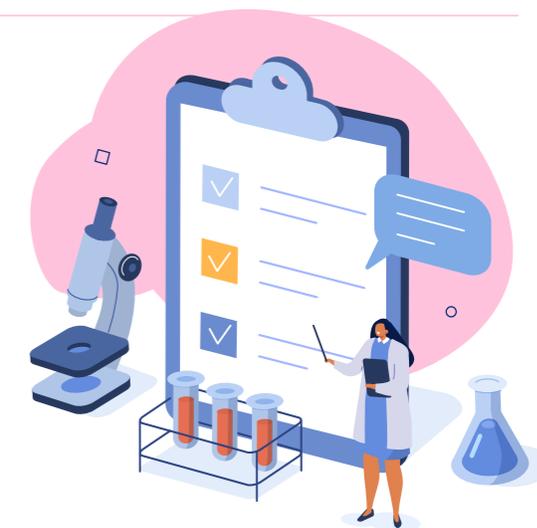
2.3 產品安全責任

◆ 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	<p>新品檢驗： (1) 新品開發嚴選原料來源 (EWG安全等級評分³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。 (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做一次檢測確保各批產品品質，及新品首批委外SGS測試總生菌數。</p> <p>既有商品檢驗： 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。</p>
保健食品	<p>新品產品委第三方執行檢驗時間點： (1) 新品上市執行項目：西藥試驗、農藥殘留、4項重金屬、9項塑化劑 (錠劑)、食品微生物檢項 (2) 新品上市後半年：農藥殘留、4項重金屬、9項塑化劑 (錠劑)、食品微生物檢項</p> <p>既有商品第三方執行檢驗時間點： 主力商品每年 執行2次微生物試驗、全商品每年 執行1次化學性試驗。</p>

◆ 2021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	1,319件	 合格率 100%
	包材檢驗	外觀確認	654件	
	SGS委外測試	總生菌數	160件	
保健食品	新品檢測 (上市前、後)	食品化學性檢測	32 件	
		食品微生物檢測	32 件	
	例行檢測	外觀/氣味/水份	216件	
	年度檢測	食品化學性檢測	8 件	
食品微生物檢測		17 件		



³EWG安全等級安心度：評分數據為4以下(1~4)判定為合格
*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)。
*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

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

CH2 產品責任

- 2.1 永續產品與創新
- 2.2 產學合作
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.3 產品安全責任

產品標示

軒郁國際嚴格遵循商品標示法、化妝品衛生安全管理法及化粧品登錄產品辦法，並訂有「產品標示檢核清單」，檢核清單內包含成分、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、品牌業務部門共同核對，確保產品標示是否有宣稱醫療或誇大之嫌，並且檢核產品成分是否需要依法特別標示。

◆ 產品包裝標示之審核流程 (以保健食品產品線為例)



◆ 商品標示內容 (以保健食品產品線為例)

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

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

CH2 產品責任

- 2.1 永續產品與創新
- 2.2 產學合作
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.4 客戶服務

2.4.1 客戶關係管理

軒郁國際透過與客戶密切的溝通，了解客戶的需求以及產品問題，並且秉持著誠信與專業的態度，善待我們所有的經銷合作夥伴，增進彼此的合作關係。我們以多元的溝通管道（會議、電話、通訊軟體、E-MAIL等）傾聽客戶聲音，以利提供最佳的客戶服務。

為了設計客製化的客戶關懷，我們依據消費累計金額，將iQueen愛女人購物網會員分成三個等級，分別提供不同的每月優惠折價券、生日購物金及紅利點數回饋%數，鼓勵會員提升等級以得到更多回饋。

客服人才選用與培育

我們在徵選客服人才時參考「KSA職能分析表」，依個人知識、能力、經驗、個性設定問題以徵選出最適合的人才，客服團隊依公司品牌區分權責範圍。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，並於每週進行測驗。

客服團隊培訓課程除了上述時數外，另於新品上架前不定期安排新品教育訓練，每月約4~6次，每次0.5~1小時。

地區/國家	2019年	2020年	2021年
團隊人數	6人	6人	5.5人 ⁴
平均年資	4年	4.5年	5年
客服培訓時數	129小時	168小時	98小時 ⁵

*4.由於2021年分別有2名客服人員，請休育嬰假及產假，因此團隊人數為5.5人

*5.2021年受到疫情居家工作影響，導致客服培訓時數有所下降。



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

CH2 產品責任

- 2.1 永續產品與創新
- 2.2 產學合作
- 2.3 產品安全責任
- 2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.4 客戶服務

客戶服務

客服人員每日依照各品牌之官方網站及其他社群溝通平台(例如,LINE、Facebook)進行客戶服務處理,並且遵守4小時內及時回覆問題的原則,以高效率、高品質回覆消費者各種關於產品、配送或是訂購問題。其中電子商務之B2C消費者溝通與回饋管道以網路為主,而又以平台留言為最大宗,占整體回饋的67.7%。

B2B海外客戶服務流程



客戶回饋成果

	客戶類型	客戶回饋管道	回饋數量
B2B	經銷商(直播)	電話反饋	每日密切聯繫
	海外代理商	電話、通訊軟體、E-MAIL	每日密切聯繫
B2C	消費者	各官網客服留言	18,687
		FB、LINE	6,848
		客服電話	2,524

2021年海外客服

接單率提升**20%以上!**

馬來西亞、新加坡代理商在2021年加強電話行銷服務,產品教育訓練及客服的訓練非常受到重視,我們每2個月針對新品進行教育訓練,期許第一線人員能夠更加了解商品、提升客戶服務的效率,2021年度與2020年度相比,客服人員的接單率提升了20%以上,顯示客服培訓帶來顯著的成效。



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

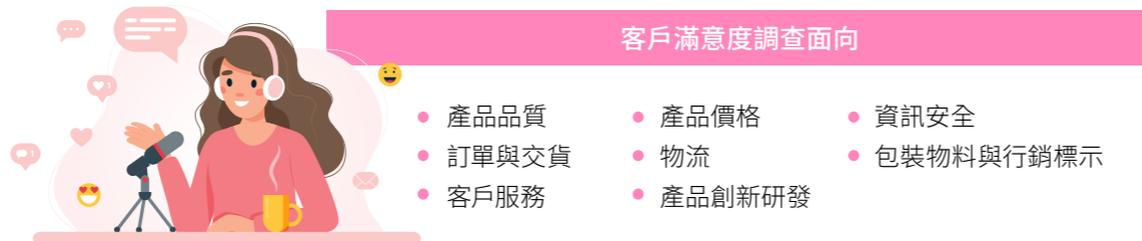
2.4 客戶服務

客戶滿意度調查

軒郁國際重視客戶的心聲，規劃一年兩次發放消費者滿意度問卷，分別針對產品品質、價格、物流、資訊安全等八大面向，全方位進行檢視。2021年度我們向90天內消費的客人發放1,522份問卷，總滿意度為82分，其中有高達81.4%受訪者感到「滿意」，15.4%感到「普通」，僅有3.2%感到「不滿意」。我們更進一步追蹤滿意度調查結果較低分的面向，提出處置說明，持續優化我們的產品品質與服務。

◆ 客戶滿意度調查回饋內容

針對客戶滿意度調查中的低分項，我們持續進行追蹤，例如，產品價格滿意度較低的原因來自直播業態價格較不透明，有別於我們價格穩定一致，其他業者以過度低於行情的價格販售，導致客戶認為我們與同業有所差異。而在物流的部分，我們積極協調送件時間及重整倉庫管理，並即時更新貨態雲端，讓顧客更能夠掌握送件時間，透過客戶的回饋進行優化後，有效降低物流錯誤率。



大數據管理「iQueen愛女人購物網」會員人數成長14萬人

「iQueen愛女人購物網」主打女性消費群，經營內容主要為美妝保養和窈窕保健品類為主的商品。我們透過大數據系統直接對接客戶瀏覽紀錄、消費行為及消費週期進行演算進而主動推薦，更精準地滿足客戶需求，提供客戶個人化的服務體驗。此外我們也積極透過開發新品及異業合作（如，藝人、網紅合作），開發業務，2021年的會員人數增加14萬人。

軒郁靠直播銷售，業績逆勢成長200%

原軒郁國際海外特通業務，如實體通路、百貨商場及機場免稅店業績都受到疫情影響，但我們迅速因應危機，將較傳統的B2B業務轉型為B2B2C的直播銷售模式，經過近半年的努力業績逐步穩定，更創下一場直播賣出1萬多盒夜酵素的佳績，並且整年業績大幅成長200%，軒郁國際以靈活的應變能力，充分見證危機就是轉機。



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新
2.2 產學合作
2.3 產品安全責任
2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

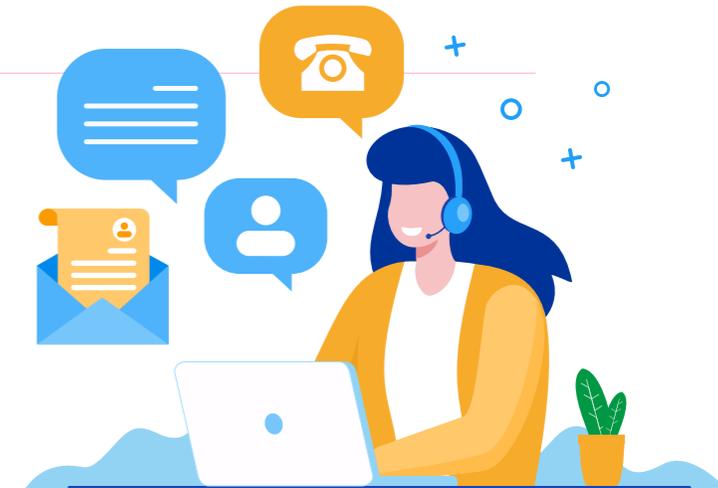
附錄

2.4 客戶服務

客戶申訴管理

集團訂有「客戶抱怨與退貨處理程序」，依據此處理程序，客戶可以透過軒郁國際多方管道（網站留言、LINE、FB、客服電話等），反應客訴問題，我們會立即受理客訴，並依照SOP規定填寫客訴處理表單，以最快的速度回覆客戶需求執行改善措施，2021年度我們的B2C客訴率已低於10%，並且連續三年完成24小時內客戶結案率100%。海外近3年海外B2B客訴申訴結案率90%*6。近三年軒郁國際皆未接獲重大客訴事件。

