

o'right

Sustainable Beauty

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

1.1 創辦人的話
1.2 年度亮點
1.3 得獎榮耀
1.4 企業概況
1.5 關於報告書

第二章 永續經營

2.1 理念與政策
2.2 歐萊德與 SDGs
2.3 重大性議題分析
2.4 利害關係人議合
2.5 永續倡議
2.6 歐萊德與 SDGs

第七章 公司治理

7.1 永續治理
7.2 董事會結構與運作
7.3 倫理與誠信
7.4 客戶與產品服務

附錄

一、GRI 指標內容對照表
二、SASB 對照表
三、第三方查證聲明
四、綠色足跡

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

O'right

Sustainable Beauty

第三章 綠色產品與責任製造

3.1 綠色產品
3.2 去石化是恢復生物多樣性第一步
3.3 回收再製是循環經濟的最後一哩路
3.4 綠建築 GMP 化妝品廠
3.5 綠色供應鏈

第四章 環境永續

4.1 氣候風險與治理
4.2 能源管理
4.3 水資源管理
4.4 廢棄物管理
4.5 溫室氣體排放

第五章 員工關係

5.1 綠色團隊
5.2 人才培育與發展
5.3 友善工作環境與照顧
5.4 職業安全與衛生

第六章 社會永續教育的學堂

6.1 環境教育
6.2 綠色建築總部環境教育示範場域
6.3 《解凍格陵蘭》環境教育計畫
6.4 Earth Hour 地球一小時
6.5 串連利害關係人，擴大社會影響力
6.6 品牌聯名
6.7 綠色出版

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

01

第一章
關於歐萊德

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

創辦人的話

GRI 2-12、2-22

我們為這世界的美好而存在，但美好正在消失

2024 年，極端氣候不再是新聞標題，而是您我共同經歷的現實。當「永續」成為顯學，我們也走進了一個矛盾的時代 - 談論永續的聲量越來越大，願意接受檢驗的行動，卻沒有同步增長。在這樣的時刻，企業真正面對的問題早已不是「要不要永續」，而是：當我們說出承諾，是否願意為自己的選擇承擔被檢驗的結果？對我而言，這正是「信任」存在的意義。它不來自宣稱，而來自一次又一次經得起驗證的實踐。這也是為什麼二十多年前創立歐萊德時，我們便選擇了 O'right for All Rights - 為所有生命的權利而存在，並堅持用實證而非宣稱來實現這份承諾。

實證與透明，是不可退讓的底線

在資訊快速流動的年代，「綠色」很容易被包裝成語言，卻也因此成為最容易被濫用的詞彙。面對日益嚴峻的氣候挑戰與漂綠風險，我更加確信：透明與可驗證，是企業治理不可退讓的底線。歐萊德始終選擇一條比較困難的路 - 不以宣稱建立形象，而是以實證累積信任。當多數企業仍將綠色視為加分項目時，我們選擇把它視為基本條件。因為我深信：做好一家企業，比把企業做大更重要。我們選擇提前站上更高的標準 - 2024 年之初即名列世界經濟論壇（WEF）公告的 TNFD 自然相關財務揭露先行者企業，更提前 7 年達成 SBTi 科學基礎減量目標。不是因為容易，而是因為必要。未來 3 至 5 年，我們將讓每一項數據、每一項產品履歷，都經得起科學與時間的檢驗。唯有公開透明的檢驗，才能讓誠信成為品牌最堅實的護城河。

100 萬度綠電背後，是每一天的堅持

2024 年，是歐萊德連續第二年完成 RE100 承諾的一年。對我們而言，100% 再生能源不是年報上的數字，而是每一天營運中的現實。從綠建築總部節能 40% 的先天設計，到工廠與辦公場域的系統性管理，我們已累計使用超過 100 萬度的 100% 再生能源電力。這些看似沉默的數字，是我們對環境、對每一位選擇我們的消費者，最清楚也最負責的回答。

長期的選擇，終於被世界看見

二十多年來，歐萊德始終沿著一條需要長期投入、耐心與紀律的方向前行。2024 年，這份堅持獲得了來自世界的回應 - 英國路透社全球永續獎 (Reuters Global Sustainability Awards)「淨零轉型最佳企業案例」、法國巴黎永續美妝 (Sustainable Beauty Awards)「永續包裝金獎」。

從 2011 年推出全球第一瓶碳中和洗髮精那一刻起，我們便堅持純素、無麩質與 USDA Biobased 天然永續來源成分驗證。更早在 2017 年，率先將全系列洗沐產品包裝改換為 100%PCR 再生瓶，2018 年開發出全球第一支的再生壓頭。時至今日，才有越來越多的企業開始理解 100%PCR 再生材料，對於碳排放減量所具有的重大意義。不僅於此，2024 年歐萊德成功開發出以環保電爐製造的再生玻璃瓶器系列 - O'right ｜ P R O，持續挑戰包裝減碳的極限。自 2020 年起，歐萊德已連續四年通過 SGS 碳中和查證，涵蓋範疇一、二、三的溫室氣體排放，從原料取得、製造生產、運輸銷售到消費者使用與廢棄回收的完整生命週期。真正的永續，從來不是一次性的創舉，而是日復一日的實踐。

下一個十年，與您共創

歐萊德深信，真正的永續不是少數企業的表現，而是整個社會共同提高的標準。2024 年，我們的永續案例入選全台第一本《永續教科書》，《解凍格陵蘭》環境教育計畫獲得數千家企業與校園響應。歐萊德與供應鏈、客戶與消費者的合作體驗，就如同一堂永續學程；企業的永續、創新本質正是我們對社會最大的貢獻。企業可以完成綠色創新的突破，可以通過國際認證與第三方的查核檢驗，但如果沒有消費者的參與，永續的拼圖永遠缺少最關鍵的那一片。這也是為什麼我們與全家便利商店攜手推出「Bio 永續美妝」，將咖啡渣與牛奶瓶回收再製，讓循環經濟走進你我的日常生活；我們也透過 O'right ｜ P R O 的數位轉型，邀請更多沙龍夥伴與消費者，一同參與氣候行動。

面對全球極端氣候的挑戰，每一個選擇都正在定義著彼此共同的未來。
而您，正是那塊最關鍵的拼圖。

董事長暨執行長



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

年度亮點

獲世界經濟論壇公告
名列 TNFD 先行者

全家 Bio 永續美妝
聯名合作獲
法國巴黎永續美妝金獎

環境教育設施場所
超過 90 個國家、
4 萬 2 千人參訪學習

連續四年
經 SGS 查證達成
全組織範疇
一、二、三碳中和

達成 SBTi 科學基礎減量
目標企業短期目標

獲頒
英國路透社全球永續獎
Net Zero 淨零轉型
最佳企業案例

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

年度亮點

入選《永續教科書》
企業永續首入
學生教材案例
為下個世代播下永續種子

拓展永續美妝國際版圖
進軍 墨西哥、澳洲、
挪威、波蘭、哈薩克等
多國市場

連續兩年達成
RE100 再生能源倡議承諾
100% 綠電使用

綠沙龍運動
獲得
日本優良設計獎肯定

《解凍格陵蘭》
環境教育行動
啟動公益循環贈書計畫

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄









2024 年獲獎榮耀

- 歐萊德歷年綠色榮耀 ：https://www.oright.inc/tw/about/6
- 歐 萊 德 建 築 總 部 ：https://www.oright.inc/tw/about/9

Sustainable Product

Sustainable Beauty Awards
- Sustainable Packaging Gold Winner

Taiwan Excellence Award
- Silver Award -O'right | P R O Scalp & Hair Reinforcing Shampo

2024 COSMO CLEAN BEAUTY AWARDS
- The Best Haircare - Caffeine Melanin Botanical Scalp Revitalizer、O'right | P R O Scalp & Hair Reinforcing Shampoo

Environmental Education

Good Design Award
- O'right | P R O：Green Salon Movement

National Environmental Education Award
- Individual Category Excellence Award

Sustainable Business

REUTERS Global Sustainability Awards
- Net Zero Transformation Award Winner
- Net Zero Supply Chain Decarbonisation Award Highly Commended

Yichi The Corporate Social Responsibility Ranking in China
- Environmental and Ecological Contribution Award

International Green Zero-Carbon Festival 2024
- Dual Carbon Model Enterprise Award
- Dual Carbon Pioneer Award

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

企業概況

GRI 2-1、2-6

公司簡介

歐萊德國際股份有限公司（O'right Inc.）為台灣永續美妝的領導品牌，擁有全亞洲第一座綠建築化妝品 GMP 廠，通過 ISO 9001、ISO 22716、ISO 50001、ISO 14001、ISO45001 等認證，以太陽能與風力發電製造產品，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。

Established Date	March 8, 2002
Headquarters Address	No. 18, Gaoping Section, Zhongfeng Road, Longtan District, Taoyuan City, Taiwan
Capital	203,524,000 (NTD)
2024 Consolidated Revenue	619,708,000 (NTD)
Number of Employees	262
Subsidiary	O'right Cosmetics (Shanghai) Co., Ltd.
Industry	Hair Care and Skincare Brand
Ownership and Legal Form	Legal form is a "Limited Company"; Ownership belongs to all shareholders
SASB Industry	Sector: Consumer Goods Industry Standards: Household & Personal Products

O'right

Hair	Skin Care
Shampoo, conditioner, scalp care, home care, dry shampoo, styling products, cushion brush, and refill packs	Skin cleanser、Skin Care
Body	**Home**
Body wash, body lotion, massage oil, mosquito repellent, hand cleansing and care, oral care, and personal fragrance	±R Series (refill packs), dry shampoo, body lotion, massage oil, mosquito repellent, hand cleansing and care, oral care, personal fragrance, eco-friendly cups, and travel sets

O'right | P R O

O'right | P R O	O'right | P R O SALON USE
Hair tonic, shampoo, hair treatment, scalp spray, cushion brush, body wash, perfume, and bowl brush set	Shampoo, conditioner, hair treatment pack, 4D smart structural treatment, scalp care, hair care, massage oil, perfume, and hair oil

Sales Channels

International Agents	Taiwan Channels
Operating through 20 distribution markets, O'right products are now sold in 43 countries and regions, spanning major cities across Europe, Asia, Oceania, Southeast Asia, Central Asia, North America, South America, and Africa.	Over 7,000 professional salons, 27 department store experience counters, 6 partner e-commerce platforms, the official O'right website, PX Mart's 1,234 stores, and 4,348 FamilyMart convenience stores across Taiwan.

商業夥伴關係

Operational Support

Government/Regulatory Agencies, Suppliers, Strategic Partnerships, Association Organizations, Accounting Firms, Consulting Companies, Media.

▶

O'right Inc.

▶

Sales Customer Segments

General Consumers, Corporate Clients, Salon Owners, Distributors, Strategic Partnerships.

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



關於報告書

GRI 2-2、2-3、2-5

歐萊德於 2025 年發行第十二本企業永續報告書 (Corporate Sustainability Report)，從企業永續經營角度與所有利害關係人溝通歐萊德於 2024 年度的永續作為。

報告書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因應作為，並說明目前公司發展的成果以及未來策略規劃，企圖以更全面的角度，思考如何以既有基礎，進一步自我檢視、評量及制定企業策略。

報告書中所揭露的統計數據均來自各單位統計之結果，以一般慣用的數值與單位呈現。本報告書所含之財務公開資訊及溫室氣體排放資料，均經第三方公正單位查證。

資訊重編

本報告書溫室氣體盤查基準年訂為 2020 年，與科學基礎減碳目標 (SBTi) 基準年一致，以確保減碳目標與績效追蹤的可比性與一致性。未來如有數據或計算方法更新而需重編，將統一揭露並說明調整原因。

如對報告書內容有任何建議或疑問，歡迎透過下方資訊與我們聯繫。

歐萊德國際股份有限公司 永續發展中心
電話：+886-3-411-6789
傳真：+886-3-411-6779
Email：esg@oright.inc

報告書撰寫原則

參照全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative™，GRI）最新的 Standard 準則指引進行編制。

涵蓋期間

2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，與財報報導期間相同。

涵蓋範疇

本報告書所揭露有關治理面、環境面、社會面的資訊皆以歐萊德台灣綠建築總部之營運狀況為主體，與公司非合併財務年報的範疇一致。與合併財報相比，本報告書不包含海外子公司之營運與績效資料。

第三方保證

本報告書委託台灣檢驗科技股份有限公司 (SGS Taiwan) 依 GRI Standard 2021 參照標準與 AA 1000 AS v3 Type II 的中度保證等級執行外部保證，第三方保證聲明書附於本報告書附錄。

發行

歐萊德企業永續報告書每年發行，且考量環境友善因素，報告書僅提供 PDF 電子版於本公司網站中揭露，請至公司網站「企業永續」專區下載。

現行發行版本：2025 年 12 月發行

上一發行版本：2024 年 12 月發行

統籌彙編

張芳瑜 永續專員

王歆婷 永續專員

設計製作

張可萱 設計師

英文版翻譯

歐萊德重視數位工具的運用，本報告的英文版翻譯由 ChatGPT-5 進行，並經人工校對，以確保內容準確流暢。

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

02 第二章 永續經營

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.1 理念與政策

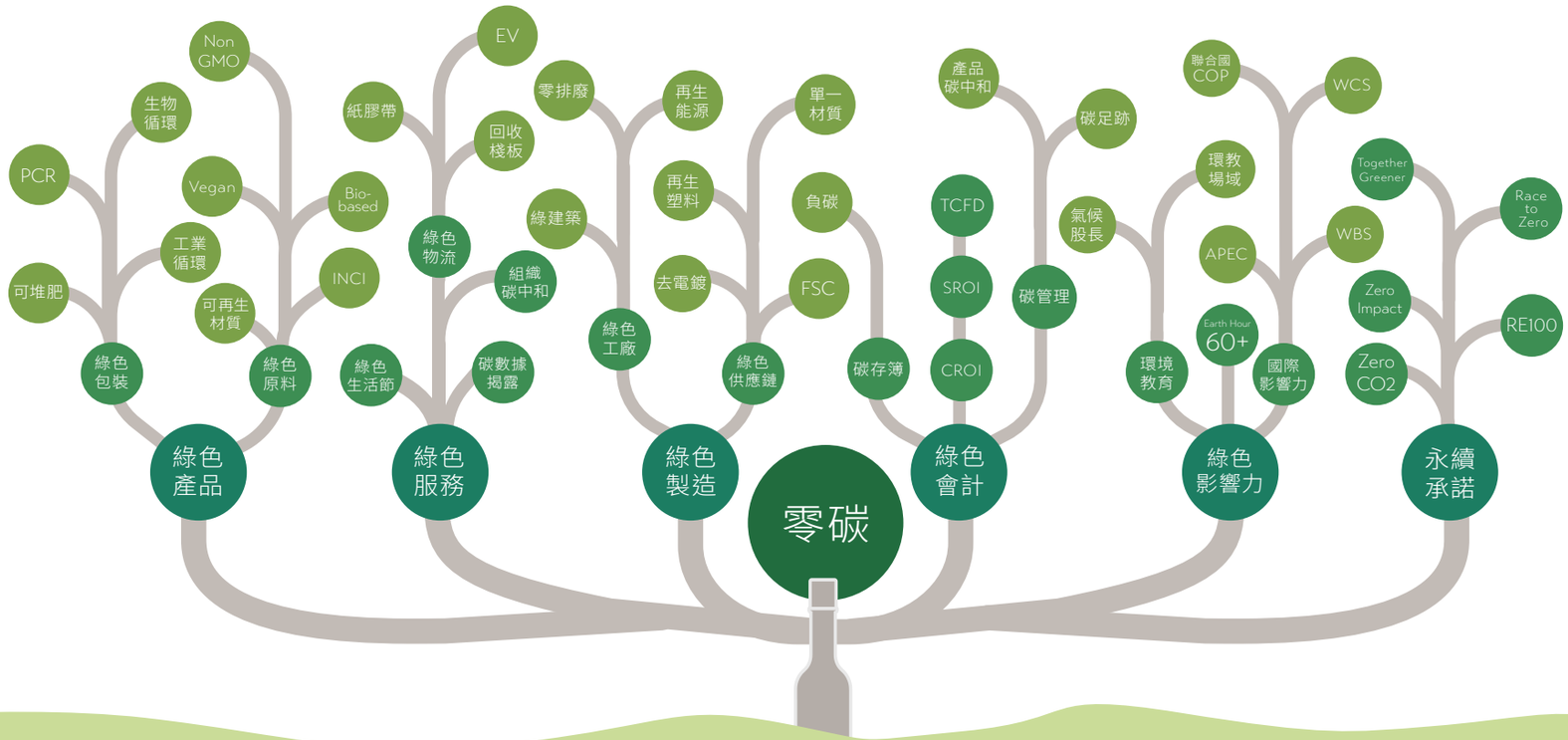
GRI 2-12、2-24

從生產第一瓶洗髮精開始，歐萊德始終以產品責任、社會責任、環境責任為理念，以「綠色、永續、創新」為核心價值。我們相信，堅持做一個好企業，比做一個大企業重要。我們致力於維護這片土地，降低對環境的衝擊，並為維護自然的美好盡最大的努力。為迎接下一個嶄新的 20 年，自 2022 起我們以清晰的全新字型定義品牌視覺 LOGO，展現簡約優雅的綠色時尚風格。「O'right」的 O 象徵著零碳永續、理想中美麗的地球，right 代表我們堅持做對的事。「All right 、ZERO'right」，我們承諾「為氣候而聲，為環境教育而行」，帶給消費者全新體驗感受，與你一起讓世界變好！

2.1.1 從綠色創新到零碳計畫

歐萊德 2006 年啟動「綠色永續創新計畫」，以系統性策略落實綠色理念，致力提升綠色永續價值。2018 年進一步升級為「零碳計劃」，將目標聚焦於產品生命週期的每一個細節，邁向零環境衝擊。
我們持續精進包裝設計與製程，2019 年洗沐產品全面改用再生壓頭，2020 年起與供應商協作開發單一材質再生瓶器，2021 年採用單一材質再生補充包，2022 年全面實現產品噴頭去電鍍化，2023 年起，歐萊德廠區辦公室、生產及製造皆使用 100% 再生能源電力，同時，400mL 洗沐產品升級 100% PCR 按壓蓋。2024 年，更開發 PIR 回收玻璃瓶器打造的環保玻璃瓶器，採電力熔製工藝，兼具循環材料與低碳技術。

產品方面亦從採購、原料、設計、生產、運送、使用到回收，層層檢視、逐步減碳。產品配方則選用頂級胺基酸系與葡萄糖苷系有機起泡成分，全系列不添加環境荷爾蒙、染色劑、塑化劑等高風險物質，讓配方既守護使用者健康，也善待地球。歐萊德的零碳實踐不止於商品開發，更回應自然的聲音。我們持續提出具前瞻性的永續設計與創新策略，致力於減少每一件產品在地球上留下的足跡。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.1.2 歐萊德工業循環系統

以工業循環系統而言，歐萊德對於減塑議題有著堅定的承諾。我們與供應鏈攜手合作，全面建立 100% PCR（Post-Consumer Recycled，即來自消費者回收的材料）綠色包裝體系。從瓶器、瓶蓋、壓頭、噴頭、補充包、面膜袋到擠壓軟管，我們選用 rPE、rPP、rPET 等再生材料，全面替代傳統一次性塑膠。我們同步淘汰複合材質設計，推動產品噴頭全面無電鍍化，確保所有包材可被有效回收利用。

歐萊德工業循環系統減少對石化來源成分的依賴，每年阻止超過百萬塑膠瓶與塑膠壓頭流入大海，有效降低焚燒與填埋所帶來的環境負擔，推動回收產業發展，實現真正可循環的產品包裝體系。



● 綠色資源循環系統

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

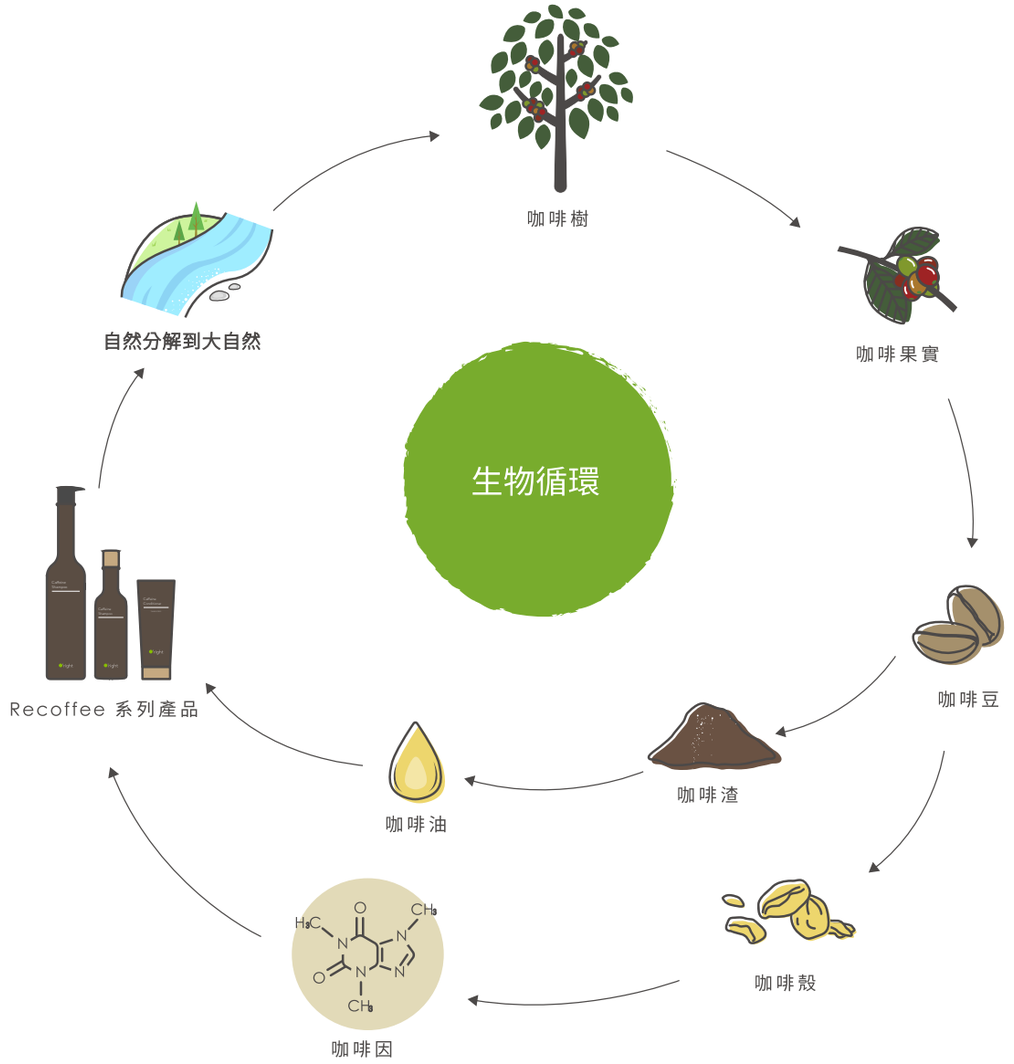
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.1.3 歐萊德生物循環系統

歐萊德更以生物循環系統為基礎，致力於打造一個綠色、永續的產品開發和製造環境。

我們設立了「有機植萃研發中心」，為自主萃取當地原料奠定了堅實基礎。為了進一步提升產品的永續性，歐萊德長久以來與在地農業合作，以農業副產物替代石化來源成分，致力於提升產品內料永續成分的比例，包含利用廢棄的咖啡渣萃出咖啡油、咖啡殼萃出咖啡因、高粱酒酒糟與枸杞根等製造髮膚美妝產品。我們持續創新，將企業提升至生態層次，透過「生物循環」解決工業革命所帶來的環境問題，同時增加農業的經濟發展性與農夫收益，實現與大自然的共存共榮。



綠色資源循環系統

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.1.4 歐萊德綠色工廠標章

歐萊德綠建築總部自 2012 年啟用以來，於 2016 年正式通過經濟部產業發展署所頒發的「綠色工廠標章」認可，並持續接受定期稽查，核定展延至 2028 年。此標章為國內對製造業在節能減碳、污染防治與綠色管理面向的整合評核制度，代表企業在生產端落實資源效率與環境責任的制度化成果。

歐萊德綠色工廠具備能源、水資源與廢棄物管理等多項關鍵系統，包括再生能源應用、雨水與製程水回收、潔淨冷卻系統與建築節能設計。2023 年已全面使用 100% 再生能源，提前達成 RE100 承諾，並持續透過 ISO 50001 能源管理系統控管與優化用能表現。這些系統提升了製程效率，亦降低營運風險與環境衝擊，形成穩定且負責任的生產結構。

綠色工廠是歐萊德推動永續治理的基礎場域，亦有助於在法規標準日益提升、市場趨勢轉向低碳產品時，提供產品背後的信賴依據。此外，綠色工廠將不再只是企業內部改善的成果展現，更是應對外部風險、強化供應鏈韌性的關鍵資產。歐萊德將持續以此為基礎，深化綠色製造的各項實務，並回應全球對低碳轉型的要求。



2.1.5 公司內部環保政策

歐萊德致力於打造綠色職場文化，推動以下具體環保措施：

1. 日常減廢行動｜鼓勵員工不使用拋棄式餐具，自備環保杯、筷與吸管等可重複使用物品。倡導交通共乘，降低個人碳排放。
2. 辦公作業節能減紙｜全面導入文件電子化流程，減少紙張耗用與文書資源浪費。
3. 永續採購原則｜優先採用具環保標章、能源效率標章、省電標章、FSC 永續森林管理認證等環保產品。積極推動廢棄物分類回收，落實資源再利用。
4. 日常節能倡議｜持續加強省水、省電等節能行為的內部宣導。鼓勵員工以走樓梯代替搭乘電梯，落實低碳生活。下班關閉辦公桌獨立電源開關。
5. 綠色生活公約推動｜發布以環境教育為核心的綠色生活公約。納入新進人員訓練課程，加深環境意識。透過多元溝通管道（如內部公告、活動、培訓）持續宣導，作為員工實踐永續生活的行動準則。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

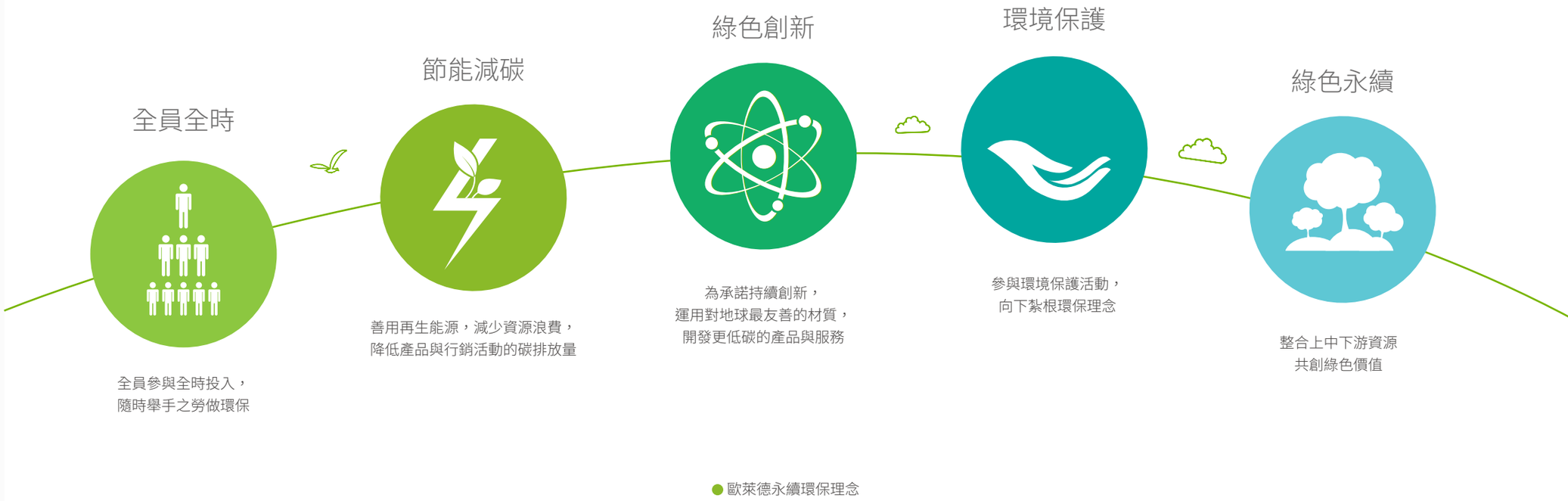
第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

2.1.6 綠色生活公約

秉持「自然、純淨、環保」的品牌理念，歐萊德始終堅守對環境的承諾。我們深信，取之自然，更應回饋自然。面對日益嚴峻的氣候挑戰，我們以「歐萊德與您一起讓世界變好」為行動信念，積極減緩地球暖化衝擊。為建構永續的工作與生活環境，歐萊德員工秉持互相尊重、互相合作及自主管理精神，共同制定「綠色生活公約」，從有機蔬食餐廳、低碳辦公空間、會議室與戶外公共區域，到每日辦公行為細節，皆納入具體減碳規範。這份公約不僅提升職場品質，也落實節能減碳的具體行動，讓永續從每一個當下出發，成為歐萊德日常文化的一部分。



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.2 綠色永續暨風險管理委員會

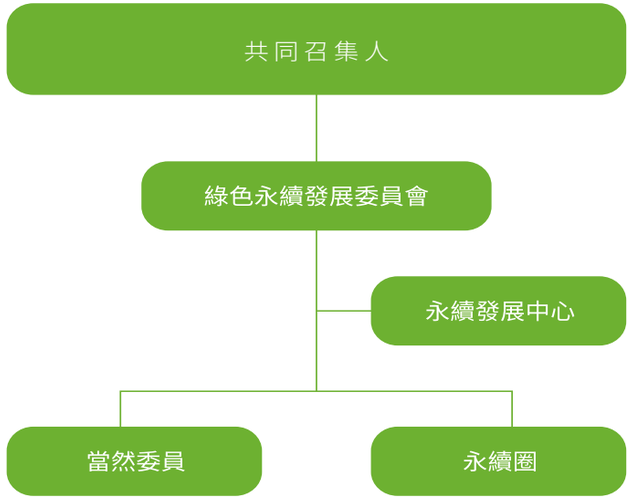
GRI 2-12

綠色永續發展委員會於 2013 年成立，由最高主管帶領高層主管籌組「綠色永續發展委員會」，每季召開綠色永續發展會議，旨在維持與強化企業的永續發展並建構跨部門溝通與資訊共享平台，透過委員會扁平化的組織架構，提供公司經營策略的建議方向，以利公司持續優化內部治理議題。此外，更透過永續圈的概念，提升企業在環境氣候議題的行動力與創新性，進而發揮企業的綠色永續價值，且該委員會決議事項更成為行政單位制定各項規章辦法之準則。

2.2.1 委員會組織

2013 成立「綠色永續發展委員會」
由最高主管領導高層主管籌組，旨在維持與強化企業的永續發展與建構跨部門溝通與資訊共享平台

2022 委員會組織調整
(1) 委員會由單一召集人制度調整為共同召集，由董事長、總經理、永續長擔任共同召集人。責成永續發展中心為承辦單位，負責召集本委員會並維持會務運作及管理。
(2) 各單位一層主管係為當然委員，參與綠色永續發展會議。
(3) 各單位層級主管與永續圈成員皆可列席與會。



職位	工作職責
董事長	具最終決策權、監督管理之職責。
總經理	具決策權、監督管理之職責。
永續長	籌組綠色永續委員會、管理永續圈與推動永續發展核心事務。
當然委員	每季向董事長、總經理、永續長等共同召集人報告單位內的風險管制與永續策略等執行進度。
永續圈	跨層級與單位的討論小組架構，目標為永續發展的可行提案討論或執行。

2024 更名「綠色永續暨風險管理委員會」
委員會整合風險及機會之鑑別管理，強化企業韌性，優化永續圈運作模式。同時，也為落實風險管理，公司或部門在制定決策時，會依據各管理系統以及自然暨氣候變遷的狀況，將各種不確定的風險因素加入策略規劃的考量，並研擬相關因應策略，其中風險的來源必須評估國際趨勢、外部供應商、政府法規、品牌形象與市場趨勢等內外部議題，根據評估結果提出重大風險項目，並提出相對應之管制措施，以及列入隔年的年度策略及目標。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

權責者	風險管理角色	風險相關職責
董事會	風險最高監督單位	負責監控公司風險管理制度，包括審查和評估風險管理流程的正確性，以及評估風險緩解策略的有效性。
綠色永續發展委員會	風險監測單位	由委員會的共同召集人與當然委員定期評估重大風險機制運作的有效性，確保其措施符合其監測指標。
永續發展中心	風險管理單位	辨識重大風險議題，並與執行單位共同討論決議權責歸屬與擬定管制措施。
各單位一層主管	風險控制單位	提出風險管制措施與監測指標。並定期於綠色永續發展委員會匯報執行進度與工作結果。

2.2.2 風險管理政策

歐萊德致力於在不確定性日益升高的營運環境中，建立具前瞻性且系統性的風險管理機制。依據本公司所制定之《風險管理作業辦法》，我們強調預防導向、及早識別與持續監控的原則，採用一套涵蓋「風險識別、風險評估、優先排序、風險應對與持續監督」的框架，透過有系統的流程，提升整體營運的韌性與應變能力。為確保風險評估能反映實際利害關係人之關注與社會變遷趨勢，歐萊德定期透過利害關係人問卷調查，蒐集來自員工、供應商、客戶與社會大眾的意見。此程序不僅協助我們洞察外部變動可能帶來的新型風險，也成為檢視既有風險管理成效的參考依據。此外，面對極端氣候與自然資源風險升高，歐萊德亦逐步將自然與氣候相關財務揭露（TNFD/TCFD）框架整合至企業治理體系中，強化對自然暨氣候風險與機會的評估與應對。未來，我們將持續精進風險管理制度，建構具備前瞻視野與環境韌性的永續企業。

2.2.3 風險鑑別評估與管理程序

為落實風險管理，在公司或部門制定決策時，會依據各管理系統以及氣候變遷的狀況，將各種不確定風險加入策略規劃的考量，並研擬相關因應策略，其中風險的來源必須評估國際趨勢、外部供應商、政府法規、顧客喜好與市場趨勢等內外部議題，並且針對高風險項目研擬管制措施，以及列入來年的策略及目標。為使公司從事各項營運活動時能提升策略目標之質與量，瞭解內部處境及外部環境情勢，加強風險控管之廣度與深度，管制預期重要原則並預防可能發生之風險、降低或減至最低的傷害，並且持續改善。



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

GRI 2-29、3-1、3-2、3-3

2.3 重大性議題分析

2.3.1 重大性評估流程

歐萊德透過 AA1000 SES-2015 利害關係人議合標準的五大原則，鑑別 2024 年企業永續報告書欲溝通的主要利害關係人，蒐集利害關係人關注的永續議題，並參照 GRI 通用準則 2021 版，包含準確性、平衡性、清晰性、可比較性、完整性、永續性脈絡、時效性和可驗證性，建立重大性議題評估流程，針對關注議題在經濟、環境和社會的面向進行衝擊性的顯著程度分析，作為本報告書資訊揭露的基礎。

鑑別與評估衝擊	• 鑑別利害關係人 歐萊德葛望平董事長與綠色永續暨風險管理委員會們，將利害關係人分為 12 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、金融機構、媒體等。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、當地社區等 8 大類。 • 蒐集永續關注議題 為完整蒐集各個面向的永續議題，歐萊德參考標竿企業並按全球規範與國際標準（GRI Standard、SDGs、CDP、TCFD、SASB）列舉 19 項永續議題，以此為基礎制定利害關係人問卷，透過不同通路的調查方式，廣泛蒐集意見與回饋供內部專案小組進一步分析。
	• 分析利害關係人對永續議題的關注程度 工作小組透過「歐萊德利害關係人 ESG 關注議題問卷」調查 8 類主要利害關係人對 19 項永續議題的關注程度，共回收 945 份有效問卷。 • 分析永續議題對組織營運的影響程度 工作小組透過「企業營運衝擊程度評估表」發放至組織內部高階主管單位，針對組織對永續議題的管理成效，將影響企業在財務、產品及服務、研發投資、業務經營、供應鏈和/或價值鏈、調適和減緩活動等六大面向進行正負面衝擊評估。
	• 分析經濟、環境與社會的衝擊顯著程度 工作小組參考 GRI 準則 2021 年版之 GRI 3 重大主題鑑別指引，進一步評估永續議題 在「經濟、環境與社會」方面的衝擊程度，藉此了解歐萊德的營運活動在經濟、環境與社會層面影響的廣度與深度。
決定報導的重大主題	• 排序並篩選出重大性議題 參考「歐萊德利害關係人 ESG 關注議題問卷」調查結果，並按「企業營運衝擊程度評估表」與「經濟、環境與社會衝擊程度評估表」之分析結果，根據雙重重大性原則，繪製重大性議題矩陣圖，後將依此作為報導的優先順序。
	• 分確定揭露內容 5 項重大議題對應 7 項 GRI 準則，並向綠色永續暨風險管理委員會、董事會代表進行報告，以確認此報告書揭露之內容。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

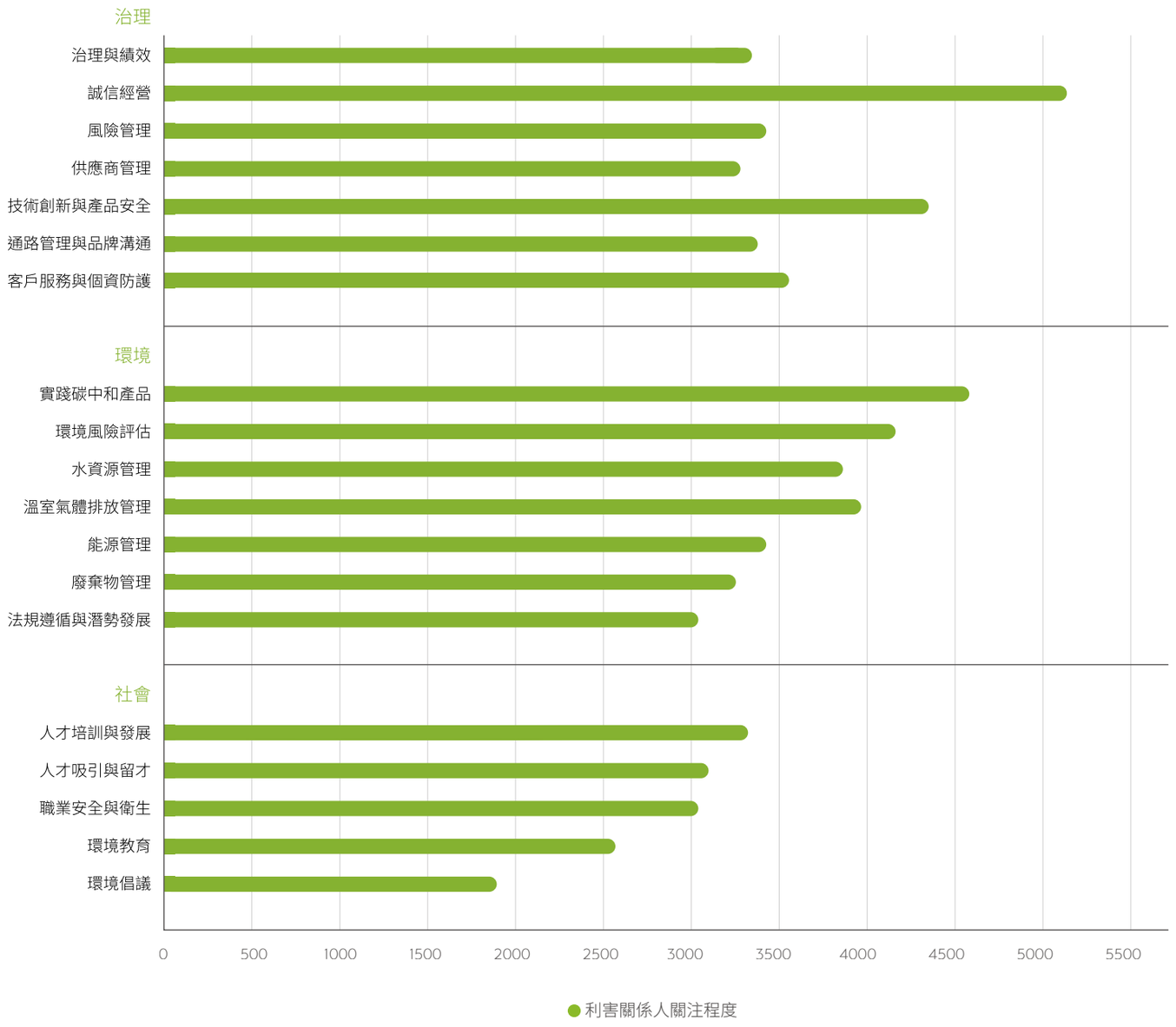
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.3.2 量化評估結果

（一）利害關係人關注議題調查

針對歐萊德主要八大利害關係人進行調查，總計回收 945 份有效問卷，加權統計後進行排序的結果顯示，在公司治理面，「誠信經營」、「技術創新與產品安全」以及「客戶服務與個資防護」是最受關注的議題；在環境氣候面，「實踐碳中和產品」、「環境風險評估」以及「溫室氣體排放管理」是最受關注的議題；在社會共榮面，「人才培訓與發展」、「人才吸引與留才」以及「職業安全與衛生」是最受關注的議題。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

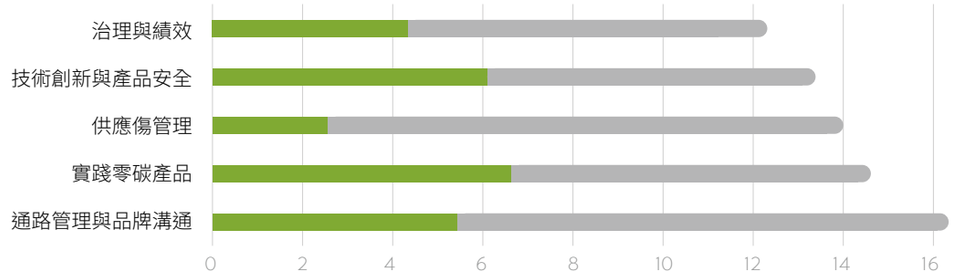
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

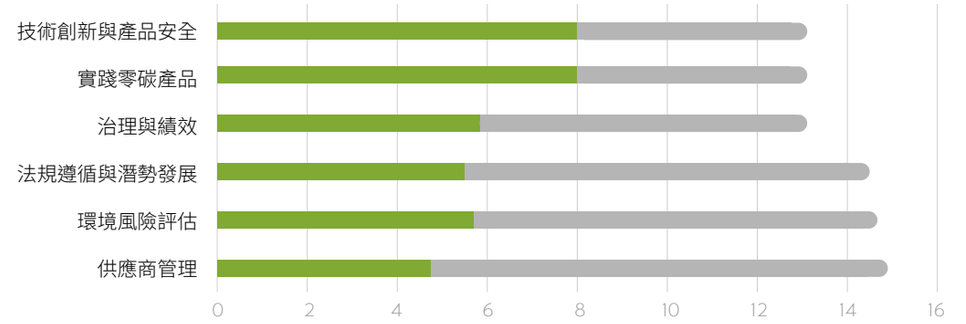
（二）經濟、環境、社會（人）衝擊調查

針對各議題對經濟、環境、社會（人）產生正面與負面衝擊的可能性、衝擊程度，依內部工作小組定義之級距，分為 1-3 分，由工作小組與永續發展中心一層主管進行評分彙整，其三大面向個別衝擊排序如下：

