



2018
| Hair O'right
Corporate Sustainability Report

Green
Manufacturing

Green
Ingredients

Green
Packaging

Green
Innovative
Plan

Green
Factory

Green
Values

Green
Power

Green
Logistics

Green
Raw
Materials

Sustainable
Commitment

Green
Waste

Green
Verification



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

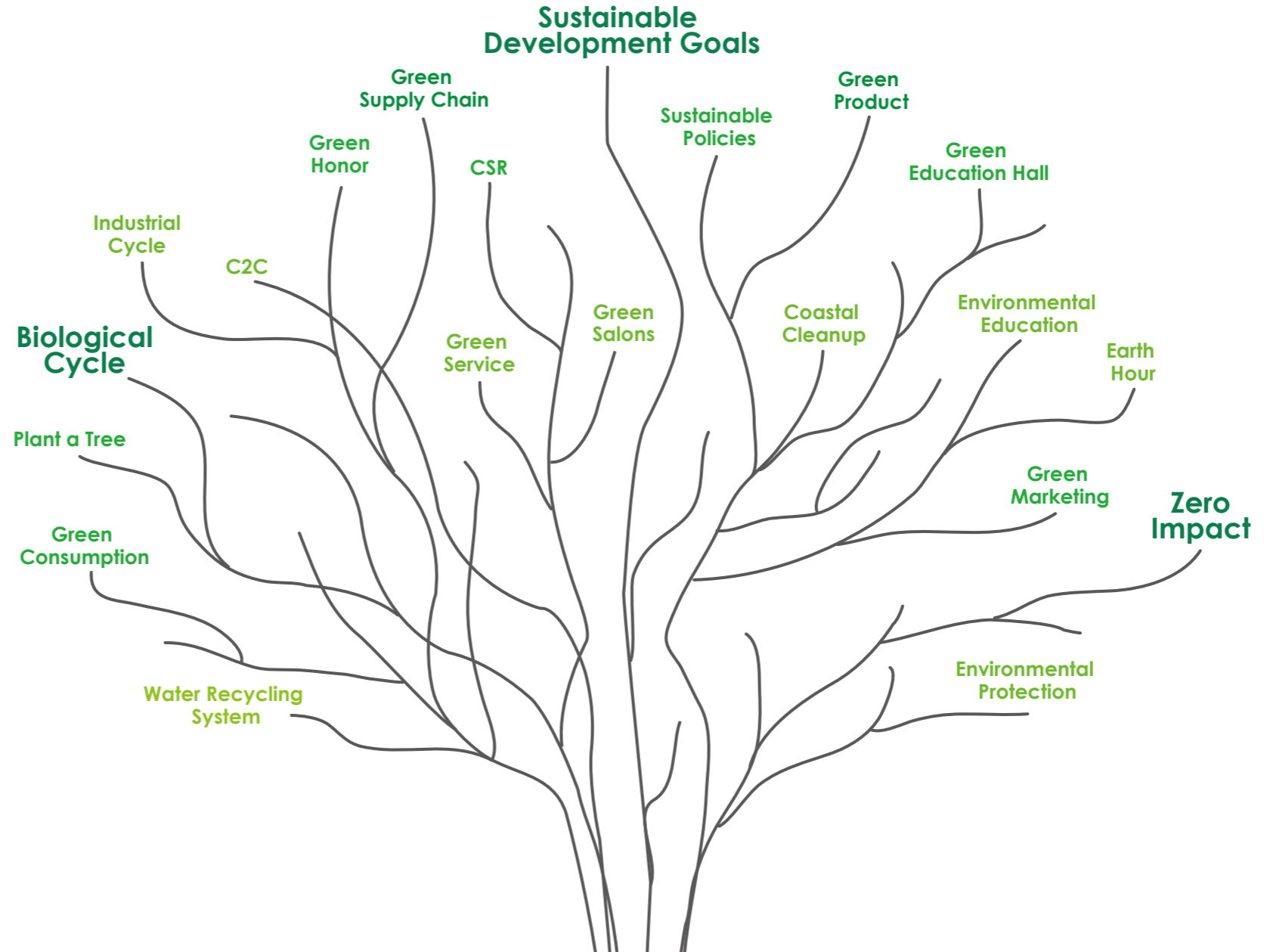
第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2018

Hair O'right Corporate Sustainability Report





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

Contents

關於歐萊德 CS 報告書
董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第四章 綠色供應鏈

- 4.1 綠色採購
- 4.2 綠色供應商
- 4.3 綠沙龍
- 4.4 全員身心一起綠化

第二章 綠色生產與創新產品

- 2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠
- 2.2 綠色產品
- 2.3 綠色資源循環

第五章 綠色影響力

- 5.1 環保公益活動
- 5.2 綠建築總部參訪
- 5.3 綠色出版
- 5.4 讓綠色消費變王道

第三章 員工照顧

- 3.1 福利制度
- 3.2 人才培訓

附錄

- 一、GRI 指標內容對照表
- 二、第三方保證聲明
- 三、綠色認證
- 四、綠色足跡
- 五、活動集錦
- 六、利害關係人調查



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



About Our Corporate Sustainability Report

關於歐萊德 CS 報告書

歐萊德於今年 2019 年發行第六本 CSR 企業永續經營報告書 (Corporate Sustainability Report, CSR)，為擴大撰擬涵蓋範圍，從企業永續經營角度與所有利害關係人溝通歐萊德於 2018 年度的永續作為。

報告書中揭露的各項資訊及數據，以桃園市龍潭區歐萊德綠建築總部 (O'right Green Headquarters) 在 2018 年之營運狀況為主，不包含上海子公司，內容將呈現歐萊德在永續發展過程中對於各項重要議題的觀點與因應作為，並說明目前公司發展的成果以及未來規劃，企圖以更全面的角度，思考將來如何以既有基礎，進一步自我檢視、評量及訂出企業策略。

本報告書由葛望平董事長與 CSR 推動小組集合各部門代表共同策畫，由永續暨風險管理室進行資料整合與撰寫。我們蒐集國際間重要的經濟、環境及社會議題，並透過實質性分析來鑑定十二類利害關係人及其關切的重大考量面，以訂定 18 個必需揭露議題。

本報告書亦作為我們和利害關係人議合的管道之一，期待透過揭露、溝通及回饋來了解彼此的努力與期待，持續往更美、更好的未來邁進。

報告書撰寫原則及保證

本報告書依循全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative™, GRI) 最新的 Standard 準則指引之核心選項撰寫，並由台灣檢驗科技股份有限公司 (SGS) 執行外部保證 (請見附錄二「第三方保證聲明書」)。

發行

歐萊德企業社會責任報告書每年發行，考量環境友善因素，報告書亦提供 PDF 電子版並於本公司網站中揭露，下載網址：https://www.orient.com.tw/assets/csr_report/2018_CSR_tw.pdf
現行發行版本：2019 年 12 月發行
上一發行版本：2018 年 12 月發行
下一發行版本：預定 2020 年 12 月發行

設計製作

莊英豪 / 林虹佑 設計師

聯絡方式

如有任何建議或疑問，歡迎您聯絡我們，聯絡資訊如下，或者您可以至公司網站 O'right Website：<http://www.orient.com.tw/> 首頁上方「聯絡我們」。

歐萊德國際股份有限公司 永續暨風險管理室 楊鎧賓 永續課長
電話：+886-3-411-6789 Ext.1303 傳真：+886-3-411-6779
CSR 信箱：CSR@orient.com.tw



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

Letter from Our Chairman

董事長的話 - 發行人的話

2018 年 10 月，聯合國氣候委員會發佈《IPCC 全球升溫 1.5°C 特別報告》，預估在 2030 年到 2052 年之間，全球會再升溫 0.5 度，緊接著登場的 COP 24 氣候峰會，探討如何在 2050 年前達到碳中和。氣候變遷已是全球關注的永續課題，環境生態面臨極度威脅，面對越來越頻繁的環境異象，不禁讓人深感憂心，當草木不再叢生、海洋充斥垃圾、氣候極冷瞬熱，我們能做些什麼讓失序的異變慢下來？

2018 年諾貝爾經濟學獎得主 諾德豪斯提出：「解決溫室效應最有效的辦法，就是在全世界對所有國家徵收碳稅」。由此可看出現在已有愈來愈多人重視碳排放、一次性資源耗用對環境的影響。面對這樣的改變，我們樂見其成，也期盼更多人、更多企業共同加入。

歐萊德於今年起將洗髮精瓶全面升級百分百再生塑膠瓶，創世界之先，並於歐盟創新週發表全球首支以再生塑膠製成的洗髮精押頭，結合我們的綠色供應商共同減少一次性塑料帶給環境及海洋的傷害，實踐包裝減量減碳 80%。此外，今年加入了 RE 100 倡議行動，並完成五大類 9 項產品碳中和，與諾德豪斯所提出理論相呼應，更超越巴黎氣候峰會全球的減碳目標。

近日，面對日益嚴峻海洋廢棄塑膠問題，歐洲議會甚至通過，所有歐盟成員在 2021 年將禁止使用包括吸管、塑膠餐具等一次性塑膠製品。歐萊德不只致力於再生系列包裝的研發，讓塑膠再生得以重覆利用，並且堅信「做小事也能改變大環境」，因此 2018 年冬季綠色永續會議決議，與全體同仁們共同杜絕使用一次性塑膠。希望藉此改變大眾對於塑膠的使用習慣，積極解決充斥週遭環境的大量垃圾。我們希望從日常生活的習慣改變開始，讓看似不經意的小舉動，透過更多人共同參與，能夠聚沙成塔累積成一股綠色影響力，讓下一代擁有一個潔淨的生態環境。

歐萊德期許做一個好企業遠比做一個大企業更重要，身為綠色企業的我們，不斷思考如何減輕環境負擔，歷經 16 年綠色永續仍是我們一貫的堅持，更是我們對消費者與環境的承諾與初心。目前歐萊德的洗沐商品已全面採用百分百再生瓶，亦已規劃 2019 年起全面採用再生押頭；並致力於污水設備的再提升，2020 年便可達成廠區零排廢的承諾。此外，也計劃擴建再生能源設備，朝向 2025 年全面使用再生能源的目標邁進。

除了產品包裝與綠色設備的不斷升級，今年我們也成功開發了臉部保養系列產品，並再次獲得 INCI 創新原料認證。未來歐萊德仍秉持綠色永續創新的精神，研發更多元的綠色商品，讓歐萊德的消費者可以獲得優質的商品與服務外，同時更符合全球永續發展的新趨勢。



歐萊德董事長



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

01

第一章 永續經營

A Sustainable Business



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

1.1 公司簡介

從生產第一瓶洗髮精開始，歐萊德一直以產品責任、社會責任、環境責任為念，以「綠色、永續、創新」為核心價值，相信做小事也能改變大環境，堅持做一個好企業，比做一個大企業重要，盡力維護我們土地的美好。

1.1.1 創立緣由

歐萊德國際股份有限公司於 2001 年 8 月 28 日登記，並於隔年 3 月 8 日國際婦女節 (International Women's Day) 正式營運。一開始為代理國外品牌，卻發現大部份公司生產的髮妝品和一般化學品沒有兩樣。

由於葛望平董事長自小過敏症狀嚴重，再加上父母在公司創立同一年先後因腎臟病及癌症辭世，於是發願要幫助人們遠離有毒重金屬與化學物質危害，立志改變被化學成份圍繞的生活和環境，決心將髮妝品事業朝「綠色有機」發展。

自 2006 年自創品牌開始，歐萊德在葛董事長的領導下前進的腳步飛快，至 2018 年底已成長為一個擁有 282 名員工的綠色企業。

葛望平董事長優秀的創業力及領導力，不但讓他獲得企業經營最高模範的創業楷模獎 (2012)、安永企業家獎 綠色創新企業家獎 (2015)，更於 2018 年獲得行政院頒發的經營品質最高榮譽 國家品質獎之中「卓越經營獎」最高榮譽，成為全球綠色永續企業標竿。

歐萊德企業獲獎無數，2018 年獲得企業環保獎「金牌獎」；資誠 CSR 影響力獎；在不分企業規模的評比中超越許多大型企業，三度獲得遠見雜誌 CSR 年度大調查獎項肯定；連續第 4 年獲得天下企業公民獎【首獎】；連續第 6 年獲得桃園市績優企業獎；連續第 5 年獲得台灣精品獎，2018 年總計兩項產品獲獎。

歐萊德綠色作為獨領全球，2018 年在國際獎項部分，再次獲頒「2018 The Green World Awards 英國全球綠色環保金獎」的永續減碳肯定，在全世界參與評選機構最多、影響力最大，且國際聲望最高的獎項中突破重圍，這項綠色創新，再度為台灣在世界舞台上贏取最高榮耀！

此外，歐萊德所開發綠色商品亦獲得瑞士日內瓦發明展「金牌獎」、「銀牌獎」；iENA 紐倫堡發明獎「金牌獎」；二度獲得法國永續美妝獎；英國全球最佳天然美妝品首獎等。

2018 年總計獲得 13 項獎項，足證歐萊德是個經營與創新都展現卓越實力，在國內與國外都倍受肯定的企業。



● 圖 1-1 歐萊德綠建築總部是全亞洲第一座黃金級綠建築化妝品 GMP 廠，也是台灣第一家鑽石級碳足跡認證綠建築



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

1.1.2 企業團體與公會組織參與

歐萊德不但經營與創新出色，也十分重視跨產業合作，以共創綠色永續。為了傳達歐萊德「自然、純淨、環保」理念，歐萊德積極參與各團體及組織，希望能將企業永續環境與地球資源的社會責任價值觀更深植於台灣公會組織，進而促進環境保護的作為能真正落實。

歐萊德參與的台灣公會、組織包括有：台灣搖籃到搖籃策略聯盟創始會員、台灣精品品牌協會監事、臺灣化妝品工業同業公會理事、社團法人台灣化妝品良好作業規範 (GMP) 產業發展協會理事、台灣服務優良品牌協會常務監事、台灣文創精品協會理事、綠色電子商務聯盟會長、台北進出口商業同業公會會員、中華民國全國中小企業總會會員、社團法人中華民國全國青年創業總會創業楷模會青創總會會員...等。

01 計畫

- 收集 47 項關注議題
- 產出 13 項重大議題
- 重大程度判斷

02 執行

- 依 GRI 準則揭露資訊
- 根據關注議題回應關係人

03 檢討

- 利害關係人意見回饋
- 溝通成果檢討

04 改善

- 下年度策略目標
- 重點參考項目

1.1.3 相關利害關係人

歐萊德每季於「綠色永續發展委員會」討論 CSR 中綠色永續議題，每年 CSR 推動小組成員均會於第三季委員會中討論是否針對利害關係人關注議題重新調查。同時，並對自訂重大考量面部分進行討論，相關程序如圖 1-2 所示。

● 圖 1-2 利害關係人調查程序



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

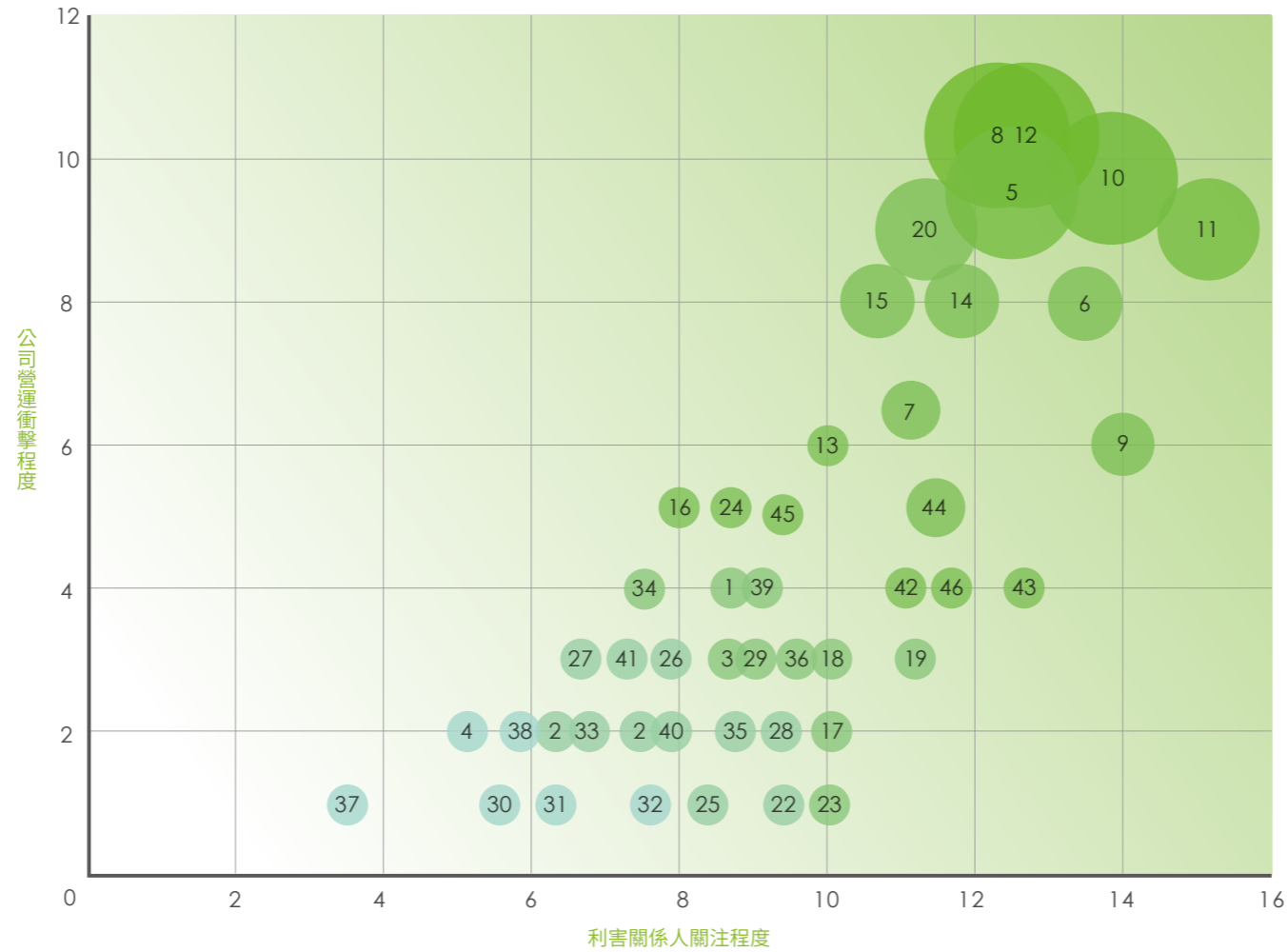
第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 1-3 重大議題分析

註：圖中編號為歐萊德利害關係人調查考量面編號，詳細內容請參閱本報告書附錄五。

2018 年利害關係人關注議題的調查，綜合分析調查結果及公司內部的營運衝擊評估後，重大議題分析狀況如左圖所示。

本次調查總計回收問卷 1,000 份，共產出重大議題共 13 項，對應到 17 個 GRI 準則（如表 1-1）。

與前次調查結果相比較，減少的項目為「市場地位、顯著的間接經濟衝擊、產品及服務、交通運輸、整體情況、職業安全衛生、不歧視、童工、強迫或強制勞動」，新增的項目為「採購實務」。

而本報告書將以各章節分別呈現歐萊德對於這些重大考量面的回應（表 1-2），針對前七類利害關係人之議題溝通，其中除股東部分於 1.4 節說明，通路客戶（即沙龍客戶）、消費者、代理商、員工、供應商等五類利害關係人之溝通和則分別於第四、第五章說明。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 1-4 GRI 三種面向

● 表 1-1 關注議題與 GRI 準則對應

序號	關注議題	GRI 準則	報告書對應章節
A.	廢氣排放	305 排放	2.3
B.	原物料及再生原物料的使用	301 物料	4.1
C.	產品和服務對環境的影響	304 生物多樣性	2.1
D.	對保護區及生物棲息地的影響	304 生物多樣性	2.1
E.	能源使用及減量	302 能源	2.1
F.	環保支出及投資	201 經濟績效	1.3
G.	水及回收水的使用情況	303 水	2.3
H.	供應鏈對環境負面影響	204 採購實務 308 供應商環境評估	4.1 4.2
I.	廢水、廢棄物排放	305 排放 306 廢汙水和廢棄物	2.3 3.1
J.	員工交通及物流配送對環境造成的影響	305 排放	1.3
K.	員工訓練計畫及成效考核的運作情況	401 勞雇關係 402 勞 / 資關係 404 訓練與教育	3.1 3.1 3.2
L.	產品具有爭議、遭禁止銷售、違反行銷相關法規的次數	416 顧客健康與安全 417 行銷與標示 418 客戶隱私 419 社會經濟法規遵循	5.3 5.3 1.3 1.3
M.	違反環保法規的情況	307 有關環境保護的法規遵循	1.3



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 1-2 利害關係人溝通調查表單

利害關係人	關注議題或需求 / 期望	溝通管道	溝通頻率	回應內容	溝通成效
員工	A、B、C、D	內部入口網站 / Email / 公告 / 電話 / 通訊軟體	隨時	透過產品的開發製造流程、CSR 報告書、得獎證明等宣傳公司對環境保護及環境永續的努力。	提升員工對公司的認同度，增加員工向心力，並一同推動綠色環境永續的核心價值。
消費者	A、B、G、I	官方網站 / Email / 外來文件 / 電話 / 通訊軟體	隨時	品牌理念說明、產品說明，以產品瓶身標章說明。	提升消費者購物意願，提升品牌認同度。
通路客戶	A、B、C、I	Email / 外來文件 / 電話 / 通訊軟體	隨時	透過臨店傳遞綠色品牌願景、品牌定位，以及綠色品牌所創造綠色價值與理念，利用通訊軟體、社群媒體隨時與客戶溝通。	深化歐萊德影響力，使顧客瞭解我們對待地球的環境使命，提升支持度。
代理商	C、D、E、I	Email / 外來文件 / 電話 / 通訊軟體	隨時	透過 Social Media 及年度評鑑表宣導綠色理念，並推廣綠色行銷活動，以及同步分享國際獎項與認證的榮耀。	增加代理商對歐萊德的認同，增加合作機會。
供應商	A、C、I、K	Email / 外來文件 / 電話 / 通訊軟體	隨時	提供 CSR 報告書與季刊電子報、所需原料相關知識。	加深供應商對公司的認同以及綠色、永續的認知，並一同推廣綠色供應鏈。
協力商	B、C、E、L	Email / 外來文件 / 電話 / 通訊軟體	隨時	每逢重要節日 (端午 / 中秋 / 新年 / 農曆新年) 皆寄送電子賀卡予利害關係人，除表達祝賀之意，內容亦結合歐萊德 CSR 行動成果或產品重要里程碑等訊息向利害關係人進行溝通。	增加協力商對歐萊德的認同，提高配合度。
股東	A、B、C、I	股東會 / Email / 外來文件 / 電話	每季	股東會年報履行企業責任情形。	提升股東對公司的認同並長期支持。

歐萊德葛望平董事長與 CSR 推動小組共將利害關係人分為十二類，包括員工、消費者、通路客戶、代理商、供應商、協力商、股東、政府機構、當地社區、非政府組織、債權機構、媒體等。經考量組織對關係人之「依賴性、責任、影響、多元觀點、張力」等因素，定義出主要利害關係人為員工、消費者、通路客戶、代理商、供應商、協力商、股東等七大類，並透過報告書針對關注議題說明回應的內容與成效。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

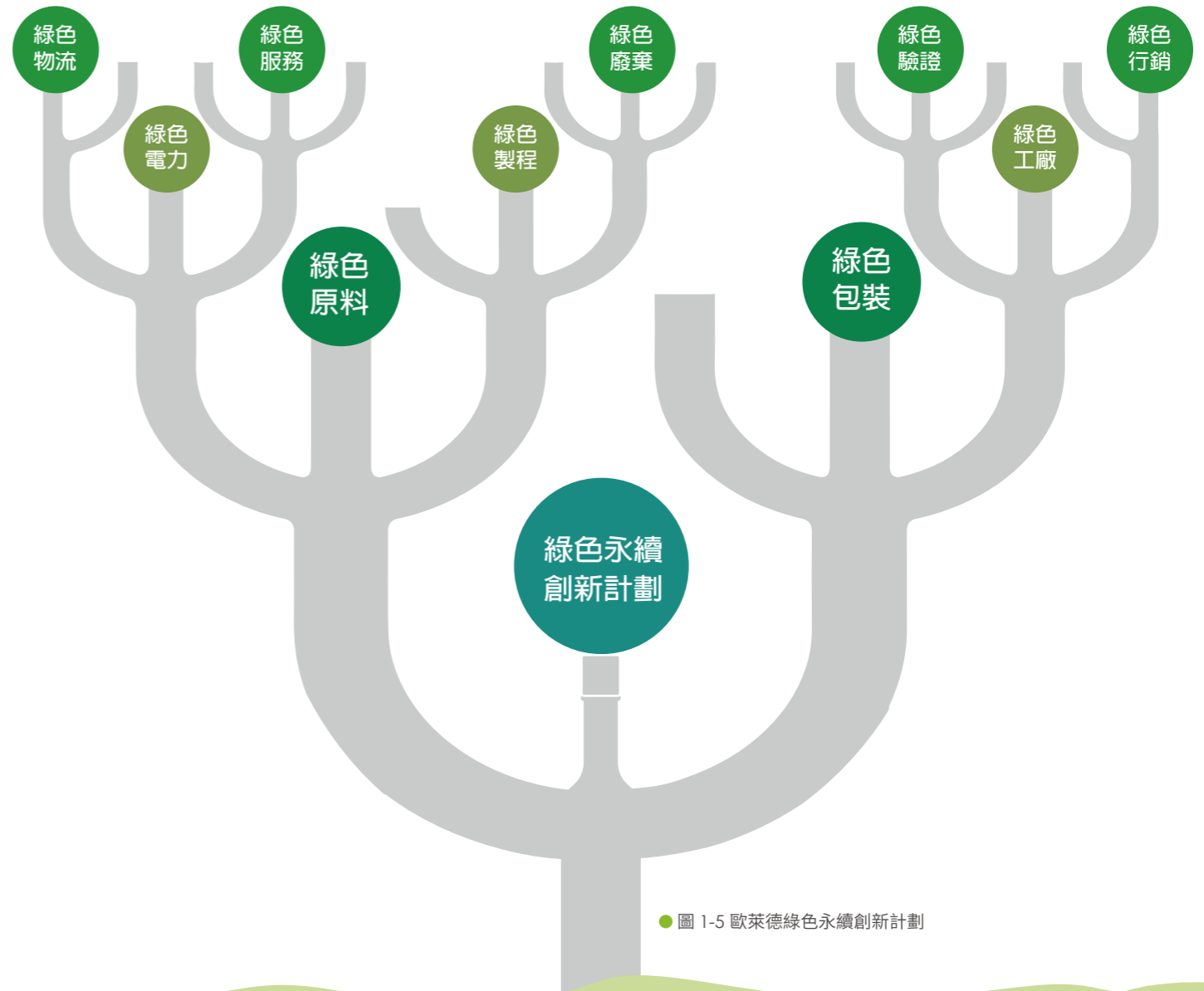
附錄

1.2 理念與政策

1.2.1 綠色永續創新計劃

歐萊德是台灣綠色髮妝的領導品牌，擁有全亞洲第一座綠建築化妝品 GMP 廠，擁有獨立研發的實驗室，並通過 ISO 9001、ISO 22716、ISO 50001、ISO 14001、ISO45001、產品碳足跡標籤、PAS2060 碳中和確證...等十項國際認證，以太陽能與風力潔淨能源發電製造產品，並以水資源再生循環系統進行全面綠化改造，是少數具備綠色研發、環保設計、綠色製程、創意行銷的 MIT 髮妝公司。

歐萊德於 2006 年開始進行一系列綠色永續創新計畫，積極落實綠色理念，致力提升專注創造綠色永續價值。綠色產品從採購、原料、設計、生產、運送、使用到回收，所有細節都盡可能地減少對環境的衝擊，同時創新使用頂級胺基酸系、葡萄糖苷系有機起泡成分，堅持無添加環境荷爾蒙、染色劑、塑化劑等有害物質，綠化配方不但照顧人的健康，也友善地球環境。





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 1-6 超臨界萃取機

● 圖 1-7 活性成分分析

● 圖 1-8 綠色內料研發



● 圖 1-9 從源頭開始減少環境衝擊



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

1.2.2 環保永續政策

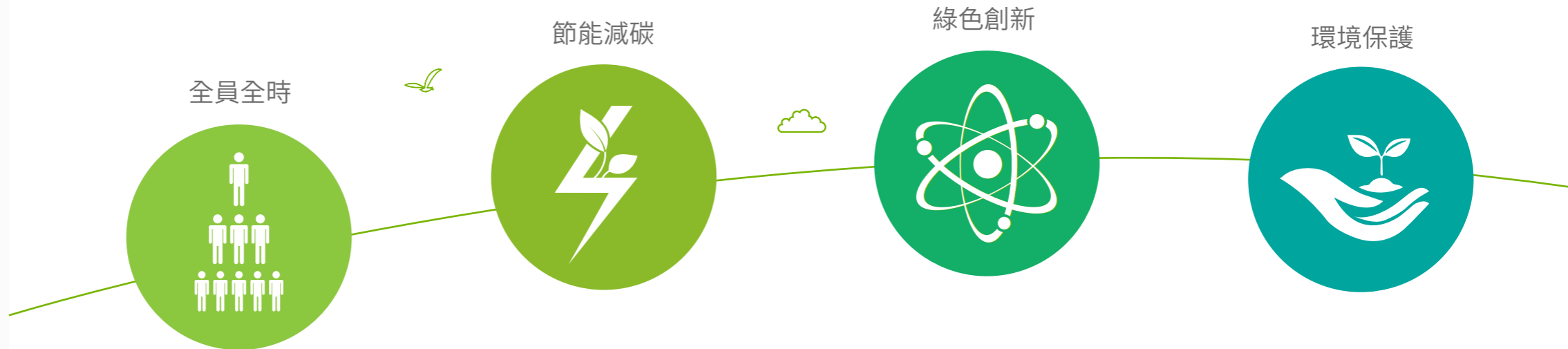
歐萊德以「全員全時、節能減碳、綠色創新、環境保護、綠色永續」為環保永續政策。「全員全時」即全員參與全時投入，隨時舉手之勞做環保；「節能減碳」則為善用再生能源，減少資源浪費，降低產品與行銷活動的碳排放量；「綠色創新」的意義為承諾持續創新，運用對地球最友善的材質，開發更低碳的產品與服務；「環境保護」為藉由參與環境保護活動，向下紮根環保理念；「綠色永續」的意涵則為整合上中下游資源共創綠色價值。

我們堅持企業所有作為皆須極盡所能的符合環保理念，因此於本年度加入 RE 100¹ 倡議行動，承諾 2025 年前 100% 使用再生能源。落實環保理念的做法，以三面向作說明，包含建築物本身設計設施、公司內部環保政策、整合串聯外部供應商之綠色供應鏈。

(1) 建築物本身設計及相關設施

公司總部順應地形風向而建，位居海拔 300m 高的地勢，自然達到較平地降溫 2°C 效果，並以各項節電、省水設施及風力、太陽能發電設備來力求建築物的環保落實，採無圍牆式設計，強調人、建築與自然的永續共生。於 2012 年榮獲台灣「EEWH 綠建築」黃金級認證，除了通過「綠建築 7 大指標」外，又在 2016 年獲頒經濟部綠色工廠標章，並且達成鑽石級建築足跡認證，成為亞洲第一座綠建築 GMP 化妝品廠。歐萊德綠建築總部其內設施與設計皆力求與自然生態共存，極盡可能減少對環境可能造成的衝擊（綠建築總部設計細節請參考本報告書第 3 章）。

¹RE 100 是由 The Climate Group、CDP（碳揭露專案）、國際再生能源署（IRENA）等機構共同發起的國際環境倡議，希望募集 500 家大型國際企業，共同承諾 2050 年前 100 使用再生能源。2018 年為止已有 122 家企業加入，包括蘋果、Google、微軟、NIKE、IKEA、H&M、雀巢、飛利浦、BMW 等各行各業龍頭，皆赫然在列。





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

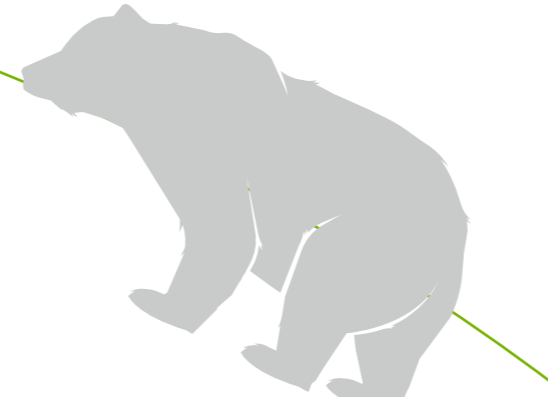
(2) 環境會計

除了思考「物資成本」、「勞力成本」外，必須更加重視「社會成本」與「生態成本」。換句話說，企業除了重視「企業利益」、「員工利益」、「客戶利益」、「股東利益」，必須更加重視「社會利益」與「生態利益」。因此，歐萊德的綠色決心最先展現在環保及社會各項相關投資，並且每年自主產出環境會計報告書²，除了綠建築總部建築時之各項綠電、節能設施、廢棄物處理及先進之萃取儀器綠色投資。

2018 年產生之相關綠色投資支出，涵蓋產品研發及開發、研發實驗室升級與擴建、環保活動、環境維護、CSR 報告書驗證等，各項綠色及社會投資之金額約九千九百萬元，比 2017 年約七千萬元再成長 41%，累計歷年綠色投資總金額已超過 3 億元。這些費用以財務概念來看是支出，然而就環境社會角度看來，則是不折不扣的投資，無形中產生的影響力逐步實踐歐萊德所堅持的經營理念，而最大的收益者則是我們的環境與生活在地球上的所有人！

²「環境會計又稱綠色會計，具備一套系統的方法，協助企業把投入在環保的努力，以客觀的數據呈現出來。」綠色會計，將企業以前沒有注意或重視的成本，利用會計帳呈現出來，讓數字說話，並且可以很快知道那裡需要改善，必須朝什麼方面努力。歐萊德自從 2014 年開始以綠色會計標準統計企業在環境保護的成本。

綠色永續



● 表 1-3 歐萊德 2018 年綠色投資總表

支出項目	資本支出	經常支出	合計
企業營運成本 ¹	724,756	1,838,463	2,563,219
上下游關聯成本 ²	0	88,586,534	88,586,534
管理活動成本 ³	0	1,590,500	1,590,500
研究開發成本 ⁴	0	4,873,319	4,873,319
社會活動成本 ⁵	0	962,793	962,793
損失及補救成本 ⁶	0	0	0
規費稅捐等其他費用 ⁷	0	439,946	439,946
合計	724,756	98,291,555	99,016,311

註：

¹ 污染預防支出、全球性環境保護支出、資源循環支出。

² 綠色採購、資源回收再利用、推行環境保護而提供之產品服務所衍生支出、減少環境衝擊所衍生之包裝容器上額外支出。

³ 環保教育訓練、取得驗證及證照所衍生之支出、環境的監控及量測支出、對環境影響之處理處置支出、環境保護之保險支出。

⁴ 因環境保護研究開發產品之衍生支出、產品銷售階段為減低控制環境衝擊而衍生之研究支出、環境影響評估支出。

⁵ 自然保護、造林、美化環境等環境所衍生支出、贊助社區居民環境公益活動、贊助環境團體等支出、公告、宣導環境資訊、資料等支出。

⁶ 環境問題解決、賠償、補償、處罰及訴訟等所衍生支出、城市景觀和居住環境品質維護。

⁷ 政府開徵空污、土污、水污、及其他規費。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(3) 公司內部環保政策

歐萊德於組織內部極力推行環保綠化作為，更由最高主管帶領各個高層主管籌組「綠色永續發展委員會」，並每季召開綠色永續會議，議題內容皆與推行組織環境保護與員工綠色生活素養相關，而該委員會後決議事項，更成為行政單位制定各項規章辦法之準則。