*6-2021年有1案未於12/31前結案，係因委請代工廠進行多方測試，此客訴案已於2022/1/20按照客訴申訴管理流程結案。



◆ 客戶申訴處理流程

接收客戶進線抱怨

責任判定

原因分析

執行改善措施

效果確認與結案

◆ 近三年B2C客訴率與結案率

	客戶申訴率	客戶結案率
2019年	10.3%	100%
2020年	10.4%	100%
2021年	8.6%	100%

◆ 近三年海外客訴率與結案率

	客戶申訴率	客戶結案率
2019年	海外:4件	100%
2020年	海外:4件	100%
2021年	海外:10件 特殊通路:4件	海外:90% 特殊通路:100%



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.4 客戶服務

2.4.2 資訊與隱私安全

為確保當資訊安全事故發生時，得以在第一時間被妥善處置，軒郁國際訂有「資訊安全事故管理程序」，使相關處理與負責單位能在最短時間內，經由事故通報程序取得並掌握訊息，即時作出研判，採取必要之應變措施避免事故擴大，以降低可能帶來之損害。

◆ 2021年個資防護作為

項目	內容
新建置防火牆	2021年底採購SOPHSE防火牆，提昇公司安全防護能力。
會員權益聲明	iQueen愛女人購物網僅要求消費者在註冊會員時提供必要個人資訊，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。
會員個資遮罩功能	為提升品牌資訊安全，將訂單資訊內會員姓名、電話等足以識別個人的資料，進行遮碼、去識別化，以降低個資外洩風險（以不影響品牌出貨操作為前提）。



◆ 2021年度本土疫情嚴峻，軒郁國際積極提升資訊安全防護等級，使員工居家辦公得以擁有安全的遠端工作環境

- 1 採購安瑞科技高端網路設備VPN，將網路流量加密，確保在家工作期間公司網路安全性。
- 2 採購Sophos高等防火牆之入侵預防系統(Intrusion Prevention System, IPS)功能，阻擋遠端惡意網路攻擊。
- 3 啟動資料存取監控與備存，還原因惡意程式刪除公司資料或是員工不當操作所帶來損失。



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

CH2 產品責任

2.1 永續產品與創新

2.2 產學合作

2.3 產品安全責任

2.4 客戶服務

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

2.4 客戶服務

資安事件通報與處理程序

依據「資訊安全事故管理程序」，當內部或外部人員發現可疑資訊安全事件、事故或安全弱點時，應先向權責主管進行通報，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。

1. 資訊安全通報：

通報內容宜包含發生時間、地點、事故狀況說明、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參考。資訊單位人員於收到通知後，需確認是否為資訊安全事件，必要時召集外部廠商、顧問協助作業單位進行後續處理，並於48小時內將「資訊安全事件處理單」後呈報資訊單位主管覆核。

2. 資訊安全事件評估、決策：

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。

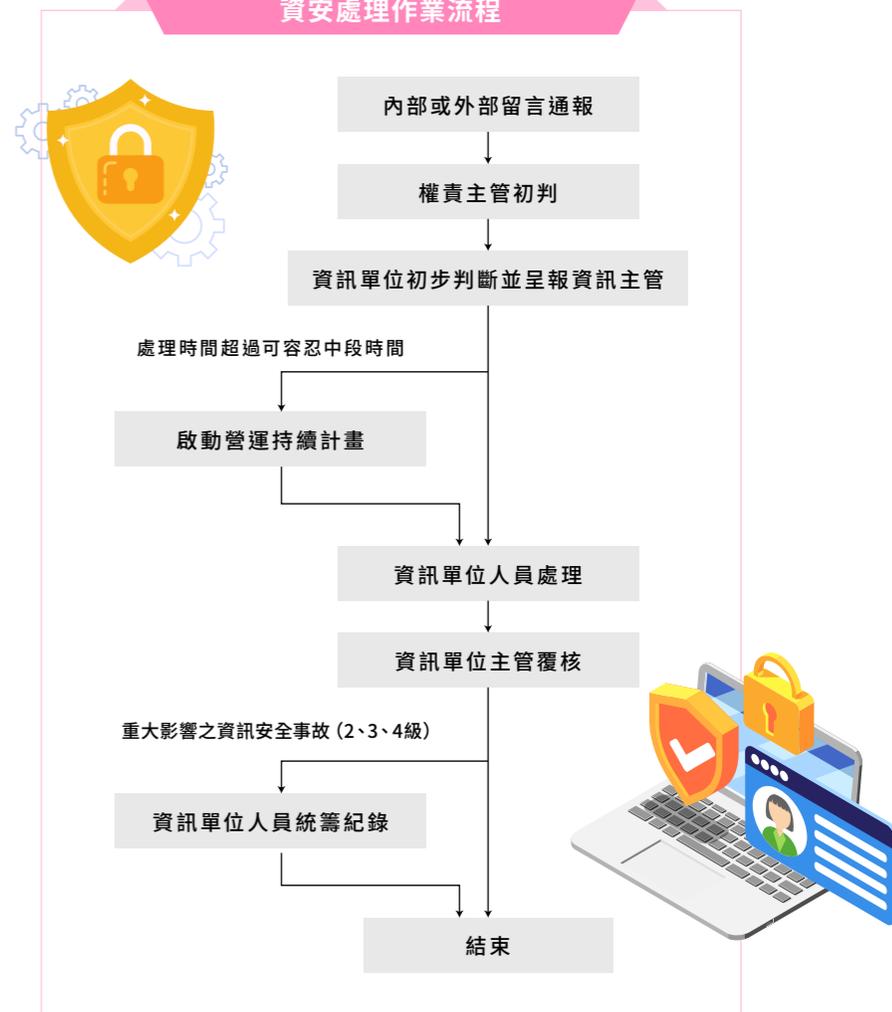
3. 資訊安全之安全檢討：

資訊單位人員應定期將資訊安全事故統計資訊呈報主管，以追蹤資訊安全事故發生狀況與改善進度。對於2、3、4級事件及主管要求之1級事件，在完成資訊安全事件之通報及應變程序後，應針對所造成之衝擊、損害及影響進行調查及改善。

◆ 近三年侵犯客戶隱私權客訴事件

軒郁國際2019~2020並無發生客戶隱私受損事件，惟2021年第四季發生客戶隱私事件，主因是消費者接到詐騙電話，事件發生當下，我們立即啟動資安事故管理程序，請資安廠商進行全面檢驗，並於各平台官網進行反詐騙宣導，傳送反詐騙簡訊、推播告知消費者，也重新審核全品牌平台帳號權限。依據110年12月7日經濟部函（經商字第11002439610號），此次隱私受損事件共47件已於2021年底正式全數結案。

資安處理作業流程



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

附錄

03 環境永續



12 責任消費與生產



13 氣候行動



17 全球夥伴



氣候變遷
因應



營運環境
管理



永續
供應鏈



綠色物流



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

附錄

重大議題：營運環境管理

對軒郁國際的意義		氣溫異常、海平面上升、洪水氾濫、極端降雨及熱浪都是全球氣候變遷的鐵證，泱泱大國的碳排放量也對全球的暖化造成極大的影響，現今各國對於氣候環境改善的議題已經是勢在必行，為了將來下一代的生存，企業對於環境保護的意識也必定要與世界的腳步同行。
政策與承諾		軒郁國際在環保議題中與世界同步，明定辦公室節水節電、廢棄物減量及減少碳排放的政策，以更周詳的規範並徹底執行。
責任單位與資源		主要由總務部針對辦公室之節水節電進行定期資料的蒐整，廢棄物減量及減碳活動之策畫與對內宣導，則主要由公關部門協助整合。
目 標	短期 (未來1年)	◆節水、節電：(2022年目標比2021年下降5%) 1.更換原水冷式中央空調 2.全面換購LED節能燈具 ◆廢棄物減量： 1.持續推動無紙化政策 2.定期紀錄廢棄物重量與清運數據 ◆減碳活動： 1.加強辦公室綠化環境 2.鼓勵同仁上下班、差勤、員工旅遊多利用大眾運輸工具及共享乘車
	中長期 (未來3-5年)	1.紙張、包材等資源循環再利用 2.採購綠色產品及節能高效能設備 3.各項設備加裝控制器開啟節能模式 4.辦公室安裝遮光簾降溫 5.響應聯合國蔬食主張
具體行動與績效		◆節水、節電： 1.提倡中午休息時間全辦公室關燈1小時 2.夏季巔峰用電時間調整為9:00~17:00 3.更換辦公室90%窗簾為遮光簾做降溫用 ◆廢棄物減量： 1.公司推行全90%無紙化政策 2.有效控制影印紙張用及再生紙利用 3.員工徹底實施垃圾分類以減少廢棄物容量及重量 ◆減碳活動： 1.儘量以走樓梯代替減少搭乘電梯次數以達到減碳效果

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

附錄

3.1 氣候變遷因應

面對氣候變遷日益嚴峻的危機，軒郁國際將發展永續環境視為己任，訂定短中長期的節能環保計畫，並承諾未來會將旗下美容保養包材陸續轉為綠色環保的循環材料，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。(有關產品包材之承諾與現行績效，請參考2.1 永續產品與創新)

我們參考TCFD所發布《氣候相關財務揭露建議》(Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures)，分別就該建議指南所提及之兩大氣候相關風險類別，初步分別歸納出以下2項氣候變遷風險及相對應之因應方式：

風險類別	面向	項目	挑戰與衝擊	因應措施
轉型風險	市場	客戶及市場需求改變	消費者反應且希望能夠購買低碳的環保商品，利害關係人期待企業提升環境保護績效。	<ul style="list-style-type: none">◆ 由商品開發部門自產品研發階段即朝減少、共同使用同款包耗材理念設計產品。◆ 針對現有品項逐步使用具FCS認證及PCR的包材。
實體風險	立即性風險	極端天氣事件	極端天氣事件造成供水異常、停電，致使供應鏈廠商及設備損失，造成供應鏈供貨中斷，影響銷售庫存量。	<ul style="list-style-type: none">◆ 主要代工廠位於台灣中區供應商之外，亦於尋求其他縣市之優質供應商進行合作。◆ 多元產品上市以分散商品種類集中風險。◆ 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。