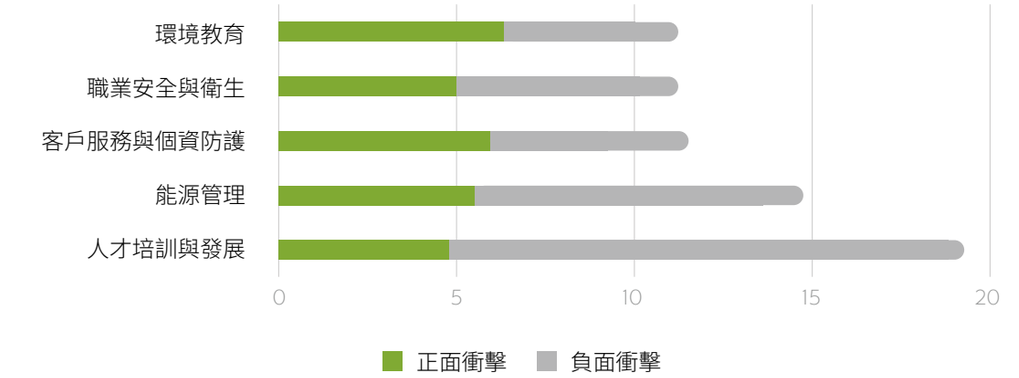
經濟面 Top5 衝擊排序



環境面 Top5 衝擊排序



社會面 Top5 衝擊排序



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

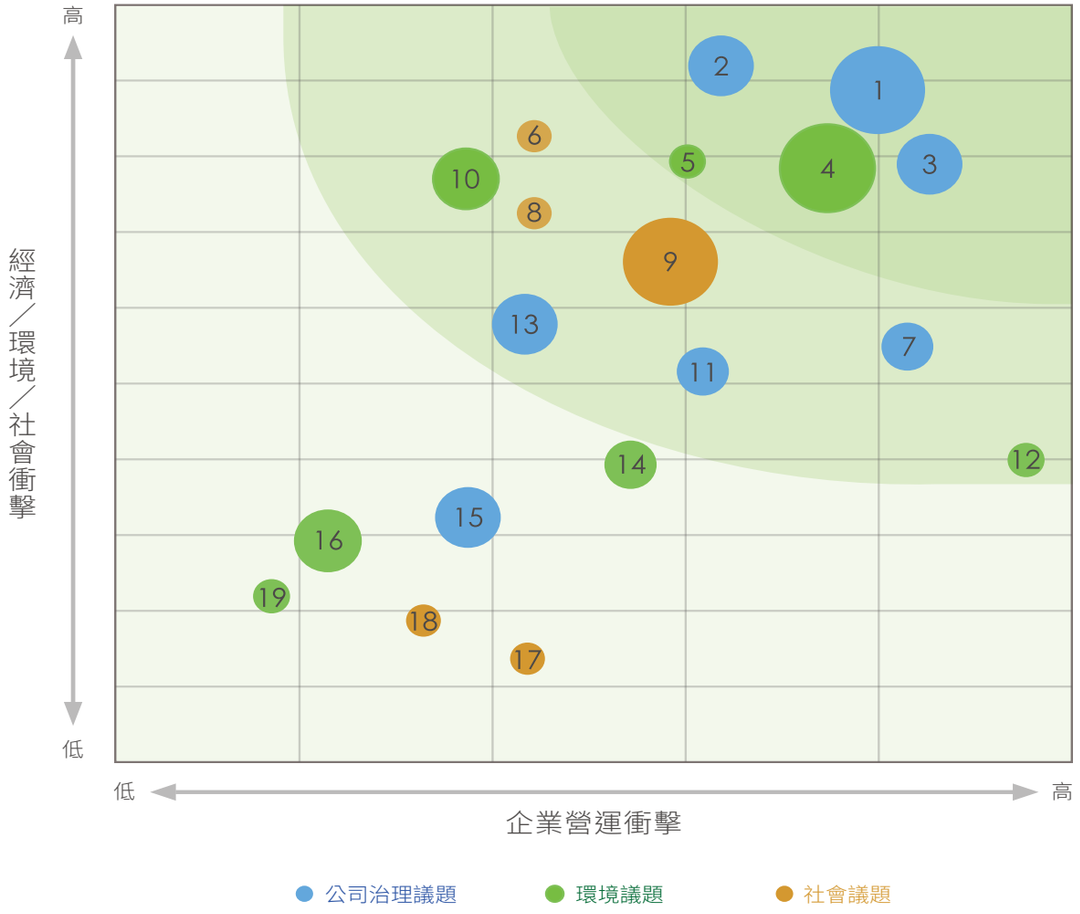
第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.3.3 重大議題矩陣圖

歐萊德依據GRI準則，建立重大性分析矩陣，評估各項永續議題在「企業營運發展的影響程度」以及「企業活動對經濟、環境和社會的衝擊程度」兩個面向的顯著性。我們將議題依其重要性排序為「高度重要」、「中度重要」與「基礎關注」，作為策略規劃與資源配置的依據，確保企業行動能貼近利害關係人關注與全球永續趨勢。近年，綠色消費行為快速興起，市場對於「技術創新與產品安全」、「供應商管理」、「治理與績效」等永續議題的重視程度同步攀升。歐萊德將持續追蹤外部趨勢與內部變化，定期更新重大性分析結果，並以此作為推動氣候行動與永續創新的基礎。這不僅是責任，也是我們對社會與環境的長期承諾。



2024 重大議題	
1	技術創新與產品安全
2	供應商管理
3	治理與績效
4	實踐零碳中和產品
5	能源管理

次要議題	
6	環境教育
7	通路管理與品牌溝通
8	環境倡議
9	人才培訓與發展
10	環境風險評估
11	風險管理
12	法規遵循與潛勢發展
13	誠信經營

持續關注	
14	溫室氣體排放管理
15	客戶服務與個資防護
16	水資源管理
17	人才吸引與留才
18	職業安全與衛生
19	廢棄物管理



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.3.4 價值鏈衝擊評估

重大議題	重大性原因說明	對價值鏈的衝擊影響		
		[上游] 原物料採購	[營運] 企業生產製造	[下游] 客戶與產品服務
技術創新與產品安全	在產品研發與技術創新上，歐萊德持續引入新技術，開發出更具競爭力的產品，並提升生產效率，同時達成環保目標。產品採購和生產製造過程中的安全性和透明度，以及產品效能和人體安全性，都是至關重要的。確保原材料的穩定供應和合規性，不僅可以避免品質問題和安全隱患，還有助於保護公司的聲譽和財務狀況，為建立品牌信任奠定基礎，獲得消費者的支持。通過持續關注這些重要領域並採取積極措施，歐萊德將在激烈的市場競爭中獲得優勢，實現永續發展的目標。	✓	✓	✓
供應商管理	供應商管理對歐萊德非常重要，忽視這一環節可能導致產品質量問題、供應中斷風險以及企業形象受損。因此，歐萊德謹慎篩選合適的供應商，要求他們遵循相關標準和承諾，以確保原材料和產品符合公司的高品質要求。 由於原物料採購策略對產品成本和供應穩定性有直接影響，制定清晰的採購策略並選擇適當的供應商和採購渠道，有助於降低成本並保持供應穩定。這些措施不僅能提升整體生產效率，還有助於減少庫存。歐萊德重視供應商管理，制定明確的採購策略，確保原材料質量和供應穩定，以實現企業的長期穩健發展，並建立嚴格的篩選標準與要求，實施定期稽核機制。	✓	✓	
治理與績效	治理與績效涵蓋董事會的監督管理制度、治理架構與組成、企業經營方針決策及財務績效等方面。歐萊德掌握永續發展策略，每年規劃CS報告書，並將其落實於數據管理與誠信揭露中，這些策略也連帶影響組織發展與營運方向。導入治理變革可能伴隨不確定性，並可能增加成本，對短期財務績效造成一定壓力。然而，企業財務績效的優異與永續發展息息相關，有效的治理和明確的經營方針可以提升企業的運營效率，從而影響財務表現。對股東而言，穩健的財務表現，增強了股東對公司的信心，吸引更多關注永續發展領域的投資者，為股東帶來長期回報。	✓	✓	✓

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

重大議題	重大性原因說明	對價值鏈的衝擊影響		
		[上游] 原物料採購	[營運] 企業生產製造	[下游] 客戶與產品服務
實踐碳中和產品	歐萊德透過綠色原物料的採購與生產、碳盤查評估產品生命週期的碳排放、查驗驗證確保產品符合零碳標準，降低產品製造過程對環境的影響。這些措施將增強歐萊德產品在市場的競爭力，提高消費者對產品的信賴。更重要的是零碳產品的推廣與銷售。積極宣傳和推廣零碳產品，擴大產品影響力，引領消費者朝向綠色消費行為，滿足市場對環保產品日益增長的需求。若忽視實踐零碳產品的重要性，可能面臨環境影響加劇、市場競爭力下降，甚至遭受消費者和公眾的批評。 在實踐零碳產品的過程中，能源管理扮演著重要角色。有效的能源管理不僅能降低能源消耗，減少碳排放，還能推動可再生能源的應用，支持企業達成零碳目標。如果忽視能源管理的重要性，將可能導致能源浪費、成本增加以及對環境的負面影響，進而削弱產品的市場競爭力並引發公眾和法規的批評。歐萊德因此同樣重視能源管理，通過規劃能源使用成本和制定節能策略，支持零碳產品實踐，推動企業的永續發展。	✓	✓	✓
能源管理	有效的能源管理能夠監控和分析企業的能源使用情況，準確掌握能源消耗的趨勢和模式，從而採取相應的節能措施。其次，關注能源使用成本是實踐綠色能源轉型的重要步驟，如忽略能源管理的重要性，將導致能源浪費、成本增加和對環境的負面影響。同時，如果未能有效控制能源成本和履行減量成諾，將會面臨競爭力下滑、法規和公眾的批判。因此，歐萊德高度重視能源管理，規劃能源使用成本，制定減量策略，實現企業的永續發展和對環境的積極貢獻。		✓	

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2.3.5 重大議題管理方針

重大議題	GRI 準則對應	2024 年管理策略與行動	關鍵績效指標	2024 年目標達成狀況	回應章節
技術創新與產品安全	301-2、301-3、416-1、416-2、417-1、417-2、417-3	為提供客戶更高品質、更可靠、更安全的產品，我們投入大量資源於研究和開發，與供應鏈夥伴密切合作，不斷尋求新的技術和解決方案、確保原材料的安全性和可追溯性，並透過產銷履歷確保品質，以提升產品的性能、效能和可持續性，並嚴格執行產品測試和評估，持續監測和改進產品的安全性能，我們亦導入皮膚檢測研究流程，進行安全性與功效性試驗（如刺激性、水分散失測試、皮膚彈性等測試），確保產品符合必要的安全要求。確保我們的產品符合所有必要的安全要求。	新產品研發年建立新配方BOM表8款以上。（於智評會議中檢討每一季統計累計開發案件）	與全家合作開發Bio咖啡萃永續美妝系列、辣木洗沐產品，該年度總計開發28件新產品。	3.1 綠色產品 7.3 倫理與誠信 7.5 客戶與產品安全
供應商管理	308-1	針對供應鏈管理，公司訂定管理作業程序，定期評估合作廠商是否符合程序要求。針對供應商，依進貨品質為依據，如單季不良件數≧3，進行實地訪查評核作業，藉以強化供應鏈穩定性。	供應商交貨合格率96%以上。	供應商交貨合格率： Q1 合格率：99.79% Q2 合格率：99.85% Q3 合格率：99.59% Q4 合格率：99.81%	3.5 綠色供應鏈
治理與績效	201-1、201-3、201-4	強化董事會產業領域與經營管理的專業能力，且不定期寄發與本公司相關之經濟、環境和社會議題等資訊，以協助董事增進各項職能。透過由上而下的治理架構，輔以各工作小組進行橫向組織的連結與整合，充分展現企業對治理與績效的重視。	不發生不誠信經營事件或貪腐事件。 董事會年度出席率達八成以上。 每季檢視財務業務概況。	該年度無發生不誠信經營事件或貪腐事件。 董事會該年度出席率 98％。 每季向董事會報告公司財務業務概況。	4.1 氣候風險與治理 7.1 永續治理
實踐碳中和產品	301-2、301-3	以全素、無麩質、非基改、通過USDA Biobased 認證為目標，朝向高永續比例產品的方向開發產品。同時，結合當地回收再製物料開發環保瓶器，減少天然資源的開採與廢棄物的產生。 達成RE100承諾綠電轉型實踐淨零淨目標，並依公司能源政策每日監測場內能源使用狀況、確認各項設備的運作狀態與改善進度，針對異常值立即回報並提出對策，以達成能源績效的持續改善。	環保減碳包裝個別開發案年度應達：1件(含)以上	開發全家聯名產品-潔顏慕絲110ml，瓶身使用100%PP-PCR，慕斯壓頭30% PP-PCR。	3.1 綠色產品 4.2 能源管理 4.5 溫室氣體排放
能源管理	301-1、302-3 305-1、305-2、305-3 305-4	依企業本身的能源政策，每日監測場內能源使用狀況、確認各項設備的運作狀態與改善進度，針對異常值立即回報並提出對策，以達成能源績效的持續改善。	年節電率應達1%以上	該年度節電率達1.87% 之成效。	4.2 能源管理 4.5 溫室氣體排放

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

2.4 利害關係人議合

GRI 2-12、2-25、2-29

利害關係人	對歐萊德的意義	議合方法與頻率	關注議題	議合成效與回應
員工	歐萊德十分重視員工的成長，因為人才的培養是直接影響企業競爭力和未來永續發展的重要關鍵。	• 內部入口網站公告［即時］ • Email、電話和通訊軟體［即時］ • 員工溝通信箱［即時］ • 內部討論會議［定期］ • 勞資會議［定期］ • 企業永續報告書［每年］	• 誠信經營（章節七） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 職業安全與員工照顧（章節五）	公司致力於建立積極的回饋文化，鼓勵員工參與和表達意見，並定期進行勞資會議溝通，以透過勞工代表的反應，了解員工需求和關注點，根據會議結果制定切實可行的改進措施。2024年共舉行4次會議，其中大多涉及內部溝通制度的建議。除此之外，公司在今年調薪幅度達到3-5%，並為每位員工提供5.9小時的培訓，以增強專業技能和職業發展。 歐萊德創辦人延續傳統，今年拜訪3位員工家庭，促進家屬對公司與員工工作的理解與支持。創辦人深信，家庭的支持是員工全心投入工作的關鍵，這也推動公司邁向「更美、更好」的願景。
消費者	歐萊德以滿足消費者需求為初衷，提供健康的綠色產品為目的，通過持續的溝通和反饋機制，建立消費者信任和品牌忠誠度。	• 官方網站、社群網站［即時］ • Email、電話和通訊軟體［即時］ • ESG信箱［即時］ • 品牌年報［每年］ • 企業永續報告書［每年］	• 誠信經營（章節七） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 職業安全與員工照顧（章節五）	公司建立多元化的溝通渠道，包括網站、社群媒體平台、客戶服務系統等，方便消費者與我們聯繫和交流，鼓勵消費者提供產品反饋、建議合意見，並及時回應和處理他們的需求和疑慮。今年電商官網購物部與百貨體驗部，分別收到205份與689份的滿意度調查回覆，總計894份，其中多數涉及產品與價格的反應，例如新產品期望及通路價格不一等問題。整體而言，滿意度相較於前一年有所提升，超過八成的客戶給予滿分評價。 此外，我們號召響應Earth Hour、推廣《解凍格陵蘭》環境教育紀錄片，並發起淋浴3分鐘行動，邀請消費者一起加入減碳行動，共同為環保出一份力。
通路客戶	歐萊德重視通路客戶的意見和需求，積極合作以確保產品的適時供應、有效銷售和市場推廣，共同實現長期的共贏合作。	• Email、電話和通訊軟體［即時］ • 企業永續報告書［每年］ • 品牌年報［每年］	• 誠信經營（章節七） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 人才培訓與發展（章節五）	為確保與通路客戶保持緊密聯繫，相關單位定期舉行會議、工作坊和培訓活動，以分享最新的產品信息、市場趨勢和銷售策略，進而理解通路客戶的需求和挑戰，也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。沙龍商品轉型為O'right｜P R O 後，顧客需要時間重新建立信任，今年，我們不僅舉辦了北中南部沙龍客戶的重要聚會與頒獎典禮，還透過每年號召國內外歐萊德綠沙龍響應Earth Hour活動，至今共吸引了超過五千家沙龍店家及十萬名設計師參與。
代理商	歐萊德致力與代理商建立長期穩定的夥伴關係，共同制定銷售策略，確保產品在市場中的可見性和銷售表現，實現持續增長和互惠互利的成果。	• Email、電話和通訊軟體［即時］ • 代理商大會［不定期］ • 企業永續報告書［每年］	• 誠信經營（章節七） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 人才培訓與發展（章節五）	為提升代理商對歐萊德的認同，創造更多合作機會，定期透過國際社群平台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。本年度回收12份有效問卷。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

利害關係人	對歐萊德的意義	議合方法與頻率	關注議題	議合成效與回應
供應商	歐萊德秉持公平、透明原則與供應商共同追求優質原物料來源，確保符合道德、環境和社會責任的標準。	• Email、電話和通訊軟體［即時］ • 供應商大會［不定期］ • 供應商定期評核［每年］ • 企業永續報告書［每年］ • 品牌年報［每年］	• 誠信經營（章節七） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 職業安全與員工照顧（章節五）	歐萊德與供應商攜手推廣綠色供應鏈，並通過CS報告書、品牌年報、LINE電訪、定期會議及評鑑，強化合作夥伴關係。將組織型溫室氣體盤查範圍擴增至價值鏈，實踐零碳產品的趨勢與標準，另一方面，ISO45001系統查證通過、不定期邀約供應商分析介紹技術特點，也是透過合作期間的互訪瞭解，增強供應鏈的韌性。
協力商	歐萊德與協力商通過合作夥伴關係，共同開展高品質和高效率的業務執行，推動企業營運的發展和價值的創造。	• 官方網站、社群網站［即時］ • 企業永續報告書［每年］	• 誠信經營（章節七） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 職業安全與員工照顧（章節五）	歐萊德透過社群平台與LINE即時通訊軟體向協力商分享企業最新動態，加強合作默契。我們每年發布永續報告書，以品牌年報展示綠色行動成果，期望會同協力商能有更多面向合作實踐淨零目標下的各種挑戰。ISO45001系統管理對於協力承攬業者的管制，透過議和過程顯示其必要性。
股東	歐萊德通過透明的公司治理和運作，積極回應股東關注的問題和意見，為股東帶來可持續的回報。	• Email 和電話［即時］ • 股東會［每年］ • 公司年報［每年］ • 企業永續報告書［每年］	• 治理與績效（章節七） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 職業安全與員工照顧（章節五）	歐萊德透過股東大會和公開報告增強股東認同，提供全面的財務業績、業務策略、風險管理及永續發展資訊。我們遵循國際管理系統並通過10項ISO認證，導入TCFD架構以強化風險管理。此外，我們每年公開CS報告書與品牌年報，揭露永續資料數據以及部分財務可以遭受的衝擊評估，支持公司的長期發展。
當地社區	歐萊德重視當地社區的需求和利益，積極回饋社區，並建立可持續發展的共融關係，致力成為一個負責任的企業公民。	• 官方網站、社群網站［即時］ • 通訊軟體［即時］ • 座談會、參訪活動［不定期］ • 企業永續報告書［每年］	• 技術創新與產品安全（章節三） • 實踐碳中和產品（章節三、四） • 環境教育（章節六）	為提升在地社區與鄰里對歐萊德的認同度，公司不僅聆聽和理解社區的需求與關切，還通過年節贈禮機會，親身前往致贈零碳產品，並拜會與交流可能的特殊需求。並在龍潭總部內的產品體驗空間，提供鄰里支持零碳產品的購物優惠。更是一直對於環境教育方面不遺餘力，鼓勵里民共同參與Earth Hour與其他氣候行動相關倡議(如響應解凍格陵蘭紀錄片等)，加強彼此間的聯繫和支持。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

2.5 永續倡議

歐萊德以務實行動回應全球永續目標，參與具前瞻性的國際永續倡議。我們通過 SBTi 1.5°C 科學減碳目標審核，成為全球非營利聯盟 We Mean Business Coalition 的成員，並提前數年達成近程目標與 RE100 綠電承諾，已連續 2 年實踐 100% 再生能源使用，持續以具體進展累積氣候治理的韌性與降低對自然環境的衝擊。同時，導入 TCFD 與 TNFD 框架，建立面對氣候與自然風險的治理基礎。在產品面，我們透過碳 -14 檢測導入美國 USDA BioBased 認證，累計 104 項產品取得標章，為非石化產品的綠色轉型建立明確基準。除五大核心倡議外，我們亦參與聯合國氣候變化綱要公約（UNFCCC）相關行動，並公開支持全球塑膠公約，持續以減塑與循環設計回應資源永續挑戰。歐萊德相信，與世界保持對話、以實際行動落地球公民責任，是讓永續成為組織治理基礎、也成為社會共識的重要起點。

SCIENCE BASED TARGETS / THE NET ZERO STANDARD	WE MEAN BUSINESS COALITION	TCFD
歐萊德承諾遵循科學基礎減碳路徑，並成功通過SBTi（科學基礎減碳目標倡議）的1.5°C目標審核，成為台灣首家獲此認可的中小企業。 我們承諾以2020年為基準，於2030年前將範疇一和範疇二的碳排放量減少42%，並積極盤查與減少範疇三的排放。以及承諾到2045年減少90%的目標，展現歐萊德的堅定承諾與領導力。 https://sciencebasedtargets.org/target-dashboard	歐萊德響應聯合國發起的「Business Ambition for 1.5°C」倡議，承諾以科學為基礎的減碳路徑支持全球升溫控制在 1.5°C 以內，並於 2022 年通過 SBTi 審核的同時，成為全球非營利聯盟「We Mean Business Coalition」的成員。 https://www.wemeanbusinesscoalition.org/committed/	自2022年導入TCFD框架，強化氣候相關的風險管理，建立公司面對氣候風險的應變能力與韌性，透過綠色永續暨風險管理委員會進行潛在風險的檢視與因應措施的追蹤。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

榮列世界經濟論壇(World Economic Forum，WEF)全球首批響應企業名單，為台灣少數TNFD先行者(Early Adopter)企業。將自然資本風險正式納入企業治理與資訊揭露機制。 https://tnfd.global/engage/tnfd-adopters-list/	歐萊德2018年加入RE100，2023年達成100%綠電使用目標，提前2年實踐RE100再生能源倡議承諾，成為台灣第一個在2025年前實現100%使用再生能源的RE100成員。2024年延續達成100%綠電使用目標，亦取得CDP氣候變遷評比的管理等級認證。 https://www.there100.org/re100-members	美國農業部(USDA)推動的 BioPreferred® 計畫，透過嚴謹的科學檢測(碳十四分析)認證產品中的生物基含量。通過檢測的產品可獲 USDA Certified Biobased 標章，並列為美國聯邦政府優先採購項目。 至 2024 年，歐萊德已有 104 項產品與 4 種獨家原料獲得此項天然永續認證，成為業界綠色標準的重要指標。 https://www.biopreferred.gov/BioPreferred/faces/catalog/Catalog.xhtml

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

2.6 歐萊德與 SDGs

聯合國永續發展目標已成為全世界共同的語言，從國家、城市、企業，乃至於個人，都在審視並努力達成這些目標。

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，並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續發展目標，深刻理解地球現況，更進一步思考我們能夠做出的貢獻。

歐萊德永續策略聚焦在 10 項永續發展目標，其中更以 SDG12「責任消費與生產」、SDG13「氣候行動」和 SDG14「永續海洋與保育」為核心，期望透過歐萊德的努力，將我們的影響力發揮至無限的可能。





© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

永續發展目標	SDG 12 責任消費與生產 
細項指標	12.2 自然資源的永續管理和利用 12.4 負責任的化學品和廢棄物的管理 12.5 大幅度減少廢棄物的產生 12.6 鼓勵公司採用永續做法和發行永續報告 12.7 促進永續的公共採購做法 12.8 促進對永續生活方式的普遍理解
行動	• 2018年加入RE100倡議，2022年12月起達成100%綠電使用目標，提前2年實踐RE100再生能源倡議承諾。 • 提前7年達成SBTi科學基礎減量目標企業短期目標。 • 自2022年起，工廠達成廢水零排放里程碑。 • 自2017年起，洗沐產品全面採用100%PCR(Post-Consumer Recycled)再生塑膠瓶，至今已阻止600萬個塑膠瓶與塑膠壓頭流入大海。 • 創新開發農產品經濟價值，榮獲全球 INCI 原料命名。 • 使用潔淨生產與高科技萃取技術，研發符合永續消費需求的綠色產品。 • 不鏽鋼排水管，以蒸汽滅菌取代溶劑消毒。 • 主動揭露產品天然成份比，美國官方 USDA Biobased 天然永續認證通過率達100%。 • 使用榮獲五項TAF 認證與國際級 BSL-2 生物安全操作等級實驗室提升創新研發能力，取得全台第一個以 ISO 11930 方法通過防腐效能認證的髮膚保養品公司。 • 承諾十大永續承諾，全產品100%使用綠電生產、尊重萬物100%純素（Vegan）、無動物實驗與成分等作為，鞏固生物多樣性。 • 首創8 Free計畫，並升級16 Free，拒絕使用16類對環境與人體有害物質，以農產品取代化學品，內容成分28天於自然環境中分解，友善環境與人體健康。 • 興建全亞洲第一座GMP化粧品工廠，符合EEWH黃金級、建築碳足跡鑽石級認證。 • 與供應商合作開發再生包裝，產製「全球第一瓶可溯源再生瓶洗髮精」及「全球第一支再生壓頭」。 • 訂定綠色供應鏈制度，與提供植物成分來源大於80%以上之原料廠商進行原料採購，致力使用農產品取代化學品，以減少化學廢棄物的產生。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

永續發展目標	SDG 13 氣候行動 
細項指標	13.1 加强對氣候災害的抗災能力和調適能力 13.2 將氣候變遷措施納入政策和規劃 13.3 建立應對氣候變化的知識和能力
行動	• 拍攝氣候變遷紀錄片《解凍格陵蘭》、《解凍格陵蘭COP28聯合國放映版》，以公益播放為初衷，不收取版權費，無償提供世界民眾響應播放。 • 推動電動車使用，並提供免費充電服務，減少二氧化碳排放量。 • 舉辦關燈活動，深化環境教育、也透過產品傳達綠色理念。 • 歐萊德綠建築仿效自然野地，致力留住豐富的植物生態與多樣性，以「不佔據」、「不佔滿」的理念打造綠色工廠總部。 • 推動行動辦公與行動支付，減少通勤碳排。 • 2023年全年度達成100%綠電使用目標。 • 為全球第一家制定「碳定價」的美妝業者，將耗用的自然資源有價化，把自主減碳融入企業商業模式。 • 開放外界參訪綠建築總部，分享永續經營理念與實際經驗，進行環境教育。 • 定期出版品牌年報，報導全球最新永續資訊與趨勢，提升氣候變遷應變意識。 • 定期盤點減碳成效，鼓勵利害關係人一同發揮綠色影響力，提升永續意識。 • 於眾多國際會議上發表「綠色創新與永續轉型」演說。 • 倡議校園廣設「氣候股長」，促使學生積極實踐氣候行動。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

永續發展目標	SDG 14 永續海洋與保育 
細項指標	14.1 減少海洋污染 14.3 減少海洋酸化
行動	· 首創8 Free計畫，並升級16 Free，拒絕使用16類對環境與人體有害物質，以農產品取代化學品，友善環境與人體健康。 · 自2017年起，洗沐產品全面採用100%PCR(Post-Consumer Recycled)再生塑膠瓶，至今已阻止600萬個塑膠瓶與塑膠壓頭流入大海。 · 自2022年起，綠色工廠達成廢水零排放里程碑。 · 承諾十大永續承諾，全產品100%使用綠電生產、尊重萬物100%純素（Vegan）、無動物實驗與成分等作為，鞏固生物多樣性。 · 與供應商合作開發再生包裝，產製「全球第一瓶可溯源再生瓶洗髮精」及「全球第一支再生壓頭」。 · 訂定綠色供應鏈制度，與提供植物成分來源大於80%以上之原料廠商進行原料採購，致力使用農產品取代化學品，以減少化學廢棄物的產生。 · 主動揭露產品天然成份比，美國官方 USDA Biobased 天然永續認證通過率達100%。 · 2021年代表亞洲中小企業參加聯合國「生物多樣性公約」第 15 屆締約方大會COP15，分享保護生物多樣性的最佳做法。·2022年導入TCFD氣候相關財務揭露，將環境及氣候變遷風險與機會納入營運考量。 · 連續四年至聯合國氣候峰會演講（COP25-28），分享企業淨零轉型與減碳策略，呼籲企業對自然生態負責。 · 歐萊德成為全球首批TNFD先行者企業，承諾於2024年依據自然相關財務揭露工作小組(TNFD)進行自然風險財務揭露。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

Sustainable Beauty

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

03 第三章 綠色產品與責任製造

「我們知道客戶需要什麼洗髮精，但河流又期望什麼樣的洗髮精？」

2006 歐萊德品牌宣言

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.1 綠色產品

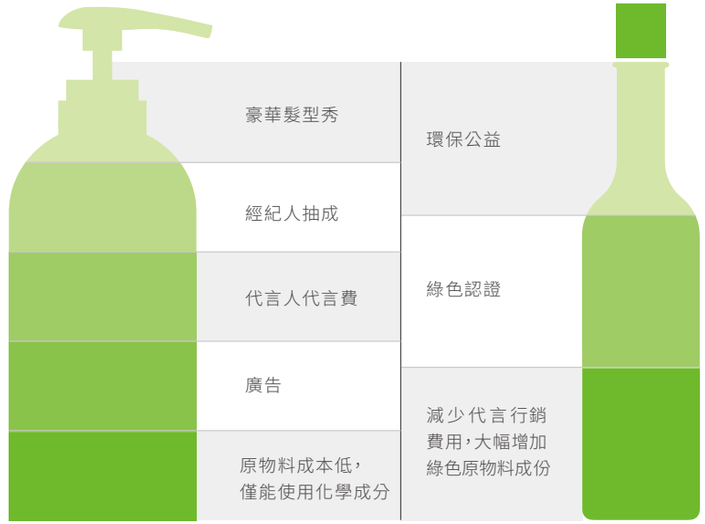
歐萊德從來都不只是一間髮膚保養品公司，而是一個對人類、對社會、對地球都好的品牌。我們秉持「綠色、創新、永續」的企業願景，從配方選用到包裝設計，層層把關每一項對人體與環境的影響。我們致力讓產品不只安全純淨，更能在全生命周期內實現零環境衝擊。

歐萊德主要產品包括洗髮精、護髮素、護髮油、養髮液、造型品及肌膚保養品，更在 2023 年推出 O'right ｜ P R O 專業級髮品養護系列。配方中盡可能選用永續來源的原料，替代傳統的高風險及石化來源成分，產品清晰標示出永續來源成分百分比，我們早在 2018 年全面升級綠色配方，持續制定產業創新標準包含 Vegan(純素)、Gluten-Free(無麩質)、Non-GMO(不含基因改造生物)。更在 2023 年升級 16 Free 綠色研發新標準，拒絕使用常見的 16 類高風險成分，以優於歐盟標準作最嚴謹的自我要求。為了做出全方位的突破，製造產品時，我們使用再生能源、綠色工廠及清潔生產，所有產品研發（P2 實驗室）、製造（GMP）均通過 SGS 檢驗，並取得超過 10 項 ISO 國際認證，以符合高品質與高安全性的自我標準。

此外，歐萊德產品原料使用高比例天然來源、低環境污染的高性能原料，為台灣第一家榮獲美國官方 USDA Biobased 天然永續認證，並經美國 Biobased 網站公告，享有全球最具公信力的官方指標認證。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，給消費者綠色養護的全新選擇，帶給人們健康的生活環境。



Non-GMO　無麩質　純素



● 歐萊德產品與一般髮妝品成本分析圖

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

O'right

髮絲護養

洗髮精、護髮素、頭皮護理、居家保養、乾洗髮、造型品、氣墊梳、補充包

臉部保養

臉部清潔、臉部護理

美體保養

沐浴乳、身體乳、按摩油、防蚊液、手部清潔 / 保養、個人口腔護理、個人香氛

居家生活 Home 系列

±R 系列 (補充包)、乾洗髮、身體乳、按摩油、防蚊液、手部清潔 / 保養、個人口腔護理、個人香氛、環保杯、旅行組



值得你、河川、大地都信任的永續美妝

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

O'right | P R O

O'right | P R O 系列

養髮液、洗髮露、護髮品、頭皮噴霧、氣墊梳、沐浴露、香水

O'right | P R O SALON USE

洗髮精、護髮素、護髮包、4D 智能結構護髮、頭皮護養、髮絲護養、按摩油、香水、護髮油



永 續 是 最 極 致 的 時 尚

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2024 年度新品研發暨升級配方產品一覽

O'right
I 木蘭保濕洗髮精、II 薔薇護色洗髮精、III 雪松橙控油洗髮精、IV 香檸草修護洗髮精、 V 薰衣草深層洗髮精

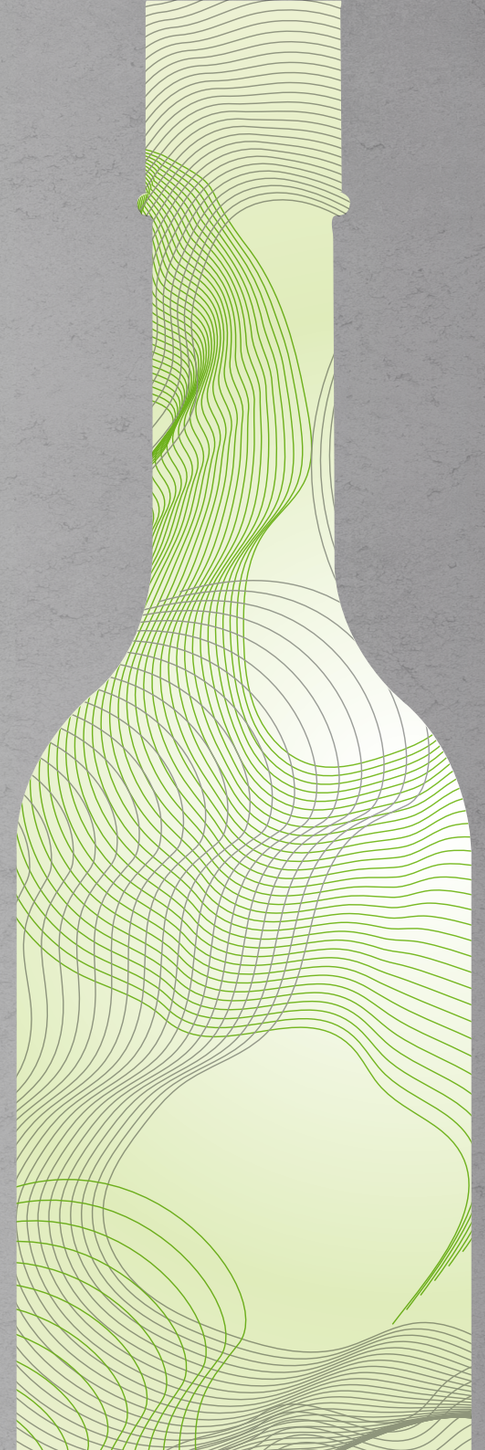
專業市場 O'right ｜ P R O
PRO 1 號香氛沐浴露、PRO 2 號香氛沐浴露、AI Scalp ｜ P R O、
PRO 香水 I、PRO 香水 II、PRO 香水 III、PRO 香水 IV、PRO 香水 V

聯名合作 Bio 系列
Bio - 咖啡萃潤澤沐浴乳、Bio - 咖啡萃平衡潔顏慕絲、
Bio - 咖啡萃沁涼淨化頭皮分霧、Bio - 咖啡萃修護滋養護手霜、Bio - 咖啡因強健洗髮精

Momo 獨家
絲漾玫瑰保濕洗髮精

專櫃市場 辣木系列
辣木沐浴乳、辣木洗髮精

O'right Oral 生活類
源木綠藻淨白牙膏、水飛薊白護齒牙膏、黑豆全效牙周防護牙膏



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.2 去石化是恢復生物多樣性第一步 - 原料

3.2.1 在地原料萃取

為了提升綠色配方，針對植物活性成分萃取研究，我們投資高額費用採購符合環保的超臨界流體萃取機 Supercritical Fluid Extraction (SFE) 、超音波植物萃取機以及精油蒸餾設備，並以台灣農產品和農作副產物作為研究素材，其中包括有機茶葉、竹葉、枸杞根、咖啡渣、咖啡殼及金門高粱酒釀等。2024 年進一步拓展原料來源，攜手全家便利商店導入 Let's Café 門市產出的咖啡渣作為萃取素材，建立零售通路回收再利用的新模式。透過碳足跡盤點，我們發現原料取得是目前佔比相對高的部分，因此與台灣在地有機農場合作，購買在地原料，不僅能支持在地有機農業發展，也可減少對進口原料的依賴，減少原料在運送過程所產生的碳排放。



3.2.2 綠色內料研發

歐萊德有機植萃研發中心負責產品內料研發、安全性及功能性，同時也針對綠色原料進行開發研究，以「自然、純淨、環保」為理念，致力於提升產品內料永續成分的比例，做到產品層面的永續。依 ISO9001 品質管理系統，歐萊德所有髮膚產品之開發皆落實內料開發作業程序，經過包括安定性、耐熱、包材相容性等試驗，通過率為 100%，半成品則必須符合化妝品 GMP 規範，進行物化性、生菌數、純水水質等測試，通過率為 100%。產品上市前須進行產品資訊登錄，販售至歐盟或東協之產品，則須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，鑑別產品在其生命週期中對消費者是安全無虞。

2020 年，藉由美國官方 USDA Biobased 天然永續認證通過的殊榮，除了肯定歐萊德「淨零目標」的綠色實踐，也為歐萊德「零環境衝擊」的天然綠色產品下了最好的註解。歐萊德長期以來持續申請國內外第三方機構認證，做到真實揭露資訊。至 2024 年底，歐萊德產品已有 104 項產品及 4 項原料，獲得美國 USDA Biobased 認證。透過全成分檢測，肯定歐萊德長期以來對綠色產品的堅持，並致力為地球減碳持續付出。

USDA CERTIFIED BIOBASED PRODUCT
PRODUCT 97%
FP

歐萊德的產品全成分經 USDA Biobased 官方認證

美國政府制定 USDA Biobased 國家標準，該認證以億元級精密儀器加速器質譜儀 (AMS) 進行產品分析，採用嚴苛的國際 ASTM D6866 標準，證實產品中的生質比例。依據 ISO 組織發布化妝品天然有機指引「ISO/TR 23750:2021」，採認碳 14 生物基測試是驗證天然來源的重要科學方法。

其檢驗單位為全球最嚴苛也最具公信力的 Beta 實驗室（經 ISO 17025:2017 認證的 Beta 實驗室為碳 14 生物基測試的領先者，由美國化學家李比 Willard F. Libby 提出的碳 14 測定法，獲得諾貝爾化學獎）。

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.2.3 歐萊德 16 Free 標準

16 FREE

歐萊德對綠色研發的堅持，所有洗沐清潔、肌膚保養及頭皮護理產品早在 2012 年領先全球提出 8 Free，拒絕使用常見的 8 種風險物質。2023 年，歐萊德升級 16 Free 綠色研發新標準，拒絕使用常見的 16 類高風險成分，以優於歐盟標準作最嚴謹的自我要求。

所有洗沐清潔、肌膚保養及頭皮護理產品皆無甲醛、無麩質、無乙醛酸、無對苯二胺衍生物、無危害珊瑚防曬劑、無環氧乙烷衍生物、無塑膠微粒、珠光劑、無染色劑、人工色素、無塑化劑（Phthalates）、無環境荷爾蒙（壬基酚）、無乙二胺四乙酸（EDTA）、無化學增稠劑（DEA 衍生物）、無動物來源成分（純素 Vegan）、無高風險抗屑劑（煤焦油、ZPT）、無硫酸鹽類界面活性劑（SLS、SLES）、無防腐劑（MI、MCI、三氯沙、三氯卡班），為所有使用歐萊德產品的髮型設計師與消費者提供一個健康且安全的選擇。

未來我們將繼續堅持「自然、純淨、環保」的綠色理念，開發對動物友善以及素食認證的產品，並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。

ANIMAL WELFARE MATTERS

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 "

— 印度聖雄甘地

3.2.4 10 大永續承諾

歐萊德相信真正的綠色企業，產品必須來自擁有綠電製造的綠色工廠，同時具備科學根據與減碳數據管理，再經由第三方公正嚴格驗證而成，因此向地球提出 10 大永續承諾。

自 2020 年起，歐萊德連續四年完成企業組織與產品碳中和，2022 年起達成 100% 綠電使用目標，提前 2 年實踐 RE100 再生能源倡議承諾，成為台灣第一個在 2025 年前實現 100% 使用再生能源的 RE100 成員，更提前 7 年達成科學基礎減量目標（SBTi）的企業短期目標。

歐萊德綠色工廠致力於潔淨生產，實現了製程廢水零排放，不僅降低了產品的碳足跡，甚至從原料取得階段即使用可自然生物分解的內料、絕不使用野外瀕危植物、堅持不執行動物實驗等。我們透過第三方實驗室全面檢視天然永續成分比例，鞏固生物多樣性。歐萊德顛覆與改革美妝市場多年，立定綠色、永續、創新核心目標。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

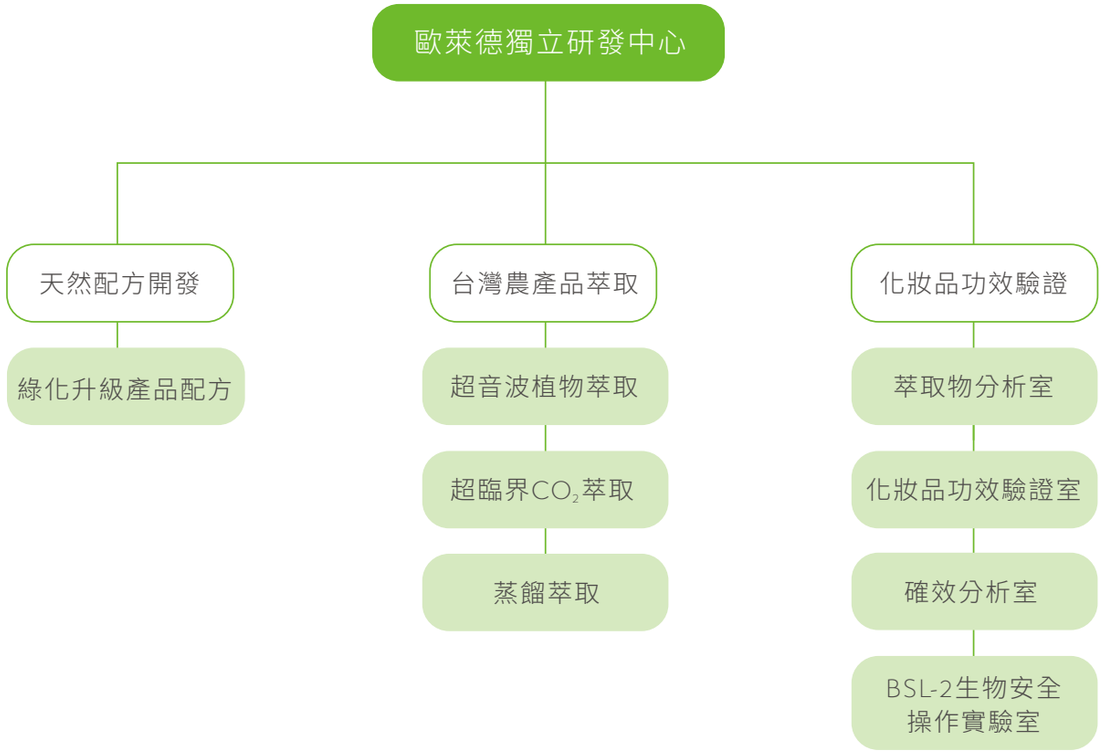
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.2.5 獨立研發實驗室

為深化產品研發，歐萊德積極投入研發實驗室的建置，並於 2015 年正式成為台灣少數擁有三座獨立研發實驗室的髮妝品公司。除專注於植物萃取技術，更深入研究在地農產品的有效成分，致力開發對人體友善、對環境友好的綠色永續產品。

三座實驗室分別為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，研發領域涵蓋永續原料萃取、綠色配方設計與產品功效驗證，建構完整的產品研發流程，致力於降低傳統化妝品對人體健康與環境所可能造成的衝擊。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



● 超臨界流體萃取機



● 活性成分分析



● 綠色配方研發

綠色採購

- 綠色原料
- 綠色物料

獨立研發實驗室

- 天然配方開發
- 台灣農產品萃取
- 化妝品功效驗證

潔淨生產

- 16 Free
- 綠色能源
- 綠色萃取
- 水資源回收

綠色認證

- 衛生、安全、環境、品質各類型國際認證共 10 項

● 從源頭開始減少環境衝擊

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（一） 天然配方開發實驗室

積極尋找並嘗試各種天然、有機、對環境低衝擊的原料，進行產品綠色配方的開發及升級，研發出更多對人類及環境友善的化妝品。

（二） 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副產物，使用環保節能的超音波植物萃取技術及超臨界低溫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。

a. 超音波植物萃取機

- 製程環保節能：

萃取處 理時間短、取代有機溶劑使用。

- 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。

- 萃取效果優異：

超音波穿透力強，可增強萃取效果。

- 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

- 安全性高：

無毒性、具有較高的生物安全性。

- 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。

- 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。

- 保留植物活性成分：

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。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



（三） 化妝品功效驗證實驗室

化妝品功效驗證實驗室包含化妝品功效驗證室、確效分析室、BSL-2 生物安全操作實驗室。主要進行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，並檢測綠色配方的安定性及配方的防腐效能。實驗室經 TAF 認證，於 2016 年 11 月成為全國首個通過 ISO 11930 項目的認證實驗室；並於 2019 年 1 月成為台灣業界首個通過三項皮膚功效試驗的認證實驗室。

a. 化妝品功效驗證室

以實證及使用者角度，搭配全臉肌膚老化分析儀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。以仿生皮試驗，替代動物試驗，依循歐盟 OECD 標準方法，進行產品的皮膚刺激性、皮膚腐蝕性、眼刺激性等安全性評估。

b. 確效分析室

具多重功能，主要功能有萃取物及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。

c. BSL-2 生物安全操作實驗室 (P2)

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。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。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.2.6 研發緣由及研發成果

（一）咖啡殼

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，安全有效的產品，不但讓消費者青睞，更是歐萊德屢獲國際獎項肯定的明星商品。此外，歐萊德研發綠色內料的同時，也間接提升了農民的經濟價值，成功將農業副產物轉換成綠色原料，近年來更因咖啡因產品的擴大研發以及需求量增加，進而增加農業附加價值，提升農民整體收入，歐萊德未來也將在落實環保的理念的同時，達到促進農業經濟的效益。

（二）枸杞根

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，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。

枸杞根的研究進一步開發為「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、美白，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消費者獲得最安全與健康的洗髮精。

（三）天然檜木粉

在原料選用上，歐萊德常選用剩餘的天然資材，將檜木粉細緻研磨來取代「塑膠柔珠」，塑膠柔珠雖然有良好的去角質功效，但產品經使用後就會變成「塑膠微粒」排入大自然，對環境造成負面影響，且相較於塑膠柔珠，天然檜木粉同時兼具吸附油脂及去除角質等產品功能性，更代表了歐萊德產品的永續價值。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