除鼓勵員工照護認養樹木之外，並提倡員工自備環保杯筷以及交通共乘機制來減廢減排，辦公室更全面推動文件電子化作業以節省文書用紙消耗以及加速企業溝通流程。此外，必要列印文件採雙面列印，將用紙需求降至 50%。辦公用品則優先採用具備環保標章、能源標章、省電標章等認證環保產品，且積極推動廢棄物回收以及加強省水、省電宣導，鼓勵員工以走樓梯替代搭電梯，並發佈以環境教育為發想的綠色生活公約，除了融入新進人員訓練課程中，也透過各種訊息管道布達，作為員工全面實踐友善環境承諾的參考。

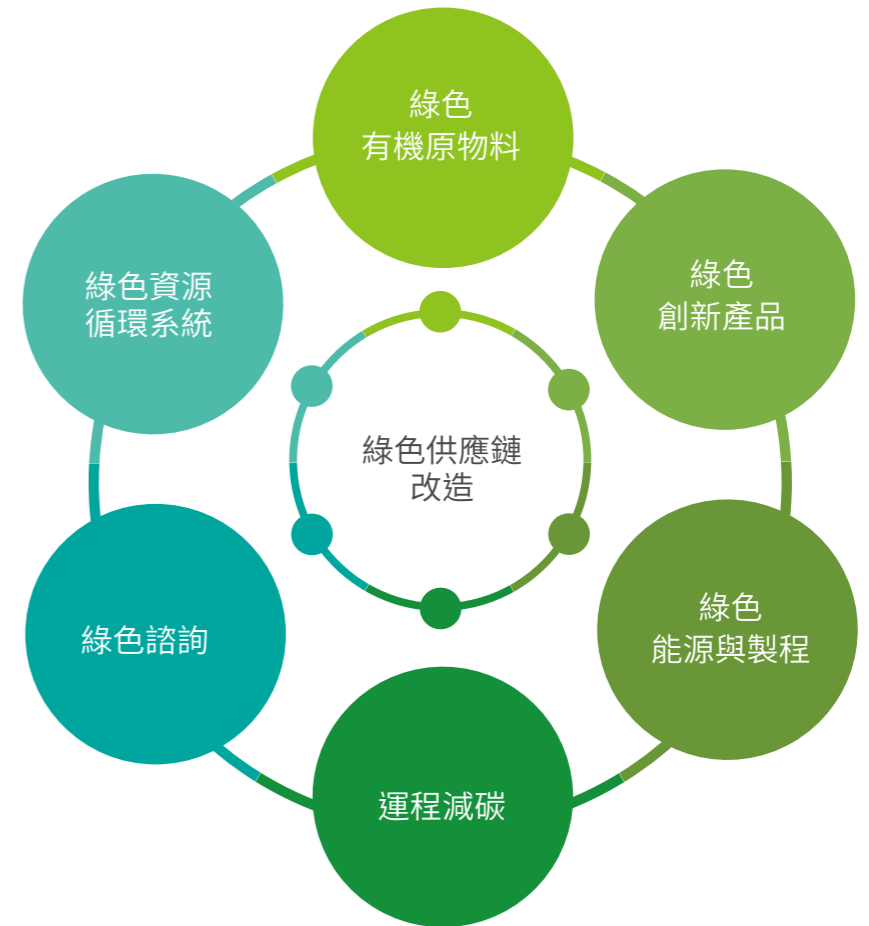
2018 年透過委員會決議後所執行的推動項目包括：設置文具共享區、包裝材料循環再用的機制建立與宣導、公司提供飲品以植物性豆奶取代動物性牛乳...等多項資源節約與動物友善措施，甚至決議號召全體員工共同執行「一次性塑膠」的限用，將相關規定納入員工綠色生活公約。

此外，經委員會正式決議，將「聯合國永續發展目標」(Sustainable Development Goals, SDGs) 全面納入公司治理與未來發展的重要政策依據及參考，並於會議中更進一步探討響應作為。

2018 年 10 月起，為了將綠色影響力擴展至最大，歐萊德邀請參加綠建築總部環境教育的機關團體共同許下承諾響應 SDGs 聯合國永續發展目標。我們在不收取任何費用狀況下，付出人力、物力及場地，只為讓歐萊德理念及全球的永續發展趨勢能更廣泛的被大眾認識。

1.2.3 綠色供應鏈

歐萊德以高度整合進行整體供應鏈的綠化改造，力求公司綠色產品從生產到回收的所有細節都極盡可能地降低對環境可能造成的衝擊。包含以「綠色有機原物料」取代石化塑料；研發「綠色創新產品」；使用「綠色能源」進行「綠色製程」；實施「運程減碳」；協助客戶綠色改造，提供「綠色諮詢」服務；建構「綠色資源循環系統」進行改造，全方位落實企業環保責任，為保護地球環境盡一份心力（綠色供應鏈相關細節請參考本報告書第四章）。



● 圖 1-10 歐萊德節能減排六大構面



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

1.3 歐萊德與 SDGs

歐萊德將企業核心價值與聯合國永續發展目標相結合，各部門主管透過聯合國提出的永續發展目標，除了解地球目前的現況，也進一步思考以我們的角度能做甚麼努力。2018年，我們聚焦在 10 項永續發展目標作為努力的方向，希望透過歐萊德的力量，將我們的影響力發揮到最大。

在聯合國永續發展目標中，可歸納為地球、人類、繁榮、和平、合作等五大元素。歐萊德以「綠色、永續、創新」為核心價值，從創立品牌之初就致力朝向「綠色產品、綠色服務、社會利益、生態利益」的方向努力。

除了上述 SDGs 聚焦 10 個目標的方向，我們的行動早已對應到 SDGs 的 14 個目標，40 個子目標，甚至五大元素皆已囊括在內，實際對應作為條列於下方表 1-4 與圖 1-12。



● 圖 1-11 歐萊德以「零碳」為目標，「綠色、永續、創新」為核心價值，透過綠色的產品與服務，兼具社會與生態利益，實踐 10 項聯合國永續發展目標





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 1-4 歐萊德呼應 SDGs 作為

分類	序號	歐萊德作為	對應 SDGs
治理	1	規劃擬定企業氣候變遷調適計畫。	子目標 3
	2	落實 ISO 50001 能源管理系統有效管控綠電。	子目標 3 子目標 4
	3	公開主管行事曆，透過週報共享讓部門工作項目透明公開。	子目標 6
	4	於企業內部落實各類表單電子化，推動無紙化作業。	子目標 2
	5	透過性別平等委員會推動兩性平等的觀念與保護。	子目標 1
	6	成立性騷擾防治委員會	子目標 1
	7	不定期舉辦公司內部永續培訓，落實公司同仁對於永續發展的認識及重視。	子目標 7
	8	員工皆享有公平、一致性的內、外訓課程。	子目標 5
	9	增加公司內部急救人員的派訓，當遇上交通事故時，可給予傷患在第一時間的必要醫療措施。	子目標 6
	10	定期舉行員工健康檢查。	子目標 8
	11	關注懷孕員工每日工時，避免因工作疲累導致生理產生變化。	子目標 1
	12	為體恤身為父母的員工在照顧幼童時難免需要付出比較多的心力，特設置優於政府法令的育兒照顧假福利措施。	子目標 4



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

分類	序號	歐萊德作為	對應 SDGs
治理	13	重視女性員工，女性員工超過半數、女性主管佔比約五成，在各委員會的組成會議當中，皆有女性參與以及發言提案權利。	子目標 5 子目標 5
	14	提供女性員工集哺乳空間。	子目標 2
	15	歐萊德綠建築總部設置無障礙空間。	子目標 7
	16	要求業務人員遵守交易規範，不得影響其他業務與客戶權益，乃至影響公司品牌及商譽。	子目標 5
	17	安排公司交易規範訓練，避免違反任何形式的貪汙賄賂背信詐欺等法令規範。	子目標 5
社會	18	透過綠建築總部參訪，分享永續經營的企業理念與實際經驗，從自身實例進行環境教育。	子目標 7 子目標 8 子目標 3
	19	透過關燈、種樹、淨灘等 CSR 活動進行環境教育、甚至透過產品來傳達環保理念。	子目標 7 子目標 6 子目標 8 子目標 3 子目標 1 子目標 5 子目標 2
	20	協辦 CSR 校園種子研習營，協助全國大專院校學生永續發展知識的拓展，培育 CSR 人才。	子目標 7
	21	利用行銷議題溝通時，提升女性形象、間接促進性別平等。	子目標 1
	22	對於總部附近交通意外之熱點，向當地政府機關提出改善修正建議，以提升往來車輛、附近居民甚至是公司同仁的交通安全性。	子目標 6



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

分類	序號	歐萊德作為	對應 SDGs
環境	23	水足跡盤查，並導入用水平衡圖。	子目標 5
	24	加入 RE 100 倡議行動，承諾 2025 年前 100% 使用再生能源。並增加再生能源基礎設施以及提升維護能力，並藉由社區或地區發展的共識，將再生能源的建置作為共享設施，在未生產的時間提供全國或區域電網使用再生能源電力。	子目標 2
	25	行動辦公室計畫並推動行動支付，減少員工通勤時數與碳排，亦減少交通事故。	子目標 6 子目標 6
	26	總部周遭全面禁菸，於新進人員報到時說明公司禁菸政策，並簽認承諾書，並且所有前來歐萊德總部參訪訪客均簽署禁菸宣言。	子目標 9
	27	除定期公佈累積減碳數據，也透過潔淨能源發電面板，將綠建築綠能發電訊息佈達所有員工及來訪貴賓，鼓勵其他企業發揮綠色影響力，正向提升對於綠能使用的意識。	子目標 6 子目標 3
	28	定期出版 It's O'right 電子報，報導全球最新永續資訊與趨勢，提升氣候變遷應變意識。	子目標 3
	29	實施 8 Free 計畫，並透過無汙染的超零界 / 超音波萃取科技的潔淨製程，搭配五項 TAF 認證實驗室，將農產品取代化學品，提煉成分尋找新價值，目前已有多項原料獲得 INCI Name 命名權。	子目標 9 子目標 3 子目標 2 子目標 4 子目標 4 子目標 5
	30	歐萊德綠建築總部為全亞洲第一座 GMP 化妝品工廠，符合 EEWB 黃金級、建築碳足跡鑽石級認證，其中低碳辦公室一年開冷氣天數不超過 30 天。	子目標 3 子目標 4
	31	設置太陽能及風力發電設施。	子目標 2



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

分類	序號	歐萊德作為	對應 SDGs
環境	32	廢棄物 100% 由合法廠商清除處理，無垃圾隨意傾倒。	子目標 3
	33	建置雨水、中水、廢水三大水資源回收系統，廢水 100% 經由水污染防治設備處理後排出，預計 2020 年可達廠區零排廢。	子目標 3 子目標 4
	34	不鏽鋼排水管，以蒸汽消毒取代溶劑消毒。	子目標 9 子目標 3 子目標 4
	35	印刷文宣採用 FSC 永續森林用紙，鼓勵永續森林意識。	子目標 2 子目標 B
	36	紙椅綠行的溝通。以『零廢棄』概念紙椅，生動推廣綠色永續概念。	子目標 4 子目標 5
	37	透過綠色供應鏈、國際經銷商、串聯綠沙龍，發揮綠色影響力。	子目標 16
	38	於眾多國際會議上發表「綠色創新與永續責任」演說。 2011 年參加美國 APEC 中小企業會議； 2013 年參加美國永續高峰會； 2014 年聯合國亞太碳足跡會議； 2018 年香港 cosmospro 美容展； 2018 年歐盟創新週演講； 2018 年創說年度演講大會； 2018 年義大利美容展；	子目標 16



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



聯合國永續發展目標

歐萊德對應作為¹

聯合國永續發展目標	歐萊德對應作為 ¹
SDGs 16	3,16,17
SDGs 17	16,19,37,38
SDGs 8	13,29,34
SDGs 9	2,29,30
SDGs 12	18,19,27,36
SDGs 3	9,10,11,22,25,26,29,34
SDGs 4	7,8,18,19,20
SDGs 5	5,6,12,13,14,21
SDGs 7	2,24,30,31
SDGs 11	15,25,29,33
SDGs 6	19,23,29,32,33,34
SDGs 13	1,18,19,27,28
SDGs 14	19,33
SDGs 15	4,19,35

● 圖 1-12 歐萊德綠色行動對應到聯合國 14 個永續發展目標，40 個子目標，SDGs 五大元素皆囊括在內。

註：對應作為請參閱上方表 1-4



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 1-5 歐萊德董事會

董事長	葛望平(兼總經理)
董事	開發文創價值創業投資股份有限公司
	馨之妮庭投資股份有限公司
	清河堂文創股份有限公司
	葛麗英
監察人	張小玲
	黃瑞婷

1.4.1 公司治理

董事會由 5 席董事以及 2 席監察人所組成，如表 1-5 歐萊德董事會。董事會職責為負責公司之經營，並審核年度預算，為股東創造最大利益以及決議重要事項，如資本支出、轉投資等，為歐萊德最高之決策機構。總經理秉承董事會決定之業務方針，綜理公司全盤策略、生產、銷售及營運目標規劃與執行。

董事會依照公司法及公司章程規定如期（至少每季一次）運作，2018 年召開董事會的次數為 8 次，董事（含監察人）出席董事會的平均出席率為 96.42%。董事（含監察人）年齡 30-50 歲為三位，其餘皆為 50 歲以上；其中女性佔 57%，男性佔 43%。

1.4.2 公司組成

(1) 組織架構

2014 年另設立專職專責的內控內稽單位以負責組織內部稽核，同年 08 月 08 日成立歐萊德性騷擾防治委員會；08 月 12 日成立歐萊德勞資委員會，並於 11 月 01 日設立生物安全委員會（歐萊德各委員會 / 小組 成立宗旨說明請見表 1-6）。

歐萊德的組織在調整後共分為三層單位，一層單位包含 1 個事業群、9 個中心、7 個處、3 個室；二層單位包含 34 個部、6 個行動辦公室、20 個體驗店、1 間實驗室、；三層單位包含 6 個課及 6 個組，內部則設有 10 個委員會 / 小組（詳見圖 1-13 2018 年歐萊德組織圖）。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

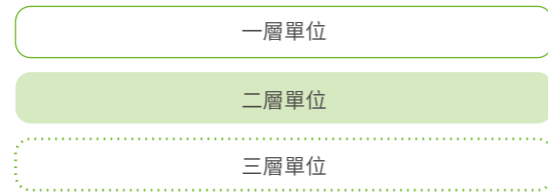
第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

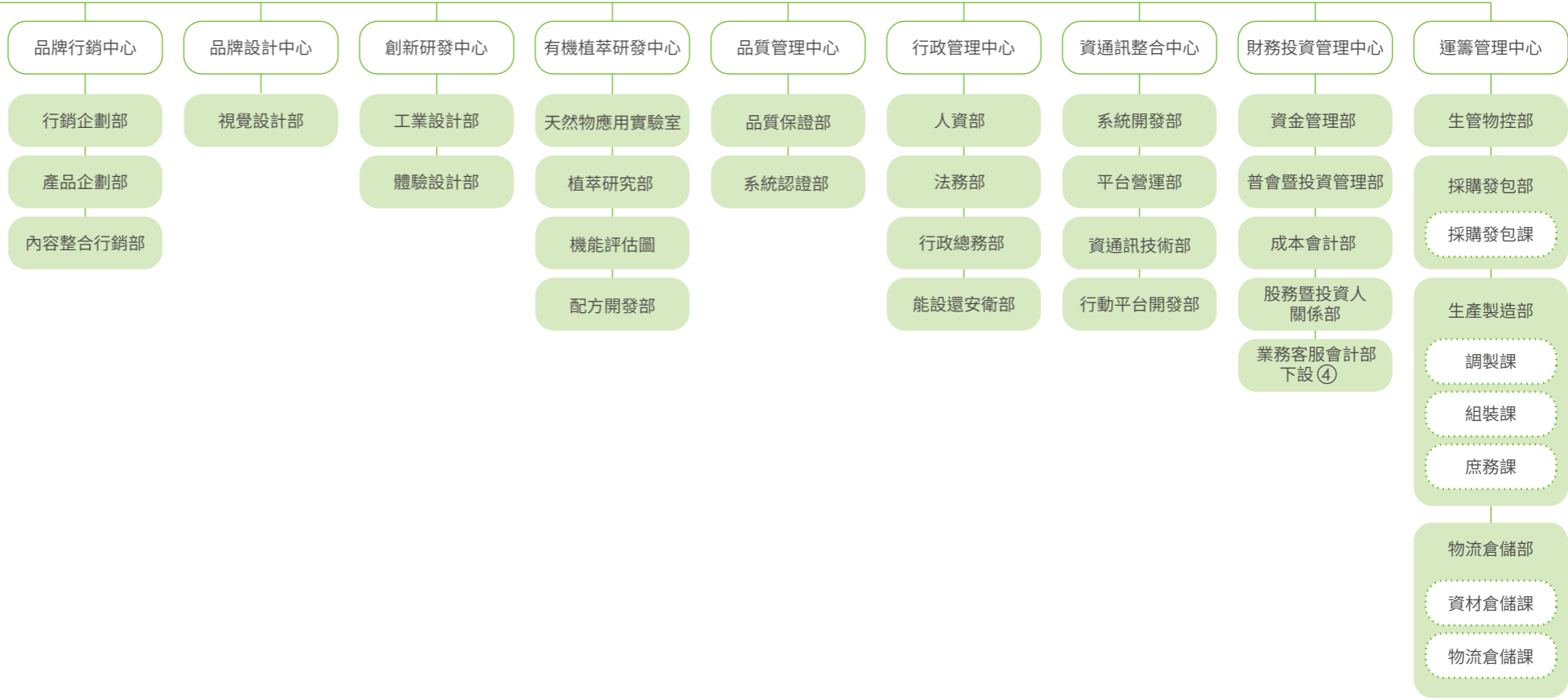
第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

稽核室

- 品牌暨新產品開發策略小組
- 綠色永續發展委員會
- 智慧財產評審委員會
- 職業安全衛生委員會
- 環境暨能源管理委員會
- 生物安全委員會
- 勞資委員會
- 職工福利委員會
- 性騷擾防治委員會
- 勞工退休準備金監督委員會



● 圖 1-13 2018 年歐萊德組織圖



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 1-6 歐萊德委員會 / 小組 成立宗旨

歐萊德委員會 / 小組	相關性說明	成立日期	成立宗旨
綠色永續發展委員會	組織相關	2013/05/10	此委員會之委員係由各部門主管擔任，成立目的為針對綠色永續及節能減碳措施提出各部門建議，例如研發部門如何落實原料採購在地化並研發萃取技術；生產部門如何簡化製程以及減少能源浪費。
品牌暨新產品開發策略小組	組織相關	2009/06/22	負責設定產品開發大方向及擬定品牌行銷策略。
智慧財產評審委員會	組織相關	2013/09/11	成立目的為管理歐萊德專利案及著作權，並針對員工提案進行評議與專利申請。
環安衛管理委員會	勞工相關	2014/11/25	成立目的為防止職業災害，保障員工之安全與健康，依據職業安全衛生法設立之。2015 年正式改名為職業安全衛生委員會，勞工代表人數大於 1/3 以上。
能源管理委員會	組織相關	2013/12/04	針對公司之能源使用進行管理以達成整體節電的用電效益與預期目標。
生物安全委員會	組織相關	2014/11/01	成立目的為督導實驗室生物安全事項，達成自主管理目標，由主任委員統籌及協調相關事務以確認生物安全管理措施與規劃、感染性生物材料審查、實驗人員管制與訓練、滅菌與消毒作業程序、緊急通報與應變流程等各項生物安全事項之有效運作，並定期進行相關安全檢查，確保生物實驗安全。第一次會議於 2014 年 12 月召開，內容針對 BSL-2 生物安全操作實驗室之成立並預計於 2015 年 1 月 5 日正式啟用一事進行公告。
* 勞資委員會	組織相關	2014/8/12	成立目的為協調勞資關係、促進勞資合作、並防患各類勞工問題於未然。委員會之基本精神在於鼓勵勞資間自願性的諮商與合作，藉以增進企業內勞資雙方的溝通，減少對立衝突，使雙方凝聚共識，進而匯集眾人的智慧與潛能，共同為執行決議而努力。勞資會議制度的設計，係由勞資雙方同數代表舉行定期會議，利用提案與討論方式，以獲得多數代表同意之方案為決議，創造出勞資互利雙贏的遠景。勞方代表由全體勞工直接選出，2014 年共召開兩次會議，內容為 2014 年健康檢查及 2015 年歐萊德行事曆相關事宜，決策均以公司公告方式佈達至全體員工。
* 職工福利委員會	勞工相關	2009/01/01	成立目的為謀求員工更大福利，提高工作效率貫徹福利政策，使全體員工成為互惠互助的團體，特設置本會，統籌員工福利事宜。
* 性騷擾防治委員會	勞工相關	2014/08/08	成立目的為防治性騷擾、促進職場兩性平等，並作為申訴管道以保護被害人權益。性騷擾防治委員會代表由全體員工直接選出，2014 年召開會議次數為一次，無決策事件發生。
* 勞工退休準備金監督委員會	勞工相關	2001/09/28	成立目的為建立勞工退休給付制度，保障勞工老年生活及 sdf 有效運用社會中長期資金，支援重大經建計劃。

* 表示為政府規定必須成立之公司委員會單位



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

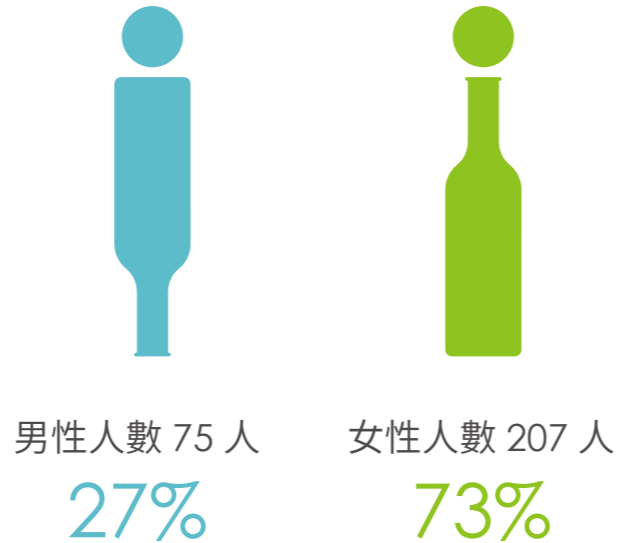
第五章 綠色影響力

附錄

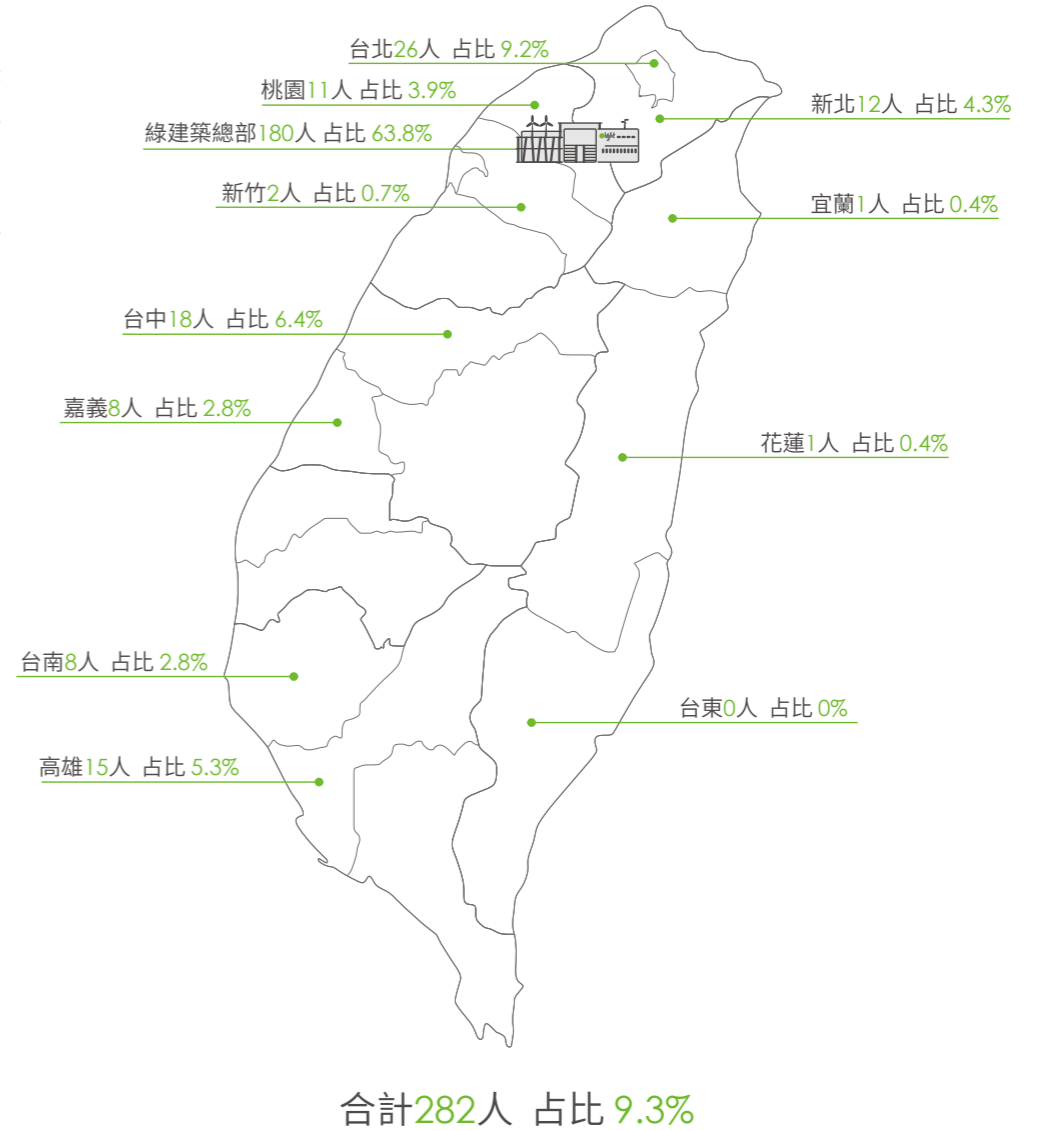
(2) 歐萊德綠色團隊

為了塑造守法、有效率、負責任的歐萊德綠色團隊，每一位歐萊德新進員工皆會收到明確之工作規則，內容涵蓋薪資、工時、退休、女性工作人員相關工作規定、考核獎懲、福利、安全衛生及性騷擾防治等，使員工有明確的規範可以依循，營造井然有序的工作氣氛。

截至 2018 年底，歐萊德綠色團隊共有 282 名正式員工（不含 4 名派遣員工），其中有 63.8% 員工皆於龍潭的綠建築總部上班，與 2017 年相較，員工人數一共成長了 24 人，成長率約為 9.3%。由於髮妝業以女性為主，因此歐萊德女性佔員工總人數 73%。



● 圖 1-14 男、女員工人數比例



● 圖 1-15 員工人數分布（以總部及各區客服單位區分）

註：2018.12.31 在職人數為 282 人



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

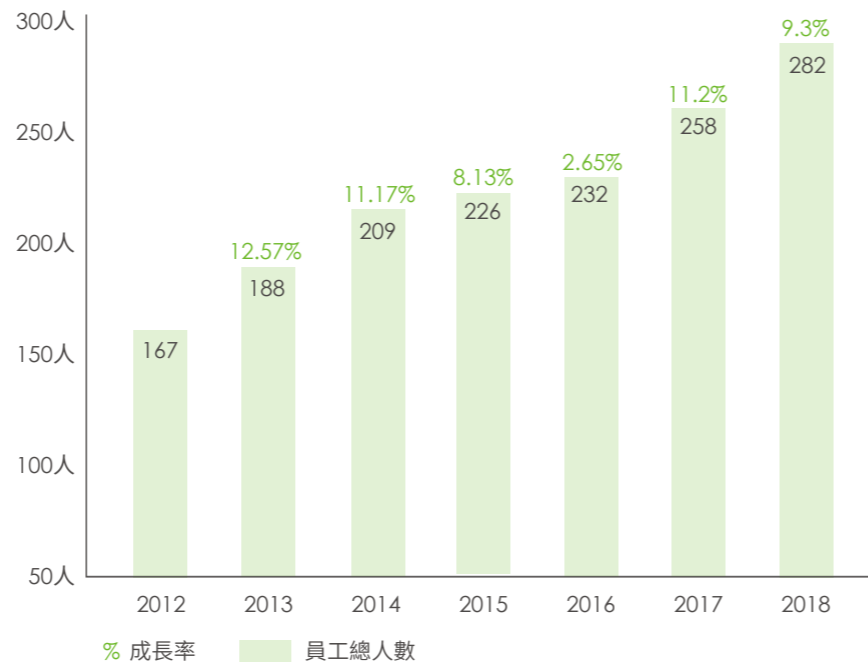
第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

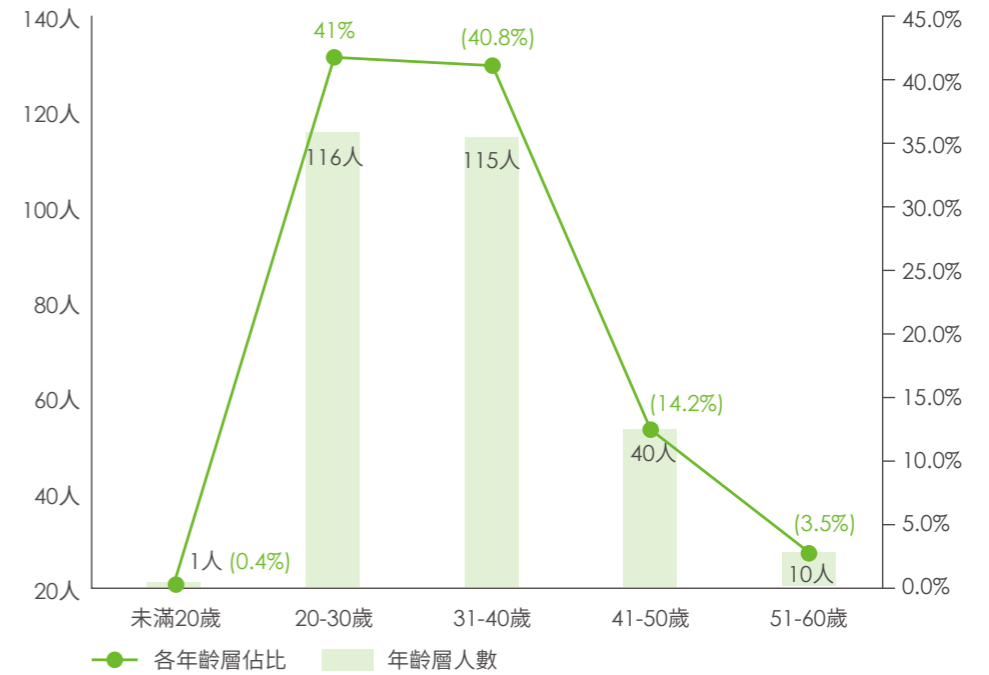
第五章 綠色影響力

附錄

282 名員工以僱用性質來看，不定期員工共計 282 人（男 75 人，女 207 人），無雇用其他派遣員工。員工之層級、學歷及年齡分佈趨勢請參考圖示說明（圖 1-16、1-17、1-18）。



● 圖 1-16 正式員工人數與成長率
註：2018.12.31 在職人數為 282 人



● 圖 1-17 員工年齡分佈



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

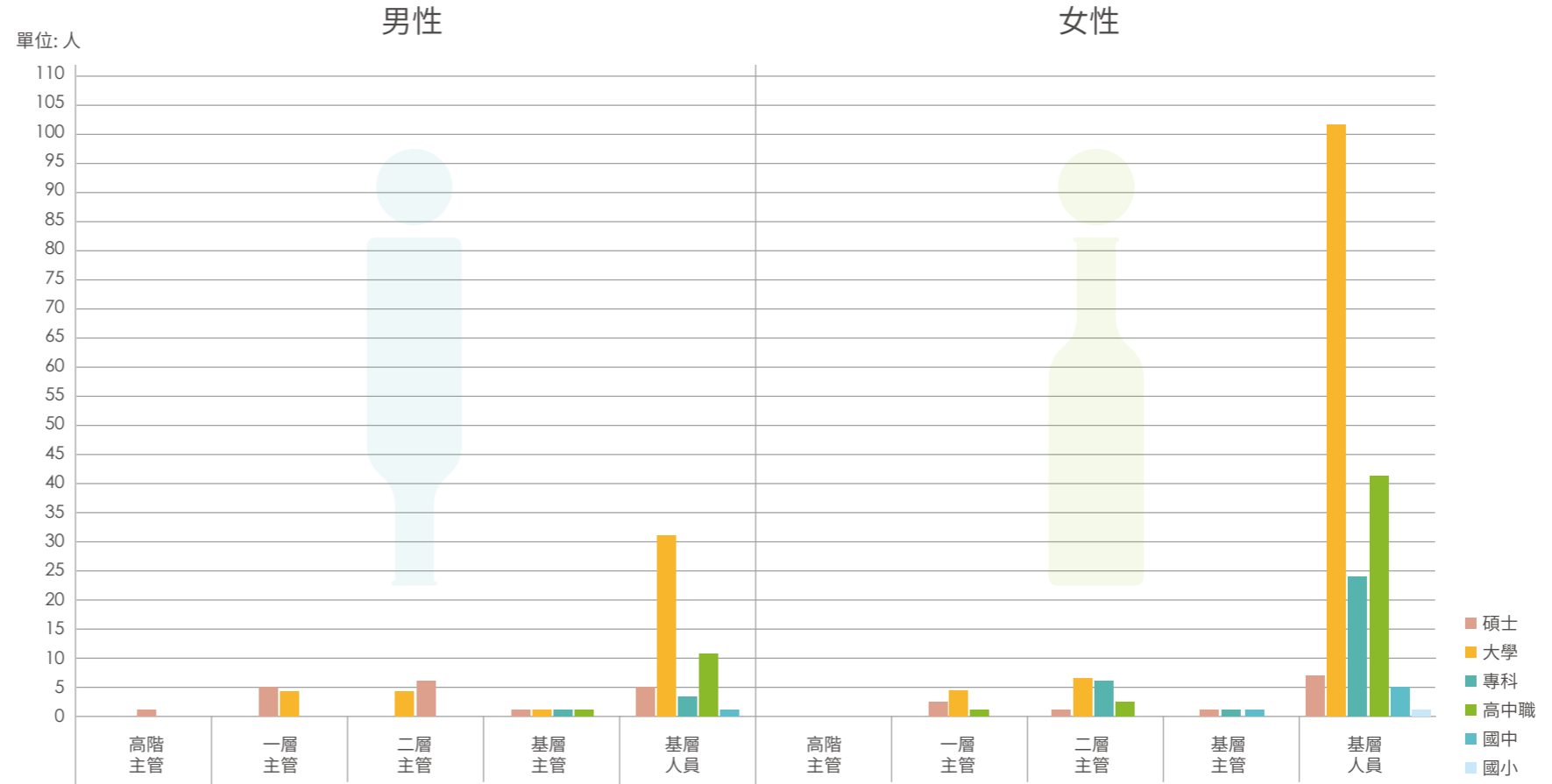
第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 1-18 員工層級學歷分布



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 1-7 2018 年新進與離職人員

2018 年 109 名新進員工當中，81.7% 為女性，其中絕大部分為 30 歲以下之青年，在地聘雇（指桃園市）之比例 55.1%，新進人員佔員工總數之比例為 38.7%。