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

附錄

3.2 營運環境管理

無紙化的綠色營運

針對綠色營運方面，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年起即在辦公室推展愛護地球的系列活動，其中一積極推行「無紙化政策」。我們透過BPM系統進行線上簽核作業，讓用紙量逐漸減少，並同步宣導員工環境保護的觀念，以達到珍惜資源的目標。2021年的用紙量相較2020年已節省38.7%，未來我們將持續推行本計畫。

能源管理

軒郁國際有關產品的生產與製造部門皆委託給專案廠商進行，因此內部能源之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，用電來源皆為向台電購買外購電力。

2021年軒郁國際辦公室區域用電量及總能源消耗量則分別較去年減少**26,938**度及**96,929.39**仟焦耳，判斷下降原因除了跟我們落地執行的節能計畫相關之外，主因乃為受到疫情嚴峻影響，公司曾短暫執行居家辦公所致。集團近3年內部能源使用狀況及辦公室能源密集度之統計結果如下：

能源使用類別	事業體	2019年	2020年	2021年
外購電力	軒郁國際	90,778	123,359	100,119
	新普利	17,888	19,407	15,709
	總計	108,666	142,766	115,828

自2020年度起正式開始啟用美妝實驗室

能源使用類別	事業體	2019年	2020年	2021年
外購電力	軒郁國際	326,640.03	443,875.2	360,252.19
	新普利	64,365.32	69,831.04	56,524.75
	總計	391,006.35	513,706.33	416,776.94

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

能源密集度	事業體	2019年	2020年	2021年
人均能源耗能量	軒郁國際	916.95	1,298.52	1,137.72
	新普利	5,962.67	3,234.50	872.72
	總計	1,065.35	1,413.52	1,092.72

水資源管理

軒郁國際主要用水為民生及空調用水，使用之水源皆取台北當地自來水廠，並無直接取用地下水及河川。2021年集團位於台北之辦公室用水量總計較2020年減少**329**度，為受到曾執行一段時間居家辦公及分流上班所影響，未來我們將持續推動辦公室場域內之節水管理措施。預計2022年將辦公室廚房及廁所水龍頭更換為感應式，透過設定時間來控制以節省用水量。

用水	事業體	2019年	2020年	2021年
用水量	軒郁國際	385	578	411
	新普利	454	619	457
	總計	839	1,197	868

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

附錄

廢棄物管理

為落實廢棄物減量，我們於不同樓層間設有資源回收專門區域，包括紙類、紙容器、廚餘、塑膠類、鐵鋁罐、玻璃類及一般垃圾等，經員工簡易歸類後，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。2021年度年末開始，我們啟用「軒郁環保急救站」，讓同仁得以借用乾淨且消毒完成之環保餐具，貫徹我們對於「減廢」此一綠色營運主軸的精神。此外，為了明確記錄辦公室場域內之垃圾處理總重量，我們透過各部門輪班制度，每天透過磅秤建立當天各項垃圾之重量，做為未來集團垃圾減量目標之衡量基礎。

環保管理作為

雖然集團目前所租用之辦公室位於一般商用大樓內，我們仍定期針對辦公室所使用的能資源使用狀況進行盤點，並與公寓大廈管理委員會及房東進行討論，如何進一步擬定合適目前軒郁國際商業模式的環保節能、節水、減廢計畫，方式包括如全面換購LED節能燈具及提倡夏日辦公日關燈1小時等。

未來我們將持續針對用電、用水量執行確認，並落實可實際執行的綠色營運計畫，以達成所設定的能資源環保目標。

環保管理作為			
年度	目標面向	方 案 作 為	
2020年	節電	替換辦公室LED省電燈泡（已完成50%）	
	減廢	加強宣導環保餐具使用	
2021年	減紙	實施無紙化作業	
	節能減碳	宣導同仁以走路代替搭乘電梯	
	節水	廁所、廚房更換水龍頭省水閥	
	減廢		加強宣導並落實環保餐具使用
			執行垃圾分類宣導之教育訓練
		啟用「軒郁環保急救站」	



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

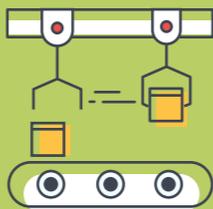
附錄

3.3 永續供應鏈

3.3.1 供應商管理

軒郁國際所有合作之供應商及代工廠，皆須依循集團之採購、生產相關作業規範執行，透過事前廠商的遴選、出貨規範管控、年度評鑑及不定期知識資源分享等措施持續提升供應商管理措施。

供應商評估與遴選



1. 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。
2. 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



1. 採購部門提供新的作業規範、出貨規範，給供應商充分的準備。
2. 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、交期配合度等要項進行評核。

定期檢視、改善計畫



1. 代工廠商經評核不合格者，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。
2. 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。
3. 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。

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

附錄

深化永續供應商管理精神

隨著近年來永續及ESG浪潮蔓延，我們亦在既有的供應商管理流程中融入ESG原則，在與新進供應商合作前即要求其簽署「軒郁集團合作夥伴承諾書」，內含我們對於供應商於「企業社會責任」應盡之期待；除此之外，我們更透過定期與不定期地了解供應商於ESG面向上的具體成果，列為供應商評鑑之加分項目，並持續推動永續採購及綠色供應鏈之深化，積極與供應商分享相關知識以擴大正面影響力。

供應商評鑑與稽核

採購、物流部門針對已配合的供應商、代工廠、物流商，於每年第一季根據「廠商評鑑作業辦法」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。

軒郁國際建有完善的供應商評鑑分級制度，共區分為A、B及C三個級距，主要評鑑面向可區分為：品質管理及經營管理。其中，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，針對不合格供應商，則會請廠商限期內改善，或下次工廠稽核時再次稽查驗證。

供應商評鑑面向說明

評鑑面向	評鑑面向內含說明	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%

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稽核。2021年共稽核5家代工廠，經實地稽核後發現，僅1家所提供之成分表與實際量產之配方有所差異，已請該廠商改善，並列為下次稽核時的待追蹤事項。

供應商評鑑成果

年度	2019	2020	2021
供應商總家數	72	125	134
評鑑家數	72	125	134
評鑑百分比	100%	100%	100%
A級	2	2	28
B級	68	121	95
C級	2	2	11
合格率	97.2%	98.4%	91.79%

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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綠色物流

CH4 社會共融

附錄

3.3.2 責任採購

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。2021年集團總採購金額為434,290仟元，為落實在地採購，降低運輸過程之碳足跡，我們主要原物料採購來源皆100%來自台灣本地，共佔總採購金額之11.72%。

單位：新台幣仟元

採購類別	採購金額	採購金額比例
代工廠	119,792	27.58%
原物料供應商	50,880	11.72%
其他供應商	263,618	60.70%
總計	434,290	100%

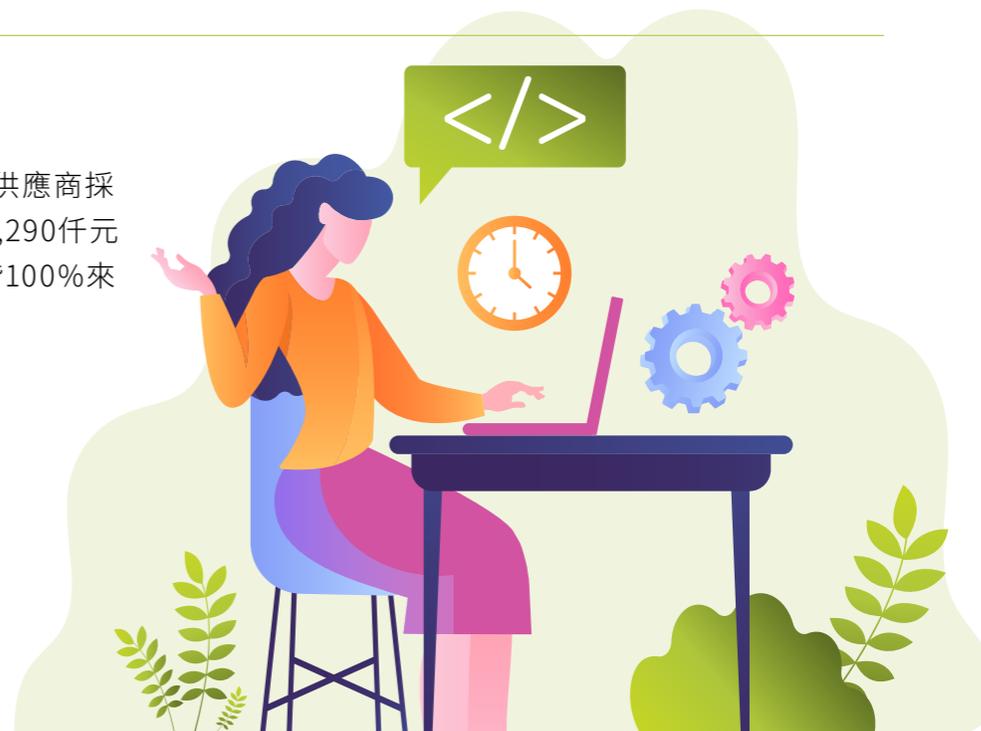
※上述採購金額僅包括代工廠、原物料及其他進行之供應商採購金額，物流商及辦公室一般採購金額未統計其中。

辦公室用品綠色採購

關於辦公室用品之一般採購部分，我們參考行政院環境保護署綠色生活資訊網之環保產品查詢系統，針對有取得「節能標章」、「省水標章」及「綠建材標章」之採購品項進行盤點。2021年辦公室用品之總採購金額為1,486,635元，其中共有26.50%、394,540元符合台灣政府對於綠色採購之定義。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做為辦公室落實綠色營運的重要指標之一。

疫情衝擊採購情形

面對延續2020之新冠疫情衝擊，為及早因應原物料之供應可能面臨斷貨之風險，軒郁國際之採購部門於生產排程的同時，除了即提前拉長預估備貨量由原1個月增長至3個月用量外，針對期貨類之採購品項，我們亦經事前評估後提早下單備料。