（四）歐萊德 100% 天然牙膏

口腔疾病是許多人的困擾，牙膏是口腔保養中非常重要的一環，但一般牙膏中的研磨劑，摩擦齒面除垢的同時卻可能傷害牙齦；高刺激性的界面活性劑，不利口腔傷口癒合。檢視牙膏百年的歷史，日用的牙膏成分上卻沒有太大改善。

歐萊德研究團隊堅持排除高風險物質，提供永續的全綠生活方案，歷經三年成功研發的源木牙膏，匯聚山毛櫸和雲杉兩種永續樹木纖維素，柔和去除染色汙垢；每支牙膏添入 30 億個優質綠藻細胞，與茴香、迷迭香、丁香、留蘭 4 種精油，並融合來自甘草、羅漢松、薄荷、無患子、油菜等多種植物精華，獨特的大地氣息及香草香氛，帶來唇齒間森林芬多精的奇妙體驗。

此外，我們秉持萬物皆可用的精神，採用永續樹木粉末的纖維素，取代一般牙膏常見之研磨劑，搭配食品等級成分、與天然精油，做到河流友善，讓消費者享受健康潔牙體驗同時兼顧環境永續。

源木牙膏更榮獲美國官方 USDA Biobased 天然永續認證，證實其中的 100% 天然來源成分，創新配方獲得台灣發明專利，更進一步取得法國巴黎全球永續美妝產品冠軍、日本 GOOD DESIGN 金獎等國際獎項的殊榮！

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（五）酒釀研究

2014 年，我們開始與台灣國家級研究單位中科院、弘光科大攜手深入研究高粱酒的副產品 - 高梁酒釀，不僅榮獲全球獨家 INCI 原料命名，2019 年更取得獨家發明專利。

歐萊德利用酒釀萃取，在 2020 年推出酒釀護手霜，2021 年進一步推出酒釀香蕉布面膜，成功打造一款不僅包裝袋可以回收再製、面膜布可以自然分解，甚至主要原料也使用農業副產物萃取而成。面對消費者對片狀面膜的需求增加，台灣一年使用量就高達億片以上，出口量更是驚人，光是一片面膜就會產生布膜、珍珠膜、複合式鋁袋等至少三種無法分解、回收的材料。

歐萊德攜手綠色夥伴開創新的循環經濟模式，希望透過此一創舉，帶動所有產業一同減少環境衝擊。此外，酒釀煥采面膜更一舉拿下台灣精品獎以及法國巴黎永續美妝產品大獎。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



（六）椰棗研究

歐萊德曾受沙烏地阿拉伯經銷商邀請演講，在因緣際會下，歐萊德於 2019 年開始與弘光科大進行椰棗的研究，椰棗果核雖為農業的副產品，但經研究團隊發現，其含有豐富的總多酚，擁有顯著的「抗老化能力」。歐萊德對椰棗萃取成果更於 2020 年發布於具高度影響力的國際期刊 <Antioxidant>，並完成國際化妝品原料名稱 INCI Name 登錄。

2022 年起，我們開發咖啡因麥拉寧養髮液，添加天然椰棗萃取，深入頭皮肌膚，高效抵禦老化因子，養髮同時回復秀髮年輕光采。此外，咖啡因麥拉寧養髮液經人體頭皮保健評估，使用後平均有 30-70% 產生良好效果，且整體滿意度高達 90% 以上，更獲得瑞士日內瓦發明銀牌獎、日本東京創新天才國際發明展金牌獎、法國巴黎全球永續美妝產品大獎等國際殊榮。

（七）辣木籽

辣木籽，素有「奇蹟樹之籽」之稱，因其富含高營養價值及多功能的活性成分，成為我們綠色原料開發的重要突破。這種天然成分具有優異的抗汙染能力，能有效抵禦環境中髒污微粒附著於皮膚，提供淨化潔淨的效果，同時加強皮膚的防護屏障。此外，辣木籽中富含胺基酸、維生素 A、C、E，這些成分不僅能滋養手部肌膚，還具有出色的鎖水功效，保持皮膚的水潤光滑。

歐萊德將這個天然原料應用於「辣木洗手慕絲」中，並於 2023 年獲得台灣精品獎銀質獎的肯定。

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（八）咖啡渣萃取

升級再造・綠色創新 —— 咖啡渣超音波萃取技術，打造永續高效活性成分，歐萊德以全球領先的天然咖啡因萃取技術，持續深化天然原料的科學應用。專注於提升農業副產物的再利用價值，透過專業的超音波萃取技術，從咖啡渣中高效萃取出具活性功能的咖啡因、咖啡油與多酚類化合物，展現卓越的研發能力與循環經濟實踐力。

咖啡渣作為回收資源，蘊含天然且具功能性的成分，對促進頭髮生長與肌膚抗氧修護表現出顯著功效。歐萊德攜手全家便利商店，建立咖啡渣回收鏈，將咖啡渣升級轉化為高效能綠色原料，應用於Bio永續美妝系列，實現「廢棄物即資源」的創新永續模式。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

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



3.3 回收再製是循環經濟的最後一哩路 - 包裝

3.3.1 綠色包裝設計

歐萊德在綠色包裝設計上，始終將產品的完整生命週期納入考量，積極研發以綠色有機原料取代石化塑料，並致力於包裝減量或採用綠色永續材料。「永續包材」涵蓋可回收、可再製與可生物分解等類型，為歐萊德產品的主要包裝來源。其中，可生物分解材料包括 FSC 認證紙盒與紙袋、竹蓋等；可回收再製材料則以各式瓶器為主。

簡化包裝不僅可減少廢棄物，亦能有效降低碳排放。因此，歐萊德在設計初期即依循 5R 原則——減量（Reduce）、重複使用（Reuse）、回收（Recycle）、維修（Repair）與拒絕過度包裝（Refuse）——從材質、形狀與結構等多面向出發，致力於達成「包裝減碳」目標。我們也透過官網與社群平台主動向消費者溝通包裝理念，盼能凝聚認同並推廣綠色思維。此外，針對其他包裝配件亦同步推動塑膠減量與材料替換，全面提升環保效益。各項具體成效將於本章節中詳細揭示。

自 2022 年起，歐萊德全面推動「去電鍍化」包裝。電鍍常見於化妝保養品的瓶身設計，僅為增添外觀奢華感，對產品功能無實質助益，卻在製程中產生含重金屬的強酸或強鹼廢水，甚至可能含有劇毒氰化物，若未妥善處理，將對水體與農田造成嚴重污染。歐萊德堅信，真正的綠色價值應以環境安全為本，亦呼籲更多品牌響應「去電鍍化」倡議，讓綠色設計回歸產品本質，共同為地球創造正向改變。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.3.2 再生瓶器開發

歐萊德攜手綠色供應鏈，將再生塑料透過分選、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，獲得廣大消費者的支持與響應，但我們仍持續自我提升，2018 年垂直整合大豐環保與集泉塑膠，針對構造相當複雜的壓頭進行研究，成功研發「全球第一支再生壓頭」，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。由於不需從石油提煉新塑膠，其減碳的效果相當卓越，但再生塑膠粒由於製作過程繁複，成本較新塑膠高出數倍以上，然而，考量到環境成本與企業的核心價值，我們不惜一舉導入全產品使用。自 2017 年開始，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，並於 2019 年全面完成再生壓頭的替換，因此近年來再生包裝達到的減碳、減塑成效大幅上升，2021 年更成功開發單一材質再生補充包，並獲得 Interzero（原 Interseroh）認證肯定，成為台灣第一個「可回收認證」的軟性包材。未來還會再持續開發更多回收再製包裝，幫助減少大自然資源的耗損，也使得末端回收資源有新的去處，讓環境衝擊降至最低。

- 2024年 ・開發PIR回收玻璃瓶器(環保電爐製造)
- 2023年 ・100%PCR按壓蓋取代PLA瓶蓋
- 2022年 ・全面實現產品噴頭的去電鍍化
- 2021年 ・開發單一材質再生補充包
- 2020年 ・與供應商開發單一材質再生包裝
- 2019年 ・洗沐產品全面改用再生壓頭
- 2018年 ・再生壓頭開發成功
- 2017年 ・洗沐產品全面改用再生瓶
- 2016年 ・與大豐環保成功開發100% PCR 再生瓶器
- 2014年 ・尋找回收再製合作廠商
- 2013年 ・以生物循環概念開發「瓶中樹」洗髮精

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

2024 年歐萊德再生包裝減碳統計

品名	年度採購總重量	再生塑料使用比例	再生包裝使用之減排量
HDPE 再生塑膠瓶	52,293 kg	100 %	105,109 kg CO_2e
LDPE 再生塑膠瓶	983 kg	100 %	1,671 kg CO_2e
PP 再生壓頭	13,261 kg	83.70 %	18,091 kg CO_2e
PET 再生塑膠瓶	4,889 kg	100 %	11,685 kg CO_2e
環保玻璃瓶器	56,213 kg	53.30 %	16,479 kg CO_2e
總計	127,639 kg	N/A	153,035 kg CO_2e
備註	再生塑料使用比例 = 使用回收塑料的物料總重／物料使用總重 × 100% 再生包裝使用之減排量 =（新塑料碳排放量 - 再生塑料碳排放量）× 瓶器總重 × 使用比例		

新料與再生料碳排放值比較表

種類	新料碳排放量 ($kgCO_2e/kg$)	再生料碳排放量 ($kgCO_2e/kg$)	再生料減碳比例
HDPE	2.21	0.20	91%
LDPE	3.15	1.45	54%
PP	1.95	0.32	84%
PET	2.74	0.35	87%
環保玻璃瓶器	1.15	0.60	47%
備註	資料來源：環保署（現環境部）公告「新塑料」與「再生塑料」的碳排放量。 再生塑料碳排放量數據皆四捨五入至小數點後第二位。		

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



3.2.3 孟宗竹永續設計

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壓頭或表面華麗但不易回收的電鍍塑膠蓋。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。

孟宗竹蓋除了兼具美善與時尚，比起傳統新生塑料製成的塑膠壓頭更能減少二氧化碳排放量。從 2012 年至 2024 年為止，歐萊德竹蓋累計的減碳成效已達 313,877 kg CO_2e，相當於為地球種植 28,534 棵 20 年生大樹。

歐萊德歷年使用竹蓋減碳成效表

年份	採購數量（個）	總重kg	減碳量kgCO_2e	相當於種植20年生大樹（棵）
2024	220,448	2,442	21,954	1,996
2012-2024	5,096,913	34,914	313,877	28,534
備註	·塑膠壓頭每公斤產生碳排量：11.52 kgCO_2e ·竹蓋每公斤產生碳排量：2.53 kgCO_2e ·國際森林經營碳匯效益評析報告一棵樹（20 年生）吸收碳排量約為11-18 kgCO_2e，保守採計最低固碳量11 kgCO_2e。			

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

3.3.4 100%PCR 按壓蓋

歐萊德致力提供零環境衝擊的永續包裝，考量洗沐產品使用情境所處的高濕環境與朝向單一材質設計原則。2023 年起，400mL 洗沐產品全新升級 PCR 按壓蓋，按壓蓋設計方便一手按壓開關，從瓶身到瓶蓋 100% 達成使用再生材料的永續包裝，比起相同重量的新生塑料蓋，碳排放量將進一步降低 84%。

歐萊德產品瓶蓋發展歷程

壓頭 → 翹翹板蓋 → 竹蓋 → 100% PCR按壓蓋



複合材質



金屬彈簧

LDPE吸管



PP外殼



玻璃球



單一PP材質





單一竹材
時尚工藝 永續設計





100% PCR材質
瓶蓋升級 輕量化更減碳



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



3.3.5 芬恩環保提袋

為減少塑膠袋的使用，歐萊德設計「芬恩環保提袋」以利消費者重複使用，減少不必要的浪費。

2024 年透過芬恩提袋的取代總計減少塑膠袋使用數量為 129,040 個，自 2013 年至今，已減少的塑膠袋數量達 2,459,274 個。

減少塑膠袋使用之減塑效益成果表

年份	減少塑膠袋數量（個）
2024	129,040
升級款2016-2024	1,861,434
初代2013-2015	468,800
總計	2,459,274

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



FSC 森林管理委員會標章

FSC 全名為森林管理委員會標章，擁有此標章的商品即表示紙張原料來自有規劃、監督、管制的栽培林，而非砍伐熱帶雨林，而且使用越多 FSC 認證的商品，栽培林就有更多樹木，也可以減緩熱帶雨林遭受濫伐的現況。

3.3.6 綠色資源循環

氣候變遷不只是環保議題，更是全人類後續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，整合「供應鏈回收系統」減少廢棄讓資源回收再利用，以身作則邀社會大眾一起用最綠的能量守護地球。歐萊德的產品包裝盒採用「FSC 森林管理委員會」認證之紙材製作，確保森林永續經營。

（一）廠區循環物流箱

廠區運輸使用再生塑膠製作的物流循環箱，產品生產後裝入可重複使用的循環物流箱，取代紙製包裝盒，每年約省下 53,884 個消耗包裝盒，年減碳量達 4,155kg。

（二）廠外物流紙箱

為了減少網購帶來產生一次性包裝浪費問題，歐萊德設計高達 45 種的箱型，符合消費者不同產品運送時的適用容積。

歐萊德物流紙箱不只使用 80% 以上的消費者回收紙再生製作，每公斤紙箱可省下高達 5.3 公斤碳排，還有減少膠帶使用量的貼心插扣設計。此外更搭配使用以植物澱粉為原料製成的紙膠帶，增加資源回收率，減少多餘包材廢棄物。

針對小件訂單出貨，採用紙泡信封袋取代小紙箱，每個紙泡信封袋相對於小紙箱可以減少 51% 的碳排，以每年使用約 10,000 個換算，年減碳量約 561kg。

（三）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，不但有助於減少廢棄讓資源回收再利用，更善盡企業社會責任及提昇競爭力。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，降低運送過程的碳排放量，瓶身回收後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。

歐萊德整合循環模式：

a. 空瓶外箱回收循環

b. 成品外箱回收循環

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

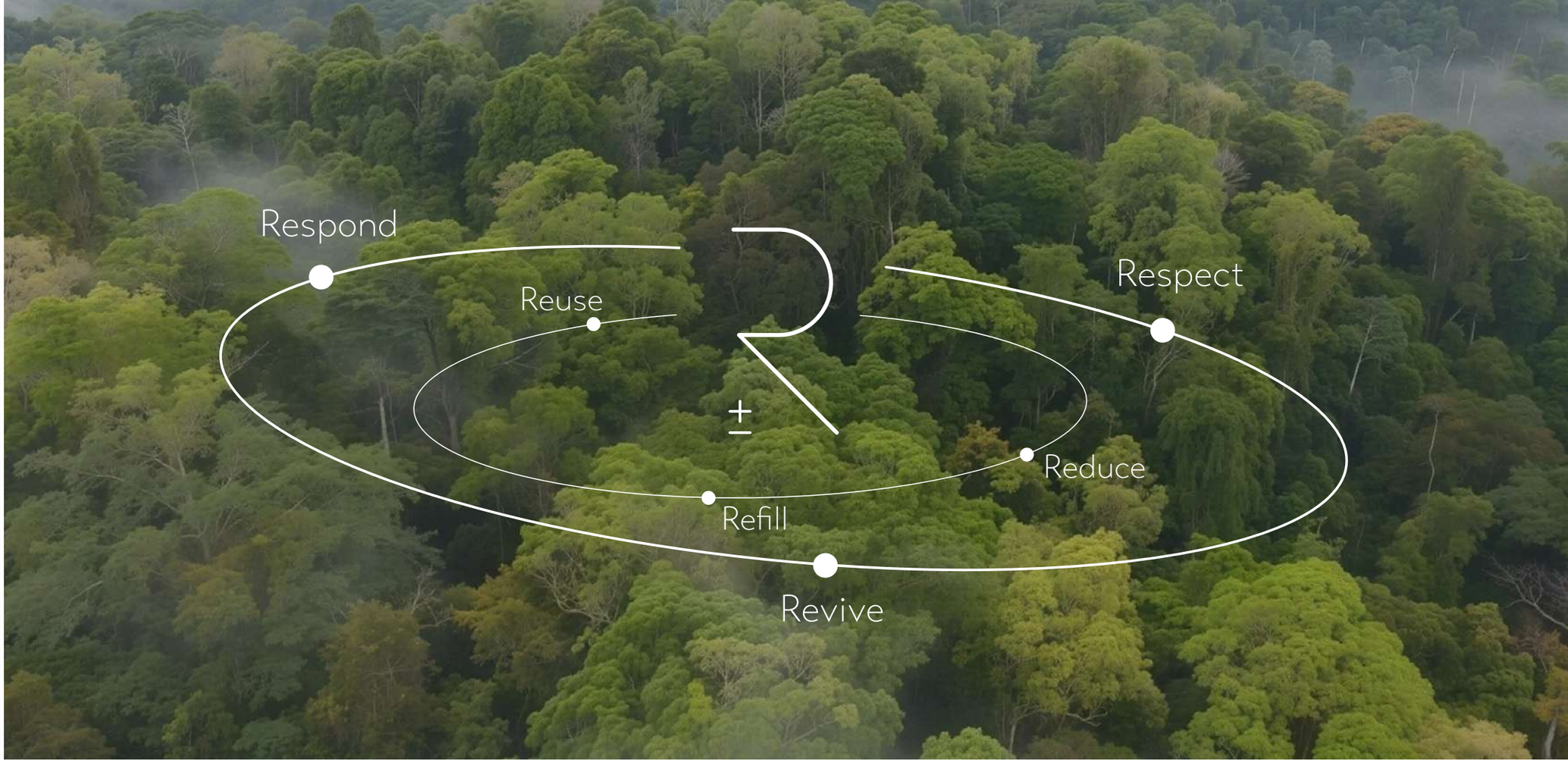
第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



（四）±R 計畫

2021 年，COVID-19 疫情導致一次性口罩、塑膠的使用量大量增加，溫室氣體與垃圾危害重創了我們的生態與動物。歐萊德從「檢視社會環境問題」為發想，不斷自我挑戰，用最嚴密的考量，減少對地球的衝擊，並在 ±R 計畫中實現了兩項不可能的任務，不僅「打破裸裝店無法合法營運的窘境」，也成功研發當初所有製造商都認為不可能製作的「單一材質可回收補充包」，同時，也藉此呼籲社會大眾對零碳議題的重視。

歐萊德為了疫後新生活啟發創新，「±R 計畫」從人與大自然環境的角度，以 Respond（回應）、Revive（復甦）、Respect（尊重）等 3R 作為核心，以 Reuse（重複使用）、Refill（重複充填）、Reduce（減少）作為產品製造基礎，串聯製造到消費的循環、提供時代所需、尊重萬物的綠色永續消費新選擇。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

a. 再度顛覆美妝業 可回收再生的單一材質補充包

考量到傳統市面販售的「補充包」、「面膜包裝袋」等包裝皆需要不同材質組合才能滿足「防潮性、耐酸鹼性、油性」等條件，然而，當其使用完畢後將會變成無法回收的垃圾，進而對環境造成傷害。因此，歐萊德聯合綠色供應鏈大廠大全彩藝，攜手完成補充包的環保之路，結合雙方的專業與經驗，從 ±R 計畫孕育出「可再生單一材質補充包 R-Pack」，成功量產出可進入回收系統的單一 PP 材質補充包。

±R 計畫另一個永續亮點是透過 100%PCR（Post Consumer Recycled）消費用品回收再製的「可重複充填瓶 R-Bottle」，在正常使用之下，R-Bottle 生命週期可達 5-10 年，重複充填累計百次以上。歐萊德與自然和諧共生的決心，為後疫情時代提供所需，即是 ±R 計畫的目的「增加對自然萬物的尊重、減少身體與環境的負擔」。



R-Pack
顛覆創新 全台首創
串聯綠色供應鏈的可回收包裝袋

顛覆市面常見一次性使用的複合材質，串聯綠色供應鏈，
與大全彩藝共同創新研發環保可再生單一 LDPE 材質包裝袋，
可進入回收系統再利用，打造嶄新循環模式

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

± R

引領下一個世代的全新永續設計

秉持歐萊德核心價值「綠色、永續、創新」，引進新穎「Refill 重複充填」技術，讓瓶器達到「Reuse 重複使用」，進而「Reduce 減少」產生新塑膠廢棄物。「+」與「-」的歸零與自然和諧共生。



b. 擬人機械手臂、迷你 GMP 廠填充 破除裸裝商店的安全疑慮

歐萊德使用拓志光機電自動化專業技術，將食品級充填運用於髮妝品，全程無塵、無汙染、全自動，100°C 蒸氣式高溫殺菌深度清潔，兼顧了法規與安全。歐萊德期望來店的顧客能藉此體會「綠色永續消費即生活」，並將尊重萬物的意識帶到各自的生活中。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

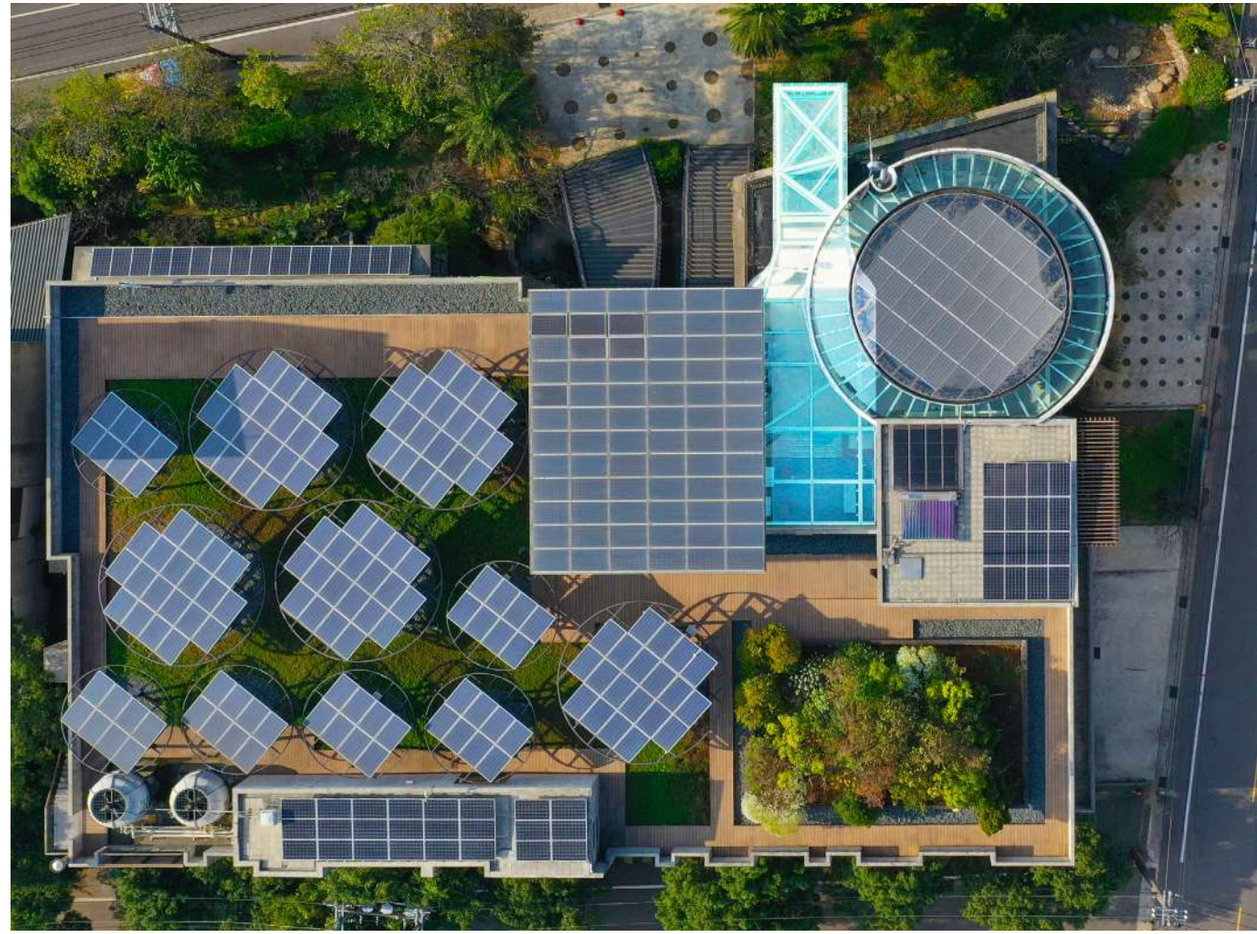
第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

3.4 綠建築 GMP 化妝品廠

2024 年綠建築總部概述		
工廠	歐萊德國際股份有限公司綠色化粧品廠	
坪數	約1,500坪	
總耗電量	431,731 kWh	
每坪年用電量	287.8 kWh	
特斯拉充電樁用電量	14,785 kWh	
年投產量	1,112,560 pcs	606.53噸
環境控制	管制區及潔淨室	
最大原料水淨度	8道淨水之超純水	
管理系統程序	ISO9001 ISO22716 GMP ISO50001 ISO45001 ISO14001 ISO17025 TIPS	



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

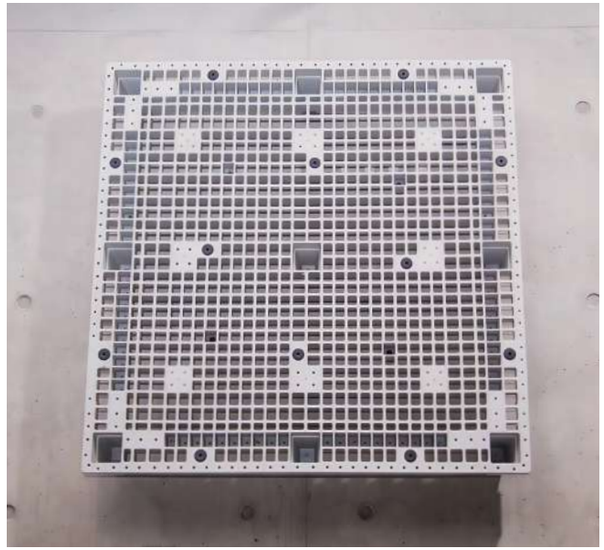
3.4.1 純淨－綠能製造中心

歐萊德綠能製造中心依原地形地貌建造，一樓 3/4 位於地層下，不受外在環境影響，將耗能降至最低，且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，達成潔淨空氣循環之餘，也顧及員工健康。

此外，因化妝品的保存十分不易，完全無防腐措施的化妝品大約 7 天就會腐壞，故防腐劑為保障品質不可或缺的一環，歐萊德為了維持產品高品質並保護消費者健康，生產區重重把關杜絕任何可能的污染，透過有效的防污設計，以最少量的保存劑達到產品防腐效果。
綠能製造中心擁有八大綠色設計，分別詳述如下：

（一） 環保棧板

歐萊德物流中心與綠能製造中心採用塑膠瓶蓋製成的環保棧板。平均一個棧板使用 7,300 個回收瓶蓋製作而成，提高塑膠瓶蓋的再利用性，減少在海邊漂流的可能性，降低海鳥誤食的機會進而保護海洋生態系。



（二） 二大區域

a. 管制區：以指紋辨識系統管制人員進出，並設有氣吹門防止外部灰塵進入以減少污染。
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。

（三） 三大節能設計

a. PCW 製程降溫節能系統：水槽建置地下化，減少外氣溫度干擾，減少冰水機系統運作時數，降低製程能耗，以達節能減碳效果。
b. 外氣熱交換節能設置：透過控制進氣風門，減少熱氣吸入，以減少空調負荷，達成節能減碳效果。
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°C迅速降溫至 25°C，除了節能功效之外，快速降溫亦能讓產品粒子更細，讓產品更好被肌膚吸收。

(四) 四種除菌方式

以四種嚴密且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。除菌方式分別為紫外線殺菌、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）。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

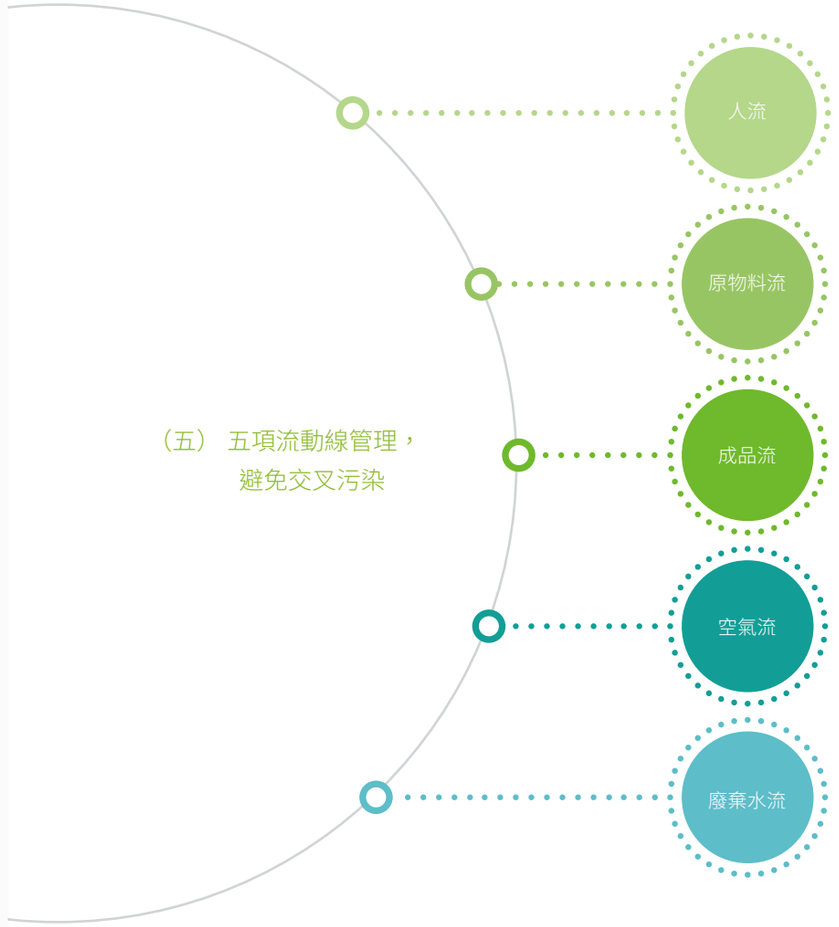
第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



a. 人流：進入潔淨室須穿著無塵衣，並經設有互鎖裝置的吹塵室徹底除塵後才能進入。

b. 原物料流：備料人員依照產品結構表準備好原料，放到緩衝區中間通道後通知乳化工程師領料，乳化工程師在秤重室確認原料重量和品項無誤後，再將原料運到乳化調配室準備生產。

c. 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。

d. 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。

e. 廢棄水流：乳化調配室的設備操控採人機介面，工程師點選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°C蒸氣高溫洗淨，可以同時清洗管線。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

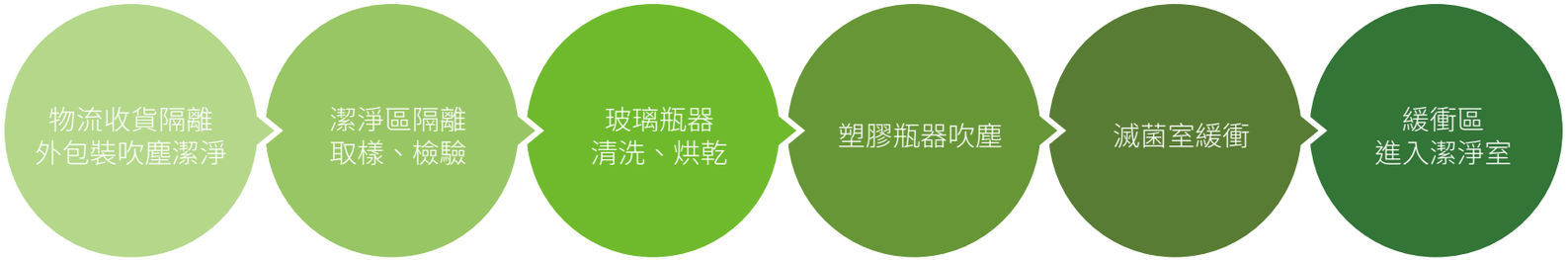
第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

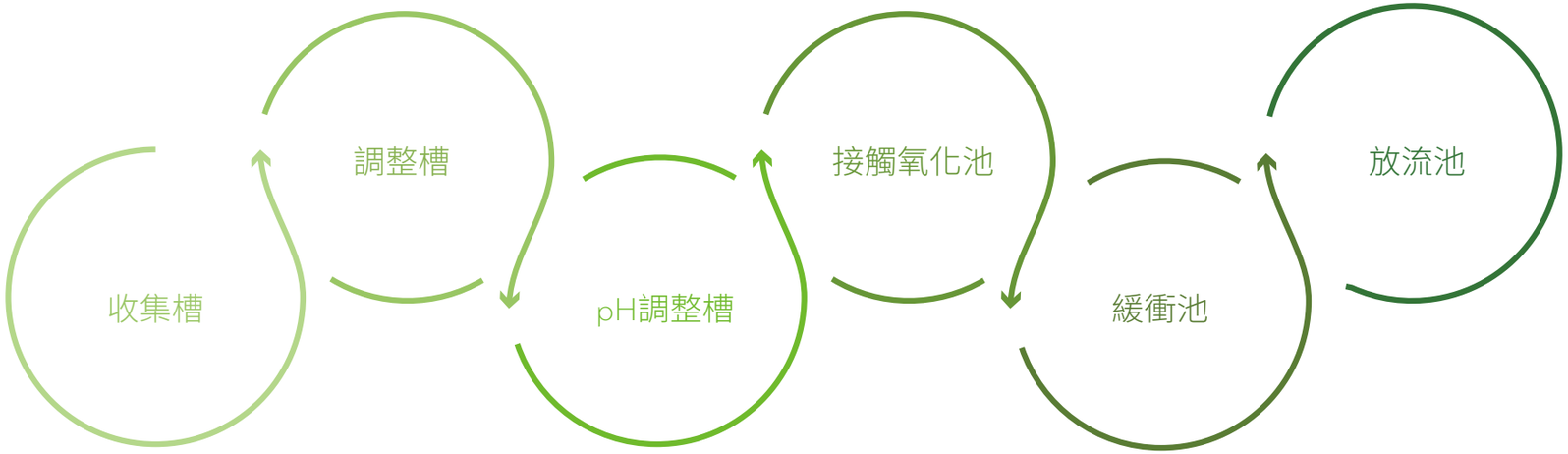
© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（六） 六道潔淨緩衝處理



（七） 六座製造後廢水處理水池槽

歐萊德對管末廢水處理設施，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。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

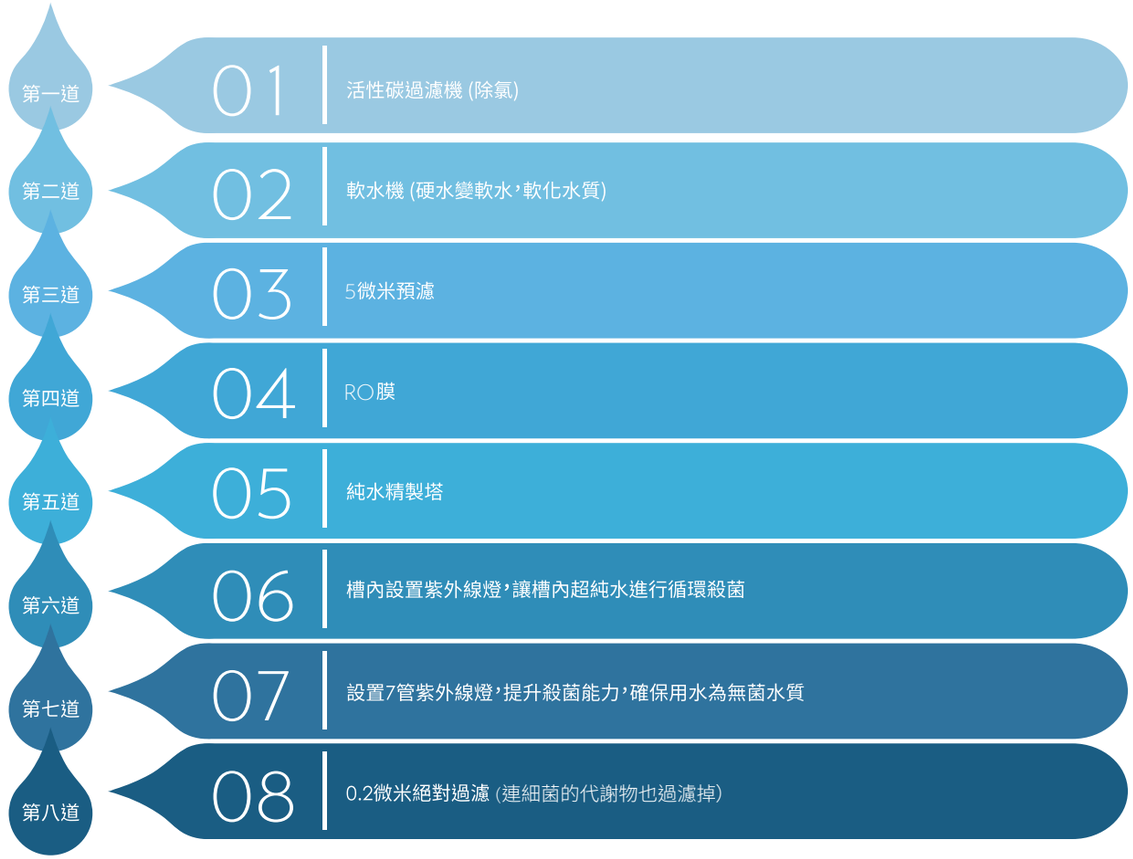
© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



（八） 八道程序製成超純水

歐萊德產品使用八道程序過濾殺菌的超純水進行製造，水質越純淨也越能減少產製過程所需添加的防腐劑量，降低對環境的衝擊的同時也顧及消費者的健康。

輸水管線經由紫外線、臭氧系統進行滅菌處理。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。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

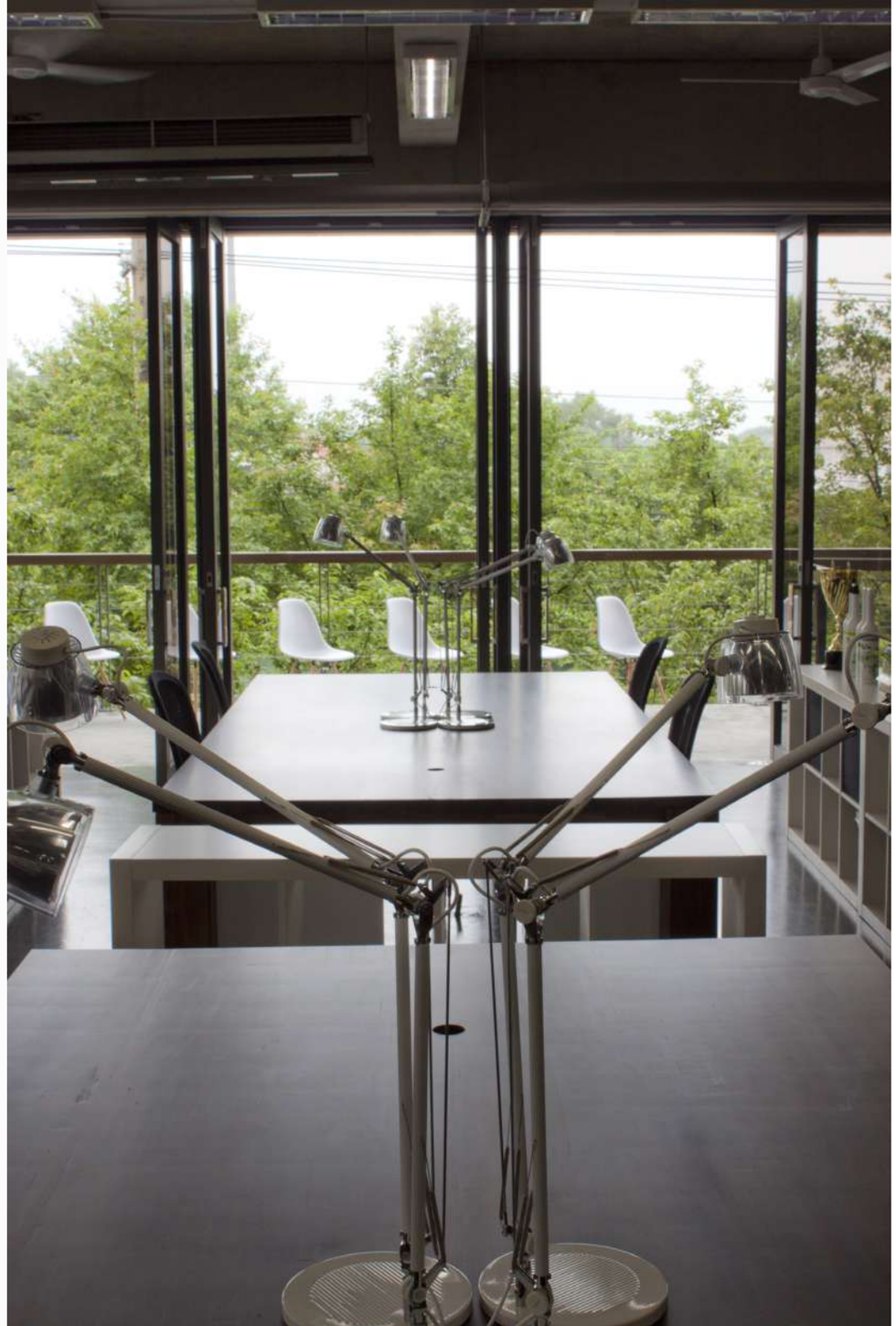
第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



3.4.2 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設計之初，便考量到「友善環境」的重要性，歐萊德秉持著一份對環境的尊重規劃低碳辦公室的設計，也希望能將這份對環境的心意帶給員工及所有來訪的貴賓。

(一) 低碳辦公室

歐萊德致力於打造低碳、健康的辦公環境，提供員工舒適又兼具環保效益的工作空間。整體辦公區採寬敞開放設計與良好採光，並搭配全熱交換系統，持續引入室外新鮮空氣、促進空氣流通，全面實踐綠色建築理念。

各項低碳設計與管理措施如下：

a. 開放式辦公環境：開放空間可促進自然空氣對流，即使夏季高溫，亦能降低體感溫度，有效減少空調使用需求。2024 年全年空調實際使用時數僅 278 小時，顯示高效節能成果。

b. 全區 LED 照明：全廠區全面採用 LED 節能燈具，依據耗電功率與燈具數量推估，全年節省電力達 8,258 kWh，大幅降低照明耗能。

c. 全熱交換系統與智慧型 CO°C偵測器：辦公區天花板設有全熱交換系統與智慧型二氧化碳偵測器，當室內 CO°C濃度超過 800ppm 時，系統自動啟動，引入戶外新鮮空氣，不僅維護員工健康，亦可減少空調負荷、節約能源。

d. 分區節電管理系統：每張辦公桌皆配備獨立總電源開關，最後離開的員工需關閉總電源，有效避免設備待機耗電，落實節能行為。

e. 陽台伸出簷設計：辦公區陽台設有伸出簷，可有效遮擋陽光直射、減少外牆吸熱時間，間接降低室內溫度與空調需求，提升整體建築節能效益。

f. 相思木塊組合辦公桌：採用高吸碳力的台灣原生相思木，透過接榫工法組合，無須鐵釘，打造具美感與永續意識的辦公桌。打破傳統屏風格局，提升空間美學與使用體驗。

g. 台灣環保標章影印用紙：全面採用具環保標章的影印用紙，減少森林資源耗用；同時鼓勵員工以單面回收紙列印非正式文件，落實紙張再利用。

h. 文宣與衛生紙選用 FSC 認證紙張：採用合法採伐與負責任管理的 FSC（森林管理委員會）認證之紙漿製品，確保紙張來源來自合法採伐與負責任管理的森林，不僅保護熱帶雨林與原始林地，也維護森林生態與生物多樣性。使用高品質永續林木紙漿較回收紙更具環保效益。

i. 環保抹布：選用由 600ml 寶特瓶回收再製的環保抹布，取代石化纖維抹布。每條抹布可減少 25.2 克二氧化碳排放、節省 88.6 毫升用水與 0.52 毫升石油使用量，具體展現循環經濟成果。

j. 環保材質布製品：員工制服、桌巾與窗簾皆選用由回收寶特瓶製成的再生布料，不僅減少碳足跡，也讓環保意識自然融入日常，進一步強化同仁的綠色認同與永續意識。

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（二） 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。

Earth 會議室裡有一套獨立的全熱交換系統以及智慧型二氧化碳偵測器，自動偵測室內二氧化碳濃度，當二氧化碳濃度超過標準時便會開啟全熱交換系統，自外送進新鮮空氣。

（三） 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經仔細計算，由於整棟大樓共需 40 個水龍頭，若全部採用傳統的手動水龍頭，將會耗費大量的水資源。

且感應式水龍頭因 24 小時皆需運作，隨時皆處於耗電狀態，每個感應器的耗電量約為 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 × 5 瓦 × 24 小時 × 365 天）。但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。因此，歐萊德使用腳踩系統控制出水。設置成本幾乎和感應器相同，但腳踩式系統不需要任何電力，一年可節省約 170 萬瓦電力 (5 瓦 ×40 個 ×24 小時 ×365 天 ＝ 1,752kWh)，且省水率更達 65.5%。

節能比較表		
裝置成本	感應式水龍頭	腳踏式水龍頭
每個水龍頭耗電量	5Wh/小時	0
40個水龍頭年度耗電量	1,752kWh/年	0
備註	註：1kWh=1 度電=3,600 千焦耳	