類別	年齡	北部區域				中部區域				南部區域				合計			
		男性		女性		男性		女性		男性		女性		男性		女性	
		人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比
新進	30歲(不含)以下	11	11%	51	50%	0	-	1	33%	1	33%	0	-	12	11%	52	48%
	30歲 - 50歲	7	7%	34	33%	0	-	2	67%	1	33%	1	33%	8	7%	37	34
	50歲(不含)以上	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
	合計	18	17%	85	83%	0	-	3	100%	2	67%	1	33%	20	18%	89	82%
離職	30歲(不含)以下	12	13%	31	35%	0	-	1	100%	0	-	0	-	12	13%	32	35%
	30歲 - 50歲	6	7%	39	44%	0	-	0	-	0	-	1	100%	6	7%	40	44%
	50歲(不含)以上	0	-	1	1%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	1	1%
	合計	18	20%	71	80%	0	-	1	100%	0	-	1	100%	18	20%	73	80%

註：¹ 新進人員：單指正職新進人員，含約聘、工讀、實習，不含派遣；離職人員：單指正職人員離職，含約聘、工讀、實習、留停，不含派遣。

² 區域分布：a. 北部區域：台北、新北、基隆、桃園、新竹、苗栗、宜蘭、花蓮、台東 b. 中部區域：台中、彰化、南投 c. 南部區域：雲林、嘉義、台南、高雄、屏東

● 表 1-8 2014-2018 離職人數佔總員工人數比例

員工離職狀況部份，在試用期與企業彼此磨合的過程離職率偏高，到任 3 個月內離職的男性員工佔總離職人數 5.5%；女性則為 34.1%。

年份	在職人數	新進人數	新進率	離職人數	離職率
2014	209	77	3.70%	121	5.97%
2015	226	151	5.43%	134	4.77%
2016	232	108	3.77%	102	3.56%
2017	258	113	3.60%	80	2.56%
2018	282	109	3.27%	91	2.73%

註：月離職 / 新進率 = 當月離職 / 新進人數 ÷ (當月初人數 + 當月新進人數) 年度離職 / 新進率 = 平均月離職 / 新進率



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(3) 員工招募與工作守則

為保障在地就業機會，會透過當地里長張貼相關職缺訊息或積極參與地區性招募求才活動，歡迎各類人才加入歐萊德大家庭。

歐萊德與所有新進員工皆簽訂合約以保障雙方權益，合約中依照勞基法，明定薪資發放程序、時間及公司代扣項目、薪資調整原則及請假辦法。

為保障勞工安全與健康，歐萊德依職業安全衛生法第三十四條制定「安全衛生工作守則」，共同防範各種意外事故發生。員工在到任前都必需進行體格檢查，公司也定期舉辦各種衛生教育及健康講座。

為避免貪腐情形發生，歐萊德在聘任員工時會要求員工提出保證人，連帶保證該員工在職期間不涉貪腐，新進員工訓練課程之一「新進同仁教育訓練管理流程規範」也明文規定客戶餽贈禮品一律繳回公司，統一處理；另外，根據「客服人員每日作業流程」，客服人員每日需填「收款日報表」，貨款並於隔日立即繳回公司，以防止舞弊，同時我們也提供客戶刷卡機制，並給予刷卡優惠，將貪腐機會降至最低。

此外，最特別的是，我們與同仁們共同訂定「綠色生活公約」，與員工共同落實環保節能減碳的目標。(詳見本報告書 4.4 節)

(4) 員工公傷、缺勤資訊

在公傷及缺勤率方面，歐萊德員工在 2018 年共發生 5 例與工作直接相關的公傷案例，皆為上下班途中發生車禍。以上 5 案例累計的職災請假天數共計 22 天。皆無造成失能傷害，相關公傷之損失日數比及缺勤率請參考表 1-9。

● 表 1-9 公傷之損失日數比例及缺勤率

<p>總工作日數</p> <p>69,936</p> <p>計算方式： 全年總工作日數x員工人數 248天x282人=69,936</p>	<p>總工作時數</p> <p>559,488</p> <p>計算方式： 全年總工作日數x員工人數 248天x282人=69,936</p>
<p>員工人數(勞保投保人數-定期人員)</p> <p>282</p>	<p>公傷損失日數</p> <p>22</p>
<p>缺勤率</p> <p>0.4%</p> <p>計算方式： 缺勤日數/總工作日數 (312/69,936)=0.4%</p>	<p>缺勤日數</p> <p>312</p> <p>缺勤假別為： 病假、事假、曠職、公傷假</p>
<p>失能傷害頻率(FR)=</p> <p>8.93</p> <p>計算方式： (失能傷害次數x106)/(總工時)= (5次*1000000)/559,488=8.93</p>	<p>失能傷害嚴重率(SR)=</p> <p>39</p> <p>計算方式： (總計傷害損失日數x106)/(總工時)= (22天*1000000)/559,488=39</p>



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

1.4.3 氣候變遷風險評估與氣候行動

氣候變遷對人類的影響已經越來越大，以目前現況而言，顯然已無法立即改善，因此為讓企業永續經營，歐萊德預先評估氣候變遷風險，規劃調適辦法並進一步採取氣候行動，使企業能夠適應氣候變遷影響而持續生存，並減緩極端氣候與暖化效應的調適策略。

(1) 國際環保政策變動

IPCC 報告指出，地表溫度在「最近的三個十年」比自 1850 年以來的任何一個十年都溫暖。在北半球，1983~2012 年可能是過去 1400 年來最暖的 30 年。

面對高居不下的二氧化碳排放量，後續勢必面臨碳權扣稅的問題，美國的經濟學專家諾德豪斯，甚至提出對於溫室氣體排放造成的問題，最有效的解決方法，就是全世界所有國家共同推行一致的碳稅 (carbon taxes) 制度，甚至因此獲得 2018 年諾貝爾經濟學獎。

歐萊德 2018 年將綠建築總部的組織運作，及公司五大類 9 項產品進行碳中和驗證，透過驗證過程盤點我們的「組織運作」以及「產品產製」的碳足跡，進一步再執行減碳計畫，降低我們的碳排放量，並將全數產品依驗證標準所要求的綠色製程生產。因此，在環境永續相關法規逐漸健全，開始課徵碳稅時，歐萊德早已全面整頓完畢，做好萬全準備。

在碳足跡盤查過程，發現消費者端產生碳排放量遠高於產品本身產製的碳排放量，因此擬定相對應政策如下：

A. 降低產品運送碳足跡

為降低運輸部份碳排放量，我們冒著被消費者棄單的風險，設定相當高的 1,500 元免運門檻，鼓勵消費者有計畫性的採購，以減少來往交通的碳排放量。同時，也透過各種管道傳遞消費者正確觀念，讓我們共同來減少碳排放量。

B. 降低產品使用的碳足跡

歐萊德並跳脫傳統思維，在所有同業皆在追求高效能、高利潤的產品設計時，我們改弦易轍的尋找天然替代原料。透過配方改良，且經過實驗證實，消費者使用產品後的洗淨、吹乾時間與改良前配方有顯著差異，成功降低「消費者使用」碳排放量。此外，歐萊德努力開發改良無須使用熱水也無須吹乾的「乾洗髮」產品，幫助讓「消費者碳排放量」再下降至極限。

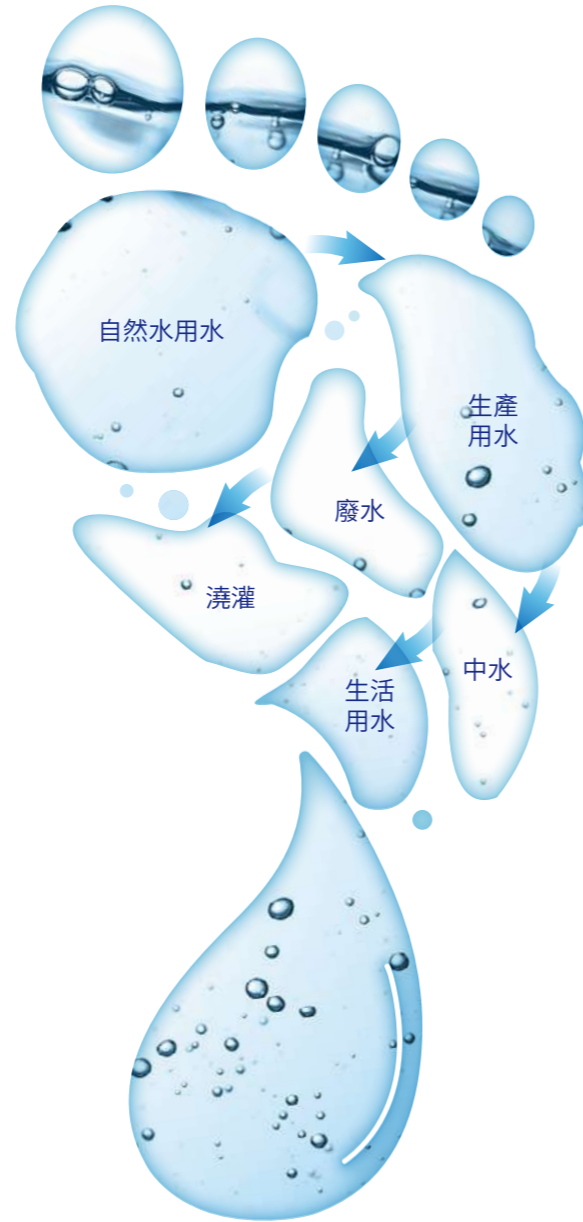
C. 加入 RE 100 倡議活動

目前政府已在修正《再生能源發展條例》，後續可能開始要求用電力用戶設置一定容量以上的再生能源發電或儲能設備。歐萊德領先業界，響應 RE 100 倡議行動，預計 2025 年將成為全台灣第一間全面使用再生能源的企業。



● 圖 1-19 透過碳足跡盤查，進一步擬定減碳計畫，產線全面改良，使碳足跡降低

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效



● 圖 1-20 盤查水足跡，了解各階段耗水狀況，擬定節水策略

(2) 極端氣候風險評估

A. 海平面上升、水災與地震風險

歐萊德綠建築總部位處於地勢較高的桃園龍潭地區，並且土壤是卵礫石層及紅土層，並沒有液化現象，地質條件相對來說非常穩定，統計資料顯示，過去 40 年只有兩次規模 4.0 以上的地震。

然而除總部之外，歐萊德同仁分散於全台各地，隨時有可能因為突發的天然災害而無法工作。為保障公司及員工的權利與義務，歐萊德所推行的「行動辦公室計畫」讓同仁可遠端就方便的地點照常工作（詳見本報告書 1.3.3）。在推行此計畫之後，同仁便可不受交通限制，在短時間內保持工作正常運作。

B. 缺水乾旱風險

「水足跡」是一種衡量水資源使用情況的認證，在認證過程可真實呈現所有隱藏在產品中的用水，讓水資源耗用更透明。我們將產品進行「水足跡盤查」，目的就是了解自身產品產製過程的耗水情況，進一步產出節省水資源的策略與作法。

歐萊德相當注重水資源回收，目前廠區已建置雨水、中水、廢水三大水資源回收系統（詳見本報告書 2.1 章節），珍惜每一滴水資源，再透過省水 65.5% 的腳踩水龍頭等省水設施，減少乾旱情況對營運造成的損害。

C. 能源短缺風險

傳統能源的使用量將越益稀少，面對高污染的環境，能源成本勢必將更為提高，綠能設備肯定是未來趨勢。歐萊德不但自 2012 年綠建築總部興建時已同步建設太陽能與風力發電，更已規劃 2019 年再擴建增設綠能設備，目標朝向 2025 年百分之百使用自產綠電，大幅降低未來將面臨的能源短缺風險。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

1.4.4 營運狀況

(1) 企業營運狀況

歐萊德的營業額每年均不斷成長，營運績效十分亮眼，證明歐萊德的綠色策略獲得廣大消費者的認同（近三年財務資訊請參考表 1-10），並且發展潛力受到外部投資者的肯定，已獲得「開發文創價值創業投資股份有限公司」及「中華開發工業銀行股份有限公司」投資，總金額達 1 億 8 千 3 百萬。

歐萊德更要求外部投資者以後每年都要簽署企業社會責任聲明，是國內第一家向該公司提出這類要求者，未來我們將朝著要求投資者實踐社會責任投資 (Socially Responsible Investment) 的目標前進，從投資面發揮歐萊德的綠色影響力。

● 表 1-10 歐萊德財務概況 (單位：新台幣仟元)

項目	2016 年	2017 年	2018 年
銷售淨額(成長率)	354,283 (+6.83%)	438,198 (+19.15%)	553,624 (+20.85%)
營業成本及費用 ¹ (成長率)	311,736 (+2.14%)	385,302 (+19.09%)	469,719 (+17.97%)
營業利潤	42,547	52,896	83,905
人事薪資	110,144	134,533	177,877
職工福利	1,232	1,544	3,329
政府補助收入	<ul style="list-style-type: none"> • 經濟部參展專案 - Beautyworld Middle East 50 • 美國拉斯維加斯 50 • 工研院 914 • 勞動部勞力發展署 - 2016年充電起飛計畫 599 	<ul style="list-style-type: none"> • 台北市進出口公會45 • 工研院 470 • 外貿協會594 • 經濟部參展專案-香港亞太美容展45 	<ul style="list-style-type: none"> • 2018年瑞士日內瓦國際發明協會-國貿局16 • 經濟部國貿局-台北進出國公會40 • 行動支付補助款-第一期1,560 • 107年度企業人力資源提升計劃訓練補助218
資產總計	426,900	441,321	522,391
保留盈餘	33,089	49,352	86,579

註：¹ 推廣、管理及研發費用
資料來源：歐萊德財報



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2018 年歐萊德綜合績效持續成長，整體稅後盈餘為 71,937 仟元，較 2017 年成長 86.57%。每股稅後盈餘 (EPS)、資產報酬率 (ROA) 和股東權益報酬率 (ROE) 分別為 3.53 元、15% 及 25% 皆為逐年增加，如表 1-11 財務資訊。

● 表 1-11 財務資訊 (單位：新台幣仟元)

議題	項目	2016	2017	2018
經營能力	總資產	426,900	441,321	522,391
	股東權益	258,728	274,806	311,245
	營業收益	354,283	438,197	553,624
	營業淨利	24,764	38,558	71,937
獲利能力	資產報酬率	6%	9%	15%
	權益報酬率	10%	14%	22%
	每股盈餘EPS	1.22%	1.89%	3.53%



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

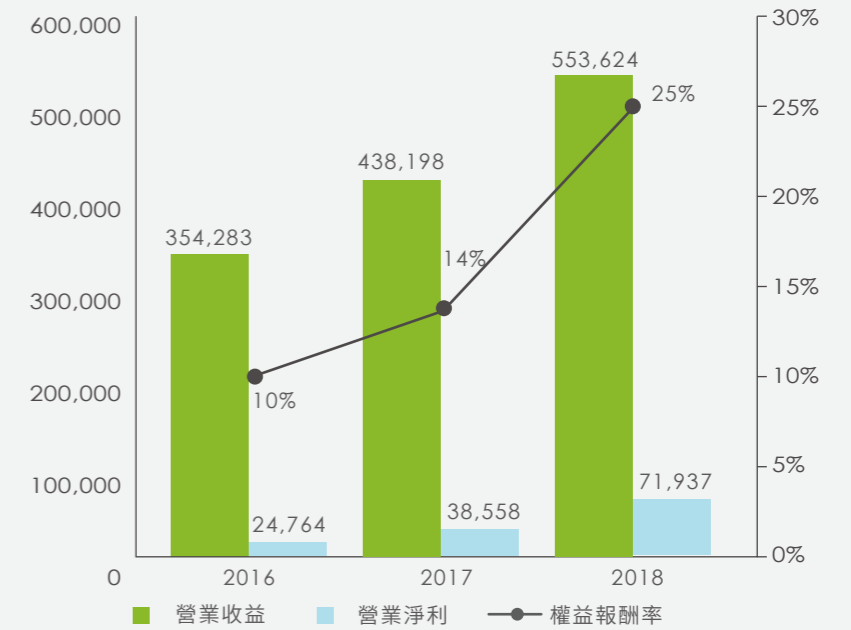


圖 1-21 財務資訊



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

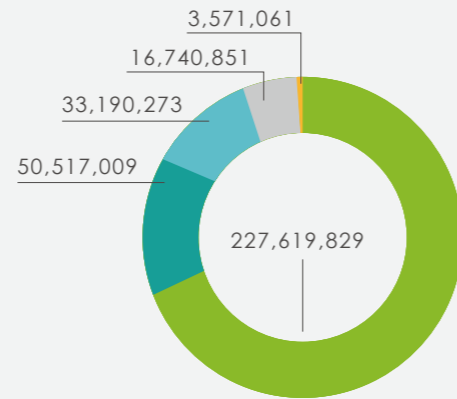
第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

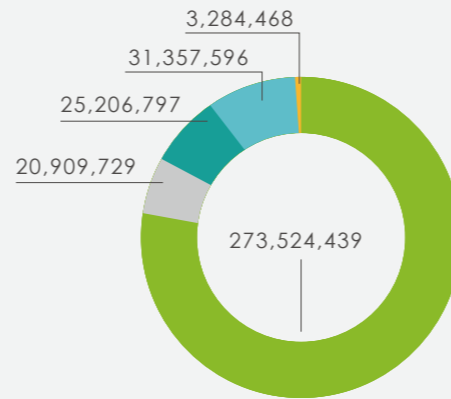
附錄

外銷部分從 2014 年的 2.3 億元，成長至 4.6 億元，幾乎已達兩倍營業額。



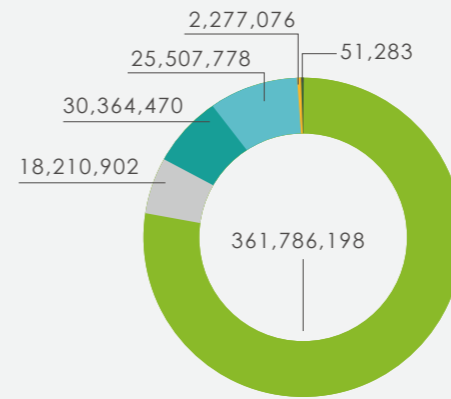
(台灣市場佔68.63%；國際市場佔31.37%)

● 圖 1-22 2015 年外銷比例



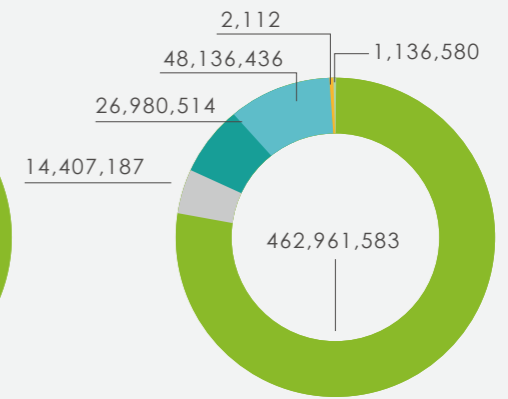
(台灣市場佔77.21%；國際市場佔22.79%)

● 圖 1-23 2016 年外銷比例



(台灣市場佔82.56%；國際市場佔17.44%)

● 圖 1-24 2017 年外銷比例



(台灣市場佔83.62%；國際市場佔16.38%)

● 圖 1-25 2018 年外銷比例

● 台灣 ● 中國 ● 歐洲 ● 亞洲 ● 美洲 ● 澳洲 ● 大洋洲



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(2) 各業務單位營運狀況

2018 年歐萊德業務單位包含 B 端的沙龍客戶、品牌通路與國外代理商，以及 C 端的電子商務、百貨事業處，兩方客戶相輔相成，業績同步成長。並且本小節將針對各業務單位營運狀況分述說明。

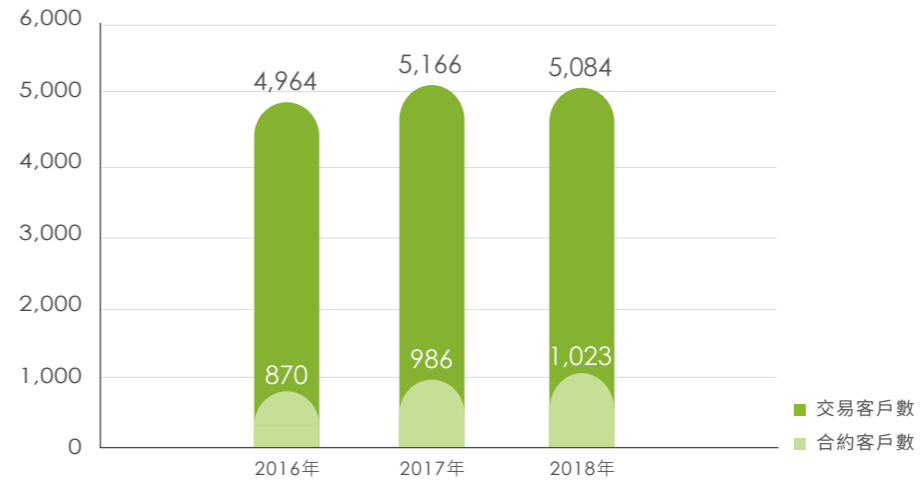
(A) 台灣事業處 - 專業美髮沙龍業者

透過客服人員不定時親自拜訪、開發新客戶並蒐集顧客資料；與顧客推廣品牌理念、產品形象及使用教學等資訊傳遞，除了提升品牌知名度，也是共同發揮歐萊德綠色影響力的最佳夥伴。我們不定期邀請沙龍客戶一同參與活動。盼藉由綠色生活節、關燈、種樹、淨灘等 CSR 活動，將永續環保的品牌理念換化成生活實踐。

2018 年起並且在極度傳統的美髮業中推廣使用行動支付響應無紙化、落實節能減碳，幫助整體美髮業的提升，提升繳款的時效、便利性及安全性並降低風險，並且載入顧客訂貨相關資訊，提供顧客即時查閱明細，大幅減少紙張用量及郵資費用等。自推廣起截止至 2018 年底，超商繳款筆數約七千四百筆，繳款金額總計約六千萬元，持續推廣增加顧客使用。右方圖表為近年沙龍客戶合約及交易客戶數，已超過五千家沙龍客戶為台灣市佔率第一的美妝品牌。



● 圖 1-26 透過 B 端與 C 端市場多角化經營



● 圖 1-27 歐萊德近三年合約客戶數與交易客戶數



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(B) 國際事業處 全球通路市場

歐萊德全球通路策略於 2018 開啟全通路經營，成功地在台灣建立全通路典範，在國際上則與經銷商合作，至 2018 年底為止，歐萊德產品已成功銷往 49 國家及地區，遍及歐、美、亞洲，在許多國際大城市裡，都可以見到歐萊德綠色髮妝品的蹤影。2018 十月更在沙烏地阿拉伯首都利雅德，開啟國際市場第一家概念店。

2018 (49 國)

亞洲區 (9 國): 新加坡、馬來西亞、韓國、日本、越南、印度、中國、菲律賓、泰國

歐洲區 (28 國): 奧地利、波蘭、荷蘭、比利時、德國、義大利、丹麥、保加利亞、瑞典、白俄、立陶宛、芬蘭、俄羅斯、羅馬尼亞、瑞士、列支敦士登、斯洛維尼亞、克羅埃西、蒙地內哥羅、賽爾維亞、波士尼、葡萄牙、烏克蘭、盧森堡、愛沙尼亞、挪威、捷克、英國

中東區 (7 國): 土耳其、阿拉伯聯合大公國、卡阿曼、巴林、科威特、沙烏地阿拉伯

美洲區 (3 國): 美國、加拿大、墨西哥

大洋洲 (2 國): 澳洲、紐西蘭



● 圖 1-28 歐萊德國際經銷網遍及全球 49 國



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(C) 電子商務處 網路平台終端消費者

歐萊德電商於 2014 年 12 月成立 O'right 官方購物平台，供客戶輕鬆選購優質綠色髮妝品，提升消費者購物之方便性。(歐萊德官方購物網站：<https://shop.orient.com.tw/>)

2016 年電商除了自有的官方購物平台外，開始拓展其他購物平台，並舉辦主題行銷活動，以爭取廣告版面的露出與曝光的機會，另外今年度也開始與 MOMO 購物網合作，所觸及到的消費者與品牌能見度皆因此而快速提升。

此外，電商部門獨立經營 FB 粉絲專頁「歐萊德 O'right Shop」、IG 帳號「O'right_tw」及 Line 官方認證帳號「O'right 歐萊德」，直接與 C 端消費者溝通，著重在品牌理念的推廣、產品形象、使用教學、優惠活動資訊傳遞，以及消費者的分享回饋等。不只提供消費者更多的選擇，也更拉進了與消費者的距離，社群經營不僅只有銷售綠色髮品，更能推展綠色理念，期待消費者除了使用綠色產品帶來健康外，也能夠擁有綠色環保的理念，進而影響身邊的人，一同加入綠色環保行列，為地球盡一份心力。



● 圖 1-29 歐萊德電子購物平台



● 圖 1-30 歐萊德官方購物網站提供多樣商品選購，並標註天然成份比，讓消費者買得安心



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

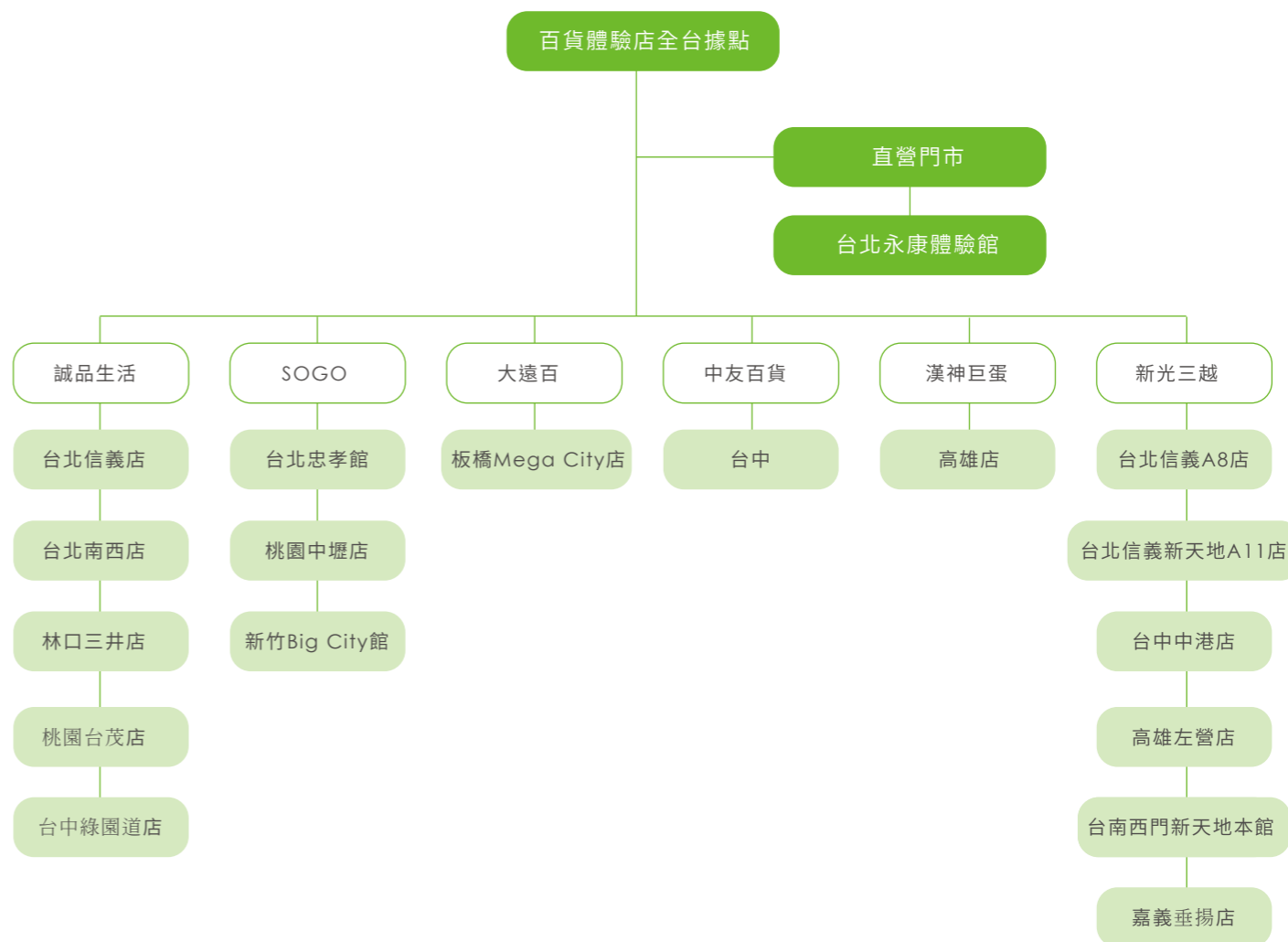
附錄

(D) 百貨體驗館 全台百貨與直營門市 提供商品體驗服務

為擴展品牌影響力，歐萊德於 2016 年開始籌畫百貨體驗店，所有專櫃門市均是我們的宣傳種子，傳遞品牌理念的媒介，因此每間體驗店均具備獨特風格的裝潢設計，體現歐萊德永續教育精神，我們期許體驗館亦能作為傳遞綠色影響力的媒介，讓我們傳遞給消費者的綠色理念能夠向下深入紮根。透過產品理念的導引，將綠色、環保、永續的理念埋藏入每個人心中。

除了讓消費者直接體驗完整全系列產品的健康、天然的優質選購環境外，並且提升購物便利性。現場更提供專業髮膚諮詢，以及美髮養髮體驗服務，也让更多人認識台灣在地綠色髮妝品牌。

由於消費者的接受度極高，至 2018 年為止已陸續成立了 17 處百貨體驗專櫃 (O'right Concept Store)，以及 1 處門市體驗館，目前門市已擴展到台灣各大知名百貨通路，包括當代最具指標性的文創百貨—信義誠品；台灣最大百貨連鎖通路新光三越；更囊括全台最受歡迎的前四大百貨。



● 圖 1-31 百貨體驗店全台據點



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2018 年底，歐萊德百貨體驗店廣佈於西部各大主要城市據點，於六大直轄市內都可以見到歐萊德綠色髮妝品的蹤影。

每年節能減碳活動，廣邀響應，擴大影響力。例如關燈一小時活動 (60+)，歐萊德百貨體驗館所有同仁，邀集一般消費者、百貨同仁、百貨商場響應，百貨商場關閉招牌燈具 (如台北信義誠品、新光三越中港店、新竹 SOGO 巨城店、台中誠品綠園道店、高雄漢神巨蛋)，以實際行動與歐萊德一同愛護地球。



● 圖 1-32 歐萊德百貨門市



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(E) 品牌通路合作事業處

除了沙龍、國際、電商、百貨等通路外，亦以提供品牌合作服務來開創另一種面向的綠色版圖。近年來伴隨環保概念的推廣與旅遊風氣的盛行，綠色住宿逐漸成為飯店所追尋的方向。

歐萊德品牌通路合作事業處部門也逐漸轉型，以透過自然、純淨、環保理念與綠色旅行概念結合，積極進行飯店、民宿、產後護理之家、SPA 會館、健身房的紮根及推廣。2018 年底，歐萊德已成功與 34 間飯店、31 間民宿、21 間產後護理之家、8 間 SPA 會館 7 間健身房，共 101 間進行合作，比 2017 年底統計合作店數增加了 52 間。

將歐萊德綠色備品融入旅行及生活中，期望把環境永續的概念傳遞給更多來自世界各地的旅人，讓更多人一同為我們生活的土地努力。因為綠，不僅是一種色感傳達，更是一種生活態度！

(a) 合作飯店：

好得文旅、六福居、凱達大飯店、Home Hotel、W Hotel、和風溫泉會館 - 礁溪館、渴望會館、桂林商務旅館、六福莊、中欣商務精品飯店、愛麗絲國際大飯店、時光對白旅棧、隱和旅、楓采時尚汽車旅館、山月景緻汽車旅館、冠月精品旅館、艸祭 Book inn、福康大飯店、路得行旅、天韻 Motel、艾菲爾人文旅店、蘭桂坊花園酒店、理想大地、二八樹巷、舒蘭精品汽車旅館、歸地灣旅棧、臺邦商旅、匯聚、樸樹文旅、士林青年旅館、亮點旅店、水雲端、揚悅、豪麗飯店

(b) 合作民宿：

好雨鳴、35 A-Li、七妹小院子民宿、Before、涵煙雅舍商行、新景宏渡假村、阿漢的家、小琉球夏琉民宿、林房民宿、曲境民宿、過几天民宿、薇拉民宿、吾居吾宿、童趣 Hikids 民宿、台南日常、南海雅築、咩咩不是羊、天使不穿鞋、Lagom Inn、23Here 埔里 303 民宿、來福客棧、品沐民宿、馬廐民宿、香香森林民宿、覓靜莊園、停駁旅宿、樂客背包旅棧、島中央、艾米利亞、渝品居、拍 R 平方民宿

(c) 合作產後護理之家：

順風產後護理之家、安育產後護理之家、迎馨產後護理之家、常盈國際有限公司、映月國際產後會館、晨昕產後護理之家、寶兒護理之家、寶來產後護理之家、泉州市怡月健康管理有限公司、麗晶產後護理之家、尚順產後護理之家、文山悠之家產後護理之家、悠之家生活事業有限公司、財團法人為恭紀念醫院附設產後護理之家、薇恩產後護理之家、薇閣產後護理之家、永和悠之家、艾爾維爾國際事業有限公司、壹壹產後護理之家、育生產後護理之家、幸悅

(d) 合作 SPA 會館：

恩蓓拉 spa、SANADU、森林跑站、聖德綠雅、北投老爺、時代 (W-Hotel)、蔥澡、玉如妍

(e) 合作健身房：

幫妳顧小孩健身教室 - 永和店、瑜珈旅程、森蒲、三環、IZO 健康會館、Kfree、艾克緹



● 圖 1-33 歐萊德品牌合作通路



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

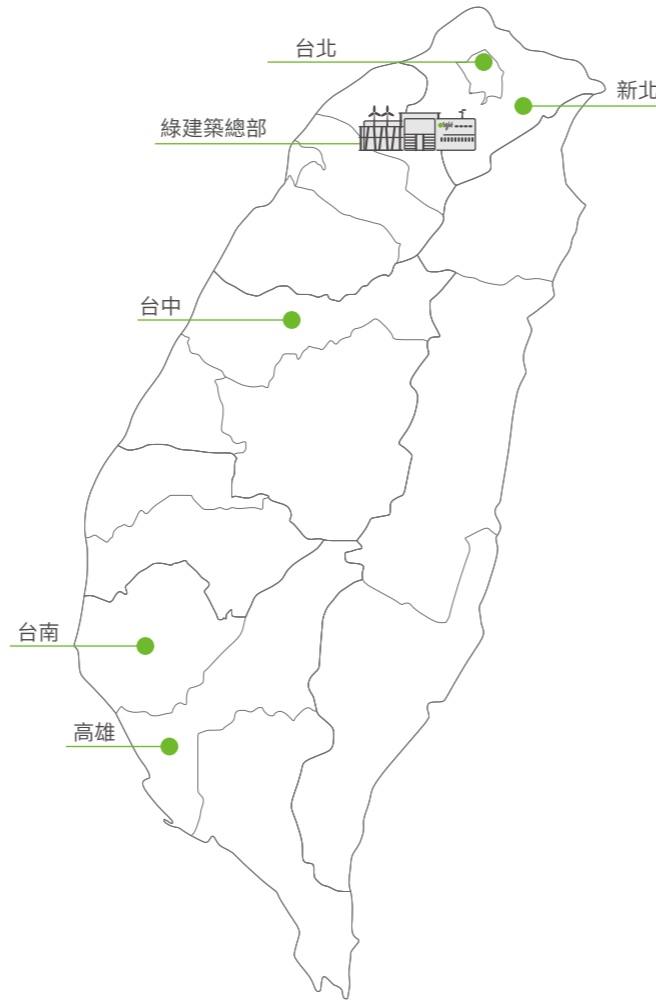
第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 1-34 歐萊德行動辦公室