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

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 綠色物流

CH4 社會共融

附錄

3.4 綠色物流

落實低碳環保物流

我們在遴選合作物流廠商的時候，便將環境保護列為主要之評選要點。除了考量倉儲及運送等基本作業方式外，也將電子簽收系統及自動化之集運方式，列入評估項目，希望可以透過減少運送趟次以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，未來我們希望可以持續與物流商建立緊密之合作關係，以達到軒郁國際對於落實綠色產品之期望。

其中，我們針對綠色物流之管理方針及作為主要可彙整如下：

	管 理 方 針 與 作 為
1	集中物流作業系統及統籌分配集運流程
2	包裝、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
3	併單處理，減少重複寄送，降低碳足跡
4	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

作為台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，主要檢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。在疫情衝擊下，物流業者透過多班的人力輪班制度，及整線整車的集運配送制度進行轉運，降低因人力短缺而引發營運及斷鏈風險。



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

04

社會共融



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

重大議題：人才培育與職涯發展

對軒郁國際的意義

軒郁國際深信，人才不但是企業的重要資產，更是企業成功的關鍵。因此，我們高度重視員工的培育與職涯發展，提供員工專業職能訓練，期許軒郁人能不斷突破自我、追求成長卓越。

政策與承諾

配合公司的營運目標與組織發展需求，軒郁國際規劃及訂定員工培育計畫，提供包含專業職能訓練、領導統御才能及自我發展等培育項目，提供員工多元學習的機會，謀求人力的有效運用。

責任單位與資源

由行政管理處主管及人資部於每年度依當年的公司目標及業務發展方向規劃員工的人才培育及職涯發展計畫；透過與業界專業人士合作及使用業界課程工具等方法，不斷創新職涯培育的執行方式，提供員工最佳的學習資源與課程內容。

目標

短期（未來1年）

建立成熟的講師培育機制、建設內部的專業講師團隊，提供內部產品管理或內部流程管理等專業課程主題。

中長期（未來3-5年）

- ◆提供員工碩博士學習津貼，強化公司優秀人才的高階能力。
- ◆建置員工的個人學習護照系統，系統化記錄員工到職後的學習課程與進度累積。

具體行動與績效

- ◆舉行共8場實體教育訓練，課程內容包含團隊凝聚激勵、品牌行銷之道、團隊領導培訓、效率工作管理
- ◆疫情期間調整改以Zoom線上直播方式舉行有關新進人員內部管理流程說明、品牌及產品資訊介紹、企業道德與資訊安全宣導等訓練共9場

重大議題：社會參與

對軒郁國際的意義

軒郁國際將關懷社會及推廣公益視為我們的職志，我們持續關懷弱勢團體，並鼓勵員工攜手發揮愛心、齊力投入公益活動；我們亦推崇「尊重生命」之理念，期許為社會盡一份心力、發揚人溺己溺的人本精神。

政策與承諾

軒郁國際將公司成立日訂定為軒郁公益日；在每年的5月18日，公司引領全體員工攜手為社會做一件有意義的好事，不論工作日或假日均全體參與執行。

責任單位與資源

由管理部、人資部及總經理室共同規劃，每年在社會投入項目投入固定之金額，並主動提供物資、資金或人力等資源予有需求之社會團體，協助放大社會團體之社會影響力與成效。

目標

短期（未來1年）

- ◆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

中長期（未來3-5年）

提升贊助活動之效益與社會影響力
定期參與提升台灣國際能見度之公益活動

具體行動與績效

- ◆捐贈至花蓮縣政府設立「0402台鐵408車次事故捐款專戶」一百萬元 協助太魯閣號事故救災
- ◆響應世界地球日做綠色生活每人每日減碳一公斤
- ◆忠義基金會「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259,200元
- ◆陽光基金會慈善年曆認購200本

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

4.1 人力資源發展

人力結構組成

我們秉持「公平聘雇」及「用人適才」之原則，除了依循台灣勞動基準法規範，不聘雇未滿15歲之人員外，亦不因「種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙、星座、血型或以往工會會員身分」為由，予以歧視或不予任用。截至2021年底，集團共擁有106位員工，包含全職員工104位及兼職員工2位。因集團業務主要集中於女性客群之美妝及保健食品，僱用員工女性佔比全集團8成以上，男女平等，薪資、福利、各項制度亦不因性別而有所歧視及任何差別待遇。集團無海外派遣據點及海外派遣員工，6名外籍同仁皆在台灣台北辦公室辦公。

類別		集團					軒郁國際					新普利				
		男		女		總人數	男		女		總人數	男		女		總人數
		人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例	
勞雇類型	全職	12	11.3%	92	86.8%	104	9	10.2%	77	87.5%	86	3	16.7%	15	83.3%	18
	兼職	0	--	2	1.9%	2	0	0%	2	2.3%	2	0	--	0	--	0
職級	高階主管	3	2.8%	7	6.6%	10	2	2.3%	7	8.0%	9	1	5.6%	0	--	1
	中階主管	3	2.8%	26	24.5%	29	3	3.4%	21	23.9%	24	0	--	5	27.8%	5
	一般員工	6	5.7%	61	57.5%	67	4	4.5%	51	58.0%	55	2	11.1%	10	55.6%	12
年齡	30歲以下	2	1.9%	37	34.9%	39	2	2.3%	33	37.5%	35	0	--	4	22.2%	4
	31-50歲	10	9.4%	55	51.9%	65	7	8.0%	46	52.3%	53	3	16.7%	9	50.0%	12
	50歲以上	0	--	2	1.9%	2	0	--	0	1.9%	0	0	--	2	11.1%	2

多元的招募管道

除了有效使用一般招募管道（如徵才網站）外，我們亦十分重視以下管道找尋適合之人才：

1. 主動搜尋 除了接收外部人員主動投遞履歷之外，我們更主動搜尋及聯繫符合公司職缺條件之人才，提升公司聘僱適任人才之機率。
2. 內部員工轉調 為使員工能適才適所、發揮潛力，公司鼓勵同仁提出轉調需求，達到公司與員工的雙贏局面。若同仁主動欲申請轉調，須先提出書面申請，並經由轉調單位及人資單位面談；核決後異動完成。
3. 員工推薦 由過去經驗得知，公司同仁所推薦之人選皆具良好品質與穩定性，因此我們亦鼓勵同仁配合招募甄選流程推薦適合人選，發揮內部推薦之最佳效果。

◆多元聘雇情形統計

公司	集團		軒郁國際		新普利	
公司總人數	106		88		18	
類別	人數	比例	人數	比例	人數	比例
身心障礙	1	1%	1	1%	--	--
外籍員工	6	6%	6	7%	--	--
原住民	因重視員工隱私未進行身分調查，因而無實際數據呈現					

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

新進員工人數與性別占比

類別	集團					軒郁國際					新普利				
	男		女		總人數	男		女		總人數	男		女		總人數
	人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例	
30歲以下	1	3%	21	54%	22	1	3%	20	57%	21	0	0%	1	25%	1
31-50歲	2	5%	15	38%	17	2	6%	12	34%	14	0	0%	3	75%	3
50歲以上	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0
合計	3	8%	36	92%	39	3	9%	32	91%	35	0	0%	4	100%	4

離職員工人數與性別占比

類別	集團					軒郁國際					新普利				
	男		女		總人數	男		女		總人數	男		女		總人數
	人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例	
30歲以下	1	4%	17	68%	18	1	4%	16	67%	17	0	0%	1	100%	1
31-50歲	2	8%	4	16%	6	2	8%	4	17%	6	0	0%	0	0%	0
50歲以上	0	0%	1	4%	1	0	0%	1	4%	1	0	0%	0	0%	0
合計	3	12%	22	88%	25	3	13%	21	88%	24	0	0%	1	100%	1

新進員工人數與性別占比

類別	集團		軒郁國際		新普利	
	人數	新進率	人數	新進率	人數	新進率
新進員工	39	36.8%	35	39.8%	4	22.2%
離職員工	人數	離職率	人數	離職率	人數	離職率
人數/比例	25	19%	24	21.4%	1	5.2%

近三年之新進率與離職率

項目	2019年	2020年	2021年
新進率	34.0%	29.0%	36.8%
離職率	11.3%	15.1%	19.0%

※新進率 = 【當年度新進總人數】 / 【當年度期末總人數】；離職率 = 【當年度離職總人數】 / 【當年度期末總人數】 + 【離職總人數】



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

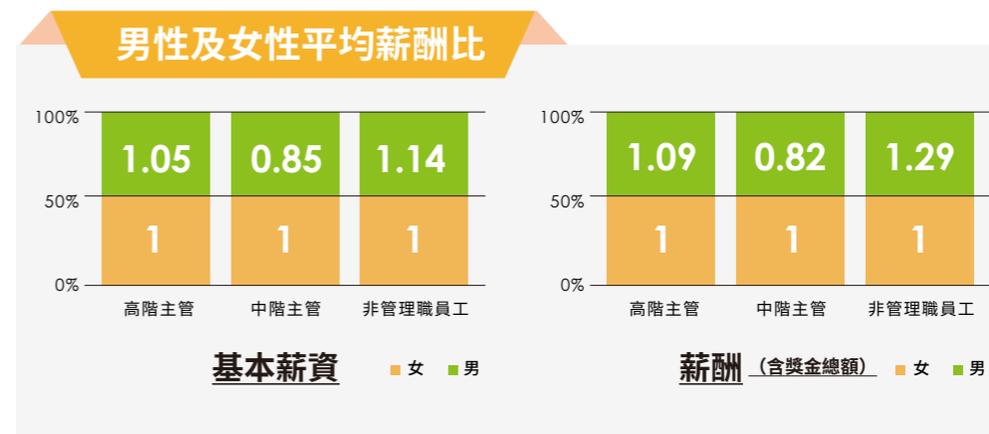
附錄

4.2 幸福職場

具競爭力的薪酬

軒郁國際重視每位同仁的個人目標及團隊使命，期許軒郁人能不斷突破自我、追求成長卓越。我們擁有優於勞基法1.5倍之起薪，落實同工同酬、使每位夥伴在公司都能安心工作，希望能創造良性競爭與職場倫理並重的職場環境。

非主管薪資平均數及中位數		單位：仟元
細則	2021年	
非擔任主管職務之全時員工薪資總額 (A)	51,585	
非擔任主管職務之全時員工數 (B)	88	
非擔任主管職務之全時員工薪資平均數 (A/B)	586	
非擔任主管職務之全時員工薪資中位數	646	