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

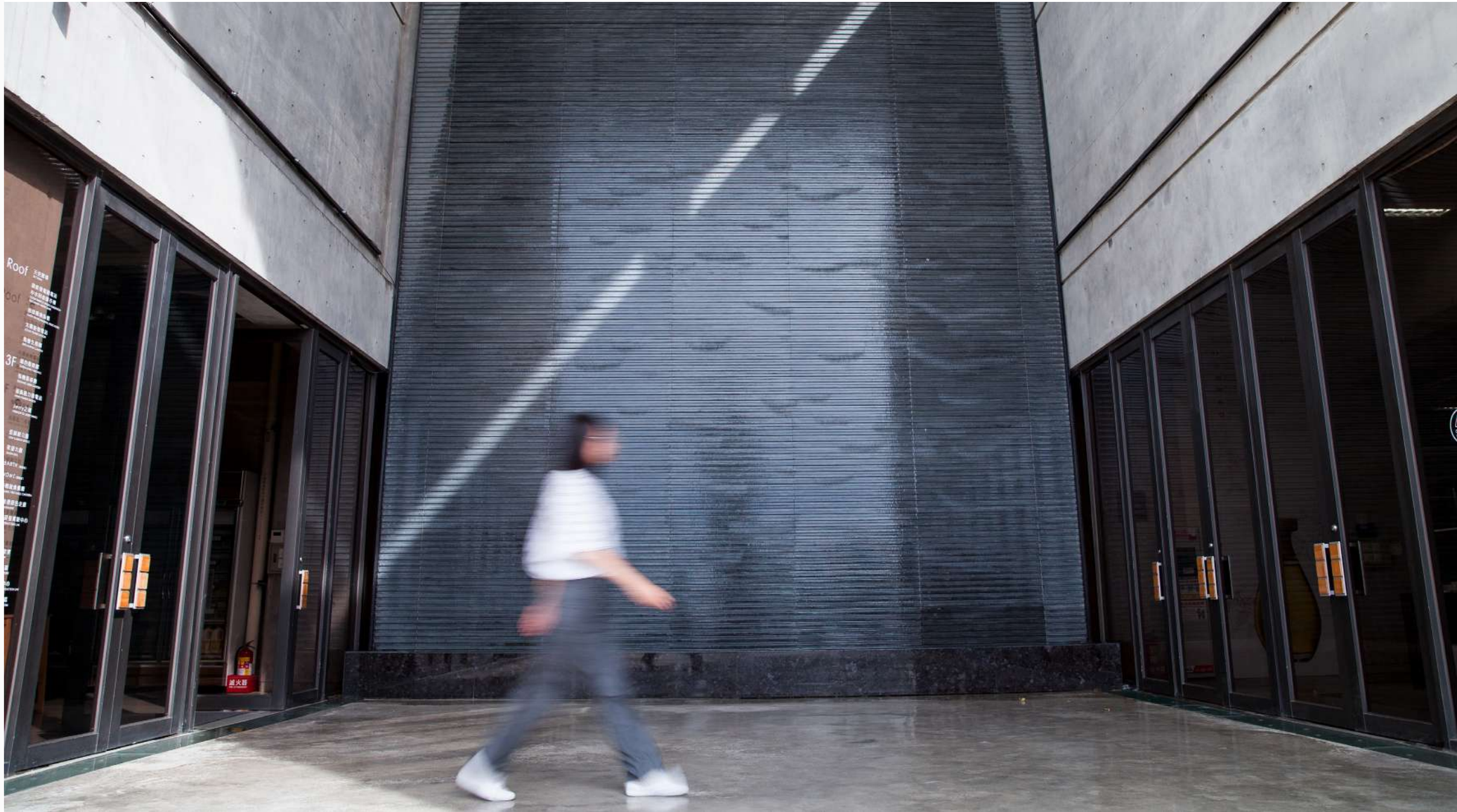
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（四） 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、獨特設計創造「浮力通風」效應，維持大廳涼爽通風。

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，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辦公室內。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.4.3 節約－能效及環境管理

(1) 日常節能指標（空調減量）

歐萊德依據節氣變化，靈活啟動不同噸數冰水機，調整空調負載，以達到高效率、低耗能的室內溫控策略。辦公室空調設定為室外氣溫達 32°C、室內溫度達 28°C 時即啟動，有效運用空調設備、降低能耗。2024 年氣象局龍潭測站記錄高溫超過 28°C 的日數達 161 天，然而歐萊德總部實際啟動空調僅 58 天，總開啟時數為 279 小時，相較一般辦公室換算共減少 594 小時開啟空調時數，這歸功於綠建築設計的被動降溫機制，展現空間調溫與能源管理的協同效益。

月份	超過28度天數	龍潭氣象測站高溫超過28度工作天	一般辦公室開啟冷氣時數（一日8h計）	歐萊德辦公室冷氣開起天數	歐萊德冷氣開啟時數
1 月	0	0	0	0	0
2 月	1	1	8	0	0
3 月	6	3	24	0	0
4 月	13	10	80	0	0
5 月	13	6	48	0	0
6 月	24	14	112	12	56
7 月	29	23	184	18	91
8 月	31	22	176	16	76
9 月	28	20	160	11	51
10 月	15	9	72	1	5
11 月	1	1	8	0	0
12 月	0	0	0	0	0
	161天	109天	872小時	58天	279小時

(2) 室內健康與環境指標

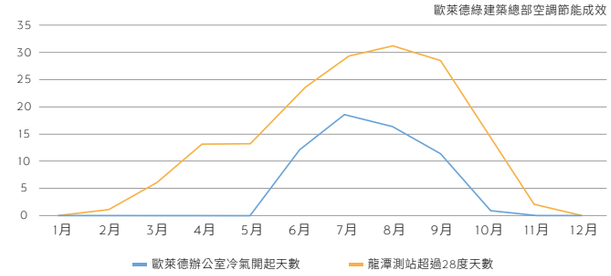
a. 玻璃落地窗：辦公區三面皆以大片玻璃落地窗打造而成，其中約一半的落地窗可以打開，湧進大量自然光，同時也帶來戶外的涼爽微風，使室內更加舒適。

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。

(3) 污水與垃圾改善指標

a. 事業廢棄物委由合格業者清運進行焚化處理：歐萊德所有事業廢棄物皆委由合格業者進行事業廢棄物合法清運與焚化處理，亦自 2016 年起導入 ISO 11930 防腐效能測試，透過配方優化降低防腐劑使用量，以減少化學物質於廢水中之潛在排放，進而減輕環境衝擊。

b. 生活垃圾集中場專用空間與密閉式垃圾分類箱：分類箱利用不同顏色及清楚標示，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，並由合格業者清運垃圾及清洗垃圾集中場。此外，更設計採用雨水與汙水分流系統，避免交叉感染，確保環境整潔與安全。



綠建築總部辦公室空調節電量		
	60 噸冰水機 (10-5月)	80 噸冰水機 (6-9月)
減少開啟時數	235 (小時)	358 (小時)
節電綜效	10246 kWh 43.6 × 224 (小時)= 10246 kWh	20119.6 kWh 52.6 × 358 (小時)= 20119 kWh
2024 全年度綠建築總部空調節電量共節約 30365.6kW		
備註	1 kWh = 一度電 = 3,600 kJ(千焦耳) 歐萊德 10-5 月起度啟動 60 噸冰水主機，額定輸入電率為 43.6(kW)、6-9 月啟動 80 噸冰水主機，額定輸入電率為 56.2kw。 氣象局測站 https://codis.cwa.gov.tw/	

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.4.4 綠境－自然生態綠園區

根據內政部建築研究所的定義，綠建築意指「以人類的健康舒適為基礎，追求與地球環境共生共榮，及人類生活環境永續發展的建築設計。」

歐萊德綠建築仿傚自然野地，致力留住豐富的植物生態與多樣性，以「不佔據」、「不佔滿」的理念打造歐萊德綠建築總部，建物四周零圍牆，將「還地於自然」的綠色美學融入其中，不止創造優美環境，更讓綠色概念融入使用者生活，找回人與大自然的平衡，重新學會與自然和諧共存，讓自然環境走進生活。

這些綠色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，其中有三項指標優於 EEWH 標準值。

EEWH 綠化指標

項目	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 0.24	設計之保水量為 2.48	設計值為基準值的 10.3 倍
水資源指標	2.0	4.0	為基準值 2 倍



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（一） 綠化量指標

a. 植樹量大：綠建築總部植物分佈既多且廣，以計劃性種植讓綠樹富層次及美感，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、薜荔等蔓藤類 100 棵。這些樹種不僅都是原生誘鳥樹種，高低錯落的樹種分佈也充份體現了生態複層的概念，對生態多樣性的維護功不可沒。

b. 植被多達 10,000 棵：主要植被以蔓花生為主。蔓花生一年四季長青，不易孳生雜草與病蟲害，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。這類植物還能幫助土壤保留氮，根系結構更有助於增加土壤中的有機碳含量，提升土壤的碳儲存能力。

c. 綠色走廊：直立式植物牆面積 47.5 m^2，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清新空氣以及大片舒服自然的綠意，是最天然的空氣清新機，除此之外，更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），為前來參訪的美髮設計師提供了一個深具啟發的環境改造參考指標。植物配合雨水及中水自動澆灌，每日二次，一次約二分鐘。走廊內另有三台螢幕，播放氣候議題相關影片及永續知識，讓訪客對永續有全面性概念。





O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

d. 天空農場：

天空農場位於總部頂樓，屋頂樓面以鵝卵石覆土取代原本的混凝土、植物的澆灌利用雨水收集系統，將自然灌溉發揮最大效益，除此之外，最大亮點是鳥棲園，園內的植物早在總部建築落成之前便已在此生長，為了保護這些植物，歐萊德在總部建造工程期間，將基地上的植物暫時移往他處，待完工後向荒野協會諮詢，讓這些植物「住」回他們原來的家。由於這些原有生態保留了總部周遭原生鳥類的棲息環境，園區因此命名為「鳥棲園」。目前園內的植物四季枝繁葉茂，計有毛苦蔘、海桐、白水木、春不老等 11 種植物，在綠建築總部的屋頂重現龍潭的多樣性植物景觀。

e. 有機香草園：

有機香草園主要種植可供茶水沖泡的香草植物，其中以芳香萬壽菊為主，2024 年增加在地仙草種植，進一步豐富園內的植物多樣性。



（二） 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，可降低公共排洪的負擔，也可以維持土壤生態系統。歐萊德綠建築總部的基地面積為 2,788 m^2，可保水部分為 1,383 m^2，達 49.6 %。包含綠地、生態水池、雨水回收池、屋頂花園等，此外，排水系統能讓地表水暫時保留，並滲入地面，而不是被直接導入排水管，且可滲透鋪面包括陰溝、水渠與河流等系統整合，有利於排水與保水，使得保水效率超越標準值達 10.3 倍。

（三） 水資源指標

a. 廁所的便器、洗手台、淋浴等設施皆採用符合省水標章之器具。

b. 三樓屋頂之集水收集面達 1,123m^2 ，將落在建築物上面的雨水全面回收再利用。

c. 創新使用三大水資源回收再利用系統，其中包括三個部份：

- 雨水回收利用：以屋頂管線收集雨水，運用於噴灌系統、景觀瀑布，可有效降低建築物溫度外，亦可供環境生態池種植水生植物及養殖魚群使用。
- 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，可再利用於民生洗滌、衛浴用水、澆灌植物、景觀瀑布。
- 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形成生態池，池中種植水生植物吸引小雨蛙、拉都希氏赤蛙、貢德氏赤蛙等蛙類棲息，創造生態自然生態圈。

（四） 二氧化碳減量指標

主要用於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要素，主要分為二項：結構輕量化及結構設計合理化。歐萊德綠建築總部碳排放值 CCO_2=0.82，是優於 EEWH 綠建築標準之項目，未來也將持續精進與改善。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

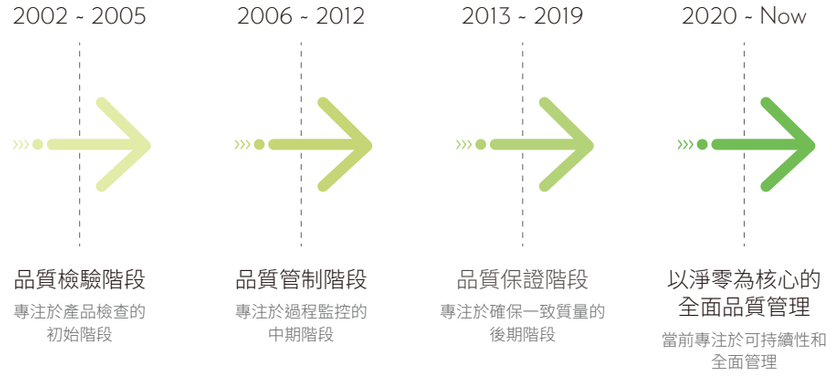
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.4.5 品質－綠色管理政策

歐萊德將「全面品質管理」（TQM）融入綠色永續的治理體系中，結合標準化流程、科學管理工具與持續改善機制，確保產品品質符合國際標準，並持續超越顧客期待。品質對我們而言，不僅是產品性能的保障，更是實踐永續經營的基礎。作為一家具備製造能力且規模精實的品牌企業，歐萊德持續以全球標準自我要求，從產品配方、製程管理到供應鏈協作，全面落實品質與永續並行的綠色策略。我們依循 ISO 9001、ISO 14001、ISO 22716 等國際標準，建立涵蓋研發、生產、回饋與供應鏈的品質管理體系。透過不斷回應市場與環境的雙重需求，我們強化內部品質文化，落實全員參與，打造兼顧環境責任與產業競爭力的綠色品質架構，持續鞏固在全球市場的領先地位。

綠色管理政策
(一)ISO 9001 品質管理系統：
自然、純淨、環保。品質是我們的生命、品牌是我們的靈魂。
(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:
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
創新研發，落實智慧財產權保護與遏止侵權行為。建立迴避機制，避免智財爭議。持續強化組織智權觀念與能力，鼓勵全員共同參與。
(五)ISO14001 環境管理系統
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
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
準確、誠信、品質。



更多第三方認證標準	
ISO 14068-1 碳中和	經濟部綠色工廠認證
ISO 14064-1 溫室氣體盤查	內政部綠建築標章證書
ISO 14067 產品碳足跡	鑽石級綠建築碳足跡認證
ISO 11930 防腐劑效能測試	台灣EEWH綠建築黃金級認證
ISO 14046 水足跡查證	搖籃到搖籃Cradle to Cradle認證
PAS 2050 產品碳足跡認證	經濟部清潔生產評估系統合格證書
PAS 2060 產品碳中和認證	環境部產品碳標籤

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.5 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降低對環境造成衝擊，全方位落實企業環保責任，為保護地球環境盡一份心力。

綠化改造行動包含：

- 以「綠色有機原物料」取代石化來源材料
- 以「回收再製包裝」取代新生塑料或一次性包裝
- 使用「綠色能源」進行潔淨生產
- 分享「綠色轉型經驗」幫助供應商進行升級與變革
- 建構「綠色資源循環系統」
- 採用環保電爐玻璃，以「電力製程」取代傳統燃油，並使用回收玻璃做為原料

由於深切感受到地球暖化的速度加劇，企業綠化的步伐刻不容緩。在完成企業自身的綠化規劃後，歐萊德進一步研究如何將綠色影響力擴大和傳播。我們不僅自行制定更為嚴格的綠色採購標準，還邀請供應商共同加入綠色產業的行列，攜手打造與大地和諧共存的綠色供應鏈。此外，我們更邀請供應商簽署「供應商企業社會責任行為準則承諾書」，共同向消費者保證我們將全力履行社會責任。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



3.5.1 綠色採購

我們以嚴謹的標準定義綠色原料，將天然有機認證原料或天然來源比例大於 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，在綠色原料的採購比例，相較於 2023 年的 61.18%，2024 年微幅增長至 61.21% ！

在物料方面，歐萊德持續與供應商合作，成功開發多項 MIT 環保瓶器，並確保綠色物料佔總物料採購量的比例維持在 45% 以上，且逐年提升。2016 年，我們開發了「100% 再生瓶器」和「再生壓頭」包裝，自 2019 年起，已全面將洗沐產品改用 100% 再生瓶器，進一步提升「回收再製物料」的採購比例。

2024 年，產品瓶器進行新材質與設計的開發，綠色物料的採購比例相較於 2023 年的 89.40%，2024 年增加至 92.72%。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

歐萊德透過綠色採購，優先選擇具有環境友好特性的產品，並考慮整個產品供應鏈，包括原材料採購、生產過程、運輸方式等，以確保供應鏈的可持續性和環境效益，同時，也關注產品的社會影響，例如人權、勞工權益、公平貿易等，選擇符合社會責任標準的供應商。此外，歐萊德也針對供應鏈建立有效的監測和評估機制，追蹤產品的環境效益和供應商的符合度。

從「100% 生物可分解瓶中樹」到「100% 再生瓶」，以及「全球第一支再生壓頭」，歐萊德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鏈逐站審視，致力於購買具有較低環境衝擊和較高永續性的產品和服務，不僅有助於減少產品的環境碳足跡，還能推動供應鏈的永續發展，以滿足消費者對可持續產品的需求，並為實現全球永續發展目標做出貢獻。

歐萊德綠色採購統計表

	原料			物料				
年份	原料總採購量(元)	綠色原料採購量(元)	綠色原料採購比例(%)	物料總採購量(元)	綠色物料總採購量(元)			綠色物料採購比例(%)
					可分解物料	可回收物料	回收再製物料	
2022 年	76,144,865	46,017,980	60.43%	51,439,013	7,783,232	25,243,370	14,916,184	93.20%
2023 年	51,248,549	31,355,865	61.18%	40,870,089	7,906,066	16,954,757	11,676,664	89.40%
2024年	65,175,628	39,891,182	61.21%	45,693,180	5,788,916	22,582,100	13,994,037	92.72%
備註	註： ·原料為產品內料，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。 ·綠色原料的天然成份：天然原料須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%。 ·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)；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、PCR再生材料製品)。							

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

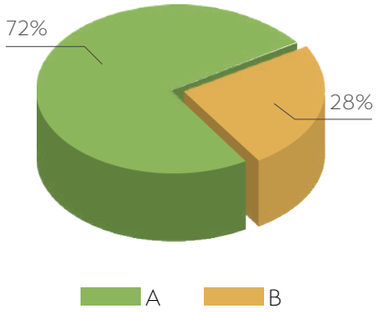
© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

3.5.2 供應商管理

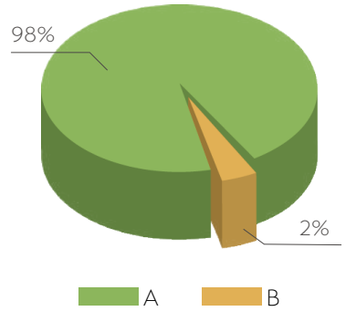
要做出綠色環保產品，供應商的配合是相當重要環節，因為有歐萊德的堅持，在加上供應商的努力，才能造就全世界最綠的髮妝品。為了與供應商共同一起綠化，歐萊德制訂供應商管理作業程序，針對初次合作廠商提出「供應商評鑑表」，對於有環境保護、合乎勞動法規、社會參與等 CSR 作為的供應商優先納入考量，經開發單位、品保單位、採購單位共同評定是否符合公司要求為合格供應商，於每年度實施一次定期評核，評核內容包含品質、交期、價格、服務等以有效掌握維護供應商品質，若評定為不符合公司要求，則納入不合格供應商並停止採購。

供應商評鑑方式

資格評鑑	已取得第三方認證之供應商，得勾選此項、加註認證項目，並向供應商索取相關憑證存檔。
樣品評鑑	原物料經開發單位認可，應保存原物料認可相關紀錄以為憑證。
現場調查	由開發單位召集品保、採購及其他相關人員致供應商製造廠址進行現場調查，確保其製造能力及管理能力足以供應適切的品質。
歷史評鑑	供應商為業界楷模或標竿，為眾所公認之優良供應商，可免予評鑑。



● 2024 年物料供應商年度評核結果



● 2024 年原料供應商年度評核結果

級別	管理措施
A	評為優良供應商；新品開發時將列入優先採購對象。
B	評為合格供應商。
C	評為待改善供應商，並暫停採購，且要求供應商提出具體改善對策。
D	評為不合格供應商，即停止採購。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

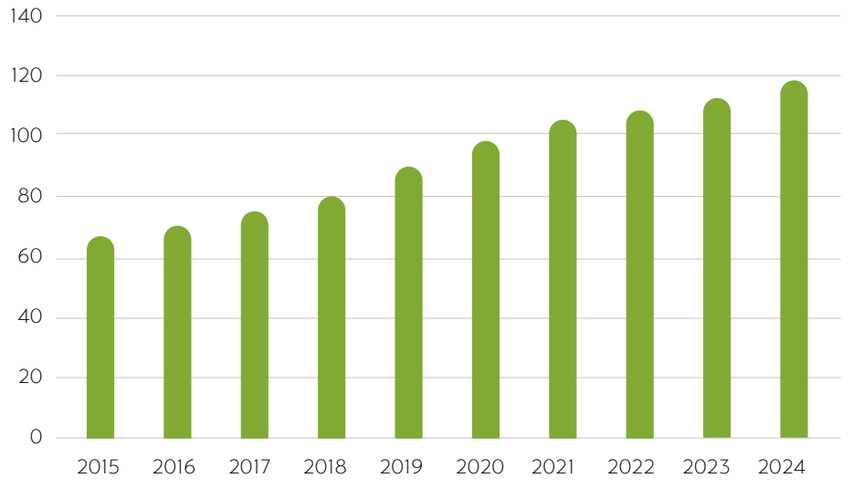
第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

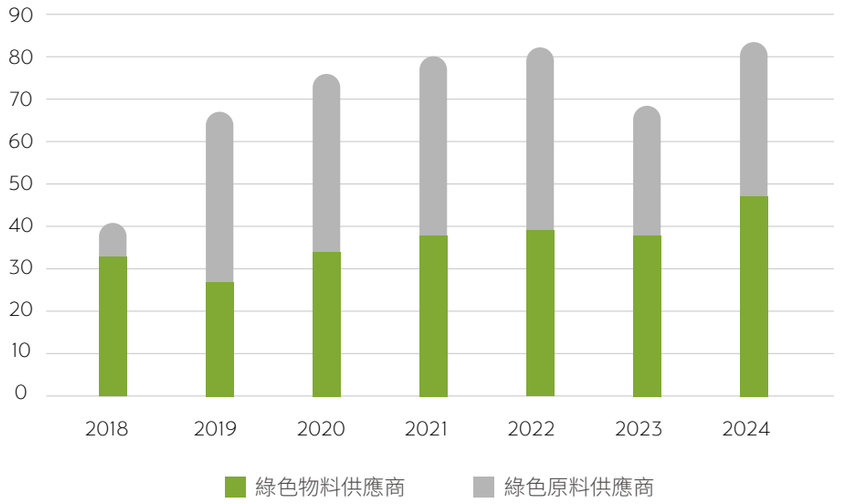
附錄

2014 年起，歐萊德開始制定「供應商企業社會責任行為準則承諾書」，持續將「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。邀請供應商共同遵守禁用童工、工作時間與合理待遇、不歧視、職業安全、公共衛生、廢水廢棄物處理、有害物質控管、節省能資源、公平之商業活動、承諾廉潔經營、資訊揭露等規範，承諾書之內容還涵蓋人權、職業安全、公共安全、反貪腐、節能減碳等議題，藉由與各供應商和合作夥伴簽署承諾書來共同落實企業的社會責任，一同對消費者及社會大眾許下永續的承諾。

自 2015 年後，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 2024 年止，已與 119 家原物料廠商簽屬承諾書。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 84.23%，其中，綠色原料廠商比例達 74.47%，綠色物料廠商更高達 94%，未來我們除了持續與供應商共同致力於此行為準則，也將繼續提升綠色供應商佔比。



供應商簽署企業社會責任承諾書數量統計表



綠色供應商數統計表

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

3.5.3 在地原物料採購

為了支持台灣本地農業經濟發展、提升地方產業競爭力，並降低運輸成本和溫室氣體排放量，歐萊德與當地的供應商建立合作關係，優先選擇本地產品和服務，強調對區域經濟的支持，以促進社會公平性和社會責任。此外，我們仍不斷地致力於自行開發台灣在地綠色原物料，建立更短的供應鏈，不僅節省能源與減少運輸成本，同時也減少長途運輸帶來的溫室氣體排放，降低對環境的衝擊。一方面積極尋找國內符合標準之原料，購置高階植物萃取儀器，從咖啡渣、咖啡殼、鳳梨皮、枸杞根、酒釀等未被發現有效成分的農產品，萃取內含活性物質；另一方面致力申請通過美國官方 USDA Biobased 天然永續認證，除了讓產品更好，更能協助農業發展，並為大量的農業廢棄物尋找新的可能。我們也持續努力，希望未來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 COSMOS、ECOCERT、USDA Biobased 天然永續認證）、FSC 認證紙材等，以確保產品的品質。

歐萊德原物料在地採購比例

年份	在地採購金額		總採購金額	總在地採購比例
	原料	物料		
2022 年	1,588,150	41,989,270	127,583,87	34.16%
2023 年	2,227,200	29,081,036	31,308,236	33.99%
2024 年	2,359,794	37,656,836	39,016,630	35.19%

備註：在地採購之定義為原廠在台灣之原物料商

單位：新台幣（元）

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

04 第四章 環境永續

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

4.1 氣候風險與治理

GRI 201-2

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。為了讓企業永續經營，歐萊德執行評估氣候變遷風險鑑別與評估，規劃調適方法並進一步採取氣候行動，使企業能夠適應氣候變遷帶來的影響以持續生存。雖然歐萊德並非碳排放量大的企業，且國內相關氣候法規與標準也未將美妝業納入受規範的產業，但氣候變遷仍對我們的營運造成一定影響，且氣候變遷已不再是遙遠的威脅，而是影響我們未來營運發展一項不爭的事實。因此，我們致力減少運營中的浪費、將能源消耗降至最低，減少碳足跡，並持續在整個價值鏈中推廣可持續性的實踐。此外，我們更透過綠色產品和營銷活動，積極提升客戶和合作夥伴對氣候行動的重視。

治理

董事會：董事長作為主席，為氣候議題最高治理單位。

綠色永續暨風險管理委員：以董事長、總經理和永續長作為共同召集人，旨在維持與強化企業的永續發展，提升企業在環境氣候議題的行動力與創新性，進而發揮企業的綠色永續價值。

永續圈：以永續發展中心領導，旨在強化企業減碳行動與環境倡議，將環境氣候責任納入內部定期的重要議題討論，協助規劃公司未來短中長期的階段性的淨零目標。

策略

重大氣候風險

- 政府法規：碳定價機制成立
- 技術：低碳技術/服務轉型成本
- 長期性實體風險：降水模式變化

重大氣候機會

- 產品與服務：低排放產品和服務的開發和/或擴展
- 供應鏈及價值鏈：低碳價值鏈合作

風險管理

風險管理政策

歐萊德制定風險管理政策，強調及早發現和主動預防。包括風險識別、評估和優先級排序的框架，以及一套用於風險緩解和監控的程序，最終得以減輕整個組織的風險，甚至從中尋找潛在的發展機會。

根據這項政策，歐萊德通過利害關係人的問卷調查，了解公司主要利害關係人的擔憂與關注議題，進一步識別任何可能出現的新風險，再通過內部和外部評估相結合的方式識別和評估重大風險議題。一旦確定重大風險議題，便針對議題和組織需求制定風險管制措施，可能包括加強監測、內部控制、改變作業方式以及實施新政策和程序等措施。此外，公司定期監控和審查其風險管制措施的實施狀況，並制定相關監測指標以確保措施的有效性。

目標與指標

歐萊德針對6分以上的重大議題提出管制措施，且另外針對9分的關鍵議題訂定中長期的目標以及監測指標進而執行定期的追蹤管理。

	指標	2030目標	2050目標
重大氣候風險			
碳定價機制成立	碳排放量 (基準年2021年)	減少範疇一和範疇二42%的碳排放量	減少範疇一、範疇二和範疇三90%的碳排放量
低碳技術/服務轉型成本	再生能源使用比例	達成100%再生能源使用，提升能源使用效率30%	達成100%再生能源使用，提升能源使用效率50%
重大氣候機會			
低排放產品和服務的開發和/或擴展	綠色產品開發	開發20項綠色/低碳產品	開發50項綠色/低碳產品
消費者偏好移轉	USDA Biobased認證	增加20項產品認證數量	增加50項產品認證數量

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

GRI 302-1、302-2、302-4

4.2 能源管理

歐萊德致力於提高能源效益、降低能源消耗，更積極推動可再生能源的開發和應用，減少對傳統能源的使用，努力減少溫室氣體排放，歐萊德主要生產廠區的能源使用包含化石燃料（如柴油、液化石油氣等）以及外購電力。其中，化石燃料主要用於緊急發電機、公務柴油車以及生產使用的鍋爐（使用液化石油氣進行燃燒）。歐萊德至 2023 年底已完成汰換公務汽油車為電動公務車，大幅減少傳統車輛所消耗的汽油，自 2020 年起至 2024 年底，估計減少 10,188 公升汽油消耗量，相當於 332,501,744 kJ，並預計於三年內持續評估汰換柴油物流車。此外，歐萊德使用風力與太陽能設備自行發電，用於產品製造過程，以降低產品生命週期的碳排放。

歐萊德於 2018 年加入 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，承諾 2025 年達成全面使用再生能源的企業。因此，為響應 RE100 政策，達到 100% 使用
再生能源目標，2019 年增設 27.44KW 裝置容量的綠能設備，且總部屋頂已有三分之一以上面積均設置太陽能板，2022 年進一步簽訂綠電轉供採購合約，整年度的再生能源使用比例也提升至 49%。並自 2022 年 12 月開始再生能源電力使用達成 100%，2023 年與 2024 年已連續兩年達到 100% 再生能源使用。2024 年歐萊德總電力使用量為 431,731kWh，相當於 1,554,231,600 kJ，使用的非再生能源之燃料為瓦斯，提供鍋爐燃燒使用，在 2024 年使用量為 7,700kg，相當於 382,000,000 kJ，以及柴油使用量為 2,225.54kg，提供公務車（2,125.54kg）及發電機（100kg）使用，相當於 95,698,220 kJ。（環境部 2024.2.5 公告係數）此外，公司通過教育和宣傳活動提高節能意識，鼓勵員工和利害關係人參與節能省電的行動，更將潔淨能源發電面板公開展示，兼具環境教育意義之餘，也體現了歐萊德對可持續能源利用的承諾和努力，以確保企業在能源使用方面的環境責任和社會影響。



● 2024 年已達成 RE100，截至本報告發布前，仍待組織核發正式標章。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

4.2.1 能源使用與績效管理

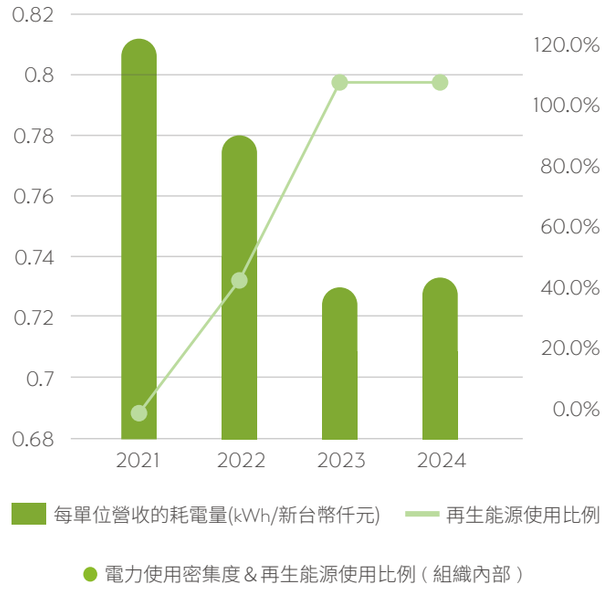
有效的能源管理對於企業的永續發展至關重要。透過能源管理的有效實施，能夠掌握能源使用情況，識別潛在的節能減排機會，並制定相應的策略和計劃，包含引入可再生能源、提升能源效率、優化能源使用等措施，以降低能源成本並減少對外部能源供應的依賴。因此，歐萊德自 2014 年導入 ISO 50001 能源管理系統，制定相應的能源管理策略。通過評估現有能源使用情況，建立能源目標和計劃，並實施相應的監測和改進措施，以進一步確定能源消耗的關鍵點。歐萊德能源使用以電力佔最大宗，其餘少部分包含用於鍋爐加熱的液化石油氣以及用於物流公務車的柴油能源使用。

能源管理績效

2024年目標	2024年達成狀況	減量作為
總耗電量較前一年減少 1%	相較於前一年節電成效達 1.87%	能源管理方面著重於冰水機的用電管控。我們根據季節變化，夏季時節開啟80噸冰機，非夏季時節則開啟60噸冰水機，以適應不同需求。這樣的調控方式能夠有效降低能源消耗，提高能源利用效率。 此外，我們也著重於重大用電設備的管控，包括冰水機系統、送風機開機數量，鍋爐和純水機系統。透過有效的監測和管理，我們能夠及時發現和解決這些設備的能源浪費問題，從而降低能源消耗並提升能源使用效能。

電力使用統計表　　單位：kWh

年份	電力生產(自發自用)		電力外購		電力使用		再生能源使用比例
	再生能源	非再生能源	再生能源	非再生能源	再生能源	非再生能源	
2021 年	30,958	0	0	441,480	30,958	441,480	7%
2022 年	25,905	0	190,304	228,465	216,209	228,465	49%
2023 年	26,247	0	403,120	0	429,367	0	100%
2024年	24,211	0	317,274	90,246	431,731	0	100%
備註	1kWh=1 度電=3,600 kJ(千焦耳)。 2024年總電力使用量為431,731kWh，相當於1,554,231,600 kJ。 台灣電網以混合電力為主，90,246kWh屬市售灰電，歐萊德採購綠電憑證，確保實現百分之百再生能源使用。 歐萊德2024年綠電憑證註銷總張數為432張(一張憑證為1000度)。						



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

GRI 2-4、303-1、303-2、303-3、303-4、303-5

4.3 水資源管理

歐萊德作為美妝產業，洗沐用品是公司最主要的產品之一，由於產品中大多涉及水的使用、生產過程需要水資源，且我們的供應鏈和客戶也都依賴於可靠的水資源供應。

因此，歐萊德對水資源議題相當重視，保護水資源、節約用水和有效管理水資源是我們重要的職責和承諾，同時也是實現可持續發展的必要條件。我們也將持續努力改善水資源使用效率，與利害關係人合作，共同實現水資源的可持續利用。

水資源管理政策

水資源保護	通過採取保護措施，如減少水污染、改善水質和生態系統保護，以確保水資源的健康和可持續供應。
節約用水	通過技術改進和效能提升，減少水的消耗，並鼓勵員工和供應商參與節水措施，同時致力於開發慕斯、乾洗髮系列的產品，讓消費者在使用產品的時候也能達到省水、省時、省量的環保理念。
水資源管理	歐萊德建立有效的水資源管理系統，包括監測用水量、水質管理和回收再利用。在生產製造端運用水資源回收系統，回收過程中被排出的中水、廢水，將進行再利用，以最大限度地降低對外部水資源的需求。

水資源管理績效

2024年目標	2024年達成狀況	減量作為
純水產水率 目標設定 55%	純水產水率 已達標準 66.8%	透過定期更換RO膜濾心，成功提高用於製程純水的產水率。同時，這項改善措施還可減少總自來水用量，不僅有助於減少水資源的消耗，還能降低相應的能資源成本。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

綠建築水資源使用狀況			
年份	2022	2023	2024
自來水用水量(千噸)	5.118	5.213	5.595
用於生產之純水量(千噸)	1.226	1.684	2.058
製程每單位使用水量(千噸)	1.82	2.69	3.94
廢水量(千噸)	1.567	1.759	1.968
中水回收(千噸)	2.068	1.130	1.170
廢水回收(千噸)	1.567	1.759	1.968
再利用水(百分比)	71.02%	55.42%	56.09%
廢水回收率(百分比)	100%	100%	100%
備註	• 再利用中水用於生活用水、空調、澆灌;再利用廢水用於廠區植栽澆灌 • 製程每單位使用水量=生產用水(純水量)/每年產品內料產量(千噸) • 廢水量=放流水+廢水回收量 • 生產用純水量=純水總量-中水量-生活用水量 • 再利用水比例=(中水回收+廢水回收)/自來水用水量 • 廢水回收率=廢水回收/(廢水回收+放流水),惟自2022年起,無排放至外部的放流水,故廢水回收率為100% • 廢水回收意指製成後的廢水回收		

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

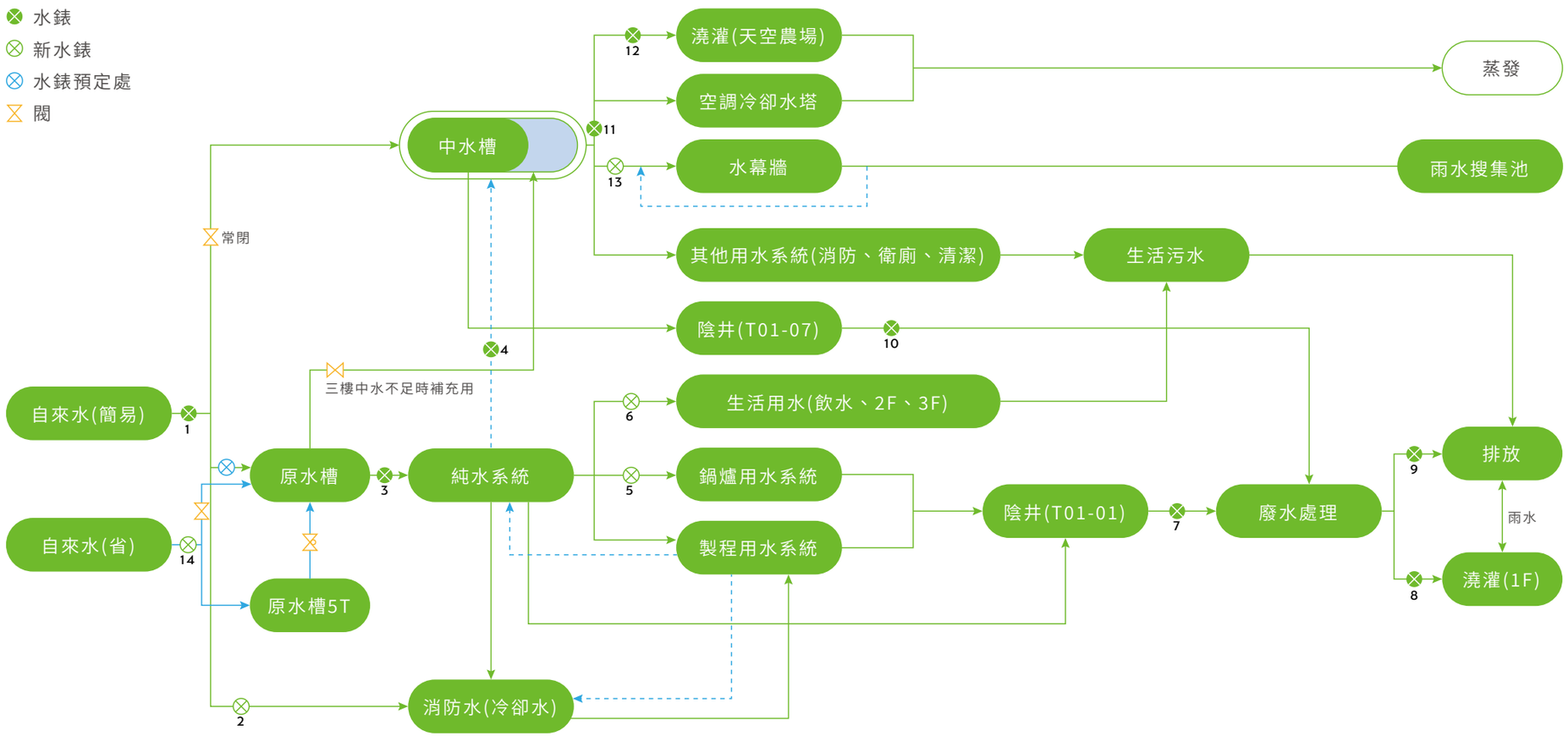
第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

4.3.1 廢水管理

歐萊德致力以最大程度減少廢水的產生，確保廢水的安全處理和排放，並促進水資源的保護和可持續利用，並於 2018 年起開始計劃，經過設備調整、及源頭減量，朝向廢水零排放的目標努力。2022 年起，我們成功達成「廢水零排放」的目標！根據 2024 年度統計數據，歐萊德製程廢水經過水處理設備處理後的總量為 1.968 千噸。在處理過程中，我們有效地回收了所有處理後的廢水，且所有製程廢水皆達可澆灌標準，並將其用於植物澆灌，整體回收率達到了 100%。

所有產品製造後以及清洗設備產生的廢水皆排放至總部前方六個水池槽進行處理。廢水經收集槽、調整槽、 PH 調整槽、接觸氧化池、緩衝池、放流池等程序後，再排至河流等自然水體。根據水污染防治法規定，排放水的排放標準為 COD 值 100mg/L 以下，且 pH 值需在 5-9 之間，不可過酸或過鹼。歐萊德自我嚴格把關，每日執行自我採樣檢測並作紀錄表單存查，除對放流水自行監控外，每月另外委託環保署許可之環境檢驗機構，採不定期採水抽查檢測作業，目前歐萊德化妝品廠排放水的平均 COD 值均已達 50 mg/L 以下，低於現行法規規定值的一半，且 pH 值平均為 7.35（中性），確保放流水質無任何環境衝擊。

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，整體改善內容重點如下：

（一）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。
（二）加大處理槽體的量體，增加生物菌的作業時間，以獲得更佳的放流水品質。
（三）增加處理設施的溶氧量，以增加生物菌的存活率。
（四）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。

廢水管理政策

廢水減量	通過採用先進的研發技術，優化生產過程，降低水的使用量，並減少廢水的產生。
廢水處理與回收	確保廢水經過有效的處理系統處理，以符合相關的法規和標準。同時，我們鼓勵和支持廢水的回收和再利用，將廢水轉化為有價值的資源，減少對自然水資源的需求。
監測和控制	建立廢水監測和控制系統，定期監測和評估廢水的質量和排放情況，以確保符合法規要求，並進行持續改進。
用水教育和意識提升	強化員工的教育和培訓，提高廢水管理的意識，鼓勵他們參與廢水減量、處理和回收的行動。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

4.4 廢棄物管理

歐萊德深知廢棄物對環境和社會造成的潛在影響。因此，我們致力於有效管理廢棄物，通過減少廢棄物的產生、鼓勵回收和循環利用，可以減少對土壤、水源和空氣的污染，保護自然生態系統的健康，以實現可持續發展的目標。此外，廢棄物中可能包含有價值的材料和資源，例如可回收物和再利用材料，藉由妥善管理廢棄物有助於降低資源浪費。

2024 年一般事業廢棄物清運總量與為回收物（包括紙張、鐵、塑膠和鋁）總量分別為 10.2 公噸、13.5 公噸。為了確保廢棄物的正確處理，公司內部設置了專門的事業廢棄物集中場。這些場所由合格的業者負責清運垃圾。同時，我們與合格的清運廠商合作，將廢棄物運送到合格的處理廠進行焚化處理，以確保廢棄物的安全處理和環境友好的管理。未來我們將持續改進廢棄物管理系統，透過這些努力保護環境、節約資源，並為社會創造更可持續的價值。

GRI 306-1、306-2、306-3、306-4

廢棄物管理政策

廢棄物減量	通過產品設計、生產過程和供應鏈管理，最大限度地減少包裝材料和廢棄物的使用。
廢棄物回收與循環利用	通過回收和再製的方式，將廢棄物轉化為有價值的資源，減少對自然資源的需求。
環境友好處置	對於無法回收或循環利用的廢棄物，歐萊德確保以環境友好的方式進行處置，遵守相關的法規和標準，最大限度地減少對環境的不良影響。
教育和意識提升	積極強化員工培訓和教育活動，提高廢棄物管理的意識，鼓勵員工參與廢棄物減量、回收和循環利用的行動。

廢棄物年度清運量			單位：公噸
種類	2022	2023	2024
回收物（含紙、鐵、塑膠、鋁）	13.67	11.61	13.5
一般事業廢棄物	16.09	10.28	10.2
感染性廢棄物	0.52	0.36	0.29

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

4.5 溫室氣體排放

GRI 2-4、302-2、305-1、305-2、305-3、305-4、305-5

歐萊德以「取得綠色認證」、「創新綠色產品」、「綠色服務」、「落實企業社會責任」等四個面向來實踐綠色永續精神，自 2010 年首次以綠茶洗髮精通過「PAS 2050 碳足跡盤查」，透過盤查計算出生命週期的碳排放量，設定減碳目標，整合供應鏈、尋求降低碳排放量之方法策略，建構價值鏈的管理。為持續落實綠色永續精神的四個面向，每年皆進行第三方碳足跡盤查與碳中和查證作業。

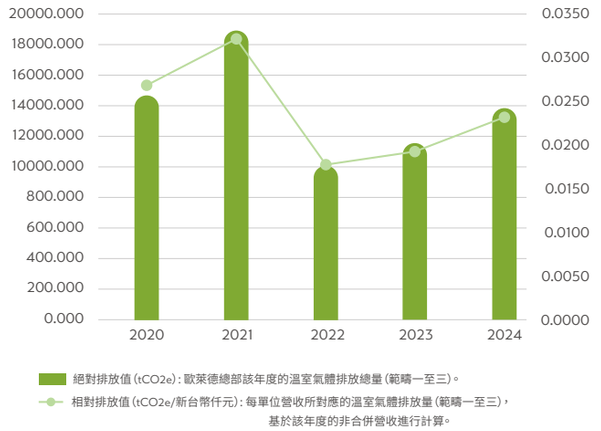
自 2020 年起，我們改變了碳足跡盤查的方式，轉而進行全組織的溫室氣體盤查，並按照 ISO14064-1 溫室氣體盤查標準進行。這項盤查涵蓋了從產品原物料採購、製造、銷售階段，到消費者使用和廢棄回收等五大階段的排碳量計算。