1.4.5 客戶服務

為透過更優質服務提升品牌價值，2012 年開始將公司綠色永續價值深植客戶心中，讓客戶體會歐萊德不只銷售綠色髮品，更經由實際的服務行動推展綠色理念，期待客戶除了使用綠色產品帶來健康外，也能夠擁有綠色環保的理念，進而影響身邊的人，一同加入綠色環保行列，為地球盡一份心力。為提升客戶的滿意度，歐萊德具體做法如下：

(一) 客服分佈最廣泛

為服務廣大的台灣沙龍客戶，歐萊德台灣事業處在台灣從北到南設立有六個行動辦公室編制，分別為台北、新北、桃竹、台中、嘉南、高雄，廣大的客戶群皆可找到最近的服務據點，即時得到其所需要的服務。

歐萊德以走在趨勢前端的產品布局海外市場，針對不同市場進行充分調查與資訊蒐集，以找出最符合公司品牌價值及合乎預期效益的目標市場。透過年度規劃的展覽與巡迴活動，正逐步的擴大全球客群以及拓展銷售的據點。至目前歐萊德產品已成功銷往歐、美、亞洲等國家，在許多國際大城市裡，都皆可見到歐萊德綠色髮妝品的蹤影。

此外，更於 2018 年 10 月在沙烏地阿拉伯開啟國際市場第一家概念店，全球的經銷商夥伴目前已增加至 49 國，劃分成歐洲、亞洲、中東、美洲、大洋洲，以讓廣大的經銷夥伴皆有專屬負責的業務代表，能夠即時得到其所需要的服務。

電子商務部份，配合網路的方便性於即時性，官方購物網及外部平台 24 小時不打烊，提供消費者線上購物、FB 粉絲專頁私訊、及 Line@ 客戶服務，對於商品有任何問題都可以私訊詢問，能快速為客戶解決問題，縮短我們與客戶的距離。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(二) 客戶服務最多樣

歐萊德服務沙龍客戶的綠色客服，包括臨店分享綠沙龍理念與實際作法，鼓勵沙龍業者及髮型設計師參與環保公益活動，並協助店家舉辦環保活動，把綠色理念傳達給顧客。

因為有綿密的服務網，才能提供如此多樣化的服務。歐萊德各地服務據點眾多，各客服單位轄區內皆有所屬客服人員，客服人員為同業之冠，維持在 50 位左右，讓每個地方都能有歐萊德專屬的客服人員提供服務。

國際經銷商服務部分，包括提供完整品牌與產品教育訓練、拜訪當地經銷團隊，提供開設概念店設計以及規畫指導，並定期提供產品與服務推廣規劃素材，將各市場成功的實際做法經驗分享給各地市場落實操作。

同時也鼓勵當地經銷商與當地沙龍業者及髮型設計師參與環保公益活動，將綠色理念傳達給國外顧客。

此外，為提供更友善、便利的網路購物環境，除官方購物網站外，也另外提供電話訂購及 DM 下單服務，使不擅長於網路購物的客群，也能享有購買歐萊德產品的便利服務，讓購買管道更多元。利用網路行銷，我們用不同的方式服務客戶，猶如家人般的互動。

(三) 綠色服務最全面

歐萊德的客戶服務最特別的是，將綠色議題的宣導也視為我們對於消費者的責任，因此在溝通訊息中穿插了許多綠色資訊，提升消費者對於環保的概念！

並且，為了加深服務的廣度與深度，每季發行「It's O'right 季刊」。季刊為以 FSC 認證的紙張，以植物油墨來印刷。內容討論許多環保專題及綠色議題，也報導國際沙龍，藉由分享沙龍的故事讓更多人認識在世界各處為理想、為願景努力的設計師們，提供多元及詳細的綠色相關新知與概念分享，讓我們與客戶的連結能更加強化。

此季刊免費提供給綠沙龍業者擺放於店家供客戶閱讀，讓環保的推廣更落實於美髮沙龍業每個角落。每季發行量達 10,000 本，約 100 萬人閱讀，內容並譯為英文，以中英文版電子季刊的形式發行至全球 49 國(海)。其它另有不定期舉辦的環保相關活動，如海洋淨灘、Earth Hour 60+、種樹減碳，每個活動皆力邀客戶共同參與，可說是全方位的客戶服務。



● 圖 1-35 It's O'right 季刊



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(四) 客訴流程最完整

歐萊德極為重視每一個客戶所提出的問題，因此對於客戶抱怨的處理流程有完整的 SOP，規定客服人員回報、單位主管應了解與批示及總部調查的時限，以及由總經理批示後，回覆顧客問題的時限，盡快在最短時間處理客訴問題並找出讓顧客滿意的回覆。客訴案例皆統一建檔並公告周知，防止相同的客訴問題重複發生。

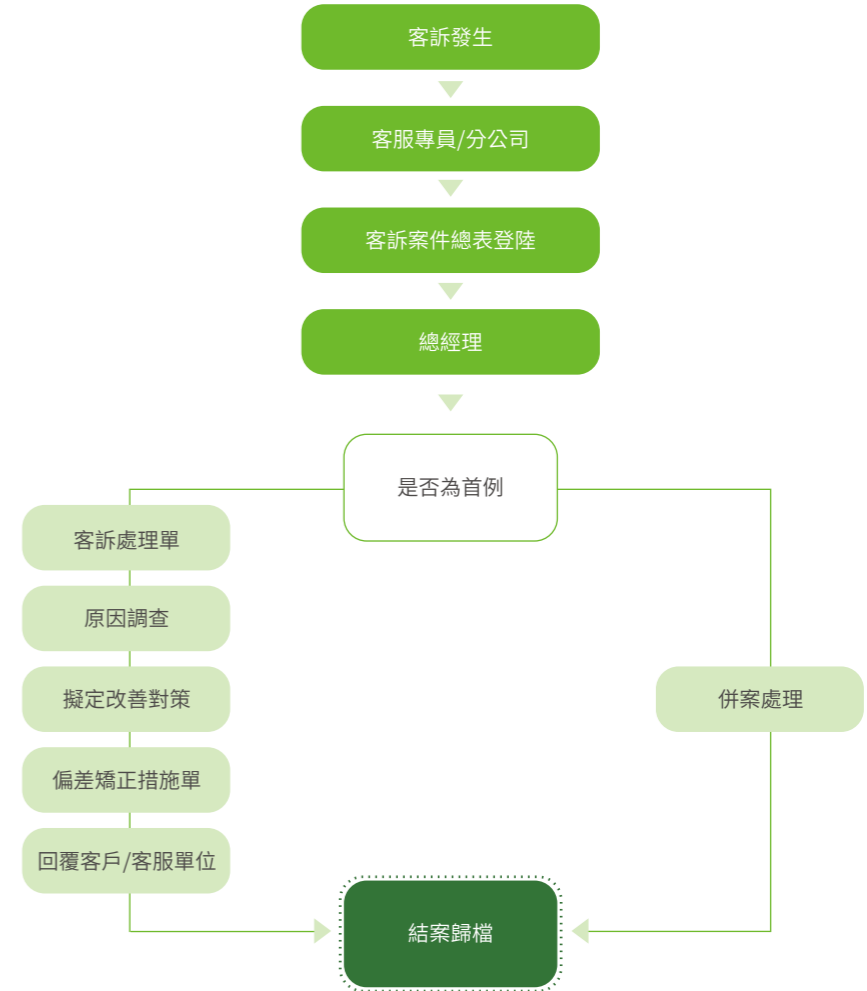
在 B 端銷售部份，台灣營業區的客訴總量則較 2017 年減少 11 件，其中反應產品質量（如內料）的案件少了 3 件，物流配送及人員服務相關的件數少了 1 件，其他項目（如網路拍賣等非公司經營販售衍生之問題）也減少 10 件。

國際客訴部份，由於 2018 年國際市場業績金額大幅成長 46%，照理客訴案件應呈現更高比例的大幅提升，但實際客訴案件數量僅微幅增加。

C 端部份 2018 年電子商務處的客訴極少，僅「產品質量」「物流配送」類各 1 件。而百貨體驗的客訴有「產品質量」有 16 件以及其他類型的 3 件，年度客訴總數量有 19 件。

整體而言，客訴案件數量呈現降低的現象，也可看出歐萊德在產品質量上更能符合客戶的需求並達到客戶的期待，對公司品牌認同度持續上升。

而針對一般消費者欲反應問題，歐萊德也提供多元管道作為選擇，消費者可以跳過店家，把遇到的問題以電話、電子郵件或社群媒體（如 Facebook、Instagram、Twitter）直接向總部反應。



● 圖 1-36 客訴處理流程



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(五) 滿意度調查最落實

歐萊德服務沙龍客戶的綠色客服，包括臨店分享綠沙龍理念與實際作法，鼓勵沙龍業者及髮型設計師參與環保公益活動，並協助店家舉辦環保活動，把綠色理念傳達給顧客。因為有綿密的服務網，才能提供如此多樣化的服務。歐萊德各地服務據點眾多，各客服單位轄區內皆有所屬客服人員，客服人員為同業之冠，維持在 50 位左右，讓每個地方都能有歐萊德專屬的客服人員提供服務。

國際經銷商服務部分，包括提供完整品牌與產品教育訓練、拜訪當地經銷團隊，提供開設概念店設計以及規畫指導，並定期提供產品與服務推廣規劃素材，將各市場成功的實際做法經驗分享給各地市場落實操作。同時也鼓勵當地經銷商與當地沙龍業者及髮型設計師參與環保公益活動，將綠色理念傳達給國外顧客。

此外，為提供更友善、便利的網路購物環境，除官方購物網站外，也另外提供電話訂購及 DM 下單服務，使不擅長於網路購物的客群，也能享有購買歐萊德產品的便利服務，讓購買管道更多元。利用網路行銷，我們用不同的方式服務客戶，猶如家人般的互動。

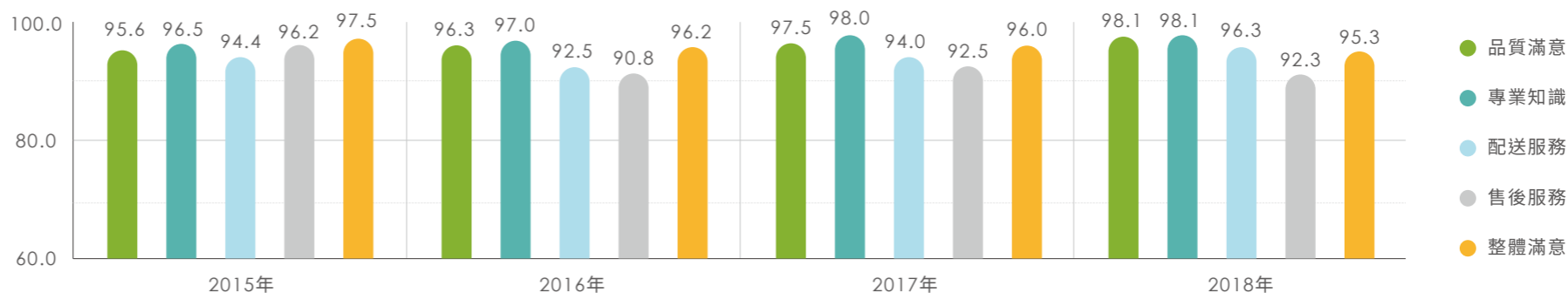
針對客戶回覆，歐萊德為加強客戶關係管理與不斷提升產品品質與顧客滿意度，歐萊德加強了下列措施：

針對產品品質與資訊

國際處設立人員負責傳遞公司產品資訊，並提供即時產品 FAQ 問題服務，確保產品對外資訊與服務的高品質性。

針對行銷素材與規劃

國際處設立人員負責規劃國際市場使用之行銷素材與活動、CSR 檔期規劃，針對國際市場提供更多元與彈性之規劃與服務。



● 圖 1-37 台灣事業處顧客滿意度調查



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

- 1.1 歐萊德公司介紹
- 1.2 理念與政策
- 1.3 歐萊德與 SDGs
- 1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

至於客戶關切的隱私權問題，公司對於取得之客戶資料均有良好嚴謹之資料管理，故至今並無顧客反應其隱私權遭受侵害或資料洩漏之情事，而為了不斷提升產品品質與顧客滿意度，歐萊德訂定了下列措施：

(1) 針對主要獲取產品資訊的來源

客服人員需跟店家保持兩種資訊傳遞的方式，資訊傳遞需確定店家收到並得到回覆，否則隔日便需與店家電話聯繫，確保店家收到相關資訊。

(2) 針對客服人員於客訴處理的回覆

- * 制定標準客訴回覆話術，並定期抽驗客服人員的回覆正確性。
- * 簡化內部客訴單處理流程

(3) 產品品質滿意度

- * 落實客服人員之產品教育
- * 蒐集相關資料並定期回覆給品保單位

(4) 產品種類是否符合需求

- * 安排講師到美髮沙龍及各客服單位進行教育訓練，並確保店家及客服人員瞭解產品使用方法
- * 蒐集相關資料定期回覆給研發人員

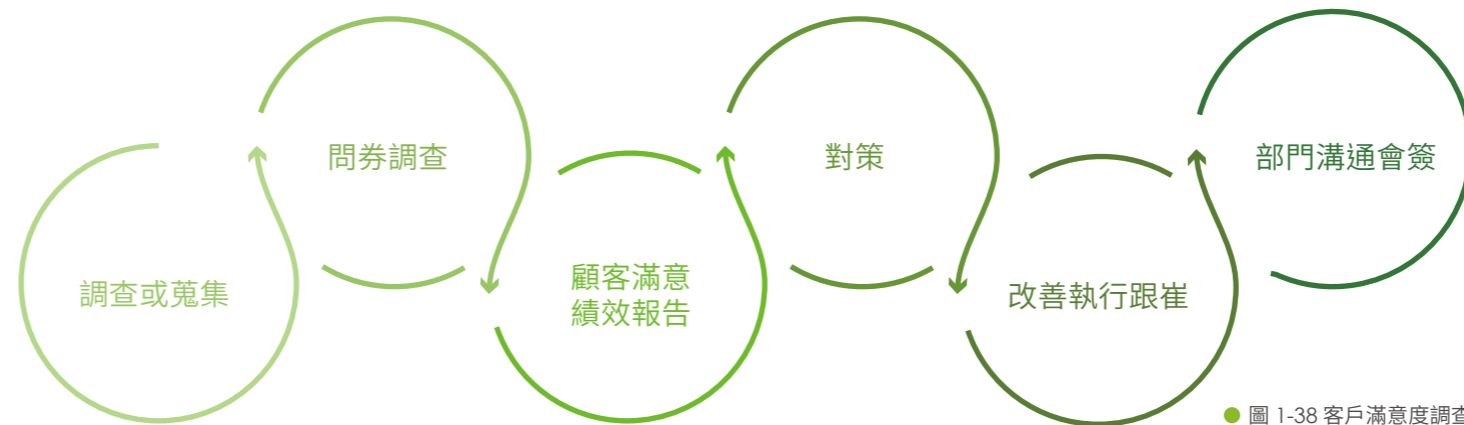
(5) 產品配送的正確性

- * 客服人員需與店家確認訂單內容後再由會計輸入訂單系統
- * 蒐集相關資料並定期回覆給物流倉儲部門

● 表 1-12 國際事業處顧客滿意度調查

項目	總體分數	平均分數	滿意度
經營能力	83	4.4	😊
產品開發	69	3.6	😊
行銷	70	3.7	😊
訂單處理	76	4.0	😊

歐萊德於 2018 年起針對國際經銷商執行線上客戶滿意調查，考量部門性質不同，調查內容為針對產品、物流、服務、行銷策略以及整體品牌服務等進行調查。



● 圖 1-38 客戶滿意度調查流程



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 營運狀況與經濟績效

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

1.4.6 法規遵循及行為準則

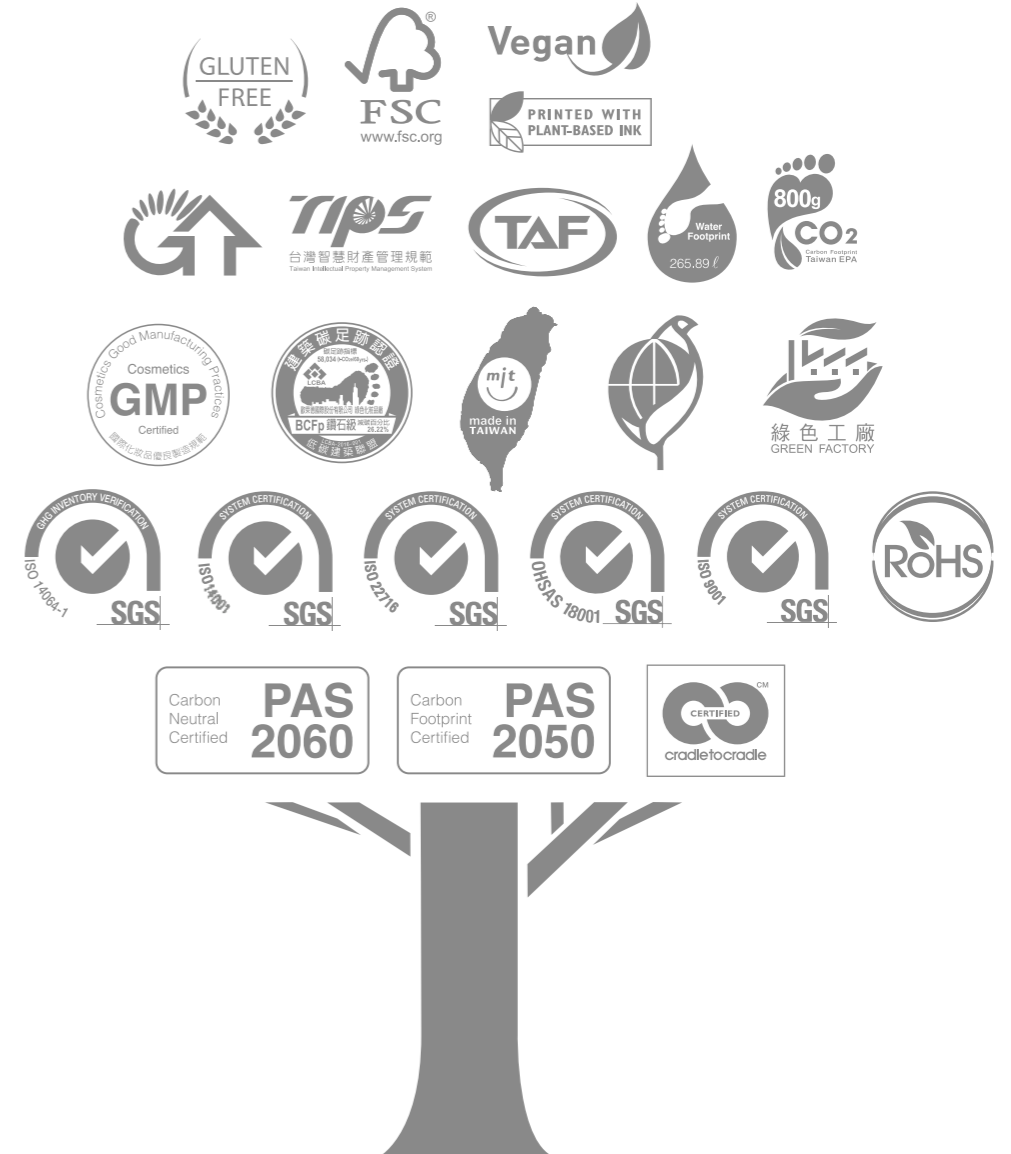
歐萊德公司為確保遵循法規，除密切關注自身主管法規化粧品衛生安全管理條例外，導入多套 ISO 管理系統，如 ISO50001_2011、ISO14001_2004、ISO22716_2007、OHSAS18001_2007、TIPS 等，透過 ISO 管理系統的輔佐，得以鑑別其他與本公司相關之法規，如能源、環境、消防、安全衛生及智慧財產權等法規；同時 ISO 管理系統亦因鑑別與本公司相關之法規，得以訂立符合法規遵循之程序辦法，透過多套 ISO 管理系統執行法規遵循事宜。

歐萊德視創意及員工教育訓練為經營策略之一環，將員工教育訓練納入法規遵循計畫之一部分，能源、環境、消防、安全衛生及智慧財產權之課程設定為新進員工之基本教育訓練。同時亦請外部講師至本公司講述進階課程及提供產業最新資訊，使員工了解各項基礎法規及遵循重點。除基礎課程及外部講師外，針對公司各部門專業人員，開放申請外部教育訓練，挑選相關專業知識課程，增進同仁專業領域深度。

2018 年 1 月 12 日，因勞動部勞工保險局審查一位被保險同仁投保薪資未覈實申報，違反勞工保險條例，依規定裁罰新台幣 8,932 元整；由於林君為新進員工，因非屬固定薪資人員，加上適逢試用期與農曆年假而未及被及時調整勞保申報薪資。為改善此情況，目前已擬定固定於每年 2 月及 8 月份自行審查同仁薪資調整，並針對「新進人員」、「非固定薪資業務同仁」加強檢視。

2018 年 4 月 18 日，財政部北區國稅局查獲 2017 年 10 月間所開立之電子發票，需於信用卡付費發票上方未備註卡號末四碼而違反加值型及非加值型營業稅法及統一發票使用辦法，裁罰新台幣 12,374 元整。

此次受罰是因為營業稅法修改未即時同步修調備註卡號的功能，經國稅局指導後已完成系統更新，目前開立發票時資訊系統已可自動產出卡號。此外，為避免爾後再發生類似事件，已將法規修調資訊檢視列入相關部門例行性工作項目之一。



● 圖 1-39 歐萊德以認證為師，透過眾多綠色、品質管理認證逐漸綠化並提升品質



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

02

第二章 綠色生產與創新產品

Green Manufacturing and Innovative Products



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

歐萊德以「自然、純淨、環保」為經營理念，希望避免對環境的衝擊，除了推出綠色產品之外，歐萊德綠建築總部也秉持此精神建造，包括崇尚自然的生態綠園區、純淨無污染的綠能製造中心與植萃研發中心，以及環保節能的低碳辦公室。



● 圖 2-1 歐萊德綠建築總部自然、純淨、環保的設計



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

綠建築總部的環保也充分反映在年度水、電的總使用量，早期位於平鎮的傳統廠房與一般化妝品廠的用水用電條件相似，與舊廠比較起來，新廠面積為舊廠三倍，總耗電量卻反而比舊廠平均減少約 30.27% (表)。

● 表 2-1 歐萊德綠建築總部與舊廠耗電量比較表¹

工廠	平鎮舊廠	綠建築總部		
		2016年	2017年	2018年
年份	2011年	2016年	2017年	2018年
坪數	547坪	1,500坪	1,500坪	1,500坪
總耗電量 (kWh)	181,795.30	381,776	413,619	439,577
每坪年用電量 (kWh)	332.4	254,517	275.746	293.051
同1500坪耗電量 (kWh)	498,525	381,776	413,619	439,577
綠建築總部的節電成效 (%)	N/A	23.42%	17.04%	11.82%
年投產量 (pcs)	885,556	1,335,404	1,427,629	1,551,819
成長率 (%)	N/A	50.80%	61.21%	75.24
年投產量 (千元)	173,543	354,283	438,198	553,624
成長率 (%)	N/A	104.15%	152.50%	219.01%
環境控制	管制區	管制區及潔淨室	管制區及潔淨室	管制區及潔淨室
最大原料水淨度	RO	8道淨水之超純水	8道淨水之超純水	8道淨水之超純水
管理系統程序	ISO9001	ISO9001, GMP, ISO22716, ISO50001, OHSAS18001, ISO14001, ISO14064	ISO9001, GMP, ISO22716, ISO50001, OHSAS18001, ISO14001 ISO14064, ISO17025, TIPS	ISO9001, GMP, ISO22716, ISO50001, OHSAS18001, ISO14001 ISO14064, ISO17025, TIPS

¹ 新廠的管制區增設氣流控管裝置 (正負壓通風)，有效減少污染發生。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

在水資源回收方面，100% 回收雨水與製程中水使用在生活、空調與澆灌等用水，不浪費任何寶貴水資源 (表 2-2)。

● 表 2-2 綠建築自來水用水量及回收再利用水量

年份	2016年	2017年	2018年
自來水用水量/度	11,920	16,734	8,564
純水量/度 (用於生產)	9,190	8,289	4,924
中水回收/度	2,730	8,445	2,481
廢水回收/度	0	0	482
再利用水/百分比	22.90%	50.47%	34.60%
製程每單位 使用水量/L	6.88	5.81	3.17



● 圖 2-2 廢水放流池 COD 值已達 50 以下



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.1.1 自然 – 生態綠園區

綠建築的基本精神在於除了人為活動區域之外，盡量仿效並恢復自然野地，留住豐富的植物生態與多樣性。大自然是原始多變的，它有豐富的生物族群，而人造環境一定要向複雜而理性的大自然學習。以「不佔據」、「不佔滿」的理念打造的歐萊德綠建築總部，建物四周完全零圍牆，將「還地於自然」的綠色美學融入其中。綠色美學不止是創造優美的環境，更要讓綠色概念融入使用者生活，以找回內心的平衡。在放鬆解除壓力後，重新學會與自然和諧共存，讓自然環境走進生活。這些哲學充份展現在綠化量、基地保水、水資源、二氧化碳減量四項指標，有三項指標更遠遠超過 EEWB 標準值 (表 2-3)。

(1) 綠化量指標

綠建築總部植物分佈既多且廣，計劃性種植讓綠樹富層次及美感：

A. 植樹量大：

總計 60 棵，種類涵蓋櫻樹、樟樹及楓樹、落羽松等 16 種大小喬木；七里香、台灣杜鵑、金露花等灌木類共計 600 棵；爬牆虎、薛荔等蔓藤類 100 棵。這些樹種不但都是原生誘鳥樹種，高低不同的樹種分佈，也充份實踐生態複層的概念，對生態多樣性的維護，實功不可沒。

B. 植被多達 10,000 棵：

以蔓花生為主。蔓花生一年四季長青，不易孳生雜草與病蟲害，且不必刻意修剪就能維持綠色地毯的樣貌，是優良的草皮植被品種。而這類植物還能幫助土壤保留氮，使氮的流失量減少 30 以上，同時增加土壤中的碳隔離量，減緩氣候變遷。

C. 綠色走廊：

直立式植物牆面積 47.5 m²，牆面上種滿高吸碳量植物，以陽光黃金葛、波士頓腎蕨、合果芋為主，為員工與訪客提供天然空氣清新機²以及大片舒服自然的綠意。植物配合雨水及中水自動澆灌，每日二次，一次約二分鐘。走廊內另有三台互動式觸控螢幕，播放環保相關新聞及知識，讓訪客對環保有全面性概念。

² 綠意盎然植生牆是最天然的空氣清新機，可有效移除甲醛與其他揮發性化學藥劑 (如染髮時所使用之藥劑)，提供至總部參訪的美髮設計師一處深具啟發性的環境改造參考指標。

D. 天空農場：

總部頂樓除太陽能板之外，另一個亮點便是鳥棲園。綠建築總部工程進行期間，歐萊德將原來生長於基地上的植物暫時移往他處，待完工後，再向荒野協會諮詢，讓這些植物「住」回他們原來的家，由於保有總部周遭原生鳥類棲息環境與場所，此處也因此命名為「鳥棲園」。目前鳥棲園內的「綠色居民」已枝繁葉茂、熱鬧非常，計有海桐、白水木、春不老等 11 種植物，龍潭的多樣性植物風貌，就地重現於綠建築總部的屋頂。屋頂樓面並以卵石覆土取代了原本的混凝土。植物、綠地與水並用，有效降低溫室氣體排放，並協助地方適應氣候變化的影響，讓栽種植物使用地表水，以發揮自然灌溉的最大效益。

E. 有機香草園：

位於總部三樓，在此栽種多種香草植物，可以供員工及訪客引用香草飲，如：芳香萬壽菊、迷迭香…等。

在 2015 年四月底，我們在有機香草植物園發現了已被列入《瀕危野生動植物物種國際貿易公約》(CITES) 的附錄 II 中，並被列入《國家重點保護野生植物名錄 (第二批)》中，為 II 級保護植物 - 綬草，綬草的花序如綬帶一般，故得名。由於綬草的花期處於清明前後，其又有「清明草」的別稱，也是俗稱的「蘭花草」。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



圖 2-3 歐萊德綠色植披



圖 2-4 綠色走廊



圖 2-5 天空農場



圖 2-6 有機香草園



圖 2-7 太陽能面板



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 2-3 歐萊德綠建築總部大幅超越 EEWB 綠建築標準之項目

EEWB綠化指標	基準值	歐萊德實際值	超越幅度
綠化量指標	TCO _{2c} =250,920	TCO _{2c} =913,814	TCO _{2c} = 總CO ₂ 固定量； 歐萊德綠建築為 基準值之3.7倍
基地保水指標	原保水量為24.1	設計保水量59.7	為基準值的2.5倍
水資源指標	2.0	6.0	為基準值3倍

(2) 基地保水指標

建築的保水功能指的是將水保留在地底，避免直接流進公共排水設施。保水功能好的建築，可以降低公共排洪的負擔，也可以維持土壤的生態系統。歐萊德綠建築總部的基地面積為 2,788 m²，可保水部分為 1,103 m²，達 40 %。包含綠地、生態水池、雨水回收池、屋頂花園等，使得保水效率超越標準值達 2.5 倍。可滲透鋪面包括陰溝、水渠與河流等系統整合，發揮種植花木的角色，以利排水與保水。永續排水系統讓地表水暫時保留，並滲入地面，而不是被直接導入排水管。

(3) 水資源指標

- 廁所之便器、洗手台、淋浴等設施全數採用符合省水標章之器具。
- 三樓屋頂之集水收集面達 1,123m²，將落在建築物上面的雨水全面回收再利用。
- 創新使用三大水資源回收再利用系統，其中包括三個部份：

a. 雨水回收利用

以綠建築總部屋頂管線全面收集雨水，並運用於噴灌系統、景觀瀑布，有效降低建築物溫度，回收雨水亦可供環境生態池種植水生植物及養殖魚群使用。

b. 中水回收利用

中水為超純水製造過程中所濾掉的水，富含高礦物質，可再生利用於民生洗滌、衛浴用水、澆灌植物、景觀瀑布以及降低室內溫度。

c. 廢水處理

產品製造過程排出的廢水，經過調節、隔離、水解氧化、水凝沉澱等地下四池，與地上搭配三池水循環系統環境生態池，可作水質淨化，於全廠區地勢最低點，利用水往低處流的特性，搭配水循環利用系統匯集成生態池，池中種植水生植物、吸引約 600 青蛙棲息，夜晚蟲聲蛙鳴不斷，創造生態自然食物鏈。

(4) 二氧化碳減量指標

本指標評估建物在建築過程中（不含設備）所產生的碳排放，因此建材的使用為重要評估標準，主要分為二項：結構輕量化及結構設計合理化。綠建築總部之碳排放值為 CCO₂=0.79，符合標準。（所呈述資訊引用於歐萊德綠建築標章評定書）



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.1.2 純淨 – 綠能製造中心

歐萊德使用綠色潔淨能源風力與太陽能自行發電製造產品，減少高耗能使用。

此綠色能源無法由歐萊德直接使用，必需先送至台灣電力公司再統一供電，2018 年以此方式共計售給台電 35,761 度電（目前均為太陽能產生之電力），自啟用至 2018 年底累計共售出 353,928 度電。

「綠能製造中心」依原地形地貌建造，一樓 3/4 位於地層下，使潔淨室不受外在環境影響，將耗能降至最低。為提供無塵區員工健康，設置節能空氣交換系統（Makeup Air Unit，簡稱 MAU），空氣先經過紫外線殺菌後，再透過風管加壓將空氣送至潔淨區，完成潔淨空氣循環。

綠能生產區的重重把關杜絕任何可能的污染，也因此，相較於一般化妝品多使用高劑量化學防腐劑來保存產品³，歐萊德還是能做到只添加最低量防腐劑，保護消費者健康。

綠能製造中心有七大綠色節能設計，分別詳述如下：

(1) 二大區域

- A. 管制區：以指紋辨識系統管制人員進出，並設有氣吹門減少污染。
- B. 潔淨室：高科技生產區域，以極高的潔淨度要求讓產品品質更穩定，同時將防腐保存劑用量降至最低。

(2) 三大節能設計

- A. PCW 製程降溫節能系統
- B. 外氣熱交換節能設置
- C. 半成品快速降溫節能設備設有冷熱交換器，可將半成品從 80 迅速降溫至 25。快速降溫讓產品粒子更細，如同保養品一樣好吸收。

(3) 四種除菌方式

以四種嚴密而天然的殺菌方式徹底清潔生產設備機具及瓶器，確保產品不受污染。其中包括有：紫外線殺菌、臭氧殺菌、蒸氣殺菌、酒精殺菌（有機玉米發酵製成的酒精殺菌）

³ 化妝品之保存十分不易，完全無防腐措施的化妝品大約 7 天就會腐壞，因此含防腐劑為保障品質之一環。歐萊德藉由綠能生產區有效的防污設計，產品可做到僅用最少防腐劑達到防腐



● 圖 2-8 將潔淨能源發電面板公開展示，兼具環境教育意義



● 圖 2-9 透過四種除菌方式減少細菌，降低防腐劑添加



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(4) 五流動線管理 避免交叉污染

人流

進入潔淨室需穿著無塵衣，並經設有互鎖裝置的吹塵室徹底除塵後才能進入。

原物料流

備料人員依照產品的結構表準備好原料，放到緩衝區的中間通道後通知乳化工程師領料，乳化工程師在秤重室檢視確認原料重量和品項無誤後將原料運到乳化調配室準備生產。

成品流

半成品先運到半成品待驗區，通知品保人員檢驗，檢驗確保品質符合標準後，再運到充填室，半成品充填到瓶子內鎖上蓋子才能運送到外包裝區包裝。

空氣流

潔淨室上方有風濾機組 (fan filter unit)，使用高效濾網 (high efficiency particulate air filter) 過濾潔淨室內環境。

廢棄水流

乳化調配室的設備操控採人機介面，工程師用手指操作就可以讓設備運轉，自動化生產。
桶槽內襯為 SUS 316 不鏽鋼材質，每生產一樣產品後都需進行清潔消毒，桶槽內的清潔是用純水加上 121 蒸氣高溫洗淨，可以同時清洗管線。

(5) 六道潔淨緩衝處理

物流收貨隔離外包裝
吹塵潔淨

潔淨區隔離取樣、檢驗

玻璃瓶器清洗、烘乾

塑膠瓶器吹塵

滅菌室緩衝

緩衝區進入潔淨室



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(6) 六個製造後廢水處理水池槽

歐萊德綠建築總部前方設有六個水池槽處理製造後廢水，產品製造後清洗設備所產生的廢水皆排放至此。經收集槽、調整槽、PH 調整槽、接觸氧化池、緩衝池、放流池等程序後，廢水符合放流水標準再排至河流等自然水體，對環境不造成傷害。

歐萊德的經營理念為「自然、純淨、環保」，勢必以善待、永續環境為自許與追求。對於管末廢水處理設施，除遵守符合法規基本相關的排放規定外，更以相較法規更高的標準自我要求。因此除自購檢測儀器設備，自行每日針對事業放流水，進行處理前 / 後相關數值自我檢測與把關。

排放水的部分法規規定排放標準為 COD 值 100 以下 / PH 需在 5~9 之間，不可過酸或過鹼。而歐萊德自我檢測 COD 值均已達 50 以下 / PH 值皆為中性，低於現行法規規定值的一半。

檢測數值除每日作紀錄存查外，並定期審查相關資料。除針對放流水除自行監控把關外，每月並另外自費委託不同的兩家立案合格檢測公司，採不定期採水抽查檢測作業，遠高於法規每半年檢測一次的規範。

2018 年度針對既有廢水處理設施再進行自主進行效能提升改善作業，整體改善內容，提升改善重點如下：

- A. 加強處理槽體的防水能力，由原先的兩層增加至四層防水處理。
- B. 加大處理槽體的量體，增加生物菌的作業時間，以獲得最佳的放流水品質。
- C. 增加處理設施的溶氧量，以增加生物菌的存活率。
- D. 將提升品質後的放流水用於植栽澆灌系統，以達資源循環再利用。