註：

(1) 女性為 1 作為比例、(2) 獎金含業績獎金、年終獎金、(3) 不含約聘時薪工讀生

績效考核制度

為有效管理與評估同仁日常的工作表現，我們訂有完善的薪酬與績效考核政策，以核心能力、創新態度、團隊互助及事蹟佐證等四大面向作為KPI考核基準及升遷依據。

應受集團考核之員工類型為正職聘任員工，試用期人員則於到職日第二個月進行試用期評核。未滿試用期者或是於當年度10月1日以後入職者皆不列入該年度的績效考核；實習生、公司副總、一階主管、總經理則無須列入考核範圍。

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

受考核與應受考核人數與男女比例

類別	男		女		受考核總人數	佔應受考核總人數之比例
	受考核人數	佔應受考核人數之比例	受考核人數	佔應受考核人數之比例		
軒郁國際	5	7%	66	93%	71	100%
新普利	3	20%	12	80%	15	100%
全公司	8	9%	78	91%	86	100%

薪資調整及獎金發放

考核結束後，主管會依同仁之表現，公正且確實地將其優異的表現反映在薪資調整及獎金發放等方式上，予以員工獎勵。每年的調薪時間為3月或9月，調薪時間得視公司之營運狀況調整。新進人員在通過試用期後，或到職滿一年符合晉升資格後，或在同年度內累計大功2次時，得視表現予以調薪。軒郁國際近3年之調薪幅度達3%，並視當年度整體營運情形及同仁表現予以不同程度之獎酬。

員工福利政策

軒郁國際視員工為寶貴資產並期許落實照顧員工的責任；除了周休二日、特休例假及勞健保權益之外，我們更提供多項結婚、喪葬、生育、育兒、教育、保險、節慶慶祝等項目之員工福利及獎助。此外，集團於2017年成立職工福利委員會，每屆設置共10名、任期1年之委員，負責推動、籌劃、執行與監督各項與公司職工福利事業相關之事宜。

輔助福利與保險種類

輔助福利

提供員工結婚禮金、生育津貼、育兒津貼及喪葬補助

教育獎助

- 提供員工參與進修課程之費用補助，並全額給付公司指派員工參加之進修課程費用

休閒育樂

- 提供員工旅遊津貼、社團活動費用補助，亦為員工定期舉辦慶生活動及節慶活動

其他福利

- 提供員工生日禮金、給薪之生日特休假、團體保險、防疫保險、健康檢查、節慶禮品、員工尾牙及公司產品購物優惠

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

員工旅遊及社團、慶生活動

在新冠肺炎發生前，軒郁國際皆定期舉辦國內外員工旅遊、尾牙、慶生會及多項節慶活動；疫情發生後，為確保員工及其家人之健康與安全，將多人團體活動取消，並改以其他方式提供員工福利，例如：因應員工旅遊之取消，我們改以提供旅遊券之方式持續提供員工旅遊的福利。

員工慶生會



交換禮物生日會

員工慶生會



聖誕慶生會

員工社團活動



電影欣賞社團

員工社團活動



電影欣賞社團

育嬰留停情形

項 目	男	女
A. 當年度（2021）符合育嬰假申請資格人數	1	3
B. 2021年實際申請育嬰留職停薪人數	1	3
申請率（B/A%）：符合申請育嬰停留資格人數及實際申請育嬰停留人數之比例	100%	100%
C. 應於當年度（2021）復職人數	1	0
D. 2021年實際申請復職人數	1	0
復職率（D/C%）：育嬰留職停薪後復職比例	100%	—
E. 上一年度（2020）實際育嬰留停復職人數	0	3
F. 上一年度（2020）年育嬰留停後復職滿一年	0	2
留任率（F/E%）：育嬰留職停薪復職後留任比例	—	67%

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

4.2.2 勞資關係維護

| 勞資關係管理與溝通管道 |

我們於2016年起成立勞資方代表，並固定於每季舉行一次勞資會議，並留有詳細之會議及出席代表記錄。藉由例行性勞資會議的舉辦，軒郁國際提供勞資雙方一個固定且可靠之溝通管道與機會，在會議中，我們會針對近期頒布之勞動政策、公司制度及員工福利活動等主題進行議題討論與政策宣導，亦處理當期較長受員工反映之議題，以共同追求企業與員工之最佳利益。

勞資會議由勞方與資方代表各五人組成；其中女性代表占八成，符合本公司之男女比例代表，亦顯示勞資代表之組成符合性別比例原則，且不具歧視或差別待遇。軒郁國際於2021年未收到任何內部員工之申訴案件。

| 性別平等權益政策與落實 |

軒郁國際重視性別平等議題，不因員工性別而在其工作或薪酬等面向而有所差異或歧視；集團制定「性騷擾防治措施及申訴辦法」，並將人權政策列為公司治理評鑑中之重要項目。為落實實質性別平等及員工性別權益，軒郁國際在公司內設有順暢之性別平等權益及相關議題之溝通管道，若員工有疑問或欲提出建議亦可向主管提出。軒郁國際於2021年未收到任何歧視案件或申訴（包括性別歧視）。

| 我們透過以下方式於公司內落實性別平權 |

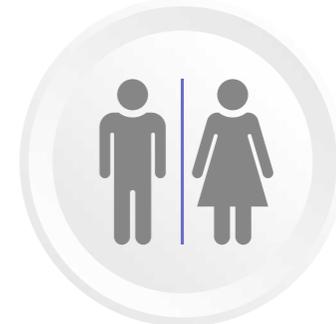
- ◆將制定之「性騷擾防治措施及申訴辦法」，張貼於公開布告欄上。
- ◆設置騷擾性騷擾申訴管道（專線電話及電子信箱）以落實性騷擾防治。
- ◆公司六樓辦公室廁所為性別友善廁所，共有3間，男性、女性員工皆能使用。

為提供員工直接向公司表達建議或想法的機會與管道，以及讓總經理貼近同仁想法及創意，我們特別設置一實體的總經理信箱，由總經理親自閱讀員工之信件及受理內容；若員工之改善建議內容能實質改善或更優化公司營運，總經理將親自邀請該員工共同進行「精饌食光」。

實體總經理信箱



性別友善廁所



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

4.2.3 職業健康安全

職業安全衛生政策及管理方式

軒郁國際因尚屬人數100人以下之第三類低度風險事業行業別，雖無特別設置職業安全衛生政策，但是我們持續重視給予員工專業之職業安全衛生觀念知識及清潔健康之工作環境。

我們每年皆會為員工舉辦至少一次之職業安全衛生教育訓練課程，並邀請外部具合格證照的安全講習教練，課程內容包含火災及天然災害應變方法、安全急救法與AED使用教學，以及食安問題之探討，提供員工正確及專業的環境安全衛生觀念與知識。此外，我們每年例行實施辦公室作業環境消毒及電話話機消毒，提供員工清潔的工作環境。軒郁國際於2021並未有任何職業傷害案件發生。

職業安全衛生及健康管理教育訓練

訓練類別	辦理次數	受訓時數合計	參訓人次合計
安全衛生在職訓練	3	5	265
健康管理訓練	1	1	94

職業安全衛生教育訓練情形紀錄



近3年邀請外部講師舉辦安全講座之情形

年份	主題與主講人	受訓時數合計	參與人次合計
2019	台灣安全保護協會吳俊賢教官主講《呼吸道異物梗塞急救法及消防安全講習》	2	93
2020	中華民國消防安全協會程建國教官主講《防火防災教育訓練》	1	94
	伊健健康管理王滄閔顧問主講《食安危機及上班族壓力宣洩課程》	1	94
2021	台灣安全保護協會陳盈謀教官主講《消防職安防護課程》	2	78

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

員工健康促進活動

軒郁國際珍視員工的健康，因此，我們定期舉辦相關之員工健康促進活動，並提供健康檢查之機會及紓壓按摩之福利，讓員工能在工作之餘亦能適時放鬆、追蹤自身的健康狀態。

防疫政策

因應新冠肺炎疫情衝擊，軒郁國際為保障員工及其家屬的健康及控管公司在疫情之下之營運風險，我們訂定全面且嚴謹之防疫政策，並提供以下措施與員工福利，希望能營造出讓員工感到安心及健康的工作環境。

此外，為因應居家辦公期間同仁需要遠距辦公，我們亦在第一時間採購最高加密等級的VPN及防火牆，將所有網路流將資訊加密，在阻擋遠端惡意網路攻擊的同時，也確保同仁在家工作期間的公司資料安全性。（更多有關資訊安全防護的加強措施請參考2.4.2 資訊與隱私安全）

健康專案/活動名稱	內容
在職員工健康檢查	安排專業健檢中心，提供員工基本健康檢查項目，並為員工眷屬爭取與該員工同等級之健檢服務。
健康講座訓練	邀約專業診所中心之醫護人員、營養師，規劃時下之重要之身心健康或自我檢測議題對員工進行宣導。
紓壓按摩服務	聘用視障按摩師至公司，提供員工每週2天、每次20分鐘的紓壓按摩時間。

防疫項目	內容
防疫保險	1月份由公司要保全體公司員工投保防疫保險
居家辦公	5月份全面啟動居家辦公，提供同仁安全的辦公環境
快篩量測	採購快篩試劑，每週提供員工試劑、自行檢測並回傳結果備查
分流上班	待疫情較為穩定後，將員工分為A、B班，於不同天進公司上班，減少接觸的機會及染疫風險，促進辦公環境之安定與員工之健康安全
足跡調查	本公司不定期發放足跡調查問卷，以確保辦公室的安全，並掌握同仁之健康
疫苗假	配合政府推動疫苗施打，公司特別提供員工疫苗假及多一日之病假，讓員工能安心施打疫苗；公司亦會調查員工的施打疫苗情形
設置隔板	為減少飛沫傳染的風險，公司在疫情期間在辦公室每個座位之間設置隔板
員工關懷	在疫情期間，人資提供員工系統性之協助並亦關懷員工之身心健康情形