在盤查範圍方面，我們新增了類別三、類別四（原料、物料及輔助品）以及類別五（產品使用階段產生之排放或移除）的報告邊界。因此，我們將原本的基準年 2018 年改為 2020 年。相較於以往僅納入總部廠區主要產製產品（如洗髮精）的範疇，我們擴大了報告範圍，涵蓋了當年度所有銷售產品。

此外，我們更針對碳排放熱點，進一步擬定減碳計畫，降低整體的碳排放量，並依公司碳管理要求，推動綠色總部大樓的碳足跡管理。藉由碳足跡減量、重新量化剩餘碳足跡等過程，並尋找合適之碳權來源以抵換溫室氣體排放，周而復始，持續維持綠色總部大樓的碳中和狀態。2024 年起，達成 100% 綠電使用目標，於範疇一與範疇二的減碳幅度已超過 60%。（基準年：2020 年）

歷年組織型溫室氣體盤查概況表

盤查範疇	年份	溫室氣體總量（公噸CO_2當量）
歐萊德總部	2020	14,537.446
	2021	18,671.611
	2022	10,061.872
	2023	11,357.620
	2024	13,739.733



近三年溫室氣體絕對排放＆相對排放統計表

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

4.5.1 2024 年溫室氣體盤查結果

	CO_2	CH_4	N_2O	$HFCs$	$PFCs$	SF_6	NF_3	總排放量	生質排放量
排放量	30.5584269	7.756618144	0.093862265	27.02255325	0	0	0	65.43146	0
佔比(%)	46.70%	11.85%	0.14%	41.30%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%

● 直接溫室氣體排放量（類別一）各溫室氣體排放量（公噸 CO_2e/ 年）

	類別一				類別二	類別三		
排放方式	固定排放	製程排放	移動排放	逸散排放	能源間接排放(市場基準)	上下游運輸	員工通勤	商務旅行
排放量	24.8284	0	5.8435	34.7596	0	76.6687	102.4436	33.3684

	類別四			類別五	
排放方式	購買原料開採、製造與加工	組織廢棄物處理	廢棄物運輸	產品使用階段產生之排放或移除	產品廢棄處理
排放量	710.4676	4.9324	0.0599	11893.5733	21.3466

● 全場溫室氣體類別排放量統計表（公噸 CO_2e/ 年）

註 1：2024 年溫室氣體盤查作業依營運控制法設定組織邊界範圍。

註 2：歐萊德因應全面使用 100% 再生能源，採用市場基準揭露 2024 年度範疇二排放量為 0 公噸 CO_2e。同時，為完整呈現資訊，亦提供地區基準數據，2024 年度為 200.0127 公噸 CO_2e。

註 3：各種不同的發生源，引用 2022 所公佈之排放係數及計算方法。

註 4：計算過程所引用之全球暖化潛勢值（GWP），依照環保署申報規定，主要參採 IPCC 2022 年第六次評估報告公布之數值，

將所有之計算結果轉換為 CO2E（二氧化碳當量值），單位為公噸／年。轉換係數為依據溫室氣體排放係數管理表（6.0.4 版本，環境部氣候變遷署事業溫室氣體排放量資訊平台，2025/04/21 更新）。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

4.5.2 碳管理績效與減碳作為

歐萊德持續強化碳管理實務，透過跨部門協作機制，結合產品設計、營運管理與供應鏈溝通，落實減碳成效與追蹤透明化。2024 年，我們延續視覺化電力管理系統的應用，維持年度節能率目標 1%，並已達成 100% 使用再生能源，實踐 RE100 承諾。此外，也積極推動產品端與辦公端的節能減碳行動：

2024 年減碳行動及績效

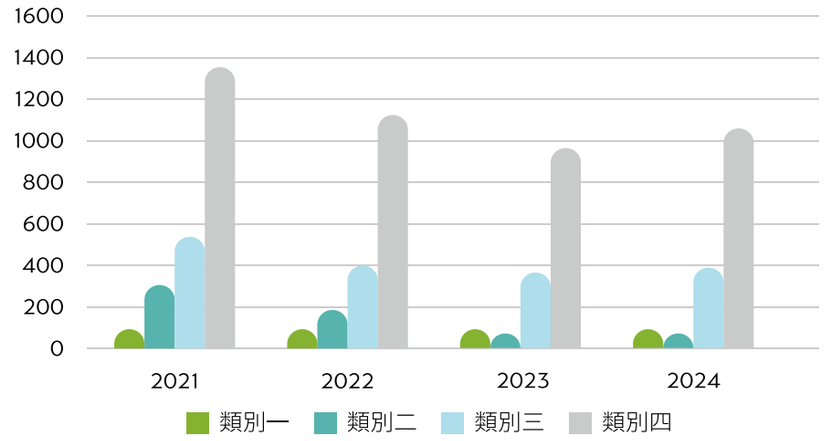
- 液態瓦斯強制氣化機調整運作時間，由原先 24 小時開啟變更為週末中午關閉加熱棒、假日不供電。減碳成效 0.672 tCO_2e。
- 廠內物流擴大導入使用循環箱，減少包裝盒使用。減碳成效：1.431 $tCCO_2e$。
- 提倡節能及提案改善活動，減少非再生能源耗用。
- 依季節使用不同噸數之冰機，以減少空調耗電量。
- 提升低碳綠色工廠的能源使用效率。
- 依季節使用不同噸數之冰機，以減少空調耗電量。
- 公務車電動化，累積 2024 年度提供車輛充電度數達到 14,785 度，相對於燃油汽車行駛相同里程，減少該年度 7.008 tCO_2e。

備註：溫室氣體減排量以經濟部能源局 113 年度電力排放係數 0.474 $kgCO_2e/kg$ 進行計算。

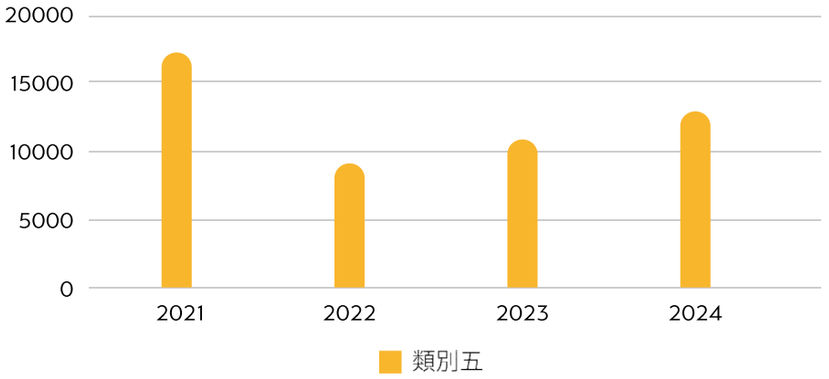
未來預計規劃

- 產品配方優化：持續開發中產品新配方。
- 廠內物流包材減量：擴大導入可重複使用的循環箱，預計 2025 年完成 21 項產品轉換，將依紙箱採購或使用數據進行減碳效益計算。
- 空調減能措施：體驗館預計於 2025 年中進行蓄水槽降溫系統測試，以降低空調開啟頻率，5 月起進行基準與對照紀錄，確保測試條件一致性。
- 供應鏈碳盤查：2025 年起啟動對原料供應商的碳足跡資料盤點。
- 電商包裝優化：針對小量出貨導入紙泡信封袋取代傳統紙箱，將自 2025 年 3 月起進行長期測試並同步紀錄使用量，以作為減碳依據。
- 機房保溫改善：MIS 機房於 2025 年 2 月完成保溫施工，將比對前後空調用電度數，評估節能效果並釐清異常用電原因。

備註：以上減量成效以 2023 年為基線進行比較。



近年類別一～四的溫室氣體排放量



近三年的溫室氣體排放量

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

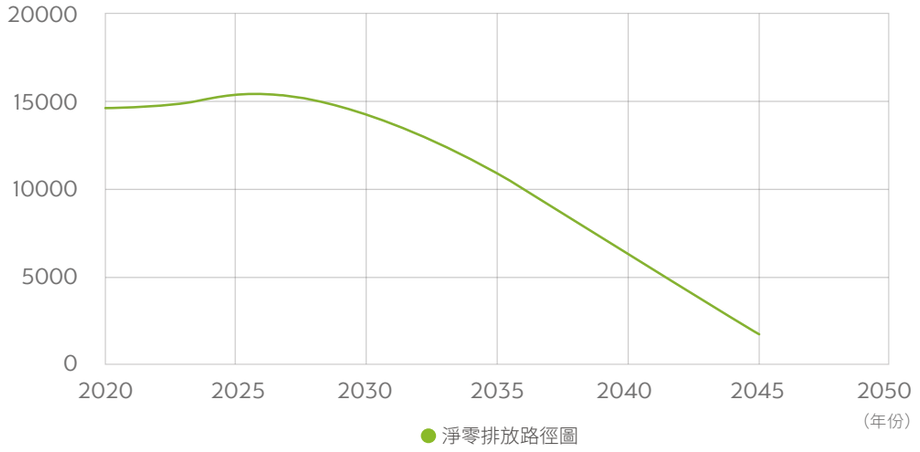
© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

SCIENCE BASED TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

THE NET ZERO STANDARD

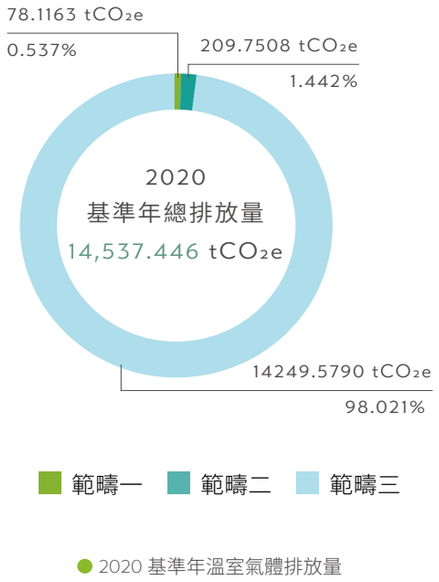
APPROVED NET-ZERO TARGETS



碳中和 Carbon Neutrality	淨零排放 Net Zero	
2030	2045	2050
減少 42% 的溫室氣體排放（範疇一+範疇二）	減少 90% 的溫室氣體排放（範疇一+範疇二+範疇三）	減少 99% 的溫室氣體排放（範疇一+範疇二+範疇三）

4.5.3 永續淨零發展藍圖

歐萊德深知氣候變遷對環境和社會帶來的重大影響，並了解到企業在減少溫室氣體排放方面具相當關鍵且重要的角色，為此，歐萊德於 2022 年加入科學基礎倡議（Science Based Targets initiative, SBTi），設立符合科學依據的減排目標，以確保我們的行動能夠為全球溫室氣體排放減少做出實質貢獻。我們承諾在特定的時間框架內，減少我們的溫室氣體排放量。這包括我們的生產過程、供應鏈和產品使用階段。我們將針對每個領域制定具體的減排計劃，並追蹤和監測我們的進展。2023 年，我們提前 7 年達成 2030 年 SBTi 企業短期目標減碳 42%，我們將努力採取各種可行的措施，如能源效率提升、再生能源使用、碳捕獲和儲存技術等，以實現我們的減排目標。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

05 第五章 員工關係

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

5.1 綠色團隊

GRI 2-7、2-8

GRI 401-1

以守法、有效率、負責任為原則，歐萊德針對員工皆會明定相關工作規則，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，有明確的規範依循，建立井然有序的工作制度。

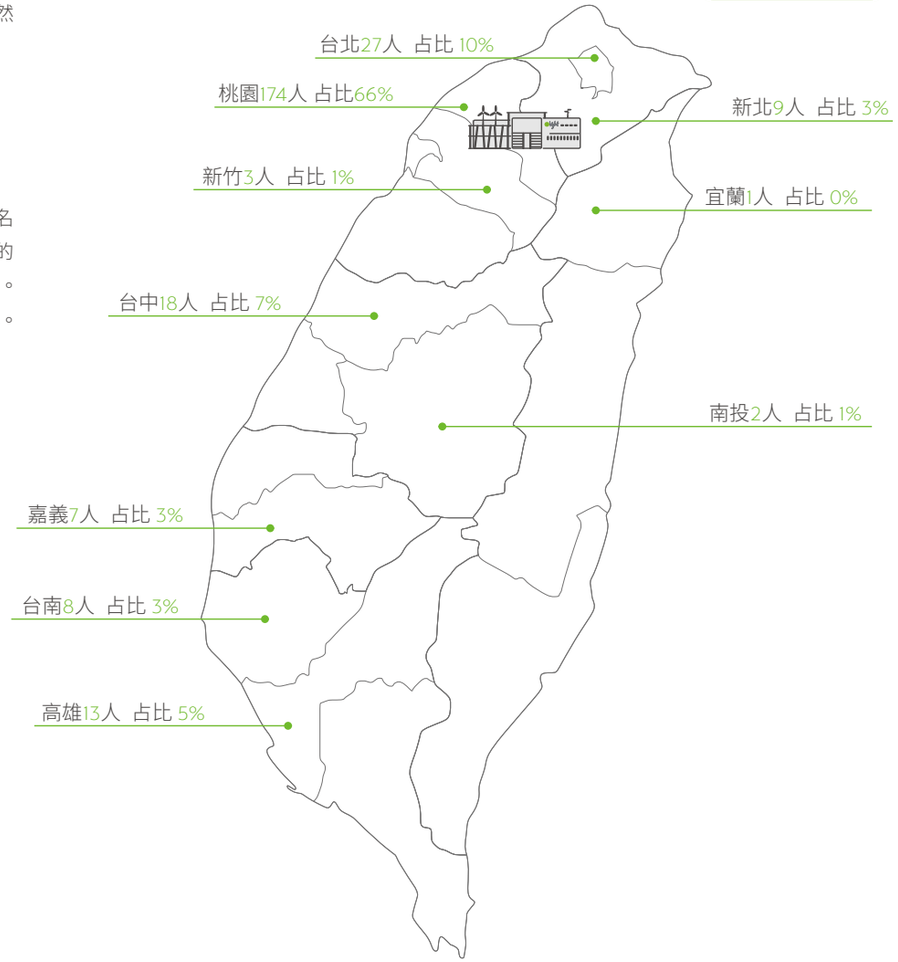
5.1.1 團隊組成

2024 年，歐萊德綠色團隊包含 262 名正式員工（包含 3 名夜間客服兼職人員）與 2 名非員工工作者（2 名保全人員），其中有 62% 的員工在位於龍潭的綠建築總部上班。考慮到髮妝業以女性為主，歐萊德的女性員工佔員工總人數的 73%。歐萊德團隊的多樣性，強調了女性在各個職能領域中的代表性。我們將繼續致力於創造一個平等和包容的工作環境，並為所有員工提供機會和支持，實現其職業發展目標。

男性人數70人
27%

女性人數192人
73%





總計 262人　佔比 100%

● 員工人數分布（以總部及各區客服單位區分）

員工組織結構

職位級別	高階管理階層	中階管理階層	一般同仁(基層)	總計
男	9人	13人	48人	70人
女	9人	20人	163人	192人

備註：以2025/1/1當天在職總人數(不含留停狀態者)。
高階管理層：領導層、決策層、一層主管
中階管理層：二層主管、三層主管、四層主管(組長)

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

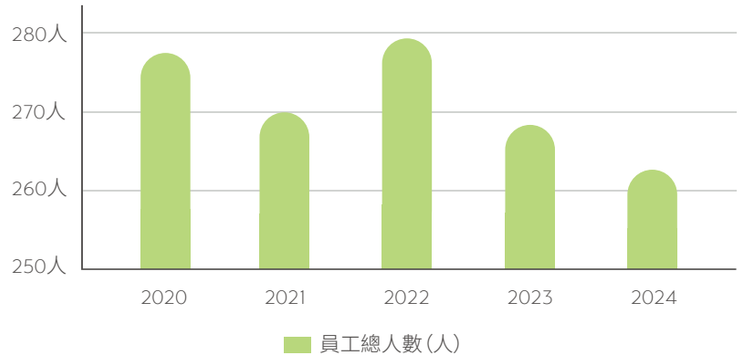
5.1.2 員工勞雇關係總覽

作為一家遵守勞動法規和法律要求的企業，我們確保所有雇佣合同、工資支付、工時管理、休假和福利等方面均符合法律標準，保障員工的權益和福利。

我們重視每位員工的尊嚴和平等，無論其種族、性別、年齡、宗教、殘疾或性取向。同時，我們鼓勵多元化和包容性，致力於創造一個尊重和互信的工作環境，透過建立一個開放和包容的文化，讓不同背景和觀點的員工共同合作和成長，未來，我們也將持續關注員工的需求和福祉，不斷改進我們的勞雇實踐，以確保員工的工作體驗和發展機會得到充分重視和支持。

按勞雇合約員工人數統計

	永久聘僱		臨時員工（定期契約）		全職		兼職	
	男	女	男	女	男	女	男	女
北部	60	154	0	0	59	152	1	2
中部	3	17	0	0	3	17	0	0
南部	7	21	0	0	7	21	0	0



近五年員工總人數統計（不包含工讀、實習生與派遣人員）

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

5.1.3 新進與離職員工概況

2024 年中，共有 75 名新進員工加入歐萊德綠色團隊，其中 76% 為女性。在地聘雇方面，有 43 位新進員工來自桃園市，佔比例為 57.3%。新進人員所占的比例是整體員工總數的 28.6%。在員工離職狀況方面，我們可以觀察到在試用期與企業磨合的過程中，男性員工在到任後的 3 個月內的離職率為 9.3%，而女性員工的離職率則 28%。我們持續關注與改進員工的留任情況，以確保他們在試用期過後能夠在我們的企業中獲得穩定的發展機會，實現我們多元和包容的價值觀。

新進與離職人員統計

	北部區域			中部區域			南部區域		
男性									
	該年人數	新進人員	離職人員	該年人數	新進人員	離職人員	該年人數	新進人員	離職人員
30歲以下	4	3	5	1	0	0	0	0	0
30-50歲	49	11	12	2	1	0	7	1	0
50歲以上	7	2	0	0	0	0	0	0	0
合計	60	16	17	3	1	0	7	1	0
女性									
	該年人數	新進人員	離職人員	該年人數	新進人員	離職人員	該年人數	新進人員	離職人員
30歲以下	29	16	22	3	1	2	1	0	1
30-50歲	109	30	29	13	1	1	18	5	4
50歲以上	16	4	5	1	0	0	2	0	1
合計	154	50	56	17	2	3	21	5	6
備註	(1) 新進人員：指正職新進人員，含約聘、工讀、實習，不含派遣；離職人員：指正職人員離職，含約聘、工讀、實習、留停，不含派遣。 (2) 北部區域：台北、新北、基隆、桃園、新竹、苗栗、宜蘭、花蓮、台東；中部區域：台中、彰化、南投；南部區域：雲林、嘉義、台南、高雄、屏東。 (3) 該年人數以2025年1月1日在職人數統計。								

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

GRI 404-1、404-2、404-3

5.2 人才招募與培育

5.2.1 員工招募政策與管道

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。

5.2.2 誠信工作守則

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。以誠信經營為原則，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；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。

求職網	·透過最多求職者使用之104人力銀行刊登各職類職缺，並透過該平台揭露公司各項訊息，包含經營理念、主要商品/服務項目、公司環境照、福利制度、發展歷程等訊息。此外，更主動提供更多公司訊息，包含企業永續報告書、品牌年報及環境教育紀錄片《解凍格陵蘭》。
政府單位與就業中心	·因應數位經濟與AI興起，引進政府單位資源-「數位青年T大使推動計畫」，針對未來所需人才提前布局，同步發展創新商業模式與技術，透過職能培育接軌未來多變的就業市場與數位趨勢。 ·除與政府單位合作，於台灣就業通及就業中心露出各職類職缺外，更積極配合政府各項僱用獎勵政策，以招募不同職類及特定求職族群。
大專院校	·為培養業界未來人才，公司長期與學界建立雙向交流關係，除無償提供環境教育參訪外，每年更提供不同單位、職類實習機會，以佈局兼具策略及未來性人力資源。
社群平台	·於區域性或地方性社團提供公司介紹及職缺相關連結，以招募具地緣性之特定求職族群。
員工推薦	·公司更提供獎勵政策，以吸引內部員工推薦優秀人才。

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

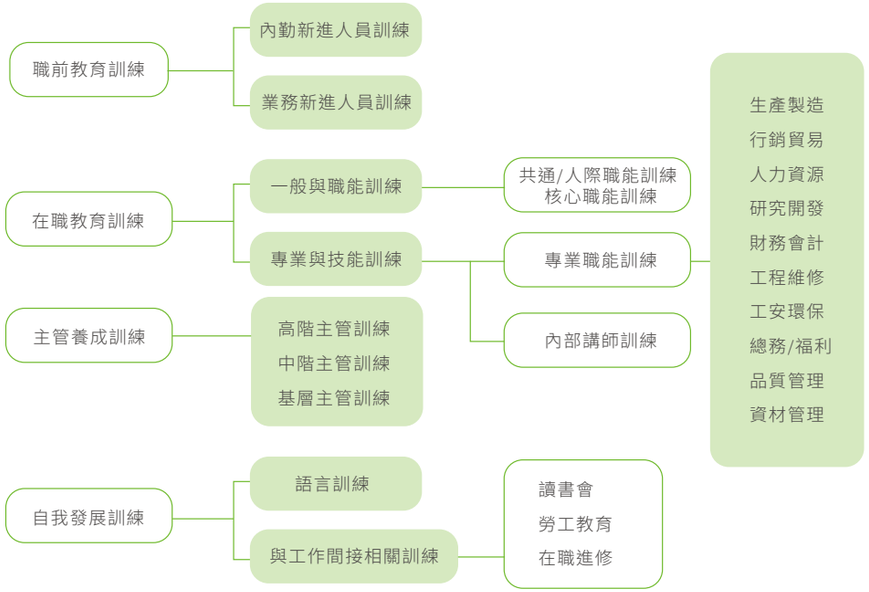
第七章 公司治理

附錄

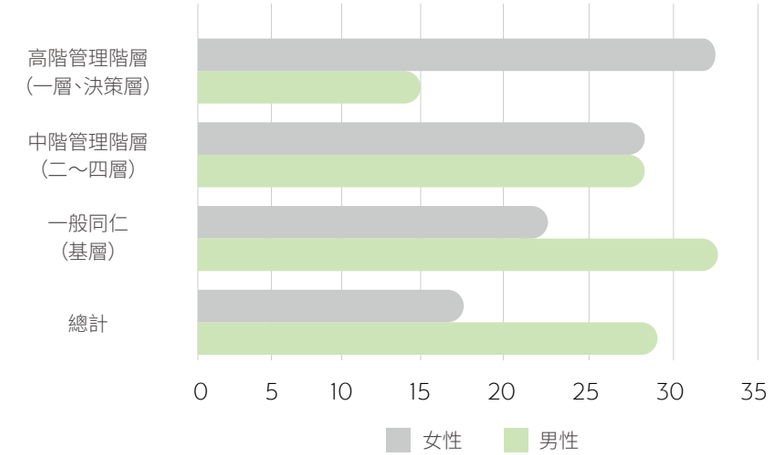
© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

5.2.3 人才培訓與發展

歐萊德十分重視員工的職涯規劃與個人成長，為持續培養人才，提升公司各單位人員之專業職能，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，藉以統計出所需之內外部教育訓練課程內容。



● 歐萊德教育訓練架構



● 員工平均受訓時數統計

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

5.2.4 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」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。考核期間為 2024 年 01 月 01 日至 2024 年 12 月 31 日止，考核對象為 2024 年 06 月 30 日（含）以前到職之員工，共計 234 人，排除績效考核期間符合考核資格但申請育嬰留停的同仁及考核前已申請離職者，總計應參與考核人數為 230 人，實際參與人數 230 人，故 2024 年受評核比率為 100%。

5.2.5 升遷、留任制度

歐萊德重視人才留任及培育，並訂有綠色幼苗關懷計畫及晉升調遷管理辦法：

新進人員	• 針對公司新進人員亦規劃「綠色幼苗關懷計劃」，新進人員三個月的試用期間，舉凡對於公司文化、願景發展、個人設備的申請、公司資源的取得、環境場域的分布、單位事務的分工、同儕間相處的氣氛以及綠色生活公約規範等，會經歷摸索、認識、熟悉等三階段，為有效培育及輔導新進人員（綠色幼苗），降低新進人員的緊張與陌生，將由單位內的學長姊扮演幼苗園丁的角色，發揮團隊互助之精神，並協助融入工作環境及氛圍，提升新進人員的留任率，進而發揮團隊效能。
資深同仁	• 透過公開透明的制度進行優秀人才第二專長職能培育或提拔為具管理權責之主管職。不受限於傳統刻板的門檻（性別、年齡、年資等），給予績效卓越具專業知識技術的同仁暢通的發展或晉升管道，且不設限天花板。 • 優先選用曾跨單位輪調或具多種專業職能的優秀同仁擔任關鍵的幕僚或核心職務。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

5.3 友善工作環境與照顧

5.3.1 薪獎制度

我們重視內部公平原則，致力於確保相同工作職責和表現的員工能夠獲得公平的報酬，避免不合理的薪酬差異。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，以員工學經歷背景、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。

每年 3-4 月統一檢核前一年度全員薪資，進行薪資調整政策，並透過年度績效考核與面談結果，作為薪酬決定與調整的重要依據。透過透明和公正的薪酬制度，我們確保員工能夠感受到公平對待，並在工作環境中保持高度的動力和工作滿意度。

GRI 2-20、2-23、2-24、2-25、2-26

GRI 201-3、401-2、401-3

經營成果共享	每年依比率提撥員工酬勞。
同仁薪制	【業務同仁】 設計一定比例之個人與團體獎金，績優者有額外獎勵方式（精品、旅遊等獎勵），鼓勵同仁與組織共創雙贏。 【一般同仁】 各職位參考市場薪資行情、學經歷與工作年資核敘薪資。

歐萊德員工基本工資比（據實際薪資）

性別	法定基本薪資	歐萊德平均薪資	與基本工資比
男	27,470	47,549	1.73
女	27,470	39,033	1.42
總和平均	27,470	43,291	1.58

備註：基本薪、固定津貼(通信、伙食)，不含獎金、加班費、誤餐費等統計的準則採用12月的薪資資料

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

5.3.2 員工福利及文化活動

在歐萊德，我們致力於為員工提供多樣化的福利措施，營造一個充滿關懷與支持的工作環境。從專屬購物優惠到年度節慶與生日福利，我們希望讓每位員工在日常生活中都能感受到更多便利與關愛。此外，我們對員工及其家庭的重視，特別設計了專屬的母親節與父親節賀卡及禮物。在面對人生中的重大時刻，如生育、婚喪喜慶及急難救助時，公司也會與員工攜手同行，提供必要的支持。

我們相信，良好的同事關係是工作愉快的重要基石。為此，公司每年舉辦全員參與的年度春酒，讓大家在輕鬆的氛圍中共享成就與喜悅。歐萊德為績效達標的員工提供海外旅遊機會，此外，對於業務同仁還有「沙龍達標菁英員旅」等激勵措施。2024 年，我們組織了多場節慶與品牌活動，包括端午節香包製作活動、聖誕節抽獎及禮物交換活動，以及環境教育紀錄片欣賞活動，這些活動不僅活絡了團隊氛圍，也豐富了員工的工作體驗。

歐萊德往年舉辦員工家庭日，邀請員工及其家人參觀歐萊德綠建築總部，體驗環境教育並感謝員工家人的支持，讓每位員工能與歐萊德一起為下一代的環境努力。2024 年，歐萊德創辦人葛望平董事長延續傳統，親自拜訪員工家庭，促進家屬對公司與員工工作的理解與支持。家庭的支持是員工全心投入工作的關鍵，這也推動公司邁向「更美、更好」的願景。

在學習與成長方面，秉持「上課比上班重要」的理念，歐萊德設立了如同個人化導師的幼苗園丁制度，專門培育新進人員。除了推動永續趨勢與企業文化課程，更提供多元的學習管道與完善的訓練體系，支持員工在職業生涯中得以持續成長。



員工福利一覽

工作職涯照顧	身心健康照顧	家庭照顧
員工升遷管道順暢且完整	年度春酒、不定期品牌活動	生育補助
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）	達標員工國外旅遊	婚喪喜慶補助
盈餘獎金、業務獎金	員工慶生福利	急難救助
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）	員工健康檢查（包含優於法規的健檢項目）	母親節、父親節賀禮
員工購物優惠	團體保險（意外險、職業災害險）	端午節、中秋節福利
出差保險（旅平險）	有機蔬食餐廳，免費供應有機蔬食及公平交易咖啡、湯品	員工家庭日

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

5.3.3 勤務管理辦法

（一）出勤制度

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。

在總部的出勤管理方面，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。

另外，考量沙龍專業處的客服人員主要工作為服務沙龍店客戶，因此 2015 年 8 月起將過往租賃的實體辦公室轉換為行動辦公室，讓客服人員擁有更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。

（二）休假制度

為了鼓勵同仁對環保事業做出更多的貢獻，歐萊德於 2014 年新增了志工服務假政策，鼓勵員工參與各種綠色環保類公益活動，並將其納入工作時間中，為地球盡一份力。歐萊德的志工服務假政策適用於參與歐萊德或其他合法立案之機關團體舉辦的綠色環保類公益活動。

歐萊德鼓勵員工積極環境公益活動，經過申請核可後，每年可有 16 小時的有薪志工服務假。透過這一政策，鼓勵員工在工作之餘積極參與綠色環保活動，進一步擴大了歐萊德在環境永續領域的影響力，且員工的參與不僅體現了他們對環境保護的關懷和責任感，同時也向外界傳遞了歐萊德的綠色價值觀。

歐萊德將繼續堅持綠色環保的價值觀，並通過類似的福利政策和活動，進一步激勵和鼓勵員工參與環保事業，致力於創建一個更綠色、更可持續的未來，與員工攜手共同實現綠色環保的目標。

總部員工出勤分類

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	07:30-16:30，中午休息一小時	環境清潔人員

員工出缺勤率

總工作日數	總工作日數
65,500天	524,000小時
計算方式：全年總工作日數 × 員工人數	計算方式：全年總工作日數 × 員工人數 × 一日工作時數

員工人數	出勤日數	缺勤率
262人	991天	2 %
勞保投保人數-定期人員	缺勤假別為：病假、事假、曠職、公傷假	缺勤日數 / 總工作日數

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

5.3.4 退休制度

歐萊德重視員工的福利和退休保障，因此積極遵循相關法律法規，根據勞動基準法第 56 條的規定，雇主應根據員工每月薪資總額的 2% 至 15% 的範圍，持續按月提撥勞工退休準備金。目前歐萊德員工已全數選擇參加勞工退休金新制度，確保員工在退休後能夠獲得適當的經濟保障。目前，其中 3 名員工仍在過渡期，同時受到新制度和舊制度的規定影響。

通過落實勞工退休金制度，歐萊德不僅向員工表達了對他們長期辛勤工作的感謝之情，同時也承擔起對員工福利的責任，以體現公司對員工的關愛和尊重，確保了他們在工作生涯的不同階段都能獲得適當的退休保障，並維護員工的長遠利益。

新制度勞退：個人專戶、6% 提發。

舊制勞退：退休金專戶、2% 提撥、目前 3 年內未有具退休資格人員，並每月按符合舊制勞退同仁 薪資 2% 提撥至足額止。





目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

5.3.5 性別友善政策

我們堅信，每個人都應該能夠根據自己的能力和表現而受到公正的對待，無論其性別身份或性取向如何。為確保所有員工都能在一個平等、尊重和包容的工作環境中發展和成長，我們致力於維護員工權利，包含公平薪酬、工作生活平衡、友善包容工作環境等，進而營造一個公平、多元和具有競爭力的工作環境。不僅有助於提高員工的工作滿意度和忠誠度，更能推動創新和創造更好的業績。我們持續堅守性別友善的價值觀，努力以實現性別平等為目標。

（一）薪資平等

歐萊德致力於消除性別薪酬差距，且進行定期的薪酬審查，確保相同工作職位的員工能夠獲得公平的報酬。

歐萊德員工男女薪資比

職位階層	固定薪（男：女）	平均薪酬（男：女）
高階管理階層(一層、決策層)	0.88 : 1	0.90 : 1
中階管理階層(二～四層)	1.09 : 1	1.08 : 1
一般同仁(基層)	1.06 : 1	0.98 : 1

備註：上表未計入年度最高薪酬者。

2024 年歐萊德最高年薪與中位數年薪為比，其中，最高年薪成長率為 -5.2%、中位數薪酬年成長率為 3.1%，該年度公司經營成長率持平，惟歐萊德仍優先保留員工薪資成長幅度。

（二）消除歧視

我們倡導尊重和包容的工作環境，禁止任何形式的性別歧視、性騷擾和霸凌行為。我們鼓勵員工彼此支持和尊重，並建立「工作場所性騷擾防治措施及懲戒辦法」和「執行職務遭受不法侵害預防管理辦法」等相關辦法，提供完善的機制來報告和處理任何違反這些原則的行為。

（三）哺集乳室

女性員工產後哺育的時間平均達 6 個月以上，為尊重每位母親的需求和權益，並確保哺乳的母親可以在工作期間得到必要的隱私和舒適，歐萊德提供一個安靜、舒適和衛生的哺集乳空間，供哺乳母親使用，以確保母親可以在需要時方便地進行哺乳或泵乳。

（四）員工育嬰假

為支持員工在家庭和職業生活之間取得平衡，提供員工育兒照顧假。針對撫育未滿學齡（未滿 6 足歲或未上小學）前之子女的員工，每周得請 3 小時育兒照顧假，每個月合計不得超過 6 小時，讓同仁可以更好地平衡工作和家庭，減少工作壓力，並更有動力和專注地回歸工作崗位。我們也尊重每個員工的家庭狀況和需求，並確保他們不會因為育嬰責任而受到不公平對待。

（註：本假別須任職服務滿六個月以上始得申請）

近三年育嬰留停申請狀況

	2022			2023			2024		
項目	男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計
符合育嬰留停申請資格人數	8	25	33	6	25	31	5	27	32
實際育嬰留停人數	0	12	12	0	15	15	0	16	16
育嬰留停申請率	0%	48%	36%	0%	60%	48%	0%	59%	50%
育嬰留停原應復職人數	0	6	6	0	7	7	0	11	11
育嬰留停實際復職人數	0	4	4	0	5	5	0	6	6
育嬰留停復職率(%)	N/A	67%	67%	N/A	71%	71%	N/A	55%	55%
前一年度育嬰留停應復職且復職人數	0	4	4	0	4	4	0	5	5
育嬰留停復職後工作超過12個月人數	0	2	2	0	2	2	0	3	3
育嬰留停留任率*	N/A	50%	50%	N/A	50%	50%	N/A	60%	60%

註：育嬰留停復職後工作超過12個月人數：不含離職，以及復職未滿12個月又申請育嬰留停。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

5.3.6 綠色工作環境

（一）有機蔬食餐廳

歐萊德始終秉持「價值」為核心的綠色哲學，將環保理念深入日常實踐，落實於每一位員工的生活細節。有機蔬食餐廳所用蔬果皆來自台灣在地有機農民，並由鄰近農場直送，以降低食物里程。

餐廳每日提供免費主食與湯品給員工享用，並鼓勵自備便當，以減少一次性塑料容器與廢棄物的產生。每位同仁輪流負責洗菜、切菜、裝盤、清洗公用碗盤等流程，不僅促進同儕合作，也讓員工從備餐中培養對食物的珍惜與對環境的責任感，實踐永續生活的具體行動。

自 2021 年起，因應 COVID-19 疫情，歐萊德加強員工飲食照護措施，發展出內部團膳制度，至 2024 年已轉為常態性福利，透過每日供應之四菜一湯一主食，持續為員工打造健康、低碳且安心的飲食環境。

A. 降低群聚與健康風險：提供公司內用團膳，讓員工在熟悉且衛生的空間用餐，避免外出用餐可能帶來的群聚風險與健康負擔。
B. 減少不必要移動與碳排：員工無需外出尋找餐廳，可有效降低日常移動碳足跡，同時減少與外部環境的接觸，有助於整體健康防護。
C. 提升營養與用餐品質：由公司嚴選餐飲供應廠商製作每日膳食，兼顧美味與營養均衡，打造有感的綠色飲食體驗。
D. 強化員工福利與企業文化：透過提供穩定的團膳福利，展現公司對員工的照顧與承諾，進一步提升員工滿意度與凝聚力，也使「永續從生活開始」的理念落實於日常工作節奏中。



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（二）公平交易咖啡豆

蔬食餐廳裡的咖啡機使用通過 UTZ 認證的公平交易咖啡豆。UTZ 機構為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，為咖啡農創造更大收益。此外，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、馬鈴薯等，達到廢棄物再利用的循環效益。

（三）天空農場有機香草園

歐萊德綠建築總部頂樓的天空農場，自 2023 年起，將原本的草皮區域調整為香草種植區。挑選適合龍潭地區氣候與土壤條件的香草植物，如芳香萬壽菊、鳳梨鼠尾草、甜薰衣草、巧克力薄荷等，並於 2024 年持續擴充新增龍潭在地仙草品種，兼顧在地適種與物種多樣性。每一種香草皆具獨特香氣，不僅提升視覺與嗅覺享受，也可沖泡茶飲、供員工日常使用。香草園採用萃取後的咖啡殼鋪設於土壤表層，能有效抑制雜草、保水防蝕，實踐農業資源循環利用的永續理念。園區依植物種類分區種植，並鼓勵員工認養栽種與日常照護，不僅提供放鬆心情的綠色空間，也促進員工之間的交流與合作，讓環境教育成為企業文化的一部分。





目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

5.3.7 員工申訴及溝通管道

歐萊德重視每一位同仁的意見與建議，建立完善的回饋處理 SOP，並透過隨時提報、即時處理的原則，提供流暢且平等的溝通服務。公司內部設有多元溝通機制，員工可透過直屬主管、相關委員會成員或各單位服務窗口進行即時溝通與諮詢，並針對後續處理向相關處理單位進行追蹤與確認。在員工合法權益受損、發生性騷擾或其他無法合理解決之情形時，亦提供暢通申訴管道，致力保障每位員工的基本權利與尊嚴。

2024 年，公司持續透過部門會議、員工意見信箱、跨單位對話窗口與即時提報機制，蒐集多元意見，作為制度優化與職場環境改善的重要依據。主管與人資部門亦同步強化回饋追蹤機制，確保每一項聲音都能被傾聽、每一項關切都獲得回應。

正式申訴管道	勞資委員會	為協調勞資關係確保與勞工間溝通管道順暢，每三個月定期舉辦勞資會議，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，以高重視、高效率的方式處理員工提出的問題。
	性騷擾防治委員會	為提供受雇者、派遣勞工及求職者免於性騷擾之工作及服務環境，並採取適當之預防、糾正及處理措施，因而制定「工作場所性騷擾防治措施及懲戒辦法」。
	職業安全衛生委員會	為防治員工因執行職務，於勞動場所雇主、主管、同事、服務對象或其他第三方之不法侵害行為，因而制定「執行職務遭受不法侵害預防管理辦法」。
內部溝通管道	總經理信箱	提供公司內部平等溝通管道，讓員工得以即時反映問題與回饋建議事項。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

5.4 職業安全與衛生

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」，共同防範意外事故發生。員工在到任前都必須進行體格檢查，公司也定期舉辦各種衛生教育及健康講座。

5.4.1 管理機制

（一）職業安全管理衛生系統

歐萊德 2014 年即通過 OHSAS：18001 國際管理系統，每年積極推動職業安全衛生管理計畫，持續改善與追蹤管理機制，更於 2019 年完成 ISO 45001：2018 系統的轉版。依職業安全衛生法第二條第五款、第三十六條第一項及第三十七條第二項規定，歐萊德職業安全所負責管理之勞動場所範疇為龍潭綠建築總部，以及需要進廠工作的原物料、設備養護供應商等，讓所有歐萊德綠建築內的工作夥伴，都能獲得安全與健康的保障。其餘非綠建築總部之勞動場所，則依該勞動場所之相關規定執行，例如公司百貨專櫃同仁的職業安全規定依循該百貨商場之規定。（依歐萊德 2024 年 12 月期間曾加勞保之最高人數 270 位為基準計算，受歐萊德職安衛管理系統管轄之總部同仁共 140 位，其餘 130 位則依其個別之勞動場規定受該所之職安規定管轄。）

（二）職業安全管理組織

為了落實同仁與相關作業人員職業安全衛生的相關作為，依法設置職業安全衛生室，並依循職業安全衛生管理辦法設置職業安全衛生委員會，由副總經理擔任主任委員，委員會人數共 7 人，其中員工代表共 3 人，每季定期召開職業安全衛生委會會議，研議相關管理方針與持續改善作法。職業安全衛生室的權責人員，日常以聯繫群組方式宣導同仁職安相關事項。此外，亦與健康管理顧問公司 - 永悅健康管理公司合作，針對勞工健康保護四大計畫作專業管理，以主動關心同仁身體健康與過勞的預防措施。

（三）風險鑑別與預防機制

歐萊德自設立以來便屬於職災風險低的工作場域，即便如此，我們仍持續降低危害發生機率，除了定期廠區作業人員的危害宣導，每年亦實施危害風險鑑別與分級管理。經評估後，2024 年仍無顯著高風險項目，相關風險經評估均在 C 級以下，無須列管。但職業安全衛生委員仍針對相對於生活上可能發生的「墜落」及「火災」危害進行管理，並在平時加強安全宣導，加入 2024 年的新進人員的安全衛生教育訓練中。如有該兩項可能危害發生的疑慮時，作業前必須進行安全說明，藉此管制措施降低風險發生機率；另將可能會導致疾病的 6 大危害因子（化學性、物理性、人因性、生物性、社會／心理性的）、作業頻率及其型態納入作業管制項目，並持續檢視與更新《工作許可作業辦法》，參酌專業廠護與醫師的建議，採用最佳的執行方案，共創健康幸福的職場環境。

（四）健康管理

歐萊德關懷員工健康狀況，依法針對員工不同年齡實施不同頻率的健康檢查，針對因工作需求須進出 BSL-2 生物安全操作實驗室之員工，提供每年檢查福利。

同仁所有健康檢查的報告均按個資法作處置與管理，由歐萊德聘請專業健康顧問公司的專業護理師與醫師作風險評估，其他人不得閱覽健檢報告。此外，依法每月實施護理師臨廠 4 次、醫師每年臨廠 4 次，將健檢結果分四項級別管理，專人專案進行分析以及健康指導，每季落實健檢追蹤，如有高風險或是潛在健康問題的同仁，將安排一對一的醫師諮詢服務，並持續進行關懷。此外，健康管理公司另提供專用 APP，方便同仁查詢個人健檢資料、提供衛教資訊、完整記錄員工健康指標，打造全方位的健康職場。

勞工健康保護四大計畫
人因性危害預防計畫
異常工作負荷促發疾病預防計畫
執行職務遭受不法侵害預防計畫
母性健康保護計畫

2024年健康檢查結果（三年一次）	各級人數（依健檢評估排出風險等級）	Q1.接受健康指導人次	Q2.接受健康指導人次	Q3.接受健康指導人次	Q4.接受健康指導人次
第一級	4人	0	0	0	0
第二級	37人	1	1	6	14
第三級	48人	3	25	37	10
第四級	13人	10	11	0	0

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（五）職業災害事故處理與調查

為使事故調查更具效率，歐萊德訂定「意外事故處理及調查作業辦法」，依據 SOP 流程進行事實和情況的確認、原因鑑定，進而執行改善行動，藉此降低事故再發生機率。

序號	作業程序	說明
1	現場及傷患處理	a. 現場控制及二次災害預防 b. 傷患急救及後續處理 c. 現場保持完整
2	職災事故通報	a. 應於職災事故發生後1小時內，由事故單位主管填寫「職災事故通報表」告知職安單位 b. 如為重大職災，8小時內將通報主管機關
3	職災事故調查	a. 於事故發生後兩個工作日內組成調查小組並召開調查會議 b. 事故單位主管應於兩星期內依據調查結果提出「職災事故調查及原因分析報告表」 c. 在執行事故調查時，報告內容應至少包含人、事、時、地、物等事項
4	調查報告呈核及宣導	a. 依「職災事故調查及原因分析報告表」及其他相關證明文件，員工可以申請公傷假休息 b. 人資部門協助員工申請各項保險給付或職業災害補償款項等 c. 將報告表內容納入安衛訓練教材之中，以強化員工對於安全的認知
5	改善措施落實及追蹤	a. 實施改善措施前應進行危害鑑別與風險評估，並確實擬定執行計畫 b. 職安單位負責追蹤改善措施之執行狀況，並記錄查核結果
6	事故調查報告結案	a. 針對調查報告結果，職安單位應適時提出檢討，避免危害再度發生 b. 「職災事故調查及原因分析報告表」於我有改善措施完成後結案歸檔，並由職安單位保存十年

（六）承攬商入廠風險預防機制

在承攬商入廠施工前，需求單位應根據工作許可作業辦法，確保承攬商完成並提供廠內施工的安全衛生規定資料，包括承攬商安全衛生暨環保承諾書、施工作業申請暨危害告知單、施工人員 7 小時訓練卡及職業安全衛生相關合格操作人員證照。根據作業風險等級，需求單位應召開施工前的工程安全協議組織會議及設置必要之工地職業安全衛生人員。此外，現場施工現場作業前須簽署每日施工危害單，並會同監工單位確實執行相關作業安全及設備自主檢點和管制，以提升承攬商及工作者各項施工安全衛生意識。需求（監工）單位主管及職安人員會定時或不定時至施工現場巡查，發現有違規者開立工程環境與職業安全督導單進行改善勸導，若仍未改善則要求立即停工進行整改。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