● 圖 2-10 廢水處理設施效能提升改善作業



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

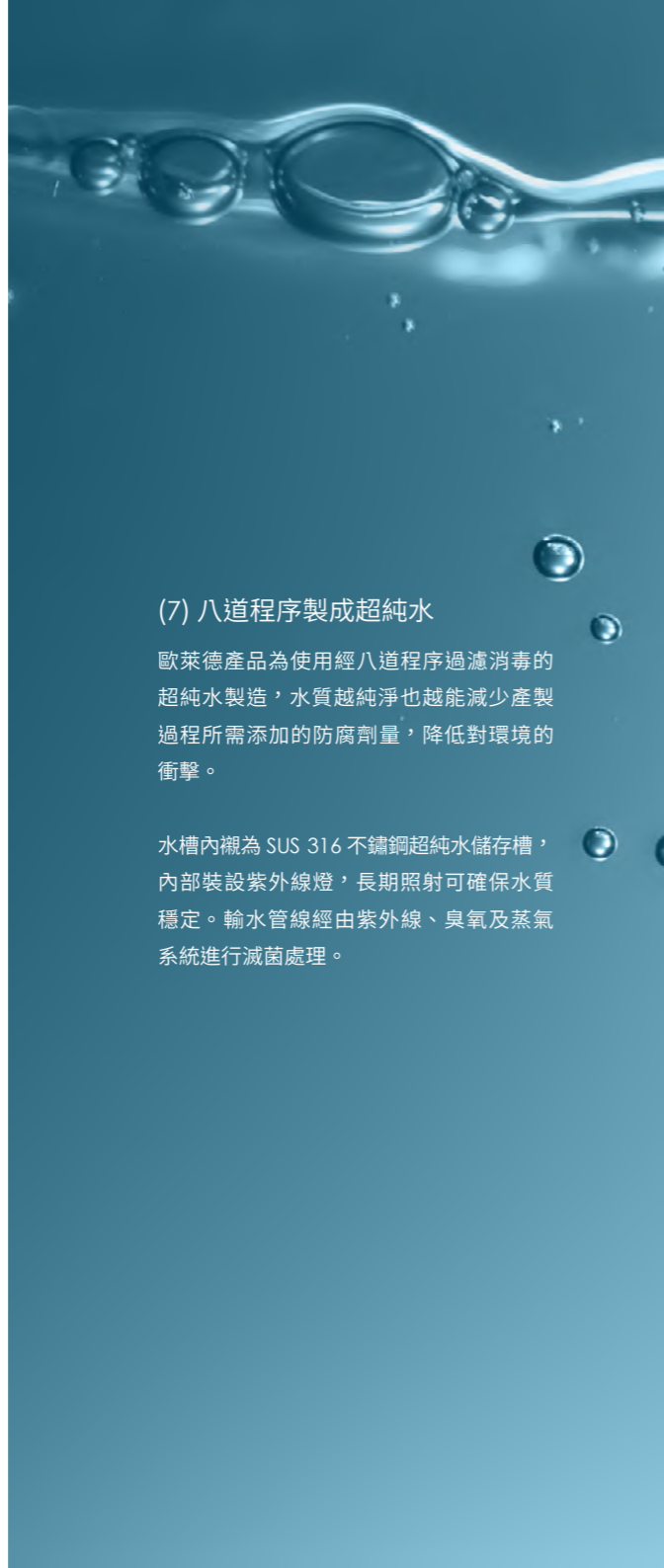
2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

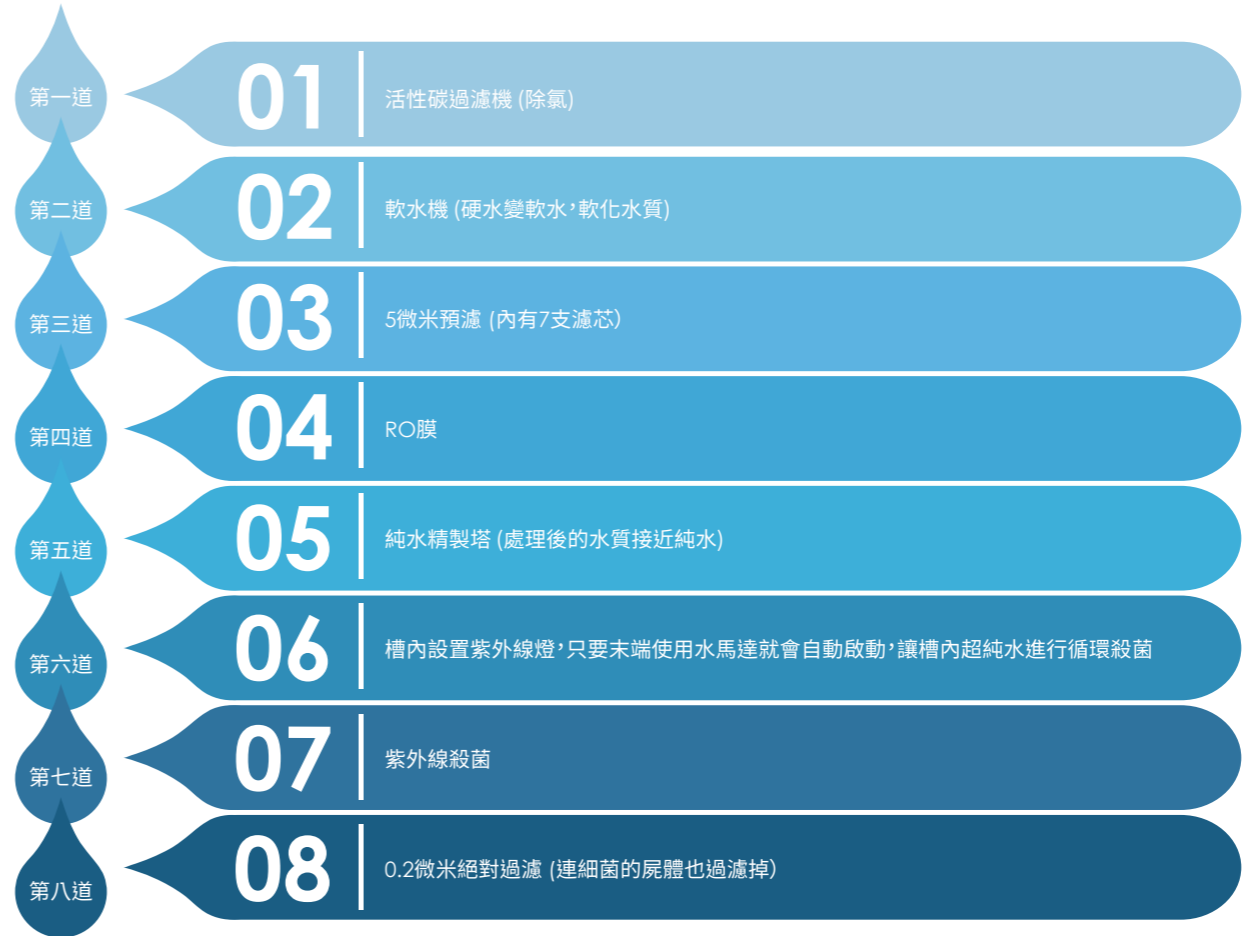
附錄



(7) 八道程序製成超純水

歐萊德產品為使用經八道程序過濾消毒的超純水製造，水質越純淨也越能減少產製過程所需添加的防腐劑量，降低對環境的衝擊。

水槽內襯為 SUS 316 不鏽鋼超純水儲存槽，內部裝設紫外線燈，長期照射可確保水質穩定。輸水管線經由紫外線、臭氧及蒸氣系統進行滅菌處理。



● 圖 2-11 八道程序製成超純水



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.1.3 環保 – 低碳辦公室

為發揮綠色企業精神，歐萊德綠建築總部在建物設計之初，如何讓低碳辦公室友善環境即為主要的思考點。透過各種巧妙設計，也希望將這份對環境的心意帶給員工及所有來訪的貴賓。

(1) 低碳辦公室

低碳辦公室為員工最主要的工作環境，因此全區寬敞，採光良好，再加上先進的二氧化碳監測系統，提供同仁環保而健康之工作環境。

- A. **開放式辦公環境**：可促進空氣流通，即使在炎炎夏日，也能達到較低體感溫度的效果，可有效減少空調需求。辦公區域不超過 26°C 不開啟冷氣，2018 年全年度開放冷氣時數僅 92.25 小時。
- B. **LED 燈具**：本建築全廠區皆採用 LED 燈，以耗電功率及安裝數量推估，全年節電達 63,168kWh 電力。
- C. **全熱交換系統 (Total Heat Exchanging System) 及智慧型二氧化碳偵測器**：辦公區天花板設有全熱交換及二氧化碳偵測系統，當室內空氣二氧化碳濃度超過 800ppm，全熱交換機便會啟動，將戶外的新鮮空氣送至室內，除維護同仁健康，也可減少冷氣使用量。
- D. **分區節電系統**：每張辦公桌皆配備一組節電系統，形同該張桌子的總電源，每天最後一位下班的同仁必需將總電源關閉，以節省不必要的待機耗電浪費。
- E. **伸出簷**：辦公區陽台的伸出簷設計，可減少外牆受到日照曝曬的時間，間接減少空調需求。
- F. **相思木塊組合辦公桌**：台灣原生種的相思樹為吸碳量最高的樹種之一，早期皆拿來做為電線桿之用，留下大量碎木塊。歐萊德請大溪的木造師傅以接榫工法打造這張美感與環保兼具的辦公桌，完全不用一根鐵釘，不僅將廢棄木料再次做精彩利用，也美化辦公空間，跳脫沈悶單調的傳統屏風隔間。
- G. **使用台灣環保標章影印用紙**：全面使用 80% 回收紙及節省森林資源；鼓勵同仁非正式文件，使用單面回收紙再次利用。
- H. **文宣用紙使用 FSC 認證紙張**：合法採伐與負責任管理的驗證紙漿，積極保護熱帶雨林及原始林；維護森林價值與生態平衡；高品質永續林木紙漿比回收紙漿更環保。
- I. **使用 FSC 認證衛生紙**：合法採伐與負責任管理的驗證紙漿，積極保護熱帶雨林及原始林；維護森林價值與生態平衡；高品質永續林木紙漿比回收紙漿更環保；可直接丟棄於便池內，降低固體廢棄物造成的環境污染。

- J. **使用潔淨毛巾取代擦手紙**：選擇可重覆利用的環保擦手巾，取代電力烘手機及傳統擦手紙。每年減少 860-1,500 萬棵大樹的砍伐，為大地保有綠色生機。大幅降低溫室氣體、空氣污染、水源污染和固體廢棄物造成的環境污染。
- K. **使用抹布取代廚房紙巾**：歐萊德落實節能減碳，採用由一瓶 600ml 的寶特瓶回收製造而成的環保抹布，取代由石化工業製成的纖維抹布。每一條環保抹布可減少 25.2g 二氧化碳排放、88.6ml 的用水量及 0.52mL 用油。



● 圖 2-12 低碳辦公室



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 2-13 發酵咖啡渣綠肥

(2) 環保會議室

綠建築總部共有三間會議室，分別命名為「Earth」、「Home」與「Seed」，象徵地球是我們的家，會議室內的長型會議桌使用環保桌布，每張桌布以 42 個 600mL 回收保特瓶製成。為了維護同仁健康，Earth 會議室裡也有一套獨立的全熱交換系統以及智慧型二氧化碳偵測器，當二氧化碳偵測器偵測到室內二氧化碳濃度超過 800ppm，便會開啟全熱交換系統，自外送進新鮮空氣。

(3) 有機蔬食餐廳

歐萊德綠色哲學最重視的是「價值」，為了將環保理念落實到每位同仁的生活當中，因此開辦有機蔬食餐廳，除提供同仁新鮮營養之有機蔬食午餐，也讓同仁將環保觀念帶回家中，影響家人及朋友。

A. 有機蔬食午餐

有機蔬食餐廳在每個工作天皆免費提供蔬菜沙拉與麵包。所有的蔬菜，如小黃瓜和生菜，全都來自台灣有機農民，並優先向鄰近農地採買以減少食物里程，只有在遇到產量不足的時候，才會轉向外圍地區選購。

B. 準備蔬食

歐萊德所有員工皆依部門輪流為同仁準備蔬食，每天中午十二點鐘左右，就可以看到部份員工在餐廳裡洗菜切菜。歐萊德並未另外聘請專人處理蔬食。這樣的作法事實上成本很高，因為包括設計師、工程師或行政人員等全部都要參與。

我們的哲學是希望鼓勵員工珍惜食物，並了解自己對環境的責任。在享用有機蔬食的同時，同仁們也不斷在學習。雖然成本高，但所創造的價值，卻是金錢無法衡量的，有些同仁在家可能從不洗菜，來到歐萊德才有機會第一次動手洗蔬食並為同仁準備餐點。歐萊德所強調的環保、服務、分享等價值觀，屢屢讓參訪來賓忍不住讚嘆，認為這裡的工作環境，確實非常不一樣。

C. 喝咖啡也能做環保

蔬食餐廳裡的咖啡機只用通過 UTZ 認證⁴的公平交易咖啡豆。歐萊德員工所喝的咖啡，因為少了中間商的剝削，為咖啡農創造更大收益。

沖泡咖啡後的咖啡渣提供同仁取用，已經運用咖啡渣發酵成為綠肥，用於栽種香草、馬鈴薯…。最後，栽種的作物會回到有機蔬食餐廳的餐桌上，形成一個綠循環。

D. 提供湯品：

2015 年開始全面供應湯品，鼓勵同仁自帶便當，減塑減廢。

⁴UTZ 機構是著名的非營利咖啡認證組織，支持從社會及環境負責的角度，採用友善環境的農法種植及生產咖啡。UTZ 也反對中間商剝削，認為應當給予咖啡農合理報酬才是鼓勵永續農法的有效方式。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(5) 腳踩式水龍頭省水又節能

水龍頭是整棟綠建築總部節水的重要措施之一。早在籌建之初，綠建築總部的能源消耗就經過仔細的計算，結果發現，整棟大樓需要 40 個水龍頭，若全部採用傳統的手動水龍頭，會耗費大量的水資源。

起初，我們本以為使用感應式水龍頭比較環保，然而感應式水龍頭 24 小時皆需運作，也就是員工下班後，水龍頭仍然處於耗電狀態。每個感應器的耗電量為 5 瓦／小時。

據此計算，40 個感應式水龍頭一年共需耗電 1,752kWh (40 個水龍頭 x 5 瓦 x 24 小時 x 365 天)。而實際上每天的工時僅八小時，一年工作天數也只有二百多天。由此可知感應器浪費的電源十分可觀 (如下方表 2-4)。

考慮到這一點，歐萊德改採腳踩系統控制出水。腳踩式系統和感應器的設置成本幾乎相同，但裝置完成後，腳踩式系統便不再需要任何電力，一年共節省約 170 萬瓦電力 (5 瓦 x 40 個 x 24 小時 x 365 天 = 1,752kWh)，省水率更達 65.5%⁵。

(6) 希望大廳

希望大廳位於綠建築總部入口處樓梯頂端，挑高的空間讓人置身其中感覺心曠神怡。歐萊德向螞蟻學習，以獨特的設計創造出「浮力通風」效應，維持大廳涼爽通風。自頂樓回收而來的雨水，沿著希望大廳後方高達三層樓的景觀瀑布流下，不僅創造自然景觀，更運用熱空氣上升，冷空氣下降的原理，有效降低希望大廳的溫度，並將涼爽而略帶濕潤的微風送進旁邊的低碳辦公室。

從下表 25 顯示的歐萊德綠建築總部節電成效分析，總部的碳排放總計減少 42%，也就是說碳抑制率高達 58%。要落實低碳，在建築上有幾個重點：(1) 有效減少建築物外殼的表面積，減少室內受自然氣候影響而增加能源用量；(2) 有效通風換氣，確保室內空氣的新鮮；(3) 屋頂有效隔熱，並在屋簷留置通氣口，使熱氣排出；(4) 有效運用高隔熱建材。而低碳辦公室全年超過三百天不需使用冷氣空調，在氣候潮濕悶熱的台灣，更是一項傲人的紀錄。

⁵ 數據取自工業技術研究院流量檢測



● 圖 2-14 腳踩式水龍頭



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(7) 低碳辦公環境的節能省電成績，可從下列三大綠建築指標來看

A. 日常節能指標

空調減量：有效而全面的節能措施，在 2018 年僅 26 工作天啟用空調設備，經統計 2018 年總開啟空調時數約為 92.25 小時。空調主要集中在夏日，根據台電夏日電價期間 6~9 月計算，減掉例假日後，應開空調日數 84 日，以一般公司一天開啟空調 8 小時、60 噸冷氣冰水主機滿載耗電量計算，2018 全年共計省下 25,277.1 kWh 的電力。此省電成效相當於減少 13,194.59 公斤二氧化碳排放量⁶，其碳排放抑制成效相當於 8,796 種植棵 20 年生大樹。

B. 室內健康與環境指標

隔音效果佳：牆面厚達 15~25 公分，窗結構之氣密性達 2 級以上，隔音效果良好。

a. 玻璃落地窗：辦公區三面皆以大片玻璃落地窗打造而成，其中約一半的落地窗可以打開，湧進大量自然光，同時也引進來自希望大廳及戶外的涼爽微風，使室內更舒適。

b. 室內建材裝修：超過一半天花板及牆面皆未加以額外裝修裝潢；天花板、牆面、地面則皆使用綠建材。

● 表 2-4 歐萊德空調節能成效表

	一般公司	歐萊德	歐萊德省電成效
2016年空調耗電量	29,996.8 kWh 43.6 x 8(小時) x 86(天)=29,996.8 kWh	94,17.6 kWh 43.6 x 216(小時)=9,417.6 kWh	68.6% 20,579.2 kWh 節電約68.6%
2017年空調耗電量	30,345.6 kWh 43.6 x 8(小時) x 87(天)=30,345.6 kWh	37,69.22 kWh 43.6 x 86.45(小時)=3,769.22 kWh	87.58% 26,576.38 kWh 節電約87.58%
2018年空調耗電量	29,299.2 kWh 43.6 x 8(小時) x 84(天)=29,299.2kWh	40,22.1 kWh 43.6 x 92.25(小時)=4,022.1 kWh	86.27% 25,277.1 kWh 節電約86.27%

註：1 kWh= 一度電，每小時空調耗電量為 43.6kw

⁶資料來源：〈科技部新竹科學工業園區管理局：園區環境保護資訊網〉http://saturn.sipa.gov.tw/SPA/EPI/page_detail.do?&fmeLv1Id=5cf6ff61-1f23-4f47-8f58-59b227637629&fmeLv2Id=72ff7cc3-72be-409b-beb3-4265c1fb2ded



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

C. 污水與垃圾改善指標

a 歐萊德設有生活垃圾集中場專用空間：由合格業者清運垃圾及清洗垃圾集中場。

b. 一般事業廢棄物委由合格業者清運進行焚化處理：2018 年清運總量為 12,550 公斤，回收物（含紙、鐵、塑膠、鋁）為 12,920 公斤。2018/01~12 製程廢水經水處理設備處理量為 925 公噸，處理後 482 公噸使用植物澆灌，回收率達 52.1%，製程廢水大幅度降低的主要因為將洗劑類（洗髮精 + 沐浴乳）進行第一道再製水回收，供有員工、鄰居、仁愛之家取用，洗髮精回收水可供洗衣服，沐浴乳回收水可供洗地板。

此方案於 2015 年第四季開始推行，共減低 97.8% 廢水處理量，而污水最終排水體為老街溪。

歐萊德除了在產品、製程上不斷創新，致力成為綠色企業，同時環保理念也持續在同仁生活上實踐，透過減廢減塑，提高回收物的比例，落實環保理念。因應公司營運大幅擴展與產量大量提升，歐萊德員工也隨之大量增加，為方便同仁進行更多元的業務運作，2018 年歐萊德綠建築總部改裝施工以容納更多的工作與休閒空間。但也因為改裝與員工人數增加的原因，與 2017 年相比，2018 年一般事業廢棄物增加了 3.1 噸。

c. 我們在低碳辦公室外圍設置密閉式垃圾分類箱，利用不同顏色及清楚標示，讓同仁及來賓能夠更輕鬆力行環保，以達廢棄物減量的目的。並且設置廚餘回收桶，將廚餘集中處理再利用，減少浪費也避免因垃圾混雜所產生衛生問題。設計採用雨水與汗水分流系統，避免交叉感染，維持環境的清潔衛生。

d. 為了降低防腐劑添加，將用量降到可安全維護產品品質的最低標準，避免產品對環境的負面影響，歐萊德於 2016 年開始成為全台第一個以 ISO 11930 方法通過防腐效能認證的髮膚保養品公司。但也因為實驗室的運作，產出感染性事業廢棄物，目前清運方法均為交由合法廠商焚化處理，詳細資訊如表 2-5。

● 表 2-5 一般事業廢棄物年度比較表

一般事業廢棄物種類 (公噸)	2016年	2017年	2018年
回收物(含紙、鐵、塑膠、鋁)	11.877	15.539	12.920
一般事業廢棄物清運總量	7.304	9.450	12.550
感染性廢棄物清運總量	0.354	0.330	0.384



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.2 綠色產品

2.2.1 綠色研發

歐萊德從來都不只是一間髮膚保養品公司，而是一個對人類、對社會、對地球都好的品牌。

早在 15~20 年前，就開始有對環境友善的清潔經濟概念產品，可廣泛地定義為提供有利於環境的製造、貨品或服務的經濟活動，是政府、市場、消費習慣三者綜合的效益，但在當時往往比較昂貴，包裝不佳，而且通常功效較差。

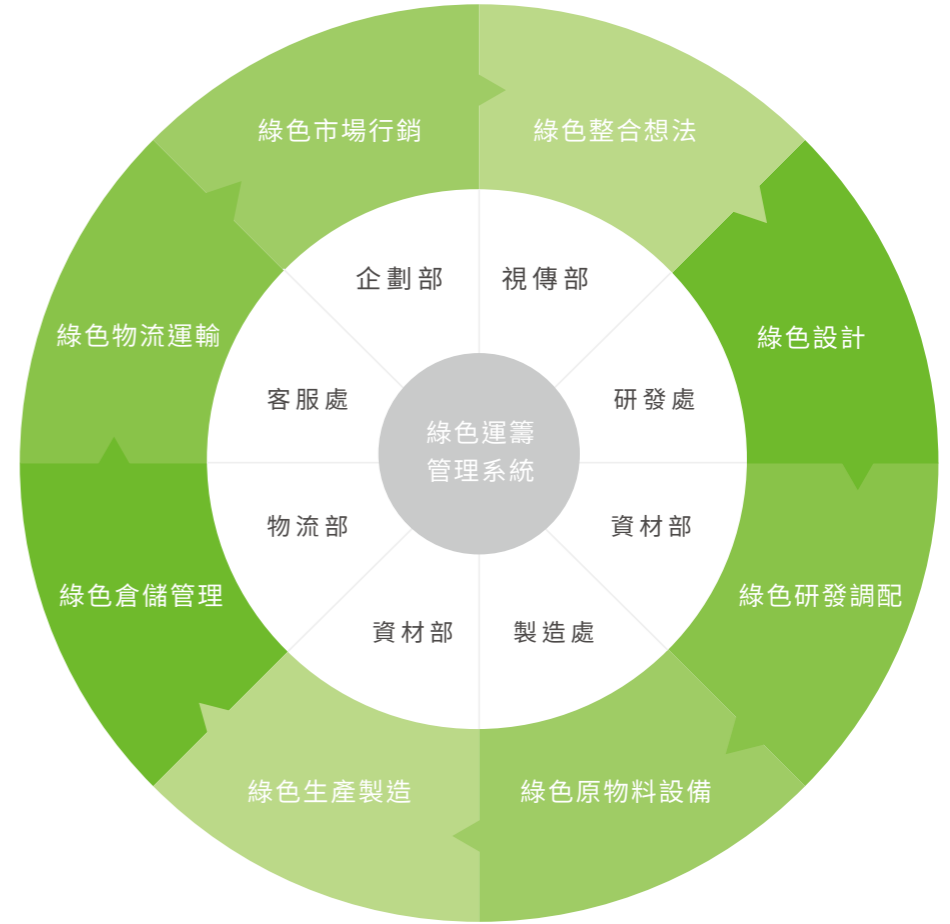
為了做出全方位的突破，製造產品時，我們使用綠色能源、綠色工廠及清潔生產。產品使用高比例天然來源、低環境污染的高性能原料，以及運用可循環材質包裝。綠色工廠的設計創新且符合環保。

此外，大部份的原料、包裝及產品都通過國家級及國際級認證，以符合我們期待的最高品質與安全性。包括 ISO9001 品質管理系統、ISO22716 國際化妝品優良製造規範，及台灣 GMP 自願性化妝品優良製造規範...等共十個國際標準 (詳見附錄三)。

我們自主嚴格的要求產品品質，整合所有部門，檢視每個細節，實現美好健康的產品，在綠色內料的原料選用上，發現許多在洗髮精中的常用原料，雖然可以有較低的價格與較佳的效果，但對消費者和環境，其實蘊含著潛在風險。透過嚴格的自我要求與多項國際檢測，歐萊德成功奠定綠色商品領導地位，提供髮膚身體全方位的潔淨與保養，給消費者綠色養護，帶給人們健康的生活環境。

目前產品包括洗髮精、護髮素、護髮油、養髮液、造型品及肌膚保養品等一系列共 116 種專業環保美妝品。配方中儘可能選用天然來源的原料，來替代傳統的高風險原料及石化原料，並清晰標示每款產品的天然來源成分百分比。彰顯為了健康和安

全，在產品中使用高比例天然來源、低環境污染的高性能原料。



● 圖 2-15 歐萊德綠色運籌管理系統



GMO 無基改



無動物試驗



無麩質



純素



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.2.2 綠色內料研發

歐萊德有機植萃研發中心負責掌控產品的品質、安全性及功能性，同時也針對綠色原料進行開發研究。歐萊德以「自然、純淨、環保」為理念，一直致力於提升產品內料天然成分的比例，能做到產品綠化，歐萊德靠的是綠色創新研發，而非能言善道的代言人或廣告行銷。

「塑膠柔珠」有良好的去角質功效，但產品使用後就會變成「塑膠微粒」排入大自然，對環境造成負面影響，因此歐萊德從未使用此類成份製造產品，而是以天然被細緻研磨的檜木粉來取代，不但同時兼具吸附油脂及去除角質等產品功能性及永續價值，也不會傷害人體或對環境有負面衝擊。

希望讓美妝業界及所有的消費者知道，在原料選用上，我們可以有更好、更綠的選擇。

此外，所有產品之開發均經過包括安定性、耐熱、包材相容性等 15 項試驗，半成品則必需符合化妝品 GMP 規範，進行物化性、生菌數、純水水質等 6 種以上測試項目。產品上市前，還需進行產品資訊登錄，販售至歐盟或東協之產品，則需依化妝品法規進行產品安全評估，依產品使用情境及各成分的毒理資料，計算其安全邊際 (MoS)，以鑑別產品在其生命週期中，對消費者是安全無虞。



● 圖 2-16 歐萊德系列產品共有 116 種產品、功能及訴求多樣化



一般髮妝品

歐萊德產品

● 圖 2-17 歐萊德產品與一般髮妝品成本分析圖



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 2-18 從大自然提煉製作而成的綠色創新產品，最終又可回歸大自然，不對環境造成負擔



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(1) 歐萊德 8 Free

因為不斷地積極投入綠色研發，歐萊德的洗髮精、沐浴乳及養髮液已於 2012 年成功升級到 8 Free (職業類則為 5 Free)。8 Free 指的是歐萊德拒絕使用常見的 8 種有害物質，因此歐萊德洗髮精、沐浴乳及養髮液對髮型設計師、一般消費者及環境來說，都非常健康而安全。

歐萊德全系列店販洗髮精、沐浴乳及養髮液皆不含環境荷爾蒙 Environmental Hormones(NP)、對羥基苯甲酸酯類防腐劑 Parabens、甲醛 Formaldehyde、染色劑 Colourants、塑化劑 Phthalates、硫酸鹽類界面活性劑 Sulfate Surfactants、DEA 類增稠劑 Thickeners, DEA (Diethanolamine)、環氧乙烷衍生物 EO (Ethylene Oxide) Derivatives 等八種有毒化學物質，更健康更環保。

圖 2-17 為歐萊德設計之 8 FREE 海報，供美髮沙龍張貼於店內，讓消費者參考。

未來我們將繼續堅持「自然、純淨、環保」的綠色理念，開發對動物友善以至於素食認證之產品。我們認為，美好的未來攸關的不止是人類「生活」，更需以尊重「生命」為基礎，與大自然中的所有生物與「生態」和諧共存，也就是我們在推廣的三生理念。因此，在產品配方研發，我們以替代性試驗取代動物性實驗來證實產品功效，以植物成分取代動物成分，支持動物保育與關懷動物權益，成就真正的綠色產品概念。



ANIMAL WELFARE MATTERS

“一個國家是否偉大、道德是否提升，
端看其人民如何對待動物。
- 印尼聖雄甘地 “

認識 8 種

生活中常見的有毒物質

It's O'right



遠離居家生活的毒害

1. 環境荷爾蒙(壬基酚)

假性荷爾蒙，會模仿身體原有天然荷爾蒙，造成內分泌失調。壬基酚與女性荷爾蒙「雌二醇」結構類似，會干擾男性內分泌，造成雌性化、精子數減少，降低繁殖率。

資料來源：http://toxic2.epa.gov/tw/_toxicWeb/compic/index1.html

2. 塑化劑

用來增加材料柔軟、黏度與光澤。含量越高，會影響胎兒腦部發育智力發展；對睾丸具有生殖毒性，會危害男性生殖能力並促使女性發育性早熟的問題。

資料來源：<http://kenyng.hubpages.com/hub/Health-Risks-of-Phthalates>

3. 化學增稠劑(DEA衍生物)

調節產品的黏稠度，控制液體流動性使其方便使用。濃度高時容易被皮膚吸收而堆積體內，造成慢性毒性。

資料來源：<http://xavon10.wordpress.com/tag/%E5%8C%96%E5%AD%A8%E7%B9%A9%E8%B3%A4/>

4. 化學染色劑

內含有甲醛、苯等有害物質。色素本身其實是時常引起皮膚過敏紅腫的主因之一，尤其是對於肌膚比較敏感型的人而言更嚴重。

資料來源：<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0105-1873.2005.00697.x/abstract?deniedAccessCustomisedMessage=&userIsAuthenticated=false>

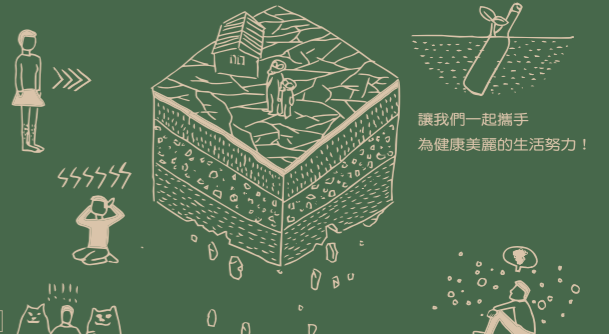
5. 甲醛

甲醛水溶液為「福馬林」，具有防腐、消毒和漂白的功能。目前已被世界衛生組織確定為致癌和致畸形物質，對人體皮膚和黏膜有強烈的刺激作用，抑制一切細胞機能。

資料來源：<http://www.cancer.gov/cancertopics/factsheet/Risk/Formaldehyde>



本海報採用大豆環保油墨印刷



讓我們一起攜手
為健康美麗的生活努力！

6. 防腐劑(對羥基苯甲酸酯類)

苯甲酸酯類 (Parabens) 是人工合成防腐劑中最常見的一大類，抗菌效果佳，且經由實驗證實，Parabens 會滲透角質層為皮膚所吸收，會干擾雌激素、混亂內分泌系統，跟環境荷爾蒙及間接致癌性有關。

資料來源：<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jat.946/abstract?deniedAccessCustomisedMessage=&userIsAuthenticated=false>

資料來源：<http://www.breastcancerfund.org/clinical-science/chemical-glossary/parabens.html>

7. 硫酸鹽類界面活性劑

有洗淨作用，而且有浸透、殺菌作用。會滲透細胞內，使細胞弱質，長期高濃度接觸會導致角質層破壞，造成皮膚容易因其他致癌成分的滲入而產生促癌的可能性。

資料來源：<http://gsmartmonkey.com/resources/substans.pdf>

8. 環氧乙烷衍生物

是一種中樞神經抑制劑、刺激劑和原發毒物，是有毒的致癌物質，以前被用來製成殺菌劑。與皮膚接觸會發生紅腫，數小時後起皮，反覆接觸可致敏，長期少量接觸，可能會有神經衰弱綜合徵狀和植物神經功能紊亂。

資料來源：<http://monographs.iarc.fr/ENG/Monographs/vol100F/mono100F-28.pdf>

● 圖 2-19 認識 8 FREE 海報



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(2) 在地原料超臨界流體萃取

為了提升綠色配方，針對植物活性成分萃取研究，我們投資高額外費用採購符合環保的超臨界流體萃取機 Supercritical Fluid Extraction (SFE)，並以台灣農產品以及農作廢棄物為研究素材，其中包括有機茶葉、竹葉、枸杞根、咖啡渣及酒糟等。透過碳足跡盤點⁷，我們發現原料取得是目前佔比相對高的部分，便開始省思降低碳足跡更好的方式，因此決定與台灣在地有機農場擴大合作購買在地原料，除了能支持在地有機農業發展，並可減少對進口原料的依賴，進而減少原料在運送過程所產生的碳排放。

(3) 獨立研發實驗室

為了讓產品的研究更深入，公司積極進行研發實驗室的升級與擴建，歐萊德也因此在 2015 年正式成為台灣少數擁有三間獨立研發實驗室的髮妝品公司，除了積極投入植物萃取技術，更專研在地農產品的有效成分研究，致力研發對人體、對環境更有益的綠色永續產品。

研發實驗室包含天然配方開發實驗室、台灣農產品萃取實驗室、化妝品功效驗證實驗室，藉此專研植物萃取技術、在地農產品有效成分研究、化妝品微生物研究與化妝品功效驗證，致力研發改善化妝品對健康和安全的衝擊。

2016 年歐萊德在實驗室的檢測能力更上一層樓，以自設的獨立研發實驗室「有機植萃研發中心」，率先通過以國際標準嚴格檢驗的財團法人全國認證基金會 (TAF) 實驗室認證，提升為國際級 BSL-2 生物安全操作等級實驗室。由專業人員操作，檢驗技術及實驗室規格與國際同步，搭配 TAF 認證總生菌數實驗能力，雙重驗證嚴格把關，將防腐劑用量降到可安全維護產品品質的最低標準。

通過檢測的配方可以證實其有效與安全性，為全台第一個以 ISO 11930 方法通過防腐效能認證的髮膚保養品公司。以權威第三方認證單位，符合國際 ISO 防腐效能檢驗標準，並通過總生菌數認證，證明 O'right 歐萊德的產品走在產業的尖端，達到世界的頂級水準。

a. 天然配方開發實驗室：

積極尋找並嘗試各種天然、有機、對環境友善的原料，進行產品配方的綠化升級，研發出更多對人類及環境友善的化妝品。

b. 台灣農產品萃取實驗室：

研究台灣原生植物及在地特色農產品或其廢棄物，以更環保節能的超音波植物萃取技術及超臨界植物萃取技術進行活性成分萃取，並將研發成果應用於公司產品上，提升台灣農產品的經濟價值。

⁷ 產品碳足跡 (Carbon Footprint) 可被定義為產品的整個生命週期過程所直接與間接產生的溫室氣體排放量。



● 圖 2-20 歐萊德獨立研發實驗室



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 2-21 以超臨界、超音波萃取農產品有效成份

(c) 超音波植物萃取機 – 萃取台灣原植物、農產品或其廢棄物的有效活性成分並研究最佳萃取條件。

- I. 製程環保節能 – 萃取處理時間短、取代有機溶劑使用。
- II. 保留植物活性成分 – 於低溫下進行萃取，可保留較高純度的植物活性成分。
- III. 萃取效果優異 – 超音波穿透力強，可增強萃取效果。
- IV. 萃取成分優質 – 萃取所得的分子小、滲透性強、溶解度高。