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

4.3 訓練與發展

| 員工訓練政策及理念 |

軒郁國際將人才視為企業的重要資產及企業成功的關鍵。因此，我們高度重視員工的職涯發展與培育，並將此責任視為軒郁集團的重大議題。為謀求人力的有效運用，軒郁國際的員工培育及職涯發展計畫，每年由行政管理處主管及人資部規劃訂定，並且配合當年度的公司目標及業務發展方向，制定出最適合員工之專業職能、軟實力課程，並與業界專業人士合作、不斷創新職涯培育之執行方式。

| 員工訓練課程規劃與執行 |

集團除了每年皆舉行2次針對全體團隊的共識凝聚訓練，也會依照員工任職的年資及職位階層將員工分組，安排適當程度之訓練課程。透過分組學習之方式，員工能相互學習及鼓勵，增進員工動力持續加深加強學習。此外，多數課程皆採取小班制且配有實作演練的環節，能夠讓同仁達到學以致用的目的。

軒郁國際規範員工須至少參與訓練並達到24小時以上的訓練時數。其中我們每年會為員工規劃兼具「專業職能力」及「生活職場軟實力」二面向的多元課程內容，安排每位員工每年至少參與2次的訓練學習。針對新進員工，亦有規劃於報到日之新人訓練，詳細介紹公司之制度與文化。因應新冠肺炎疫情，為使本公司之人才培訓規劃之進行不受影響，我們提供線上視訊直播 (Zoom) 之上課管道，提供各類教育訓練課程或宣導課程。如企業內部管理流程訓練、新品說明會，企業道德與資訊安全教育宣導、防災安全與法規新知宣導活動等。

| 員工訓練回饋機制 |

為了能夠幫助軒郁公司、人資部及主管瞭解員工的職涯學習情形、職涯課程之成效及改善空間，集團內有多項管道供員工針對課程表達意見與反饋，包括透過培育課程之課後問卷或於員工與主管的例行關懷訪談中進行溝通。此外，人資部亦會觀察課程之執行與員工之學習成果，並彙整相關報告提供給各單位主管。

| 鼓勵員工參與外部訓練 |

除了內部之教育訓練，軒郁國際亦鼓勵員工參與外部機構舉辦之訓練課程。針對實體之外部課程，公司提供補助並留存其個人學習證照及心得。若員工在外部訓練之所學可授予同部門員工，則本公司亦安排相關規劃，培訓該員工為內部講師，授課予其同仁。公司亦鼓勵員工參與外部線上學習平台 (如聯聖、好好學堂等) 之課程，利用個人之休閒時間自行學習、精進能力。

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

近3年投入教育訓練的預算

年 份	2019年	2020年	2021年
教育訓練總預算(元) (A)	1,100,000	1,300,000	1,350,000
員工人數 (B)	102	101	108
平均投入每位員工 之教育訓練預算(元) (C)	10,784.31	12,871.29	12,500

員工教育訓練人數及平均時數

單位:小時

類別	集團			軒郁國際			新普利			總訓練 時數	平均訓練 時數
	男	女	總數	男	女	總數	男	女	總數		
高階主管	4	7	11	3	7	10	1	0	1	375.5	32.5
中階主管	3	26	29	3	21	24	0	5	5	692	23.86
一般員工	6	62	68	4	51	55	2	11	13	1112	16.35
受訓人數合計	13	95	108	9	80	89	3	16	19	2161	20.01

員工各性別的受訓時數

單位:小時

類別	集 團						軒 郁 國 際						新 普 利					
	高階 主管		中階 主管		一般 員工		高階 主管		中階 主管		一般 員工		高階 主管		中階 主管		一般 員工	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
各性別員工 總受訓時數	137	220.5	53	639	118	994	100.5	220.5	53	544	78	799	36.5	0	0	95	40	195
各性別員工 平均受訓時數	34.4	31.5	17.7	24.6	19.7	16.0	33.5	31.5	17.7	25.9	19.5	15.7	36.5	0.0	0.0	19.0	20.0	17.7

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

人員訓練統計資料

培訓專案名稱	專 案 說 明	2021年成果與數據	
		總人次	總時數
新進人員培訓	針對新進員工，於報到當天及到職3個月後等時間點，提供相關培訓課程詳細介紹公司文化制度及內部管理流程等資訊，協助新進員工更快速融入公司環境與熟悉工作內容。	36	38
主管讀書研討會	於日常工作及會議之餘，由一階主管群特別安排時間與員工一同品讀及推薦好書；於讀書會時間與員工分享讀書後之心得及對生活產生之共鳴；每年平均共同閱覽2本好書。	11	8
目標及人才管理 Workshop	為協助公司主管能更精準地培育符合公司人才需求策略及業務目標之團隊，本工作坊藉培訓步驟化的條件制訂與資訊建置等人才管理方式，協助主管具備更精準的人才選用育留決策思維、執行能力，及對領導人之認同與共識。	11	16
打造高效能之共識團隊	藉由活動中所規劃之跨部門互動環節，提升團隊凝聚力、激勵全員一同為新年度設定重要目標，並為公司增進跨部門之溝通及互助能力，展現軒郁絕佳的團隊精神。	86	7
自有品牌透過商業模式 落地為營收之道	邀請具豐富實務經驗之講師授課，分享產業實務案例經驗，並讓學員模擬品牌規劃之角色或業務執行者，練習在品牌發展的不同階段中，作出正確之因應對策及思維。	28	7
梯隊接班人 培訓同頻領導學	強化主任級以上之基層主管同仁之能力及心態以幫助公司達到當年度的目標，包括提升主管之自發性，主動針對基層同仁提出之問題提供協助、給予建議，或甚至解決問題，營造更有溫度及「視人賦能」的管理風格，及更富彈性及同理心之溝通能力。	18	7
創造價值的 關鍵能力深度工作力	為提升團隊之效率，此全天之專業指導課程，協助員工建立閱讀習慣、自我檢視做事方式及工具運用的方式，提高員工自我管理能力。	36	7
登梯大躍進打造 專業團隊向上技巧	協助同仁從個人貢獻者轉變為管理者，並建立對管理角色的正確認知、理解身為一管理者所需要的技能，進而重新規劃自我的培訓計劃及辨識所需加強改進的領域。	32	7
OGSM打造高敏捷團隊	提供管理階層學習一協助決策執行的工具模組：在內部製作一份具邏輯性之表單、建立總表，並練習導入，使團隊能在將理想之願景，化為具體之目標與指標進行管理。	29	7

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

員工教育訓練情形紀錄



打造高效能之
共識團隊



自有品牌透過商業模式
落地為營收之道



梯隊接班人培訓
同頻領導學



深度工作力



登梯大躍進打造
專業團隊向上技巧



OGSM
打造高敏捷團隊

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

4.4. 社會參與專案

社會參與政策與理念

軒郁國際推崇「尊重生命」的理念，持續關懷弱勢團體，並鼓勵公司員工投入公益活動，希望對社會盡一份心力，發揚人溺己溺的人本精神。這份理念不僅是一份口號，更是實際透過專利技術與產品，愛不間歇地提供給所需單位團體。舉凡常年不設量捐贈創世基金會蔓越莓粉末，幫助臥床植物人身體機能上所需的調整改善；定期支持慈善單位團體，不論是寓教活動或物資的贊助。對內員工共識更是藉由每年主題式活動：全體號召募集捐血、淨灘行動、環保減塑講座等，多項推廣將企業核心理念深植人心。期許藉由每位員工的力量影響身邊最少三個人，透過微小的改變，發酵創造更多的不平凡。

軒郁國際將每年的公司成立日訂定為軒郁公益日，不論當天為工作日或假日，皆帶領全體員工齊力為社會做一件好事；舉凡捐血號召或淨灘行動，軒郁國際全員皆在這一天不遺餘力地付出，希望越做越多、越做越好！2021年原預計於軒郁公益日當天，延續去年的淨灘活動，攜手海湧工作室團隊，帶領全體員工及集團的合作夥伴前進台灣北、中、南三地之海域，打造一日減塑低碳的淨灘行動，並邀約數名人氣直播主自發性支持參與當天活動，經由直播方式傳達環保意識教育線上觀賞的粉絲們；惟2021年中旬時因台灣本土疫情爆發，故將此活動延期至2022年舉辦，並改以「響應世界地球日做綠色生活 每人每日減碳一公斤」的主題性活動取代。

近3年之社會參與總投入

年度	2019年	2020年	2021年
經費（元）	1,772,938	578,920	1,897,672
參與總人次	80	95	100
服務總時數（小時）	640	760	1,300

※2019年及2021年因分別有響應新北市教育局教師節活動贊助95萬元及捐贈100萬元予花蓮縣政府太魯閣號救災，故投入金額較2020年有顯著落差

※服務總時數：參與總人次x每人參與時數



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

軒郁國際社會參與亮點活動紀錄

0402 台鐵408車次事故捐款專戶 捐款一百萬元 |

2021年4月2日台鐵太魯閣號在花蓮縣秀林鄉的台鐵北迴線和清水隧道北口發生事故，造成逾百位傷亡人數，成為國內近年最重大的交通事故之一；軒郁國際在事故發生後一週內即捐贈新台幣一百萬元至衛生福利部所成立之募款專戶，提供受災民眾及其家屬之經濟支持。

0422 軒郁國際愛地球，減碳新生活 |

軒郁國際每年公司創辦日皆會帶頭引領全體同仁為地球做一件有意義的事。今年透過「軒郁國際愛地球，減碳新生活」的每人每天減碳1公斤之活動，由世界地球日4月22日至軒郁國際的十二週年為期一個月的時間，讓同仁藉由團隊分組競賽，從日常生活延伸出不同的挑戰關卡，激發出每個同仁的自我特性，在活動中相互刺激與影響而產生出更驚喜的火花，例如：拒絕使用一次性餐具、分享環保資訊、不吃肉、不外送、拒搭電梯改走樓梯等項目；假日更呼籲同仁走出戶外避免過多的用電，例如：行一萬步、騎腳踏車十公里、跑步三公里等項目，並結合拾撿周遭一包垃圾，來達到愛護環境又健身一舉多得的好處。

同仁們從開始時諸多不適應進而轉化為自動自發的狀態，達成總減少碳排放量4,784 kgCO₂，相當於每人每天減少2.08 kgCO₂的碳排放量。

即使活動已告一段落，減碳行動不被侷限，每天一點一滴同仁們透過漸進式習慣的養成，創造出不簡單的新力量。

殊榮：軒郁國際以本案獲頒2021首屆「TSAA台灣永續行動獎」- SDGs12責任消費與生產銅獎 |



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 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 社會參與專案