5.4.2 管理績效

（一）教育訓練與安全宣導

為提高員工對於職業安全和衛生的認識和意識，以確保在工作場所中的安全與健康。歐萊德每年派任職業安全衛生代表或需實施專業訓練之人員參與回訓，執行年度教育訓練與相關演練，例如：辦理消防演練、洩漏演練等作業。透過這些教育訓練和宣導措施，建立一個具有高度職業安全和衛生意識的工作環境，確保每位員工都能夠在健康和安全的條件下工作。

（二）定期健康檢查與健康宣導

為照顧每一位同仁的健康，提供員工優於法規的健康檢查項目，更定期規劃健康宣導課程與健康促進活動，提供相關的職業健康資訊和知識，包括工作場所健康和安全的重要性、常見的職業病和工傷、預防措施和健康促進的方法等。這些資訊幫助員工了解潛在的健康風險，並學習如何保護自己的身心健康。希望藉此建立一個健康、安全和支持性的工作環境，促進員工的身心健康和整體幸福感。

近三年職業安全衛生講座課程統計

年份	課程名稱
2022	·人因肌肉骨骼工程危害預防_健康講座 ·健康管理-人因工程舒壓伸展課
2023	·職場不法侵害講座 ·職場不法侵害-性騷擾案例分享 ·檢驗報告和自費項目介紹
2024	·健康講座：認識BMI，破除網路減重迷思 ·一般安全教育訓練（在職） ·不法侵害預防講座

近三年職業安全教育訓練成果

年份	演練項目	參與人員
2022	消防演練	總部全體同仁
	洩漏演練	洩漏演練應變小組
2023	消防演練	總部全體同仁
	洩漏演練	洩漏演練應變小組
2024	消防演練	總部全體同仁
	洩漏演練	洩漏演練應變小組



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（三）內外勤同仁及非員工管理成果

在內、外勤同仁公傷及失能傷害損失方面，自 2018 年起，數據皆依照新的算式計算，將上下班交通事故以及一天內暫時失能部分屏除。歐萊德員工 2018 年迄今皆無發生職業災害。非員工工作者相關管理項目（如承攬商管理），2024 年度亦未有任何職安事故發生導致失能，職業安全衛生室將秉持優良的傳統，持續做好風險管控，給予同仁安全也安心的工作環境。

近三年同仁公傷事故及失能日數統計

項目	2022	2023	2024
全年死亡職災人數（人）	0	0	0
全年嚴重職災人數（人）	0	0	0
虛驚/輕傷害（非職災）/人數（人）	0	0	0
全年之經歷工時（小時）	553,776	529,728	553,776
失能傷害頻率（FR）	0	0	0
失能傷害嚴重率（SR）	0	0	0
備註	• 虛驚/輕傷害(非職災)=工時損失不足8小時之虛驚或輕傷害事故。 • 失能傷害頻率(FR=全年之失能傷害人數×1,000,000/全年之經歷工時)【取小數點後2位】 • 失能傷害嚴重率(SR=全年之失能傷害損失日×1,000,000/全年之經歷工時)【取整位數】 • 全年之經歷工時=每月員工數*當月實際工作天數*8小時(每天)，1-12月加總。		

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

06

第六章
社會永續教育的學堂

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.1 環境教育

歐萊德在營運企業的同時，更是一所社會永續教育的學堂。對我們而言，讓永續的產品與影響力同時發生，是每一項決策背後的核心動力。我們重視每個選擇所引發的連鎖效應，從原料、生產到產品設計，始終自問：「它對社會有幫助嗎？對環境有正面貢獻嗎？是否也強化了我們的治理韌性？」

2006 年 9 月，歐萊德確立綠色品牌發展方向，堅持只要是對的，就做到最好。我們以「師法自然，珍愛大地萬物」為使命，秉持「萬物皆可用」的理念，在產品設計、生產製程到行銷溝通的每一環節，努力讓每一項選擇都對人體健康友善、對環境友善、對社會有益。我們更致力於將永續價值轉化為大眾可參與、可實踐的行動，透過減塑倡議、資源再生、綠色消費教育，讓理念不止於企業內部，而能深入每位消費者的日常。從「種下綠色種子」，到「培育綠色行動者」，我們相信，這正是一家企業對世界最深遠的影響。



我們以「生態利益」、「社會利益」、「綠色服務」、「綠色產品」為基礎，發展產品面、使用面、活動面等這三大綠色行銷策略，以培養消費者的綠色消費意識：

產品面：用綠色創新的產品，採用環保設計、開發環保內料，引發消費者綠色意識。

使用面：設計省水節電的產品，對消費而言更符合環保效益。同時，全產品皆經由溫室氣體盤查，包含原物料採購、製造、銷售階段、消費者使用到廢棄回收等五大階段，並得碳中和確證，為每個消費行為減少對環境帶來的衝擊。

活動面：歐萊德氣候倡議行動。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

歐萊德三大策略氣候行動

綠建築總部環境教育示範場域	《解凍格陵蘭》環境教育計畫	Earth Hour地球一小時
為氣候而聲，為環境教育而行	一場人人皆可參與的氣候行動	關燈一小時 歐萊德與你一起讓世界變好
位於桃園龍潭的綠建築總部，是企業與自然共存的最佳展示。2022年歐萊德綠建築總部獲環境部國家環境研究院認證為「環境教育設施場所」，至2024年已累計舉辦443場環境教育活動，參與人次達10,806人。自綠建築總部啟用起統計至2024年底，總計接待來自90個國家的訪客，累計造訪人次達42,816人。	2022年，歐萊德20週年計畫，從收益中撥出100萬美金訪極地，拍攝氣候變遷第一線畫面，讓大眾目睹氣候變遷的事實。藉由授權此紀錄片，給予關注氣候議題的個人與企業組織，作為非營利的環境教育教材，讓觀眾成為主動的氣候行動家與計畫參與者。2023年，鏡頭跟隨海冰流向前往馬紹爾群島拍攝，並受邀於聯合國COP28全球氣候峰會首次播映。至2024年已有超過、600間校園、3,000家企業參與響應。	2024 年 Earth Hour 地球一小時活動當天，全台灣共節電 289,000瓩，累積減少的碳排放量為 143,055kg CO_2e ，當於種下 130,005 棵 20 年生大樹。2011 年- 2024 年，全台灣共累積節電 1,249,000度，累積減少808,075kg CO_2e ，相當於種下 73,561棵20 年生大樹。 資料來源： https://www.oright.inc/news/views/433

串連利害關係人，擴大社會影響力

當個人的力量匯集成團體的力量，我們就可以改變世界。

歐萊德積極串連上下游夥伴、零售通路、沙龍業者、消費者與教育體系，共創綠色改變。在供應鏈端，歐萊德與合作廠商共同建立綠色標準，推動從原料採購到製程的低碳轉型，並透過 ESG 教育與標準建立，引導永續理念的深度落地。與全家便利商店合作推出的「Bio 永續美妝」計畫，建構涵蓋店內回收、原料萃取、綠電製造、再上架的循環經濟模式，實現在地店內循環，成功觸及超過 4,300 家門市與 1,900 萬會員，從日常消費中引導行為改變。在專業端，2024 年我們透過「綠沙龍運動」，邀集全台超過 1,100 家沙龍響應 Earth Hour 關燈活動，並發出 400 多張永續森林獎狀，將沙龍每年實際減碳量轉化為森林指標，讓美業工作者與顧客在每一次服務中，都能看見並參與綠色行動。

歐萊德亦持續向全球擴展永續影響力，攜手國際經銷商與代理商共同傳遞低碳美學與永續理念，並將《解凍格陵蘭》紀錄片計畫拓展為公益教育平台，推廣至超過 600 間學校與 4,000 個單位。此外，我們透過「3 分鐘淋浴倡議」鼓勵生活減碳，結合科學數據，引導消費者成為減碳實踐者。

2024 年，歐萊德永續轉型案例更收錄於台灣第一本永續教科書，並受邀走入多所校園與專業場合進行經驗分享，培育下一代永續意識，深化公眾教育影響。未來，我們將持續與利害關係人對話與共創，將永續影響擴散至每一個角落。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

6.2 綠建築總部環境教育示範場域

環境教育是歐萊德一直以來的夢想。在氣候變遷日趨嚴峻的當下，減碳無疑是所有企業的責任，更應該要有取之社會，回饋社會的初心。歐萊德希望透過場域空間的設計，傳遞深植台灣的永續精神，讓參觀者受到感召，加入愛地球的行動，成為公眾與環保議題之間的橋樑，並為來訪貴賓提供更優質的環境教育體驗。

歐萊德綠建築總部參訪單位(人次)統計

類別	2022	2023	2024	2012 - 2024
企業	1,627	2,151	1,771	**17,711**
沙龍業者	0	38	94	**6,352**
政府單位	192	820	650	**3,506**
公協會	82	112	88	**297**
學術界	417	991	1,330	**13,420**
記者媒體	7	32	39	**198**
鄰里居民	156	121	88	**1,331**
小計	2,481	4,265	4,060	**42,816**
備註	• 統計期間為2012年6月落成啟用至2024年12月底。 • 參訪統計資料以歐萊德行政管理中心提供之訪客清單為主，臨時訪客不列入計算正式計算。			

綠建築總部自 2012 年 6 月落成啟用，吸引了大量參訪者，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。除了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與環境教育，期望讓所有利害關係人共同加入綠化行列，不僅深入了解歐萊德的綠色舉措，更進一步提升大眾的環境與氣候意識。此外，為了提供高品質的環境教育，我們規劃了品牌簡報介紹及總部導覽等一系列參訪行程，並安排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、隨時增修調整，提升環境教育的品質，確保參訪團體能深入理解歐萊德各個層面所肩負的綠色使命。



自 2022 年歐萊德綠建築總部獲環境部國家環境研究院認證為「環境教育設施場所」以來，已累計舉辦 443 場環境教育活動，參與人次達 10,806 人。自綠建築總部啟用起統計至 2024 年底，總計接待來自 90 個國家的訪客，累計造訪人次達 42,816 人，展現我們在推動環境教育與國際交流上的持續成果。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

6.2.1 歐萊德環境教育設施場所之目標與行動策略

歐萊德通過環境教育設施場所的認證，提供大專學生及企業機關團體一個優質的環境教育場所。我們特別邀請各大專院校相關科系或課程，如商管學院、CSR、企業倫理課程及設計學院，前來觀摩綠建築設計理念與應用。自綠建築總部落成以來，歐萊德已接待超過千場來訪，通過這些環境教育活動，為學習者提供優質的課程與觀察機會，並分享企業知識與經驗。我們結合策略聯盟的行政資源，持續關注環保公益或聯合國永續發展目標的響應行動，並協助學生適性發展增強競爭力，或幫助企業機關調適因應氣候變遷所造成的經營風險或轉型契機。現階段，我們的課程內容以兩個主軸為核心，分別是環境面與製造面的零碳行動，以及綠色工廠的目標實踐。未來，我們將持續收集課程操作的回饋，調查新課程單元的需求，並參訪同類型的典範設施場所，作為後續課程修正的依據，致力於提供更加完善且優質的環境教育課程。

行動策略			
	短期（1-2年）	中期（3-4年）	長期（5年）
目標一： 完整建構環境教育課程	·持續運作課程發展小組，定期檢討課程操作情形。 ·執行環境教育課程方案（企業團體及大專校院）各10場次，並評估成效	·修正現行環境教育課程方案2套。 ·配合課程發展架構主題，開發及試教新課程方案1套。	·執行新課程方案10場，蒐集回饋數據。 ·修正後產出課程的確定方案，提供次一期環教場所資格認證所用。
目標二： 培育內部人員	·課程發展小組作為種子講師，定期向環境教育有關單位進行內部訓練。 ·規劃招募環境教育志工、擬定培訓制度及驗證檢核機制。	·招募培訓環教志工15人。 ·培訓環教志工取得資格認證。 ·建立環境教育工作坊，引入內外部資源以利達成培力目標。	·可藉由擔任夥伴學校的環境教育教學助教，以藉此調整內部教案素材。 ·透過環教志工的積極參與，傳遞環境教育的觀念與作為。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

為了將綠色影響力持續擴展，2018 年 10 月起，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。2019 年進行綠建築總部全新升級 2.0 計畫，結合回收材料、在地文化串聯建築自然環境、永續議題與設計巧思，打造出 Re 辦公室、環境教育館、品牌體驗館及玻璃屋天空步道，結合廠區及低碳辦公室的總部，使用綠色潔淨能源（風力與太陽能）自行發電，並全部用於製造產品，更實施各項節電、省水、降溫設施，減少高耗碳能源使用，再一次以「翻轉概念」重新定義永續精神。我們不收取任何費用，致力於推動環境教育，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。





目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.3 《解凍格陵蘭》環境教育計畫

《解凍格陵蘭》計畫獲得聯合國認可機構世界氣候基金會 World Climate Foundation, WCF 與 RE100 Climate Group | CDP 共同支持。為期 23 天，造訪 11 個城鎮，通過採訪不同領域的專家學者，包含 IPCC 科學家、格陵蘭前總理與當地各行各業的居民，共同探討氣候變遷對社會和經濟的影響。紀錄片以公益放映為初衷，期盼藉由授權此紀錄片，給予同樣關注全球氣候議題與支持本計畫的單位，作為非營利的環境教育素材，提高大眾的氣候意識。

2021 年北極冰蓋落下有史以來的第一場大雨，顯示著極端氣候已漸入不可逆的情況。美國太空總署 NASA 根據最新研究指出，格陵蘭現今的融冰速度，相比研究初期已經增加到七倍之快，而氣候變遷造成的影響最後終將回歸到人類本身，這也是我們選擇位於北極的格陵蘭的原因，因為相較於南極，北極有居民、有文化、有經濟發展，我們期望透過與居民的訪談，讓大眾更加了解他們生活的改變，變得更加積極尋找適應氣候的解決方案。我們持續從環境教育著手，為世界帶來改變的力量。

歐萊德創辦人暨董事長葛望平表示：「今日格陵蘭，會是明日的所有國家，它正替所有地區承擔第一線氣候暖化所面臨的衝擊，我們是人類歷史上親眼目睹氣候變化最劇烈的一代，但也有可能是最後一代，這對每一個人都很重要。」紀錄片至 2024 年底已超過 600 家學校、3,000 家以上企業共同響應公益播放，更受邀在聯合國大會 (UNGA77) 紐約氣候週、COP27 全球氣候峰會、新加坡經濟學人永續論壇等國際論壇進行線上發表。2024 年，歐萊德也將《解凍格陵蘭》完整紀錄片同樣公益授權予同樣關注全球氣候議題與支持本計畫的單位，作為環境教育推廣之教材公益放映，讓眾人目睹氣候變遷事實，從環境教育著手，帶來改變的力量，喚起大眾對日益嚴峻氣候議題的重視與關注。

官網頁面 https://meltinggreenland.oright.inc/



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

《解凍格陵蘭》不只是一部紀錄片

而是一項領先全球的環境教育計畫

紀錄片公益播放響應

受邀於聯合國全球氣候峰會進行全球首播

超過 600 所學校、4,000 個單位加入行動

我們將氣候紀錄片化為教育工具，透過串聯校園、企業與公部門，推動全台公益放映行動。每一次播映都是一場環境對話，讓更多人看見氣候變遷的真實樣貌，從理解到關注，再走向參與和改變。

公益循環印製

每本書承載前一位響應者的心意

讓環境教育在每一次翻頁間循環不息

《解凍格陵蘭》環境教育書籍，不僅是一本文字記載的專書，更承載一份環境保護意識的責任，透過公益循環，喚醒更多人對氣候變遷的關注，發揮社會影響力，激勵更多實際行動，為下一代留下美好居住環境，共同成就有意義的使命。

全球氣候大使

集結青年行動力

喚起校園與社區的氣候意識

透過《解凍格陵蘭》紀錄片為起點，我們培訓具備使命感的青年投入氣候倡議，成為具備知識與行動力的氣候大使，從校園推廣到社區，讓永續的理念透過一場場對話與行動，擴散更深遠的影響力。

We know the solution, what are you waiting for ?

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄









© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right













目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.4 Earth Hour 地球一小時－關燈活動

Earth Hour 是由世界自然基金會 (WWF) 於 2007 年在澳洲雪梨發起的一項全球性環境公益活動，通過「關燈」行動，呼籲大眾正視氣候變遷議題。每年三月的最後一個星期六，全球參與者在當地時間晚上八點半關閉不必要的電燈一小時，台灣是目前全球 192 個響應國家之一，並已有超過 18,000 個世界地標參與其中。歐萊德自 2011 年起，以全公司的資源與力量，在台作為主持號召企業並投入其中。我們深信台灣作為地球公民的一部分，不應缺席這類全球性環保活動，並希望通過這一行動，將節能減碳的理念深入人心。

2024 年，歐萊德已連續第 14 年擔任「Earth Hour 地球一小時」台灣區主辦單位，作為全球少數獲 WWF 授權的非 NPO 組織之一，今年活動不僅得到中央政府、六都及各縣市首長的支持，更集結了產官學界與永續倡議者，超過百位名人、上千家知名企業與綠沙龍業者共同響應這場「全球最大自發性公益減碳行動」，彰顯台灣的綠色影響力。

O'right 歐萊德召集各界響應關燈活動，並邀請到連鎖便利商店領導品牌「全家便利商店」擔任合作倡議單位。全台統計超過 572 家企業、6,980 間連鎖門市、1,243 間沙龍店家與全台百萬人支持響應，不分產業、領域攜手支持，集結全世界一同關上不必要的燈！今年有更多的知名企業參與以優良企業形象率領全台民眾共同參與氣候行動，真正落實企業社會責任。歐萊德全力邀請各界響應「Earth Hour 地球一小時」活動，不分產業與領域，攜手為愛關燈。全台總計超過 572 間企業響應，連鎖通路的響應數量更多達 6,980 家，達成全台節電 28.9 萬瓩的成果，創下第 14 年的節電新紀錄。自 2011 年參與活動以來，全台灣累計總節電量高達 153 萬度電。未來，我們將持續呼籲大眾通過「關燈」這個簡單的行動，共同為永續盡一份心力。

生活中每個選擇 都在決定我們共同的未來

歐萊德創辦人暨董事長葛望平表示：「面對氣候變遷，沒有人是局外人！」雖然地球一小時的節能減碳活動趕不上全球暖化的速度，但這 60 分鐘的活動關鍵在於喚醒人們的環保永續意識。作為地球的居住者，你我都更有責任保護我們的星球，讓我們在黑暗中超越五感體驗，齊心傾聽大自然的聲音，回復生物多樣性，與自然共好。

歐萊德擔任 Earth Hour 台灣主辦單位 14 年來，全台灣累計總節電量高達 153 萬度
共減少 808,075 公斤碳排放，等同於種植 73,461 棵大樹

官網頁面 https://earthhour.oright.inc/



● 關燈一小時，關燈活動

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

6.5 串連利害關係人，擴大社會影響力

6.5.1 生活減碳，淋浴三分鐘

消費者使用階段是美妝產品碳排放的最大來源。以洗髮精為例，使用端碳排放佔比高達 91.23%。因此，我們不僅在生產製程追求零碳，更致力引導消費者理解與實踐減碳行動，讓氣候責任從產業延伸到生活日常。我們率先推動「生活碳足跡透明化」，在官方購物平台全面揭露產品碳排資訊，並提供即時計算減碳量功能，協助消費者在購買當下認識自身對環境的影響，實踐有感減碳。這項行動讓看不見的碳變得具體可感，開啟消費者參與氣候行動的新入口。

2022 年，歐萊德於聯合國 COP27 氣候峰會「水資源日」發起《淋浴三分鐘運動（3-minute shower action）》，成為會中唯一來自亞洲的永續美妝品牌代表。依據環保署（現環境部）公告，台灣人平均淋浴時間約 10 分鐘，每次耗水 100 公升、用電 3 度（以水溫自攝氏 25°C 加熱至 38°C 計算）。若將淋浴時間縮短至 3 分鐘，可節省約 70% 的用水與 2.1 度電力，相當於每人每次減少約 1.05 公斤的碳排放量。根據估算，全球若每多一人響應，每年可達成相當於種植 35 棵 20 年生大樹的碳吸附效果。

從產品揭露到行為倡議，歐萊德以教育為起點，讓「零碳」從企業端延伸至消費端，打造雙向減碳的社會行動力。我們堅信，真正的氣候行動，來自每一次有意識的日常選擇。



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

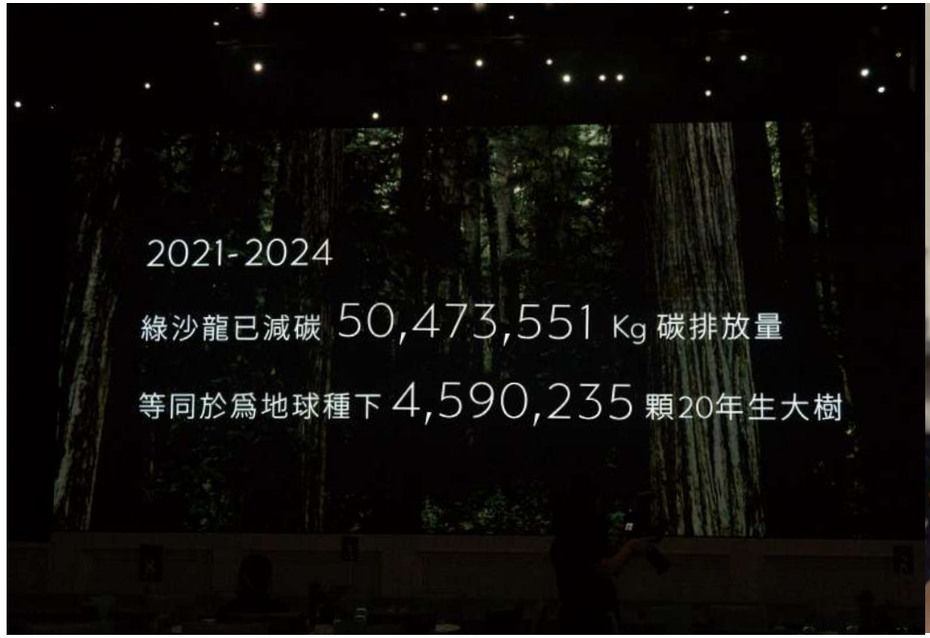
6.5.2 綠沙龍運動

綠沙龍運動以沙龍為起點，通過綠色產品、綠色標準及環境教育，將綠色意識融入日常消費行為。綠沙龍運動承諾抵銷沙龍顧客的碳排放，至 2024 年已有 2,000 家沙龍店，超過 1,000 設計師參與。

「綠沙龍」是我們一直倡導的理念，希望讓大家更著重於愛護自己與家人的健康，以及我們的環境。台灣的沙龍客戶都是一同傳遞理念的夥伴，2011 年開始，我們連續 13 年邀請沙龍設計師共同參與 CSR 活動。2024 年來說，全台有 1,110 家沙龍店響應 Earth Hour 關燈活動、使用歐萊德產品成功抵換約 630 萬公斤的二氧化碳當量（相當於種植 57 萬棵 20 年生的大樹），透過沙龍店身體力行實踐減碳，提高沙龍老師對地球永續議題的關注，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，推動綠色美業的集體覺醒。

2018 年進一步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。

2023 年，歐萊德更以 20 年專業深耕美髮領域，創建「O'right ｜ P R O」品牌，專為頂級沙龍專業髮品市場打造獨家專業產品，運用創新強健技術給予設計師、消費者、自然環境最健康安心的產品承諾，並提供體驗創新、履歷創新、合作創新、服務創新、標準創新及永續創新等六大創新服務，使顧客擁有專業頂級全新的體驗，其中服務創新 - 數位轉型客戶下單系統，結合行動支付響應無紙化功能、落實節能減碳，提供顧客更便捷快速結帳服務，以及顧客訂單狀態查詢、合約額度等多項功能，並提供更安全的金流交易服務，至 2024 年客戶下單筆數已達 11,000 筆，大幅減少下單時間、降低人力成本及提升顧客購物體驗。未來，我們將攜手更多夥伴，讓永續成為最極致的時尚。







目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.5.3 國際經銷商永續行動

歐萊德憑藉創辦初心，20 年來我們堅定走向零碳永續，成功實踐循環經濟，推出全球首瓶 100% 可溯源再生塑膠瓶、再生塑膠壓頭屢獲世界各項大獎肯定，奠定歐萊德全球永續領導地位。此外，更持續說服國際消費者我們能與地球一同綻放由內而外的美麗，將歐萊德的「零環境衝擊」理念，不間斷地傳達給我們的綠色種子。因此，歐萊德每年積極邀請國際經銷商都跟著歐萊德一起展開綠色行動，自主性進行許多綠色服務及活動，一起串連其全世界的夥伴共同進行綠色行動。

國際夥伴	綠色作為
白俄羅斯綠沙龍	蘋果樹是俄羅斯最棒的果樹之一，2015年，葛董事長與俄羅斯經銷商共同種下了蘋果樹之後，每年持續維護果樹健康生長，夥伴們將果樹所結成的蘋果捐給育幼院孩童，再將這份對地球的愛，分享給育幼院的孩童。
荷蘭綠沙龍	座落在荷蘭的兩間綠沙龍Esther Hairstudio和ThirtyOne Haircare，秉持著綠色理念，守護顧客的健康與美麗，同時更展現對環境的友善關懷，讓健康、環保、永續的綠色概念成為新世代的生活態度，更轉為一股時尚風潮。此外我們也特地為了荷蘭的綠沙龍做了專訪發表於綠色生活家季刊，讓更多我們的夥伴相互交流彼此的永續作為。
保加利亞代理商	2024年3月，保加利亞代理商響應全球性永續行動Earth Hour，號召旗下合作門市共同於指定時間關燈一小時，展現節能減碳的實際行動。透過簡單卻具意義的參與方式，提升大眾對氣候變遷與能源永續的關注，並傳遞O'right身為綠色品牌在全球推動環保理念的堅持與影響力。
新馬代理商	2024年，新馬坡代理響應政府主導的Go Green SG永續運動，與政府、企業及社區共同推動綠色行動，參與多項環保活動。並舉辦氣候變遷紀錄片《解凍格陵蘭》放映，展現企業對環境保護與永續發展的承諾。
泰國代理商	2024年，我們與綠色夥伴攜手合作，在泰國當地推動了以綠色沙龍為主軸，旨在促進環境保護和永續發展的行銷活動。在這個活動中，我們與一些認同永續理念的綠色沙龍合作，共同宣導淨零、綠色的品牌理念，並且呼籲泰國民眾關注環境議題，為地球出一份力，獲得了積極正面的社會迴響。
南非代理商	南非代理商總部位於德本，他們積極與當地的美髮沙龍合作，宣傳 Earth Hour 理念並付諸實際行動，希望能夠透過這類議題，喚起更多人對於環境問題的關注。當地美髮沙龍也非常支持這樣的活動，讓我們的地球更美好！
日本代理商	2024年，日本代理於Tokyo Earth Day活動中推廣台灣零碳美妝品牌O'right，放映曾於COP27與COP28官方播映之氣候紀錄片《解凍格陵蘭 拯救馬紹爾》，並結合官方帳號追蹤與現場抽獎，提升大眾對氣候正義的關注。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



6.5.4 歐萊德與《遠見》On Air：直擊 COP29，深入剖析關鍵趨勢與台灣因應策略

2024 年，歐萊德與《遠見》攜手延續氣候行動倡議，於聯合國氣候大會 COP29 期間共同策劃製作《遠見 ON AIR》Podcast 專題節目。由歐萊德創辦人暨董事長葛望平與《遠見》社長楊瑪利共同主持，邀請多位氣候議題專家及領袖進行語談，深入剖析 COP29 熱議議題，從國際談判趨勢、企業應對策略，到企業如何推動氣候教育、循環經濟與碳資產管理等多元路徑，展現台灣企業在全球淨零轉型中的先行角色。藉由媒體的影響力與聲音的穿透力，專題節目有效串聯公眾與氣候政策對話，深化大眾對氣候治理與企業角色的認識。本次合作延續 COP28 以來的策略夥伴關係，不僅拓展氣候行動的傳播形式，也進一步彰顯企業與媒體在氣候議題上的跨界協力。歐萊德將持續透過多元溝通平台，強化社會對永續議題的關注與參與，共同推動綠色轉型的社會動能。

COP29 ：https://www.gvm.com.tw/podcast/category/55

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.5.5 在校園播種永續未來

面對氣候變遷與永續轉型的全球挑戰，歐萊德將教育視為最關鍵的節點。2024 年，歐萊德的永續轉型經驗與環境教育行動正式納入台灣第一本永續教科書，，與企業並列的還有聯合國、綠色和平等國際機構。這不僅是對歐萊德 20 年綠色行動的肯定，更象徵企業作為環境教育推動者的社會角色逐漸深化。同年，我們受邀走進新竹市關埔國小，見證由教師自主開發的《解凍格陵蘭》氣候教案，將企業故事轉化為孩子們的環境素養教材。透過影片觀摩、分組討論、模擬氣候峰會等教學設計，學生從「氣候變遷」四個字出發，延伸出自己的低碳選擇與行動倡議。

董事長葛望平更親自走進教室，與學生面對面交流，鼓勵孩子們成為下一代的永續公民。這場教學不只是一次活動，更是一場觸動心靈的交流。孩子的提問、反思與行動構成對未來的回應，也讓我們深刻體會到：永續的種子，應該從校園扎根，從每一堂課發芽，從每一個學生的意識中，長成改變世界的力量。歐萊德未來也將持續與更多教育現場攜手，將企業的永續經驗轉化為校園可用的教材與啟發素材，讓環境教育不只停留在認知，而是成為一種生活態度與公民責任。

掃描 QR Code，一起走進教室現場
觀看歐萊德與關埔國小學生共同展開的氣候教育行動，
感受孩子們如何在課堂上以行動回應氣候變遷，讓永續的種子從校園萌芽。
（參考：QRcode 連結的 youtube 網址： https://youtu.be/we5WZCzYvXY?si=w5uc1fZVfonVtEfF）





目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.6 品牌聯名

6.6.1 FamilyMart 全家便利商店 × 歐萊德｜打造循環經濟的永續聯名

歐萊德與全家自 2023 年起攜手展開「循環設計 × 綠色日常」聯名合作，將全家門市每日產生的咖啡渣與門市使用後的牛奶瓶容器，透過再生工藝轉化為洗髮精瓶器與保養品包裝，再設計為限定販售的聯名綠色生活商品。

這項兼具「再生素材回收 × 品牌共創 × 消費者教育」的創新合作模式。消費者在熟悉的便利商店環境中，即能以日常購買行為參與循環經濟、理解再生素材的實際應用，進一步加深對永續生活的體感與認同。全家通路已累積販售上萬瓶綠色商品，並獲得 2024 年巴黎永續美妝大獎肯定，為亞洲永續美妝與零售創新的典範之一。

循環經濟創新模式

原料再生：利用全家便利商店每日產生的咖啡渣，透過歐萊德的超臨界與超音波萃取技術，轉化為高品質的咖啡因，應用於洗髮精、護手霜等產品中。

包裝再生：回收全家便利商店使用後的牛奶瓶，製成 100% PCR 再生塑膠材質的包裝瓶，減碳成效高達 83.7%。

產品系列：推出包括洗髮精、沐浴乳、潔顏慕斯、頭皮噴霧及護手霜等五款永續美妝產品



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

6.6.2 PX 全聯福利中心 × 歐萊德｜以點數驅動環保行動

2024 年，歐萊德與全聯福利中心展開點數換購合作，消費者可透過日常累積點數，搭配優惠金額換購歐萊德碳中和產品，如咖啡因洗髮精與酒釀護手霜等。至今累計商品減碳量，已相當於種下逾 6.5 萬棵 20 年生大樹。本次合作專案換購反應熱烈，累計換購商品總碳減量相當於種下 65,894 棵 20 年生大樹，成功將碳中和產品選擇內嵌於全民日常消費之中，建立兼具教育性與實用性的綠色選品模式。透過會員制度導入行為轉化機制，成功將綠色商品導入全民生活場景。永續不再是遙遠的選項，而是每一次購物中的日常選擇。同時，歐萊德也與大潤發合作拓展商品上架與推廣活動，深化零售通路的永續布局，提升品牌觸及力。此類跨通路合作不僅擴大產品影響力，更在全民消費體驗中實現環境教育的滲透。

6.6.3 Yutaka Nojima 野島裕

2024 年，歐萊德攜手日本當代藝術家 Yutaka Nojima 野島裕，以藝術回應永續。Nojima 擅長以自然為靈感，融合東方哲思與現代語彙，呈現水、風、樹木等元素的生命律動，傳遞人與環境的連結。本次聯名以低碳與循環為核心，Nojima 採用回收與再生素材創作，呼應歐萊德的綠色理念，讓藝術作品成為永續的載體。從創作精神到細節表現，皆展現對自然的敬意與對未來的想像。歐萊德相信，當藝術與永續相遇，便能開啟更多對話與行動的可能，讓美不止於外表，更深植於生活選擇中。





© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

6.7 綠色出版

6.7.1 品牌年報

延續 2020 年的「全民讀報運動」，2024 年持續以文字與圖像統整過去一整年的成果及未來展望，透過派報方式拉近品牌與利害關係人之間的距離（如供應商、客戶、消費者等），更讓利害關係人從中理解彼此共創的永續價值是非常珍貴的。品牌年報的發行，為體貼不同族群的閱讀習慣，發行紙本與數位兩種版本，使讀者在閱讀品牌年報時，快速瞭解歐萊德綠色經營模式中的里程碑。

O' right 官網頁面 https://www.oright.inc/tw/news/views/458

O' right ｜ PRO 官網頁面 https://pro.oright.inc/greensalon/page/NEWSPAPER





© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

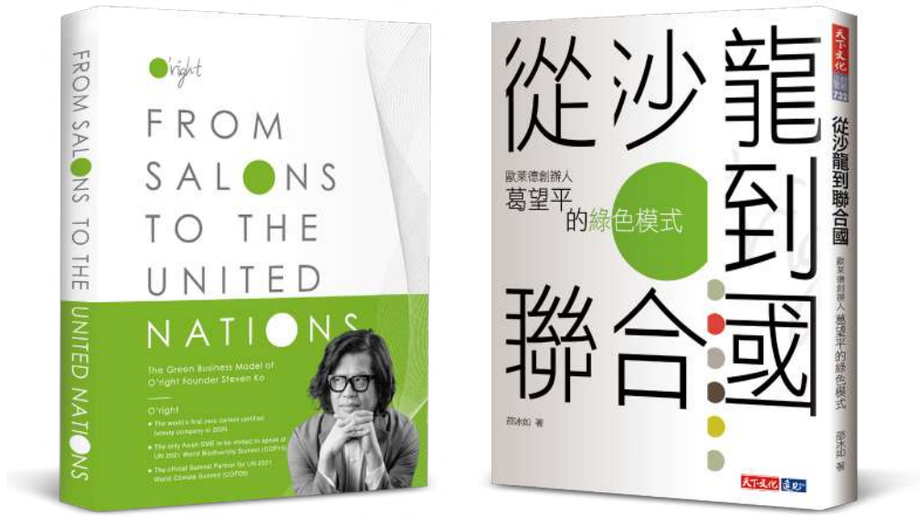
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.7.2 從沙龍到聯合國

「生命有限，我們可以留下些什麼？」在朝向綠色永續邁進的過程中，我們深刻感受到，山、水與樹，比人類更重要，現代人要準備好諾亞方舟，因為我們這一代，除了是目睹氣候變遷的一代，也是唯一有機會拯救地球的一代。

《從沙龍到聯合國》紀錄歐萊德從 2002 年成立至今，由創辦人葛望平用熱情打造全球綠色品牌的企業故事。歐萊德從台灣沙龍出發、秉持綠色信念引領企業夥伴並肩前行，也連續榮獲國際綠色大獎，讓全世界看見台灣、看見歐萊德帶動的綠色供應鏈傳奇。歐萊德的故事不僅改變世界，也感動許多人。在《從沙龍到聯合國》一書中，不僅有各界意見領袖共同推薦，更邀請各界精英聯名以影音推薦支持，在書籍出版中可謂創舉。



6.7.3《解凍格陵蘭》環境教育書籍

環境教育領域重磅新書《解凍格陵蘭》正式發行，將帶領讀者深入全球氣候變遷最前線。經過兩年的籌備和 16,000 公里的實地採訪，《解凍格陵蘭》記錄了一場橫跨 23 天的格陵蘭之旅，透過真實的影像和深度訪談，揭示氣候變遷帶來的急迫挑戰。這本書真實呈現北極冰蓋的急速融化及前所未見的降雨現象，震撼的事實強烈示警全球暖化的不可逆與迫切性。

書中匯集了多位科學家的權威見解，深入剖析這些現象背後的科學依據，並引導讀者理解全球氣候變遷對環境和人類生活的深遠影響。《解凍格陵蘭》以詳實的報導和科學背景，為氣候危機提供有力證據，也成為環境教育的理想教材，呼籲人們正視當前的氣候挑戰並積極採取行動。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

6.7.4 創辦人專欄

歐萊德自創立以來，始終致力於成為綠色影響力的引領者，而這一切都源於創辦人葛望平對環境永續的深刻承諾。為了更全面地展示企業在綠色發展中的努力，我們設立了「創辦人專欄」，作為傳遞歐萊德綠色理念與實踐的專屬平台，將歐萊德的綠色影響力傳遞給更廣泛的受眾。

「創辦人專欄」由歐萊德創辦人葛望平執筆，內容涵蓋他帶領歐萊德在永續發展道路上的具體實踐、前瞻性思維，以及對於淨零碳排趨勢的分析等多項永續議題。葛望平董事長不僅分享對氣候行動和可持續發展的見解，更透過具體的企業實踐，展示了歐萊德如何以創新和行動推動綠色變革。無論是推動零碳產品的研發，還是支持全球氣候倡議，歐萊德始終堅守在綠色轉型的最前線。我們深信，這樣的努力不僅能鞏固企業的綠色領導地位，更能為後代創造一個永續的未來。

2024 年專欄文章：
2026 開啟反漂綠時代，假 ESG 企業將原形畢露
寫給準環境部長彭啟明的一封信
升溫 1.5 度 C 擋不住！技術、資金不是問題，唯一阻礙是政府政策
COP29 是場國際漂綠盛會？ 1.5°C 防線真的守不住？

歐萊德官網創辦人專欄：https://www.oright.inc/tw/news/founder/
It's O' right 創辦人專欄：https://www.oright.inc/blog/w/archives/category/ceo
遠見華人精英專欄：https://www.gvm.com.tw/author/6257
ESG 遠見專欄：https://esg.gvm.com.tw/author/180



哈佛商業評論
全球繁體中文版
Harvard Business Review
遠見 天下文化

100 三大原則催生高效新團隊
108 管理團隊爲何內部失調？
124 帶出常勝軍：領導隊友的七大心法
134 執行ESG別再「左右爲難」
142 學會「微正念」技巧，對抗工作壓力！

新版第218期 2024年10月號 hbrtaiwan.com

個案研究・評論 The Expert Respond

企業若不淨零轉型，十年內必會消失

葛望平
歐萊德創辦人暨執行長

隨著地球逼臨1.5℃升溫的臨界點，聯合國COP氣候峰會驅使各國政府制定碳中和目標，因此推進了碳排放相關法規的訂定，更加速了全球供應鏈的重整，而企業在綠色轉型潮流之中，也常面臨如何創造永續競爭力的抉擇。我們可從以下面向來探討個案的抉擇。

1. 別成爲下一個殞落的企業。氣候變遷是不可逆的事實，一定會影響全球法規與貿易條件。企業不能再默守現有行業標準，而是要大膽預測未來10年**趨勢**並及早準備，現在做是競爭力，再不做就變成生存力，甚至只能等著被淘汰。因此祥發一定要有破釜沈舟、邁向淨零的決心，帶領內部扭轉對ESG的認知，把它變成企業永續競爭力的核心戰略。當今氣候急劇惡化，各國政府紛紛加大對環境與碳排放的監管力度，企業一定要盡早因應。

2. 開拓第二成長曲線。現今我們看到Toyota與福斯都面臨巨大的風險。國際能源總署（IEA）於2023年發布的報告中，指出自2015年至2024年全球電動車市場銷售量的曲線變化及預測，在短短10年中，BEV電池動力車的成長速度，已經有近30倍的成長，佐證了企業第二成長曲線的重要性，同時展現市場的急遽變化。

以上發展證明企業不能再仰賴自身的百年技術，而必須察覺與因應未來10年的市場變化。祥發必須在低碳技術和產品上進行領先布局，才有可能開創第二成長曲線，爲未來市場競爭奠定更堅實的基礎。

3. 戰略性的資源配置。祥發在技術轉型之際，可以思考如何找到下一個「F1」級別的突破性產品。例如：是在工具業智慧製造的領域引入先進技術與人才，還是提升供應鏈透明度，並獲得公正的第三方認證？這些戰略性的選擇，需要跨部門的協作與溝通，分階段投入資本與資源，而前瞻性的投資雖然可能在短期內增加成本，但從長遠來看，這將是提升企業定價能力和品牌忠誠度的關鍵。

4. 反漂綠≠綠色趨勢不再。當前，全球對於企業「漂綠」的現象愈來愈敏感和警覺。然而，「反漂綠」並不意味著綠色轉型的終結。相反地，它促使企業必須誠實揭露且以更透明的方式進行綠色轉型。祥發在未來的綠色發展道路上，應注重執行全供應鏈的脫碳行動，並向客戶展示微實的技術變革成果，逐步擴大低碳技術的應用範圍，並確保產品線的綠色轉型，這將讓它在競爭中脫穎而出，並贏得消費者、投資者和利益相關者的長期信任與支持。

5. 領導人的視界決定了世界。許多企業只注重眼前的合規要求，忽略了在更嚴格的未來規範中尋找機會。現今已有許多企業在營收明顯成長的過程中，總碳排量仍持續下降，甚至在整個供應鏈中可以幫助客戶降低碳排放並增加競爭力，不但成功吸引到過去未能觸及的新客戶，同時擁有更多資金挹注於技術與市場擴張，形成全新的產業優勢。

祥發一定要從更長遠的角度，制定切實可行的低碳目標和策略，抓住這歷史性機遇，快速調整戰略，方能在綠色經濟的大潮中成爲引領者，贏得更加永續的美好未來。◎

44 哈佛商業評論 全球繁體中文版 | October 2024 | 版權所有・影印必究

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

07 第七章 公司治理

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

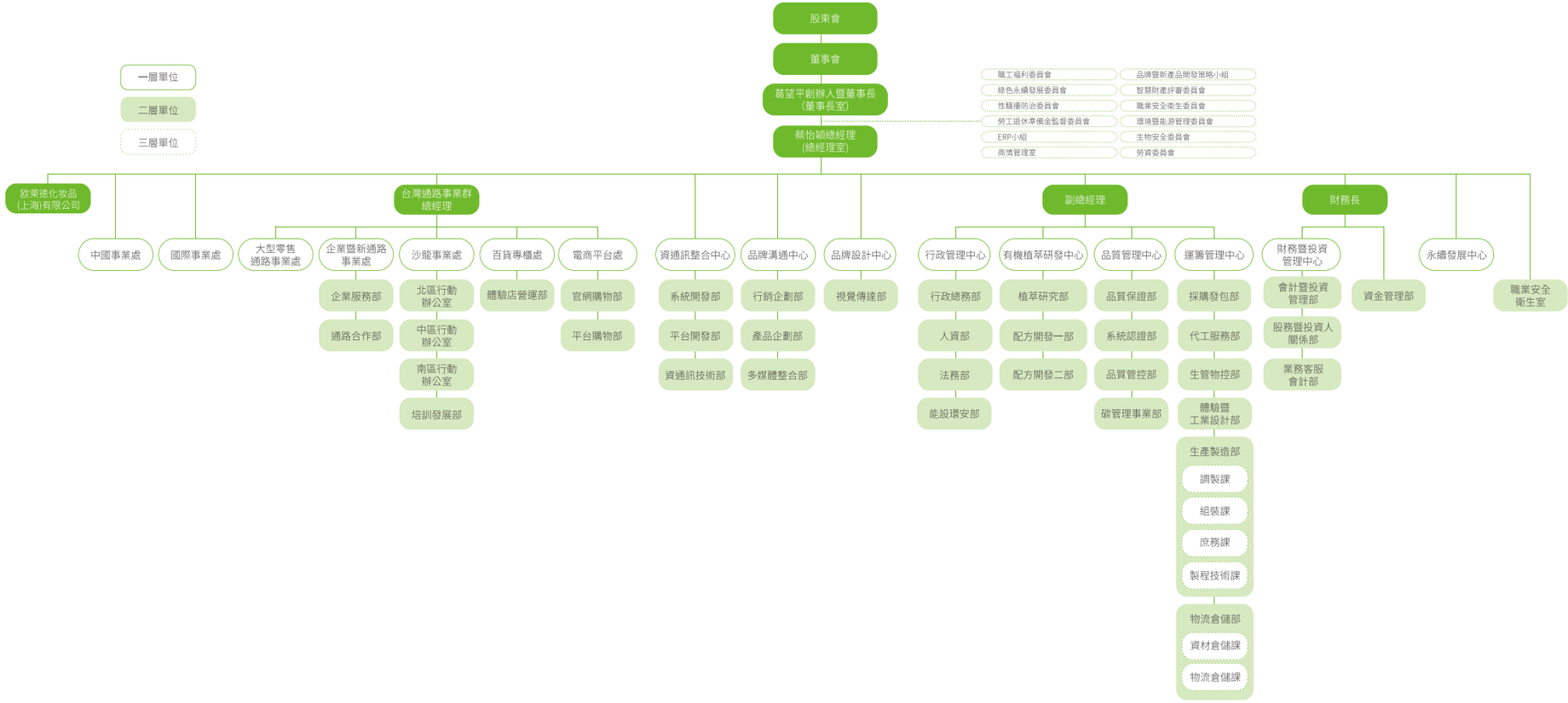
附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