(b) 超臨界低溫植物萃取機 – 萃取台灣原植物、農產品或其廢棄物的有效活性成分並研究最佳萃取條件。

- I. 安全性高 – 無毒性、具有較高的生物安全性。
- II. 符合環保 3R 標準 – 具備 Reduce—節約能源，減少污染；Reuse—重覆使用，多次利用；Recycle—永續資源，循環回收。
- III. 友善環境 – 使用二氧化碳為環境系統中原有物質，不對環境產生干擾。
- IV. 留植物活性成分 – 於低溫下進行萃取，有別於高溫（破壞）和溶劑（汙染），可保留較高濃度的植物活性成分。

c. 化妝品功效驗證實驗室：

分析及確認植物萃取物的活性成分，測試產品的安全性以及功效，並檢測植物配方的安定性及配方的防腐效能。其中包含萃取物分析室、化妝品功效驗證室、確效分析室、BSL-2 生物安全操作實驗室。

(a) 萃取物分析室

分析萃取物的活性成分，並將結果以科學量化來做統計與分析。

(b) 化妝品功效驗證室

以實證及使用者角度，搭配全臉及探頭式的皮膚檢測儀，評估化妝品的安全性及功效性，確保化妝品能達到最好的功效。

(c) 確效分析室

具多重功能，主要功能有活性成分的定量定性分析、產品的安定性測驗、BSL-2 實驗室所需器材的前期處理。

(d) BSL-2 生物安全操作實驗室

研究測試微生物抑制程度來找出化妝品的最佳保存條件，以提升化妝品的安全及穩定性。（一般化妝品公司少見自行設置此類等級實驗室）此檢測一般稱為挑戰性試驗或防腐效能試驗，與一般微生物實驗室（BSL-1）相較而言，此實驗室之進行須由具備對病原處理有特別訓練之專業人員操作，且某些操作必須在生物安全櫃（Class I 或 II）或其他隔離設施中進行。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(4) 研發緣由及研發成果

A. 防腐劑升級

2013 年，與工業技術研究院生醫與醫材研究所開始進行產學合作案，並啟動各項研發能量盤點。也同時讓我們釐清未來再精進的方向及目標。2014 年再次合作時，再強化了綠色產品開發的廣度及深度，共同執行「化妝品無防腐劑添加之劑型開發」計劃，開發不含 Paraben、DMDM Hydantoin 及 MI/MCI 等防腐體系、甚至無防腐劑添加之新劑型。配方已通過開發防腐挑戰測試，為外銷市場（如歐盟成員國）一重要指標。經過多年的努力，歐萊德全系列產品已完全升級不含 MI 防腐劑成份。

B. 咖啡殼研究

2016 年 5 月，對超臨界萃取咖啡油的研究成果，發表於《Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine》期刊，再度獲得國際期刊在學術上的肯定，也顯示歐萊德在研究上的不懈精進。

我們亦透過將咖啡殼以超音波萃取技術提取出天然的毛髮生長因子「咖啡因」，加入養髮液內料中。所以產品中的咖啡因取自天然，不含西藥成分，經第三方人體試驗證實，「咖啡因養髮液」8 周內激活 7.2 公分的新髮生長。安全有效的產品，不但讓消費者青睞，回購率高達 90%，也提升了農業價值，將化妝品變回農產品。

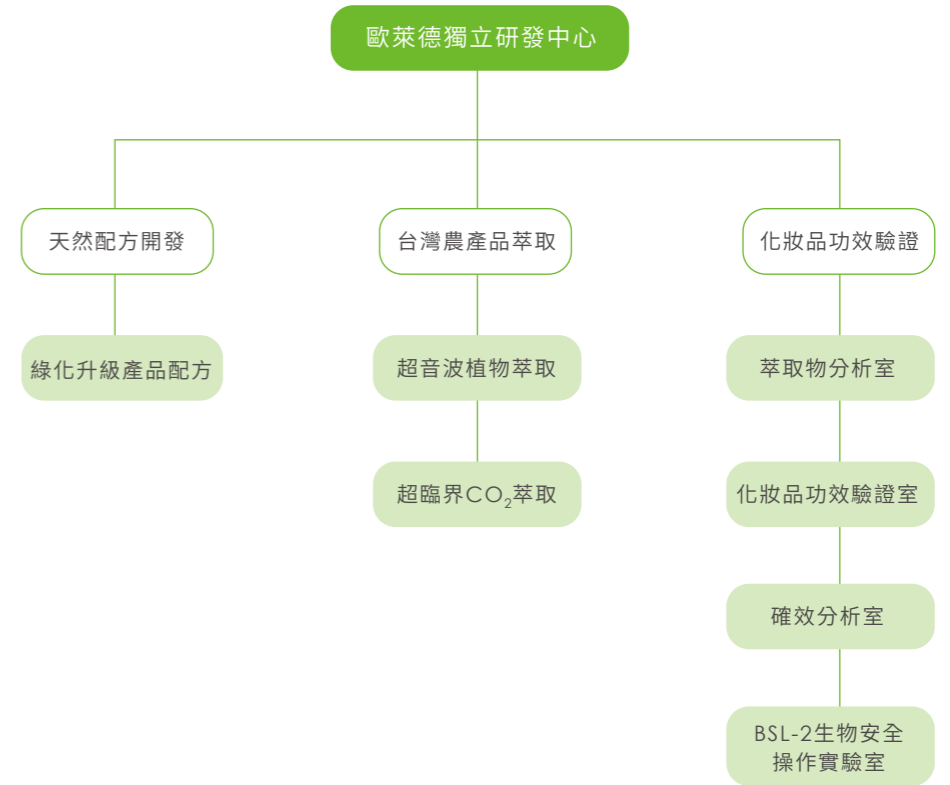
C. 枸杞根研究

2014 年 10 月，我們在枸杞根萃取在皮膚護理或皮膚醫學上的研究，首次發表於英國《BMC 補充與替代醫學，BMC Complementary and Alternative Medicine》知名期刊⁸，受到國際學術界的關注，這個成就是台灣髮妝界的創舉，也是歐萊德堅持研發的成果。

枸杞根的研究並且於今（2018）年成功發展為「枸杞晶透活顏菁露」、「枸杞恆潤撫紋菁萃」、「枸杞賦活水凝萃化妝水」、「枸杞平衡淨顏露」的「黃金枸杞根」抗老系列產品。

其中「枸杞恆潤撫紋菁萃」經弘光大學人體試驗證實，可提高皮膚含水率、提高皮膚彈性、降低皮膚黑色素，並且獲得瑞士日內瓦發明獎、台灣精品獎的榮耀。

我們不斷在研發設備上提升研究室的等級及硬體投資，也透過產學合作，提升研發人員能力，這些努力與投資，最終的目的都是要讓最終消費者獲得最安全最綠色的洗髮精。



● 圖 2-22 歐萊德獨立研發實驗室

⁸BMC 期刊是國際上最權威的期刊文獻檢索工具 SCI-E 所收錄的藥理類 雜誌之一，年發文章僅 83 篇。期刊主焦在補充和替代醫學 領域 方法干預及傳統療法的代替，尤其是方法的機制。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

可回收材質



環保標章認證紙箱



產品目錄/文宣



天然素材



環保標籤



空氣緩衝氣泡袋



拒用PVC



2.2.2 綠色包裝設計

歐萊德所設計的綠色包裝，設計過程均會將整個產品生命週期納入考量評估，我們思考環境中還有哪些是可重複使用的物資，並研究這個材料最適合被利用的地方，因此我們將綠色包裝歸類為「可分解、可回收、回收再製」三種。

我們以降低環境衝擊為首要目標，因此 2018 年歐萊德物料的採購金額 46,546 千元之中（詳見本報告書 4.1），取自於可透過生態循環快速補充的資源就高達 19,028 千元，占總金額的四成以上。其中，回收咖啡渣製作的瓶身；生長最快速竹子製作的瓶蓋；台灣南投茭白筍殼與甘蔗渣農作剩餘物製成，置入當季花卉種籽的種籽紙…等富有教育意義的瓶器與包裝皆包含在內。

而對於不可透過生態循環快速補充，但已存在於我們所處環境的材料，已變成相當嚴重的環境汙染社會問題，最好的方式不是將其焚燒或進入我們的生態鏈，而是予以善加規畫及應用。

除使用回收塑膠瓶蓋製作的環保棧板、桌巾，2016 年歐萊德並與供應商合作開發出 100% 以回收 HPDE 塑膠製作的「全球第一瓶可溯源再生瓶洗髮精」，2018 年再開發出「全球第一瓶可溯源再生押頭」。

此外，我們也著重其他相關配件的減碳，積極以綠色材料取代或進行塑膠減量，讓包裝盡可能環保，減碳成效分別描述於本小節。

● 圖 2-23 歐萊德綠色包裝設計原則



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

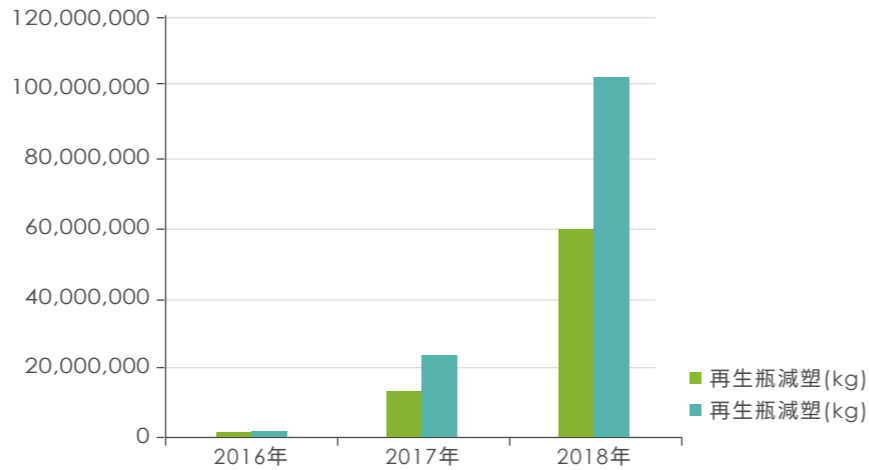
附錄

(一) 再生瓶器開發邁向循環經濟新里程碑

我們以最大膽的嘗試，最仔細的檢驗進行產品開發。再生塑料透過分選、打包成裝、粉碎、比重分選、混鍊、抽粒等繁複程序製成，並經測試確認瓶器符合安全衛生未含任何重金屬後才進行量化生產。

再生瓶研發成功之後，雖已獲得廣大消費者的支持與響應，但我們相信這條綠色道路上沒有最好只有更好，並未因此而自滿，持續自我提升。2018 年再垂直整合大豐環保與集泉塑膠，又針對構造相當複雜的押頭進行研究，並且成功研發「全球第一支再生押頭」，再度開創綠色美妝的先鋒。

再生包裝為將塑料回收再利用，可達到 100% 的減塑，並且由於不須從石油提煉新塑膠，塑膠減碳的效果亦相當卓越。今 (2018) 年度開始，除了瓶中樹產品外，歐萊德洗沐用品已全面改用百分百再生瓶，我們並承諾將於 2019 年前，全面完成再生押頭的替換，因此近年來再生包裝達到的減碳、減塑成效大幅上升 (詳見表 2-6 歐萊德再生包裝減碳統計表)。



● 圖 2-24 近年再生包裝減碳與減塑成效



● 圖 2-25 與大豐環保合作開發成功再生瓶器包裝



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 2-6 歐萊德再生包裝減碳統計表

序號	品名	進貨數量	小計(kg)
1	HDPE塑膠瓶	重量 (kg)	66,718,320
		碳排放相差值 (kg)	120,110,389
2	PP再生押頭	重量 (kg)	5,632,000
		碳排放相差值 (kg)	7,503,583
3	PET包裝與瓶蓋	重量 (kg)	2,846,700
		碳排放相差值 (kg)	2,903,634
總計		再生塑料總重量(kg) 消耗回收塑料數量 (kg)	75,197,020
		總計減少碳排放量(kg)	130,517,607

註：¹ 碳排放相差值 (新塑料碳排放量 - 再生塑料碳足跡值) x 瓶子總重 x 使用比例

² 環保署最新公告「新塑料」與「再生塑料碳足跡計算」碳排放量

塑膠	HDPE	PP	PET
新塑料碳排放量 (kgCO ₂ e/kg)	2.25	2.01	2.35
再生塑料碳足跡減碳成效 (kgCO ₂ e/kg)	0.449739	0.418229	1.33
再生塑料使用比例	100%	83.70%	100%
(減碳值 X 使用比例)	80%	66%	43%



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(二) AIR 緩衝氣泡袋

採用 AIR 緩衝氣泡袋 LDPE 4 號回收材質做為包裝填充防護產品之用，堅持不使用對環境不友善的泡棉及保麗龍材質。

自 2011 年起，為了提高環保效益、塑膠減量，進而減少更多二氧化碳，公司全面將「AIR 緩衝氣泡袋」減碳升級，並且我們相信做好事也能改變大環境，不斷於各項細節持續改善創新，2016 年再進一步將氣泡袋升級為「超薄」AIR 緩衝氣泡袋，使用更少塑料，碳排放量也更少。

● 表 2-7 空氣緩衝袋薄化減碳表

項目	超薄 AIR 緩衝氣泡袋
重量/個	0.93 g
材質	4 號塑膠 LDPE 1 kg LDPE 產生 6kg CO2
一年減碳量	$0.93 \times 560,000^1 = 520,800g = 520.8kg$ 碳排量 = $520.8 \times 6kg = 3125kg/年$

註：¹ 依據年度採購量估算，使用之超薄 AIR 緩衝氣泡袋數量計算 160 捲 x 3,500 = 560,000 個。
(每捲 700 公尺，每個 20 公分 每捲 3,500 個)

² 變更前將使用 50 捲 AIR 緩衝氣泡袋，排碳量為：50 捲 x 5,000 個 / 捲 x 0.00235 kg / 個 x 6 kg 碳排 / kg = 3,525kg 碳排。
(每捲 650 公尺，每個 13 公分 每捲 5,000 個)



● 圖 2-26 歐萊德綠色包裝



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



(三) 孟宗竹永續設計：美善與時尚兼具

歐萊德竹蓋為以孟宗竹為素材製作而成，以簡約而具質感的設計取代塑膠押頭或表面華麗但不易回收的電鍍塑膠蓋。考量到產品重量及消費者方便使用，除 1,000mL 以上大容量產品外，其餘洗沐用品均已改使用竹蓋。

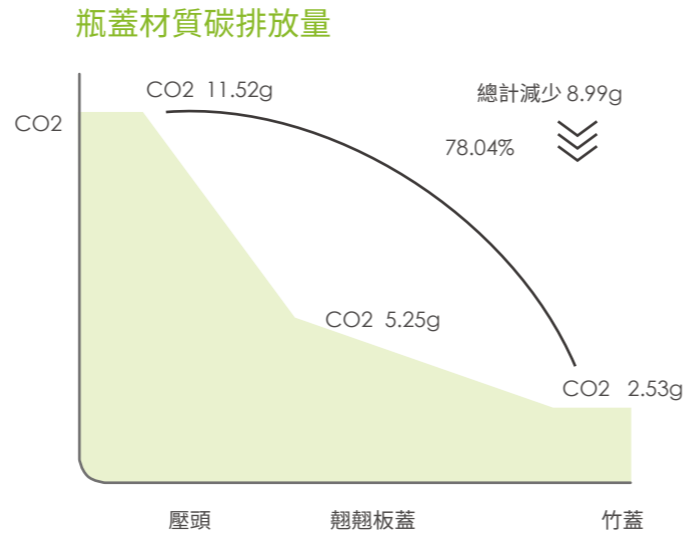
竹蓋保留了竹片天然的色澤、細膩的紋理與精緻的質地，展現個別獨特紋理與生命刻痕，並且是工藝與綠色時尚完美結合。其正直、美善的力量，就像歐萊德友善對待地球和客戶的堅持，希望每個擁有「孟宗竹」系列產品的客戶，都能認同歐萊德對自然永續的努力更能感受到「孟宗竹」傳達的永續概念，讓竹子的生命繼續感動延伸。

孟宗竹蓋除了兼具美善與時尚，更能將產品產製過程產生的二氧化碳排放量減少 78%。我們相信做小事也能改變大環境，隨著營業收入增加，我們的減碳成效也逐益彰顯。從 2012 年至 2018 年為止，歐萊德竹蓋累計的減碳成效已達 121,985 公斤，相當於為地球種植 11,090 棵 20 年生大樹。

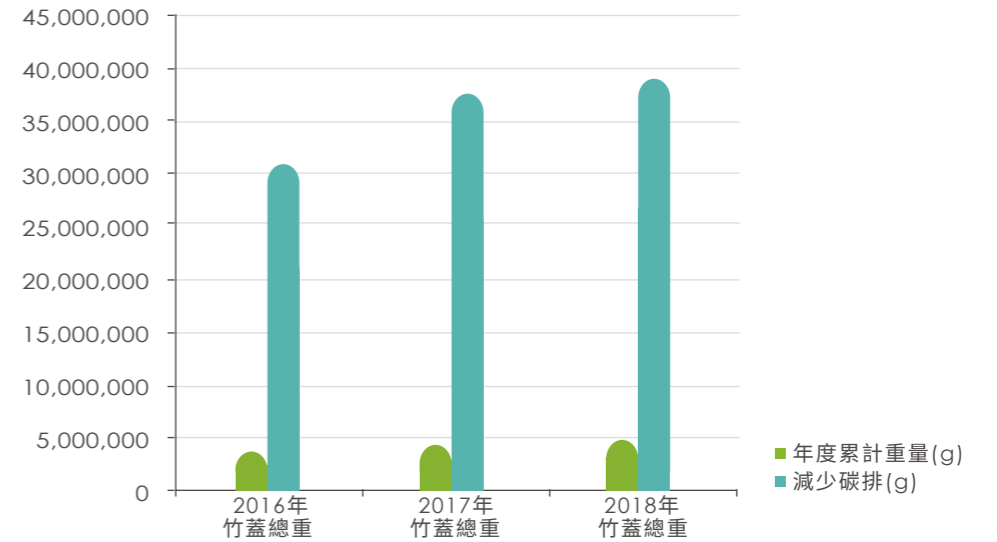


- 目錄
- 關於歐萊德 CS 報告書
- 董事長的話
- 第一章 永續經營
- 第二章 綠色生產與創新產品
 - 2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠
 - 2.2 綠色產品
 - 2.3 綠色資源循環
- 第三章 員工照顧
- 第四章 綠色供應鏈
- 第五章 綠色影響力
- 附錄

瓶蓋減碳愛地球



● 圖 2-28 瓶蓋材質碳排放量



● 圖 2-29 近三年竹蓋減碳成效



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

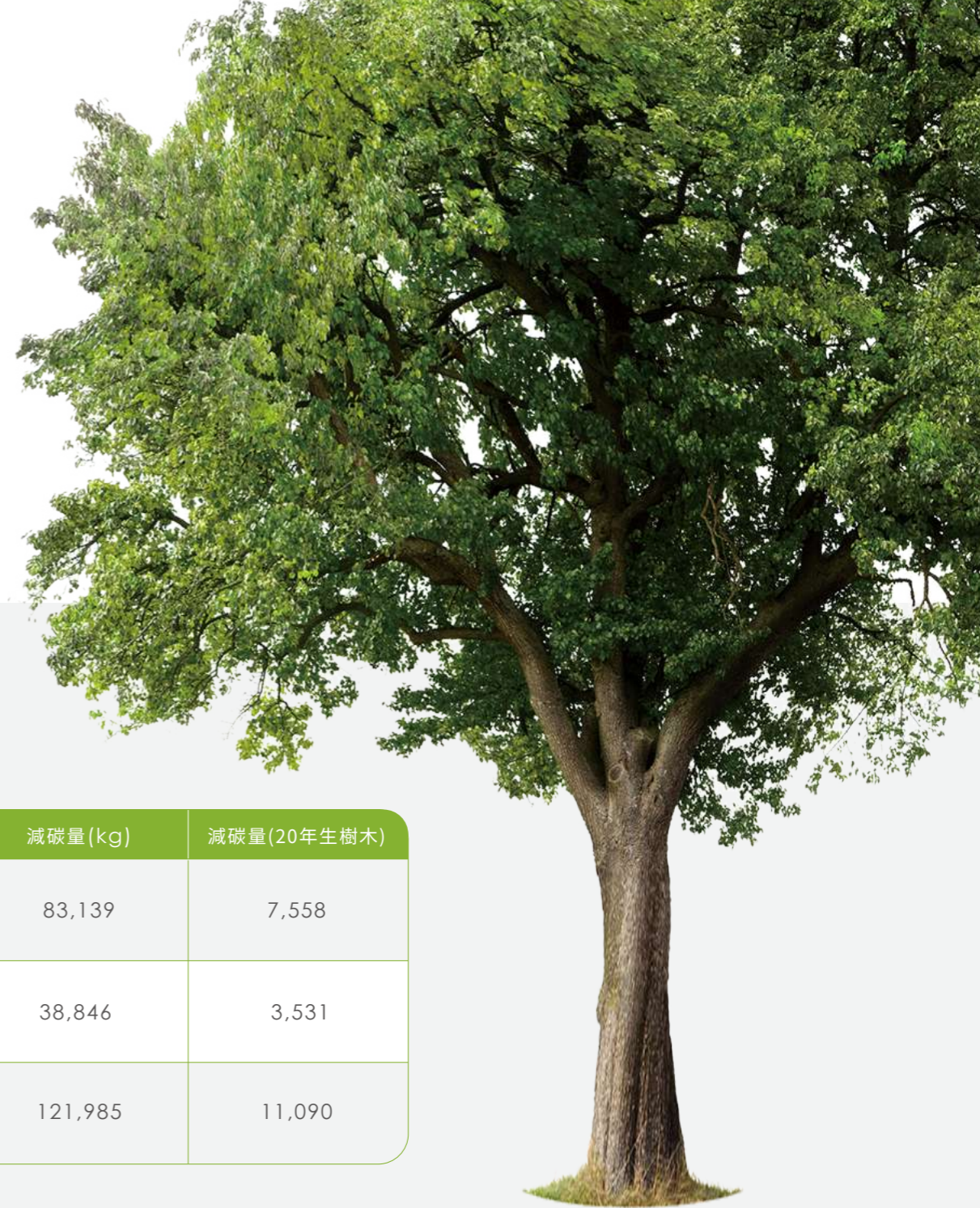
第五章 綠色影響力

附錄

2011至2012年底共銷售137,345瓶
 已減**137,345**個 400mL-PP塑膠瓶蓋使用
 共減**1,234 kg** 碳排放量
 相當於為地球種植**112**株20年生樹木

● 表 2-8 年度竹蓋減碳效益成果表

年份	採購數量(個)	總重(kg)	減碳量(kg)	減碳量(20年生樹木)
2012~2017	2,427,365	9,248	83,139	7,558
2018	517,204	4,321	38,846	3,531
歷年總計	2,944,569	13,569	121,985	11,090





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

(四) 環保棧板

我們每年均舉辦淨灘活動，透過活動也帶來許多啟發，原來小小的瓶蓋，是海鳥最致命的殺手！因此為避免海鳥因誤食而造成餓死、中毒或慢性死亡，歐萊德採用塑膠瓶蓋製成的環保棧板。平均一個棧板可減少 7,300 個瓶蓋，塑膠瓶蓋的再利用性提高，就能減少它在海邊漂泊的機會，有效降低海鳥誤食的機會。

(五) 芬恩環保提袋：美觀易分解

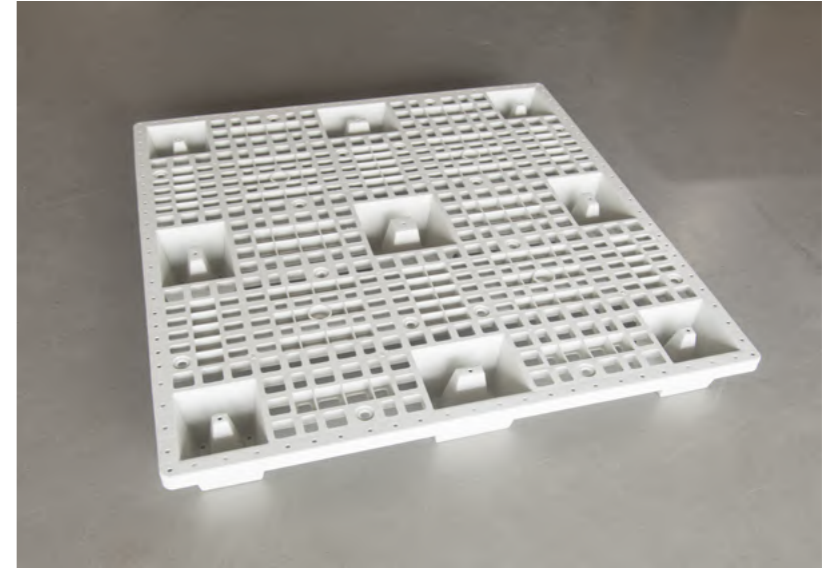
「芬恩環保提袋」一開始的想法是減少塑膠袋的使用。而它最大的好處是，只要不受陽光直射，便可以一直重複使用。2018 年透過芬恩提袋的取代總計減少塑膠袋使用數量為 208,042 個，歷年來減少塑膠袋數量達 1,118,317 個。

此外，我們也從材質、形狀、構造等不同構面來思考，致力將「產品包裝減量」以達減碳的目的，並於官網及粉絲專頁與消費者溝通。除盼獲得客戶認同外，也希望將綠色思維傳遞出去。

攝影家克里斯·喬丹 (Chris Jordan) 以一系列照片記錄海鳥因吞食瓶蓋及其他塑膠垃圾而導致死亡的情形。詳細照片請參考網站：<http://www.chrisjordan.com/gallery/midway/#CF000313%2018x24>

● 表 2-9 年度減少紙袋使用之減塑效益成果表

年度	減少塑膠袋數量 (個)
2013~2017年	910,275
2018年	208,042
總計	1,118,317



● 圖 2-30 由 7,300 個回收瓶蓋製作而成的環保棧板



● 圖 2-31 歐萊德芬恩提袋



● 圖 2-32 咖啡因養髮液包裝減量升級



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.3 綠色資源循環

氣候變遷不只是環保議題，更是全人類後繼必將面臨的重要課題，世界各國必須共同面對升溫 1.5°C 的重大危機，而消費者日常中所造成的二氧化碳排放量也與生活型態的選擇息息相關。

我們以堅定實現減碳永續的決心，不但整合「供應鏈回收系統」減少廢棄讓資源回收再利用，並於今年成功取得 SGS 企業組織型及五大類 9 項產品的碳中和確證，甚至加入 RE 100 倡議，宣誓 2025 年內將達到 100% 再生能源使用，以身作則邀社會大眾一起用最綠的能量守護地球。

2.3.1 供應鏈回收系統

在碳盤查過程中，我們發現供應鏈資源可以形成工業循環，達到資源再利用與降低成本的雙重效益。因此規劃了三種循環模式：1. 空瓶外箱回收循環；2. 成品外箱回收循環；3. 產品空瓶回收循環。此綠色資源循環模式不但有助於生態環保，善盡企業社會責任及提昇競爭力，還可以降低碳排放量及成本。

自 2016 年與大豐環保共同研發成功百分百再生瓶後，使我們的回收系統更加周詳與完善。消費者透過既有的回收系統將瓶身回收，以降低運送過程的碳排放量，瓶身回收後再直接由瓶器製造廠重新清洗再製成新的瓶器，最後回到歐萊德再進行使用。



● 圖 2-33 綠色資源循環系統



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

2.3.2 產品碳、水足跡與碳中和確證

我們以「綠色、永續、創新」為核心價值，以「取得綠色認證」、「創新綠色產品」、「綠色服務」、「落實企業社會責任」等四個面向來執行綠色健康理念。為了實踐綠色永續精神，歐萊德甚至率先響應政府推動的碳足跡、水足跡盤查，成為全台灣第一個取得認證的企業。

碳、水足跡的盤查是一種產品生命週期管理制度。在碳盤查過程中，我們整合供應鏈、尋求降低碳排放量，設定再次減碳目標，建構價值鏈 (value chain) 管理。為了珍惜水資源，我們除了規畫三大水資源回收系統，並且進行水足跡盤查，讓我們更有效的管理水資源，為了降低產品耗水量，也針對起泡劑的成分進行改良，增加可沖洗性，縮短沖洗時間，希望能減少我們產品所增加的耗水量。

歐萊德除了自 2008 年首次以綠茶洗髮精通過「PAS 2050 碳足跡盤查」，2013 年取得「水足跡認證」有效管理水資源，並取得「搖籃到搖籃 C2C 認證」，採取對人、環境、生態安全無害綠色系統，真正落實環境保護，接著 2016 年通過「ISO 14064 溫室氣體盤查」，目的在於將整個企業的總碳排放量徹底了解，並且進一步進行減量。

2018 年再進一步達成包含「綠茶洗髮精、茶樹洗髮精、木蘭洗髮精、竹萃極致護髮包、香檳玫瑰護髮油、茶樹洗手乳、枸杞恆潤撫紋菁萃」等五大類 9 項產品之碳中和確證。盤查過程中，我們仔細分析研究各階段的產品碳排放，並將此次盤查經驗進一步擴展到所有產品線，將全面五大類產品的碳排放同步降低。

● 表 2-10 各階段碳盤查減碳作為

階段	階段名稱	原料取得
階段一	原料取得	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在原物料取得方面，歐萊德擴大採購無毒安全有機原料，促使有機耕種發展，扶植在地有機農業，甚至減少運程碳排放量。 2. 以超臨界萃取技術有效萃取植物活性成分，大幅提升產品功效。
階段二	製造生產	<ol style="list-style-type: none"> 1. 太陽能與風力發電所產生的綠色電力，全數用作生產製造使用。 2. 潔淨度達到 10,000 級無塵室標準、落菌數 100cfu 以下。 3. PCW 冷卻水節能設置可有效節能減省電。 4. 水資源循環再生利用系統 (雨水回收、中水回收、廢水處理系統)。
階段三	運送/銷售	<ol style="list-style-type: none"> 1. 運程減碳計劃-鼓勵客戶集中訂購，以最低訂購量，藉此減少產品在運送過程中所製造的碳排放量。 2. 以更環保的空氣環保緩衝氣泡袋取代保麗龍。
階段四	消費者使用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 鼓勵業者整合設備形成熱交換系統，減少電耗。 2. 環保易沖洗的洗髮精可以減少大量的沖洗用水。 3. 種植室內綠色植栽淨化空氣。
階段五	回收廢棄	<p>建構「空瓶外箱回收循環」、「成品外箱回收循環」、「產品空瓶回收循環」三種 B2B2C 包裝逆物流模式</p>



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

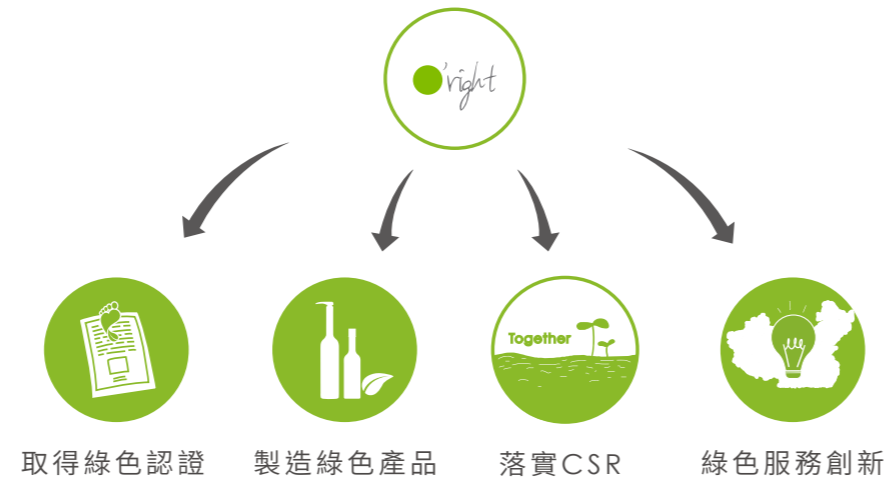
第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 2-11 參數使用能源局 2018 年能源統計手冊

項目(單位:GJ)	能源使用			
	2015年	2016年	2017年	2018年
外購電力	1,407.39	1,374.71	1,489.37	1,582.84
液化石油氣	483.84	454.55	511.11	494.25
柴油GJ	99.68	104.08	85.93	63.27
汽油GJ	39.79	34.31	14.29	5.50
合計	2,030.7004	1,967.6508	2,100.6987	2,145.8575



● 圖 2-34 綠色健康理念執行的四個面向

2.3.3 組織型溫室氣體盤查與組織型碳中和

為了將歐萊德組織運作所產生的溫室氣體減量，歐萊德自 2015 年起每年均盤查綠建築總部的溫室氣體排放量，目的在於先瞭解組織運作的排放量後，便能進一步擬定減碳計畫。

因此我們以首度盤查的 2015 年為溫室氣體盤查的基準年，並將顯著性門檻設定為 3.0%。當因營運邊界之改變、所有權與控制權移入或移出、量化方法的改變，導致總排放量之變動大於 3.0% 時，則基準年盤查建立之清冊，將依照新的狀況進行修正。

2018 年相較基準年營收已成長了 67%，但總排放當量僅有 299.318 公噸 CO₂e，較 2015 年 (304.234 公噸 CO₂e) 不但未增加，反而減少了 4.916 公噸 CO₂e，顯示歐萊德在減少溫室氣體的成效相當卓越。

歷年來，歐萊德主要生產廠區的能源包含化石燃料 (如柴油、液化石油氣等)、外購電力。石化燃料主要用於緊急發電機、公務車以及生產使用鍋爐。鍋爐由燃燒使用較純淨的天然氣，2018 年主要公務車柴油用量較 2017 年減少 26.39%，液化石油氣減少 3.3%。

而從溫室氣體盤查基準年開始的能源使用狀況如下表所示，2018 年僅微幅上升 2.59%，未因營收大幅提高而受影響，其中柴油部分下降 26.37%，汽油部分甚至下降 62%。整體而言，外購電力平均高達 70% 以上，為最主要的能源消耗來源。為降低外購電力的環境衝擊，今年度我們也加入 RE100 再生能源倡議行動，與世界串聯共同響應再生能源的使用，預計 2019 年開始規劃增設綠能設備，2025 年將成為台灣首家全面使用再生能源的企業。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 2-12 全廠七大溫室氣體排放量統計表

	CO ₂	CH ₄	N ₂ O	HFCs	PFCs	SF ₆	NF ₃	七種溫室氣體年總排放當量*	生質排放當量
排放當量 (公噸CO ₂ e/年)	280	0.0336	0.0620	19.1525	0.0000	0.0000	0.0000	299.318	0.0000
氣體別占比(%)	93.57%	0.01%	0.02%	6.40%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	-

● 表 2-13 範疇一七大溫室氣體排放量統計表

	CO ₂	CH ₄	N ₂ O	HFCs	PFCs	SF ₆	NF ₃	範疇一七種溫室氣體年總排放當量
排放當量 (公噸CO ₂ e/年)	36.5441	0.0336	0.0620	19.1525	0.0000	0.0000	0.0000	55.7922
氣體別占比(%)	65.50%	0.06%	0.11%	34.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

● 表 2-14 各階段碳盤查減碳作為

	範疇1				範疇2	範疇3	總排放當量*
	固定排放	製程排放	移動排放	逸散排放	能源間接排放	其他間接排放	
排放當量 (公噸CO ₂ e/年)	55.7922				243.5257	0.0000	299.319
	31.4865	0.0000	5.1364	19.1693			
氣體別占比(%)	18.64%				81.36%	-	100.00%
	10.52%	0.00%	9.21%	34.3%			