附錄

軒郁國際社會參與亮點活動紀錄

0522 忠義基金會「築愛齊步走」線上愛心義賣

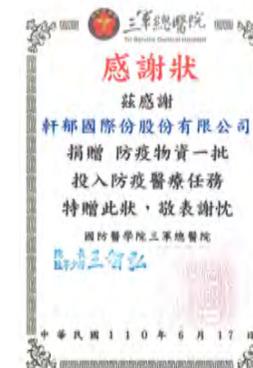
軒郁國際每年受忠義基金會邀請2次，參與該基金會定期舉辦之「築愛齊步走」親子健走暨愛心園遊會活動，活動募款作為孩子園區蓋家基金，此次參與攤位認養及商品捐贈作為路跑完賽禮；2021年因疫情原因改以捐款救助及參與線上義賣方式進行，總捐款與認養金額相當於新台幣259,200元。

0608 捐贈抗疫物資挺醫護

本土疫情嚴峻，全國醫護量能持續吃緊，醫療物資快速消耗。軒郁國際以實際行動協助紓緩醫療物資壓力，捐贈三軍總醫院防疫物資，包含防護衣、防護面罩及醫用手套，期望為防疫共盡一份心力，與第一線醫護人員攜手一同抗疫，守護民眾健康，盼台灣早日脫離疫情。捐贈物資相當於新台幣235,005元。

1220 陽光基金會慈善年曆認購

軒郁國際秉持「取之社會，用之社會」的精神，持續關懷弱勢團體及贊助愛心單位之公益活動；近三年，我們皆號召員工主動認購陽光社會福利基金會的慈善義賣桌曆，累積認購共565本桌曆！希望能透過自身的力量，為燒傷及顏面損傷的孩童貢獻一份心力。



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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

GRI永續性報導準則 (GRI 準則) 對照

| 一般標準揭露 |

GRI準則	揭露項目	對應章節	頁碼
組織狀況			
GRI 102-1	組織名稱	關於軒郁	19
GRI 102-2	活動、品牌、產品與服務	關於軒郁	19
GRI 102-3	總部位置	關於軒郁	19
GRI 102-4	營運據點	關於軒郁	19
GRI 102-5	所有權與法律形式	關於軒郁	19
GRI 102-6	提供服務的市場	關於軒郁	19
GRI 102-7	組織規模	關於軒郁	19
GRI 102-8	員工與其他工作者的資訊	4.1 人力資源發展	59
GRI 102-9	供應鏈	3.3 永續供應鏈	53-55
GRI 102-10	組織與其供應鏈的重大改變	未有重大改變	
GRI 102-11	預警原則或方針	1.4 風險管理	27
GRI 102-12	外部倡議	永續發展與願景	06
GRI 102-13	公協會的會員資格	關於軒郁	19
GRI 102-14	決策者聲明	經營者的話	03

GRI準則	揭露項目	對應章節	頁碼
誠信治理與經營			
GRI 102-16	價值、原則、標準及行為規範	永續發展與願景 1.3 公司治理	06 23
GRI 102-18	治理結構	永續發展與願景 1.3 公司治理	08 23
GRI 102-19	授予權責	永續發展與願景	08
GRI 102-20	高階管理階層對經濟、 環境和社會主題之責任	永續發展與願景	08
GRI 102-21	與利害關係人諮商經濟、 環境和社會主題	利害關係人議合 與重大議題分析	10
GRI 102-22	最高治理單位與其委員會的組成	1.3 公司治理	23
GRI 102-24	最高治理單位的提名和遴選	1.3 公司治理	23
GRI 102-29	鑑別與管理經濟、環境和社會衝擊	永續發展與願景	08
GRI 102-30	風險管理流程的有效性	1.4 風險管理	27
GRI 102-31	經濟、環境和社會主題的檢視	永續發展與願景 利害關係人議合 與重大議題分析	08 11-13
GRI 102-32	最高治理單位於永續性報導的角色	永續發展與願景	06

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
- CH2 產品責任
- CH3 環境永續
- CH4 社會共融

附錄

GRI準則 揭露項目 對應章節 頁碼 備註

利害關係人溝通

GRI 102-40	利害關係人團體	利害關係人議合與重大議題分析	10	
GRI 102-41	團體協約	無簽署勞資協議	—	軒郁國際雖無工會組織，但會定期組織與員工之勞資協議會議
GRI 102-42	鑑別與選擇利害關係人	利害關係人議合與重大議題分析	10	
GRI 102-43	與利害關係人溝通的方針	利害關係人議合與重大議題分析	14-16	
GRI 102-44	提出之關鍵主題與關注事項	利害關係人議合與重大議題分析	11-13	

報導實務

GRI 102-45	合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書	02	
GRI 102-46	界定報告書內容與主題邊界	關於本報告書	02	
GRI 102-47	重大主題表列	利害關係人議合與重大議題分析	10-11	
GRI 102-48	資訊重編	—	—	未有重大改變
GRI 102-49	報導改變	—	—	無報導改變
GRI 102-50	報導期間	關於本報告書	02	
GRI 102-51	上一次報告書的日期	—	—	此為軒郁國際第一本永續報告書
GRI 102-52	報導週期	關於本報告書	02	
GRI 102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	02	
GRI 102-54	依循GRI準則報導的宣告	關於本報告書	02	
GRI 102-55	GRI內容索引	附錄	74-76	
GRI 102-56	外部保證/確信	附錄	77-79	

重大議題揭露

GRI準則 揭露項目 對應章節 頁碼

誠信經營與風險管理

管理方針	GRI 103-1	解釋重大議題及其邊界	利害關係人議合及重大議題分析	11、13
	GRI 103-2	管理方針及其要素	CH1 誠信治理	17
	GR 103-3	管理方針的評估		
反貪腐	GRI 205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	2021無貪腐事件	—

產品品質與安全責任

管理方針	GRI 103-1	解釋重大議題及其邊界	利害關係人議合及重大議題分析	11、13
	GRI 103-2	管理方針及其要素	CH2 產品責任	30
	GR 103-3	管理方針的評估		
顧客健康安全	GRI 416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2021無違反法規	—

客戶關係管理

管理方針	GRI 103-1	解釋重大議題及其邊界	利害關係人議合及重大議題分析	11、13
	GRI 103-2	管理方針及其要素	CH2 產品責任	30
	GR 103-3	管理方針的評估		
自訂議題		客戶關係管理	2.4.1 客戶關係管理	42

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄

GRI準則	揭露項目	對應章節	頁碼
-------	------	------	----

資訊安全及隱私保障

	GRI 103-1 解釋重大議題及其邊界	利害關係人議合及重大議題分析	11、13
管理方針	GRI 103-2 管理方針及其要素		
	GR 103-3 管理方針的評估	CH2 產品責任	30
客戶隱私	GR 418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.4.2資訊與隱私安全	47

人才培育與職涯發展

	GRI 103-1 解釋重大議題及其邊界	利害關係人議合及重大議題分析	11、13
管理方針	GRI 103-2 管理方針及其要素		
	GR 103-3 管理方針的評估	CH4 社會共融	57
訓練與教育	GRI 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4.3 訓練與發展	68
	GRI 404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.2 幸福職場	61-62

GRI準則	揭露項目	對應章節	頁碼
-------	------	------	----

社會參與

	GRI 103-1 解釋重大議題及其邊界	利害關係人議合及重大議題分析	11、13
管理方針	GRI 103-2 管理方針及其要素		
	GR 103-3 管理方針的評估	CH4 社會共融	57
自訂議題	社會參與作為	4.4 社會參與專案	71

營運環境與永續

	GRI 103-1 解釋重大議題及其邊界	利害關係人議合及重大議題分析	11、13
管理方針	GRI 103-2 管理方針及其要素		
	GR 103-3 管理方針的評估	CH3 環境永續	48
能源	GRI 302-3 能源密集度	3.2營運環境管理	51

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.

Tel: 886 2 2757 8888
Fax: 886 2 2757 6050
www.ey.com/tw

會計師獨立確信報告

軒郁國際股份有限公司 公鑒

一、確信範圍

本事務所接受軒郁國際股份有限公司(以下簡稱軒郁國際)之委任,對 2021 年度企業永續報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具報告。

有關軒郁國際所選定之標的資訊及其適用基準,詳附件一。

管理階層責任

軒郁國際管理階層應依據適當之基準編製 2021 年度企業永續報告書,包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之 GRI 準則(GRI Standards),並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制,以蒐集並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

二、確信工作

有限確信案件中執行情序之性質及時間與適用於合理確信案件不同,其範圍亦較小,所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信,本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量軒郁國際內部控制之有效性,但目的並非對軒郁國際內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論,本事務所已執行下列工作:

- 與軒郁國際之管理階層及員工進行訪談,以瞭解軒郁國際履行企業永續之整體情況,以及報導流程;
- 透過訪談、檢查相關文件,以瞭解軒郁國際之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道,以及軒郁國際如何回應該等期望與需求;

A member firm of Ernst & Young Global Limited



- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序;蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明;如必要時,則抽選樣本進行測試;
- 閱讀軒郁國際之企業永續報告書,確認其與本事務所取得關於企業永續整體履行情況之瞭解一致。

三、先天限制

因企業永續報告中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響,選擇不同的衡量方式,可能導致績效衡量上之重大差異,且由於確信工作係採抽樣方式進行,且任何內部控制均受有先天限制,故未必能查出所有業已存在之重大不實表達,無論是導因於舞弊或錯誤。

四、品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範,建立並維護完備之品質管制制度,包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定,該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據,未發現軒郁國際所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師: 涂嘉玲