7.1 永續治理

GRI 2-9、2-12、2-13、2-14、2-16、2-28

GRI 201-1、201-4



7.1.1 公司組織概況

歐萊德治理架構共分為三層單位，一層單位包含 9 個中心、7 個處；二層單位包含 34 個部、3 個行動辦公室、1 個室； 三層單位包含 6 個課、25 個體驗店，內部則設有 12 個委員會 / 小組。此外，歐萊德依循公司法之規定，透過應屆董事會選任董事長，並由董事長兼任執行長，對外代表本公司作爲媒體受訪之主要任務，並擘劃企業組織發展藍圖，共同召集公司綠色永續暨風險管理委員會並由總經理綜理公司一切業務，負責組織運營核心任務的開展與執行，並向董事會代表呈報。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

歐萊德委員會及小組

歐萊德委員會 / 小組	相關性說明	成立日期	宗旨與目標
ERP小組	組織相關	2021/12/15	由財務暨投資管理中心協同資通訊整合中心成立功能性小組，整合公司企業資源規劃系統（ERP）於操作與管理層面所遇議題，依據實際需求召集相關單位進行專案式協作，研議並制定具體之優化方案與執行對策，以提升整體資訊管理效能。
商情管理室	組織相關	2021/12/15	旨在建立國內外媒體動向管道，獲取永續新知及競品動向。每週不定期發佈歐萊德自媒體露出新聞及收集外部產業動態、競品訊息、關係企業等，並整合消息提供內部參閱時事動向，透過商情預測未來產業及國際發展趨勢變化。
職業安全衛生委員會	勞工相關	2014/11/25	2023年由勞方代表3位（由勞資會議中之勞方代表互相推舉所產生）和公司代表5位共同組成。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。
生物安全委員會	組織相關	2014/11/01	由管理代表、實驗室主管、生物安全主管、品質管理中心代表、職業安全衛生室代表組成，每年最少召開一次會議。其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，並定期執行生物安全演練，重要安全設備如生物安全操作櫃，且每年均委託合格廠商進行查驗。
*勞資委員會	勞工相關	2014/8/12	成立目的為協調勞資關係、促進勞資合作、防患各類勞工問題於未然，並鼓勵勞資間自願性的諮商與合作，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。勞方代表由全體勞工直接票選選出，並由勞資雙方同數代表依法定期召開勞資會議，利用提案與討論方式，以獲得多數代表同意之方案為決議，決議後內容均放置雲端共用區，並於公司群組佈達全體員工，請員工自行參閱。2024年共召開4次勞資會議，且相關決策內容與會議紀錄均以公司內部公告系統佈達至全體員工。
*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之權益。性騷擾防治委員會代表由全體員工直接票選選出騷擾防治委員共5名。
環境暨能源管理委員會	組織相關	2013/12/04	委員會主要由生產單位、研發單位與品保單位共同組成，每季召開一次，致力於探討重大耗能設備的效能優化與功率檢測，透過制度化流程與跨部門協作，聚焦提升整體用電效率，並依據設備條件與營運實況，持續追求合理且具成效的節能表現。
智慧財產評審委員會	組織相關	2013/09/11	由公司內智慧財產相關部門與權責部門之主管所組成，負責針對員工提案進行評議與專利、商標申請。原則上每季召開一次，2024年共計召開4次，分別於1月、4月、7月、10月召開。
綠色永續暨風險管理委員會	組織相關	2013/05/10	由葛望平董事長、蔡怡穎總經理、謝修銘永續長擔任共同召集人，責成永續發展中心為承辦單位，負責召集本委員會並維持會務運作及管理，並由各單位一層主管擔任當然委員，目的在維持與強化企業的永續發展，並定期追蹤風險管制措施的實施狀況，以降低風險發生的機率。2024年召開首場會議，後續管制措施則由表單定期追蹤主責單位監測現況。
品牌暨新產品開發策略小組	組織相關	2009/06/22	由產品單位、品牌設計單位、工業設計單位、生管單位、研發單位共同組成，每5-6週召開一次會議，負責設定產品開發大方向、擬定品牌行銷策略以及追蹤產品開發進度。2024年共召開6次小組討論會議。
*職工福利委員會	勞工相關	2009/01/01	委員組成每兩年由全體員工投票選出委員 5 名，主委 1 名由選出的委員中推派。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。 2024 年共召開 6 次會議，針對該年的三節禮品、五一勞動節贈禮等員工福利事項進行討論。
*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

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

7.1.2 企業團體與公會組織參與

歐萊德高度重視跨產業合作，共創綠色永續未來。我們積極參與各類團體和組織，致力於將企業的社會責任和環境保護價值觀深植於台灣公會組織，推動並落實環境保護行動。為了及時掌握主管機關食藥署發布的化妝品法規和措施，我們加入了美妝相關公會，針對食藥署佈達之相關新法規與新措施召開會議，交流專業知識，並以公會名義統整成員之意見轉呈食藥署參考，保持與中央主管機關的密切溝通。同時，我們也透過公會主動提供最新法規資訊及議題，同步切合地方衛生局、中央食藥署之法規公告，調整我們的行為準則。

此外，我們以專業髮粧產品起家，一直將改善美髮沙龍環境與綠色永續發展視為己任。2019 年，偕同宇沛永續科技、SGS 台灣檢驗科技股份有限公司共同籌劃發起「台灣綠沙龍永續認證協會」，推動各類沙龍場域的永續發展，響應聯合國永續發展目標。

2022 年，台灣對永續發展的重視與需求逐漸提升，企業開始積極推動永續轉型。為了持續擴大歐萊德在綠色經驗與影響力上的貢獻，我們採取多種策略，以支持台灣中小企業規劃其永續轉型路徑。鑒於此，我們將原本專注於提升沙龍美髮產業永續意識的「台灣綠沙龍永續認證協會」進行重新定位，並正式更名為「台灣淨零排放碳中和協會」。協會的宗旨是促進健康、安心、可信賴的環境，並辦理碳資產管理課程及講座等活動，致力於推動淨零排放、碳中和、責任消費與生產、健康維護、友善環境、再生能源利用及社會關懷等目標，進一步協助各企業實現永續發展。

nzca
Net Zero Carbon Association

● 官網連結 https://www.nzca.org.tw/

歐萊德參與的台灣公會與組織
社團法人台灣淨零排放碳中和協會（理事長）
社團法人台灣精品品牌協會（常務理事）
臺灣化粧品工業同業公會（常務理事）
社團法人中華民國企業永續發展協會 （理事）
社團法人台灣新經濟連盟協會（理事）
台北市進出口商業同業公會
社團法人中華民國全國創新創業總會
社團法人永續循環經濟發展協進會
財團法人中華民國商品條碼策進會

● NZCA 會員大會



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

7.1.3 公司治理績效

2024 年營業額較 2023 年小幅成長 0.3%，整體稅後盈餘為 80,399 仟元，每股稅後盈餘（EPS）為 3.93 元，資產報酬率（ROA）為 13%，股東權益報酬率（ROE）為 18%。2024 年對於歐萊德而言，是品牌轉型與市場布局的關鍵年。我們承接了 2023 年的經驗與成果，全面將沙龍通路轉型為 O'right ｜ P R O 品牌，同時積極拓展 O'right 在大型零售與消費者端通路影響力，取得初步成效。同時，歐萊德也重視公司的社會責任，致力於環境保護和社會公益事業，這些努力將進一步提升公司的形象和影響力。

歐萊德財務績效表現（單位:新台幣仟元）

面向	項目	2022年	2023年	2023年
經營能力	總資產	642,389	644,403	649,116
	股東權益	433,745	444,863	459,592
	營業收入	570,254	588,892	590,816
	本期淨利	67,775	73,571	80,399
獲利能力	資產報酬率	11%	12%	13%
	權益報酬率	17%	17%	18%
	每股盈餘EPS	3.33	3.61	3.95

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

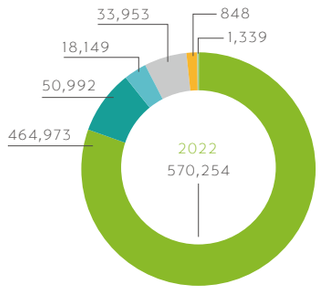
歐萊德財務概況

（單位：新台幣仟元）

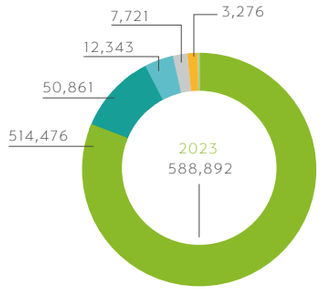
年份	直接之經濟價值		分配之經濟價值				留存之經濟價值
	營業收入	政府補助收入	營業成本 *整體營運相關支出	人事薪資及職工福利	出資人支出	政府支出	
2022	580,021	2,095	492,413	181,293	881	28,641	67,775
2023	602,171	402	510,910	194,667	62,298	28,101	83,571
2024	603,293	124	503,493	181,061	67,148	27,886	80,399

備註

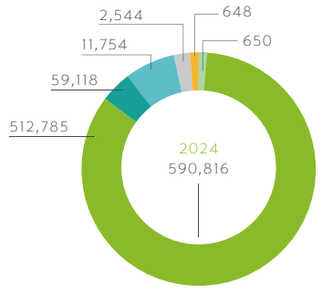
- 直接之經濟價值 = 營業收入 + 業外收入
- 分配之經濟價值 = 營業成本 (含人事薪資、職工福利) + 政府支出 + 出資人支出
- 留存的經濟價值係為當年度稅後淨利。2022年至2024年皆經安侯建業聯合會計師事務所查核簽證
- 2024年政府補助收入專案：OSMOPROF Worldwide Bologna-International Exhibition of Perfumery and Cosmetics義大利國際美容展參展計畫、購買除濕機退還減徵貨物稅、桃園市青年安薪就業讚、113年度充電起發計畫-協助事業單業辦理在職訓練
- 職工福利包含定期提撥款（例如：退休金、保險費、公務車及私人醫療）、其它的員工補貼費用 (如：住房補助、無息貸款、大眾交通工具補助、教育津貼及解僱補貼)。出資人支出包含給付股東的股利、借款利息。 政府支出包含營業稅、所得稅、財產稅。



（台灣市場佔86.2%；國際市場佔13.8%）



（台灣市場佔87%；國際市場佔13%）



（台灣市場佔87%；國際市場佔13%）

台灣 中國 歐洲 亞洲 美洲 非洲 澳洲

國內外銷售統計（單位：新台幣仟元）

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

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」。因此，在公司政策考量面不僅包含「企業利益」、「員工利益」、「客戶利益」、「股東利益」，我們更將「社會利益」與「生態利益」納入考量。歐萊德的永續理念著重在環境教育、環境保護、環境改善以及社會各項之投資，2024 年產生之相關綠色投資金額約為一億元，歷年累計相關投資總金額高達近八億八千餘萬元，無形中所產生的影響力逐步實踐歐萊德的經營理念，而最大的利益者就是我們的環境與生活在地球上的所有人。

2024年歐萊德綠色投資總表 （單位：新台幣仟元）

支出項目	資本支出	費用支出	合計
企業營運成本	0	3,103	3,103
上下游關聯成本	0	82,296	82,296
管理活動成本	0	10,690	10,690
研究開發成本	0	6,462	6,462
社會活動成本	0	439	439
損失及補救成本	0	0	0
規費稅捐等其他費用	0	455	455
合計	0	103,445	103,445
備註	·企業營運成本：污染預防支出、全球性環境保護支出、資源循環支出。 ·上下游關聯成本：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。 ·管理活動成本：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。 ·研究開發成本：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。 ·社會活動成本：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。 ·損失及補救成本：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。 ·規費稅捐等其他費用：政府開徵空污、土污、水污、及其他規費。		

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

董事長(兼執行長)	品方投資股份有限公司 代表人：葛望平
董事	品方投資股份有限公司 代表人：張小玲
	B-EX 代表人：福井敏浩
	B-EX 代表人：仲谷裕治
	博納世投資股份有限公司 代表人：葛麗英
監察人	植木股份有限公司 代表人：葛麗利
	杜麗琳

GRI 2-9、2-10、2-11、2-12、2-13、2-14、2-15、2-16、2-17、2-18、2-19

7.2 董事會結構與運作

7.2.1 董事會組成

歐萊德國際股份有限公司董事會主要成員由 5 席董事以及 2 席監察人所組成，其中男性比例為 43%，女性比例為 57%。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，且 2024 年董事（含監察人）親自出席董事會的平均出席率為 98%。



● 治理結構

7.2.2 董事會遴選

董事和監察人的選舉和董事長的選任是歐萊德公司治理的重要環節，除了展現公司對股東權益的尊重和公司治理的透明度，更可以促進公司的長期穩定發展和股東價值的提升。歐萊德遵循公司法相關規定，董事及監察人的選舉和選任由股東會投票選舉產生，任期皆為三年。並依公司法第 208 條之規定，選任董事長，由董事長對外代表本公司。

7.2.3 董事會薪酬制度

為確保董事會和監察人能夠獲得合理的報酬，以鼓勵他們對公司的投入和貢獻。透過提供酬勞，董事會和監察人能夠感受到他們的工作和責任得到公司的重視和認可。然而，這項酬勞政策的設定也需要考慮公司的獲利情況和可持續發展的原則，設定不高於獲利的 5% 作為酬勞的上限，有助於確保公司的獲利能夠用於其他重要的投資和發展項目，同時也能保證酬勞的合理性和公平性。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

7.2.4 董事會運作

董事會主要責任是監督公司守法、指導公司經營方向，並決議重要事項。2024 年，董事會共召開了七次會議，聽取經營團隊財務業務報告和財務預測，並決議公司之重大事項（如資本支出等）。此外，經營階層必須對董事會提出公司經營策略，董事會則須定期檢視策略執行的狀況，提出適當建議予以調整，若出現議案與某些董事存在利害關係的情況，將採取相應的措施確保透明度和公正性，一旦發現董事與特定議案存在利害關係，相關當事人將被要求迴避。最後，將由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。

（一） 董事會職責

歐萊德董事長葛望平作為董事會代表，執行監督職責，審核企業經營績效，並兼任執行長，指導公司經營方針，以及監督公司在其決策過程中是否考慮氣候風險和機遇，包括識別和評估氣候變化對公司運營、供應鏈和財務績效的潛在影響。除風險管理外，也對於公司氣候相關目標的制定擁有關鍵影響力，包括設定減排目標、採用可再生能源以及在整個價值鏈中推廣可持續性的綠色作為。此外，董事長擁有歐萊德對外公開的永續報導與相關資訊的最終核准權，並監督是否定期透過企業永續報告書向利害關係人揭露相關治理績效，進行真實揭露，確保歐萊德始終是負責任的企業公民和實踐永續價值的企業領導者。同時，更透過參與國內外綠色演說與利害關係人溝通公司的永續發展目標與策略等重要議題。

（二） 管理階層職責

歐萊德的高階管理階層的職責在推動公司相關年度策略、協助辨識和評估公司面臨的氣候風險和機會，將重大風險納入公司的決策過程，並負責制定公司年度 KPI 目標與其監測指標。且高階管理階層透過綠色永續暨風險管理委員會對董事長有適當的報告機制，以確保與組織目標和價值觀具有一致性。2024 年，管理單位向最高治理單位代表溝通關鍵重大事件，包含溝通產品開發暨市場策略之關鍵決策共計 6 場次，能源暨環境管理成效共計 4 場次，綠色永續發展策略 2 場次。

（三） 董事進修

公司不定期針對營運相關之經濟、環境及社會議題，為董事會安排進修課程，並加入中華民國企業永續發展協會等組織，透過公協會所發刊物或舉辦課程獲悉相關新知，協助董事增進各項職能。

（四） 董事會績效

2024 年，董事會共召開了七次會議，董事（含監察人）親自出席的平均出席率達到 98%（七次董事會議實際出席數 48 人次 / 應出席數 49 人次），充分展現了董事會成員對公司治理的高度重視，以及在每次會議中積極參與討論和決策的承諾。高出席率確保了在董事會關鍵議題上的充分溝通與合作，有效推動公司的穩定發展和長期成功。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

7.3 倫理與誠信

GRI 2-23、2-27、GRI 206-1、416-2、417-2、417-3

7.3.1 公司道德行為準則

為確保我們嚴格遵循各項法規，我們不僅遵守稅務法規及其立法精神，還準確申報和繳納稅款，並備妥相關證明文件，定期向董事會報告。此外，我們密切關注《化粧品衛生安全管理條例》等主管法規，確保產品安全和消費者健康。

我們引入了多套國際標準的ISO管理系統，包括ISO9001:2015（品質管理）、ISO50001:2018（能源管理）、ISO14001:2015（環境管理）、ISO22716:2007（化粧品優良製造規範）、ISO45001:2018（職安衛管理）、ISO17025:2017（實驗室管理）和TIPS:2016（智慧財產權管理）。這些系統幫助我們識別與公司運營相關的法規，涵蓋能源管理、環境保護、消防安全、職業健康與安全以及智慧財產權保護等領域。我們通過這些系統有效地執行法規遵循事宜，確保運營的合規性和可持續性。

在2024年度，我們持續改進管理措施，集中於三大方面：內控稽核、專業培訓及業界交流。

- 內部稽核與控制：定期審核業務流程，依ISO標準及法規進行風險評估與改善。
- 員工培訓：提供多元教育資源，強化法規知識與專業執行能力。
- 外部交流：參與同業交流，掌握業界最佳實務，提升競爭與合規能力。

2024年度，本公司因「未依實際薪資申報職業災害保險投保薪資」而遭主管機關裁罰新臺幣二萬元。我們已立即完成相關薪資申報調整作業，並進一步檢視內部申報流程與責任機制，防止類似事件再次發生。雖遭裁罰，我們仍秉持自我揭露與誠實面對原則，展現持續精進的合規態度。此外，依據內部規範，公司設有產品回收及客訴處理機制，以即時因應健康或安全風險。發現異常即啟動回收、檢驗與處置流程，並透過客訴回饋系統進行調整與改善，確保顧客滿意並維護公司聲譽與產品標準。

7.3.2 人權政策

歐萊德認同並支持「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」與「國際勞工公約」等國際人權公約所揭示之人權保護精神與基本原則，致力將人權之原則與精神融入企業之價值及文化，作為公司對人權保障之承諾。且依人權精神為基礎制定工作規則、出缺勤管理辦法、性騷擾防治及懲戒辦法，意見申訴管道等相關管理政策及程序，保障與尊重員工基本勞動人權原則。

7.3.3 預警原則與內部稽核程序

為確保管理系統的一致性及實施與運作的有效性，歐萊德品質管理中心組織內部稽核小組，目的在於預先檢討公司潛在問題、降低品質成本、減少顧客抱怨、滿足客戶需求，以達到各管理系統之要求。每年定期執行一次內稽流程，範圍涵蓋各系統，且當發生重大品質異常、客戶抱怨或管理系統運作異常時，得實施不定期的稽核程序。

7.3.4 法規遵循

為遵守所有相關的法規和法律，歐萊德法務單位致力於識別和評估潛在的法律風險，提供相對應的風險管理策略。法務單位與內部各部門密切合作，建立適當的政策和程序、提供法律意見和指導，減少法律風險的發生，以確保企業運營在合規的框架下進行。2024年度，公司於職業災害保險薪資申報作業中，因個別人員之薪資未依實際金額申報，遭主管機關裁罰新臺幣2萬元。我們已立即完成內部修正與薪資重報程序，並強化內部控管與教育訓練機制，以防止類似事件再次發生，我們也持續確保產品製造和運營過程符合相關環境保護標準，且採取嚴格的品質控制措施確保產品符合相關法規要求，致力於提供高品質、安全有效的產品。

此外，在廣告宣傳方面更以真實、客觀和可信為原則，並無違反任何相關法規。公司依內部《風險管理作業辦法》，以「影響程度」作為判定基準，並依據財務損失、人員影響、消費者反應、企業形象與目標達成等面向進行分級。事件依衝擊後果分為三級：輕微（等級1）、嚴重（等級2）、非常嚴重（等級3）。以影響規模來說，資本額達5%以上屬非常嚴重、1%-5%屬於嚴重，低於資本額1%則屬輕微等級。等級2（嚴重）以上之事件，即納入重大事件之範疇，並依既定程序啟動通報、調查及改善措施。

7.3.5 教育訓練

歐萊德將員工教育訓練納入法規遵循計畫之一部分，甫入職之新進員工即須接受智慧財產之基本教育訓練課程；每年度按規劃委請外部講師提供法務單位與相關單位最新法規資訊的課程（如：配方專利申請及撰寫），公司亦藉此培訓相關單位之幕僚作為內部教育訓練講師。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



7.4 客戶與產品服務

GRI 417-1、418-1

7.4.1 讓綠色消費變王道

歐萊德所有出廠產品均具備完整的標示、標籤與相關資訊，每個產品皆建立了專屬的產銷履歷作為產品身分證，確保品質，並避免消費者購買來源不明的非法或仿冒品。我們也要求各通路合作夥伴，禁止擅自更改或破壞任何產品的標示、標籤和資訊，以全力保障消費者的權益。

為加強管理透明度與產品追溯性，歐萊德根據內部的管治規章，實施了識別與追溯作業程序，確保產品從生產到銷售的每個環節都具備透明化與可追蹤性。

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，亦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：提供產品詳細資訊，消費者可用智慧型手機掃描後獲取產品名稱、資訊、妝廣字號以及公司簡介等相關內容。

3. 國際條碼：用於國際出貨管理及 POS 系統，作為未來零售之銷售、進銷存貨管理。

此外，歐萊德自主性地增加產品健康及環保方面的標示。健康標示涵蓋永續成份比例及有機認證成份等資訊，環保標示涵蓋潔淨能源製造標示，紙盒標示則有 FSC 的認證標示。

透過清晰詳盡的資訊，不僅讓消費者對產品品質有更近一步的了解，也成為歐萊德的一大競爭優勢，凸顯我們在市場中的差異性。
由於市場上陸續發現非歐萊德正規經營販售的通路，衍伸出消費者糾紛，這些標示更能幫助消費者辨別正品與仿冒品。我們也持續通過社群媒體，如官網、臉書、IG 及部落格等平台，積極宣導並教育消費者，提醒他們購買時務必認明歐萊德官方的「正貨商品」，並說明任何無法提供防偽條碼供消費者查詢來源的商品，或有撕毀、割毀、溶解產銷履歷及損毀瓶身防偽標籤的商品，皆屬非法產品，無法保證其內料品質與來源。

為進一步保護消費者的權益，並杜絕非法商品的流通，歐萊德領先業界，推出「線上商品驗證系統」。消費者可通過官方網站，輕鬆查詢所購產品的真偽與來源。
歐萊德官網「線上商品驗證系統」：https://www.oright.inc/tw/products_security

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

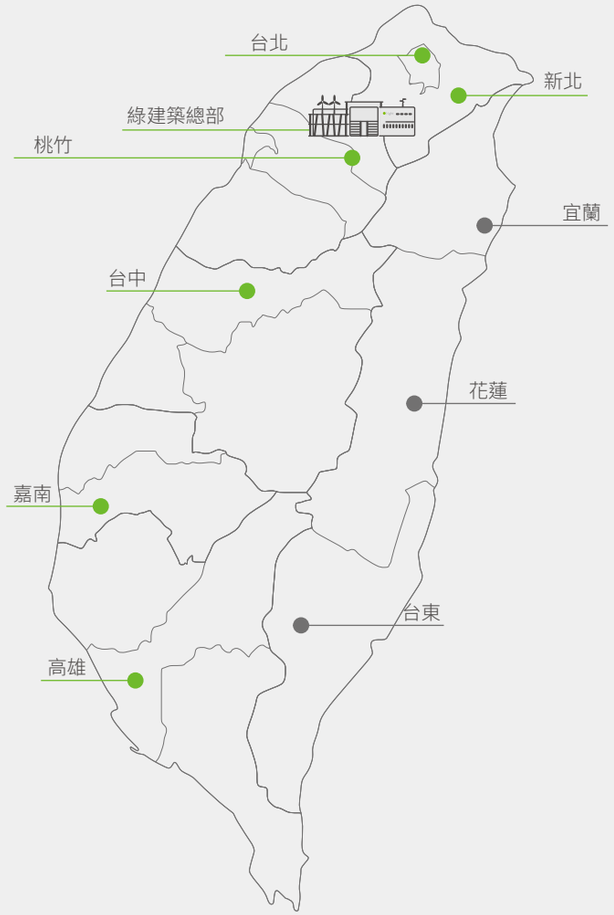
第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



* 備註：綠色圓點為行動辦公室所在位置；而位於宜蘭、花蓮、台東的灰色圓點則表示為 SOHO 據點。

7.4.2 多元的市場通路經營

歐萊德業務單位包含 B 端的沙龍專業處、企業暨新通路事業處、國際事業處、大型零售通路事業處，以及 C 端的百貨專櫃處、電商平台處。



(一) 沙龍事業處—專業美髮沙龍業者

為服務廣大的台灣沙龍客戶，歐萊德沙龍事業處於 2024 年整併全台區分為三大區域，分別是北區、中區及南區，轄區內皆有所屬的專職客服人員，客服人員為同業之冠，能夠因應客戶所需即時提供資源，並透過親自拜訪，臨店分享綠沙龍理念與實際作法，推廣品牌強化形象，有效提升品牌知名度，維持客戶的同時，也持續開發新客戶，增加歐萊德綠色影響力。

2023 年，歐萊德更以 20 年專業深耕美髮領域，創建「O'right ｜ P R O」品牌，專為頂級沙龍專業髮品市場打造獨家專業產品，運用創新強健技術給予設計師、消費者、自然環境最健康安心的產品承諾，並提供體驗創新、履歷創新、合作創新、服務創新、標準創新及永續創新等六大創新服務，使顧客擁有專業頂級全新的體驗，其中服務創新的數位轉型客戶下單系統，結合行動支付響應無紙化功能、落實節能減碳，提供顧客更便捷快速結帳服務，以及顧客訂單狀態查詢、合約額度等多項功能，並提供更安全的金流交易服務，截至 2023 年底，客戶下單筆數約 3,000 筆，2024 年客戶下單筆數已達 11,000 筆，大幅減少客戶下單時間、降低人力成本及提升顧客購物體驗。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（二） 企業暨新通路事業處

歐擴大綠色版圖的合作策略

隨著氣候意識日益提升，消費者對環境議題的關注不斷加深，也促使企業在挑選合作夥伴時，更注重「永續價值」的傳遞。秉持此信念，持續透過品牌合作服務，將綠色理念滲透至日常生活的每一個場域。我們聚焦兩大核心方向：一為企業禮贈品採購，二為旅宿通路之零碳備品合作，攜手夥伴共創可見的綠色行動。我們以「ESG 禮贈品採購」及「零碳永續備品推廣」作為開拓異業合作的關鍵切入點，強調以下三大選品原則：

具影響力：能為合作品牌帶來實質效益並擴散永續理念。

契合品牌調性：確保產品與合作夥伴的品牌定位一致。

傳遞永續理念：在產品設計與包裝上體現環保精神，並提供完整的永續溝通素材。同時，我們積極拓展旅宿備品合作，為飯店與民宿量身打造零碳洗沐體驗，推動永續旅遊在地落實，讓旅客在入住時即能感受來自品牌的綠色承諾。

此外我們也為客戶建置永續溝通素材包，整合 Earth Hour 地球一小時、解凍格陵蘭紀錄片授權等內容，協助客戶於內外部推動永續倡議；透過這些深度合作，我們將永續理念融入消費體驗，讓綠色選擇成為生活日常，共同為美好的未來努力。截至 2024 年，已成功與 175 間飯店 / 旅宿、20 間產後護理之家、14 間 SPA 會館 / 健身房、15 家餐廳、78 間企業合作、107 間福委會 / 企業員購，共 409 項的異業合作。未來，我們將持續以此策略為核心，優化選品組合、深化永續合作，拓展至更多產業，持續將永續價值融入社會日常，擴大綠色影響力。

飯店 / 旅宿	175	馥裕商旅-萬大、台北凱撒、全國大飯店、理想大地、雲品溫泉酒店日月潭、台中福華飯店、美麗信酒店、享沐時光、隱和旅、天韻、川湯春天、路得行旅台東、臺邦商旅、嘉客文旅、三富農場、悅樂飯店-台中、台北福泰桔子商務旅館-西門店、冠月、山月旅館、匯聚...等
產後護理之家	20	安馨、尚順、百悅、麗馨、安育、快樂媽媽、優貝、寶來、晨昕、映月...等
SPA會館 / 健身房	14	艾克緹、EPYLLION GYM、三環新運動、芳心好美會館、墾趣動運動空間、碧歐寇SPA、凱菲、WhosayFit、采雍時尚SPA、Wonder Gym、韻田spa、綠禾靜園身心靈spa、台豐高爾夫俱樂部、聖德綠雅。
餐廳	15	吐司利亞、千味淳、燒究、燒肉馬爾地夫、村子裡、posuo coffee studio、寶櫻、bistro88義法餐酒館、釀食、軟木塞、INIT...等
企業合作	78	富邦人壽、肯驛國際、多聯科技、衛生福利部雙和醫院、中國端子、明台產物...等
福委會 / 企業員購	107	中華開發、甲桂林、艾克爾、大瓏企業、三盛國際旅行社、玉山銀行、康迅數位整合、臺灣產物保險、國泰建設福委會、花旗銀行、華碩、維樂工業、國泰世華銀行、永豐金控、安美得生醫、岱稜科技...等





O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



（三）大型零售通路事業處

歐萊德持續拓展綠色產品的可及性，透過大型零售通路將永續理念深入消費者的日常生活。大型零售通路事業處以全聯、全家、家樂福等全台主要零售體系為合作對象，推動上架、聯名、買斷及代工等多元合作模式，致力於打造「選得到、買得到、用得到」的綠色生活選項。

在氣候意識快速提升與通路消費模式轉變的趨勢下，歐萊德不僅提供零碳產品，更結合咖啡渣回收、PCR 再生瓶器、±R 循環設計等核心技術，與零售業者共同開發具教育意義與市場潛力的產品。例如與全聯合作的「點數換購專案」，創造了相當於種下 65,894 棵 20 年生大樹的碳減量；與全家便利商店的聯名商品，則以咖啡渣與回收牛奶瓶再製為包材，帶動消費者參與循環經濟。

截至 2024 年，歐萊德已完成多項品類合作、季節性換購活動與聯名產品發表，成功將永續行動落實於數千家通路據點，從日常使用體驗中培養綠色認同。

未來，我們將透過通路合作的創新模式、喚起消費者對永續的共鳴，以及落實全產品碳中和，讓綠色生活從購買當下延伸到每一個日常選擇。

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

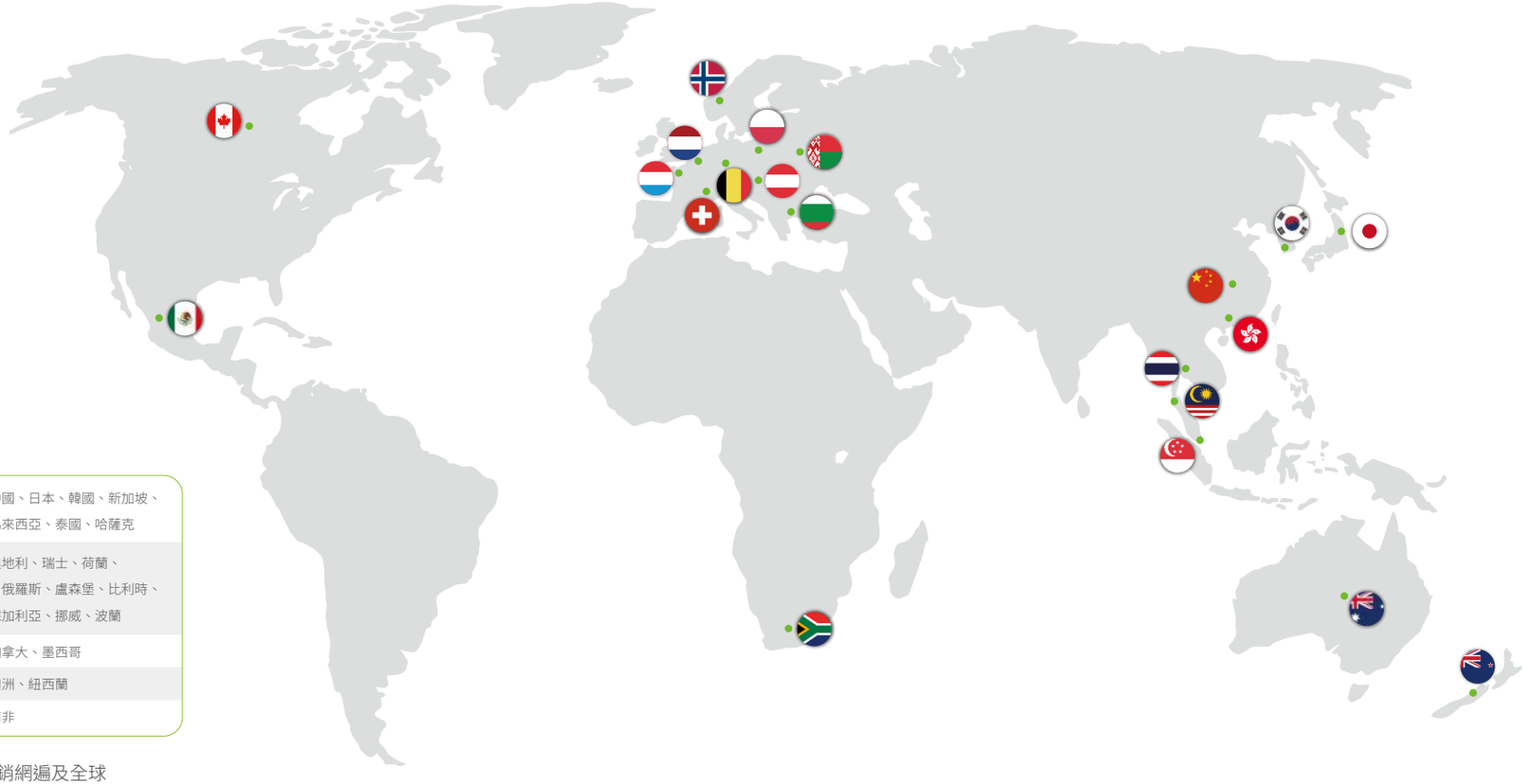
© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（四）國際事業處 - 全球通路市

歐萊德以走在趨勢前端的產品佈局海外市場，針對不同市場進行充分調查與資訊蒐集，找出最符合公司品牌價值及合乎預期效益的目標市場，與專業髮品代理商合作，深耕各國專業髮品市場，近年來由於台灣的全通路策略大獲成功，逐步開拓海外從 B2B 到 B2C 之全通路銷售。此外，每年也透過年度規劃的展覽與巡迴活動，逐步擴大全球客群以及拓展銷售的據點。



至 2024 年底為止，歐萊德產品已成功銷往 43 國家及地區，遍及歐洲、亞洲、大洋洲、東南亞、中亞、北美、南美及非洲，在許多國際大城市，都可見到歐萊德綠色髮妝品的蹤影。此外，2024 年簽下挪威、波蘭與哈薩克總代理，未來也會持續將 O'right 的 ESG 精神與綠色永續意識推廣給更多的終端消費者。



亞洲區（7 國）	中國、日本、韓國、新加坡、馬來西亞、泰國、哈薩克
歐洲區（9 國）	奧地利、瑞士、荷蘭、白俄羅斯、盧森堡、比利時、保加利亞、挪威、波蘭
美洲區（2 國）	加拿大、墨西哥
大洋洲（2 國）	澳洲、紐西蘭
非洲區（1 國）	南非

● 歐萊德國際經銷網遍及全球

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（五） 電子商務處 - 網路平台終端消費者

O'right 自 2014 年成立官方購物網站以來，持續優化消費者線上購物體驗，提供便捷、安全的選購管道，讓顧客能輕鬆選購優質綠色髮妝品。O'right 官方購物網站與電商通路平台全年無休、24 小時營運，並透過 Facebook 粉絲專頁、LINE、電子郵件及電話等多元管道於指定時段提供即時客服服務，快速回應商品相關問題，強化顧客關係並縮短與消費者之間的距離。

2016 年起，開始拓展其他購物平台，透過主題式行銷活動與廣告資源布局，強化品牌在數位市場的能見度與影響力。截至 2024 年底，歐萊德已在臺灣知名大型綜合電商平台穩定耕耘，涵蓋 momo 購物網、Shopee 蝦皮商城、PChome 24h 購物、博客來、Yahoo 購物中心與 LINE 禮物，共計經營六處平台通路，其中已有四家完成線上「歐萊德零碳旗艦館」建置，藉由整合品牌視覺、產品體驗與綠色理念，深化零碳美妝的市場印象，提升曝光觸及與永續指標定位。

此外，電商部門亦獨立經營 Facebook 粉絲專頁「歐萊德」與 LINE 官方認證帳號「@O'right」，直接與終端消費者溝通互動，著重在品牌理念的推廣、產品形象、使用教學、優惠訊息傳遞，以及消費者的分享回饋等內容經營，不僅提供多元資訊，也拉近與消費者的距離，強化顧客黏著度與認同。

歐萊德官方購物網站 https://shop.oright.com.tw/



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（六） 百貨體驗館 - 全台百貨與直營門市提供商品體驗服務

歐萊德於 2016 年開始規劃百貨體驗店，透過專櫃門市進行品牌理念的傳遞與宣傳，每間體驗店均具備獨特風格的裝潢設計，讓消費者直接體驗健康、天然的優質選購環境之外，更提升購物便利性。此外，現場也提供專業髮膚諮詢，以及美髮養髮體驗服務，也讓更多人認識台灣在地綠色髮妝品牌。

百貨體驗館（O'right Concept Store）將歐萊德帶到台灣各大特色、知名百貨通路，包括當代最具指標性的文創百貨—誠品生活；台灣最大百貨連鎖通路 - 新光三越；更包括全台最受歡迎的各大百貨。

2024 年歐萊德進駐北台灣最大 Outlet「MITSUI OUTLET PARK 林口二館」，是一個結合在地生活與親子休閒的大型購物通路。至 2024 年底，全台開立 28 間百貨體驗店與 1 間直營獨立門市「台北永康信義體驗店」，涵蓋全台指標型的百貨商場及重要商圈。更進而拓展與百貨線上購物跨平台合作，如新光三越 skm online、環球 online，隨時隨地皆可購物、線上結帳及快速取貨，讓消費者享受更便捷的購物體驗，提升購物便利性和效率。2024 年沙龍級「AI 智能頭皮管理師」正式進駐全省百貨體驗館，依據高科技專業儀器，擁有超過 1300 萬張真實頭皮大數據，透過 AI 智能科技精準分析頭皮狀況，提供消費者專業療程建議與產品推薦，讓消費者有更高端與專業的體驗服務。

從百貨的選擇、設櫃的樓層、專櫃視覺設計等，皆為傳達綠色品牌理念的核心價值。藉由專業頭皮檢測服務的消費體驗，精準鎖定目標客群，除提供有關維護髮膚健康的建議合高品質的產品，提升品牌整體形象外，也帶來業績成長，更增加品牌價值和顧客滿意度，更向顧客傳遞綠色永續的生活理念。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

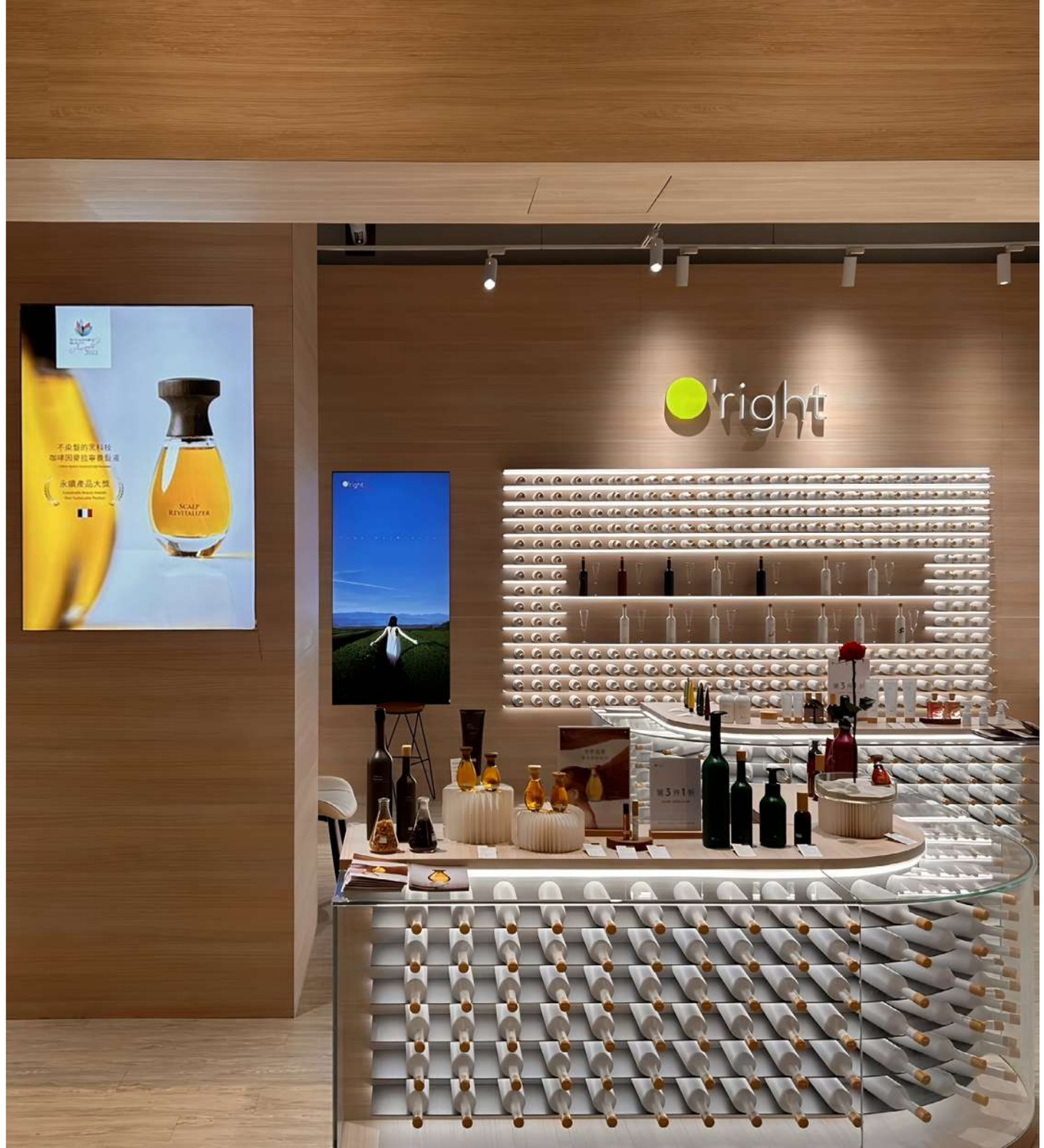
第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right



百貨體驗館作為零售通路，具以下特色：

- 廣佈於西部各大城市據點。
- 提供歐萊德年報，討論環保專題及綠色議題，與多元詳細的綠色新知與概念。
- 不定期舉辦環保活動，邀集消費者、百貨商場響應參與。

● 桃園 MITSUI OUTLET PARK 林口二館

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

7.4.3 客戶服務

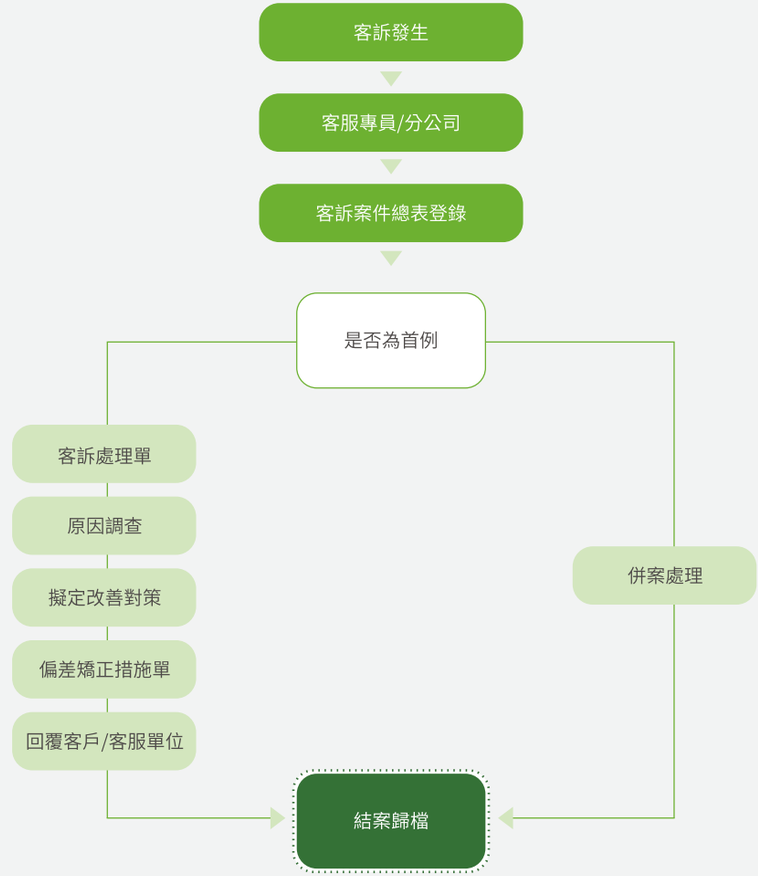
我們相當注重客戶隱私的維護，使用多層式安全防護機制保護資料，融入安全性考量的基礎架構搭配進階的反惡意軟體和威脅偵測機制，避免客戶資料因為資訊安全而外洩。有關客戶關切的隱私權問題，公司對於取得之客戶資料均有良好嚴謹之資料管理，至今並無顧客反應其隱私權遭受侵害或資料洩漏之情事。