註：*IPCC 1995 年第二次評估報告未公布 GWP 值者，取 2001 年第三次評估報告公布值，第三次評估報告未公布 GWP 值者，取 2007 年第四次評估報告公布值。

*轉換係數為依據環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.2 版



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

此外，進行溫室氣體盤查之後，2018 年更進一步取得產品碳中和，以及「企業組織型碳中和確證」，並且有計畫地進行減碳。我們透過這些過程再降低對環境的衝擊，實現我們的「零碳 (環境衝擊)」計畫。



● 圖 2-35 零碳 (環境衝擊) 計畫



● 圖 2-36 歐萊德共同響應 RE 100 倡議行動，2025 年前將全面使用再生能源



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 福利制度

3.2 人才培訓

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

03

第三章 員工照顧

Caring for Our Staff



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 福利制度

3.2 人才培訓

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

3.1 福利制度

員工是企业最重要的資產，歐萊德於招募、甄試、勞動條件、升遷、調職、獎懲、訓練、福利或解雇等各方面作業，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、身心障礙或以往工會會員身分等因素而有不同。並且在任何影響員工權益或重大營運變化的作業變更均會考量員工權益及相關法令規定後才予以執行。本節將針對出勤、薪資、績效評核及申訴等等的人力資源政策進行詳盡描述。

3.1.1 完善的出勤、休假規定

(1) 彈性出勤辦法

歐萊德嚴格遵守國內外勞動及人權規範，以公平為原則對待並尊重所有員工。依政府勞動相關法令制訂勞動條件，並依就業服務法令提供平等的工作機會及合理工作條件。

為了讓不同工作性質同仁時間有最適當的安排，特規劃常日 A 班、常日 B 班、常日 C 班三種出勤辦法。平日正常上班時間均為 8 小時，若有加班的需求，亦規定同仁平日不超過 4 小時，假日不超過 8 小時。

台灣事業處的客服人員由於主要工作為服務沙龍店客戶，因此 2015 年 8 月起策略性地將過往租賃的實體辦公室轉換為行動辦公室，讓客服人員可擁有彈性的時間來服務客戶，但仍可透過行動辦公室進行內部會議。不但省下閒置的辦公室空間，同時也省去辦公室閒置電力的耗用。

行動辦公室計劃不單提高業務人員效率及服務品質，更減少通勤距離與時間、降低交通碳排放，達成環境、員工、客戶與企業本體均共贏的局面。2018 年整年度不但減少員工 8,065 個小時的通勤時間、322,604.4 km 的交通路程，歷年來所減少的二氧化碳排放量更高達 78,537 公斤，相當於每年為地球種下 7,140 棵大樹。

(2) 員工休假

在員工休假方面，除一般請假外，2018 年度申請產假者 10 人，陪产假 4 人；可申請育嬰留職停薪者有 43 位 (男性 10 位，女性 33 位)，實際申請者有 2 位為女性。

● 表 3-1 員工出勤類型

類型	出勤時間	適用對象
常日A班	08:30~17:30' 中午休息一小時 (上下午各休息15分鐘)	生產線及品保部門員工
常日B班	09:00~18:00' 中午休息一小時	行政及業務單位
常日C班	08:00~17:00' 中午休息一小時	環境清潔人員

● 表 3-2 育嬰留停申請狀況

項目	總人數	男性	女性
2018年符合育嬰留停申請資格人數(A)	43	14	29
2018年實際申請育嬰留停人數(B)	2	0	2
2018年育嬰留停申請率(B/A)	5%	0%	7%
育嬰留停預計於2018年復職者人數(C)	8	1	7
2018年育嬰留停復職人數(D)	3	0	3
2018年育嬰留停復職率(D/C)	38%	0%	43%
2017年育嬰留停復職人數(E)	3	0	3
2017年申請復職後持續工作滿一年人數(F)	1	0	1
2018年育嬰留停留任率(F/E)	33%	N/A	33%



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 福利制度

3.2 人才培訓

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

3.1.2 薪資標準

歐萊德依據員工學經歷背景、專業知識與技術、專業資歷及個人績效表現以核定薪資水準，員工之基本薪資不因其性別、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況等有所不同。2018 年度男女基層人員與基本工資比請參考表 3-3。

在退休金的部分，歐萊德員工已全數選擇勞退新制，其中 3 名員工橫跨新舊制，經精算後 2018 年的確定福利計劃資產公允價值 (勞工退休準備金) 為 948,064 元，確定福利義務 (應提撥舊制退休金) 為 1,966,900 元。

3.1.3 績效評核機制

為了讓員工努力工作的成果能公平地被評估，歐萊德依據「工作規則」第 45 條實施定期考核。權責主管進行績效考核本著公平、客觀之立場，對所屬員工就其整體表現，包含專業能力、知識技能、品質效率、行為態度、品德操守等，以雙向溝通方式進行評核面談，共同檢視過去一年績效及其未來目標與改善計畫。

考核對象為 2018 年 06 月 30 日 (含) 以前到職之員工，共計 242 人。2018 年度考核期間為當年度 01 月 01 日至 12 月 31 日止，應參與考核人數為 242 人，實際參與人數 240 人，受評核比率 99.2%。

● 表 3-3 歐萊德 2018 年度基層人員與基本工資比 (據勞保投保基本薪資)

性別	基本工資	歐萊德平均薪資	與基本工資比
男	22,000	29,325	1.33
女	22,000	25,676	1.17
總和平均	22,000	27,254	1.24

3.1.4 員工申訴及溝通管道

員工在合法權益遭受侵害、有性騷擾之情事或不當處置發生且無法合理解決時，歐萊德亦提供流暢之申訴管道。2014 年成立之勞資委員會，目的即為協調勞資關係並確保與勞工間溝通管道暢通，目前設勞方代表 5 位 (勞方代表佔比 50%)，資方代表 5 位 (勞方代表佔比 50%)，以及勞方後補代表 3 位，每三個月定期舉辦勞資會議，會議除了針對保障勞工權益、促進勞資合作、提高工作效率等議題進行討論，亦將協調勞資關係列為每次會議重點溝通事項，以高重視態度與高效率方式來處理員工提出之問題，提高員工整體滿意度。

歐萊德極為重視每一個員工提出的問題及建議，因此對於員工的回饋處理流程有完整的 SOP，而為了提供員工最即時、最直接、最流暢的全方位服務，全面以隨時提報、隨時處理的方式進行，公司內部皆可透過 SKYPE、LINE、Facebook 等通訊軟體表達意見，與主管或相關委員會成員或相關單位之服務窗口做最即時的溝通與諮詢，並可針對後續處理向相關處理單位進行追蹤與確認。

3.1.5 福利與照顧

歐萊德對員工有各項福利與照顧措施，完整涵蓋員工各項需求 (表 3-4)，除此之外，董事長亦不定時拜訪員工家庭，除了拉近公司及員工的距離外，也藉此機會分享歐萊德的綠色理念。

每年母親節與父親節，均寄送賀卡及禮品給同仁及家屬，一方面感謝員工父母親的辛勞，另一方面也感謝他們在背後支持員工在歐萊德的付出。

3.1.6 員工健康檢查

除了不定期規劃公司內部免費健康講座，歐萊德每三年為全體員工進行一次健康檢查，針對因工作需求需進出 BSL-2 生物安全操作實驗室之員工，則提供每年檢查福利。預計下一次全體員工健康檢查將於 2020 年進行，而本年度 (2018 年) 檢查人數有兩位機植萃研發中心實驗室同仁。

● 表 3-4 2018 年歐萊德員工健康檢查

體檢類別	總人數	檢查項目
A	43	一般勞檢 (胸部 X 光..等)

註：*2018 年度員工健康檢查，歐萊德參與員工共計 2 名。

*體檢類別區分為 A (一般員工)、B (一 ~ 四層主管)、C (副總經理)、D (董事長)



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 福利制度

3.2 人才培訓

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 3-5 員工福利一覽表

各項福利措施 (公司及福委)	正式員工	定期/派遣員工
員工升遷管道順暢且完整	✓	✓
年終獎金 (視公司當年度營運狀況, 並參酌個人績效表現而定)	✓	
盈餘獎金、業務獎金	✓	
訓練發展 (新人訓練、專業才能訓練、管理才能訓練、人才培育發展)	✓	✓
年度春酒活動	✓	✓
不定期品牌活動	✓	✓
達標員工國外旅遊	✓	
員工健康檢查 *	✓	
團體保險 (意外險、職業災害險)	✓	✓
生育補助	✓	
婚喪喜慶補助	✓	
急難救助	✓	
員工購物優惠	✓	✓
員工慶生福利	✓	
端午節福利	✓	
中秋節福利	✓	
有機蔬食餐廳, 免費供應有機蔬食及公平交易咖啡、湯品	✓	✓
夜間加班餐點	✓	✓
員工母親節賀禮	✓	
員工父親節賀禮	✓	



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 福利制度

3.2 人才培訓

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

3.2 人才培訓

除了完整的福利制度，歐萊德也十分重視員工成長，向來認為「上課比上班重要」。為培養綠領人才，並提升公司各單位人員之專業知能，歐萊德實施專業職能盤點，以量化方式衡量同仁所需具備之專業技能及缺口，藉以準確算出所提供之內外部教育訓練。2018 年度男女員工受訓人數、時數及比例請見表 3-6。



● 圖 3-1 同仁熱烈參與教育訓練課程



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

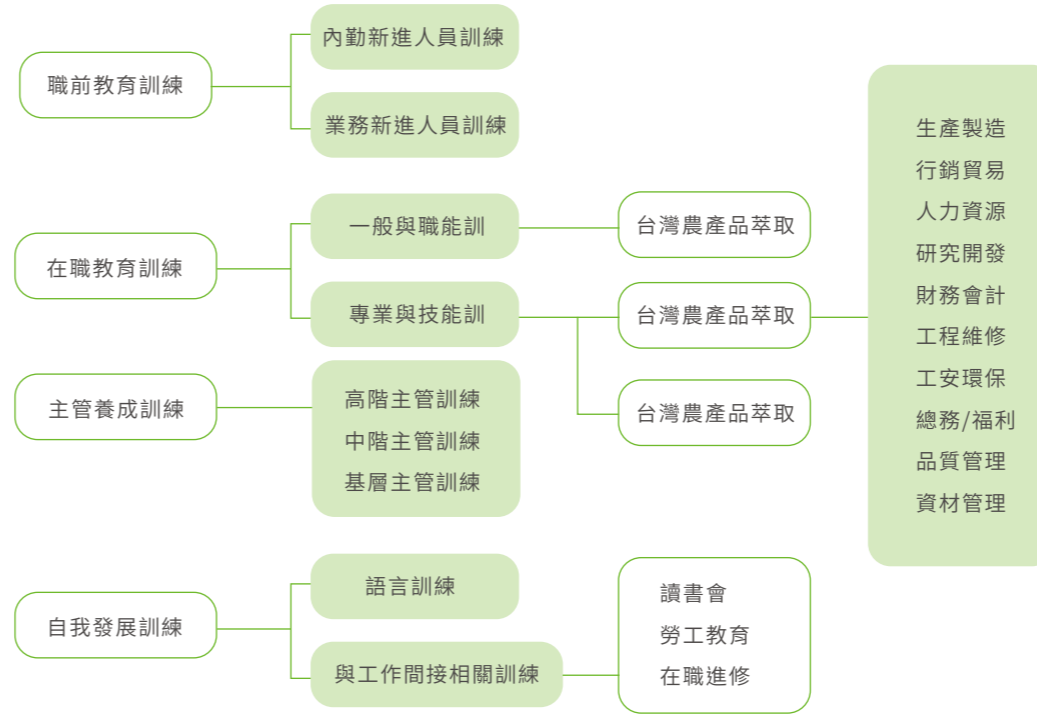
3.1 福利制度

3.2 人才培訓

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 3-2 歐萊德教育訓練架構

● 表 3-6 男女員工受訓時數

受訓時數	人力資源	工安環保	生產製造	共通人際	安全衛生	品牌行銷	品質保證	品質稽核	研究開發	研發製造	核心職能	財務會計	採購生管	設計製造	業務行銷	業務貿易	資訊	管理職能	總務福利	讀書會	總時數	平均時數
男	16	164	97	266.5	16	314	233	20	71	18	124	9	0	0	0	4	62	7	21	67	1509.5	20.1
女	24	334	262	614	2	1244	332	28	119	0	152	249	18	8	8	28	73	14	42	179	3730	18
總計	40	498	40	880.5	18	1558	565	48	190	18	276	258	18	8	8	32	135	21	63	246	5239.5	18.6

註：2018 年底員工總人數 282 人 (男性 75 人、女性 207 人)



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

04

第四章 綠色供應鏈

Our Green Supply Chain



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

4.1 綠色供應鏈

由於深切感受到地球暖化的速度加劇，企業綠化的腳步慢不得，規劃完成企業本身的綠化後，便迫不及待研究如何將綠色影響力再擴散傳遞出去，不只自行定義更為嚴格的綠色採購標準，也開始邀請我們的供應商一同加入綠色產業的行列，共同成為與大地和諧共存的綠色供應鏈，甚至邀請供應商簽屬「供應商企業社會責任行為準則承諾書」，共同向消費者承諾將善盡我們的社會責任。

4.1.1 綠色採購

2015 年，我們重新以更嚴謹的標準定義綠色原料，將有機原料或植物來源比例大於 80% 之原料才歸類為綠色原料。我們將產品配方及包裝持續改善、持續創新，綠色原料及物料的採購比例則從 2011 年的 44.3% 大幅度的提升至 2018 年的 69.86%。

在物料方面，歐萊德綠色物料佔總物料採購量始終維持在 45% 以上並且逐年成長，近三年期間平均更提升至約 60%。此外，2016 年起新開發的「100% 再生瓶器」包裝已於 2018 年將洗沐產品全面改用，讓我們「回收再製物料」比例，從 4.74 再增長為 22.97%。

我們希望所使用的原物料都能經過第三方認證，例如有機認證原料（歐盟 ECOCERT、美國 USDA）、FSC 認證紙材等，以確保產品的品質。但因國內的相關認證還不夠完善，因此 2018 年在地採購僅 27.31%。

然而，為降低原物料運送碳足跡，我們仍擬定計劃，致力於自行開發台灣在地綠色原物料。一方面積極尋找國內符合標準之原料，一方面購置高階植物萃取儀器，從咖啡渣、咖啡殼、鳳梨皮、枸杞根...等未被發現有效成分的農產品，萃取內含活性物質。除了讓歐萊德產品更好，更能協助有機農業發展，並為大量的農業廢棄物尋找新的可能。

物料部份，我們不斷與供應商配合，並且成功開發多項 MIT 環保瓶器，從「100% 生物可分解瓶中樹」到「100% 再生瓶」，以及「全球第一支再生押頭」。甚至偕同供應商一同進行整個綠色瓶器的國際綠色認證，從原料端、瓶器製造端、瓶器使用端的整條監管鍊逐站審視。

目前已將大量在地研發的原料及物料進行知名國際環保認證，預計 2019 年除了將取得 USDA 有機永續（生物基）認證，也將成為全亞洲第一間取得德國 Cyclos 再生塑料 EuCertPlast 認證的公司。



● 圖 4-1 從在地農產品開發有效成份取代化學品



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 4-1 歐萊德綠色原物料採購統計表

年份	綠色原料採購量 ¹		綠色物料採購量 ²	
	原料總採購量(kg)	綠色原料採購比例(%)	物料總採購量(個)	綠色物料採購比例(%)
2016年	綠色原料採購量(kg)		綠色物料總採購量(個)	
	國外 80,515 (76.05%)	105,875	可分解物料 866,804 (17.34%)	4,997,599
	台灣 25,360 (23.95%)		可回收物料 3,754,251 (75.12%)	
回收再製物料 3,754,251 (75.12%)				
2017年	綠色原料採購量(kg)		綠色物料總採購量(個)	
	國外 138,827 (80.53%)	172,387	可分解物料 859,556 (15.31%)	5,612,622
	台灣 33,560 (19.47%)		可回收物料 4,348,750 (77.48%)	
回收再製物料 404,316 (7.20%)				
2018年	綠色原料採購量(kg)		綠色物料總採購量(個)	
	國外 204,040 (85.04%)	239,948	可分解物料 1,174,168 (18.66%)	6,294,068
	台灣 35,908 (14.96%)		可回收物料 3,629,836 (57.67%)	
回收再製物料 1,490,064 (23.67%)				

註：

¹ 原料為產品內科，2011~2013 年定義之綠色原料為「植物來源比例大於 70%」之原料，2014 年後定義之綠色原料為「有機原料或植物來源比例大於 80%」之原料。

² 物料泛指瓶器及包材；綠色物料共分三類：可分解物料 (PLA 瓶器 / 配件、竹製品、種籽紙)；可回收物料 (FSC 認證紙盒、各式瓶器 / 配件)；回收再製物料 (產品運送紙箱、100% 回收瓶器)。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 4-2 歐萊德原物料在地採購比例

	原料採購量		物料採購量		原物料彙整採購量	
	原料總採購量(元)		物料總採購量(元)		總採購量(元)	
2016年	國外 36,073,787 (92.65%)	38,933,932	國外 1,263,475 (3.97%)	31,801,760	國外 37,337,262 (52.78%)	70,735,692
	台灣 2,860,145 (7.35%)		台灣 17,420,331 (54.78%)		台灣 20,280,476 (28.67%)	
2017年	國外 55,137,003 (92.54%)	59,579,298	國外 15,117,524 (38.26%)	39,507,849	國外 70,254,527 (70.90%)	99,087,147
	台灣 4,442,295 (7.46%)		台灣 24,390,325 (61.74%)		台灣 28,832,620 (29.10%)	
2018年	國外 76,539,409 (94.75%)	80,776,141	國外 29,125,708 (62.57%)	46,546,039	國外 105,665,117 (82.99%)	127,322,180
	台灣 4,236,732 (5.25%)		台灣 30,538,285 (65.61%)		台灣 34,775,017 (27.31%)	

綠色原料的天然成份

天然原料需加入石化成分或有機、無機化學物，藉以改變其物性並達到想要的功效，例如手工皂裡會有天然油脂，但一定要加入氫氧化鈉才能成皂。因此我們所界定的天然原料，指的是某一原料裡的有機原料或植物來源比例大於 80%。

可回收物料 (FSC 認證紙盒、各式瓶器 / 配件) ; 回收再製物料 (產品運送紙箱、100% 回收瓶器) 。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

4.2 綠色供應商

要做出綠色環保產品，供應商的配合是相當重要環節，因為有歐萊德的堅持，在加上供應商的努力，才能造就全世界最綠的髮妝品。為了與供應商共同一起綠化，各部門在與新供應商正式合作之前，都必需先做調查。調查涵蓋的範疇除了「技術能力、供貨能力及品質保證」，2014 年也將「社會、環境相關」考量面與「勞工、環保及其他與企業社會責任相關」範疇納入調查。

4.2.1 供應商企業社會責任承諾書

於 2015 年起，新供應商開始與歐萊德簽訂「供應商企業社會責任行為準則承諾書」，邀請供應商加入綠色環保產業的行列，共組友善社會、與大地和諧共存的綠色供應鏈。截至 2018 年止，已與 81 家原物料廠商簽屬承諾書。

我們訂定供應商管理作業程序，針對初次合作廠商提出「供應商評鑑表」，對於有環境保護、合乎勞動法規、社會參與等 CSR 作為的供應商優先納入考量，並經開發單位、品保單位、採購單位共同評定是否符合公司要求為合格供應商，並於每年度實施一次定期評核。評核內容包含品質、交期、價格、服務等以有效掌握維護供應商品質，若經評定為不符合公司要求納入不合格供應商並停止採購。

歐萊德供應商除了共同在為地球盡一份心力，拜綠色商機之賜，走在綠色潮流的尖端，其經濟效益也得以慢慢顯現出來。



● 圖 4-2 向農民購買咖啡殼成功開發明星商品咖啡因養髮液



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

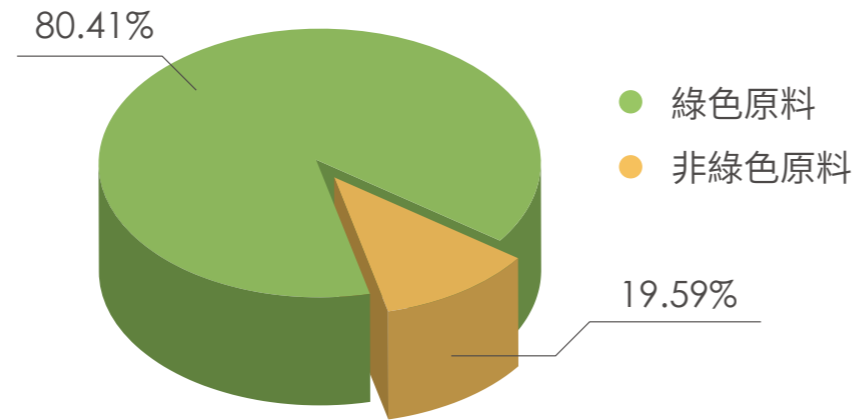
4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

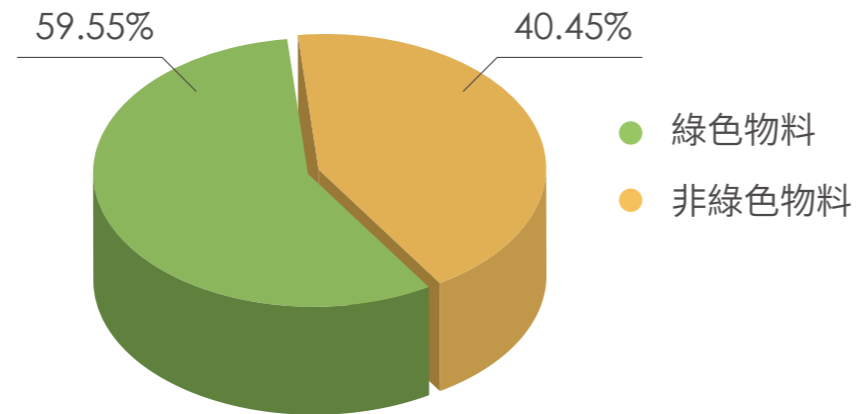
4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 4-3 綠色原料採購比例



● 圖 4-4 綠色物料採購比例

4.2.2 綠色供應商占比逐年提高

目前以供應商總家數來看，歐萊德的綠色原物料廠商佔比已高達 78.65%，其中，綠色原料廠商比例達 72.34%，綠色物料廠商更高達 85.71%，未來我們除了持續與供應商共同綠化，也將繼續提升綠色供應商佔比。

4.2.3 供應商共同參與 CSR 活動

2016 年開始，供應商除了簽訂「企業社會責任行為準則承諾書」外，每年均受邀一同參加歐萊德舉辦的「淨灘」與「關燈 60+」活動。希望透過活動傳達我們的理念，也讓供應商藉由親身彎腰撿拾垃圾，以及透過關燈一小時的動作，深刻體驗為什麼我們會對綠色產品如此堅持，從身、心、靈徹底綠化起來。

2018 年總計有 23 位供應商一起參加淨灘活動，有 24 家供應商共同響應關燈活動，參與的比例與數量逐年增加，可見歐萊德的綠色理念已越來越獲得供應商的肯定。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄



4.2.4 與供應商共同綠化

全世界一年產出數百億支的押頭，卻沒有一支是以再生材料製作。有感於此，暨 2016 年與大豐環保共同合作研發，以牛奶瓶回收再製減碳 80% 的再生瓶之後，歐萊德再攜手大豐，結合集泉塑膠共同成功開發出了「全球第一支再生押頭」，成為 2018 年最具代表性的供應商合作範例。

因為有眾多優良的綠色供應商與我們一起努力，歐萊德才能持續成長到今天。我們對供應商的支持，除了大量採購，定下 2018 年全面洗沐用品改用再生瓶，以及 2019 年全面改用再生押頭的承諾外，亦不限定再生材料的獨家購買權，甚至將供應商的 Logo 印製於全部再生瓶的瓶身，幫助供應商進行宣傳。

許多產品包裝與內料亦進行綠化再升級，為降低產品包裝佔比，我們鼓勵消費者採購大包裝產品，甚至不惜將銷售情況較佳的 35mL 小包裝產品停產。

自 2012 年起即使用可分解竹蓋取代難以回收傳統電鍍塑膠，希望產品包裝能兼具質感、品質，並且不會環境造而負面影響。2018 年則又再將竹蓋升級，加上 PLA 生物分解材質的內蓋，讓整體蓋子與瓶身的密合度再加強之外，整體材質可自然分解的性質也能夠統一，方便使用之後的廢棄物處理。

原先 1,000mL 洗 / 沐產品瓶身所列文字、圖片等訊息，為直接印刷於瓶身上，本年度亦全面更改為印刷貼紙，不但讓瓶器庫存更加靈活應用，更大幅降低空瓶物料的備貨庫存。

內料部份，本年度著手針對內料的防腐體系及香氛全面升級。以植物酸的防腐體系，替代舊有的防腐系統。並移除香氛中的疑慮成分 HICC，以更安全的香氛全面替代。配合純素、無麩質、無基改的新訴求，讓內料安全性更提升，讓消費者使用更健康。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

4.3 綠沙龍

沙龍業者是我們最重要的客戶，也是歐萊德的綠色天使，希望透過全台灣，甚至全球的綠沙龍，將我們的理念傳達出去。

4.3.1 台灣綠沙龍

(1) 綠建築總部參訪

美髮沙龍是時尚的創造場域，具備『塑造自信、營造美感』的服務特質，其中沙龍設計師除了是美學的實踐者，透過服務過程的潛移默化，更能將自身的生活理念，傳遞給顧客，因此也是生活理念的傳遞者。

歐萊德不定期邀請沙龍客戶參訪綠建築總部，不僅不收取任何費用，並且為鼓勵參加，贈送每位來訪設計師精美禮物，希望藉此機會將我們產品綠色設計、綠色生產的永續的理念傳達出去。

並且 2011 年開始，我們連續 8 年邀請沙龍設計師共同參與 CSR 活動，以身體力行實踐減碳、親近大自然作為我們學習愛護環境的第一步。提高沙龍老師對地球永續議題的關注，讓「減碳」目標實際付諸行動，甚至將綠色生活理念落實在生活當中，再將綠色影響力延續傳遞給設計師所服務的客戶，成為綠色時尚的代言人，因此成功在最具影響力的美髮產業，持續揮灑出一片茂盛綠意。

2018 年起甚至開始推廣顧客使用行動支付響應無紙化、落實節能減碳，為使顧客便利快速繳款及安全性。提升顧客付款效益並降低風險；以及載入顧客訂貨相關資訊，提供顧客即時查閱明細，大幅減少紙張用量及郵資費用等，自推廣起截止至 2018 年底，超商繳款筆數約七千四百筆，繳款金額總計約六千萬元，持續推廣增加顧客使用。



● 圖 4-6 為沙龍客戶舉辦「讓美麗有頭有臉活動」



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

4.3.2 國際綠沙龍

每年國際經銷商都跟著歐萊德一起展開綠行動，包括關燈、種樹、淨灘，希望透過這些活動讓國際沙龍開始學習愛護我們的環境，並能進一步體認到環境保育的重要性。

除此之外，歐萊德國際經銷商也會自主性的帶領綠沙龍一同進行相當多的綠色服務及活動，我們的綠色影響力，已成功擴散到世界各地。



● 圖 4-7 國際經銷商共同響應關燈活動



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

每年國際經銷商都跟著歐萊德一起展開綠行動，除了關燈、種樹、淨灘之外，也會自主性進行相當多的綠色服務及活動。

● 表 4-3 國際經銷商 Green up!

國際經銷商	綠色措施	
義大利	<ul style="list-style-type: none"> *地球一小時 (Earth Hour) 活動 *支持兒童福利機構 	<ul style="list-style-type: none"> *傳遞分享歐萊德的永續理念 *支持當地藝術表演
波蘭	<ul style="list-style-type: none"> 重複使用歐萊德紙箱 *FSC認證衛生紙、印刷用紙 *使用二手設備 *採用LED燈具 *垃圾分類 *實行最低訂購量制度 	<ul style="list-style-type: none"> *選擇有ISO 14001:2004認證之運送業者 *參與當地環保活動如地球一小時 (Earth Hour) & COP24 *舉辦一日癌症婦女造型活動 *傳遞分享歐萊德的永續理念 *回收沙龍用染髮膏鋁條
立陶宛	<ul style="list-style-type: none"> *採用節能燈具 *傳遞分享歐萊德的永續理念 	<ul style="list-style-type: none"> *地球一小時 (Earth Hour) 活動
奧地利	<ul style="list-style-type: none"> *100%採用回收紙張印刷、回收紙製紙箱 *公平貿易咖啡、有機餐食、環保辦公文具 *採用FSC認證衛生紙 *採用環保清潔劑與化妝品 *採用LED燈具、不採用空調設備 *採用省水裝置 *參與種樹活動、鼓勵美髮沙龍設置植生牆 *垃圾分類 	<ul style="list-style-type: none"> *與髮型設計師及消費者形成綠色社團，推動環保 *實行最低運送量政策，採用使用生質燃料車輛運送 *地球一小時 (Earth Hour) 活動 *支持當地環保活動，如都市農園計劃 (Urban Farming)、社區花園計劃 (Community Gardening)、維也納兒童花園計劃 (The Children's Garden)、推動環境教育、永續作為以及保護地球等
馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> *地球一小時 (Earth Hour) 活動 	<ul style="list-style-type: none"> *傳遞分享歐萊德的永續理念
新加坡	<ul style="list-style-type: none"> *地球一小時 (Earth Hour) 活動 	<ul style="list-style-type: none"> *傳遞分享永續理念，落實日常生活綠行動



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

- 4.1 綠色採購
- 4.2 綠色供應商
- 4.3 綠沙龍環
- 4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

國際經銷商	綠色措施	
丹麥	*地球一小時 (Earth Hour) 活動 *傳遞分享歐萊德的永續理念	*丹麥沙龍支持癌童活動
白俄羅斯	*地球一小時 (Earth Hour) 活動 *傳遞分享歐萊德的永續理念	*持續維護2015年種下的蘋果樹 *捐贈蘋果果實, 持續種樹
荷蘭	*地球一小時 (Earth Hour) 活動 *荷蘭支持癌症基金會	*傳遞分享歐萊德的永續理念 *回收沙龍用鋁條
比利時	*地球一小時 (Earth Hour) 活動 *參與聖誕義剪活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念
保加利亞	*地球一小時 (Earth Hour) 活動 *參與聖誕義剪活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念
韓國	*地球一小時 (Earth Hour) 活動 *採用節能設備, 節約日常用電 *不使用紙杯, 自備杯子	*傳遞分享歐萊德的永續理念 *教育訓練區的室內環境綠化
加拿大	*傳遞分享歐萊德的永續理念	*支持並使用Eco-friendly物品
日本	*至美容專科學校傳遞分享綠色永續概念 *一起使用公共交通工具	*至新創時尚品牌展中, 傳遞綠色髮妝魅力
德國	*傳遞分享歐萊德的永續理念	*參與地球一小時 (Earth Hour) 活動
瑞典	*傳遞分享歐萊德的永續理念	*採用Eco-friendly物品
愛沙尼亞	*傳遞分享歐萊德的永續理念	*隨手關燈
芬蘭	*參與地球一小時 (Earth Hour) 活動 *傳遞分享歐萊德的永續理念	*丹麥沙龍支持癌童活動



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

國際經銷商	綠色措施	
俄羅斯	*傳遞分享歐萊德的永續理念	*支持並使用Eco-friendly物品
羅馬尼亞	*參與地球一小時 (Earth Hour) 活動 *利用佈置物傳遞永續理念	*傳遞分享歐萊德的永續理念
沙烏地阿拉伯	*地球一小時 (Earth Hour) 活動 *沙漠種樹活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念 *綠色環保品牌概念店開啟
香港	*地球一小時 (Earth Hour) 活動	
葡萄牙	*地球一小時 (Earth Hour) 活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念
斯洛維尼雅	*地球一小時 (Earth Hour) 活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念
克羅埃西亞	*地球一小時 (Earth Hour) 活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念
賽爾維雅	*地球一小時 (Earth Hour) 活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念
波士尼雅	*地球一小時 (Earth Hour) 活動	*傳遞分享歐萊德的永續理念



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

4.4 全員身心一起綠化

對歐萊德的員工來說，除了辦理日常工作業務之外，身心的綠化才是更珍貴的成長動能，而這些收穫都不是用金錢可以衡量的。因此，歐萊德不但與員工共同制定遵守綠色生活公約，也有相當多的綠色活動與全員共同綠化身心。

(1) 綠色生活公約：

我們以「自然、純淨、環保」為品牌理念，一直堅定著環保永續的核心價值，而我們取之於大自然也應當回饋於大自然，面對地球所承受的環境威脅與人們嚮往大自然的渴望，我們宣示以『更美、更好』的決心致力於降低地球溫室效應。

為推動綠色工作環境及自然之永續，歐萊德員工應秉持著互相尊重、互助合作及自主管理的精神，特訂定「綠色生活公約」，期能提升工作環境品質及維護良好工作氛圍，並落實環保節能減碳的目標。

綠色公約中，我們除了與同仁們共同約定不使用一次性吸管及餐具，更於 2018 年冬季綠色永續會議中決議「停止一次性塑膠的使用」，綠色永續的作為又更向前邁進。

(2) 有機蔬食動手做：

歐萊德的有機蔬食餐廳在每個工作天供應由鄰近農場當季當令的新鮮有機蔬食，並有龍潭當地烘培坊製作的吐司麵包搭配成為美味的輕食午餐，加上經常變化的湯品主食，免費提供給歐萊德的員工享用。並且由每位同仁輪流洗菜、切菜、裝盤，並清洗公用碗盤，從日常餐飲培養綠色意識。

(3) 培養環保意識由打掃環境開始：

藉由每週五早上的時段，歐萊德綠建築總部的同仁分組打掃廠區，在動手清潔環境的同時，將更在乎維護總部的內外整潔與垃圾分類，並且將此優良的習慣與做法帶回家裡或社區裡影響更多的人。



● 圖 4-8 每位同仁輪流洗菜、切菜、裝盤，培養綠色意識



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍環

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 4-9 員工家庭日舉辦貝兒小姐的微笑繪畫比賽，不論是大人、小孩對地球永續均有相當熱烈而深層的回饋與響應

(4) 員工家庭拜訪：

葛董事長相信，有家庭力量的支持，員工才得以在各個工作崗位上盡情發揮。因此在公務之餘，每年必定安排前往員工家庭拜訪，一方面感謝家人對於員工的支持，更重要的是傳達歐萊德的綠色理念，讓環保觸角向外延伸！

(5) 環保活動一起來：

歐萊德每年皆舉辦或合辦環保公益活動，除邀請員工自由參加，藉身體力行讓環保行動融入個人生活，更提倡員工積極參與公益服務，並給予志工服務假作為鼓勵。(見本報告書 1.3.5)

(6) 員工家庭日：

我們每年皆固定安排與同仁家屬互動的時間，舉辦專屬於同仁的家人與親友的綠建築總部參觀。2018 年更成立跨部門組成的小組籌備會，精心安排具環境教育意涵的親子彩繪活動，經過了各站導覽人員精心解說歐萊德綠建築總部的奧妙之處後，再透過小朋友的圖畫，純粹且真實的呈現出內心對於未來世界的期許。我們希望由每一次的活動與互動當中，讓員工親友家人都能更有環境保護的意識。正所謂善的事情、對的事情，要認真做、持續做之外，還要找更多人一起做！



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

05

第五章 綠色影響力

Our Green Impacts



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄



●圖 5-1 2018 年關燈活動

綠色影響力

我們每年舉辦關燈、種樹、淨灘三大 CSR 活動，從 2012 年起也將綠建築總部免費開放外界參觀，除了國內外各大企業、學校以外，也主動邀約總部周遭的社區居民、代理商、沙龍客戶、員工家屬等重要的利害關係人。