民國一一年六月十六日

A member firm of Ernst & Young Global Limited

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄



附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準										
1	第二章	產品責任	2021年軒那國際未違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件。	2021年度衛生局食品資訊公開專區、衛生福利部食品藥物管理署、行政院食品安全資訊網等平台公告軒那國際違反化粧品衛生管理條例或食品安全衛生管理法之次數。										
2	第二章	產品責任	客戶滿意度調查問卷之總滿意度為82分，其中有高達81.2%受訪者感到「滿意」，15.4%感到「普通」，僅有3.4%感到「不滿意」。	客戶滿意度係以李克特式量表(Likert-type Scale)五點計分法計算。										
3	第三章	環境永續	辦公室能源密集度 單位：度/人 <table border="1"> <thead> <tr> <th>能源密集度</th> <th>事業體</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">人均能源耗用量</td> <td>軒那國際</td> <td>1,137.72</td> </tr> <tr> <td>新普利</td> <td>872.72</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td>1,092.72</td> </tr> </tbody> </table>	能源密集度	事業體	2021年	人均能源耗用量	軒那國際	1,137.72	新普利	872.72	總計	1,092.72	辦公室能源密集度為2021年辦公室區域用電度數除以員工人數。
能源密集度	事業體	2021年												
人均能源耗用量	軒那國際	1,137.72												
	新普利	872.72												
	總計	1,092.72												

A member firm of Ernst & Young Global Limited



編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準																																																																																																																																																																																											
4	第四章	社會共融	<p>新進員工人數與性別占比</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">類別</th> <th colspan="3">集團</th> <th colspan="3">軒那國際</th> <th colspan="3">新普利</th> <th rowspan="3">總人數</th> </tr> <tr> <th>男</th> <th>女</th> <th>總</th> <th>男</th> <th>女</th> <th>總</th> <th>男</th> <th>女</th> <th>總</th> </tr> <tr> <th>人數</th> <th>比例</th> <th>人數</th> <th>人數</th> <th>比例</th> <th>比例</th> <th>人數</th> <th>比例</th> <th>比例</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30歲以下</td> <td>1</td> <td>3%</td> <td>21</td> <td>54%</td> <td>22</td> <td>1</td> <td>3%</td> <td>20</td> <td>57%</td> <td>21</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>1</td> <td>25%</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>31-50歲</td> <td>2</td> <td>5%</td> <td>15</td> <td>38%</td> <td>17</td> <td>2</td> <td>6%</td> <td>12</td> <td>34%</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>3</td> <td>75%</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>50歲以上</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>3</td> <td>8%</td> <td>36</td> <td>92%</td> <td>39</td> <td>3</td> <td>9%</td> <td>32</td> <td>91%</td> <td>35</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>4</td> <td>100%</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>離職員工人數與性別占比</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">類別</th> <th colspan="3">集團</th> <th colspan="3">軒那國際</th> <th colspan="3">新普利</th> <th rowspan="3">總人數</th> </tr> <tr> <th>男</th> <th>女</th> <th>總</th> <th>男</th> <th>女</th> <th>總</th> <th>男</th> <th>女</th> <th>總</th> </tr> <tr> <th>人數</th> <th>比例</th> <th>人數</th> <th>比例</th> <th>比例</th> <th>人數</th> <th>比例</th> <th>比例</th> <th>人數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30歲以下</td> <td>1</td> <td>4%</td> <td>17</td> <td>68%</td> <td>18</td> <td>1</td> <td>4%</td> <td>16</td> <td>67%</td> <td>17</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>1</td> <td>100%</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>31-50歲</td> <td>2</td> <td>8%</td> <td>4</td> <td>16%</td> <td>6</td> <td>2</td> <td>8%</td> <td>4</td> <td>17%</td> <td>6</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>50歲以上</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>1</td> <td>4%</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>1</td> <td>4%</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>3</td> <td>12%</td> <td>22</td> <td>88%</td> <td>25</td> <td>3</td> <td>13%</td> <td>21</td> <td>88%</td> <td>24</td> <td>0</td> <td>0%</td> <td>1</td> <td>100%</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	類別	集團			軒那國際			新普利			總人數	男	女	總	男	女	總	男	女	總	人數	比例	人數	人數	比例	比例	人數	比例	比例	人數	30歲以下	1	3%	21	54%	22	1	3%	20	57%	21	0	0%	1	25%	1	31-50歲	2	5%	15	38%	17	2	6%	12	34%	14	0	0%	3	75%	3	50歲以上	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	合計	3	8%	36	92%	39	3	9%	32	91%	35	0	0%	4	100%	4	類別	集團			軒那國際			新普利			總人數	男	女	總	男	女	總	男	女	總	人數	比例	人數	比例	比例	人數	比例	比例	人數	30歲以下	1	4%	17	68%	18	1	4%	16	67%	17	0	0%	1	100%	1	31-50歲	2	8%	4	16%	6	2	8%	4	17%	6	0	0%	0	0%	0	50歲以上	0	0%	1	4%	1	0	0%	1	4%	1	0	0%	0	0%	0	合計	3	12%	22	88%	25	3	13%	21	88%	24	0	0%	1	100%	1	<p>2021年男性與女性依年齡層分類之新進員工佔整體新進員工之比例。</p> <p>2021年男性與女性依年齡層分類之離職員工佔整體離職員工之比例。</p>
類別	集團				軒那國際			新普利			總人數																																																																																																																																																																																				
	男	女	總		男	女	總	男	女	總																																																																																																																																																																																					
	人數	比例	人數	人數	比例	比例	人數	比例	比例	人數																																																																																																																																																																																					
30歲以下	1	3%	21	54%	22	1	3%	20	57%	21	0	0%	1	25%	1																																																																																																																																																																																
31-50歲	2	5%	15	38%	17	2	6%	12	34%	14	0	0%	3	75%	3																																																																																																																																																																																
50歲以上	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0																																																																																																																																																																																
合計	3	8%	36	92%	39	3	9%	32	91%	35	0	0%	4	100%	4																																																																																																																																																																																
類別	集團			軒那國際			新普利			總人數																																																																																																																																																																																					
	男	女	總	男	女	總	男	女	總																																																																																																																																																																																						
	人數	比例	人數	比例	比例	人數	比例	比例	人數																																																																																																																																																																																						
30歲以下	1	4%	17	68%	18	1	4%	16	67%	17	0	0%	1	100%	1																																																																																																																																																																																
31-50歲	2	8%	4	16%	6	2	8%	4	17%	6	0	0%	0	0%	0																																																																																																																																																																																
50歲以上	0	0%	1	4%	1	0	0%	1	4%	1	0	0%	0	0%	0																																																																																																																																																																																
合計	3	12%	22	88%	25	3	13%	21	88%	24	0	0%	1	100%	1																																																																																																																																																																																
5	第四章	社會共融	<p>員工教育訓練人數及平均時數</p> <p>單位：小時</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3"></th> <th colspan="2">集團</th> <th colspan="2">軒那國際</th> <th colspan="2">新普利</th> <th rowspan="3">總訓練時數</th> <th rowspan="3">平均訓練時數</th> </tr> <tr> <th>男</th> <th>女</th> <th>男</th> <th>女</th> <th>男</th> <th>女</th> </tr> <tr> <th>總數</th> <th>總數</th> <th>總數</th> <th>總數</th> <th>總數</th> <th>總數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>高階主管</td> <td>4</td> <td>7</td> <td>11</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>357.5</td> <td>32.5</td> </tr> <tr> <td>中階主管</td> <td>3</td> <td>25</td> <td>28</td> <td>3</td> <td>20</td> <td>23</td> <td>0</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>692.0</td> <td>23.86</td> </tr> <tr> <td>一般員工</td> <td>6</td> <td>63</td> <td>69</td> <td>4</td> <td>52</td> <td>56</td> <td>2</td> <td>11</td> <td>13</td> <td>1,112.0</td> <td>16.35</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>13</td> <td>95</td> <td>108</td> <td>10</td> <td>79</td> <td>89</td> <td>3</td> <td>16</td> <td>19</td> <td>2,161</td> <td>20.01</td> </tr> </tbody> </table>		集團		軒那國際		新普利		總訓練時數	平均訓練時數	男	女	男	女	男	女	總數	總數	總數	總數	總數	總數	高階主管	4	7	11	3	7	10	1	0	1	357.5	32.5	中階主管	3	25	28	3	20	23	0	5	5	692.0	23.86	一般員工	6	63	69	4	52	56	2	11	13	1,112.0	16.35	合計	13	95	108	10	79	89	3	16	19	2,161	20.01	員工教育訓練平均時數為2021年各職級員工訓練總時數除以受訓員工人數。																																																																																																																						
	集團		軒那國際		新普利		總訓練時數	平均訓練時數																																																																																																																																																																																							
	男	女	男		女	男			女																																																																																																																																																																																						
	總數	總數	總數	總數	總數	總數																																																																																																																																																																																									
高階主管	4	7	11	3	7	10	1	0	1	357.5	32.5																																																																																																																																																																																				
中階主管	3	25	28	3	20	23	0	5	5	692.0	23.86																																																																																																																																																																																				
一般員工	6	63	69	4	52	56	2	11	13	1,112.0	16.35																																																																																																																																																																																				
合計	13	95	108	10	79	89	3	16	19	2,161	20.01																																																																																																																																																																																				

A member firm of Ernst & Young Global Limited

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

CH2 產品責任

CH3 環境永續

CH4 社會共融

附錄



編號	章節	內文標題	標的資訊						適用基準					
			單位：小時											
5	第四章	社會共融	集團						各性別員工教育訓練平均時數為2021年各性別員工訓練總時數除以受訓員工人數。					
			類別	高階主管		中階主管		一般員工						
				男	女	男	女	男		女				
			各性別員工總受訓時數			137	220.5	53		639	118	994		
			各性別員工平均受訓時數			34.3	31.5	17.7		24.6	19.7	16.0		
			軒和國際							各性別員工教育訓練平均時數為2021年各性別員工訓練總時數除以受訓員工人數。				
			類別	高階主管		中階主管		一般員工						
				男	女	男	女	男			女			
			各性別員工總受訓時數			100.5	220.5	53			544	78	799	
			各性別員工平均受訓時數			33.5	31.5	17.7			25.9	19.5	15.7	
			新普利								各性別員工教育訓練平均時數為2021年各性別員工訓練總時數除以受訓員工人數。			
			類別	高階主管		中階主管		一般員工						
				男	女	男	女	男				女		
			各性別員工總受訓時數			36.5	0	0				95	40	195
			各性別員工平均受訓時數			36.5	0	0				19	20	17.7

2021企業社會責任報告書

*Shiny*brands

軒郁國際股份有限公司