7.4.4 完整客訴流程，傾聽客戶聲音

歐萊德重視每一個客戶提出的問題，對於客訴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。另外，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，可透過 Facebook、LINE、Instagram、Twitter 等官方平台進行回饋。整體而言，不論是由店家提出或由消費者直接提出，客訴案件數量與客訴率呈現降低的趨勢，由此可見，我們產品質量與服務品質逐步符合客戶的需求與期待。

外部申訴/建議方式
線上客服：Messenger / Line
專人客服專線：03-411-6789
ESG 信箱：esg@oright.inc
官網頁面：https://www.oright.inc/tw/contact_us



© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

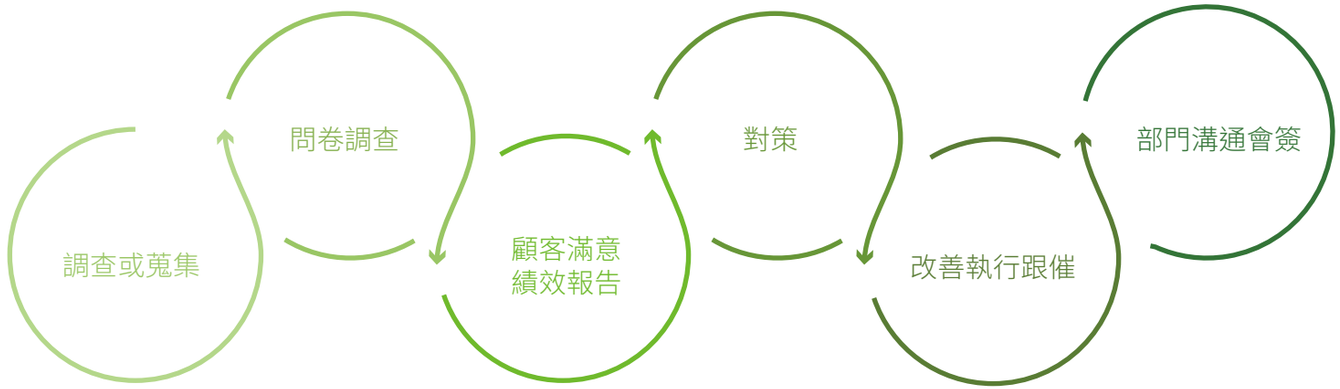
第七章 公司治理

附錄

7.4.5 落實滿意度調查

歐萊德非常重視客戶滿意度，並定期進行客戶滿意調查以確保對客戶需求的及時了解和回應。這項調查每年至少執行一次，涵蓋了多個關鍵領域，包括品質、專業知識、配送服務、售後服務和整體滿意度。在調查中，歐萊德關注的首要目標是產品的品質。我們致力於提供高品質的產品，從原材料的選擇到生產過程的控制，一直把品質放在首位。客戶的意見和反饋對於改進產品品質和提升客戶滿意度起著至關重要的作用。此外，歐萊德也重視專業知識的提供。團隊經過嚴格的培訓和教育，具備豐富的產品知識和專業技能，能夠提供客戶所需的專業建議合支持，使得客戶能夠信賴並依賴歐萊德作為他們的合作夥伴。同時，歐萊德提供周到的售後服務，包括客戶咨詢、問題解答和產品維修等。這些服務的提供不僅能夠解決客戶可能遇到的問題，還能夠增強客戶對歐萊德的滿意度和忠誠度。

我們通過綜合評估客戶對不同方面的評價和反饋，以瞭解客戶對產品和服務的整體滿意度，有助於歐萊德識別潛在的改進領域，進一步提升客戶體驗和滿意度。



客戶滿意度調查流程

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（一）百貨電商事業處

在百貨電商面向，為提升產品品質與顧客滿意度，特訂定下列措施，提升顧客服務：

a. 產品面向

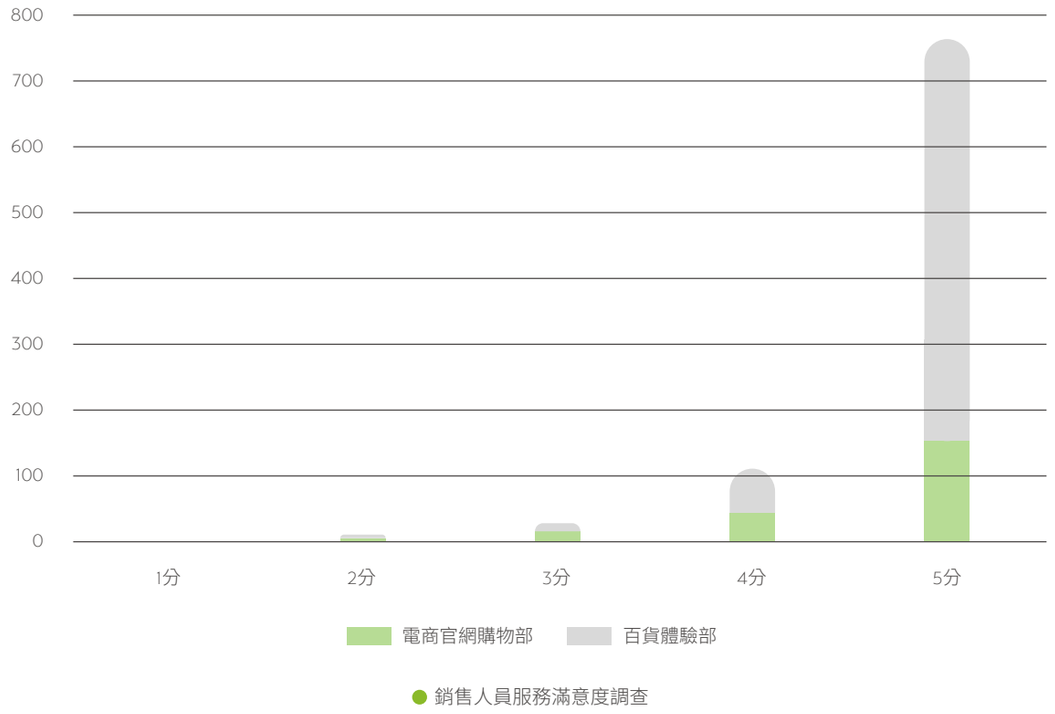
銷售人員至現場服務前需先經通過產品入門課程，並且經評定考核及格。以雙向確認方式確認銷售服務人員確實獲取產品最新即時資訊，確保產品認知正確。將消費者常見問題製作成產品資料庫（包含產品知識、內容成分、功效，產品問答集），作為產品教育訓練教材。

b. 資訊面向

將客戶資訊彙整於系統，讓銷售人員能在最短時間內了解客戶狀況與需求。 透過 LINE 或 Facebook 等管道向客戶傳遞 最新消息。 建置完善內部溝通網絡，落實全方位溝通， 即時傳遞最新訊息，除達到良好上下溝通， 也利於提升各區域間橫向溝通。

c. 人員面向

訂立銷售服務標準流程作業，以維持服務一致性。定期將回饋客戶反饋意見提供品保及研發單位，以利最短時間內解決客戶問題。銷售人員除了服務客戶，同時也是我們的綠色種子，負責將理念傳達給客戶。因此除每季安排教育訓練，讓人員定期回總部受訓，確保產品使用方法，也加強深化公司理念。年度發放滿意度調查表，聆聽顧客聲音，同時也調整我們後續溝通的方向。



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

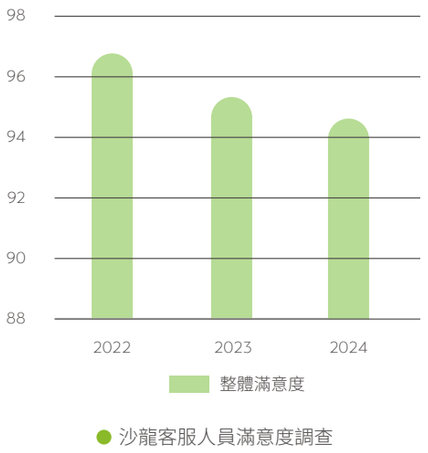
© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

（二）沙龍事業處

2024 年滿意度問卷，持續針對各個客服區域當中，年度交易下單數較高的沙龍店家作為調查對象，自 2012 年起，歐萊德每年確實執行客戶滿意度調查，截至 2024 年止已落實 12 年之久，顧客滿意度 KPI 目標為 80 分，顧客整體滿意度經加權評分後達到 94.6 分，仍會持續加強客戶關係管理與客訴處理，並持續強化客服的專業，提供沙龍店家更好的服務。在沙龍面向，為提升產品品質與顧客滿意度，特訂定下列措施，提升顧客服務：

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，資訊傳遞須確定店家收到並得到回覆，否則隔日須與店家電話聯繫，確保店家收到相關資訊。
針對客服人員於客訴處理的回覆	• 制定標準客訴回覆語句，定期抽驗客服人員回覆的正確性。 • 簡化內部客訴單處理流程。
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。
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，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。
產品配送的正確性	• 客服人員須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。

2024年沙龍客服人員滿意度調查 各項目調查結果	
品質滿意	94分
專業知識	98.3分
配送服務	97.4分
售後服務	91.9分



目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

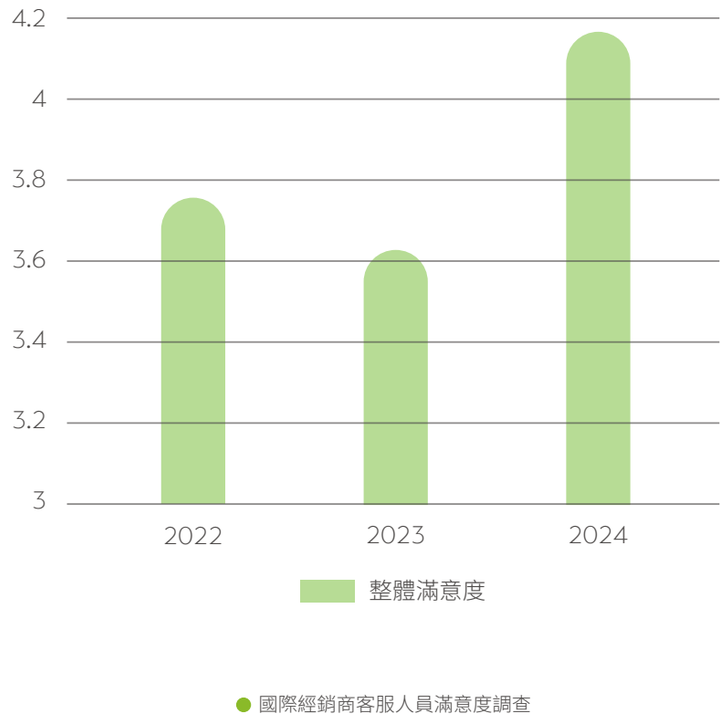
（三）國際事業處

在國際代理面向，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，加強了下列措施：

a. 針對產品教育訓練及業務推廣分享：依據國際代理商需求安排會議及教育訓練，確保品牌與產品資訊對稱。

b. 針對行銷素材：強化總部與代理商之間資訊流，針對國際市場提供更多元與彈性之規劃與服務。

2024年國際經銷商人員滿意度調查 各項目調查結果	
客戶服務	4.33分
產品開發	4.25分
品牌行銷	3.75分
訂單服務	3.83分
品牌滿意	4.67分



O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

附錄

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

GRI 指標內容對照表

使用聲明	歐萊德企業永續報告書已參照GRI準則報導，揭露期間為2024年度（2024年1月1日至2024年12月31日）
GRI 1使用版本	GRI 1：基礎2021（不包括任何揭露）
GRI 行業準則應用	無

GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
GRI 2：一般揭露2021			
2-1	組織詳細資訊	1.4 企業概況	
2-2	組織永續報導中所包含的實體	1.5 關於報告書	
2-3	報導期間、報導頻率與聯絡人	1.5 關於報告書	
2-4	資訊重編	4.5溫室氣體盤查	溫室氣體盤查基準年為2020年。
2-5	外部保證/確信	1.5 關於報告書 7.2董事會結構與運作 附錄三 第三方查證聲明	
2-6	活動、價值鏈與其他商業關係	1.4 企業概況	
2-7	員工	5.1 綠色團隊	員工人數統計的計算以年底（2024年12月31日）為主。
2-8	非員工工作者	5.1 綠色團隊	
2-9	治理結構與組成	7.1 永續治理 7.2 董事會結構與運作	
2-10	最高治理單位的提名與遴選	7.2 董事會結構與運作	

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
2-11	最高治理單位的主席	7.2 董事會結構與運作	最高治理單位主席為董事長。 組織最高管理階層為總經理。
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.1 創辦人的話 2.1 理念與政策 2.2綠色永續暨風險管理委員會 2.4 利害關係人議合 7.1 永續治理 7.2 董事會結構與運作	
2-13	授予責任以管理衝擊	7.1 永續治理 7.2 董事會結構與運作	
2-14	最高治理單位於永續性報導的角色	7.1 永續治理 7.2 董事會結構與運作	
2-15	利益衝突	7.2 董事會結構與運作	
2-16	關鍵重大事件的溝通	7.1 永續治理 7.2 董事會結構與運作	
2-17	最高治理單位的群體智識	7.2 董事會結構與運作	
2-18	最高治理單位的績效評估	7.2 董事會結構與運作	
2-19	薪酬政策	7.2 董事會結構與運作	
2-20	薪酬決定的流程	5.3 員工福利與照顧	
2-21	年度總薪酬比率		最高年薪/中位數年薪 15.02 最高年薪成長率 -5.2% （2024年公司經營成長率持平，惟歐萊德仍優先保留員工薪資成長幅度） 成長率中位數3.1% 最高年薪成長率/成長率中位數-1.68
2-22	永續發展策略的聲明	1.1 創辦人的 2.1 理念與政策 2.5 永續倡議	

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
2-23	政策承諾	5.3 員工福利與照顧 5.6 綠色影響力 7.3 倫理與誠信	
2-24	納入政策承諾	2.1 理念與政策 5.3 員工福利與照顧	
2-25	補救負面衝擊的程序	2.4 利害關係人議合 5.3 員工福利與照顧	
2-26	尋求建議合提出疑慮的機制	5.3 員工福利與照顧	
2-27	法規遵循	7.3 倫理與誠信	2024 年度，公司於職業災害保險薪資申報作業中，因個別人員之薪資未依實際金額申報，主管機關裁罰新臺幣 2 萬元罰鍰。我們已立即完成內部修正與薪資重報程序，並強化內部控管與教育訓練機制，以防止類似事件再次發生。
2-28	公協會的會員資格	7.1 永續治理	公司參與的公協會組織主要呈現於「6.1永續治理」章節，惟國際性倡導組織的參與如RE100、SBTi，則分別於「4.2能源管理」與「4.5溫室氣體排放」的章節進行說明。
2-29	利害關係人議合方針	2.3 重大性議題分析 2.4 利害關係人議合	
2-30	團體協約	N/A	歐萊德具備勞資協商溝通機制的會議程序，但無工會組織與團體協約。此外，歐萊德內部建立總經理信箱的申訴或建議管道，提供公司內部同仁平等溝通的平台，讓員工得以即時反映問題與回饋建議事項。

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
GRI 3：重大主題揭露項目			
3-1	決定重大主題的流程	2.3 重大性議題分析	
3-2	重大主題列表	2.3 重大性議題分析	
3-3	重大主題管理	2.3 重大性議題分析	

GRI 200：經濟系列2016			
GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
*201 經濟績效			
201-1*	組織所產生及分配的直接經濟價值	7.1 永續治理	
201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	4.1 氣候風險與治理	成本與財務影響數據多為假定推估暫無法進行細節計算，預計未來兩年內建立相關數據項目。
201-3*	定義福利計畫義務與其他退休計畫	5.3 友善工作環境與照顧	
201-4*	取自政府之財務補助	7.1 永續治理	
204 採購實務			
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	3.5 綠色供應鏈	

特定主題揭露(*代表今年重大議題)

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

GRI 300：經濟系列2016			
GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
*301 物料			
301-2	使用回收再利用的物料	3.1 綠色產品	
301-3*	回收產品及其包材	N/A	本公司產品包裝採用可回收材質（例如單一材質塑膠瓶、不含金屬、無電鍍噴頭設計），符合國家資源回收系統之收集與再生標準。鑒於台灣已建立完整的資源回收網絡，本公司鼓勵消費者依日常回收體系進行分類，以避免額外碳足跡。
*302 能源			
302-1*	組織內部的能源消耗量	4.2 能源管理	
302-3*	能源密集度	4.2 能源管理	
302-4*	減少能源消耗	4.2 能源管理	
303 水與流放水			
303-1	共享水資源之互相影響	4.3 水資源管理	
303-2	與排水相關衝擊的管理	4.3 水資源管理	
303-3	取水量	4.3 水資源管理	
303-4	排水量	4.3 水資源管理	
303-5	耗水量	4.3 水資源管理	

特定主題揭露(*代表今年重大議題)

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

GRI 300：經濟系列2016			
GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
*305 排放			
305-1*	直接（範疇一）溫室氣體排放	4.5 溫室氣體排放	
305-2*	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	4.5 溫室氣體排放	
305-3*	其它間接（範疇三）溫室氣體排放	4.5 溫室氣體排放	
305-4*	溫室氣體排放密集度	4.5 溫室氣體排放	
305-5	溫室氣體排放減量	4.5 溫室氣體排放	
306 廢棄物			
306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	4.4 廢棄物管理	
306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	4.4 廢棄物管理	
306-3	廢棄物的產生	4.4 廢棄物管理	
306-4	廢棄物的處置移轉	4.4 廢棄物管理	
306-5	廢棄物的直接處置	N/A	不適用。歐萊德無直接處置廢棄物，所有廢棄物將運送到合格的處理廠進行合格且合規處理（焚化、堆肥）。
*308 供應商環境評估			
308-1*	採用環境標準篩選新供應商	3.3綠色供應鏈	

特定主題揭露(*代表今年重大議題)

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

GRI 400：社會系列 2016			
GRI	揭露項目	章節/頁碼	備註
404 訓練與教育			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.2 人才招募與培育	
404-1	提升員工職能及過渡協助方案	5.2 人才招募與培育	歐萊德提供內外部訓練課程以提升員工所需之專業職能，雖未針對「因退休或終止勞雇關係而結束職涯之員工」提供過渡協助方案，但歐萊德關注員工的需求和福祉，不斷改進勞雇實踐，以確保員工的工作體驗和發展機會得到充分重視和支持。若即將離職員工有個別需求，亦能聯繫人才發展中心介接政府資源透過員工協助方案（EAPs）得到心理、法律與財務等方面的專業諮詢服務。
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.2 人才招募與培育	
413 當地社區			
413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	6.1 環境教育	
413-2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運活動	6.1 環境教育	
414 供應商社會評估			
414-1	使用社會標準篩選之新供應商	3.5 綠色供應鏈	
*416 顧客健康與安全			
416-1*	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1 綠色產品	
416-2*	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	7.3 倫理與誠信	歐萊德於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	7.4 客戶與產品服務	
417-2*	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	7.3 倫理與誠信	歐萊德於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	7.3 倫理與誠信	歐萊德於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	7.4 客戶與產品服務	歐萊德於報告期間無客戶投訴隱私受侵犯或資料遺失之事件。

特定主題揭露(*代表今年重大議題)

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

SASB 對照表

歐萊德遵循永續會計準則（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）進行揭露。根據重大性地圖（Materiality Map）索引，從 11 項產業別、77 項行業別中，篩選適用於歐萊德的關鍵議題與指標，並揭露相關的數據和信息，以更全面性地評估我們在環境、社會和治理方面的影響力。

- 產業類別：消費品（Consumer Goods）
- 行業準則：個人及家用品（Household & Personal Products）
- 使用版本：2023-12 (VERSION 2023-12)

永續揭露主題與指標

分類	揭露主題	指標代碼	揭露指標	2024年揭露內容	參考章節
環境	水資源管理	CG-HP-140a.1	水的總汲取量	2024年水資源的總汲取量為5,595立方公尺。	水資源管理
			水的總消耗量	歐萊德將水資源的使用細分為「用於生產之純水」、「鍋爐用水」、「生活用水」、「澆灌用水」等類別。同時，我們通過對所有廢水的處理，實現了100%的回收再利用率。因此，2024年並未排放任何放流水，水資源的總消耗量即總提取量為5,595立方公尺。	
			上述兩點在「基準水壓力」高或極高的地區所佔的百分比	上述兩點皆為0%（無據點位於高度或極高度缺水地區）	
		CG-HP-140a.2	描述水風險的管理，並且討論減輕這些風險的策略和方法	歐萊德作為美妝產業，洗沐用品是公司最主要的產品之一，因此水對於我們而言是一項極為重要的資源，為不浪費水源，我們在生產製造端運用水資源回收系統，回收過程中被排出的中水、廢水，進行再利用。	
社會資本	產品的環境、健康和安全性的表現	CG-HP-250a.1	來自含歐盟REACH法規高度關切物質成份的產品的獲利	我們使用原料，均符合REACH與歐盟法規 (EC) No 1223/2009之要求。無超出REACH規範以外之獲利。	綠色產品
		CG-HP-250a.3	討論識別和管理受關切新興物質和化學物質的過程	歐萊德有機植萃研發中心為 TAF 認證實驗室，依 ISO/IEC 17025 運作，進行功效性和安全性測試，為確認實驗室檢驗能力具有國際水準，實驗室人員定期參加第三方認證單位舉辦的能力試驗。歐萊德建立 16Free、Vegan、Gluten Free 等原則，堅持排除多種高風險物質，實驗室亦持續跟進國際間物質安全技術動態成果，對產品進行化妝品安全評估。	
		CG-HP-250a.4	來自以綠色化學原則來設計的產品的獲利金額	歐萊德產品的生產製造優先採用符合綠色化學原則的原料，產品均符合綠色化學原則，故此項揭露項目即所有產品的銷售金額所得，為新台幣590,816,097元。	

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

分類	揭露主題	指標代碼	揭露指標	2024年揭露內容	參考章節
商業模式與創新	包裝的生命週期管理	CG-HP-410a.1	總包裝總重量	2024年產品相關包材使用之總重量為205.190公噸，各分類重量說明如下： HDPE 再生塑膠瓶：52.29 公噸 LDPE 再生塑膠瓶：0.98 公噸 PET 再生塑膠瓶：4.89 公噸 PP 再生壓頭：13.26 公噸 EVOH 軟管：0.57 公噸 鋁箔包：0.29 公噸 環保玻璃瓶器：56.21 公噸 純鋁軟管：0.60 公噸 PE 內塞：1.02 公噸 可回收包裝紙：72.88 公噸 竹蓋：2.18 公噸	綠色產品
			佔來自回收和/或可再生材料的百分比	2024年各類別包材之再生塑料使用比例說明如下： HDPE再生塑膠瓶：100% LDPE 再生塑膠瓶：100% PP再生壓頭：83.70% PET再生塑膠瓶：100% 環保玻璃瓶器：53.3% 備註：PP再生壓頭由於內部零件較精密，包含彈簧、鋼珠等，故現階段尚未達成100%再生塑料的使用，未來將持續開發相關技術以提升再生材料的使用比例。 環保玻璃瓶器，考量容器結構強度，環保玻璃瓶器目前尚未達成100%再生材料的使用，未來將持續進行技術的研發與突破。	
		CG-HP-410a.2	降低包裝生命週期對環境影響的策略討論	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，積極研發綠色有機原料以取代石化原料，並致力減少包材或以綠色永續包材取代，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。	

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

分類	揭露主題	指標代碼	揭露指標	2024年揭露內容	參考章節
商業模式與創新	棕櫚油供應鏈的環境和社會影響	CG-HP-430a.1	棕櫚油供應鏈中，擁有永續棕櫚油認證（RSPO）的(a)種植園身份保護體系	N/A	綠色產品
			(b)認證與非認證分離體系	N/A	
			(c)認證與非認證混合體系	歐萊德2024年採購約128公噸棕櫚油衍生物，其中 32.59%取得了RSPO認證。	
			(d)證書交易等認證的百分比	N/A	

活動指標

分類	揭露主題	指標代碼	揭露指標	2024年揭露內容	參考章節
營運指標		CG-HP-000.A	產品銷售的數量，以及銷售產品的總重量	2024年產品銷售總數量為1,112,560個品項，總計約606.53公噸。	綠建築GMP化妝品廠
		CG-HP-000.B	製造工廠的數量	1家（歐萊德綠建築化妝品GMP廠）	

重大性地圖索引（SASB Materiality Map）：https://materiality.sasb.org/

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

O'right

第三方查證聲明

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

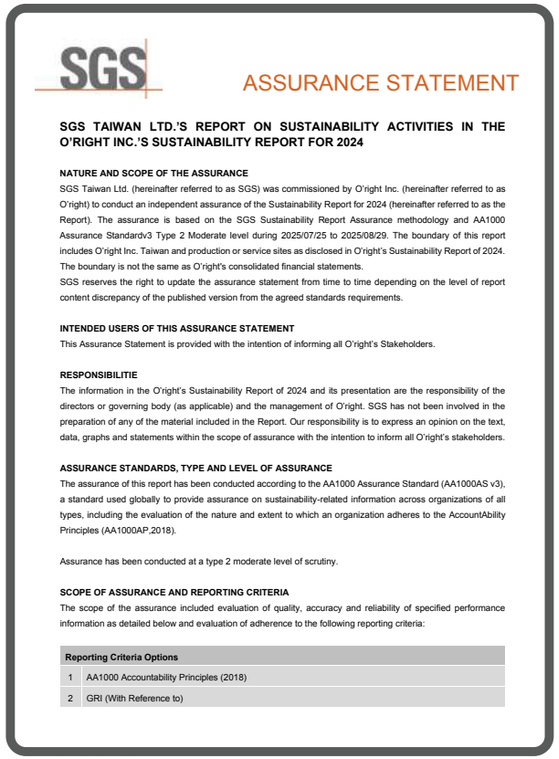
第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄



SGS

ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE O'RIGHT INC.'S SUSTAINABILITY REPORT FOR 2024

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by O'right Inc. (hereinafter referred to as O'right) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2024 (hereinafter referred to as the Report). The assurance is based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology and AA1000 Assurance Standardv3 Type 2 Moderate level during 2025/07/25 to 2025/08/29. The boundary of this report includes O'right Inc. Taiwan and production or service sites as disclosed in O'right's Sustainability Report of 2024. The boundary is not the same as O'right's consolidated financial statements.

SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all O'right's Stakeholders.

RESPONSIBILITIE

The information in the O'right's Sustainability Report of 2024 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and the management of O'right. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report. Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of assurance with the intention to inform all O'right's stakeholders.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The assurance of this report has been conducted according to the AA1000 Assurance Standard (AA1000AS v3), a standard used globally to provide assurance on sustainability-related information across organizations of all types, including the evaluation of the nature and extent to which an organization adheres to the AccountAbility Principles (AA1000AP,2018).

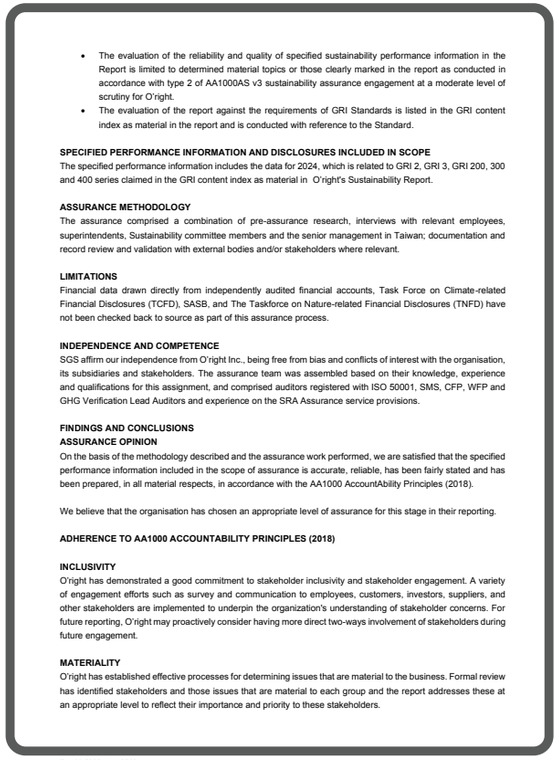
Assurance has been conducted at a type 2 moderate level of scrutiny.

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Reporting Criteria Options	
1	AA1000 Accountability Principles (2018)
2	GRI (With Reference to)

TWLPP 5008 Issue 2502



- The evaluation of the reliability and quality of specified sustainability performance information in the Report is limited to determined material topics or those clearly marked in the report as conducted in accordance with type 2 of AA1000AS v3 sustainability assurance engagement at a moderate level of scrutiny for O'right.
- The evaluation of the report against the requirements of GRI Standards is listed in the GRI content index as material in the report and is conducted with reference to the Standard.

SPECIFIED PERFORMANCE INFORMATION AND DISCLOSURES INCLUDED IN SCOPE

The specified performance information includes the data for 2024, which is related to GRI 2, GRI 3, GRI 200, 300 and 400 series claimed in the GRI content index as material in O'right's Sustainability Report.

ASSURANCE METHODOLOGY

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, Sustainability committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

LIMITATIONS

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), SASB, and The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD) have not been checked back to source as part of this assurance process.

INDEPENDENCE AND COMPETENCE

SGS affirm our independence from O'right Inc., 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 50001, SMS, CFP, WFP and GHG Verification Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

FINDINGS AND CONCLUSIONS

ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the assurance work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the AA1000 AccountAbility Principles (2018).

We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

ADHERENCE TO AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018)

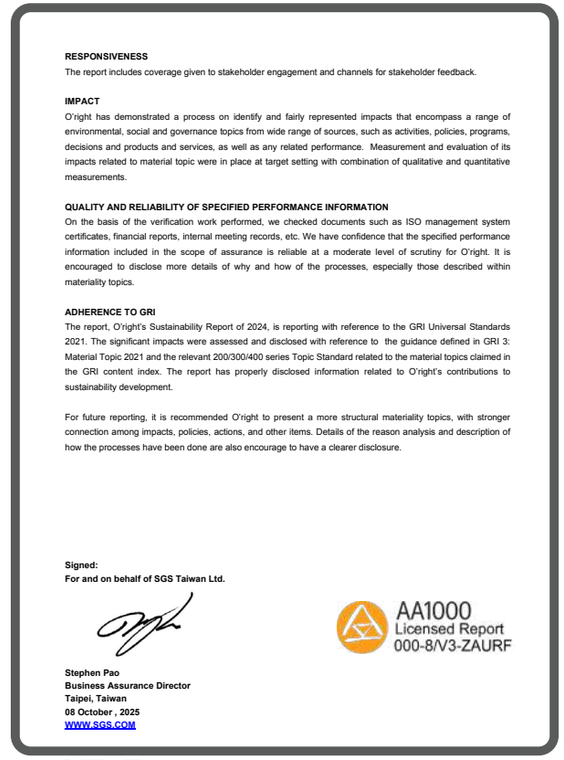
INCLUSIVITY

O'right has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, O'right may proactively consider having more direct two-ways involvement of stakeholders during future engagement.

MATERIALITY

O'right has established effective 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.

TWLPP 5008 Issue 2502



RESPONSIVENESS

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

IMPACT

O'right has demonstrated a process on identify and fairly represented impacts that encompass a range of environmental, social and governance topics from wide range of sources, such as activities, policies, programs, decisions and products and services, as well as any related performance. Measurement and evaluation of its impacts related to material topic were in place at target setting with combination of qualitative and quantitative measurements.

QUALITY AND RELIABILITY OF SPECIFIED PERFORMANCE INFORMATION

On the basis of the verification work performed, we checked documents such as ISO management system certificates, financial reports, internal meeting records, etc. We have confidence that the specified performance information included in the scope of assurance is reliable at a moderate level of scrutiny for O'right. It is encouraged to disclose more details of why and how of the processes, especially those described within materiality topics.

ADHERENCE TO GRI

The report, O'right's Sustainability Report of 2024, is reporting with reference to the GRI Universal Standards 2021. The significant impacts were assessed and disclosed with reference to the guidance defined in GRI 3: Material Topic 2021 and the relevant 200/300/400 series Topic Standard related to the material topics claimed in the GRI content index. The report has properly disclosed information related to O'right's contributions to sustainability development.

For future reporting, it is recommended O'right to present a more structural materiality topics, with stronger connection among impacts, policies, actions, and other items. Details of the reason analysis and description of how the processes have been done are also encourage to have a clearer disclosure.

Signed:
For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

AA1000 Licensed Report 000-8/V3-ZAURF

Stephen Pao
Business Assurance Director
Taipei, Taiwan
08 October , 2025
WWW.SGS.COM

TWLPP 5008 Issue 2502

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

綠色足跡

	行動	獲獎榮耀
2024	· 獲世界經濟論壇公告，名列TNFD先行者 · 企業永續事蹟入選《永續教科書》學生教材案例 · 《解凍格陵蘭》計畫啟動公益循環贈書計畫 · 推進品牌通路多元化，拓展新零售場域，提升品牌可及性 · 7連續達成RE100承諾，營運全程使用100%綠電	· 榮獲法國巴黎全球永續美妝大獎-永續包裝金獎 · 榮獲日本優良設計獎（O'right｜PRO：綠沙龍運動） · 榮獲英國路透社全球永續獎 - 淨零轉型獎 · 榮獲第九屆國家環境教育獎－個人組優等獎 · 榮獲台灣精品獎 - 銀質獎（辣木洗手慕斯） · 榮獲台灣精品獎（曠野玫瑰洗髮精） · 榮獲國際綠色零碳節暨ESG領袖峰會－雙碳典範企業獎、雙碳先鋒人物獎 · 榮獲第一財經中國企業社會責任獎 - 環境生態貢獻獎
2023	· 受邀聯合國COP28聯合國氣候大會發表演說，發表氣候行動《解凍格陵蘭COP28聯合國放映版》紀錄片 · 受邀《經濟學人Economist Impact》演說，分享零碳經驗 · 承諾成為TNFD先行者，評估並揭露自然相關衝擊與依賴 · O'right｜PRO 品牌發表 · 領先全球綠色標準，提出十大永續承諾、16 Free拒絕化妝品常見的16類高風險物質 · 經國際第三方驗證機構SGS查證，達成全產品、全組織及範疇三碳中和 · 正式達成RE100再生能源承諾100%綠電使用目標 提前七年達成SBTi科學基礎減量企業短期目標 · 開發環保電爐製程玻璃	· 榮獲英國路透社全球最佳責任企業獎-企業轉型最佳案例 · 榮獲日本優良設計獎BEST100（解凍格陵蘭計畫） · 榮獲法國巴黎全球永續美妝大獎-永續領導、永續先鋒 · 榮獲彭博綠金ESG 50 - 年度受關注項目（解凍格陵蘭計畫） · 榮獲台灣精品獎（咖啡因麥拉寧養髮液、酒釀煥采面膜） · 榮獲第九屆桃園市環境教育獎－個人組特優
2022	· 全面實現產品噴頭的去電鍍化 · 受邀聯合國COP27聯合國氣候大會發表演說，分享淨零轉型經驗，以及發表氣候行動《解凍格陵蘭》紀錄片 · 經國際第三方驗證機構SGS查證，達成全產品、全組織及範疇三碳中和 · 綠建築總部通過認證成為國家環境教育設施場所。 · 導入TCFD準則，強化氣候風險管理 · 2050淨零排放目標通過SBTi目標審核及認可 · 取得CDP氣候變遷評比的管理等級認證，以及供應鏈議合評價（SER）的領導等級認證	· 榮獲法國巴黎全球永續美妝大獎－永續產品、永續領導 · 榮獲英國全球綠色環保大獎－最佳創新金獎、環境政策銀獎、企業永續經營銅獎 · 榮獲日本東京創新天才發明展World Genius Convention－金牌獎 · 榮獲瑞士日內瓦發明展－金牌獎、特別獎（源木牙膏）、銀牌獎（咖啡因麥拉寧養髮液） · 榮獲行政院環保署「低碳產品獎勵優等獎」 · 榮獲天下永續公民獎－小巨人首獎 · 榮獲遠見CSR暨ESG企業社會責任獎 · 榮獲彭博綠金ESG先鋒獎 - 環境先鋒大獎 · 榮獲台灣精品獎（植萃彈力造型油） · 綠建築總部榮獲10項國際大獎：美國國際建築設計大獎、美國建築設計大師、美國繆思設計大獎－鉑金獎、美國國際設計大獎、法國創新設計大獎－金獎、歐洲新銳設計大獎－首獎、義大利設計大獎、德國柏林設計大獎、加拿大天空設計大獎、新加坡室內設計大獎

O'right

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right

	行動	獲獎榮耀
2021	· 受邀聯合國COP26聯合國氣候大會發表演說，分享循環經濟及企業經營轉型經驗 · 受邀聯合國COP15聯合國全球多樣性峰會擔任專題演講人，提出以Respect、Respond、Revive的生態思維升級過去的工業思維，保護生物多樣性。 · 出版《從沙龍到聯合國》分享企業淨零轉型經驗並公開綠色供應鏈名單 · 經國際第三方驗證機構SGS查證，達成全產品、全組織及範疇三碳中和 · 實現廠區廢水零排放。	· 單一材質補充包獲歐洲Interseroh認證，為台灣第一個「可回收認證」軟性包材 · 榮獲法國巴黎「全球永續美妝大獎」永續領導、永續產品雙大獎 · 榮獲日本優良設計獎Gold Award、Best100以及 Finalist（因應氣候變遷的最佳永續發展組織） · 榮獲英國全球綠色環保大獎－最佳永續銀獎、政策環境銀獎、最佳減碳銀獎、綠能發電銅獎、綠色產品銅獎 · 榮獲天下永續公民獎－小巨人首獎 · 榮獲遠見雜誌企業社會責任獎 · 榮獲台灣精品獎灣精品獎（枸杞輕盈身體乳、歐萊德酒釀護手霜、歐萊德源木牙膏）
2016-2020	· 洗沐產品全面改用「再生瓶」 · 100%PCR再生壓頭開發成功 · 加入RE 100倡議行動，承諾2025年100%使用再生能源 · 經國際第三方驗證機構SGS查證，達成組織型與27項產品碳中和 · 洗沐產品全面改用再生壓頭 · 受邀COP25聯合國氣候大會發表演說，分享循環經濟創新及轉型經驗 · 「USDA Biobased天然永續認證」計畫：自2019年起，歐萊德選擇最嚴格的美國農業部（USDA）Biobased天然永續認證，通過科學方法與專業儀器測試產品中的「非石化成分」。 · 經國際第三方驗證機構SGS查證，達成全產品、全組織及範疇三碳中和 · 進行企業內部碳定價 · 攜手供應商開發單一材質再生補充包 · 顛覆百年配方「源木牙膏」上市，推動法規變革 · 明星產品「咖啡因養髮液」上市，以農業副產品取代石化成分，成功轉換為綠色原料，增加可再生農業資源的運用。 · 與綠色供應鏈成功開發100%PCR再生瓶器	· 多次榮獲法國巴黎全球永續美妝大獎（2017 - 2020）－永續新產品冠軍、永續美妝先鋒、永續領導、永續包裝 · 榮獲日本優良設計獎金獎－經濟產業大臣獎（2020）、日本優良設計獎（2016） · 榮獲英國全球CSR卓越金獎 · 榮獲亞洲永續報告獎(ASRA)－SME金獎、設計銅獎、供應鏈銅獎 · 榮獲英國全球綠色環保大獎（2017-2019）－綠色產業銀獎、綠色創新銅獎、綠色組織銅獎、最佳天然美妝新品、綠色產品金獎 · 榮獲瑞士日內瓦發明展－金牌獎、銀牌獎（枸杞恆潤撫紋精萃）、特別獎（咖啡因養髮液） · 榮獲德國iENA紐倫堡發明獎－金牌獎（咖啡因養髮液） · 榮獲德國紅點設計獎 · 榮獲美國Katerva創新獎 · 榮獲天下企業公民獎－小巨人首獎（2016-2020） · 榮獲遠見雜誌企業社會責任獎（2017-2019） · 榮獲台灣精品獎（2016-2020） · 榮獲艾菲獎Effie Award－美容美妝類銀獎 · 榮獲國家企業環保獎（2018-2020） · 榮獲國家低碳產品獎勵（2019-2020） · 榮獲國家品質獎－卓越經營獎（2016） · 榮獲國家永續發展獎、國家環境教育獎首獎 · 榮獲SDG企業大獎－最佳SDGs概念金獎 · 榮獲SGS第一屆企業社會責任獎、變革創新品質管理典範獎 · 榮獲經濟部國家產業創新獎、潛力中堅企業獎 · 榮獲臺灣循環經濟獎－金級 · 榮獲桃園市績優企業卓越獎（2016 & 2017 & 2018） · 榮獲桃園市第五屆環境教育獎－民營企業組 · 榮獲桃園市金牌企業卓越獎（2019-2020） · 榮獲資誠CSR影響力獎、亞洲質量創新獎 · 榮獲亞洲永續報告獎(ASRA) SME首獎 · 榮獲ISO Plus Award－永續社會責任績效典範獎 · 榮獲亞洲企業社會責任獎(AREA)－綠色領導獎 · 榮獲Shopping Design 2016 Best 100 Award（歐萊德綠建築總部） · 獲上海可持續行動典範獎、傳播影響力獎

目錄

第一章 關於歐萊德

第二章 永續經營

第三章 綠色產品與責任製造

第四章 環境永續

第五章 員工關係

第六章 社會永續教育的學堂

第七章 公司治理

附錄

	行動	獲獎榮耀
2011-2015	· 綠建築總部落成，榮獲「台灣EEWH綠建築」黃金級認證 · 研發「台灣竹」永續設計，獲台灣專利認證 · 啟動「歐萊德生物循環」計畫，提升產品內料永續成分：與在地農業合作，將農業副產品取代石化來源成分，後續成功將「咖啡渣」、「枸杞根」、「高粱酒釀」等農業副產品轉換為更具價值的髮膚美妝產品原料。 · 100%回收咖啡渣「Recoffee髮妝系列」上市 · 代表台灣中小企業出席美過APEC會議 · 啟動「化妝品無防腐劑添加之劑型開發」計畫，內容成分28天於自然環境中分解，友善環境，極力降低對環境的影響。 · 啟動「歐萊德工業循環」計畫，回收再製是循環經濟的最後一哩路：全面建構100% PCR (Post Consumer Recycled,來自消費者回收的材料) 包裝的綠色供應鏈。 · 全球第一支零碳洗髮精「瓶中樹」研發成功，100%可自然分解的生物分解材質，獲歐盟、美國、德國及日本等四大國際認證 · 全球最綠「花草盒」內嵌植物種子紙研發成功	· 榮獲德國iF設計大獎(瓶中樹洗髮精) · 榮獲德國iENA紐倫堡發明獎金牌、綠色發明獎 (瓶中樹洗髮精) · 榮獲美國INPEX匹茲堡國際發明金牌獎、特別獎 (瓶中樹洗髮精) · 榮獲日本東京創新天才發明金牌獎 (瓶中樹洗髮精) · 榮獲韓國首爾國際發明展銀牌 (瓶中樹洗髮精) · 瑞士日內瓦發明展－金牌獎及特別獎 (瓶中樹洗髮精) · 榮獲德國紅點設計大獎包裝設計及社會責任 (瓶中樹洗髮精) · 榮獲「台灣精品獎」(瓶中樹洗髮精) · 榮獲英國金融時報與渣打銀行「台灣企業獎」 · 榮獲天下企業公民獎－小巨人首獎 · 榮獲遠見雜誌CSR企業社會責任獎中小企業組首獎 (2014) · 榮獲經濟部「國際綠色典範獎」全國評比第一名 · 榮獲「優良綠建築榮譽獎」 · 獲選「水土保持設施維護良好績優單位」 · 連續二年榮獲SGS「環境友善永續獎」(2012 & 2013) · 榮獲SGS PAS599系統整合標竿獎 · 榮獲「搖籃到搖籃C2C」認證 · 榮獲國家磐石獎 · 榮獲企業經營最高模範－國家創業楷模獎 · 連續二年榮獲環保綠能卓越獎－績優企業 (2012 & 2013) · 榮獲行政院環保署節能減碳行動標章－企業乙組特優獎 · 榮獲環保署「國家企業環保獎」 · 榮獲行政院「國家永續獎」 · 榮獲經濟部工業精銳獎 · 榮獲經濟部金點設計獎 (2011 & 2015) · 榮獲桃園縣第八屆績優企業卓越獎 · 榮獲數位時代綠色品牌大調查－日常生活類優選 (2011 & 2014) · 連續三年榮獲台灣中小企業社會責任獎 (2011 & 2012 & 2013) · 連續二年榮獲學學文創「學學獎」(2011 & 2022)
2005-2010	· 亞洲第一座綠色化妝品GMP廠動土興建 · 環保光降解材質「芬恩提袋」研發成功 · 領先業界，提出「8 free」綠色標準，拒絕八大有害環境及人體健康的高風險物質。 · 2009年啟動碳足跡盤查 · 創業初期即定下綠色標準，包含不執行動物試驗、以及無添加動物成分、無野外瀕危植物，全產品百分之百純素、無麩質等承諾。 · 2006年9月歐萊德啟動綠色永續轉型	· 葛望平董事長榮獲百大經理人MVP · 榮獲國家「碳足跡標籤」認證

© 2024 Corporate Sustainability Report of O'right