歐萊德也延攬實習生進入企業實習，主要目的是希望綠色影響力也傳達給這些年輕學子，另外也提供機會，讓大學在學生體驗企業、近距離了解我們的品牌精神。

2018 年底共有來自台灣大學、清華大學、高雄醫學大學、台灣科技大學、弘光科技大學、義守大學及銘傳大學進入歐萊德實習，其科系包括化妝品相關科系、企管系、工商管理系、商品設計系等等。

5.1 環保公益活動

歐萊德 2018 年仍聚焦在環保活動，以營造綠色減碳社會為主要訴求。除連續八年舉辦三大 CSR 活動，2018 年歐萊德更號召國際經銷商與台灣青年氣候聯盟 TWYCC (Taiwan Youth Climate Coalition) 共同參與於波蘭「煤都」卡托維茲市盛大舉行的 COP¹24 氣候峰會的氣候大遊行，為保護地球發聲！



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

5.1.1 Earth Hour 地球一小時 關燈活動

Earth Hour 地球一小時是 2007 年由世界自然基金會 (WWF) 於澳洲雪梨發起的全球性環境公益活動，藉由「關燈」這個行動，來呼籲大眾正視氣候變遷議題，使大眾更關注地球正面對的問題，每年三月份的最後一個星期六，於當地時間晚上八點半開始關上不必要的電燈一個小時。

2018 年關燈時間於 3 月 24 日，全球各大城市皆會發揮創意、用實際的行動來喚起人全球暖化的意識。截至 2018 年 3 月，全球共有 187 個國家、7,000 多個城市響應，為全球最大環境群眾運動。

2018 年台灣區關燈活動由歐萊德邀請全球最大自行車集團 - 捷安特以及綠色永續理念企業，包含國泰金控、台北 101 等共同加入響應行列，帶頭騎乘「最環保的交通工具自行車」，繞行台北市政府及信義區週邊，讓更多人看見我們的減碳決心，更象徵愛地球的行動不能停歇，只要每一個人隨時隨地從日常生活中落實低碳理念，就能共同發揮綠色影響力。

歐萊德身為致力於研發「自然、純淨、環保」髮妝的領頭羊，始終相信「改變大環境從小事做起」，積極共同主辦台灣 Earth Hour 持續邁向第八年。除了號召關係緊密的沙龍業者一起響應以外，也極力邀請各界知名人士共同發揮社群影響力，在台灣具有高知名度的名人包括藝人蕭敬騰、林俊傑、林宥嘉、黃子佼、隋棠、安心亞、主播陳海茵、謝向榮等，以及桃園市長鄭文燦、新北市長朱立倫，呼籲民眾響應關燈減碳、節能愛地球。

透過歐萊德的積極號召，今年台灣共有超過 200 家企業、將近 4,000 家美髮沙龍各自發揮企業資源，共同響應 Earth Hour 地球一小時，包括國泰金控、台北 101、中華開發金控、安侯建業、十聿照明設計集團、發光泡芙、百貿股份有限公司、士林電機、台灣服務優良品牌協會、瑞迪廣告等、飯店業雲朗觀光集團、凱達大飯店、台北寒舍艾美酒店、寒舍艾麗酒店、台北 W 飯店、台北君悅酒店等業者，百貨商場統一時代百貨台北店、誠品信義店、微風松高、微風信義、威秀影城、ATT 4 FUN、新光三越台北信義新天地、BELLAVITA 寶麗廣場、Big City 遠東巨城購物中心、勤美誠品綠園道、新光三越嘉義垂楊店等商場，共同承諾節能、減碳、愛地球，共同發展企業社會責任。

根據台灣電力公司公布，2018 年 3 月 24 日全台灣共節電 10 萬度，創下歷年新高，相當於減少 5.27 萬公斤的二氧化碳排放量，相當於種植 4,791 棵樹。2011 年~2018 年總計總共節電 630,000 度 = 減少 340,730kg 碳排放量，相當於重下 30,975 顆樹。



●圖 5-2 2018 年關燈活動與捷安特一同舉辦，藉由響應騎乘腳踏車降低交通碳足跡



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄



● 圖 5-3 環境保護從愛上大自然開始，透過活動，不只維護樹木的健康，也讓我們以決然不同的角度更親近大自然

5.1.2 種樹活動

歐萊德自民國 2011 年即開始與臺大實驗林合作實行種樹及護樹活動。由臺大實驗林提供專業技術栽植指導及撫育之下，目前持續進行長達八年認養造林計畫，搭配當地適合土壤及環境、氣候，種植台灣原生樹種。

此外，我們每年都會邀請員工及沙龍老師共同參與，除了種樹之外，也安排各式各樣大自然體驗的活動。繼 2017 年的「五感體驗」活動之後，2018 年再藉由「攀樹體驗」帶領員工及沙龍老師一起認識樹木，並從中學習如何保護樹木及以友善環境的方式與大自然互動。

森林是地球重要的自然資源之一，透過光合作用降低二氧化碳淨化空氣、同時也調節氣候和鞏固土壤，森林也是許多野生動物的棲息地，建構出複雜且完整的生態體系。因此，我們以行動認養增加林地面積提高森林碳量吸存功能而達到減碳成效，透過與自然互動更體認到森林保護的重要性。

歐萊德推動種樹活動累積至 2018 年止，已認養種植 2,660 棵樹，每年並持續認養達 3.561 公頃（目前長達七年累積下來相當於為地球減少 10 萬公斤碳排放量），呼籲全民一同加入保護環境生態、永續綠色大地的行列。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

5.1.3 淨灘

O'right 歐萊德連續第八年在桃園永安漁港海灘舉行淨灘活動，2018 年自行主辦淨灘活動，邀請綠色供應鏈廠商與來自全台灣的綠沙龍夥伴、歐萊德員工及家屬參與。

參與人數為 203 人，活動當天總共撿起 494 公斤垃圾量，約減少 1018 公斤碳排放量，相當於種下 93 棵 20 年生大樹！



● 圖 5-4 董事長親自帶領撿拾垃圾，深刻體會大自然所受到的傷害。



種樹活動

2011 年 ~2018 年分別為南投清水溝、和社、溪頭共四個地區，總共種下共 2,660 棵樹 = 累積減少的碳排放量為 101,464kg 碳排放。

*台灣經濟部能源局：
一棵樹(20 年生) 吸收碳排量約為 11~18 公斤二氧化碳，本長由小樹苗開始計算，故採計最低碳量 11 公斤。



Earth Hour 地球一小時

2018 年 Earth Hour 地球一小時活動當天，
全台灣共節電 100,000 度
= 減少 52,700Kg 碳排放 (100,000 x 0.527kg)
= 52,700Kg / 11 = 種植 4,791 顆樹
2011 年 ~2018 年活動當天，
全台灣共節電 630,000 度，
= 減少 340,730kg 碳排放
= 340,730kg / 11 = 種植 30,975 顆樹

*資料來源：台灣經濟部能源局
1.以全國電力排放係數2011年至2018年平均數 0.527kg計算。
2.一棵樹(20年生)吸收碳排量約為11~18公斤二氧化碳，本長由小樹苗開始計算，故採計最低碳量11公斤。



國際淨灘日

歐萊德主辦淨灘活動，2018 年淨灘共撿拾 494 kg 垃圾量， $494 \text{ kg} \times 2.06 =$ 約減少 1018 kg 碳排放量，相當於種下 93 棵 20 年生大樹。

歐萊德主辦淨灘活動，2015 年 ~2018 年淨灘共撿拾 1,542 kg 垃圾量， $1,542 \text{ kg} \times 2.06 =$ 共減少 3,177kg 碳排放量，相當於種下 289 棵 20 年生大樹。

*根據基管會「再生料的碳足跡盤查數據」相關研究顯示，合理的資源回收率，有助於垃圾大幅減量，而每減少一公斤的垃圾即相當於降低 2.06 公斤的二氧化碳排放量。
*台灣經濟部能源局：一棵樹(20 年生) 吸收碳排量約為 11~18 公斤二氧化碳，本長由小樹苗計算，故採計最低碳量 11 公斤。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

- 5.1 環保公益活動
- 5.2 綠建築總部參訪
- 5.3 綠色出版
- 5.4 讓綠色消費變王道

附錄

5.2 綠建築總部參訪

綠建築總部在規劃興建之初，就決議要打破一般人對工廠的刻板印象，讓整棟建築與自然分不出界線，充份發揮還土地於自然的概念。其中包含雨水回收、太陽能、風力等綠能設施、配合自然風向的通風設計...等等節能減碳的規劃。

除硬體設備充滿綠色創新，為了提供良好的環境教育，並規劃了簡報介紹及總部導覽等一系列參訪行程，且派請相關主管接受環境教育人員專業訓練，不定期檢視參訪內容並隨時增修調整，提升環境教育的品質。

由於創新的綠色經營模式廣受肯定，自 2012 年 6 月落成啟用，就吸引大量參訪人潮。包括各大知名企業、機關團體、大專院校師生與各國環保人士...等。然而綠建築總部除了這些來電接洽的參訪團體外，我們亦主動邀請附近社區居民、沙龍業者、員工家屬前來總部參加環境教育，希望能讓我們的利害關係人共同綠化，不但了解歐萊德，並且能進一步肯定我們的綠色作為。

2018 年當年度參訪單位多達 935 個團體，共舉行 86 場次、造訪人次高達 2,871 人次，自總部啟用統計至今，累積造訪共 22,797 人次（詳請參考表 5-1）。

在 3 小時的參訪活動中，訪客不但獲得許多環保知識，更可實地體驗歐萊德綠建總部的各項環保設計與措施，將歐萊德的豐富經驗帶回去，讓每一個人、每一家企業都開始省思：你能做什麼？我能做什麼？透過深度溝通，集眾人之力共同守護珍貴的地球。

為了將影響力擴展至到最大，開放讓更多人、更多企業參訪，歐萊德綠建築總部採取「免費」對外開放環境教育參訪。我們以響應「聯合國永續發展目標」取代一般的付費參訪，更能深刻的影響來訪的貴賓，也可以讓每個人、每家企業都開始省思：你能做什麼？我能做什麼？透過深度溝通，集眾人之力共同守護珍貴的地球。



● 圖 5-6 歐萊德邀請所有來訪貴賓共同響應 SDGs



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

● 表 5-1 歐萊德綠建築總部參訪單位 (人/次) 統計

類別	2012~2017年	2018年	2018年參訪單位舉例
企業界 (人/次)	6,953	903	美商摩根大通銀行、香港總商會、台灣杜邦、中華航空、大潤發、統一企業、宏碁電腦、震旦集團、鴻海科技集團、泰山企業、長江商學院、國泰人壽、寶台建設、巨思文化、台灣松下電器、
沙龍界 (人/次)	4,958	294	中國代理商飛司浦國際髮品、中國天津/成都經銷商客戶、中國貝逗狗代理商、台中沙龍客戶、桃竹沙龍客戶、嘉南沙龍客戶、台北/新北沙龍客戶
政府單位 (人/次)	1,101	155	桃園市政府、台東縣環保局、勞動部勞動力發展署、外交部、經濟部工業局、國家中山科學研究院
公協會 (人/次)	541	338	永續循環經濟發展協進會、法官學院、國際合作發展基金會、十大傑出青年基金會、國際青年商會、桃園市旅館商業同業公會、中華民國中小企業總會
學術界 (人/次)	5,831	1155	日本慶應大學、香港中文大學傳播學院、新加坡共和理工學院、馬來西亞英迪國際大學、馬來西亞拉曼大學、台灣大學國際事務處、政治大學商學院
記者媒體 (人/次)	34	26	印度媒體採訪-(Times Of India/ Hindu Business Line/ The New Indian Express.....etc.) 日本媒體採訪-(北海道新聞社/ 讀賣新聞/ 朝日新聞社/ 產經新聞/ 每日新聞/ 琉球新報/ 靜岡新聞社) 2017年綠能減碳暨氣候變遷議題國際記者團、越南FBNC記者採訪、國際傳播司新南向記者團
鄰里鄉民 (人/次)	508	0	本年度採參與里民社區活動為主
小計 (人/次)	19,926	2871	— —
總計 (人/次)	27797		



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

5.3 綠色出版

It's O'right 季刊：本季刊前身為 Eco Paper 雙月刊，Eco Paper 最初以單張形式發行，內容為綠色環保相關理念及新知。

2013 年 9 月開始，為了更深入傳遞環保理念，讓讀者更能在生活中落實，因此改以雜誌形式，每半年發行一次，並設計「封面故事」，針對綠色議題深入報導，分別以「綠生活焦點」、「永續新知識」、「綠沙龍風情」、「綠色情報站」四大類別進行。

這本知性與感性兼具的刊物，發行量今年達 17,860 本，免費贈予全台灣 7,000 家美髮沙龍中，以一家美髮沙龍一個月的來客數 500 人估計，It's O'right 季刊一次出刊潛在影響了 350 萬人次。

同時，每雙月於 It's O'right 綠色生活家發行電子報，針對綠色生活、永續趨勢、全球綠沙龍、綠色保養等國內外永續議題深入報導，為了進一步將 It's O'right 季刊影響力擴大到國外，It's O'right 季刊也發行中英文版電子書，並放置於官網，分享提供國外經銷商或顧客瀏覽 (<https://blog.orient.com.tw/w/>)。

It's O'right 歐萊旗下有五個 FB 粉絲專頁，包括：以品牌理念為主的「O'right」、傳遞綠色永續教育的「歐萊德綠建築總部 O'right Green Headquarters」、提供綠色商品服務的「O'right Shop」、以企業綠色永續為主的「It's O'right」，將不同的訊息面向，對民眾傳遞教育綠色永續的重要性。

It's O'right FB 粉絲專頁：

除了紙本型態的出版品，歐萊德更在 2015 年 2 月 13 日正式成立 It's O'right FB 粉絲專頁 (<https://www.facebook.com/orightworld/>)。主要對象為我們的利害關係人，所有內容皆以綠色、永續的訊息為主，希望藉由訊息的分享，種下更多綠色種子。



● 圖 5-7 It's O'right 季刊 QR Code



● 圖 5-8 It's O'right FB 粉絲專頁 QR Code

It's O'right

綠生活焦點 | 永續新趨勢 | 綠沙龍風情 | 綠色情報站

首頁 > 永續新趨勢

綠色生活家

/ 最新文章 /

溫柔善待海...

延緩地球透...

綠色能量閃...

擁抱純淨 綠...

零碳綠動永...

全球最綠「...

通往更美更...

留給孩子們...

改變從一顆...

守護我們生...

/ 熱門文章 /

從童話王國...

立體商標「...

為你的住宿...

藝術家巧手...

O'right 歐萊...

零碳綠動永...

O'right 歐萊...

歐萊德 x Hai...

全球最綠「...

生態綠咖啡 ...

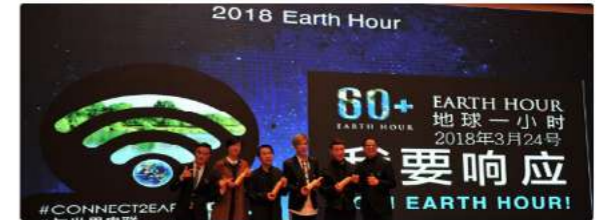


用綠色化不可能為可能 擁有世界最綠稱號的瑞士國度 擁抱全球最綠洗髮精

2018-Apr

曾被美國哥倫比亞大學與耶魯大學評為世界環保冠軍的瑞士，不只是整個國家、甚至是每個國民對於環保、永 [...]

more



做美業的綠色先鋒，環保不只有關燈1小時

2018-Apr

2018年已經是歐萊德來到中國大陸第十個年頭，不僅帶來了專業的綠色產品，更是把天然、永續、環保的理念像種子一樣 [...]

more

● 圖 5-9 It's O'right 綠色生活家官網



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

5.4 讓綠色消費變王道

5.4.1 產品服務

為提供客戶更創新的產品綠色服務，我們為每一個產品建立身分證 產銷履歷，為品質把關。每個產品有 3 個條碼，分別為：

1. **產銷履歷 Barcode**：提供產品身分證以辨別產品來源與真偽，確保客戶及消費者安全與品質保證，並可用於市場通路管理。以綠茶洗髮精 400mL 為例，11101001AAAA723100001，共 21 碼，11101001AAAA 共 12 碼，為產品料號 7231 共 4 碼，為產品批號；00001 共 5 碼，為生產流水號。

2. **QR Code**：提供產品更詳細使用資訊，以智慧型手機掃入，可看到的內容包括品名、產品資訊、妝廣字號以及公司簡介。

3. **國際條碼**：國際出貨管理，POS 系統，可做為未來零售之銷售進銷存貨管理。

除了以上三個條碼之外，歐萊德更自主性的在產品增加健康及環保方面標示。在健康標示方面，歐萊德店販產品類皆標示天然成份比例及有機認證成份等資訊。在環保標示方面，全產品皆有潔淨能源製造標示，紙盒則有 FSC 認證標示以及植物油墨印刷標示。清楚且詳細的訊息除了讓消費者對產品品質有更進一步了解，也使歐萊德產品於市場上形成差異化，增加競爭力。



① 產銷履歷 Barcode ② 國際條碼 ③ QR Code (產品資訊)

● 圖 5-10 完整產品產銷履歷



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

- 5.1 環保公益活動
- 5.2 綠建築總部參訪
- 5.3 綠色出版
- 5.4 讓綠色消費變王道

附錄

5.4.2 綠色行銷

歐萊德秉持「自然、純淨、環保」理念，從源頭開始做起落實綠色永續，從各個面向做到「綠色產品、綠色服務、社會利益、生態利益」，提供永續的全綠生活方案，讓我們與地球綻放由內而外的美麗！

我們透過不斷對消費者傳遞落實永續行動、減塑、資源再生重覆使用的重要性，提倡綠色消費，並以生活化的不用一次性餐具、重複使用環保提袋、做好塑膠分類…等，引導消費者認同並接受綠色理念，在其心中埋下綠色種子，將認同轉化為綠色行動，全面落實在消費者日常生活中，成就真正綠色生活永續的價值。

要培養消費者的綠色消費意識，我們將四大區塊以產品面、使用面、活動面這三大面向進行實現，產生實際綠色影響力，歐萊德的多元做法如下：

- (一) **產品面**：採用環保設計，如瓶中樹、100% 可溯源再生塑膠瓶與再生押頭、孟宗竹蓋、FSC 認證包裝紙盒等；開發環保內料，嚴格制定綠色新標準，拒絕添加風險物質，如「8 free」原則，並善用萬物「以農產品替代化學品」，如咖啡渣萃取咖啡油、咖啡殼再利用、枸杞根萃取等。用綠色創新的產品，引發消費者綠色意識。
- (二) **使用面**：歐萊德產品經實際量測驗證實易沖洗、易吹乾，消費者在洗髮護髮時不僅能感受產品的優良功效，同時也能夠省水節電，對消費而言更符合效益也更環保。2018 年歐萊德將整個企業的總排碳量徹底盤查、減量，成功取得「企業組織型碳中和確證」及九項產品碳中和確證，達到產品從生產到使用，經減碳抵銷後總釋放碳量為零的成績，更承諾 2025 年全面使用 100% 再生能源，積極實踐『零碳』永續。
- (三) **活動面**：歐萊德每年均主辦或合辦大型環保活動如：(1) Earth Hour 地球一小時，邀請企業、名人與民眾一同響應關燈減碳行動；(2) 淨灘：邀請沙龍通路業者、供應鏈夥伴、員工及家屬，以實際行動見證守護地球，幫助海洋回復潔淨；(3) 種樹：與臺大實驗林合作認養造林計畫，為台灣增加更多綠意及吸碳成效。



● 圖 5-11 從四大區塊、三大面向培養消費者的綠色意識



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

附錄一 GRI 指標內容對照表

● GRI 指標內容對照表

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
101		基礎 2016 (不包括任何揭露)			
102		一般揭露 2016			
組織概況					
102-1		組織名稱	1.1		
102-2		活動、品牌、產品與服務	1.1		洗沐商品全面改採購大豐環保的再生瓶
102-3		總部位置	關於歐萊德CSR報告書		
102-4		營運據點	1.3		
102-5		所有權與法律形式	1.3.1		
102-6		提供服務的市場	1.3		
102-7		組織規模	1.3.1 / 1.3.3 / 2.1 / 2.2		
102-8		員工與其他工作者的資訊	1.3.1		
102-9		供應鏈	4.2		
102-10		組織與其供應鏈的重大改變	4.2		
102-11		預警原則或方針	1.3.2		
102-12		外部倡議	1.2		
102-13		公協會的會員資格	1.1.2		
策略					
102-14		決策者聲明	董事長的話		
102-15		關鍵衝擊、風險及機會	1.3.2		



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
倫理與誠信					
102-16		價值、原則、標準及行為規範	1.3 / 4.4		
治理					
102-18		治理結構	1.3.1		
利害關係人溝通					
102-40		利害關係人團體	1.1.3		
102-41		團體協約			公司無工會組織，亦無團體協約，故不適用此項目
102-42		鑑別與選擇利害關係人	1.1.3		
102-43		與利害關係人溝通的方針	1.1.3		
102-44		提出之關鍵主題與關注事項	1.1.3		
報導實務					
102-45		合併財務報表中所包含的實體	1.3.3		
102-46		界定報告書內容與主題邊界	關於歐萊德CSR報告書		
102-47		重大主題表列	1.3.3		
102-48		資訊重編			無資訊重編
102-49		報導改變	1.1.3		
102-50		報導期間	關於歐萊德CSR報告書		
102-51		上一次報告書的日期	關於歐萊德CSR報告書		
102-52		報導週期	關於歐萊德CSR報告書		
102-53		可回答報告書相關問題的聯絡人	關於歐萊德CSR報告書		



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
報導實務					
102-54		依循 GRI 準則報導的宣告	關於歐萊德CSR報告書		
102-55		GRI 內容索引	附錄一		
102-56		外部保證 / 確信	附錄二		
管理方針					
103-1		解釋重大主題及其邊界	1.1.3		
103-2		管理方針及其要素	1.1.3		
103-3		管理方針的評估	1.1.3		
重大主題					
201 經濟績效					
	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.3.3		
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	1.3.2		
	201-4	取自政府之財務補助	1.3.3		
204 採購實務					
	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	4.1		
301 物料					
	301-1	所用物料的重量或體積	2.2		因包裝樣式眾多，僅能計算總採購金額，無法分別進行重量統計。
	301-2	使用回收再利用的物料	4.1		



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
302	能源				
	302-1	組織內部的能源消耗量	2.3		
	302-4	減少能源消耗	2.3		
303	水				
	303-1	依來源劃分的取水量	2.1		
	303-3	回收及再利用的水	2.1		
304	生物多樣性				
	304-2	活動、產品及服務，對生物多樣性方面的顯著衝擊	2.2.1		
305	排放				
	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	2.3		
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	2.3		
	305-5	溫室氣體排放減量	2.3		
306	廢汙水和廢棄物				
	306-1	依水質及排放目的地所劃分的排放水量	2.1.2		
	306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	2.1		
307	有關環境保護的法規遵循				
	307-1	違反環保法規	1.3		報告期間無違反環境法規
308	供應商環境評估				
	308-1	採用環境標準篩選新供應商	4.2		



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
401		勞雇關係	3.1		
	401-1	新進員工和離職員工	1.3.2		
	401-2	提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	3.1		
	401-3	育嬰假	1.3.2		
402		勞 / 資關係			
	402-1	關於營運變化的最短預告期			本公司重大作業變更通知期皆依相關法規規定辦理
404		訓練與教育			
	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	1.3.2		
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	3.1.3		
416		顧客健康與安全	5.3		
	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊			
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件			報告期間無違反相關法規
417		行銷與標示			
	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	5.4.1		
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件			報告期間無違反相關法規
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件			報告期間無違反相關法規
418		客戶隱私			
	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5.4		報告期間無客戶投訴隱私受侵犯或資料遺失
419		社會經濟法規遵循			
	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	1.3		



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、**第三方保證聲明**

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE HAIR O'RIGHT INT'L. CORP.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2018

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by Hair O'right Int'l. Corp. (hereinafter referred to as O'right) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2018 (hereinafter referred to as CSR Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the O'right's CSR Report of 2018 and its presentation are the responsibility of the management of O'right. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in O'right's CSR Report of 2018.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all O'right's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- evaluation of content veracity of the sustainability performance information based on the materiality determination at a moderate level of scrutiny for O'right and moderate level of scrutiny for subsidiaries, joint ventures, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008); and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from O'right, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within O'right's CSR Report of 2018 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of O'right sustainability activities in 01/01/2018 to 12/31/2018.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI Standards in accordance with Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 2, Moderate level assurance.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

O'right has demonstrated a commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns.

Materiality

O'right has established processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, O'right's CSR Report of 2018, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, the decision-making processes underlying the report are to be documented in a manner that allows for the examination of key decisions, such as processes for identifying material topics and their boundaries. Also, it is proposed to explain the mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach specifically. More descriptions about the results of the evaluation of the management approach and specific actions aimed at improving performance are also encouraged.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

David Huang
Senior Director
Taipei, Taiwan
5 September, 2019
WWW.SGS.COM





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

附錄三 綠色管理政策

管理政策內容
(一)ISO 9001 品質管理系統： 自然、純淨、環保。
(二)ISO22716/GMP 自願性化粧品優良製造規範指引： 加強人員權責與教育訓練；注意廠房硬體設施的汙染及預防；生產、品保及倉儲是管制重點；提升產品的製造品質水準。
(三)ISO50001 能源管理系統政策： 持續降低整體能源使用量；確保我們的能源效益不斷提高；持續投入資源，以達成我們的目標和指標；遵守法律與其他有關能源的要求；在設施、設備設計和修繕，皆要考慮能源性能的改善；有效的採購和使用高效率節能的產品和服務。
(四)TIPS 智慧財產管理系統政策： 創新研發、建立迴避設計機制，產品以不侵害原則不斷持續改善；持續強化組織智權觀念與能力，全員共同參與。
(五)ISO14001 環境管理系統政策： 環境保護、全員全時、節能減碳、綠色創新、綠色永續。
(六)ISO45001 職業安全衛生管理系統： 安全衛生風險、遵守法規、預防傷害與不健康、持續改善、宣導溝通。
(七)ISO17025 實驗室品質管理系統： 全員參與、提升品質、持續改善、客戶滿意。





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

附錄四 綠色足跡

2008-2009

- 榮獲國家【優良品牌獎】
- 創刊發行【Eco Paper】雙月刊
- 推動【綠地球】計劃年度
- 營業創歷史新高
- 成立國際貿易部，主要擴展歐洲市場

2010

- 榮獲「產品碳足跡標籤」中小企業
- 榮獲國家「碳足跡標籤」認證
- 積極拓展綠色髮妝，成功打入歐洲市場
- 環保光降解材質「芬恩提袋」研發成功
- 亞洲第一座綠色化妝品GMP 廠動土興建
- 通過英國PAS 2050 產品碳足跡認證
- 通過ISO 9001 國際品質管理認證
- 葛望平董事長榮獲百大經理人MVP
- 榮獲《數位時代》「2014 綠色品牌大調查」日常生活類優選
- 榮獲英國網站美容大賞「特別創新獎」
- 榮獲PAS99 系統整合標竿獎

2011

- 全球最綠洗髮精「瓶中樹」研發成功，獲3國專利認證
- 全球最綠「花草盒」內嵌植物種子紙研發成功
- 獲BSI PAS 2060 確證達成產品「碳中和」
- 榮獲國家「企業社會責任獎CSR」代表台灣中小企業出席美國APEC 會議
- 榮獲第一屆「台灣綠色典範獎」
- 榮獲《數位時代》「綠色品牌大調查」
- 日常生活用品類優選
- 榮獲學學文創志業第三屆「學學獎」
- 綠色環保產業組特別獎
- 榮獲國際級「金點設計標章」
- 榮獲經濟部2011 台灣創新企業100 強

2012

- 歐萊德綠建築總部榮獲「台灣EEWH 綠建築」黃金級認證
- 連續兩年榮獲國家「企業社會責任獎CSR」
- 榮獲台灣SGS 第一屆「環境友善永續獎」
- 榮獲中小企業最高榮耀「國家磐石獎」
- 榮獲「國家永續獎」
- 榮獲環境保護最高榮耀「企業環保獎」
- 榮獲國家「工業精銳獎」
- 榮獲桃園縣「環保綠能卓越獎」績優企業
- 榮獲學學文創志業第四屆「學學獎」綠色產業設計組創意獎
- 榮獲企業經營者最高模範「創業楷模獎」
- 研發「孟宗竹」永續設計友善對待環境，獲台灣專利認證
- 導入QR Code消費者可透過手機取得產品資訊

2013

- 榮獲德國「紅點Red Dot 設計大獎-Best of the Best2013」最高榮譽
- 連續兩年榮獲台灣SGS「環境友善永續獎」
- 唯一中小企業連續三年榮獲國家「企業社會責任獎CSR」
- 連續兩年榮獲桃園縣「環保綠能卓越獎」績優企業
- 榮獲「搖籃到搖籃C2C」認證
- 通過ISO 22716 國際化妝品優良製造規範指引認證
- 通過ISO 14001 環境管理系統認證
- 通過TIPS 台灣智慧財產管理制度驗證
- 通過ISO 50001 能源管理系統認證
- 榮獲行政院「節能減碳行動標章- 企業乙組特優獎」
- 榮獲第三屆「台灣綠色典範獎」
- 通過國家經濟部化妝品GMP 認證
- 榮獲「優良綠建築榮譽獎」
- 葛望平總經理受邀至紐約永續高峰會演講

營收





目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

- 一、GRI 指標內容對照表
- 二、第三方保證聲明
- 三、綠色認證
- 四、綠色足跡
- 五、活動集錦
- 六、利害關係人調查

553,624

2014

- 榮獲World Genius Convention 金牌獎
- 榮獲德國紐倫堡國際發明展金牌獎、綠色發明獎
- 榮獲美國匹茲堡國際發明展金牌獎、特別獎兩大殊榮
- 榮獲德國iF 設計大獎
- 榮獲德國紅點Red Dot 設計大獎包裝設計及CSR 大獎
- 榮獲第八屆桃園縣績優企業卓越獎「創新企業」、「金質獎」
- 榮獲英國《金融時報》-渣打銀行「台灣企業獎」
- 榮獲「台灣精品獎」
- 榮獲「國際綠色典範獎」
- 榮獲韓國首爾國際發明展銀牌獎
- 榮獲第十屆《遠見雜誌》CSR 企業社會責任獎
- 榮獲《數位時代》「2014 綠色品牌大調查」日常生活類優選
- 榮獲英國網站美容大賞「特別創新獎」
- 榮獲PAS99 系統整合標竿獎

2015

- 榮獲104年度水土保持設施維護良好績優單位
- 榮獲Geneva Inventions金牌獎及特別獎
- 榮獲2015天下企業公民獎-小巨人組首獎
- 榮獲第二屆國家智榮獎-卓越獎
- 榮獲台灣金點設計獎標章
- 榮獲臺灣OTOP產品設計獎
- 榮獲日本G-Mark設計獎
- 榮獲安永企業家獎-綠色創新企業家獎
- 天下企業公民獎
- 第二屆國家智榮獎-卓越獎
- 安永企業家獎-綠色創新企業家獎

2016

- 榮獲Shopping Design雜誌-2016 Best 100 Award
- 榮獲 AREA 亞洲企業社會責任獎綠色領導獎
- 榮獲桃園市第十屆績優企業卓越獎-環保循環卓越獎【金耀獎】
- 榮獲桃園市第五屆環境教育獎-民營企業組特優
- 二度榮獲天下企業公民獎-小巨人組
- 榮獲ISO Plus Award變革創新品質典範獎

2017

- 第25屆台灣精品獎-100%再生塑膠瓶洗髮精
- 第25屆台灣精品獎-咖啡因養髮液
- 第25屆台灣精品獎-阿爾卑斯山柳蘭女用養髮液
- KATERVA創新獎環境組全球10大傑出組織企業
- 行政院環保署第五屆國家環境教育獎
- 三度榮獲天下企業公民獎-小巨人組
- 上海可持續行動典範獎
- 上海可持續行動傳播影響力獎
- 英國全球綠色環保獎
- 巴黎永續美妝獎-領導
- 巴黎永續美妝獎-包裝
- ISO Plus Award永續社會責任績效典範獎
- 日本G-Mark優良產品設計獎 - 企業社會責任報告書
- 第11屆桃園市績優企業卓越獎 - 創新智慧卓越獎
- 德國紅點設計獎 - 企業社會責任報告書
- 亞洲最佳SME永續報告 - 首獎

2018

- 全面洗沐護膚用品改用再生瓶
- 全球第一支再生押頭研發成功
- 加入RE 100倡議行動，承諾2025年100%使用再生能源
- 完成五大類9項產品與組織型碳中和
- 第26屆台灣精品獎-檜木頭皮去角質凝露
- 第26屆台灣精品獎-O'right經典氣墊梳
- 遠見雜誌第14屆企業社會責任獎-傳統產業楷模獎
- 瑞士日內瓦發明展金牌獎、銀牌獎及特別獎
- 英國全球最佳天然美妝品首獎
- 四度榮獲天下企業公民獎-小巨人組
- 巴黎永續美妝獎-包裝獎
- 英國全球綠色環保獎
- 資誠CSR影響力獎
- 紐倫堡發明獎-金牌
- 國家品質獎-卓越經營獎
- 中華民國企業環保獎-金級獎
- 桃園市第12屆績優企業卓越獎-環保循環卓越獎

300,000

337,720

438,198



附錄五 活動集錦



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查



- 葛望平董事長榮獲國家品質獎最高榮耀—卓越經營獎
- 歐萊德咖啡因養髮液榮獲日內瓦發明獎金牌獎
- 贈送桃園鄭文燦市長再生押頭紀念框
- 企業環保獎榮獲金級獎總統府晉見
- 榮獲ASRA亞洲最佳永續報告獎
- 陳文茜專訪董事長 (文茜異想世界節目)
- 贈送外貿協會董事長再生押頭紀念框
- 外貿協會董事長及貴賓蒞臨



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查



- 協辦第五屆資誠校園種子研習營
- 前經濟部長施顏祥來訪歐萊德綠建築總部

- 桃園市副市長暨市府團隊來訪歐萊德綠建築總部
- 印度媒體團來訪綠建築總部

- 2018年員工家庭日活動
- 世界地球日記者會

- 歐萊德同仁花蓮地震響應一日捐感恩回饋
- 聖誕節活動合照



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

董事長的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色認證

四、綠色足跡

五、活動集錦

六、利害關係人調查

附錄六 利害關係人調查考量表

● 利害關係人調查考量表

類別	序號	考量面名稱	
經濟	1.	企業經濟績效	
	2.	市場形象	
	3.	間接經濟衝擊	
	4.	採購支出	
環境	5.	原物料	
	6.	能源	
	7.	水	
	8.	生物多樣化 (維持生物種類的多樣性)	
	9.	空氣污染物排放	
	10.	污水和廢棄物	
	11.	產品及服務	
	12.	法規遵循	
	13.	交通運輸	
	14.	整體情況	
	15.	供應商環境評估	
	16.	環境問題申訴機制	
社會	勞工相關規定 與合理勞動	17.	勞僱關係
		18.	勞資關係
		19.	職業健康與安全
		20.	訓練與教育
		21.	員工組成
		22.	女男同酬
		23.	供應商勞工評估

類別	序號	考量面名稱	
社會	人權	24.	勞工申訴機制
		25.	投資案
		26.	不歧視
		27.	結社自由與集體協商
		28.	童工
		29.	強迫與強制勞動
		30.	保全實務
		31.	原住民權益
		32.	評估
		33.	供應商人權評估
		34.	人權問題申訴機制
		35.	當地社區
		36.	反貪腐
		37.	公共政策
		38.	反競爭行為
		39.	法規遵循
		40.	供應商的社會影響評估
		41.	社會影響問題的申訴管道
		產品責任	42.
	43.		產品及服務標示
	44.		行銷溝通
	45.		顧客隱私
	46.		法規遵循